

PASANTÍA EN EMPRESA GRUPO FUTURA

DISEÑO DE LINEA DE PRODUCTOS CENTRO DE ATENCIÓN AL CLIENTE C.A.C.

PASANTÍA EN EMPRESA GRUPO FUTURA
DISEÑO DE LINEA DE PRODUCTOS CENTRO DE ATENCIÓN AL CLIENTE C.A.C.

PRESENTADO POR: ALEXIS CORAL Z.

SAN JUAN DE PASTO, SEPTIEMBRE DE 2010
UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE ARTES
DEPARTAMENTO DE DISEÑO
PROGRAMA DISEÑO INDUSTRIAL

NOTA DE RESPONSABILIDA

“Las ideas y conclusiones aportadas en el trabajo de grado, son responsabilidad exclusiva de los autores”.

Artículo 1 del Acuerdo No 324 de octubre 11 de 1966, emanado del honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

NOTA DE ACEPTACION

Autorizar la sustentación final de trabajo de grado en la modalidad Pasantía en Grupo Futura del egresado HENRY ALEXIS CORAL ZAMBRANO del Programa de Diseño Industrial.

REPRESENTANTE DE LOS JURADOS

HECTOR PRADO CHICAIZA

JURADO

DANIEL MONCAYO GUERRERO

JURADO

JAVIER MAURICIO FEUILLET

|

AGRADECIMIENTOS:

Agradezco a Dios por estar conmigo en los momentos más difíciles de mi vida y fortalecer mi corazón e iluminar mi mente. Doy gracias a mi familia en general y a mis padres en particular por su comprensión y apoyo desinteresado, igualmente a mis amigos quienes me ayudaron a crecer como persona íntegra y responsable.

RESUMEN

El trabajo de grado se enfoca en el desarrollo de las líneas de productos del portafolio del Grupo Futura: 1) Futura Solid el cual abarca: Diseño de producto, Manejo de Marca, Material P.O.P, Merchandising. 2) Futura Space el cual abarca: Showrooms, locales comerciales, oficinas corporativas y showrooms móviles.

A través de una participación integral en el desarrollo de los diferentes actividades dentro departamento de diseño del Grupo Futura, se generaron nuevos productos necesarios para potencializar el uso de las marcas como estrategia de diseño.

El manejo de de productos requeridos por la Empresa Grupo Futura permitió en la práctica, tal y como se refleja en el trabajo de grado, el diseño de: a) Centro de Interactividad, b) Una línea de productos de centro atención al cliente CACS, y c) La generación de productos con independencia creativa.

ABSTRACT

The degree work focuses on the development of product lines of Futura Group portfolio: 1) Solid Future which includes: Product Design, Brand Management, POP, merchandising. 2) Futura Space which covers: Showrooms, shops, corporate offices and mobile showrooms.

Through an integral role in the development of different activities within the design department of Future Group, will bring new products necessary to promote the use of trademarks as a design strategy.

Handling of products required by the Future Group Company allowed in practice, as reflected in the degree work, the design of: a) Interaction Center, b) A product line of customer service center CACS, c) The generation of products with creative independence.

INDICE

INTRODUCCIÓN	PAG. 12
1. INFORMACIÓN GENERAL	PAG. 13
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	PAG. 14
3. OBJETIVOS	PAG. 15
3.1. Objetivo general	PAG. 15
3.2. Objetivos específicos	PAG. 15
4. JUSTIFICACIÓN	PAG. 16
5. RESULTADOS	PAG. 17
6. REQUERIMIENTOS DEL PASANTE DE DISEÑO EN EL GRUPO FUTURA.	PAG. 18
6.1. Perfil del diseñador	PAG. 18
6.2. Función del pasante de diseño.	PAG. 18
7. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	PAG. 19
7.1. Historia	PAG. 19
7.2. Estructura organizacional	PAG. 20
7.3. Misión y visión.	PAG. 21
8.- REFERENTES	PAG. 22
8.1 Diseño Conceptual:	PAG. 22
8.2 Fases del Diseño Conceptual:	PAG. 23
8.2.1 Desarrollo de Concepto	PAG. 24
8.2.2 Boceto Conceptual	PAG. 25
8.2.3 Modelado	PAG. 26
8.2.4 Presentación Final	PAG. 27
9. CONCEPTOS	PAG. 28
10.- PROYECTOS DE DISEÑO DESARROLLADOS.	PAG. 29
10.1 MONTAJE PARA PELUQUERIAS SCHWRZKOPF	PAG. 32
10.2 DISEÑO DE TOTEM	PAG. 33
10.3 EXHIBIDOR CASA LUKER	PAG. 35
10.4 ACTIVACIÓN DE MARCA	PAG. 38
10.5 LÍNEA DE EXHIBICIÓN PRODUCTOS SPRING STEP	PAG. 40
10.9 LÍNEA DE EXHIBICIÓN PRODUCTOS SPRING STEP	PAG. 45
10.10 LÍNEA DE INFLABLES FUTBOL 5 NIKE Y KELLOGG`S	PAG. 46
10.11 LÍNEA DE INFLABLES FUTBOL 5 NIKE Y KELLOGG`S	PAG. 48
10.12 MUEBLE INTERACTIVO AMERICANA EXTREMA	PAG. 50
10.13 SHOWROOM ABC DEL CUERO	PAG. 52
10.14 REMOLQUE VALLA	PAG. 54
10.15 NOTE BOOK GRUPO FUTURA	PAG. 55

10.16 NEVERA MULTI MARCA	PAG. 57
10.17 EXHIBIDOR OXXO	PAG. 58
10.18 STAND COMCEL	PAG. 60
10.19 MUEBLE INTERACTIVO COMCEL	PAG. 62
10.20 CENTRO INTERACTIVO DE EXPERIENCIA	PAG. 68
10.21 LOGO GRUPO FUTURA	PAG. 72
10.22 MONTAJE Y SHOWROOM BONACURE PELUQUERÍA CALI	PAG. 74
10.23 DESARROLLO DE LÍNEA DE PRODUCTOS PARA GRUPO FUTURA	PAG. 77
CONCLUSIONES	PAG. 92
RECOMENDACIONES	PAG. 93
BIBLIOGRAFIA	

LISTA DE CUADROS

1.- INFORMACIÓN GENERAL.	PAG. 13
2.- ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	PAG. 20

GLOSARIO

.- **Diseño Conceptual:** Un diseño conceptual puede definirse como aquel que representa la totalidad del objeto proyectado". Es decir el concepto representen todas las partes que conforman un producto.

.- **C.A.C.S:** (Centros de atención al cliente) línea de productos que comprenden módulos para una atención apropiada a la clientela como una comodidad y funcionalidad a los usuarios.

.- **P.O.P:** (Publicidad en el punto de venta). Es todo artículo promocional que un cliente puede retener y que sirve para que la publicidad se vuelva permanente.

.- **Render, Renderizado:** Es un término usado en jerga informática para referirse al proceso de generar una imagen desde un modelado en un programa en 3d.

.- **Rhinoceros:** Programa que se usa para modelar piezas industriales en 3d que permite una versatilidad a la hora de usar diferentes tipos de herramientas generando cualquier tipo de pieza con una precisión y un detalle minucioso.

INTRODUCCIÓN

El documento de pasantía presenta de manera detallada el trabajo realizado en el departamento de diseño del Grupo Futuro. La pasantía como requisito para optar al título de diseñador Industrial se constituye en la herramienta académica idónea para proyectar en la práctica los conocimientos teóricos adquiridos en el transcurso de la carrera.

Las funciones asignadas por la empresa Grupo Futura se orientaron a desarrollar habilidades y aptitudes necesarias para el ejercicio profesional, en consecuencia permitió culminar la formación académica de manera exitosa.

El desarrollo de la pasantía se sujetó a lo aprobado por el departamento de diseño de la Universidad de Nariño, la duración de las actividades realizadas en la Empresa Grupo Futura fue de seis (6) meses, durante el término estipulado el tutor seleccionado supervisó el cumplimiento de la pasantía.

Los conocimientos y experiencias adquiridos a través de la práctica durante el periodo 21-10-2009 hasta el 21-04-2010 son expuestos en el presente informe, especificándose la línea de productos realizada por el pasante para la empresa Grupos futura así como las actividades de diseño ejecutadas a favor de diferentes marcas.

1. INFORMACIÓN GENERAL

- Cuadro1: Información General.



