UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

FACULTAD DE INGENIERIAS Y ARQUITECTURA

DEPARTAMENTO DE ARQUITECTURA Y DISEÑO INDUSTRIAL

PROGRAMA DISEÑO INDUSTRIAL



LUZ KARIME LINDARTE REMOLINA

1090491082

PROYECTO DE GRADO

2024

MEJORAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA EMRPESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CALZADO JADE SHOES EN LA CIUDAD DE CÚCUTA

PRESENTADO POR:

LUZ KARIME LINDARTE REMOLINA

C.C 1090491082

ASESOR:

D.I GUILLERMO PACHECO

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

FACULTAD DE INGENIERIAS Y ARQUITECTURA

DEPARTAMENTO DE ARQUITECTURA Y DISEÑO INDUSTRIAL

PROGRAMA DISEÑO INDUSTRIAL

VILLA DEL ROSARIO

2024

AGRADECIMIENTOS

Este proyecto se lo quiero dedicar a Dios, por nunca haber soltado mi mano en momentos de dificultad a lo largo del camino, agradecer a mi familia y amigos por alentarme también y aconsejarme tomando en cuenta sus experiencias personales.

Agradecer a mi tutor de grado al profesor Guillermo Pacheco por dirigirme y aportar sus consejos en la culminación de mi proyecto de grado.

A la Universidad de Pamplona, por haber sido mi casa de estudios, donde viví, diferentes situaciones de alegría, cansancio, frustración, emoción; donde compartí tanta felicidad con mis compañeros y compañeras, risas que hacían el camino ameno en el día a día.

Y, por último, pero no menos importante, a mis profesores, los que han sido parte de este camino, los que están y ya no están, semestre a semestre fueron formándome como diseñadora industrial y es con este proyecto que plasmo lo aprendido con cada uno en las diferentes áreas.

RESUMEN

El proyecto tiene como enfoque las mejoras de la comunicación interna y externa de la empresa Jade Shoes, la cual sus operaciones productivas se desarrollan en la fabricación de calzado de la línea femenina, empresa ubicada en Cúcuta, Norte de Santander.

Se estudiaron diferentes escenarios de la empresa de manera interna y externa para evidenciar las problemáticas establecidos que requiere una solución, uno de ellos es el escenario de transformación, que evidencia los procesos realizados en la fábrica para saber qué tan importante es la liberación de espacio para la circulación de los empleados y qué elementos se usan para adecuarlos y mejorar su organización.

El proyecto se realizó bajo la metodología de Ambrose Harris con investigación aplicada, se realiza un rediseño del logotipo de la empresa mejora de la relación con los usuarios por medio, de los canales de comunicación marketing y en su interior la parte productiva se mejoró implementando elementos de organización de insumos y textiles.

Palabras clave: Marketing, enfoque, comunicación, organización.

ABSTRACT

The project focuses on improving the internal and external communication of the company Jade Shoes, whose productive operations are carried out in the manufacture of women's footwear, a company located in Cúcuta - Norte de Santander.

The communication, transformation, organization, and product scenarios were studied, necessary to highlight the problems that required a solution that met the objectives.

The project was carried out under the Ambrose - Harris methodology with applied research, a redesign of the logo was carried out, improvement of the relationship with users through communication and marketing channels, and internally the productive part was improved, implementing elements of organization of supplies and textiles.

Keywords: Marketing, focus, communication, organization.

INTRODUCCIÓN

En el siguiente trabajo de investigación donde se ejecutó un método de diseño direccionado hacia una problemática, busca describir los pasos de investigación para mejorar la comunicación interna y externa de la fábrica de calzado JADE SHOES.

Como primera medida, se quiso tener una mejor comunicación interna y externa de la marca jade shoes, desde el contexto, producción, áreas de trabajo, comunicación entre empleados y hacia los clientes y potenciales, mejorando su imagen corporativa para generar mayor confiabilidad. En su comunicación interna su enfoque fue tener una mejor organización ya que cuenta con diferentes áreas como el área de corte y diseño, armado, guarnición fijado en plantillado inspección y empacado y por último almacenaje también cuentan con estantes para almacenamiento de insumos no aptos, ya que no permitía una distribución acertada y se generaban pérdidas. Tienen mesas para localizar las materias primas, lo que genera confusión, pues no estaban distribuidas por estilo o colores, tienen mesa de cortar, una máquina de guarnición, una máquina dobladora, un escritorio y canastas donde depositan las plantas de calzado.

Se tomó como parámetros diseñar o rediseñar los estantes que son tan importantes para la organización de insumos y materias primas, debían ser para espacios reducidos ya que el espacio laboral es limitado, que sean modulares para poder adecuar los diferentes elementos y lograr la satisfacción del usuario. Y en cuanto a la parte externa mejorar las piezas gráficas y crear unas más para fortalecer la confiabilidad entre los clientes fijos y a su vez a los clientes potenciales. El método de diseño implementado fue el de Ambrose-Harris, que tiene siete fases que se desarrollaron en este proyecto escrito.

TABLA DE CONTENIDO

1. CAPITULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA 14

1.1 JUSTIFICACIÓN 14

1.2. MARCOS PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO 15

1.2.1 Marco contextual 15

1.2.1.1 Análisis elementos de trabajo Jade Shoes 19

1.2.1.2 Análisis insumos y materias primas Jade Shoes 19

1.2.1.3 Perfil de la empresa 19

1.2.1.4 Análisis de escenarios de Jade shoes 21

1.2.1.4.1 Escenario de material 22

1.2.1.4.2 Escenario de la transformación 24

1.2.1.4.3 Escenario de comunicación 27

1.2.1.4.4 Escenario de consumo 29

1.2.3 Marco teórico 32

1.2.3.1 Gestión de diseño: 32

1.2.3.2 Branding: 32

1.2.3.3 La marca: 32

1.2.3.4 Manual de identidad: 32

1.2.3.5 Insumos y materias primas para el calzado: 33

1.2.3.6 Muebles: 33

1.2.3.7 Materiales para la fabricación de organizadores: 33

1.2.3.8 Ergonomía: 34

1.2.3.9 Antropometría: 34

1.2.2.9.1 Medidas antropométricas 35

1.2.4 Marco proyectual 35

1.2.4.1 Planteamiento del problema 35

1.2.4.2 Objetivo general: 37

1.2.4.3 Objetivos específicos: 37

1.2.4.4 Definición del modelo de investigación 37

1.2.4.5 Tipo de investigación 38

1.2.4.5 Muestreo 38

1.2.4.6 Definición metodología proyectual Ambrosse – Harris 38

1.2.4.7 Marco referencial: 38

1.2.5 Marco conceptual 39

2. CAPITULO II: PROCESO PROPUESTA DE DISEÑO 39

2.1 Conceptualización de los objetivos 39

2.3 Proceso de ideación: 43

2.3.1 Moodboard: 43

2.3.2 Técnicas de creatividad para generar ideas 43

2.3.3 Extracción de formas 44

2.3.4 Bocetación 46

2.3.5 Valoración y selección de ideas para el desarrollo de alternativas 46

2.4 Condiciones específicas para precisar el diseño 48

2.4.1 Requerimientos y determinantes comunicación interna 48

2.4.2 Desarrollo de alternativas: 57

2.4.2.1 Desarrollo de alternativas comunicación interna 57

2.4.2.2 Desarrollo de alternativas comunicación externa 60

2.5 Valoración y selección de alternativas 61

2.6.1 Detalles propuesta final comunicación externa 61

2.6.2 Iconógrafo del corazón y paleta de colores 62

2.6.3 Tamaño mínimo 63

2.6.2 Detalles propuesta final comunicación interna 63

3.CAPITULO III: COMPROBACIONES 65

3.1 Modelos de comprobación 65

3.2 Cumplimiento de los objetivos del proyecto 65

3.3 Conclusiones de las comprobaciones 75

4. CAPITULO IV: ANÁLISIS DE LOS FACTORES 76

4.1 Análisis del factor producto 76

4.1.1 Análisis configuración formal 76

4.2 Análisis factor humano 77

4.3 Analisis dél factor de producción 81

4.3.2 Tarjeta de presentación 81

4.3.3 Etiqueta de compra 82

4.3.4 Caja y bolsas 83

4.3.5 Muebles aéreos 83

4.4 Análisis factor de mercado 84

4.4.1 Mercado obtenido y tipos de productos 84

4.5 Análisis factor de gestión 86

4.5.1 Modelo canvas 86

4.6 Análisis factor costo 86

4.7 Análisis del factor innovación 87

5. CAPITULO V: CONCLUSIONES 88

5.1 Punto de vista social 88

5.2 Impacto económico 88

5.3 Impacto humano 88

5.4 Impacto cultural 88

5.5 Impacto tecnológico 89

5.6 Impacto ético 89

5.7 Impacto ambiental 89

6.CAPITULO VI: BIBLIOGRAFIA 90

Imagen 1: Punto de fabrica jade shoes. 15

Imagen 2: Jade shoes. 16

Imagen 3: Desorganización de textiles Jade shoes. 19

Imagen 4: Productos Jade shoes. 20

Imagen 5: Redes sociales. Jade shoes. 21

Imagen 6: productos para el escenario de material. 22

Imagen 7: Escenario de material desorganización. 23
Imagen 8: Maquinaria y herramientas de trabajo. 25
Imagen 9: Piezas graficas jade shoes. 28
Imagen 10: Isologo jade shoes. 28
Imagen 11: Dimensiones antropométricas. 35
Imagen 12: Moodboard. 43
Imagen 13: Evolución de alternativa #2. 57
Imagen 14: Evolución alternativa #5. 57
Imagen 15: Evolución de idea #3. 58
Imagen 16: Evolución de exhibidor #5. 58
Imagen 17: Evolución de idea de organizador de textiles #1. 59
Imagen 18: Evolución de organizador de textiles #3 59
Imagen 19: Evolución de isologo #1 60
Imagen 20: Evolución isologo #5. 60
Imagen 21: Evolución logotipo #1 61
Imagen 22: Propuesta final isologo. 61
Imagen 23: Tipología de fuente isologo. 62
Imagen 24: Iconógrafo y paleta de colores. 62
Imagen 25: Isologo tamaño mínimo. 63
Imagen 26: Propuesta final organizador de insumos. 63
Imagen 27: Propuesta final organizador de accesorios. 64
Imagen 28: propuesta final organizador de textiles. 64
Imagen 29: Propuesta final exhibidor. 64
Imagen 30: usabilidad del organizador de textiles. 78
Imagen 31: Usabilidad del organizador de accesorios. 78
Imagen 32: Usabilidad organizador de insumos. 79

Imagen 33: Usabilidad del exhibidor. 80

Imagen 34: Tarjeta de presentación. 82

Imagen 35: Tarjeta colgante del calzado 82

Imagen 36: Bolsas y cajas. 83

Imagen 37: Rango de edades y estilos. 85

Imagen 38: Modelo canvas. 86

Tabla 1: Escenario de material. 22

Tabla 2: Análisis de problemas Escenario de material. 23

Tabla 3: Escenario de transformación. 25

Tabla 4: Análisis de problemas escenario de transformación, 26

Tabla 5: Escenario de comunicación. 27

Tabla 6: Análisis de problemas escenario de comunicación 29

Tabla 7:Escenario de consumo. 29

Tabla 8: Análisis de problemas escenario de consumo. 30

Tabla 9: Requerimientos generales comunicación externa. 41

Tabla 10: Requerimientos generales comunicación interna. 42

Tabla 11: Extracción de formas. 44

Tabla 12: Valoración y selección de ideas. 46

Tabla 13: Valoración y selección de idea comunicación externa. 47

Tabla 14: Requerimientos y determinantes comunicación externa. 48

Tabla 15: Requerimientos y determinantes comunicación externa. 55

Tabla 16: Comprobaciones objetivo 1. 65

Tabla 17: Comprobaciones objetivo 2. 69

Tabla 18: Comprobaciones objetivo 3. 72

Tabla 19: Costos comunicación interna 86

Tabla 20: Costos comunicación externa. 87

Diagrama 1: Concepto ergonomía. 34

Diagrama 2: Subproblemas comunicación interna 36

Diagrama 3: Subproblemas comunicación externa 37

Diagrama 4: Conceptualización de los objetivos. 40

Planimetría 1: Zona de trabajo Jade shoes y Tango shoes. Fuente: autora 17

Planimetría 2: Zona de trabajo Jade shoes. Fuente: autora 18

1. CAPITULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 JUSTIFICACIÓN

Todas las micro, mediana y grandes empresas necesitan utilizar las herramientas necesarias para ofertar a los diferentes mercados todos sus servicios, propuestas y ofertas. Visibilizar de una manera gráfica y especifica el contenido y/o concepto de los productos que se quieren vender en el territorio regional, nacional e internacional.

El sector del calzado es una industria muy diversificada y de mayor crecimiento dentro de la industria manufacturera, que en su alcance tiene otras áreas como el sector textil, diseño e innovaciones en los insumos. Sumado a esto es un sector cuyo consumo se eleva anualmente entre 19% y 23%. Según las últimas actualizaciones de las cifras presentadas por el Departamento administrativo nacional de estadística (DANE), durante los primeros años del 2023, la fabricación del calzado tuvo un crecimiento del 29,2% en el país manteniéndose en el mismo rango de crecimiento del año 2022.

En cuanto a comercio exterior en el periodo de enero a noviembre el sector exporto US$35,4 millones con un crecimiento del 2% respecto al mismo periodo del año anterior. (Ladino, 2023)

Según el portal VALORA ANALITIK, La perspectiva que se tiene es que no haya un mayor decrecimiento de cara al año actual (2024), es decir, que sea del -1% o un incremento del 1% máximo, en temas de gobierno si se mantiene la economía como actualmente se está presentando, pues seguramente el sector crecería. (Ladino, 2023)

Tomando en cuenta esta información es importante dar una percepción al consumidor a nivel nacional e internacional, sobre los productos que ofrece la empresa JADE SHOES, mejorar la comunicación externa como la interna, esta última con el fin de acelerar y minimizar los contratiempos en los procesos productivos.

1.2. MARCOS PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO

1.2.1 Marco contextual

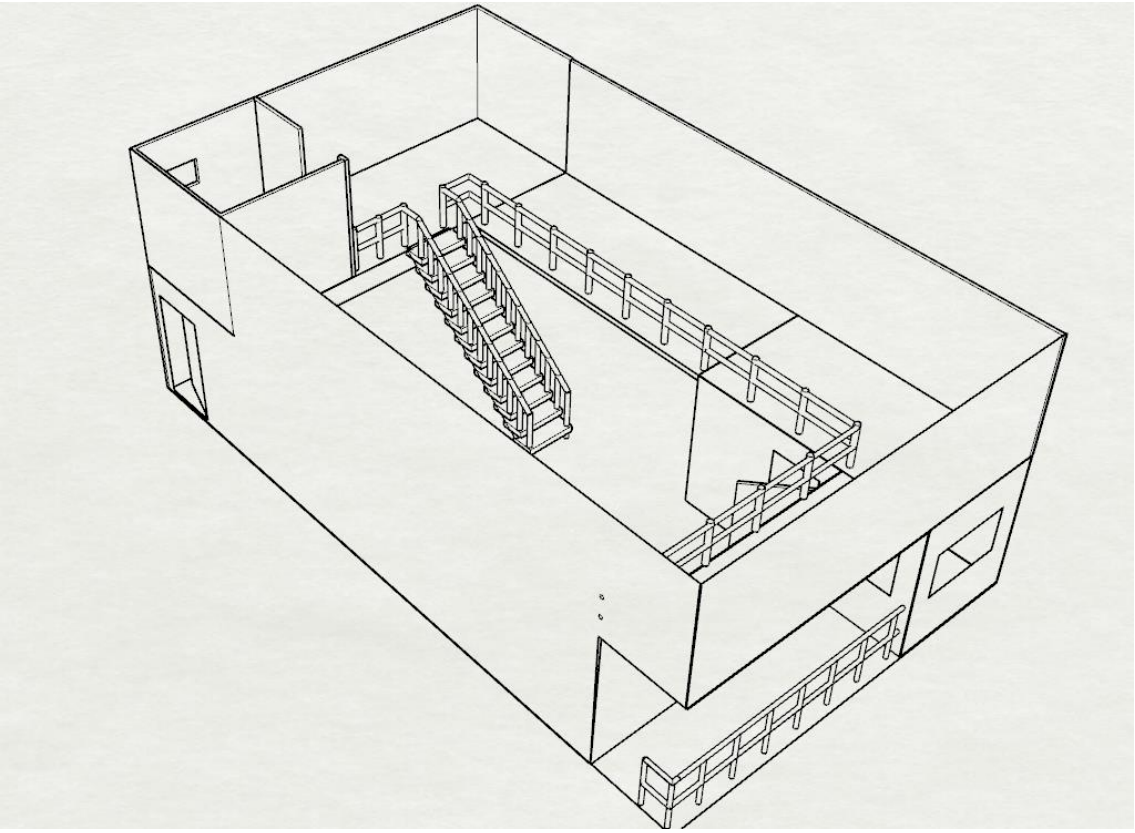
Jade Shoes es una empresa especializada en la fabricación y distribución de calzado, situada en la Av. 19B #19-98, Barrio San José, Cúcuta, compartiendo instalaciones con "Tango Shoes". Con una trayectoria de dos años y registrada en la cámara de comercio, la empresa produce 250 pares de zapatos semanalmente. Sus operaciones abarcan siete áreas principales: diseño y corte, armado, guarnición, lijado, emplantillado, inspección y empacado, así como almacenaje (consultar imágenes 1 y 2).

