





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ARAGÓN

PORTAFOLIOS Y MEMORIA DEL DESEMPEÑO PROFESIONAL QUE
PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN DISEÑO INDUSTRIAL

**EXPERIENCIA PROFESIONAL EN DISEÑO Y
DESARROLLO DE MOBILIARIO COMERCIAL**

Presenta:
Keren Campillo Mendoza

Asesor:
Patricia Herrera Macías

México 2016



DISEÑO

C R E A T I V I D A D .
I D E A S , C R E A R .
B R I E F , R E C O S N T R U I R .
I N N O V A R , R E S T A U R A R .
L E V A N T A M I E N T O .
P L A N O S , R E N D E R .
D E S P I E C E , M E D I C I Ó N .
D I B U J O , P R O D U C C I Ó N .
M A T E R I A L E S , M O N T A J E .
C O T I Z A C I Ó N .
P R O V E E D O R E S .
I M P R E S I Ó N , C A L I D A D .
H E R R A M I E N T A S .
T E X T U R A S , P R O T O T I P O S .
D I S C I P L I N A .
M O B I L I A R I O , T I E N D A S .
E X H I B I D O R E S , A M B I E N T E S .
E V E N T O , E Q U I P O S .
C L I E N T E , T I E M P O .
O R G A N I Z A C I Ó N .
R E S P O N S A B I L I D A D .
C A R A C T E R , A M A R .
C R I T E R I O , T R A B A J O , V I V I R .



AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios que me ha dado todo lo que necesito en esta vida, porque le da valor y sentido a la misma, y porque sin Él, nada fuera. ¡Te amo Dios!.

A mis padres que me han apoyado siempre en mi carrera universitaria y en todos mis proyectos. Gracias papá por tu trabajo, por tu entrega constante día con día para que yo terminara mi carrera. Gracias mamá por tu cariño por tu amor y paciencia conmigo. ¡Los amo!.

A Jorge que es la persona que sostiene mi mano y me da las fuerzas para seguir luchando y aventurarme en esta vida. Gracias por tu amor y entrega, por estar conmigo en cada etapa y proyecto, y porque siempre le das color y alegría a todos mis días. ¡Te amo!.

A mis hermanos por su amor y por su apoyo, a ti Diana por compartir tantos desvelos y pláticas y darme fuerza para no sentirme sola en esas noches.

A la UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO y a todos mis profesores que me instruyeron en mi desarrollo académico y me dieron las bases para desempeñarme en mi vida profesional. ¡Gracias!.

*Todo lo puedo en Cristo que me fortalece.
Filipenses 4:13*



INDICE

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO 1

ESTRUCTURA GENERAL DE LA EMPRESA Y PROCESO DE TRABAJO EN “GM PRODUCCIONES”

1.1	Descripción de la Empresa.	_____16
1.2	Organigrama Empresarial.	_____17
1.3	Descripción general del proceso de diseño.	_____18
1.4	Perfil y competencias.	_____19

CAPÍTULO 2

PORTAFOLIO DE TRABAJO

2.1	Encuadre.	_____22
2.2	¿Qué es un evento corporativo?.	_____24
2.3	Estructura y elementos de un evento corporativo.	_____26
2.4	Fiesta de fin de año Infonavit.	_____28
2.5	Fiesta de fin de año Maya.	_____31

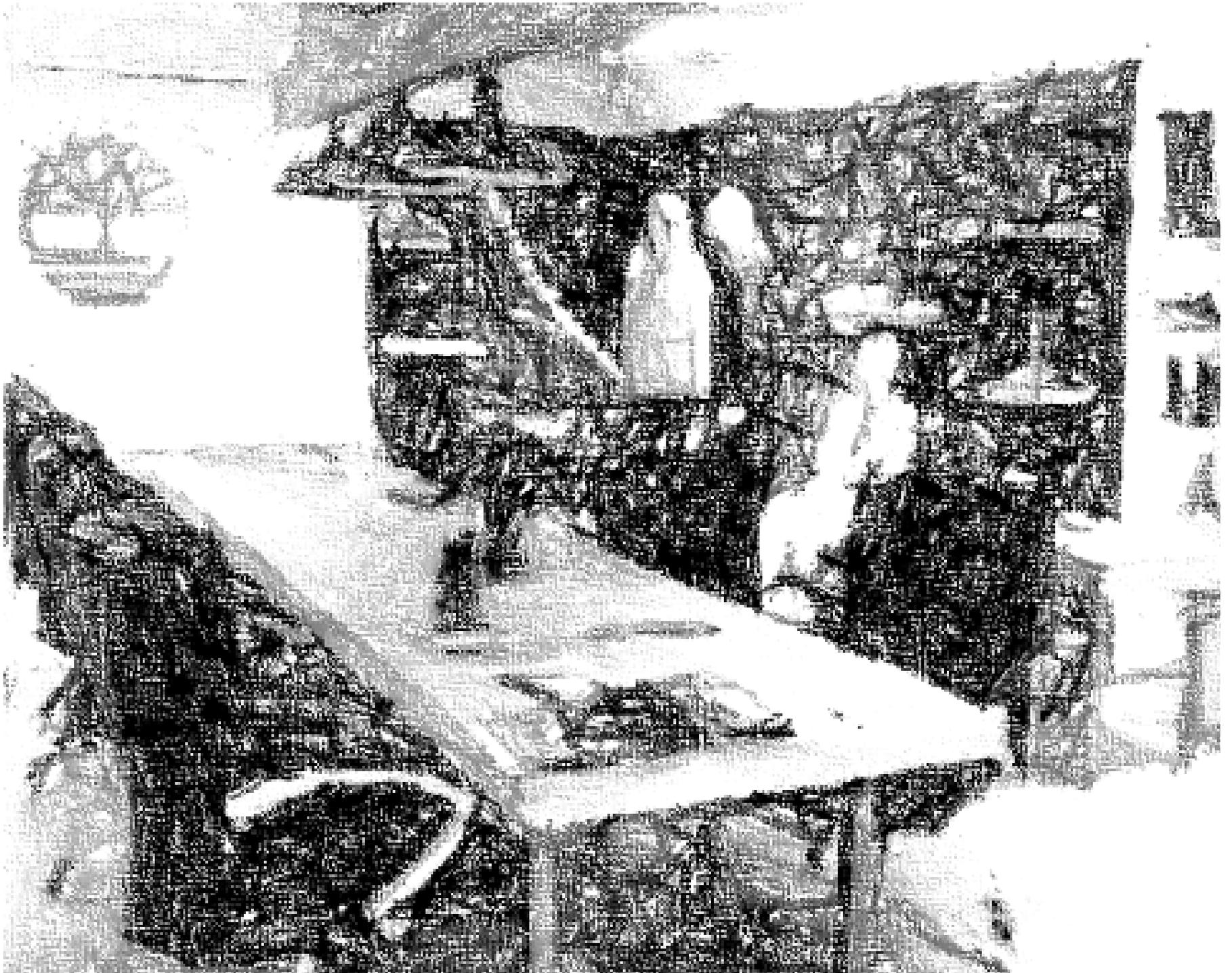
CAPÍTULO 3

ESTRUCTURA GENERAL DE LA EMPRESA Y PROCESO DE TRABAJO EN “GRUPO VFC MÉXICO”

3.1	¿Quién es Grupo VFC?.	_____36
3.2	Descripción conceptual de VFC.	_____38
3.3	Organigrama Grupo VFC.	_____40
3.4	Descripción general del proceso de Diseño.	_____41

CAPÍTULO 4 PORTAFOLIO DE TRABAJO

4.1	Encuadre.	_____44
4.2	Tipos de mobiliario comercial.	_____46
4.3	¿Quién es REEF?	_____48
4.4	Góndola para tienda departamental Liverpool.	_____49
4.5	¿Quién es Timberland?	_____53
4.6	Showroom México.	_____54
4.7	Lanzamiento Timberland en México.	_____59
4.8	Mobiliario para tiendas en México.	_____63
4.9	¿Quién es VANS?	_____69
4.10	Back to School.	_____70
4.11	Corner para tienda departamental Liverpool.	_____74
4.12	Desarrollo del nuevo concepto de Corner.	_____82
4.13	¿Qué es Retail?	_____88
4.14	Tipo de mobiliario para tiendas Retail.	_____89
4.15	Herrajes para tiendas Retail.	_____90
4.16	Desarrollo de Tienda Retail gran Sur.	_____91
CONCLUSIÓN		_____97
ANEXO		_____99



Showroom Timberland México, 2014, Imagen al carbón, imagen 1.

INTRODUCCIÓN

En este documento concentro la experiencia profesional que he adquirido a partir del 2011 en cuatro empresas, de las cuales solo documento dos. La primera de ellas GM Producciones, fundada en el 2011 con sede en Ciudad de México, enfocada en el diseño y producción de eventos corporativos, escenarios y fiestas temáticas. Me incorporé a la empresa en Julio del 2011, con el deseo de desarrollarme en el área de interiorismo y ambientaciones. Durante mi estancia, nació el interés por el diseño de *corners*¹, lo que me motivó a buscar una empresa enfocada en esta área.

La segunda empresa que expongo es Grupo VFC, *Vanity Fair*, fundada en 1899 en Carolina del Norte, Estados Unidos, y con sede en la Ciudad de México. Es una compañía de ropa, calzado y accesorios a nivel mundial. Me incorporé a esta empresa en septiembre del 2012. Parte de las funciones que se me asignaron fue el desarrollo de *corners*, mobiliario y tiendas, así como el trato con los ejecutivos de marcas, que son de origen Estadounidense, en el área de *Trade Marketing*².

Esto determinó mi desarrollo profesional en la búsqueda por adquirir más experiencia y conocimiento en el área, e influyó en los siguientes trabajos.

En GM Producciones y Grupo VFC apliqué los conocimientos que adquirí en la Universidad, como el manejo del volumen y el espacio, la aplicación de materiales, procesos y uso de programas de diseño 2d y 3d, que aporté en cada proyecto de diseño. En mi experiencia profesional aprendí a resolver problemas con los clientes de acuerdo con sus necesidades.

La información esta registrada en cuatro capítulos. En el primero abordo la estructura general de GM Producciones. En el segundo expongo dos de los proyectos más grandes que desarrollé en infraestructura y producción, y en los cuales tuve participación en el montaje y manejo de personal. En el tercer capítulo muestro la estructura general y las marcas con las que colaboré en Grupo VFC, en el capítulo cuatro expongo cada marca y siete proyectos que muestran sus conceptos, su mercado y como lo cubren cumpliendo sus necesidades y requerimientos.

En toda la información realizo un análisis de mi experiencia y aprendizaje por medio de una memoria descriptiva que se compone por diagramas, planos, renders, guías mecánicas, elaborando al final una conclusión.

¹
Corner es un anglicismo, que sirve para normbrar el espacio de una isla comercial, ubicado en el interior de un establecimiento.

²
Trade Marketing es una rama de la mercadotecnia que se ocupa en aumentar la demanda del producto, mediante acciones de ventas y promociones, mejorando los resultados comerciales.

ABSTRACT

The presented document describes the professional experience I have gained since year 2011 in four different companies, from which I am only documenting two. First one is GM Producciones, founded in 2011 in Mexico City. Is focused on design and production of corporate events, scenery and themed celebrations. I started working there in July 2011 with the goal of self-development in the interior design and atmosphere area. During this time I growth had an special interest in *corners*¹ design so I started hunting a company focused in that particular area.

Second company is Grupo VFC, Vanity Fair, founded in 1899 in North Carolina, USA based in Mexico City. This is a clothing, shoe and accessory focused worldwide company. I started working here in September 2012. My roles included corner, furniture and store design as well as interacting with USA brand executives in the *Trade Marketing*² area. This was a key factor on my professional development goals of acquiring more experience and knowledge in the field as well as a precedent in my later jobs.

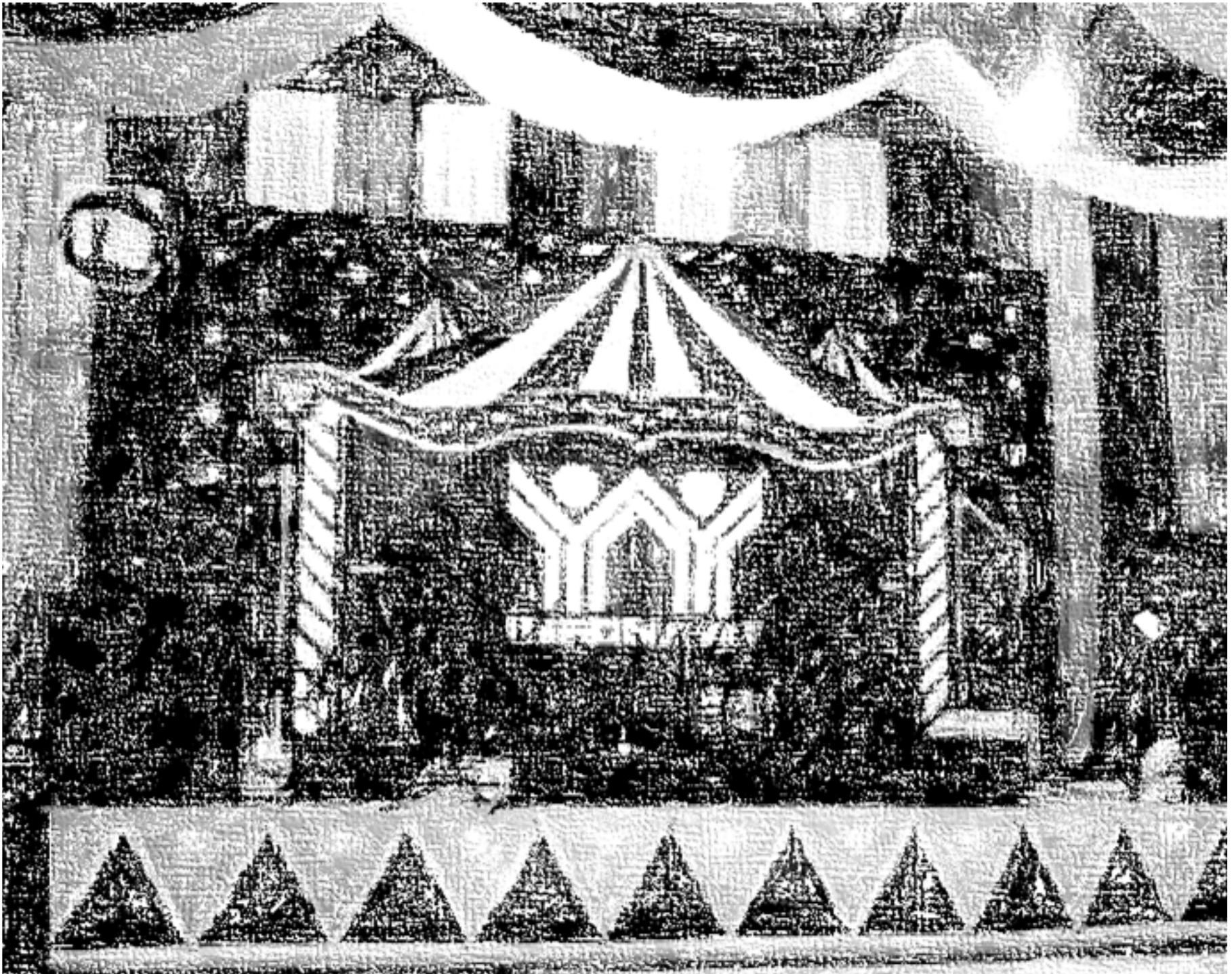
It was in GM Producciones and Grupo VFC that I successfully applied knowledge that I acquired in University such as space and volume management, using materials, and the usage of processing and modeling software. During my professional experience I learned how to troubleshoot problems with clients according to their needs.

Information is presented in four chapters. First one is about the general structure of GM Producciones. In the second I present the biggest two projects I worked for in infrastructure and production for which I participated on assembly and staff management. Third chapter I show the general structure and brands in Grupo VFC. Chapter four is about each brand and seven projects showing their concepts, market and how it was covered by fulfilling their needs and requirements.

A thorough analysis about my experience and acquired knowledge is included as a descriptive memory comprised of diagrams, planes, renders, mechanical guides, accompanied by a conclusion.

¹ Corner is an anglicized, used to name the space of a commercial island, located inside an establishment.

² Trade Marketing is a branch of marketing that deals in increasing demand for the product, by sales actions and promotions, improving trade performance.



ESTRUCTURA GENERAL DE LA EMPRESA Y PROCESO DE TRABAJO “GM PRODUCCIONES”

APRIL GREIMAN³

El diseño debe seducir, educar
y quizás lo mas importante, pro-
vocar una respuesta emocional.

³

APRIL GREIMAN: Diseñadora gráfica y artista, nacida en Estados Unidos en 1948, reconocida por ser de los primeros diseñadores en incorporar el ordenador como herramienta de diseño.

1.1

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.

logo GM Producciones S.A de C.V , 2011, Imagen gráfica, imagen 3



GM Producciones⁴ es una empresa pequeña de origen 100% Mexicano, fundada en la ciudad de México por Gerardo Malagón quien es actualmente el director general. Se dedica al diseño, fabricación y montajes de eventos temáticos, fiestas de fin de año, eventos de integración, escenarios temáticos o corporativos , dirigidos a empresas públicas y privadas.

GM Producciones esta compuesta por cuatro áreas:

- Ventas.
- Finanzas.
- Diseño.
- Producción.

CULTURA EMPRESARIAL

MISIÓN:

Brindar el mejor servicio de eventos que cumplan las necesidades de cada cliente, logrando la mayor rentabilidad para su satisfacción.

VISIÓN:

Ser una empresa lider en el mercado Mexicano en decoración y ambientación profesional de eventos, logrando tener presencia a nivel Nacional.

VALORES:

- Honestidad.
- Compromiso.
- Puntualidad.
- Trabajo en equipo.
- Creatividad y entusiasmo.
- Respeto.

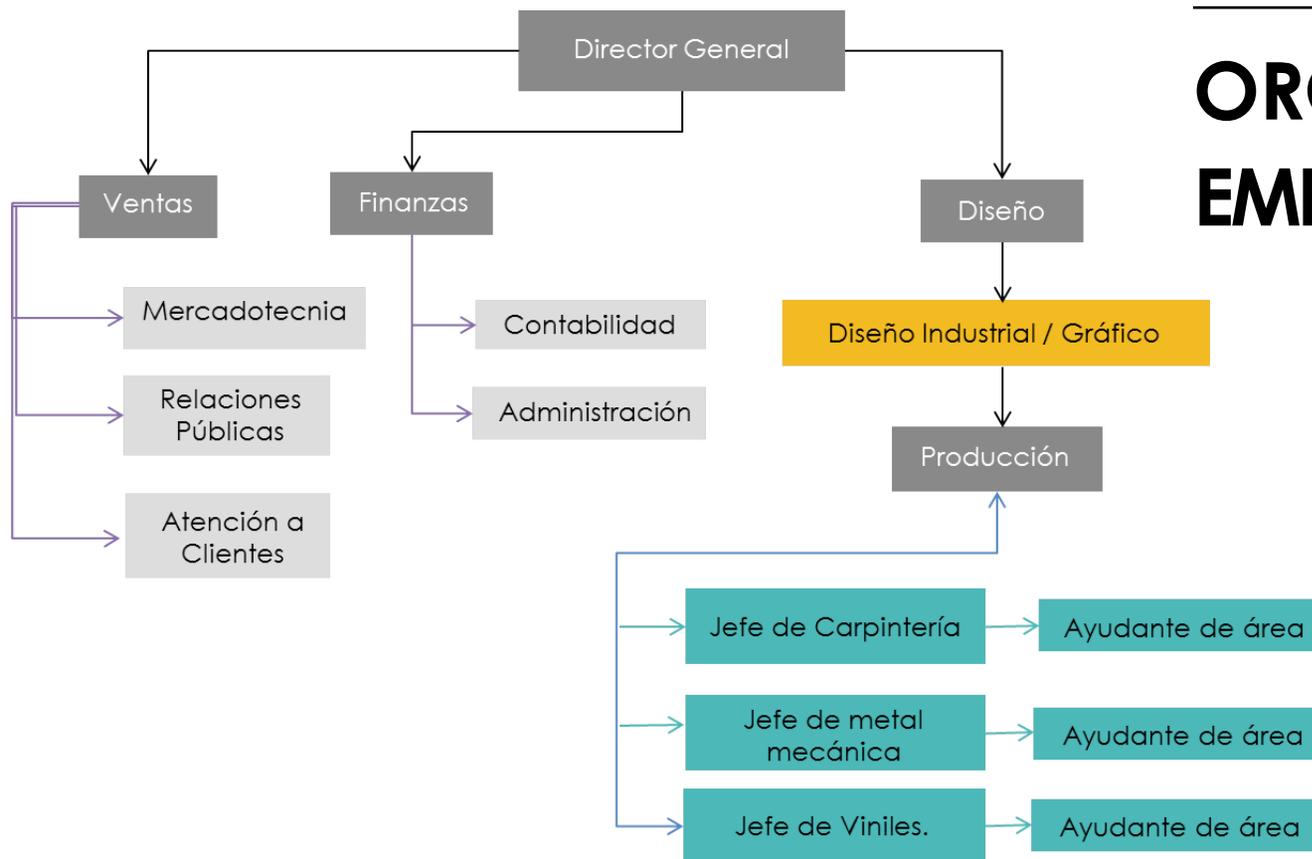
DENOMINACIÓN	Planeación y organización de eventos con Talento.
UBICACIÓN	Economistas no.91 Col. El triunfo, Del. Iztapalapa. México D.f.
EMPLEADOS	25
FECHA DE REGISTRO	2011
TAMAÑO	Micro Empresa
PRODUCTOS PRINCIPALES	Mobiliario efímero, ambientación temática o corporativa.

Cuadro de características generales, 2015, tabla gráfica, imagen 4.

4

[http://gmalagon76.wix.com/gmproducciones-2\(2015, 10 de Febrero\).](http://gmalagon76.wix.com/gmproducciones-2(2015, 10 de Febrero).)

ORGANIGRAMA EMPRESARIAL.



El organigrama empresarial se compone principalmente por el director general Gerardo Malagón quien se dedica a buscar nuevos clientes. Posteriormente esta compuesta por cuatro áreas que en conjunto constituyen la organización y funcionamiento de la empresa.

El área de ventas, esta conformado por los ejecutivos de cuentas, quienes se encargan de dar seguimiento a los nuevos clientes y mantener las viejas cuentas de la empresa, brindando solución a sus necesidades.

El área de finanzas se encarga de mantener estable económicamente a la empresa con salidas y entradas de dinero.

Diseño se conforma por Diseño Industrial que a su vez esta a cargo de la parte gráfica (Consultar cuadro de descripción general del proceso de diseño , pág. 18). Su deber es dar soluciones creativas de eventos corporativos, fiestas temáticas y escenarios, para los clientes. Esta información se pasa al área de producción que se encarga de fabricarla y montarla.

Ventas y diseño trabajan en equipo ya que se debe de estar al tanto de los cambios solicitados por los clientes que se reflejará en la resultado final del evento. Diseño y Producción trabajan de la misma manera, ya que toda la información y cambios del proyecto será proporcionada por diseño.

1.3

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROCESO DE DISEÑO.

El proceso de diseño consistió en los siguientes pasos:

-Se realizaron entrevistas con el clientes para ofrecer los servicios, por medio del área de ventas y el director general.

-Al solicitar un servicio, el cliente realizaba un *brief*⁵ para dar a conocer sus necesidades. Esta información era proporcionada al área de ventas y al director general.

-Al tener un nuevo proyecto, se hacía un *brief* con el director general, ventas y diseño, con toda la información proporcionada por el cliente, para posteriormente dar una propuesta creativa.

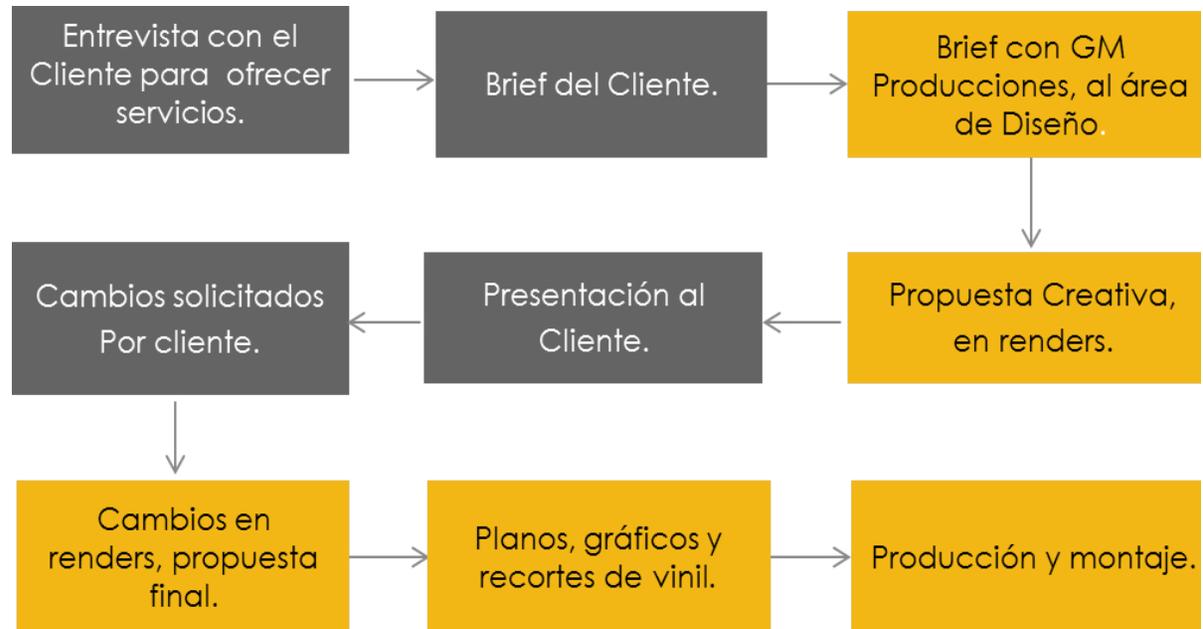
-La propuesta creativa estaba a cargo del área de diseño, y se presentaba por medio de renders, estos eran pasados a ventas para presentarlos al cliente.

-Posteriormente el cliente pedía cambios a la propuesta creativa, esta información la proporcionaba ventas al área de diseño para trabajarlos y dar la propuesta final.

-Al tener la aprobación de los cambios por el cliente, diseño ejecutaba los planos o guías mecánicas para pasar la información al área de producción y comenzar su fabricación.

-Los gráficos si eran corporativos eran proporcionados por el cliente, así como los logos, en formatos jpg, png y vectores.

-Durante el montaje, ventas, diseño y el director general estaban presentes en la operación del evento.



5

"Brief" deriva del término inglés *briefing*, y se define como "asamblea o reunión cuyo fin es el de informar o definir oficialmente el trabajo a realizar y las tareas que incumben a los que participan en el proyecto.

PERFIL Y COMPETENCIAS.

En este punto menciono los programas de diseño que he perfeccionado durante mi tiempo académico y profesional, así como la actitud para dar pronta respuesta a las necesidades y solución en proyectos de diseño. Esto en conjunto me ha desarrollado destrezas para realizar una actividad determinada.

Los siguientes programas de diseño que enlisto, me han ayudado a desempeñar los proyectos a través de un lenguaje visual, por medio de renders y planos en el área de diseño y producción, en las empresas con las que he colaborado.

Paquetería y software:

-Autocad 2d:

Desarrollo de planos técnicos, cortes y trazos de herrajes, levantamiento, construcción de tiendas y *corners* para liverpool.

-3D Max con Vray:

Renders realistas para mobiliario, tiendas, *corners* y eventos corporativos.

-Solid Works:

Desarrollo de Planos técnicos detallados.

-Corel Draw:

Desarrollo de gráficos, vectores, archivos de cortes para acrílicos, metales y archivos de impresión para ploter.

-Adobe Illustrator:

Portafolios, cuadros de planos técnicos, formato de planos, archivos de corte para acrílicos, metales y maderas.

-Manejo y aplicación de diversos materiales como: metal, madera, cerámica, cartón, acrílicos, espumados y materiales para impresión.

-Actitud:

-Iniciativa

-Trabajo bajo presión.

-Fácil aprendizaje.

-Pronta respuesta a clientes.

-Trabajo en equipo.

-Dinámica.

-Asertiva.



Logos de programas de diseño , 2015, imagen gráfica, imagen 5.



PORTAFOLIO DE TRABAJO

WASILY KANDINSKY ⁶

El artista ha de tener algo que decir, pues su deber no es dominar la forma sino adecuarla a un contenido.

