

**PLATAFORMA DE MODA SOSTENIBLE ENFOCADA EN LA TENDENCIA QUEER**

**GERMAN DAVID CIFUENTES PEÑA**

**TUTORA**

**LIDIA ESPERANZA ALVIRA GOMEZ**

**CORPORACIÓN UNIFICADA DE EDUCACIÓN SUPERIOR**

**PROGRAMA DE BELLAS ARTES**

**DISEÑO DE MODAS**

**BOGOTA, DC**

**2020**

---

## TABLA DE CONTENIDO

---

INTRODUCCIÓN	5
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
PREGUNTA PROBLEMA	8
OBJETIVO GENERAL	8
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
JUSTIFICACIÓN	9
REVISIONES BIBLIOGRÁFICAS	10
CONCLUSIONES	28
LISTA DE REFERENCIAS	30

## **RESUMEN**

La plataforma de moda sostenible enfocada en la tendencia queer es un proyecto que busca unir la moda con el tema de la sostenibilidad y tiene como objetivo concientizar al consumidor sobre el impacto que tienen las compras aceleradas a nivel ambiental. La moda sostenible y los avances tecnológicos pueden generar conciencia sobre todo el proceso de creación de prendas de vestir. Muchas empresas han descubierto métodos para acelerar el ritmo de consumo de las personas dando lugar al fast fashion. Por eso el consumir cierto producto es más rápido y las personas invierten más, creando un impacto en la sociedad. Para investigar las implicaciones de esta moda moderna, se ha empleado un modo descriptivo para reflejar las falencias que se tiene respecto al tema. Además, No se busca poner solo en evidencia los problemas que enfrenta la industria textil en la actualidad, sino dar alternativas. Recopilando información se planea crear y diseñar estrategias como intervenir prendas haciendo reutilización para el desarrollo de una marca y plataforma ecológica, esto a partir de la justificación, planteamiento del problema de investigación junto a los objetivos a desarrollar durante todo el proceso del proyecto. Como resultados se hizo una propuesta de plataforma llamada Modelkabydc

**Palabras claves:** Moda sostenible, textil, moda, diseño y actualidad.

## **Abstract**

Fast fashion makes fashion a greater pollutant worldwide, it is important to reflect and be part of the change, that is why we are looking for a solution to the crisis it offers and try to make

consumers see reality and choose what is good about That's why Kate Fletcher tells us more about a background on how sustainable fashion can be a great alternative to avoid working with so many chemicals and reuse clothes to give them a new use. Sustainability must be the focal point for all textile companies and designers, not only because of the environmental impact, but also to survive in the fashion world. But to raise awareness in the sector, it must be produced and provoked with real information, with experiences.

**Palabras claves:** Moda sostenible, textil, moda, diseño y actualidad.

## INTRODUCCIÓN

Se entiende que la moda sostenible es una tendencia que ha sido muy fuerte en el diseño, donde se pueden crear diseños o productos, siendo conscientes del impacto ambiental y social. Una de las plataformas más importantes a nivel mundial que es Vogue, dictaminó que no es una tendencia pasajera, sino que pretende durar un tiempo e incluso llegar a quedarse. Los diseñadores están implementando métodos de conciencia ecológicas.

El concepto de slow fashion o sustentabilidad determina que el consumidor sabe muy poco del tema porque es algo nuevo y no conoce, por eso se encuentran barreras para hacer compras conscientes y se apoya más el fast fashion, siendo una sociedad experta en consumir de tal manera; comprar, usar y desechar, el daño es inimaginable. Un artículo sugiere que se puede calcular que 1 prenda de “Fast Fashion” que use menos de 5 veces y se tire a los 35 días produce un 400% más de emisiones de carbono que una que use más de 50 veces y se tenga por más de un año (Barahona 2018). La moda sostenible por eso plantea ideas o estrategias para llegar a la raíz del problema y provocar transformaciones que sean relevantes, significativas y realistas, dándole un giro por completo a la idea del consumidor donde se tiene como prioridad cantidad por calidad, pero no se quiere que desaparezca la cultura sino que se tome más conciencia y se encuentre un equilibrio entre los valores ciudadanos y el medio ambiente, dando como opción ver desde otra perspectiva, cambiar las ideas del diseño, sus materiales y ver su modo de producción un dato importante es

---

<sup>1</sup> German David Cifuentes Peña. Estudiante del programa de diseño de modas de la corporación unificada nacional de educación superior CUN. Investigador del proyecto “Plataforma de moda sostenible enfocada en la tendencia queer. Profesional en publicidad y mercadeo. Visual merchandising.

cómo basa su trabajo en la cultura y la creatividad del diseño a partir del compromiso con el medio ambiente, planteando así cómo podemos producir y utilizar prendas de manera responsable y reducir el impacto para el medio ambiente, solo con ralentizar nuestros hábitos y costumbres de ropa de ropa se puede ayudar a conservar el planeta en el que vivimos.

Se abordan ciertas cuestiones sobre cómo se le puede dar vida a prendas usadas o de poco uso. A continuación, se planteará una nueva tendencia enfocada siempre y dirigida a la moda sostenible viendo como genera un menor impacto y ayudará a cuidar el medio ambiente, siendo así una opción para vestir, sin generar daños. Para finalizar se reflexionará sobre los temas tratados y llevados a plataformas digitales y a la práctica.