Imagen 1: Punto de fabrica jade shoes. fuente: autora



Nota: JS fabrica de calzado ubicada en el segundo piso de la fábrica Tango Shoes

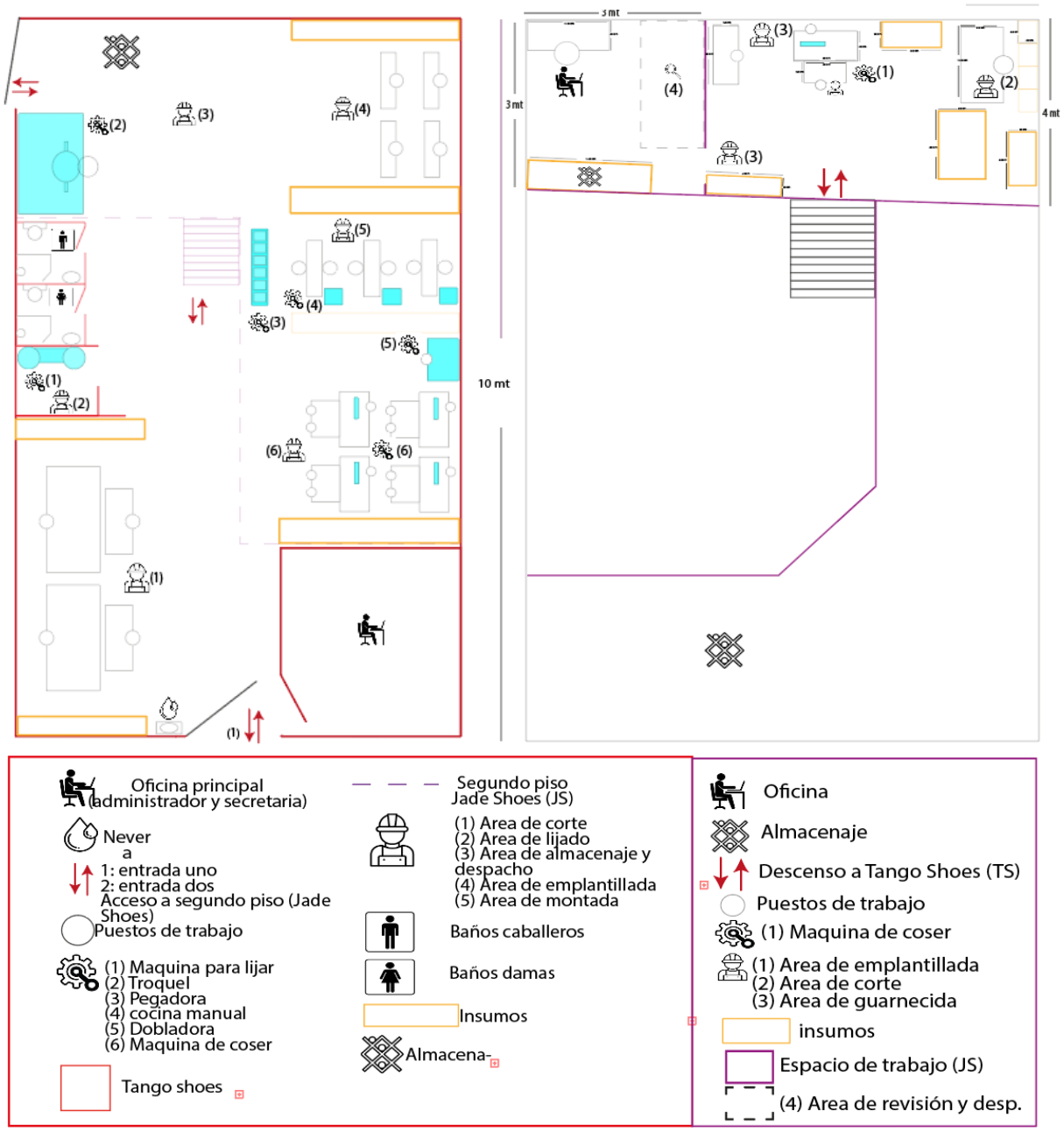
Imagen 2: Jade shoes. fuente: autora



Nota: JS fábrica de calzado su zona de producción permitida es el segundo piso

La marca opera en un segundo piso, de 4 m de ancho por 10 mt de la largo y 3.10 mt de altura, además incluye una oficina de 4 mt x3 mt y 3.10 mt de altura, donde se ejecuta toda la producción del calzado. (Ver planimetría 1).

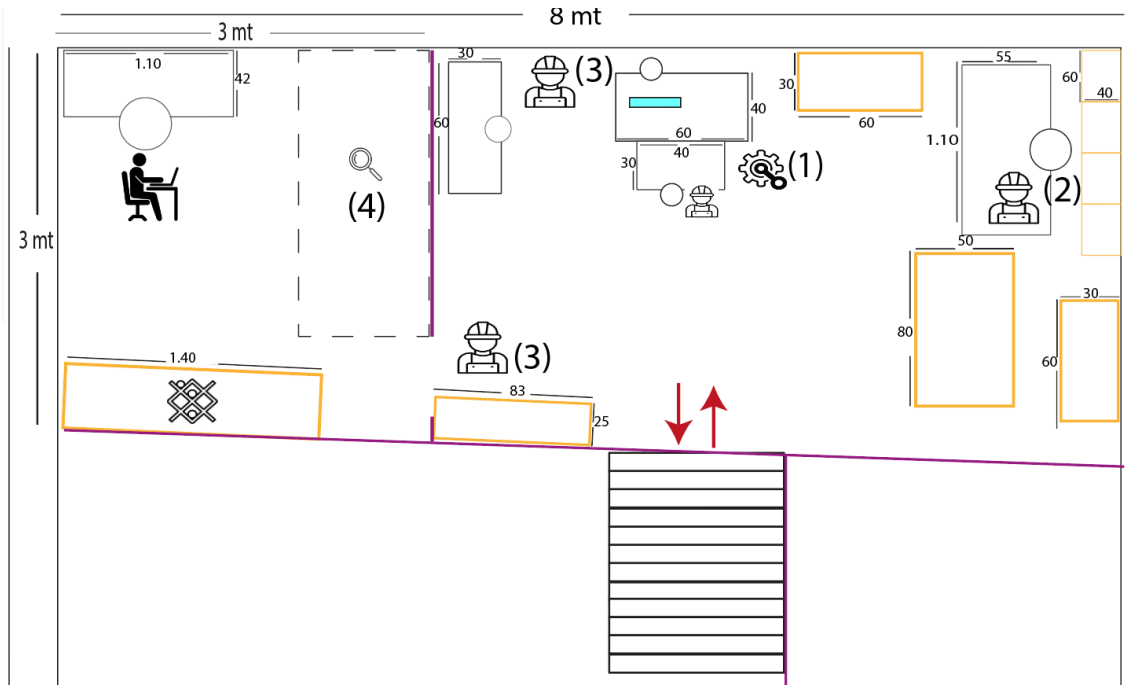
Planimetría 1: Zona de trabajo Jade shoes y Tango shoes. Fuente: autora



Nota: izquierda Jade Shoes, derecha Tango Shoes

En la zona de JS, sus medidas no son exactas, pues en el proceso de construcción de este fue elaborado con medidas de 4mt de ancho en un lado y 3 mt de ancho en el lado contrario, su largo es de 8 mt y con una altura de 3.10 mt. También, hay un espacio amplio que funciona como una bodega, la cual no es usada en su totalidad. (ver planimetría 2)

Planimetría 2: Zona de trabajo Jade shoes. Fuente: autora



Nota: planimetría jade shoes tercera planta

También se hizo un análisis de los muebles que allí se utilizan para la organización de todos los insumos y materias primas, dando como diagnóstico, una alteración importante del espacio de circulación, esto provocada por muebles que no son necesarios, debido a que no están cumpliendo por completo su funcionalidad y una desorganización bastante evidente de insumos y materias primas. (Ver imagen 3)

Imagen 3: Desorganización de textiles Jade shoes. fuente: autora



Nota: manera de organizar las materias primas JS de izquierda a derecha de manera descendente, estante con materias primas, mesa con materias primas y bodega de Tango shoes

1.2.1.1 Análisis elementos de trabajo Jade Shoes

En el anexo 1, se menciona los elementos que actualmente están ubicados en Jade Shoes y que función características y funciones (Ver anexo 1)

1.2.1.2 Análisis insumos y materias primas Jade Shoes

La marca JADE SHOES para sus procesos productivos necesita de insumos y materias primas para ejecutar sus diseños y ser vendidos al público, en el anexo uno, se analizará cada uno con sus características y funciones. (Anexo 2)

1.2.1.3 Perfil de la empresa

La marca JS es una marca registrada con tres años de antigüedad, enfocada en el sector del calzado femenino. Cada uno de sus estilos lleva un nombre que corresponde al tipo de suela:

sandalia plana, microporosa, sandalia Nicol, sandalia táctica, sandalia Laura, zapatilla triangular y plataforma Pamela (ver imagen 6).

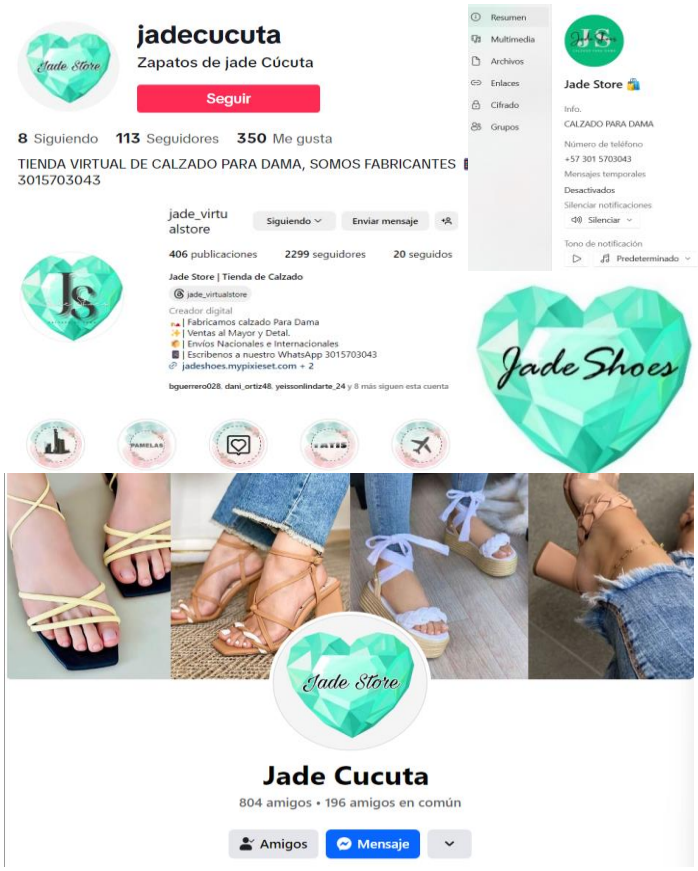
Imagen 4: Productos Jade shoes. fuente: autora



Nota: productos organizados de izquierda a derecha en forma descendente, sandalia plana, sandalia microporosa, sandalia tatica, sandalia Laura, zapatilla triangular y plataforma pamela

Tiene un logo en forma de corazón con textura low poly, descargado de las imágenes del buscador de Google, color verde haciendo referencia al color de la piedra jade, con un texto haciendo referencia a la razón social de jade shoes. En la actualidad, las redes sociales se han convertido en un soporte para todas las fuentes de trabajo, para aumentar la comunicación con los clientes potenciales y mejorarla con los clientes fijos, en este caso JS se apoya de Tik tok, WhatsApp bussines, Facebook e Instagram (Ver imagen 5)

Imagen 5: Redes sociales. Jade shoes. fuente: autora



Nota: redes organizadas de izquierda a derecha en forma descendente, perfil de TikTok, WhatsApp, Instagram, logo oficial y perfil de Facebook

1.2.1.4 Análisis de escenarios de Jade shoes

Por medio del modelo IMDI, se analizaron de una manera descriptiva y por medio de fotografías la empresa desde los escenarios de material, transformación, comunicación y consumo. (Paula & Analia, 2005).

1.2.1.4.1 Escenario de material

Imagen 6: productos para el escenario de material. fuente: autora



Nota: sandalia plana, microporosa, 5/2, 6/2, zapatilla y plataforma.

Tabla 1: Escenario de material. fuente: autora

Productos	Sandalias dirigiridas al público femenino desde el primer año de vida hasta los 74 años que es la edad promedio de vida en Colombia para una mujer.
Uso	Proveer al pie comodidad y protección, durante su postura
Forma y función	Forma del pie, curvas, con texturas rústicas, suaves y lisas
Materias primas	Textiles, Pegamentos
Semielaborados	Accesorios, Ormas, suelas y suelines, herramientas

Nota: Análisis factores de producto uso forma función materias primas y semielaborados

- ✓ **Conclusiones:**

- Se evidencio la desorganización de insumos y materias primas, esto tiene como consecuencia pérdida de materiales
- Se puede presentar suciedad en los textiles debido a la misma desorganización, y esto finalmente desencadena el desperdicio de material. (Ver imagen 9)
- Mesas y estantes muy grandes donde si se pueden ubicar los insumos, pero no quedan organizados, seguido de su gran tamaño que alteran el espacio de circulación de una manera significativa

Imagen 7: Escenario de material desorganización. fuente: autora



Nota: De izquierda derecha organización de yutes textiles plantas accesorios y los de guarnición y otros textiles

- ✓ **Análisis de problemas:**

Por medio de una ponderación que se califica de 0 a 3 donde: 0: no hay relación directa, 1: influencia débil, 2: influencia media y 3: influencia fuerte. Se quiso evidenciar el problema de mayor gravedad para intervenir en una solución (ver tabla 2)

Tabla 2: Análisis de problemas Escenario de material. fuente: autora

Problema	**Ponderación**
Desorganización de insumos y materias primas, esto tiene como consecuencia pérdida de materiales	3

Se puede presentar suciedad en los textiles debido a la misma desorganización, y esto finalmente desencadena el desperdicio de material.	1
Mesas y estantes muy grandes donde si se pueden ubicar los insumos, pero no quedan organizados, seguido de su gran tamaño que alteran el espacio de circulación de una manera significativa	3

Nota: ponderación de problemas, problema 1 y el 3 clasificados como grave

- ✓ **Posible intervención:**

Es importante intervenir el escenario de material en la clasificación de los insumos y materias primas específicamente esto con el fin de mejorar la organización y ampliar el espacio de circulación.

- ✓ **Objetivo general:**

- Implementar organizadores para la clasificación de insumos y materias primas de la marca Jade Shoes

- ✓ **Temas para investigar:**

- Referentes de organizadores
- Estilo minimalista
- Peso y medida promedio de los materiales

1.2.1.4.2 Escenario de la transformación

Imagen 8: Maquinaria y herramientas de trabajo. fuente: autora



Nota: herramientas y maquinarias de izquierda a derecha, máquina de coser, segueta, martillo, tijeras y estampones, cuchillos, cocina.

En el anexo 3, se especifica el proceso de fabricación de calzado por medio de un diagrama de procesos (ver anexo 3)

Tabla 3: Escenario de transformación. fuente: autora

Tecnología	Máquina de coser, troquel, dobladora, cocina, pegadora.
Uso	La máquina de coser une los cortes por medio de la costura La pegadura se encarga de asegurar el pegado de la planta con corte. El troquel saca todas las formas que necesita el zapato, específicamente en las plantillas, suelas y suelínes. La dobladora se hace los dobleces perfectos en los cortes, esto con el fin de que todos estén a la misma medida.

	La cocina se encarga de ablandar el suelin ya que con el calor ayuda a que este se adhiera más al corte.
Proceso de transformación	Ver anexo 3
Armado	Ver anexo 3
Control de calidad	La gerente hace las revisiones finales con los zapatos esté listo para enviar a la ciudad destino

Nota: Análisis factores de tecnología uso proceso de transformación armado y control de calidad

- ✓ **Conclusiones:**

- Los obreros deben de estar interrumpiendo su proceso productivo yendo a buscar los pegantes para usarlos en pro del producto
- En la parte de guarnición el contenedor que actualmente usan es muy grande no es necesario un contenedor tan grande para unas piezas tan pequeñas deben de hacer entrepaños provisionales para clasificar los accesorios

- ✓ **Análisis:**

Tabla 4: Análisis de problemas escenario de transformación, fuente: autora

Problema	**Ponderación**
Los obreros deben de estar interrumpiendo su proceso productivo yendo a buscar los pegantes para usarlos en pro del producto	3
En la parte de guarnición el contenedor que actualmente usan es muy grande no es necesario un contenedor tan grande para unas piezas tan pequeñas deben de hacer entrepaños provisionales para clasificar los accesorios	3

Nota: ponderación de problemas, problema 1 y el 2 clasificados como grave

- ✓ **Posible intervención del diseño:**

- Implementar un mobiliario que ayude a la clasificación de los insumos que requiere el obrero y que pueda ubicarse cerca de su puesto de trabajo para evitar demoras en el proceso productivo desplazándose a otras áreas para buscar el insumo que necesita
- En la parte de guarnición diseñar un contenedor con tamaños acordes a los accesorios que se usan en la parte de armado de piezas y que facilite su uso

- ✓ **Objetivo general:**

- Mejorar la organización de los insumos de la fábrica Jade Shoes

- ✓ **Para investigar:**

- Qué insumos necesita un soletero
- Tipos de mobiliarios minimalistas
- Referentes de organizadores pequeños

1.2.1.4.3 Escenario de comunicación

Tabla 5: Escenario de comunicación. fuente: autora

Embalaje	Bolsas de polietileno transparente para empacar el zapato ya terminado, cajas de cartón como embalaje, cajas estándar para calzado, con medidas de 36cm de largo, 24 cm de ancho y 12 cm de altura, cajas para línea juvenil de medidas de 34 cm de largo, 23 cm de ancho y 11 cm de altura, y para línea de niños y bebes la medida de la caja es de 30 cm de largo, 20 cm de ancho y 10 cm de altura (ver imagen 9)
Soportes gráficos	Tarjeta colgante de compra, bolsas con isologo
Marca	Tiene un isologo conformado por un corazón verde, con alusión al color de la piedra jade, con frase “Jade Shoes” (Ver imagen 10)

Publicidad	Tienen redes sociales como Instagram y Facebook, una línea de WhatsApp Bussines, ventas por la tienda de Marketplace. (ver imagen 5)

Nota: análisis factores embalaje, soportes gráficos, marca y publicidad.

Imagen 9: Piezas graficas jade shoes. fuente: autora



Nota: Piezas gráficas ubicadas de izquierda a derecha en orden descendente, bolsas de poliuretano, cajas, plantillas con razón social, bolsas de embalaje.

Imagen 10: Isologo jade shoes. fuente: autora



Nota: Isologo jade shoes compuesto por corazón con textura low poly

- ✓ **Conclusiones:**

Las piezas gráficas siguen una línea distinta al isologo de la empresa, no tiene la colorimetría ni la forma de este. Por último, las bolsas que se usan para enviar el zapato son de color verde limón o blancas con el nombre de la empresa, pero sin relación con la imagen de la empresa, dando como resultado una imagen completamente diferente a la imagen oficial

- ✓ **Analisis:**

(Ver tabla 6)

Tabla 6: Análisis de problemas escenario de comunicación. Fuente autora

Problema	Ponderación
Piezas gráficas con isologos y/o logotipos diferentes.	3

Nota: En el análisis de problemas el problema uno marca una influencia fuerte

- ✓ **Posible intervención de diseño**

- Unificar todas las piezas gráficas y perfiles sociales con la identidad de marca, para una mejor identificación y aumentar la familiaridad con los clientes fijos
- Identificar otros medios publicitarios, para ampliar la visibilidad y comunicación de la empresa.

- ✓ **Objetivo general:**

- Diseñar o rediseñar un isologo que se acorde a los valores que quieran representar

- ✓ **Temas para investigar:**

- Diseño de logotipos
- Importancia de un manual de identidad
- Referentes de logos para fábricas de calzado

1.2.1.4.4 Escenario de consumo

Tabla 7:Escenario de consumo. fuente: autora

Distribución	El producto se distribuye por medio de domiciliarios locales, y transportadoras como Envía, TCC e Inter rapidísimo, para envíos internacionales con la empresa Deprisa.
Punto de venta	Aunque la marca no cuenta con un punto de venta físico, la fábrica dispone de una oficina donde el cliente mayorista puede acercarse para conocer a los dueños y ver el producto por primera vez.