6

WASILY KANDINSKY: fue un pintor ruso, precursor de la abstracción en pintura, y teórico del arte. Se considera que con él comienza la abstracción lírica y el expresionismo.

2.1

ENCUADRE

Al empezar a describir y explicar solo dos de los proyectos que tomo como parte de mi desarrollo profesional en "GM Producciones, describo mi cargo, funciones y lo aprendido en la empresa. Me incorporé en julio del 2011 con el cargo de Becaria en diseño industrial, culminó en una contratación de un año dos meses, donde sin ninguna asignación de cargo específico, seguí desarrollándome siendo la única en mi puesto y encargada también del área gráfica.

En la parte gráfica hice los archivos de impresión en programas de diseño como CorelDraw o Adobe Illustrator, que utilizábamos para el *branding*⁷ del evento, logotipos, imagen corporativa, e imágenes decorativas para las ambientaciones. Estuve al pendiente de nuestro proveedor de impresión dando seguimiento, ello implicaba que el material llegará en buenas condiciones y estuviera con las medidas adecuadas para su montaje en los bastidores o mamparas, listas en tiempo y forma.

La producción mas fuerte fué la gráfica, ya que la mayoría de la decoración se tenía en *stock*⁸ y solo era hacer una adaptación y distribución adecuada al espacio en donde se presentaba el evento.

En GM Producciones aprendí hacer decoración con telas, ya que era uno de servicios más solicitados por los clientes.

Las telas podían variar en su color, texturas y gramaje. Para poder decorar un lugar, se usaba comunmente *drapeados*⁹, puntos de fuga o tipo cortina en todo el área perimetral. En el área de Diseño industrial tenía que diseñar la idea creativa del evento temático o escenarios por medio de 3d max, presentando al final renders, para una visualización 3d solicitada por el cliente.

Una parte importante al diseñar eventos, fue trabajar con los conceptos básicos de diseño. Estos me fueron impartidos en mi tiempo académico en las materias de Diseño básico I y II y fueron la base fundamental para las composiciones de un proyecto como: línea, punto, ritmo, color, retícula y módulos. Estos conceptos los apliqué en el juego visual de las telas, la distribución de las mesas, gráficos, y los elementos decorativos que se tenían en stock para fiestas temáticas y en el diseño de escenarios.

⁷ *Branding* es una palabra inglesa utilizada en el campo del marketing.

Resaltar el poder de una marca y diferenciándose de las demás, para causar un impacto único en el mercado. Resalta dichas cualidades que la marca transmite al cliente y que constituyen su fortaleza.

Se representa desde el concepto de la marca, color, imagen, tipografía, y publicidad.

⁸ *Stock* es una palabra inglesa que se usa en español con el sentido de existencias, todo lo referente a los bienes que una persona u organización posee y que sirven para la realización de sus objetivos.

⁹ *Drapeado*. Colocar y marcar pliegues en una tela para generar caída.

El proceso para el desarrollo de un evento, consistió en realizar un registro fotográfico y un levantamiento con medidas generales del lugar. La propuesta de diseño se trabajó en conjunto con el Director General y la ejecutiva de cuentas, esto se hizo generando una lluvia de ideas y dependiendo del evento, se hacían nuevas propuestas para la decoración o se ocupaba material de stock.

Aprendí que al hacer una propuesta de diseño para un evento o escenario, debía tomar en cuenta al hacer el levantamiento, los accesos, estacionamiento, entradas, áreas de descarga, pasillos y puertas de elevadores. Consideré todas las dimensiones, ya que el espacio determinó como debía fabricar mi mobiliario para su instalación.

En el área de producción, apliqué mis conocimientos de materiales y procesos, para dar una solución o realizar algún diseño que el cliente solicitaba. Con los proveedores di seguimiento en las impresiones y que los materiales y medidas de gráficos, así como recortes de vinil estuvieran correctas. Mediante *guías mecánicas*¹⁰ estuve al pendiente de todo el material requerido para los montajes en *Foyer*¹¹, *Plenaria*¹² y *branding*, que se revisaba con el encargado de taller en el área de carpintería y viniles.

En el tiempo laborado desarrolle y aprendí hacer uso del volumen adecuándolo a un espacio (decoración temática), al realizar una interacción entre ambas, logré la adecuada distribución para una buena circulación. Esto con el fin de que el usuario se sintiera identificado en un ambiente con una temática solicitada por nuestro cliente.

10

Guías Mecánicas, Es un instructivo que por medio de gráficos, texto e imágenes, explica una serie de pasos para realizar alguna actividad.

11

Foyer es espacio que sirve de transición a otra sala mayor, para reunirse o pasear que suele haber en teatros, hoteles y edificios públicos. También llamado salón, vestíbulo.

12

Plenaria, es el espacio más grande donde se concentrará la mayor parte de mi decoración y el área principal de la actividad del evento.

2.2

¿QUÉ ES UN EVENTO CORPORATIVO?

En el ámbito empresarial, los eventos sirven para tratar asuntos internos de la empresa, y que estos a su vez sirven para motivación o capacitaciones del personal. Estos eventos pueden tener fines distintos como: lanzamientos de nuevos productos y marcas, eventos de integración, imagen 7, servicios, mejorar el rendimiento laboral, imagen 8, incentivar la fuerza de ventas, imagen 9, conmemorar aniversarios, o fiestas importantes de cada año, imagen 10. La finalidad del evento será realizar un acercamiento entre los integrantes de la empresa y conocerla.

La formalización del evento se representa a través de: exposiciones, exhibiciones, demostraciones, decoración temática, stands, y escenografías, haciendo uso de mobiliario o decoración de breve duración, que estará ubicado en el espacio destinado donde el usuario interactúa con ello, haciendo de esto algo efímero.



Evento de Integración , GM Producciones, 2012, fotografía, imagen 7



Evento Casino , GM Producciones, 2012, fotografía, imagen 8



Evento Construyendo el Futuro , GM Producciones, 2015, fotografía, imagen 9



Fiesta Mexicana 15 de Septiembre , GM Producciones, 2011, fotografía, imagen 10

En estos eventos, el material de stock con el que contaba GM Producciones son los siguientes.:

Imagen 7:

Juego Scrabble impreso en lona y letras en espumado.

Imagen 8:

Mesas de casino y decoración de telas.

Imagen 9:

Iluminación led, reflectores, audio y sonido.

Imagen 10:

Puesto de juegos, tejas, carreta, mamparas con pinturas mexicanas, juegos de feria.

2.3

ESTRUCTURA Y ELEMENTOS DE UN EVENTO CORPORATIVO.

La organización de eventos consiste en el proceso de diseño, planificación y producción de congresos, festivales, ceremonias, fiestas, convenciones u otro tipo de reuniones, cada una de las cuales puede tener diferentes finalidades.

Los pasos para su planificación son:

-Logística

-Diseño: Realizar un levantamiento considerando, área total, alturas, entrada, foyer, área del escenario, plenaria.

-Producción:

El conjunto de gestiones previas al inicio de la reunión y que tienen como objetivo principal la preparación de los recursos y equipos que componen el evento.

-Montaje:

Disposición del equipo y los recursos técnicos, humanos y materiales que se utilizarán en el lugar donde se realizará el evento.

-Ejecución:

Fase en la que, estando los participantes del evento reunidos en el mismo lugar y al mismo tiempo, comparten las actividades planificadas

- Desmontaje:

Orden del equipo para retiro de los materiales y elementos que fueron utilizados en el evento.

-Evaluación de los resultados.

Puntos fundamentales en la decoración de un evento:

Entrada:

Debe tener un impacto visual ya que será lo primero que el usuario verá y lo invita a entrar a un ambiente con un concepto diferente, imagen 11.

Photocall:

Es un espacio destinado para que la gente del evento se tome una foto como recuerdo. El photocall por lo general es un collage del logo corporativo, imagen 12.



Fiesta Carnaval, 2011, fotografía, imagen 11



15 años Claudia, 2012, fotografía, imagen 12

Foyer ó pasillo:

En este espacio se decora o se exhibe de acuerdo a las necesidades, en base al concepto del evento, es una invitación al usuario para entrar en un ambiente o evento destinado hacia un fin, Imagen 13,14.



Moulin Rouge, 2012, fotografía, imagen 13



Evento Cine, 2012, fotografía, imagen 14

Escenario:

Este lugar será destinado a la representación de un espectáculo ante un público, aquí se desarrolla una acción o suceso importante por parte de la empresa. Si la empresa lo pide, el escenario puede ser temático o totalmente corporativo, Imagen 15, 16.



Moulin Rouge, 2012, fotografía, imagen 15



Convención L'Oréal, 2012, fotografía, imagen 16

Plenaria:

Será el lugar en donde se concentrará la mayor parte de la gente y donde se lleva a cabo el evento. Cuenta con la asistencia de todas las personas que forman un grupo. Imagen 17.



Feria Mexicana, 2012, fotografía, imagen 17

2.4

FIESTA FIN DE AÑO INFONAVIT.

Ciente: INFONAVIT

Fecha: 7 de Diciembre.

Lugar: WTC D.F

Evento: Fiesta Fin de año.

Personas: 2000 personas.

Requerimientos: Generar un evento Tipo "Circo", Contemplando escenario, pleneria entrada, con elementos decorativos de acuerdo al tema.

Medidas Generales.

Entrada: 25 m de largo x 5 m de ancho (espacio que se ocupará para decoración), con una altura a plafón de 5.40 m, imagen 18.

Acceso: 2 accesos de 3 x 2.20 m.

Pleneria: 60 x 40 m. Total de 2400 m².

Escenario: 12 x 4 m de profundidad por 0.60 m de altura, imagen 19.



Fiesta Infonavit Circo, 2012, fotografía, imagen 18



Fiesta Infonavit Circo, 2012, fotografía, imagen 19



Fiesta Infonavit Circo, 2012, fotografía, imagen 20



Fiesta Infonavit Circo, 2012, fotografía, imagen 21

Descripción General

FOYER

-Marquesina en MDF rauteada, impresión en vinil mate, marco pintado en pintura dorada brillante, letras volumétricas en unicel pintadas en blanco mate.

Medidas generales: 3 x 0.80 m, imagen 18.

-Alfombra roja de 22 m de largo por 2.40 m de ancho.

-Cortina de telas de colores de 5m de altura por 20 m de largo.

-Tres sonotubos de 35 cm de diámetro por 3 m de alto, forrados con vinil impreso mate, que sirven de soporte para las marquesinas de la entrada, imagen 19.

PLENARIA

-Escenario, mampara de 8 x 4 m de alto, forrada con lona impresa acabado mate.

-Decoración en tarima con vinil mate impreso 12 m de largo por 0.60 m de alto, colocado sobre MDF de ½", imagen 20.

-Decoración en todo el área perimetral del salón, con telas de colores y tela negra, drapeado de telas en techo en color blanco y de colores con globos, se sostuvieron de la estructura del techo, con hilo nylon grueso.

-mamparas de 2.40 x 2.40 m impresas en lona mate montadas en bastidor y colgadas desde el techo, imagen 21.

PRAXIS

-El desarrollo de un evento para 2000 personas en un espacio tan grande fue un reto ya que implicó una mejor distribución de los elementos para lograr que no se viera vacío, esto es un riesgo que se corre en espacios y alturas amplias, imagen 22.

-Para la decoración y los elementos del lugar, en donde el usuario se identificó y formó parte de un contexto, los realicé con una investigación de color, formas y objetos que caracterizaron, y la manera en que estos pudieran ser aplicados con una logística, con una fabricación e instalación sencilla, por ejemplo; ocupé telas de colores con punto de fuga, y para no incrementar costos, se llenaron los espacios entre las telas con globos de colores, un elemento básico, pero a la vez dio presencia y cubrió las necesidades de mi diseño y de mi cliente. El diseño de las marquesinas, escenario, mamparas, e impresiones dentro y fuera del salón, fueron en vinil para reducir costos y procesos.

-El evento fue un trabajo que realicé junto con mi jefe Gerardo Malagón, y aprendí a trabajar en tiempos determinados por el cliente y por mi jefe, en entregas de renders y cambios en los mismos.



Fiesta Infonavit Circo, 2012, fotografía, imagen 22

En todo el proceso del evento aprendí a dar seguimiento a proveedores, principalmente de impresión, a conocer materiales, archivos y formatos de impresión que se requieren para la producción. Dentro de todo el desarrollo se optimizó materiales, recursos, y tiempos para ahorro de los mismos y no elevar costos, fabricando de manera modular mamparas, escenarios y marquesinas, mismo que sirvió para un montaje más sencillo evitando el mínimo de errores.

-En el manejo de personal, aprendí a tratar con la gente, tener la paciencia y amabilidad para explicar y operar con un lenguaje sencillo, y esto se refleja en la respuesta que se recibe por parte de ellos.

FIESTA FIN DE AÑO MAYA.



Hacienda los Morales, 2012, fotografía, imagen 23

Cliente: Hacienda los Morales.

Fecha: 31 de Diciembre.

Lugar: Hacienda los Morales Polanco.

Evento: Fiesta Fin de año.

Personas: 1500 personas.

Requerimientos: Evento Maya. Contemplar entrada, escenario, plenaria, y decoración colgante.

Medidas Generales:

Entrada: 7 m de largo, el alto es libre.

Área libre: 4 x 5 m.

Pasillo 1: 12 x 1.50 m

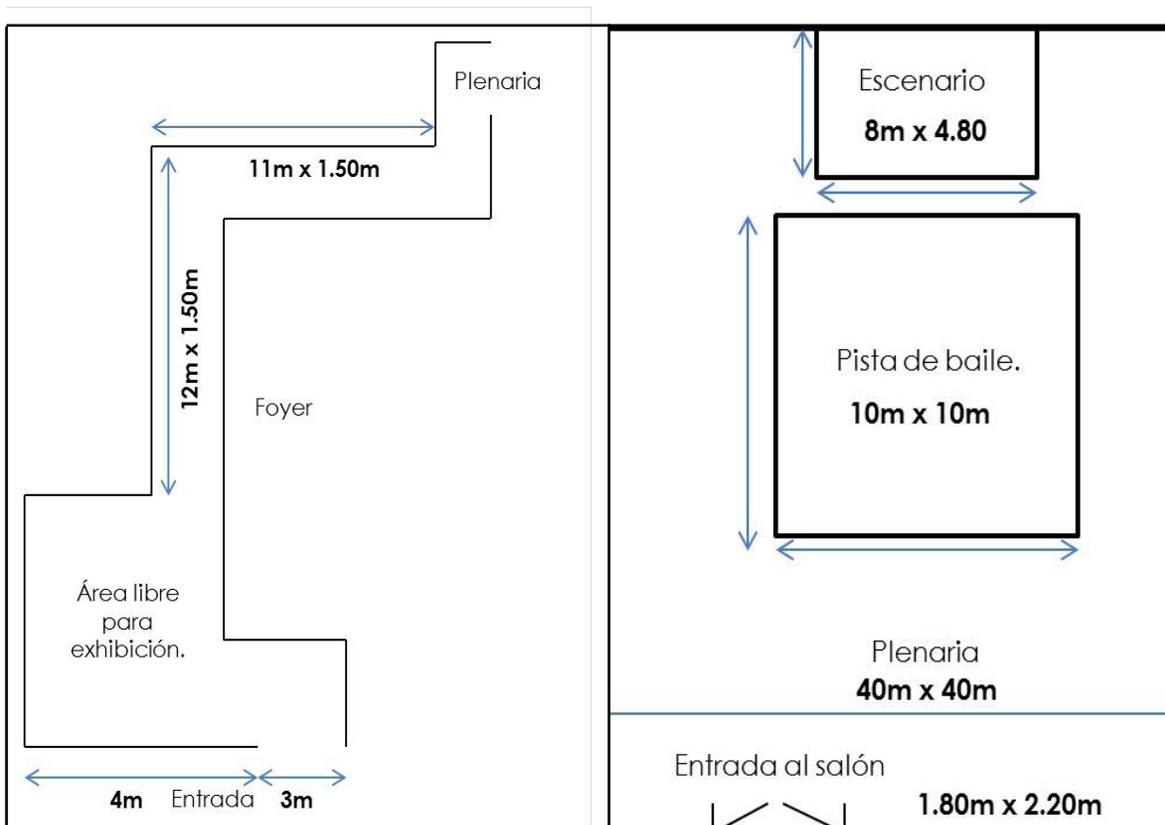
Pasillo 2: 11 x 1.50 m

Plenaria: 40 x 40 m

Escenario: 8 x 4.80 m

Pista de baile: 10 x 10 m

imagen 24.



Fiesta Maya, 2012, plano de levantamiento, imagen 24



Fiesta Maya, 2012, fotografía, imagen 25



Fiesta Maya, 2012, fotografía, imagen 26



32 Fiesta Maya, 2012, fotografía, imagen 27



Fiesta Maya, 2012, fotografía, imagen 28

Descripción General

FOYER

-Pirámide fabricada en MDF con pintura vinílica gris, barandal en MDF de 6mm con formas de grecas, pintado en vinilica gris. 3 x 3.50 m, imagen 25.

-Drapeado de tela negra con iluminación led interna para simular cielo estrellado, palmeras y juego de pelota en unicel con pintura vinílica gris, imagen 26.

-Pirámide fabricada en unicel y MDF con acabado en vinílica mate, en escalas de grises y negro, medidas 3.80 x 2.80 m, imagen 27.

-Calendario fabricado en unicel, corte CNC, en acabado pintura vinílica color gris, mampara en MDF de 2.44 x 2.44 m, imagen 28.

PLENARIA

-Tarima del escenario de 8 m de largo por 4 m de profundidad por 0.80 m de alto, se alfombró la tarima en color negro.

-Mampara de 8 x 3.60 m de alto para la escenografía, impresión en lona mate. Cenefa en relieve fabricada en MDF con unicel pintada en vinílica mate gris, para el escenario.

-Tela negra al rededor de todo el salón.

-Se colocó vegetación artificial en el plafón del salón.

-Floor graphic de 10 x 10 m en la pista de baile.

Imagen 29,30.



Fiesta Maya, 2012, fotografía, imagen 29

Praxis:

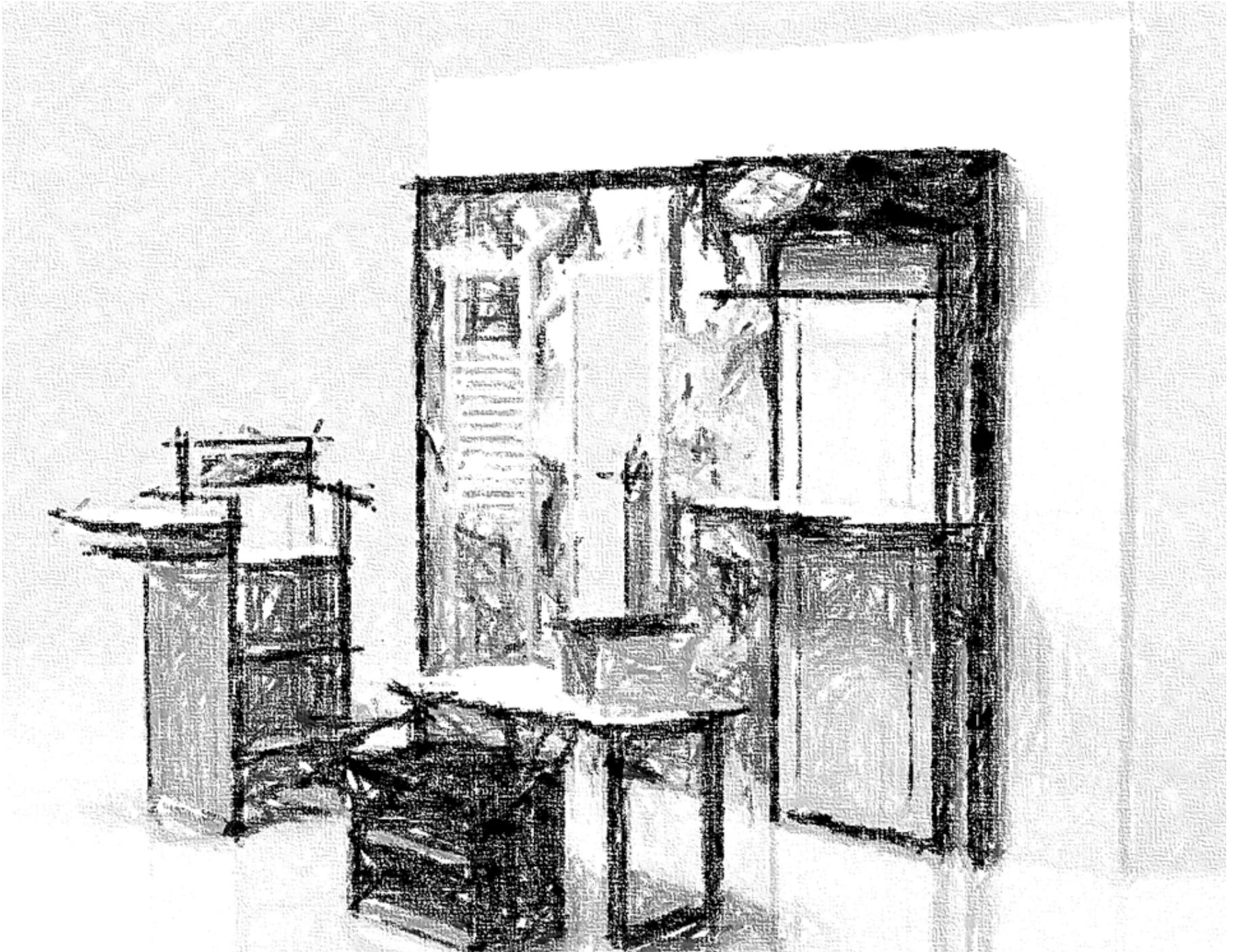
-Diseñé un evento Maya para 1500 personas en la Hacienda Los Morales ubicada en Polanco. La hacienda solicitó a GM Producciones un tema y una decoración diferente para sus eventos de fin de año, a pesar de que se conocen los espacios y la arquitectura, se visitó el lugar, donde se observaron puntos importantes para la decoración. En la visita junto con mi jefe y el cliente se generó la propuesta para el desarrollo del evento.

-Se crearon espacios y diseños tridimensionales para dar un mayor impacto visual, que nos generó un ambiente arqueológico y natural en donde también las personas pudieron tocar las piezas y sentir texturas. -Todas las formas y símbolos se escogieron en base a una investigación de acuerdo al tema, esto me ayudó en el proceso de diseño ya que se debe seguir una línea en base a formas, y símbolos para la propuesta. -Algunos de los elementos en la decoración se tenían en stock, y es importante que en eventos tan grandes de espacios amplios se pueda hacer uso de ellos, esto nos ayudó a reducir costos y tiempos en producción.



Fiesta Maya, 2012, Render 3d max, imagen 30

-Una vez que se tuvieron todos los renders aceptados por el cliente generé guías mecánicas, que solo se le dieron a las personas de montaje y los jefes de cada área. Las guías mecánicas me ayudaron a visualizar por medio de imágenes, la manera en como iba montado el lugar como la decoración en tela, impresiones, bastidores y plantas, esto les ayudó a las personas de montaje a entenderlo más claro evitando el mínimo de errores. Es importante puntualizar que como diseñadores industriales, es necesario asistir a los montajes, para estar al tanto de la instalación de los proyectos, y es aquí donde se ven los detalles que no se llegan a visualizar cuando diseñamos en los programas.



Corner Vans viejo concepto, 2013, imagen al carbón, imagen 31

ESTRUCTURA GENERAL DE LA EMPRESA Y PROCESO DE DISEÑO. “GRUPO VFC”

PAUL BRAND¹³

El diseño es el embajador
silencioso de tu marca.

13

PAUL BRAND, Fue un diseñador gráfico estadounidense muy reconocido en gran parte por el diseño de marcas institucionales. Fue uno de los creadores del estilo tipográfico internacional suizo.

3.1

¿QUIÉN ES GRUPO VFC?

En octubre de 1899, la empresa se estableció por primera vez en Pennsylvania . En 1960 VF Corporation¹⁴ hizo un cambio en su línea de productos para ser mas diversa, ya que sus primeros años fue reconocida por su ropa interior.



Publicidad ropa interior, gráfico, imagen 32

Esta transformación amplió aún más la coalición al aire libre y deportes de acción.

Grupo VFC esta organizado en cinco categorías denominadas coaliciones, que comprende: al aire libre y deportes de acción, deporte y marcas contemporáneas. Grupo VFC comienza con una pasión por sus productos y un profundo conocimiento a sus consumidores . Y es llamado el arte y la ciencia de la ropa.

El resultado fueron nuevos productos que refuerzan el vínculo entre los consumidores y las marcas, imagen 33. Actualmente VF Corporation es un líder global en marca de ropa, calzado y accesorios, con más de 30 marcas.



Ropa deportiva, 2014, gráfico publicitaria, imagen 33

De las 30 marcas que conforman VF Corporation , estuvo a cargo de 3 que se encuentran en Grupo VF México, Reef, Timberland y Vans, imagen 34.



Responsabilidad Social y ambiental.

VFC trabaja día con día para llevar la industria de prendas y calzado en un futuro más sustentable. Los valores que han guiado la empresa desde hace más de 110 años todavía los guían hoy, desde la forma en que hacen sus productos y la manera en que preservan los recursos ambientales y apoyan a comunidades locales.

A través del programa de Sustentabilidad y Responsabilidad de VFC, sus esfuerzos para hacer mejor las cosas se clasifican en tres pilares¹⁵, imagen 35:

Planeta:

El uso eficiente y la reducción de los recursos como la energía, los materiales y el agua.

Productos:

Las iniciativas de las marcas son líderes en el diseño del producto y el desarrollo sustentable.

Gente:

Asociados que son el fundamento del éxito, y las comunidades que enriquecen con sus acciones, imagen 36.



Planet



Products



People

Responsabilidad social y ambiental, imagen gráfica, imagen 35



Reforestación Timberland, 2014, fotografía, imagen 36

3.2

DESCRIPCIÓN CONCEPTUAL DE VFC.

En la imagen 37, VFC Corporation muestra sus 4 estrategias para estar posicionados en el mercado, dentro de las mejores empresas de ropa y calzado para deportes en acción a nivel mundial¹⁶.

- 1- Dirigir en la innovación.
- 2- Servir directamente a los consumidores.
- 3- Conectar con los consumidores.
- 4- Expandirse Geográficamente.

En el cuadro de características generales, hago un resumen de los los puntos mas importantes que describen a VFC Corporation con sede en México.



Marco estratégico de mercado VFC, 2016, gráfico imagen 37

Resumen de la empresa:

Denominación	ROPA Y CALZADO PARA DEPORTES DE ACCIÓN.
Nombre Comercial	VFC CORPORATION, We fit your life.
Ubicación México	Mariano Escobedo No. 476 Piso 9. Del. Miguel Hidalgo. CP 11590
Tamaño	Macro Empresa
Giro	Ropa, calzado y accesorios de vanguardia a nivel mundial.
Fecha de registro	Desde 1899 en EUA.
Productos principales	Ropa y calzado para deportes de acción.

Características generales VFC, 2016, gráfico imagen 38



We Fit Your Life.

Logo VFC Corporation, 2016, gráfico imagen 39

VISIÓN:

Superar constantemente las expectativas de los consumidores, clientes, accionistas y socios de negocios. Ayudar a los socios minoristas a ganar la ejecución consistentemente sólida y servicio excepcional, y que continuamente se encuentren maneras de mejorar el desempeño y generar resultados finales.

La gente es la fuente del éxito. Asociados VF comparten un profundo compromiso con la diversidad - en las personas y las ideas. Llevar a cabo negocios con los más altos niveles de honestidad e integridad y fomentar un ambiente de trabajo positivo basado en la creatividad, colaboración y simpatía.

MISIÓN:

Una cultura impulsada perpetuamente centrada en la innovación constante. El uso de la investigación y una visión profunda, combinar el arte y la ciencia de la ropa para crear productos que excitan a los consumidores y las marcas que inspiran lealtad.

Manejar con responsabilidad, eficiencia y compleja cadena de suministro de la industria, que abarca múltiples geografías, categorías de productos y canales de distribución¹⁷.

