

FACULTAD DE ARQUITECTURA

*CONSTRUYENDO UNA
EMPRESA
SAGO TRAJES DE BAÑO*

*TITULACIÓN POR MEDIO DE DISEÑADOR
EMPRESARIO PARA OBTENER
TÍTULO DE DISEÑADOR INDUSTRIAL PRESENTA:*

*DIANA GONZÁLEZ GARZÓN
EN COLABORACIÓN CON:
ANGÉLICA MARTÍNEZ SARABIA*

CIUDAD UNIVERSITARIA, CD MX 2018.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



2018

FEBRERO

CONSTRUYENDO UNA EMPRESA

DIANA GONZÁLEZ GARZÓN

ANGÉLICA MARTÍNEZ SARABIA

CON LA DIRECCIÓN DE:
Fernando Fernández Barba
Y LA ASESORÍA DE:
Abel Salto Rojas
Mauricio Moysen Chávez
Daniel Romero Valencia
Jorge Escalante Granados

“Declaro que este proyecto de tesis es totalmente de nuestra autoría y que no ha sido presentado previamente en ningún otra Institución Educativa y autorizamos a la UNAM para que publique este documento por los medios que juzgue pertinentes”.





UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE

MÉXICO

Coordinación de Exámenes Profesionales
Facultad de Arquitectura, UNAM
PRESENTE

EP01 Certificado de aprobación de
impresión de Tesis.

El director de tesis y los cuatro asesores que suscriben, después de revisar la tesis del alumno

NOMBRE GONZALEZ GARZON DIANA No. DE CUENTA 309066721

NOMBRE TESIS CONSTRUYENDO UNA EMPRESA

OPCION DE TITULACIÓN TESIS Y EXAMEN PROFESIONAL

Consideran que el nivel de complejidad y de calidad de LA TESIS, cumple con los requisitos de este Centro, por lo que autorizan su impresión y firman la presente como jurado del

Examen Profesional que se celebrará el día a las horas.

Para obtener el título de DISEÑADORA INDUSTRIAL

ATENTAMENTE
"POR MI RAZA HABLARÁ EL ESPÍRITU"
Ciudad Universitaria, D.F. a 16 de enero de 2018

NOMBRE	FIRMA
PRESIDENTE D.I. FERNANDO FERNÁNDEZ BARBA	
VOCAL M. EN A. ABEL SALTO ROJAS	
SECRETARIO M.D.I. MAURICIO MOYSSÉN CHÁVEZ	
PRIMER SUPLENTE ING. JORGE ESCALANTE GRANADOS	
SEGUNDO SUPLENTE D.I. DANIEL ROMERO VALENCIA	

ARQ. MARCOS MAZARI HIRIART
Vo. Bo. del Director de la Facultad

FICHA TÉCNICA

PERFIL DEL PRODUCTO

Mercado: Mujeres de 18 a 30 y Hombres de 20 a 30 C y C+.

Comercialización: Los productos estarán a la venta a través de nuestras redes sociales y nuestra página web donde se harán los pedidos con las medidas y especificaciones correspondientes de cada cliente.

Precio: Mujeres de \$600 a \$1500, Hombres de \$800 a \$1000.

Valores que ofrece: Trajes personalizados (diseño textil para hombres), a la medida, asesoría y recomendaciones de acuerdo al tipo de cuerpo y color de piel.

Materiales:

Mujeres: Hilo, Tela (95% Spandex 5% éter polibuténico), Forro, Liga, Copas, y Herrerajes.

Hombres: Tela 100% poliéster, Forro (Red) , Resorte, Ojillo, Hilos, Jareta.

Procesos de Manufactura: Corte de Tela, Costura con maquina de 2 agujas y overlock de 4 hilos.

Planteamiento y objetivo: Adaptar los trajes de baño a los distintos cuerpos de la mejor manera, favoreciendo y resaltando partes especí-



Este proyecto significó para mí una gran oportunidad no sólo en el ámbito empresarial sino también como crecimiento personal.

Son muchas las personas a las me gustaría agradecer pero a las que no alcanza el número de páginas por redactar.

Con mucho cariño, y de forma muy especial, agradezco a mis padres Silvia y Pedro por su apoyo incondicional en todos los aspectos a lo largo de mi carrera.

Agradezco a mi hermana Lorena por ser mi indescriptible compañera de vida.

A mis abuelos Joel y Carmen, Margarita y Pedro (que en paz descansen), por el amor que siempre me han profesado.

A la familia González y la familia Garzón porque fueron los primeros en impulsarme en mi trayectoria personal y profesional. A mis primos con los que tuve la oportunidad de crecer y que hicieron de mi infancia una etapa de mucha diversión y ahora en mi juventud siguen como una parte importante de mi vida.

A Ceci, mi amiga de la infancia, por siempre estar a mi lado.

Por último quiero agradecer a mis amigos de la carrera: a "Las POLLYS" (Dulce, Valeria y Angélica), porque fuimos un equipo que trascendió más allá de las aulas de estudio; a Lita, Ximena, Alan y Saul. Y al resto de mis "Amiwis" que he conocido fuera de la carrera, muchas gracias por ser parte de mi vida.

Un agradecimiento muy especial al "Señor Toño" quien a lo largo del proyecto nos brindó su conocimiento y apoyo incondicional.

Diana

Índice



INTRODUCCIÓN

Historia de los Trajes de Baño 5 - 6



MARCA

-Comparación de Marcas 9 - 12
-Encuestas y Resultados 13 - 26
-4P's 27 - 28
-Misión, Visión y valores 29
-Análisis FODA 30
-Costos 31 - 34

ESTUDIO TÉCNICO

-Prototipos 37 - 42 / 53 - 56
-Memoria Descriptiva 43 - 46 / 57 - 60
-Especificaciones Productivas 47 / 63
-Maquinaria 48 / 64
-Material para Fabricar 49 - 50 / 65 - 66
-Patrones 51 - 52 / 67 - 70
-Tipos de Cuerpo 71 - 72
-Medidas Internacionales 73 - 74
-Comparación SAGO y Bari 75 - 78
-Diseña tu Traje de Baño 79 - 80
-Diagrama de Proceso de Diseño 81 - 82
-Diagrama de Producción 83 - 84



ESTUDIO ORGANIZACIONAL

-Logo Inicial 87 - 88
-Logo Definitivo 89 - 90
-Manual de Identidad Corporativa 91 - 96
-Registro de Marca 97 - 100
-Tipo de Sociedad 101 - 102
-Estatuto 103 - 106





2011

- Inicio del Proyecto 109 - 110
- Primera Temporada 111 - 112



2012

- Segunda Temporada 115 - 116
- Primer Sesión Fotográfica 117 - 118



2013

- Concurso Clara Porset 121 - 124
- Concurso CIDI 125 - 128
- Simulacro Empresarial 129 - 130
- Tercera Temporada 131 - 132
- Segunda Sesión Fotográfica 133 - 136
- Primer Pasarela 137 - 138



2014

- Cuarta Temporada 141 - 142
- Segunda Pasarela 143 - 144
- Revista Juventud DF 145 - 146



2015

- TOCA 149 - 150
- Trajes de Baño para Hombre 151 - 152
- Cuarta Sesión Fotográfica 153 - 154
- Conclusiones 155 - 156

INTRODUCCIÓN

En el presente documento testificamos el proceso de cinco años de aprendizaje y desarrollo en el diseño y en la búsqueda de los materiales necesario para la fabricación de trajes de baño tanto de hombre como de mujer, así como en la formación total de la empresa SAGO.

SAGO es una pequeña empresa que comenzamos dos jóvenes emprendedoras el 1 de marzo del 2011, Diana González Garzón y Angélica Martínez Sarabia a la edad de 18 años tuvimos la iniciativa de diseñar y fabricar nuestros propios trajes de baño para nuestro viaje de generación a Puerto Vallarta, ya que ninguno de los trajes de baño que teníamos nos gustaba, nos hacía sentir cómodas o seguras de lucir un buen cuerpo.

El proyecto empezó con el famoso "operación bikini" el cual nos hizo plantearnos el ¿por qué la gente va al gimnasio para poder ir a la playa y lucir un buen cuerpo con su traje de baño? ¿qué no eso hacen los diseñadores? diseñamos objetos con una función específica que en este caso es cubrir nuestras zonas íntimas y realzar nuestra figura. ¿Por qué al final el cuerpo se ha terminado ajustando al traje de baño, y no al revés?

Fue aquí cuando planteamos la idea de diseñar trajes de baño para mexicanas viendo las problemáticas que teníamos como:

- Patronaje universal
- Tallas ajenas a nuestra antropometría
- Precios elevados

Iniciamos el proyecto con un capital de \$2,500.00MX, el cual invertimos en la compra de telas y en realizar los primeros prototipos los cuales se vendieron e inesperadamente fueron un éxito entre nuestras amigas y familiares.

Posteriormente contactamos a María Guzmán, de origen colombiano quien se especializa en patronaje y que nos compartió su conocimiento acerca del tema en un curso, el cual impartía en la Ciudad de México.

Creamos una página web en Facebook, dicho proceso nos llevó a la elección del nombre definitivo de la empresa: SAGO Trajes de Baño. (en lo sucesivo sólo SAGO). Ideado por Angélica, la palabra "SAGO" combina la primer sílaba de nuestros apellidos, Sarabia y González, respectivamente. En un inicio, publicamos únicamente bocetos antes de comenzar con su producción, debido a la falta de capital para invertir.

Tiempo después conocimos al Sr. Antonio Gómez, una de las personas más importantes en este proyecto, ya que es la persona que nos fabrica los trajes de baño y que por sus 30 años de experiencia se volvió nuestro asesor directo.

Durante los últimos cinco años hemos realizado actividades complementarias al diseño y producción de trajes de baño las cuales terminaron de formar la empresa y la fortalecieron en conjunto.

En este tiempo cometimos errores por la falta de conocimiento, pues empezamos este proyecto cuando teníamos 18 años. Esto no nos limitó, nos impulsó a tomar cursos, informarnos, experimentar con varias formas y materiales, a buscar expertos en el tema que nos pudieran orientar y así, poco a poco, fuimos introduciéndonos al mundo empresarial, a la industria y al diseño textil.

HISTORIA

1800



No fue hasta principios del siglo XIX que nadar se convirtió en una actividad de recreación. Tanto hombres como mujeres disfrutaban del agua con ropa. Usaban vestidos y por debajo pantalones largos, y sombreros para mantener su piel totalmente pálida, que en ese entonces era símbolo de estatus social.

1920



Los trajes de baño se convirtieron en un conjunto de moda, aunque seguían siendo conservadores, aunque ya quedaba al descubierto una parte de las piernas y los brazos. La mayoría de las chicas de esta época usaban trajes de baño confeccionados en lana, y muchas de ellas complementaban el outfit con medias.

1940



En mayo de 1946, el diseñador de moda Jacques Heim creó un traje de baño de dos piezas que nombró como "Átomo" y que publicitó como "el traje de baño más pequeño del mundo". Sin embargo, todavía no era lo suficientemente pequeño como para dejar el ombligo al descubierto, uno de los mayores tabúes de la época.

1960



Aunque "inventado" en 1946, el bikini con el ombligo no se convirtió en la corriente principal hasta mediados de la década de 1960, acompañado de blusas más ligeras y más ralas con correas más delgadas.

1980



1990



2000



2017



La fijación de la moda con lo extremadamente esbelto dio lugar a cuerpos más atléticos. Los estilos deportivos se pusieron de moda, personificados por las piezas de color rojo usadas por el elenco de Baywatch a finales de la década.

La moda de trajes de baño se dividió en dos bandos en esta década obsesionada con los diseñadores: el ostentoso, pesado en satén dorado y logos, y el minimalista, visto en las líneas limpias del traje Hermès de Naomi Campbell.

En los primeros quince años del siglo XXI, la moda de los bikinis fue una combinación del estilo de los años '50, '60, '70 y '80. Si en los inicios el mostrar el ombligo se consideraba de mal gusto, el cambio de siglo lo convirtió en requisito indispensable. El uso de géneros como lycra, crochet o el neopreno, crearon una amplia variedad de diseños.

La fiebre por el sporty llega a la moda de los bikinis triunfando verano tras verano, el topless está aceptado y los bañadores se consagran como pieza que aporta glamour.

Marca

- Comparación de Marcas**
- Encuestas y Resultados**
- 4P's**
- Misión, Visión y Valores**
- Análisis FODA**
- Costos**



Comparación de marcas



Bari

Aunque es una marca mexicana, no se especializa en el cuerpo de las mexicanas.

Tiene diseños en colores vibra, con cortes altos, espaldas bajas, tiras y lace-up.

Su mercado es internacional.

Página en línea: <https://www.bariswimwear.com>

Más de 20 puntos de venta sólo en México

No tienes la posibilidad de comprar piezas separadas.

Sus tallas: XS, S, M, L, XL.



Cate De Mi Corazón

Aunque es una marca mexicana, no se especializa en el cuerpo de las mexicanas.

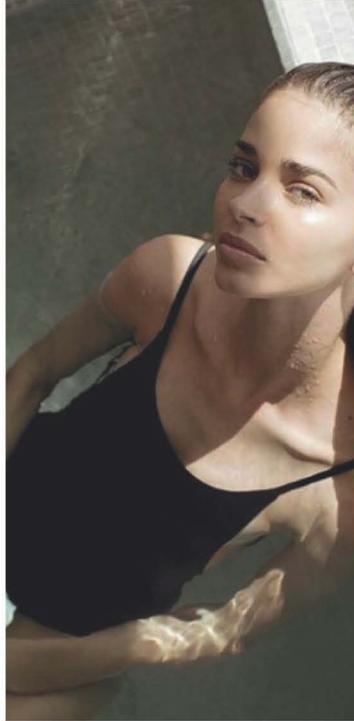
Su línea para playa está llena de color y cortes innovadores.

Diseñan sus propios estampados.

Cuentan con tienda en línea.

Redes sociales: instagram: catecorazonsw

Tallas XS, S, M, L, XL



DULCE
ARMENTA

Dulce Armenta

Aunque es una marca mexicana, no se especializa en el cuerpo de las mexicanas.

Sus diseños son clásicos con un twist súper delicado: holanes y cortes asimétricos.

Tiene más de 8 mil seguidores.

Cuentan con tienda en línea, showroom y con publicidad en varias revistas como BAZAAR y VOGUE MÉXICO.

Redes sociales: instagram: dulcearmenta

Tallas: XS, S, M, L.

Encuestas

Previamente en el año 2011 se realizó una encuesta, para conocer lo que nuestros clientes potenciales buscaban, esta encuesta constó de 7 preguntas y fue dirigida únicamente a mujeres y entrevistamos a 38 mujeres, por lo que decidimos realizar en julio del 2015 dos nuevas encuestas, una dirigida a mujeres y otra a hombres, en el caso de la primera se entrevistaron a 100 mujeres y en el caso de los hombres se entrevistaron a 79.

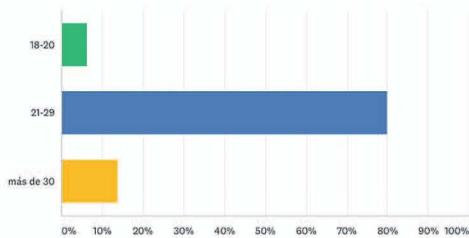
Los resultados de esta encuesta nos marcó parámetros para diseñar lo que sería nuestra cuarta temporada.

2015

Encuesta mujeres

P1. ¿Cuántos años tienes?

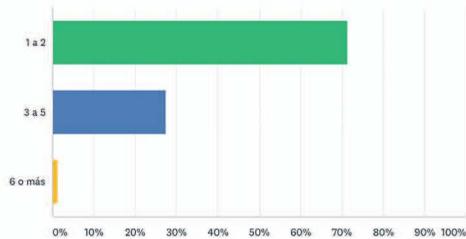
Respondidas: 80 Omitidas: -1



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
18-20	6,25% 5
21-29	80,00% 64
más de 30	13,75% 11
TOTAL	80

P2. ¿Cuántos trajes de baño tienes?

Respondidas: 80 Omitidas: -1

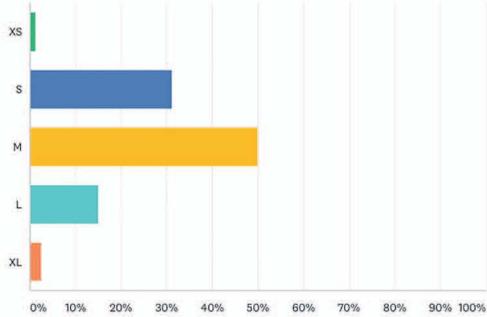


OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
1 a 2	71,25% 57
3 a 5	27,50% 22
6 o más	1,25% 1
TOTAL	80

2015

P3. ¿Qué talla de busto eres en traje de baño?