	Posteriormente, procede a realizar su pedido, el cual será entregado en un corto plazo.
Posicionamiento	Este producto está dirigido al segmento de mercado femenino, ofreciendo sandalias elaboradas para todo tipo de escenarios. Los zapatos son producidos en la ciudad de Cúcuta, reconocida a nivel nacional por su mano de obra en la industria del calzado. La marca realiza ofertas y promociones en fechas especiales como el Día de la Madre, el Día de la Mujer y Navidad. Los envíos están incluidos en el precio, lo cual hace la oferta atractiva para los clientes, ya que ofrece precios accesibles sin distinción social.
Consumidor final	Los productos son para el público femenino desde niñas a mujeres mayores (1 A 80 años), pero las clientes directas ocupan un segmento de (18 a 57 años)

Nota: en el escenario de consumo se analizaron factores como distribución, punto de venta, posicionamiento y público.

- ✓ **Conclusiones:**

En el caso de las ventas virtuales, estas se envían con condición de pago contra entrega, en ocasiones estos pedidos se regresan y se almacenan en lo que se genera una próxima venta que requiera ese estilo en esa talla y estas devoluciones no cuentan con una organización, permanecen aguardadas sin ser visibles por los clientes que pueden llegar a visitar la fábrica.

- ✓ **Análisis:**

Tabla 8: Análisis de problemas escenario de consumo. Fuente: autora

Problema	**Ponderación**
No dispone de publicidades específicas para cada tipo de calzado**.**	2
No hay exhibición de los pedidos devueltos.	2

Nota: el problema presentado marca 2, es decir una influencia media

- ✓ **Posible intervención del diseño:**

Exhibir las sandalias que se han devuelto por las diferentes situaciones presentadas y que están en espera a hacer enviadas a un nuevo comprador. Y, realizar una publicidad que resalte los atributos de cada uno de los estilos de calzado que se venden en las fábricas Jade Shoes.

- ✓ **Objetivo general:**

- Diseñar un organizador para el calzado de Jade Shoes

- ✓ **Temas que investigar:**

- Diseño minimalista
- Mobiliarios aéreos
- Dimensiones de las sandalias

Conclusiones generales de los escenarios:

Para el escenario de material, se debe mejorar la organización de los textiles y su clasificación por medio de un elemento que sea minimalista tomando en cuenta que la fábrica es pequeña y no se cuenta con el espacio suficiente.

En el escenario de transformación se debe mejorar la organización de los insumos de la fábrica para favorecer el proceso productivo evitando interrupciones en el mismo.

En el escenario de comunicación, se debe diseñar un logo que sea funcional y que permita ser adaptado a los diferentes formatos de impresión y unificar este con todos los canales de comunicación de la empresa para así favorecer la familiaridad de la marca, y atraer clientes potenciales.

Y, por último, en el escenario de consumo, se debe adecuar los pedidos que son devueltos por los clientes, mantenerlos exhibidos para que los clientes que eventualmente vayan a la fábrica vean otras opciones.

1.2.3 Marco teórico

1.2.3.1 Gestión de diseño:

De acuerdo con José María Ibáñez, la visión estratégica de un negocio o marca es uno de los factores primordiales para una mejor captación de los clientes fijos y potenciales. Son metodologías requeridas para un mejor comportamiento interno y externo de las micro, medianas y grandes empresas. Marca una diferencia entre las ideas de la competencia en el mercado, primordialmente las ideas que se quiere expresar al público. (Ibañez, 2000)

1.2.3.2 Branding:

Mathew healey define el branding como *"un proceso que hace concordar de un modo sistemático una identidad simbólica creada a propósito, con el objetivo de fomentar expectativas y satisfacerlas después*". (Healey, 2009)

De acuerdo con Healey, es una herramienta eficaz para crear una marca y darla a conocer en el mercado, de manera consistente y ordenada. (Healey, 2009)

1.2.3.3 La marca:

Según la Superintendencia de industria y comercio de Colombia, se define marca como el nombre que lleva la empresa que la identifica sobre las demás, es distintivo y por medio de este muchas veces se puede percibir que tipos de productos se ofrecen al público.

Los beneficios que una marca proporciona a un negocio son diferenciación de productos, garantía de calidad a los consumidores, construye confianza, y es objeto de licencias y por tanto generadora de ingresos.

1.2.3.4 Manual de identidad:

Jaime P. Llasera, explica que con el correr de los años, las empresas han visto la necesidad de tener una identidad visual, que impacte y que por medio de esta emoción se genere un interés de consumir e investigar los productos elaborados por la empresa. (Llorente, 2021).

Elementos que componen un manual de identidad de acuerdo con el blog imborrable son el logo, paleta de colores corporativa, tipografías, iconos, simbología, banco de imágenes, extras y los usos incorrectos.

1.2.3.5 Insumos y materias primas para el calzado:

De acuerdo con el blog club verde calzados, el calzado es una expresión de arte y moda, y vienen de una gran cantidad de formas y tamaños, los materiales más usados en la fabricación de calzado son: textiles, cueros, gamuzas, forros, suelas de zapato elaboradas en PVC, poliuretano, materiales sintéticos, pegamentos, hilos de guarnición, elementos decorativos, rollos de yute de diferentes fibras, líquidos de limpieza. (Lotero, 2021)

La manera de clasificar los insumos, esto depende de su funcionalidad, tamaños y estilos. (Ver anexo 4)

1.2.3.6 Muebles:

Según la real academia española RAE, los muebles, son aquellos bienes, de naturaleza tangible, que por sus características se pueden trasladar de un lugar a otro fácilmente sin perder su integridad. Por tanto, en cualquier lugar que sea ubicado va a tener la misma utilidad, sus características generales son: son bienes, es decir debe estar destinado cumplir una necesidad y deben ser tangibles. (Ver anexo 5)

1.2.3.7 Materiales para la fabricación de organizadores:

Como se afirma en el blog cimejal, hoy en día son muchos los materiales empleados para la fabricación de muebles, pues este sector industrial ha evolucionado con los años. (CIMEJAL, 2021)

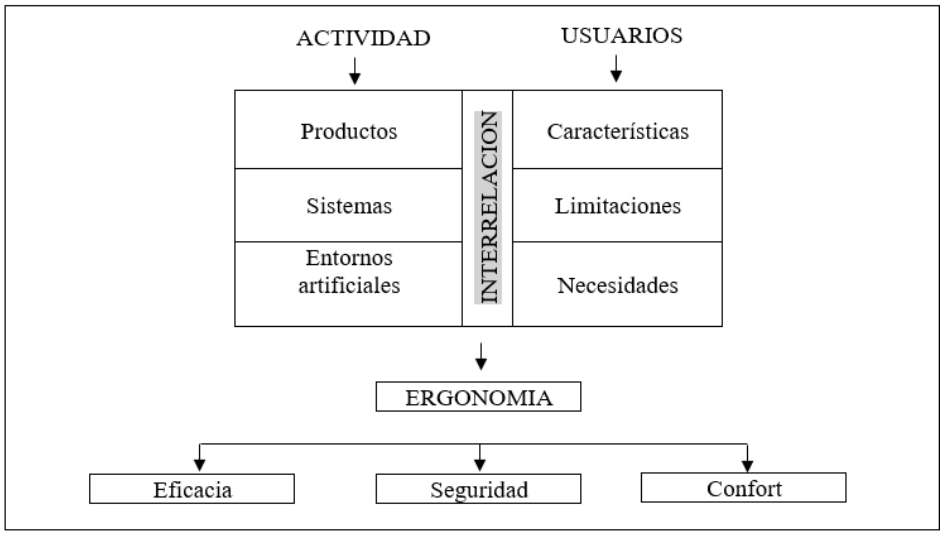
Se realizó una lista con los materiales más frecuentes utilizados, junto con sus características principales. (Ver anexo 6)

1.2.3.8 Ergonomía:

En el libro ergonomía y psicosociología de Diego González, afirma que una de las primeras definiciones del concepto fue formulada por Carpenter en el año 1961, donde expone que es una aplicación conjunta de algunas ciencias biológicas y ciencias de la ingeniería, para asegurar que entre el hombre y el trabajo haya una óptima adaptación mutua, con el fin de incrementar el rendimiento del trabajador y contribuir a su propio bienestar. (Maestre, 2007)

(Ver diagrama 1)

Diagrama 1: Concepto ergonomía. fuente: autora



Nota: representación esquemática del concepto de ergonomía

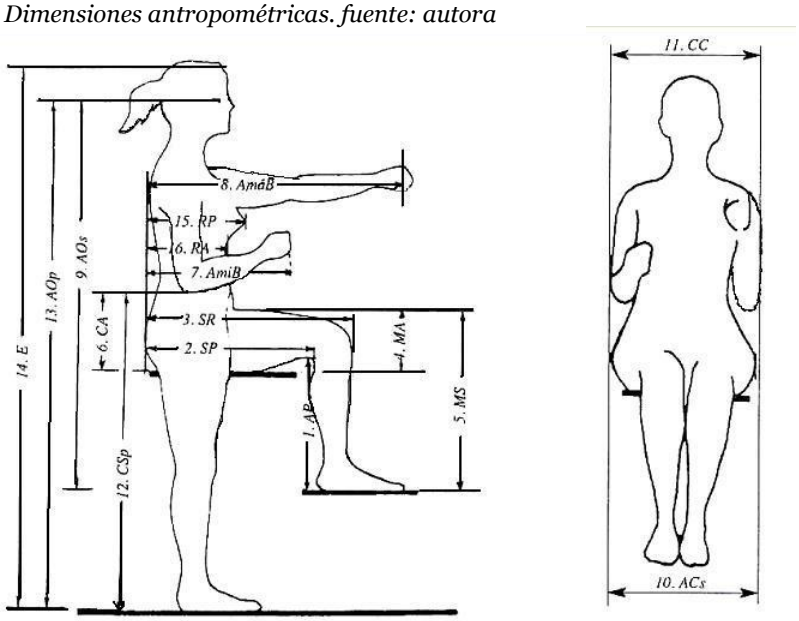
1.2.3.9 Antropometría:

De acuerdo con la enciclopedia significados, la ergonomía es un tratado de las proporciones del cuerpo humano, se relaciona con los estudios de la antropología física o biológica, esta analiza aspectos del ser humano bien sea grupos, tamaños y compararlos entre sí. (Etece, 2013)

1.2.2.9.1 Medidas antropométricas

El libro diseño de puestos y espacios de trabajo escrito, se establece que las medidas que se deben tener de la población dependerán de la aplicación funcional que se le quiere dar a las mismas. (ver imagen partiendo del diseño de los espacios del trabajo existe un número mínimo de dimensiones que permiten crear un entorno de trabajo adecuado. (Mondelo, Gregori, Busquets, & Barrau, 2013).

Imagen 11: Dimensiones antropométricas. fuente: autora



Nota: *dimensiones antropométricas para el diseño de puestos de trabajo*

Conclusión: Se tomo la gestión de diseño como punto de partida para generar todas las posibles soluciones que fueron presentadas a los empresarios para que ellos de una manera participativa se involucren en el desarrollo del proyecto.

1.2.4 Marco proyectual

1.2.4.1 Planteamiento del problema

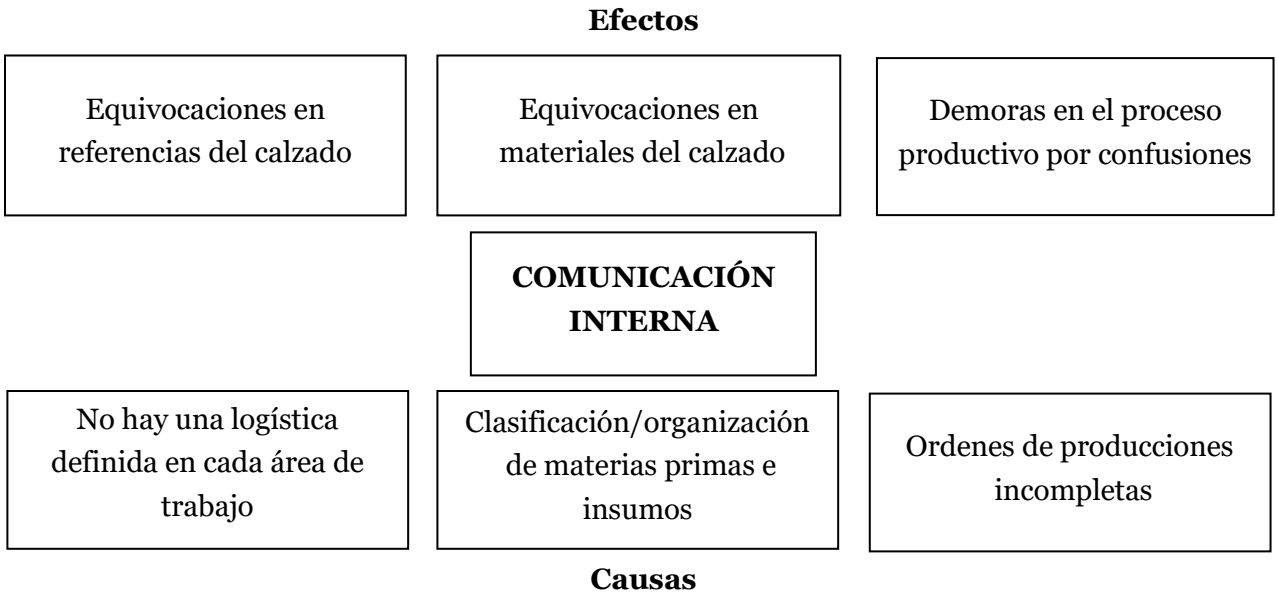
La empresa Jade Shoes hace publicaciones como medio promocional de sus productos, pues muestra los diferentes estilos de calzado en redes sociales (Facebook e Instagram) y plataformas como Facebook Marketplace, donde consigue la mayoría de sus clientes, tanto para ventas al detal como al por mayor.

En cuanto a su imagen corporativa, las diferentes piezas gráficas que poseen como plantillas, empaques, embalaje, tarjetas, flyers no tienen una unidad ni coherencia, esto afecta su reconocimiento y posicionamiento en el mercado. Además, su comunicación externa se muestra poco fortalecida. Incluso, impacta negativamente a sus clientes fijos perdiendo ventas, pues se crean confusiones al no reconocer la imagen de Jade Shoes. (Ver figura 2)

Sumado a los anterior, la comunicación interna también presenta falencias, pues en medio de los procesos productivos las materias primas e insumos no tienen una organización, ya que los estantes que deben mantener estos elementos en orden no son los más aptos, ni tienen indicación del tipo de herraje almacenado, ocasionando problemas como pérdida de materiales y/o compras innecesarias de materiales.

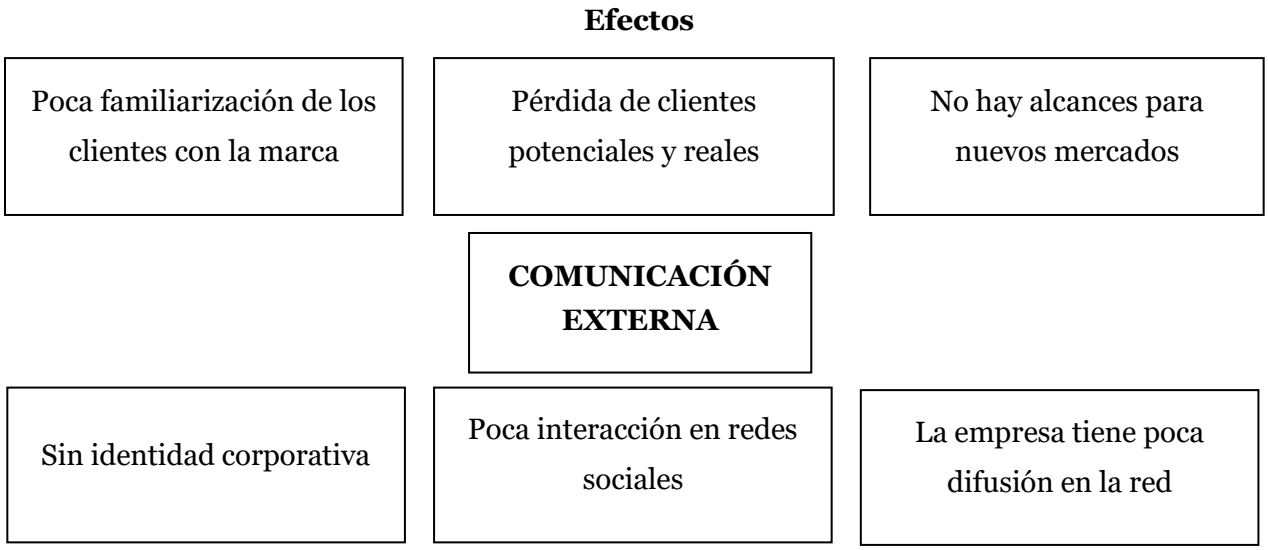
Debido a las problemáticas presentadas es importante establecer una identidad corporativa propia, que mejore la percepción de los clientes y que sea replicado en diferentes piezas gráficas, para familiarizar la marca hacia los clientes fijos y los potenciales. Se debe mejorar la organización dentro de la fábrica, tanto en materias primas e insumos, pues así, se pueden acelerar los procesos productivos y evitar pérdidas y confusiones entre referencias.

Diagrama 2: Subproblemas comunicación interna fuente: autora



Nota: se exponen los subproblemas de la fábrica Jade Shoes y porque suceden.

Diagrama 3: Subproblemas comunicación externa fuente: autora



Nota: se exponen los subproblemas de la fábrica Jade Shoes y porque suceden

Formulación del problema:

¿Cómo mejorar la comunicación interna y externa de la empresa Jade Shoes?

1.2.4.2 Objetivo general:

- Mejorar la comunicación interna y externa de la empresa Jade Shoes

1.2.4.3 Objetivos específicos:

- Facilitar la logística en las áreas de ventas y producción de la empresa
- Aumentar la comunicación cliente – empresa
- Favorecer los canales de comunicación empresa – usuario

1.2.4.4 Definición del modelo de investigación

El enfoque del proyecto es mixto, en su investigación es de gran importancia la recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos.

1.2.4.5 Tipo de investigación

El tipo de investigación será aplicada, pues se tiene como premisa resolver problemas específicos desde su comunicación interna y externa que afectan tanto a trabajadores como a clientes de la empresa Jade Shoes. Esto se logra con la recolección de datos por medio de técnicas y herramientas como entrevistas, cuestionarios y observación de los participantes.

Las fases de la investigación se desarrollan en tres parámetros que son la planeación ejecución y los resultados (Ver anexo 9)

1.2.4.5 Muestreo

El tipo de muestreo es no probabilístico intencional ya que se trabajó directamente con los empresarios, en sus preferencias para el modelo de negocio y se generará una respuesta más concreta al ser directamente involucrados en el proceso.