Universidad de Nariño

Título: Proyecto Pasantía Grupo de Diseño		
Estudiantes Proponentes: Henry Alexis Coral Zambrano		
Total de Estudiantes: 1		
Línea de Investigación: Diseño de Lina de Productos CACS Centro de Atención al Cliente		
Empresa		
Dirección Kra 49 No 124 - 45		
Teléfono: (57) (1) 4744183 - (57) (1) 4744188		
Correo Electrónico: proyectos@gfutura.com – contacto@gfutura.com		
Tipo de Identidad: Privada	Nit. 830087235-9	
Ciudad: Bogotá - Colombia	Departamento: Cundinamarca	
Lugar de Ejecución del Proyecto		
Ciudad: Bogotá	Departamento: Cundinamarca	
Duración: 6 Meses		
Tipo de Proyecto:		
Investigación Básica	Investigación Aplicada	Desarrollo Tec. o Experimental
Fecha de Inicio y Culminación de la Pasantía		
Fecha de Inicio: 21 de Octubre de 2009	Fecha de Culminación: 21 de Abril de 2010	

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Grupo Futura es una empresa de diseño, la cual se enfoca en tres líneas de productos del portafolio: 1) Futura Solid el cual abarca: Diseño de producto, Manejo de Marca, Material P.O.P, Merchandising. 2) Futura Space el cual abarca: Showrooms, locales comerciales, oficinas corporativas y showrooms móviles. 3) Futura Dynamics el cual abarca: Imagen Corporativa, Identidad Corporativa, Material Grafico y Activación de Campaña, en este contexto, para el desarrollo de sus actividades, la empresa requería un Diseñador Industrial con la capacidad de generar propuestas y productos tendientes a satisfacer los requerimientos de los clientes que contratan con dicha empresa.

2.1 ¿En qué actividades de la empresa puede vincularse el trabajo desarrollado por un Diseñador Industrial?

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo general

Participar de manera integral en el desarrollo de los diferentes actividades dentro departamento de diseño del Grupo Futura, en orden a generar nuevos productos necesarios para potencializar el uso de las marcas como estrategia de diseño.

3.2. Objetivos específicos

- 1.- Aplicar programas de diseño en la elaboración de planos, renders y fotomontajes.
- 2.- Diseñar y desarrollar productos analizando la materia prima empleada.
- 3.- Seguimiento y acompañamiento en los procesos de incorporación del diseño a una marca.
- 4.- Apoyar en las diferentes áreas del portafolio de servicios de la empresa.
- 5.- Desarrollar soluciones en diseño y marketing.

4. JUSTIFICACIÓN

El programa de Diseño Industrial tiene una proyección profesional que abarca diversos sectores de la economía, en consecuencia, el Diseñador de la universidad de Nariño se encuentra capacitado para ejercer su actividad en empresas que utilizan el diseño y su relación con otras disciplinas como marco de su actividad comercial.

En la Empresa Grupo Futura se desarrollan múltiples actividades relacionadas con el Diseño Industrial, este marco de acción permite no solo poner en práctica los conocimientos adquiridos a través de las diversas áreas de estudio cursadas en el programa de diseño industrial de la Universidad de Nariño, sino también, aprender de profesionales acerca de las aplicaciones del Diseño Industrial en el marketing.

La práctica desarrollada en la empresa Grupo Futura dota al estudiante de las aptitudes necesarias para ejercer su profesión con liderazgo e iniciativa cualidades indispensables para el éxito profesional.

La independencia en el desarrollo de productos requeridos por la Empresa permite al egresado confrontar los conocimientos teóricos y prácticos en orden a generar como resultado de dicha confrontación un conocimiento propio que constituye la experiencia propia de cada diseñador.

Las habilidades adquiridas en el Grupo Futura, se establecen como la parte final en la formación profesional, y hacen posible conocer como se aplica el diseño a nivel empresarial y la importancia del mismo a nivel productivo.

La Empresa Grupo Futura cuyo principal objetivo es potencializar el uso de marcas, ha consolidado su trabajo a largo de más de diez años, constituyéndose en el medio ideal para acumular experiencia y crecer profesionalmente. . El Grupo Futura se posesionó en el mercado como una empresa capaz de dar soluciones efectivas en corto y mediano plazo a las diversas necesidades de sus clientes.

5. RESULTADOS

A partir del (21) de octubre de (2009), como consta en carta de aceptación de pasantía suscrita por el Gerente y Director de Diseño de la Empresa Grupo Futura, se inicio la pasantía en horario continuo de 8:00 AM a 6:00 PM por el termino de seis (6) meses.

Como primera experiencia se desarrolló el fotomontaje para un salón de belleza schwarzkopf, incluyendo la adecuación estética de espacios.

El Grupo Futura, me permitió una formación profesional integral abarcando las tres líneas de productos del portafolio de la empresa, los cuales son: 1) Futura Solid el cual abarca: Diseño de producto, Manejo de Marca, Material P.O.P, Merchandising. 2) Futura Space el cual abarca: Showrooms, locales comerciales, oficinas corporativas y showrooms moviles. 3) Futura Dynamics el cual abarca: Imagen Corporativa, Identidad Corporativa, Material Grafico y Activación de Campaña.

Como resultado se obtuvo experiencia, conocimientos y habilidades en el Diseño Industrial, fortalecer los conocimientos que se recibieron en la Universidad, y aportar al Grupo Futura trabajo y creatividad en las actividades desempeñadas.

Resumo las actividades principales desarrolladas en este periodo.

.- Participación en Centro de Interactividad.

Dentro del desarrollo del centro de Interactividad para retail del medio INTERACTUAR, se diseño unos glorificadores interactivos.

.- Se desarrollo una línea de productos de centro atención al cliente CACS.

La empresa me vincula dentro de este proyecto y me suministra una información para estandarizarla en orden a rediseñar los diferentes productos de atención al cliente para comercializarlos.

.- Asumir la generación de productos con independencia creativa.

La generación de nuevo productos de manera independiente me permitió vincularme dentro de la empresa y ganar un espacio en los grupos de diseñadores. La aplicación del conocimiento teórico se valida en la medida que se generó soluciones a los problemas de diseño planteados. La participación en los diferentes proyectos y desarrollo de productos tuvo como único limitante los principios que orientan la empresa para la potencialización del uso de marca.

6. REQUERIMIENTOS DEL PASANTE DE DISEÑO EN EL GRUPO FUTURA.

6.1. Perfil del diseñador El diseñador industrial debe caracterizarse por ser un profesional creativo, con capacidad innovadora. En el cumplimiento de las actividades encomendadas debe ser proactivo. En relación a los conocimientos debe tener un manejo de programas de diseño en 3D y 2D, capacidad para realizar planos técnicos. Debe mantener buenas relaciones interpersonales para el trabajo en equipo. El diseñador debe presentar una actitud de aprendizaje constante y acatamiento de las normas que rigen al interior de la empresa al igual que sentido de pertenencia.

6.2. Función del pasante de diseño.

Teniendo en cuenta lo desarrollado en las instalaciones de FUTURA, las funciones del diseñador se extienden en diferentes áreas, que se las podría puntualizar de la siguiente manera:

- .- Desarrollo de Fotomontajes.
- .- Apoyo al equipo de diseño, generando ideas y realizando propuestas.
- .- Desarrollo de planos para vidrios dependiendo de la obra.
- .- Elaboración de propuestas tridimensionales (renders).
- .- Elaboración de Planos Técnicos.
- .- Despiecé de elementos a producción
- .- Desarrollo y manejo de material publicitario interno tales como: Cuadernos, logos, tarjetas e imagen corporativa.

7. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

El Grupo Futura es una empresa de carácter privado, con 10 años de experiencia experta en transformar las estrategias de sus clientes en experiencias de marca únicas.

7.1. Historia El Grupo Futura inicia su labor hace 9 años adquiriendo el nombre de Grupo Futura hace 4 años. El propietario inicial de la empresa fue el señor MAURICIO ALVAREZ diseñador industrial egresado de la Universidad Javeriana, quién inicialmente trabajo en la Empresa Aticca ubicada en Bogota D.C, posteriormente con la experiencia adquirida inicia la empresa futura.

Varios diseñadores se unen al proyecto del señor MAURICIO ALVAREZ y al conformar el Grupo Futura deciden proyectar un portafolio de servicios orientado en tres líneas: 1) Futura Solid el cual abarca: Diseño de producto, Manejo de Marca, Material P.O.P, Merchandising. 2) Futura Space el cual abarca: Showrooms, locales comerciales, oficinas corporativas y showrooms moviles. 3) Futura Dynamics el cual abarca: Imagen Corporativa, Identidad Corporativa, Material Grafico y Activación de Campaña.