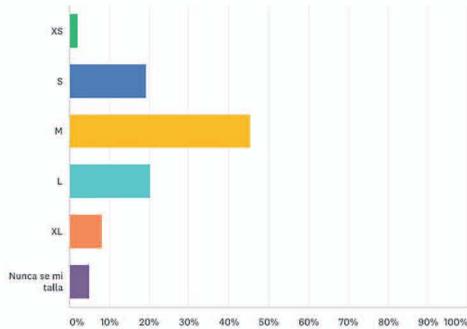
Respondidas: 80 Omitidas: -1



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
▼ XS	1,25% 1
▼ S	31,25% 25
▼ M	50,00% 40
▼ L	15,00% 12
▼ XL	2,50% 2
TOTAL	80

P4. ¿Qué talla de calzón eres en traje de baño?

Respondidas: 99 Omitidas: 1

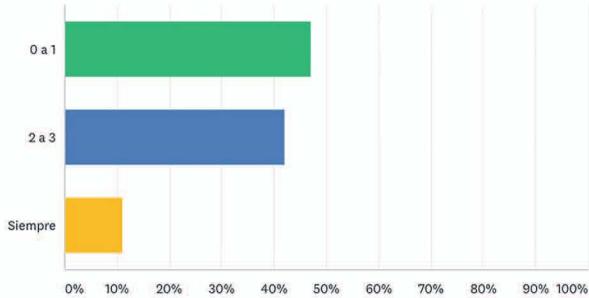


OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
▼ XS	2,02% 2
▼ S	19,19% 19
▼ M	45,45% 45
▼ L	20,20% 20
▼ XL	8,08% 8
▼ Nunca se mi talla	5,05% 5
TOTAL	99

2015

P5. ¿Cuántas veces has encontrado un traje de baño que creas que te favorece?

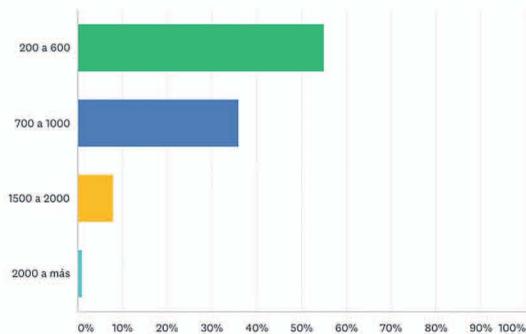
Respondidas: 100 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
0 a 1	47,00% 47
2 a 3	42,00% 42
Siempre	11,00% 11
TOTAL	100

P6. ¿Cuánto pagas por un traje de baño?

Respondidas: 100 Omitidas: 0

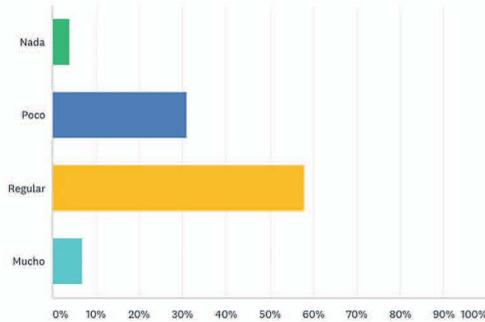


OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
200 a 600	55,00% 55
700 a 1000	36,00% 36
1500 a 2000	8,00% 8
2000 a más	1,00% 1
TOTAL	100

2015

P7. ¿Qué tan satisfecha estás con los diseños existentes en el mercado?

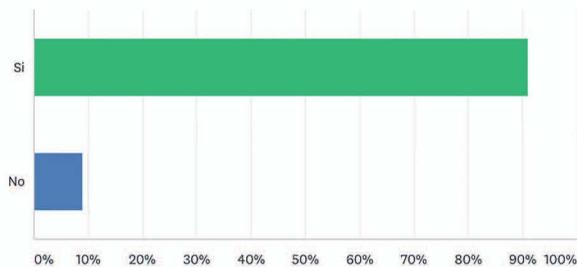
Respondidas: 100 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
▼ Nada	4,00% 4
▼ Poco	31,00% 31
▼ Regular	58,00% 58
▼ Mucho	7,00% 7
TOTAL	100

P8. ¿Te gustaría poder personalizar tu traje de baño?

Respondidas: 100 Omitidas: 0

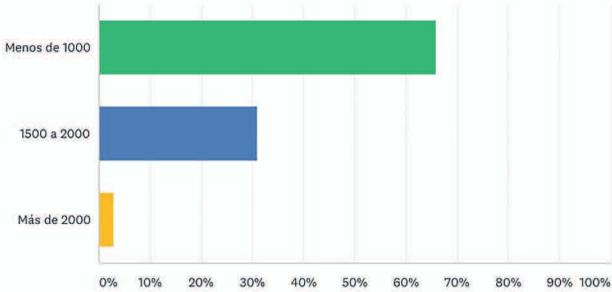


OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
▼ Si	91,00% 91
▼ No	9,00% 9
TOTAL	100

2015

P9. ¿Cuánto pagarías por un traje de baño personalizado? (poder elegir talla, tipo de corte, tela)

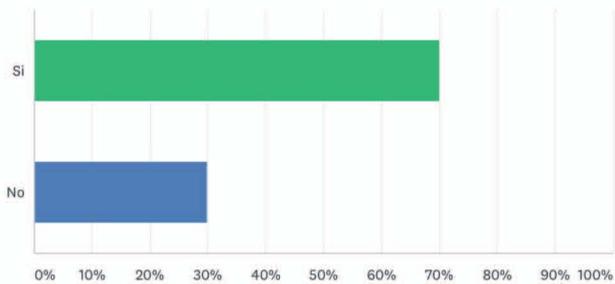
Respondidas: 100 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
Menos de 1000	66,00% 66
1500 a 2000	31,00% 31
Más de 2000	3,00% 3
TOTAL	100

P10. ¿Te sientes cómoda con los trajes de baño que tienes?

Respondidas: 100 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
Sí	70,00% 70
No	30,00% 30
TOTAL	100

Conclusiones encuesta mujeres

Con los resultados de esta encuesta podemos apreciar que el 90% de las mujeres entrevistadas tienen entre 18 y 30 años, el 68% tiene de 1 a 3 trajes de baño, que el 38% en talla de busto es M, mientras que el 45% es M en talla de calzón, podemos ver que no todas las mujeres son la misma talla en ambas piezas.

El 58% están satisfechas con los diseños que se encuentran en el mercado, este resultado nos ayudó a ver que en el caso de las mujeres no es tan importante el diseño del traje, ya que sólo el 11% encuentra siempre trajes de baño que les gusta cómo lucen en ellas, el 47% encuentra sólo 1 traje de baño que le favorece o simplemente no encuentra nada.

El 36% de las mujeres paga de 700 a 1000 pesos, el 90% quisiera poder personalizar sus trajes de baño, por lo que el 31% estaría dispuesto a pagar de 1000 a 1500 pesos por un traje personalizado y el 30% no se siente cómoda con los trajes de baño que tienen.

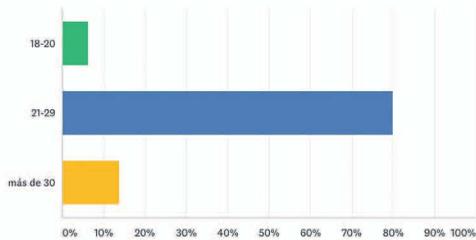
Podemos concluir que nuestro mercado está dirigido a mujeres de 18 a 30 años, enfocándonos en la modificación de las tallas y patrones de los trajes de baño, así como nuestro precio público puede ir de los 1000 a 1500 ya que el traje de baño es personalizado.

2015

Encuesta hombre

P1. ¿Cuántos años tienes?

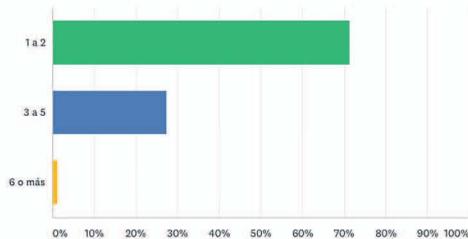
Respondidas: 80 Omitidas: -1



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
▼ 18-20	6,25%	5
▼ 21-29	80,00%	64
▼ más de 30	13,75%	11
TOTAL		80

P2. ¿Cuántos trajes de baño tienes?

Respondidas: 80 Omitidas: -1

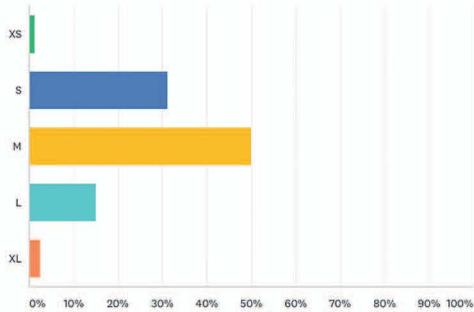


OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
▼ 1 a 2	71,25%	57
▼ 3 a 5	27,50%	22
▼ 6 o más	1,25%	1
TOTAL		80

2015

P3. ¿Qué talla eres de traje de baño?

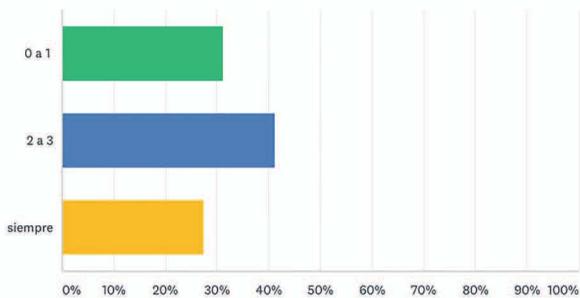
Respondidas: 80 Omitidas: -1



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
▼ XS	1,25%	1
▼ S	31,25%	25
▼ M	50,00%	40
▼ L	15,00%	12
▼ XL	2,50%	2
TOTAL		80

P4. ¿Cuántas veces has encontrado un traje de baño que creas que te favorece?

Respondidas: 80 Omitidas: -1

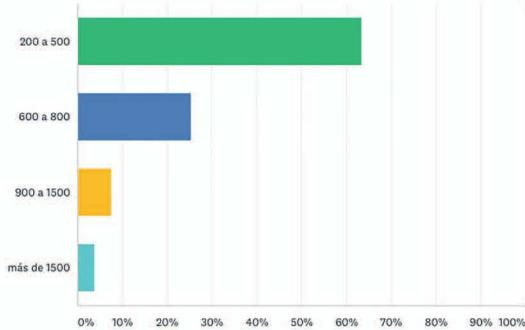


OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
▼ 0 a 1	31,25%	25
▼ 2 a 3	41,25%	33
▼ siempre	27,50%	22
TOTAL		80

2015

P5. ¿Cuánto pagas por un traje de baño?

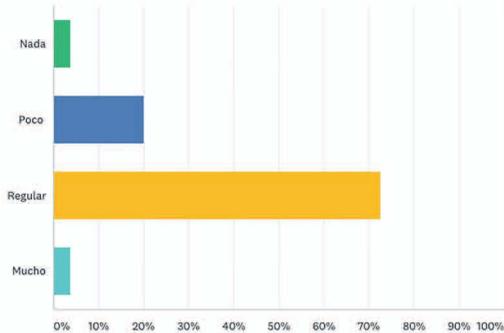
Respondidas: 79 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
200 a 500	63,29%
600 a 800	25,32%
900 a 1500	7,59%
más de 1500	3,80%
TOTAL	79

P6. ¿Qué tan satisfecho estás con los diseños existentes en el mercado?

Respondidas: 80 Omitidas: -1

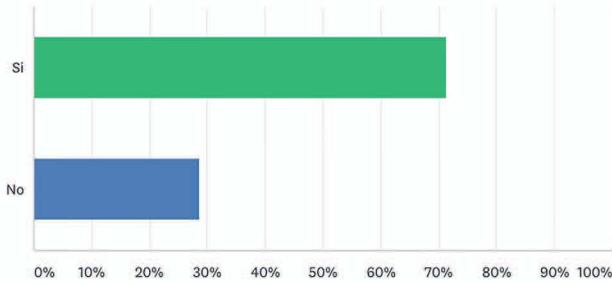


OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
Nada	3,75%
Poco	20,00%
Regular	72,50%
Mucho	3,75%
TOTAL	80

2015

P7. ¿Te gustaría poder personalizar tu traje de baño?

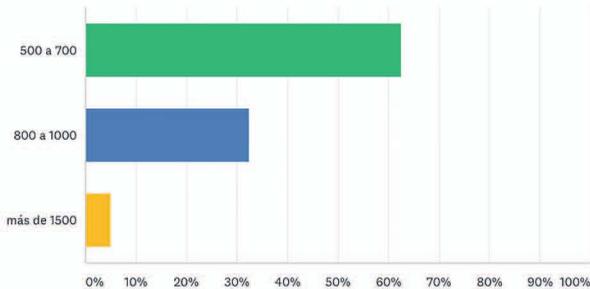
Respondidas: 80 Omitidas: -1



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
▼ Si	71,25%	57
▼ No	28,75%	23
TOTAL		80

P8. ¿Cuánto pagarías por un traje de baño personalizado? (poder elegir estampado, tipo de corte, tela)

Respondidas: 80 Omitidas: -1

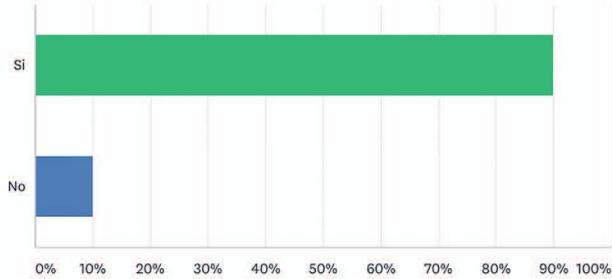


OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
▼ 500 a 700	62,50%	50
▼ 800 a 1000	32,50%	26
▼ más de 1500	5,00%	4
TOTAL		80

2015

P9. ¿Te sientes cómodo con los trajes de baño que tienes?

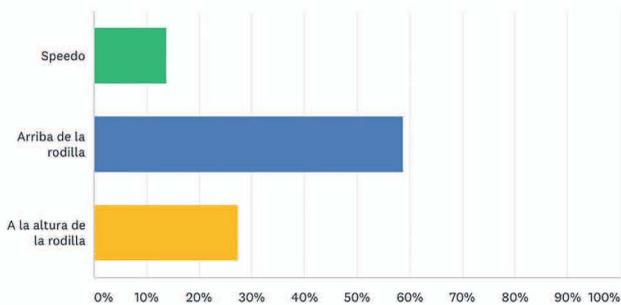
Respondidas: 79 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
▼ Sí	89,87%	71
▼ No	10,13%	8
TOTAL		79

P10. ¿Qué tipo de corte te gusta?

Respondidas: 80 Omitidas: -1

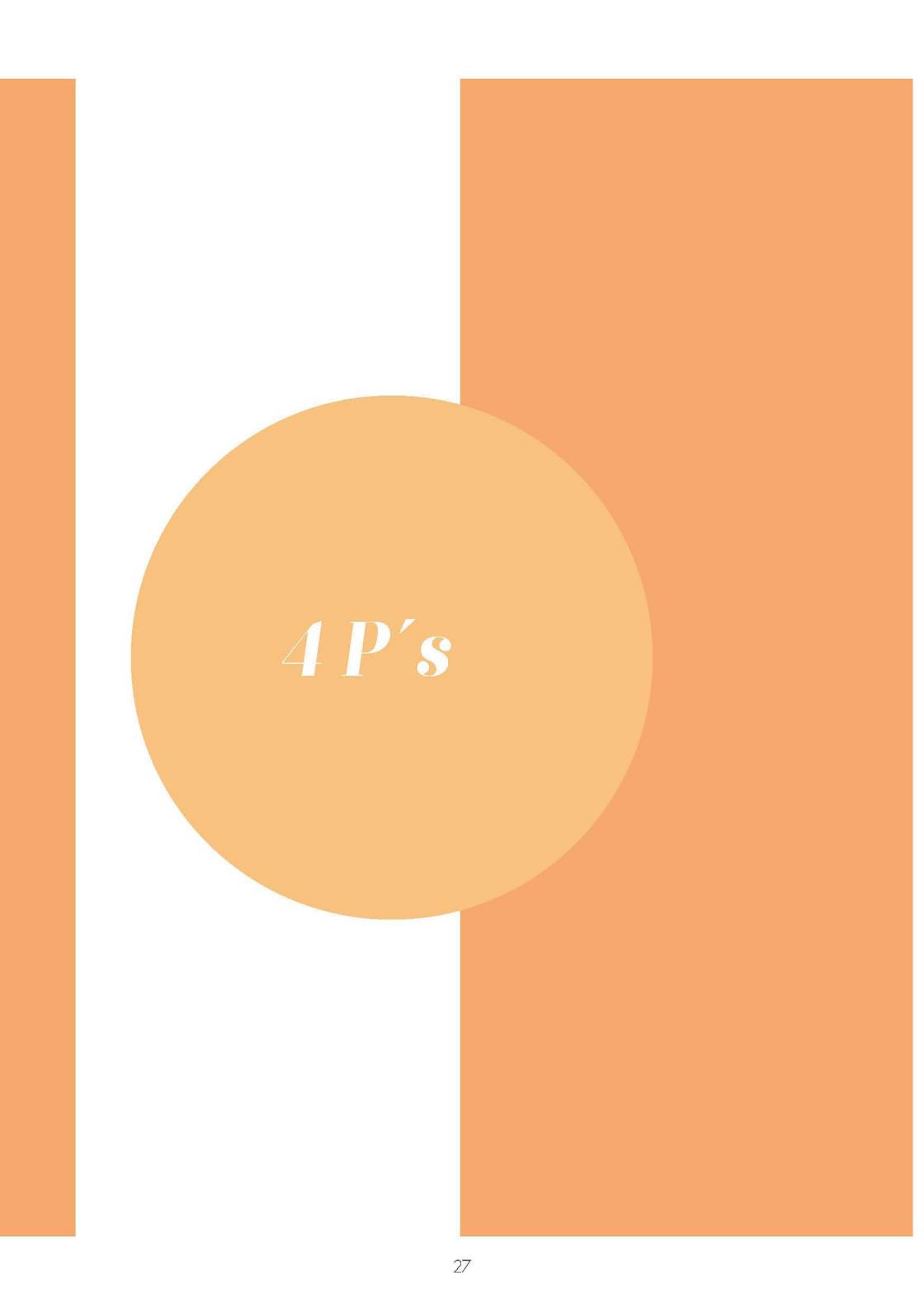


OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
▼ Speedo	13,75%	11
▼ Arriba de la rodilla	58,75%	47
▼ A la altura de la rodilla	27,50%	22
TOTAL		80

Conclusiones encuesta hombres

El 80% de los hombres entrevistados tiene de 21 a 29 años, el 27% tiene de 3 a 5 trajes de baño, el 31% encuentra 1 que le favorece o no encuentra ninguno, el 25% paga de 600 a 800 pesos, el 23% no le gustan los diseños de los trajes de baño que hay en el mercado, al 71% le gustaría poder personalizarlo, el 32% estaría dispuesto a pagar de 800 a 1000 pesos por personalizarlo y el 58% prefiere un traje de baño con un corte arriba de la rodilla.

