Implementación de Estrategias de Diseño para Fortalecer la Marca y Mejorar la Experiencia del Cliente en CYCLO COLOMBIA

Jeisson Andrés Mesa Suan

Universidad de Pamplona

Facultad de Ingenierías y Arquitectura

Diseño Industrial

Pamplona, Colombia

2024

Implementación de Estrategias de Diseño para Fortalecer la Marca y Mejorar la Experiencia del Cliente en CYCLO COLOMBIA

Jeisson Andrés Mesa Suan

1.052.394.247

Asesor: Carlos José Jácome

Universidad de Pamplona

Facultad de Ingenierías y Arquitectura

Diseño Industrial

Pamplona, Colombia

2024 - I

Dedicatoria

A mis padres por su constante apoyo durante este proceso académico, a todas las personas que han aportado su conocimiento y guía a lo largo de mi formación académica y personal. Por último, agradecerme por no desfallecer y continuar a pesar de los obstáculos.

Agradecimientos

A mis padres por su paciencia y esfuerzos y a mi familia por su apoyo en este camino.

A mis profesores por la dedicación en su labor de enseñar. Agradezco al profesor Carlos Jácome por la asesoría y tiempo prestado para la culminación de este documento.

Finalmente, a mis compañeros y amigos por todas las tardes de cafés en el parque.

Resumen

El siguiente informe de práctica empresarial desarrollado en la empresa CYCLO Colombia, una empresa del sector de ropa deportiva ubicada en el Municipio de Pamplona; se centra en la implementación de estrategias de diseño, como el método sistemático para diseñadores de Bruce Archer y Sprint, para fortalecer la marca permitiendo la mejora de los procesos de personalización, desarrollando briefs de diseño de prendas y mejoras a nivel visual de la empresa, como la actualización de la identidad de marca, catálogos y creación de piezas gráficas para marketing en redes sociales. Además de la generación de una propuesta de packaging acorde a las necesidades y capacidad operativa de la empresa, con el fin de buscar una mejor comunicación de la organización con sus clientes, iniciando desde el empaque, etiquetas, prendas personalizadas y finalmente redes sociales.

Por último, se detalla el impacto del Diseño Industrial sobre la empresa, demostrando la importancia y versatilidad de la profesión, adaptándose a cualquier sector y entorno de trabajo.

Palabras clave: *Método Sistemático para Diseñadores, Bruce Archer, Embalaje, Marketing*.

Abstract

The following business practice report developed in the company CYCLO Colombia, a sportswear company located in the municipality of Pamplona, focuses on the implementation of design strategies, such as the systematic method for designers Bruce Archer and sprints, to strengthen the brand allowing the improvement of customization processes, developing design briefs for garments and visual improvements to the company, such as updating the brand identity, catalogs and creation of graphic pieces for marketing in social networks. In addition to the generation of a packaging proposal according to the needs and operational capacity of the company, in order to seek a better communication of the company with its customers, starting from the packaging, labels, customized garments and finally social networks.

Finally, the impact of Industrial Design on the company is detailed, demonstrating the importance and versatility of the profession, adapting to any sector and work environment.

Keywords: *Systematic Method for Designers, Bruce Archer, Packaging, Marketing*.

Lista de Contenidos

1. Capítulo 1 Fundamentación 11
   1.1 Introducción 11
   1.2 Justificación 12
   1.3 Objetivos 14
      1.3.1 Objetivo General 14
      1.3.2 Objetivos Específicos 14
   1.4 Perfil de la Empresa y Diagnostico 15
2. Capítulo 2 Desarrollo 18
   2.1 Labor Desempeñada en Las Practicas 18
      2.1.1 Aplicación de la Metodología de Bruce Archer 20
   2.2 Actividades Por Cada Objetivo y Plan de Trabajo 44
   2.3 Pertinencia Desde la Profesión 48
   2.4 Desempeño y Mejoramiento 50
   2.5 Resultados e Impacto 51
      2.5.1 Corto Plazo 51
      2.5.2 Mediano Plazo 53
      2.5.3 Largo Plazo 53
3. Conclusiones y Recomendaciones 54
4. Referencias Bibliográficas 55
5. Anexos 57

Lista de Tablas

Tabla 1. Cronograma de trabajo práctica CYCLO. 19

Tabla 2. Especificaciones de Creación Empaque CYCLO. 32

Tabla 3. Matriz de evaluación de alternativas.....36

Tabla 4. Desarrollo actividades Objetivo 01.....44

Tabla 5. Desarrollo actividades Objetivo 02. 45

Tabla 6. Desarrollo actividades Objetivo 03. 46

Lista de Figuras

Figura 1. Instalaciones CYCLO COLOMBIA..... 15

Figura 2. Fases Metodología de Bruce Archer. 20

Figura 3. Modelo proceso de creación CYCLO. 22

Figura 4. Gráfica de Resultados Pregunta 3 Encuesta Clientes.....23

Figura 5. Gráfica de Resultados Pregunta 8 Encuesta Clientes.....24

Figura 6. Sección del Manual de Identidad de CYCLO. 25

Figura 7. Líneas de Ropa de la Marca CYCLO. 26

Figura 8. Catálogo Marca CYCLO.....27

Figura 9. Brief de información proyecto Giro..... 28

Figura 10. Moodboard Giro de Italia.....29

Figura 11. Patrones con diseños para Cápsula Giro..... 30

Figura 12. Segunda parte brief, presentación de alternativas. 31

Figura 13. Alternativa 01 empaque CYCLO. 33

Figura 14. Alternativa 02 empaque CYCLO. 33

Figura 15. Alternativa 03 empaque CYCLO.....34

Figura 16. Alternativa 04 empaque CYCLO. 35

Figura 17. Plano de corte empaque ALT 01. 36

Figura 18. Fabricación propuesta ALT 01. 37

Figura 19. Empaque ALT 01 de la marca CYCLO. 38

Figura 20. Pruebas empaque ALT 01 CYCLO. 39

Figura 21. Mejoras del empaque ALT 01 39

Figura 22. Etiqueta prendas para marca CYCLO. 40

Figura 23. Etiquetas de marca e información de CYCLO. 41

Figura 24. Patrón para sublimación prenda Giro Rosa....42

Figura 25. Piezas gráficas para redes....43

Figura 26. Métricas de CYCLO hasta el 31 de marzo de 2024. 52

Figura 27. Métricas de CYCLO actuales....52

1. Capítulo 1 Fundamentación

1.1 Introducción

Este informe presenta la experiencia obtenida y las diferentes actividades desarrolladas durante el periodo de prácticas en la empresa CYCLO COLOMBIA, la cual está dedicada a la creación, diseño y confección de prendas deportivas con textiles de alta calidad, con sede en Pamplona Norte de Santander.

El objetivo principal de estas prácticas es incrementar la percepción de marca y la satisfacción del cliente mediante la implementación de estrategias de diseño innovadoras, además de generar una propuesta de packaging que atraiga y mejore la imagen de CYCLO frente a sus clientes. Para lograr este objetivo se realizan diferentes actividades dentro de la empresa, iniciando con la aplicación de una metodología de diseño, iniciando con un análisis de la empresa, para continuar con el desarrollo de actividades enfocadas en la mejora de la marca frente a los potenciales clientes, con actualizaciones de catálogos y creación de piezas graficas para redes, a la par se implementan briefs de diseño para mejorar y tener un mayor control en cada proyecto de personalización de prendas y por último crear propuestas de packaging que complementen la comunicación de la marca en el mercado.

Este informe se estructura en dos partes fundamentales para ofrecer una visión detallada de la práctica. En primer lugar, se detallan los objetivos de la práctica y una descripción de la empresa, para conocer a claridad las necesidades y contexto actual de la organización. Posteriormente se realiza un análisis a profundidad de las actividades a realizar, el cronograma y el desarrollo de la metodología de diseño propuesta, para finalmente, concluir con el desempeño obtenido y los resultados de la experiencia de la practica dentro de CYCLO.

1.2 Justificación

El uso de las nuevas tecnologías por parte de CYCLO COLOMBIA, como medio de difusión y promoción de sus productos, requiere de estrategias de diseño innovadoras, que respondan a la necesidad de destacar la marca en un mercado competitivo, ofreciendo propuestas gráficas únicas a cada uno de los clientes de la marca, y permitiendo una cuidadosa selección basado en las necesidades de los clientes, ya que el marketing por medio de redes sociales permite promocionar los productos o servicios, llegando a comunidades más grandes que no están disponibles a través de los canales de publicidad tradicionales (Weinberg, 2011).

La personalización de los diseños es un factor diferenciador de la marca, que requiere de piezas gráficas de calidad, que transmitan las ideas de los clientes y que permitan una posterior reproducción en los materiales seleccionados para la fabricación de las prendas con la calidad y fidelidad esperados. Este contacto con el usuario requiere de habilidades de diseño, para lograr conectar con lo que busca el cliente, lo que espera de la marca y el producto ofrecido.

En segundo lugar, el enfoque en el desarrollo de un packaging alineado con los principios y valores de CYCLO COLOMBIA no solo fortalecerá la identidad de la marca, sino que también contribuirá a la construcción de una experiencia del cliente coherente. Ya que el concepto del packaging abarca todo aquello que involucre la protección de los productos para su distribución, almacenaje y venta (Restrepo Botero, 2019), además que se busca transmitir un mensaje a través del empaque, se espera captar la atención del comprador y generar recordación en el cliente, puesto que un empaque, más que un recipiente para proteger un producto, se convierte en un medio de comunicación entre el productor y el consumidor (Kristiawan & Keni, 2020).

