

# Style with *Purpose*

Descubre tu *estilo*  
desde la *moda consciente*







## Descubre tu estilo desde la moda consciente

Valentina Castro Benedetti

Director de proyecto: Carlos Alberto Amezquita

Diseño de Comunicación Visual  
Departamento de Creación  
Facultad de Creación y Hábitat  
Pontificia Universidad Javeriana Cali

Cali, Colombia

2025

© Valentina Castro Benedetti, 2025

Todos los derechos reservados.

Prohibida su reproducción total o parcial sin autorización del autor(a) y de la universidad.

*No se trata solo de vestir, sino de vestir con **CONCIENCIA***

## Referencias

- Chio Lecca Fashion School. (2023, 13 de marzo). ¿Qué hace un asesor de imagen y por qué es importante? Chio Lecca Escuela de Moda.
- EduPsicólogo. (s. f.). Imagen personal: importancia y autoestima. EduPsicólogo.
- Ellen MacArthur Foundation. (s. f.). Circular economy introduction. Ellen MacArthur Foundation.
- Ellen MacArthur Foundation. (s. f.). Our vision of a circular economy for fashion. Ellen MacArthur Foundation.
- Ellen MacArthur Foundation. (2017). A new textiles economy: Redesigning fashion's future. Ellen MacArthur Foundation.
- ESDi Design Barcelona. (2024, 6 de febrero). Upcycling en moda: Industria textil más sostenible. ESDi Escuela Superior de Diseño.
- Fletcher, K. (2007). Slow fashion: An invitation for systems change. *Fashion Practice*, 2(2), 259–265.
- Fundación Ellen MacArthur. (s. f.). Circulate products and materials. Ellen MacArthur Foundation.
- Proyecto FES. (2024). El mundo de la ropa de segunda mano.
- Martín Rodríguez, M. (2022). Moda sostenible, moda circular. ¿Qué piensa el consumidor? ¿Y las grandes marcas?

## Índice

Introducción.....	7
Justificación.....	8
Planteamiento del Problema.....	9
Objetivo general y objetivos específicos.....	11
Aliado.....	12
Usuarios.....	13
Metodología.....	14
Sistema producto.....	15
Proceso creativo/Bocetación.....	16-17
Página web.....	18
Kit personalizado.....	19
Estrategia de comunicación en punto físico.....	20
Estrategia de comunicación en redes sociales.....	21
Validación.....	22
Conclusiones.....	23
Referencias.....	24

## *Agradecimientos*

A Dios y a la vida por darme la oportunidad y la fortaleza para llegar hasta aquí.

A mis padres, por su amor incondicional, por todo su apoyo, y por enseñarme a perseguir mis sueños con disciplina y corazón. Gracias por ser mi mayor motivación.

A mi Asesor de proyecto, por su orientación, su escucha y por impulsarme siempre a ir más allá. Este proyecto no habría sido posible sin su guía y sus valiosos aportes.

A mis amigas, quienes hicieron de este camino uno más tranquilo. Gracias por las conversaciones, las risas y el apoyo que me sostuvieron en los momentos difíciles.

A María José Bonilla, por compartir conmigo su conocimiento, su tiempo y su autenticidad. Gracias por confiar en mí y por demostrarme que diseñar también es acompañar y transformar.

