Propuestas de producto para la colección – bocetos

Evidencia GA7-290601216-AA3-EV01. Propuestas de producto para la colección – bocetos

Esta evidencia corresponde al informe técnico para la construcción de colecciones, selección de materiales, tipología de color, categorización de producto, técnicas de expresión y aplicación, sistemas de medición, expresión gráfica, proporciones, figurín y dibujo plano de expresión. Se debe contar con fotografías relacionando los conceptos, fundamentos, evolución, referentes, clasificación, funciones, formas, marcas, ADN de marca, tipos de silueta, movimientos de diseño, cultura sostenible, ecodiseño, supraciclaje y moda sostenible: fundamento, términos y características.

Evidencia

El documento debe incluir evidencia de la construcción de colecciones, selección de materiales, tipología de color, categorización de producto, técnicas de expresión y aplicación, sistemas de medición, expresión gráfica, proporciones, figurín y dibujo plano. Seleccionar los productos de la colección de acuerdo con el cumplimiento de los requerimientos establecidos en la documentación técnica y brief del proyecto presentados anteriormente y correspondientes con el modelo de negocio de la marca.

En síntesis, el informe debe evidenciar el desarrollo de los siguientes puntos:

✓ Concepto e interpretación y desarrollo del tema.
✓ Moodboard del concepto o alfabeto visual del tema.
✓ Carta de color: aplicación, tono y mezclas.
✓ Texturas y peso de los posibles materiales e insumos a utilizar.
✓ Formas que se visualizan en el moodboard.
✓ Prototipos de partes o prendas completas.
✓ Siluetas y sus características dependiendo del tipo de prendas.
✓ Croquis de colección para 21 oufit.
✓ Figurines diferentes con la actitud del usuario de la marca.
✓ Croquis del cuerpo.

Evidencia

A continuación, encontrará las instrucciones para la construcción de los 10 puntos que conforman la evidencia correspondiente al concepto de la colección, con el cual se desarrollan las herramientas a utilizar en el desarrollo de su colección.

1. Concepto e interpretación y desarrollo del tema

Para dar inicio al proceso de elaboración de la colección es necesario informarse sobre temas de actualidad en el mundo de la moda, qué está pasando, pero sobre todo cómo se visualiza y se proyecta el futuro, en esta búsqueda se deben estudiar las tendencias que son las que hablan de hechos, lugares, eventos, sucesos, personajes; elementos que de alguna forma afectan el sistema, es de esta forma que se llega a definir el concepto que servirá de tema de inspiración para el siguiente trabajo.

- Elaborar un texto con el tema en una diapositiva o programas de diseño y edición gráfica, tener en cuenta que este se construye de acuerdo con la intención y lo que se busca es sensibilizar, una cuestión abstracta que luego se visualiza en su totalidad en el moodboard de la colección; el tema se aborda o se dirige hacia el color y sus posibles mezclas, texturas, formas, peso, volumen, cantidad, siluetas. Al leer el texto se debe sentir el tema como cuando se lee un libro, el autor transporta al lector a mundos inimaginables (utilice la lista de chequeo para verificar su evidencia antes de la entrega definitiva).

2. Moodboard del concepto o alfabeto visual del tema

Manejar el tema de inspiración con propiedad desde lo que se dijo en el texto anterior es fundamental, en este momento se hace visible el concepto que se plasma en una herramienta llamada moodboard o alfabeto visual, en la cual con imágenes se expresan los elementos del tema y el entorno que lo acompaña. Es importante saturarlo de imágenes, para que el proceso siguiente, donde se extrae toda la información visual y se filtran las ideas, se pueda realizar de una manera armónica, coherente y efectiva hacia el color y sus posibles mezclas, texturas, formas, peso, volumen, cantidad y siluetas.

➢ Presentar el moodboard en una diapositiva de Power Point o en programas de diseño y edición gráfica como Canva, illustrator, Photoshop, Corel, entre otras (utilice la lista de chequeo para verificar su evidencia antes de la entrega definitiva).

3. Carta de color: aplicación, tono y mezclas

Cuando se ha logrado construir el alfabeto visual es el momento de empezar la selección del material que se utilizará en la colección, el principal, la carta de color para los materiales de las prendas. Se visualizan los colores y el tono que tendrán, se elige el principal (color estrella de la colección), es decir, aquel que más se repite en el moodboard para tomarlo como referente y llevar los colores acompañantes a este nivel, el número de colores depende del concepto, para el ejercicio se seleccionan seis, esto permite hacer varias propuestas en los outfit de la colección. Estos colores cobrarán vida en los materiales, procesos e insumos de la misma.

- Presentar **la carta de color** sobre fondo blanco **en una diapositiva** de Power Point o en programas de diseño y edición gráfica como Canva, illustrator, Photoshop, Corel, entre otras (utilice la lista de chequeo para verificar su evidencia antes de la entrega definitiva).

4. Texturas y peso de los posibles materiales e insumos a utilizar

Si se realiza un análisis detallado del moodboard, este en sí mismo expresa qué tan pesados, livianos o intermedios serán los materiales textiles e insumos a utilizar para la colección, de igual manera se puede definir si se va a utilizar tejido plano o de punto de acuerdo con el producto, usuario y ocasión de uso al que está dirigida la línea de producción de la marca y la colección. Son muchos los factores que influyen en esta selección, por ejemplo, que los materiales e insumos estén disponibles o si es necesario gestionar su fabricación, analizar si el material cumple con los requerimientos de manejo, resistencia y vestibilidad de las prendas, además de verificar la calidad del textil, ya que es el principal elemento usado en la confección de prendas de vestir. Para los insumos que complementan las prendas hay que tener en cuenta la información del concepto y el moodboard, el cual también define el tipo de material en que están hechos.