17

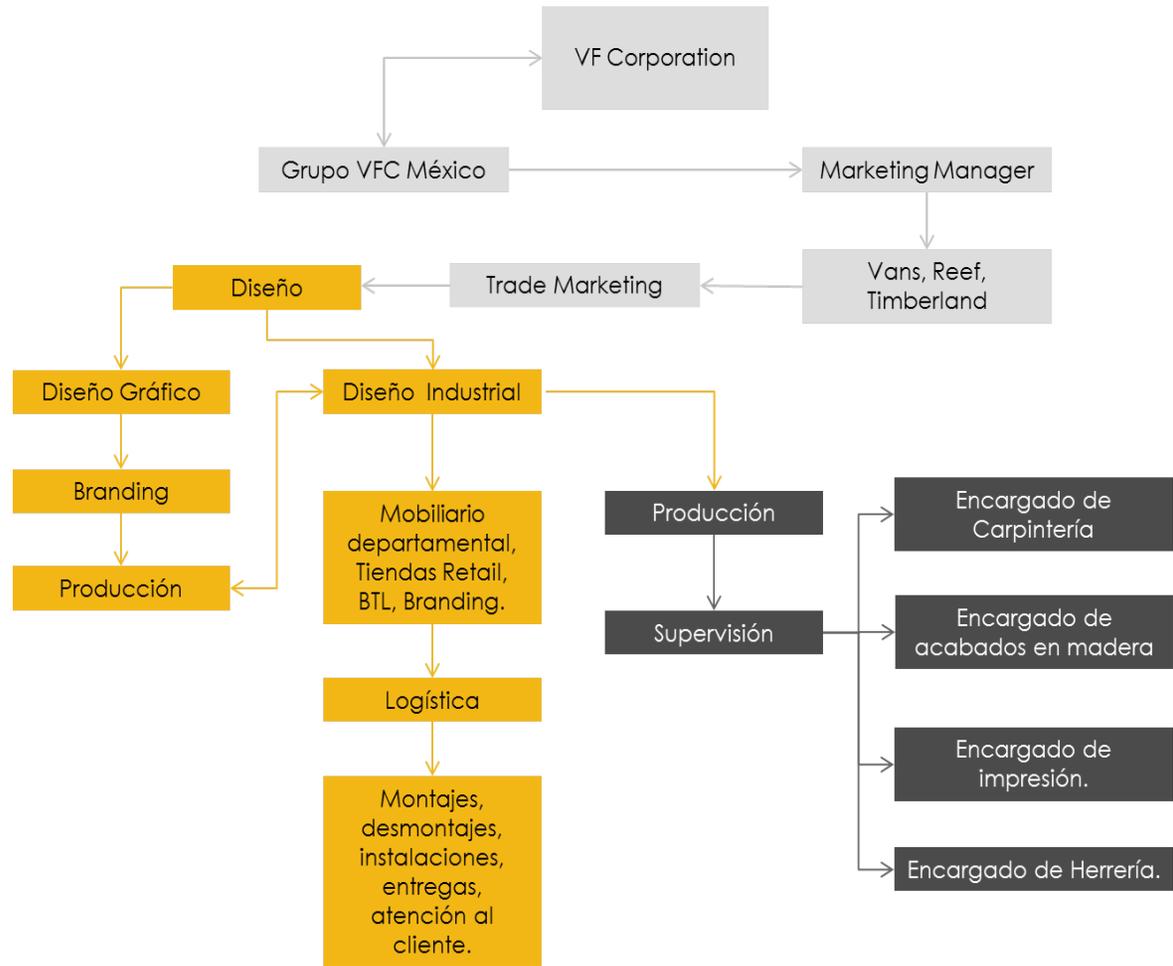
<http://www.vfc.com/one-vf#vision-values>
(2015, 26 de Noviembre).

3.3

ORGANIGRAMA GRUPO VFC.

En el siguiente organigrama describo solo el área de *Trade Marketing* y las funciones que desempeñaba en el proceso de diseño.

Toda la información para desarrollar proyectos de las marcas provino directamente de Estados Unidos, todos los datos los recibió el gerente de la marca y eran pasados al área de *Trade marketing*. Esta información se daba a diseño que se dividía en gráfico e industrial. El encargado de diseño gráfico que solo era una persona, recibía bancos de imágenes por correo electrónico, o en ocasiones por usb ya que eran archivos muy pesados. Se encargaba de hacer todo el *branding* de la campaña, gráficos para vestir tiendas y publicidad. Cuando los archivos estaban listos para producción pasaban al área de diseño industrial, en donde solo yo estuve a cargo, aquí recibí y tuve que ver la calidad de impresión y cerciorarme de que el archivo estuviera correcto en medidas, y si el material que se proponía para impresión era el indicado. Todo el tiempo trabajé en equipo con diseño gráfico, ya que si necesitaba de alguna imagen, me eran proporcionadas.



En el área de diseño industrial recibí toda la información para el desarrollo de mobiliario, BTL y retail, (consultar cuadro de proceso de diseño, pág 41). Todos los proyectos los pasé al área de producción una vez aceptados por la marca. Producción se encontraba dividida en: carpintería, metales, acabados e impresión, en cual tuve que supervisar todas las áreas para revisar que el proyecto

estuviera fabricandose con las medidas y materiales indicados en los planos. Posteriormente me organizaba con el gerente de la marca y el área de producción para fijar fechas y poder hacer los montajes, desmontajes, entrega de mobiliario, instalaciones, locales y foráneas.

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROCESO DE DISEÑO.

-Al tener el proyecto autorizado por la marca, la agencia hacía la cotización. En ocasiones los proyectos tuvieron cambios de materiales o construcción para reducir costos, y se hicieron ajustes en el diseño, renders y planos. Posteriormente con la información actualizada producción comenzaba con la fabricación.

-Al terminar la fabricación del proyecto, revisaba los acabados y las medidas nuevamente, en caso de que estuvieran mal se volvía a fabricar o se hacían ajustes.

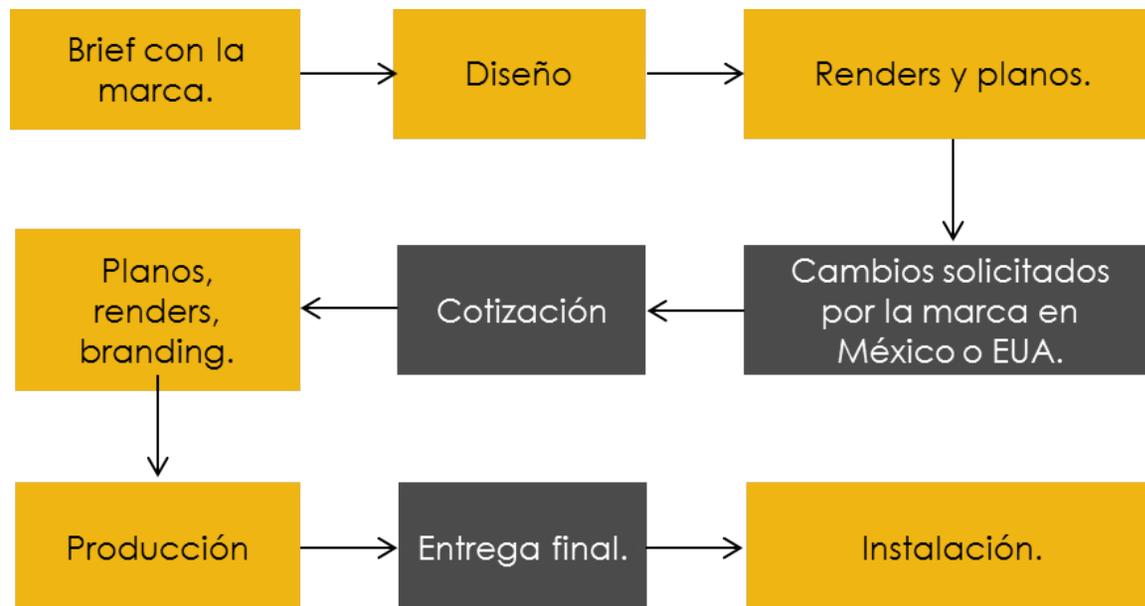
Por lo general el área de carpintería con el apoyo de herrería, hacían todas las instalaciones del mobiliario y en caso de que no asistiera, hacían un registro fotográfico durante y al terminar la instalación. Las fotografías me las proporcionaban y las mandaba en una presentación al gerente de *Trade Marketing*.

El proceso de diseño constintió en los siguientes pasos.

- Se hacía un brief con la marca, y se tocaban todos los puntos importantes para desarrollar un proyecto. Me daban el material que EUA mandaba, podían ser planos, manuales, renders o fotografías. En el brief se ponía la fecha límite de entrega considerando diseño, fabricación e instalación. Para mi era muy importante este factor ya que debía organizarme para sacar el proyecto a tiempo.

-Con el apoyo de todo el material, desarrollaba el proyecto, realizando planos o renders. Hacía una presentación con toda la información y la daba al encargado de la marca.

-El gerente o encargado del proyecto en caso de ser necesario lo mandaba a EUA para su autorización o cambios.





PORTAFOLIO DE TRABAJO.

PIERRE BONNARD¹⁸

El color no se agrega para hacer agradable el diseño...¡Lo refuerza!.

¹⁸

PIERRE BONNARD fue un pintor, ilustrador y litógrafo francés que dedicó su talento a la publicidad y a la producción artística. La producción tardía de Bonnard se considera precursora de la pintura abstracta.

4.1

ENCUADRE.

Al empezar a explicar mi desarrollo profesional en Grupo VFC, describo las funciones y cargo que tuve en la empresa, así como mis aportaciones y lo aprendido en ella.

Ingresé a Grupo VFC con el puesto de diseñadora Industrial Senior, siendo la única en la empresa. En mi cargo tuve las marcas; Reef, Timberland y Vans, dando seguimiento a sus necesidades, y desarrollando proyectos como mobiliario, *pop*¹⁹, *retail*²⁰, *corners*, *showroom*²¹, y *branding*. Al ser marcas de Estados Unidos, aprendí a usar anglicismos para referirme a conceptos, actividades y proyectos, un lenguaje muy usado en el área de *Trade Marketing*. Los conceptos y requerimientos de diseño de cada marca eran ya predeterminados por Estados Unidos, tuve que seguir una línea de diseño y no salirme de su concepto al diseñar algo diferente.

El Proceso de diseño para la marca Vans (La producción de Vans era de un 70%, porque su posición en el mercado es mayor) y Timberland, consistió en recibir *biblias*²² que son juegos de planos completos, explicados muy a detalle del armado, construcción y materiales para mobiliario *retail* y *corners*. Mi función al recibir los planos o manuales, era *tropicalizar*²³ la información, esto significó quitar ingeniería en la construcción, para evitar ensambles en los metales, maderas, hacer más rápida la producción en serie, reducir costos, y fabricarlos

con materiales que se encontraban en México, principalmente maderas y medidas de perfiles de acero. Al *tropicalizar* los proyectos tuve que buscar el material que se adecuara al diseño original, como perfiles y láminas de acero, debía buscar proveedores, cotizar y dar seguimiento en la compra de las piezas del material, al recibirlas debía revisarlas y contarlas. Para Reef, cuando me incorporé, se tenía ya el diseño de una *góndola*²⁴, estuve a cargo de la producción y de ingresarlas a tiendas departamentales como Liverpool. Reef al ser una marca con menos mercado en México, su diseño y producción era menor.

Para el desarrollo de cada proyecto, el gerente de la marca me dio instrucciones específicas de lo que diseñé, mi proceso consistió en realizar *scoutings*²⁵, *lay out*²⁶, registro fotográfico, visualización 3d, planos de los levantamientos en autocad 2d y si el proyecto requería biblias las realizaba en solid Works, si estas tenían que ser mandadas a Estados Unidos para la aprobación de un nuevo diseño, sus especificaciones eran en inglés. Todo el proceso de diseño lo trabajé en conjunto con el equipo de cada marca, haciendo cambios en renders hasta ser autorizados. En el área de producción apliqué mis conocimientos que adquirí en mi desarrollo académico y de mi primer trabajo, y es en Grupo VFC México donde mi creatividad, mi desarrollo conceptual y producción se amplió, ya que tuve

19

POP, Point of Purchase, en inglés y se traduce como Punto de Compra. Su función es mantener un espacio atractivo e Informar acerca de las promociones y/o nuevos productos. Debe diferenciarse de la competencia.

20

El detal o venta al detalle, en inglés *RETAIL*, es un sector económico que engloba a las empresas en la comercialización masiva de productos o servicios a grandes cantidades de clientes. Es el sector industrial que entrega productos al consumidor final.

21

SHOWROOM, que significa sala de exposición, es un espacio en el que el los diseñadores, vendedores o fabricantes exponen sus nuevas colecciones a los compradores y consumidores.

22

BIBLIA, Son los planos completos de un objeto en específico, elaborados con detalles, cortes, materiales e isométrico.

contacto con los talleres, proveedores de materiales, proveedores de corte laser, CNC y chorro de agua.

Toda la información de las tres marcas, la pasaba en planos, renders y guías mecánicas a la agencia que le maquilaba a Grupo VFC México, revisaba el proyecto con los encargados de cada área, como; carpintería, impresión y herrería para tener clara la información. Aprendí a hacerla de una manera sintetizada, práctica, y lo revisaba con ellos constantemente para no tener dudas o en caso de haber errores las corregí.

Para las tres marcas toda la producción gráfica la hizo el diseñador gráfico, y me era proporcionada la información con el apoyo de guías de producción para mandarlo a impresión, en estas guías se colocaba las cantidad y materiales de cada gráfico, si el mobiliario lo requería, pasaba las medidas al diseñador para la producción del *branding*. Para el material de impresión, se ocupaba vinil mate con laminado mate, tela cambas, lona, foamboard o trovicel, recortes de vinil en plotters en 60 cm a 120 cm de ancho, de los cuales estuve a cargo y al pendiente de la calidad, de pasarlos al área de acabados para su depilación e instalación, y estar al tanto de cambios y fechas de entrega.

En cuanto al montaje y entregas, aprendí hacer la logística y sacar permisos, para la fabricación de tiendas *Retail*, ingresar mobiliario, colocar *corners*, y material a tiendas departamentales, plazas, y tiendas locales.

En mi tiempo laborado con Grupo VFC aprendí a tener un mejor manejo de *Softwares* en programas de diseño, conocí otras áreas del diseño industrial en donde se tiene participación, como en el trato con el cliente, algo fundamental en la vida profesional, hacer relaciones laborales. Aprendí hacer mas organizada en mi trabajo y al tener personas a cargo en el área de diseño industrial deslindé-trabajo, tuve la oportunidad de entrevistar a gente para incorporarse tanto en el área industrial como en el gráfico, y pude transmitir mis conocimientos capacitando a la gente. Durante mi colaboración con la empresa, estuve bajo mucho estrés por la responsabilidad sostuve, y el desenvolverme en un ambiente tan pesado y hostil, con gente del área de producción, en ocasiones afectó mi desempeño profesional. Sin embargo al enfrentarte día a día en la soluciones de problemas tanto de diseño como con el personal, me ayudó a forjar mi carácter y tomar decisiones de una manera segura y confiando en mis capacidades. Gracias al aprendizaje y a los retos que me enfrenté en este trabajo, tomé el gusto y el interés por seguir desarrollándome en el área de *Retail* y trabajar directamente con las marcas en el área de *Trade Marketing*.

23 _____

TROPICALIZAR, se refiere a un producto o servicio a las necesidades o costumbres de un lugar.

24 _____

GÓNDOLA, Expositor o estantería donde se colocan las mercancías en un establecimiento comercial.

25 _____

SCOUTING, su significado del inglés al español es "exploración". En el diseño involucra hacer una investigación detallada de un lugar para un fin determinado.

26 _____

LAY OUT, hace referencia al esquema de como estan distribuidos los elementos y formas dentro de un diseño, se traduce al español como disposición, plan o diseño.

4.2

TIPOS DE MOBILIARIO COMERCIAL.

El mobiliario tipo comercial consiste en dar a la marca identidad corporativa, y segmenta al mercado dependiendo el tipo de usuario al que va dirigido. Sus objetivos principales será crear un entorno y atmósfera de venta atractiva resaltando el producto, esto servirá para diferenciarse se la competencia, todo esto con el fin de aumentar sus ventas.

El aspecto formal del mobiliario dependerá siempre del concepto, así como la aplicación de los materiales. Sus medidas antropométricas, se adecuan a espacios y lineamientos que cada marca tiene específicamente para cada una de ellas. Es importante que el mobiliario no reste protagonismo a la mercancía en venta.

Me centraré en hablar exclusivamente del tipo de mobiliario para ropa y calzado que ocupé para Vans, Reef y Timberland.

Corner:

En la imagen 41 se observa el conjunto del mobiliario, y como a pesar de las diferentes medidas y proporción de cada mueble, ya que cada uno ocupa una función diferente, forman una familia al compartir color, formas, acabados y materiales.



Corner Vans, 2013, render, imagen 41

Perimetral:

El perimetral es un mueble que va fijo a paredes o columnas, con el fin de aprovechar un espacio en donde pueda tener área de colgado, repisas o nichos, en posición vertical. El perimetral tiene la función de un armario o closet pero abierto, imagen 42.



Perimetrales, 2013, fotografía, imagen 42

Mesa:

La mesa es un mueble que nos ayudará a exhibir producto de una manera mas dinámica o inclusive servirá de apoyo para colocar otros exhibidores sobre ella como punto de venta, imagen 43.



Mesa, 2013, fotografía, imagen 43

Góndola:

La góndola es un mueble expositor donde se colocan los productos. La góndola puede ubicarse en cualquier espacio de una área de venta, imagen 44.



Góndola, 2013, fotografía, imagen 44

Exhibidor de mesa:

Los exhibidores de mesa, muestran solo cierto producto determinado y pocas piezas, que pueden ser ocupados para un lanzamiento. Su tiempo de uso puede ser indeterminado, imagen 45.



Exhibidor de mesa, 2014, render, imagen 45

POP:

Point of Purchase, en inglés y se traduce como Punto de Compra. Su función es mantener un espacio atractivo e informar acerca de las promociones y/o nuevos productos. Debe diferenciarse de la competencia. Su objetivo es informar: ventajas, beneficios y campañas masivas. Esto incrementa la imagen y/o posicionamiento del producto. Su mensaje debe ser sencillo, claro, conciso y debe estimular la compra.



Back to Scholl, 2013, fotografía, imagen 46

4.3

¿QUIÉN ES REEF?

La marca Reef se basa en el espíritu del surfista y la cultura exótica de playa. Se guía por el mar, creando un producto sustentable, de alta calidad, cómodo y de diseños innovadores, imagen 47.

Inspirados por la cultura de amor al surf y la playa, Fernando y Santiago Aguerre, dos hermanos argentinos con espíritu empresarial, trajeron su visión de una sandalia de alta calidad a la vida en el año 1984. Desde entonces, la marca da moda y la funcionalidad a la vida diaria. Reef ha crecido año tras año y es ahora una de las principales marcas de sandalias más reconocidas del mundo, imagen 48

Actualmente ha hecho uso de la tecnología y materiales ecológicos, para ofrecer comodidad y estilo exótico, además de que su calzado cuenta con una tecnología en su forma y materiales de alta calidad y rendimiento, haciéndolo un calzado muy cómodo²⁷, imagen 49.



Surfista, 2014, fotografía, imagen 47



Calzado Reef, 2014, fotografía, imagen 48



Publicidad, 2014, fotografía, imagen 49

27

<http://www.vfc.com/brands/outdoor-action-sports/reef> (2015, 27 de Diciembre).

CAPACIDADES DE CARGA

ARTÍCULO	MIN	IDEAL	MAX
MOCHILAS	4	4	4
PLAYERAS	32	50	70
GORRAS	2	4	6
TOTAL DE MERCANCIA EN	38	58	80



Góndola Reef, 2013, render, imagen 50

Descripción General:

-Góndola para ropa y accesorios como gorras y mochilas.
 -Fabricado en perfil de acero de 2"x 1" con acabado en pintura electrostática color gris.
 -Base, repisa y copete en madera de pino de 3/4" con acabado en barniz natural mate.

Medidas Generales:

- 76 x 60 cm de profundidad por 150 cm de altura.

Herrajes:

-Blister en alambro de 1/8, frontales en perfil de acero de 1 1/2" x 1/2".

Logo:

-Corte laser de acrílico cristal de 6mm, fondeado con vinil negro.

Para incorporar mobiliario aislado, consistió en la elaborar la biblia y hacer el prototipo. Cuando se presentó a Liverpool proporcioné una caja de madera de 10 x 10 cm con las muestras de los materiales y acabados reales del mueble. Una vez autorizado el mobiliario se pudo empezar a distribuir en las tiendas de la zona metropolitana y a nivel nacional, imagen 50.

Al diseñar un mobiliario se debe proporcionar las capacidades de carga, es decir, cuanto producto cargará el mueble en mínima y mayor cantidad así como los diferentes productos que puede contener. Esto será de gran utilidad para llevar un control de venta, tanto para la tienda como para la marca, imagen 51.

GÓNDOLA PARA TIENDA DEPARTAMENTAL LIVERPOOL

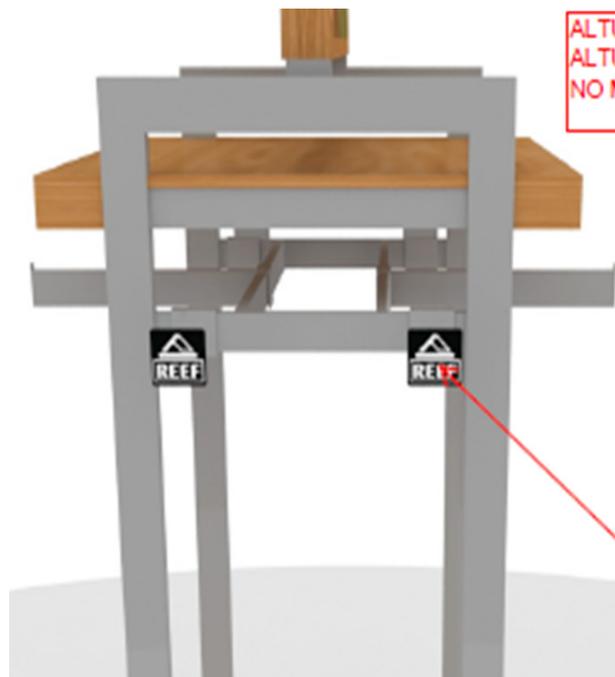
Uno de los mercados principales de Reef al llegar a México fue entrar a tiendas departamentales, como Liverpool. Al no contar con un amplio número de ventas en productos en México, solo entró con mobiliario aislado, esto quiere decir con solo un exhibidor tipo góndola por tienda. El diseño lo re-diseñé ya que la mayoría de los muebles de Estados Unidos son mucho mas grandes, debido a que los usuarios son mas altos y otro punto importante son las dimensiones de las tiendas, los lugares en donde se exhiben son mucho mas amplios.

Al incorporar cualquier tipo de mobiliario se debe de seguir una serie de requerimientos obligatorios en cuestión a medidas, cantidad de gráficos y acabados. En este caso tuve que hacer un ajuste principalmente de alturas eliminar logos del mobiliario, dejé un gráfico por cada lado del copete, y coloqué niveladores con base plástica para evitar el maltrato en el piso.



Góndola Reef con producto, 2013, render, imagen 51

Planeación y Almacenes, es el departamento encargado de autorizar el mobiliario, y mandan las correcciones de la biblia por pdf, estas se deben de respetar y mandar nuevamente para su autorización final. El prototipo debe tenerlas al presentarse, imagen 52.

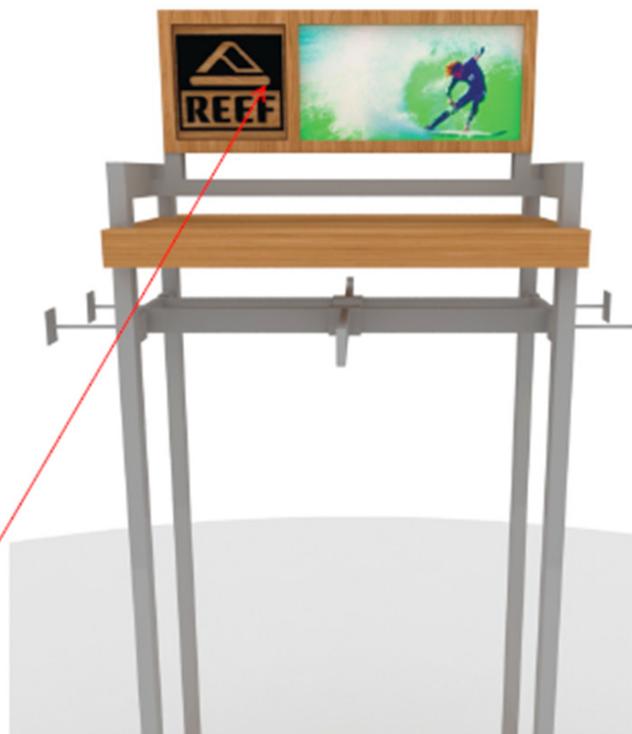


ALTURA OK!
ALTURA MAXIMA PARA MOBILIARIO SUELTO
NO MAYOR 1500 MM.

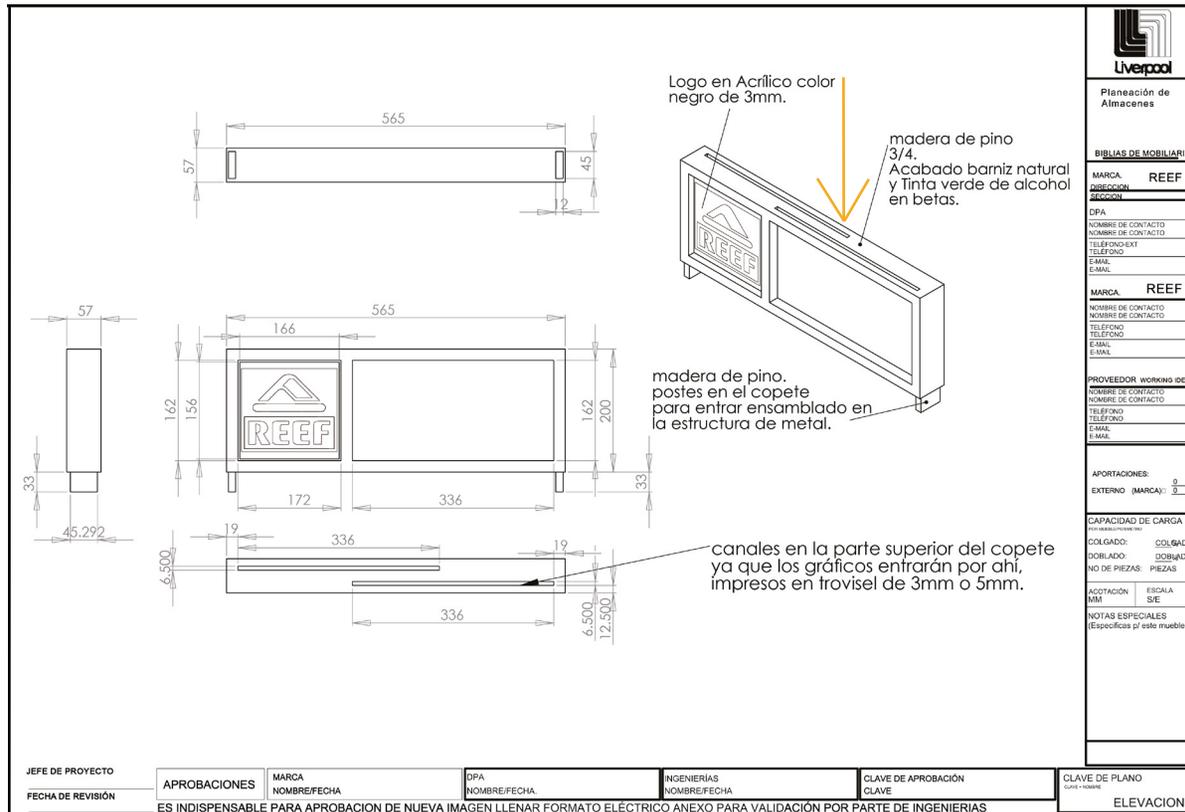
UNICAMENTE
AUTORIZA
IDENTIFICACION
DE LA MARCA EN
LOS HERRAJES
EN CASO DE NO
TENER COPETE

Correccion de planos, 2013, render, imagen 52

RECIBIDO POR LA DIRECCION DE
PLANEACION DE ALMACENES
02-ABRIL-2014



UNICAMENTE SE
AUTORIZA
COPETE DE
IDENTIFICACION
EN UN SOLO
MUEBLE SUELTO.
EN CASO DE
TENER MAS DE
UN MUEBLE LOS
DEMAS NO
DEBERAN TENER
ESTA
IDENTIFICACION.



Biblia Reef, 2013, Planos técnicos, imagen 53

Esta es la Biblia autorizada con los cambios solicitados por Planeación y Almacenes, que muestro en la imagen 52.