1.2.4.6 Definición metodología proyectual Ambrosse – Harris

La metodología que se aplicó en este proyecto es la suma de la investigación aplicada y el método de diseño Ambrose Harris, este proyecto tiene como punto de partida un briefing que va a ser dirigido a una solución ya sea un servicio o productos, por esto, es importante seguir una metodología proyectual, pues de una manera coordinada por unas fases, se investiga una línea de conceptos que ayudan a encaminar el proceso hacia sus posibles soluciones por medio de prototipados, entrevistas, ponderaciones de solución y la implementación. (Ver anexo 7).

1.2.4.7 Marco referencial:

Existen referentes inspiracionales de los cuales como su palabra lo indica tomaremos como punto de partida para ayudar a la investigación y así reforzar más su respuesta, también están los referentes que existen en el mercado que son adquiridos por la fábrica para su uso, aunque estos no fueron diseñados para cumplir esa función. También es importante analizar diferentes logotipos realizados específicamente para empresas dedicadas a la fabricación y

comercialización de calzado. Esto nos permite examinar las diversas formas de identidad de estas empresas. (Ver anexo 8)

Conclusión: se analizan los elementos que están en la fábrica usados para la organización y también los que están en el mercado como diseños inspiracionales

1.2.5 Marco conceptual

La logística es el movimiento de los materiales desde una fuente u origen hasta su destino o usuario. (Del pino, 2024)

La logística representa de manera general dentro de la fábrica Jade Shoes, como fuera de ella y su relación con la transportadoras; asi mismo, para iniciar con el proceso de diseño es importante entender la logística general de trabajo de Jade shoes, y la logística dentro de la empresa. (Ver anexo 10). Si bien anteriormente se habló de la logística con los clientes, en el anexo 3 se especifica cómo funciona la logística dentro del área de trabajo de Jade Shoes. (Ver anexo 3)

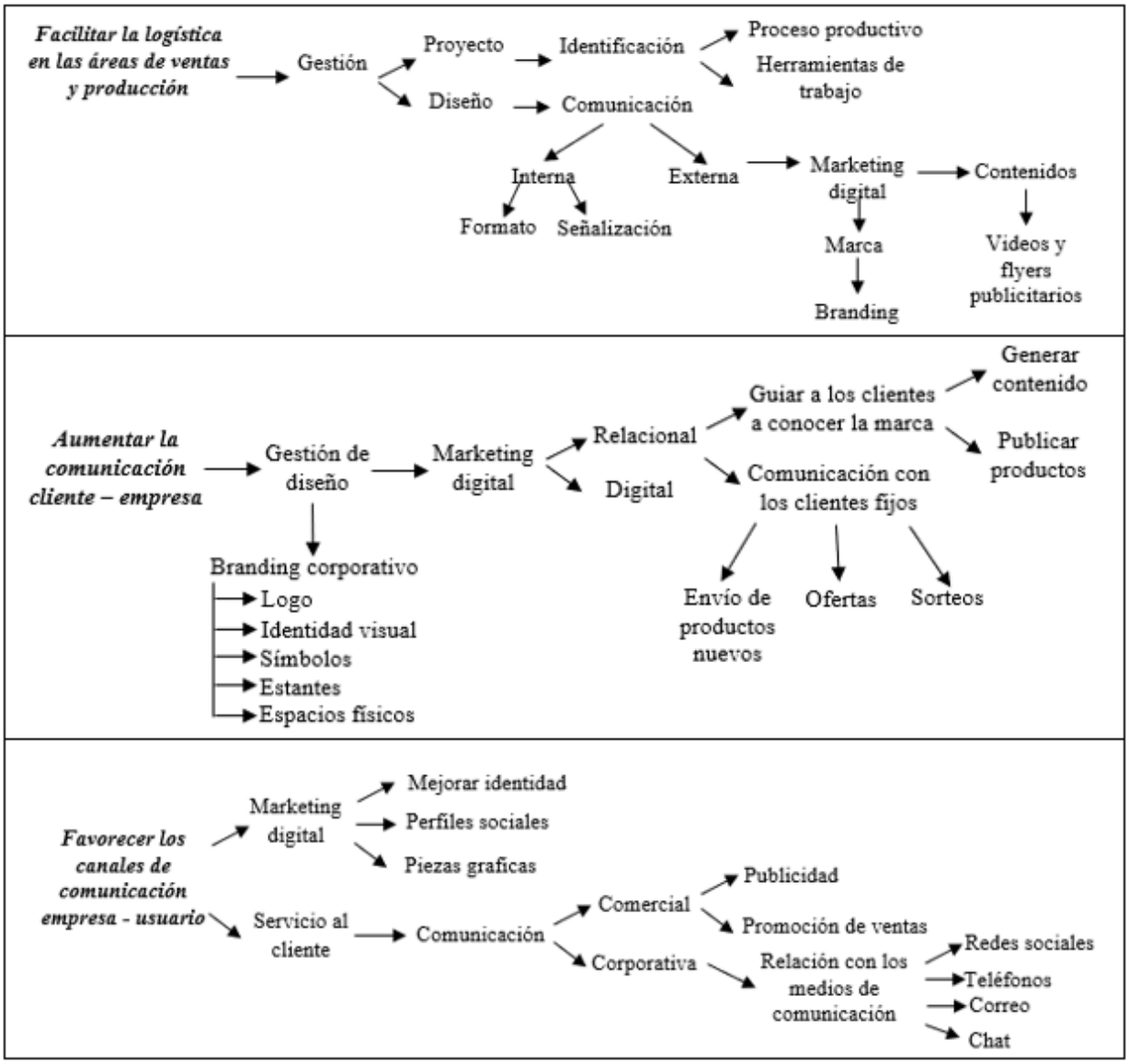
Conclusión: La logística de la empresa es importante conocerla, pues de allí se evidencias los problemas que generan pérdidas de tiempo en el proceso productivo.

2. CAPITULO II: PROCESO PROPUESTA DE DISEÑO

2.1 Conceptualización de los objetivos

Un proceso de conceptualización consiste en definir las ideas base que serán utilizadas para la estructuración del propósito y a su vez servirán para orientar toda la línea de diseño. (Ver diagrama 4)

Diagrama 4: Conceptualización de los objetivos. fuente: autora



Nota: se conceptualizaron los objetivos para abrir más canales de solución a las plasmáticas presentadas

2.2 Condiciones generales para el diseño

Se precisaron unas condiciones generales para generar unas ideas de diseño en la parte interna y externa tomadas de los usuarios.

Tabla 9: Requerimientos generales comunicación externa. fuente: autora

REQUERIMIENTOS GENERALES COMUNICACIÓN EXTERNA	
USO	• Que tenga facilidad en su uso, • Fácil adaptabilidad de los insumos a almacenar • Que sean productos sencillos con formas simples • Fácil de limpiar en sus superficies, protección de los elementos • Piezas prefabricadas, fáciles de encontrar en el mercado • Tener en cuenta tiradores e insumos para su fácil manipulación, y resistente a los esfuerzos • Ubicación del producto estratégica para todos los involucrados, en cuanto la luz, como se usa, su peso, fácil instalación y viceversa. • Permita una visualización de los insumos almacenados
FUNCION	• Tener en cuenta los insumos que están en el mercado para la elaboración de muebles • Resistente al peso de los elementos guardados • Utilizar diferentes sistemas para ampliar o reducir su capacidad de almacenaje siempre y cuando sea necesario • Que resista a los demás esfuerzos, compresión, tensión, torsión
ESTRUCTURA	• Tener en cuenta que los elementos diseñados tengan pocos elementos de construcción

	• Tener en cuenta las uniones, de los elementos, que se puedan ajustar o que queden fijas si es necesario • Tener en cuenta las cargas que van a tener los elementos diseñados • Tener en cuenta el tamaño de los elementos que irán almacenados
FORMALES	• Tener en cuenta las figuras básicas y colores que se deben aplicar • Que sea de un estilo minimalista y simplificado

Nota: requerimientos y determinantes para generar las ideas de diseño, para fortalecer la comunicación interna de la empresa Jade Shoes

Tabla 10: Requerimientos generales comunicación interna. Fuente: autora

REQUERIMIENTOS GENERALES COMUNICACIÓN INTERNA	
USO	• Se debe adaptar a diferentes piezas gráficas • Debe ser comprensible para el público • Tener en cuenta los colores que debe tener • Tener en cuenta las formas en que se debe usar
FUNCIÓN	• Represente la identidad de la marca
ESTRUCTURA	• Que haya un equilibrio entre la tipografía y las formas • Adaptarse en todos los tamaños • Que sea simplificado
FORMALES	• Tener en cuenta las formas, que ayuden a una conexión emocional con los usuarios • Que tenga una conexión visual

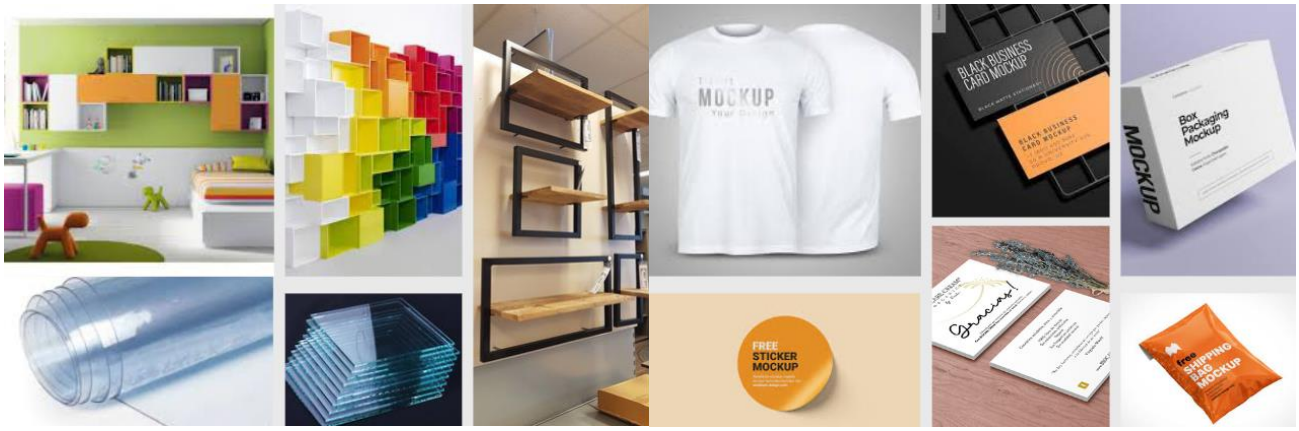
Nota: requerimientos y determinantes para generar las ideas de diseño, para fortalecer la comunicación interna de la empresa Jade Shoes

2.3 Proceso de ideación:

2.3.1 Moodboard:

Un Moodboard es una representación visual donde se recolectan muestras físicas de materiales colores dibujos y todo aquello que se relacione con lo que se quiere proponer y presentar al cliente (ver imagen 12). Es importante tomar en cuenta el estilo del contexto en donde se va a desarrollar el proyecto que las imágenes sean inspiración que contengan paleta de colores formas y todo lo relacionado con lo que se quiere aplicar. (Simonet.Anna, 2021)

Imagen 12: Moodboard. fuente: autora



Nota: elementos inspiracionales para la comunicación interna y externa. Fuente: autora

2.3.2 Técnicas de creatividad para generar ideas

Existe técnicas de creatividad para ampliar las posibilidades de solución que se quisieren presentar a los usuarios, unas de ellas son las llamadas, **sinéctica** inspirada en la teoría de Gestalt, para crear una manera de generar ideas entendiendo como se percibe y se organiza lo que se ve.

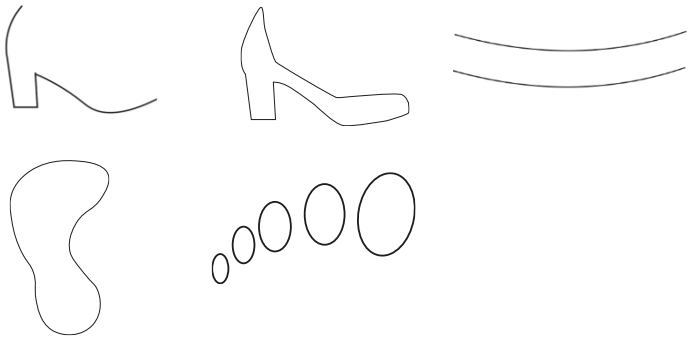
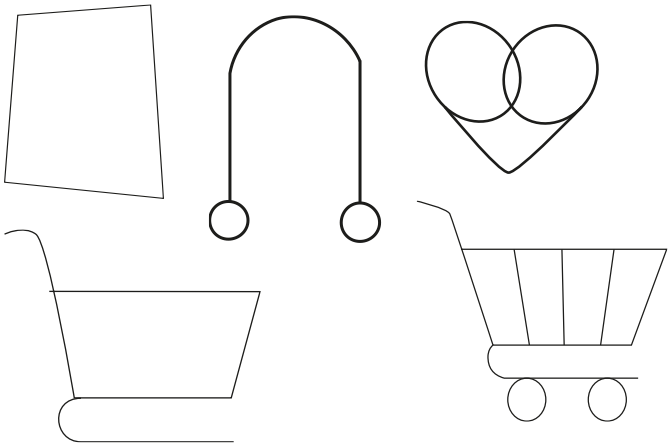
Se usará la técnica de creatividad **Google storming,** que consiste en buscar palabras al azar en Google y visualizar todas las imágenes y resultados que nos ofrece el buscador, a partir de allí surgirán muchas ideas que se deben registrar. En este caso, para la realización de la

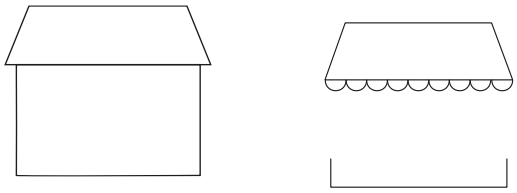
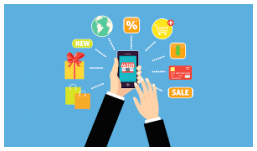
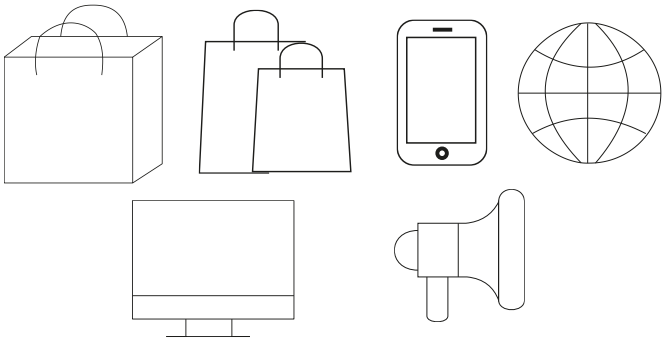
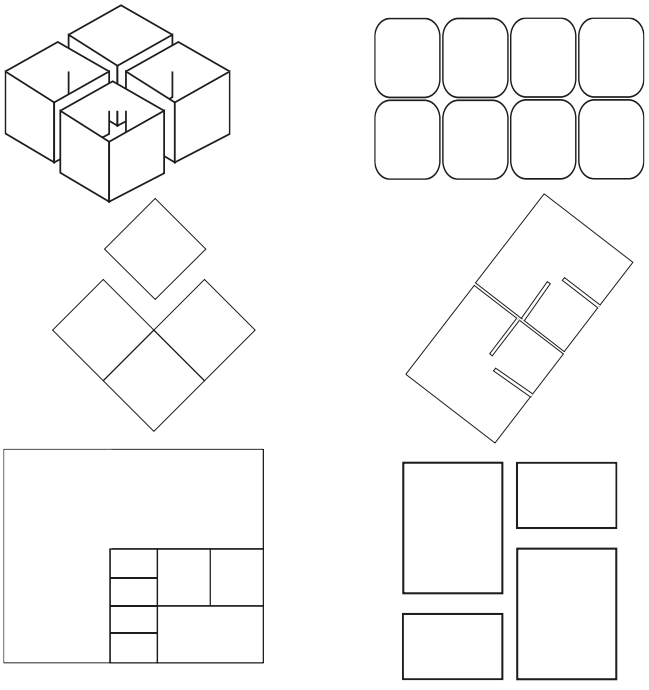
marca y los mobiliarios, se buscarán las palabras relacionadas con la problemáticas. La técnica esta detallada y especificada en el anexo 11.

2.3.3 Extracción de formas

Analizando la herramienta de creatividad Google storming, salieron más formas para aplicar a la comunicación externa e interna

Tabla 11: Extracción de formas. fuente: autora

Imágenes seleccionadas	Formas extraídas
Sandalia:  	
Compras:   	

Tienda: 	
Online:   	
Modularidad:  	

Nota: extracción de las formas arrojadas gracias a la implementación de la herramienta Google storming

2.3.4 Bocetación

Las ideas generadas en la estrategia de sinéctica y las extracciones de forma elaboradas gracias a la estrategia de Google storming, se plasman por medio de bocetos. (Ver anexo 12)

Posteriormente fueron presentados a los empresarios y con la participación de estos se seleccionaron las alternativas, para las correcciones y mejoras sugeridas. (Ver anexo 12)

2.3.5 Valoración y selección de ideas para el desarrollo de alternativas

Con anterioridad, se presentaron los bocetos con las ideas de la comunicación interna y externa a los empresarios, ellos, dieron un puntaje de 1 a 3, a cada una dando una luz de lo que se debe tomar en cuenta para hacer mejoras y acercarse a la propuesta final. Los puntajes con su valor son de 1: No cumple, 2: medianamente cumple, 3: cumple. Se tomaron como alternativas los bocetos con puntajes de 2 y 3 para presentar las mejoras para la comunicación interna y externa. (ver tabla 13 y 14)

Tabla 12: Valoración y selección de ideas. fuente: autora

Requerimiento general	Organizadores de insumos		Exhibidores		Organizador de textiles	
	A2	**A5**	**A3**	**A4**	**A1**	**A3**
Facilidad en su uso	3	3	2	3	3	3
Fácil adaptabilidad	3	3	3	3	3	3
Productos sencillos	3	3	2	3	2	3
Fácil de limpiar	3	2	2	2	1	3
Piezas prefabricadas	3	2	3	3	3	3
Fácil manipulación	3	3	3	3	3	3
Peso, fácil instalación	2	3	1	1	2	3
Permitir visualización	3	3	3	3	3	3

Insumos	3	3	3	3	2	3
Resistente al peso	3	3	3	3	3	3
Sistemas para optimizar uso	3	3	3	3	3	2
Que resista a los esfuerzos	3	3	3	3	3	3
Pocos elementos de construcción	3	3	2	3	3	3
Tener en cuenta las uniones	3	3	3	3	3	3
Tener en cuenta las cargas	3	3	3	3	2	3
Tener en cuenta de los elementos almacenados	2	2	3	3	3	3
Figuras básicas	3	3	2	3	3	3
Minimalista y simplificado	2	3	2	2	2	2
TOTAL	**49**	**51**	**46**	**50**	**47**	**52**

Nota: se tomaron solo las ideas más votadas por los empresarios, ellas se calificaron en base a los requerimientos generales planteados.