En este caso nuestro mercado va de hombres de 21 a 29 años, nos enfocamos en diseñar el estampado de nuestras telas, para hacerle un cambio al diseño de los trajes, el corte base que usamos es arriba de la rodilla (éste puede ser modificado según el gusto del cliente) y nuestro precio público puede ir de los 800 a 1000 pesos ya que es personalizado.



4P's

PRODUCTO

SAGO ofrece trajes de baño para mujeres y hombres de 18 a 30 años, especializados en la calidad y comodidad, ya que son hechos a la medida con la posibilidad de personalizarlos eligiendo tipo de corte, colores y en el caso de los hombres la capacidad de elegir el tipo de estampado. Es un traje de baño “diseñado” por nuestros clientes a un precio accesible.

PRECIO

El precio de nuestros trajes de baño será de \$700.00 a \$1,500.00 con el valor agregado que SAGO ofrece a nuestros clientes que es un traje de baño personalizado y a la medida.

PLAZA

Actualmente SAGO cuenta únicamente con una tienda virtual, (www.facebook.com/sago.trajes/.) en la cual pagaremos por publicidad para aumentar el número de likes, posicionarnos en el mercado y aumentar el número de ventas. Las entregas serán gratuitas a domicilio dentro de la Ciudad de México; fuera de la república tendrán un costo adicional.

PROMOCIÓN

Ofrecer como introducción un descuento en la compra de 2 o más trajes de baño por la misma persona, así como, aplicar descuentos a quien adquiera productos SAGO en las pasarelas.

Misión, Visión y Valores

MISIÓN: Crear un momento feliz, divertido y positivo, haciendo de tu cuerpo y el agua uno mismo.

VISIÓN : Satisfacer los deseos y necesidades de nuestros clientes con productos de diseño de la mejor calidad.
Crear un ambiente de trabajo agradable; en el cual los trabajadores se inspiren para aportar lo mejor a la empresa y así engrandecer su satisfacción personal.
Ser expertos en el diseño de patronaje para brindar día a día mayor innovación y confort para nuestros usuarios.

VALORES : Disciplina: Seguir un plan trazado a conciencia, ponerse objetivos y luchar hasta alcanzarlos.

Responsabilidad: Respetar una serie de lineamientos y reglas, además de contribuir en el crecimiento y la armonía del entorno en el que nos desenvolvemos y con las personas que interactuamos.

Entusiasmo: Animar a los empleados a tomar la iniciativa y dar lo mejor.

Análisis FODA

DEBILIDADES

-Ser sólo dos socios podría causar problemas a la hora de la toma de decisiones, ya que no hay una tercera persona que pueda elegir la mejor opción cuando hay un desacuerdo entre ambas partes.

-Por ser trajes de baño a la medida, no podemos hacer entregas inmediatas.

-No tenemos un buen posicionamiento a nivel nacional.

-Abarcar la demanda sólo nacional y no internacional.

FORTALEZAS

-El traje es hecho a la medida de cada cliente.

-Cada cliente puede diseñar su traje de baño.

-Ofrecemos un precio por debajo del estándar que maneja la competencia.

-Dependiendo del tipo de cuerpo y tono de piel, SAGO hace recomendaciones para que el corte y el color sea ideal para cada cliente.

OPORTUNIDADES

- La competencia en cuanto a trajes de baño no es amplia.

-Producto dirigido a ambos sexos.

- Es un producto básico en el guardarropa.

-Actualmente no hay ninguna empresa mexicana que haga trajes de baño a la medida.

-Nuestro producto se puede potencializar hasta un 31% a nivel nacional.

AMENAZAS

-Producto de temporada, es adquirido en su mayoría en época vacacional.

-Ser una empresa nueva compitiendo contra empresas posicionadas.

-El surgimiento de alguna empresa que haga trajes de baño hecho a la medida.

Costos

Materiales de Trabajo			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Mesa de corte	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Anaqueles para almacén	10	\$ 250.00	\$ 2,500.00
Paquete de agujas	12	\$ 12.00	\$ 144.00
Tijeras	3	\$ 75.00	\$ 225.00
Papel para trazo	70	\$ 1.00	\$ 70.00
Juego de reglas de corte	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Descocedores	3	\$ 20.00	\$ 60.00
Carrete de máquina recta	12	\$ 5.00	\$ 60.00
TOTAL			\$ 4,609.00

Material Requerido para la Fabricación de un Traje de Baño			
Material	Cantidad	Costo por Pieza	Costo Total
Copas	1	\$ 10.00	\$ 11.00
Hilos	2	\$ 18.00	\$ 20.00
Resorte	1.7	\$ 21.25	\$ 22.95
Herrajes	2	\$ 12.00	\$ 14.00
Forro	1	\$ 7.50	\$ 8.50
Licra	1	\$ 19.17	\$ 20.17
Etiquetas	2	\$ 0.71	\$ 2.71
Embalaje	1	\$ 3.00	\$ 4.00
TOTAL			\$ 103.33

Material de trabajo y materiales requeridos para la fabricación de un traje de baño es el principal componente para la elaboración del producto.

Descripción de Maquinaria			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Máquina de coser casera	2	\$ 6,000.00	\$ 12,000.00
TOTAL			\$ 12,000.00

Descripción de maquinaria es lo que nosotros usamos para realizar el prototipo del traje de baño antes de hacer una producción.

Descripción de Mobiliario de Oficina			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Archiveros	3	\$ 70.00	\$ 210.00
Lap top	2	\$ 20,000.00	\$ 40,000.00
Escritorio	2	\$ 1,500.00	\$ 3,000.00
Papelería	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Sillas	3	\$ 1,000.00	\$ 3,000.00
Teléfono	2	\$ 300.00	\$ 600.00
TOTAL			\$ 47,810.00

Mobiliario de oficina es necesario para realizar el trabajo administrativo y de diseño.

Requerimiento de Mano de Obra	
Concepto	Costo por pieza
Cortadores	\$ 20.00
Costurera	\$ 60.00
Trasporte	\$ 30.00
TOTAL	\$ 110.00

Mano de obra es el trabajo que participa en la producción del traje de baño.

Costo Fijo		
Depreciación	Total	Entre 5 años
Maquinaria	\$ 12,000.00	\$ 2,400.00
Materiales de Trabajo	\$ 4,609.00	\$ 921.80
Equipo de Oficina	\$ 47,810.00	\$ 9,562.00
Amorización		
I.M.P.I.	\$ 3,000.00	\$ 600.00
TOTAL	\$ 67,419.00	\$ 13,483.80

Costos Fijos son los que permanecen constantes ante variaciones en el nivel de actividad o producción.

Gastos (Eventos)	
Concepto	Costo
Pasarela 2013	\$ 5,100.00
Pasarela 2014	\$ 5,400.00
Sesión Fotográfica 2012	\$ 1,000.00
Sesión Fotográfica 2013	\$ 1,500.00
Sesión Fotográfica 2015	\$ 2,950.00
Concurso Clara Porset	\$ 710.00
TOCA (exposición y venta)	\$ 4,450.00
TOTAL	\$ 25,800.00

Un gasto es una partida que disminuye el beneficio de la empresa o, en su defecto, aumenta la deuda o pérdida.

Balance general

Balance General	
Activo circulante	
Caja y Bancos	
Material para Fabricación	\$ 4,053.29
Material de Trabajo	\$ 4,609.00
Papelera y Oficina	\$ 1,210.00
Suma de Activo Circulante	\$ 9,872.29
Activo Fijo	
Mobiliario de Oficina	\$ 6,600.00
Equipo de Trabajo	\$ 12,000.00
Equipo de Cómputo	\$ 40,000.00
Suma de Activo Fijo	\$ 58,600.00
Activo diferido	
Marca	\$ 3,000.00
Suma de Activo total	\$ 71,472.29

Pasivo Circulante	
Deuda a Corto Plazo	
Pasivo Fijo	
Deuda a Largo Plazo	
Pasivo Diferido	
Cobros Anticipados	
Suma Total Pasivo	
Capital	
Capital Social	\$ 71,472.29

Punto de equilibrio

Punto de Equilibrio	2011 / 2015		
$p \cdot q - cv(q) - cf = UN$		$p \cdot q - cv(q) - cf = UN$	UN
p= precio	\$ 600.00	\$ 139,667.71	\$ 144,190.34
q= cantidad de trajes de baño	464		
cv= costo variable de 5 años	\$ 47,945.56		
cf= costo fijo	\$ 13,483.80		
un= utilidad neta	\$ 144,190.34		

El punto de equilibrio es aquel punto de actividad en el cual los ingresos totales son exactamente equivalentes a los costos totales asociados con la venta o creación de un producto. Es decir, aquel punto de actividad en el cual no existe utilidad, ni pérdida.

Estado de Resultados	
Venta neta	\$ 283,800.00
Costo de Producción	\$ 100,987.66
Utilidad Bruta	\$ 182,812.34
Gasto de Operación	
Gasto de Venta	
Gasto de Administración	\$ 25,800.00
Utilidad antes de I.S.R. Y	
Reparto de Utilidades	\$ 157,012.34
	\$ 15,701.23
Utilidad Neta	\$ 141,311.11

Estudio Técnico

- **Prototipos Mujer**
- **Memoria Descriptiva**
- **Especificaciones Productivas**
- **Maquinaria/Materiales**
- **Patrones**

- **Prototipos Hombre**
- **Memoria Descriptiva**
- **Especificaciones Productivas**
- **Sublimación / Tendencias**
- **Maquinaria/Materiales**
- **Patrones**

-Tipos de Cuerpo

- **Medidas Internacionales**
- **Comparación SAGO y Bari**
- **Diseña tu Traje de Baño**
- **Diagrama de Proceso de Diseño**
- **Diagrama de Producción**

Primer prototipo



Tenía las costuras por fuera.

Usábamos resorte de tela, para la elasticidad.

Las puntadas estaban muy pegadas, por lo que ocasionaba que la tela se frunciera.

Se cosía toda la copa al forro.



Al coser el resorte se estiraba, lo que hacía que las puntadas se tensaran.

Se puso el forro sólo en la parte de adelante, lo que ocasionaba que al mojar el traje de baño se transparentaba en la parte que no tenía forro.

Segundo prototipo

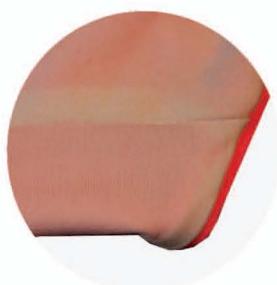


Tenía las costuras por fuera, pero continuas.
Reemplazamos el resorte de tela por liga para la elasticidad.
Las puntadas separadas, con la maquina se coser ya calibrada para coser licra.
No se cosía la copa al forro.



La liga ya no se estira, y esto le daba mayor durabilidad.
Se puso el forro en todo el traje de baño.
Las terminaciones de las tiras quedaban por dentro.

Prototipo final





Modelo Daniela Ochoa

Costuras ocultas.
Forro en todo el traje de baño.
Liga sin tensar.
Usamos herrajes para amarrar la parte de arriba del traje de baño.

2015

Memoria descriptiva traje de baño para mujer

Objetivos.

Diseñar y producir trajes de baño especializados a partir de los diversos cuerpos, en el mercado existen 5 tallas XS, S, M, L, XL, generalmente no se pueden mezclar entre ellas. Lo que nos llevó a fabricar trajes de baño a la medida, haciendo variaciones, tomando como base los patrones universales.

Aspectos generales

Traje de baño de dos piezas de la colección 2015

Aspectos de mercado

Mujeres de 18 a 30 años de clase media/alta

Aspectos de distribución

La venta se lleva a cabo en nuestra tienda en línea, para ello se invierte en campañas publicitarias, se lleva a cabo pasarelas, se hacen promocionales como videos y comerciales por redes sociales donde se da a conocer nuestras colecciones.



2015



2015



2015

Marca de tela: Assatex, aprobada por la norma textil ASTM D3994 - 14 Standard Performance Specification for Women Swimwear Fabrics.

La cual proporciona las especificaciones y métodos de prueba para las propiedades físicas, mecánicas y químicas de los textiles, tejidos y telas, así como las fibras naturales y artificiales que los constituyen. Estas normas textiles ayudan a los diseñadores y fabricantes de tela a pruebas de calidad los textiles para asegurar características aceptables hacia el uso final apropiado.

Referencia: <https://www.astm.org/Standards/D3994.htm>

Aspectos funcionales

Trajes de baño resistentes al agua, secado rápido capaces de cubrir áreas específicas del cuerpo. Dar seguridad al nadar, favorecer cualquier tipo de cuerpo.

Aspectos estéticos y ergonómicos

El diseño hace un juego con la tela y la piel dejando al descubierto varias partes del cuerpo, estratégicamente colocados. Se utilizó un color verde lima que junto con los accesorios trenzados de los tirantes y la tira que adorna el calzón resaltan el tono de piel de manera favorable. El ajuste que lo determina el usuario al jalar las cintas que se entrelazan y se abrochan en la parte posterior.



2015

Especificaciones productivas

Maquinaria



<http://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-622535728->

OVERLOCK 4 HILOS

Características: cuatro hilos, alimentación diferencial y cambio de puntada automático.

Usos: para costuras en la unión de piezas, sistema de agujas 81*1
velocidad máxima 600 puntadas por minuto.



<http://www.sewingmachinechina.es/8-8450b.html>

MÁQUINA DE COSTURA DE 2 AGUJAS

Características: alineación por dientes y agujas acompañantes.

Usos: unión del elastano a la prenda de forma flexible y resistente.

Material necesario para la fabricación

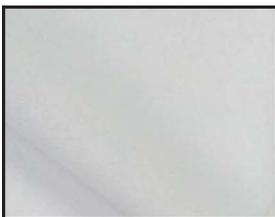


TELA

Fibra sintética formada en un 95% por poliuretanos segmentados (spandex) a base de un éter polibuténico (5% un polímero amorfo), que actúa como un muelle y forma varios filamentos que puede ser multifilamento o monofilamento.

- Puede ser estirado hasta un 500% sin que se rompa.
- Se puede estirar gran número de veces y volverá a tomar su forma original.
- Seca rápidamente.

Resistente al sudor.
Tejido más duradero.



FORRO

Composición: 90% poliamida 10% elastano
Ancho 150cm
Gramaje: 205g/m²
Protección UV: 50+ UPF.



LIGA

Cinta de caucho elástico de 5 mm.

- Antienviejimiento

El uso del caucho permite que el material dure de 1 a 3 años intacto.

- Excelentes propiedades de costura (no se rompe con la aguja).
- Excelente recuperación del estiramiento.
- Resistente al cloro, agua salada y a la transpiración.

y sus características (Mujeres)



HERRAJES

Pieza metálica con un acabado electroquímico (capa galvanizada de zinc) que evita la corrosión.