Aquí el diseño del copete facilitó la manera de cambiar los gráficos dependiendo la temporada, ya que en la parte de arriba como se observa en el plano, se tienen unas canales donde se incorpora y se saca el branding de manera muy sencilla y rápida. Este gráfico está impreso en trovisel de 3 mm o foamboard de 5 mm.

Cada temporada los encargados de cada zona en las tiendas hacen cambios en sus exhibidores, esto es importante, ya que como diseñadores debemos dar soluciones óptimas y observar como el usuario interactúa con el objeto, al facilitar el trabajo, el gráfico puede ser cambiado de manera sencilla y sin lastimar el material, imagen 53.

Praxis:

Trabajé los cambios y di seguimiento para presentar el mobiliario a Planeación y Almacenes. Estuve al tanto de la producción y de la distribución en las tiendas.

Cada proyecto es un reto y un nuevo aprendizaje, lo más importante en este fue respetar el concepto de la marca, ajustarlo de acuerdo a los requerimientos por parte de Liverpool, trabajarlo de manera integral en donde se exhibieran los productos deseados y las capacidades de carga respetarán las ventas deseadas por Liverpool y por Reef, imagen 54



Góndola Reef, 2013, Render, imagen 54

Timberland®



Primer fábrica Timberland, 2014, fotografía, imagen 55



Botas Amarillas, 2015, gráfico publicitario, imagen 56

¿QUIÉN ES TIMBERLAND?

Timberland ha tenido una trayectoria desde los años 50s, imagen 55. La familia Swartz dueños de la marca, revolucionaron la industria del calzado al introducir una tecnología que permitía unir las suelas al empeine del piel sin costuras, y con la que se crearían las innovadoras botas amarillas impermeables que se convertirían en un icono mundial, imagen 56. La inspiración llegó de los bosques que rodeaban el área nueva de la empresa, cuyos árboles estaban formados de una madera llamada Timber, de ahí mismo, de la tierra nació, (tierra del Timber).

Actualmente es una compañía de accesorios, calzado y ropa deportiva y de montaña, para la aventura, la ciudad y el campo a nivel mundial. Timberland crea productos de calidad, que combinan estilo, rendimiento, y que son excelentes para llevar todo el día cómodamente, lo suficientemente resistentes para soportar sus aventuras cotidianas, y lo suficientemente elegantes²⁸.

28_____

<http://www.vfc.com/brands/outdoor-action-sports/timberland> (2015, 30 de Diciembre).

4.6

SHOWROOM MÉXICO.

Cuando una marca nueva llega a un país, es importante que para dar a conocer su producto y generar ventas, tengan un espacio de exhibición para llevar un control de todas las tendencias y temporadas de cada producto físicamente. Estos espacios se encuentran comúnmente en las oficinas principales de la marca, se adapta un lugar para la exhibición del producto, dándole identidad y carácter corporativo. Esta exhibición servirá para la gente interna y la gente externa, ya que el vendedor o fabricante expone sus novedades a los compradores, mismos que comprarán el producto y será llevado tanto a tiendas locales como a tiendas departamentales.

Los *showrooms* pueden ser espacios de exposición permanente o temporal y por lo general al cambiar de temporada, se hace una propuesta diferente en la exhibición para los siguientes productos, generando un nuevo mobiliario y *branding*.

Timberland llegó a México a mediados del año 2013. Uno de los primeros proyectos que hice para la marca, fue generar el espacio para la exhibición del producto. El proceso de diseño consistió en trabajar bajo la línea de diseño de la marca, y me apoyé fotografías que me proporcionaron para generar el diseño del showroom, imágenes 57, 58, 59. Estos elementos principales son: mesa, tipo de lámpara, repisas y su sistema para colocarlas.

Timberland es un marca con diseño sustentable, en el compromiso y responsabilidad con el ambiente. Este será uno de los conceptos de diseño más fuertes, y sus principales materiales a ocupar fueron maderas en una variada gama de colores y texturas, y se le dio un contraste de vanguardia cuando ocupé el metal en el mobiliario.



Showroom EUA, 2013, foto, imagen 57



Evento EUA, 2013, foto, imagen 58



Detalle Showroom, 2013, foto, imagen 59

Descripción General.

Los pasos que realicé para el desarrollo del Showroom fueron los siguientes:

-Lay out del área con ayuda de herramientas como el flexómetro.

-Registro fotográfico.

-Observaciones a detalle como: Contactos, tipos de corrientes, instalaciones de luz en plafón, acabados y materiales en paredes, para hacer la instalación de las repisas.

-Posteriormente a toda la investigación de campo, hice los renders en 3dmax y los entregué al encargo de trade marketing, quien a su vez los envió a Grupo VFC EUA para su aprobación.

-Una vez teniendo la aprobación, se hicieron guías mecánicas con renders haciendo especificaciones muy generales de medidas y materiales.



Showroom México, 2013, Render, imagen 60

Propuesta inicial: Detalle de Mesa, trabe con lámparas, logotipo en corte CNC en lámina rolado frio calibre 16 con acabdo oxidado, cajas de luz y exhibidor de piso para calzado.



Showroom México, 2015, Render, imagen 62

Propuesta inicial: Detalle de Mesa, trabe con lámparas, y pared con repisas para calzado.



Showroom México, 2013, foto, imagen 61.

Resultado final: Detalle de Mesa, trabe con lámparas, logotipo en corte CNC en lámina rolado frio calibre 16 con acabdo oxidado y repisas para calzado.



Showroom México, 2013, foto, imagen 63

Resultado final: Detalle de Mesa, y pared con repisas para calzado.

Pasaba la información por medio de guías mecánicas, en donde describí de forma muy concreta y sencilla lo que se debía de fabricar.

Trabajar por medio de guías mecánicas, hizo que su producción fuera mas rápida, porque no hice planos detallados de cada mobiliario.

Ejemplo de guías mecánicas.



LISTADO TIMBERLAND:

SHOWROOM:

Guía mecánica.

Letras en recorte de vinil metálico "NEW MARKET" 80cm

Letras de vinil esmerilado "SHOWROOM" 40cm

Impresión de imagen Timberland en laminado mate. 6m x 2.50



Logo Timberland en Lámina calibre 16, terminado oxidado. Corte laser.



Mesa de madera de pino de 4.80m x 1m, terminado barniz natural Base de metal, perfil de 2"x2".



Trabe de madera de 3m de largo, para soporte de las lámparas, estará sostenido a estructura de instalación eléctrica con cable de acero y tensores, se colocarán 4 lámparas industriales de metal.



Base de madera de pino 3m de largo, con 11 soportes de metal (tubo de media) y charolas de pared de calzado. Panel de mdf de 8.40m X 2.40m. Terminado blanco mate.



TIMBERLAND

Fabricar mesa de 90x60cm con 70cm de altura. utilizar misma madera, acabados y estructura que la mesa central.



colocarle llantas a la mesa.

Comprar 6 maniquies. 4 hombres y 2 mujeres

Fabricación del siguiente perimetral.



Medidas generales:

Pared de ladrillo 2.75m x 3m

Ventana de metal 2.70m x 2.70

Materiales:

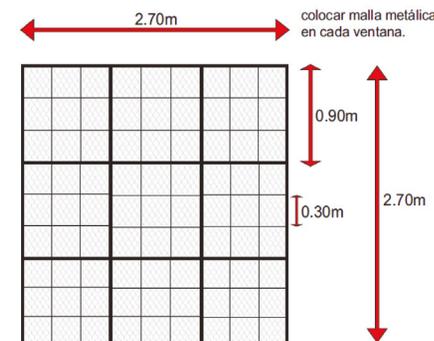
-2 reflectores

-1 base de tubo en el madero de 1.20m de alto con una charola de metal de 30 x 20cm, pintado de negro.

-1 base de tubo en el madero de 90cm de alto con una charola de 30cm x 20cm. Pintado de negro.

-8 maderos aproximadamente de 2.70 de largo.

-Logo de Timberland en acrílico lechoso, 1.15cm de largo.



Resultado Final del Showroom
Timberland.



Showroom Timberland México, 2013, fotografía, imagen 64

Praxis:

En el desarrollo del Showroom no solo me enfrenté con el diseño del mobiliario, sino también con el desarrollo de la obra blanca. La obra blanca es una etapa en la construcción en la que se instalan los últimos acabados como; pintura, instalación eléctrica, interiores, fontanería, carpintería interior y exterior y revestimientos. Con la obra blanca se culmina la edificación, en esta última etapa constó de la adecuación del lugar y se instalaron los últimos servicios .

En las paredes donde tuve las repisas, se colocaron tablas de madera de pino, y posteriormente tablaroca, con un acabado liso en pintura vinílica blanca mate. Se hizo esta adecuación debido a que se instalaron barras de metal de ½" con un inserto a 3" de profundidad. En este inserto se introdujo el redondo pulido para que descansa, este sistema sirvió para colocar todas las repisas, imagen 65.

Al desarrollar el diseño, mobiliario, interiorismo y la obra blanca, me sirvió para darme cuenta de la instalación de ciertos elementos y sistemas importantes para su correcto funcionamiento, principalmente de herrajes y lámparas con cable tensor a la estructura del plafón, imagen 66. Fue importante que en la búsqueda del materiales y de los objetos decorativos, no perdiera el concepto original de Estados Unidos.



Repisas Showroom, 2013, fotografía, imagen 65



Lámparas Showroom, 2013, fotografía, imagen 66

LANZAMIENTO TIMBERLAND EN MÉXICO.

Timberland lanzó la marca en México en agosto del 2014 a todos los medios de comunicación.

El evento se realizó en la azotea del edificio *Down Town* ubicado en el Centro Histórico de la Ciudad de México, organizado para 250 personas.

El diseño y desarrollo del evento estuvo dividido en 3 puntos importantes, que me dio la pauta para los requerimientos, estos puntos fueron: conferencia de prensa, foyer y pasarela.

Descripción General.

Proceso de diseño:

-*Scouting*, Hice una investigación de campo que englobó, levantamiento, registro fotográfico, áreas de acceso y áreas de descarga.

-Modelé los lugares en 3d max del área de prensa, foyer y pasarela, para hacer el render con los elementos decorativos y tener la previsualización, imagen 67.

-Después del brief, se decidió re-utilizar algunos elementos y mobiliario del showroom para acondicionar y ambientar el lugar, mismos que ayudaron a reducir costos. En este proyecto, se hizo primeramente el scouting y el modelado, al último se hizo el brief para saber como se ambientaría.

-Al tener el proyecto aceptado, hice el desarrollo de las guías mecánicas.



Lanzamiento Timberland, 2014, render, imagen 67

Conferencia de prensa:

-Tarima de madera de 4.20 x 1.50 x 0.20 m de altura, en acabado pintura negra mate, imagen 68.

-Mesa en madera de pino de 3 x 0.65 x 0.10 m de grosor en acabado barniz natural (mismo concepto de showroom).

-Logo de Timberland en lamina rolado frio, montado en mampara de 1.20 x 2.40 m en madera de pino. (logo del Showroom). Debido a que en el montaje observamos que no era posible montar el logo a pared, por reglamento del lugar, se fabricó una mampara posterior para su colocación, imagen 69.



Área de Prensa, 2014, render, imagen 68



Detalle de mampara, 2014, render, imagen 69



Detalle exhibidores, 2014, foto, imagen 70

Foyer:

Se ocupó la mayoría de los elementos del showroom en esta área.

-Pared de ladrillo de 4.70 x 2.70 m, estructura metálica con malla de gallinero, maniques y vigas de madera. Esta estructura fue tomada de showroom y solo se le hizo una adaptación de 3 módulos para los 4.70 m de largo. Se imprimió el ladrillo en vinil con laminado mate frío montado en mampara posterior de MDF, imagen 72.

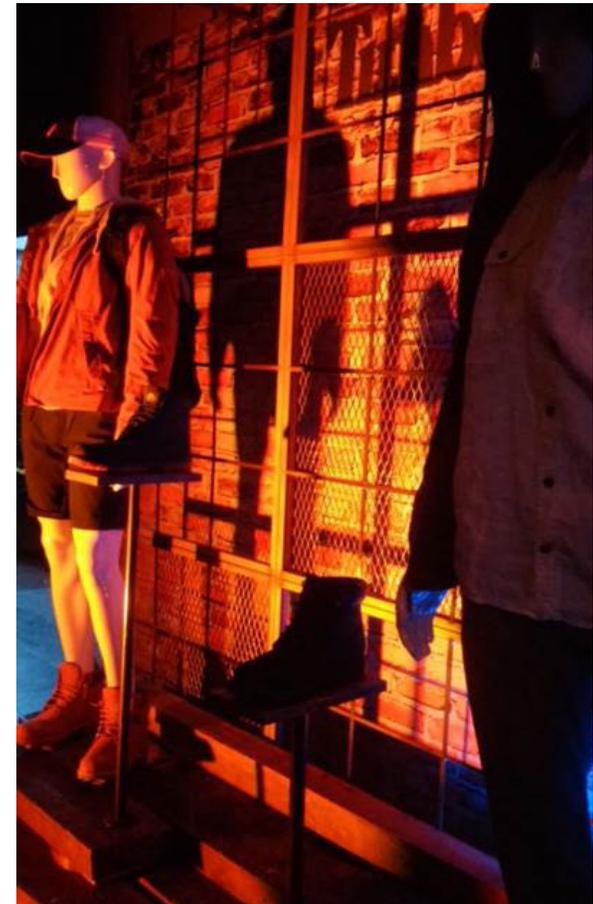
-Exhibidores hechos con tubos metálicos y codos de tubería hidráulica, las repisas para calzado, fueron prensas para madera, soldadas al tubo, imagen 70.

-Se repartieron cuatro exhibidores en un pasillo de 15.50 m de largo, cada exhibidor tuvo una pecera con agua para sumergir el calzado, esta idea fue propuesta por el ejecutivo de trade, imagen 71.

El calzado Timberland es totalmente impermeable. El lanzamiento mostró las cualidades del calzado.



Detalle de pecera, 2014, foto, imagen 71



Detalle ventana, 2014, foto, imagen 72



Alberca Down Town, 2014, fotografía, imagen 73



Área de alberca en Down Town, 2014, render, imagen 74



Detalle Alberca, 2014, render, imagen 75



Andamio, 2014, foto, imagen 76

Pasarela:

-En el área de pasarela, los modelos pasaron caminando por la alberca para demostrar el calzado impermeable, imagen 73.

-Se fabricó una tarima en MDF de 10x0.45 m, con una altura de 0.19 m y se le dio un acabado en pintura vinílica color negro.

La alberca tenía al fondo un escalón de concreto de 10 m que sirve para sentarse o poder acostarse en esa área cubriendo una mínima parte del cuerpo. Nos apoyamos de este escalón para colocar nuestra tarima de madera, ya que el nivel para caminar con el calzado sobre pasaba la altura del calzado, imagen 74, 75.

Esta idea creativa fue propuesta por el ejecutivo de *Trade Marketing*, mi función fue tomar las medidas del lugar, realizar renders, ver las condiciones de la alberca y como se colocaría.

Elementos decorativos:

-Se ocuparon otros elementos para decorar el espacio como mobiliario lounge con mesas periqueras, iluminación en barras de led en colores azules, y violetas.

-Se colocó un andamio donde se ambientó una zona de trabajo para los artesanos que construyen el calzado, aquí las personas se acercaron a observar y se les dio un llavero de piel con el logo de la marca, imagen 76.

Praxis:

En el desarrollo del evento, apliqué los conocimientos adquiridos en mi primer trabajo. Esto me ayudó a tener una mejor distribución y organización de los elementos.

Para el diseño, producción y montaje tu vimos solo 20 días, lo que ayudó fue a re-utilizar mobiliario y elementos de stock para acelerar tiempos y reducir costos. Al desarrollar proyectos con poco tiempo de producción, me forjó hacer más organizada, revisar la información para que no hiciera falta nada en guías mecánicas, hablar con la gente de montaje sobre la colocación y la distribución.

La idea creativa del evento fue propuesta en su mayor parte por el ejecutivo de *Trade Marketing*, mi función fue que se lograra la idea en el espacio que se nos asignó, tomar elementos del showroom para la decoración, resolver de donde podía sujetar logos o gráficos, ver si lo que teníamos cabía en el lugar o de lo contrario resolver como se acomodaría.

Otro punto importante durante la planeación fue, como se subió el mobiliario al lugar del evento, ya que era azotea. Aprendí que deben fabricarse los objetos o mobiliario modulares para que se ensamble, ya que si no se tienen las precauciones debidas, el mobiliario no pasa por la zona de descarga y se tiene que cortar o simplemente volver a fabricar. Esto incrementa costos y tiempos, que siempre será lo mas importante para el cliente.

Detalle mesa de trabajo, 2014, fotografía, imagen 77



MOBILIARIO PARA TIENDAS EN MÉXICO.

Timberland entró a tiendas de deportes y departamentales a mediados del 2014. Hizo presencia de marca con tres tipos de exhibidores, imagen 78.

El desarrollo partió del concepto de diseño de Timberland EUA. Me apoyé en los planos que me fueron proporcionados para hacer los ajustes. En ellos se ocuparon dos tipos de lamina, rolada fría y caliente. Estos materiales con sus acabados se respetaron en la propuesta final.

La decisión de cambiar el diseño fue, reducir costos y otro factor que siempre influye es hacer un ajuste en las medidas, ya que las tiendas en México son muy estrictas con las alturas, anchuras y largos, debido al poco espacio que se tiene. En un exhibidor genérico para tiendas de deportes se recomienda no rebasar el 1.60 m de altura, y 0.80 m de ancho y profundidad.

Descripción General.

Hice los Planos Generales con cotas en pulgadas y especificaciones en inglés, porque se mandaron a Estados Unidos para su re-diseño en México.

En muchas ocasiones recibí poca información, contando a veces con un solo plano o un simple render para aterrizar la estructura del mobiliario.

Mobiliario Timberland, 2014, Render, imagen 78



Góndola

Exhibidor para mesa

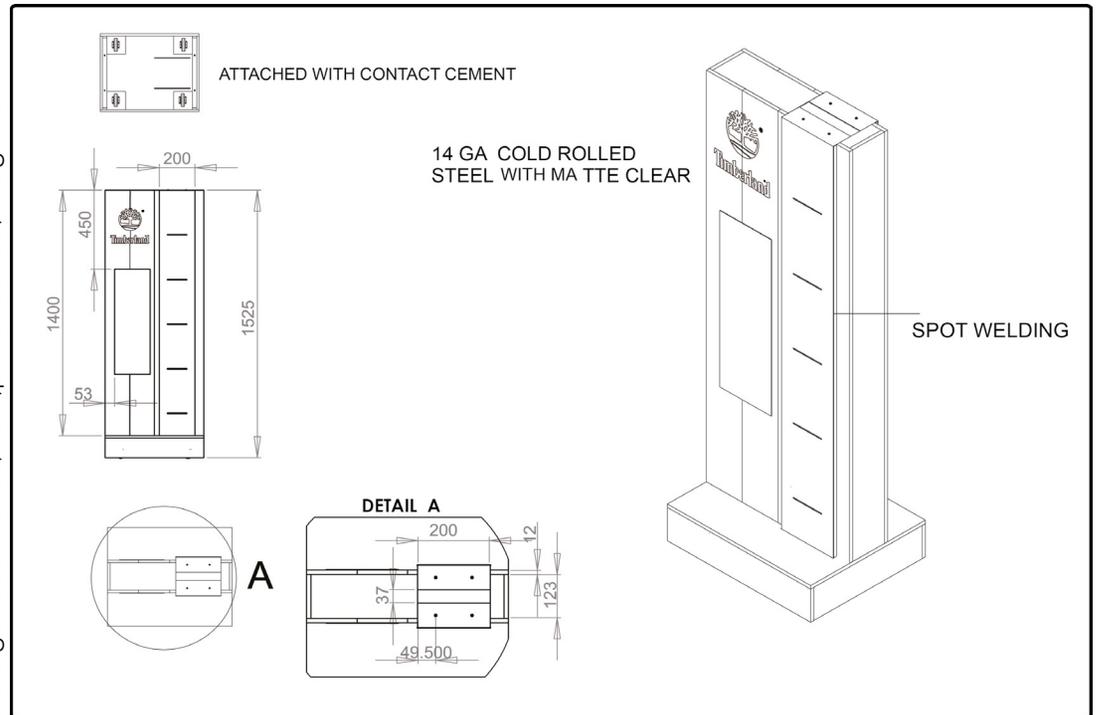
Exhibidor para mesas, repisas o mostradores.

Se colocó la información y datos ecológicos de la marca en serigrafía, directo a la lámina rolado frío. El logotipo se pegó a la madera con pegamento 5000.

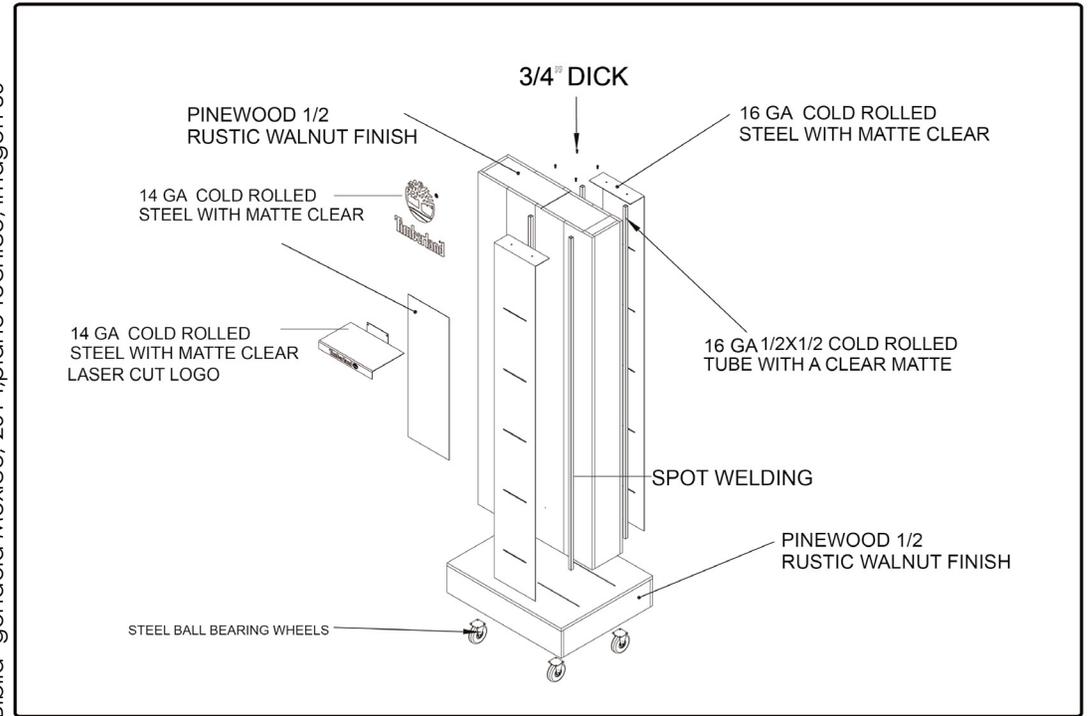


Góndola, 2014, fotografía, imagen 82

Biblia góndola México, 2014, plano técnico, imagen 81



Biblia góndola México, 2014, plano técnico, imagen 80

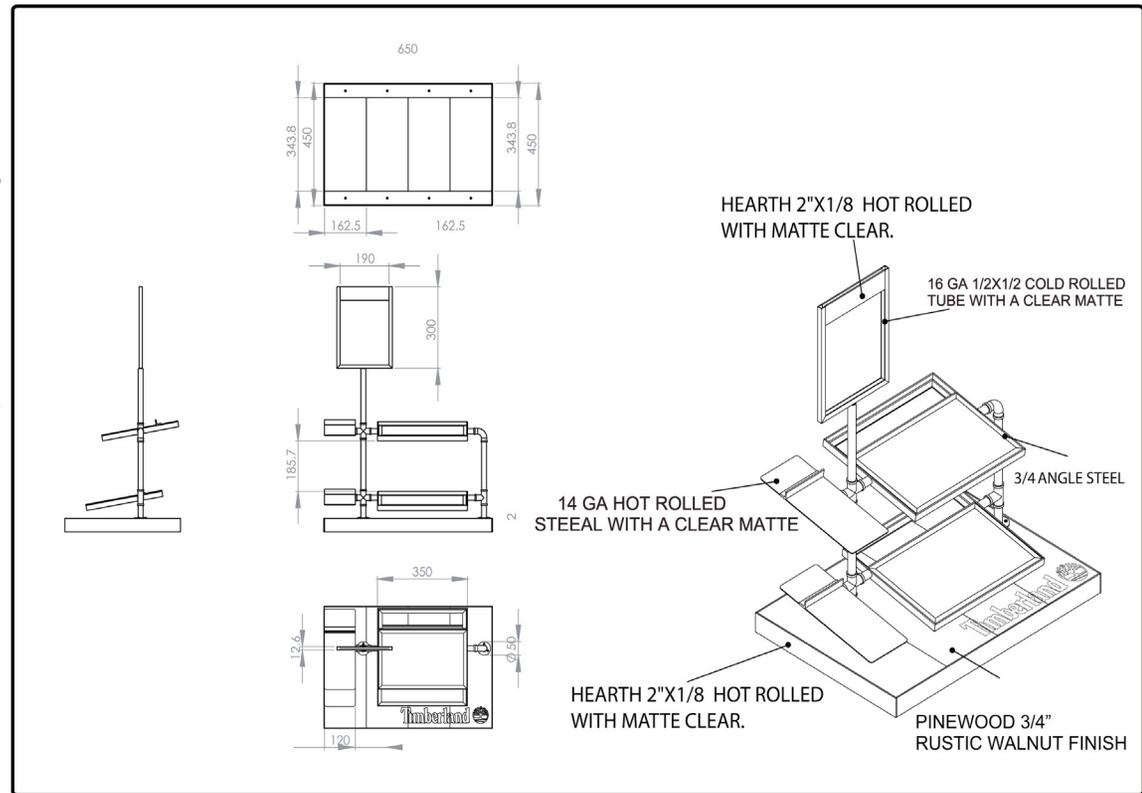


EL exhibidor de mesa contó con materiales como malla con cristal de 3 mm en la parte superior, la estructura estuvo hecha con tubo de metal de 1" ensamblada con codos y nudos metálicos, estos se soldaron a la estructura para evitar que se rompiera con el movimiento, imagen 82.

No se tuvieron cambios tan drásticos en el aspecto formal, solo se redujo su tamaño, de 120 cm de largo a 65 cm x 45 cm de ancho, ya que no podemos rebasar un espacio de exhibición en mesa de 70 cm en tiendas de deportes y tiendas departamentales, imagen 83.

Un punto importante y que le da fuerza al diseño de los exhibidores de Grupo VFC México, es la colocación de los gráficos. Para poder cambiarlo, no se necesitan de expertos para quitar vinil y colocar el nuevo. El copete es un marco hecho con bageta de 1/8", y por la parte superior se intrucen los gráficos que estan hechos en cartón corrugado con impresión directa en el material o vinil con laminado mate frío montado al cartón corrugado sencillo ó foamboard de 3 mm a 5 mm.