➢ Presentar imágenes o fotografías de los materiales e insumos similares a los que se utilizarán en las prendas, en una diapositiva de Power Point o en programas de diseño y edición gráfica como Canva, Illustrator, Photoshop, Corel, entre otras (utilice la lista de chequeo para verificar su evidencia antes de la entrega definitiva).

5. Formas que se visualizan en el moodboard

Continuando con la selección de herramientas para la colección se observan las formas y líneas que más se repiten en el alfabeto visual, estas se van dibujando aparte en una hoja, se mezclan en 10 composiciones de 10 x 10 y se pintan aplicando los colores seleccionados dando textura y volumen, todo bien pensado y estético; estos cuadros se escanean y modulan en espejo, obteniendo como resultado formas o estampados que posteriormente se pueden aplicar al vestuario, en escotes, cuellos, bolsillos, cortes y demás elementos que componen las prendas. Así, se varían las formas de las prendas y se renueva la apariencia estética de estas en la colección.

- Presentar el dibujo de las formas de la colección organizadas en diapositivas de Power Point o en programas de diseño y edición gráfica como Canva, illustrator, Photoshop, Corel, entre otras (utilice la lista de chequeo para verificar su evidencia antes de la entrega definitiva).

6. Prototipos de partes o prendas completas

El proceso creativo inicia con la elaboración de prototipos de partes o de prendas completas de la colección, a partir de las ideas que van surgiendo durante todo el proceso. Este primer modelo dibujado de la prenda o parte de ella, si es necesario, se confecciona en un material similar al que se utilizará en las prendas reales o muestras físicas, con este proceso se puede verificar la apariencia estética de la nueva propuesta, vestibilidad y si es viable desde el proceso de producción, al igual que se va teniendo una idea de cómo quedará la nueva colección.

➢ Presentar mínimo 10 dibujos de prototipos de las prendas o parte de ellas que usará en la colección, en diapositivas de Power Point o en programas de diseño y edición gráfica como Canva, illustrator, Photoshop, Corel, entre otras (utilice la lista de chequeo para verificar su evidencia antes de la entrega definitiva).

7. Siluetas y sus características dependiendo del tipo de prendas

Es necesario definir el tipo de silueta que caracterizará la colección, lo que quiere decir que las prendas deben tener una forma en común: amplia, suelta, ajustada, entallada. También la característica del material es definitiva en el momento de seleccionar estos. Ambas características se leen de una manera abstracta en el moodboard de la colección, en la sensación que producen las imágenes ya sea de pesadez, delicadeza, fragilidad, rudeza, rigidez; todo esto se puede interpretar desde la silueta en su forma completa y también en su composición, cortes, bolsillos, mangas, largos y ajustes que en general dan una nueva forma al vestir una prenda, en esto también tiene que ver el volumen y materiales de los complementos que la conforman.

- Presentar las siluetas generales de la colección en una diapositiva de Power Point o en programas de diseño y edición gráfica como Canva, illustrator, Photoshop, Corel, entre otras (utilice la lista de chequeo para verificar su evidencia antes de la entrega definitiva).

8. Croquis de colección

Una colección se planea, nada se deja a la deriva, por esto es importante definir el número total de prendas que la conformarán, como ejemplo, se parte de un total de 80 prendas, que se distribuyen y clasifican teniendo en cuenta las más representativas para la marca de acuerdo con el tipo de usuario y la ocasión de uso: jeans, camisetas, blusas, faldas, shorts, chaquetas y vestidos; prendas que se clasifican en niveles de importancia o en una escala de valor, en este caso se puede decir que lo que más vende la marca y más usan sus clientes son jeans y camisetas, este criterio define su distribución por orden de importancia, así:

Croquis de la colección		
Total de prendas	Distribución	
80	Jeans	20
	Camisetas	20
	Faldas	10
	Blusas	15
	Shorts	5
	Vestidos	5
	Chaquetas	5

8. Croquis de colección

Este ejemplo permite darse una idea de cómo hacer el croquis, luego de tener el listado se proponen los posibles outfit que se pueden lograr, en este momento el proceso se construye con la base de que el usuario pueda utilizar una prenda mezclada con otras prendas y obtener un look diferente, recuerden que en esto es importante ir pensando en el color, las texturas, procesos y complementos para que cuando llegue el momento de dibujar la colección se tengan muchas soluciones y sea más fácil el proceso de desarrollo de la misma.

- Presentar el croquis de la colección pensado desde la marca, el usuario y la ocasión de uso, incluirlo en una diapositiva de Power Point o en programas de diseño y edición gráfica como Canva, illustrator, Photoshop, Corel, entre otras (utilice la lista de chequeo para verificar su evidencia antes de la entrega definitiva).

9. Figurines diferentes con la actitud del usuario de la marca

La colección tiene condiciones que no se pueden olvidar, coherencia y armonía en todo, es por esto que se seleccionan los figurines que serán vestidos con las prendas propuestas, estos deben tener la actitud del usuario de la marca, desde los pies hasta la cabeza. Fácilmente se pueden seleccionar 3 figurines en diferente posición de frente y de espalda, esto permite que al vestirlos la colección se torne móvil, dinámica y más divertida, el tamaño mínimo del figurín es de 25 centímetros para facilitar la comprensión del diseño y poder dibujar con precisión los detalles.

- Presentar tres propuestas de figurín, de frente y de espalda, cada uno debe estar completo de pies a cabeza, con peinado y rostro. Puede ser a mano (adjunte las fotografías de sus bocetos) o digital en una diapositiva de Power Point o en programas de diseño y edición gráfica como Canva, illustrator, Photoshop, Corel, entre otras (utilice la lista de chequeo para verificar su evidencia antes de la entrega definitiva).