HILOS

Se utilizan hilos de alta tenacidad de nylon ó tipo 400T. Hechos de fibras sintéticas, cuentan con propiedades deseadas tales como alta tenacidad, resistencia a la abrasión y resistencia a químicos. Tampoco se ven afectados significativamente por la humedad, podredumbre, moho, insectos o bacterias.



COPAS

Copas prehormonadas de neopreno.



Temporada

Primavera - verano

Colección

2015

Fecha

05/04/15

Material

- Lycra(95% poliuretano 5% elastano)
- Forro (90% poliamida 10% elastano)
- Resorte (Cinta de caucho elastico de 5 mm.)
- Hilo de alta tenacidad

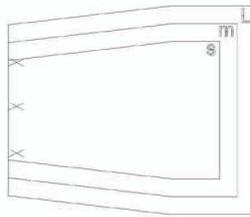
Descripción

Patrones parte superior

Talla / no.

S, M, L,

Patrones

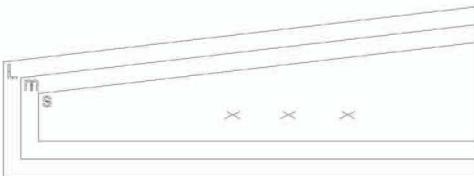


_____ Pieza A



_____ Pieza B

_____ Pieza B.1



_____ Pieza C

Proveedor(es)

Yafei, Royal, Dialnet, Assatex, Ladicani.

No. de piezas requeridas

10 piezas

No. de piezas requeridas

Pieza A: 2 (lycra) 2 (Forro)

Pieza B: 1 (lycra)

Pieza B.1: 1 (lycra)

Pieza C: 2 (lycra) 2 (Forro)

Especificaciones

Unión Lycra

Unión de primera pieza A con B.

Unión de segunda pieza A con B.1

Unión de primer pieza C con pieza A

Unión de segunda pieza C con segunda pieza A, puntada 100 (puntada de cadeneta simple)

Unión Forro y Lycra

Unión Forro y Lycra

Unión de primera pieza A (lycra) con A (forro) y resorte

Unión de segunda pieza A (lycra) con A (forro) y resorte Unión

de primera pieza C (lycra) con C (forro)

Unión de segunda pieza C (lycra) con C (forro)

puntada 400 (puntada de cadeneta múltiple)



Temporada

Primavera - verano

Colección

2015

Fecha

05/04/15.

Material

- Lycra(95% poliuretano
5% elastano)
- Forro (90% poliamida
10% elastano)
- Resorte (Cinta de cau-
cho elastico de 5 mm.)
- Hilo de alta tenacidad

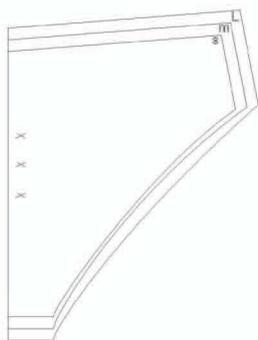
Descripción

Patrones parte inferior

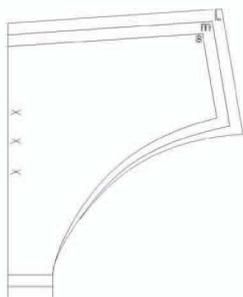
Talla / no.

S, M, L.

Patrones



Pieza A



Pieza B

Proveedor(es)

Yafei, Royal, Dialnet, Assatex, Ladicani.

No. de piezas requeridas

4 piezas

No. de piezas requeridas

Pieza A: 1 (Lycra) 1 (Forro)

Pieza B: 1 (Lycra) 1 (Forro)

Especificaciones

Para cortar tanto lycra como tela se dobla la tela y del lado donde estan las (x) es el dobles de la tela

Unión Lycra

Unión de pieza A con B.

puntada 100 (puntada de cadeneta simple)

Unión de Forro

Unión de pieza A con B.

puntada 100 (puntada de cadeneta simple)

Unión Forro y Lycra

Unión de pieza (lycra) con (forro) y resorte

puntada 400 (puntada de cadeneta múltiple)

Primer prototipo



Tela poliester 100 %, resorte trasero para ajuste, jaretas delanteras de nylon poco útiles , se usaron más como decoración porque no cumplían su función. El corte era largo (30 cm) tipo surf, bolsa lateral y forro de malla politejida 80% Poliester 20% Elastano.

Segundo prototipo



Respetamos el mismo largo el cual no lucía mucho, debido a que decidimos poner resorte en todo el perímetro de la cadera, lo que hacía que se frunciera todo el traje de baño. Eliminamos la bolsa y las jaretas. Conservamos el forro de poli-malla porque a nuestros clientes les parecía cómoda.

Traje de baño final



Reducimos el largo del traje de baño a 25 cm ya que los resultados de las encuestas arrojaron que el 58 % de los hombres prefieren los trajes de baño arriba de la rodilla . Anexamos una jareta de cuerda trenzada de 6 mm en un granete de poliéster, colocamos una bolsa en cada uno de los laterales y una trasera, cada una con un ojillo para que pueda salir el agua, metimos doble costura en el resorte de la cintura para un mejor terminando.



Modelo: Alonso Rivas



Modelo: Alonso Rivas

2015

Memoria descriptiva traje de baño para hombre



Marca de tela: Barcelona Deportextil, aprobada por
NORMA oficial Mexicana NOM-A-172-C-1980 Industria Textil
Objetivos.

Diseñar un traje de baño de corte universal el cual podremos ajustar a distintas tallas. Innovar en el diseño textil creando el gráfico de nuestras telas.

Aspectos generales

Traje de baño de una pieza de la última colección 2015

Aspectos de mercado

Hombres de 15 a 25 años de clase media/alta

Aspectos Productivos

Se plantea utilizar el mismo patrón de traje de baño para todos estandarizando tallas para poder realizar una gran producción. De esta manera reduciremos tiempos de ensamblaje y conseguiremos una línea de producción continua.

2015



Aspectos funcionales

Trajes de baño resistentes al agua, secado rápido, capaces de cubrir áreas íntimas estéticamente. Dar seguridad al nadar. Agregamos bolsas laterales y una trasera para poder guardar y transportar objetos pequeños; colocamos un forro interno que les brinda mayor ajuste.

Aspectos estéticos y ergonómicos

Determinamos una altura media entre los tipo tight y los estilo surfer teniendo así un patrón al cual le ajustamos la medida para cambiar de talla. Diseñamos cada una de las telas haciendo juego con líneas diagonales, horizontales y verticales, sublimamos telas de colores eléctricos y estampados de elementos referentes al mar. Siguiendo las tendencias del 2016.



Modelo: Alonso Rivas

2015

Sublimación textil

PROCESO ELEGIDO PARA TRASFERIR LOS GRÁFICOS A LA TELA

La Sublimación es un proceso en el que intervienen la transferencia de impresiones a todo color por medio de calor, tiene como ventaja ser un sistema de gran duración en las prendas ya que su adherencia al tejido permite ser sometida a cualquier tipo de lavado y éste nunca perjudicará la intensidad y tonalidad de los diseños, siendo éstos aplicados a todo color por medio de offset, a través de una cuatricromía o selección a color.

Este proceso de Sublimación se llama Offset Sublimado, ya que como su nombre lo indica es primero impreso en papel por medio de maquinaria offset, brindando la ventaja de dar rapidez al proceso de impresión, y una excelente calidad en definición y color.

El Offset sublimado se aconseja para producciones grandes mayores a mil prendas ya que al hacerse en maquinaria requieren de volúmenes industriales. El proceso es en papeles extendidos de 70 x 95 cm. y en rollo con un formato máximo de impresión de 1.50 cm. de ancho por metros lineales, esto quiere decir que se pueden sublimar rollos de tela para cualquier tipo de industria textilera.

Es importante mencionar que las superficies a sublimar, se recomienda, sean porcentajes 100% poliéster, sin embargo se pueden probar combinaciones menores de poliéster, este tipo de tela brinda una totalidad brillante en los colores.

<http://sublimaciontextil.com.mx/>

2015

Tendencias



RAYAS

Estilo navy o rayas de diferentes colores y grosores. Este tipo de estampado va para jugar con los efectos visuales de estilizar o ensanchar la figura. Las rayas verticales dan la sensación de estrechez y alargan; en cambio las rayas horizontales ensanchan.



ESTAMPADOS

En este caso, se apuesta por todos aquellos inspirados en la naturaleza de todo tipo, desde frutas como piñas, mariposas, peces; estampados tropicales como palmeras, etcétera. Desde estampados más llamativos a menos, e incluso los estampados de camuflaje o geométricos.

2015

Especificaciones productivas



2015

Maquinaria

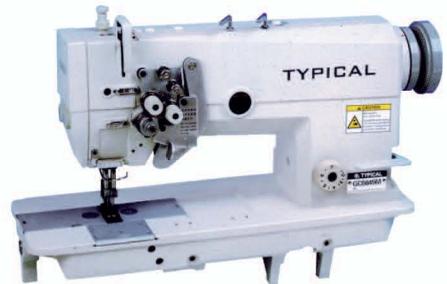


<http://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-622535728->

OVERLOCK 4 HILOS

Características: cuatro hilos, alimentación diferencial y cambio de puntada automático.

Usos: para costuras en la unión de piezas, sistema de agujas 81*1 velocidad máxima 600 puntadas por minuto.



<http://www.sewingmachinechina.es/B-8450b.html>

MÁQUINA DE COSTURA DE 2 AGUJAS

Características: alineación por dientes y agujas acompañantes.

Usos: unión del elastano a la prenda de forma flexible y resistente.

Material necesario para la fabricación



TELA

Tela 100% poliéster, es una microfibra repelente resistente e inarrugable, suave el tacto y tiene la característica de que el tejido es hidrófobo (no absorbente). Elegimos esta tela por sus atributos y porque es ideal para el proceso de sublimado.



FORRO

Forro de malla politejido 80% Poliéster 20% Elastano.

Es una tela suave al tacto y flexible a la vez, puede adaptarse a la forma del cuerpo. La malla politejida permite una buena transpiración y un secado rápido.



RESORTE

Resorte 100% elastano debe de tener un grosor de 40 a 50 mm.

Es de elastano, es ideal porque repele el agua.

y sus características (Hombres)



OJILLOS

Pieza metálica troquelada de 10 mm. Se utiliza en la parte de la jareta para reforzar la tela y evitar desgarres y en las bolsas traseras para que el agua se filtre y no se retenga dentro de ésta.

Es metálico con un acabado electroquímico (capa galvanizada de zinc) que evita la corrosión.



HILOS

Se utilizan hilos de alta tenacidad de nylon ó tipo 400T hechos de fibras sintéticas; cuentan con propiedades deseadas tales como alta tenacidad, resistencia a la abrasión y resistencia a químicos. Tampoco se ven afectados significativamente por la humedad, podredumbre, moho, insectos o bacterias.



JARETA

Cuerda trenzada de 6 mm en un granete de poliéster de alta tenacidad sin alma, con una gran resistencia al agua y al roce.

Tiene un tratamiento especial anti rayos ultravioleta que la hace muy resistente a los rayos solares.



Temporada

Primavera - verano

Colección

2015

Fecha

05/04/15

Material

- Tela 100% poliéster
- Forro de malla poli tejido 80% Polyester 20% Elastano
- Resorte 100% elastano 40 mm de ancho
- Ojillo de 10 mm
- Hilos de alta tenacidad de nylon 6 tipo 400T
- Cuerda trenzada de 6 m/m en un granele de poliéster

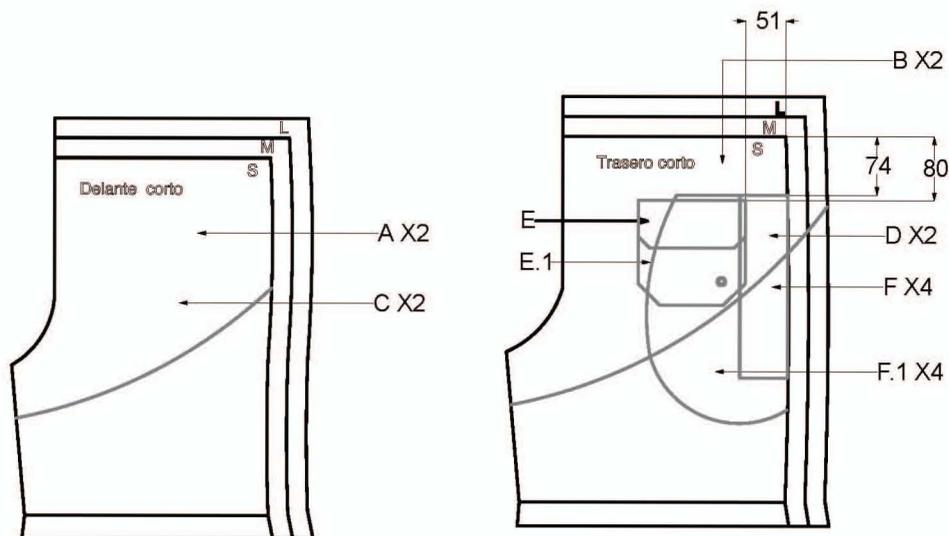
Descripción

Parte delantera y trasera

Talla / no.

S, M, L

Patrones



Proveedor(es)

Royal, Dialnet, Departextil, GISF.

No. de piezas requeridas

18 piezas

No. de piezas requeridas

- | | |
|------------------------------|--------------------------------|
| Pieza A: X2 (Tela poliester) | Pieza D: X2 (Forro) |
| Pieza B: X2 (Tela poliester) | Pieza E: X1 (Tela poliester) |
| Pieza C: X2 (Forro) | Pieza E.1: X1 (Tela poliester) |
| | Pieza F: X4 (Tela poliester) |
| | Pieza F.1: X4 (Forro) |

Especificaciones

- Unión Tela Poliester
- Unión de primera pieza A con A.
- Unión de segunda pieza B con B
- Unión de primer pieza A con pieza B
- Costura de cadeneta simple de A Y B con resorte
- Union de pieza C Y D con puntada de cadeneta simple
- Union de piezas A y B con C y D con cadeneta doble



Temporada
Primavera - verano

Colección
2015

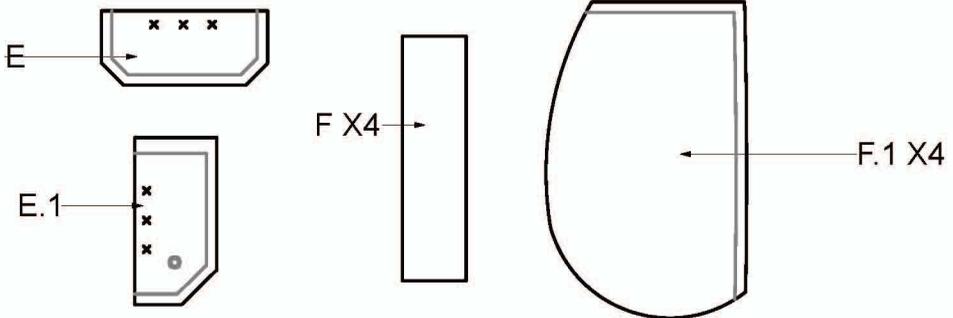
Fecha
05/04/15

Material
-Tela 100% poliéster
-Forro de malla poli tejido 80%
Poliéster 20% Elastano
-Resorte 100% elastano 40 mm de
ancho
-Ojillo de 10 mm
-Hilos de alta tenacidad de nylon
ó tipo 400T
-Cuerda trenzada de 6 m/m en un
granete de poliéster

Descripción
Bolsas trasera y
laterales

Talla / no.
N/A

Patrones



Proveedor(es)

Royal, Dialnet, Deportextil, GISF.

No. de piezas requeridas

10 piezas

No. de piezas requeridas

Pieza E: X1 (Tela poliéster)
Pieza E.1: X1 (Tela poliéster)
Pieza F: X2 (Tela poliéster)
Pieza F.1: X2 (Forro)

Especificaciones

Dobles de pieza E con costuras ocultas y acabado de cadeneta doble
Unión de pieza E a pieza B lado derecho acabado cadeneta doble
Dobles de pieza E.1 para unir a pieza B lado derecho acabado cadeneta doble
Unión de piezas F costura cadeneta sencilla.
Unión de F con F.1, cadeneta sencilla
Unión de F y F.1 a a piezas C Y D para bolsas acabado costura cadeneta doble.