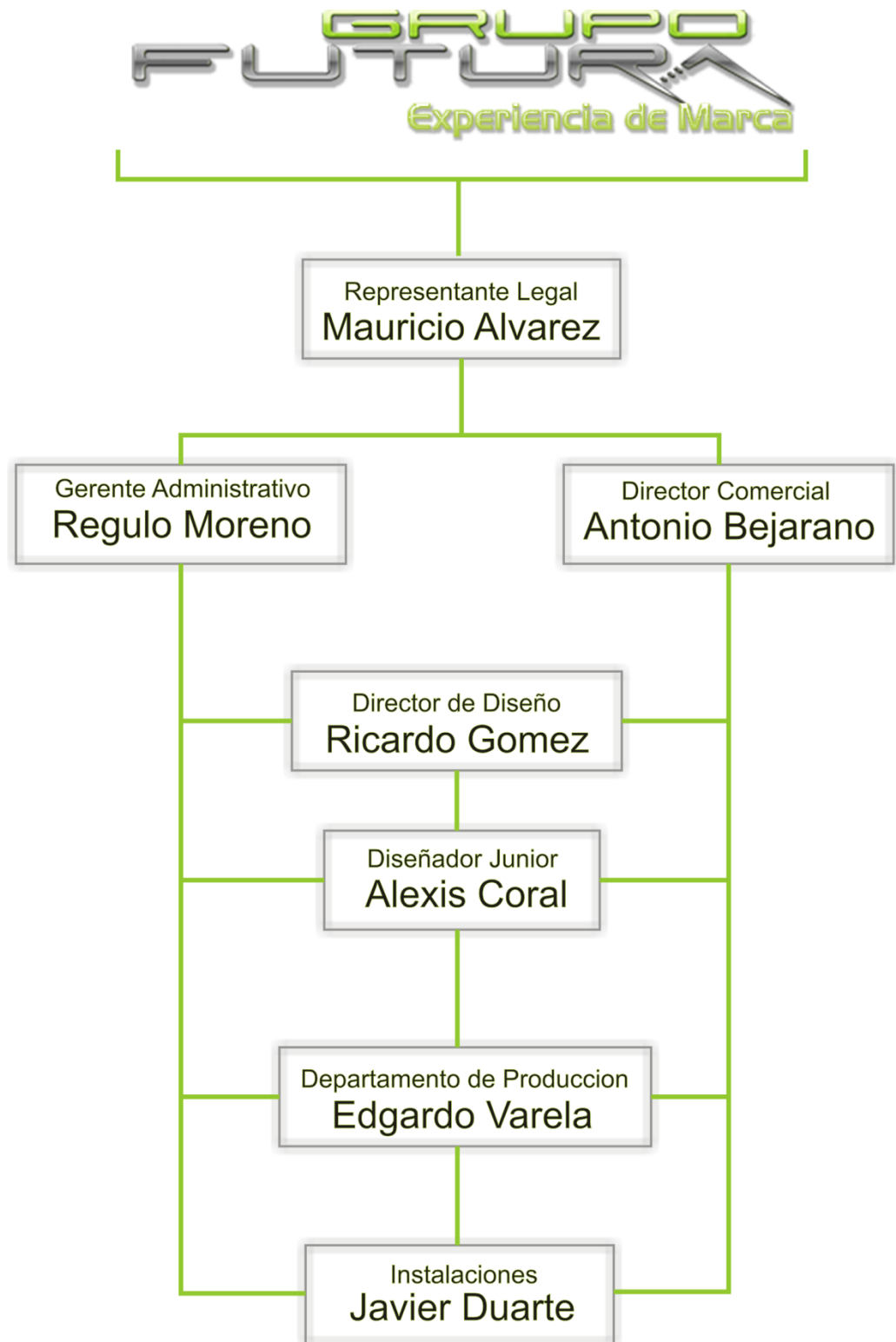
El Grupo Futura amplia su cobertura a Panamá y Perú en el año 2008, dando a conocer los principios que orientan la empresa y ganando un espacio en el mercado de dichos países.

La empresa Grupo Futura desarrolla sus actividades con gran reconocimiento a nivel nacional, situación que le permite suscribir contratos en el año 2006 con CLARO y COMCEL importantes empresas del sector de las telecomunicaciones en Perú y Colombia.

El Grupo Futura en la sede de Bogotá Colombia cuenta dentro del personal de diseño industrial con: a) Un Jefe de Producción, b) Un ayudante de Jefe de Producción, c) Un Director de Diseño, d) Un Diseñador Junior, e) Un Publicista, a este grupo de profesionales se suma el personal Administrativo.

7.2. Estructura organizacional

.- Cuadro 2 Estructura organizacional



7.3. Misión y visión.

Desarrollar y comercializar diseños que permitan potencializar el uso de marcas para los clientes del Grupo Futura.

Incorporar el diseño Industrial como el fundamento de nuevos productos y propuestas integrando avances tecnológicos y marketing. Conformar un grupo de profesionales comprometido en el desarrollo y transformación de las estrategias de los clientes en experiencias de marca únicas.

8.- REFERENTES

8.1 Diseño Conceptual:

El diseño conceptual ha sido definido así: "Un diseño conceptual puede definirse como aquel que representa la totalidad del objeto proyectado¹". Es decir el concepto representa todas las partes que conforman un producto.

A continuación se detallan los pasos que se seguían en el proceso para desarrollar un diseño conceptual en la empresa Grupo Futura:

a) Iniciaba con el diligenciamiento de un formato en donde se establecía con claridad el concepto general, para después genera ideas que forjen soluciones.

b) Posteriormente en el proceso de diseño conceptual según sea el proyecto de diseño o el producto a diseñar se programaban reuniones o se trabaja individualmente.

c) En relación al trabajo en grupo se llevaba un registro de las ideas que se producían en las juntas, por cuanto esta información podía servir posteriormente, en cuanto al trabajo individual, era importante generar varias soluciones y/o alternativas.

Aspecto fundamental del trabajo en la empresa Grupo Futura al momento de crear ideas es la máxima que establecía que la cantidad es un buen punto de partida a la calidad, ya que desarrollar un producto basado en soluciones únicas es peligroso y bloquea la mente para dar nuevas soluciones.

Podemos ver que el diseño conceptual trata de dar la solución al producto en general no en partes enfocándose en centrarnos en formas y funciones principales, de cualquier forma las ideas que surgen tras la etapa del diseño conceptual deben definir el producto completamente.

¹ MARZAL ALCAIDE, Jorge. Diseño Conceptual. (Documento en línea). Disponible en Internet: <http://exp-grafica.uma.es/Asignaturas/dis-prod/document2/dis-conceptual.pdf>. (Consultado Junio 6 de 2010)

8.2 Fases del Diseño Conceptual:

8.2.1 Desarrollo de Concepto

En esta etapa se llena un formato para concebir un concepto general con el cual se pueda diseñar y caracterizar en cierta forma el producto en cuanto a:

Nombre del proyecto.

Objetivo.

Porcentaje de colores.

Materiales.

Si lleva o no impresión.

Copys o call actions.

Una vez definidos estos aspectos se construye un diseño coherente sin desperdiciar tiempo en ideas fuera de contexto y en cierta forma incongruente al formato.

Desarrollo de Concepto

Proyecto **Exhibidor productos Casa Luker**

Objetivo **Clasificar Productos y generar ventas**

Estrategia **Generar un diseño viable para la exhibición**

Conceptos

Animo, motivación variedad versatilidad
Natural, Rendidor, Suave, Estilo,
Movimiento

Evaluación	Claridad ¿es fácilmente comprensible?	<input type="checkbox"/>
	Realismo ¿Tiene conexión directa con el proyecto y el contexto?	<input type="checkbox"/>
	Diferenciación ¿Se diferencia de lo existente?	<input type="checkbox"/>
	Memorización ¿Es recordable?	<input type="checkbox"/>
	Consumidor ¿Aplicable para los diferentes compradores y consumidores?	<input type="checkbox"/>
	Aplicabilidad ¿Se puede adaptar a diferentes situaciones o espacios.?	<input type="checkbox"/>
	Vigencia ¿Es actual y trasciende?	<input type="checkbox"/>
Agrupamiento ¿Es básico y directo?	<input type="checkbox"/>	

Concepto Final
Movimiento

Características

Propiedades del objeto		
Valor estético Contexto marca Producto Exhibidor	Valor Funcional Vender calidad Producto exhibir de forma	Valor Semántico Motivación
Elementos de la marca		
Copy No necesario	Call to action	Eslogan

Resultado

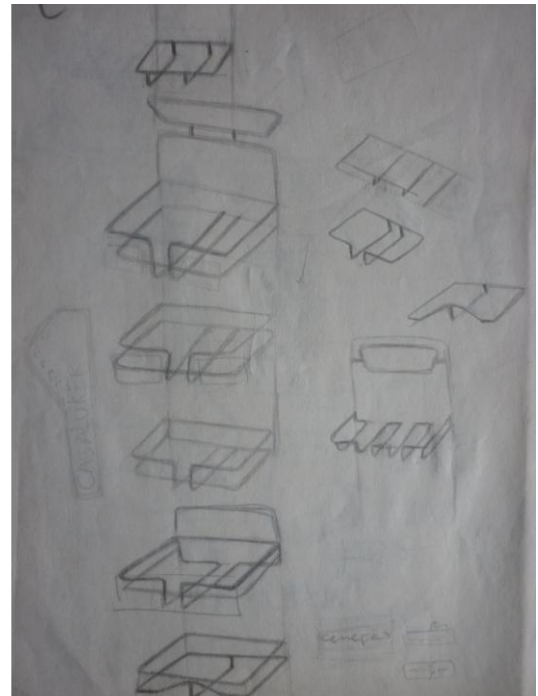
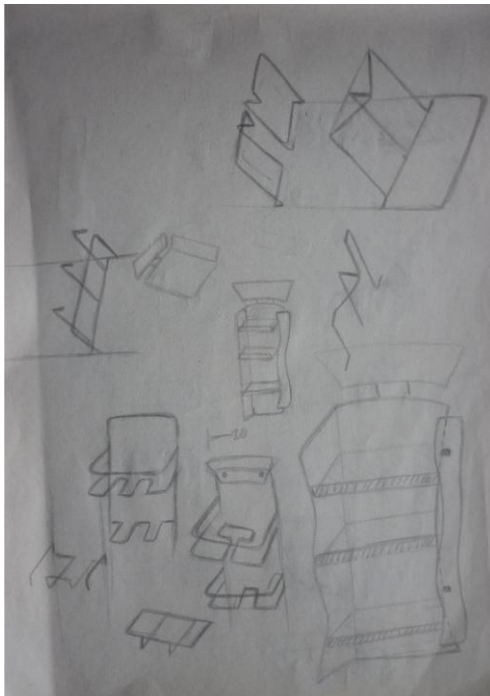
Consideraciones generales		
Imagen Impresión vinilo 4 x 0	Color Verde y Blanco	Materiales Alambre Cartón poliestireno

8.2.2 Boceto Conceptual

Definido el desarrollo de concepto se deben exponer las ideas realizando bocetos sobre papel, estos bocetos no tienen nada que ver con ilustración lo único que se debe tener en cuenta es que lleven una proporción, en ocasiones llevan comentarios o detalles de algunas partes del diseño, no se requiere ser un experto dibujando pero si se debe proyectar las ideas sobre el papel.