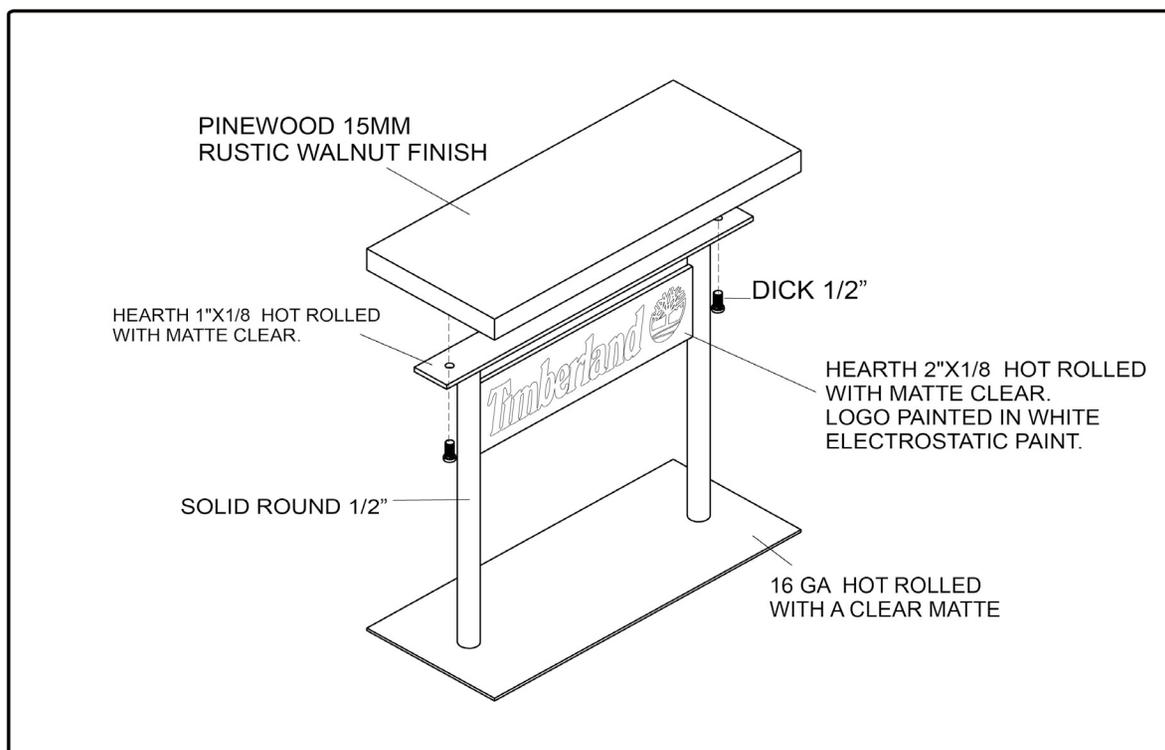
Biblia Exh. de mesa México, 2014, plano técnico, imagen 82



Exhibidor de mesa, 2014, render, imagen 83



Exhibidores, 2014, render, imagen 84



Biblia de Exhibidores, México, 2014, planos técnicos, imagen 85

Los exhibidores para mesa, mostrador o repisas, cuentan con tres alturas diferentes, 14 cm, 18 cm y 22 cm, todos por 24 cm de largo, imagen 84,85..

Los materiales para su construcción son:

- Lamina rolado caliente calibre 14 en la base.
- Madera de pino de 3/4" en acabado nogal rústico.
- Redondo pulido de 1/2".
- Solera de 2" x 1/8" para estructurar y colocar el logo.

Estos exhibidores no sufrieron ningún cambio en medidas, solo el logo fue en recorte de vinil en vez de serigrafía.

Praxis:

El proceso de diseño lo realicé en equipo junto con el área de *trade marketing* y carpintería.

En este proyecto, se realizó primeramente un prototipo, antes de hacer los planos finales, y sobre los prototipos se estuvieron haciendo los cambios necesarios, hasta llegar al resultado final. Se hicieron varias pruebas y con la experiencia de las personas de carpintería, se pudo llegar a una construcción menos elaborada.

En la práctica laboral se hace una gran diferencia en comparación con la escuela, donde primeramente se trabaja bajo bocetos, renders y planos, aunque muchas veces no se tenga resuelto por completo la construcción y producción del diseño.

En este proyecto trabajé primeramente con los prototipos y ahí se resolvió la aplicación de materiales, estructura, parte gráfica, para llegar al resultado final con todos los aspectos resueltos, que fueron: producción, materiales y procesos, incluyendo tiempos de entrega.

Aprendí lo importante que es facilitar la mano de obra y construcción de los proyectos, reducir pasos en el proceso de armado y evitar en su mayoría ensamblajes, ya que todo el mobiliario de EUA está hecho a base de ensamblajes, incluyendo metales. Al tropicalizarlo a México se refleja en la construcción del mobiliario.

Durante el desarrollo de las biblias, aprendí términos técnicos y materiales en Inglés, para poder mandarlas a Estados Unidos y tener su aprobación en nuevos diseños y cambios. Para esto me apoyé de las mismas biblias proporcionadas por EUA, y con el apoyo de traductores. Todas las medidas fueron en milímetros, ya que en EUA, manejan un sistema de medición en milímetros y pulgadas.

Términos técnicos en inglés:

Laser cut: Corte laser

GA: Hace referencia a los calibres o grosores del material, ejemplo: 14 GA, steel o 3/4" wood.

Spot Welding: Soldadura de punto.

Electrostatic paint: Pintura electrostática.

Welding: Soldadura

Attached: Unir

Materiales en inglés:

Cold rolled steel: Lámina de acero rolado frío.

Hot rolled steel: Lámina de acero rolado caliente.

Matte clear: Mate transparente (barniz para metales).

Levelers nylon: Niveladores de plástico.

Wood veneer: Chapa de madera.

Pinewood: Madera de pino

Steel ball wheels: Ruedas de acero.

contact cement: Pegamento de contacto.

Hearth steel: Solera

VANS®



Vans off the wall, 2015, imagen publicitaria, imagen 86



Vans off the wall, 2015, imagen publicitaria, imagen 87

4.9

¿QUIÉN ES VANS?.

Vans off the Wall, existe desde 1966, la marca crea una acción original en calzado, ropa y accesorios para patinadores, surfistas, corredores y snowboarders de todo el mundo. Es un líder en deportes de acción juvenil más grande en el mundo, arraigada en la autenticidad y el estilo individual de nuestra cultura de trabajo y estilo de vida diaria.

Vans ha estado conectando con la cultura juvenil para promover la auto-expresión creativa y la autenticidad desde hace casi 50 años, la vinculación de las raíces profundas de la marca en los deportes de acción con el arte, la música y la cultura de la calle. Es una empresa que respira, corre y se nutre de la creatividad.

Vans aprovecha su tamaño en el mercado y su diversidad para crear productos más sostenibles y responsables para nuestros consumidores²⁹.

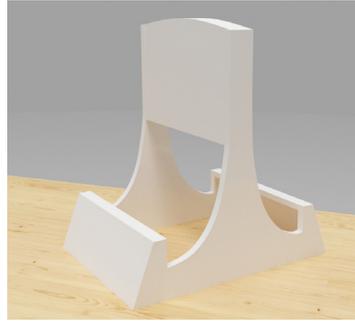
²⁹

<http://www.vfc.com/brands/outdoor-action-sports/vans> (2015, 30 de Diciembre).

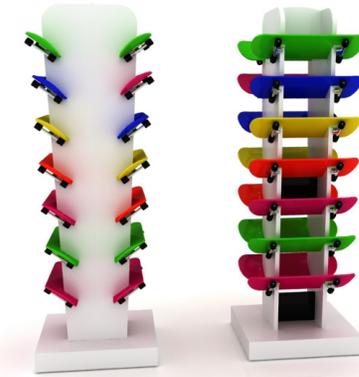
4.10

BACK TO SCHOOL.

Desarrollo de Propuestas en 3d Max Vray.



Primer propuesta, Exhibidor de mesa, imagen 88.



Tercer propuesta, Isla, imagen 91.

Cada año Vans hace una campaña para el regreso a clases en verano. En el 2013 la campaña lanzada fue obsequiar patinetas aquellos que realizaran una compra de cierta cantidad solo en tiendas departamentales como Liverpool y Palacio de Hierro.

Este lanzamiento constó en tres categorías diferentes de exhibidores. Durante el desarrollo de la propuesta, tenía como requerimiento contener no menos de 10 patinetas en la isla y 4 en exhibidor para mesa. y en donde la parte gráfica tuviera un gran peso visual.

Descripción General.

Lo diseñé de tal manera que no se viera pesado visualmente, tanto en forma como en las diferentes aplicaciones en texturas, colores y materiales. El proceso consistió en hacer diferentes pruebas en 3d max vray, hasta llegar al resultado final.



Primer propuesta, Isla, imagen 89.



Cuarta propuesta, Isla, imagen 92.



Segunda propuesta, Isla, imagen 90.



Quinta propuesta, Isla, imagen 93

Durante mi desarrollo académico, parte fundamental del proceso de diseño fue el bocetaje, y al representarlo en un programa en 3d aveces nos encontramos con la dificultad de ver como se resolvería ya en la vida real.

Al ir desarrollando varias propuestas me di cuenta si cumplía con una relación formal, si era viable en producción y si las patinetas eran la cantidad exacta requerida. El resultado final cumplió con el ahorro de material, menos proceso, y la parte gráfica deseada por *marketing*, imagen 94. Mi propuesta final, cumple en ser estilizado, sus paredes son delgadas, con MDF de 18mm, el color blanco lo hace ver limpio y dinámico, el gráfico no roba protagonismo con el producto, los exhibidores de mesa comunican al usuario que se trata de una promoción y el diseño formal es diferente a todo el concepto de mobiliario que maneja Vans en tienda, y esto es un foco para llamar la atención al consumidor, imagen 95.

Materiales:

- MDF de 18 mm, en acabado laca blanca mate.
- Logo en recorte de vinil mate, para los copetes.
- Impresión en foamboard de 5 mm para los exhibidores con capelo.

Producción:

- 40 exhibidores tipo isla.
- 90 exhibidores de mesa.



Exhibidor mesa Back to School, 2013, Render, imagen 94



Isla Back to School, 2013, Render, imagen 95

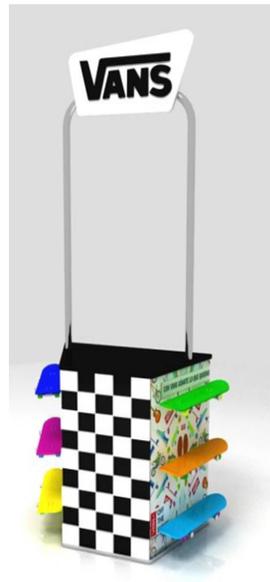
Diseñé un centro de canje para la entrega de las patinetas.

Paso por varias propuestas hasta llegar a la final. Durante el desarrollo tuve que cumplir un requerimiento por parte de la tienda, no rebasar mas de 2m de alto. Por parte de *marketing* se tenía un requerimiento obligatorio, llevar copete para hacerlo más visible. Esto lo solucioné al colocar banderines, ya que nos dio un espacio libre arriba, y si ponía copete quedaba muy reducido, y corría el riesgo de que la gente encargada de entregarlas fueran altas y el copete los tapara o tuvieran que agacharse para entregarlas, provocando una mala postura.

Materiales:

- MDF de 18 mm.
- Acabado laca blanca mate.
- Impresión en vinil con acabado laminado mate frío.
- Estructura de banderines en tubo de acero de 1/2", en acabado pintura electrostática blanca.
- Impresión de banderines en tela cambas.
- El centro de canje cuenta con repisas y puertas con llave para guardar el producto.

Desarrollo de Propuestas, en 3d Max Vray.



Primer propuesta, imagen 96.



Propuesta final, imagen 99.



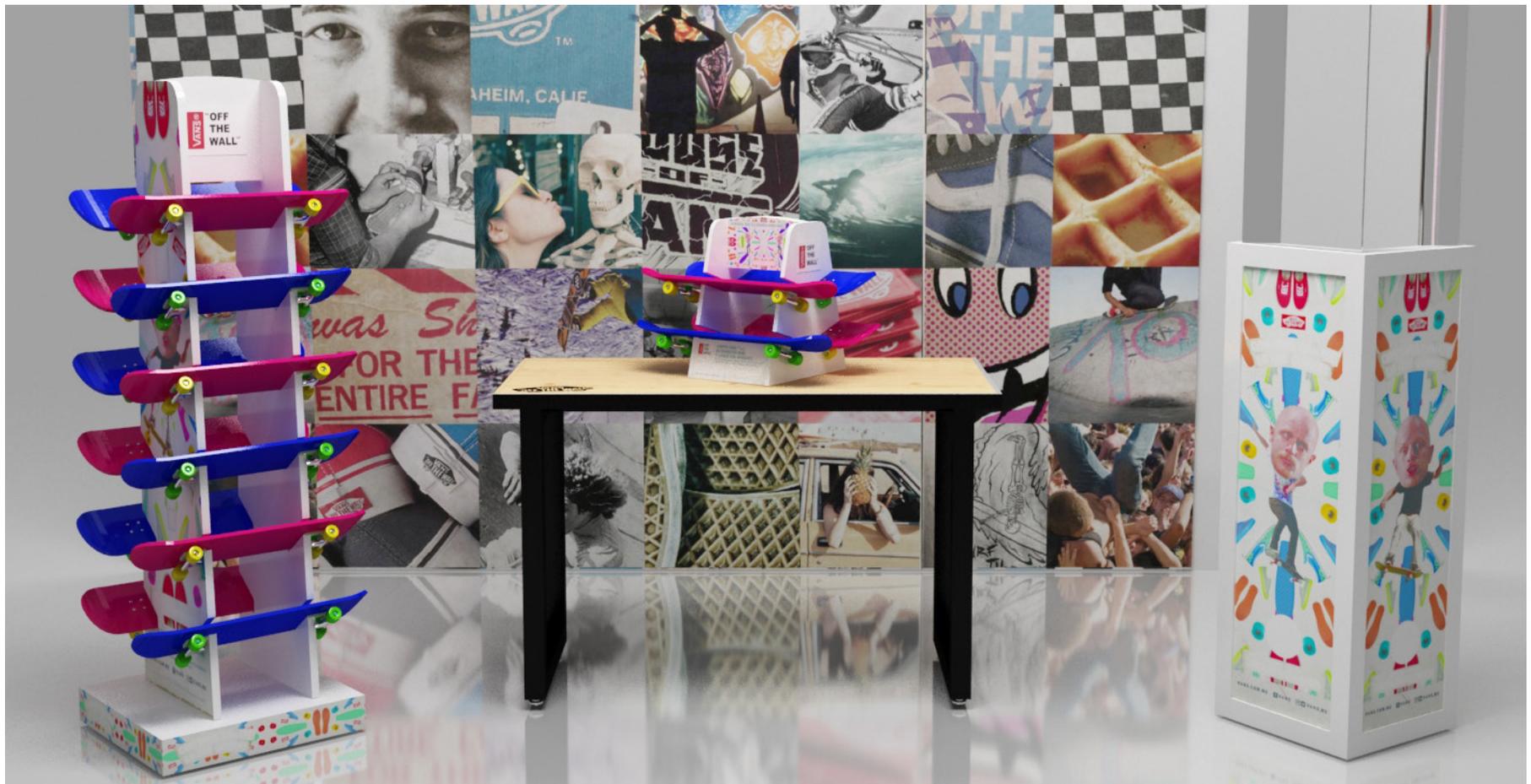
Segunda propuesta, imagen 97.



Tercer propuesta, imagen 98.



Prototipo, centro de canje, imagen 100.



Isla

Exhibidor de mesa

Totem con capelo.

Exhibidores Back to School, 2013, Render, imagen 101

Praxis:

Una parte fundamental en el desarrollo de un diseño para cualquier marca, es conocerla, saber su concepto, formas, colores y texturas que ocupan, para representar campañas de cualquier tipo incluyendo mobiliario. La propuesta de diseño de "Back to School" fue larga y elaborada debido a que no tenía una idea clara de la parte formal de la marca.

En mi formación académica diseñé objetos en base a una investigación previa y posteriormente los representaba en bocetos y renders. La propuesta final de Back to School la tuve gracias a todos los factores que consideré para llegar a esta, los requerimientos por parte de la marca e incluso los requerimientos por parte de las tiendas departamentales, que en conjunto me ayudaron a ir concretando una idea final.

Mi aprendizaje fue, que en los siguientes proyectos a desarrollar, debo hacer un análisis e investigación mas profunda sobre la marca a quien estoy diseñando, para llegar a un resultado más asertivo de lo que debo comunicar.

4.11

CORNER PARA TIENDA DEPARTAMENTAL LIVERPOOL.

El espacio asignado para las marcas en tiendas departamentales es llamado *corner*, esto se conforma con mobiliario de exhibición para la venta del producto. En la mayoría de las veces estará integrado por góndola, mesa y perimetral, y *branding*, imagen 102.

A mi ingreso a grupo VFC, el *corner* se encontraba ya conformado y aceptado por Liverpool, al incorporarme me responsabilicé de llevar a cabo las instalaciones y re-ubicaciones en las tiendas departamentales.

Descripción general.

-Perimetral: Estructura en perfil de acero de 2"x 2" con acabado en pintura electrostática³⁰, color negro.
-Madera de pino de 3/4" en acabado natural barniz mate.

-Mesa: Estructura en perfil de acero de 2"x 2", en acabado pintura negra electrostática, y niveladores metálicos con superficie plástica.



Exhibidores Back to School, 2013, Render, imagen 101

-Cubo, mesa y cajón en madera de pino de 3/4" en acabado barniz natural mate y pintura negra mate. Logo Vans en serigrafía color negro en la superficie de la mesa.

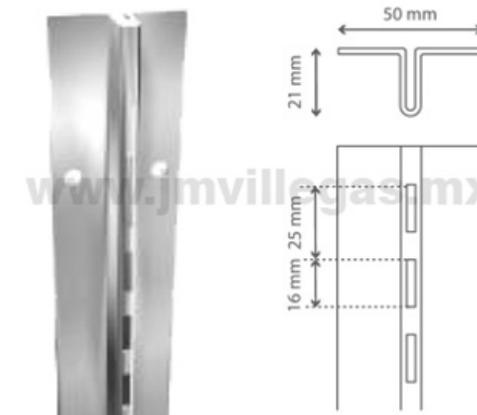
-Isla: Estructura en perfil de acero de 2"x 1" en acabado pintura negra electrostática.

-Madera de pino de 3/4" en acabado natural con barniz mate.

-Llantas de 2" con seguro y rueda de goma.

30

Pintura electrostática: Es un recubrimiento en polvo seco, suele ser utilizado para crear un acabado duro que es más resistente que la pintura convencional, muy duradero y de uso rudo a ralladuras y maltrato.



Cremallera oculta, imagen 102



Frontal, imagen 105

Herrajes.

El tipo de herraje que conforma el corner, son totalmente genéricos, estos eran adquiridos en JM Villegas, ya que ellos cuentan con sistemas para mobiliario comercial.

contacto:

www.jmvillegas.mx

Los tipos de herrajes utilizados para la carga del producto, como en góndola y perimetral se conforman por:

- Ménsula corta para cremallera, imagen 104.
- Frontal, imagen 105.
- Ménsula larga para cremallera, imagen 106.
- Cremallera oculta, imagen 102.
- Ménsula para repisas, imagen 103.

Todos llevaban un acabado final en pintura negra electrostática.



Ménsula para repisa, imagen 103



Ménsula larga para cremallera, imagen 106



Ménsula corta para cremallera, Imagen 104

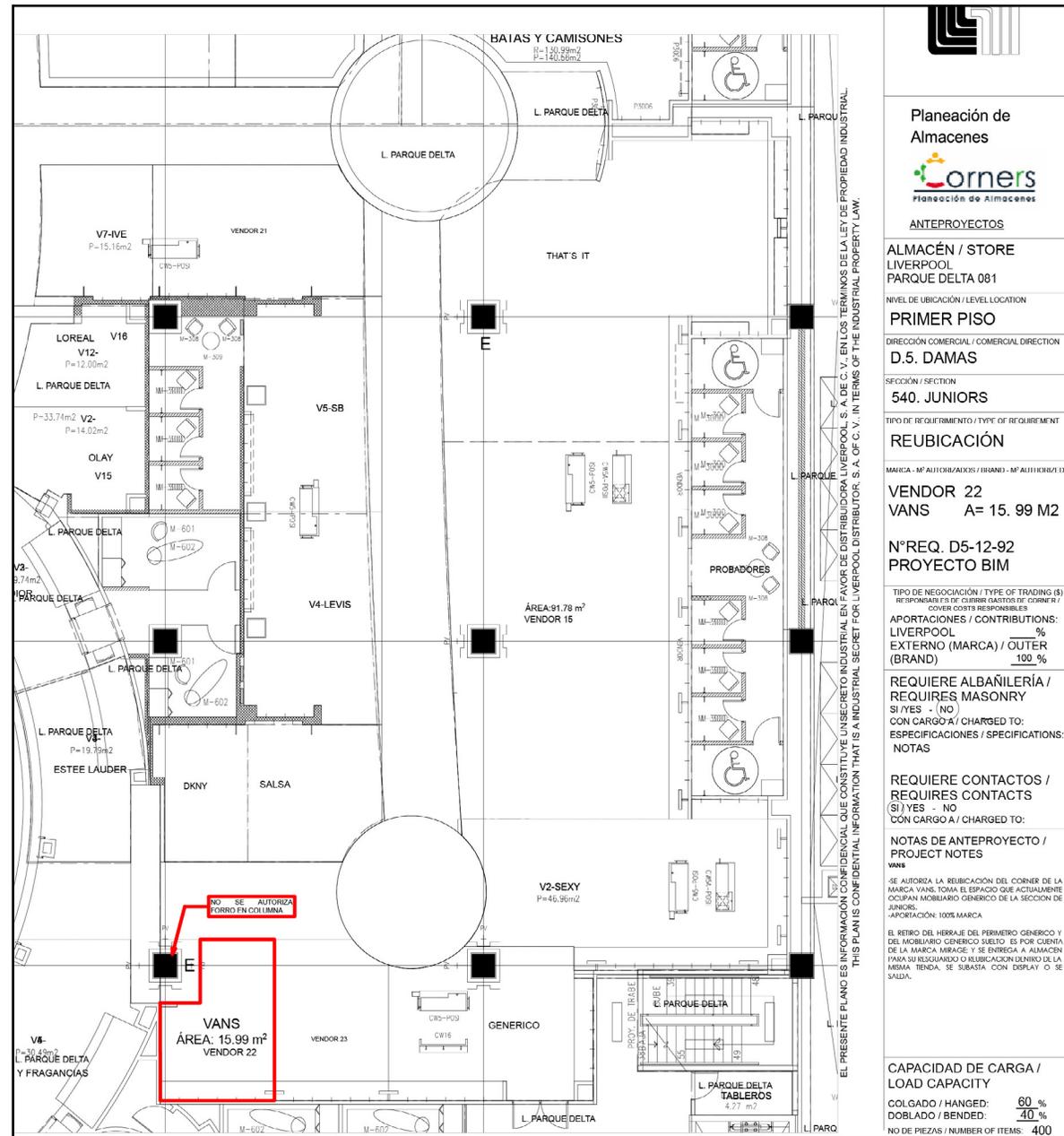
Explicaré como colocar un *corner* y la serie de pasos que se deben de seguir.

Liverpool solicita a la marca ingresar en un espacio asignado por ellos, esta información se recibe a través de un correo electrónico en donde mandan un plano de ubicación del espacio, posteriormente se saca un permiso a planeación y a almacenes para hacer el levantamiento del lugar, imagen 107.

El cuadro de datos del plano, nos da la siguiente información:

- Tienda: Liverpool Parque Delta.
- Lugar de ubicación: Primer piso.
- Sección: Juniors. En liverpool juniors será utilizado para catalogar a la ropa de dama y juveniles para caballeros.
- Tipo de vendor: Marca y metros cuadrados del espacio asignado.

Al hacer levantamientos en tiendas, aprendí que es importante considerar cada detalle, como conexiones, apagadores, zoclos, nichos, alturas, profundidades, es importante rectificar cada medida que se ha tomado, para que los perimetrales se coloquen sin ningún problema.



Plano de ubicación, 2013, plano técnico, imagen 107



Planeación de Almacenes



ANTEPROYECTOS

ALMACÉN / STORE
LIVERPOOL
PARQUE DELTA 081

NIVEL DE UBICACIÓN / LEVEL LOCATION

PRIMER PISO

DIRECCIÓN COMERCIAL / COMMERCIAL DIRECTION
D.5. DAMAS

SECCIÓN / SECTION
540. JUNIORS

TIPO DE REQUERIMIENTO / TYPE OF REQUIREMENT
REUBICACIÓN

MARCA - MP ALICORN/ARXOS / BRAND - MP ALICORN/ARXOS

VENDOR 22
VANS A= 15.99 M2

N°REQ. D5-12-92
PROYECTO BIM

TIPO DE NEGOCIACIÓN / TYPE OF TRADING (S)
RESPONSABLES DE CUBRIR GASTOS DE CORNER /
COVER COSTS RESPONSIBLES

APORTACIONES / CONTRIBUTIONS:
LIVERPOOL _____%
EXTERNO (MARCA) / OUTER
(BRAND) 100 %

REQUIERE ALBAÑILERÍA /
REQUIRES MASONRY
SI / YES - (NO)
CON CARGO A / CHARGED TO:
ESPECIFICACIONES / SPECIFICATIONS:
NOTAS

REQUIERE CONTACTOS /
REQUIRES CONTACTS
(SI) YES - NO
CON CARGO A / CHARGED TO:
NOTAS DE ANTEPROYECTO /
PROJECT NOTES

VANS
SE AUTORIZA LA REUBICACIÓN DEL CORNER DE LA
MARCA VANS. TOMA EL ESPACIO QUE ACTUALMENTE
OCUPAN MOBILIARIO GENÉRICO DE LA SECCIÓN DE
JUNIORS.
-APORTACIÓN: 100% MARCA

EL RETIRO DEL HERRAJE DEL PERÍMETRO GENÉRICO Y
DEL MOBILIARIO GENÉRICO SUJETO ES POR CUENTA
DE LA MARCA MIRAGE. Y SE ENTREGA A ALMACEN
PARA SU RESGUARDO O REUBICACIÓN DENTRO DE LA
MARCA TIENDA. SE SUBASTA CON DISPLAY O SE
SALDA.

CAPACIDAD DE CARGA /
LOAD CAPACITY

COLGADO / HANGED: 60 %
DOBLADO / BENDED: 40 %

NO DE PIEZAS / NUMBER OF ITEMS: 400

Otro paso, es hacer un registro fotográfico y colocarlas en un formato mandado por Liverpool, se debe poner plano y medidas del espacio, imagen 108. La serie de pasos consiste en:
 -Hacer el levantamiento de la planta, y el espacio asignado para la marca.
 -Señalar que tipo de límites en pared y nicho se encuentran para colocar el perimetral.

-Poner si en el área se encuentra una columna, y de que tipo.
 -Al final se debe hacer un registro fotográfico, de toda el área y del vendor que se encuentra al lado derecho, lado izquierdo y panorámica.

Se llama vendor a la marca, en este caso nuestro Vendor es Vans.

Formato para realizar levantamiento de la planta.

Formato para señalar tipos de muros en que se encuentren en el espacio y sus medidas.

Formato para señalar tipos de columnas que se encuentren en el espacio y sus medidas.

Livepool **FORMATO DE LEVANTAMIENTO** **Comaris**

ALMACEN: LIVERPOOL DBTA FECHA: 17 DE ABRIL DE 2013
 DIRECCION: JUNJOS SECCION: 540 JUNJOS
 MARCA: VANS PROVEEDOR: WORKING DEAS

CROQUIS DE ESPACIO ASIGNADO (plantas):
 INDICAR CUALQUIER ELEMENTO EXISTENTE EN LAS CARAS DE LA COLUMNA:
 C1, C2, C3, C4

PLANTA VENDOR JUNJOS
 AREA: 15.82M2
 COT: 0.00M

OBSERVACIONES:

Livepool **FORMATO DE LEVANTAMIENTO** **Comaris**

ALMACEN: LIVERPOOL DBTA FECHA: 17 DE ABRIL DE 2013
 DIRECCION: JUNJOS SECCION: 540 JUNJOS
 MARCA: VANS PROVEEDOR: WORKING DEAS

PERIMETRO

INDICAR TIPO DE LIMITES
 (Indicar con "X" cualquier elemento existente en las caras de la columna)

INDICAR MEDIDAS
 Altura: 2700mm
 Ancho: 1200mm
 Profundidad: 0mm
 Zulo: 0mm

Livepool **FORMATO DE LEVANTAMIENTO** **Comaris**

ALMACEN: LIVERPOOL DBTA FECHA: 17 DE ABRIL DE 2013
 DIRECCION: JUNJOS SECCION: 540 JUNJOS
 MARCA: VANS PROVEEDOR: WORKING DEAS

COLUMNA

Indicar cualquier elemento existente en las caras de la columna:
 C1, C2, C3, C4

INDICAR MEDIDAS
 Tipo Columna: h1= 2245mm
 Ancho: L1= 1580mm
 Altura presentacion: h2= 2245mm
 Zulo: 0mm

Foto panorámica.

Foto vendor derecho.

Foto vendor izquierdo.



