

Cartilla de montaje colección de vestuario.

Centro de Formación en Diseño, Confección y Moda.
Regional Antioquia
2026

LINA MARÍA VASQUEZ VELÁSQUEZ

Indice

- Introducción.
- ¿Qué es una colección de moda?
- **Primera fase**

1. Ejemplo elección de público objetivo.
2. Actividad identificación del público objetivo.
3. Ocasión de uso.

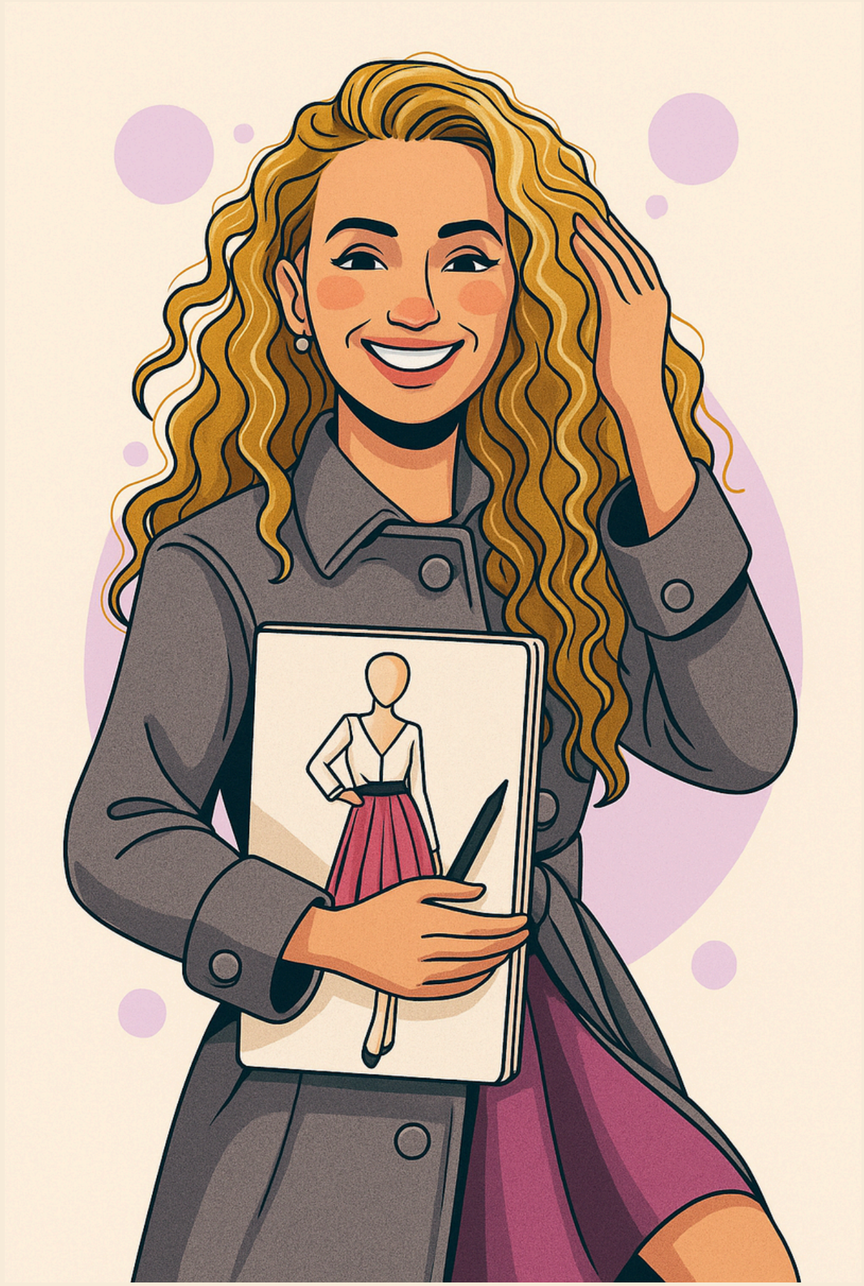
- Actividad ocasión de uso.
- **Segunda fase**

4. Inspiración de la colección
5. Sistema de bibliotecas y base de datos e ingreso a Future Snoops
6. Ejemplo, elección de tendencia inspiracional
7. Atmósfera de colección y paleta de colores y ejemplo de Manejo del color.
8. Ejemplo de imprescindibles de temporada.

