The FASHION CLUB JAVERIANA

fashIAn



Pontificia Universidad JAVERIANA

FACULTAD DE CREACIÓN Y HÁBITAT

Diseño de Comunicación Visual

The FASHION CLUB JAVERIANA

fashIAn

Pontificia Universidad Javeriana Cali
Diseño de Comunicación Visual
Facultad de Creación y Hábitat
Departamento de Artes, Arquitectura y Diseño
Proyecto Avanzado en Diseño de Comunicación Visual
Isabella Arias Cuaicuan
Énfasis en Innovación y Mercadeo
Asesora: Maria Alejandra Mora
Cali - Colombia
2026-1.

AGRADECIMIENTOS

Mis agradecimientos honestos e inmensos para todas las personas que hicieron parte del proceso de este proyecto; a las amigas que sostienen y me apoyaron en gestión y apoyo emocional; a los colaboradores y administrativos que me orientaron en la elaboración y ejecución de eventos y activaciones, sobre todo a la Oficina de Gestión Estudiantil de la Vicerrectoría Académica.

Gracias a Dios, que prosperó cada camino, oportunidad y persona para llevar a cabo este satisfactorio proyecto. Ahora sí, podría resaltar que el inicio de este proyecto lo debo a mi familia, que es mi madre, Aracelly Cuaicuan, quien, con su comprensión continua, su tolerancia y fe, permitió que mi desarrollo en la elaboración de este proyecto fuera sano y amigable con mis tiempos.

Reconozco y agradezco el acompañamiento de mi directora de carrera Juliana Pino por su apoyo incondicional, la profesora Ángela María Sánchez y de mi genial asesora, María Alejandra Mora, quienes, comprendiendo mi interés en cada propuesta, resaltaban la mejor forma para aterrizarlo y de hacerlo realidad de una manera sostenible. Gracias a sus exigencias, que me hacían explorar más y sacar lo mejor de mí.

Expreso mi más sincero agradecimiento al *Centro Javeriano Campus Nova - Cali Design Factory,* por su invaluable apoyo y acompañamiento en el desarrollo de diversas actividades académicas y profesionales. Su asesoría especializada en la creación de sistemas de diseño, así como su orientación en la estructuración de servicios y productos, fueron fundamentales para el éxito y la culminación de este proceso.

Finalmente, y no menos importante, los agradecimientos tanto a mi aliados, mis compañeras en especial a *Laura Rodriguez Brieva* por el apoyo constante como lider y vicepresidenta del grupo y como amistad incondicional, también a mis amigas e integrantes del Fashion Club; sin ellas nada de esto estaría materializado. A mis profesores, que posibilitaron mi acercamiento a ellos, el empalme y la articulación que evidenciaron el poder posibilitador de este proyecto. No lo podría conseguir sin sus consejos, asesorías y sugerencias, que me animaron para la sustentación del presente proyecto.

AGRADECIMIENTOS **MAMÁ**

Es un momento propicio para expresar una profunda gratitud a Dios por la vida y la existencia de mi madre, así como por su salud y su satisfactoria recuperación. Ella es una mujer de principios firmes, un ser humano lleno de luz y de una generosidad cimentada en el amor sincero.

Ha sido, sin duda, un gran ejemplo de vida; su apoyo incondicional, nobleza, perseverancia, disciplina, tenacidad y fortaleza han sido la fuente de inspiración que ha guiado mi camino.

Sin su guía, no habría sido posible desarrollar cada uno de mis propósitos. Madre, has impulsado cada meta y cada sueño, creyendo en mí desde mi temprana infancia, cuando de la mano me conducías por este trasegar, hasta mi vida universitaria. Gracias a esa confianza, he podido construir mis logros con firmeza.

Hoy, con la fe puesta en Dios y respaldado por mi esfuerzo, talento, creatividad y compromiso, cosecho los frutos de este proceso de aprendizaje que me han brindado tanto la universidad como la vida misma. Este trabajo de grado es el resultado de esa dedicación y de la motivación constante que me ha permitido alcanzar hoy esta importante meta profesional.



The FASHION CLUB JAVERIANA

fashIAn



ESTUDIANTE: *ISABELLA ARIAS CUAICUAN*
DIRECTORA: MARÍA ALEJANDRA MORA

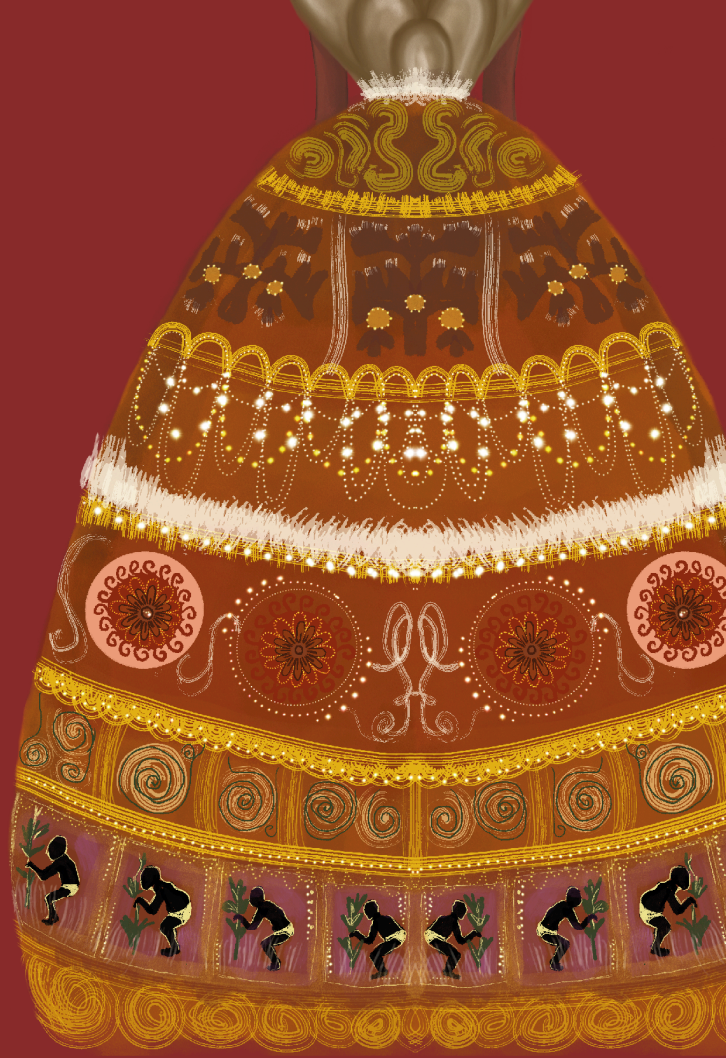
FACULTAD DE *CREACIÓN Y HÁBITAT*

The FASHION CLUB JAVERIANA

fashIAn

CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS i
AGRADECIMIENTOS MAMÁ ii
1. SOBRE EL AUTOR 1
1.1. Manifiesto 2
2. TEMA DEL PROYECTO 3
3. JUSTIFICACIÓN 5
4. OBJETIVOS 6
4.1. Objetivo General 6
4.2. Objetivos Específicos 7
5. PROBLEMÁTICA DEL PROYECTO 8
6. ALIADOS EXPERTOS 9
7. USUARIOS 12
7.1. Casos de Éxito de la Comunidad 13
8. METODOLOGÍA DEL PROYECTO 15
9. FASES DE LOS EMPRENDEDORES 16
10. PROCESO CREATIVO DE GESTIÓN Y DIGITAL 17
11. COMPONENTE 1: GESTIÓN DEL GRUPO ESTUDIANTIL 18
11.1. Foro Women Working for the World (WW4W) 20
11.2. Entre Diseño 2025 22
11.3. El Donatón: Sistema de Moda Circular 24
11.4. Closet Sale: Feria de Segunda Mano 26
11.5. Evento de Evaluación y Alianza Frisby 28
11.6. Escalabilidad e Impacto Regional: Distrito Moda 31
12. COMPONENTE 2: DESARROLLO DEL KIT DIGITAL EXPERIENCIAL 34
12.1. Pilares del Kit Digital 35
12.2. Sistema de Fases de Diagnóstico y Adaptación 36
12.3. Arquitectura de Flujo y Experiencia de Usuario 38
13. VALIDACIÓN DEL SISTEMA 40
14. ARTICULACIÓN INTEGRAL Y CONCLUSIÓN 42



Sobre el autor

ISABELLA ARIAS CUAICUAN

Construir mi historia no se trata de tener una *cartografía* de metas o hechos, sino de ir abriendo caminos. Si me preguntas por mi autobiografía como diseñadora, encontrarías, sin importar el ciclo de mi vida de artista femenina al que llegues, que siempre está en construcción, un poco indefinida, con un alto sentido de hibridez. Isabella Cuai, yo, me permito ser una diseñadora multidisciplinar, con raíces andinas, de ancestras de sangre volcánica al sur de Colombia, de ahí el Cuaicuan. Diseñadora multidisciplinar, o en otros términos, una artista antojada de todo lo que pueda materializar en arte, magia o que se pueda respirar como cultura.

Este proyecto demuestra una obsesión, pero también una herida que reparo: *la moda, el fashion* y toda la economía, la identidad, lo político e historia que contiene más allá de la prenda, el vestir y su novedad insistente. La moda y la gestión en este proyecto demostrarán los diferentes ángulos de donde podemos verla y cómo yo me permito posicionarme con mi propósito educativo, social y colaborativo como diseñadora.

Incubar, nacer, nutrir y entregar este proyecto de grado confirma un proceso de fe irracional con mis ideas, creaciones y sueños colectivos. Tomar la decisión en el enfoque de propósito de vida, y reducirlo a una carrera, me costó 4 años, exploraciones, alianzas y negociaciones con mi compromiso, equivocaciones, confusiones con suerte como: escoger 1 carrera que potencializó mis habilidades comunicativas, creativas y performáticas, como lo fue la *actuación*. Al llegar a posarme y permanecer en diseño de comunicación visual, encontré una carrera que posibilita todos los enfoques creativos (y hasta insospechados) que estaba abierta a conocer, encontré una academia estructurada y justa, una comunidad con el sentido de humanidad siempre presente, un campus lleno de bondad y habitable.



