

PROYECTO DE GRADUACION
Trabajo Final de Grado

Convey
Indumentaria que proyecta la imagen laboral

Florencia Sterman Street
Cuerpo A del PG
26/02/2015
Diseño Textil e Indumentaria
Proyecto Profesional
Empresas y Marcas

Índice

Palabras clave	3
Síntesis	4
Antecedentes	6
Logros de mi PG	8
Producción de contenidos curriculares	9
Curriculum Vitae del autor	10
Declaración jurada de autoría del PG	11

Palabras clave

Diseño de moda

Indumentaria

Traje de trabajo

Colección

Morfología

Tipología

Síntesis

El presente proyecto de graduación pertenece a la carrera de Diseño Textil e Indumentaria, se enmarca en la categoría de Proyecto Profesional y su línea temática corresponde a Empresas y Marcas. La temática en la que se centra el trabajo radica en el desarrollo de una propuesta de indumentaria femenina apta para diferentes situaciones laborales, que a su vez se contextualiza dentro del lanzamiento de una nueva marca, denominada *Convey*.

El objetivo general del siguiente trabajo parte de la próxima pregunta problema: ¿De qué manera se puede satisfacer la necesidad de la población femenina de expresarse eficazmente en el entorno laboral a través de su imagen externa?; y es el de inspirar una marca que logre dar con las inquietudes de las consumidoras que tengan como problemática la indecisión a la hora de vestirse para acudir a sus oficios, entrevistas de trabajo o eventos de dicha índole, así como también proponer diseños que se adecúen a diferentes tipos de morfologías femeninas. Para la concreción de dicho propósito se pautó una serie de objetivos específicos, los cuales se vieron diagramados en cinco capítulos a lo largo del trabajo. El primero incursiona brevemente en la historia de la indumentaria y los rubros de la misma, haciendo hincapié en la indumentaria laboral. El siguiente aborda lo relativo a la importancia de las prendas en cuanto a la imagen, de qué manera interfieren en el público femenino, para conocer en mayor profundidad la mente de las potenciales consumidoras. El tercero hace referencia a las ocasiones de uso, las cuales pautarán las necesidades de las distintas líneas que planteará el proyecto. A continuación, el siguiente capítulo inferirá en los aspectos principales de la marca, tales como su identidad, posicionamiento y estrategias de comercialización. Finalmente, en el último apartado del PG, se describirán los conceptos que se aplicarán en el lanzamiento de primera mini-colección de *Convey*, la cual se verá respaldada gráficamente con material que se desplegará en el Cuerpo C del trabajo.

El aporte que realiza este escrito a su disciplina reside en la exploración de un campo que no ha sido considerablemente tratado en el mercado actual, así como también, pretende servir de puntapié inicial para futuros proyectos en relación a su temática.

Antecedentes

Améndola, N. (2009) *La moda y la sociedad*. Publicaciones DC. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=9739&id_libro=139

Doria, P. (2012) *Perspectivas sobre moda, tendencias, comunicación, consumo, diseño, arte, ciencia y tecnología*. Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=8207&id_libro=378

Drummond Câmara, J.; Alves Oliveira, W.; Dias Botelho, R. (2009) Actas de diseño. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=5868&id_libro=16

Irlanni, P. (2011) *Tipologías con multi-identidad*. Proyecto de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=175&titulo_proyecto=Tipolog%EDas%20con%20multi-identidad.

Laurenzi, P. (2009) *Identidad corporativa de la moda. La visión del diseñador de indumentaria*. Escritos en la Facultad. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=3014&id_libro=129

Núñez, C. (2011) *La idiosincrasia de la moda*. Proyecto de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=239&titulo_proyecto=La%20idiosincrasia%20de%20la%20moda

Pujadas, M. (2011) *Cromoterapia textil: (los efectos energéticos sutiles del color en la creación de la indumentaria)*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=271&titulo_proyecto=Cromoterapia%20textil.