Temporada
Primavera - verano

Colección
2015

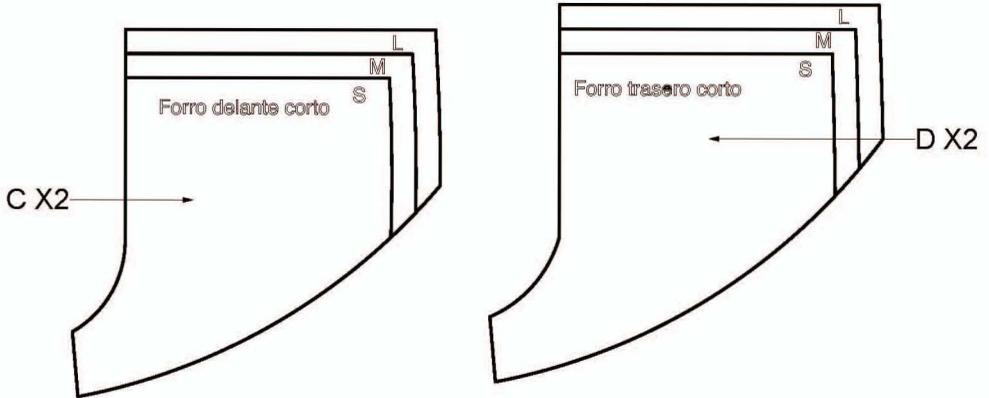
Fecha
05/04/15

Material
-Tela 100% poliéster
-Forro de malla poli tejido 80%
Poliéster 20% Elastano
-Resorte 100% elastano 40 mm de
ancho
-Ojillo de 10 mm
-Hilos de alta tenacidad de nylon
6 tipo 400T
-Cuerda trenzada de 6 m/m en un
granete de poliéster

Descripción
Forro

Talla / no.
S, M, L

Patrones



Proveedor(es)

Royal, Dialnet, Deportextil, GISF.

No. de piezas requeridas

10 piezas

No. de piezas requeridas

Pieza C : X2 (Forro)

Pieza D: X2 (Forro)

Especificaciones

Unión de piezas C con costura de cadenera sencilla

Unión de piezas D con costura de caneta sencilla

Costura de piezas C y D con resorte

Unión de Piezas C y D con piezas A y B

¿Cuál es el traje de baño ideal según tu tipo de cuerpo?

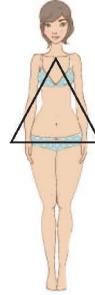
RELOJ DE ARENA



TRIÁNGULO INVERTIDO



TRIÁNGULO

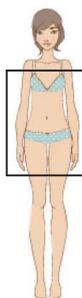


Es la silueta casi perfecta, es la más armónica en cuanto a proporciones (cintura, pecho y caderas). Aquí puedes arriesgarte, queda cualquier estilo y recorte, aunque se sugiere optar por bikinis que maten la figura. También lucen increíbles los calzones a la cintura estilo pin up.

Si tu espalda es ancha o tienes mucho busto y poca cadera, los cortes de baño que te quedan son los cutouts o estampados y a la cintura. La parte de arriba debe ir con mucho soporte, como las varillas o los cortes cruzados que enmarquen el pecho. Evita los tops triangulares pequeños. Este cuerpo es tradicional en las nadadoras con hombros marcados.

Las caderas son más anchas que el busto y la espalda. Toma en cuenta que las partes de arriba van con mucho detalle como estampados, olanes, dibujos y el soporte debe ser push-up para resaltar la zona del pecho. El complemento de abajo puede ser liso o estampado para haga la ilusión de adelgazar las caderas.

RECTANGULAR



Se caracteriza por tener alineados los hombros y las caderas, además de la cintura poco definida. Aquí se apuesta por los diseños que marquen la cadera como un trikini o laterales con tonos que contrasten en el frente. El aliado básico para este tipo de cuerpo son los calzones de talle bajo y el busto realzado.

OVALADO-CÍRCULO



Este tipo de cuerpo es talla extra en su mayoría. Sugiere que los cortes en las piernas sean bajos, plisados y holgados para disimular panza y rayas laterales para estilizar la figura. La parte de arriba del traje debe tener varillas, tirantes gruesos y mucho soporte para levantar el busto. Los colores oscuros son tendencia. Utiliza colores neutros.

Medidas internacionales

<i>Tallas Internacionales de TOP</i>			
	S	M	L
Busto (cm)	84-88	92-96	100-104

<i>Tallas Internacionales de Calzón</i>			
	S	M	L
Cadera (cm)	85-90	90-95	95-100
Pompa (cm)	90-95	95-100	100-105

Éstos son los rangos de medidas que se usan para elegir las tallas basadas en la NORMA Oficial Mexicana, DGN-A-182-1977 talla para ropa (mediciones del cuerpo humano).

Cada marca basada en estas medidas elige sus tallas, por ejemplo:

Marca (1) usa las siguientes medidas:

Top: S (84), M (92) y L(100)

Calzón: S (cadera 85, pompa 90), M (cadera 90, pompa 95) y

L (cadera 95, pompa 100)

Marca (2) usa las siguientes medidas:

Top: S (88), M (96) y L(104)

Calzón: S (cadera 90, pompa 95), M (cadera 95, pompa 100) y

L (cadera 100, pompa 105)

Marca (3) usa las siguientes medidas:

Top: S (86), M (94) y L(102)

Calzón: S (cadera 87, pompa 92), M (cadera 92, pompa 97) y

L (cadera 97, pompa 102)

En los 3 ejemplos sólo se ajusta perfectamente a una medida en específico, lo que significa que dependiendo de tus medidas puede que tu traje de baño esté de 2 a 4 cm desajustado.

Investigación de campo								
Nombre	Nacionalidad	Edad	Busto (cm)	Talla Top	Cadera (cm)	Pompa (cm)	Talla Calzón	Estatura (m)
Emma	Francesa	25	85	S	86	93	S	1.63
Valeria	Mexicana	24	92	M	88.5	93	S	1.56
Stella	Francesa	24	97	N/A	98	105	L	1.71
Clara	Francesa	26	87	S	88	101	S/L	1.73
Inés	Francesa	25	85	S	86	97	S/M	1.66
Daniela	Mexicana	25	91	N/A	81	98	N/A M	1.6
Isabel	Mexicana	24	88	S	80	89	N/A S	1.6
Natalia	Mexicana	25	91	N/A	90	93	S	1.63
Lita	Mexicana	26	89	N/A	82	94	N/A S	1.61
Lorena	Mexicana	28	87	S	85	93	S/M	1.6

En la tabla anterior se muestran las medidas de 10 chicas de nacionalidad francesa y mexicana de edades entre 24 y 28 años.

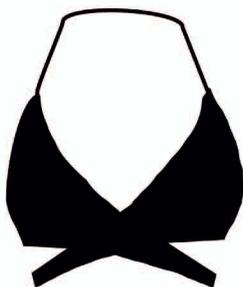
Ahí vemos que de las 10 chicas 8 no coincide la talla del top con la del calzón, también de 8 sus medidas no coinciden con ninguna talla, por lo que para ellas puede llegar a variar el ajuste más de 4 cm.

La combinación de saber tus medidas y el tipo de cuerpo que tienes hacen la perfecta combinación para elegir correctamente tu traje de baño.

Comparación SAGO y Bari

SAGO

OTRA MARCA (BARI)



Modelo: Isabel
Medidas:
Busto: 88
Cadera: 90

Bari tiene 5 tallas que son: XS, S, M, L, XL, pero tiene la restricción de no poder mezclar las tallas. Por lo que según las medidas la talla en Bari de top es S y de calzón es XS, sin embargo tiene que adquirir el traje de baño en tallas S.

Medidas y talla que usa Bari:
Medidas / Tallas:
Top: (86.5 / 89cm) S
Calzón: (90 / 93cm) XS

SAGO



OTRA MARCA (BARI)



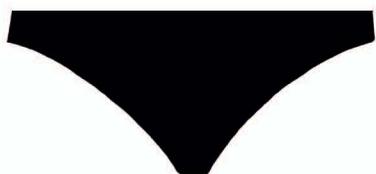
En la parte de enfrente se puede observar como en Bari el busto no tiene el soporte, ya que se ve separado y un poco abajo en comparación de SAGO.

En la parte de atrás en el traje de baño de SAGO tiene 2 cintas una más ancha que la otra lo que hace que visualmente alargue y adelgace su espalda.

SAGO



OTRA MARCA (BARI)

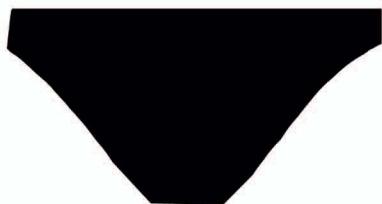


En el calzón compré la talla S que es una talla más grande a la suya, como se puede ver en las fotos el traje de baño de Bari es más grande que el de SAGO. Lo que se comprueba en las imágenes donde se comparan los patrones.

SAGO



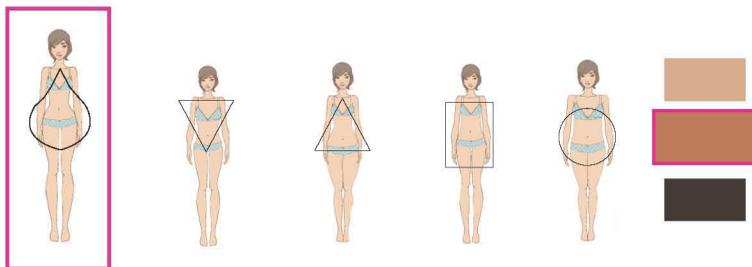
OTRA MARCA (BARI)



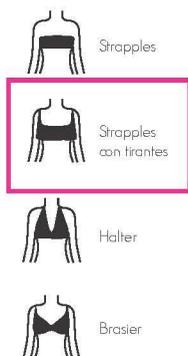
Las fotos están tomadas a la misma distancia, el mismo ángulo y no hubo alteraciones físicas. Así como las imágenes de los patrones se encuentran en la misma escala.

Diseña tu traje de baño

I. ¿CUÁL ES TU TIPO DE CUERPO Y TU TONO DE PIEL?



2. ESCOGE TU TOP



3. ESCOGE TU CALZÓN



4. ELIGE EL COLOR

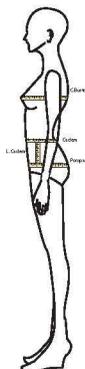
CALZÓN



TOP



5. DANOSTUS MEDIDAS



Estatura: 1.65 cm
 C.Busto: 87 cm
 C.Cadera:98 cm
 Pompa: 105cm

6. RESUMEN DE COMPRA

Traje escogido	Color	Medidas	Precio
		Estatura: 1.65 cm C.Busto: 87 cm C.Cadera:98 cm Pompa: 105cm	Top: \$370
			Calzón: \$400
			Total: \$750

Diagrama de proceso de diseño



- Comparación de tendencias
Duración: 1 Semana



- Se elige una tendencia
Duración: 4 días



- Producción

Patrones aprobados



- Prototipo de trajes de baño basado en los patrones
Duración: 3 semanas

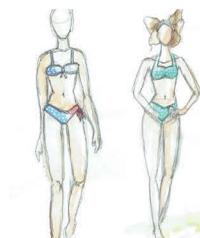


- Patrones no aprobados





- Bocetos de propuestas
Duración: 4 días



- Selección de diseños basados en los bocetos
Duración: 2 días



- Compra de materia prima y elección de telas
Duración: 2 días

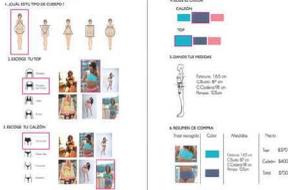


- Elaboración de patrones
Duración: 2 semanas

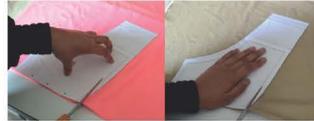


Diagrama de Proceso de Producción

Diseña tu traje de baño



● Recibimos el pedido
via internet



● -Hacer patrón
-Corte de tela y forro
Duración: 30min por traje de
baño



Envío



● Empaque
Duración: 5 min por traje
de baño



● Etiquetado
Duración: 5 min por
traje de baño



- Primera costura de tela, forro y liga con máquina recta
Duración: 12 min por traje de baño



- Segunda costura con máquina overlock
Duración: 10 min por traje de baño



- Costura de acabado con máquina recta
Duración: 15 min por cada traje de baño



Acabados aprobados



- ☐ Acabados (cortar los hilos salidos) revisar que no falte ninguna costura
Duración: 5 min por traje de baño



- Costura faltante



Acabados no aprobados

Estudio Organizacional

- Logo Inicial
- Logo Definitivo
- Manual de Identidad Corporativa
- Registro de Marca
- Tipo de Sociedad
- Estatuto

2011

Primer logo



POR
ALEJANDRA MANRIQUEZ SARABIA
Diseñadora Gráfica
Logo utilizado sólo durante el 2011

En la búsqueda de la identidad de nuestra marca nos topamos con un aspecto determinante: el logo, es decir, cómo se proyecta la empresa, los valores que se le atribuyen, lo que los usuarios perciben y la sensación que evocaría ver nuestro logo, este sería nuestro primer acercamiento con los clientes. Se pensó elegir un logotipo, un isotipo, un imagotipo o un isologo. Analizando las propuestas se llegó a la conclusión de que un imagotipo sería la mejor opción porque así tendríamos un conjunto icónico-textual por separado, trabajando uno independiente del otro, lo que nos facilita su uso en cuanto al envasado y etiquetado del producto.

Para la creación del logo contactamos a la diseñadora gráfica Alejandra Manríquez quien creó el primer logo de SAGO.

El logo en primera instancia tenía que representarnos y en segunda el mercado tenía que empatizar con él. A través de lo que sería nuestro imagotipo se buscó reflejar la frescura que viene de la playa. La palmera era para nosotros este objeto icónico, al mismo tiempo, coincidentemente, es el significado de la palabra "sago" (Se le conoce como *Cycas Revoluta* árbol relacionado a los coníferas, proveniente de climas tanto tropicales como de subtropical). Este se ve relacionado inmediatamente con la playa y con nuestro producto.

El color rosa se planteó ya que los trajes de baño que confeccionamos eran únicamente para mujeres y la finalidad es reflejar la feminidad que representa este color, con el color azul representamos el mar y el amarillo representa los rayos del sol, el verde representa la extracción de la naturaleza. El logo simboliza la diversión que caracteriza a la juventud, la frescura de la playa y la libertad. La fuente era tipo cursiva, ésta representaría el movimiento característico de las olas del mar.

2012

Logo definitivo



POR
ALEJANDRA MANRIQUEZ SARABIA
Diseñadora Gráfica
Logo utilizado a partir del 2012

2012

Proceso de diseño



El nombre de la empresa está basado en las primeras sílabas de los apellidos de las socias de la empresa, de ahí se tomo el concepto para el logotipo pero en lugar de utilizar las sílabas, se utilizó solo la primera letra de cada apellido "S" y "G". Utilizando un gráfico formado por dos medios círculos que juntos forman las dos letras. Con 4 puntos en cada extremo del gráfico que significan las características principales de la empresa; Diseño, Innovación, Comodidad y Exclusividad. Los colores utilizados para el logo son: magenta (C: 0 M: 96 Y: 0 K: 0) y verde (C: 27 M: 0 Y: 100 K: 0) El tipo de letra institucional es San-serif, Century Gotic, ya que sugiere juventud y es de fácil lectura y en el tipo de letra auxiliar, es Opticon One1, por ser moderna ya que su mercado meta son jóvenes.



***Manual de
Identidad
corporativa***

Tipografía Institucional
 Century Gotic
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890
 !"#\$%&/()=?¡¿

Tipografía Institucional
 Opticon One1
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890
 !"#\$%&/()=?¡¿

Universo Tipográfico



C: 0
 M: 96
 Y: 0
 K: 0

C: 27
 M: 0
 Y: 100
 K: 0



Guía de Color



Aplicación de la imagen Gráfica

Podrá ser utilizada para la papelería básica interna o en otras aplicaciones donde sea necesario.

La imagen gráfica a color se utiliza para la papelería básica externa y otras aplicaciones.



Aplicación de Mínimos

Para que permanezca visible la identidad, la aplicación mínima de la escala del símbolo debe ser de 2cm de altura por 2cm de ancho. Esta reducción de diseño es para aplicaciones varias, como promocionales.

Límite Virtual

El límite virtual es la referencia para respetar los espacios que rodea a la identidad gráfica, permitiendo la aplicación correcta. La retícula es la guía para aplicaciones como bordados y rotulaciones.



Restricciones

- No Modificar la tipografía institucional ni auxiliar.
- No Modificar los colores.
- No cambiar las proporciones del tamaño.
- Utilizar en fondos oscuros y fondo blanco.
- No modificar la composición.

Aplicaciones

En la papelería básica siempre está presente el logotipo en; tarjetas de presentación, hoja membretada, sobre oficio y carpeta así como en las aplicaciones varias. En el diseño de las aplicaciones se agregaron elementos del logotipo, siempre manteniendo familiaridad entre todas las aplicaciones. La tipografía utilizada es la Institucional, Century Gothic.