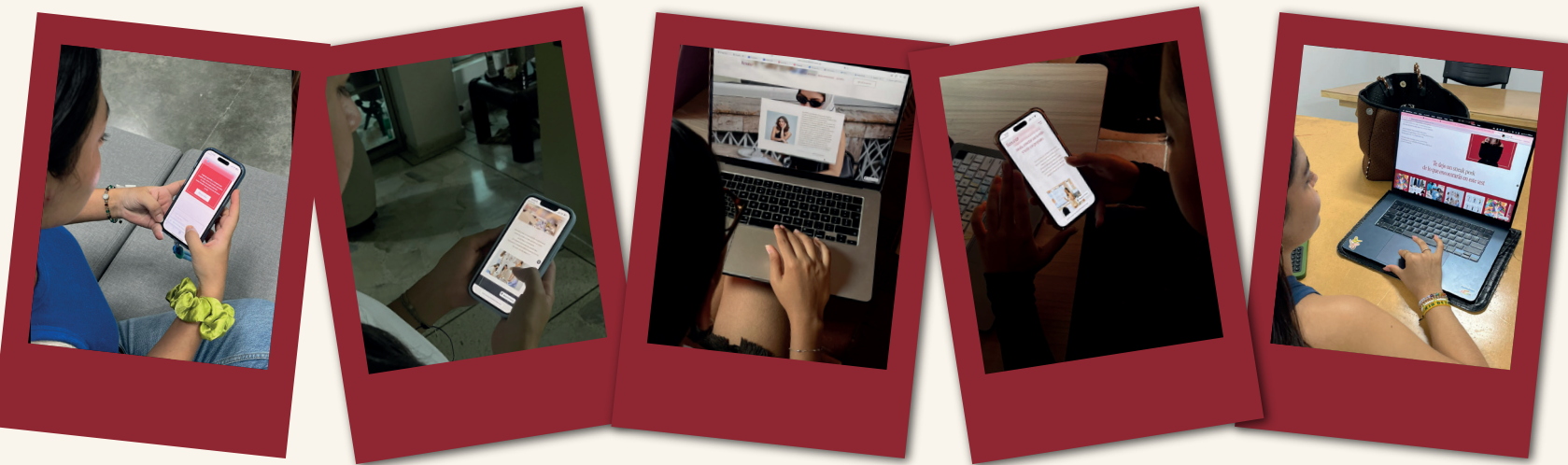
Finalmente, a mí misma: gracias por no rendirte, por crear y por creer en tu propósito

## *Conclusión*

La herramienta demostró un buen funcionamiento, ofreciendo una experiencia intuitiva y atractiva para las jóvenes que participaron en la validación. Ellas lograron comprender fácilmente las actividades, reflexionar sobre su estilo personal y relacionar la propuesta con prácticas de consumo más conscientes.

Gracias a sus comentarios, fue posible confirmar que la plataforma responde a los objetivos del proyecto y que cumple con los requerimientos de María José: integra su enfoque de asesoría consciente, fortalece el autoconocimiento, aprovecha las prendas existentes y conecta a las usuarias con marcas responsables. En conjunto, el proyecto consolidó una herramienta funcional, pertinente y alineada con el propósito de promover una relación más auténtica y sostenible con la moda.

## Validación



La herramienta fue presentada a un grupo de jóvenes universitarias para conocer cómo interactuaban con ella y qué tan intuitiva les resultaba. Las participantes exploraron las actividades y compartieron sus impresiones sobre la claridad, utilidad y diseño. Su retroalimentación permitió identificar mejoras y confirmar que la herramienta es práctica, fácil de usar y motivadora para iniciar un proceso de estilo personal y consumo consciente.

## Introducción

La presente memoria documenta el desarrollo de una herramienta interactiva de diseño de comunicación visual cuyo objetivo principal es acompañar a las jóvenes caleñas en el descubrimiento de su estilo personal desde la moda consciente, integrando la asesoría de imagen con prácticas de sostenibilidad y la visibilización de marcas locales de moda circular. Esta herramienta busca posicionarse como una alternativa innovadora dentro del contexto de consumo de moda en Cali, promoviendo decisiones más responsables sin sacrificar la autenticidad ni la expresión personal.

Este documento no solo expone el proceso de investigación, conceptualización y diseño de la herramienta, sino que también plantea reflexiones sobre el papel del diseño de comunicación visual en la transformación de hábitos de consumo, resaltando su capacidad para educar, inspirar y generar impacto social. A través de esta memoria, se evidencia cómo el diseño puede convertirse en un puente entre la identidad personal, la sostenibilidad y la construcción de experiencias más conscientes en torno a la moda.

## Planteamiento del problema

El proyecto aborda la necesidad de vincular el desarrollo del estilo personal con prácticas de consumo responsable entre jóvenes caleñas de 18 a 30 años. Muchas de ellas construyen su identidad a partir del fast fashion y de referentes digitales, lo que genera compras impulsivas, acumulación de prendas y poca conciencia ambiental. A esto se suma que las marcas locales de moda circular no logran comunicar su valor ni conectar emocionalmente con este público, lo que limita su alcance.