- **Tercera fase**

9. Explicación y ejemplo de conectores
10. Dibujar la colección
11. Distribuir color.
12. Actividad entrega final de Colección





¡Hola! ¿Cómo está? La instructora Lina le da la bienvenida a su cartilla de montaje de la colección de vestuario. Si es una persona apasionada por la moda, está estudiando diseño de vestuario o es emprendedor(a), y además se pregunta cómo puede darle vida a una colección de moda, está en el lugar correcto. A través de tres fases clave, ella lo guiará para crear su primera colección de moda. Espero que disfrute este recorrido, ¡comencemos!



4

Según Renfrew y Lynn (2010), una colección de moda consiste en prendas con características similares, como el color y los detalles de confección, diseñadas para su venta a minoristas o clientes. Su inspiración proviene de tendencias y temas que reflejan influencias culturales y sociales, y generalmente se crea para temporadas específicas como primavera/verano u otoño/invierno.



5

¿QUÉ ES UNA COLECCIÓN DE MODA?



Bienvenido(a) a la primera fase en el aprendizaje sobre cómo desarrollar una colección de moda. En esta fase, podrá ver un ejemplo claro de un público objetivo y encontrará una actividad para identificar a su futuro cliente. Además, comprenderá qué es una ocasión de uso y desarrollará la actividad correspondiente para identificar la ocasión de uso para la cual creará la colección junto con su cliente objetivo.

Se sugiere comenzar definiendo el segmento de mercado para el que se diseñará la colección. Según Valero(2017), es clave entender quiénes son los compradores, sus gustos, referentes estéticos y ocasiones de uso. Observa las fotografías para identificar el perfil del consumidor a elegir como ejemplo.



7



8



9

EJEMPLO ELECCION DE PÚBLICO OBJETIVO

Se le mostrará un perfil interesante que ha sido analizado por WGSN, una importante casa de tendencias británica fundada en 1998. WGSN, que opera globalmente, se especializa en la predicción de tendencias de consumo y diseño, ayudando a marcas a crear productos adecuados para el futuro. Sus servicios incluyen análisis del consumidor, moda, belleza, interiores, estilo de vida, y asesoría experta.