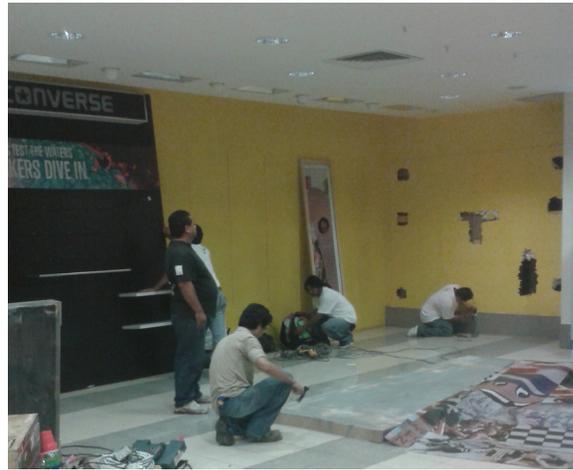
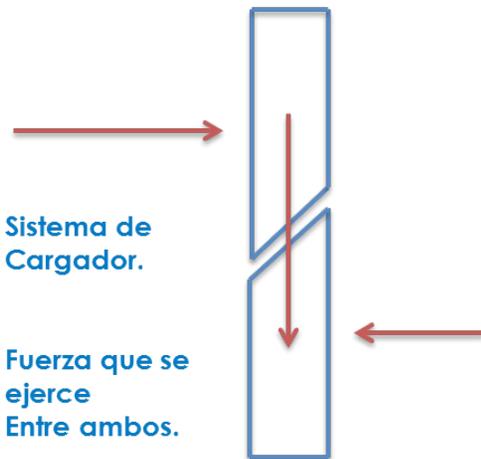
Formato de levantamiento, 2013, plano y foto, imagen 108

Instalación:

En el Corner de Parque Delta se hizo una re-ubicación, es decir, una marca entro en el espacio que se tenía anteriormente, y se tuvo que colocar en otro lugar en la misma tienda.

En la instalación se puso un panel posterior, ya que no podemos agarrarnos de las paredes de la tienda, por ende debemos poner un panel y encima de este instalar el mobiliario.

Se colocó en el panel posterior vinil con *branding* en acabado laminado mate frío, ya que al laminar el vinil en crudo le da mayor resistencia y durabilidad al intemperie. La manera de colocar los perimetrales, es por medio de cargadores en la parte posterior al mueble, esto permite que no se venga hacia adelante, y sea fácil de desmontarlo cuando se tenga que cambiar o quitar.



Instalación, 2013, foto, imagen 112

Área desocupada para instalación del *corner*. Se observan conexiones de luz, zoclo, y se empieza a colocar el vinil en el panel posterior.



Instalación, 2013, foto, imagen 114

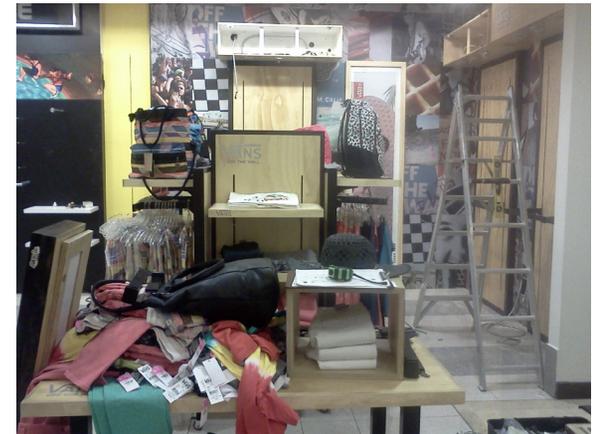
Se hacen las últimas instalaciones de los perimetrales, y se colocan góndolas y mesa en el lugar.

Cargadores de MDF de 18mm. Cargador inferior fijado a panel posterior, cargador superior fijado a perimetral.



Instalación, 2013, foto, imagen 113

Se colocó el panel, los perimetrales con sus copetes (también con cargador), y se pasaron cables de luz por el panel posterior, para conectar los copetes a la corriente.



Instalación, 2013, foto, imagen 115

Tiempo aproximado de instalación 8 horas y media. El personal de montaje puede ingresar a tienda a partir de las 10pm para hacer instalaciones.

Praxis:

A lo largo de todas las instalaciones, aprendí lo importante que es asistir a los montajes y operar junto con la gente encargada, para resolver dudas y dar indicaciones de como debe ir organizado el mobiliario. En los montajes aprendí como se colocan los perimetrales, el esfuerzo y lo que implica, también observé algunas problemáticas que consideraré en el futuro para las siguientes instalaciones, y ahorrar tiempo.

Para mi fue importante pensar en las holguras, y quitar un mínimo de 3 a 4 cm de la altura del panel posterior a plafón e incluso en perimetral si será colocado en nicho, esto para que al momento de hacer las instalaciones, el mueble entrara sin problema, ya que al tener mobiliario tipo premium, la producción es mas elaborada por sus acabados y si se cometía un error en medidas, se debía re-construir y eso incrementaba costos y tiempos.

Dentro de todo el proceso, aprendí a organizarme y operar las instalaciones, sacar permisos, hacer ordenes de producción, ingresar personal de montaje a tienda y que nuestro espacio asignado para *corner* estuviera totalmente desocupado, para realizar la instalación adecuadamente y con éxito.

4.12

DESARROLLO DEL NUEVO CONCEPTO DE CORNER.

En el 2014 se hace el cambio de imagen en los *corners*. El proceso consistió en recibir biblias de EUA, modificar medidas y contrucción para cada mueble.

Descripción General.

Perimetral:

- Madera de Pino de 3/4" con terminado natural en barniz mate.

- Estructura en perfil de acero de 3/4" x 1 3/4", en acabado pintura transparente mate.

Mesa:

- Madera de Pino de 3/4", con terminado natural en barniz mate.

- MDF de 18 mm para el cajón inferior.

- Lamina rolado frío calibre 18 para la superficie de la mesa.

- Estructura en perfil de acero de 1"x 1" y 1"x1/2 en acabado pintura transparente mate.

Isla:

- Madera de Pino de 3/4" con terminado natural en barniz mate.



Corner Vans nuevo concepto, 2014, Render, imagen 116

- Estructura en perfil de acero de 1 1/4" x 1 1/4" y en perfil de acero de 3/4" x 1 1/4" con acabado en pintura transparente mate.

Este nuevo concepto es mucho más integrado, todos los herrajes fueron diseñados exclusivamente para el mobiliario, nada fue genérico, la cremallera como se observa en el plano, imagen 117, esta integrada al perfil, que es parte de la estructura. En la mesa se aprovecho mejor el espacio ocupando sus laterales para colgado del producto.

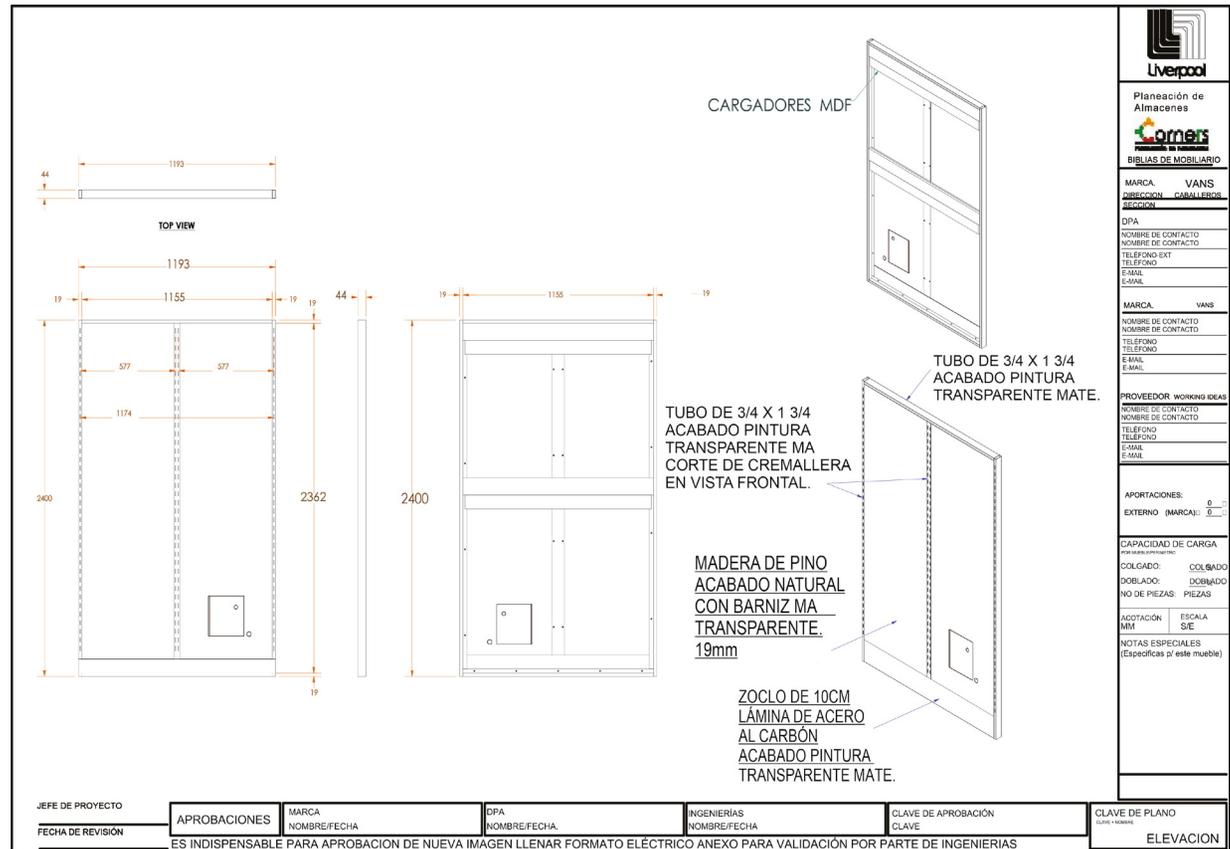
Este nuevo diseño brindó un concepto mas innovador y mas exclusivo al ocupar materiales diferentes como acrílico en el copete del perimetral, superficies metálicas como en la mesa y su cajón, y el acabado de toda las estructuras del mobiliario. Vans pretendió llegar a un nuevo usuario, y comunicar que la ropa va a un público mas amplio en edades y estilos y no limitandose a que tenga que practicar un deporte con tabla, imagen 116.

Con base a los nuevos requerimientos de Planeación y Almacenes, agregué un zoclo de 10cm, una puerta con acceso fácil para las instalaciones eléctricas y un apagador, esto sirvió para que las personas de mantenimiento lo apaguen en la noche o para los encargados de los *corners*.

Otro de los requerimientos que tuve en el re-diseño, fue colocar una tapa en el copete, para cambiar el gráfico y darle sostenimiento a los leds, en caso de que se fundieran las luces, y por seguridad de las personas de mantenimiento, por si hay un corto circuito se tenga acceso rápido a desinstalar las conexiones eléctricas, imagen 118.

Es importante mencionar que a diferencia del antiguo *corner*, la caja de luz estaba colocada con cargadores al panel posterior, esto nos limitaba a que si se fundía un lámpara dicrónica, solo las personas de mantenimiento de Vans podían hacer las composturas, ya que se tenía que desmontar el copete.

Al colocar copetes o cajas con iluminación en Liverpool se debe evitar la fuga de luz por endaduras o ensamblajes en el mobiliario. Lo resolví al colocar un espumado en todo el perímetro del marco, ya que es de metal y solo tiene un seguro tipo resbalón.

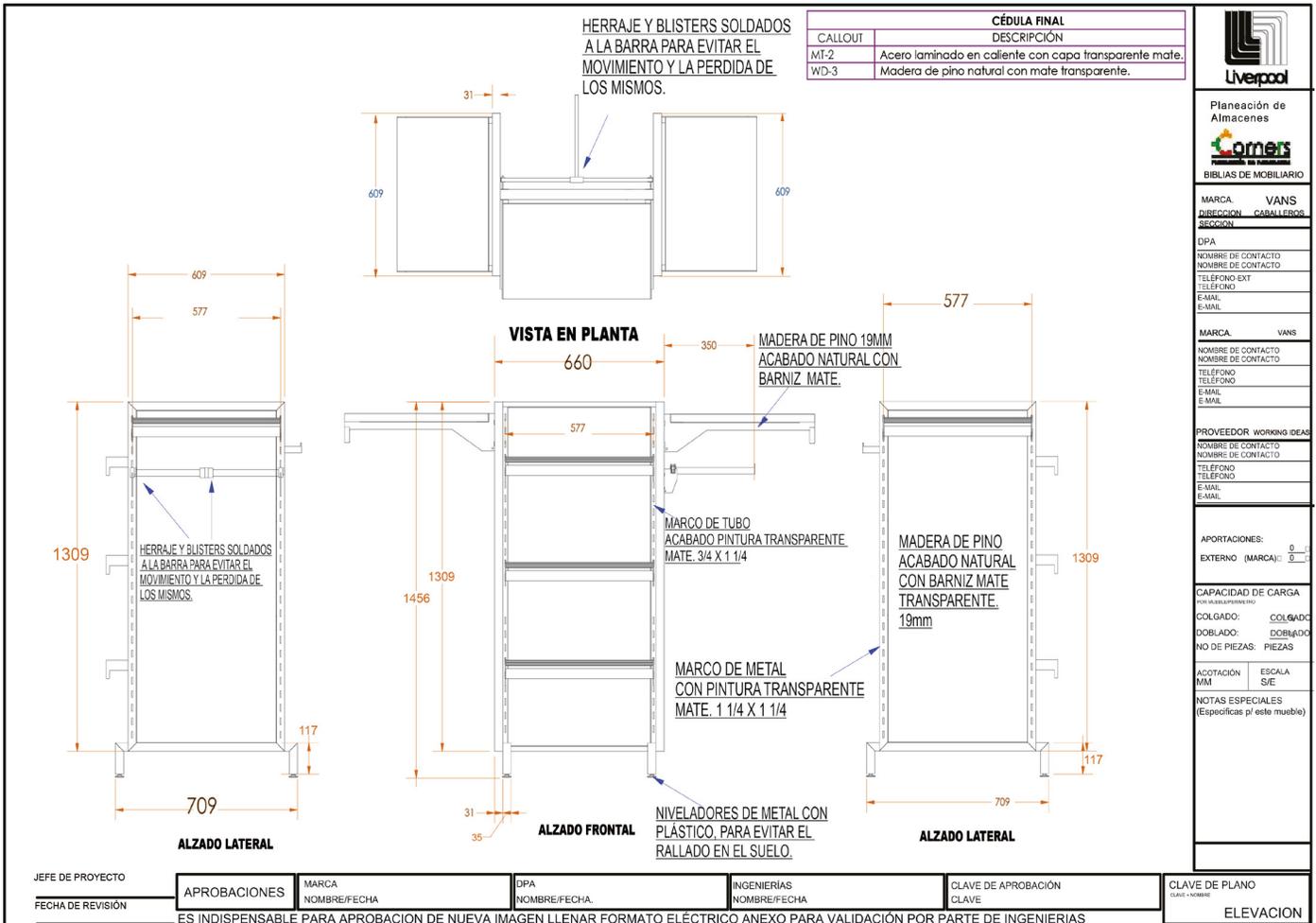


Planos nuevo concepto, 2014, plano técnico, imagen 117



Planos Vans, 2014, plano, imagen 118





Góndola propuesta inicial 2014, imagen 120.

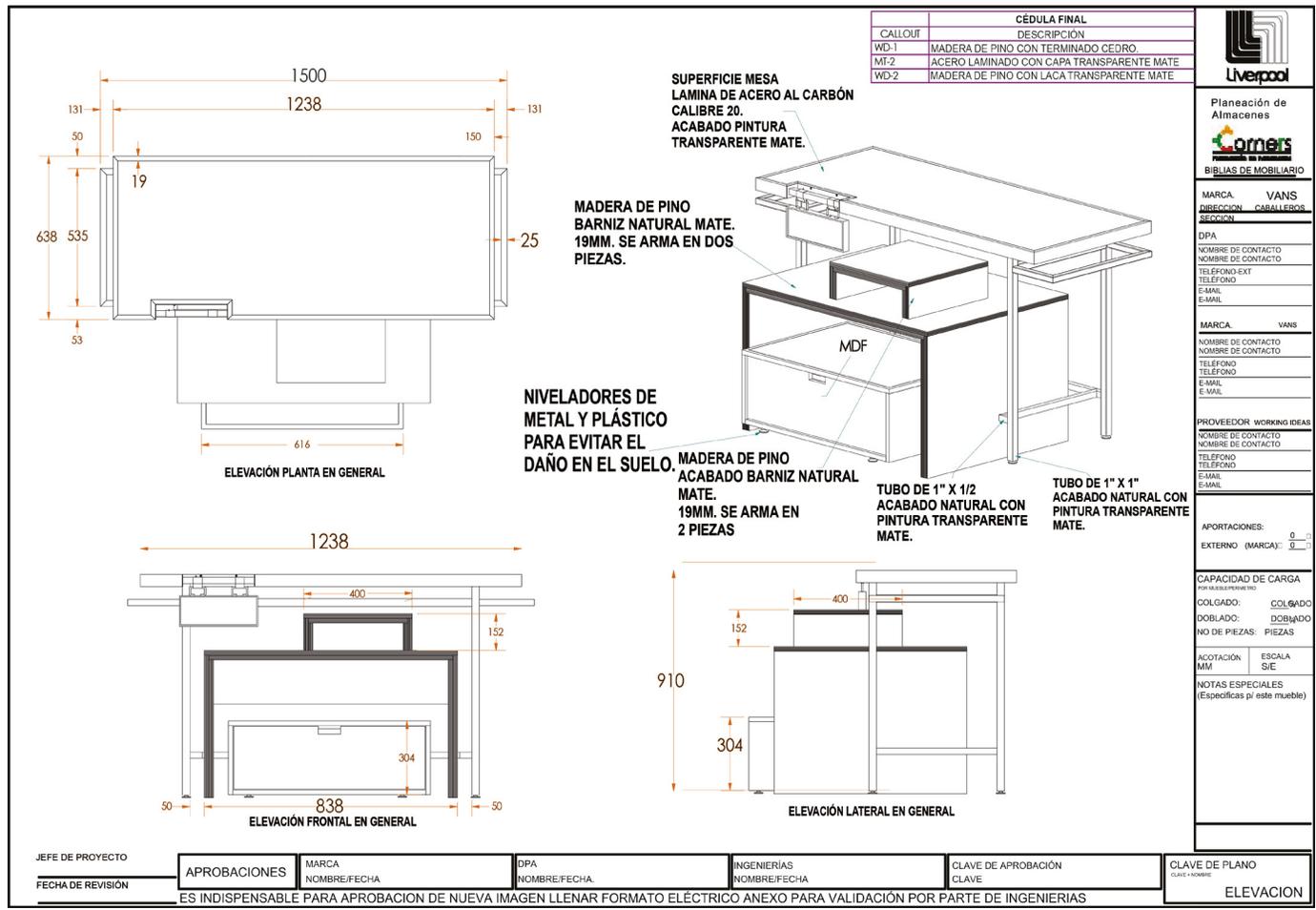


Góndola propuesta final, 2014, imagen 121.

Plano Góndola nuevo concepto, 2014, plano técnico, imagen 118

La estructura de la góndola esta hecha en 2 tipos de perfiles de acero de 1 1/4" x 1 1/4" y 3/4" x 1 1/4", con acabado en pintura electrostática transparente. Madera de pino de 3/4" en acabado natural con barniz mate. Todo su herraje esta hecho de metal calibre 12 con acabado en pintura transparente, imagen 119.

En los cambios generales de la góndola, eliminé el copete de la parte superior y las llantas, imagen 120, coloqué niveladores de goma para evitar rayar el suelo, hice un re-acomodo y una nueva propuesta en el herraje y se colocaron dos repisas en los laterales, para aprovechar el espacio y la exhibición del producto, imagen 121.



Góndola propuesta inicial, 2014, imagen 123.



Góndola propuesta final sin y sin gráficos, 2014, imagen 124.

Plano Mesa nuevo concepto, 2014, plano técnico, imagen 122

En los cambios de la mesa, eliminé los logos, ya que en el *corner* solo un mueble puede traerlo, imagen 123.

En el cajón y el copete que cuelga de la mesa, lo utilicé para colocar *branding*, imagen 125.

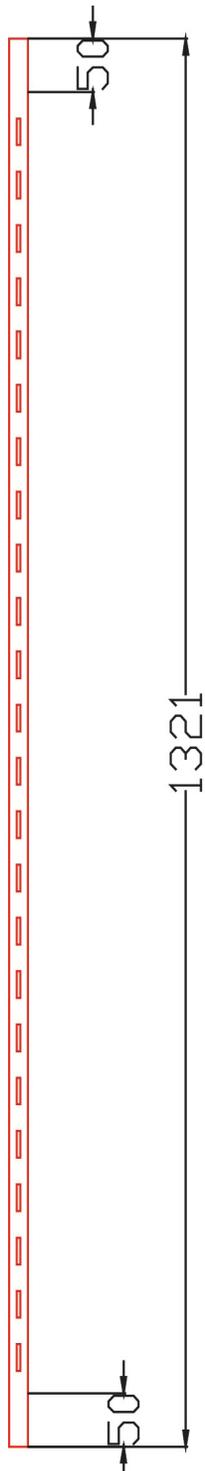
La estructura de la mesa se hizo con 2 tipos de perfiles de acero, 1" x 1" y 1" x 1/2", con acabado en pintura electrostática transparente.

Madera de pino de 3/4" en acabado natural con barniz mate.

El *branding* del copete se hizo en impresión de vinil con imán, para poder cambiarlo fácilmente, e impresión de vinil con acabado laminado mate frío para el cajón con mdf.



Góndola propuesta final con gráficos, 2014, imagen 125.

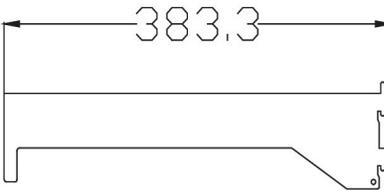
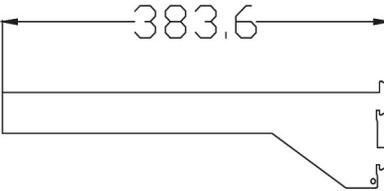
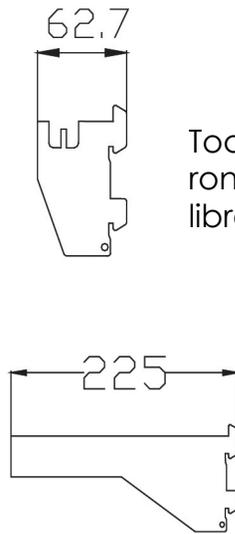


Cremallera para Góndola:

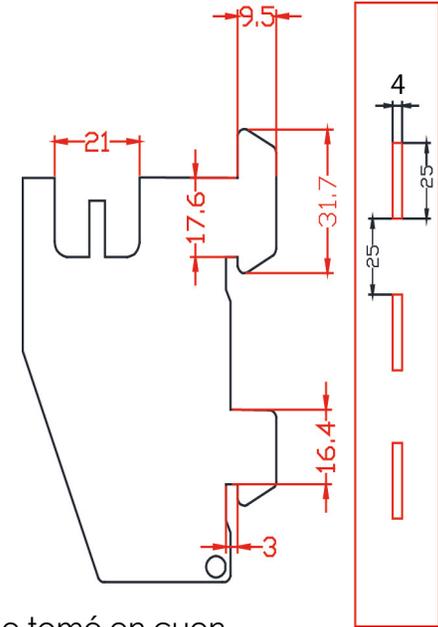
Tomo como muestra el siguiente plano de cremallera para explicar su producción.

Todas las cremalleras fueron cortadas a chorro de agua. Al hacer el archivo de corte consideré 5 cm de aire independiente a nuestra medida, ya que las prensas sostienen el perfil 5 cm de las puntas y a partir de ahí se comienza el corte.

Es importante ya que todos los tubos y perfiles vienen de 6 m, y se debe tomar en cuenta al cortar el material esos 5 cm por lado, a nuestra medida real y que no haya un desperdicio de material.



Todos los herrajes se fabricaron en lamina de acero calibre 12 (2.66 mm) de grosor.



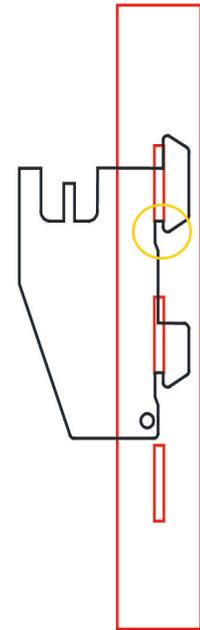
Para diseñar un herraje tomé en cuenta varias consideraciones.

-En la cremallera, el largo de cada endidura debe ser menor a la primera oreja que se tiene en nuestro herraje, para que al momento de colocarlo se haga una palanca, evitando que se salga.

- Verificar que la distancia de una oreja a otra concuerde correctamente entre los orificios de la cremallera, imagen 126.

-Hacer mayor a 1mm el ancho de la endidura de la cremallera al calibre del herraje.

4-Considerar el calibre de nuestro perfil, y dejar el doble de espacio para que nuestro herraje entre y caiga correctamente. Calibre del perfil 16 (1.52



Detalle sistema de herrajes, 2014, plano técnico, imagen 126

Praxis:

El reto que enfrenté en la construcción del *corner*, fue adaptar los materiales que se tienen en México, al diseño original. En el proceso de tropicalizarlo, mi trabajo no fue solo enfocarme en diseñar un mobiliario, si no en buscar alternativas de construcción y materiales. Mi trabajo fue buscar proveedores que se apegaran lo mas cercano a las medidas de perfiles de acero, en mi búsqueda encontré:

Metales Arcorsa.

Metales flores.

Durante el proceso de fabricación, visité en varias ocasiones a nuestro proveedor de corte a chorro de agua, para serciorarme que los herrajes y las cremalleras coincidieran correctamente. Es importante y más al tratarse de herrajes, verificar medidas y calibres.

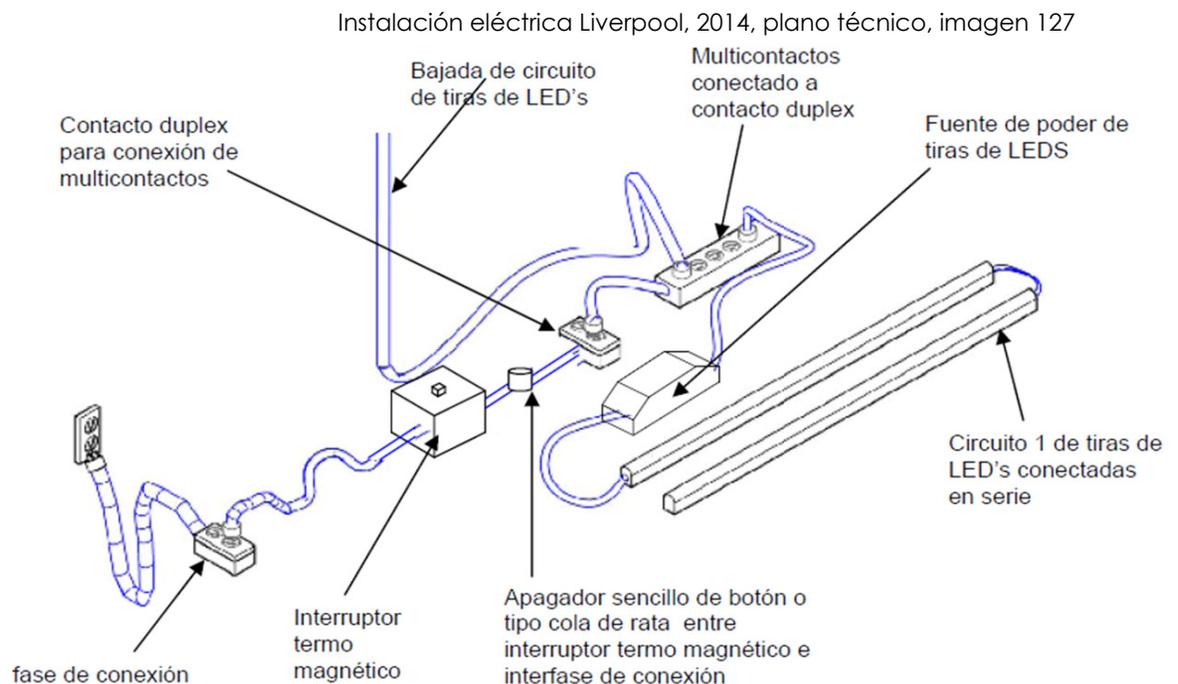
Proveedor de corte a chorro de Agua:

Ing. Rafael Galarza Ruiz: hd_plasma@prodigy.net.mx

Durante el desarrollo del *Corner*, tuve pronta respuesta a la solución de los cambios que Planeación y Almacenes me pidió para las instalaciones del mobiliario, estos cambios no alteraron por completo el funcionamiento ni el concepto del mobiliario.