MANIFIESTO

SE VENDE ARTISTA, ALQUILO EL GENIO, PRESTO EL ESTADO, METRALLO INTENTOS, EN ESTA ERA SOY GUARDIANA DE LAS TROPEZADORAS, ORBITO VERDADES SIMULTANEAS, DEJO SOLO ASOMAR LA NOSTALGIA, EXTRAÑO A MI PAPÁ, LA HIBRIDEZ DESATO MI LIBERTAD, UNA VEZ MORI DE CERTEZAS, SOY LA HUELLA DE UNA ANCESTRA, SOY LOS LUGARES EN LOS QUE ME PERDI AHGG, A VECES ME SIENTO FUGA, APRENDI A APOSTARLE AL ASOMBRO, NO ME GUSTA QUE ME DIGAN QUE HABLE BAJITO, COMPLEJIZO LO SIMPLE, LEI MI POEMA Y NADIE LO ENTENDIO. EL MUNDO ME RIEGA, ME ARDE EL ESPACIO X ESO CONVERSO, PARA DEJAR UN RASTRO, UNA ARQUEOLOGIA QUE ALGUNA VEZ VERBALICE CON (DICHO)SIDAD. SI AL POSIBILISMO, ABAJO EL POSITIVISMO, SER DESPISTADA ES UN LUGAR, SI ME PARTES POR LA MITAD ME MULTIPLICO, APRENDI DE PAUSAS A PUNTA DE ETERNIDADES, CAMINO POR HORILLAS, NO ME BUSQUES SENTIDO, PORQUE TE VAS A MAREAAAAR,



Rebosarme de enfoques potencializa las habilidades, también puede saturar, pero entendí a las buenas que puedo ser una diseñadora especialista sin soltar las generalidades, orillas, impactos externos, nuevas industrias, y entendí que algo que sujetaba con sentido esta multiplicidad es la innovación; este es mi enfoque actual como diseñadora. Y la moda, el grupo estudiantil, la comunidad, los emprendedores de la universidad se han nutrido de esto. El kit digital FashIAn articula y sujeta estas acciones con distintos enfoques para traer un sentido común: el fortalecimiento de emprendimientos de moda de estudiantes de Javeriana.

¿En qué sujeto terrícola creativo me convierto con esto? Quizás en una apostadora; en un mundo que a mis lentes lo observo en una dualidad de lo análogo y la saturación visual con las nuevas tecnologías, me convierto en esa diseñadora en el medio del ojo del huracán. Abrazar y ser flexible, indulgente con los nuevos paradigmas, y en quién se convierte uno con las nuevas condiciones de un entorno estimulante, cambiante, requiere pausar para crear y dar tres pasos atrás para ampliar la vista. Creo que es el acto más responsable conmigo y con el mundo como diseñadora que pueden tener de mí. Así espero crear y seguir marcando el camino de esa cartografía como la artista en que me convierto.

Con Fervor: *Isabella Cuai.*

Tema del Proyecto:

"TODO SURGE CON LA IDEA DE ACERCAR A LOS ESTUDIANTES A LA MATERIALIZACIÓN DE SUS IDEAS DE EMPRESAS DE MODA Y QUE ESTA DEJE DE SER UN CONCEPTO IMAGINARIO Y SE CONVIERTA EN UNA MARCA Y COMUNIDAD"

También surge con la pregunta:

¿Cómo puede el diseño estratégico contribuir al desarrollo y fortalecimiento de emprendimientos de moda en estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana Cali desde el colectivo del Fashion Club?



The FASHION CLUB JAVERIANA

Tema del Proyecto

FORTALECIMIENTO DE EMPRENDIMIENTOS DE MODA DE LOS ESTUDIANTES DE JAVERIANA CALI DESDE EL COLECTIVO DEL *FASHION CLUB.*

El proyecto titulado "Fortalecimiento de emprendimientos de moda de los estudiantes de Javeriana Cali desde el colectivo del Fashion Club" nace de la necesidad de trascender la visión tradicional del diseño para convertirlo en un motor de desarrollo empresarial y social. En un entorno global donde las industrias creativas enfrentan cambios constantes, este ejercicio se posiciona no solo como una plataforma de visibilidad, sino como un ecosistema de soporte estratégico para el talento emergente de la Universidad.

La implementación de nuevas tecnologías ha sido el eje transversal de esta propuesta. Nos encontramos en un punto de inflexión marcado por el auge de la Inteligencia Artificial (IA), la cual ha dejado de ser una herramienta futurista para convertirse en un aliado tangible en los procesos de creación, curaduría y comercialización de moda.

A lo largo del desarrollo de este proyecto, la adaptabilidad fue nuestra mayor fortaleza. Integramos la IA no solo para optimizar flujos de trabajo, sino para potenciar la identidad de las marcas estudiantiles, permitiéndoles competir en un mercado digitalmente saturado. Este proceso de adopción tecnológica fue orgánico y evolutivo: partimos de la curiosidad técnica para llegar a una implementación crítica, donde la tecnología actúa como un amplificador de la sensibilidad humana y la propuesta de valor de cada diseñador.

Alianzas Estratégicas: Centro de Innovación y Design Factory
Este fortalecimiento no habría sido posible sin un marco de colaboración interdisciplinar. La articulación con el Centro de Innovación y el Design Factory de la Pontificia Universidad Javeriana Cali permitió que el Fashion Club operara bajo metodologías de vanguardia.
Trabajar bajo el ecosistema del Design Factory nos brindó la oportunidad de aplicar el pensamiento de diseño (Design Thinking) en problemas reales de gestión. Esta colaboración facilitó el acceso a recursos técnicos y mentorías que transformaron ideas incipientes en modelos de negocio escalables, demostrando que la moda, cuando se cruza con la innovación estratégica, es una disciplina poderosa para la resolución de problemas complejos.

La Gestión como Proceso Educativo y el Valor de la Comunidad. Más allá de los resultados comerciales, el núcleo de esta memoria reside en la gestión de comunidades. Crear y liderar una comunidad estudiantil como el Fashion Club es, en sí mismo, un ejercicio pedagógico de alto impacto. La gestión en procesos educativos no se limita a la administración de tareas; se trata de diseñar espacios de confianza donde el aprendizaje horizontal y el "aprender haciendo" (learning by doing) cobren vida.

La conformación de esta comunidad permitió:

- **Conexiones genuinas:** Vínculos profundos entre estudiantes de diversas facultades.
- **Alianzas Estratégicas:** Conexiones con entidades y aliados del sector moda que trascienden el contexto estudiantil para posicionarse en la industria.
- **Sentido de Pertenencia:** El fortalecimiento de una identidad colectiva que respalda el talento individual.
- **Liderazgo Distribuido:** Un ejercicio donde cada miembro aporta desde su especialidad para el crecimiento del grupo.

En conclusión, este proyecto de grado demuestra que el fortalecimiento de los emprendimientos de moda en Javeriana Cali es el resultado de una tríada fundamental: comunidad, innovación tecnológica y gestión humana. Al final del camino, lo más valioso de este ejercicio no es solo la consolidación de marcas, sino la creación de una red resiliente de creativos capaces de navegar y liderar el futuro de la industria.

The FASHION CLUB JAVERIANA

JUSTIFICACIÓN

El *Valle del Cauca* concentra aproximadamente en el **Clúster Sistema Moda más de 1.200 empresas y...**

EL 99,1% *son* ***PYMES***

El sector arrastra una
INFORMALIDAD
del **50,7%**

Cerca de 1 de cada 2 emprendimientos de moda opera sin registro formal, sin estructura financiera y sin herramientas de posicionamiento.

En sectores creativos como los emprendimientos estudiantiles de moda, representan el cierre de:

el **98%** DE LOS CIERRES TOTALES Y ***AUMENTÓ*** UN **25%** *en 2024.*

Siendo el Valle del Cauca una de las 3 regiones con mayor **concentración de esta crisis.**

Situación abordada

Adoptar **IA impulsa la productividad** casi 5 veces más que los métodos tradicionales. Al optimizar la toma de decisiones y la creatividad, esta tecnología resuelve directamente las debilidades operativas de las startups de moda estudiantil, donde el **66%** de las empresas ya reporta mejoras.

The FASHION CLUB JAVERIANA

OBJETIVO GENERAL
OBJETIVO GENERAL
OBJETIVO GENERAL
OBJETIVO GENERAL
OBJETIVO GENERAL



La magia que buscamos crear.

OBJETIVO GENERAL

Proponer una estrategia experiencial desde un enfoque participativo y pedagógico para el **fortalecimiento de los emprendimientos de moda** inscritos en el grupo estudiantil ***Fashion Club*** de la Pontificia Universidad Javeriana Cali.





OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1.Diagnosticar

El estado actual de los emprendimientos de moda del Fashion Club de la Pontificia Universidad Javeriana Cali mediante entrevistas semiestructuradas, observación participante y análisis del ecosistema de moda del Valle del Cauca, con el fin de identificar las brechas de conocimiento, comunicación e identidad de marca que limitan su desarrollo.

2.Diseñar

Una estrategia experiencial de acompañamiento, a través de herramientas de diseño estratégicas de comunicación visual que responda a las brechas identificadas y estructure una ruta metodológica replicable para el fortalecimiento de emprendimientos de moda en contextos universitarios.

3.Evaluar

La pertinencia y eficacia de la estrategia propuesta mediante su aplicación a través de pruebas de usuario, retroalimentación cualitativa y una matriz de validación, con el fin de verificar su capacidad de respuesta a las necesidades reales del contexto.

PROBLEMÁTICA DEL PROYECTO

Carecen de **herramientas estratégicas** y de comunicación visual.

Carecen de herramientas estratégicas y de comunicación visual.

