

FASE II

Portafolio de Evidencias de Diseño y Desarrollo de Prendas de Vestir

En esta fase se evalúa la capacidad de un individuo para aplicar el conjunto de conocimientos, habilidades, destrezas, actitudes y valores en el desempeño de una función laboral dentro del campo de la Industria del vestido y ejercicio como Licenciado en Diseño y Publicidad en Moda.

Se evalúan las competencias en:

- Diseño de Prendas de Vestir
- Desarrollo de Prendas de Vestir

GUÍA PARA LA INTEGRACIÓN DEL PORTAFOLIO DE EVIDENCIAS.

CARPETA DE LA COMPETENCIA EN DISEÑO DE PRENDAS DE VESTIR

INTRODUCCIÓN AL PROYECTO

1. Concepto general: Desarrolla un texto conceptualizando lo que va de tu producto y a quién se lo vas a vender
2. Objetivos y Metas: Desarrolla cuáles son los objetivos que tienes como empresa y a dónde quieres llegar al alcanzarlos
3. Introducción al tipo de producto: Para este punto debes de dar a conocer qué producto estás proponiendo, cómo lo percibirá tu cliente y cuál es la esencia de éste.

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

4. Cliente: Sexo, edad, estructura ósea y glandular, tipo de cuerpo, categoría de acuerdo con el uso, tallas alfanuméricas que se utilizarán en la producción.

5. Medidas por talla: Especificación de medidas por talla considerando todas las partes del cuerpo.
6. Zona de Precios: Colocar todo el tipo de prendas que se pretenda manejar en la marca, especificar con base en un estudio de campo el precio más alto y bajo de cada producto.
7. Estilo de vida: Desarrollo inextenso de todas las actividades y formación del cliente objetivo (grado académico, desarrollo laboral, actividades cotidianas, intereses, hobbies, actividades recreativas, gustos estéticos, poder adquisitivo).
8. Condiciones Socioeconómicas: Nivel socioeconómico, datos de AMAI.
9. Condiciones geográficas generales: Población total nacional, tamaño de la población que corresponde al cliente objetivo, raza, idioma, condiciones climáticas.
10. Condiciones Demográficas: Nacionalidad, género, edad, religión, estado civil, educación, ocupación.
11. Condiciones psicográficas: Uso del producto, rol de vida.
12. Descripción general de la marca: Concepto
13. Competencias: 4 ejemplos de competencia directa, 4 ejemplos de competencia indirecta y 2 ejemplos de competencia espejo.
14. Definición del pensamiento: Presente, pasado, futuro o rezagado.
15. Definición del mercado: Adaptar la información al tipo de cliente, justificar el tipo de pensamiento,
16. Aplicación y análisis de encuesta. Encuesta con un objetivo y datos generales del cliente meta, mínimo 35 preguntas en el cuestionario, muestra mínima de 60 encuestados. Para el análisis presentar tabulación, gráficas, análisis de resultados y conclusiones.

DESCRIPCIÓN DE LA COMPETENCIA

17. Competencia directa: Describir 4 marcas establecidas en el mercado (historia, cliente, materiales, calidad, temporada, segmento de mercado,

- puntos de venta, estrategia de posicionamiento, estrategia de comercialización, puntos de venta, productos y campañas publicitarias)
18. Competencia Indirecta: Describir 4 marcas establecidas en el mercado (historia, cliente, materiales, calidad, temporada, segmento de mercado, puntos de venta, estrategia de posicionamiento, estrategia de comercialización, puntos de venta, productos y campañas publicitarias)
19. Marca espejo: Describir 2 marcas establecidas en el mercado (historia, cliente, materiales, calidad, temporada, segmento de mercado, puntos de venta, estrategia de posicionamiento, estrategia de comercialización, puntos de venta, productos y campañas publicitarias)
20. Comparación de Precios: Establecer la comparación entre los productos de las competencias directas, indirectas y espejo de todos los productos.
21. Comparativo Oferta-Demanda: Establecer comparación de precios entre la competencia y los precios establecidos estimados para los productos a realizar.