Conclusión: Según la tabla anterior, las ideas seleccionadas en cada categoría son organizador de insumos idea #5, exhibidor idea #3 y organizador de textiles idea #1

Tabla 13: Valoración y selección de idea comunicación externa. fuente: autora

Requerimiento general	Isologos		Logotipo	
	A1	**A5**	**A1**	**A3**
Fácil adaptabilidad	3	3	3	3
Comprensible para el publico	3	3	2	2
Tener en cuenta los colores	3	3	3	3

Tener en cuenta las formas	3	2	2	3
Representación de identidad	3	1	2	2
Equilibrio	2	3	3	3
Adaptarse en todos los tamaños	3	3	3	3
Simplificado	3	2	1	3
Conexión emocional	3	2	2	1
Conexión visual	3	1	2	2
TOTAL	**29**	**23**	**23**	**25**

Nota: se tomaron solo las ideas más votadas por los empresarios, ellas se calificaron en base a los requerimientos generales planteados.

Conclusión: Según la tabla anterior, las ideas seleccionadas en cada categoría son isologo idea #1, y organizador de textiles idea #1 y logotipo idea #5.

2.4 Condiciones específicas para precisar el diseño

2.4.1 Requerimientos y determinantes comunicación interna

Tabla 14: Requerimientos y determinantes comunicación externa. fuente: autora

Requerimiento de uso	**Factor determinante**	**Factor determinado**
Tener en cuenta la antropometría	Tamaños promedio de los trabajadores de la empresa	Empleados medida prox: Trabajador 1: 1.70 cm Trabajador 2. 1.79 cm Trabajador 3: 1.65 cm Trabajador 4: 1.66 cm Trabajador 5: 1.55 cm Alcance mínimo: 40cm

	Se debe tener en cuenta el alcance mínimo, altura de los ojos, altura de pie.	Alcance máximo: 60 cm Altura de los ojos: 1.60 cm Altura de pie: 1.67 prom.
Tener en cuenta la seguridad	Producto sencillo, formas simples, sin filos, cortantes, con aristas redondeadas.	Radio de aristas 5cm Diámetro 10 cm
De fácil reparación	Posibilidad de reparar el producto en caso de fractura. Elementos prefabricados que se puedan cambiar.	• Maderas • Tarugos • Tornillos • Tablas • Pegamentos
Tener en cuenta la practicidad	Que el producto cumpla la necesidad real y larga vida de uso.	Diseño modular, Ampliar dimensiones por medio de ranuras. Contenedores con insumos 5cm de diámetro. Gavetas y cajones para almacenaje de elementos pesados
Tener en cuenta la conveniencia	Que el producto responda positivamente ante la problemática: organizar elementos de tamaños pequeños, que mejore las	La integración se da por medio de la modularidad, cajones para organizar insumos y materia primas pesados, insumos como

	condiciones en el proceso productivo, que todos los elementos estén integrados. Que los usuarios tengan una mejor visibilidad de los insumos y materias primas.	hebillas, tornillos, adornos, herrajes, brillos, con unos límites por medio de ranuras y tablas para evitar caídas de los elementos. Utilización de vidrio, etiquetas y símbolos
Tener en cuenta que se pueda adaptar a un espacio reducido	Se debe tener en cuenta el lugar con el que se dispone que es un cuarto de 3 mt x 4mt y una sala de 5mt x 4mt x3 mt	Mobiliarios aéreos. Para insumos, mobiliarios con medias aproximadas de 10 cm de profundidad 40 cm de largo 15 cm de alto en la parte posterior y 5cm de alto en la parte frontal. Organizadores en tela para colgar Gavetas de 40 cm de alto x 20 cm de ancho Estante de canastillas
Tener en cuenta el mantenimiento	Que sea fácil de limpiar con paños secos o húmedos, productos para el cuidado de la madera.	Para proteger la durabilidad de la madera tríplex paños húmedos, limpia vidrios, protegerlos de la luz directa del sol.

		Para el organizador en tela cepillos con jabón y trapos húmedos, para limpieza de manchas.
Tener en cuenta la percepción	Que los elementos almacenados sean fáciles de identificar	Vidrios para mejorar la visibilidad, stikers con símbolos.
Requerimiento de función	**Factor determinante**	**Factor determinado**
Tener en cuenta la resistencia	Resistente a la humedad y a la tensión	Lluvias. Tornillos drywall para anclaje a la pared, rodachinas en polipropileno o PVC que soportan hasta los 50 kl por rodachina, ángulos de soporte. Telas resistentes, unidas por medio de costuras y pegamentos. Hierro. Madera tríplex de 18 mm más o menos, vidrio de 3 líneas
Tener en cuenta la confiabilidad	Que los mobiliarios y organizadores cuenten con buenos acabados, calidad, comportamiento óptimo del	Lluvias. Tornillos drywall para anclaje a la pared, rodachinas en polipropileno o PVC que soportan hasta

	producto ante las problemáticas presentadas.	los 50 kl por rodachina, ángulos de soporte. Telas resistentes, unidas por medio de costuras y pegamentos. Hierro Uso de máquinas como lijadora, sinfín, caladora, taladro, sierra de mano.
Tener en cuenta los mecanismos	Mecanismos para los cajones	Tiradores de tamaños adecuados dependiendo el agarre, bisagras que soporten hasta 20 kl, rodachinas en polipropileno o PVC que soportan hasta los 50 kl por rodachina, ángulos de soporte de 7 kl mínimo.
Requerimientos estructurales	**Factor determinante**	**Factor determinado**
Tener en cuenta el número de componentes	Tener en cuenta todos los insumo y materias primas que irán organizadas: productos de limpieza, de pegado, suelines, plantillas, herrajes, hilos.	Cajones, módulos, entre 3 a 4 compartimentos. Estante de canastilla entre 6 a 12 módulos.

	Tener en cuenta el número de piezas para ensamblar	Entre una a tres piezas Canastas entre 6 a 12 para adecuar en el estante.
Tener en cuenta la unión	Tornillo drywall, bisagras tipo librillo, ángulos en L	Bisagras para movilidad del producto (abrir y cerrar), tornillos para fijar las bisagras, ángulos en L, para fijar los mobiliarios aéreos. Soldadura por electrodo revestido (SMAW), usada para la unión de estructuras metálicas.
Tener en cuenta la gravedad del peso	Hacer una adecuada distribución de las cargas, sobre todo en los mobiliarios aéreos y el organizador en tela	Soporte rodachinas en propileno o PVC con la capacidad de soporte de 50 kl por rueda. Ángulos en L para soporte de peso de mobiliarios aéreos con una tolerancia de 7 kl.
Tener en cuenta la estructurabilidad	Tener en cuenta la función de cada uno de los componentes de los diferentes mobiliarios y organizadores	Adaptación de tres tipos de mobiliarios: • Mobiliario aéreo: para insumos con adaptación

		de módulos por medio de ranuras. • Organizador en tela: elaborado en material textil grueso con tela vinilo transparente para su visibilidad, aquí se organizarán todos los materiales textiles. • Estante para canastillas: donde se adecuarán las plantas cuando ya pasaron por su proceso de lijado, las canastas dan la modularidad
Requerimientos formal estéticos	**Factor determinante**	**Factor determinado**
Tener en cuenta el estilo de la empresa	Estilo minimalista y simplificado, colores oscuros.	Geometría repetitiva, hechos en tablas de tríplex o corcho, vidrios, hierro soldado.
Tener en cuenta la unidad	Tener en cuenta las formas de los mobiliarios: Formas simples, repetición de elementos,	Módulos que se convierten en super módulos, formas geométricas, cuadradas y

		rectangulares, con coherencia formal.
Tener en cuenta el interés	Tener en cuenta las figuras básicas geométricas, tamaño, colores neutros u oscuros.	Partes de la organización del organizador de textiles para una mayor protección de ellos. Formas de los mobiliarios aéreos para organización de insumos.

Nota: requerimientos y determinantes para generar las ideas de diseño, para asi fortalecer la comunicación interna de la empresa Jade shoes

Tabla 15: Requerimientos y determinantes comunicación externa. fuente: autora

Requerimientos de uso	**Factor determinante**	**Factor determinado**
Debe tener una lectura correcta	Que el público pueda leer y correctamente un logotipo, isotipo o ilustración	Tipologías de fuentes legibles: Fuentes serif, sans serif, slab serif, script, decorativas.
Los colores aplicados deben representar a la marca	Productos dirigidos a la línea femenina, que evoquen elegancia y feminidad. Nombre de la marca Jade shoes	Fuentes script  Colores opcionales 

Imagen que se adapte a todo tipo de piezas gráficas y redes sociales	Piezas para dar a conocer y acercar a los clientes fijos con la empresa.	Camisas, empaques, stikers, tarjetas, imagen de fondo para pc, fachada o exteriores. WhatsApp, Instagram, Facebook, TikTok.
Requerimientos formal estéticos	**Factor determinante**	**Factor determinado**
Se debe tener en cuenta el estilo	Clasificar las formas, colores y fuentes tipográficas	Paleta de colores verdes: Pantone 17-6030 jelly vean, Pantone 14-0156 summer green, Pantone 16-6340 classic Green. Fuentes serif, sans serif, slab serif, script, decorativas.
Tener en cuenta la estabilidad	Tener un equilibrio y gravedad	Distribución de las formas o texto de la razón social
Requerimientos de identidad	**Factor determinante**	**Factor determinado**
Debe representar lo que quiere vender la marca	Formas, elementos gráficos	Elementos que transmitan un sentimiento que generen una conexión con el publico
Colores aplicados con base a la identidad la marca	Psicología del color	Color verde: se asocia con la naturaleza, la frescura y la armonía. También se percibe como equilibrado
Tener en cuenta el estilo	Fuentes con curvas, recorridas o cursivas	Tipografías como: avenir, recoleta, poppins, steak, southwave,

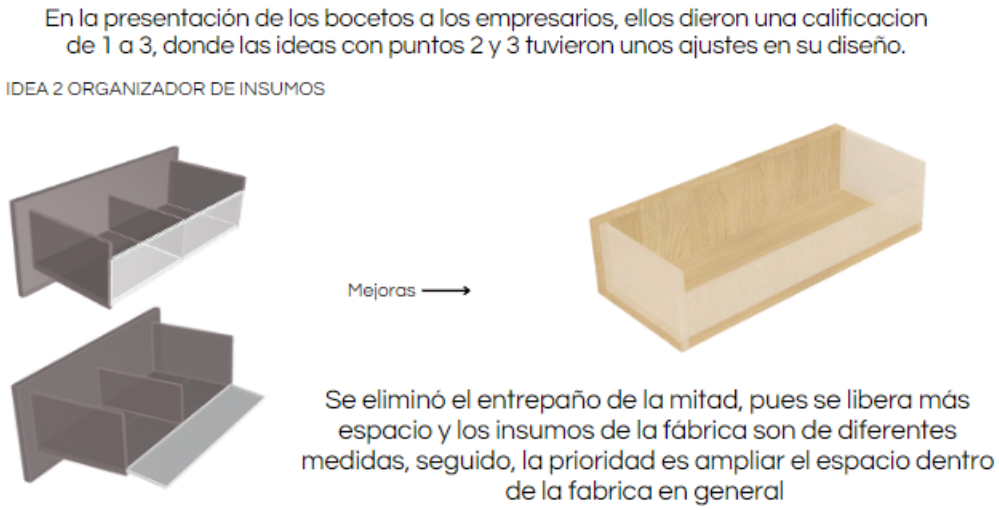
Nota: requerimientos y determinantes para generar las ideas de diseño, para asi fortalecer la comunicación externa de la empresa Jade shoes

2.4.2 Desarrollo de alternativas:

Para hacer una evolución de alternativas con sus respectiva modificaciones y mejoras, se toman en cuenta los resultados obtenidos de las matrices anteriores (ver tabla 12 y 13), estas modificaciones se hacen tomando en cuenta las recomendaciones y apreciaciones de los empresarios, y las condiciones específicas para precisar el diseño.

2.4.2.1 Desarrollo de alternativas comunicación interna

Imagen 13: Evolución de alternativa #2. fuente: autora



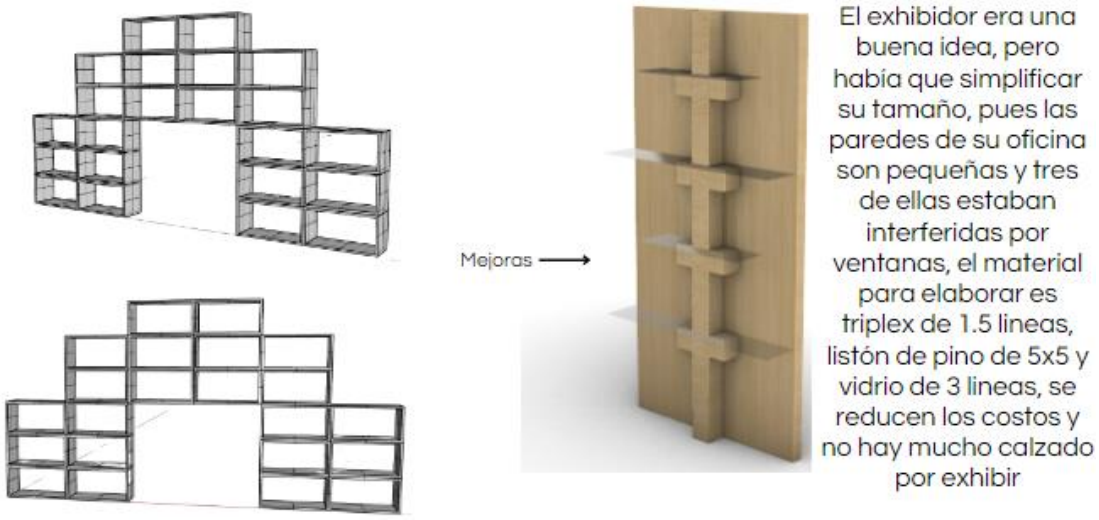
Nota: el mueble no será tipo anclaje, será simplificado, de medida menor para proteger de caídas a los insumos

Imagen 14: Evolución alternativa #5. fuente: autora



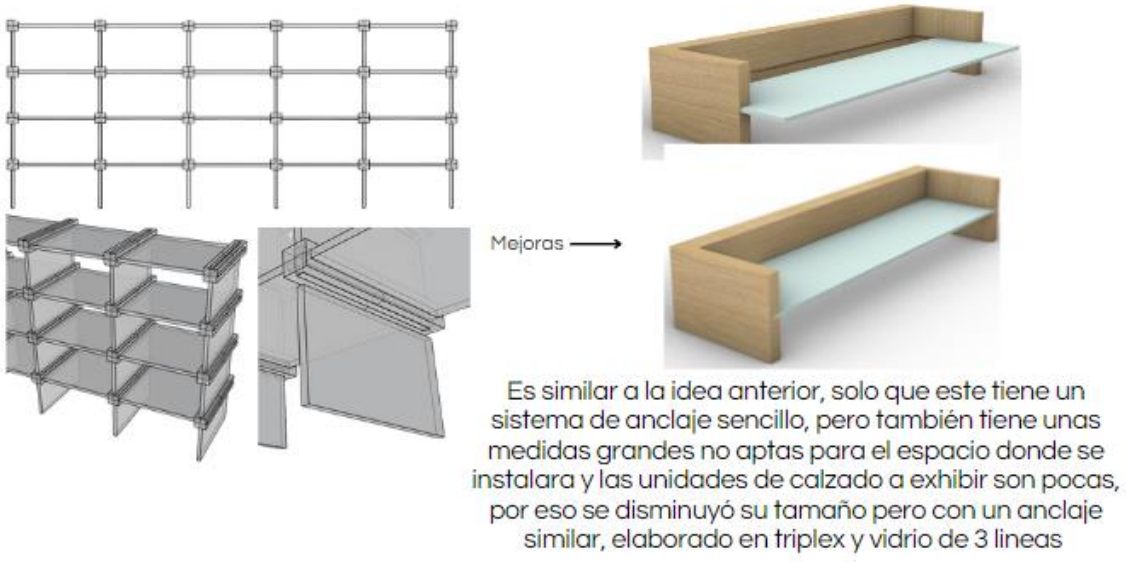
Nota: se cambian los tubos de polietileno a contenedores de madera.

Imagen 15: Evolución de idea #3. fuente: autora



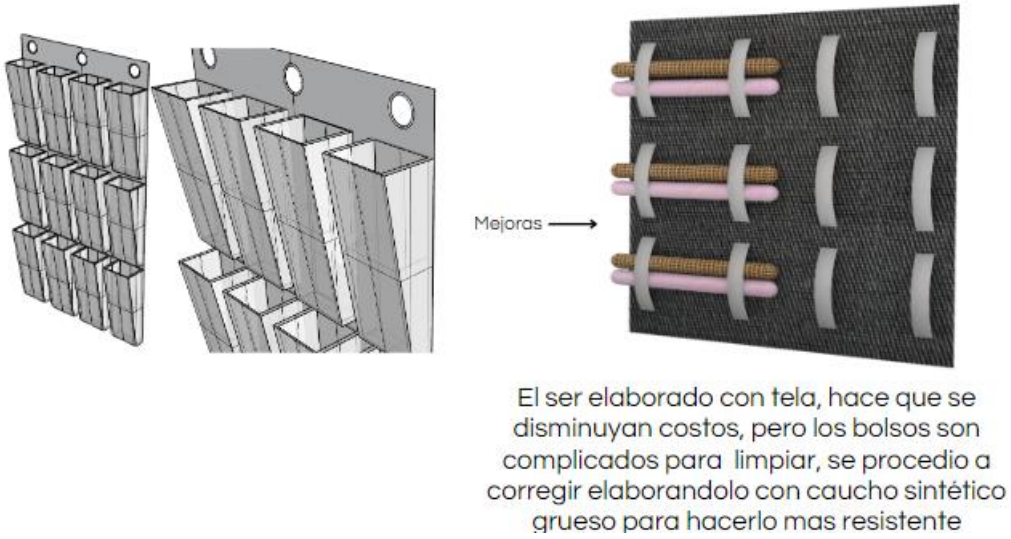
Nota: se simplifica en sus piezas para minimizar costos, las unidades almacenadas son menores a diez pares.

