

El diseño un proceso formal, permanente y rentable para la Industria del Calzado

Ante la necesidad de una industria competitiva que brinde, propuesta de valor a sus consumidores con tendencia y moda, el equipo de Prospectamoda se dio a la tarea de estructurar una metodología y desarrollar estrategias que permitan a las empresas organizar sus propios departamentos de diseño de forma integral.



¿Cómo estructurar un departamento de diseño? fue el título del curso impartido por Mario Méndez, consultor de Prospetamoda, ante más de setenta asistentes provenientes de diferentes empresas afiliadas a la Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Guanajuato, dicho curso se llevó a cabo en la sala Nuestras Raíces en las instalaciones de

CICEG.

El curso planteó el deber ser del diseño en una empresa de producción de calzado, esto basado en la metodología del proceso de diseño y situando a los creativos en un entorno que converge e interactúa de forma dinámica y constante con áreas como: mercadotecnia, comercialización y ventas, desarrollo de productos y dirección general.



Mario Méndez, consultor de Prospectamoda explicó a los asistentes que “Debido a que deben desarrollarse procesos de flujo de información multidireccional, se denominó a este modelo *Proceso de diseño en redes creativas*, el cual busca fomentar el intercambio de ideas, la generación de propuestas y desarrollo de colecciones de productos altamente competitivos en el

mercado nacional e internacional”.

En lo que a la estructura del departamento se refiere, se presentaron esquemas, propuesta de funciones y actividades, competencias, aptitudes y actitudes con las que debe de contar un diseñador, enfatizando que es responsabilidad de las empresas formar a sus diseñadores en torno a la marca, al producto y al mercado que atenderán.

De igual manera, se presentó una agenda de trabajo que permitirá a las áreas de diseño y a sus colaboradores, orientar sus actividades a la agenda propuesta, partiendo desde una temporalidad, que garantice el éxito de las colecciones.



Además se presentaron propuestas de herramientas digitales y procesos de recolección de información, para poder aterrizar una inspiración de tendencias de moda, a productos creativos para los diferentes entornos en los que el área de diseño interactúa.

Finalmente Mario Méndez, consultor de Prospectamoda enfatizó que cursos como éste posicionan el diseño dentro de las empresas como un proceso formal, permanente y rentable.