Por lo tanto, la implementación de estrategias de diseño innovadoras en la personalización de prendas deportivas, así como el packaging de la marca, pueden potencializar a CYCLO COLOMBIA, generando un impacto positivo, que se puede ver reflejado en las ventas y el alcance de la marca a través de internet. En conjunto, estos elementos hacen que el proyecto sea no solo factible, sino también esencial para el crecimiento sostenido y el éxito a largo plazo de CYCLO COLOMBIA en el mercado.

Por consiguiente, el perfil de Diseñador Industrial se ajusta a los requerimientos de la empresa, por la versatilidad en los múltiples entornos de la organización, incluyendo el énfasis en el diseño de empaques y embalajes. De este modo concuerda con varios de los aspectos formativos del programa de Diseño Industrial, como lo son el dialogo de saberes, a pensar analógicamente y comprender las dinámicas del mundo.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Incrementar la percepción de marca y la satisfacción del cliente mediante la implementación de estrategias de diseño innovadoras, que generen mejoras visuales y un packaging alineado con los principios y valores de la empresa.

1.3.2 Objetivos Específicos

Implementar estrategias agiles para generar ideas de diseño acordes a los requerimientos y necesidades de los clientes.

Generar piezas de marketing que aumenten el impacto y alcance de la marca CYCLO COLOMBIA en redes sociales a nivel regional y nacional.

Desarrollar propuestas de packaging, alineados con los principios de la marca como la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente.

1.4 Perfil de la Empresa y Diagnóstico

CYCLO COLOMBIA es una empresa de ropa deportiva, que tiene su sede en el Municipio de Pamplona, Norte de Santander, fundada en marzo de 2020, luego de encontrar deficiencias en el mercado deportivo regional, como el tipo de telas y las tallas de las prendas, se lanza al mercado con el producto estrella de la empresa, los uniformes de ciclismo personalizados que incluye tallas grandes, con el paso del tiempo y las necesidades del mercado se crearon nuevas prendas para diferentes actividades deportivas como fútbol, baloncesto, running, triatlón, patinaje y ropa para el gimnasio.

Figura 1. *Instalaciones CYCLO COLOMBIA*



La propuesta de valor de CYCLO se centra en los insumos de alta calidad que utiliza, destacándose especialmente por el uso de telas inteligentes. Estas telas, comúnmente empleadas por grandes marcas, no son accesibles para muchas pequeñas empresas. CYCLO, sin embargo, trabaja con los mismos proveedores que estas marcas reconocidas, aunque aún necesita una estrategia más sólida para posicionarse en el mercado.

Actualmente, la empresa no dispone de un espacio físico para la venta de sus productos, operando exclusivamente de manera virtual a través de plataformas como Instagram, Facebook y WhatsApp. Esta modalidad exige la creación constante de contenido para generar interacciones y aumentar el reconocimiento de la marca. La gestión de estas plataformas es realizada por la directora Comercial y Creativa, quien se encarga de producir contenido orgánico basado en lanzamientos de nuevas colecciones, cápsulas y diseños personalizados de los clientes. Las publicaciones se comparten en grupos tanto a nivel nacional como internacional.

Como menciona la directora Creativa, Catalina Ordoñez: “Sacar una colección siempre es demasiado costoso y toma mucho tiempo, por lo cual la idea es sacar colecciones digitales y promocionarlas por las redes”.

Las ventas de CYCLO se realizan a través de plataformas virtuales, enviando los productos en embalajes convencionales sin un empaque primario adecuado para las prendas. Aunque los precios de CYCLO pueden parecer elevados en comparación con el mercado local y regional, sin embargo, el costo está respaldado por la alta calidad de las costuras y las telas empleadas. Al detallar el producto, los clientes pueden apreciar que están pagando por una prenda de calidad superior.

Cada línea de ropa de la marca tiene características especiales, que dependen de la actividad a realizar y el tipo de tela que se usa en su fabricación. Por ejemplo, el algodón perchado tiene propiedades térmicas, y la ropa casual deportiva con tacto frío y acabado soft (que no se adhiere a la piel) es ideal para climas cálidos. Esta información se comunica a los clientes mediante piezas gráficas y mensajes informativos para destacar las características de los productos.

Se puede evidenciar que el manejo de las plataformas virtuales es fundamental para el crecimiento de la marca, ya que es el principal espacio que utiliza para la promoción, la interacción con potenciales compradores y la venta final, todo lo anterior se realiza por redes sociales, el primer contacto que un comprador tiene con CYCLO es mediante piezas graficas donde se muestran prendas desarrolladas con anterioridad, lanzamientos de nuevas capsulas o colecciones. CYCLO actualmente maneja diferentes líneas deportivas, así como una línea casual deportiva, pero no está clara la marca con cada una de las líneas que ofrece, generando un desconocimiento a los posibles compradores y visualizadores de la marca en las plataformas digitales.

Otro punto importante es el desarrollo de los diseños personalizados, los cuales se crean en base a los requerimientos del comprador, pero sin una estrategia clara que permita una mejor interacción entre la empresa y el usuario. El desarrollo de estas piezas personalizadas para la marca CYCLO como para el comprador, es importante porque dentro del catálogo de la empresa esta como un valor agregado la personalización de prendas y además es un punto vital de generación de contenido para las redes sociales de la marca.

Por otra parte, las prendas al terminar el proceso de diseño, confección y acabados pasan a la última etapa, el almacenaje y distribución al cliente, en este punto se evidencia que la empresa no cuenta con un packaging (empaque) adecuado al nivel de las prendas que comercializa, por lo cual se está perdiendo una oportunidad de visualización y atracción de la marca por medio del empaque, ya que como se ha mencionado anteriormente, el packaging más que un medio de protección de un producto, se convierte en un elemento de comunicación entre la marca y el comprador o usuario.

2. Capítulo 2 Desarrollo

2.1 Labor Desempeñada en Las Practicas

En el transcurso del desarrollo de la practica laboral en la empresa CYCLO, se asumieron diferentes proyectos, enfocados en la mejora de la marca a través del diseño personalizado de las prendas, la creación de piezas visuales para marketing digital y el desarrollo de un empaque acorde a la marca, si bien muchas de las habilidades aprendidas en la carrera de Diseño Industrial fueron de gran ayuda y punto de partida para el cumplimiento del trabajo en la organización, muchas otras habilidades surgieron a través de la práctica, como el conocimiento de los diferentes procesos y materiales usados en CYCLO.

Como Diseñador Industrial, cada proyecto a desarrollar implica un proceso metodológico que facilite el cumplimiento de los objetivos, por tal razón se hace imperativo el uso de una metodología de diseño, en este caso, se usó la de Bruce Archer denominada Systematic Method for Designers (Método sistemático para diseñadores). Este método subraya que la metodología proyectual en procesos vinculados con la práctica y la imaginación no restringen la creatividad, a pesar de la necesidad de adherirse a reglas durante la elaboración de un proyecto (Guarnizo-Sánchez & Gualdron-Camacho, 2024).

Asimismo, se realiza un cronograma, que se presenta a la directora Creativa y Comercial de CYCLO, donde se exponen los objetivos y las actividades a realizar para lograr su cumplimiento, además del alcance del proyecto, dentro de los tiempos establecidos para el desarrollo de la práctica.

El cronograma está dividido en tres partes, correspondientes a cada una de las fases de la metodología de Bruce Archer, y subdividido por el número de semanas de la práctica laboral.

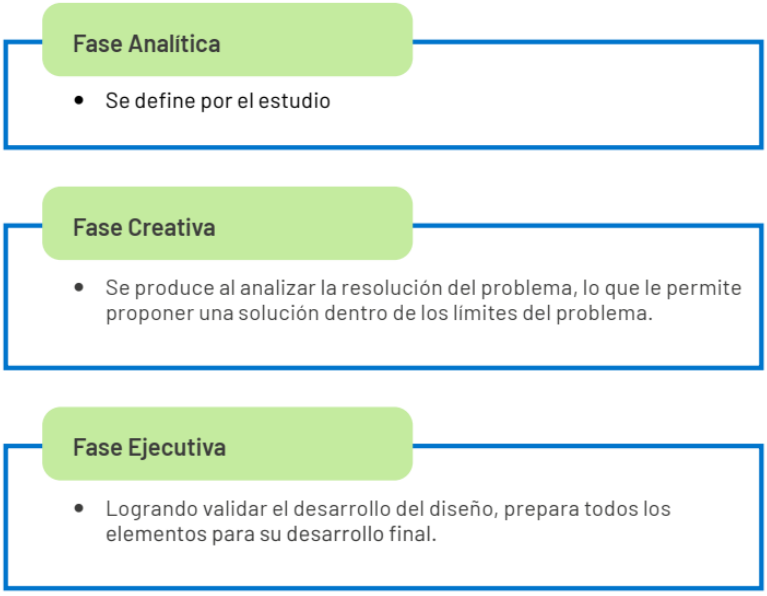
Tabla 1. *Cronograma de trabajo práctica CYCLO.*

Fase	Tiempo	Actividad
Fase Analítica	Semana 01	Identificación y definición detallada de las necesidades de CYCLO COLOMBIA.
	Semana 02	Exploración de la empresa, sus procesos y recursos operativos.
	Semana 03	Recopilación de datos a través de empleados y clientes.
	Semana 04	Clasificación y evaluación de la información obtenida.
	Semana 05	Definición de condicionantes, establecer parámetros de los proyectos.
Fase Creativa	Semana 06	Definir los alcances y limitaciones de los proyectos (tiempo, recursos).
	Semana 07	Generación de lluvia de ideas, presentación de moodboards.
	Semana 08	Desarrollo de bocetos y propuestas, para cada uno de los proyectos.
	Semana 09	Selección de ideas, según los parámetros establecidos.
	Semana 10	Formalización de la idea, presentación de alternativas o propuesta final.
Fase Ejecutiva	Semana 11	Valoración y ajustes de la propuesta seleccionada.
	Semana 12	Creación de prototipos.
	Semana 13	Proceso de evaluación y pruebas del prototipo
	Semana 14	Fabricación de la alternativa final e implementación dentro de CYCLO COLOMBIA
	Semana 15	Valoración de la solución
	Semana 16	Documentación del proceso, metodología y resultados.