Imagen 16: Evolución de exhibidor #5. fuente: autora



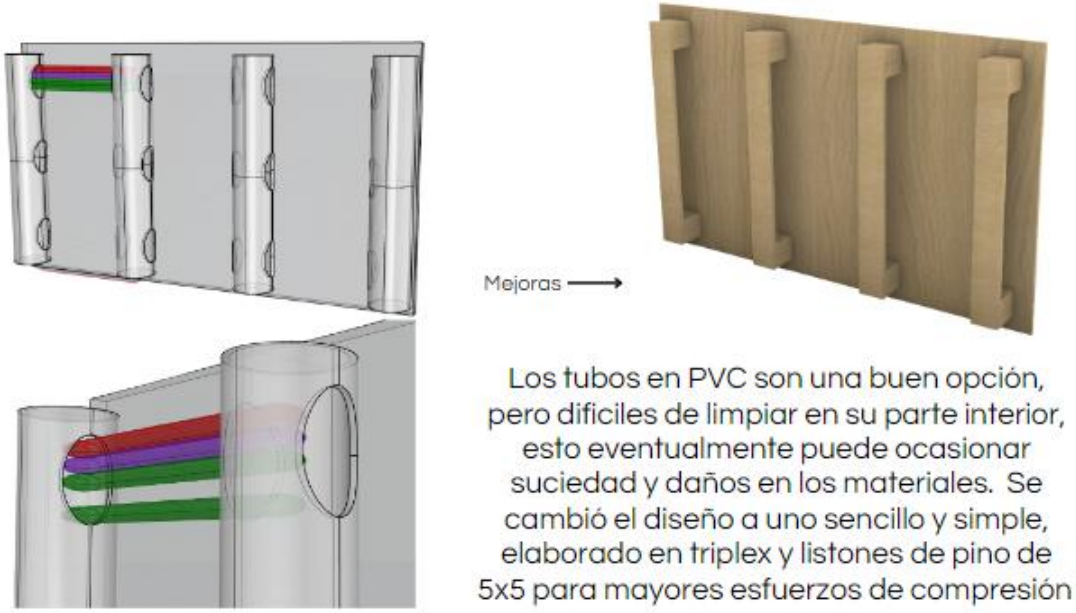
Nota: se simplifica en sus piezas para minimizar costos, las unidades almacenadas son menores a diez pares.

Imagen 17: Evolución de idea de organizador de textiles #1. fuente: autora



Nota: se modifican los bolsillos a tirante textil para mejor visibilidad y limpieza

Imagen 18: Evolución de organizador de textiles #3. fuente: autora



Nota: se modifican los bolsillos a tirante textil para mejor visibilidad y limpieza

2.4.2.2 Desarrollo de alternativas comunicación externa

Imagen 19: Evolución de isologo #1. fuente: autora



Nota: se conserva el corazón, tal cual lo desea el empresario, pero se cambió la tipología de fuente a una que inspire delicadeza y feminidad

Imagen 20: Evolución isologo #5. fuente: autora



Nota: Se dejó la fuente manuscrita como la oficial

Imagen 21: Evolución logotipo #1. fuente: autora



Nota: *se escogió otra la cual le gusto aún más, por ser de una Inter letra mínima y sus curvas líneas*

2.5 Valoración y selección de alternativas

Se realizaron prototipos de las alternativas mejoradas, las cuales fueron presentadas a los empresarios, ellos de manera participativa aportaron opiniones y aportaron unas últimas mejoras con base a su rutina laboral las cuales se tomarán en cuenta para la propuesta final. (Ver anexo 13)

2.6 Detalles propuesta final

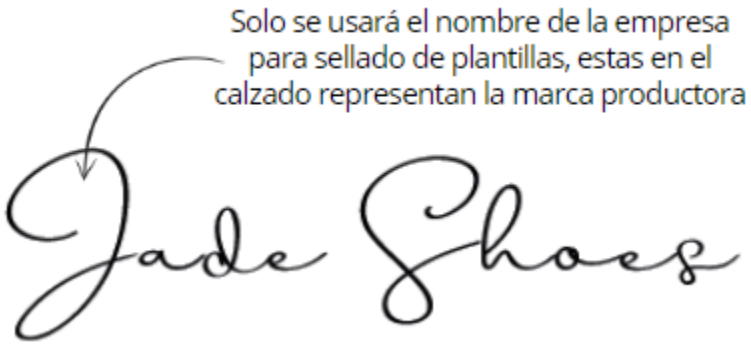
2.6.1 Detalles propuesta final comunicación externa

Imagen 22: Propuesta final isologo. fuente: autora



Nota: la fuente seleccionada fue script, corazón con textura low poly, color verde jade.

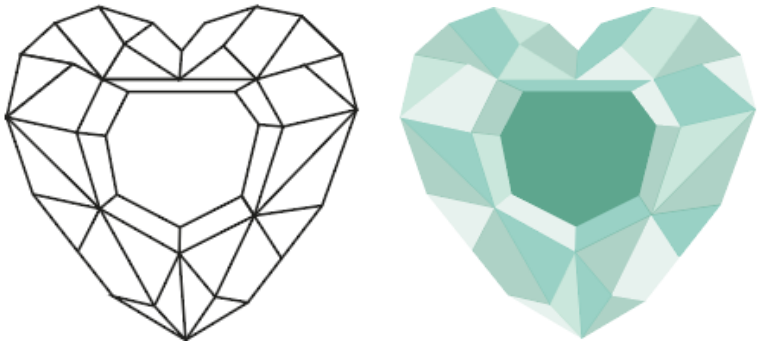
Imagen 23: Tipología de fuente isologo. fuente: autora



Nota: solo se usará para la impresión en plantilla del calzado

2.6.2 Iconógrafo del corazón y paleta de colores

Imagen 24: Iconógrafo y paleta de colores. fuente: autora

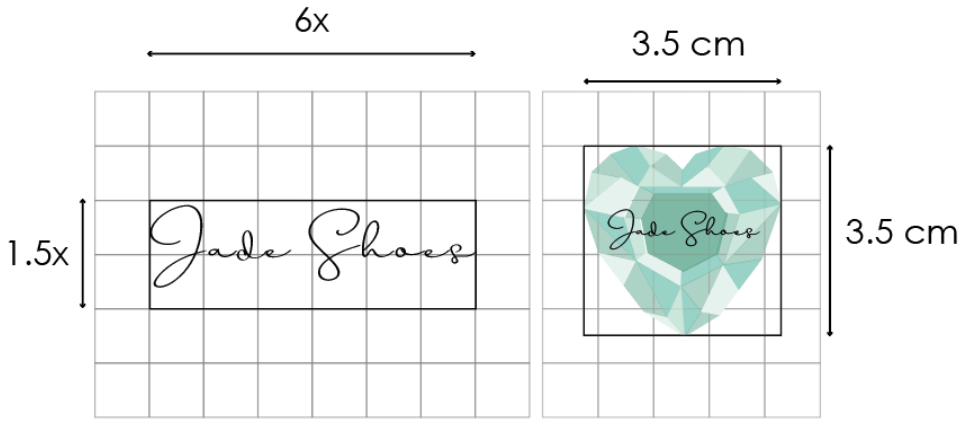


PANTONE		PANTONE		PANTONE		PANTONE		PANTONE	
C 65,23	R 96	C 53,13	R 129	C 65,23	R 96	C 30,47	R 191	C 12,11	R 231
M 14,45	G 167	M 1,17	G 198	M 14,45	G 167	M 0	G 224	M 0,39	G 242
Y 50,78	B 143	Y 34,38	B 183	Y 50,78	B 143	Y 21,88	B 211	Y 8,,59	B 238
K 0,78		K 0		K 0,78		K 0		K 0	
	#60A78F		#81C6B7		#60A78F		#BFEOD3		#E7F2EE

Nota: colores establecidos para la marca jade shoes y formas del corazón

2.6.3 Tamaño mínimo

Imagen 25: Isologo tamaño mínimo. fuente: autora



Nota: isologo para todas las representaciones publicitarias, fuente para sello y plantillas del calzado

2.6.2 Detalles propuesta final comunicación interna

Imagen 26: Propuesta final organizador de insumos. fuente: autora



Nota: mobiliario aéreo para organización de insumos, elaborado en tríplex de 3lineas y 1.5 líneas para la pieza frontal, unido por tornillos drywall, sostenido con ángulos L con una tolerancia de 25Kg y tornillos acerados galvanizados

Imagen 27: Propuesta final organizador de accesorios. fuente: autora



Nota: elaborado en tríplex de 0.5 mm y acetato en tela, para fácil cambio, varios contenedores para diferentes referencias de accesorios

Imagen 28: propuesta final organizador de textiles. fuente: autora



Nota: este exhibidor está elaborado en piso y tríplex

Imagen 29: Propuesta final exhibidor. fuente: autora



Nota: diseño simplificado de exhibidor de calzado, anclado en pared y elaborado en tríplex y tornillos drywall, sistema de ensamble

3.CAPITULO III: COMPROBACIONES

3.1 Modelos de comprobación

Los modelos bidimensionales se generaron como respuesta a los procesos anteriores de ideación para cumplir con los objetivos propuestos en este proyecto por medio de apreciaciones en 3D, cercanas al producto final.

La empresa de Jade Shoes contaba con una zona de trabajo que se veía interferida por diferentes elementos de gran tamaño y que no eran usados en su totalidad para uso organizacional, lo cual el espacio de circulación era limitado, a través del desarrollo de este proyecto se definieron tipos de muebles simplificados y minimalistas tomando en cuenta que la fábrica es de espacios reducidos.

Para las comprobaciones de la comunicación externa, se elaboró el manual de identidad, importante porque establece las bases sobre las que se proyecta la imagen de una empresa interna y externamente.

La empresa Jade Shoes contaba con piezas grafica que no tenían una línea de desarrollo definida en sus presentaciones, esto repercute en una imagen que resulta confusa, y limita a los usuarios a percibir la marca y a reconocerla de manera concisa en su parte gráfica. Se establecieron elementos como paleta de colores, tipografías, imágenes y formas que representen la real identidad de la marca.

3.2 Cumplimiento de los objetivos del proyecto

Tabla 16: Comprobaciones objetivo 1. Fuente: autora

1. DESCRIPCION DEL PROTOCOLO	
Nombre: comprobación objetivo #1	FACILITAR LAS LOGÍSTICAS EN EL ÁREA DE VENTAS Y PRODUCCIÓN

<table>
<tr><td>Técnicas y/o herramientas:

Evidencia fotográfica de la fábrica (Por cuestiones laborales desistieron de una entrevista)</td><td>¿Qué se comprobará?

• Que los empleados tienen un mejor formato de diligenciamiento de datos para elaborar los pedidos con observaciones, y así, no cometer errores en su proceso productivo.
• Una organización de insumos y materias primas en la fábrica para evitar pérdidas y compras innecesarias de materiales existentes.
• Que se mejora el espacio de circulación, pues la fábrica es muy pequeña y hay estantes que, por su tamaño y función, no son necesarios en estas áreas de trabajo</td></tr>
<tr><td colspan="2">2. FICHA TÉCNICA DEL PROTOCOLO</td></tr>
<tr><td>Fecha: 4 de abril de 2024 – 18 de abril de 2024</td><td>Participantes:

• Jasmin Lindarte (Gerente – gestora de calidad)
• Eduard Guerrero (Administrador y Cortador)
• Shaina León (Armadora y forradora)
• Sirley Campos (Guarnecedora)
• Alesson Álvarez (Montador, soletero)</td></tr>
<tr><td>Tiempo de duración:

Dos semanas</td><td>Recursos necesarios:

• Cámara
• Agenda
• Computadora</td></tr>
</table>

3. PROCEDIMIENTO DEL PROTOCOLO

- Se tomaron fotografías de la fábrica con sus actuales muebles, dejando en evidencia la desorganizaciones que se presenta
- Se tomaron fotografías de los nuevos muebles y como están organizados los insumos
- Por medio de una imagen en 3d donde s evidencie el aumento de espacio de circulación

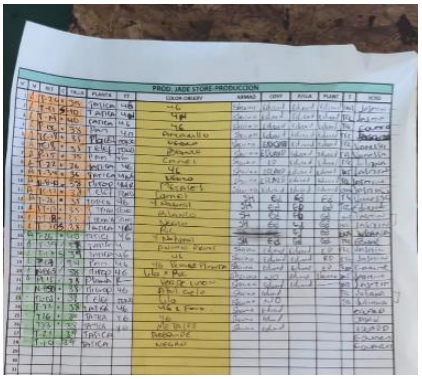
1. RESULTADOS OBTENIDOS

Antes de la intervención

Organizador de accesorios

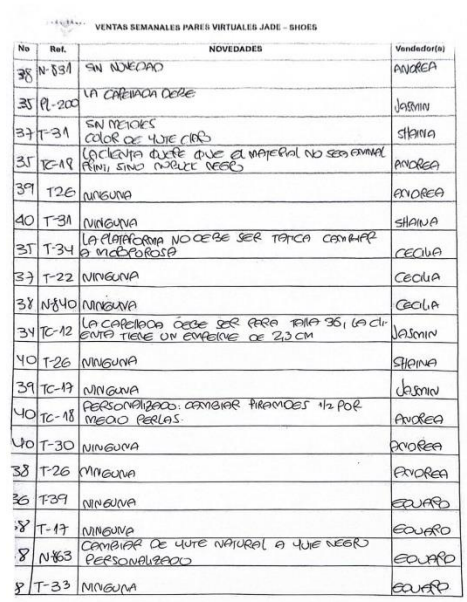


Formato:



Después de la intervención:





VENTAS SEMANALES PARES VIRTUALES JADE – SHOES

No	Ref.	NOVEDADES	Vendedor(s)
38	N-831	SIN NOVEDAD	ANDREA
35	PL-200	LA CAPELLADA DEBE	JASMIN
37	T-31	SIN METALES COLOR DE YUTE CLARO	SHAINA
35	TC-18	LA CLIENTA QUIERE QUE EL MATERIAL NO SEA ANIMAL PRINT, SINO NUBUCK NEGRO	ANDREA
39	T26	NINGUNA	ANDREA
40	T-31	NINGUNA	SHAINA
35	T-34	LA PLATAFORMA NO DEBE SER TATICA CAMBIAR A MORPOROSA	CECILIA
37	T-22	NINGUNA	CECILIA
38	N-840	NINGUNA	CECILIA
34	TC-12	LA CAPELLADA DEBE SER PARA TALLA 36, LA CLIENTA TIENE UN EMPEINE DE 2,3 CM	JASMIN
40	T-26	NINGUNA	SHAINA
39	TC-17	NINGUNA	JASMIN
40	TC-18	PERSONALIZADO: CAMBIAR PIRAMIDES 1/2 POR MEDIO PERLAS.	ANDREA
40	T-30	NINGUNA	ANDREA
38	T-26	NINGUNA	ANDREA
36	T-39	NINGUNA	EDUARDO
8	T-17	NINGUNA	EDUARDO
8	N-863	CAMBIAR DE YUTE NATURAL A YUTE NEGRO PERSONALIZADO	EDUARDO
8	T-33	NINGUNA	EDUARDO

organizador de insumos: 	
Organizador de textiles: 	
Exhibidor 	
Ver fotografías e imagen 3d, de las comprobaciones en anexo 15	
2. CONCLUSIONES DEL PROTOCOLO DE COMPROBACIÓN	

• Se usaron sistemas de ensamble • Son muebles pequeños, cada uno para cada elemento • Son aéreos , ayudan a liberar espacio • No se fabrica un solo mueble para todos los elementos, cada área tendrá su propio mueble
3. CAMBIOS NECESARIOS
• Pulir detalles • En el contenedor de accesorios se requiere mayor señalización

Nota: formato de comprobación

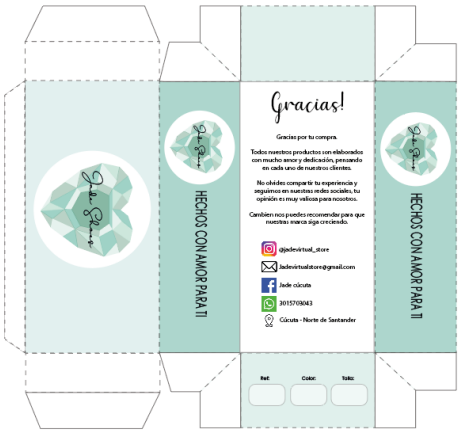
Tabla 17: Comprobaciones objetivo 2. Fuente: autora

1. DESCRIPCION DEL PROTOCOLO	
Nombre: Objetivo #2	AUMENTAR LA COMUNICACIÓN CLIENTE - EMPRESA
Técnicas: Entrevistas	**¿Qué se comprobará?** • Que con el manual de identidad presentado a los empresarios sientan una afinidad con detalles como los colores, las formas y las tipologías de fuentes.
2. FICHA TÉCNICA DEL PROTOCOLO	
Fecha: 5 de abril de 2024	**Participantes:** • Jasmin lindarte (Gerente – gestora de calidad) • Eduard Guerrero (Administrador – cortador)
Tiempo de duración: Un día	**Recursos necesarios:** • Computador • Cámara fotográfica

3. PROCEDIMIENTO DEL PROTOCOLO

- Se realiza la entrevista a los empresarios sobre la nueva imagen corporativa

4. RESULTADOS OBTENIDOS

Antes de la intervención	**Después de la intervención**
Imagen 	  
Caja 	
Bolsas 	

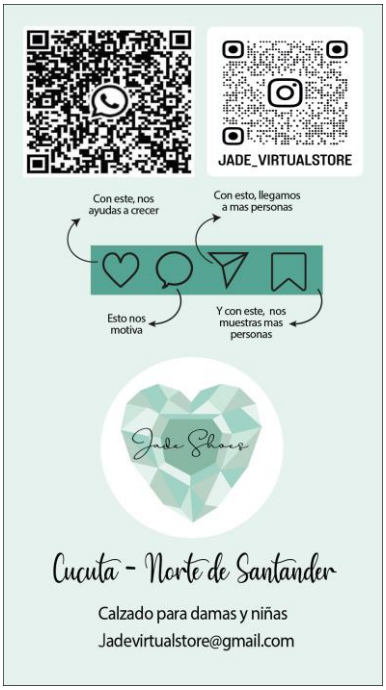
Plastifecha





Tarjeta de presentación:





Ver evidencia del manual de identidad en el anexo 16

5. CONCLUSIONES DEL PROTOCOLO DE COMPROBACIÓN

- Los colores usados en las imágenes son solo cuatro verdes
- Los empresarios tuvieron una reacción positiva acerca del manual

6. CAMBIOS NECESARIOS

No se registraron cambios

Nota: formato de comprobación

Tabla 18: Comprobaciones objetivo 3. Fuente: autora

<table>
<tr><td colspan="2">1. DESCRIPCION DEL PROTOCOLO</td></tr>
<tr><td>Nombre:

Objetivo #3</td><td>FAVORECER LOS CANALES DE COMUNICACIÓN EMPRESA – USUARIO</td></tr>
<tr><td>Técnicas:

Encuesta</td><td>¿Qué se comprobará?
Mejorar los perfiles sociales y las piezas graficas de la empresa Jade Shoes
Mejorar las publicidades de la empresa Jade Shoes
La aceptación de los clientes a la nueva imagen corporativa de la empresa.</td></tr>
<tr><td colspan="2">2. FICHA TECNICA DEL PROTOCOLO</td></tr>
<tr><td>Fecha:

5 de abril de 2024</td><td>Participantes:
Jasmin lindarte (Gerente – gestora de calidad)
Clientes Jade Shoes</td></tr>
<tr><td>Tiempo de duración:

Tres días</td><td>Recursos necesarios:
Computador
Celular</td></tr>
</table>

3. PROCEDIMIENTO DEL PROTOCOLO

- Por medio de una encuesta se mostraron a los clientes las nuevas reformas de la marca para que dieran sus opiniones al respecto
- Se les mostro las nuevas publicidades de la marca
- Se les expone la personalización de las redes sociales