- *Mercado saturado.*

¿CÓMO PUEDE EL DISEÑO ESTRATÉGICO **CONTRIBUIR AL DESARROLLO Y FORTALECIMIENTO** DE EMPRENDIMIENTOS DE MODA EN ESTUDIANTES DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA CALI DESDE EL COLECTIVO DEL ***FASHION CLUB?***

Falta de conocimiento de estructura de **empresas de moda.**

The FASHION CLUB JAVERIANA

PROBLEMÁTICA DEL PROYECTO

Muchos estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana Cali manifiestan interés en emprender en el sector de la moda, sin embargo, enfrentan **tres barreras estructurales** que impiden la viabilidad de sus iniciativas:

- **Carecen de herramientas estratégicas y de comunicación visual** para estructurar y comunicar sus propuestas de marca.
- Los emprendimientos **suelen quedarse en la fase de idea o fracasan en sus primeras etapas** por ausencia de un modelo de negocio sólido.
- **Carecen de una estrategia estructurada** de acompañamiento desde el diseño que articule creatividad, identidad de marca y gestión empresarial.

Esta brecha no es exclusiva del contexto javeriano: a nivel nacional, el sistema moda en Colombia se caracteriza por una creciente fragmentación en micronegocios y emprendimientos cuya sustentabilidad requiere conocimiento profundo y herramientas estratégicas.

Según Mendoza (citado en el marco referencial), la falta de formación integral en diseño, mercadeo, ADN de marca y modelos de negocio limita la viabilidad de los proyectos emergentes.

Design Factory Global Network

DARLINILLUST ~ STUDIO

ALIADOS EXPERTOS

Constelación de apoyo

Miss Celánea
MODA CONSCIENTE

CÁMARA DE LA MODA COLOMBIANA

MANUAL DE MODA

The Fashion Club Javeriana

Comité de Gestión Estudiantil





MasterClass de modelos de negocios de moda para emprendimientos de estudiantes en Javeriana *(abierta a publico externo)*

DARLINILLUST
~ STUDIO


ALCALDÍA DE PALMIRA
GOBERNACIÓN Departamento del Valle del Cauca
MARRIOTT
PACIFIC CENTER
MARA DE LA MODA
OLOMBIANA
MODA
NCLUSIÓN
BIA
paraíso de todos
telepacífico
CENTRO DE EVENTOS VALLE DEL PACÍFICO
INDUSTRIA DE LICORES DEL VALLE
NIT 890.399.012-0
1921

2025 *2026*





Feria y premiación a emprendimientos de estudiantes Javerianos para su participación en Distrito Moda.

CÁMARA DE LA MODA COLOMBIANA


lapin



MANUAL DE MODA

Manual de Moda se especializan en *evaluar, mejorar e impulsar* el crecimiento de las empresas de moda, lujo y belleza. Sabemos que el camino empresarial puede ser complejo, por eso cuentan con una metodología única y simplificada diseñada para transformar negocios pesados y sin rentabilidad en empresas ligeras, fáciles de manejar y con una alta rentabilidad desde una óptica integral.

El enfoque no es genérico:

- Cuentan con conocimiento en negocios, finanzas y el mercado de la moda.
- La data propia de tu empresa.
- La esencia única de tu marca.

No son consultores distantes: Se involucran de corazón y se interesan genuinamente por el negocio. Al final, identifican las necesidades reales de tu empresa, de tu cliente y del mercado para generar conexiones y vínculos reales a través de estrategias integradas que utilizan de manera inteligente diferentes canales.

PREPARADOS PARA LLEVARTE AL MUNDO: *ESPECIALIZACIÓN EN EXPORTACIÓN.*

Porque el mercado actual no tiene fronteras y queremos que los nuestros clientes de MDM tampoco las tengan, nos mantenemos en constante evolución.

Dato clave: Recientemente hemos culminado un curso con *Manual de Moda* especializado con enfoque en emprendimientos listos para la exportación y la apertura de nuevos mercados.

Hemos absorbido las mejores herramientas, normativas y estrategias globales con un único objetivo: nutrir a nuestros emprendimientos aliados con este conocimiento. Si tu marca está lista para dar el gran salto internacional o conquistar nuevos horizontes comerciales, con Manual de Moda contamos con el respaldo técnico, financiero y estratégico para lograrlo con éxito.

ENCUENTRO # 10
2026

ESPACIO DE *ESCUCHA* *CONVERSACIÓN* Y *CREACIÓN*

Miss Hilé Clánea

MIÉRCOLES 4 MARZO	HORA: 2:00 P.M. - 4:00 P.M.
LUGAR: UNIVERSIDAD JAVERIANA CALI / TEATRINO DE CENTRAL	
THE FASHION CLUB JAVERIANA	CERCA AL PASILLO DE PALMAS

ENTRADA GRATUITA CON INSCRIPCION PREVIA / CUPOS LIMITADOS







Miss CelánEa
MODA CONSCIENTE



ASISTENCIAS CLAVES, ALIANZAS ESTRATÉGICAS Y COLABORATIVAS.

¿Cómo nos apoyaron nuestros aliados expertos?

CÁMARA DE LA MODA COLOMBIANA

Permite la alta exposición en el evento regional más importante del sur colombiano para los estudiantes ganadores en la convocatoria de emprendimientos de moda.





Comité de Gestión Estudiantil

Design Factory Global Network

Estos tres actores posibilitaron, desde la gestión y el apoyo logístico y comunicativo, la elaboración de diferentes eventos dentro del campus.

DARLINILLUST ~ STUDIO

MasterClass de modelos de negocios de moda.





MANUAL DE MODA

Asesoria sobre exportación e internacionalización en marcas de moda

Miss Celánea
MODA CONSCIENTE

Es una alianza estratégica para la elaboracion de nuestro evento de segunda mano Closet sale.

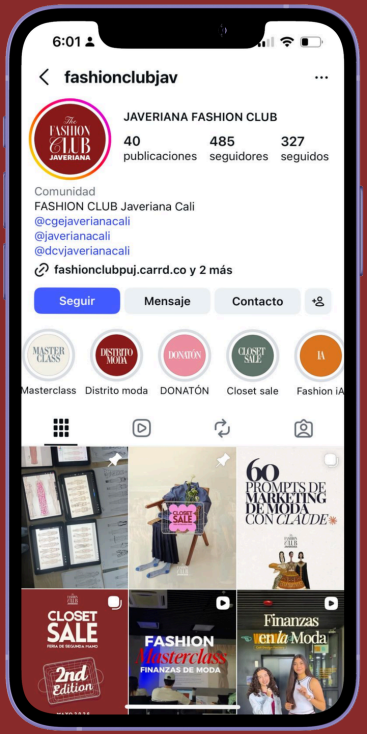
CLOSET SALE









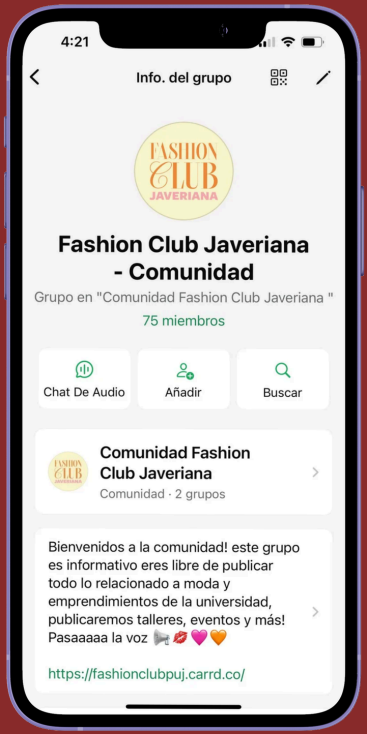


485 Miembros
en *Instagram*

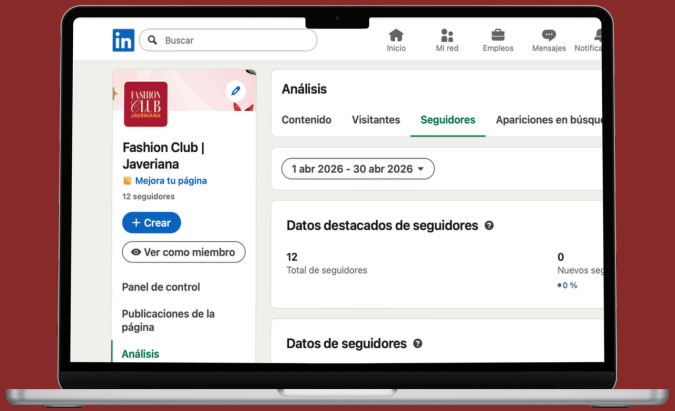
USUARIOS:

Estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana Cali con emprendimientos de moda.

Secundarios: Estudiantes y personal de Javeriana Cali, Icesi y San Buenaventura.



75 Miembros
en *WhatsApp*



12 Seguidores
en *Linkedin*

12

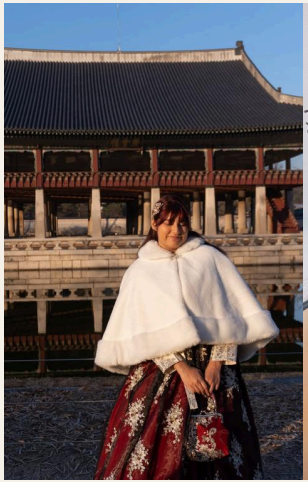
Miembros
estudiantiles

8

Eventos
en *2 años*



JULIANA VACCA-COMUNICACIÓN VISUAL









El impacto del *Fashion Club* trasciende las fronteras del campus, y el caso de **Juliana Vacca** es el mejor ejemplo de ello. Tras su paso por el club y la experiencia vivida en nuestros eventos, Juliana **decidió llevar su pasión al siguiente nivel, realizando su intercambio académico en Corea del Sur.**

Allí, sumergida en una de las capitales creativas del mundo, enfocó su formación en la industria global, asistiendo a hitos como el **Seoul Fashion Week.** Hoy, Juliana regresa con una visión internacional renovada y el entusiasmo de liderar nuestra comunidad como la próxima presidenta del club, demostrando que somos una plataforma real para proyectar el talento local hacia los escenarios más importantes de la moda mundial y generamos una continuidad del grupo.