Los actores principales son jóvenes interesadas en la moda pero con bajo conocimiento sobre sostenibilidad, junto con marcas circulares y asesoras de imagen que buscan posicionar alternativas más responsables. En un contexto digital acelerado y en una ciudad como Cali, donde existen iniciativas sostenibles con poca difusión, surge la necesidad de una herramienta digital que conecte autenticidad, estilo y prácticas circulares, y que pueda replicarse en otros entornos similares.

## Comunicación en redes sociales





Las tarjetas se entregan en tienda para conectar la experiencia física con la plataforma digital. A través del QR, las clientas pueden acceder a la herramienta, continuar su proceso de estilo y conocer opciones de moda consciente, reforzando el propósito de la marca.

## Justificación

La industria de la moda, aunque altamente influyente, es una de las más contaminantes del planeta. Según el PNUMA (2023), el sector textil genera entre el 2 % y el 8 % de las emisiones globales de gases de efecto invernadero y consume alrededor de 215 billones de litros de agua al año, evidenciando la urgencia de promover modelos sostenibles y circulares. En Cali han surgido marcas de moda consciente que buscan reducir estos impactos mediante la reutilización de prendas, pero aún enfrentan barreras culturales y comunicativas que dificultan su posicionamiento.

De acuerdo con el PNUD (2024), es esencial fomentar en los jóvenes decisiones de consumo éticas y una mayor conexión con prácticas responsables. En este contexto, la asesoría de imagen —entendida como un proceso que fortalece la identidad y la coherencia personal (Chio Lecca, 2022)— se convierte en un recurso clave para guiar a las jóvenes hacia un consumo menos impulsivo y más auténtico. Así, el desarrollo de una herramienta interactiva que combine estilo personal y moda circular resulta pertinente y necesario, al proponer desde el diseño una solución educativa que integra estética, sostenibilidad y responsabilidad ambiental.



# OBJETIVOS



## Kit personalizado

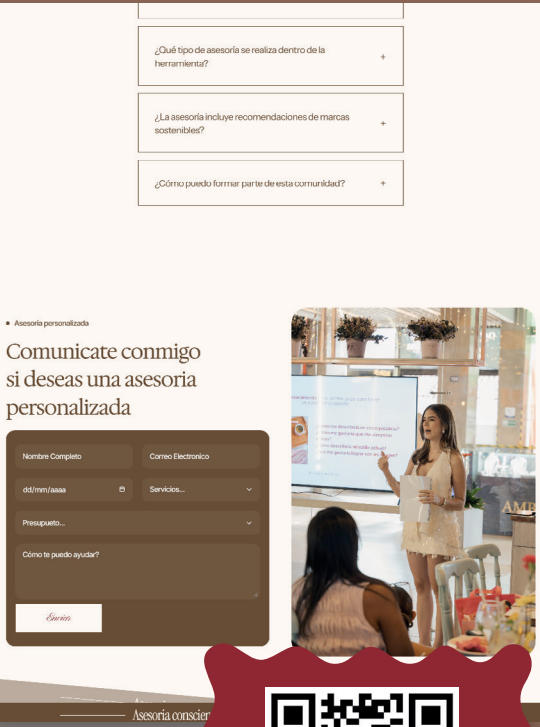
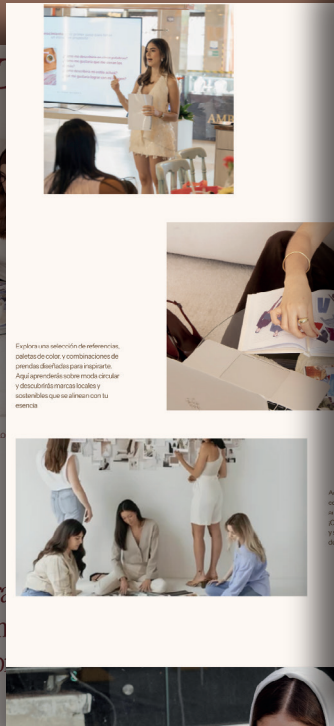
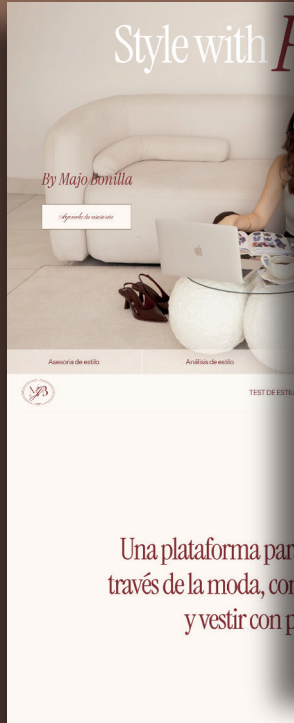