2.1.1 Aplicación de la Metodología de Bruce Archer

Para el desarrollo de la presente práctica y los diferentes proyectos a ejecutar, se hace uso de la metodología de Bruce Archer, la cual tiene tres fases bien definidas, Fase Analítica, Fase Creativa y Fase Ejecutiva. Cada una de las fases contiene a su vez, diferentes actividades que se pueden adaptar, dependiendo la naturaleza del proyecto, lo cual la hace fácil de aplicar a cualquier propuesta o escenario de trabajo, además en esta metodología se pueden distinguir las cuatro constantes metodológicas de Información e Investigación, Análisis, Síntesis y Evaluación e Implementación (López Capacho, 2024).

Figura 2. *Fases Metodología de Bruce Archer.*



Nota: Generalidades de cada Fase. Fuente: (Guarnizo-Sánchez & Gualdron-Camacho, 2024)

Fase Analítica.

Dentro de la fase analítica, encontramos dos constantes metodológicas, Información e Investigación y Análisis, por consiguiente, las primeras actividades desarrolladas dentro de CYCLO corresponden a la exploración de la empresa, sus procesos y los recursos operativos con los que cuenta, dentro de esta fase se desarrollan actividades de investigación y recolección de información, como entrevistas a la directora Comercial y Creativa, y una encuesta dirigida a los clientes de la marca, todo esto con el fin de conocer a fondo la empresa, para identificar las necesidades más apremiantes de intervención.

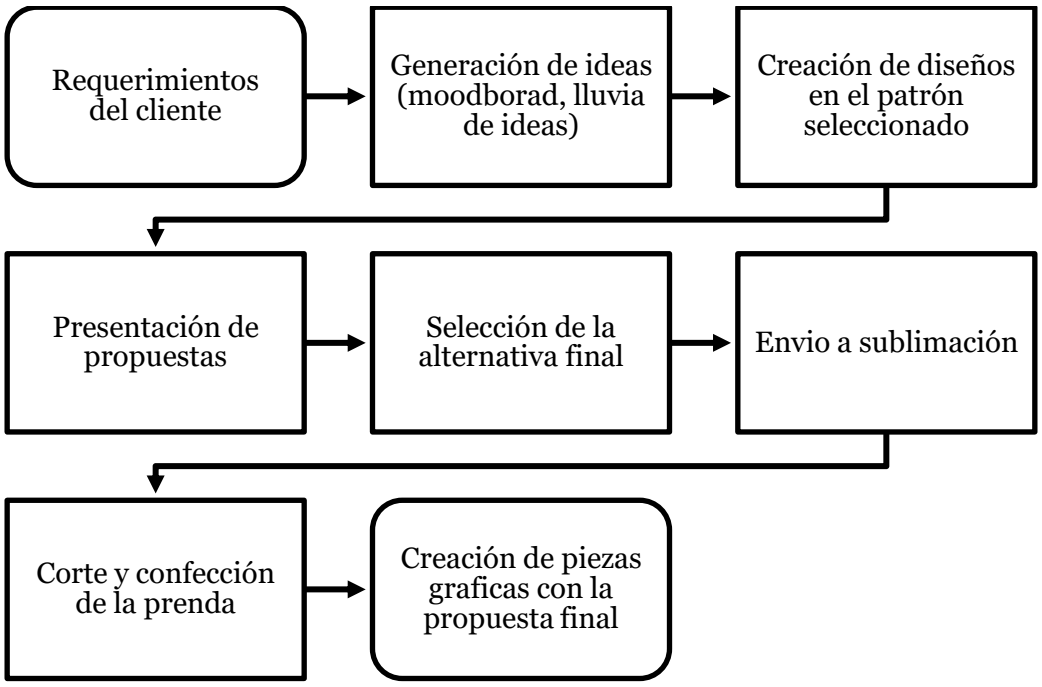
Se programa una entrevista semiestructurada con la directora comercial, donde podemos identificar el público al que va dirigida la marca, los medios que usan para la promoción y marketing de productos y el proceso de creación de prendas, desde la idea inicial hasta la entrega final al cliente. Con esta entrevista se conoce de manera detallada el contexto actual de la marca CYCLO, su historia y los procesos de fabricación y diseño de prendas deportiva. Como resultado encontramos un punto de inicio para el desarrollo de la práctica gracias a la información proporcionada en la entrevista.(Anexo Transcripción Entrevista)

Se evidencia la importancia de los medios digitales para la difusión de la marca, así como el uso de un catálogo para la promoción de las prendas confeccionadas en CYCLO, igualmente se descubre una submarca que tiene la empresa, dirigida al sector empresarial, ofreciendo dotaciones, uniformes y toda clase de prendas para el sector empresarial o profesional, igualmente con el uso de telas inteligentes para la confección de esta.

Para el proceso de personalización o creación de nuevas prendas, el método usado actualmente está definido por la interacción directa con el cliente, el cual solicita una prenda de

ciertas características y en base a esta interacción inicial se comienza a desarrollar la indumentaria. La comunicación con el cliente se realiza a través de medios como WhatsApp, telefónica o personalmente, con lo anterior se realiza un diagrama (ver Figura 3) donde se condensa el proceso ideal de creación de una nueva prenda personalizada.

Figura 3. *Modelo proceso de creación CYCLO.*



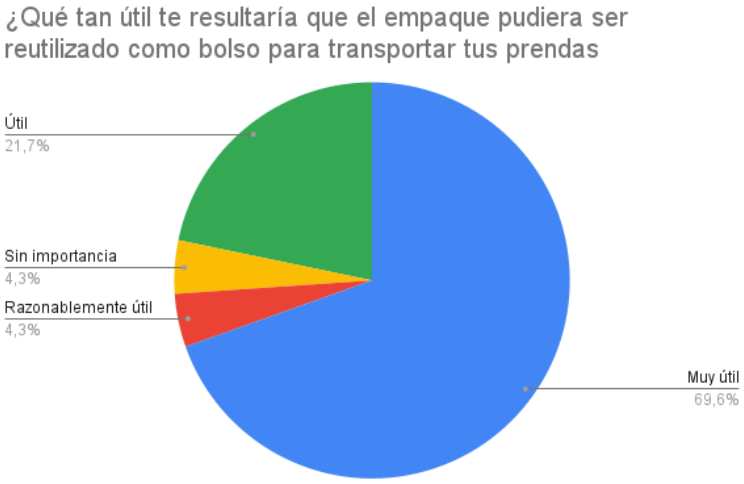
Para obtener más información que pueda ser relevante para el desarrollo de la práctica, se formula una encuesta dirigida a los clientes de CYCLO, con el fin de conocer la opinión que se tiene sobre la marca, la encuesta consta de nueve preguntas cerradas, y se utiliza la plataforma de Google formularios para la distribución de la encuesta, ya que se facilita la disposición de esta a los clientes y permite obtener los resultados de una manera ordenada. (Ver Anexo Formato Encuesta). A continuación, se presentan algunos de los resultados más relevantes para este proyecto.

Figura 4. *Gráfica de Resultados Pregunta 3 Encuesta Clientes.*



Se puede evidenciar en la Figura 4 que de las personas encuestadas el 17.4% (5. Pésimo) y el 26.1% (4. Malo) no están conformes con el actual empaque de la marca, para un total del 43.5% esto nos da un amplio rango de personas que pueden cambiar la percepción de la marca, gracias al desarrollo de un nuevo empaque.

Figura 5. *Gráfica de Resultados Pregunta 8 Encuesta Clientes.*



En la anterior gráfica (Figura 5) se muestran los resultados a la pregunta ¿Qué tan útil te resultaría que el empaque pudiera ser reutilizado como bolso para transportar tus prendas deportivas?, donde los resultados nos indican que el 69.6% de los encuestados encuentran muy útil esa opción, y el 21.7% la encuentra útil, para así tener un total de 91.3% de encuestados que consideran que una doble función del empaque como bolso puede ser interesante, por lo anterior se considera una especificación de diseño a tener en cuenta.

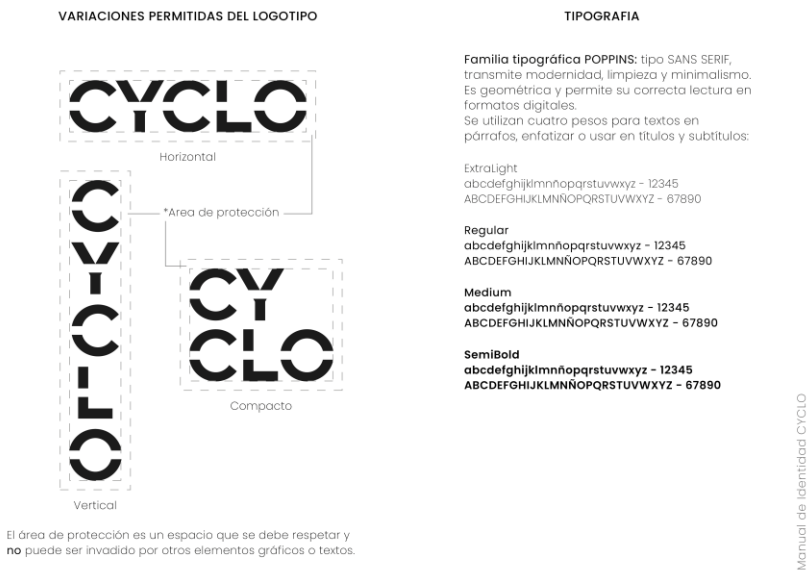
Para conocer los demás resultados de la encuesta puede ver el Anexo Resultados Encuesta Clientes CYCLO.