*Tras su paso por el club y la experiencia vivida en nuestros eventos, donde **descubrió y demostró un talento excepcional realizando un registro fotográfico impecable** que capturó la esencia de nuestra comunidad, Juliana decidió llevar su pasión al siguiente nivel.*



CAMILA AMAYA-MARKETING Y COMUNICACIÓN

Camila Amaya, estudiante de Mercadeo y Comunicación, es una de las usuarias beneficiadas que forman parte activa de este grupo estudiantil. Su experiencia demuestra cómo este espacio se ha consolidado como un puente directo hacia el entorno empresarial de alto nivel.

Gracias a las herramientas y oportunidades encontradas dentro del grupo, Camila ha logrado vincularse a contratos laborales formales de gran impacto en la industria. Actualmente, se desempeña como Líder de Proyectos Especiales en Cali Distrito Moda, la plataforma de moda más importante del suroccidente colombiano, equipo al que se integró formalmente desde febrero de este año.

Este caso refleja el cumplimiento del objetivo principal del grupo estudiantil: potenciar el talento de sus miembros y abrirles las puertas a escenarios profesionales estratégicos y de gran relevancia.

METODOLOGÍA
Del FASHION CLUB

Diseño estratégico + **Design Thinking** + Enfoque participativo, pedagógico y + **Lean UX:** *de iteración ágil (Lean Startup).*



REQUERIMIENTOS DE DISEÑO:



1. Funcional
2. Comunicativo
3. Digital
4. Experiencial
5. **Etico-Social**
6. Sostenible


Empatizar
Testear
Prototipar
Definir
Idear

FASES DE LOS EMPRENDEDORES



The FASHION CLUB JAVERIANA

PROCESO CREATIVO DE GESTIÓN Y DIGITAL

GESTIÓN DEL ACOMPAÑAMIENTO INTEGRAL + DESARROLLO DIGITAL DEL KIT EXPERIENCIAL



FASE DE PROCESO CREATIVO

La fase de Proceso Creativo representa el núcleo operativo del Fashion Club Javeriana Cali, articulando dos componentes interdependientes que trabajan de manera sinérgica para crear un sistema de acompañamiento integral a emprendedores de moda.

Este proceso se sustenta en la premisa de que la fortaleza de los emprendimientos no proviene únicamente de la creatividad, sino de la combinación estratégica entre experiencias reales de mercado, transferencia de conocimiento técnico y herramientas digitales que adapten el acompañamiento a las necesidades específicas de cada etapa del negocio.

Los dos componentes se integran en un ciclo continuo: *la gestión del grupo estudiantil genera insumos, aprendizajes y validaciones del mercado que alimentan el desarrollo del kit digital, mientras que el kit digital optimiza y sistematiza los procesos de la gestión, creando un ecosistema coherente y escalable.*





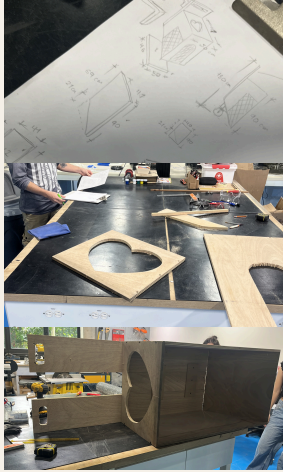
EVENTOS



ASESORIAS



MASTERCLASS



DONATÓN









COMPONENTE 1: GESTIÓN DEL GRUPO ESTUDIANTIL

Liderazgo colaborativo para la creación de espacios de experiencia y transferencia.
Como líder del grupo estudiantil, la gestión operativa se centra en ***diseñar, ejecutar y evaluar experiencias que permitan a los emprendedores no solo vender sus productos, sino desarrollar competencias empresariales,*** *validar modelos de negocio y construir comunidad.*

ACTIVIDADES PRINCIPALES

1.Elaboración de Eventos Experienciales: Diseño y ejecución de experiencias inmersivas que van más allá de la venta transaccional. Estos eventos buscan generar conexiones emocionales entre el emprendedor, su marca y el público consumidor, validando propuestas de valor en contextos reales.

2.Ferias y Circuitos de Exhibición: Organización de espacios como Clóset Sale y participación en ferias especializadas (Distrito Moda, Miss Célanea) que conectan a los emprendedores con circuitos comerciales reales y ofrecen oportunidades de visibilidad y venta.

3.Activaciones y Experiencias de Marca: Creación de momentos y espacios que permiten a los emprendedores experimenta la puesta en escena de sus propuestas, generando materiales visuales y aprendizajes sobre comunicación de marca.

4.Concursos y Retos Creativos: Diseño de desafíos que estimulen la creatividad, fomenten la competencia sana y expongan públicamente el talento del colectivo. Estos espacios generan motivación, retroalimentación de pares y visibilidad mediática.

5.Masterclass y Transferencia de Conocimiento Técnico: Sesiones de aprendizaje dictadas por profesionales y expertos del sector que cubran vacíos en áreas críticas: planeación estratégica, identidad de marca, producción sostenible, marketing digital, finanzas para emprendedores, y comunicación visual.

6.Integraciones Internas del Grupo: Espacios de convivencia, mentoría y trabajo colaborativo entre miembros del Fashion Club. Estas dinámicas fortalecen el liderazgo distribuido, permiten que aprendices se conviertan en mentores y generan una comunidad de práctica sólida.

7.Eventos Colaborativos con Otros Grupos Estudiantiles: Alianzas con semilleros, clubs y colectivos de la universidad que amplían el impacto del Fashion Club y crean sinergias: moda + comunicación, moda + sostenibilidad, moda + emprendimiento digital.



PROPÓSITO INTEGRADOR DE LA *GESTIÓN*

·***Acompañamiento continuo:*** Cada emprendimiento inscrito en el Fashion Club recibe mentoría personalizada, acceso a eventos y feedback de pares a lo largo de sus distintas fases de desarrollo.

·***Llenado de herramientas:*** A través de masterclass, asesorías 1:1 y espacios colaborativos, los emprendedores adquieren competencias en estrategia, marca, producción y marketing.

·***Creación de espacios de venta y experiencia:*** Stand design, ferias y activaciones permiten que los emprendedores experimenten el ciclo completo de llevar su producto al mercado, generando datos reales sobre demanda, pricing y comunicación.

·***Validación de modelos de negocio:*** Los eventos y circuitos comerciales actúan como laboratorios naturales donde se prueban hipótesis, se recibe retroalimentación del mercado y se ajustan las propuestas de acuerdo a la realidad.



FORO WW4W
THE POWER OF UNITY

CALI

¡El foro sobre equidad de género y desarrollo social sostenible **de mayor impacto en Colombia!**



FASHION CLUB COMO INVITADAS ESPECIALES AL FORO WOMEN WORKING FOR THE WORLD (WW4W) EN CALI.

Reconocimiento al Liderazgo Femenino Universitario en la Economía Creativa de Cali

El Foro Women Working for the World (WW4W) es una iniciativa global que reúne a líderes que trabajan por los derechos de niñas y mujeres alrededor del mundo, promoviendo mejores prácticas y conocimiento para crear impacto que genere desarrollo social sostenible en vía a la equidad de género.

Como comunidad global de mujeres decididas a liderar el cambio hacia un mundo más equitativo, *WW4W* empodera a mujeres de todas las edades y orígenes a través de programas y eventos estratégicos.

En 2025, esta plataforma internacional **llegó por primera vez a Cali,** con un propósito específico: **Contribuir a una región diversa a través de conversaciones y diálogos sobre equidad de género, reconociendo que Cali impulsa su desarrollo a través de la cultura, la economía creativa y la innovación social.**

Es en este contexto que el ***Fashion Club*** Javeriana Cali fue seleccionado como invitado especial del foro, un reconocimiento que trasciende el ámbito universitario y se proyecta hacia la construcción de una economía femenina más sólida en la región.

¿Por qué nos tuvieron en cuenta?

El reconocimiento no fue casual. Desde nuestra gestión como colectivo estudiantil, hemos demostrado que el liderazgo femenino en la universidad no se limita al aula, sino que se materializa en acción empresarial, acompañamiento integral a emprendedoras y generación de espacios de visibilidad para el talento creativo de las mujeres.

Nuestro trabajo en el *Fashion Club* ha puesto sobre la mesa tres elementos clave que alientan el desarrollo de una economía femenina:

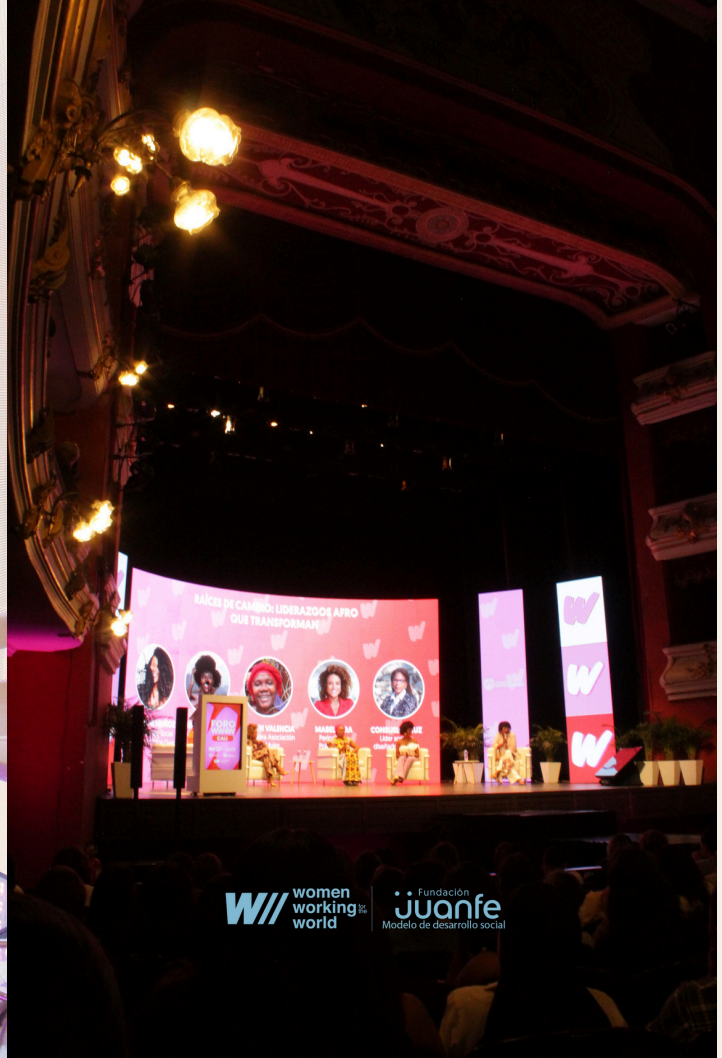
1. Profesionalización del emprendimiento joven en moda. Hemos acompañado a decenas de estudiantes emprendedoras en la consolidación de sus modelos de negocio, proporcionando herramientas estratégicas, mentoría y espacios de venta real. No solo promovemos la creatividad; transformamos ideas en negocios viables.