"La belleza comienza en el momento en que decides ser tú misma"  
-Coco Chanel

"El estilo es una forma de decir quién eres sin tener que hablar"  
-Rachel Zoe

"Puedes conseguir lo que quieras si te vistes para ello"  
-Edith Head

"La elegancia es cuando el interior es tan bello como el exterior."  
-Carolina Herrera



## Objetivos específicos

Desarrollar una herramienta interactiva que combine el proceso de descubrimiento del estilo personal con prácticas de moda circular, a través de la colaboración con marcas de moda consciente locales, para promover en las jóvenes caleñas de 18 a 30 años un consumo de moda más responsable.

## Objetivos específicos

1. Analizar las necesidades y hábitos de consumo de moda de las mujeres jóvenes de 18 a 30 años de Cali, en relación con la moda circular.
2. Identificar las marcas de moda circular locales, destacando sus valores y prácticas sostenibles, para integrarlas en el modelo como opciones de consumo responsable.
3. Diseñar un prototipo de herramienta digital que integre asesoría de estilo personal y recomendaciones de moda circular.



María José Bonilla

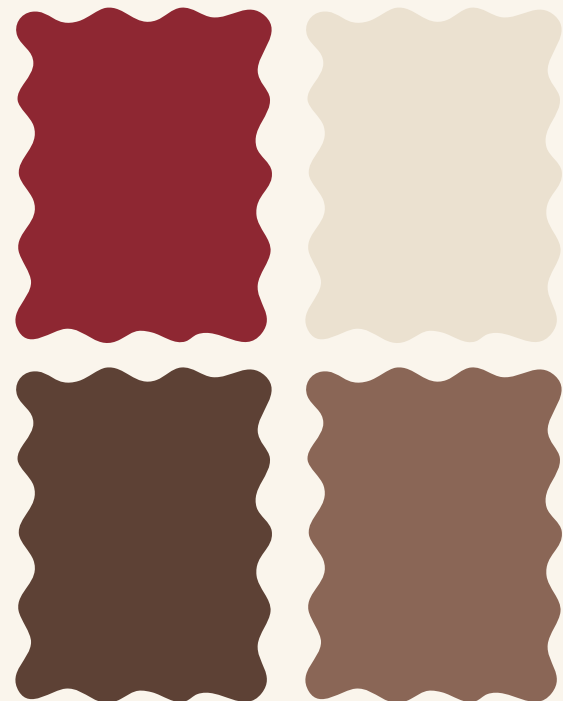
María José Bonilla es una asesora de imagen caleña que ha construido su trayectoria alrededor de la autenticidad y el estilo personal como herramientas de bienestar. Su enfoque combina sensibilidad estética con una visión pedagógica, acompañando a mujeres en procesos de autoconocimiento donde el estilo trasciende la ropa y se convierte en expresión y seguridad personal. Se destaca por su capacidad para leer la esencia de cada persona y su compromiso con promover prácticas de consumo más conscientes.

Segunda Casa es una marca que une moda consciente y estilo, ofreciendo prendas de segunda mano seleccionadas con curaduría y propósito. Busca mostrar que el estilo no depende de comprar más, sino de elegir piezas con historia y significado. La marca promueve el consumo responsable, la reutilización y la circulación de prendas como una forma de contribuir a la sostenibilidad.