9. Figurines diferentes con la actitud del usuario de la marca

Para desarrollar el proceso en el cuaderno de bocetos, se debe recopilar toda la información necesaria para dar inicio a la ilustración de la colección. Para esto, es importante que el desarrollador maneje con desenvoltura la técnica del dibujo de ilustración, tanto en figurín como en dibujo plano; para interpretar y desarrollar, debe tener buena habilidad para plasmar los detalles en cada una de las prendas que ilustra. Cuando se da inicio a este proceso, es porque ya se ha analizado toda la información obtenida del concepto y se tienen establecidos todos los elementos a utilizar en la creación de cada una de las piezas que la integran.

Lo primero es elaborar el croquis de colección, donde se determinan cantidades y tipos de prendas que la componen. El paso a seguir es armar los outfits completos entendiendo que cada uno debe ser pensado y compuesto por elementos que ya previamente están dispuestos en el cuaderno de diseño y que, de alguna forma, permitirán una armonía y coherencia en todas y cada una de estas piezas, que deben ser siempre diferentes a la anterior, pero sin perder la conexión o el hilo conductor del tema en desarrollo.

El buen resultado de este proceso de ilustración depende de una buena preparación, que permita claridad sobre los objetivos a obtener. La planeación es fundamental, sobre todo, en el manejo del tiempo de cada una de las actividades.

10. Croquis del cuerpo

Realizar el croquis del cuerpo es una tarea más conceptual que otra cosa, se trata de hacer un símil entre el concepto y el cuerpo humano, es tratar de identificar a qué parte del cuerpo se parece más el concepto; por su forma, movilidad, características, función y demás elementos, esto se realiza con el fin de que en los diseños se haga énfasis en estas partes del cuerpo, de esta forma la colección se ve más inspirada en el concepto.

- Presentar el dibujo de los figurines con la marca o señal en la parte del cuerpo donde considera se visualiza el concepto, puede utilizar los figurines propuestos para la marca. Incluir en una diapositiva de Power Point o en programas de diseño y edición gráfica como Canva, illustrator, Photoshop, Corel, entre otras (utilice la lista de chequeo para verificar su evidencia antes de la entrega definitiva).

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

o Producto a entregar: presentación en diapositivas que contenga:

- ✓ Portada con el logo de la marca y el nombre del autor de la colección.
- ✓ Concepto e interpretación y desarrollo del tema.
- ✓ Moodboard del concepto o alfabeto visual del tema.
- ✓ Carta de color: aplicación, tono y mezclas.
- ✓ Texturas y peso de los posibles materiales e insumos a utilizar.
- ✓ Formas que se visualizan en el moodboard.
- ✓ Prototipos de partes o prendas completas.
- ✓ Siluetas y sus características, dependiendo del tipo de prendas.
- ✓ Croquis de colección para 21 oufit.
- ✓ Figurines diferentes con la actitud del usuario de la marca.
- ✓ Croquis del cuerpo.

o Formato: Power Point.

o Extensión: máximo 10 diapositivas.

o Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio GA7-290601216-AA3-EV01. Propuestas de producto para la colección – bocetos.

Fecha de inicio de la evidencia: 13/04/2026. Fecha de entrega de la evidencia: 20/0/20326.

2. Moodboard del concepto o alfabeto visual del tema

Cuando se inicia la etapa de desarrollo de todos los elementos que se utilizan en la construcción de la colección, es fundamental que el tema de inspiración se haya entendido, analizado, depurado de tal forma que todas las personas que intervienen en este proceso puedan tener una visión y movilidad en él, sin cometer errores. La elaboración del collage o alfabeto visual se debe “saturar” de imágenes que conecten directamente con el concepto, también debe estar acompañada de elementos del entorno o contexto que la complementen. El objetivo es obtener visualmente una herramienta que logre transmitir la información necesaria para comenzar a desarrollar el paso a paso de este proceso. El observatorio se realiza de una manera exhaustiva, tratando de extraer en detalle cada una de las herramientas a utilizar en la colección.



2. Moodboard del concepto o alfabeto visual del tema













3. Carta de color: aplicación, tono y mezclas



La carta de colores se extrae visualizando la panorámica del alfabeto, el que debe mostrar cuál es el color estrella de la colección , es decir, aquel que se repite con más frecuencia. Es fundamental detectar el tono del color seleccionado y determinar cuáles son los otros colores que lo acompañan, para llevarlos al nivel del que se eligió como principal. También es importante, en este momento, determinar con cuál de las múltiples formas de aplicar el color se puede planear la colección, de ser posible, hacer la propuesta desde este momento. Si desde el principio se tiene claro el color y, sobre todo, el tono, continuar el proceso es mucho más fácil.

4. Texturas y peso de los posibles materiales e insumos a utilizar

Determinar el peso, texturas, volumen, formas y siluetas también es parte del análisis y construcción del proyecto. El mismo concepto trae resueltos estos elementos, siempre y cuando estén bien documentados y argumentados. El observatorio permite determinar qué tan suaves o pesados se deben conseguir o tratar los materiales, tanto textiles como los insumos, que la compondrán; las formas que en el alfabeto más y mejor se visualizan o se repiten: curvas, rectas, horizontales, verticales, ascendentes o descendientes; el grado de simplicidad o saturación, determinantes para poder desarrollar prototipos, estampación, procesos de confección y de acabados.

Todos estos detalles y lo que en el camino se va ideando deben estar escritos, dibujados, pegados en el cuaderno de diseño, listos para ser interpretados y utilizados en el momento más apropiado. Entre más información, materiales, procesos y acabados se tengan, la colección será más rica, diferente y novedosa, dentro de las posibles formas. Determinar las siluetas permite obtener, en cierto grado, una armonía exquisita en la colección.

Para obtener buenos resultados en esta etapa del proyecto, es muy importante que el desarrollador de moda tenga claridad sobre el **concepto de la marca** y **el perfil del usuario**, porque estos, combinados con los resultados que se están dando, garantizan que el nuevo producto llegue con una alta posibilidad de éxito al mercado.