4. RESULTADOS OBTENIDOS

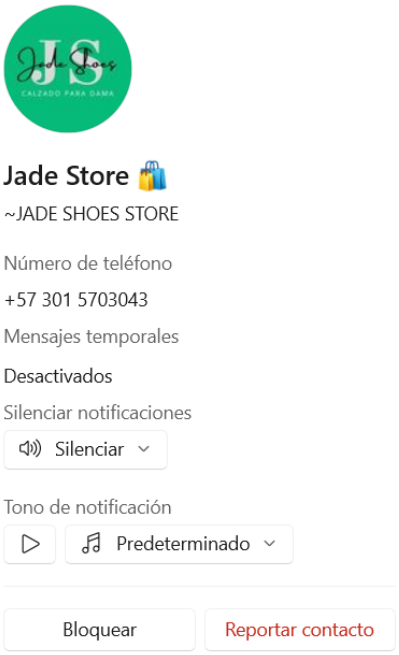
Antes de la intervención	**Después de la intervención**
Piezas gráficas    	  

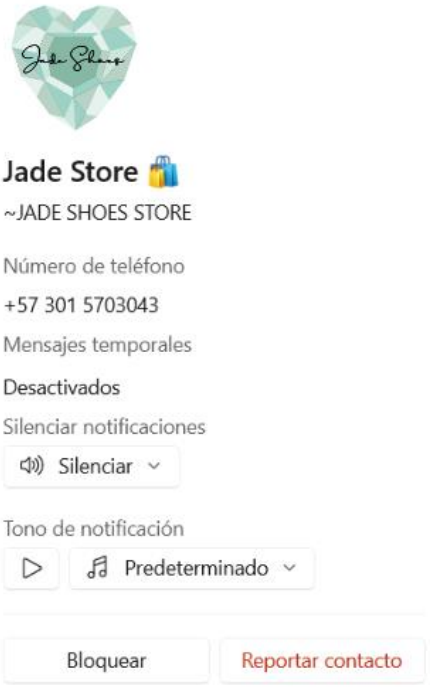
Instagram



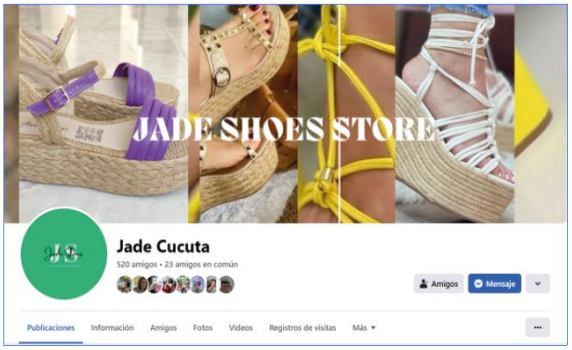


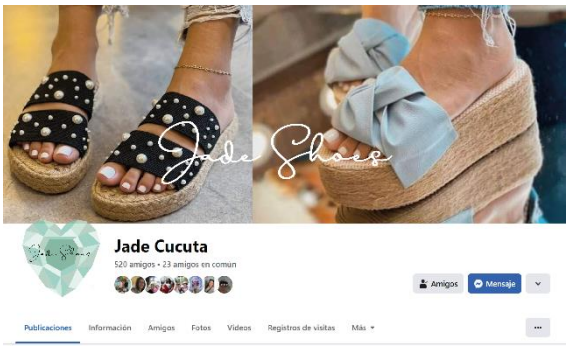
WhatsApp





Facebook





Ver evidencia en el anexo 17 *(encuesta)*

5. CONCLUSIONES DEL PROTOCOLO DE COMPROBACIÓN
• Los clientes fijos tuvieron una respuesta favorable hacia el proyecto sintieron una mayor fidelización hacia la marca y un sentimiento de familiaridad • Reconocen la imagen del corazón con textura low poly como elemento de la marca de manera inmediata
6. CAMBIOS NECESARIOS
No se registraron cambios

3.3 Conclusiones de las comprobaciones

Con base al anterior proyecto investigativo, se logró facilitar la logística en las áreas de ventas y producción, dándole a los empleados un espacio más amplio de trabajo, una mejor organización en sus insumos para evitar pérdidas, y una mejor visibilidad en los formatos para la diligenciacion de datos que se requieren a la hora de producir el producto, pues estos son más específicos y elimina el margen de error.

También se pudo aumentar la comunicación cliente empresa con el diseño de la imagen corporativa, pues es una empresa que tenía piezas gráficas con diferente identidad, las tipologías en sus fuentes no se no se asemejan a lo que se quería mostrar, los colores tampoco reflejaban una imagen concreta y con los nuevos productos se expone a los usuarios una marca dirigida hacia los valores que se quieren representar y con los cuales buscan ser reconocidos en el mercado local, regional y nacional.

Y, por último, se logró favorecer los canales de comunicación empresa usuario, pues se actualizaron las redes sociales que solo servían para la salida y entrada de mensajes, no tenían unos catálogos actualizados, con la ayuda del manual de identidad que se presentó por medio de la encuesta que se elaboró, los 50 clientes fijos validaron la aceptación de la nueva imagen, reconocen sus formas y con esto se logró atraer clientes potenciales.

4. CAPITULO IV: ANÁLISIS DE LOS FACTORES

4.1 Análisis del factor producto

4.1.1 Análisis configuración formal

La comunicación externa, en general para Jade Shoes, como identidad de marca, es el corazón que representa el amor por el trabajo realizado, y su tipología de fuente que transmite delicadeza y feminidad.

Es una identidad que inclusive antes de la intervención del diseñador ya era conocida por su corazón lo cual por observación del empresario no se podía quitar o reemplazar. Los colores implementados son los colores de la paleta verde jade implementada aquí con sus respectivos códigos, ya que la palabra “Jade” hace referencia a una piedra cuyas energías positivas impulsan el amor y fortalecen los lazos y vínculos entre personas, así como es un símbolo de buena suerte.

La ornamentación por medio del estilo low poly, está en creciente tendencia sobre todo dentro de la animación, es una técnica que se basa en el diseño objetos tridimensionales, pero utilizando polígonos de baja resolución. Los verdes utilizados por recomendaciones para su eventual impresión son de cinco colores, siendo cuatro de ellos los repetitivos y solamente uno se utiliza en la parte frontal del isologo, para dar un punto focal y sobre él, se lee la razón social de la empresa.

En su comunicación interna, para la experta en diseño de interiores Hanna Starauschek, se debe hacer una meticulosa elección de muebles y otros elementos deben ser amplios acogedores y con capacidad de almacenamiento.

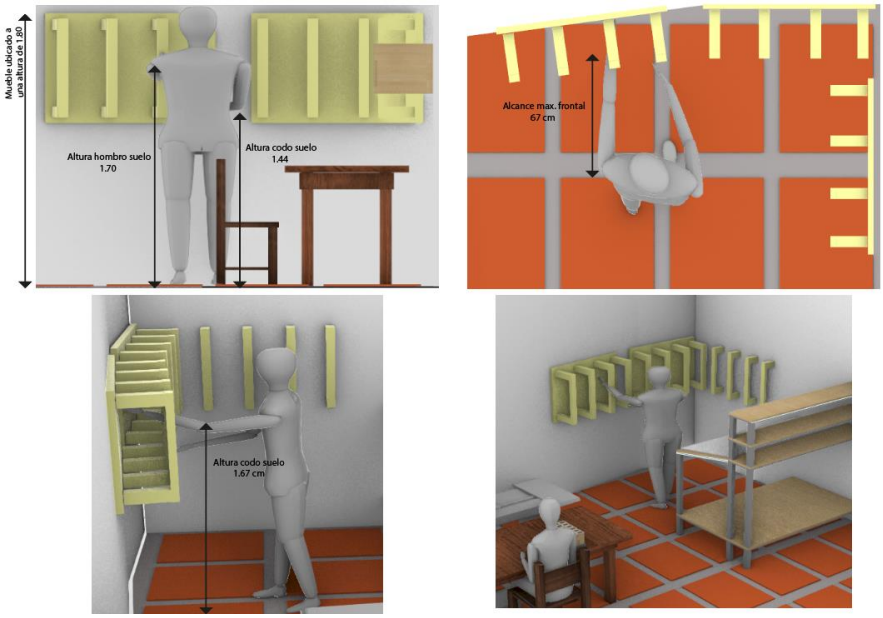
Los muebles elaborados tienen como primera instancia, la mejora del espacio de circulación dentro de la fábrica Jade Shoes, son muebles que siguen el arte del minimalismo, una corriente artística que solo utiliza elementos mínimos y básicos, la prioridad como se mencionó anteriormente es por medio de la organización ampliar el espacio para que los empleados circulen dentro de la empresa. Se tuvo en cuenta que los mobiliarios aéreos son los

más idóneos para estos casos, ya que son una excelente opción para aprovechar al máximo el espacio disponible, se emplearon para la organización de insumos decorativos textiles y exhibidores formas sencillas simples y de bajo costo elaborados en madera tríplex, su metro cuadrado de tres líneas equivale a $12,382. Se tuvo en cuenta que los mobiliarios aéreos son los más idóneos para estos casos, ya que son una excelente opción para aprovechar al máximo el espacio disponible, se emplearon para la organización de insumos decorativos, textiles y exhibidores, formas sencillas simples y de bajo costo elaborados en madera tríplex, su metro cuadrado de tres líneas equivale a $12.300. Definitivamente una madera fácil de trabajar y rústica, ideal para el entorno en donde se va a instalar, entre sus otros atributos, es que es un tablero muy versátil su dureza fuerte y su estructura, lo hace apto para la intemperie, y se puede rutear lacar, barnizar y pintar.

4.2 Análisis factor humano

Este factor es importante, ya que como se refleja en los objetivos específicos en su parte interna, se quiere facilitar la logística la producción y ventas, esto por medio de muebles aéreos que mejoren la organización de insumos y se mejore el espacio de circulación. (Ver anexo 18) (Ver imagen 30, 31,32 y 33). Y, en su parte externa se quiere aumentar la comunicación cliente empresa y favorecer los canales de estos.

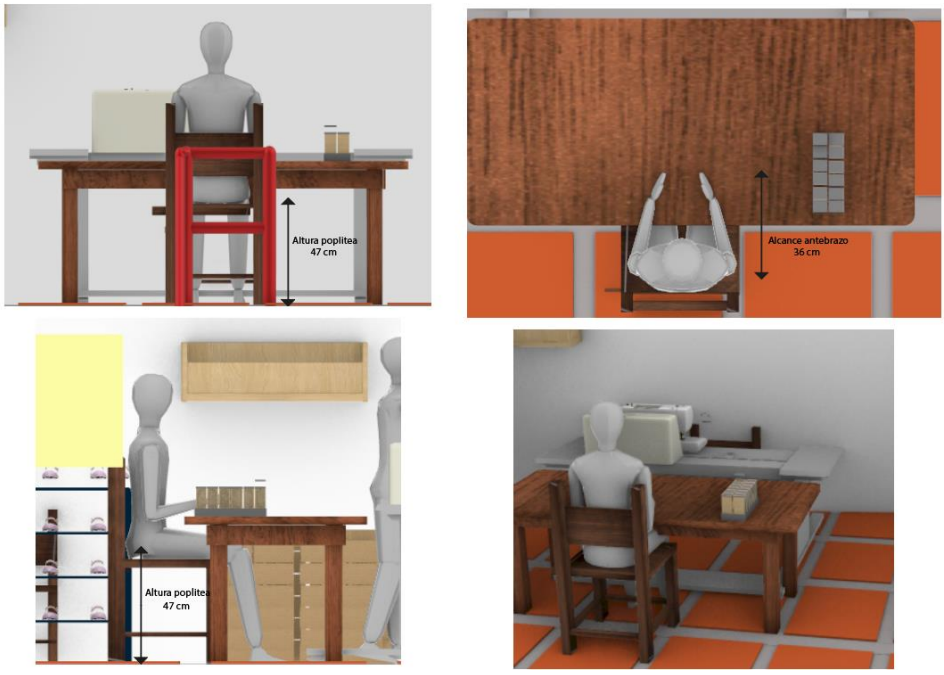
Imagen 30: usabilidad del organizador de textiles. fuente: autora



Nota: el organizador de textiles se ubicó a la altura de los ojos, izquierda superior vista frontal, derecha superior vista superior, izquierda inferior vista lateral, derecha inferior vista perspectiva

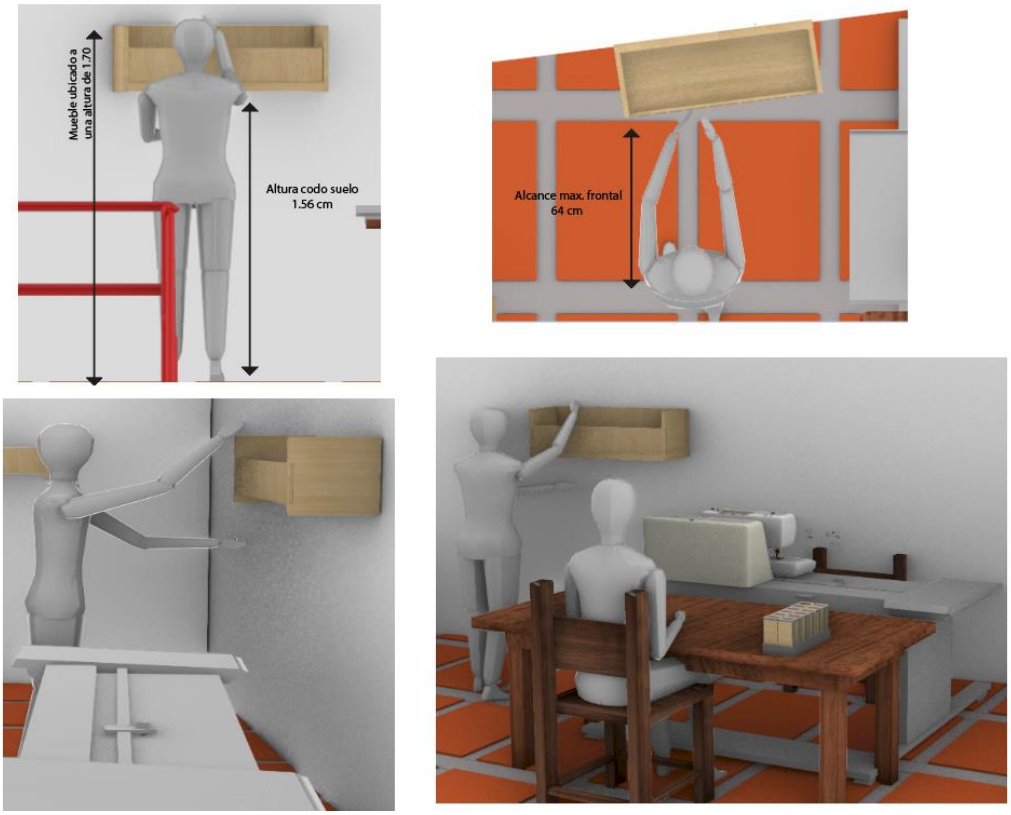
El textil promedio almacenado es de 2 kl promedio, son rollos de un tamaño máximo de 60 cm de largo.

Imagen 31: Usabilidad del organizador de accesorios. fuente: autora



Nota: el organizador de accesorio se ubicó en la mesa del trabajo, izquierda superior vista frontal, derecha superior vista superior, izquierda inferior vista lateral, derecha inferior vista perspectiva

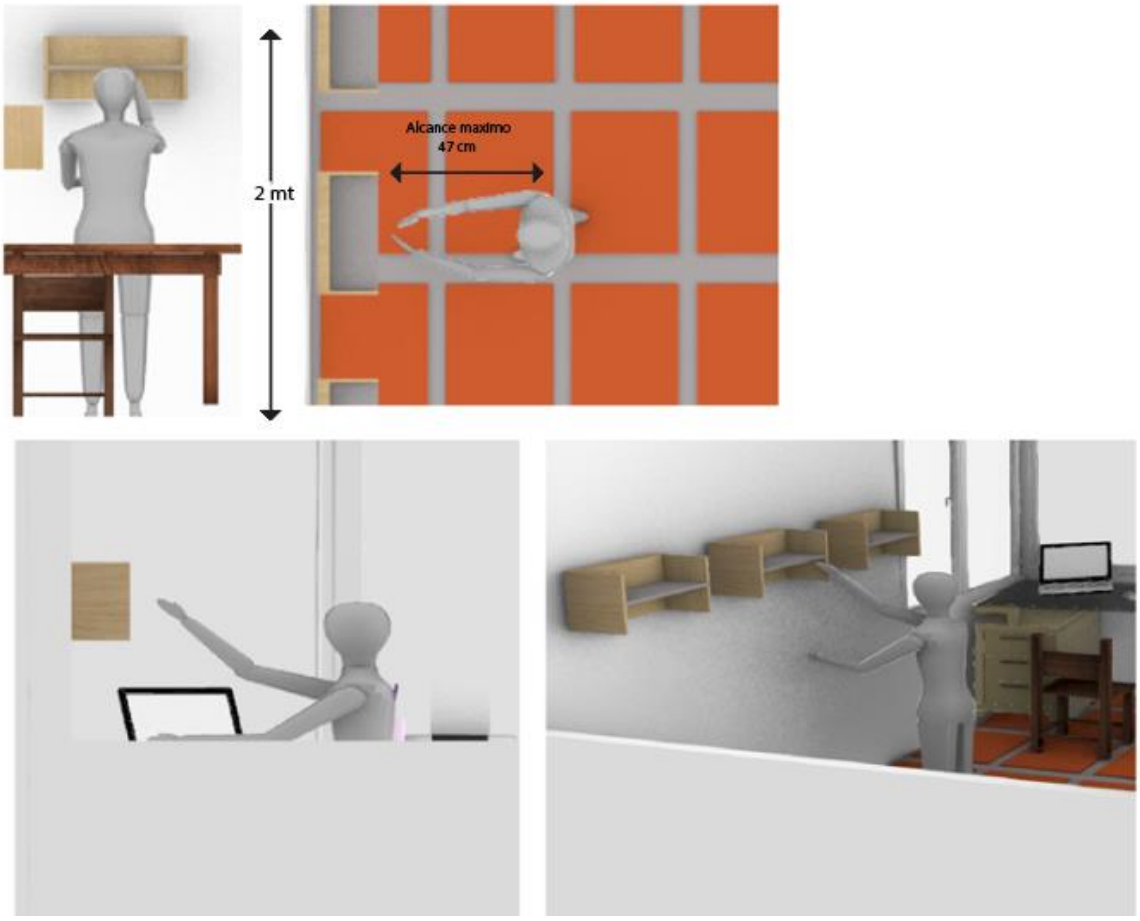
Imagen 32: Usabilidad organizador de insumos. fuente: autora



Nota: organizador de insumos se ubicó en la pared un poco más abajo del alcance máximo. Izquierda superior vista frontal, derecha superior vista superior, izquierda inferior vista lateral, derecha inferior vista perspectiva

El insumo que tiene un mayor peso son los pegamentos, los cuales tienen un peso de 14 kilos recién comprados.