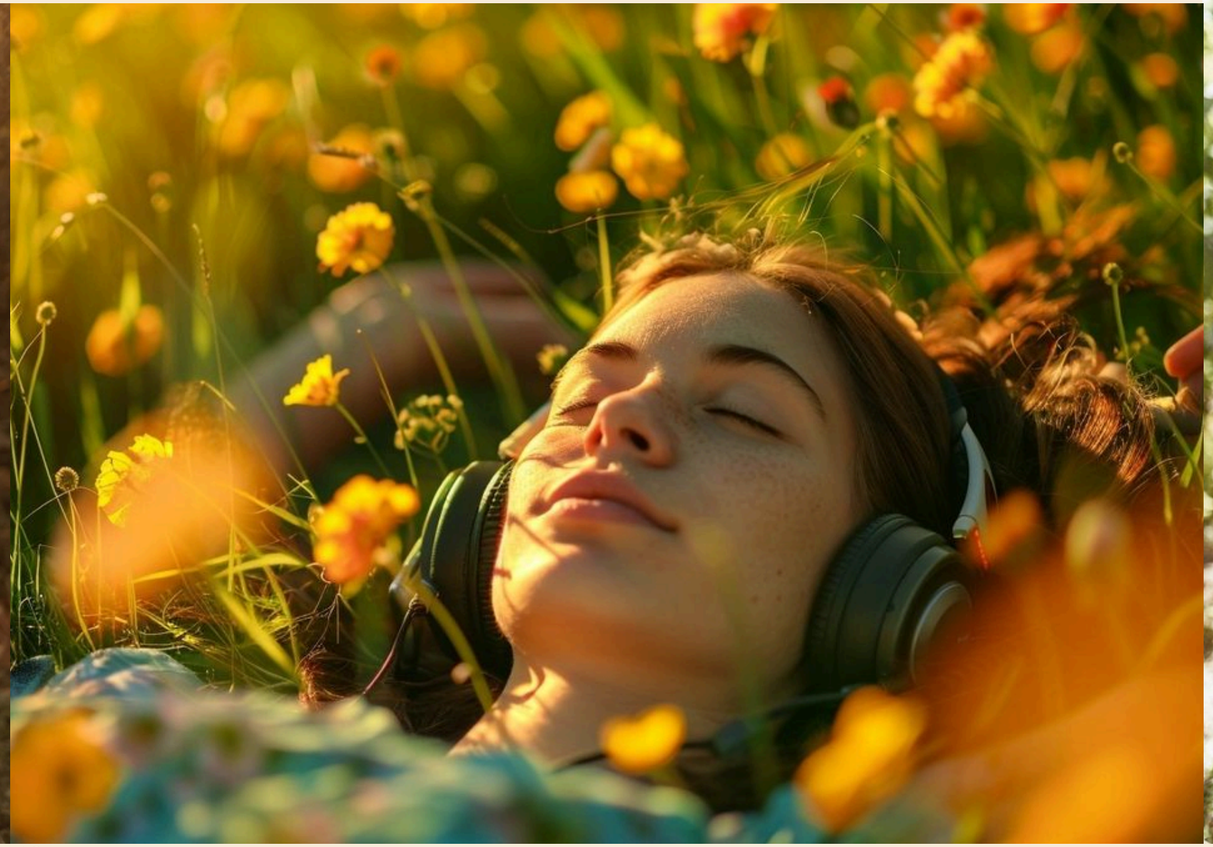




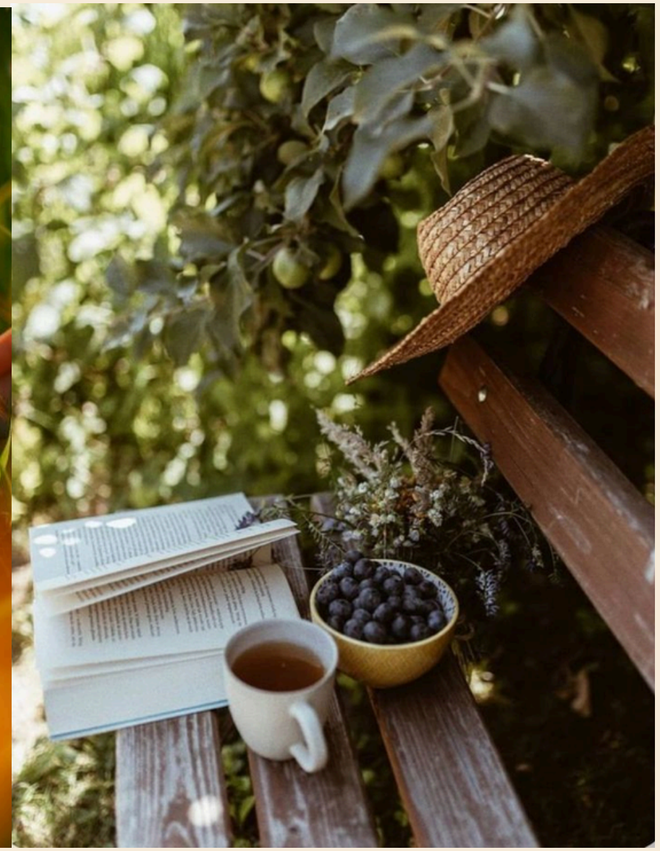
WGSN prevé que el asombro será un sentimiento clave en 2024, seguido de la imaginación en 2025. En 2026, los "destellos" serán herramientas valiosas para enfrentar la vida. Estos micro-momentos de alegría, como escuchar una canción favorita o encontrar un perro amistoso, ofrecerán consuelo y motivación en un mundo complejo.



12



13



14

Según la WGSN(2025) Los Recolectores de Luz, o consumidores esperanzados, buscan una vida más sencilla y significativa ante el agotamiento y el alto costo de vida. Rechazan hitos tradicionales y valoran pequeños placeres y redes comunitarias. Este grupo redefine el éxito y anhela simplicidad, revitalizando conceptos de comunidad, cuidado y realización.



LOS ESPERANZADOS



El consumidor esperanzado busca una vida más sencilla y significativa, rechazando hitos tradicionales y celebrando pequeños placeres. Para ellos, estos “pequeños hitos” son cruciales y redefinen el éxito, WGSN(2025).



17



18



19

El informe de WGSN, muestra que el enfoque de este perfil en la realización se considera una ambición más saludable que la felicidad. Conectar con las personas implica ayudarles a reconectarse consigo mismos y con los demás a través de espacios presenciales y servicios de cuidado restaurativo. Se recomienda adoptar un enfoque inclusivo en productos y servicios, sin distinción de edad.