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El mundo de la moda nos presenta transformaciones a un nivel muy exagerado y con ello las consecuencias que traen y la problemática que tiene en la actualidad. Debido al gran impacto que ha tenido esta industria grandes empresas de marcas reconocidas mundialmente han marcado nuevas tendencias con la moda sostenible, entre ellas están: Zara, Seven Seven, Diesel, Forever 21 entre otras. Así como las marcas diseñadores famosos como: Stella jean, Vivienne Westwood, Bruno Pieters; utilizando materiales reutilizados y naturales para crear sus nuevas colecciones, dando un ejemplo claro de que se pueden crear diseños exclusivos e innovadores. Se puede decir que los productos reciclados son muy favorables para el consumidor. En Colombia la moda sostenible está tomando un puesto muy importante según (Zeas, S. (2017).

En los últimos años en el mundo se ha dado a conocer lo queer (término inglés que significa extraño, raro, excéntrico). La palabra queer adquiere su fuerza precisamente de la invocación repetida que terminó vinculandola con la moda. El movimiento queer, como movimiento social consiste en que, sin renunciar a los problemas de expresión de identidad, se luche por el reconocimiento y se visibilice lo negado.

Al indagar es pertinente que se presente una propuesta que se pueda aplicar entre lo aprendido en la CUN, el diseño y una tendencia Queer, que permita la intervención de personas del medio y se rompan los paradigmas establecidos y se genere una oportunidad de diseño donde se establece una solución de delineación innovadora enfocado en sustentabilidad y productos ecoamigables. Al diseñar una plataforma se dará conocer el diseño desde otros puntos de vista y

Adicional a esto se debe cambiar el enfoque de tratar de comunicar la moda en imágenes puesto que hace que el consumidor tenga muy poco conocimiento y cuente historias con valor y veracidad.



## **PREGUNTA PROBLEMA**

¿Cómo crear alternativas de moda sostenible enfocada en las nuevas tendencias Queer?

## **OBJETIVO GENERAL**

Diseñar una plataforma de moda sostenible enfocada en la tendencia queer

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Diferenciar la marca de otras dándole un valor agregado por su diseño e innovación enfocada en el concepto queer y la sostenibilidad.
2. Emplear prendas reutilizadas y transformarlas de acuerdo la línea conceptual de la marca
3. Registrar el proceso de desarrollo e intervención de los productos para presentarlos en la plataforma digital de la marca.

## JUSTIFICACIÓN

Este proyecto de investigación se basa en unas problemáticas que son la moda, el hacer visible una cultura y la sustentabilidad, de esto surge la idea de crear una marca y elaborar una colección con prendas de segunda mano. En pleno 2020 la industria de la moda sigue siendo uno de los mayores contaminantes y ponentes que explotan los recursos naturales cada año para la creación de nuevos productos y esto se ve reflejado en la alta producción que tienen cada día obligando así al consumidor a tener un exceso de prendas o accesorios. Esta marca busca posicionarse y concientizar sobre el consumo excesivo.

Modelkabydc by Dave Cifuentes llevará por nombre la marca y la plataforma, quien mostrará diseños, los fabricará, confeccionará e intervendrá desde cero y será parte del slow fashion. El plus de la marca será que sus valores agregados vienen en su materia prima, prendas con concepto actual, sin género e innovadores, siendo así diferenciadores a marcas actuales. Haciendo visible no sólo el género, sino también el sexo y el cuerpo son algo continuamente producido y reproducido a través de nuestras representaciones diarias, es posible destacar sus respectivos espacios simbólicos y generar nuevos sentidos y representaciones que no estén sometidos a la disciplina heteronormativa ni a los imperativos que derivan de las identidades.

Se debe reconocer que al cambiar el pensamiento de una sociedad totalmente materialista y consumista se beneficia la sociedad y el planeta a gran escala. El hacer que los negocios sean más rentables implementando la sostenibilidad; apoyándonos de la tecnología, innovación y la industria textil estando preparados para entornos más cambiantes.

## REVISIONES BIBLIOGRÁFICAS

### DEFINICIÓN

Se encuentra en un libro de moda sostenible en el que la autora nos muestra que pasos debemos seguir para realizar un proceso de diseño y como es su producción de moda. Enseñando la manera correcta de utilizar los materiales reciclados para darles nueva vida. (Gwilt 2014)

### PROPÓSITO

Por otro lado, ya se habla de cómo se debe entender de cierta manera el diseño y pensar en el desmontaje de las prendas: diseño para el reciclaje. Pensar en el bienestar social. Pensar en la gestión de residuos y materias primarias. (Salcedo 2014)

Este libro trata de lo que es el desarrollo sustentable y la razón por la que queremos más allá de la moda un mundo más sustentable (Gardetti 2017). Dejando a un lado de que es ser sustentable se puede ver como el diseño se enfrenta como nunca a un verdadero cambio. plantea que se deben desarrollar productos de bajo costo para que sus efectos sociales, culturales y medioambientales, optimicen ciertos fines económicos. (Bonifacio 2018). Eso quiere decir que la moda ha tenido un gran recorrido durante siglos, teniendo como objetivo principal ver la relación que tiene la función de las prácticas de vestir y los discursos propuestos por la moda, ya que están enlazados con la sociedad. Es un artículo muy interesante por (Zambrini 2009).