Hoja Membretada y Sobre Oficio



Tarjetas de Presentación

Frente



Vuelta



9cm

Etiquetas y Empaques



Carpeta



2012

***Registro de la marca Sago
Trajes de Baño ante el
Instituto de Propiedad
Industrial , IMPI .***

2012



SOLICITUD DE REGISTRO O PUBLICACIÓN DE SIG

(Antes de llenar el formato, sírvase leer las consideraciones generales a)

Por la presente se solicita:

(Marque sólo una opción)

- Registro de Marca
- Registro de Marca Colectiva
- Registro de Aviso Comercial
- Publicación de Nombre Comercial

Uso exclusivo
Delegaciones y Subdelegaciones Federales
de la Secretaría de Economía.

Instituto Mexicano de
la Propiedad Industrial
MARCA

Expediente: 1317950
Folio: 0196273
FECHA: 17/10/2012 HORA: 13:16
DENOMINACIÓN:
SAGO TRAJES DE BAÑO Clase: 8.1879E



Sello, Fecha y hora de presentación,
No. de folio de entrada.

I. DATOS DEL (DE LOS) SOLICITANTE(S)

01) Nombre MARTÍNEZ SARABIA ANGÉLICA, GONZÁLEZ GARZÓN DIANA

02) Nacionalidad (es): MEXICANA

03) Domicilio del primer solicitante (calle, número y colonia): FRANCISCO VILLA MZ.69 LT7 TORRES DEL POPTRE. DELEGACION ALVARO OBREGON

Población y Estado: DISTRITO FEDERAL
Código postal: 01840 País: MEXICO

04) Teléfono (clave):* 0445526596483 Correo-e:* TRAJESSAGO@HOTMAIL.COM

II. DOMICILIO PARA OÍR Y RECIBIR NOTIFICACIONES

05) Calle, número y colonia:
EDUCACION PUBLICA#39 COLONIA FEDERAL. DELEGACION VENUSTIANO CARRANZA

Población y Estado: DISTRITO FEDERAL
Código postal: 15700

06) Teléfono (clave):* 0445543372159 Correo-e:* TRAJESSAGO@HOTMAIL.COM

07) Tipo de Marca: Nominativa Innominada Tridimensional Mixta

08) Fecha de primer uso: 01 / 03 / 2010 No se ha usado:

09) Clase: 2 | 5 10) Productos o servicios, en caso de Marca o Aviso Comercial / Giro preponderante, en caso de Nombre Comercial:
PRODUCTO: TRAJES DE BAÑO

Continúa en anexo

11) Denominación: (Solo marcas mixtas con denominación)
SAGO TRAJES DE BAÑO

13) Leyendas y/o figuras no reservables:
(Sólo en caso de Marca).
Continúa en anexo

14) Ubicación del establecimiento:
Domicilio (calle, número y colonia):
Población y Estado:
Código Postal: País:

15) Prioridad reclamada:
(Sólo en caso de Marca o Aviso Comercial presentado en el extranjero)
País (Oficina) de origen: Número: Fecha de Presentación
Día | Mes | Año



Bajo protesta de decir verdad, el firmante manifiesta que los datos asentados en esta solicitud son ciertos y que en caso de actuar como mandatario, cuenta con facultades para llevar a cabo el presente trámite.

Martinez Sardo Angales
Nombre y firma del solicitante o su mandatario

MEXICO D.F A 17 DE OCTUBRE DEL 2012
Lugar y fecha

Consideraciones generales para su llenado:

- Los datos contenidos en la presente solicitud y sus documentos anexos son de carácter público. Los rubros marcados con un asterisco * son datos opcionales.
 - Este formato es de distribución gratuita. Se autoriza su libre reproducción, siempre y cuando este no sea alterado y sea presentado impreso su anverso (Página 1) y reverso (Página 2) en una sola hoja de papel blanco y en tamaño oficial.
 - Debe llenarse en idioma español, preferentemente a través del Sistema Asistido de llenado de Solicitudes de Registro de Marca, Aviso Comercial y Solicitud de Publicación de Nombre Comercial (SOLIMARNET) disponible en www.impi.gob.mx. No obstante, podrá llenarse por otros medios, siempre que la solicitud sea legible. La información de la solicitud debe ser requistada toda por el mismo medio, sin tachaduras ni enmendaduras.
 - El formato de solicitud por duplicado, redactado en idioma español, debidamente requisitado y firmado en todos sus ejemplares, así como sus documentos anexos, deben presentarse en la Coordinación Departamental de Recepción y Control de Documentos de la Dirección Divisonal de Marcas del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, con domicilio en Arenal # 550, Piso 2, Pueblo Santa María Tepepan, Delegación Xochimilco, C.P. 16020, México, D.F., con horario de atención de 9:45 a 16:00 horas de lunes a viernes o en la ventanilla de las Oficinas Regionales del IMPI o las Delegaciones o Subdelegaciones Federales de la Secretaría de Economía.
 - También podrá remitirse la solicitud por correo, servicios de mensajería u otros equivalentes o, en su caso, presentarse por transmisión telefónica facsimilar, en los términos previstos en el artículo 5o. del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial.
 - Los documentos anexos redactados en idioma distinto al español deberán acompañarse de la traducción correspondiente.
 - Los documentos anexos provenientes del extranjero, cuando proceda, deberán acompañarse de la legalización o, en su caso, apostilla correspondiente.
- Por la presente se solicita: En el recuadro correspondiente marque con una "X" la solicitud que desea presentar.
- 1.- DATOS DEL (DE LOS) SOLICITANTE(S): Añote los datos completos de la persona que será, en su caso, titular de la Marca, Aviso Comercial ó Nombre Comercial.
- 7) Tipo de Marca: Marque el recuadro que corresponda al tipo de Marca: NOMINATIVA. - (denominación) cuando se deseen registrar elementos literales, así como una o varias palabras desprovistas de todo diseño; INNOMINADA. - (diseño) si se desea registrar una figura, diseño o logotipo desprovisto de todo elemento literal; TRIDIMENSIONAL. - (forma tridimensional) cuando se desea registrar el empaque, envoltura o envase del producto en tres dimensiones, o MIXTA. - si se desea registrar la combinación de cualquiera de las anteriores, (por ejemplo: denominación y diseño; denominación y forma tridimensional; diseño y forma tridimensional; denominación, diseño y forma tridimensional).
- 8) Fecha de primer uso: Señale la fecha a partir de la cual el signo distintivo se ha venido usando en forma inintermittente. En caso contrario, marque el recuadro correspondiente a "No se ha usado".
- 9) Clase: Cuando se conozca, anote en el recuadro el número de la clase a que corresponden los productos o servicios para los que se solicita el registro; para tal efecto, puede consultar el Listado de productos y servicios de la Clasificación de Productos y Servicios para el registro de las Marcas (Clasificación de Niza) vigente, disponible en www.impi.gob.mx.
- 10) Producto(s) o servicio(s): SI LA SOLICITUD ES DE REGISTRO DE MARCA O MARCA COLECTIVA, especifique el o los productos o servicios que se protegen, SI SE SOLICITA EL REGISTRO DE AVISO COMERCIAL, anote el o los productos o servicios que se anuncian con el mismo. SI SE TRATA DE LA PUBLICACIÓN DE UN NOMBRE COMERCIAL, anote el giro preponderante del respectivo establecimiento. En el caso de que dicho espacio resulte insuficiente, deberá indicarse en un anexo.
- 11) Denominación: Solo en caso de Marcas Mixtas, deberá indicar la denominación que desea proteger en exclusiva y que aparece en la etiqueta correspondiente.
- 12) Signo distintivo: Se entenderá que el solicitante se reserva el uso exclusivo de la Marca, tal y como aparezca en este recuadro. En caso de ser marca nominativa, deberá plasmar en este recuadro la denominación que ampara sin tipografía estilizada y en color negro. En el caso de Marcas Innominadas o Mixtas adhiera en el recuadro la etiqueta con las medidas reglamentarias, no mayores de 10 cm x 10 cm, ni menores de 4 cm x 4 cm y en caso que contenga Denominación esta deberá coincidir con la plasmada en el rubro 13). Para Marcas Tridimensionales adhiera en el recuadro correspondiente la impresión fotográfica o el dibujo en los tres planos (anchura, altura y profundidad) con las medidas reglamentarias no mayores de 10 cm x 10 cm, ni menores de 4 cm x 4 cm.
- 13) Leyendas y figuras no reservables: Solo en caso de Marcas Innominadas, Tridimensionales o Mixtas, indique las palabras y/o figuras que aparezcan en el ejemplar del signo distintivo solicitado y que conforme a la Ley de la Propiedad Industrial no pueden ser de uso exclusivo, por ejemplo: Hecho en México, Talla, Ingredientes, Peso, Registro de Salud, etc.
- 14) Ubicación del establecimiento: En caso de haber señalado fecha de primer uso deberá indicar el domicilio del establecimiento o negocio relacionado con el signo distintivo solicitado. En el Nombre Comercial y señalo de la ubicación del establecimiento es obligatorio.
- 15) Prioridad reclamada: En caso de contar con Derecho de Prioridad, deberá indicar los datos de la misma.
- Domicilios señalados en la solicitud: Deberá señalarse de manera completa y precisa los domicilios que indique en la solicitud, incluyendo el Código Postal y el asentamiento en donde se ubique el domicilio bajo la denominación que sea conocido, por ejemplo: Colonia, Pueblo, Municipio, etcétera.
- Las resoluciones, requerimientos y demás actos del Instituto se notificarán a los solicitantes por correo certificado con acuse de recibo al domicilio que hubiesen señalado al efecto. También podrán notificarse personalmente en el domicilio señalado, en las oficinas del Instituto o por publicación en la Gaceta, en términos del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial.
- Los datos consistentes en Teléfono y Correo electrónico contenidos en el presente formato son opcionales y tiene por objeto el facilitar un medio de contacto entre el solicitante y los usuarios interesados en la solicitud en trámite.
- Nombre y firma del solicitante o su mandatario: Añote el nombre completo de una sola persona, ya sea el solicitante o su mandatario, quien deberá firmar la solicitud. En caso de que el titular sea una persona moral, deberá proporcionar únicamente el nombre y firma de la persona física que esté actuando en su representación.
- Continúa en anexo: Marque con una "X" sólo en caso de que sea necesario usar una hoja anexa para completar la información requerida.

Trámite al que corresponde la forma: Solicitud de Registro de Marcas, Avisos Comerciales y Publicación de Nombres Comerciales.

Número de Registro Federal de Trámites y Servicios: IMPI-01-001, IMPL-01-002, IMPI-01-003, IMPI-01-004

Fecha de autorización de la forma por parte de la Dirección General Adjunta de Propiedad Industrial del IMPI: 2-VII-2012.

Fecha de autorización de la forma por parte de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria: 10-VII-2012

Fundamento jurídico-administrativo:
Ley de la Propiedad Industrial. Arts. 6 fracción III, 87-90, 93, 96, 98, 99-119, 121-128 y 179-183 (D.O.F. 27-VI-91, reformas D.O.F. 2-VIII-94, 25-X-96, 26-XII-97, 17-V-99, 26-I-04, 16-VI-05, 25-I-06, 06-V-09, 05-II-10, 18-VI-10, 28-VI-10 y 27-I-12).
Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial. Arts. 5-7, 16, 17, 53, 56-61 y 87 (D.O.F. 23-XI-94, reformas D.O.F. 10-IX-02, 19-IX-03 y 10-VI-11).
Acuerdo por el que se da a conocer la Tarifa por los servicios que presta el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Arts. 14a, 14c y 14e (D.O.F. 23-VIII-05, reformas D.O.F. 28-XII-95, 10-XII-96, 2-V-97, 4-V-98, 23-II-99, 11-X-00, 17-X-01, 13-XI-01, 24-XII-01, 27-II-02, 14-III-02, 14-XI-02, 04-II-03, 8-X-03, 27-X-04, 23-III-05, 15-I-07, 1-VI-09, 10-VIII-09, 24-VIII-09, 1-X-10 y 10-V-11).
Acuerdo que establece las reglas para la presentación de solicitudes ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Arts. 11 y 34 (D.O.F. 14-XII-94, reformas D.O.F. 22-III-99, 14-XII-00, 20-VI-03, 11-VII-03, 18-II-10, 2-IV-10 y 10-1-12).
Acuerdo por el que se establecen reglas y criterios para la resolución de diversos trámites ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Arts. 19-26. (D.O.F. 9-VIII-04).
Acuerdo por el que se dan a conocer los horarios de trabajo del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Art. 1. (D.O.F. 31-III-99, reforma D.O.F. 20-1-11).

- Documentos anexos:
- Comprobante de pago de la tarifa (original y copia).
 - Reglas de uso (sólo en caso de Marca en copropiedad o Marca Colectiva).
 - Documento que acredita la personalidad del mandatario (original o copia certificada) o, en su caso, copia simple de la constancia de inscripción en el Registro General de Poderes del IMPI.
 - Fe de hechos en caso de Nombre Comercial en la que el fedatario público incluya nombre del titular, giro y ubicación del establecimiento, así como una fotografía de la fachada donde se ostenta el Nombre Comercial.
 - Hoja adicional complementaria a los puntos 10) y 13).

Tiempo de respuesta: El plazo de primera respuesta es de 4 meses por lo que respecta al examen de forma y de 6 meses por lo que respecta al examen de fondo. Aplica la positiva ficta al examen de forma. No aplica la negativa ni la positiva ficta al examen de fondo.

Número telefónico para quejas:
Órgano Interno de Control en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial
5524-04-12 o 13 (directo) 5524-04-00 (conmutador)
Extensiones: 11237 y 11231. Fax: 5624-04-35
Correo electrónico: quejas@impi.gob.mx

Para cualquier aclaración, duda u/o comentario con respecto a este trámite, sírvase llamar al Sistema de Atención Telefónica a la Ciudadanía-SACTEL a los teléfonos: 20002000 en el D.F. y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario al 01-800-FUNCION (386-2486) o desde Estados Unidos y Canadá al 1-800-475-23-93.

Número telefónico del responsable del trámite para consulta: 53-34-07-00 en el D.F. y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario 01-800-570-58-60, exteniones 10180 y 10181, o bien, consultar la página en Internet: www.impi.gob.mx

CONTRATO DE COPROPIEDAD EMPRESARIAL QUE CELEBRAN, POR SU PROPIO DERECHO, LOS CIUDADANOS ANGELICA MARTINEZ SARABIA, EN LO SUCESIVO "COPROPIETARIO A", DIANA GONZALEZ GARZON, EN LO SUCESIVO "COPROPIETARIO B". BAJO EL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLÁUSULAS:

DECLARACIONES : I.- Manifiesta el "COPROPIETARIO A":

- 1) Que es mayor de edad, con capacidad legal para contratar, de nacionalidad MEXICANA y con domicilio ubicado en FRANCISCO VILLA, MANZANA 69, TORRES DEL POTRERO, DELEGACION ALVARO OBREGON, C.P. 01840
- 2) Que entre otros, se dedica a la comercialización de productos innovadores de diseño industrial.
- 4) Que en virtud de que los "COPROPIETARIO B" se dedican a la misma actividad que ella, desea explotar dicha negociación mercantil, conjuntamente con los copropietarios de referencia.
- 5) Que es su voluntad establecer las reglas que deberán regular el funcionamiento de la copropiedad.

II.- Manifiesta el "COPROPIETARIO B":

- 1) Que es mayor de edad, con capacidad legal para contratar, de nacionalidad mexicana y con domicilio ubicado en EDUCACION PUBLICA, NUMERO 39, COLONIA FEDERAL, DELEGACION VENUSTIANO CARRANZA, C.P. 15700
- 2) Que entre otros, se dedica a la comercialización de productos innovadores de diseño industrial.
- 4) Que en virtud de que los "COPROPIETARIO A" se dedican a la misma actividad que ella, desea explotar dicha negociación mercantil, conjuntamente con los copropietarios de referencia.
- 5) Que es su voluntad establecer las reglas que deberán regular el funcionamiento de la copropiedad.

Tipo de sociedad que se llevaría a cabo en caso de registro

CAPÍTULO XIV DEL DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN Y ADICIONAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES MERCANTILES .

De la sociedad por acciones simplificada
Capítulo derogado DOF 11-06-1992. Capítulo adicionado con denominación reformada DOF 14-03-2016

Artículo 260.- La sociedad por acciones simplificada es aquella que se constituye con una o más personas físicas que solamente están obligadas al pago de sus aportaciones representadas en acciones. En ningún caso las personas físicas podrán ser simultáneamente accionistas de otro tipo de sociedad mercantil a que se refieren las fracciones I a VII, del artículo 1o. de esta Ley, si su participación en dichas sociedades mercantiles les permite tener el control de la sociedad o de su administración, en términos del artículo 2, fracción III de la Ley del Mercado de Valores.