20



21



22



23

Además, la WGSN expresa que, valoran el cuidado, ya sea propio, de los demás o del planeta. Las marcas deben hacer del cuidado su razón de ser, explorando cómo fomentar hábitos más respetuosos y saludables. Esto puede incluir desde facilitar un mejor descanso hasta promover una alimentación más consciente y un consumo sostenible.

- **Descripción de la actividad:**

Identifique, analice y defina un público objetivo específico, comprendiendo sus necesidades, estilo de vida y hábitos de consumo, como base para el desarrollo de una colección de moda coherente y viable.

- **Contexto de la actividad:**

Antes de diseñar una colección, el diseñador debe saber para quién diseña. En esta actividad, asumirá el rol de diseñador y realizará un proceso de investigación para definir el público objetivo de una colección de moda.



ACTIVIDAD IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO

- **Desarrollo de la actividad:**

1. **Paso 1. Elección del tipo de colección, seleccione una de las siguientes opciones:**

- Colección femenina / masculina / sin género
- Casual / formal / deportiva / urbana / sostenible
- Comercial / experimental / cápsula

Debe justificar brevemente su elección.

2. **Paso 2. Investigación inicial, realice una investigación usando al menos 3 fuentes:**

- Redes sociales (Instagram, TikTok, Pinterest)
- Marcas de referencia
- Observación directa (calles, centros comerciales, campus, eventos)

(Debe registrar imágenes, notas o capturas como evidencia).



3. Paso 3. Definición del público objetivo: Con base en la investigación, definirá:

- Edad
- Género
- Ubicación geográfica
- Nivel socioeconómico
- Ocupación o estilo de vida
- Gustos y preferencias en moda
- Necesidades funcionales y estéticas

4. **Paso 4. Creación del perfil del cliente, incluyendo:**

- Nombre
- Edad
- Rutina diaria
- Estilo de vestir
- Marcas que consume
- Problemas o necesidades que la moda puede resolver

Puede presentarse en formato moodboard o collage.



5. Paso 5. Análisis de hábitos de consumo, Responder brevemente:

- ¿Dónde compra ropa este público?
- ¿Qué lo motiva a comprar?
- ¿Prefiere precio, diseño, sostenibilidad o exclusividad?
- ¿Compra por redes sociales, tiendas físicas o ambas?

6. Paso 6. Conclusión creativa, redactará un párrafo final respondiendo:

- ¿Cómo influye este público objetivo en el diseño de mi colección? Mencionar:

1. Siluetas
2. Materiales
3. Colores

- Tipo de prendas

7. Entregable, presentación visual que incluya:

   a. Tipo de colección
   b. Investigación
   c. Definición del público objetivo





28

Según Valero (2017), es fundamental definir una ocasión de uso, la cual está estrechamente relacionada con la importancia de tener claridad sobre tu segmento de mercado. Es esencial identificar las ocasiones en las que tus prendas pueden ser utilizadas, cómo podrían combinarse y en qué diferentes escenarios podrían plantearse. Este ejercicio es sumamente útil, ya que te permitirá crear estilismos que inspirarán a tus posibles clientes y te ayudarán a comunicar el estilo de tu marca de manera más clara. Tener claridad tanto sobre el segmento de mercado como sobre las ocasiones de uso te facilitará desarrollar combinaciones atractivas y efectivas para tus clientes.



29



30

OCASIÓN DE USO



- Descripción de la actividad:

El aprendiz analizará diferentes contextos y situaciones de uso del vestuario con el fin de elegir una ocasión de uso específica, la cual servirá como base para el posterior desarrollo de una colección de moda coherente y funcional.

Contexto de la actividad

Toda colección de moda responde a una situación concreta en la que el usuario viste las prendas. La ocasión de uso determina aspectos clave como la funcionalidad, los materiales, las siluetas y el lenguaje estético. En esta actividad, el estudiante aprenderá a diseñar desde el contexto de uso.

ACTIVIDAD ELECCIÓN DE LA OCASIÓN DE USO

- **Desarrollo de la actividad:**
- **Actividad 1. Reconocimiento de ocasiones de uso, el aprendiz identifica y enumera al menos cinco (5) ocasiones de uso, tales como:**

1. Uso laboral
2. Uso casual diario
3. Uso deportivo
4. Uso formal o de gala
5. Uso social o eventos especiales
6. Uso académico
7. Uso turístico o recreativo



- **Actividad 2. Selección de la ocasión de uso, elija una (1) ocasión de uso principal para su colección y justifica su elección teniendo en cuenta:**
- Frecuencia de uso
- Necesidades del usuario
- Oportunidad de mercado
- Interés personal como diseñador

- **Actividad 3. Análisis del contexto, responder por escrito:**

1. ¿Dónde se desarrolla esta ocasión de uso?
2. ¿Qué actividades realiza el usuario?
3. ¿En qué momentos del día ocurre?
4. ¿Qué condiciones climáticas o ambientales influyen?