Fase Creativa.

En esta fase, y luego de analizar la información recolectada en la anterior etapa, se realizan las primeras propuestas de mejora, iniciando con la imagen de CYCLO, se realizan ajustes dentro del logotipo de la marca, se estandarizan los colores de la misma, el uso de una familia tipográfica que aporte consistencia y coherencia, como se debe usar la imagen de la

marca en cada una de las piezas visuales, la actualización de las marquillas para las prendas, todo esto con el fin de generar una imagen unificada y profesional de la marca. (Ver Anexo Identidad de Marca CYCLO)

Figura 6. *Sección del Manual de Identidad de CYCLO.*



En la Figura 6 podemos ver las variaciones permitidas del logotipo CYCLO, así como la tipografía que se debe usar en las comunicaciones de la empresa.

Se propone identificar y diferenciar cada una de las líneas de prendas deportivas que maneja la marca, esto con el fin de mejorar la promoción de cada producto, facilitar al cliente la identificación y reconocimiento de cada línea, mejorando la comunicación de la empresa y la forma de promocionar cada producto, para esto se identifican las líneas, se nombran y se asignan colores para diferenciarlas, igualmente se genera una iconografía para su uso en redes sociales.

Figura 7. *Líneas de Ropa de la Marca CYCLO.*



En la Figura 7, que hace parte de la identidad de marca, se visualizan las 10 líneas que utiliza CYCLO, así como los colores de identificación de cada una, la iconografía para Instagram de cada línea y los iconos para las PQRS y las políticas de garantía.

Luego de intervenir en la imagen de la marca, ejecutando los anteriores perfeccionamientos, se procede a modificar el catálogo de productos, con las nuevas mejoras y anexando las nuevas creaciones, actualizando el catálogo y presentando los productos de cada línea. (Ver Anexo Catalogo CYCLO).

Figura 8. *Catálogo Marca CYCLO.*



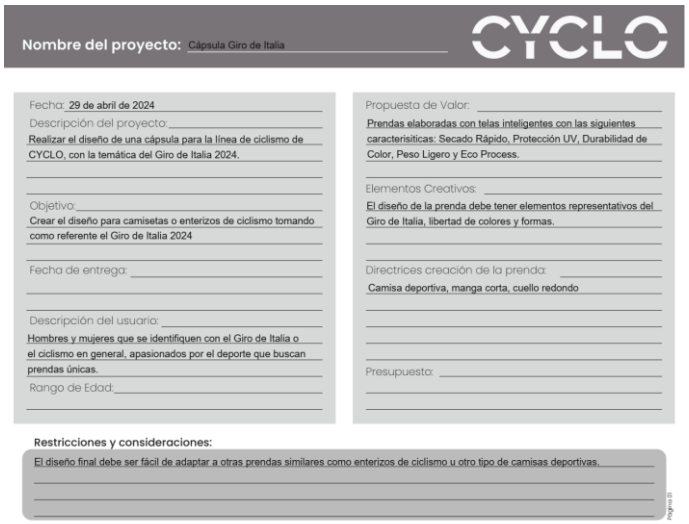
En la Figura 8 se muestra una parte del nuevo catálogo de CYCLO, en donde se expone un estilo minimalista, con los colores de la marca y el uso de la tipografía implementada en la identidad de marca, se da énfasis a la línea a la que pertenece el contenido, en el ejemplo ciclismo, con una imagen ilustrativa, la descripción de las prendas de ciclismo, así como las tecnologías de los textiles en la parte inferior.

En cuanto a la creación de nuevos diseños para prendas personalizadas, se hace uso del formato de Brief que se elaboró con el fin de optimizar los procesos de creación de diseños, además de permitir llevar un control de las nuevas piezas creadas. Se diseñan prendas para diferentes empresas del sector público como privado, siguiendo la metodología de Bruce Archer en cada uno de estos micro proyectos, siguiendo los diferentes pasos definidos en la Figura 2. Con el uso de la metodología proyectual, se analiza la información proporcionada por el cliente, generando los moodboards para definir ideas, creando alternativas que se presentan al comprador para su aprobación y finalmente se realiza el montaje en los patrones para su producción. Como ejemplo de este proceso se muestra a continuación la creación de la capsula

del Giro de Italia. Para evidenciar los demás procesos de diseño de las diferentes piezas puede ver el Anexo Fase Creativa donde están los diferentes moodboards y briefs de los micro proyectos ejecutados durante la práctica.

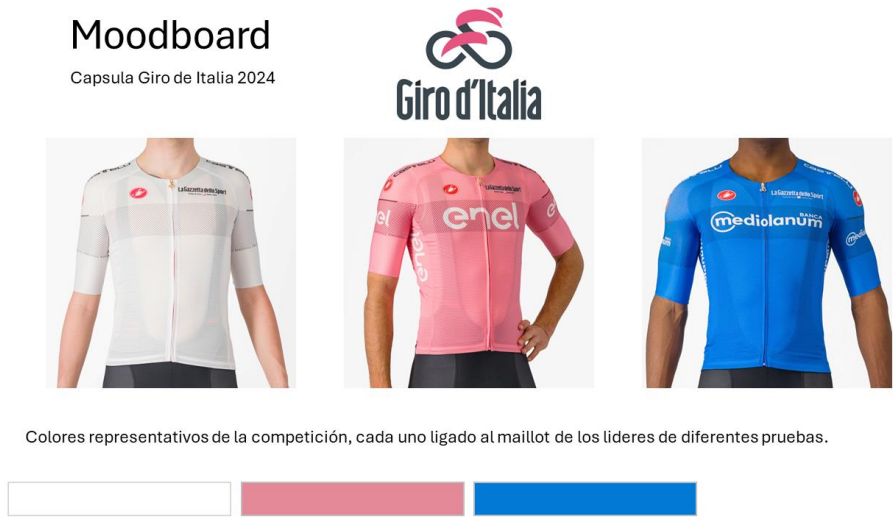
Para tener un registro y control de la información suministrada por el cliente, se crea y diligencia el formato de brief para el desarrollo de un nuevo diseño personalizado, que para este micro proyecto es la misma marca CYCLO, este documento es la base para conocer los parámetros y requerimientos para el diseño, así como el tipo de prenda y las demás consideraciones necesarias para la creación del nuevo diseño, y que corresponde a la fase de análisis.

Figura 9. *Brief de información proyecto Giro.*



Nota: Formato diligenciado del brief de información, para ver a detalle dirigirse al Anexo Brief Giro CYCLO.

Figura 10. *Moodboard Giro de Italia.*

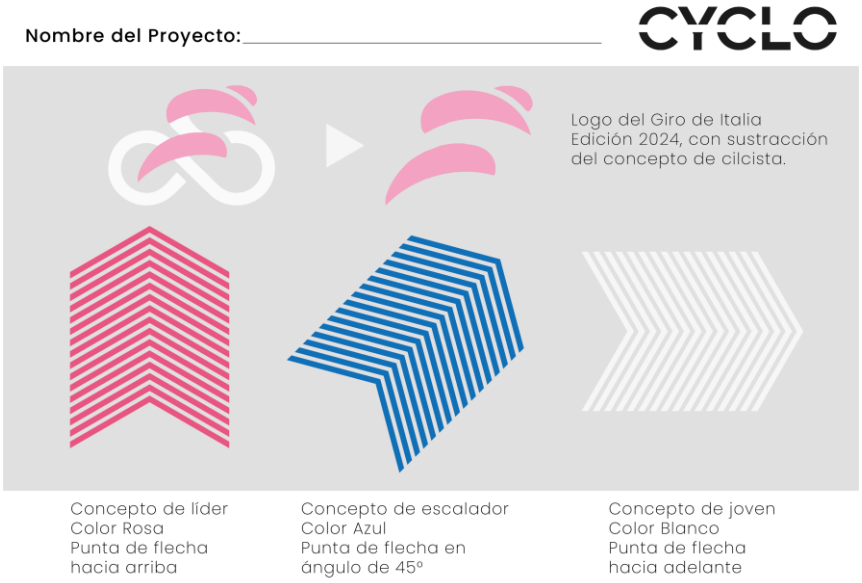


Nota: Maillot usados en el Giro de Italia, con los colores representativos.

Para el desarrollo de los diseños de la capsula del Giro, se busca información referente a la competición, lo que podemos ver en la Figura 10, llegando a las camisetas y logotipo usados para este año, cada uno de los maillots (camisa de ciclismo) tiene un significado que se asocia a un color en específico, rosa para el líder de la clasificación general, azul para el mejor en las pruebas de montaña y el blanco para el mejor joven de la competencia, esta información se condensa en un Moodboard, el cual se hace para cada uno de los diseños de las prendas que se realizaron en las prácticas, ver Anexo Moodboards Personalizaciones.

Luego de la recolección y análisis de la información se inicia la fase creativa, con el desarrollo de propuestas de diseño, que se ajusten a los parámetros y condiciones de la prenda.

Figura 11. *Patrones con diseños para Cápsula Giro.*



Con los patrones de diseño se inicia la elaboración de las propuestas para la capsula del Giro de Italia, en la Figura 11 se observan los patrones que se usaron para la creación del diseño, partiendo de los conceptos de líder (flecha hacia arriba), escalador (flecha en ángulo de 45 grados) y joven (flecha en orientación horizontal), se presentan tres alternativas para su aprobación, correcciones o cambios que sean necesarios, se diligencia la segunda parte del brief y se exponen a la gerente comercial y creativa de CYCLO.

Las propuestas se pueden presentar en el patrón de la prenda o en mockups donde se puede visualizar de una manera más realista. Se debe tener en cuenta que, hasta este punto, el proceso cuenta con un tiempo muy limitado para desarrollarse, y los cambios en ocasiones se realizan de manera instantánea, los cambios que tengan lugar se registran dentro del documento en el ítem de observaciones.