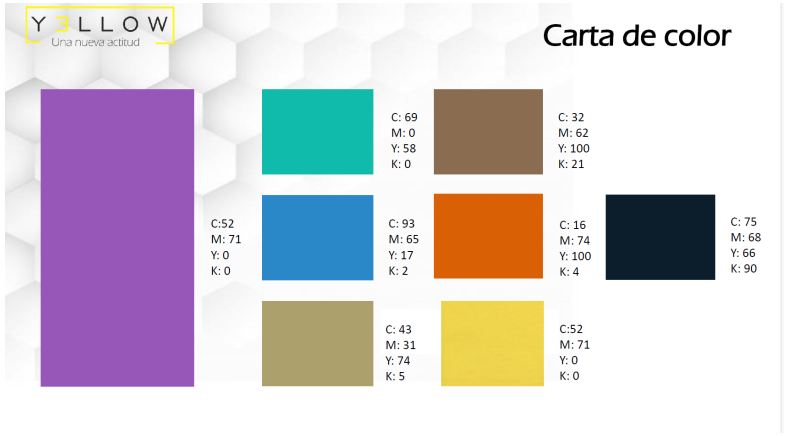
3. Carta de color: aplicación, tono y mezclas





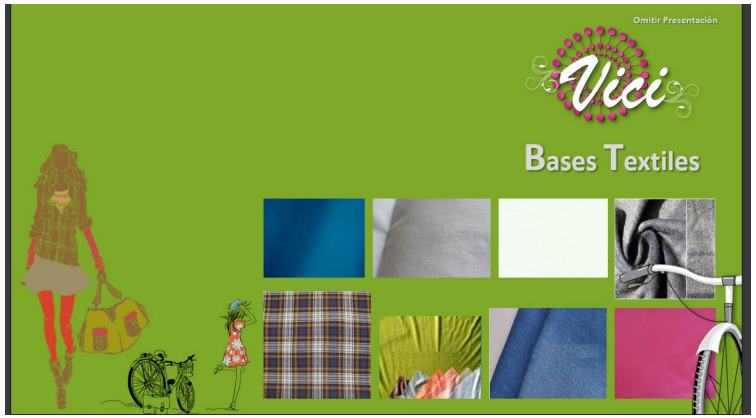






4. Texturas y peso de los posibles materiales e insumos a utilizar







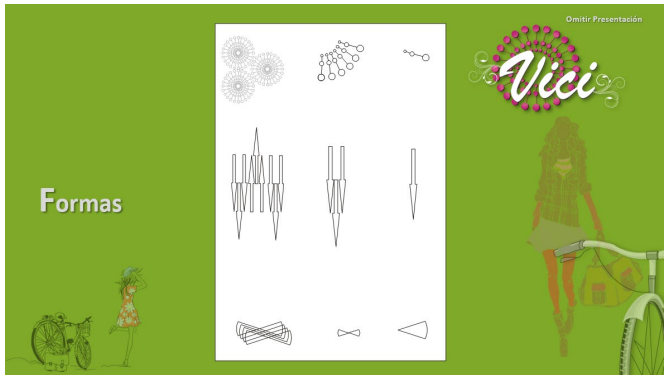




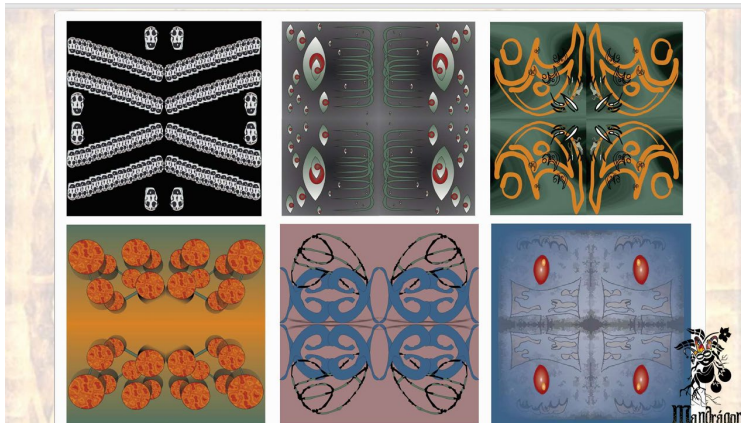


5. Formas que se visualizan en el moodboard