### MODA LENTA

Entramos a un nuevo término que es muy importante y es la moda lenta o slow fashion, por eso este libre que no tiene un público en específico y por ende cada lector lo entiende de

diferentes maneras. Cabe recalcar que hablando de moda la calidad en el diseño es inversamente proporcional a la velocidad del retail. Es imposible que entregando en tiendas dos colecciones al mes, dichas colecciones tengan calidad. (M. Gil Paban 2014)

## DESARROLLO

Este artículo de información trata un tema muy importante que es como las decisiones que se toman pueden desarrollar ideas y proyectos de inversión, considerando importante la capacidad de generar ingresos a los proyectos ya sea proporcional al costo del financiamiento del recurso utilizado. (Álvarez Corrales and Muñoz-Salas 2019)

## MODA QUEER

Se hace una introducción a la moda queer con este documento que a partir de una idea busca contribuir como el debate sobre el género y la diversidad sexual demostrando así que los mayores exponentes en la moda han sido homosexuales. Es decir que se rompen los cánones de género marcados en la sociedad. (Fonseca, María, and Quintero 2009). Luego vemos más allá como este se busca un análisis personal a través del mundo GAY, enfocándose en el concepto queer y llegando a ver como se describen ciertas obras de distintas formas de identidad. (Penedo 2008)

## PERCEPCIÓN

Este artículo define el término de slow fashion y habla sobre la pionera que fue Kate Fletcher. Nos muestra una perspectiva sobre la economía circular y la importancia de innovar, creando así patrones de consumo y la percepción que tienen los hombres homosexuales de este siglo llamados Millennials. (Suárez Silva 2019).

Queriendo saber un poco más del pensamiento que tiene América Latina, este artículo tiene como fin expandir el conocimiento sobre el arte en forma de activismo QUEER en América.

Para encontrar respuesta alguna, plantean 3 estudios de grupos siendo estos, artistas, perforemos y escritores, relacionando la normatividad de género, sexualidad y ciudadanía y su potencial en las formas de hacer queer.

### TECNOLOGÍA Y MODA

Este es un artículo que define el también del diseño en varios campos como la ingeniería, odontología y diseño de modas. Se interesa en analizar cómo la reflexión sobre el diseño en moda comienza a incorporar aspectos éticos de sustentabilidad ambiental y respeto de los derechos humanos. (Sociales et al. 2017).

Este es un ensayo que habla sobre los procesos del diseño, haciendo énfasis en la ética y la responsabilidad ambiental y social. (Cuello and Vittone 2013).

### **Encuesta**

Se realiza una encuesta analítica que consta de 15 preguntas de respuestas cerradas y una abierta, para tener como evidencia los vacíos que existen en la moda frente la moda sostenible y estos fueron los resultados que arrojó.

Se entrevistaron a 16 personas.

El objetivo de ella es:

- Evaluar periódicamente los resultados de un programa en ejecución.
- Saber la opinión del público acerca de la moda sostenible.
- Investigar previamente de las características de los consumidores.
- Dar una respuesta de los cuales los entrevistados darán una opinión congruente frente al tema.

Tabla 1

*Encuesta moda sostenible*

---

Preguntas por realizar.

---

1. sexo
  2. Edad
  3. ¿Dónde vive?
  4. ¿Estás a la moda?
  5. ¿Le importa lo que la gente piense de usted?
  6. ¿Cómo define su estilo al vestir?
  7. ¿Dónde suele comprar la ropa?
  8. ¿También suele pensar en la ropa interior?
  9. ¿En qué temporada renueva su armario?
  10. Para la moda prefiere:
  11. ¿Compra ropa de segunda?
  12. Si su respuesta es no ¿Le gustaría hacerle nuevos diseños a ropa que no usa?
  13. ¿Conoce el término de upcycling?
  14. ¿Ayudarías a marcas independientes?
  15. ¿Qué consejo darías para que la moda fuera alternativa?
- 

**Nota.** Fuente: De creación propia. Moda sostenible

## Sexo

16 respuestas

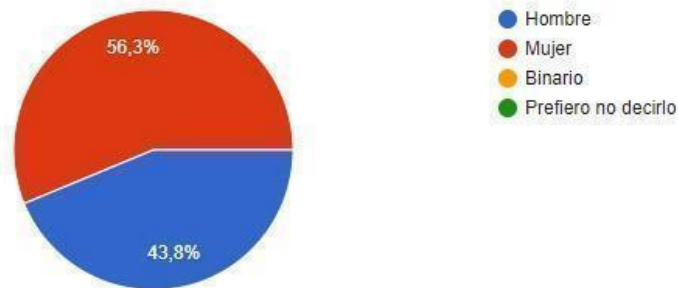


Figura 1. Sexo

Fuente: creación propia. Abril 2020

En la pregunta 1 es importante preguntar por el sexo porque hay una diferencia entre sexo y género. Por sus características biológicas, fisiológicas y cromosómicas de los seres humanos que los definen como hombres o mujeres, siendo características universales e inmodificables. En cambio, cuando se habla de género se define que es un conjunto de ideas, comportamientos y atribuciones que una sociedad dada considera apropiados para cada sexo. La gráfica nos arroja como resultado que las personas encuestadas se definen como hombres y mujeres. Siendo un 56,3% mujeres y un 43,8 Hombres.

### Edad

16 respuestas

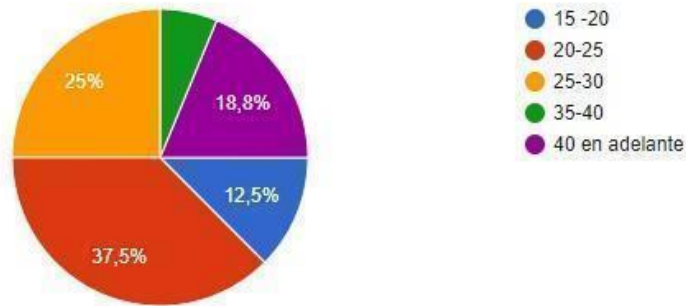


Figura 2. Rangos de edad

Fuente: creación propia. Abril 2020

En la pregunta 2 la edad de las personas encuestadas está entre el rango de edades de los 20 a los 40 años en adelante. Arrojando que el 37,5 tienen entre 20 – 25 demostrando que podrían ser las personas más interesadas en adquirir conocimiento sobre moda sostenible.