Rivas, M. (2011) *Del prêt à porter a la indumentaria multifuncional*. Proyecto de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=281&titulo_proyecto=Del%20pr%EAa%20porter%20a%20la%20indumentaria%20multifuncional

Taron, C. (2011) *Aportando sugerencias de moda mediante estrategia comunicacional*. Proyecto de graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=321&titulo_proyecto=Aportando%20sugerencias%20de%20moda%20mediante%20estrategia%20comunicacional

Teper, R. (2013) *Vestirse de entre casa*. Publicaciones DC. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2600&titulo_proyecto=Vestirse%20de%20entre%20casa

Logros de mi PG

En el transcurso de estos últimos años pude observar, tanto en mi carrera como en la vida cotidiana, el crecimiento que ha tenido la importancia de la imagen y de la gran influencia que ésta tiene en diversos aspectos más allá de lo estético. Sin ir más lejos, en el año 2013 cursé la cátedra de Taller de Estilo e Imagen II dictada por Sandy Cornejo, donde no sólo aprendimos acerca de la imagen externa, sino también de comunicación, imagen interna, relaciones interpersonales, entre otras, dado que todos aquellos conceptos confluyen en algún punto. A raíz de este hecho es que se me ocurrió la idea de proponer una marca que centrara sus objetivos en complementar a la imagen de la mujer desde una posición más activa.

En adición a esto, observar la propuesta de vestuario para mujeres profesionales en series como *Suits* me hizo pensar en que esa calidad de diseño en prendas aptas para el trabajo no se encuentra muy presente en el mercado argentino, por lo que podría significar una oportunidad. Hecho que a mí criterio confirmé tras la realización de una breve encuesta en internet, que me llevó a pensar en que efectivamente no existe mucha diversidad en la oferta de marcas de indumentaria formales.

En cuanto a lo personal, éste ha sido uno de los logros más significativos de mi vida adulta, plasmando la transición de estudiante a diseñadora, poniendo a prueba mis conocimientos y mi capacidad como futura profesional.

Producción de contenidos curriculares

El presente Proyecto de Grado (PG) denominado *Convey* se puede vincular con la siguiente materia dictada en esta Universidad: Diseño de Indumentaria VI, la cual constituye parte del plan de estudios de la carrera de Diseño de modas.

La descripción que realiza la página de la Universidad de Palermo (UP) acerca de la susodicha materia es la siguiente:

En esta asignatura se capacita al futuro profesional en el armado, la planificación, y la gestión del desarrollo de un microemprendimiento para el sector de la moda. Se focaliza en el desarrollo de identidad de marca, como así también el análisis de competencia directa, y el público objetivo al cual se dirige su propuesta.

Esta asignatura se enlaza con el PG mayoritariamente en los últimos dos capítulos del mismo, en los cuales se analizan los aspectos de la comercialización de la marca, y tras de eso se culmina con el desarrollo de una breve colección que plasme la identidad de la misma y proyecte sus objetivos.

Curriculum Vitae

Datos personales:

Nombre: Florencia Sterman Street

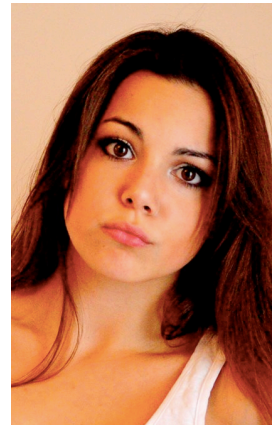
Fecha de nacimiento: 24/03/2014

Edad: 22 años

Teléfono: 1564972121

Domicilio: Armenia 2245, C.A.B.A.

Correo electrónico: flor_sterman@hotmail.com



Formación académica:

Universidad de Palermo: Diseño de Textil e Indumentaria (2010 - en curso)

Secundaria Boston College (2005-2009)

Idiomas:

Certificate of Advanced English

First Certificate

C.L.E. de portugués

Experiencia laboral:

Cargo administrativo en KVN SRL (2011 – presente)

Secretaria administrativa para el Congreso CIMAS (2011)

Informática:

Manejo del paquete de Microsoft Office, Photoshop, Illustrator y Corel

Premios y menciones:

Trabajos premiados por la Universidad de Palermo en las siguientes cátedras:

- Taller de fotografía I
- Diseño fotográfico I
- Diseño de modas IV
- Comunicación oral y escrita
- Taller de reflexión artística III

Declaración jurada de autoría

A: Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo.

Por la presente declaro que el Proyecto de Graduación es mi propio trabajo y hasta donde yo sé y creo, no contiene material previamente publicado o escrito por otra persona, ni material que de manera sustancial haya sido aceptado para el otorgamiento de premios de cualquier otro grado o diploma de la Universidad u otro instituto de enseñanza superior, excepto donde se ha hecho reconocimiento debido en el texto.

Autorizo a la Facultad de Diseño y Comunicación a emplear los contenidos del mismo a efectos académicos e institucionales del Proyecto de Graduación titulado:

Convey: indumentaria que proyecta la imagen
laboral_____

Saluda cordialmente

26 / 02 / 2015

Fecha

Firma y aclaración