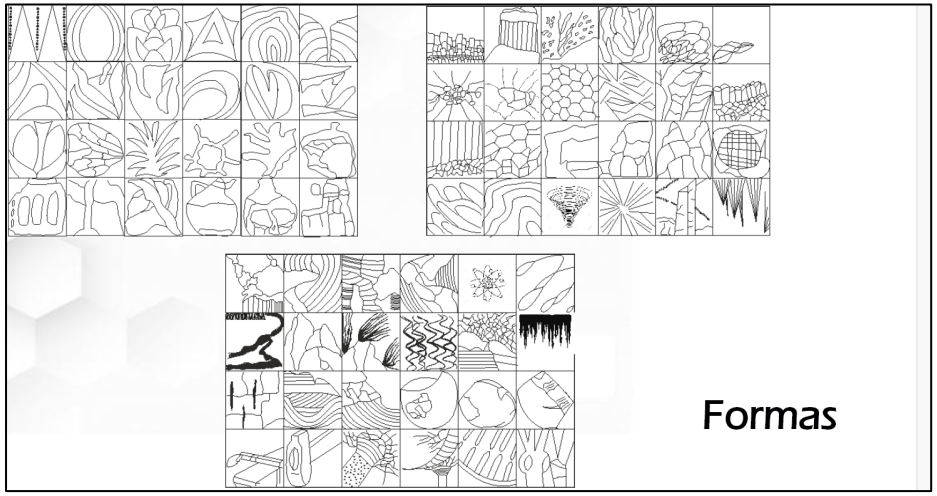


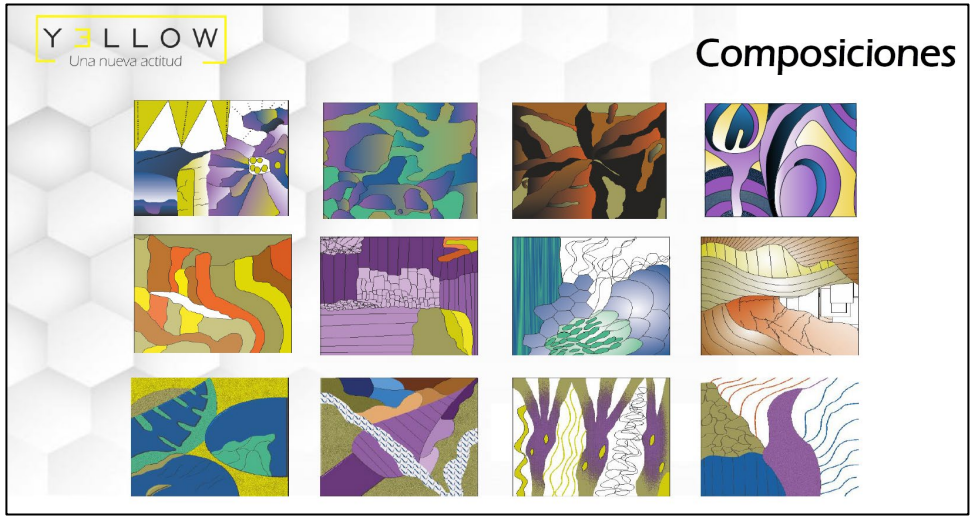


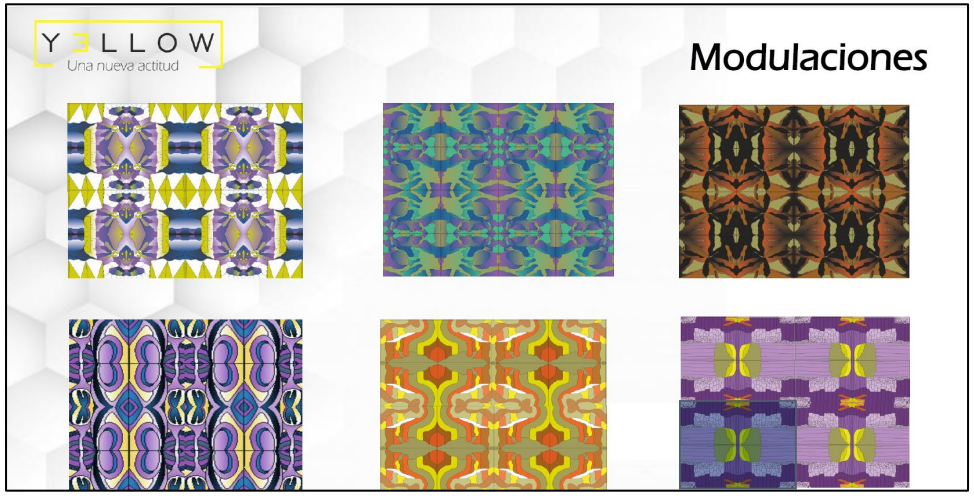


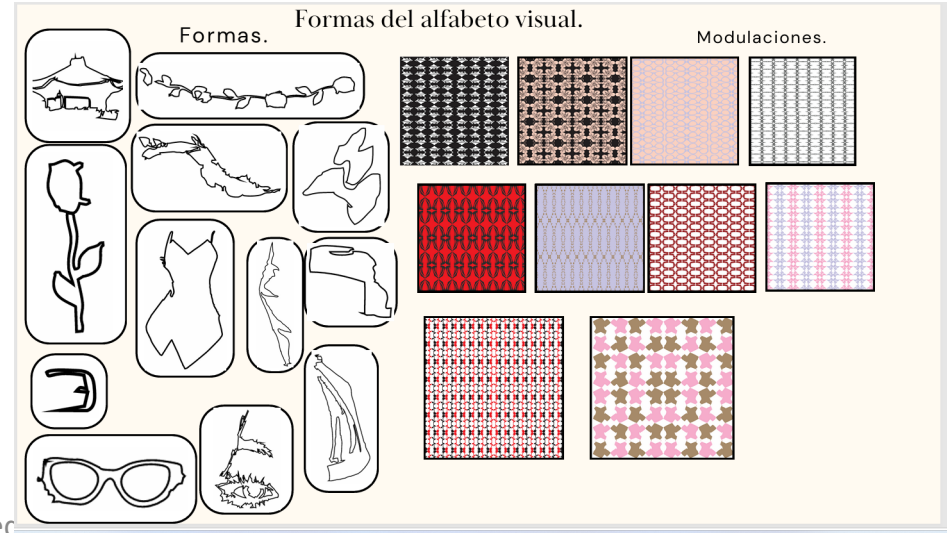


5. Formas que se visualizan en el moodboard



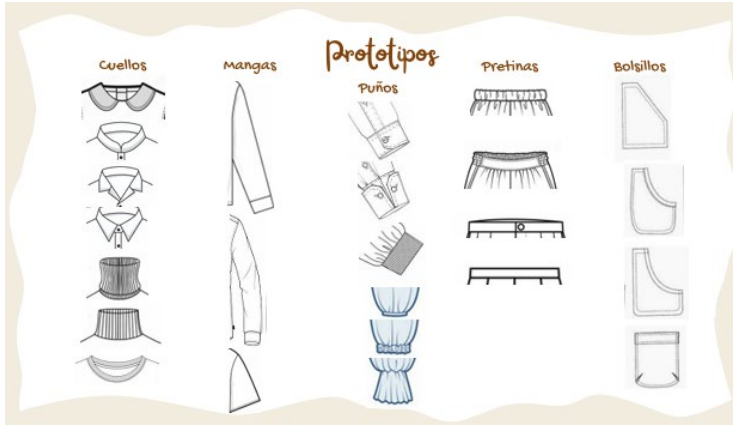




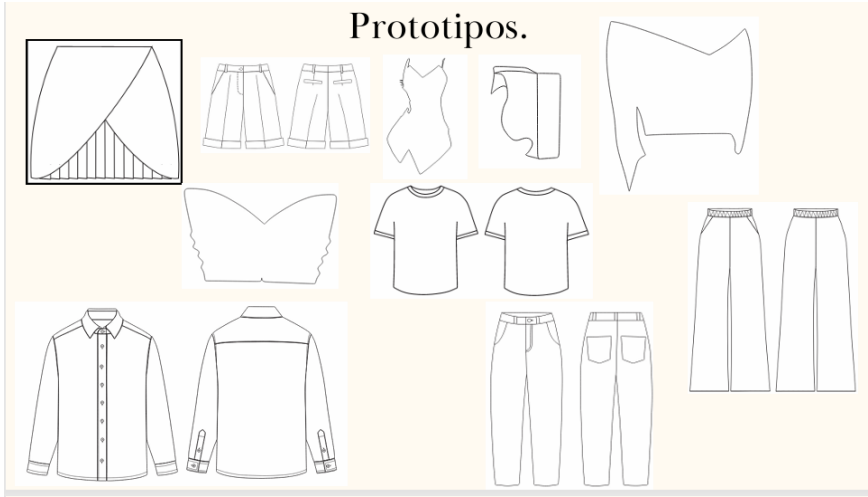