Para introducir el nuevo *corner* a Liverpool, trabajé la adaptación y construcción (tropicalización), del *corner*, después realicé la biblia antes de realizar prototipos. Los planos los mandé a Liverpool hasta no tener las correcciones finales, se fabricó por completo, perimetral, Góndola y mesa. Para presentarlo, fue necesario tener la instalación eléctrica que Liverpool solicita, imagen 127. Presenté el *corner* en una junta con los supervisores de Planeación y Almacenes, les hice entrega de un juego de planos impreso y una caja de madera de 10 x 10 cm con los materiales y acabados que conformó mi mobiliario..

Durante la junta los encargados verificaron que todo estuviera de acuerdo a los requerimientos y al manual. El *corner* estuvo en proceso alrededor de 6 meses para que lo pudieran aceptar. Para mi fue importante este proyecto ya que aprendí a tener trato directo con ellos, dar seguimiento, y estar al tanto con proveedores, producción y gráficos. Fue un reto entrar con un concepto nuevo desde el principio hasta su autorización final y trabajarlo de manera integral.



4.13

¿QUÉ ES RETAIL?

El detal o venta al detalle (en inglés *retail*) es un sector económico que engloba a las empresas en la comercialización de productos a clientes.

En el negocio del detal se pueden incluir todas las tiendas o locales comerciales que habitualmente se encuentran en cualquier centro urbano con venta directa al público; sin embargo, su uso se halla más bien ligado a las grandes cadenas de locales comerciales. El ejemplo más común del detal lo constituyen los supermercados; otros comercios tradicionalmente asociados al detal son las tiendas, casas de artículos para el hogar, ferreterías, farmacias, librerías, tiendas de ropa, entre muchas más, imágenes 128, 129.



Tienda interior Gran Sur, 2014, fotografía, imagen 128



Tienda Retail Plaza Tlaquepaque.

Tienda fachada Tlaquepaque, 2014, fotografía, imagen 129

TIPO DE MOBILIARIO PARA TIENDAS RETAIL.



Mesa central de la tienda, imagen 130.



Mesa Dama y Caballero, imagen 131



Perimetrales de calzado, imagen 132



Góndola chica y grande, imagen 133



Mueble central y copete para perimetral, imagen 134.



Caja de cobro, imagen 135.

El mobiliario se fabricó en madera de pino de 3/4", con acabados en tinta café con barniz mate. Algunos muebles llevan ángulos de 1/2" en lamina rolado caliente, en los cantos y uniones como bases y repisas, en los letreros se ocupó solera de 1" con acabado en pintura negra electrostática, y baquetas para los marcos de los gráficos. La estructura de las góndolas se fabricaron en perfil de acero de 1 1/2" x 1 1/2" en calibre 16, con la cremallera integrada al perfil.

Para la construcción del mobiliario, recibí la biblia (alrededor de 900 planos), de todos los muebles y herrajes. Separé de cada mueble, carpintería y herrería para mandar a producción cada pieza por separado y posteriormente unirlo. En el caso de tiendas retail, los muebles no cambiaron, se respeto su diseño por completo, en medidas y materiales ya que la mayoría de los herrajes y cremalleras eran fabricadas en lamina y posteriormente dobladas. Aprendí a ser muy minuciosa y observadora, por la cantidad de planos y la complejidad.

4.15

HERRAJES PARA TIENDA RETAIL.

Todos los herrajes de retail, se fabricaron en lamina rolado caliente calibre 14 (1.9 mm). Todos los herrajes los tracé basándome en los planos que recibí.

Las cremalleras estas fabricadas en lámina rolado caliente calibre 14. Las cremalleras que van a pared para la exhibición de ropa y en el mueble centra, fueron cortadas y posteriormente dobladas en forma de "C", imagen 138. En tiendas Retail, todos los herrajes fueron respetados en su diseño original y fabricados con nuestros proveedores de corte.

Se tenían dos proveedores de corte para abastecernos en la fabricación, imagen 137.

Proveedores:

www.idmmetalarts.com.mx
<http://www.precisioncut.com/>

Al hacer herrajes, aprendí a revisar la información a detalle para no olvidar ningún herraje, ya que si un modelo hacía falta, las piezas y el mobiliario no podían instalarse en su totalidad,

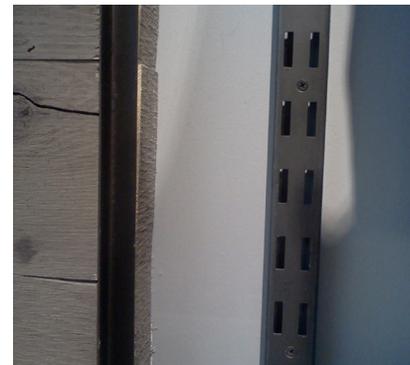
Cremalle para "H" Retail, 2014, render, imagen 136



En la imagen 136 muestro la cremallera que se ocupo para cargar los perimetrales de calzado. Se soldó a una "H" de 10 x10 cm x 300 cm de alto. Esta "H", lleva en la parte de abajo una "U", que se fabricó en solera de 4" x 1/4"(6.3 mm). La "U" se une a la "H" con tornillos de 2" y se soldó. La "H" se sostuvo de piso hasta unas vigas de madera. Todos los herrajes, cemalleras y piezas adicionales las tracé en autocad.



Detalle cremallera para "H", imagen 137.

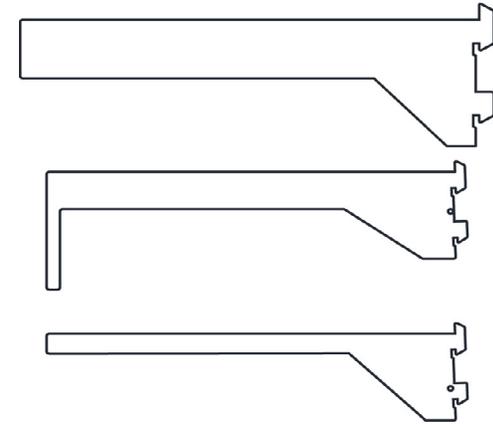


Cremallera de perimetrales de ropa, imagen 138.

Herrajes para góndolas.



Herrajes para repisas de ropa en perimetrales.



Herrajes para perimetrales de calzado.



Detalle de herraje para cremallera "H", imagen 139.

DESARROLLO DE TIENDA RETAIL GRAN SUR.

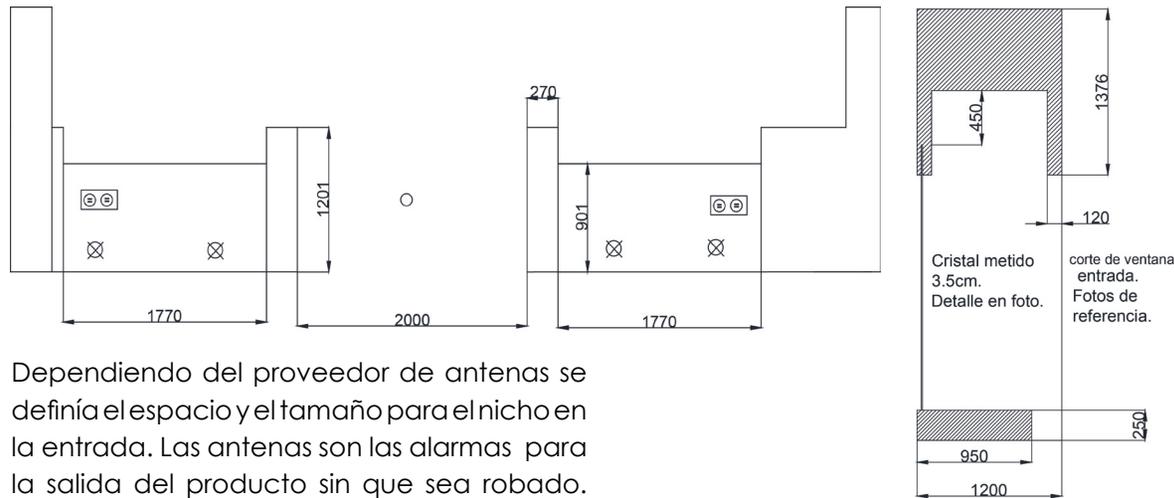
DESARROLLO

Scouting:

-Visité el local y realicé un levantamiento general.
 -Hice planos muy generales de la fachada, ventana y detalles de la ventana. Estos planos se proporcionaron a Zyman para comenzar con la obra blanca.

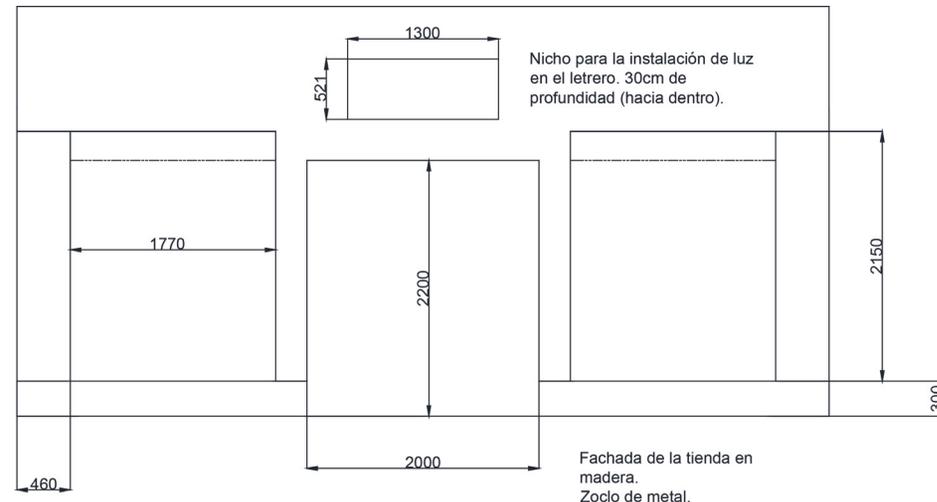
Estos fueron los requerimientos para la construcción de la fachada y ventanas.

-Acabado de la fachada en madera de pino con tinta café en barniz mate, imagen 140.
 -Todo el zoclo y las cajas de las ventanas debe ser en lámina rolado caliente.
 -Todo lo que fue lámina de acero, lo mandé a cortar por chorro de agua y a doblar.



Dependiendo del proveedor de antenas se definía el espacio y el tamaño para el nicho en la entrada. Las antenas son las alarmas para la salida del producto sin que sea robado.

Planos tienda, 2014, planos técnicos, imagen 140.



La tienda se localiza en la plaza Gran Sur, fue la primera fabricada en México con nuestros proveedores. Las tiendas que se encuentran en México como en plaza Santa Fe, los muebles, herrajes, vigas, fachada, letreros, eran traídos desde Estados Unidos para su instalación.

Vans Gran Sur, fue desarrollada en México, desde la obra blanca, hasta la instalación de todo el mobiliario. En este proyecto aprendí uno de los mayores retos como diseñadora industrial, al haber estado a cargo de toda una tienda, con proveedores, ingenieros, arquitectos, hasta su entrega final.

El desarrollo consistió en visitar la tienda de Santa Fe, observar a detalle, cada terminado, instalación, entender el funcionamiento de los herrajes, como acomodar una tienda, su logística y el área de bodega.

La obra blanca fue desarrollada por una empresa de arquitectos llamada: www.zyman-zyman.com, apegándose a los requerimientos para el desarrollo de la tienda, supervisados por mi.

Render:

- Desarrolle los renders de toda la tienda (área de venta), incluyendo fachada.
- Se mandaron a EUA para tener la aprobación de la tienda y la distribución del mobiliario, imagen 141.
- Se recibieron correcciones de la tienda, una vez revisada la propuesta, de Vans EUA e hice las modificaciones para empezar la construcción de la tienda, imagen 142.

La distribución de la tienda aprendí a hacerla observando las tiendas Vans Retail en México (Plaza Santa Fe), y apoyándome en los encargados de las tiendas, los espacios que consideré dejar en cada mueble y pasillos lo retomé de mi experiencia en los corners, al guiarme con los manuales de Liverpool para la distribución de mobiliario. Al construir tiendas este fue uno de los puntos mas importantes.



Fachada Gran Sur, 2014, render, imagen 143



Distribución de la tienda, 2014, render, imagen 141.



Correcciones de la distribución por EUA, 2014, render, imagen 142.

Obra blanca:

-Proporcione los planos, renders y guía mecánica con especificaciones de acabados en techos, piso, paredes, lámparas y conexiones eléctricas.

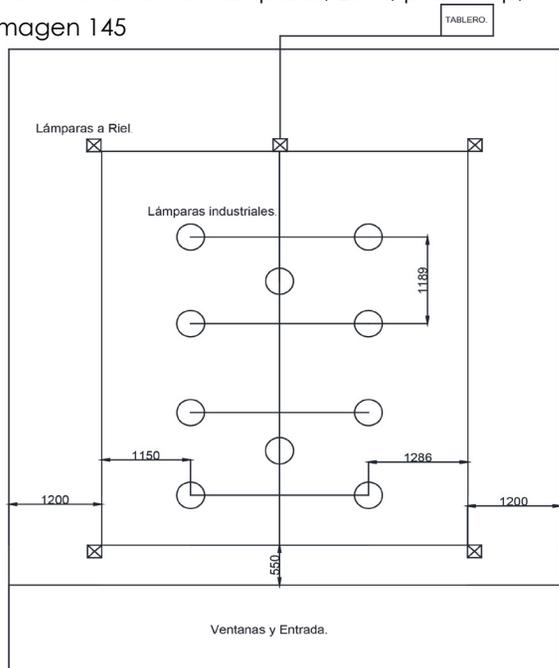
-Las paredes se pintaron en color Gris Claro mármolado L5-08.

-Antes de pintar el plafón en negro mate se debe hacer toda la conexión del aire acondicionado, imagen 144.

Se le dio a la constructora, un plano muy general de como deben ir las lámparas, distribución y modelo. Todas las conexiones van a un tablero que será el que distribuirá a toda la tienda.

-Las lámparas deben ser de leds a 220 volts, imagen 145.

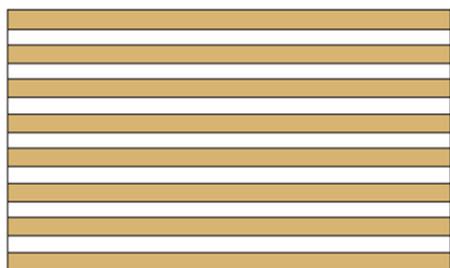
Plano conexión de lámparas, 2014, plano top, imagen 145



PAREDES DE CALZADO.

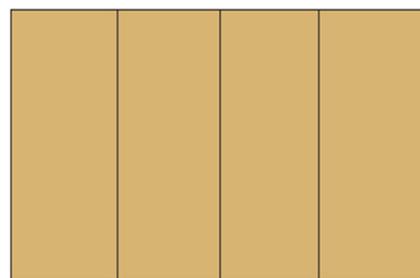
Colocar tablas completas de madera de 3/4" en toda el área de venta, desde el piso hasta el límite con el plafón, cubriendo nichos y columnas o colocar canes de madera de 3/4" con un ancho de 30 cm dejando una distancia de 20 cm entre cada una. Colocar tabla roca encima de la madera, cubriendo toda el área de venta.

Ejemplo.

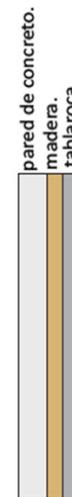


canes de madera de 3/4 con 30cm de ancho.

Espacio de 20cm entre madera y madera.



Tablas completas cubriendo la pared.



Ejemplo Guía mecánica.

Este requerimiento es muy importante para la construcción de la tienda, y poder colocar los perimetrales por medio de cargadores.



Plafón, 2014, foto, imagen 144



Acabado del Piso, 2014, foto, imagen 146

Se debe colocar Topcret en todo el piso en el área de venta.

Tapial:

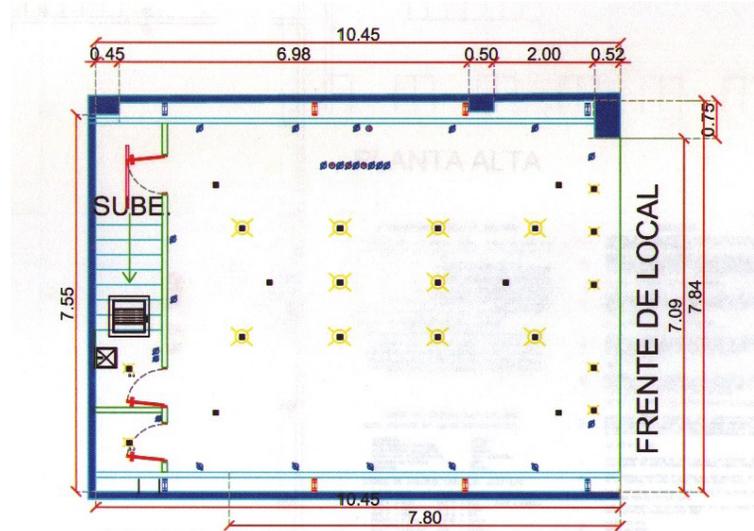
Antes de empezar con el desarrollo de una tienda que se encuentre en un centro comercial, se necesita colocar un tapial en la fachada. El tapial es de tablaroca y por lo general van a 270 cm de alto por 60 cm de profundidad, se debe colocar en frente una puerta con llave para el paso del personal. Debe ir brandeado con imagen de la marca, imagen 147.



Ejemplo Tapial Tienda Angelópolis, 2014, foto, imagen 147

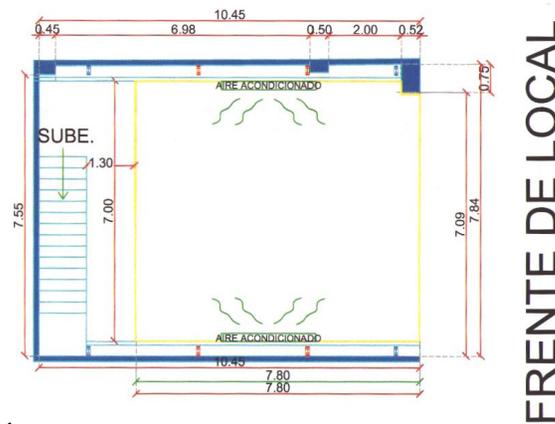
Planos:

Para comenzar la obra blanca y montaje del mobiliario, la plaza pidió una memoria descriptiva que contuvo todos los planos de la tienda, sus instalaciones, renders y acabados. Para la construcción de las tiendas, la constructora es quien desarrolló y proporcionó toda la información de planos técnicos, imagen 148.



INSTALACIÓN ELECTRICA CONTACTOS Y LUMINARIAS PLANTA BAJA

Planos constructivos Gran Sur, 2014, planos técnicos, imagen 148.



INSTALACIÓN AIRE ACONDICIONADO PLANTA BAJA



PLANTA BAJA

Planos del desarrollo de la tienda.

Total de planos a desarrollar para una tienda son:

- Instalación eléctrica.
- Aire acondicionado.
- Área de bodega.
- Área de venta.
- Antenas.
- Sensores (seguridad de la tienda).
- Alarma.
- Bocinas.
- Alzados área de venta.
- Cortes.
- Fachada.

Montaje:

Se consideró 20 días para la instalación de todo el mobiliario y acabados del área de venta.

La constructora nos entregó la tienda con las condiciones requeridas para colocar el mobiliario, paredes de madera, travesaños, puertas, cristales, y todos los letreros luminosos.

Para la instalación final, proporcioné guías mecánicas de la distribución y cantidad de mobiliario, así como los gráficos en renders al personal de montaje



Montaje cremalleras y revestimiento de paredes, 2014, foto, imagen 149.



Fachada Gran Sur, 2014, foto, imagen 152



Colocación del mobiliario, 2014, foto, imagen 150.



Interior tienda, 2014, foto, imagen 153



Colocación del mobiliario y gráficos, 2014, foto, imagen 151.

Praxis:

El desarrollo de tiendas Retail fue uno de los proyectos mas grandes que realicé con Grupo VFC.

Construir una tienda requirió de un gran trabajo en equipo con todos los proveedores.

Para mi fue un proyecto muy importante y de gran aprendizaje, ya que revicé alrededor de 900 planos, los pasé a centímetros, (EUA maneja todo en pulgadas) para el área de producción. Vans EUA me proporcionó en 3ds el mobiliario de toda la tienda, esto me ayudó a hacer más rápido los renders y entender más a detalle la construcción del mobiliario.

Aprendí a ser mas organizada y metódica en cada detalle y proceso, a ser más observadora y a exigir a los trabajadores que la instalación y los acabados deben ser de calidad.

Cada detalle en el desarrollo de la tienda fue nuevo, incluyendo conocer lo que era *Retail*, aprendí a distribuir una tienda y los factores de mercadotecnia como puntos importantes de visión y de atracción para los clientes. Es importante como diseñadores estar muy involucrados en cada detalle, hacer buenas relaciones con trabajadores y proveedores esto fue de suma importancia ya que la mayoría de las desiciones o preguntas pasaban por mi, y es aquí cuando aprendí a tener mas seguridad en mi trabajo.

Fue importante trabajar bajo tiempos establecidos, y fijar una fecha de entrega. Cuando una tienda se encuentra en plazas, las rentas son muy elevadas, es por ello que se planeó alrededor de 2 a 3 meses como máximo, para la apertura. En todo el proceso fue indispensable saber escuchar y preguntar todas las dudas a gente con la experiencia en el área, y me ayudo a evitar menos errores en el desarrollo del proyecto.

CONCLUSIÓN

En mi desarrollo profesional me abrí a un nuevo panorama al participar en áreas en las que no tenía conocimiento.

Durante el tiempo laborado con GM Producciones desarrollé la creatividad y el manejo de programas de diseño, conocí las partes y elementos importantes para diseñar un evento corporativo, y que a la fecha ha sido un aprendizaje que no he dejado de usar. Mientras estuve en GM Producciones tuve la inquietud de diseñar *corners*, ya que era un área que quería desarrollar, y fue lo que me motivó para buscar mi segundo trabajo.

El trato con clientes, proveedores y producción, es algo muy esencial e importante en el desempeño laboral, y es algo que solo se aprende en el ámbito profesional. Debemos ser cautelosos, seguros, quitarnos el miedo a cometer un error y al cometerlo hacer un análisis para que esto nos ayude a ser más precavidos y organizados en los proyectos.

En el manejo de programas de diseño, es importante no cerrarnos a un solo programa, sino tratar de buscar opciones que nos ayuden a hacer de manera más rápida o práctica algunas cosas, seguir actualizándonos para ejecutar un programa, hacer un buen render ya que será una de las principales cartas de presentación como Diseñadores Industriales ante una empresa y posteriormente a un cliente, para ganar y vender un proyecto. Es fundamental ser autodidactas en nuestro aprendizaje, y no quedarnos con dudas al investigar conceptos, procesos, o cosas que nos van a ayudar a desarrollar nuestro trabajo. .

El área de Retail fue un punto que determinó lo que me gustaría desempeñar y seguir desarrollando en mi vida profesional, hacer tiendas desde obra blanca hasta su montaje final, con acabados y mobiliario. A pesar de que en esta área se tienen diseños, planos y requerimientos predeterminados, el operar y estar a cargo de una producción de este tipo, me hizo darme cuenta que el trabajo de un Diseñador Industrial es integral.

En el área de producción es fundamental estar en el proceso, observar como se como se trabajan los materiales y el tiempo que llevará terminarlo con acabados. Al estar al tanto nuestro criterio de diseño se amplía, porque sabemos como fabricar un proyecto, que en muchas ocasiones solo lo visualizamos en un render o en un plano técnico que entregamos al área de producción, y a veces no sabemos como fue finalmente fabricado y que cambios tuvo en el proceso. Es importante involucrarnos, ya que en nuestra formación académica los proyectos eran en su mayoría fabricados por nosotros y estábamos al tanto de todo el desarrollo.

Al hacer una reflexión de mi trayecto profesional me doy cuenta que mi crecimiento no solo ha sido como Diseñadora Industrial, sino que mi carácter se ha forjando cada día al enfrentarme con problemas laborales que no solo son de diseño, sino al tratar con personas, al tener cargos, al coordinar áreas de diseño y al operar instalaciones.

Mis conocimientos en el manejo de materiales y habilidades se han ido reforzando y actualizando en todo este tiempo, mismos que en la carrera me fueron inculcados.

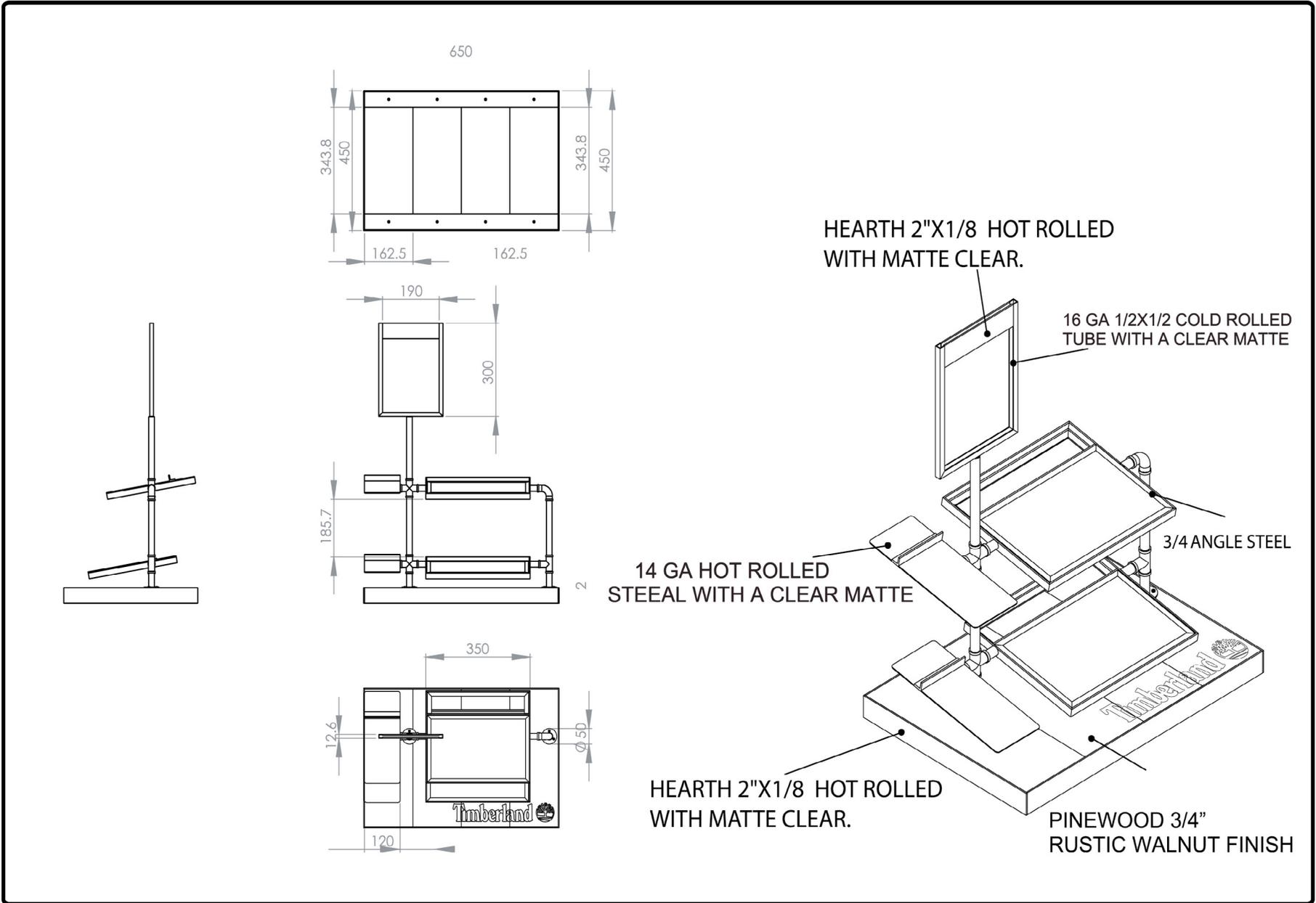
Es importante no perder de vista que a pesar de que nos guste nuestro trabajo, no debemos afanarnos, y hacer a un lado lo más importante, que es diseñar y amar nuestra vida.

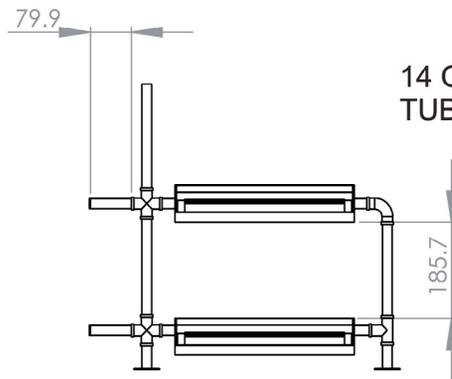
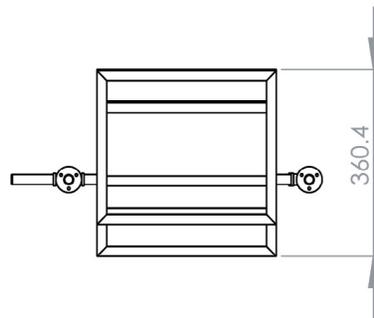
En la siguiente tabla presento una evaluación de mi aprendizaje y aplicación, en el desarrollo de los proyectos. En aprendizaje, escribo lo más relevante que aprendí del proyecto y que me ayudo posteriormente a desarrollar los siguientes, en aplicación describo como lo resolví para llegar al resultado final.