- **Actividad 4. Identificación de necesidades del usuario, defina las necesidades que debe cubrir el vestuario:**

A. Funcionales (comodidad, movimiento, protección)

B. Estéticas (imagen, estilo, identidad)

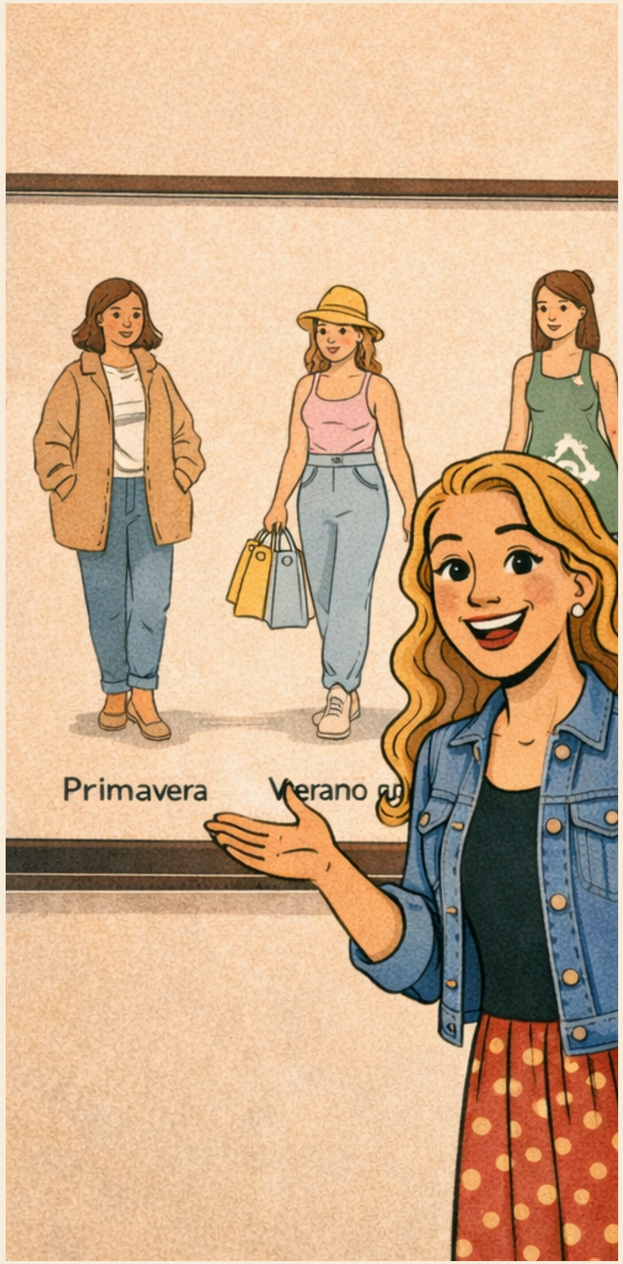
C. Emocionales (seguridad, pertenencia, expresión)

- **Actividad 5. Referencias visuales, recopile imágenes de:**

1. Prendas asociadas a la ocasión de uso
2. Looks reales observados en el entorno
3. Marcas o diseñadores que trabajen ese contexto

Puede presentarse como collage, moodboard básico o archivo visual.





Bienvenido(a) a la segunda fase del aprendizaje sobre cómo desarrollar una colección de moda. En esta etapa, podrá ver una explicación clara de la importancia de encontrar una inspiración adecuada para su colección. Además, se le orientará sobre cómo acceder a la plataforma de bibliotecas del Sena y navegar en Future Snoops, una página de tendencias que usamos como fuente de información para la creación de una colección de vestuario. También se presenta un ejemplo de la selección de una tendencia, tal como se muestra en la página, así como el manejo del color y su oferta de siluetas imprescindibles como herramientas de trabajo.

¿Sabía que saber elegir la inspiración correcta para su colección es muy importante? Pues en realidad es muy cierto. La inspiración que elija hará que la colección que diseñe tenga coherencia con el tipo de marca para la cual va a diseñar. Además, es importante que observe lo que está ocurriendo en el mundo en cuanto a tendencias.