6. Prototipos de partes o prendas completas

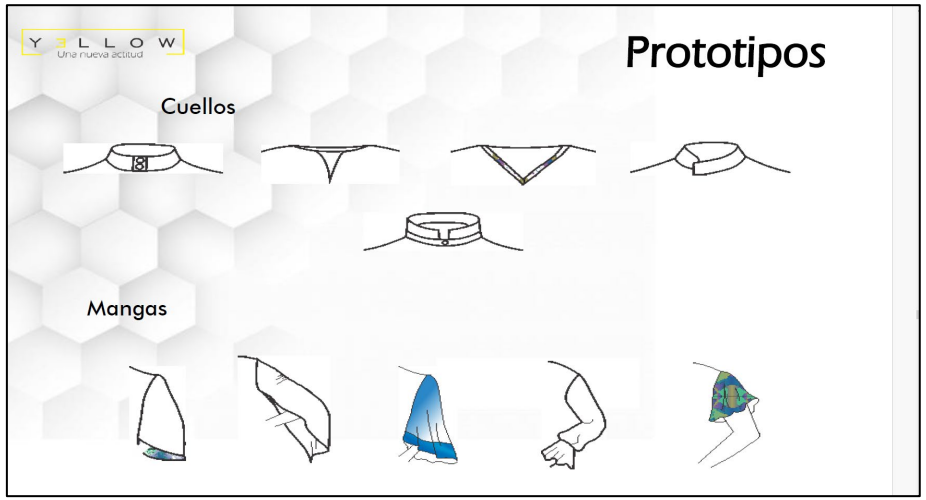


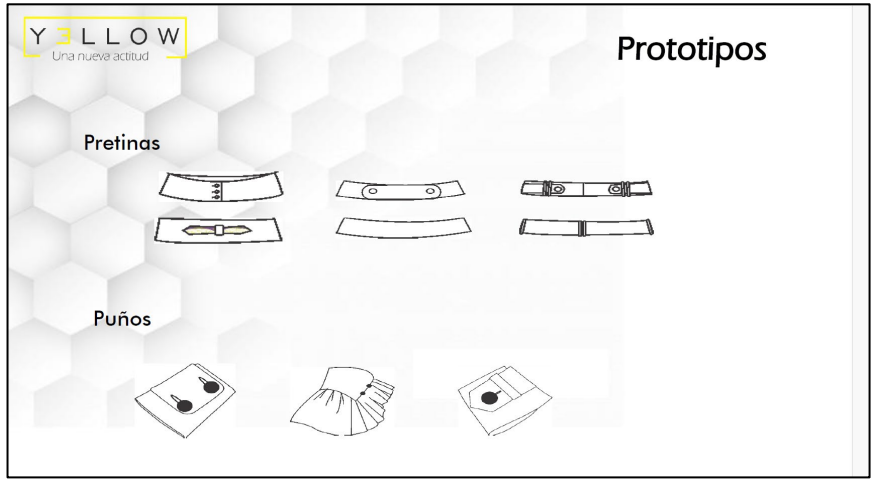


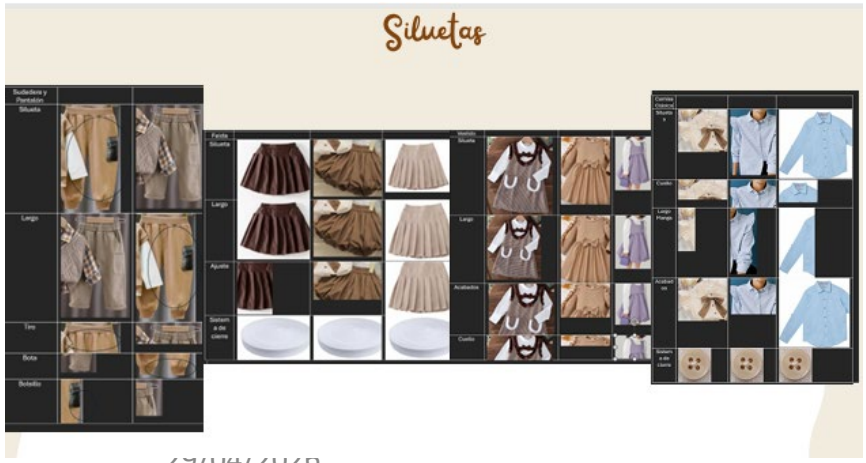




7. Siluetas y sus características dependiendo del tipo de prendas









8. Croquis de colección



Croquis de colección

Prendas femeninas:

5 Faldas
5 Blusas
4 Vestidos
2 Pantalones
2 Busos
2 Jeans
1 *Body*
1 Enterizo
1 Camiseta
1 Chaleco

Prendas masculinas:

8 Pantalones
5 Camisetas
4 Chaquetas
3 Camisas
2 Camibusos
2 Jeans
2 Busos
1 Chaleco
1 Overol

Croquis de colección

Croquis de colección		
Total de prendas.	Distribución.	
40	Jeans	10
	Camisetas	5
	Faldas	8
	Blusas	5
	Shorts	5
	Vestidos	5
	Chaquetas	2

9. Figurines diferentes con la actitud del usuario de la marca

La ilustración debe estar hecha de tal manera que le sirva de información a los diferentes departamentos de la empresa , teniendo en cuenta varias cosas que son determinantes y necesarias, como el manejo y conocimiento del cuerpo humano, su movilidad y proporciones. A la vez, se debe equilibrar cada una de las ideas de acuerdo con los gustos, preferencias y necesidades del usuario de la marca. Además de ser prendas confortables y portables, definiendo de una forma clara las siluetas, los detalles de confección, los colores y combinaciones, estampados, bordados, procesos, calibre, peso y volumen de los textiles y materiales a utilizar, debe estar elaborada de tal forma que se visualice con una buena proyección hacia el mercado al que está dirigido y al público objetivo, de acuerdo con la idea y la promesa de marca.

El enfoque no se debe perder en ningún momento del desarrollo de la colección. No se puede olvidar que se está trabajando con un concepto y tendencias vigentes de moda. Todo esto quiere decir que los niveles de expectativa, tanto del diseñador como del desarrollador, deben de estar alertas para no salirse en ningún momento de toda la información preliminar a la colección. Es la única forma de obtener unos resultados nuevos, novedosos, actuales y comerciales; en conjunto, lograr armar una colección armoniosa, estética y diferente cada vez.



9. Figurines diferentes con la actitud del usuario de la marca



Figura 1. Serie arte y moda... Yves Saint Laurent. en http://mujerdespuesdelos40.blogspot.com/2015/08/serie-arte-moda-yves-saint-laurent.htm. (2013).



Figura 2. En el estudio de Carolina Herrera en https://www.vogue.es/moda/tendencias/en-el-estudio-de/galerias/carolina-herrera-estudio-taller-nueva-york/14092. (2020).



Figura 3. Fashion illustration by Mélique Street Maison Martin Margiela by John Galliano Subido por wowwowfashion. Pinterest. (Consultado en 2020).



Figura 4. Feel a little buzz: Alexander McQueen Spring 2013 por jlarkowskyillustration.tumblr.com. Pinterest. (Consultado en 2020).



Figura 5. Bocetos de Giorgio Armani Design en https://hand.fashionary.org/post/44695049629/giorgio-armani-design-sketches-italian-executive. (2013).



Figura 6. Colección de 6 looks inspirados en el estilo estético de la empresa de moda Zara en https://mariangelescbravo.wixsite.com/mariadelvalle/zara. (2016).