### ¿Donde vive?

16 respuestas

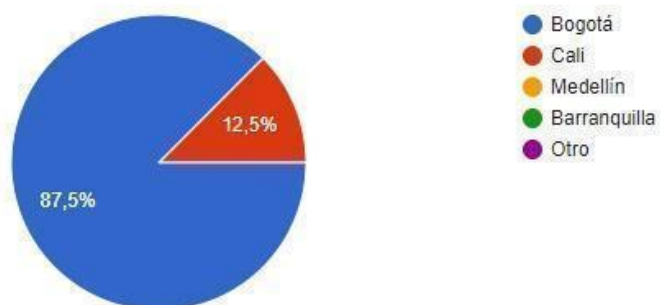


Figura 3. ¿Lugar donde reside?

Fuente: creación propia. Abril 2020



En la pregunta 3 dónde vive arroja que el 87,5 reside en la ciudad de Bogotá y un 12,5 en Cali.

Muy importante que sean de la ciudad de Bogotá ya que se puede evaluar un poco más a fondo el concepto de la marca en los participantes.

¿Estás a la moda?

16 respuestas

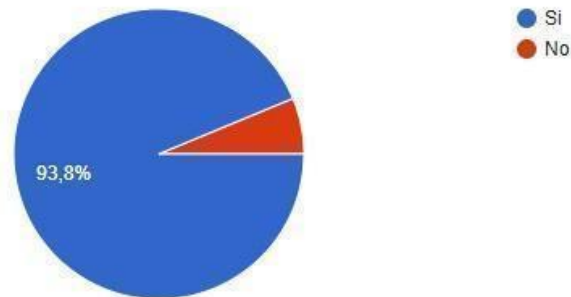


Figura 4. ¿Estás a la moda?

Fuente: creación propia. Abril 2020

En la pregunta 4 está a la moda se realiza esta pregunta porque se quiere saber qué tan factible es poder crear un nuevo producto o customizar, para así aplicar en ellas las tendencias. Cuando se marca tendencia es creíble, atractivo, amigable o sustentar algún tipo de poder que consideramos relevante.

¿Le importa lo que la gente piense de su estilo?

16 respuestas

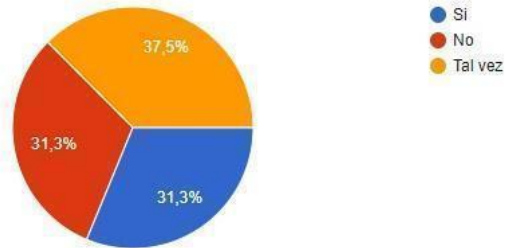


Figura 5. ¿Le importa lo que la gente piense de su estilo?

Fuente: creación propia. Abril 2020

En la pregunta 5 se encuentra en este caso que los participantes todos tienen una visión diferente sobre lo que las personas piensen de ellos. Este resultado refleja un punto a favor porque quizás les pueda gustar la transformación de prendas como tal vez no, basados totalmente en el 37,5% que es el tal vez.

¿Cómo define su estilo al vestir?

16 respuestas

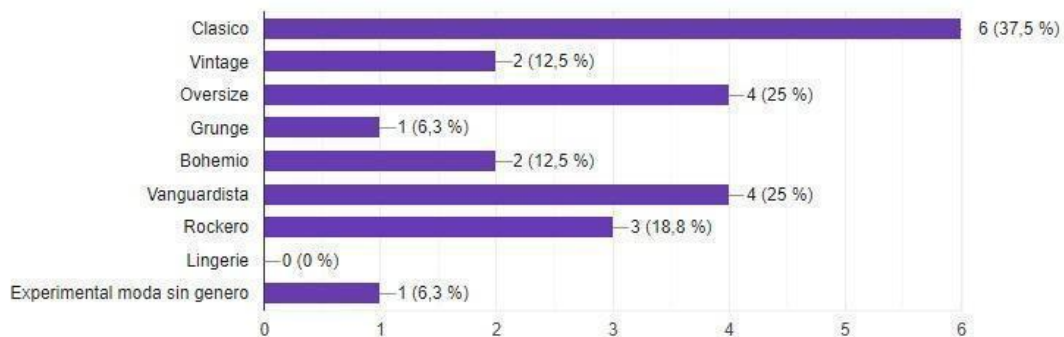


Figura 6. ¿Cómo define su estilo?

Fuente: creación propia. Abril 2020

En la pregunta 6 se preguntó “¿Cómo define su estilo al vestir?” Para encontrar una unión entre la tendencia Queer con alguno de los estilos mencionados. Es importante saber definirlos para así poder crearlos.

¿Dónde suele comprar la ropa

16 respuestas

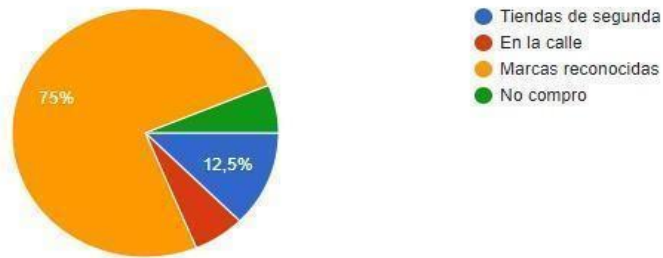


Figura 7. ¿Dónde suele comprar ropa?