Los ingresos totales anuales de una sociedad por acciones simplificada no podrá rebasar de 5 millones de pesos. En caso de rebasar el monto respectivo, la sociedad por acciones simplificada deberá transformarse en otro régimen societario contemplado en esta Ley, en los términos en que se establezca en las reglas señaladas en el artículo 263 de la misma. El monto establecido en este párrafo se actualizará anualmente el primero de enero de cada año, considerando el factor de actualización correspondiente al periodo comprendido desde el mes de diciembre del penúltimo año hasta el mes de diciembre inmediato anterior a aquel por el que se efectúa la actualización, misma que se obtendrá de conformidad con el artículo 17-A del Código Fiscal de la Federación. La Secretaría de Economía publicará el factor de actualización en el Diario Oficial de la Federación durante el mes de diciembre de cada año.

En caso que los accionistas no lleven a cabo la transformación de la sociedad a que se refiere el párrafo anterior responderán frente a terceros, subsidiaria, solidaria e ilimitadamente, sin perjuicio de cualquier otra responsabilidad en que hubieren incurrido.

ESTATUTO DE SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA

En la Ciudad de México, a los 24 días del mes de Mayo del año 2017, la C. ANGÉLICA MARTINEZ SARABIA y la C. DIANA GONZALEZ GARZÓN, ambas de nacionalidad Mexicana, con domicilios en la ciudad de México, declaran previamente al establecimiento y a la firma de los presentes ESTATUTOS, haber decidido constituir una sociedad por acciones simplificada (SAS) denominada, SAGO TRAJES DE BAÑO SAS., para realizar cualquier actividad civil o comercial lícita, por término indefinido de duración, con un capital suscrito de \$30,000.00, dividido en 2 acciones ordinarias de valor nominal de \$15,000.00 cada una, que han sido liberadas en su totalidad, previa entrega del monto correspondiente a la suscripción al representante legal designado y que cuenta con un único órgano de administración y representación, que será el representante legal designado mediante este documento.

Una vez formulada la declaración que antecede, las suscritas establecen los estatutos de la sociedad por acciones simplificada que por el presente acto se crea.

ESTATUTOS

ART. 1o—Forma.

La empresa que por este documento se constituye es una sociedad por acciones simplificada (SAS), de naturaleza comercial, que se denominará SAGO TRAJES DE BAÑO SAS., regida por las cláusulas contenidas en estos estatutos, en la Ley General de Sociedades Mercantiles y en las demás disposiciones legales relevantes y vigentes.

En todos los actos y documentos que emanen de la sociedad, destinados a terceros, la denominación estará siempre seguida de las palabras: "sociedad por acciones simplificada" o de las iniciales "SAS". Las personas físicas que constituyen la presente sociedad son las que a continuación se señalan:

1. Angélica Martínez Sarabia, de nacionalidad mexicana y con domicilio en calle Francisco Villa número 7, colonia Torres de Potrero, delegación Álvaro Obregón, C.P. 01840, Ciudad de México.
2. Diana González Garzón, de nacionalidad mexicana y con domicilio en calle Educación Pública no. 39, colonia Federal, delegación Venustiano Carranza CP15700, Ciudad de México.

ART. 2o—Objeto de la sociedad .

La sociedad tendrá como objeto principal:

1. Realizar actividades de diseño, distribución y comercialización de ropa y accesorios.
- La sociedad podrá además, realizar cualquier otra actividad económica lícita, tanto en México como en el extranjero, de cualquier naturaleza, que esté relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

ART. 3o—Razón Social o denominación

La razón social de la sociedad es SAGO TRAJES DE BAÑO SAS.

ART. 5o—Importe del Capital Social Autorizado.

El capital autorizado de la sociedad es de \$ 71,472.29 dividido en dos acciones de valor nominal de \$35,736.14 cada una.

Las acciones serán nominativas y deberán ser inscritas en el libro que la sociedad lleve conforme a la ley. Mientras que subsista el derecho de preferencia y las demás restricciones para su enajenación, las acciones no podrán negociarse sino con arreglo a lo previsto sobre el particular en los presentes estatutos y en la Ley General de Sociedad Mercantiles.

ART. 6o Aportación de los socios

Cada socio aportará un importe equivalente al 50% del capital social autorizado de la sociedad.

ART. 7o— Domicilio.

El domicilio principal de la sociedad será el ubicado en Cerro del Aire 23, Colonia Romero de Terreros, Delegación Coyoacán, en la Ciudad de México y su dirección para notificaciones judiciales será el antes mencionado.

La sociedad podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la asamblea general de accionistas.

ART. 8.—Órganos de la sociedad.

La sociedad tendrá un órgano de dirección y administración denominado asamblea general de accionistas conformado por todas las socias y accionistas de la presente sociedad. Además, contará con un representante legal.

ART. 9.—Asamblea general de accionistas.

La asamblea general de accionistas la integran él o los accionistas de la sociedad, reunidos con arreglo a las disposiciones sobre convocatoria, quórum, mayorías y demás condiciones previstas en estos estatutos y en la ley.

Cada año, dentro de los tres meses siguientes a la clausura del ejercicio, el 31 de diciembre del respectivo año calendario, el representante legal convocará a la reunión ordinaria de la asamblea general de accionistas, con el propósito de someter a su consideración las cuentas de fin de ejercicio, así como el informe de gestión y demás documentos exigidos por la ley.

La asamblea general de accionistas tendrá, las funciones previstas en la ley, las contenidas en los presentes estatutos y en cualquier otra norma legal vigente.

La asamblea será presidida por el representante legal y en caso de ausencia de éste, por la persona designada por él o los accionistas que asistan.

Los accionistas podrán participar en las reuniones de la asamblea, directamente o por medio de un poder conferido a favor de cualquier persona natural o jurídica, incluido el representante legal o cualquier otro individuo, aunque ostente la calidad de empleado o administrador de la sociedad.

Los accionistas deliberarán con arreglo al orden del día previsto en la convocatoria. Con todo, los accionistas podrán proponer modificaciones a las resoluciones sometidas a su

ART. 10.—Convocatoria a la asamblea general de accionistas. La asamblea general de accionistas podrá ser convocada a cualquier reunión por ella misma o por el representante legal de la sociedad, mediante comunicación escrita dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles.

ART. 11.—Actas.

Las decisiones de la asamblea general de accionistas se harán constar en actas aprobadas por ella misma, por las personas individualmente delegadas para el efecto o por una comisión designada por la asamblea general de accionistas. En caso de delegarse la aprobación de las actas en una comisión, los accionistas podrán fijar libremente las condiciones de funcionamiento de este órgano colegiado.

En las actas deberá incluirse información acerca de la fecha, hora y lugar de la reunión, el orden del día, las personas designadas como presidente y secretario de la asamblea, la identidad de los accionistas presentes o de sus representantes o apoderados, los documentos e informes sometidos a consideración de los accionistas, la síntesis de las deliberaciones llevadas a cabo, la transcripción de las propuestas presentadas ante la asamblea y el número de votos emitidos a favor, en contra y en blanco respecto de cada una de tales propuestas.

ART. 12.—Representación Legal.

La representación legal de la sociedad por acciones simplificada estará a cargo de una persona natural o jurídica, accionista o no, quien no tendrá suplentes, designado para un término de un año por la asamblea general de accionistas.

Las funciones del representante legal terminarán en caso de dimisión o revocación por parte de la asamblea general de accionistas, de deceso o de incapacidad en aquellos casos en que el representante legal sea una persona natural y en caso de liquidación privada o judicial, cuando el representante legal sea una persona jurídica.

La cesación de las funciones del representante legal, por cualquier causa, no da lugar a ninguna indemnización de cualquier naturaleza, diferente de aquellas que le correspondieren conforme a la ley laboral, si fuere el caso.

La revocación por parte de la asamblea general de accionistas no tendrá que estar motivada y podrá realizarse en cualquier tiempo.

Toda remuneración a que tuviere derecho el representante legal de la sociedad, deberá ser aprobada por la asamblea general de accionistas.

ART. 13.—Facultades del representante legal.

La sociedad será gerenciada, administrada y representada legalmente ante terceros por el representante legal, quien no tendrá restricciones de contratación por razón de la naturaleza ni de la cuantía de los actos que celebre. por lo tanto, se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad.

El representante legal se entenderá investido de los más amplios poderes para actuar en todas las circunstancias en nombre de la sociedad, con excepción de aquellas facultades que, de acuerdo con los estatutos, se hubieren reservado los accionistas. en las relaciones frente a terceros, la sociedad quedará obligada por los actos y contratos celebrados por el representante legal.

Le está prohibido al representante legal y a los demás administradores de la sociedad, por sí o por interpuesta persona, obtener bajo cualquier forma o modalidad jurídica préstamos por porte de la sociedad u obtener de parte de la sociedad aval, fianza o cualquier otro tipo de garantía de sus obligaciones personales.

ART. 14.—Ejercicio social. Cada ejercicio social tiene una duración de un año, que comienza el 1o de enero y termina el 31 de diciembre. En todo caso, el primer ejercicio social se contará a partir de la fecha en la cual se produzca el registro mercantil de la escritura de constitución de la sociedad.

ART. 15.—Disolución. La sociedad se disolverá:

1°. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social;

2o. Por la iniciación del trámite de liquidación judicial;

3o. Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único;

4°. Por orden de autoridad competente, y

5o. Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito.

ART. 16.—Liquidación.

La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado en la Ley General de Sociedades Mercantiles. Actuará como liquidador el representante legal o la persona que designe la asamblea de accionistas.

Los accionistas constituyentes de la sociedad han designado en este acto constitutivo, a Emiliano Montes de Oca Téllez Rojo, identificado con el documento de identidad No. 309641681, como representante legal de SAGO.SAS, por el término de 1 año.

Emiliano Montes de Oca Téllez Rojo, participa en el presente acto constitutivo a fin de dejar constancia acerca de su aceptación del cargo para el cual ha sido designado, así como para manifestar que no existen incompatibilidades ni restricciones que pudieran afectar su designación como representante legal de SAGO.SAS.

Los artículos del presente documento conforman los estatutos de la empresa.

Las socias y accionistas lo firman en la Ciudad de México a los 24 días del mes de Mayo de 2017.



ANGÉLICA MARTÍNEZ SARABIA



DIANA GONZÁLEZ GARZÓN

(Autenticar en Notaria.)

2011

**-Inicio del
Proyecto
-Primera
Temporada**



*Inicio del
Proyecto*

Al inicio del proyecto nos guiamos por nuestra experiencia como usuarios. A partir de ello decidimos realizar una investigación de campo (resultado encuestas mujeres pág. 13) con nuestras clientes potenciales (amigas y familiares); el 45% no es la misma talla de busto que de calzón, el 90 % quisiera personalizar su traje de baño, ya sea eligiendo la tela y/o el corte; cabe mencionar que el 30% hacía énfasis en tener cierta incomodidad de mostrar su cuerpo con los trajes de baño que tienen.

Esta información fue punto clave para investigar sobre las marcas líderes en México y lo que ofrecían, al conocer más sobre las distintas marcas nos dimos cuenta que ninguna está diseñada especialmente para mexicanas. Uniendo los resultados de ambas investigaciones se concluyó que las mujeres no se sienten cómodas con los trajes de baño ya que no hay una marca que cubra las necesidades que las mexicanas requerimos.

Nuestro punto de innovación sería en torno a la comodidad, para lograr esto decidimos producir trajes de baño a la medida. Por ello les pedíamos a nuestros clientes que siguieran los siguientes pasos:

- Escoger uno de nuestros modelos.
- Escoger la tela de su preferencia, basándose en los bocetos o en las fotografías.
- Mandamos el diseño que eligió, por inbox, junto con: sus medidas de busto, cadera y pompa (y en caso necesario de requerir alguna otra medida se la solicitaríamos).

El proceso de fabricación del traje se estableció de la siguiente manera:

- A partir de la elección del modelo, las medidas del cliente y la selección de la tela del traje de baño se le da un precio.

Al aceptar el costo del mismo, el cliente debe de depositar en una cuenta bancaria el 50% del costo del traje de baño, estableciendo una fecha específica de entrega, al momento de confirmarse el depósito se procede a elaborar el traje, el cual se le notifica que el mismo ha quedado terminado, para lo cual deberá de hacer el segundo depósito de liquidación del mismo y de acuerdo a las especificaciones que el cliente estableció. En caso de que el cliente radique fuera de la Ciudad de México, se le enviará el traje por paquetería, y si vive dentro de la Ciudad de México se le entregará directamente en su domicilio.

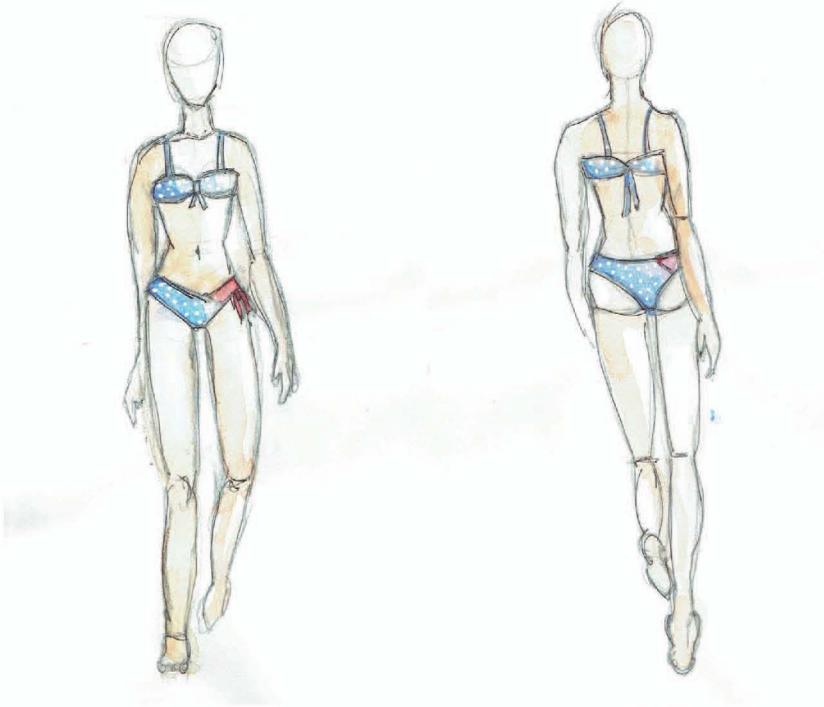
2011

Primera temporada



Por falta de presupuesto determinamos que la primer temporada sería elegida mediante las ventas que se realizarán por internet (redes sociales). Para lograrlo hicimos una serie de bocetos mostrando diversas propuestas de trajes de baño, con las cuales nuestros clientes elegían la que más les gustaba, nos contactaban por mensaje directo, se agendaba una primera cita para tomar medidas y darnos ya sea por depósito o efectivo la mitad del precio del traje de baño, para posteriormente agendar una segunda cita donde nos liquidarían el traje de baño y se entregaría el mismo.

2011



Éstos fueron los primeros trajes de baño que realizamos año y medio antes de entrar a la carrera, por lo que no seguíamos ninguna tendencia, ni tampoco teníamos una estructura clara de la logística de cómo se producirían.

Se vendieron 15 trajes de baño con un precio de \$450.00 a \$500.00 MX, con lo que se recuperó la inversión inicial en un periodo aproximado de 4 meses.

2012

**-Segunda
Temporada
-Primer Sesión
Fotográfica**



2012

Segunda temporada

Teniendo el conocimiento básico del patronaje, realizamos diversos modelos de trajes de baño, simplemente se cumplían nuestras exigencias y las de nuestros clientes, como:

- Cubrir o no cubrir ciertas partes del cuerpo.
- Usar determinadas telas estampadas o lisas para acentuar algunas partes del cuerpo.
- La elección de telas de acuerdo al tono de piel.
- Uso de push-up.

Sin tener un enfoque marcado o un mercado a quien dirigirlo. Uno de nuestros grandes aprendizajes fue la producción, llevamos a cabo una investigación acerca de los requerimientos de los trajes de baño, como la maquinaria. En un inicio contamos con máquinas caseras, después con máquinas industriales.

Después de visitar varias maquilas conocimos al señor Antonio Gómez, quien tiene un taller pequeño y que por sus 40 años de experiencia se volvió nuestro asesor de producción. Nos explicó que existen diversas máquinas industriales, algunas especializadas en las telas que tienen elastano como la overlock la cual realiza la costura con 2, 3, 4 y 5 hilos dependiendo del tipo de puntada que se quiera, estas máquinas reducen el tiempo de producción, agilizando el proceso. En ese momento no se contaba con el suficiente capital para comprar maquinaria industrial especializada para telas que tienen elastano, así que utilizamos las máquinas comunes industriales, aprendimos a calibrarlas para darle el uso que se necesitaba. La manera de hacerlo es ajustando la tensión de los hilos, midiendo el tamaño de la puntada y la presión que se ejerce contra la tela.

No tenemos medidas estas variantes, lo que nos permitía calibrar las maquinas era un constante ejercicio de prueba y error.

2012

Primera sesión fotográfica



2012



Fotografía: Balam Garcés Esparza
Modelo: Verónica Calvo Guzmán

Experimentamos con los diferentes diseños, por lo que todos los trajes varían en el tipo de corte, combinación de colores, accesorios, estampados, entre otros, como se puede apreciar en las fotos. Todo lo anterior con el fin de que nuestras clientas tuvieran varias opciones y vieran qué tipo de corte les queda mejor de acuerdo a su cuerpo.