2. Liderazgo colaborativo y distribución de poder. Como líderes del grupo, hemos construido un modelo donde el liderazgo no es concentrado sino distribuido. Nuestras miembros pasan de ser aprendices a ser mentoras, creando ciclos de empoderamiento que benefician a toda la comunidad universitaria.

women working the world

Fundación Juanfe
Modelo de desarrollo social




RAÍCES DE CAMBIO: LIDERAZGOS AFRO QUE TRANSFORMAN
women working world
Fundación
Juanfe
Modelo de desarrollo social

3. Articulación entre academia, sector productivo e innovación social. El Fashion Club no existe en aislamiento. Nuestras alianzas con Distrito Moda, la participación en Colombiamoda, la vinculación con eventos regionales como Miss Célanea y la Caja de Donación de ropa (que integra principios de economía circular y responsabilidad comunitaria) demuestran que el emprendimiento femenino puede ser, simultáneamente, creativo, rentable y socialmente responsable.

LA INVITACIÓN COMO *VALIDACIÓN DE UN MODELO.*

Ser reconocidas por WW4W significa que nuestra propuesta de acompañamiento integral —que combina transferencia de conocimiento técnico, validación comercial y desarrollo de marca— responde a una necesidad real en la región: estructurar rutas claras para que el talento creativo femenino universitario se traduzca en iniciativas económicas sostenibles.

Según el **Foro Económico Mundial (2024),** una de cada dos empresas sociales en el mundo es liderada por mujeres, mientras que en el modelo empresarial tradicional, solo una de cada cinco lo es. Las mujeres están al frente de iniciativas de impacto porque históricamente han sido quienes han sostenido la vida en medio de la ausencia estatal y las crisis: vendiendo, cuidando, creando soluciones en los márgenes.

En Cali, una ciudad con un clúster de moda que agrupa más de 1.200 empresas y genera empleo para más de 117.000 personas, el Fashion Club Javeriana emerge como un espacio donde esa fuerza femenina —*históricamente invisibilizada*— encuentra reconocimiento, herramientas y plataforma para prosperar.

IMPACTO EN LA ECONOMÍA FEMENINA.

Nuestra participación como invitadas especiales en el Foro ***WW4W*** no solo honra el trabajo que hemos realizado hasta ahora; posiciona a la Pontificia Universidad Javeriana Cali como una institución que entiende que el empoderamiento económico femenino es un acto de justicia social y una estrategia de desarrollo regional.

Cada emprendimiento que acompañamos, cada masterclass que dictamos, cada evento que organizamos, suma a la construcción de una economía más inclusiva en el Valle del Cauca. Y cuando eso sucede en una institución educativa de prestigio, con estudiantes que son, simultáneamente, líderes académicos, emprendedoras y mentoras de sus pares, el impacto se multiplica.



ENTRE DISEÑO 2025: GESTIÓN, ORGANIZACIÓN Y VISIBILIDAD DEL FASHION CLUB



El Entre Diseño 2025 marcó el renacimiento de uno de los eventos más esperados de la Facultad de Creación y Hábitat. Nuestro equipo del Fashion Club fue parte integral de la gestión, organización y logística de este evento, demostrando que el liderazgo del colectivo trasciende el acompañamiento a emprendedores y se extiende a la construcción de espacios institucionales de visibilidad para la creatividad estudiantil.

Durante el evento, el Fashion Club contó con un stand dedicado a la difusión del grupo, donde la comunidad javeriana pudo conocer nuestras iniciativas, el acompañamiento que ofrecemos a emprendedores y las oportunidades de participación en el colectivo. Simultáneamente, nuestra Caja de Donación de ropa estuvo presente, reflejando el compromiso del grupo con la economía circular y la responsabilidad social.

Lo más importante: implementamos actividades lúdicas e interactivas que permitieron a estudiantes y visitantes experienciar de primera mano el propósito del Fashion Club. A través de dinámicas participativas, generamos un espacio donde conocer el grupo no era pasivo, sino una experiencia memorable que invitaba a ser parte de la comunidad.







Entre Diseño 2025 reafirmó que el Fashion Club Javeriana Cali es más que un semillero de emprendedores: es un agente activo en la construcción del ecosistema creativo de la universidad.

EL DONATÓN

NUESTRO PROYECTO **MÁS *SOCIAL,***
AMADO Y SOSTENIBLE.

Sistema de recolección de ropa para donación

¿QUÉ ES EL DONATÓN?

El Donatón es una iniciativa institucional que fusiona la moda social y la moda circular. Nuestro objetivo es transformar el ciclo de vida de la ropa dentro del campus, promoviendo la empatía, el consumo responsable y la sostenibilidad ambiental.

2. COMUNIDAD BENEFICIARIA:

Este ecosistema de apoyo mutuo está diseñado para impactar positivamente a diversos actores de nuestra comunidad:

- **Estudiantes:** Que requieran prendas en excelente estado.
- **Colaboradores:** Personal administrativo, de servicio y aliados estratégicos.
- **Sociedad Civil:** Fundaciones externas aliadas a las Oficinas de Pastoral.

The FASHION CLUB JAVERIANA

3. INFRAESTRUCTURA SOSTENIBLE Y UBICACIÓN:

Fieles a la filosofía del proyecto, el contenedor oficial de "El Donatón" fue co-creado y fabricado en el Design Factory, utilizando madera reciclada en nuestros talleres.

Para garantizar la máxima visibilidad, difusión y fácil acceso, el punto de acopio está ubicado de manera estratégica y permanente en la entrada principal de la biblioteca.

LO QUE LOGRAMOS.

4. EL SISTEMA DE MODA CIRCULAR: ¿CÓMO FUNCIONA?

El contenedor tiene una capacidad máxima para 150 prendas y opera bajo una dinámica de flujo constante basada en un ciclo de 8 días.

La paradoja de la caja vacía: Nuestro mayor indicador de éxito es que la caja se mantenga vacía o semi-vacía durante la semana. Esto no significa falta de interés, al contrario: demuestra una rotación perfecta donde la comunidad dona activamente y los beneficiarios retiran las prendas de inmediato.

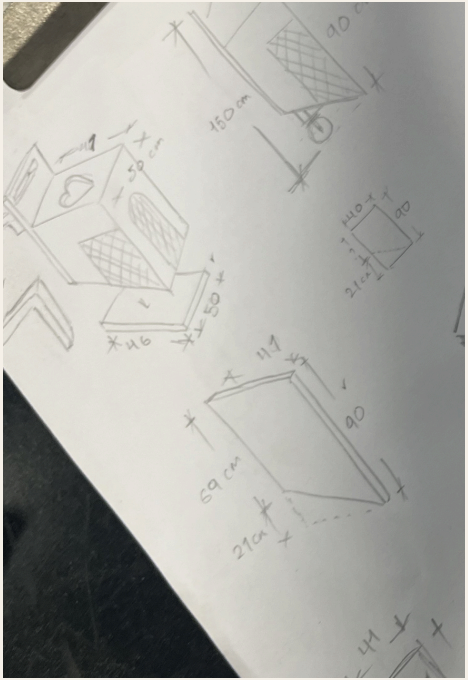
El Ciclo de Gestión Semanal:

1. **Recepción:** El contenedor recibe donaciones de forma orgánica.
2. **Activación interna (Cada 8 días):** Cuando el contenedor se llena, se hace un llamado al personal del campus y estudiantes para que aprovechen el inventario disponible.
3. **Filtrado de Pastoral:** Las prendas que no se retiran en el campus se envían a las Oficinas de Pastoral.
4. **Impacto Externo:** En casos de alto volumen de excedentes, la ropa se canaliza hacia fundaciones aliadas externas.

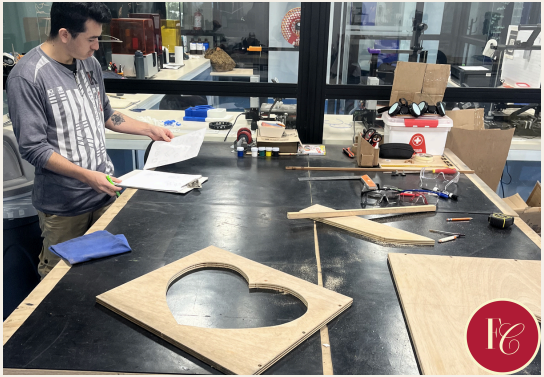
VISIÓN DE FUTURO.

El propósito a largo plazo es consolidar un sistema autosostenible en el tiempo. Queremos que "El Donatón" actúe como un motor de cambio cultural dentro de la universidad, promoviendo la conciencia ecológica y articulándose de manera directa con nuestro evento de Second Hand (Segunda Mano).

PROCESO DE CREACIÓN DEL **DONATÓN**








@fashionclubjav
FASHION
CLUB
JAVERIANA


2
Angélica Ortiz
6:17 p.m.
Hoy
Hola Isa! Cómo vas?
Quiero compartirte unas foticos de la repartición de la ropita, la trajimos para una invasión a una jornada de una fundación
12:48 p.m.
12:49 p.m.
ME MUERO
12:49 p.m.