Figura 12. *Segunda parte brief, presentación de alternativas.*



Nota: Formato diligenciado del brief de información, para ver a detalle dirigirse al Anexo Brief Giro CYCLO.

Luego de realizar los cambios o correcciones que tuvieran lugar, se inicia el montaje del diseño en los patrones de la prenda, teniendo en cuenta las tallas y la cantidad de prendas solicitadas.

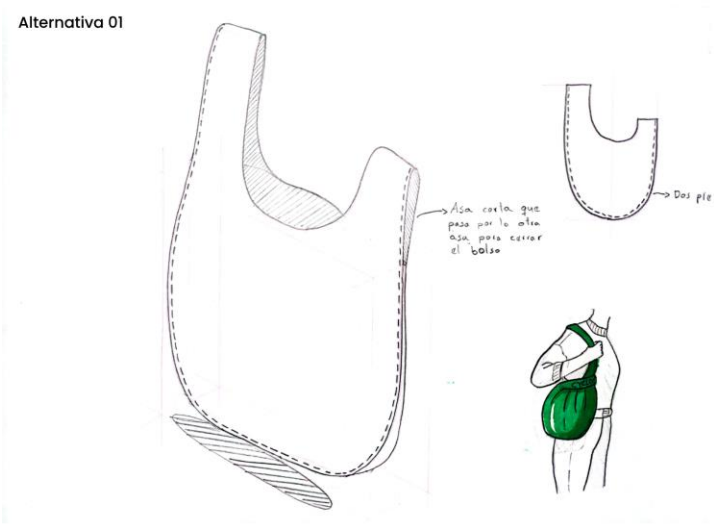
Ahora para el objetivo propuesto de un empaque para la marca CYCLO, se realizan las siguientes actividades, que se ejecutan dentro de la fase analítica y creativa: con los datos obtenidos en la encuesta y el análisis de estos, se inician a formular algunos parámetros para la propuesta de un nuevo empaque, igualmente la directora Comercial y Creativa presenta algunos requerimientos que por su experiencia son relevantes para el desarrollo de la propuesta, esta información se presenta a continuación.

Tabla 2. *Especificaciones de Creación Empaque CYCLO.*

EMPAQUE CYCLO COLOMBIA		
Función	• Protección de las prendas de ropa.	Ofrecer protección, aislando la prenda de agentes externos durante el envío y almacenamiento.
Restricciones	• Bajo coste de producción. • Bajo tiempo de fabricación.	Costo de materiales para la fabricación. Bajo número de operaciones de ensamblado.
Objetivos	• Evitar el daño de las prendas por agentes externos. • Durabilidad del empaque. • Tener función adicional al finalizar su uso como empaque.	Textiles resistentes a agentes externos y a productos de limpieza. Uso opcional como bolso para la prenda u otro elemento.
Variables libres	• Diseño exterior del empaque	Colores y estampados de la marca, para identificación del producto CYCLO
Procesos	• Procesos de fabricación simples	La fabricación se debe poder realizar en los talleres de CYCLO.

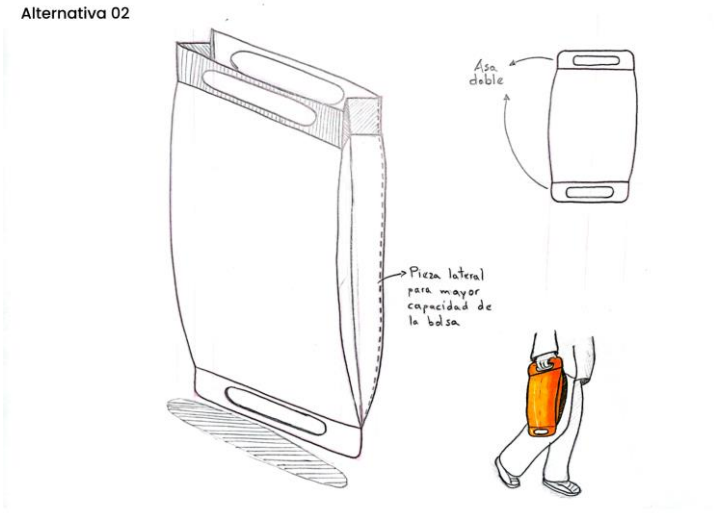
En el proceso de creación del empaque para la marca, se presenta una bitácora con cuatro alternativas, que son evaluadas por parte de la directora comercial y la colaboradora encargada de la confección de las prendas, y además se utiliza una matriz de evaluación, teniendo en cuenta los requerimientos presentados en la anterior tabla.

Figura 13. *Alternativa 01 empaque CYCLO.*



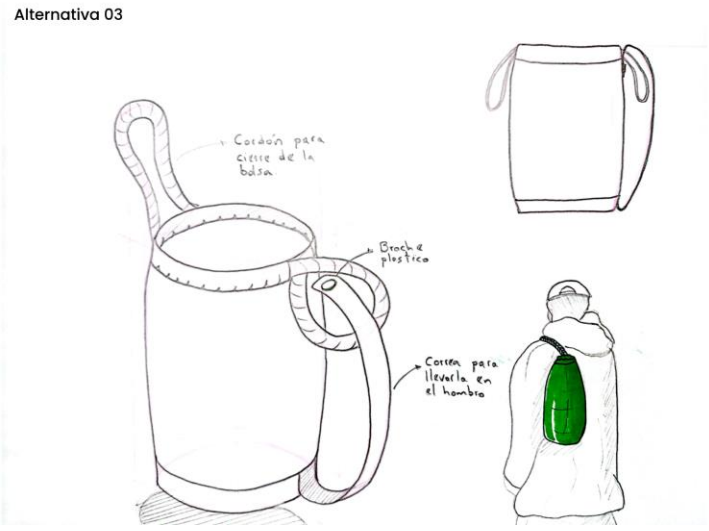
La primera propuesta, consta de dos partes que se unen mediante costuras, se busca ofrecer una gran capacidad de almacenamiento, un proceso rápido de fabricación y que permita su uso en otras actividades.

Figura 14. *Alternativa 02 empaque CYCLO.*



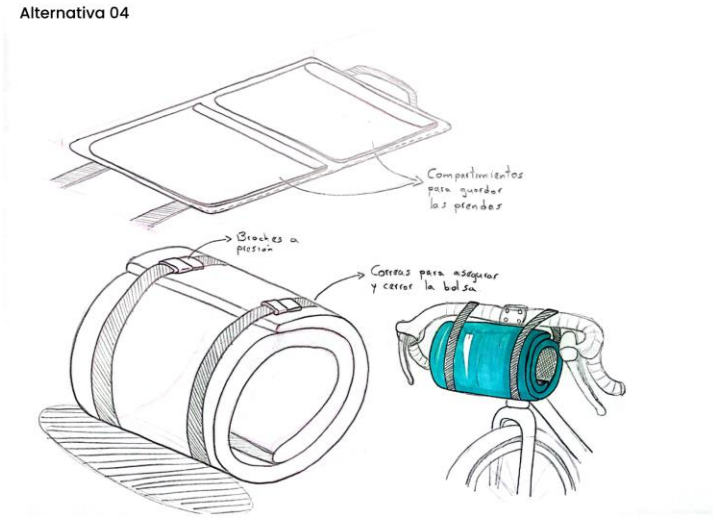
Esta propuesta se presenta con dos pares de piezas que se unen mediante costuras, para crear una bolsa compacta y con gran capacidad de almacenamiento, con dos asas que permiten su agarre de múltiples formas.

Figura 15. *Alternativa 03 empaque CYCLO.*



La propuesta número tres, presenta una tipología tipo tula, la cual consta de tres piezas y un cordón que permite el cierre del empaque, permite una gran capacidad de almacenamiento, una construcción sencilla, pero presenta detalles adicionales como un broche para enganchar el bolso, además del cordón de cierre.

Figura 16. *Alternativa 04 empaque CYCLO.*



La última propuesta, está orientada a los clientes que practican ciclismo, con un empaque que permite su adaptación a la bicicleta, consta de cinco partes unidas por costuras, para proporcionar dos bolsillos para el almacenamiento de las prendas, adicional cuenta con dos correas con broches a presión plásticos, que permitan el cierre de la bolsa y su anexión a la bicicleta.

Terminado el proceso de ideación, se realiza una evaluación para seleccionar la propuesta que mejor responda a las especificaciones iniciales para el diseño del empaque, comprobando las dimensiones, la capacidad de almacenamiento, la protección de la prenda al interior del empaque, la facilidad para la fabricación, teniendo en cuenta las operaciones realizadas en cada propuesta, el impacto a nivel estético y visual, además de las posibles alternativas en materiales de fabricación.