2013

- Concurso Clara Porset
- Concurso CIDI
- Simulacro Empresarial
- Tercera Temporada
- Segunda Sesión Fotográfica
- Primer Pasarela

2013



Concurso Clara Porset

Objetivo: Promover entre las estudiantes y profesionales de la licenciatura de diseño industrial, la excelencia en la realización de proyectos de diseño de objetos y productos útiles, originales y capaces de satisfacer necesidades del ser humano.

Temática: Podrán participar los proyectos de productos cuya forma o apariencia externa, sea original e innovadora y refleje aspectos de nuestra identidad cultural, sin detrimento de sus cualidades y valores de uso.



Modelo: Carolina Reséndiz

Propuesta

Qué es: Traje de baño

Objetivo: Enaltecer y preservar nuestra hermosa tradición del día de los muertos.

Descripción del diseño: Para la creación de este traje de baño se utilizaron telas de colores contrastantes que se usaron en la vestimenta de la catrina o en el papel picado. La parte frontal del traje de baño tiene un elemento principal, es la representación de papel picado que enmarca al mismo tiempo el cuello. Esta fue la abstracción de la vestimenta de la catrina.

En la parte posterior del traje de baño, retomamos la característica principal del papel picado que es la alta densidad de los huecos dejados en él.

Esta fue la inspiración que nos llevó a contrastar dos colores de telas con el color de la piel.

2013

Concepto



<https://es.pinterest.com/pin/305400418457296207/>

EJE PRINCIPAL VERTICAL

Colores contrastantes sólidos energéticos, constante juego de volúmenes con un cambio de textura con bordados y accesorios, gráfico surrealista. Se representa “en los huesos” alegre, vestimenta elaborada, divertida, coqueta y seductora. Nos da sentido de identidad de cultura y la asociamos con el placer de vivir ante la inminencia de la muerte.

2013

Día de Muertos



<http://proyectopuente.com.mx/2016/11/01/cono->

SOMBRERO

Los diferentes colores de las amapolas representan los 13 colores del maíz teotihuacano. Las plumas de avestruz representaban la nobleza indígena.

EL MAQUILLAJE

Aporta los rasgos definitivos de su personalidad. Marca las órbitas oculares, los orificios nasales y las mandíbulas articuladas al cráneo, que expresa, con sus pelados dientes, impresiones sarcásticas.



<http://www.bancodeimagenesgratis.com/2014/10/dia->

COLORES PREDOMINANTES

Naranja, morado, amarillo, rosa mexicano, rojo y verde.

Garigoleados y seccionados.



<https://thiscosanostra.wordpress.com/2015/11/02/>

2013



2013

CONCURSO CIDI

En el 2013 lanzamos una convocatoria de diseño de trajes de baño para los alumnos del CIDI, institución de la cual recibimos todo el apoyo.

Agradecemos la participación de la D^a. Marta Ruiz quien supervisó todo el concurso. Este concurso les brindó a los alumnos ganadores la oportunidad de ver sus ideas en productos reales, y a nosotros nuevos diseños para nuestra tercera temporada.

2013



Créditos: Erendira Martínez (Bocetos inferiores)
Brenda Becerril (Boceto superior derecho)

2013



Ganadores: Francisco Morales

Miguel Diaz

Requisitos para el concurso de SAGO Trajes de Baño:

- Ser estudiante de diseño industrial
- Seguirnos en nuestras redes sociales
- Diseñar un traje para hombre o para mujer (lycra)
- Debe ser industrializable
- Elegir uno de estos temas:

- Rockero
- Vintage
- Animal

Entregables

- Tema elegido
- Bocetos de su propuesta
- Patronaje
- Explicación de su diseño

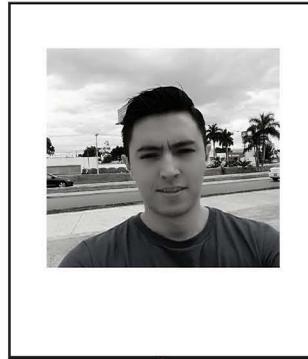
2013

Curso Simulacro Empresarial

INTEGRANTES DEL EQUIPO SAGO



AINNE BERESTAIN
Diseñadora Industrial



CÉSAR HERNÁNDEZ
Mercadólogo

El Simulacro Empresarial BAW es el evento principal del Centro de Negocios e Ingeniería Industrial, tiene como objetivo la realización de nuevas e innovadoras empresas, las cuales cuentan con el respaldo y asesoría del Centro de Negocios e Ingeniería Industrial.

Durante los 6 meses que tiene como duración el BAW, los participantes forman equipos multidisciplinarios y aprenden de la mano de expertos, de manera práctica, las áreas funcionales que tiene una empresa, tales como Administración, Mercadotecnia, Recursos Humanos, Finanzas y Legal.

2013



SARAY REZA

Administradora de empresas



ERNESTO TRUEBA

Economista

Con ayuda de los integrantes se crearon y mejoraron los aspectos de la empresa, tanto administrativos como en el área de mercadotecnia, creando una propuesta de plan de negocios. Obtuvimos el segundo lugar de 8 equipos participantes. Con la ayuda del equipo también llevamos a cabo una visita a una maquila en Tlaxcala en la que se necesitaba una inversión inicial de 50 mil pesos la cual no podíamos cubrir.

Como resultado de este curso realizamos nuestra primera pasarela y una segunda sesión fotográfica.



Modelo: Karen Chamosa

2013

Tercera temporada

Comenzamos a ver aspectos de diseño y concepto al entrar a la carrera de Diseño Industrial, ajustamos patrones existentes de medidas universales a las medidas que nuestras clientas y le dimos un plus a nuestros trajes de baño dando la posibilidad de alternar varias partes con distintas combinaciones de telas, de esta manera nuestros usuarios pueden tener varios trajes de baño con un par de piezas.

Mix and Match



En esta temporada nos enfocamos en la función y en la producción principalmente, iniciamos con la fabricación de trajes con el concepto mix and match tomando como patrón de referencia los strapless y los cortes tipo halter.



Modelo: Karen Chamosa

2013

Segunda sesión fotográfica



Llevamos a cabo esta sesión fotográfica en el taller de fotografía del CIDI. Fue la primera vez que llevamos a cabo una sesión fotográfica a nivel profesional. Evocamos la juventud y la diversión con el uso de posturas de danza y accesorios de malabarismo y de circo.

2013



Modelo Daniela Romero

2013



FOTOGRAFÍA Y VIDEO
POR
ANAID Y AXEL SCARLETT GUZMAN.
Fotógrafo y Camarógrafo



Modelo: Karen Chamosa

2013

Primer pasarela



Modelos: Karen Chamosa , Daniela Romero y Samara Gutierrez

23 de Julio 2013, Av. Aztecas 467, Ajusco, CDMX

Después de estar dentro del simulacro empresarial (Pág. 129) se planificaron varias acciones que harían que nuestro número de ventas aumentará. Una de ellas fue la ejecución de una pasarela donde únicamente se hizo la inversión en la renta de tarima y lo demás fue proporcionado por patrocinadores. Con esta pasarela dimos a conocer la marca y hacer labor de venta dentro del mismo evento. Se logró vender un 50% más que en un día promedio, además se aumentó en un 33% el número de visitas en redes sociales.

2014

**-Cuarta
Temporada
-Segunda
Pasarela
-Revista
Juventud DF**

2014

Cuarta temporada

Continuamos utilizando los cortes más vendidos de la temporada pasada, enfocándonos en las tendencias que existían en ese momento como son: los colores contrastantes y llamativos, combinar telas lisas y estampadas. Gracias a esto se logró un aumento en las ventas del 14% en comparación con la temporada pasada, ya que los clientes perciben una mejora en la estética de los trajes de baño.

Modelo: Carolina Resendiz



4 de Mayo, 2014, Estado de México.

2014



2014

Segunda pasarela



20 de Mayo del 2014, Av. Aztecas 467, Ajusco, CDMX

Llevamos los trajes de baño de los ganadores del concurso que realizamos dentro del CIDI (Pag 125-128). Los ganadores fueron los que realizaron la abstracción de animales tanto del género femenino como del masculino. Los trajes de baño de hombre eran diseños tipo tigt de lycra.

En la pasarela destacan los trajes de baño en matices neón, entre los que sobresale el azul, verde, anaranjado, amarillo y rosa.

Este tipo de tonalidades posee la ventaja de crear un contraste con casi cualquier tipo de piel, resaltando la belleza natural de la misma.

2014



Modelos: Karen Chamosa, Karla Torres, Samara Gutierrez, Alonso Rivas.



Juventud **df**
 Texto: Staff Juventud **df**

En el 2011 antes de salir de la prepa, gracias a un viaje a la playa y con la intención de crear una carpeta para ser aceptado en la universidad y logrando el éxito de serlo, **Angélica Martínez Sarabia y Diana González González** estudiantes de la UNIH, en el Centro de Investigación de Diseño Industrial han demostrado que los sueños sí pueden hacerse realidad.

Elas son creadoras de "SIGO", empresa 100 por ciento mexicana, dedicada a la creación de trajes de baño.

También se dedica a la innovación de diseños que marcan tendencia y vanguardia en el mundo de la moda, teniendo como meta brindar comodidad con diseños únicos y especializados. **¿Cuántas veces te ha pasado que no encuentras un traje de baño a tu medida?**

¡Su imaginación y entrega es su principal producto!

SIGO es la única empresa que te brinda la oportunidad de hacerte uno exactamente a la medida que necesitas y como tú lo quieras, no importa si eres gordita o flaca, SIGO hará que te veas increíble.

Tienen más de 20 diseños

SIGO te ofrecerá el sentirte a gusto contigo misma, es una marca especializada en todas las mexicanas y mexicanas. Angélica y Diana de 21 años de edad nos demuestran que todo es posible, pues son grandes emprendedoras que han llevado su marca más allá de cualquier cosa y que logran extenderse globalmente.

14

15

Revista

Juventud DF

REPORTAJE POR ITZEL GARCÍA

Julio 2014

Número de edición 11

Este reportaje es una pequeña compilación de cómo inició la marca, así como lo que habíamos realizado hasta ese momento.

2015

- Toca
- Trajes de Baño
para Hombre
- Cuarta Sesión
Fotográfica
- Conclusiones

2015



TOCA

Primera Feria/venta de Diseño Universitario, organizada por el Centro de Investigaciones de Diseño Industrial, Time Out México y GASTV.MX. Zacatecas 39, Col.Roma. TOCA busca abrir un espacio para el talento joven del diseño industrial mexicano.

La feria fue un encuentro para la difusión, exhibición y consumo en el que el público pudo acercarse con nosotras y conocer nuestra propuesta de diseño

2015



Fotografías de nuestro stand y la labor de venta/ exposición de nuestros trajes de baño.



2015

Trajes de baño para hombre



Los trajes de baño para hombre no fueron vendidos satisfactoriamente, el número de ventas no cubría la inversión que se hizo inicialmente, por lo cual, se decidió analizar la problemática y dar una solución. Anteriormente teníamos como diseño los trajes de baño tipo tight y optamos por diseñar trajes de baño cortos holgados.

2015

Modelo: Alonso Rivas



Decidimos diseñar el gráfico que llevaría en la tela por lo que el proceso que elegimos para ello fue la sublimación (pág. 61), además de cambiar de tela estas modificaciones llevaron a nuestro producto a ser un producto estrella, se aumentaron un 37% en las ventas mensuales.

2015

Cuarta sesión fotográfica



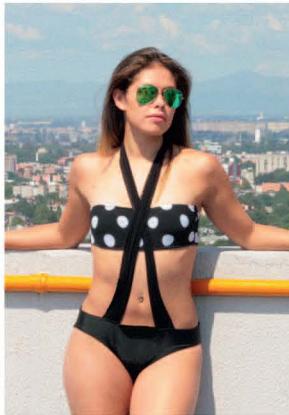
Locación Residencial Polanco

En esta temporada pusimos en práctica el conocimiento adquirido a partir de la experiencia y de lo aprendido a largo de la carrera. Aplicamos los aspectos del diseño industrial que son función, producción, ergonomía y estética. Tomamos en cuenta el confort de cada uno de los trajes de baño, implementando copas normales y push up a los tops (tomando en cuenta la opinión de los usuarios). Ajustamos las medidas en cada uno de los modelos a partir de las opiniones de nuestras compradoras, tomando en cuenta lo que querían disimular y lo que querían resaltar de su figura.

2015



Modelos: Daniela Ochoa y Alonso Rivas



Elegimos colores de telas para todo tipo de piel con opción a ser cambiados a la elección de cada persona. En cuanto a la producción tenemos patrones predeterminados a los cuales hicimos modificaciones y anexamos accesorios. De esta pasarela se dio difusión en Facebook e Instagram con imágenes, textos y videos. En Facebook se aumentaron el número de likes casi un 50%, las visitas a cada fotografía llegaba a 200 visitas, mientras que los videos tienen un alcance de más de 700 reproducciones.

Conclusiones

Después de investigar llegamos a la conclusión de que en el mundo hay diferentes tipos de cuerpos: existen los más armónicos en cuanto a proporciones en cintura, pecho y caderas, los que tienen la espalda más ancha que la cadera, los que tienen la cadera más ancha que la espalda, los que tienen la misma medida tanto en espalda como en la cadera y los que son tallas extras.

Dada la diferencia de cuerpos la industria en todo el mundo ha tenido que estandarizar los patrones separando el tallaje en su mayoría en XS, S, M, L, XL (cada país tiene una manera de representar cada una de estas tallas), existe un rango de medida, normalmente de top es de 4 cm y en calzón de 5 cm con una diferencia entre talla y talla de 4 cm en el caso del top.

En México no existe una marca que haga trajes de baño a la medida, hay marcas en México cuyos puntos fuertes son otros rubros como pueden ser el estampado de telas, patronaje y que algunas si te permiten comprar piezas por separado.

Nuestro punto más fuerte, en comparación con otras marcas mexicanas, es que el cliente está más involucrado en su traje de baño, gracias a que combinamos los tres puntos que nos arrojó el resultado de nuestra encuesta:

El 45 % no tiene la misma talla para el top y para el calzón, por lo que los trajes de baño no pueden venderse de la misma talla en ambos casos.

El 89 % no encuentra trajes con los que se sientan cómodas. Eso es a causa de falta de conocimiento al no identificar su tipo de cuerpo.

Y que al 90% de las mujeres les gustaría poder personalizar su traje de baño. Por lo que les damos la posibilidad de elegir el tipo de corte así como la combinación de colores y el uso de accesorios.

Un traje de baño que tenga 4 cm más o menos de tu medida no va a ajustarte de la manera correcta, es por eso que nosotros proponemos hacer trajes de baño a la medida, hemos comprobado que teniendo el conocimiento del tipo de cuerpo que tiene el cliente, más las medidas exactas, harán que el traje de baño te brinde mayor ajuste, resaltando estéticamente zonas específicas del cuerpo, dándote seguridad y mayor confort.

Nuestro proceso de diseño durante los cinco años de hacer trajes de baño fue cambiando y perfeccionándose a través de un constante prueba y error. Entendemos que el mejor diseño es el que se hace como respuesta a las necesidades de los clientes y adaptar nuestros recursos y conocimiento para resolverlas.

Con la investigación, y el paso del tiempo, perfeccionamos técnicas en el trazo de los patrones pues tenemos más en claro las medidas y los problemas que tienen las mexicanas con los trajes de baño existentes.

SAGO es una empresa viable, ya que se consiguió el retorno de inversión y nos ha generado ganancias desde el segundo año. Con la experiencia de las ventas dentro de las exposiciones/ventas de diseño y las ventas por internet podemos decir que la gente ha aceptado de manera positiva nuestros productos, que les gusta lo que hacemos y, sobre todo, que están felices de tener un traje de baño SAGO, el cual pudieron personalizar y que es específicamente para ellas.

Bibliografía

- Diana Angélica Zamora Najera, Proyecto de inversión para la instalación de una empresa productora de trajes de baño. (tesis para título) UNAM, Facultad de Economía.

-<https://www.infobae.com/tendencias/lifestyle/2016/10/22/decada-por-decada-la-evolucion-del-traje-de-bano-femenino/>

-NORMA oficial Mexicana NOM-A-172-C-1980 Industria Textil

-ASTM D3994 - 14 Standard Performance Specification for Woven Swimwear Fabrics.

-"ABELARDO L. RODRIGUEZ, Presidente Constitucional Substituto de los Estados Unidos Mexicanos," LEY GENERAL DE SOCIEDADES MERCANTILES, Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación publicada DOF 14-03-2016.

-https://sep.gob.mx/work/models/sep1/Resource/f74e29b1-4965-4454-b31a-9575a302e5dd/ley_general_somercantiles.pdf