Fuente: creación propia. Abril 2020

En la pregunta 7 la figura nos muestra que los participantes están más a gusto con un producto que ya conocen, ya sea por precio, calidad o gusto, enfrentados con los que compran ropa de segunda.

Esto quiere decir que, si habría la posibilidad de que las personas que compran en marcas reconocidas accedan a realizar una intervención en sus prendas y los que compran en tiendas de segunda darles un valor agregado, para que luzcan diferentes.

¿También suele pensar en la ropa interior?

16 respuestas

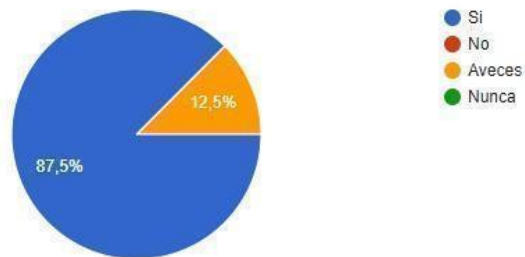


Figura 8. ¿También suele pensar en la ropa interior?

Fuente: creación propia. Abril 2020

En la pregunta 8 la mayoría de los participantes encuentran que es importante comprar ropa interior al momento de hacer sus compras, demostrando que su consumo vaya más allá de solo prendas de vestir exteriores.

¿En que temporadas renueva su armario?

16 respuestas

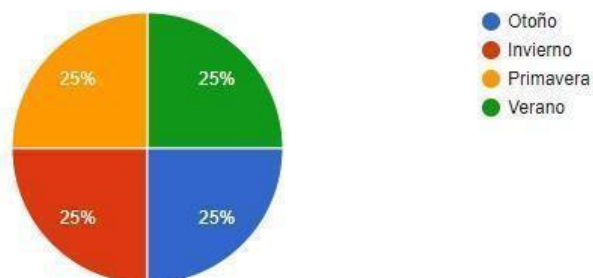


Figura 9. ¿En qué temporada renueva su armario?

Fuente: creación propia. Abril 2020

En la pregunta 9 en todas las temporadas es bueno renovar su armario según los participantes. No siguen lineamientos de compras. Para ellos el cambio les da ventaja para ponerse más prendas en temporadas diferentes.

Para la moda prefiere :

16 respuestas

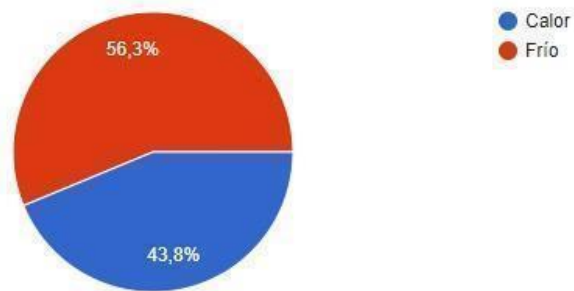


Figura 10. Para la moda prefiere.

Fuente: creación propia. Abril 2020

la pregunta 10 puede ser similar a preguntar a lo de las temporadas, pero no. Cuando se refiere a preferir moda por el calor o frío, es para evaluar cómo el consumidor se viste y qué tipo de prendas tiene a su favor y se podrían realizar ciertas intervenciones y creación de prendas. La figura nos arroja que un 56,3% prefieren el frío ya sea por exceso de prendas o por gusto. Y el 43,8% el calor ya sea por su lugar de vivienda o menos prendas para usar.

¿Compra prendas de segunda ?

16 respuestas

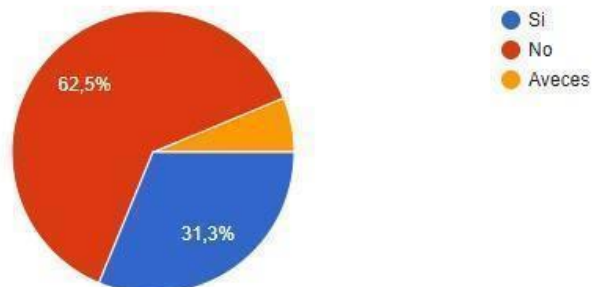


Figura 11. ¿Compra prendas de segunda?

Fuente: creación propia. Abril 2020

En la pregunta 11 la mayoría de sus participantes votaron por la opción NO porque puede que para ellos ese producto no sea lo que buscaban o simplemente no les gusta. La ropa de segunda tiene muchos mitos.

Si su respuesta es no ¿Le gustaría hacerle nuevos diseños a ropa que no usa?

16 respuestas

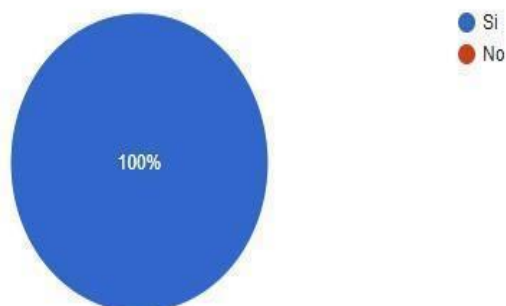


Figura 12. ¿Le gustaría hacerle nuevos diseños a ropa que no usa?