En esta etapa como diseñador junior en la empresa Grupo Futura recibía indicaciones concernientes al tiempo para desarrollar unas buenas ideas. La cantidad de ideas generadas era importante en orden a buscar la calidad de las mismas, tal y como se expreso anteriormente "la cantidad lleva a la calidad", es esencial no permanecer atado a una sola idea por cuanto esta situación impide concebir nuevos diseños.

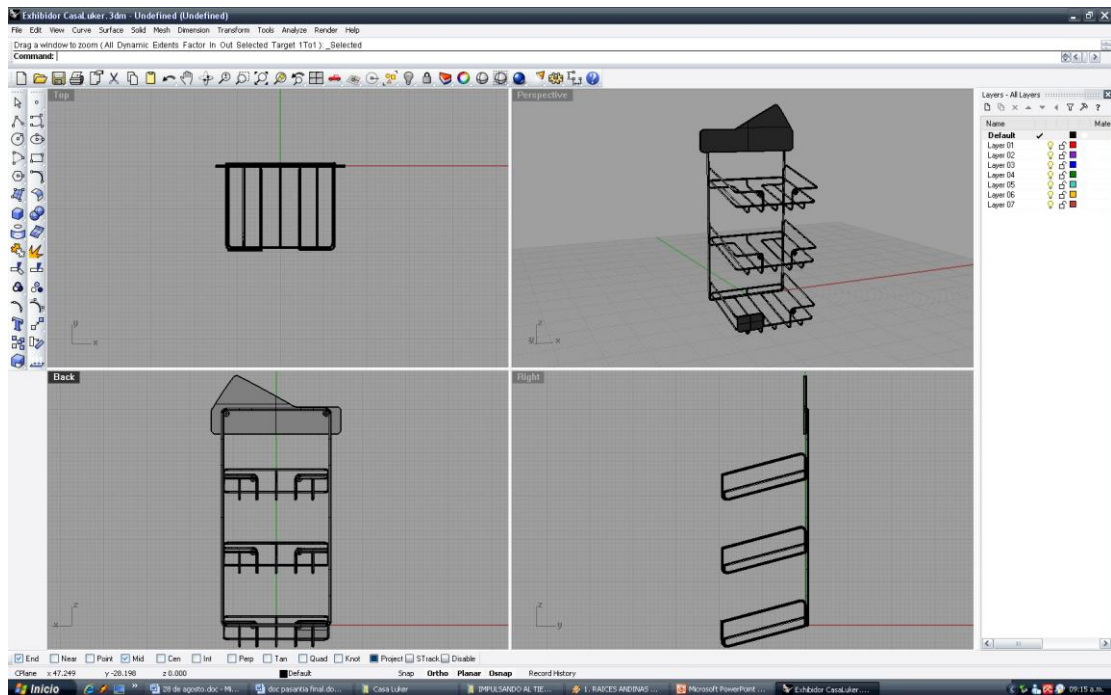
Finalmente se pasaba a elegir las mejores y más eficaces propuestas, trabajo que se realizaba en conjunto con el Director de Diseño Ricardo Gómez, como criterio para escoger las propuestas se tenía principalmente aquellas que se adaptaran a las necesidades del cliente o usuario. En ocasiones se debía integrar ideas para mejorar el diseño final.



8.2.3 Modelado

Escogido el diseño final, se procede a la etapa de modelado y ambientación, en donde se muestra el producto en escala real e interactuando en su medio de forma más real posible para que el cliente quede satisfecho con la propuesta.

Estas propuestas se desarrollan en programa de modelado Rhinoceros y renderizado en V ray.



8.2.4 Presentación Final

Una vez desarrollada la etapa de modelado se hace una presentación en un slide de power point para presentar al cliente en la cual se especifica muy básicamente materiales y detalles del producto, también se envía el slide con un acuerdo de confidencialidad para proteger a la empresa de la copia y pérdida de las ideas desarrolladas.

En la empresa se debe tener en cuenta estos pasos para el desarrollo de una buena idea:

- .- Generar las ideas teniendo siempre presente las especificaciones o el brief no de forma aleatoria.
- .- Emplear medios para transmitir las ideas, que sean claros para todos los componentes del equipo de diseño.
- .- Los conceptos deben ser analizados en grupo.
- .- No descartar ideas hasta terminar la fase de generación de ideas.
- .- Generación de criterios de evaluación en grupo, a partir de las especificaciones.
- .- Descartar la intuición profesional como medio de selección.



9. CONCEPTOS

Rhinoceros: Es uno de los programas para modelar en 3D mas usados en la empresa Grupo Futura el cual permite modelar en escala real y desarrollar planos fácilmente, compatible con muchos otros programas de modelado para su uso fácil y también con programas gráficos como Corel e Illustrator.

Pagina Web: www.rhino3d.com

3D Max: Programa para el modelado en 3d usado en la empresa para ciertos modelados e importaciones de escenas de rhinoceros, este programa es complejo y permite hacer animación igualmente es usado en muchos casos para hacer comerciales, videos y juegos.

Pagina Web: www.edestudiomax.com

Autocad: Programa para realizar planos fácilmente, permite trabajar el en 3d y 2d aunque no se usa mucho en la empresa solo se utiliza para desarrollar planos especiales, este programa es muy versátil por ser compatible con rhinoceros y diversidad de programas 2d debido a sus formatos que son dwg y dxf.

Pagina Web: www.autodesk.com

V ray: Programa usado para realizar los renders (modelados 3d), el más utilizado en este medio por permitir variedad de escenas y manejar renders realistas. Las herramientas del programa son complejas y permiten la aplicación de materiales con acabados reales, este programa igualmente se usa en la Empresa Grupo Futura para presentar al cliente los diferentes diseños.

Pagina Web: www.chaosgroup.com

Photoshop: Programa usado para la edición de fotografías y realización montajes se utiliza en la empresa por su versatilidad al permitir crear artes fácilmente, en igual sentido por su compatibilidad con rhinoceros posibilita manejar formato psd permitiendo añadir texturas e imágenes fácilmente.

Pagina Web: www.adobe.com

Corel Draw: Utilizado para el manejo de vectores y creación de logos, e igualmente manejo de texto y diagramación en algunos proyectos.

Pagina Web: www.corel.com

10.- PROYECTOS DE DISEÑO DESARROLLADOS.

10.1 MONTAJE PARA PELUQUERIAS SCHWARZKOPF

Cliente: Henkel

Descripción:

Ambientar un lugar teniendo en cuenta la nueva línea de schwarzkopf para el manejo en los distintos espacios de la peluquería. Se desarrollo manejo de imagen para hacer más llamativo el lugar y atraer nueva clientela dándole un aspecto novedoso a la peluquería.



Imagen 1
Adecuación Peluquería
Concepto: Estilo.



Imagen 2.



Imagen 3.



Imagen 4
Tríptico
Concepto: Estilo.



Imagen 5
Micro perforado
Concepto: Estilo.



10.2 DISEÑO DE TOTTEM

Ciente: Virtual Media Networks

Descripción:

Diseño de un tottem para televisores de 60 y 50 pulgadas que sea versátil y se pueda sostener tanto en techo como en pared y que tenga espacios para colocar diferentes tipos de publicidad que se usaría en diferentes lugares como centros comerciales, restaurantes y almacenes de cadena.