DEFINICIÓN DE NEGOCIO

22. Análisis FODA: (fortaleza, oportunidad, debilidades y amenazas) para Recursos humanos, infraestructura, recursos financieros, procesos productivos.
23. Filosofía Corporativa: Misión, visión, filosofía, valores, objetivos a corto plazo, objetivos a largo plazo.
24. Naturaleza de la empresa: Experiencia del manejo de la empresa, aspectos externos que afectan la empresa (económicos, tecnológicos, sociales, culturales y políticos), Recursos humanos (perfiles para puesto, características, organigrama), Diferenciación respecto a otras empresas, internas, externas, bondades de tu marca, cómo se logrará impactar en el cliente objetivo, ¿Por qué es representativa?
25. Recursos para iniciar el negocio:
Bienes activos (Bien, costo, cantidad, total)

- Bienes pasivos (bien, costo, cantidad, total)
- Costos (costos fijos, costo mensual, costo anual)
- Salarios (por puesto, mensual y anual)
- Costos publicitarios (concepto, costo por hora, duración, total)
- Primera producción (concepto, costo unitario, cantidad, total)
- 26. Definición del negocio: Definición general, descripción de la empresa, actividades de la empresa, análisis de fuerzas y debilidades.

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

- 27. Marca, manual inextenso de identidad corporativa (tipografía y restricciones, imagen institucional), Logotipo (aplicaciones de logotipo).

POSICIONAMIENTO

- 28. Definición y metodología del posicionamiento, 5 atributos por cada rubro: por beneficio, por uso o aplicación, por competidor, por categoría del producto, por calidad del producto, por precio del producto. Proceso de producción.

DESCRIPCIÓN DE PROVEDORES

- 29. Definición de proveeduría. Datos de cada proveedor (nombre, logo, dirección fiscal, teléfono contacto, sitio web, correo electrónico), Clasificación y composición textil (productos con código, especificaciones técnicas, costos, imágenes; tiempos de producción, tiempos de entrega, medios de distribución, servicio especializado, composición del producto, procesos y garantías de calidad, políticas de pago, documentos para el otorgamiento de créditos).

DOCUMENTO BASE DE PROYECTO (BRIEFING)

- 30. Composición general y explicación de la tendencia de moda, Elementos de tendencia (estilo de vida, modo, fundamentación general, historia del color, materiales, siluetas, detalles de construcción, detalles de embellecimiento,

detalles de funcionalidad, elementos gráficos), Piloto de diseño (justificación fundamentada y visual de cómo se utilizará la tendencia de moda para el desarrollo del producto (muestra inicial de diseño en trazo plano, 5 salidas al menos con sus respectivos figurines).

DESARROLLO DE PROPUESTAS

31. Desarrollo de propuestas de trazo plano digitales; 15 tops, 15 Bottoms, 15 One piece y 15 sobre todo. Versión B&N y versión con textiles.

COLECCIÓN FINAL

32. Presentación ilustrativa de la colección presentada (10 salidas): figurines en técnica digital realista, en proporción modelo real, proporción de la figura natural mostrando cara, manos y pies; composición de elementos, unión de la figura y prenda, las líneas de dibujo presentan: *continuidad, soltura del trazo, limpieza, volumen, presentación textil.*

ESPECIFICACIONES DE LA PRENDA DISEÑADA

33. Ficha técnica con especificaciones de las prendas diseñadas: Trazo plano en B&N, descripción técnica, número de patrones, proceso de confección, muestras de textiles, pantones de textiles, figurín.

CAMPAÑA PUBLICITARIA (STORYBOARD)

34. Storyboard: Storytelling, atributos mercadológicos a explotar del producto en la campaña, propuestas de modelos, propuestas de maquillaje y estilista, propuesta de locación o escenografías para estudio, propuestas de accesorios, propuesta de fotografía final.

35. **Presentación: FÍSICA:** Desde introducción al proyecto hasta Storytelling, en carpeta de aros empastada, con logo de imagen corporativa, portada con el logo de la marca, impresiones de calidad, a color, membrete de marca, papel

opalina u otro tipo que refuerce la identidad corporativa, en cubre hojas, dos hojas por cubre hojas (derecho y revés).