Fuente: creación propia. Abril 2020

En la pregunta 12 todos encontraron la idea de diseñar o crear nuevas prendas de vestir con prendas que no usan muy interesante, llegando al objetivo principal de la encuesta.

¿Conoce usted el termino de UPCYCLING?

16 respuestas

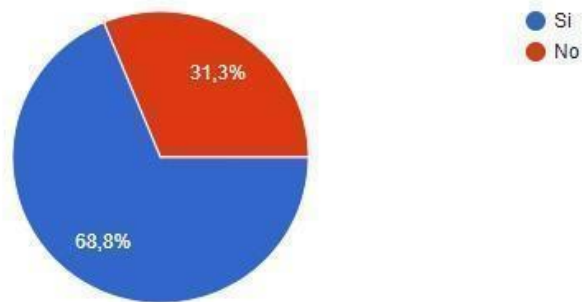


Figura 13. ¿Conoce usted el término de Upcycling?

Fuente: creación propia. Abril 2020

La pregunta 13 es para evidenciar si se conoce este término, porque es uno de los objetivos de esta investigación, generar esa conciencia para crear esas prendas basados en sostenibilidad.

Es decir, el 68,8% participantes no tienen conocimiento, mientras el 31,3% sí.

Si su respuesta es no, es el reciclado, también conocido como re utilización creativa, es el proceso de transformación de subproductos. sabiendo esto, ¿ayudaría a marcas independientes?

16 respuestas



Figura 14. ¿Ayudaría a marcas independientes?

Fuente: creación propia. Abril 2020

la pregunta 14 es similar a la anterior pero esta vez se les da el significado a los participantes para que entendieran un poco del término, dándoles una breve descripción breve de él, llegando a lo que queremos lograr, qué es, si comprarán y apoyan nuevas propuestas o en este caso específico marcas independientes.

Todos se encuentran de acuerdo en realizar este proceso.

En la pregunta 15 para finalizar la encuesta los participantes, dan su punto de vista y consejo para lograr evidenciar los vacíos que hay frente la moda sostenible y su factibilidad de crear una marca enfocada hacia una tendencia que el consumidor no está acostumbrado.



Si para ti la moda es sostenible e importante para la sociedad ¿Qué consejo darías para que la moda fuera mas alternativa?

16 respuestas

Definir un estilo propio, por medio de ello podemos desarrollar creatividad y identificarnos con lo que vestimos, pienso que muchas de las prendas que tenemos guardadas aveces necesitas de una transformación para ser perfectas. Es una alternativa de estar a la moda y ayudar a proteger los recursos naturales.

Ser más asequible

No se mucho sobre el tema. Creo que una forma sería apoyar más el talento local y de igual forma, los insumos locales. Un ejemplo que puedo mencionar es el emprendimiento Shuska, que elabora sus accesorios con semillas de la región. El punto es, que por ejemplo en la región Pacífico hay una infinidad de artículos que representan a sus habitantes y es muy interesante que se promuevan como alternativas para la moda. Un ejemplo podría ser el los clásicos turbantes.

Que se incluyeran todas las tallas y todos los tipos de cuerpos aveces se limitan y solo se crea para cierto de target

Que tengan en cuenta las reutilizacion de prendas

Figura 15. ¿Qué consejo darías para que la moda fuera más alternativa?

Fuente: creación propia. Abril 2020

Si para ti la moda es sostenible e importante para la sociedad ¿Qué consejo darías para que la moda fuera mas alternativa?

16 respuestas

que tengan en cuenta las realizacion de prendas

DISFRUTA VERTE BIEN Y SENTIRTE BIEN, LA MODA VA Y VIENE, PERO TU LA HACES TUYA:)))

Que sus precios sean mas adsequibles para el consumidor

Que no haya tanto fast fashion porque es lo que más contaminación genera, ya que generalme lo que sobra no lo venden o no le en el mismo sentido.

Utilizar otros materiales diferentes a la tela, como lo hace adidas con las sudaderas echas con hilos echos con plástico reciclado

Hola

Consumir menos fastfashion

Ser muy recursibo con lo que ya no usas

Figura 16. ¿Qué consejo darías para que la moda fuera más alternativa?

Fuente: creación propia. Abril 2020

Si para ti la moda es sostenible e importante para la sociedad ¿Qué consejo darías para que la moda fuera mas alternativa?

16 respuestas

Hola

Consumir menos fastfashion

Ser muy recursibo con lo que ya no usas

.

Menos consumismo hacerle intervenciones a las prendas que ya tenemos y buscar prendas que de verdad sean amigables con el medio ambiente, también no consumir prendas que no en su proceso no sean sostenibles.

Prendas básicas con durabilidad

Dejar de hacer moda solo para vender si no para realmente conectar al cliente con nuevas formas de ver la moda actual. Adicional poder ver que nuevas alternativas de textiles se encuentran en el mercado... y siempre experimentar.

Figura 17. ¿Qué consejo darías para que la moda fuera más alternativa?

Fuente: creación propia. Abril 2020

Al finalizar la encuesta el 80% de encuestados tiene en cuenta el impacto social y medioambiental a la hora de comprar, frente al 20 %, les gustaría saber más acerca de reutilización y cómo crear nuevos productos. Modelka tiene un papel crucial que desempeñar para garantizar que la ropa se elabore de manera sostenible. Asimismo, piensan que se debe exigir a las marcas de

moda que rindieran cuentas sobre cómo se fabrican sus productos. Los resultados muestran que los consumidores y consumidoras confían en las marcas de ropa.

Propuesta de diseño.