Tabla 3. *Matriz de evaluación de alternativas.*

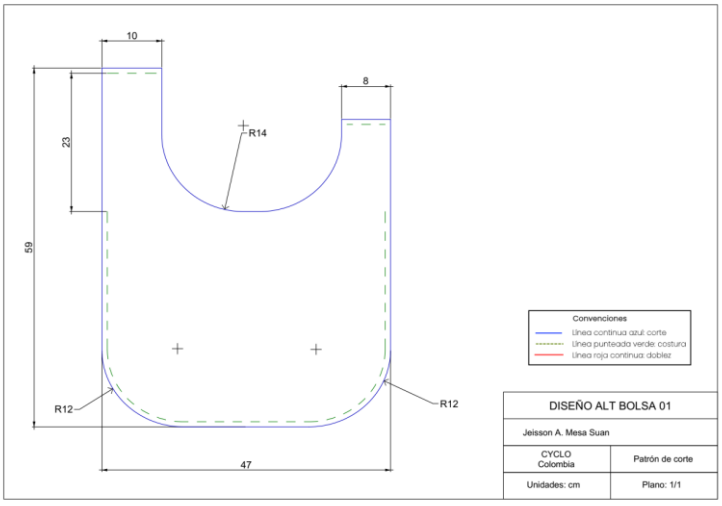
#	Necesidad	Importancia	Alternativa 01	Alternativa 02	Alternativa 03	Alternativa 04
1	Ofrece protección a la prenda	1	3	3	3	3
2	Costos de materiales de fabricación reducidos	1	3	3	2	2
3	Numero de operaciones de fabricación bajos	2	3	2	2	2
4	Materiales resistentes a agentes externos	2	3	3	3	3
5	Materiales duraderos al paso del tiempo	2	3	3	3	3
6	Función adicional al empaque de la prenda	2	3	3	3	3
7	Diseño facil de estampar o sublimar	3	3	3	3	3
8	Colores adecuados a la marca y producto	3	3	3	3	3
9	Fabricación total en la empresa CYCLO	1	3	3	3	3
Total			**27**	**26**	**25**	**25**

Valor	Importancia
1	Muy importante
2	Importante
3	Poco importante
4	Nada importante

Valor	Factor cumplimiento
1	No cumple
2	Parcialmente
3	Cumple Totalmente

La propuesta que tiene el mayor puntaje en la matriz de evaluación es la alternativa 01, ya que posee solo dos piezas lo que agiliza su proceso de fabricación y reduce el número de operaciones que se deben realizar, por lo cual se procede a realizar los planos del patrón de corte de las piezas, que en este caso es solo una pieza que se duplica para completar el empaque.

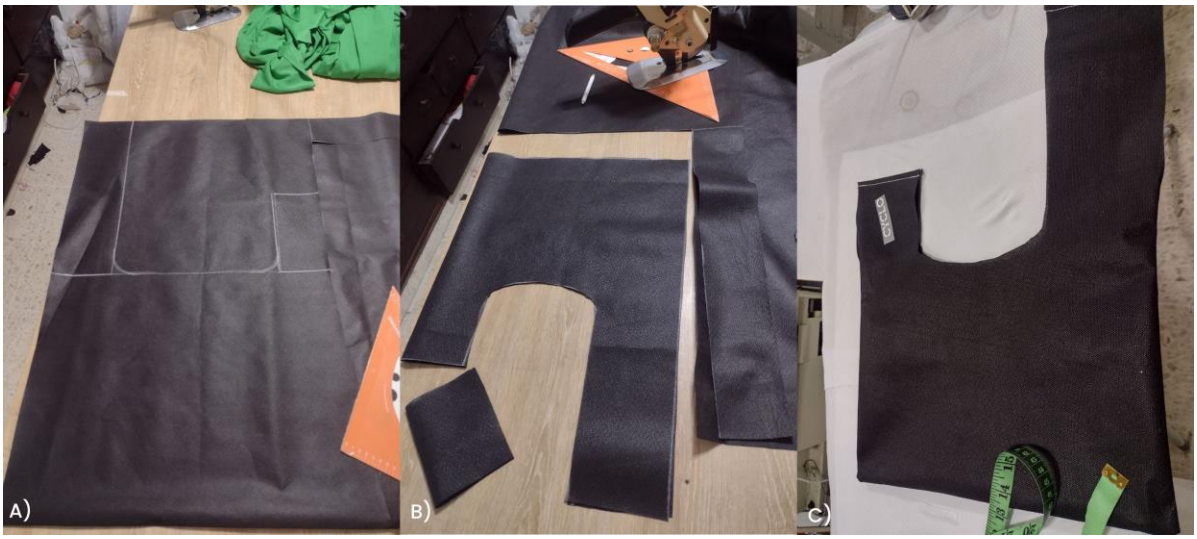
Figura 17. *Plano de corte empaque ALT 01.*



Para ver a detalle los planos de corte de cada propuesta puede ver el Anexo Planos Empaques CYCLO.

Para la fabricación de un modelo físico, se usa tela politex o quirúrgica, por su relación calidad precio, ya que es un textil semi rígido y resistente, hecho de fibras de polipropileno, lo que la hace ecológica y económica, por lo que es usada en la fabricación de las bolsas ecológicas reutilizables. (*Tela Quirúrgica / Cambrela / Cambrel de 60 gr x Metros | Casatextil* ®, s. f.), además que este material es conveniente para la prueba inicial del empaque, por su precio y versatilidad.

Figura 18. *Fabricación propuesta ALT 01.*



Nota: A) Marca del patrón sobre la tela politex, B) Corte de las partes y C) Proceso de cosido del empaque y ubicación de la marquilla CYCLO en DTF.

Luego de unir las dos partes del empaque, se procede a pegar la marquilla en DTF (Digital Transfer Film), la cual es un método de impresión por transferencia que usa el calor para adherir la tinta a diferentes materiales como los textiles, en este paso se puede comprobar que la tela politex, es susceptible al calor, provocando deformaciones, por lo cual se debe usar un textil

adicional sobre la marquilla y la plancha que aplica el calor para que la transferencia del diseño se ejecute correctamente.

Fase Ejecutiva.

Con el prototipo del empaque se realizan algunas pruebas de almacenamiento y resistencia para verificar las costuras y la cantidad de prendas que se pueden transportar en el mismo.

Figura 19. *Empaque ALT 01 de la marca CYCLO.*



En la Figura 19 se observa el empaque con prendas en su interior, para la prueba de este prototipo se almacenaron un pantalón deportivo, un suéter y un top de la línea deportiva casual de CYCLO, siendo esta la capacidad máxima del empaque.

Las siguientes pruebas se realizan cargando el empaque con las prendas, simulando el uso de un cliente, se identifican algunos puntos para mejorar como las terminaciones en punta del empaque y el largo de las agarraderas, ya que generan algunas arrugas que no permiten visualizar la marquilla de CYCLO, lo anterior se puede evidenciar en la Figura 20.

Figura 20. *Pruebas empaque ALT 01 CYCLO.*



Nota: A) Pliegues generados en la agarradera con la marquilla, B) espacios desaprovechados en las puntas del empaque.

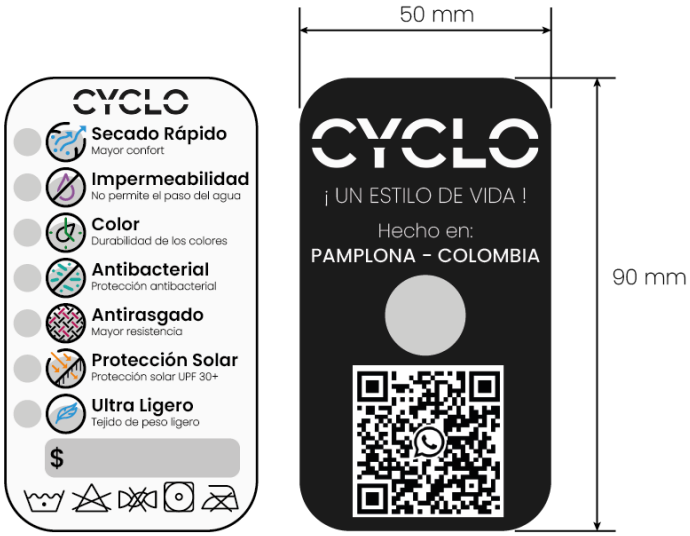
Figura 21. *Mejoras del empaque ALT 01*



Dada la facilidad de fabricación del empaque y su diseño simple, se realizan las modificaciones pertinentes en el próximo modelo, como podemos ver en la Figura 21, además se realiza un cambio de material, aprovechando los sobrantes de corte de algunas prendas deportivas, para este modelo se usa tela deportiva stepway, la cual es más gruesa y suave al tacto que la tela politex, pero su costo es mucho mayor y solo se usa en este modelo de empaque por las dimensiones sobrantes que no permiten su uso en otra prenda deportiva, lo que permite evidenciar que este empaque se puede fabricar con diferentes tipos de tela que hasta el momento se consideran desechos o sobrantes y que por su tamaño no se pueden usar, esto permite ampliar las posibilidades en cuanto a personalización y acabados del empaque, además de una posible utilidad de los sobrantes de corte, pero siempre teniendo presente la función principal de protección del producto.

Para finalizar el proceso de diseño del empaque, se elaboran las etiquetas de la marca, las cuales son el complemento del empaque, ya que suministran a los usuarios información de la empresa y de la prenda, como talla y cuidados de esta.

Figura 22. *Etiqueta prendas para marca CYCLO.*



La etiqueta como se observa en la Figura 22 está diseñada a dos caras, una de ellas es la etiqueta de marca donde se coloca la información de la empresa como el logotipo, eslogan, lugar de fabricación de la prenda y código QR para comunicación directa con CYCLO. La siguiente etiqueta es de información, contiene la iconografía y descripción de las tecnologías textiles usadas en la fabricación de las prendas, un espacio para el precio y la iconografía del cuidado de las prendas.

Figura 23. *Etiquetas de marca e información de CYCLO.*



En la Figura 23 se visualiza la etiqueta impresa mediante DTF, se usan sobrantes de tela para el estampado de esta en dos piezas diferentes, se realiza una verificación del funcionamiento del código QR y se efectúan marcas en los espacios de precio y selección de tecnologías para comprobar que la tinta se adhiera a la etiqueta, las anteriores pruebas finalizan con resultados satisfactorios, lo que permite la aprobación por parte de la gerente comercial de la etiqueta en DTF sobre tela.

Así mismo en la fase ejecutiva, para concluir el proceso de personalización de prendas, el diseño al ser aprobado por parte de la dirección comercial y creativa, se envía el proyecto para

sublimación o impresión, dependiendo el diseño y los requerimientos del cliente, posteriormente pasa al área de corte, para luego iniciar el ensamblado y unión de cada una de las partes de la prenda, teniendo en cuenta las tallas y cantidades solicitadas por el cliente.