36. **Presentación DIGITAL:** USB con el contenido ordenado en formato PDF.

CARPETA DE LA COMPETENCIA EN DESARROLLO DE PRENDAS DE VESTIR

INTRODUCCIÓN DEL PROYECTO

37. Breve introducción a la marca y extracto de la tendencia. Colección completa de figurines.

PROCESO DE PRODUCCIÓN – 2 SALIDAS DE LA COLECCIÓN PRESENTADA.

38. Tablas de Producción. Portada del diseño a desarrollar; especificaciones técnicas; insumos, selección, análisis y detalles de los materiales a utilizar; reporte de pruebas de calidad de todos los insumos; flujo del proceso de confección; hoja guía de cálculo de materiales y habilitaciones para una muestra.

39. Lámina de moldes básicos: papel bond o manila sin añadiduras, marcar correctamente las líneas de apoyo, rotulado correcto, láminas limpias, sin tachaduras, entintadas. Patrones básicos de Kraftcena. Se verificará el trazo adecuado del molde y la calidad de las medidas. Evidencia fotográfica.

40. Lámina de transformación: papel bond o manila sin añadiduras, marcar correctamente las líneas de apoyo, contornos configurados, sombreado o líneas de color para distinguir las transformaciones, medidas de movimientos realizados, escuadrar centros, rotulado correcto, láminas limpias, sin tachaduras, entintadas. Se verificará el trazo adecuado del molde y la calidad de las medidas. Evidencia fotográfica.

41. Separación de Piezas: papel bond o manila sin añadiduras, marcar correctamente el hilo de tela, coincidir hombros y costados, coincidir piquetes y aplomos, márgenes de costura exactos y visibles en cada pieza, piquetes

- marcados, rotulado correcto, ubicación de botones y ojales indicado, láminas limpias y entintadas. Se verificará el trazo adecuado de las piezas y la calidad de las medidas. Evidencia fotográfica.
42. Prenda muestra: prenda con terminados de acuerdo con las especificaciones del diseño, costuras correctamente planchadas, planchado básico general, colgada en gancho y con cubre polvo con imagen corporativa. Evidencia fotográfica del proceso de confección.
43. Prenda confeccionada: Se revisará que no presente fruncidos, hilos rotos o reventados, hilos con tensiones inadecuadas, costuras incompletas, puntadas saltadas; se revisará que cuente con puntadas por pulgada de acuerdo al tipo de costura y al textil utilizado, costuras de carga, pespunte, costuras de adorno, escotes y sisas gobernadas, cortes en áreas curvas, correcto, cierres colocados correctamente; forros fijos, embolsados correctamente, de largo adecuado; correcto deshebrado, etiquetado de la prenda según la NOM 004-SE-2021, planchado general, presentada en ganchos de madera y Portatraje con identidad corporativa. Evidencia fotográfica.
44. Graduación de la prenda seleccionada: papel bond o manila sin añadiduras, selección correcta de tipo de graduación, movimientos adecuados, utilizar herramientas de graduación adecuadas, marcas en patrones graduados, total de piezas graduadas, cinco tallas graduadas, rotulado correcto, movimientos indicados en cada punto, hoja de especificaciones, láminas limpias y entintadas. Evidencia fotográfica.
45. Muestrarios: habilitaciones internas, habilitaciones externas, telas, materiales alternativos; con información de composición, proveedores, costos.
46. Imagen de la marca (Branding): Imagen corporativa en etiquetas de marca, etiquetas de instrucción de lavado, etiqueta colgante, Portatraje, ganchos, empaque, contenedor.
47. Bitácora del proceso: evidencia fotográfica de la confección de las prendas finales, fotografías de las salidas sobre maniquí y sobre modelo.
-

48. **Presentación: FÍSICA:** En carpeta de aros empastada, con logo de imagen corporativa, portada con el logo de la marca, impresiones de calidad, a color, membrete de marca, papel opalina u otro tipo que refuerce la identidad corporativa, en cubre hojas, dos hojas por cubre hoja (derecho y revés), Láminas dobladas adecuadamente para que quepan en cubre hojas, separadores o portada por apartado.
49. **Presentación DIGITAL:** USB con el contenido ordenado en formato PDF.