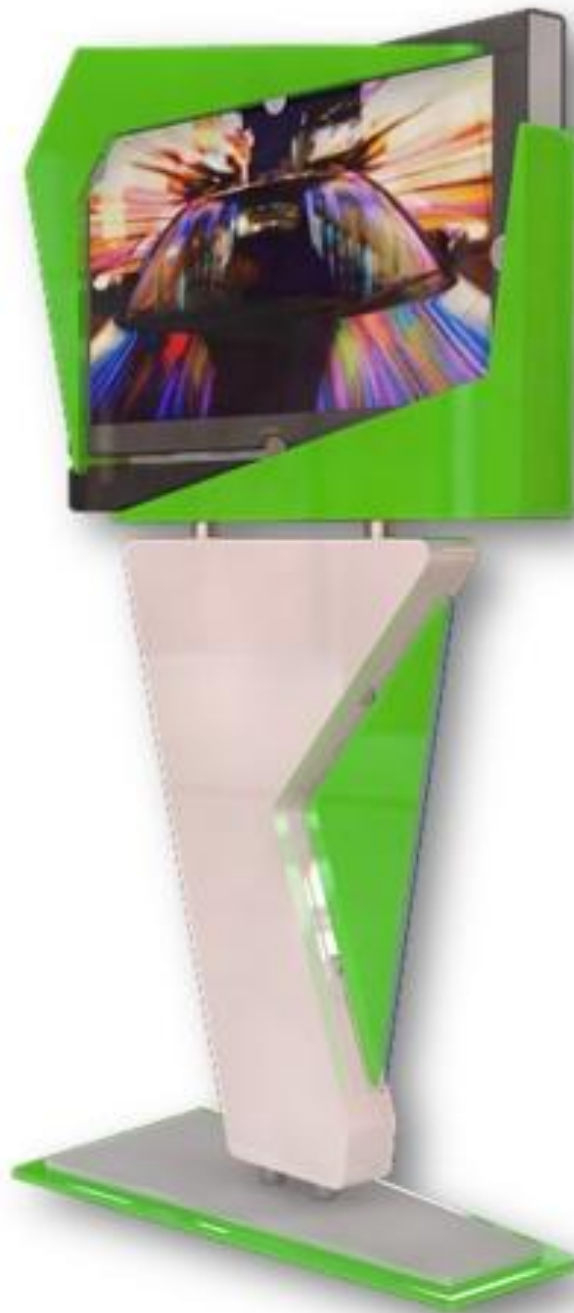


Imagen 7
Tottem
Concepto: Futurista.



Imagen 8
Carcasa de Techo.
Concepto: Futurista.



Imagen 9
Carcasa de Pared.
Concepto: Futurista.

10.3 EXHIBIDOR CASA LUKER

Cliente: Casa Luker

Material Guía: Materiales

Descripción:

Diseño de Exhibidor en 3 diferentes materiales, cartón, alambre y plástico, teniendo como determinantes de diseño, costo y producción por cuanto se elaborarían grandes cantidades.

Teniendo en cuenta las características de los productos y el lugar en donde se exhibirían el diseño se realizó con divisiones, cenefas y porta precios para la diferenciación de cada uno de los productos.

Materiales de Fabricación: Cartón Industrial, Alambre Galvanizado, Poliestireno Termo formado, impresión 4 x 0



Imagen 10
Exhibidor vertical.
Concepto: Modular.

Imagen 11
Exhibidor Horizontal
Concepto: Modular.



Imagen 12
Exhibidor Armable.
Concepto: Modular.



Imagen 13
Exhibidor en Alambre
Concepto: Modular.



Imagen 14 y 15
Exhibidor en Cartón.
Concepto: Plegable.



10.4 ACTIVACIÓN DE MARCA

Cliente: Spring Step

Descripción:

Elaboración de material gráfico para promoción y activación de marca haciendo énfasis en el grupo familiar, para la ubicación en lugares estratégicos en las tiendas Spring Step de Bogotá.



Imagen 16
Imagen Familiar.
Concepto: Familias Diferentes.



Imagen 17
Imagen Familiar.
Concepto: Familias Diferentes.

Imagen 18
Imagen Familiar.
Concepto: Familias Diferentes.



10.5 LÍNEA DE EXHIBICIÓN PRODUCTOS SPRING STEP

Glorificador

Cliente: Spring Step

Descripción:

Este diseño se realizó con el fin de mostrar los nuevos modelos en calzado deportivo de Nike, Adidas y Puma destacando su marca e imagen.

Materiales de Fabricación: Estructura en Aglomerado, Impresión vinilo 4 x 0 sobre acrílico.

Imagen 19
Glorificador con Publicidad.
Concepto: División, Simetría.



10.6 LÍNEA DE EXHIBICIÓN PRODUCTOS SPRING STEP

Bandeja de Exhibición

Cliente: Spring Step

Descripción:

Diseño realizado para diferenciar los tipos de calzado que se exhiben en los puntos de venta resaltando la marca Spring Step y que además permite ubicarse en diferentes alturas y distancias teniendo en cuenta la estructura base sobre la pared.

Materiales de Fabricación: Estructura en Aglomerado, Impresión vinilo 4 x 0 sobre acrílico.



Imagen 20 y 21
Bandeja Especial.
Concepto: División.

10.7 LÍNEA DE EXHIBICIÓN PRODUCTOS SPRING STEP

Banderín Publicitario

Cliente: Spring Step

Descripción:

Diseño elaborado con un mecanismo que permite situarse paralelo o perpendicular a la pared para que sean observados de diferentes ángulos y cumpla así con su objetivo de hacer publicidad del calzado y de la marca Spring Step.

Materiales de Fabricación: tubo redondo pintura electrostática, chapetas, platina, impresión sobre vinilo 4 x 0 y acrílico.



Imagen 22 y 23
Banderín.
Concepto: División y Movimiento.

10.8 LÍNEA DE EXHIBICIÓN PRODUCTOS SPRING STEP

Display de Mesa

Cliente: Spring Step

Descripción:

Diseño de escritorio para resaltar la marca con las diferentes imágenes desarrolladas para Spring Step tanto horizontal como vertical.

Materiales de Fabricación: Tubo ovalado con empaque en caucho, acrílico e impresión 4 x 0.



Imagen 24
Display de Mesa.
Concepto: División y Posición.

10.9 LÍNEA DE EXHIBICIÓN PRODUCTOS SPRING STEP

Centro Interactivo y Backing

Cliente: Spring Step

Descripción:

Propuesta de un sistema de módulos interactivos y dinámicos que ofrecen información al cliente sobre los tipos de calzado y marcas que se ofrecen en las tiendas Spring Step, además posee un backing el cual atrae la atención del cliente y promueve el uso de este nuevo sistema de información.

Materiales de Fabricación: Estructura en Aglomerado, Impresión vinilo 4 x 0, estructura tubo mueble, pintura electrostática, impresión 4 x 0 sobre poliestireno.



Imagen 25
Modulado en Cuadro.
Concepto: División y Modular.



Imagen 26
Modulado en línea.
Concepto: División y Modular.



Imagen 27
Modulado en 2.
Concepto: División y Modular.

10.10 LÍNEA DE INFLABLES FUTBOL 5 NIKE Y KELLOGG`S

Inflable Cancha Futbol 5

Cliente: Nike y Kellogg`s

Descripción:

Cubierta inflable que se realizo para activación de marca en los colegios de estrato alto, este diseño permite la interacción de los clientes potenciales con la marca, formalmente este producto se desarrollo con un buen terminado y haciendo énfasis en las marcas dando así una gran importancia al producto como a sus usuarios. La estructura del producto hace que este tipo de promoción por medio del fútbol se realice como un evento deportivo que admite la presencia de público.

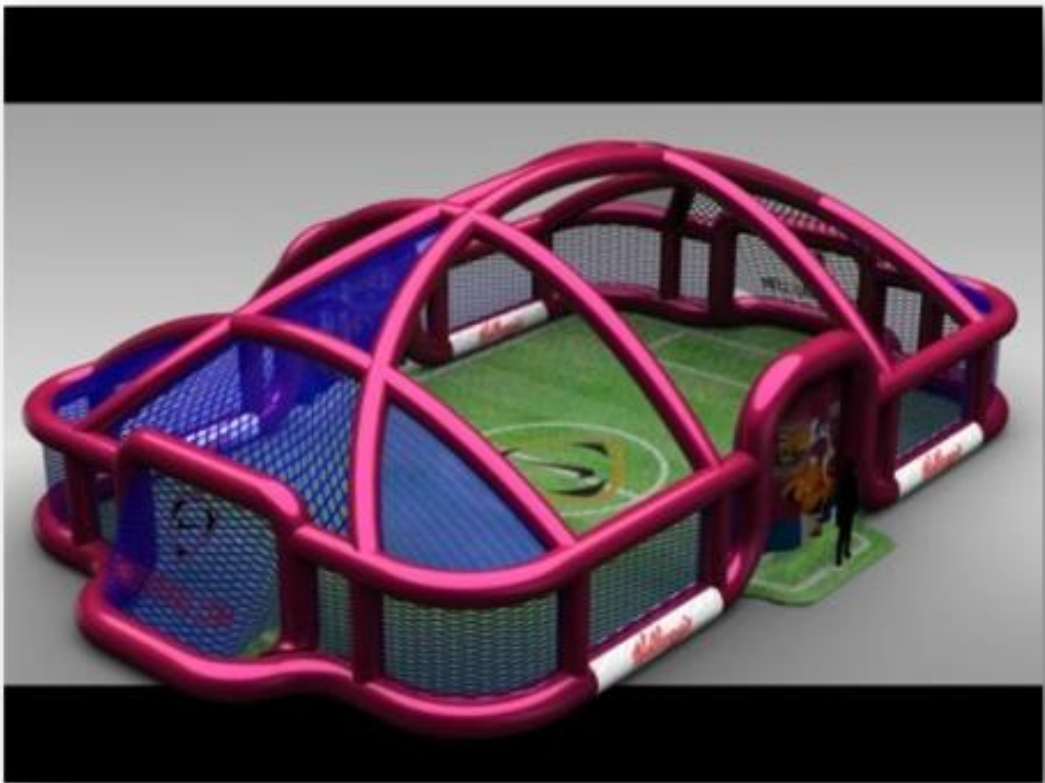
Materiales de Fabricación: Inflable en lona, Malla e impresión 4 x 0.