Figura 24. *Patrón para sublimación prenda Giro Rosa.*



Nota: Diseño de prenda Giro Rosa, para un enterizo de ciclismo marca CYCLO.

Para finalizar el proceso, se realiza una inspección de calidad, para verificar colores, estampados y los acabados de las costuras, se realiza la impresión de la marquilla con la talla y recomendaciones de cuidado, para posteriormente ser almacenada, para su envió al cliente. Para ver otros proyectos que terminaron con la producción de las prendas puede dirigirse al Anexo Resultados Personalizaciones.

Para algunas prendas o capsulas se realizan sesiones fotográficas, con el fin de generar contenido para las piezas graficas de promoción en redes sociales, igualmente se realizan mockups para la creación de contenido y poder crear diferentes alternativas a partir de un

mismo diseño, este último paso es importante dada la naturaleza de la marca CYCLO, ya que, al no tener tienda física, su promoción y comunicación se realiza a través de medios digitales.

Figura 25. *Piezas gráficas para redes.*



Nota: Pieza grafica correspondiente a la línea de futbol, con descripción de las tecnologías de la tela usada en el uniforme. Para ver más detalles puede dirigirse al Anexo Resultados Piezas Gráficas.

2.2 Actividades Por Cada Objetivo y Plan de Trabajo

Fecha de Inicio: 10 de abril de 2024 Fecha de Finalización: 24 de julio de 2024

Tabla 4. *Desarrollo actividades Objetivo 01.*

Objetivo Especifico 01. Implementar estrategias agiles para generar ideas de diseño acordes a los requerimientos y necesidades de los clientes.			
Actividades	**Instrumento**	**Desarrollo**	**Estado de Cumplimiento**
Definir los alcances y limitaciones de los proyectos (tiempo, recursos).	Brief de producto	Creación de una plantilla de Brief para la elaboración de piezas de diseño de ropa, el cual se presenta a la directora creativa, recibiendo la aprobación de este para la creación de las nuevas prendas que solicitan los clientes.	100%
Generación de lluvia de ideas, presentación de moodboards.	Moodboards	Creación de moodboards como medio para la formulación de ideas, de la Fase Creativa de la metodología de Bruce Archer.	100%
Desarrollo de bocetos y propuestas.	Bitácora digital	Ejecución y elaboración de bocetos y prototipos mediante el uso de software de diseño como Illustrator y Photoshop.	100%

Selección de ideas, según los parámetros establecidos.	Brief de presentación de alternativas	Brief de presentación de alternativas, con espacio para observaciones o posibles cambios.	100%
Formalización de la idea, presentación de propuesta final.	Documento de presentación propuesta final.	Presentación de la propuesta final, para presentar al cliente, recibir feedback del producto y envió a producción.	100%

Tabla 5. *Desarrollo actividades Objetivo 02.*

Objetivo Especifico 02. Generar piezas de marketing que aumenten el impacto y alcance de la marca CYCLO COLOMBIA en redes sociales a nivel regional y nacional.			
Actividades	**Instrumento**	**Desarrollo**	**Estado de Cumplimiento**
Definir los alcances y limitaciones de los proyectos	Brief de producto	Creación de una plantilla de Brief para la creación de piezas de diseño de prendas, la cual se usa en el objetivo anterior y sirve de guía para la creación de las piezas graficas.	100%
Generación de lluvia de ideas, presentación de moodboards.	Moodboards	Creación de moodboards como medio para la formulación de ideas, de la Fase Creativa de la metodología de Bruce Archer.	100%

Desarrollo de propuestas.	Bitácora digital	Ejecución y elaboración de piezas de marketing para redes sociales, mediante el uso de software de diseño como Illustrator y Photoshop, Usando las medidas estándar para cada una de las plataformas.	100%
Presentación de propuesta final.	Documento de presentación propuesta final.	Presentación de las piezas gráficas, para su revisión y aprobación, para su uso en las diferentes redes sociales de la empresa.	100%

Tabla 6. *Desarrollo actividades Objetivo 03.*

Objetivo Especifico 03. Desarrollar propuestas de packaging, alineados con los principios de la marca como la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente.			
Actividades	**Instrumento**	**Desarrollo**	**Estado de Cumplimiento**
Definir los alcances y limitaciones del proyecto (tiempo, recursos).	Tabla de función, parámetros y limitantes del proyecto.	Tabla de especificaciones de diseño dividida en función, objetivos, restricciones, variables libres y procesos.	100%
Generación de lluvia de ideas, presentación de moodboards.	Moodboards	Creación de moodboards para la formulación de ideas, revisión de	100%

		tipologías y propuestas del mercado.	
Desarrollo de bocetos y propuestas.	Bitácora digital.	Creación de una bitácora donde se muestran las propuestas presentadas.	100%
Formalización de la idea, presentación de alternativas o propuestas finales.	Brief con presentación de propuestas	Creación de un brief, donde se presentan las alternativas de packaging, con un espacio para observaciones o cambios.	100%
Valoración y ajustes de la propuesta seleccionada.	Matriz de evaluación, con parámetros establecidos en la matriz de función.	Tabla con los parámetros a evaluar de cada propuesta presentada.	100%
Creación de prototipos.	Fabricación de prototipo para pruebas.	Creación de modelos de empaques, a escala real para evaluación.	100%
Proceso de evaluación y pruebas del prototipo.	Brief de propuestas	Creación de un brief, donde se presentan las alternativas de packaging, con un espacio para observaciones o cambios.	90%
Fabricación de la alternativa final e implementación dentro de CYCLO COLOMBIA	Fabricación de alternativa Final	Creación de la propuesta final seleccionada, con materiales y acabados finales.	90%

2.3 Pertinencia Desde la Profesión

La participación dentro de la empresa CYCLO COLOMBIA, abarcó diferentes aspectos, en los cuales se hizo uso los conocimientos y habilidades adquiridas en la carrera de Diseño Industrial. Estos incluyeron la identificación de necesidades, aplicación de metodologías de diseño, procesos de diseño agiles, branding y packaging, además del trabajo colaborativo en un entorno laboral real, que implica tiempos de trabajo limitados y propuestas innovadoras acordes a las tendencias actuales del mercado de ropa deportiva.

A continuación, se describen de manera más detallada las diferentes competencias a nivel de Diseño Industrial que se ejecutaron dentro de la práctica y que, en conjunto, permitieron el buen desarrollo de esta experiencia:

Identificación de necesidades: desde el Diseño Industrial, el reconocimiento de las necesidades es el punto de partida de todo proyecto. En este caso, se realizó una investigación previa del entorno y contexto de la industria textil, enfocada en la fabricación de prendas deportivas dentro de la empresa CYCLO COLOMBIA, la identificación de necesidades involucró un proceso de recolección y análisis de información para comprender los desafíos y retos de la práctica.

Aplicación de la metodología de Bruce Archer: El uso de metodologías de diseño es una parte fundamental del programa de Diseño Industrial, y su importancia radica en que, cuando se implementan correctamente, facilitan el trabajo mediante una guía estructurada con una serie de pasos o fases, como la de Bruce Archer. El conocimiento adquirido en la implementación de metodologías de diseño permitió que las actividades de las practicas se ejecutaran de manera

ordenada, lo cual facilitó el cumplimiento de los objetivos, y mejoró la dinámica en el desarrollo del presente documento.

Procesos de diseño ágiles: la implementación de procesos de diseño ágiles permite a los Diseñadores Industriales responder rápidamente a las cambiantes demandas del mercado, mejorando la eficiencia y efectividad del desarrollo de productos. Estos procesos fomentan la colaboración interdisciplinaria, la iteración continua y la retroalimentación constante, mediante la realización de Sprint de diseño, un proceso de gestión ágil que mejora los procesos de fabricación rápidos e influye en el proceso de desarrollo de nuevos productos, (Thomas & Strickfaden, 2019). En esta práctica, se aplicaron estos métodos para la personalización de las prendas, ajustándose a los tiempos y permitiendo una iteración entre las necesidades del cliente y las propuestas presentadas. La colaboración se presenta por medio de la gerente creativa, quien proporcionó indicaciones para el proceso de montaje de cada proyecto.

Desarrollo de Branding y packaging: El branding, que incluye la creación de una identidad visual coherente y distintiva, ayuda a diferenciar un producto de sus competidores y a construir una conexión emocional con los consumidores. El packaging, por otro lado, no solo protege y preserva el producto, sino que también actúa como una extensión del branding, comunicando los valores y la personalidad de la marca. En conjunto, se busca crear una marca mucho más sólida, que transmita una imagen coherente, considerando desde la tipografía, colores e iconografía, hasta un packaging que, además de cumplir la función de proteger el producto, permita una comunicación efectiva con el cliente.

Trabajo colaborativo: Al ser una práctica profesional, se necesita del conocimiento de las personas que trabajan en la empresa, lo que involucra estar abierto a las recomendaciones y

ayudas que ofrecen, todo con el fin de cumplir de manera más eficiente con el trabajo y permitir la ampliación del conocimiento a través de la experiencia de otros profesionales.

2.4 Desempeño y Mejoramiento

Durante el desarrollo de las prácticas, se llevaron a cabo diferentes actividades relacionadas directamente con el área creativa. Estas incluyeron propuestas de diseño para la personalización de prendas, mejoramiento de la identidad de marca y propuestas de packaging, todo ello en paralelo con el desarrollo del proceso de diseño, centrado en la mejora de la empresa.

En cada uno de los procesos intervenidos, se tuvieron en cuenta los requerimientos de los clientes, la capacidad tecnológica de la empresa y el análisis previo de la marca, para ejecutar de manera correcta cada actividad. Cada aporte realizado buscó el mejoramiento de la empresa, ya sea a través de la marca, con mejoras que permitieran su consolidación en redes sociales, optimizando los procesos de personalización y diseño de prendas mediante la implementación de briefs. Igualmente, las propuestas de packaging buscaron reforzar la comunicación de la marca y su imagen frente a los potenciales clientes.