RESUMEN EJECUTIVO (BOOK DE COLECCIÓN)

50. Resumen Ejecutivo.

Contenido: El creador, público objetivo, macrotendencia, desarrollo de tendencia, presentación de la colección en figurines, fichas de diseño, propuesta de trazo plano (planning book), campaña publicitaria (storytelling), backstage de producción de campaña, campaña publicitaria, estrategia publicitaria y medios, aplicación de la campaña en medios.

Presentación física: tamaño carta, horizontal o vertical, impresiones de alta calidad, cuidado en las imágenes, presentación profesional (acabado libro)

Presentación digital: Archivo en formato PDF en USB.

ACTIVIDADES

PORTAFOLIO DE EVIDENCIAS

A continuación, te sugerimos una serie de actividades con el fin de ayudarte a presentar tu Portafolio de Evidencias.

Un portafolio de evidencias es una especie de representación o resumen sobre lo que una persona es competente en su ámbito profesional. Es por ello por lo que con

este compendio de evidencias se demostrarán las actividades en donde tengas múltiples destrezas y habilidades.

Un portafolio de evidencias debe ser planificado, organizado y práctico; elaborado y estructurado por el sustentante atendiendo la guía de indicaciones, para presentarlo y ser evaluado todo su contenido, por expertos en la materia. Por esta razón es vital que se le tenga que invertir tiempo y dedicación durante su elaboración.

El Portafolio de Evidencias, que se tiene que presentar para ser evaluado en la FASE II del Proceso para la Acreditación de la Licenciatura en Diseño y Publicidad en Moda, a través del Acuerdo 286 y su modificadorio 02/04/17, está conformado por:

- Carpeta de la Competencia en Diseño de Prendas de Vestir
- Carpeta de la Competencia en Desarrollo de Prendas de Vestir
- Resumen Ejecutivo (Book de Colección)

Realiza un plan de trabajo:

- Establece un calendario general de sesiones de trabajo.
- Decide fechas, horarios y lugar de trabajo, para elaborar todas las evidencias que se solicitan.
- El área de trabajo deber ser un lugar o lugares en donde cuentes con todo el equipo y herramientas necesarios para realizar las actividades requeridas, ya que esto te permitirá avanzar con tranquilidad y organización, sabiendo que tienes definida una ruta que te preparará para concluir de acuerdo con tu plan.

Revisa de manera efectiva los contenidos y evidencias por realizar:

- Con base en lo que te pide la evidencia, identifica tus fortalezas y debilidades en las áreas que te solicitan, dicha identificación implica:
 - Revisa la estructura y contenido de las Carpetas y Resumen Ejecutivo.
 - Señala aquellas áreas en las que percibas falta de preparación, tengas dudas o consideres vacíos de conocimientos.
 - Reconoce honestamente aquellos conocimientos teóricos y conceptuales, así como las habilidades que requieran tu mayor atención.
 - Para esto, puedes elaborar una tabla donde señales los temas, conceptos y procedimientos que te presenten mayor dificultad y en los cuales tengas mayor fortaleza. En ella escribe las dificultades y especifica en otra columna, las estrategias para revisarlas.

Organiza tu tiempo.

- Dedicar un tiempo a revisar tus debilidades, y uno mayor para realizar todas las evidencias.
- En caso de requerir importación de materiales, habilitaciones, sublimación en telas, impresiones y acabados en las evidencias, debes contemplar el tiempo que los proveedores tardarán en realizar las tareas solicitadas.
- Para la elaboración de la Carpeta de Evidencias de Diseño de Prendas de Vestir, se deberá realizar una investigación que requerirá tiempo y dedicación, ya que engloba desde la investigación de mercado, descripción de la competencia, definición de negocio, manual de identidad corporativa, posicionamiento, proveedores, documento base; así como realizar de manera práctica el desarrollo de propuestas de trazo plano, elaboración de figurines, fichas técnicas y planeación de campañas publicitarias.
- Para la elaboración de la Carpeta de Evidencias de Desarrollo de Prendas de Vestir, se deberá elaborar toda la planeación de producción de dos salidas de la colección presentada. Se realizará y entregará las láminas de básicos,

transformaciones, piezas separadas y graduación de cada una de las prendas que componen las salidas; también se desarrollarán las tablas del proceso de producción (especificaciones técnicas, selección, análisis y detalle de los materiales a utilizar, reporte de pruebas de calidad de insumos, flujo del proceso a confección, hoja guía de cálculo de materiales y habilitaciones, tabla de graduación); la bitácora de trabajo y por último las prendas finales.