VALIDACIÓN




EN COLABORACIÓN DE
Miss Celánea
MODA CONSCIENTE
The FASHION CLUB
JAVERIANA
CLOSET SALE
FERIA DE SEGUNDA MANO
FERIA DE SEGUNDA MANO



MÁS DE 700
ASISTENTES



20 STANDS

PARTICIPANTES



UNA HUELLA DE
IMPACTO POSITIVO PARA EL PLANETA Y LA ECONOMIA
DE LOS ESTUDIANTES,
COLABORADORES Y
ADMINISTRATIVOS.



80% DE LOS STANDS ERAN DE ESTUDIANTES DE LA *JAVERIANA CALI* **RENOVANDO** *SU CLOSET*







LOS ESTUDIANTES QUE VENDIERON SU ROPA RECUPERARON

(Y HASTA TRIPLICARON) *SU INVERSIÓN DE INSCRIPCIÓN.*

EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE SEGUNDA MANO

TAMBIEN HAY IDEAS
POTENCIALES DE POSIBLES
EMPRENDIMIENTOS

Reconocer al estudiante con la iniciativa de vender moda circular como emprendedor es entender las dinámicas del mercado contemporáneo.

Quien gestiona su propio *'stand'* de segunda mano está, de hecho, **operando una micro-unidad de negocio** que requiere logística, servicio al cliente y posicionamiento de marca.

Esta experiencia inicial actúa como un **incubadora de talento, donde el contacto directo con el producto y el consumidor final** siembra la base estratégica necesaria para escalar hacia una empresa de moda formal y competitiva."



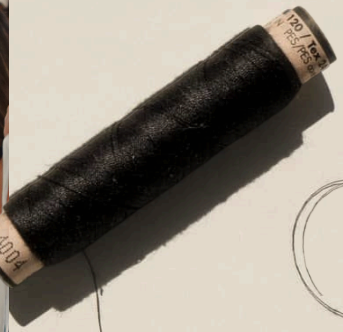




Miss Celánea
MODA CONSCIENTE

UNA CONVERSACIÓN REPARADORA CON *HILE BY MISS CELÁNEA.*





ESPACIO DE ESCUCHA CONVERSACIÓN Y CREACIÓN

MIÉRCOLES 4 MARZO	HORA: 2:00 P.M. - 4:00 P.M.
LUGAR: UNIVERSIDAD JAVERIANA CALI / TEATRINO DE CENTRAL	
THE FASHION CLUB JAVERIANA	CERCA AL PASILLO DE PALMAS



CALI DISTRITO MODA
#REEVOLUCIÓNMUNDIAL

DISTRITO MODA 2025

The FASHION CLUB JAVERIANA

EVENTO DE EVALUACIÓN







La excelencia en el Diseño de Comunicación Visual no solo reside en la capacidad de leer el entorno y accionar estrategias que conecten emocionalmente con la audiencia.

El 16 mayo de 2025, el **Fashion Club** transformó un evento de curaduría en un ***fenómeno de comunidad.***

Aprovechando el fenómeno mediático de **Frisby** una de las marcas más amadas por los colombianos, que en ese momento era tendencia global por el enfrentamiento ante la **EUIPO** *(Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea)*, donde se cuestionó el registro y uso de la marca Frisby, alegando que su posición en el mercado colombiano podía interpretarse como un obstáculo a la libre competencia o que existían conflictos de exclusividad con marcas internacionales. Fue una noticia de alcance global y jurídico que puso a la empresa más amadas de Colombia en todos los titulares de negocios y leyes en mayo de 2025, nuestra agencia ejecutó un movimiento de 'Newsjacking' estratégico.

Logramos traer a la mascota oficial al campus de la Universidad Javeriana Cali en el pico de su relevancia cultural.

El resultado fue una explosión de tráfico orgánico. La presencia de este símbolo nacional actuó como **un imán para estudiantes, administrativos y colaboradores, dirigiendo el flujo de personas hacia la feria de emprendimientos.**

Este entorno festivo garantizó visibilidad, validó comercialmente a cada marca participante, quienes contaron con stands **gratuitos para exhibición y ventas.**

Fue el escenario perfecto para que los jurados de Distrito Moda evaluaran, en tiempo real, el potencial de respuesta de nuestros emprendedores ante una audiencia masiva y entusiasta. Al final de la jornada, la estrategia culminó con la selección de los tres proyectos con mayor proyección para dar el salto al escenario profesional.





CÁMARA DE LA MODA COLOMBIANA

FASHION CLUB JAVERIANA

DISTRITO MODA

Frisby



LinkedIn

¿Qué tiene que ver Frisby con todo esto?», me preguntó el vicerrector, cuando Frisby lo visito a su oficina.

Mi respuesta fue contundente: **TODO**.

Frisby representa los pilares a los que debemos apuntar en el sector del diseño de comunicación visual y la moda en nuestra región:

una empresa con sello colombiano, liderazgo femenino, generación de empleo, propósito claro e innovación constante, a través de esta alianza estratégica:

impulsamos el *talento local* y transformamos momentos de como **habitar el campus con más conexión.**

Logramos que colaboradores, administrativos y estudiantes vivieran un momento inolvidable de esparcimiento y felicidad, integrando la cultura empresarial con la energía creativa de nuestra universidad.

ESCALABILIDAD Y EXPOSICIÓN DE ALTO IMPACTO:

EL **SALTO** AL *CENTRO DE EVENTOS VALLE DEL PACÍFICO.*

The FASHION CLUB JAVERIANA





EVENTO DE EMPRENDIMIENTOS GANADORES 2025

CALI DISTRITO MODA
#REEVOLUCIÓNMUNDIAL



El éxito de un proyecto de comunicación se mide por su capacidad de trascender el aula. Tras la intensa jornada de selección, dos de los emprendimientos ganadores representaron al ***Fashion Club*** en el epicentro de la moda regional: **el Centro de Eventos Valle del Pacífico, durante Distrito Moda.**

Aunque el tercer seleccionado no pudo asistir debido a retos logísticos por un viaje internacional, los dos emprendimientos presentes asumieron el desafío con un rigor profesional impecable.

Durante los días del evento, estas marcas ***(Maccar y Akaynt)***

Pasaron de la microescala universitaria a **una exposición ante más de 26.000 personas, *compartiendo escenario*** con los grandes referentes de la industria.

Este hito no solo se tradujo en cifras de ventas directas, sino en un ejercicio de posicionamiento de marca sin precedentes.

La interacción con un público diverso, la generación de leads y la validación en un entorno de alta competencia demostraron que el modelo de gestión del Fashion Club es una plataforma real de aceleración.

Logramos que marcas nacidas en la academia compitieran y destacaran en el mercado real, consolidando al diseñador visual como un estratega capaz de orquestar ecosistemas de moda sostenibles y exitosos.





MACCAR





AKAYNT

COMUNIDAD JAVERIANA DENTRO DE LA EXPERIENCIA DEL EVENTO

CONSTRUYENDO PUENTES:

La moda como un espacio de todos

Para nosotros en el Fashion Club, el éxito no solo se mide en ventas o stands; se mide en la capacidad de abrir puertas y crear oportunidades desde el posibilismo para nuestra comunidad.

Creemos firmemente que la moda es una herramienta de transformación social y un lenguaje que todos debemos poder hablar.

Por eso, además de contar con el talento increíble de nuestras marcas en los stands, decidimos que este evento debía ser una experiencia compartida por toda nuestra comunidad.

Nos llena el corazón contarles que **entregamos boletería a docentes, colaboradores y estudiantes,** invitándolos a ser parte activa de esta jornada. Queríamos que cada rincón de la universidad desde las oficinas hasta los salones, para que se sintiera parte de este movimiento.

Porque cuando un estudiante conoce la industria desde adentro o un docente se conecta con el emprendimiento local, estamos tejiendo una red de apoyo que fortalece nuestra cultura regional al rededor de la moda. **Hacer parte de la experiencia de estos eventos puede sembrar semillas de sueños.**





CALI DISTRITO MODA
#REEVOLUCIÓNMUNDIAL

DISTRITO MODA 2026

The FASHION CLUB JAVERIANA



Excelentes Noticias Abril 2026

TU MARCA HA PASADO EL **PRIMER FILTRO** PARA EL PITCH DE DISTRITO MODA EN LA JAVERIANA.

Noticia de Último Momento

Estamos muy emocionados con el potencial que vimos en tu propuesta.

Para avanzar al segundo filtro y conocer a fondo el ADN de tu proyecto, **necesitamos que nos envíes un Dossier de Marca (Portfolio)**. Este documento es tu carta de presentación ante los jurados, así que ponle toda tu esencia y creatividad.

- Formato de entrega: PDF (puedes diseñarlo en Canva o el programa que prefieras).
- Fecha límite: **Domingo 5 de abril**
- Enviar al: 3194444939 Isabella Cuai.

A continuación, te detallo los puntos exactos que debe incluir tu documento para ser evaluado. ¡Léelos con atención!

Guía de Requerimientos: Segundo Filtro – Distrito Moda

Para que tu postulación sea profesional y competitiva, tu PDF debe contener:

1. Identidad y Trayectoria
- Nombre de la marca y redes sociales: (Instagram, TikTok, Web).
- Historia: ¿Cuándo nació y qué vacío llegó a llenar en el mercado?
- Propósito: ¿Cuál es la inspiración principal detrás de tu marca y por qué quieres estar en Distrito Moda?

2. El Corazón del Producto (ADN)
- Proceso de creación: Explica cómo nace un producto desde la idea hasta el empaque (¿Es artesanal? ¿Sostenible? ¿Producción local?).
- Fotos Documentales: No solo fotos de catálogo; queremos ver fotos del proceso, del taller, de las texturas y de los detalles que hacen única tu pieza.
- Ficha técnica simplificada: Menciona materiales principales y características distintivas.