Imagen 28
Inflable en Ambientación.
Concepto: Integración.



Imagen 29 y 30
Vistas de la Cancha Inflable.
Concepto: Integración.



10.11 LÍNEA DE INFLABLES FUTBOL 5 NIKE Y KELLOGG`S

Estaciones Nike

Cliente: Nike

Descripción:

Cuatro (4) estaciones inflables que promocionan en el evento de fútbol la nueva línea de guayos Niké, estos inflables desarrollados con diferentes formas permiten mostrar cada producto unitariamente utilizando diferentes características de juego como son precisión, toque, dominio y control permitiendo al usuario interactuar con el objeto publicitario.

Materiales de Fabricación: Inflable en lona, Malla e impresión 4 x 0.



Imagen 31
Estación Niké CTR360
Concepto: Integración.

Imagen 32
Estación TOTAL 90
Concepto: Integración.



Imagen 33
Estación Mercurial.
Concepto: Integración.

Imagen 34
Estación Tiempo.
Concepto: Integración.



10.12 MUEBLE INTERACTIVO AMERICANA EXTREMA

Cliente: Americana Extrema

Descripción:

Centro interactivo diseñado para niños entre ocho (8) y (12) años ubicado en el centro comercial Divercity ubicado en la Ciudad de Bogotá Cl. 183 #45-03 Of. 2-01, con el cual a través de un juego se promociona los diferentes productos de Americana Extrema. Las características formales del producto están desarrolladas para este segmento de la población en cuanto a tamaño y espacio.

Materiales de Fabricación: Aglomerado, Formica y Acrílico.



Imagen 35
Mueble Interactivo.
Concepto: Atracción.



Imagen 36 y 37
Mueble Interactivo.
Concepto: Atracción.

10.13 SHOWROOM ABC DEL CUERO

Cliente: ABC del Cuero

Descripción:

Showroom elaborado para feria donde se destacan los productos líderes de la marca ABC del Cuero, se diseño diferentes módulos de piso y pared aprovechando de forma adecuada el espacio además se elaboro de tal forma que el usuario pudiera observar los productos detalladamente a una distancia considerable.

Materiales de Fabricación: Inflable en lona, Malla e impresión 4 x 0.



Imagen 38
Exhibidor.
Concepto: Sustracción.



Imagen 39 y 40
Exhibidor.
Concepto: Sustracción.

Imagen 41
Exhibidor.
Concepto: Sustracción.



10.14 REMOLQUE VALLA

Cliete: Acuaviva S.A E.S.P

Descripción:

Este proyecto consta de una estructura remolcable que sirve para transportar un contenedor de bolsas de agua y a su vez una valla publicitaria, esta estructura se ensambla a la parte posterior de una bicicleta logrando una publicidad móvil para la degustación y promoción del producto.

Materiales de Fabricación: Estructura en tubo metálico. Pintura electrostática, Lona.



Imagen 42 y 43
Valla Móvil.
Concepto: Equilibrio.

10.15 NOTE BOOK GRUPO FUTURA

Cliente: Grupo Futura

Descripción:

Proyecto grafico desarrollado para la empresa Grupo Futura en el cual se quiere mostrar la Potencialización de los diferentes campos en que está trabajando la empresa, este diseño está destinado a clientes actuales y potenciales.

Se realizan note books personalizados para el personal interno para generar sentido de pertenencia.

Este diseño se realiza teniendo como base la anterior imagen, pero se moderniza aplicando conceptos de tridimensionalidad en cuanto a formas, también se aplica un cambio al color dándole texturas y sombras que resaltan la imagen haciendo que la empresa tenga un nuevo aire.

Materiales de Fabricación: Propalcote y Cartón.



Imagen 44
Note Book Futura Portada.
Concepto: Integridad, Movimiento.



Imagen 45
 Note Book Futura Inserto.
 Concepto: Integridad, Movimiento.

Imagen 46
 Note Book Futura Contra Portada.
 Concepto: Integridad, Movimiento.



10.16 NEVERA MULTI MARCA

Cliente: Grupo Carnico

Descripción:

Nevera móvil diseñada para grandes autoservicios, esta se maneja a través de un control remoto y posee un sistema de audio en donde promociona los productos que se exhiben en esta, en las partes laterales posee un branding intercambiable para la publicidad.

Materiales de Fabricación: Poliestireno, Impresión 4 x 0, Vidrio, Alambra galvanizado, pintura electrostática.



Imagen 47 y 48
Nevera Vistas.
Concepto: Movilidad e Integridad.

0.17 EXHIBIDOR OXXO

Cliente: Oxxo

Descripción:

Exhibidores de piso con branding intercambiable para los diferentes productos poseen varios para mayor capacidad. Una determinante de diseño debía ser el bajo costo del producto, se logro realizar un diseño muy básico sin dejar de lado la estética del exhibidor debido a que cumple con su objetivo primario.

Materiales de Fabricación: Alambre galvanizado, pintura electrostática, impresión 4 x 0 en poliestireno y Lamina Cold Rolled



Imagen 49 y 50.
Exhibidor Líquidos Oxxo
Concepto: Simetría y Orden.





Imagen 50 y 51
Exhibidor Empaquetados Oxxo.
Concepto: Simetría y Orden.



10.18 STAND COMCEL

Cliente: Comcel

Descripción:

Estas propuestas se desarrollaron teniendo en cuenta el espacio y la modulación de las piezas, se pueden adaptar y retirar módulos según sea la necesidad. Se diseña este modulo con dos vitrinas y entrepaños para llamar así la atención del cliente que es lo requiere COMCEL en sus productos, haciéndolos llamativos por su manejo de imagen y marca.

Materiales de Fabricación: Vidrio templado, Aglomerado, Formica, tubo estructural redondo y acrílico.



Imagen 52
Stand con Cabezote.
Concepto: Modular.



Imagen 53
Stand con Cabezote.
Concepto: Modular.



Imagen 54
Stand sin Cabezote.
Concepto: Modular.

10.19 MUEBLE INTERACTIVO COMCEL

Cliente: Comcel

Descripción:

Diseño elaborado como un modulo adaptable a los stands realizados por la empresa en donde los usuarios pueden ver las características de cada producto (sonido, video, fotografía, aplicaciones, internet, etc).

Materiales de Fabricación: Vidrio templado, Aglomerado, Formica, tubo estructural cuadrado y acrílico.



Imagen 55
Modulo Interactivo.
Concepto: Modular Tecnología.



Imagen 56
Modulo Interactivo.
Concepto: Modular Tecnología.



Imagen 57 y 58
Modulo Interactivo.
Concepto: Modular Tecnología.



Imagen 59 y 60
Modulo Interactivo Modelo 2.
Concepto: Modular Tecnología.