Logo de Modelkabydc.



Figura 18. Logo Modelkabydc

Fuente: creación propia. Abril 2020

Siendo Modelka que significa modelo en polaco, dando a entender que utilizas ropa para modelos sin serlo, siendo alternativo y será diseño por Dave Cifuentes.



Figura 19. Inspiración, innovación y orientación

Fuente: creación propia. Abril 2020

Los tres pilares importantes para diseñar. Teniendo en cuenta toda la información recopilada en el transcurso de la investigación.

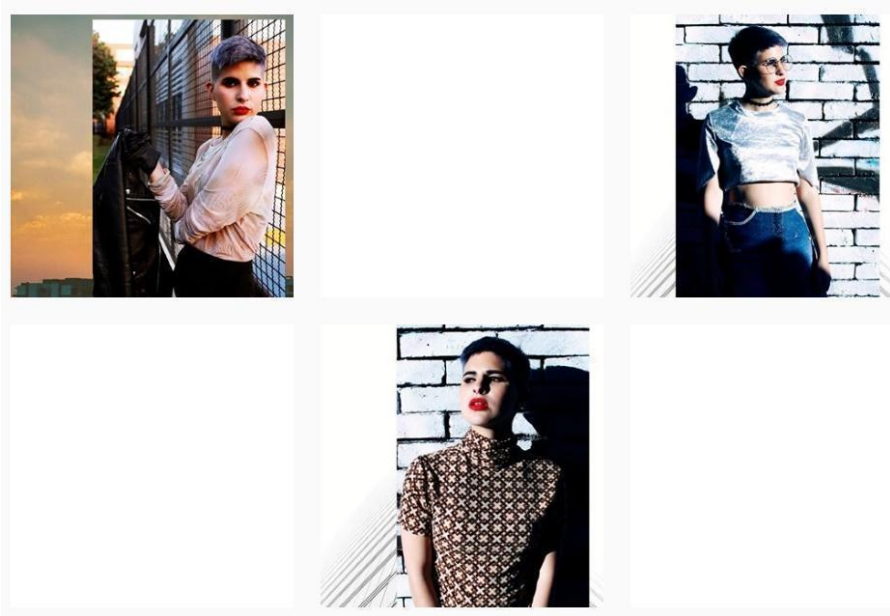


Figura 20. Producto

Fuente: creación propia. Abril 2020

Muestra creativa de los diseños de Modelka, mostrando a una chica andrógena que modela sin importancia alguna, unas prendas concepto Street style jungle.



Figura 21. Producto

Fuente: creación propia. Abril 2020

Por otro lado, el hombre rompiendo ese estereotipo de que el hombre tiene que ser muy rudo y masculino, utilizando maquillaje, labial, faldas, crop tops y prendas poco usuales de uso diario. Trayendo así una idea para redes sociales como Instagram y su página Modelkabydc en wix.

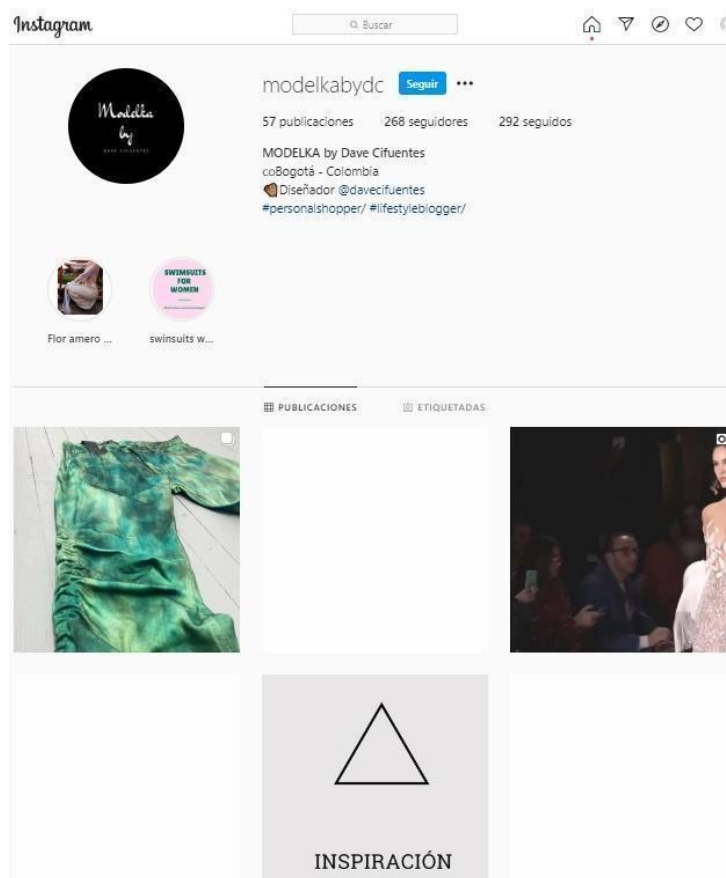
## CONCLUSIONES

Finalizando esta investigación se logra evidenciar que la aparición de la moda rápida tiene consecuencias en la industria, como el desecho de prendas nuevas, contaminación en el medio ambiente, entre otras. En el transcurso de los años se han inventado muchas propuestas, sistemas y modelos de negocios para empresas pequeñas, medianas o grandes.

Por eso se crea una alternativa de renovar, como se puede ver el fast fashion es muy fuerte con el ecosistema. Modelkabydc se suma a ser sostenible, obteniendo como resultado que las nuevas generaciones sean menos dependientes y no alteren sus hábitos de consumo más de lo normal. Como segundo objetivo se puede ver cómo es la producción y sus fases, esto desde la creación del producto y los beneficios que trae.