3. Valor Diferencial (Lo que te hace ganar)
- Público objetivo: ¿A quién le hablas?
- Propuesta de valor: ¿Qué te hace diferente a cualquier otra marca que ya esté en el mercado?

4. Capacidad de Crecimiento (Requerimiento extra sugerido)
- Sugerencia: Cuéntanos brevemente cómo aprovecharías el stand de $4 millones si llegaras a ganar. ¿Cuál es tu visión a corto plazo?

Tips para los emprendedores (Opcional para añadir al memo):
- *La estética cuenta: Como diseñadores, valoramos mucho la limpieza visual y la coherencia de tu PDF con tu marca.*
- *Storytelling: No solo nos des datos, ¡cuéntanos una historia que nos conecte con tu producto!*

¡Mucho ánimo y estamos ansiosos por leer sus historias!

¿Por qué añadir estos requerimientos extra?

Visión a corto plazo: Ayuda a filtrar a quienes están realmente listos para manejar un stand de ese nivel.

- Fotos del proceso: Evita que pasen marcas que solo revenden productos sin valor agregado de diseño (importante para el estándar de Distrito Moda).
- Propuesta de valor: Te ayuda a ti como organizadora a tener argumentos claros para defender a los finalistas ante el jurado.

CALI DISTRITOMODA #REEVOLUCIÓNMUNDIAL — The Fashion Club Javeriana



CALI DISTRITOMODA #REEVOLUCIÓNMUNDIAL

POSICIONAMIENTO DE EMPRENDEDORES JAVERIANOS EN LA VITRINA REGIONAL.

El Distrito Moda 2026 representa un hito fundamental en la visibilización y comercialización de los emprendimientos de moda de estudiantes Javeriana Cali. Este evento, consolidado como la principal plataforma de exhibición del sector en el Valle del Cauca, abrió sus puertas a nuestros emprendedores ganadores a través de un programa de pitch competitivo que les permitió acceder a un stand completamente gratuito en la feria principal.

Este año, Distrito Moda se realiza en el Centro de Eventos Valle del Pacífico, una infraestructura de mayor capacidad que permite una experiencia más inmersiva. Pero la innovación no se limita a la sede: el evento ha expandido su modelo de activaciones, incorporando hoteles y restaurantes de la ciudad como espacios colaborativos donde se realizan experiencias de marca, conversatorios y momentos de networking.

Nuestros emprendedores estudiantiles están incluidos en estas activaciones, lo que significa que su presencia trasciende el stand en el piso comercial. Tendrán oportunidad de participar en momentos curatoriales dentro de establecimientos clave de Cali, aumentando exponencialmente su visibilidad y las posibilidades de conexión con compradores, inversores y aliados estratégicos.

CALI DISTRITO MODA
#REEVOLUCIÓNMUNDIAL

EL EVENTO DE PITCH: VALIDACIÓN DE MODELOS DE NEGOCIO

A mediados de mayo de 2026, se ejecutó el evento de selección y pitch para emprendedores ganadores. El formato fue estratégicamente diseñado para replicar un ciclo completo de validación comercial:

primero, nuestros emprendedores dispusieron de un espacio expositivo en vivo donde los jurados pudieron interactuar directamente con los productos, evaluando calidad, propuesta de valor y presentación. Posteriormente, los participantes pasaron al auditorio para realizar sus pitches, donde presentaron sus modelos de negocio, proyecciones financieras y diferenciadores competitivos ante un panel de expertos del sector.

Este diseño no solo permitió que los jurados evaluaran el producto tangible, sino que experimentaran la capacidad de comunicación y argumentación estratégica de cada emprendedor. Una experiencia de aprendizaje invaluable, más allá del resultado de la selección.



GANADORES CON STAND GRATUITO: *ACCESO DEMOCRATIZADO A LA VITRINA COMERCIAL.*

El reconocimiento a nuestros emprendimientos ganadores incluye:

Acceso completamente gratuito a un stand en la feria, un beneficio que típicamente representa una inversión significativa en eventos de esta envergadura. Esta oportunidad elimina una de las barreras más críticas para emprendedores universitarios: **el costo de visibilidad comercial.**

Para emprendedores que aún están en fases tempranas de consolidación, participar en *Distrito Moda,* sin costos de stand es la diferencia entre permanecer invisibles en el mercado regional o posicionarse frente a miles de visitantes, compradores potenciales y otros actores del ecosistema de moda del Pacífico colombiano.

EL SIGNIFICADO MÁS ALLÁ DE LA PARTICIPACIÓN

La participación en *Distrito Moda 2026* no es simplemente asistencia a un evento. Representa el cierre de un ciclo de acompañamiento, donde el **Fashion Club Javeriana** ha provisto mentoría, transferencia de conocimiento estratégico y acceso a oportunidades comerciales reales.

Es el momento donde la teoría se convierte en práctica, donde la validación de mercado ocurre en vivo, y donde nuestros estudiantes emprendedores salen del campus para competir en igualdad de condiciones con iniciativas de toda la región.

Cuando nuestros emprendedores cierren su primer cliente en *Distrito Moda 2026,* habrán adquirido evidencia tangible de que su modelo de negocio es viables, de que su comunicación visual funciona, y de que existe demanda real para su propuesta de producto. Ese aprendizaje es invaluable y trasciende cualquier métrica de retorno económico.

Emprendimientos que participaran en la semana de la moda en Junio 2026:





Desarrollo del sistema.

PROCESO CREATIVO.

1. *COMPONENTES DEL KIT DIGITAL*

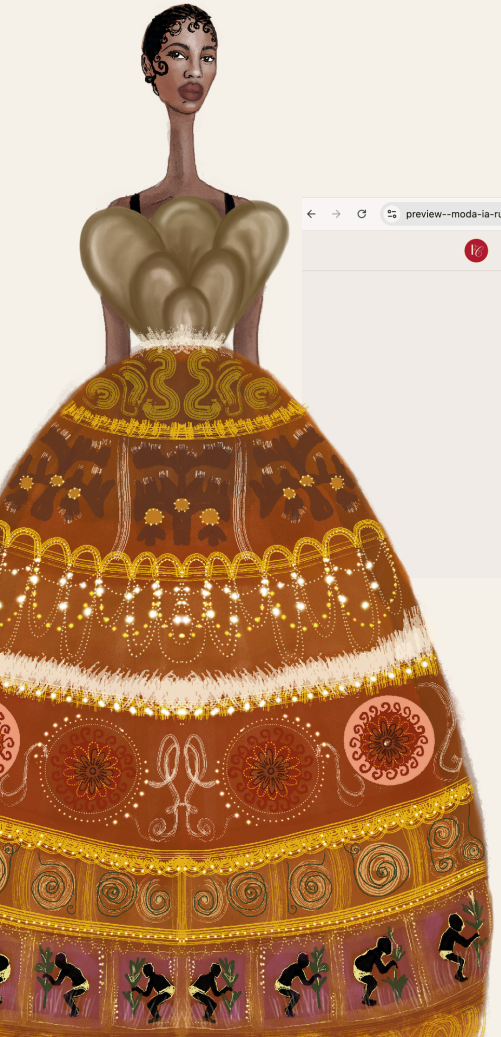
Claude + Lovable

CoWork y Code

C1: Diagnóstico de Etapa
C2: Módulos Estratégicos (M1-M7)
C3: Sistema de Prompts AI-First
C4: Ecosistema de Herramientas Visuales
C5: Kit Contable en Google Sheets.
C6: Sistema de Persistencia



KIT DIGITAL





KIT DIGITAL DE **ESTRUCTURACIÓN EMPRESARIAL PARA EMPRENDIMIENTOS DE MODA** EN ETAPA TEMPRANA, DESARROLLADO COMO PROYECTO DE GRADO EN LA JAVERIANA CALI.

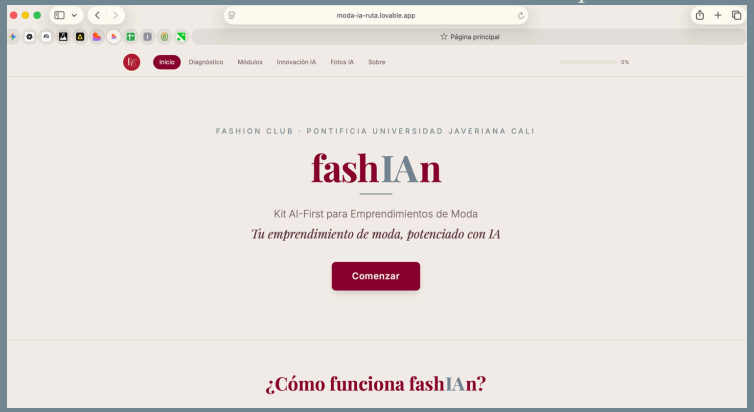
- **Metodología AI-First:** Utiliza la inteligencia artificial (específicamente Claude.ai) como eje central para que emprendedores sin formación técnica generen estrategias, costos e identidad visual.
- **Estructura Modular:** Siete módulos adaptables que integran herramientas interactivas, guías de generación de imagen y plantillas contables.
- **Propósito:** Cerrar brechas de formación estratégica mediante un sistema escalable, diseñado originalmente para el ecosistema del Fashion Club.



Link Carrd



APP por Lovable ia



COMPONENTE 2: DESARROLLO DEL KIT DIGITAL EXPERIENCIAL

Herramienta de apoyo sistematizada con IA para adaptar acompañamiento a cada momento del emprendimiento

Paralela a la gestión del grupo estudiantil, se desarrolla un Kit Digital diseñado y programado con apoyo de inteligencia artificial (AI First) que sistematiza, optimiza y democratiza el acceso a los procesos de acompañamiento. Este kit es la expresión digital de la estrategia experiencial, permitiendo que los emprendedores reciban orientación personalizada según el momento específico de su negocio de moda.

PILARES DEL KIT DIGITAL

1. Diseño de Experiencia de Usuario (UX)

El kit digital se desarrolla bajo principios de UX Design, priorizando la navegación intuitiva, la claridad en la jerarquía de información y la adaptación a los contextos de uso de emprendedores que, en su mayoría, acceden desde dispositivos móviles en contextos comerciales reales.