Imagen 33: Usabilidad del exhibidor. fuente: autora



Nota: el exhibidor se ubicó en la pared a la altura del alcance máximo. Izquierda superior vista frontal, derecha superior vista superior, izquierda inferior vista lateral, derecha inferior vista perspectiva

Intervenir a los clientes dentro del proceso de rediseño de la marca es importante, ya que son ellos los que dan en este caso su aprobación, como clientes, ellos son los que van a recibir toda la publicidad y los contenidos para visualizar ofertas y promociones; como empleados en su parte externa, se quiere mejorar el trabajo, acelerar los procesos productivos, dejando cerca de ellos todos los insumos necesarios para la transformación del producto. favoreciendo su experiencia como empleados y mejorando la experiencia de compra para los clientes.

Esto se hace con el fin de mostrar a sus clientes, sus deseos de crecer y a los empleados sus deseos de mejorar su calidad en el trabajo, ya que en Cúcuta el sector industrial del calzado es muy competitivo y entre mejor fidelidad tenga con sus clientes mejores unos resultados.

4.3 Analisis del factor de producción

4.3.1 Manual de identidad corporativa

El diseñador industrial tiene una responsabilidad de realizar y supervisar el diseño de un producto o marca, es por consiguiente quién se encarga de conceptualizar, dar formas y formular ideas en objetos tangibles de múltiples características, en este caso, la marca de una empresa. Es por ello por lo que en el manual de identidad se encuentra plasmado la creación de la marca con detalles como tipología de letras, en qué consiste el logo y en qué se basó para el diseño, el diseñador es pieza fundamental para el diseño de marca y para dar soluciones a problemáticas desarrolladas en contextos como empresas.

Primeramente, se exhibió el manual de identidad corporativa a los empresarios de una digital, y se envía al final del proceso de rediseño en un formato PDF, ya que ellos no cuentan con la aplicación en el cual se desarrolló este documento. También al finalizar este proceso se les entregó a los empresarios el manual impreso para tener un respaldo en caso de posibles daños al mismo.

El material elegido para su impresión es el material propalcote ya que es un material brillante que brinda protección y es duradero, deteriora la apariencia y brillo. Su tamaño de impresión será el tamaño carta (21.59cm x 27.94cm). Ver anexo 16.

4.3.2 Tarjeta de presentación

Para la impresión de la tarjeta de presentación el material usado también es el papel propalcote en medidas de 9 cm de alto por 5 cm de ancho.

Imagen 34: Tarjeta de presentación. fuente: autora



Nota: La tarjeta de presentación tiene como imagen principal la cuenta de instagram de la empresa ya que por medio de esta red se hace mayor publicidad a los productos.

4.3.3 Etiqueta de compra

Para esta pieza grafica el material de impresión será el vinilo, con impresión UV, para dar un acabado brillante, posteriormente se adhieren al cartón Kraft con el fin de reducir costos.

Imagen 35: Tarjeta colgante del calzado. fuente: autora



Nota: tarjeta de colgar de la sandalia del pie derecho, como agradecimiento por la compra

4.3.4 Caja y bolsas

La empresa cucuteña **somos meraki**, fue la encargada de la producción de estos empaques, los tamaños son variados debido a los diferentes tipos de estilos de calzado fabricados por la marca, con impresión serigrafia en cinco tintas, para las cajas y dos tintas para las bolsas, estos con estilo de color CMYK.

Imagen 36: Bolsas y cajas. fuente: autora



Nota: a la izquierda caja jade shoes a la derecha bolsas jade shoes

4.3.5 Muebles aéreos

Cada mueble estará ubicado dependiendo de los insumos a guardar en el área que se deba estar, por ejemplo, para el guarnecedor, se quiso implementar uno de los organizadores de accesorios pequeños, estará en la mesa de guarnecer cerca del empleado, para que ese no tenga necesidad de levantarse y así interferir con el proceso de producción, así mismo pasa con el montador soletero y emplantilladora de calzado.

Los exhibidores estarán dentro de la oficina, ya que es en la oficina donde en algunas ocasiones se reciben clientes para realizar pedidos.

El organizador de textiles lo tendrá el cortador ya que por medio de ellos podrá visualizar qué material necesita, organizados por textura y no por colores.

4.4 Análisis factor de mercado

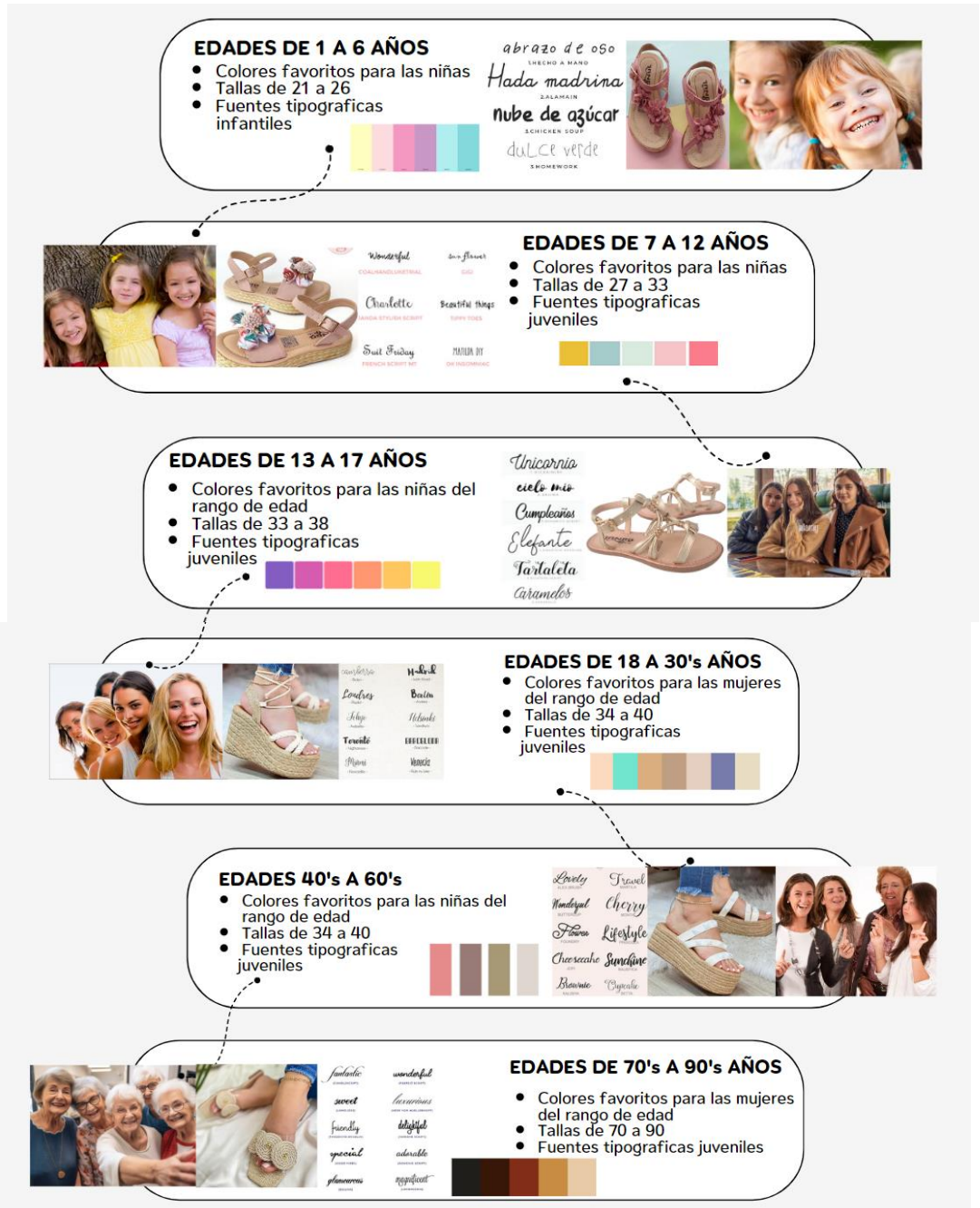
La empresa Jade Shoes dirige sus ventas hacia el mercado femenino sin ninguna estratificación social, de edades de uno a 90 años. Eso es un segmento muy grande ya que las sandalias fabricadas son para todo tipo de gustos, desde las plataformas hasta las sandalias planas, cómodas para aquellas señoras de avanzada edad, plataformas y sandalias 3/2 para mujeres empresarias que les gusta la vida social y para aquellas niñas que necesiten usar este tipo de productos para cualquier escenario.

Aunque la publicidad de las ventas no está dirigida a mercados internacionales, sí se ha visto beneficiada haciendo exportaciones a Chile, Panamá y Venezuela. Cuentan con clientes mayoristas en Cúcuta principalmente y en la costa colombiana, como también clientes al detal en las diferentes ciudades de Colombia. La marca recurre a tener un empaque personalizado para favorecer esa fidelidad que los clientes depositan sobre la empresa y para atraer la atención de clientes potenciales.

4.4.1 Mercado obtenido y tipos de productos

Aunque la marca produce estilos para todas las edades, el rango de edades de las clientes que hacen compras directas es reducido, oscila entre los 18 a 50 años, en el caso de las clientas de avanzada edad (60-90 años), son sus hijas o hijos los que se encargan de realizar estos pedidos.

Imagen 37: Rango de edades y estilos. fuente: autora

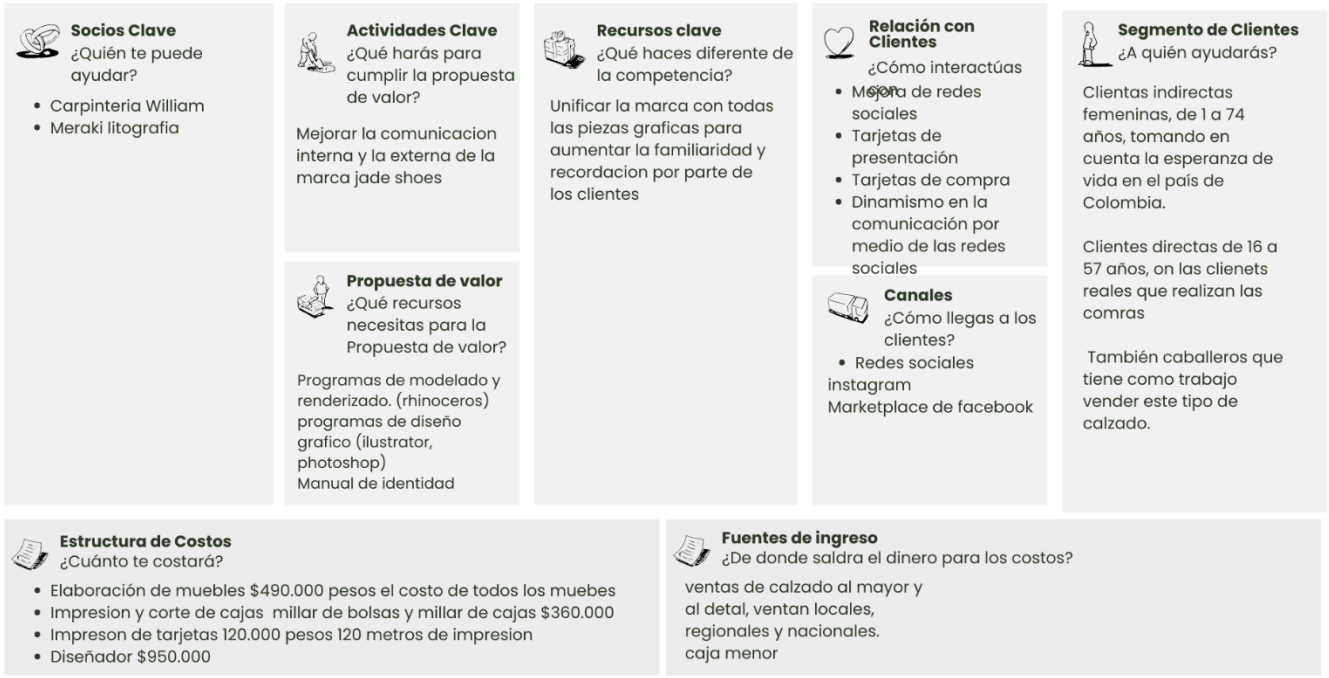


Nota: Tipo de productos y usuarias a los cuales va dirigidos

4.5 Análisis factor de gestión

4.5.1 Modelo canvas

Imagen 38: Modelo canvas. fuente: autora



Nota: se analizan factores como socios, actividades, recursos, relación con los clientes, segmento de clientes, propuesta de valor, canales, costos e ingresos.

4.6 Análisis factor costo

Las cotizaciones de los productos y elaboración de marca se cotizaron en diferentes negocios, buscando la mejor opción para los empresarios:

Tabla 19: Costos comunicación interna. fuente: autora

COSTOS COMUNICACIÓN INTERNA		
Organizadores de insumos	Organizador de accesorios (1) Organizador de textiles (4) Organizador de insumos (7) Exhibidor de calzado (5)	**$50.000(u)** **$40.000(u)x4=$160.000** **$40.000(u) x 7= $280.000** **$30.000(u) x5=$150.000**

	TOTAL: $640.000

Nota: costos generales y cantidades a desarrollar para la organización de muebles

Tabla 20: Costos comunicación externa. fuente: autora

COSTOS COMUNICACIÓN EXTERNA		
Diseño	Diseñador externo	**$950.000**
Impresión manual de identidad	26 hojas, encuadernación	**$70.000**
Impresión de tarjeta de presentación	Centenar	**$800 (u) x 100= $80.000**
Bolsas Kraft	Centenar	**$500(u) x 100=$50.000**
Impresión de tarjetillas de compra	Centenar	**$400(u) x 100= $40.000**
Plastiflecha	Centenar (paquete)	**$5.000**
Impresión caja	Millar	**$200.000**
Impresión bolsas	Millar	**$200.000**
		TOTAL: $1.595.000

Nota: costos generales y cantidades a imprimir y elaborar para la imagen corporativa

4.7 Análisis del factor innovación

Se considera que los tipos de innovaciones implementados en este proyecto fueron la innovación organizacional y de marketing.

La innovación organizacional estuvo presente en las modificaciones del formato, para evitar daños por información errónea. La implementación de elementos organizacionales de insumos para cada área, y así, liberar espacio dentro de la fábrica, ya que es uno de los problemas de mayor relevancia.

La innovación de marketing se usó para el cambio de imagen corporativa general, que tuvo como principal objetivo presentar al usuario una identidad que atraiga clientes potenciales y que fortalezca esa relación de la empresa con los clientes fijos.

5. CAPITULO V: CONCLUSIONES

5.1 Punto de vista social

Retomando la encuesta elaborada a 50 clientes de la marca, se apela a los resultados positivos que se obtuvieron en cuanto a la aceptación de las nuevas piezas gráficas, seguido, la liberación de espacio que es tan importante dentro de una fábrica donde se desarrollan diversos procesos de transformación y comunicación.

5.2 Impacto económico

La inversión que se hizo para las reformas en la empresa, una de ellas la imagen corporativa, fue primordial, porque tuvo como prioridad el refuerzo de la fidelidad de los clientes de la empresa, y gracias a esto, atraer clientes potenciales para ir en constante crecimiento en cuanto a sus ventas y a su atención en medio de las redes sociales, ya que estas se han convertido en grandes aliadas a la hora de emprender o impulsar un negocio en sus ofertas.

5.3 Impacto humano

Al humanizar la marca, por medio de la forma del corazón, se busca trasmitirles a los usuarios el amor y la dedicación con que los operarios y gerentes, trabajan día a día para ofrecer productos de calidad, así se construyen relaciones más sólidas y duraderas con los clientes, esto aumenta la retención y el valor que tiene el cliente para la marca.

5.4 Impacto cultural

Es un conjunto de creencias, normas y los valores que quieren los empresarios que definan su marca en la parte externa y dentro del funcionamiento de una organización. Es un

factor decisivo en medio del proceso de elaboración de una marca corporativa y desarrollo de soluciones dentro de la fábrica. Estas marcas trasmiten valores y estilos de trabajo a través de sus productos y la comunicación con los clientes.

5.5 Impacto tecnológico

El impacto tecnológico se aplicó en las redes sociales de la empresa, ya que son redes que se pueden seguir de cualquier parte del mundo, o en los países donde la marca ha hecho sus exportaciones, envíos nacionales y regionales. También para que lo clientes de los consultores externos de la marca tengan como una fuente de información de los productos, las redes sociales.

5.6 Impacto ético

La empresa Jade Shoes busca brindar al consumidor unos productos de calidad con la mejor mano de obra que caracteriza a las industrias de calzado de los Santanderes, con los mejores insumos para garantizar este factor de calidad y dar la confiabilidad al cliente que ha hecho una buena compra y pago por un producto excelente.

5.7 Impacto ambiental

Las bolsas en papel Kraft son una opción respetuosa con el medio ambiente comparadas con otras alternativas. Las bolsas de papel Kraft son biodegradables y se descomponen naturalmente con el tiempo, significa que no se va a contribuir a la acumulación de residuos en vertederos y océanos, esta se descompone naturalmente y sin causar daños.

6.CAPITULO VI: BIBLIOGRAFIA

CIMEJAL. (19 de Noviembre de 2021). *Cimejal*. Obtenido de https://cimejal.com.mx/blog/los-materiales-populares-fabricacion-muebles/

del pino, r. (2020). *ferrovial*.

Del pino, r. (26 de 02 de 2024). *ferrovial*. Obtenido de https://www.ferrovial.com/es/recursos/logistica/

Etece. (07 de julio de 2013). *Conceptos*. Obtenido de https://concepto.de/antropometria/

Healey, M. (2009). *¿Que es el branding?* Londres : Gustavo Gili.

Ibañez, J. M. (2000). *La gestion del diseño de la empresa* . Madrid: Mc-hill/interamericana de españa.

Ladino, W. (14 de 12 de 2023). *VALORA ANALITIK*. Obtenido de https://www.valoraanalitik.com/industria-calzado-preve-menor-decrecimiento-2024/

Llorente, J. (15 de abril de 2021). *Imborrable*. Obtenido de hey jaime!: https://imborrable.com/blog/manual-de-identidad/

Lotero, F. J. (08 de noviembre de 2021). *Club verde calzados*. Obtenido de https://www.calzadosclubverde.es/blog/hombre-mujer/como-hacen-los-zapatos

Maestre, D. G. (2007). *Ergonomia y psicologia*. Madrid: Fund. confemetal.

Mondelo, P., Gregori, E., Busquets, J., & Barrau, P. (2013). *Ergonomia 3: diseño de puestos de trabajo*. Barcelona: Mutua universal.

Paula, B., & Analia, C. (2005). *En torno al producto*. Buenos aires : IMDI.

Simonet.Anna. (09 de 01 de 2021). *Anna&co*. Obtenido de annaandco: https://annaand.co/post/que-es-un-moodboard-de-que-sirve-como-se-hace