- Para el resumen ejecutivo, se deberá integrar el trabajo de las carpetas a manera de sinopsis, de acuerdo con la lista del contenido que viene en tu guía.

Organización del espacio de trabajo

- Tu espacio dedicado al estudio debe estar libre de elementos distractores, llámese teléfono, televisión, videojuegos, etc. Ya que evitan que te concentres en la actividad que estas realizando.
- Prefiere lugares como un escritorio o de preferencia un estudio para realizar tus actividades, repasar temas y hacer anotaciones respecto a las dudas o aspectos que se te dificulten estudiar.
- Dicho espacio debe contar con tu equipo de cómputo, conexión a internet, mesa de trabajo, máquinas de confección.
- Además de contar con tus herramientas de trabajo: reglas, papel, telas, habilitaciones, insumos, de corte, etc.
- De preferencia iluminación natural, ya que se ha comprobado, que nos mantiene alertas y nos permite enfocarnos en la tarea que estamos realizando, por lo que debes aprovechar la mayor parte de ella al realizar tus actividades.
- Procura utilizar música de tu preferencia que sientas que estimule tu proceso de creatividad.

Autorregula tu avance

- Mediante la autoevaluación, planeación y supervisión de lo logrado puedes identificar si has alcanzado tus metas en la elaboración de tu portafolio de evidencias.
- Una preparación y dedicación consciente y consistente te ayudará a concluir tu portafolio en tiempo y forma, fortaleciendo tu desarrollo personal y profesional.

Recomendaciones

- Recuerda que un portafolio de evidencias es como una carta representativa de tu profesión, por lo tanto, siempre se debe reflejar tu inspiración y detalle único.
- Que todos los elementos reflejen tu imagen corporativa, la cual elegiste y decidiste mediante el proceso creativo.
- Coloca fotos e imágenes de alta calidad, evitando así las fotografías que estén incompletas, pixeladas o las borrosas al momento de imprimir.
- Los patrones de ropa son elementos indispensables para confeccionar adecuadamente las prendas de vestir, su importancia radica en que permiten tener certeza acerca de la cantidad de tela a utilizar y cómo será su ensamblado. Los materiales preferidos son el Kraft o manila; la elección del material para elaborar el patronaje dependerá de si la prenda será rígida o por el contrario más liviana. Aunque recuerda que, para la carpeta, las láminas serán en papel bond.
- En la actualidad existen programas con alto desarrollo para el diseño y patronaje (Illustrator, Photoshop, InDesign, Kaledo, Modaris, Diamino), en los cuales te puedes apoyar, ya que con ellos es posible plasmar los moldes y visualizarlos antes de que las prendas estén listas. Esto minimiza los errores y permite detectar en una etapa temprana las oportunidades de mejora.

BIBLIOGRAFÍA

BÁSICA:

- Philip Kotler/ Gary Armstrong. (2013) Fundamentos de Mercadotecnia 11 ed. Pearson
- Chiavenato, I. (2011). Introducción a la Administración. Ed. Mc Graw Hill. Argentina
- Venegas, Arturo (2020) Guía para emprendedores en moda.
- Maubert C. (2005) *Comercio Internacional, aspectos operativos, administrativos y financieros*, Edit. Trillas, México.
- Costa Joan (2013) Identidad Corporativa, Trillas.
- Anouti, Calune y Graham, Barbara (2018). Promocionar la moda. *Comunicación, marketing y publicidad*. Promopress.
- Donnanno, Antonio (2016) Técnicas de patronaje de moda. Promopress Vol 1, 2, 3.
- Amaden-Crawford, Connie (2014) Confección de moda vol.1 Técnicas básicas. Editorial Gustavo Gili, SL. Barcelona, España.
- Amaden-Crawford, Connie (2014) Confección de moda vol.2 Técnicas avanzadas. Editorial Gustavo Gili, SL. Barcelona, España