2. Arquitectura Funcional Coherente

La estructura del kit organiza la información y las herramientas de forma lógica, permitiendo que cada usuario encuentre orientación específica sin sentirse abrumado. Los flujos de navegación se diseñan para reflejar el viaje emprendedor: desde el diagnóstico inicial hasta la consolidación y escalabilidad del negocio.

3. Adaptación Dinámica al Momento del Negocio
Reconociendo que un emprendedor que acaba de iniciar requiere orientación distinta a uno consolidado, el kit incluye un sistema de fases que detecta y adapta el contenido, las herramientas recomendadas y las actividades sugeridas al momento específico del negocio de moda del usuario.

SISTEMA DE FASES DE DIAGNÓSTICO Y ADAPTACIÓN

El kit digital operacionaliza un modelo de diagnóstico continuo que permite clasificar cada emprendimiento y ofrecer acompañamiento personalizado:

1.Fase 1: Ideación y Conceptualización:

El emprendedor tiene un concepto de marca pero aún no ha producido ni vendido. El kit ofrece herramientas de validación de idea, definición de propuesta de valor y primeros pasos en identidad de marca.

2.Fase 2: Prototipado y Primer Lanzamiento:

El emprendedor ha producido prototipos y está preparando su primer lanzamiento comercial. El kit facilita herramientas de fotografía de productos, definición de pricing, primeras estrategias de marketing y diseño de stand.

3.Fase 3: Validación Comercial y Escalabilidad:

El emprendimiento ha realizado ventas iniciales y busca escalar. El kit proporciona herramientas de análisis de datos de venta, optimización de operaciones, estrategias de retención de clientes y acceso a alianzas comerciales.

4.Fase 4: Consolidación y Sostenibilidad:

El emprendimiento cuenta con modelo de negocio probado y busca consolidarse en el tiempo. El kit ofrece herramientas de planeación estratégica de mediano plazo, diversificación de canales de venta y posicionamiento de marca en el mercado regional.

COMPONENTES DEL *KIT DIGITAL*

1.Módulo de Diagnóstico:
Cuestionarios interactivos que permiten al emprendedor auto-evaluar su situación actual en áreas clave (producto, marca, operaciones, finanzas, mercado). Este diagnóstico alimenta el motor de recomendación del kit.

2.Biblioteca de Recursos Estratégicos:
Base de conocimiento organizada por fase de negocio que incluye: plantillas de plan de negocio, guías de diseño de marca, marcos de análisis de competencia, herramientas de precificación, pautas de comunicación visual y marcos de sostenibilidad.

3.Motor de Recomendación Personalizado:
Algoritmo impulsado por IA que, según el diagnóstico y la fase del emprendimiento, sugiere: próximas asesorías prioritarias, masterclass relevantes, circuitos de venta alineados con su madurez, y mentores internos del Fashion Club que puedan apoyar.

4.Registro y Seguimiento:
Sistema que documenta el avance del emprendimiento a lo largo del tiempo, permitiendo que los líderes del Fashion Club ejecuten acompañamiento basado en datos y que el emprendedor visualice su progreso.

5.Puente a Experiencias Presenciales:
El kit actúa como puerta de entrada a todas las experiencias del componente 1 *(eventos, ferias, masterclass)*, facilitando inscripciones, proporcionando información previa y sistematizando la retroalimentación post-actividad.





The FASHION CLUB JAVERIANA

fashIAn

Arquitectura de flujo y experiencia de usuario

Entrada: URL - QR *Code*

Landing Hero **fashIAn**
CTA: Comenzar mi ruta

M: Diagnostico de etapa
idea/producto/venta informal

¿Etapa?
idea
producto
venta

RUTAS

M1 ADN de Marca
Contexto estratégico
Herramienta: Mapa de M
Prompt Claude.ai
Brief de marca PDF

M2 Canvas de Moda
Business Model Canvas
Lienzo interactivo Prompt
Claude.ai Canvas
descargable

M3 Costos & Precios
Calculadora COP/USD
Tooltips en lenguaje s
Prompt Claude.ai Google
Sheets contable

M4 Identidad Visual
Guía de marca
Whisk · ImageFX · Krea
Prompt Claude.ai
Kit visual PDF

M5 Apertura de Mercado
Análisis de competenci Mapa de
canales Prompt Claude.ai
Estrategia de lanzamie

M6 Innovación Producto
Tendencias IA
NotebookLM · Picsart
Prompt Claude.ai
Mood board IA

M Formalización & Escala
Checklist legal
Guías de formalización
Prompt Claude.ai
Hoja de ruta PDF

¿Completado?

Prompt Claude.ai generado
1 clic · auto-llenado con tus datos

1. Copia
2. Abre Claude.ai
3. Pega & obtén

ENTREGABLE DESCARGABLE
PDF · Canvas · Brief · Google Sheets

¿Siguiente módulo?
kit listo

Kit completo
Portafolio listo

COMPONENTES DEL KIT DIGITAL

5.Módulo de Diagnóstico:

Cuestionarios interactivos que permiten al emprendedor auto-evaluar su situación actual en áreas clave (producto, marca, operaciones, finanzas, mercado). Este diagnóstico alimenta el motor de recomendación del kit.

6.Biblioteca de Recursos Estratégicos:

Base de conocimiento organizada por fase de negocio que incluye: plantillas de plan de negocio, guías de diseño de marca, marcos de análisis de competencia, herramientas de precificación, pautas de comunicación visual y marcos de sostenibilidad.

7.Motor de Recomendación Personalizado:

Algoritmo impulsado por IA que, según el diagnóstico y la fase del emprendimiento, sugiere: próximas asesorías prioritarias, masterclass relevantes, circuitos de venta alineados con su madurez, y mentores internos del Fashion Club que puedan apoyar.
8.Registro y Seguimiento: Sistema que documenta el avance del emprendimiento a lo largo del tiempo, permitiendo que los líderes del Fashion Club ejecuten acompañamiento basado en datos y que el emprendedor visualice su progreso.

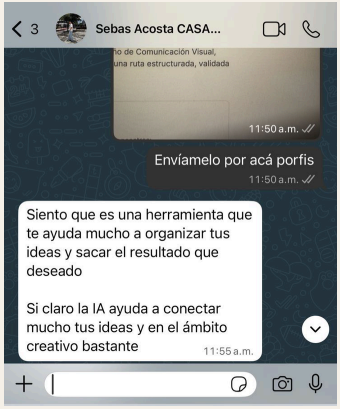
9.Puente a Experiencias Presenciales:

El kit actúa como puerta de entrada a todas las experiencias del componente 1 (eventos, ferias, masterclass), facilitando inscripciones, proporcionando información previa y sistematizando la retroalimentación post-actividad.

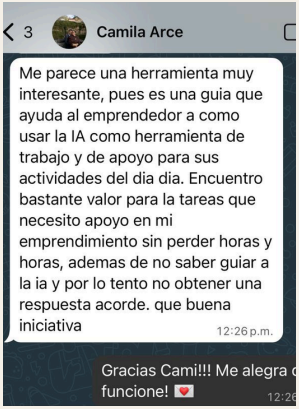
VALIDACIÓN



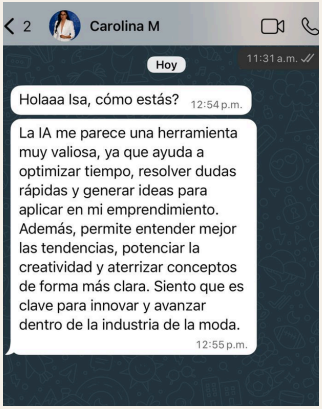
CASAUSUAL



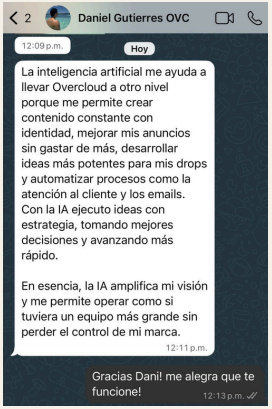
macár



MERATTI
The Classy Brand



overcloud™



ARTICULACIÓN INTEGRAL DE LOS DOS COMPONENTES

La fuerza de la Fase de Proceso Creativo radica en la sinergia entre la gestión presencial y la herramienta digital:

·La gestión del grupo estudiantil genera insumos reales: eventos que revelan qué necesita el mercado, feedback de emprendedores que informa qué temas debería cubrir el siguiente ciclo de masterclass, y datos de participación que alimentan el algoritmo de personalización del kit digital.

·El kit digital sistematiza los aprendizajes de la gestión, haciéndolos escalables y accesibles. Un conocimiento que surge de una asesoría 1:1 puede convertirse en un recurso de la biblioteca, beneficiando a futuros emprendedores.

·El diagnóstico digital del kit permite que la gestión presencial sea más efectiva: los líderes saben qué área necesita cada emprendedor antes de que asista a un evento, permitiendo mentoría más dirigida.

·El kit crea un registro histórico de la trayectoria de cada emprendimiento, permitiendo evaluar el impacto real de las actividades del Fashion Club y ajustar la estrategia con base en evidencia.

CONCLUSIÓN

La Fase de Proceso Creativo implementa un sistema donde la experiencia *(eventos, mentorías, espacios de venta)* y la tecnología *(kit digital adaptativo)* se refuerzan mutuamente. No es un kit que reemplaza la gestión humana, sino una herramienta que la amplifica, permitiendo que los líderes del Fashion Club acompañen a más emprendedores de forma más personalizada, basada en datos reales y adaptada a la etapa específica de cada negocio.

De esta forma, el ***Fashion Club Javeriana Cali*** se posiciona como un ecosistema integral de fortalecimiento emprendimientos en moda, diferenciándose de iniciativas que solo ofrecen eventos o solo herramientas digitales, sino integrando ambas dimensiones en un continuo coherente y experiencial.

fashIAn



The FASHION CLUB JAVERIANA

fashIAn

GRACIAS