En su rol como Diseñador Industrial, el estudiante orientó sus habilidades hacia el análisis de la empresa, la identificación de sus necesidades y la comprensión de los clientes de la marca, para generar ideas de diseño que permitieran el fortalecimiento de esta. Lo anterior se reflejó en cada uno de los proyectos realizados de manera satisfactoria, como la implementación de cada una de las líneas de ropa en un catálogo y en las redes sociales, los diseños personalizados que se ejecutaron para diferentes empresas públicas y privadas, así como el desarrollo de propuestas de

packaging que buscaban un mayor acercamiento con los usuarios y potenciales clientes de la marca.

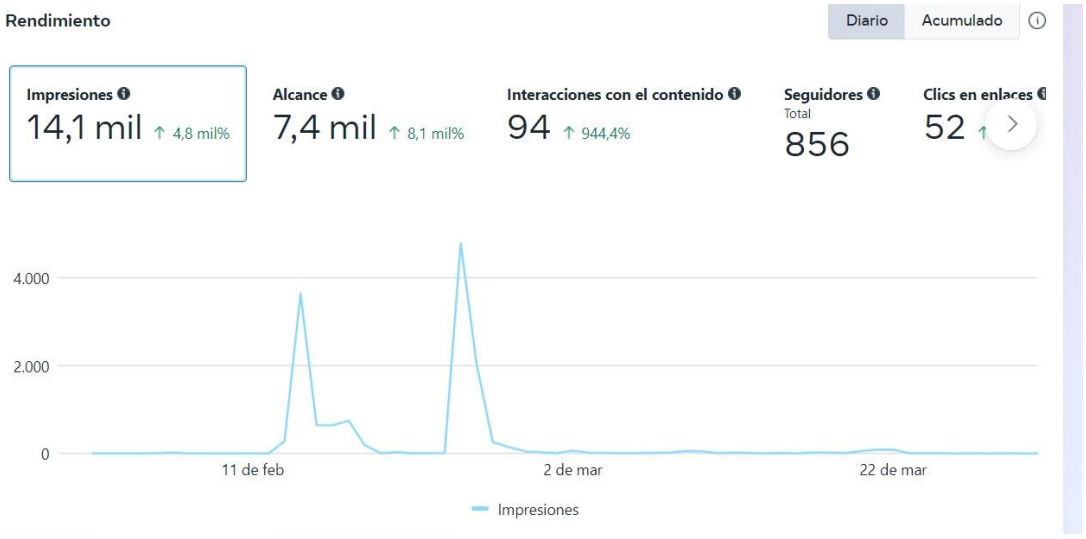
2.5 Resultados e Impacto

Durante la práctica realizada en la empresa CYCLO COLOMBIA, se llevaron a cabo diversas actividades en el área de diseño, que individualmente o en conjunto buscaban un impacto positivo en la marca. Estos resultados se pueden proyectar en impactos a corto, mediano y largo plazo.

2.5.1 Corto Plazo

La revitalización de la marca CYCLO incluyó una propuesta de líneas de productos para una mejor identificación por parte de los clientes, un catálogo de productos renovado y la generación de piezas gráficas para las redes sociales. También se actualizó el diseño de las marquillas para las prendas y se crearon etiquetas de la marca. Gracias a estas actividades iniciales, se evidenció un crecimiento en redes sociales, reflejado en las métricas de la aplicación Meta Business Suite.

Figura 26. *Métricas de CYCLO hasta el 31 de marzo de 2024.*



Nota: Métricas desde el 1 de febrero hasta el día 31 de marzo de 2024, fecha anterior al inicio de la presente práctica. Fuente: Meta Business Suite CYCLO

Figura 27*. Métricas de CYCLO actuales.*



Nota: Métricas desde el 1 de mayo hasta el 25 de junio de 2024, donde se evidencia el incremento en las impresiones, alcance e interacciones con el contenido. Fuente: Meta Business Suite CYCLO

Como se puede evidenciar en las anteriores Figuras, la creación y publicación de las piezas gráficas durante el desarrollo de la práctica, han logrado un impacto en las redes de la empresa generando un aumento del 363,9% en las impresiones, el alcance aumentado en un 424,3% y las interacciones en un 713,5% siendo estas actividades las que han generado un impacto en un corto periodo de tiempo.

2.5.2 Mediano Plazo

Las propuestas de packaging presentadas buscan darle importancia al empaque primario y usarlo como una estrategia de marketing, creando y transmitiendo impresiones de marca. A mediano y largo plazo, estas propuestas pretenden impulsar a CYCLO, generando una imagen favorable con innovaciones como la doble utilidad o función del empaque. Además, se establecen como un punto de partida para proyectos futuros que se adapten al constante cambio del mercado y las tendencias.

2.5.3 Largo Plazo

El desarrollo de procesos de diseño, junto con el análisis de la empresa, permitió generar un formato de brief para la personalización de diseños. Este formato mejora la comunicación con el cliente al momento de crear nuevas prendas, lleva un registro de los trabajos ejecutados y ofrece un mayor control en el proceso de diseño y personalización de prendas. Todo esto se condensa en un formato de brief sencillo y conciso, que a largo plazo facilitará la ejecución de futuros proyectos.

3. Conclusiones y Recomendaciones

El desarrollo de las prácticas laborales en la empresa CYCLO ha sido una experiencia de gran importancia a nivel académico y profesional. Esta oportunidad permitió al estudiante salir de su zona de confort y enfrentarse a retos del mundo laboral, comprendiendo las dinámicas de trabajo en el ámbito del Diseño Industrial. Esto incluyó el manejo de los tiempos de los proyectos, la comunicación con clientes y colaboradores de la empresa, además del desarrollo de nuevas habilidades.

Al mismo tiempo, el estudiante puso a prueba los conocimientos adquiridos en el programa de Diseño Industrial. Utilizó el componente de teoría del diseño en cada una de las propuestas de diseño y en la mejora de la marca; el componente de expresión y comunicación para representar sus ideas en papel o digitalmente; el componente humanístico para una correcta comunicación y colaboración con el personal de la empresa; la electiva profesional de diseño de empaques, envases y embalajes; y el componente proyectual investigativo, que es el eje central de la práctica, al implementar una metodología de diseño en un entorno empresarial real.

En conclusión, la experiencia de la práctica ofreció un crecimiento tanto personal como profesional, fortaleciendo los conocimientos del estudiante y desarrollando nuevas habilidades en un sector donde no había tenido la oportunidad de trabajar anteriormente.

Como recomendación final, se espera que se continúe abriendo las puertas a practicantes de Diseño Industrial, para fortalecer las habilidades de los estudiantes y aportar nuevas perspectivas e ideas frescas a la empresa. La colaboración con estudiantes no solo enriquece su formación profesional, sino que también beneficia a CYCLO al integrar talento emergente y creativo que puede contribuir significativamente al desarrollo y la innovación de la marca.

4. Referencias Bibliográficas

Guarnizo-Sánchez, N. A., & Gualdron-Camacho, Y. (2024). Proyectos del primer semestre en la Universidad Santo Tomás de Bucaramanga: Explorando la metodología creativa de Bruce Archer. *Revista Eduscientia. Divulgación de la ciencia educativa*, *7*(13), Article 13.

Kristiawan, T. A., & Keni, K. (2020). The Effect Of Packaging, Social Media Marketing And Electronic Word Of Mouth On Purchase Decisions On Local Brand Fashion. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, *15*(2), Article 2. https://doi.org/10.19166/derema.v15i2.2445

López Capacho, J. D. (2024). *DISEÑAR-ENSEÑAR* (1.ª ed.). https://publuu.com/flip-book/377985/874578/page/46

Restrepo Botero, M. (2019). *¿De qué forma logra el packaging impactar el mercado de alimentos para el consumidor actual en Colombia?: Proyecto de Grado* [PhD Thesis, Medellín: Marymount School Medellín]. https://dspace.marymount.edu.co/xmlui/bitstream/handle/4444.1/676/RESTREPO-BOTERO-MARIANA.pdf?sequence=1

Rivas, A. (2024, marzo 6). *Normas APA: La guía definitiva para presentar trabajos escritos.* https://normasapa.in/

Rundh, B. (2016). The role of packaging within marketing and value creation. *British Food Journal*, *118*(10), 2491-2511. https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2015-0390

Tela Quirúrgica / Cambrela / Cambrel de 60 gr x Metros | Casatextil ®. (s. f.). Casatextil. Recuperado 24 de junio de 2024, de https://casatextil.com.co/products/quirurgica-de-60-gramos-por-metros

Thomas, J., & Strickfaden, M. (2019). From Industrial Design Education to Practice: Creating Discipline Through Design Sprints. En W. Chung & C. S. Shin (Eds.), *Advances in Interdisciplinary Practice in Industrial Design* (pp. 111-121). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-94601-6_13

Ulrich, K. T. (2013). *Diseño y desarrollo de productos* (5.ª ed.). McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A. de C.V.

Weinberg, T. (2011). The New Community Rules: Marketing on the Social Web. *Development and Learning in Organizations: An International Journal*, *25*(3). https://doi.org/10.1108/dlo.2011.08125cae.002

5. Anexos

Los anexos agregados se encuentran alojados en Google Drive, nombrados según el contenido de cada archivo, y clasificados según la etapa en la que fueron desarrollados para facilitar su visualización. A continuación, se presentan los enlaces de la carpeta general y subcarpetas de cada fase:

Anexo Practicas CYCLO - Google Drive

- Fase Analítica - Google Drive
- Fase Creativa - Google Drive
- Fase Ejecutiva - Google Drive