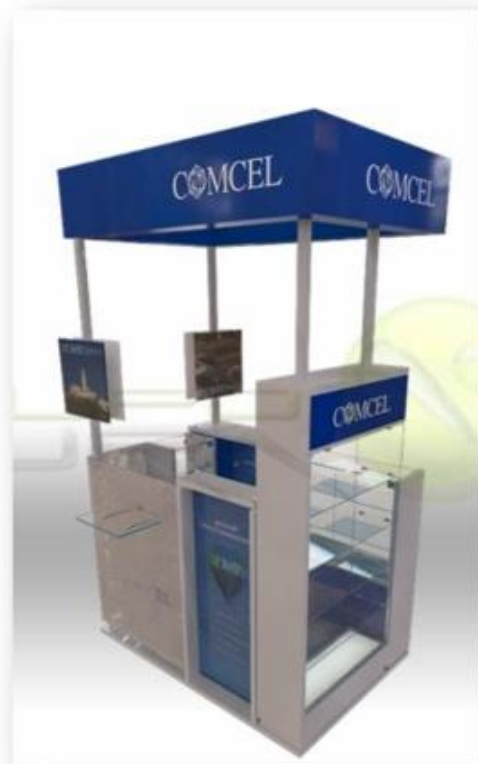


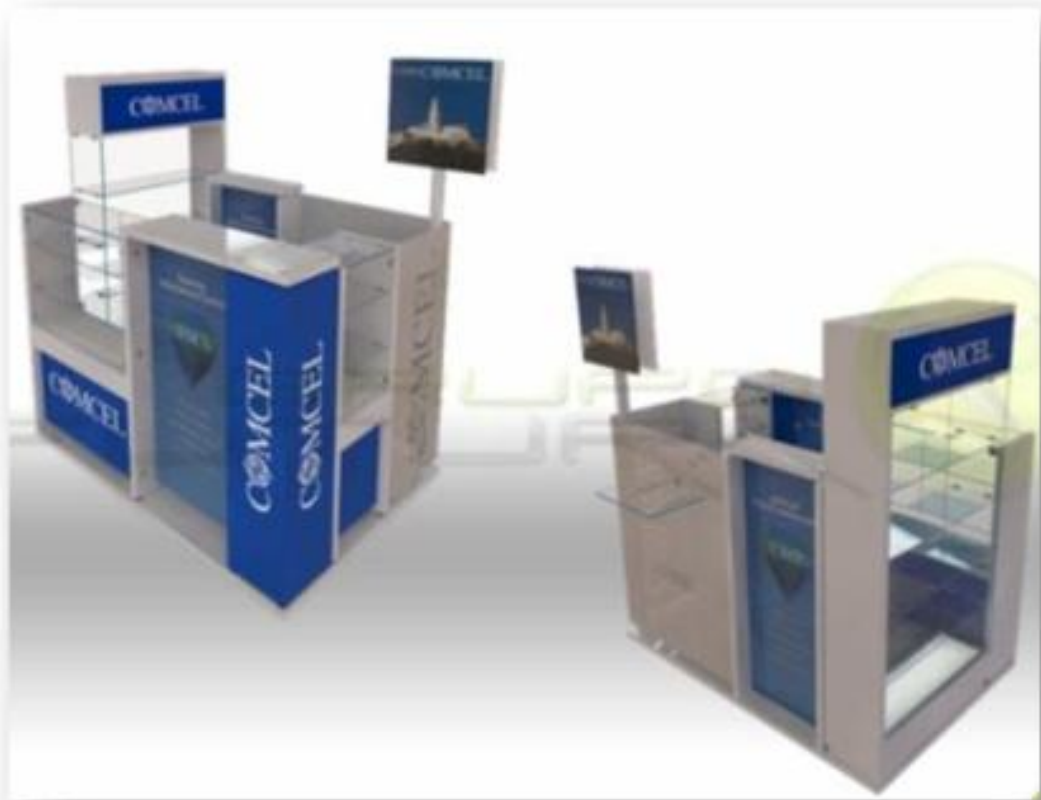
Imagen 60
Ambientación Modulo Interactivo.
Concepto: Modular Tecnología.



Imagen 61
Stand Comcel Modelo 3.
Concepto: Modular y Orden.

Imagen 62
Stand Comcel Modelo 2.
Concepto: Modular Orden.





10.20 CENTRO INTERACTIVO DE EXPERIENCIA

Cliente: Comcel

Descripción:

Estas propuestas realizadas para las oficinas principales de COMCEL en el país se proyectaron llamativas y dinámicas, atraen a los diferentes usuarios que puedan tener un contacto directo con el producto y para que puedan elegir los celulares que más se adapten a sus necesidades.

Este diseño se propone en Grupo Futura con el fin de optimizar las ventas de una forma más directa con los clientes.

Materiales de Fabricación: Vidrio templado, Aglomerado, Formica y Acrílico.



Imagen 65
Ambientación Centro Interactivo.
Concepto: Espacio, Tecnología.



Imagen 66
Ambientación Centro Interactivo.
Concepto: Simetría, Tecnología.



Imagen 67
Ambientación Centro Interactivo.
Concepto: Sencillez, Tecnología.



Imagen 68
Ambientación Centro Interactivo.
Concepto: Simetría, Tecnología.

Imagen 69
Ambientación Centro Interactivo.
Concepto: Simetría, Tecnología.





Imagen 70
Centro Interactivo Propuesta.
Concepto: Simetría, Tecnología.

Imagen 71
Centro Interactivo Propuesta.
Concepto: Simetría, Tecnología.



10.21 LOGO GRUPO FUTURA

Cliente: Grupo Futura

Descripción:

Propuestas de la nueva imagen de la empresa en la cual se necesitaba un cambio significativo del Grupo Futura se toma un concepto de fuerza, dinamismo, progreso para elaborar estos logos y resultan ideas interesantes en donde se ve claramente lo que transmite la empresa.

Software: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop y Corel Draw.



Imagen 72
Logo Futura Propuesta Escogida.
Concepto: Fuerza, Unión y Cambio.



Imagen 73
Propuesta 2.
Concepto: Fuerza, Unión y Cambio.

FUTURA



Imagen 72
Propuesta 1.
Concepto: Fuerza, Unión y Cambio.

Imagen 73
Propuesta 3.
Concepto: Fuerza, Unión y



Imagen 74 y 75
Propuesta 4 y 5.
Concepto: Fuerza, Unión y Cambio.



FUTURA
Experiencia de Marca

10.22 MONTAJE Y SHOWROOM BONACURE PELUQUERÍA CALI

Cliente: Bonacure

Descripción:

Montajes realizados para peluquerías en la ciudad de Cali en donde pretende incorporar la nueva línea Bonacure en el diseño se realizó la adecuación del lugar usando frosted, micro perforado, vinilos y trípticos haciendo que estéticamente los lugares más adecuados y llamativos a los clientes, también se desarrollo un diseño en donde se ofrecía un producto nuevo de Bonacure el cual estaba distinguido por una ambientación.

Material de fabricación: Acrílico termo formado, Aglomerado, Formica, Plástico.

Software: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop y Corel Draw.



Imagen 76
Showroom Bonacure.
Concepto: División.



Imagen 77
Detalle Isla Bonacure.
Concepto: División.

Imagen 78
Detalle de Entrepañó.
Concepto: División.





Imagen 79 y 80
Impresión sobre Muro y Tríptico
Horizontal.
Concepto: Estilo Innovación
Cambio.



Imagen 81 y 82
Impresión sobre Muro y Tríptico
Vertical.
Concepto: Estilo Innovación
Cambio.



Imagen 83 y 84
Impresión sobre Muro y Micro
perforado sobre Vidrio.
Concepto: Estilo Innovación
Cambio.



10.23 DESARROLLO DE LÍNEA DE PRODUCTOS PARA GRUPO FUTURA

Nombre: Centros de Atención al cliente (CAC).

Teniendo en cuenta una previa investigación que se desarrollo para la empresa Grupo Futura, se decide junto con esta, diseñar una línea de productos de atención al cliente o mobiliario para oficina, que sea versátil y se pueda ajustar a los diferentes clientes en cuanto a espacio y usuarios utilizando criterios de ergonomía, teniendo en cuenta esto se plantea 9 diseños importantes para formar la línea de productos.

Descripción:

Esta línea de productos desarrollada con un concepto de perforación busca mejorar las condiciones de los usuarios en cuanto a funcionalidad, ergonomía y estéticamente se hace más llamativo a los clientes, ofreciendo un status y categoría en cuanto atención al cliente satisfaciendo así las necesidades de las empresas en donde se ofrezca este mobiliario para oficina (CAC).

Software utilizado: Rhinoceros para el modelado y la construcción de planos y 3d max para la importación y renderizado en v ray.

Barra Express







Modulo Interactivo:



Display de Imagen Horizontal:



Display de Imagen Vertical:



Modulo de Apoyo:



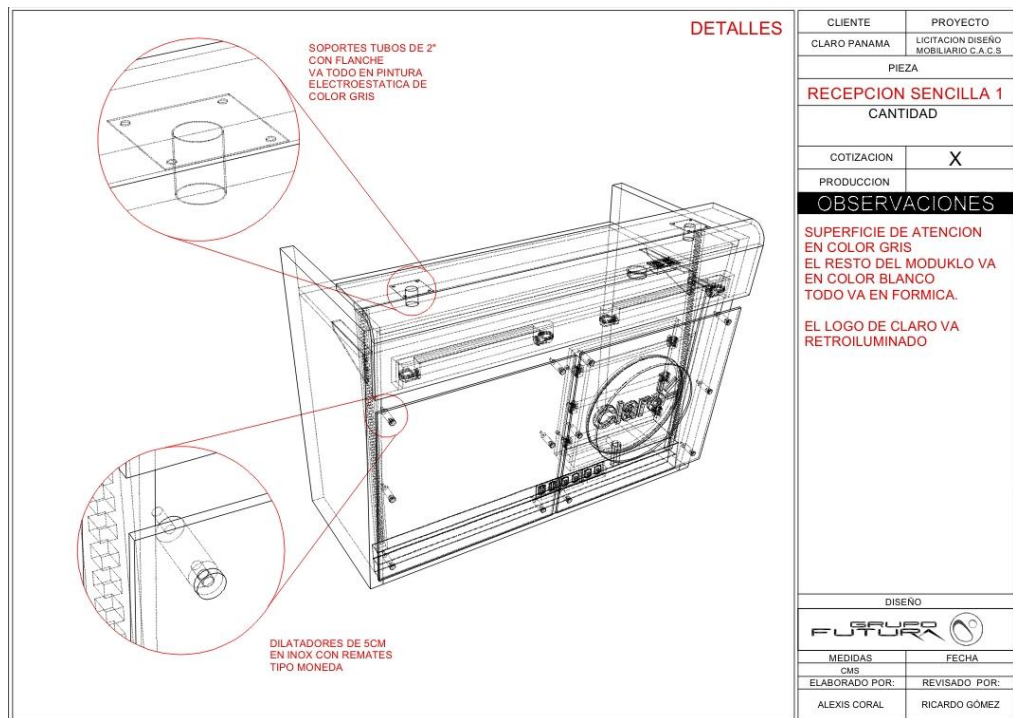
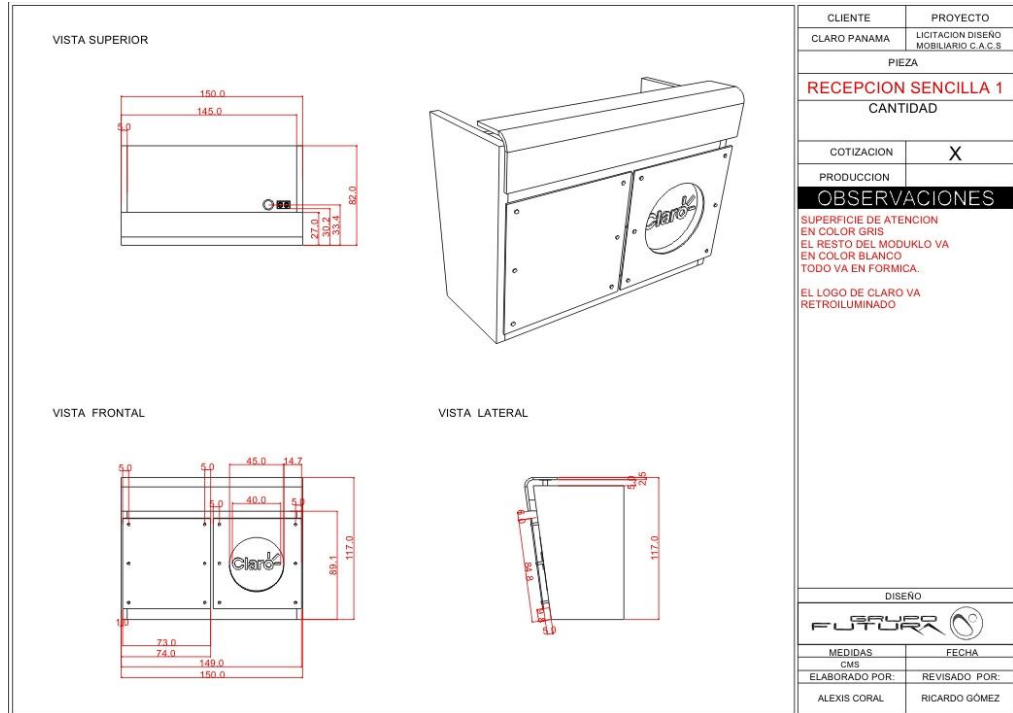
Porta folletos:



Recepción Sencilla:



Planos Recepción Sencilla:



DETALLES

LA LAMPARA FLUORESCENTE T8 VA EN UN SOCALO EN LA PARTE INTERNA DE LA SUPERFICIE DE ATENCION

PERFORACION FRONTAL PARA EL LOGO DE CLARO QUE VA RETROILUMINADO VA CON CORTE PARA DESCANSO DEL ACRILICO

LA DILATACION DE 5 CM SE ENCUENTRA ENTRE LA LAMINA FRONTAL Y EL VIDRIO FRONTAL.

CLIENTE	PROYECTO
CLARO PANAMA	LICITACION DISENO MOBILIARIO C.A.C.S
PIEZA	
RECEPCION SENCILLA 1	
CANTIDAD	
COTIZACION	X
PRODUCCION	
OBSERVACIONES	
LAS SUPERFICIES DE TRABAJO VAN EN AGLOMERADO DE 2.5 CM LAMINADO.	
DISENO	
MEDIDAS	FECHA
CMS	
ELABORADO POR:	REVISADO POR:
ALEXIS CORAL	RICARDO GOMEZ

VISTA SUPERIOR

140.0

55.6

4.7

7.0

SUPERFICIE DE TRABAJO

SUPERFICIE DE ATENCION

150.0

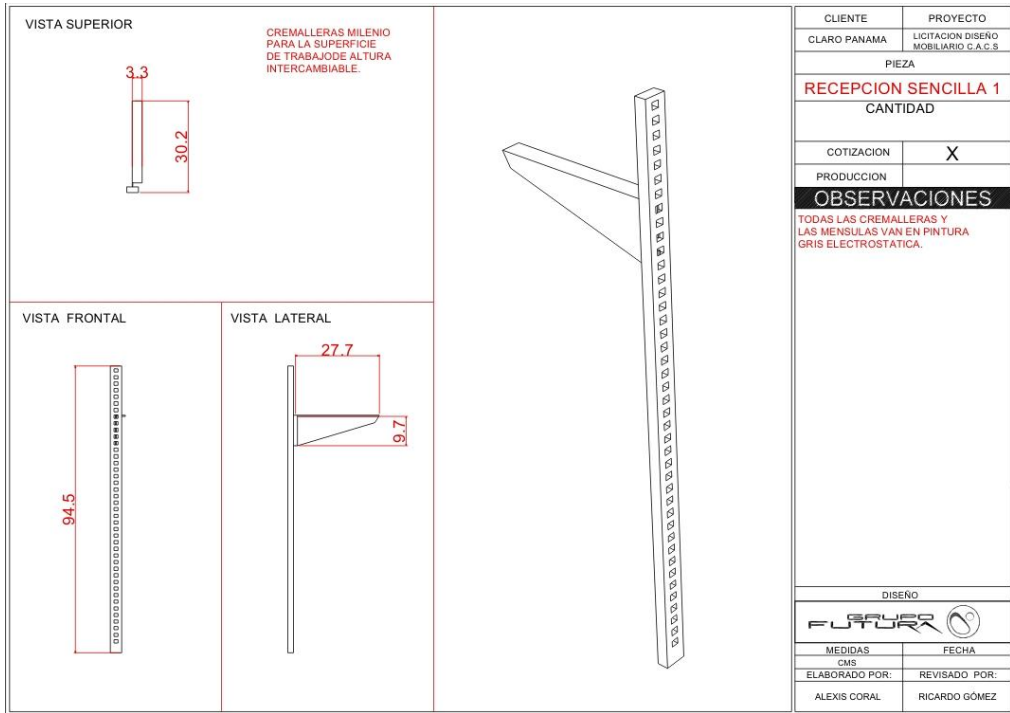
27.0

VISTA LATERAL

28.0

27.0

CLIENTE	PROYECTO
CLARO PANAMA	LICITACION DISENO MOBILIARIO C.A.C.S
PIEZA	
RECEPCION SENCILLA 1	
CANTIDAD	
COTIZACION	X
PRODUCCION	
OBSERVACIONES	
MADERA AGLOMERADO DE 2.5 CM LAMINADO COLOR BLANCO PARA LAS 2 SUPERFICIES	
LA SUPERFICIE DE TRABAJO VA PERFORADA PARA PASACABLES Y TOMA ELECTRICA	
DISENO	
MEDIDAS	FECHA
CMS	
ELABORADO POR:	REVISADO POR:
ALEXIS CORAL	RICARDO GOMEZ



Vitrina Tipo 1:



Vitrina Tipo 2:



Vitrina Tipo 3:



CONCLUSIONES

El trabajo práctico desarrollado en la pasantía permitió comprobar la validez de los conocimientos adquiridos en la formación profesional otorgada en la Universidad de Nariño, con base en dicha forma

ión se aportó de manera efectiva en los diversos proyectos realizados en la empresa Grupo Futura.

La experiencia adquirida en la Empresa Grupo Futura, consolidó las habilidades necesarias para desempeñarse en el mundo laboral, otorgando la confianza necesaria para crecer profesionalmente de manera creativa y con criterio para definir y concretar las ideas en diseños capaces de generar un cambio en el entorno en el cual se aplican.

El trabajo en equipo se constituyó como la mejor herramienta para confrontar ideas y generar conceptos en el marco del diseño industrial.

Se logró en la práctica reconocer la importancia de los programas de diseño en la elaboración de planos, renders y fotomontajes. Se amplió y mejoró el manejo de los programas de diseño por el constante uso y aplicación en diversos trabajos realizados en el Grupo Futura.

El análisis de la materia prima empleada en el diseño permitió conocer como se puede reducir costos, mejorar la calidad y comprender las diversas aplicabilidades asociadas al manejo adecuado.

En el proceso de incorporación del diseño a una marca se logró determinar la importancia del seguimiento y acompañamiento como factores esenciales para determinar el concepto.

RECOMENDACIONES

El desarrollo de la pasantía permitió comprobar que los conocimientos impartidos en el programa de diseño industrial requieren énfasis en diseño asistido por computador para que los pasantes cuenten con los elementos necesarios para demostrar sus ideas.

Incluir en el programa de diseño Industrial el proceso de productos, que incluya las fases de producción en los talleres de diseño.

Profundizar en el uso de planos, renders y fotomontajes para adquirir un dominio pleno de estos elementos y no simplemente tener un conocimiento básico.

Ampliar la conceptualización del diseño industrial a través de bibliografía seleccionada que permita conocer las posturas vanguardistas que se presentan en otros países y que orientan y definen el camino del diseño industrial.

BIBLIOGRAFIA

FERRE MASIP, Rafael. Diseño Industrial por Computador. Barcelona: Boixareu Editores. 1988

GARCIA M, Monica. Metodología del Diseño Industrial. Valencia: Editorial Univesidad Politecnica de Valencia. 2003.

MARZAL ALCAIDE, Jorge. Diseño Conceptual. (Documento en línea). Disponible en Internet: <http://exp-grafica.uma.es/Asignaturas/dis-prod/document2/dis-conceptual.pdf>. (Consultado Junio 6 de 2010)