		APRENDIZAJE	APLICACIÓN
GM PRODUCCIONES	• Fiesta Circo	Optimización de tiempos y recursos.	Eliminando procesos en la fabricación.
	• Fiesta Maya	Organización y distribución de elementos de Stock.	-Con el apoyo de un plano del área y con el modelado en 3d del lugar.
GRUPO VFC MÉXICO	• Góndola Reef	-Desarrollo de Biblias. -Tratar con gente de Liverpool.	-Mis conocimientos académicos para hacer planos y siguiendo el manual de Liverpool. -Trabajo en equipo, ser amable y flexible.
	• Showroom Timberland.	-Levantamiento de obra blanca. -Refuerzo de programas de 3D.	-Con la ayuda de carpinteros. -Siendo autodidacta en mi aprendizaje.
	• Evento de Lanzamiento.	-Planeación y operación. -Manejo de personal.	-Resolviendo las necesidades y dando una solución a los clientes. -Ser empático y práctico.
	• Mobiliario para tiendas en México.	-Desarrollo de Biblias en inglés. -Tropicalización de mobiliario.	-Con el apoyo del material de EUA e investigando materiales en inglés. -Hacer mas rápida y práctica la producción.
	• Back to School.	-Investigación y análisis del concepto de una marca.	-Analizar la información que se recibe de las marcas, sobre su concepto y forma.
	• Corner para Liverpool.	- Distribución y colocación de un Corner en un espacio asignado. -Delegar responsabilidades.	-Estudiar los manuales y haciendo visitas de campo, ser muy observador. -Repartir trabajo, explicar y confiar en las capacidades de las personas que te apoyan.
	• Nuevo concepto Corner.	-Seguimiento y búsqueda de proveedores. -Trazo y desarrollo de herrajes.	-Investigar por internet y con el apoyo de la gente de producción. -Seguir los planos y visitar a los proveedores, haciendo prueba y error
	• Tienda Retail Gran Sur.	-Sintetizar información. Diseño e instalación de una tienda.	-Pasar solo los planos con las medidas generales del mobiliario. -Hacer investigación de campo, scouting y análisis de una tienda

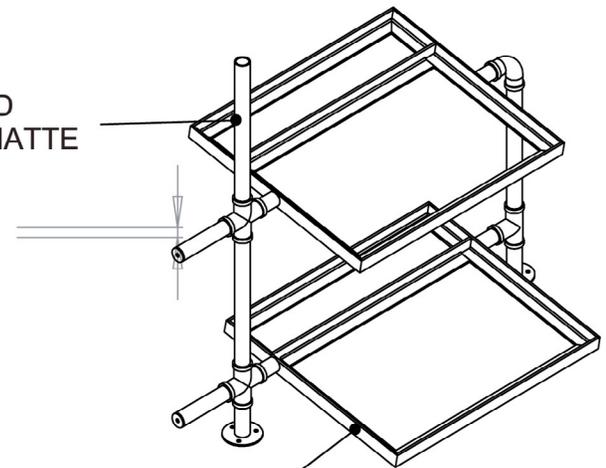
ANEXO

Anexo 1: Biblia Exhibidor de mesa Timberland.

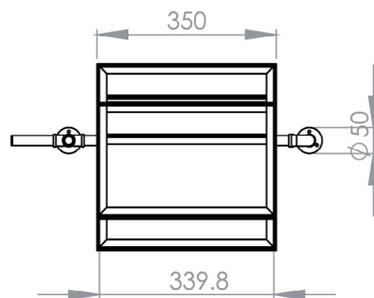
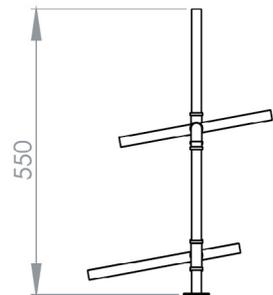


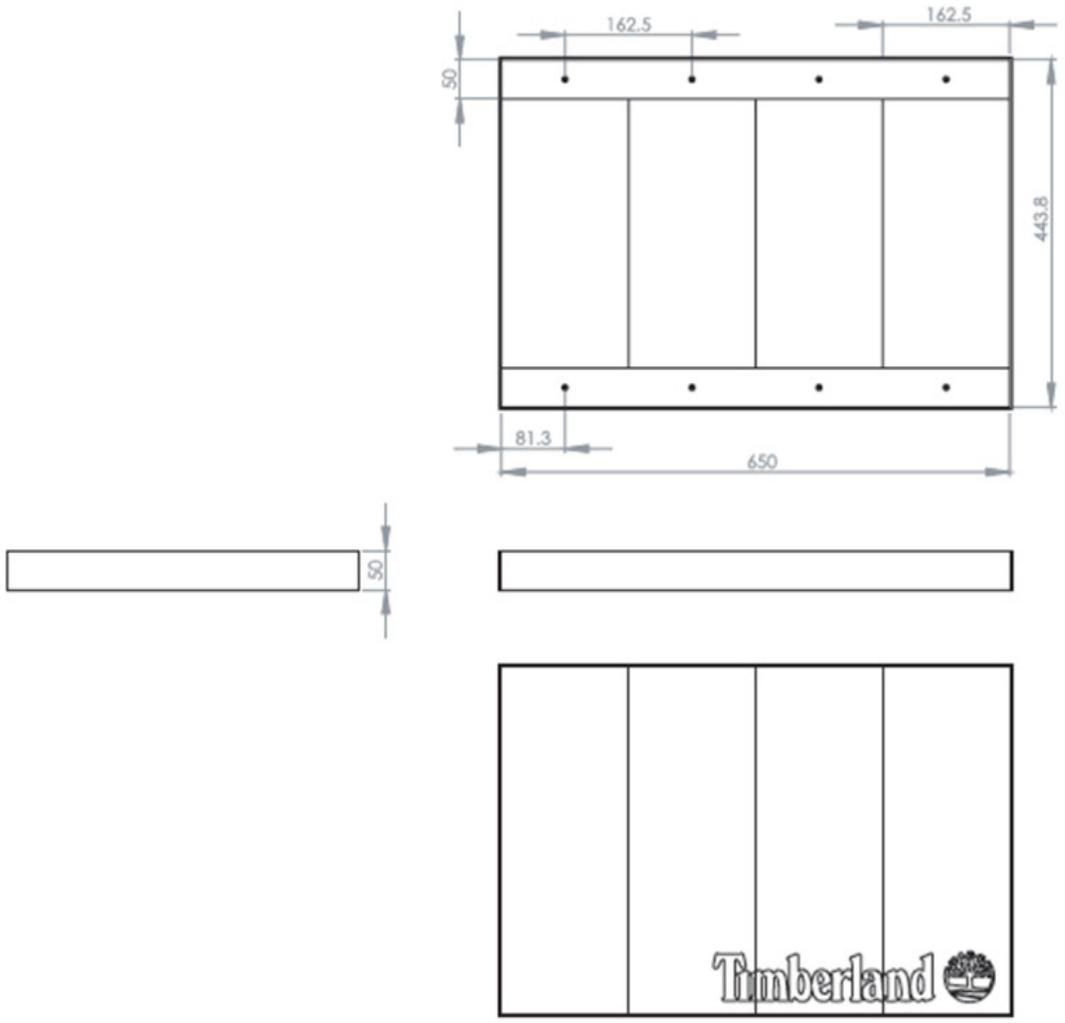


14 GA 3/4" HOT ROLLED
TUBE WITH A CLEAR MATTE

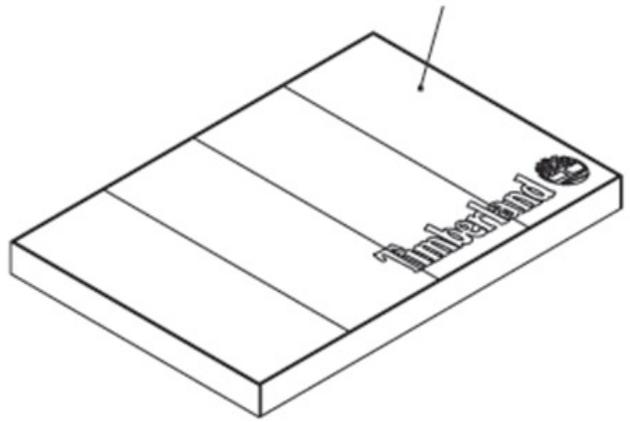


3/4 ANGLE STEEL

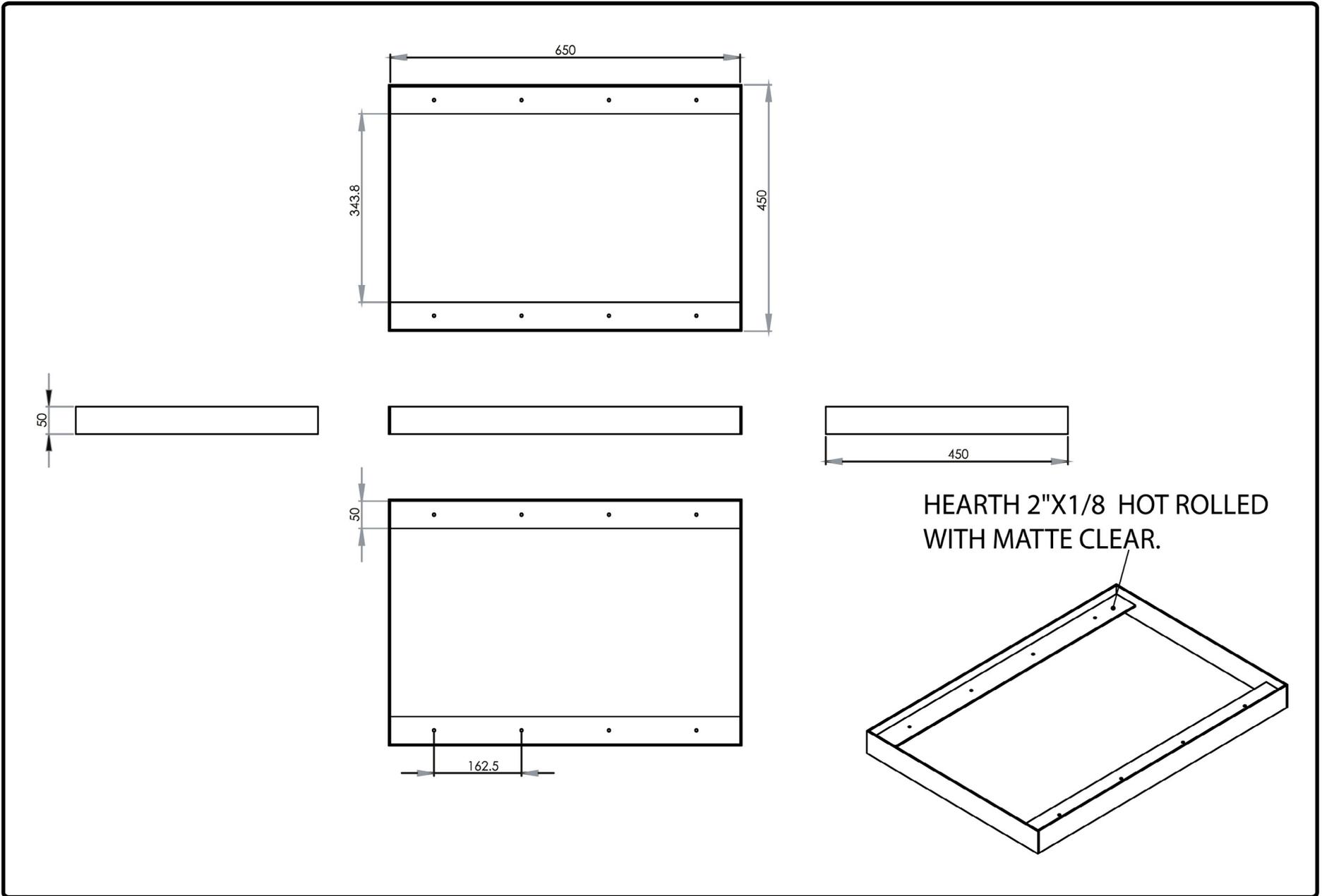


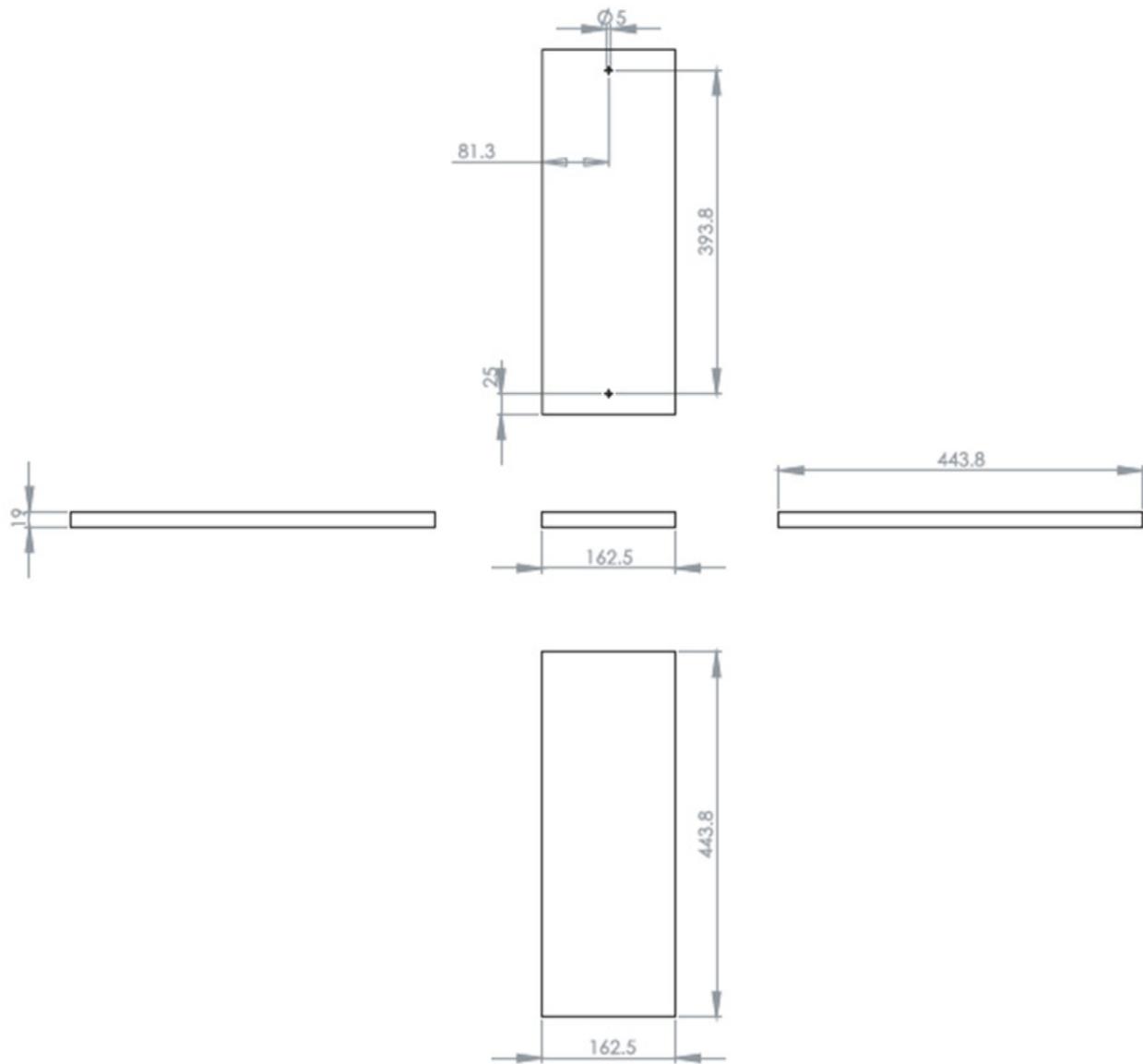


**PINEWOOD 3/4"
RUSTIC WALNUT
FINISH**

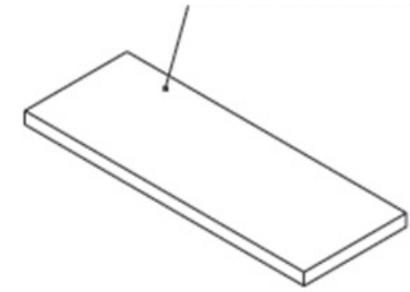


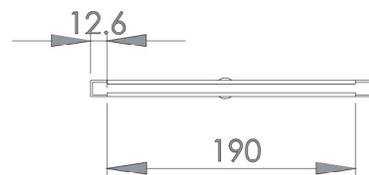
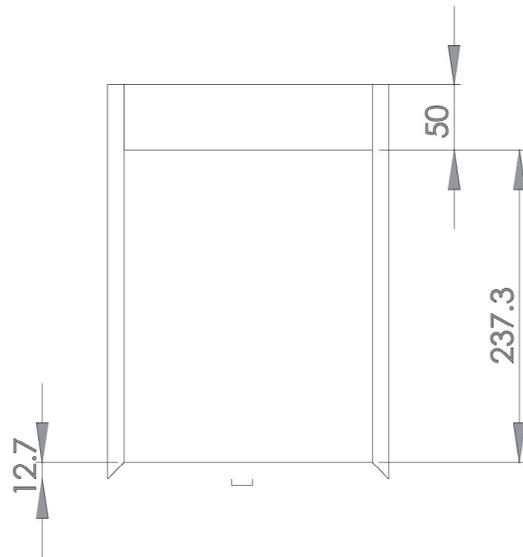
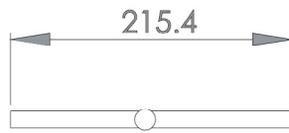
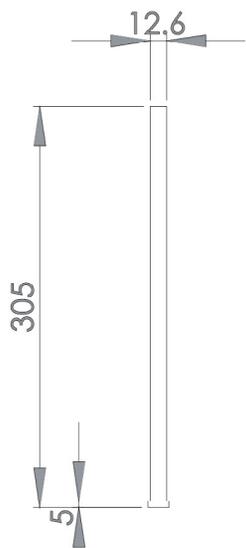
ATTACHED WITH CONTACT CEMENT



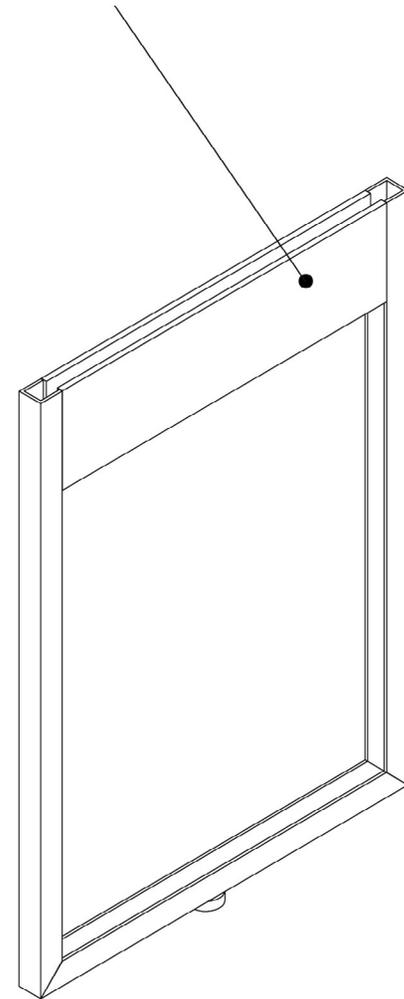


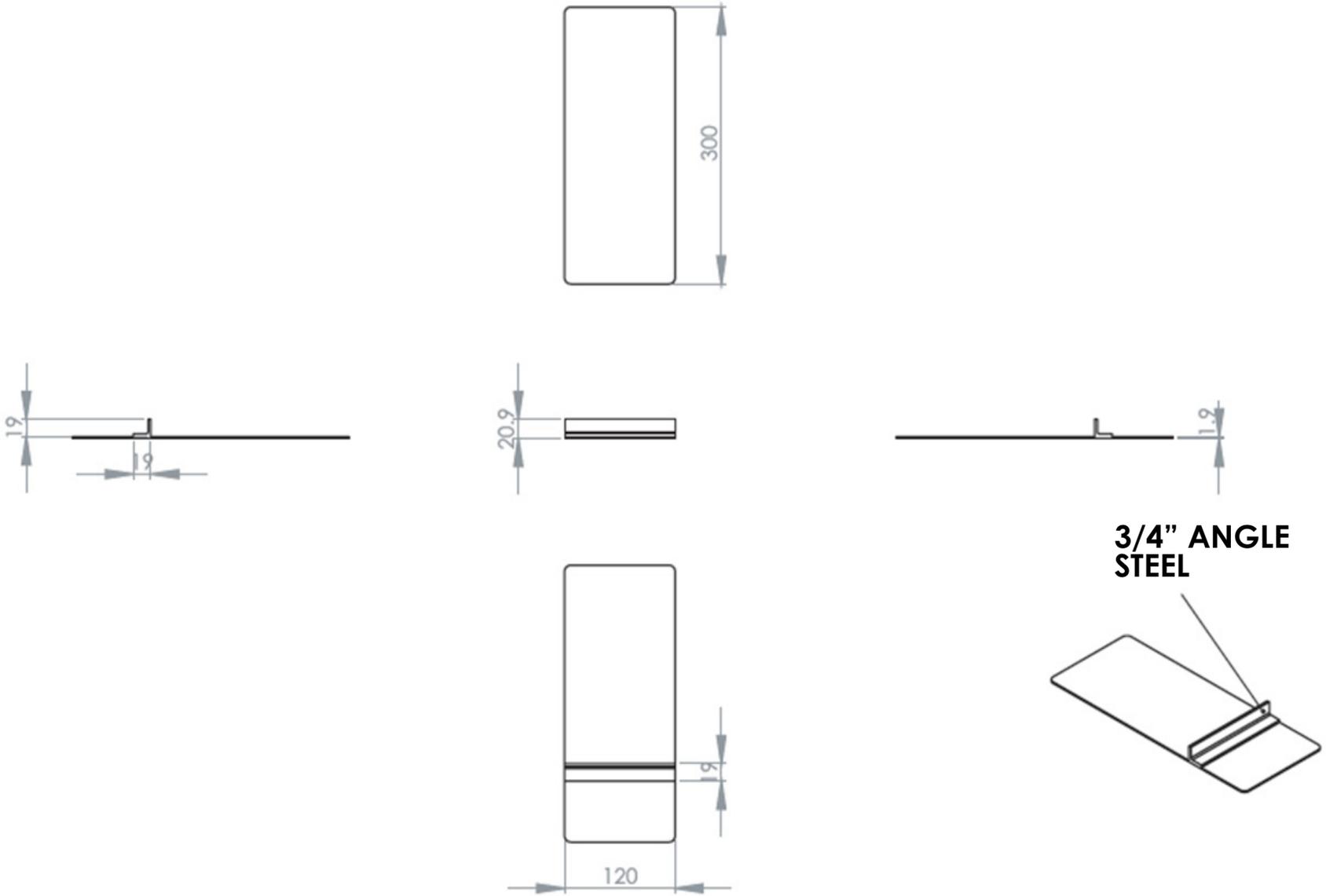
**PINEWOOD 3/4"
RUSTIC WALNUT
FINISH**

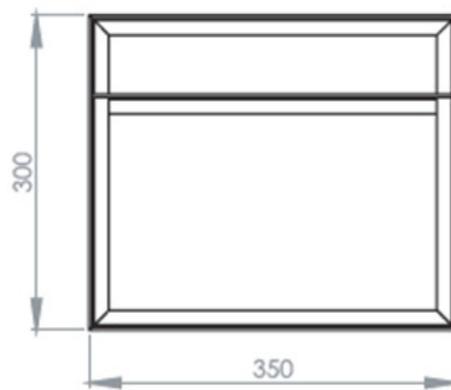
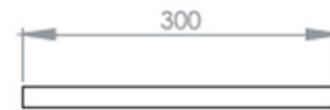
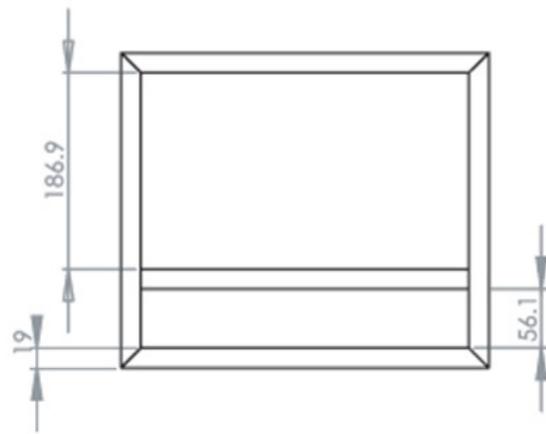




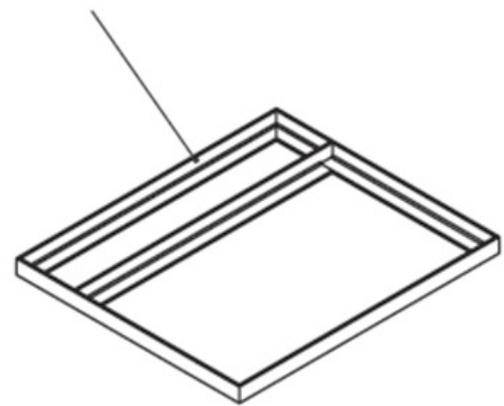
HEARTH 2"X1/8 HOT ROLLED
WITH MATTE CLEAR.

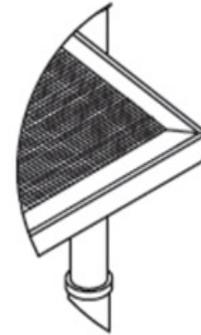
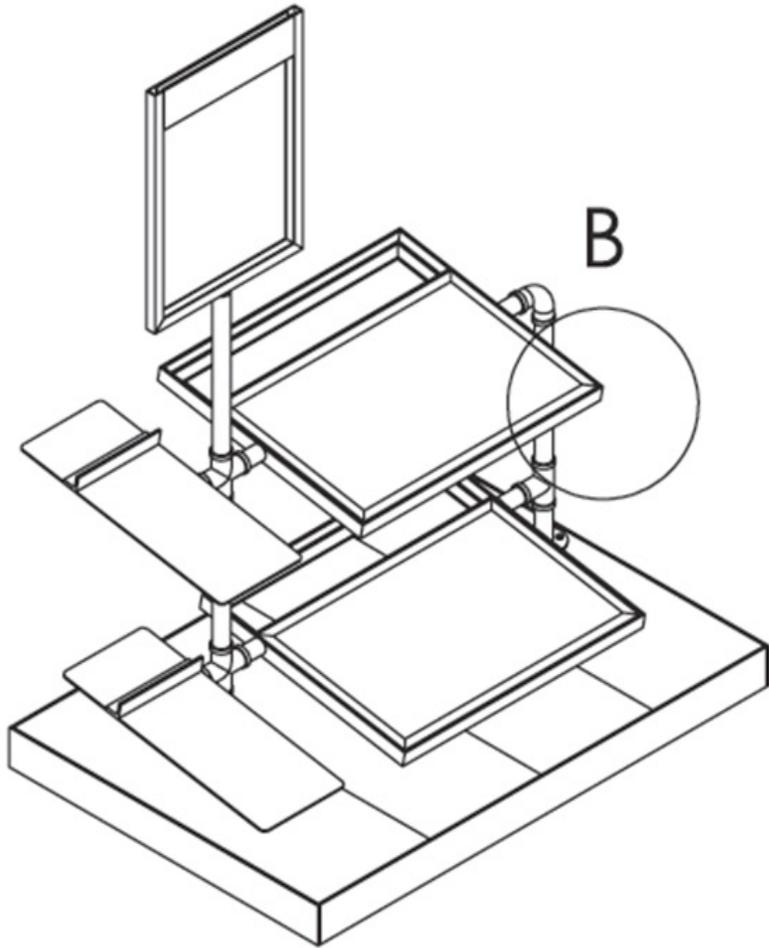






3/4" ANGLE STEEL





DETAIL B