Segunda Casa

## Style with *Purpose*



Instrument serif Regular

Ab

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz  
 1234567890!;"#\$%&/()=?;`

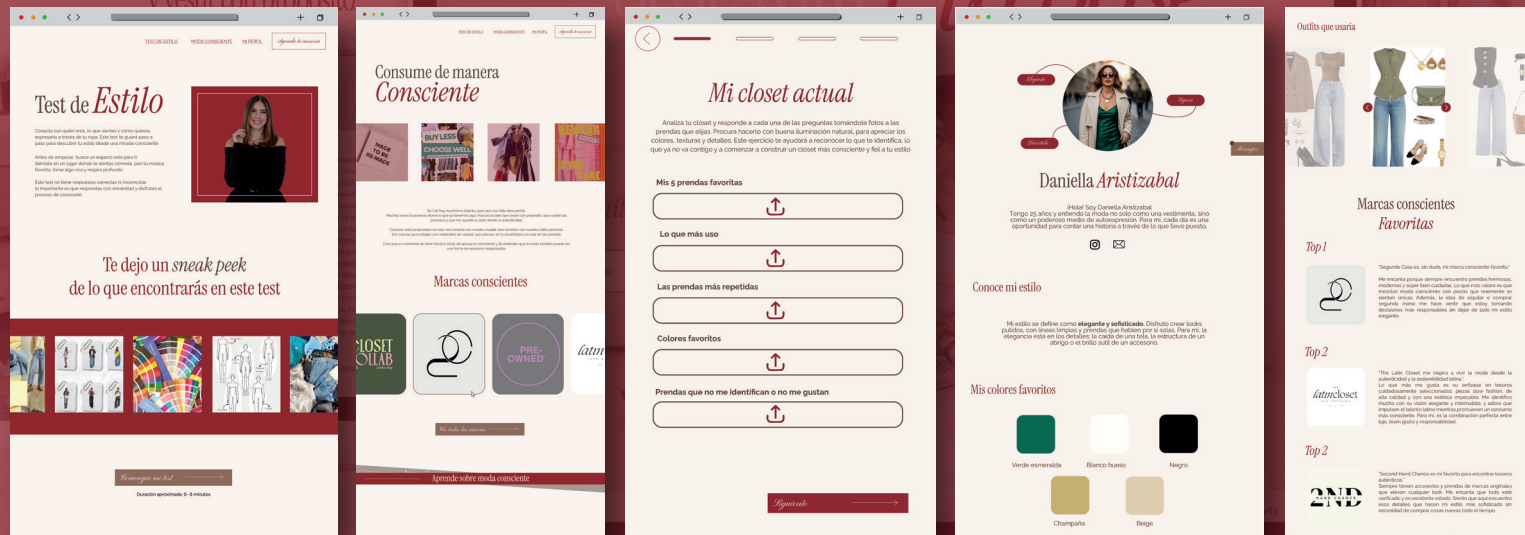
Instrument serif Italic

*Ab*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*1234567890!;"#\$%&/()=?;`*

# Proceso creativo- Wireframes

Una plataforma para redescubrirte  
través de la moda, conectar con tu  
y vestir con propósito



## Usuaris

Las usuarias de este proyecto son mujeres caleñas entre 18 y 30 años, principalmente estudiantes universitarias o en etapas iniciales de su vida profesional. Tiene interés en la moda, en su imagen personal y en expresar su identidad a través de lo que usa, pero no siempre tiene claridad sobre su estilo y suelen sentirse influenciada por tendencias, redes sociales y la presión estética del entorno. Aunque le gusta verse bien, muchas veces termina comprando prendas por impulso, acumulando ropa que no usa o sintiendo que "no tiene nada que ponerse".



## Metodología

Se aplicó Design Thinking: se investigó a las usuarias, se definió el problema, se generaron ideas, se creó un prototipo y se validó mediante pruebas.



### Herramienta digital

- Tests interactivos
- Armario digital
- Conexión con marcas conscientes
- Sección educativa
- Asesoría de imagen

### Propósito

- Virtualizar servicios de María José Bonilla
- Crear una comunidad con criterios sostenibles
- Generar conciencia sobre la moda circular

## Style with Purpose

Sistema de producto

### Canales de difusión

- Página web
- Instagram
- Tienda física Segunda Casa

### Alianzas

- Asesoras de imagen
- Marcas de moda consciente

### Kit personalizado

- Lookbook personalizado
- Tarjeta de agradecimiento
- Bonos de descuentos
- Afirmaciones
- Stickers