COMPLEMENTARIA:

INVESTIGACION DE MERCADO

- McDaniel, Carl Jr. (2016) Investigación de mercados, 10a. edición. Cengage Learning Editores
- Malhotra, Naresh (2016) Investigación de mercados: Conceptos esenciales. Pearson

DESCRIPCION DE LA COMPETENCIA

- Ferrell, O. C. (2012) Estrategia de marketing 5 ed. Cengage Learning
- Sánchez, Carlos Raúl (2013) Administración y estrategias de precios: herramientas para la toma de decisiones en marketing 2 ed.

- Kavounas, Alice. (2013) Pensamiento estratégico para creativos publicitarios. Promopress

DEFINICION DE NEGOCIO

- Posner, Harriet (2016) Marketing de la moda 2 ed. Gustavo Gili
- Delers, Antoine (2016) El plan de negocios: como crear un plan óptimo para su empresa. Titivillus
- Dillon, Susan (2012) Principios de gestión de empresas de moda. Gustavo Gili

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

- Skoglund, Eric (ca. 2012) Imagen corporative para la microempresa en México.
- Flórez, Blanca Nive (2015) Guía para diseñar una marca. Editorial UOC

POSICIONAMIENTO

- More, Gwyneth. (2013) Promoción de moda. Gustavo Gili.
- García, José Maria. (2015) Publicidad en el punto de venta. IC Editorial
- Interconsulting Bureau S. L. (2015) Técnicas publicitarias. Ediciones de la U

DESCRIPCION DE PROVEDORES

- Mexcostura (julio / septiembre 2022)

DOCUMENTO BASE DE PROYECTO (BRIEFING)

- Scully, Kate (2012) Predicción de tendencias del color en moda. Gustavo Gili
- Collezioni Trends 129 Otoño invierno 2020-2021. Loogos
- Lopez, Ana Maria (2014) Curso diseño gráfico: fundamentos y técnicas. Anaya Multimedia.

DESARROLLO DE PROPUESTAS

- Drudi, Elisabetta. (2015) Dibujo de figurines para el diseño de moda. Pepin
- Meder, Danielle (2016) Draw fashion now techniques, inspiration and ideas for illustrating your designs. Rockport
- Bowles, Melanie (2015) Estampar coser, lucir: proyectos creativos de diseño textil digital. Blume

CAMPAÑA PUBLICITARIA (STORYBOARD)

- Griffiths, Danielle (2016) Manual del estilista de moda. Gustavo Gili.
- Bailey, Sarah. (2014) Moda y visual merchandising. Gustavo Gili.
- Diaz, Paloma. (2014) comunicación y gestión de marcas de moda. Gustavo Gili.

PATRONAJE

- The apparel design and production hand book (A technical reference) The fashion Index

RESUMEN EJECUTIVO

- Kiper, Anna. (2016) Portafolios de moda diseño y presentación. Gustavo Gili.
- Faerm, Steven (2012) Creating a successful fashion collection. Barron's
- McAssey, Jacqueline (2021) Fashion styling. Bloomsbury Visual Arts

EJEMPLOS DE EVIDENCIAS QUE CONFORMAN EL PORTAFOLIO.







Consejos para la presentación

- El ingreso es con cubrebocas
- Portar una identificación oficial con fotografía.
- Evitar tener asuntos pendientes para realizar la exposición sin presiones.
- Dormir bien la noche anterior a la prueba.
- Usar ropa formal.
- Llegar, por lo menos, 40 minutos antes del inicio de la presentación, con lo cual se evitarán presiones y tensiones innecesarias, y podrás preparar lo necesario:
 - Deberás montar tus prendas en maniquí, procurando estén debidamente planchadas.
 - Revisar que tu archivo sea visible, que las imágenes no se vean pixeladas, y que los enlaces que hayas colocado abran correctamente.
 - Colocar tus evidencias en la mesa que se te haya asignado.
 - Si requieres sonido (música, videos, de referencia) puedes hacer la prueba de audio.