9. Figurines diferentes con la actitud del usuario de la marca

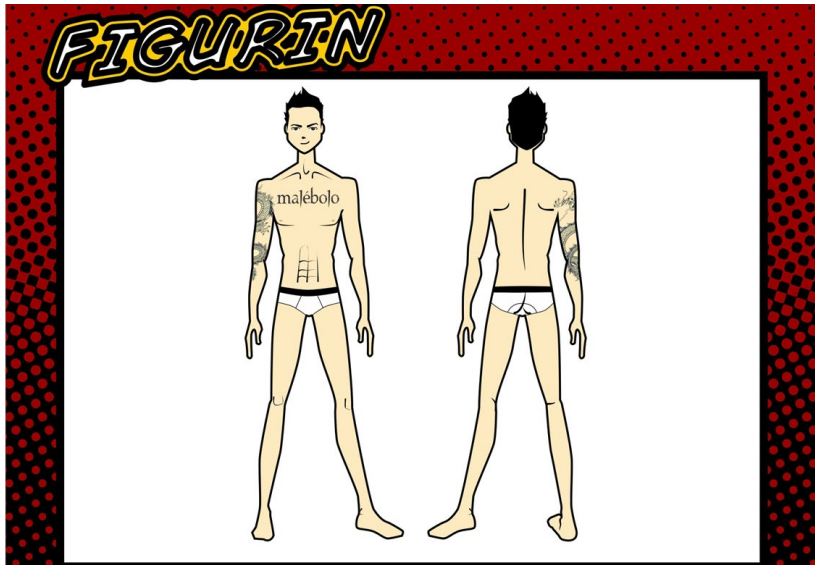


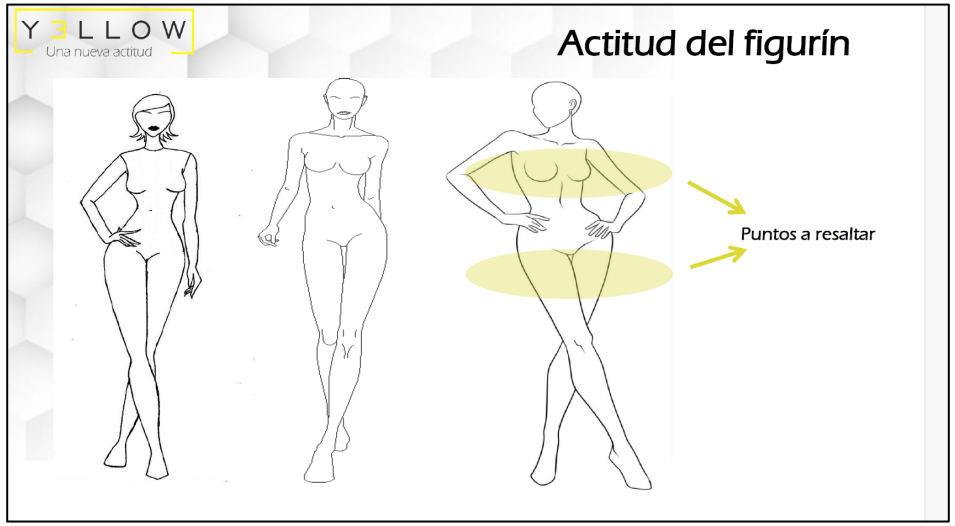
Figura 7. Athleisure creado por la diseñadora Weiying Kao en figurinesdemoda.com. Pinterest. (Consultado en 2020).



Figura 8. Movimiento Estático en https://cargocollective.com/rociolafuente/filter/Fashion/Movimiento-Estatico. (Consultado en 2020).

9. Figurines diferentes con la actitud del usuario de la marca

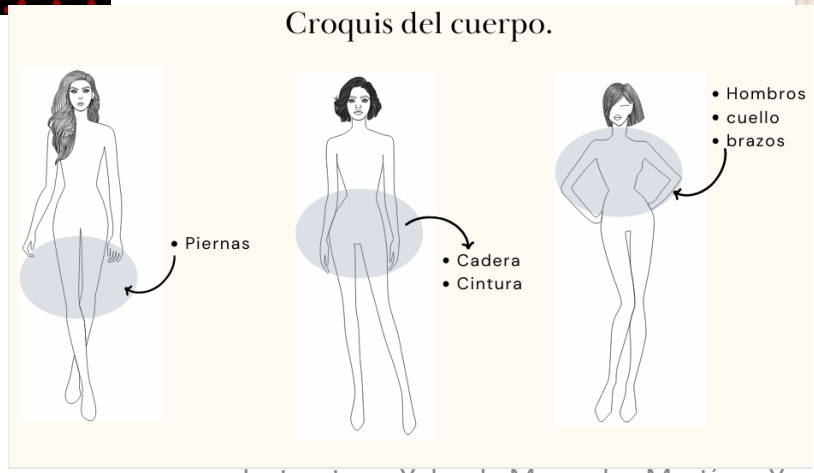




10. Croquis del cuerpo







11. Sistema de medición

Sistema de medición.

Sistema de medición	6	8	10
Contorno de Busto	84	88	92
Contorno de Cintura	60	64	68
Contorno de Cadera	88	92	96
Ancho de Espalda	33	34	35
Ancho de Pecho	31	32	33
Talle Frente	43.5	44	44.5
Talle Atrás	41.5	42	42.5
Centro Frente	36.5	36.75	37
Centro Atrás	39.5	40	40.5
Costado	18.75	19	19.25
Hombro	11.5	11.75	12
Contorno de Cuello	33	34.5	36
Cuello Delantero	20	21	22
Cuello Espalda	13	13.5	14
Largo de Manga	59	59.5	60
Largo int. de Manga	45.5	45.75	46
Largo de Blusa	61	61.5	62
Largo de Falda	59	59.5	60
Altura de Cadera	17.5	17.75	18
Largo de Pantalón	103	104	105
Tiro	24	25	26
Rodilla	19	19.5	20
Bota	17	17.5	18
Largo de Bata	100.5	101.5	102.5
Largo de Chaqueta	60	60.5	61
Largo de Capa	60	60.5	61
Largo de Abrigo	105	105. 5	106
separación de busto	17	17.5	18
Altura de busto	25.5	25.75	26

Bibliografía

Material de formación, imágenes y textos tomados de Zajuna, material de formación de la DESARROLLO DE COLECCIONES PARA LA INDUSTRIA DE LA MODA. 3070425.
Fase de análisis: Fundamentos del mercado I. Fundamentos del mercado II. Fundamentos del mercado III.
Fase de ejecución: Interpretación del diseño para el desarrollo de la colección.

https://fashionandillustration.com/bases-para-disenar-una-coleccion-de-moda/?v=5ea34fa833a1

El moodboard: qué es y para qué sirve. | Blog de DSIGNO

Cómo crear un moodboard de moda profesional | De la inspiración a la dirección estética
https://www.youtube.com/watch?v=Vqyl_JfoBoA

Qué es un moodboard, de qué sirve y cómo se hace (annaand.co)

MOODBOARD Y CUADRO METAMÓRFICO
https://www.youtube.com/watch?v=J0Uk-4OU2fg

73 ¿Cómo definir el concepto de una colección de moda?
CC ROI [LR May 2024 Release - GenRemove LA [16x9 (youtube.com)

Bibliografía

Revisar los anexos del material complementario de Zajuna:

U1_Anexo_H_El_Concept_Book_Xavi_Montava_AITEX;
1_Anexo_K_TFM_BellvisVazquez_Maria_Parte2;
U1_Anexo_H_El_Concept_Book_Xavi_Montava_AITEX;

U1_Anexo_I_Idea_de_marca_YELLOW;
U1_Anexo_J_Presentacion_de_marca_DANIEL_ECHEVERRY.

U2_Anexo_F_Trabajo_de_Marca_SERES

U2_Anexo_H_Trabajo_de_Marca_Malebolo

Anexo_I_U2_Slowly_1_y_2

https://paletacolorpro.com/imagen

GRACIAS

@SENAcomunica

www.sena.edu.co

Líneas de atención al ciudadano, empresarios y PQRS:
Bogotá: +(57) 601 736 60 60
Línea gratuita resto del país: 018000 91 02 70
Línea nacional: +(57) 601 546 15 00