A lo largo de la investigación se encontraron datos claves, con el fin de revisar, seleccionar y clasificar la información, dando una propuesta de calidad con fuerte conocimientos, basados en la tecnología y la competitividad. Dando a entender el diseño como un desarrollo integral para desarrollar nuevos productos, con alto nivel de calidad. Teniendo presente los factores que se pueden intervenir en para el diseño y desarrollo de los productos mismo.

Llevando a plasmar en portales la innovación creativa. Siendo la tecnología un aliado para llevar las ideas a través de materiales creados y la customización de ellos desde una manera diferente. Esta plataforma invita a descubrir que la industria de la moda tiene otras facetas, que no se rigen bajo ningún lineamiento, por eso quiere crear su propio diseño con una dinámica que sea interactiva. Es importante que el consumidor entienda como se puede ser diseñador de nuestra propia ropa siendo sostenibles. Siempre siendo haciendo un llamado a la sostenibilidad viendo la realidad de la industria, viendo cómo funcionan, sus procesos, y qué ocurre. Se trata de que exista una gran variedad en el mercado para cubrir esas necesidades de consumidores de la comunidad que no saben dónde comprar y cómo implementar esto en sus prendas.



## LISTA DE REFERENCIAS

Álvarez Corrales, Cristian, and Evelyn Muñoz-Salas. 2019. “Costa Rica: Estimaciones de La Tasa de Desempleo Que No Acelera La Inflación.” *Revista de Ciencias Económicas* 37(2):43–69.

Barahona, María Luisa. 2018. ANÁLISIS DEL FAST FASHION COMO GENERADOR DE PATRONES DE CONSUMO INSOSTENIBLES MARÍA LUISA NATALIA BARAHONA GAETE Monografía Para Optar Por El Título de Especialista En.

Bonifacio, M., ... A. Villanueva-ACTAS-Jornadas, and Undefined 2018. n.d. “ANALOGÍA DE LA METODOLOGÍA PARA EL DIAGNÓSTICO EN EL UPCYCLING DE PRENDAS DE VESTIR Y LA REHABILITACIÓN EDILICIA.” *Publicacionesfadu.Rec.Uba.Ar.*

Cuello, Javier, and José Vittone. 2013. “Diseñando Apps Para Móviles.” *Sold To 279*.

Retrieved

May 9, 2020

([https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ATiqsjH1rvwC&oi=fnd&pg=PA7&dq=Cuello,+J.,+%26+Vittone,+J.+\(2013\).+Diseñando+apps+para+móviles.&ots=a3euZT\\_pbr&sig=1TW5zZIFTPyt26Yu5amJsYUq6CE](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ATiqsjH1rvwC&oi=fnd&pg=PA7&dq=Cuello,+J.,+%26+Vittone,+J.+(2013).+Diseñando+apps+para+móviles.&ots=a3euZT_pbr&sig=1TW5zZIFTPyt26Yu5amJsYUq6CE)).



- Fonseca, Carlos, Hernández María, and Luisa Quintero. 2009. "Teoría Queer, Deconstrucción de Las Sexualidades Periféricas." *Sociológica (México)*.
- Gwilt, Alison. 2014. *Moda Sostenible*.
- Gardetti, Miguel Ángel. 2017. *Textiles y Moda: ¿Qué Es Ser Sustentable?*
- León Chinchilla, Anabelle, and Maribell Varela Fallas. 2011. "La Rentabilidad Como Fuente de Crecimiento y Sostenibilidad En El Entorno Empresarial." *Ciencias Económicas* 29(1):531–44.
- Martínez Espinosa, Alejandro. 2017. "La Consolidación Del Ambiente Obesogénico En México." *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional* 27(50).
- M. Gil Paban. 2014. "Trabajo Fin de Grado." *Zaguan.Unizar.Es* 157.
- Penedo, Susana López. 2008. *El Laberinto Queer*.
- Ramos, M., and Y. Alejandra. 2019. De Las Temáticas En El Componente de Análisis de Imagen de La Prueba de Admisión de La Universidad Nacional de Colombia, En Estudiantes Del PreUniversitario de ....
- Suárez Silva, Milena. 2019. "Percepción de Los Hombres Homosexuales Millennials Sobre La Moda Genderless En Lima." *Repositorioacademico.Upc.Edu.Pe*
- Viteri, María Amelia, José Fernando Serrano, and Salvador Vidal-Ortiz. 2011. "How Is Queer Thought of in Latin America?" *Revista de Ciencias Sociales. Num 39:47–60*.
- Ramos, M., and Y. Alejandra. 2019. De Las Temáticas En El Componente de Análisis de Imagen de La Prueba de Admisión de La Universidad Nacional de Colombia, En Estudiantes Del PreUniversitario de ....

Viteri, María Amelia, José Fernando Serrano, and Salvador Vidal-Ortiz. 2011. "How Is Queer Thought of in Latin America?" *Revista de Ciencias Sociales*. Num 39:47–60.

Zapata, M., NH de Oliveira Jr-e Sustentabilidade, Porto Alegre, and Undefined 2017. n.d. "Design de Moda e Cultura Queer: O Devir-Drag Como Expressão de Gênero." *Academia.Edu*.

Zambrini, Laura. 2009. "Prácticas Del Vestir y Cambio Social: La Moda Como Discurso." *Question* 1(24):30.