Las pasarelas a nivel mundial se refieren a esto, ya que permitirán dar vida a un producto que se conecte con el mundo que nos rodea. En la siguiente página, se verá un ejemplo de una fuente de información que este año tienen en el Sena: Future Snoops. Es una casa de tendencias, similar a WGSN, de la cual ya se había hablado anteriormente.

Future Snoops, fundada por Lilly Berelovich, es una empresa estadounidense que se especializa en pronóstico de tendencias y análisis cultural. Combina investigación cualitativa con inteligencia artificial para anticipar comportamientos y proporcionar dirección creativa a la industria. Este año, ofrece esta herramienta a los aprendices de SENA.



36



37

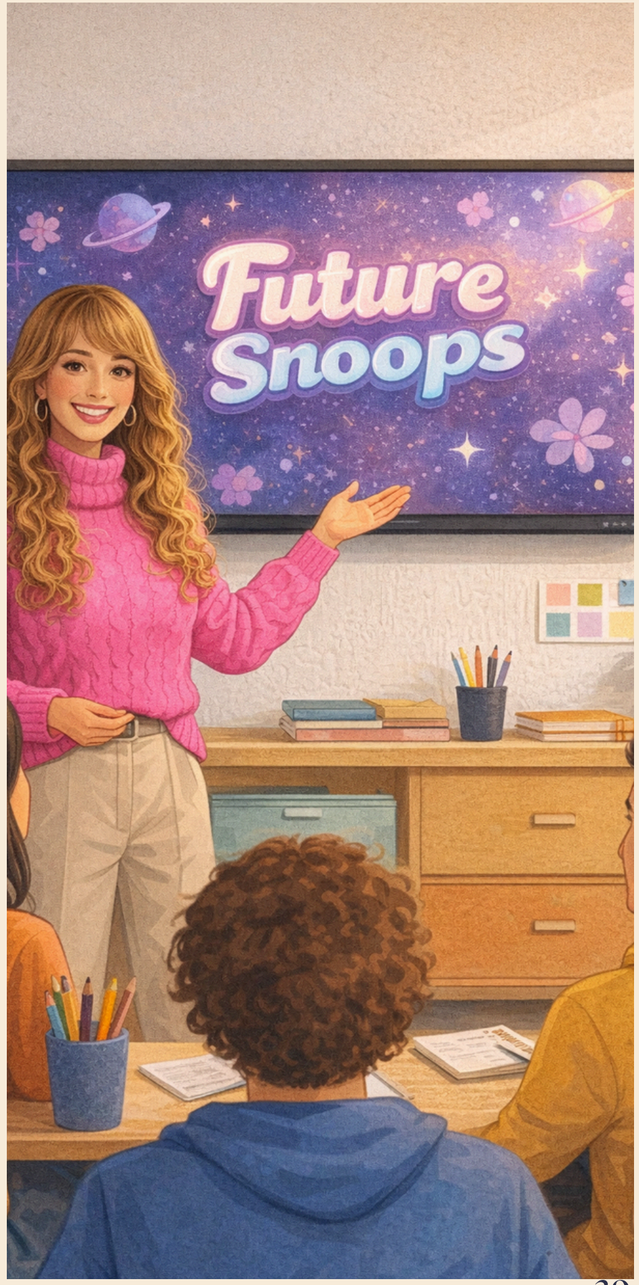
El aprendiz SENA puede acceder a ella mediante el Sistema de Bibliotecas a través de la web, haciendo clic en consulta bibliográfica.

En consulta bibliográfica despliegas y haces clic en base de datos.



38

SISTEMA DE BIBLIOTECAS Y BASE DE DATOS



39

Complete	ambientales, ecología, sostenibilidad, política ambiental y energías renovables.
ERIC	Base de datos autorizada del Departamento de Educación de EE.UU. con más de 1.6 millones de registros educativos desde 1966.
FSTA	Base de datos especializada en ciencia y tecnología de los alimentos, desarrollada en colaboración con IFIS. Proporciona literatura científica revisada por pares sobre nutrición, seguridad alimentaria, biotecnología, alimentos funcionales, sostenibilidad y disciplinas afines. Cien
Future Snoops	Ofrece herramientas de investigación, pronósticos de color y materiales que conectan cultura, producto e innovación de manera práctica y accionable. Cuenta con mas de 450.000 imágenes, 55.000 imágenes D

40



41

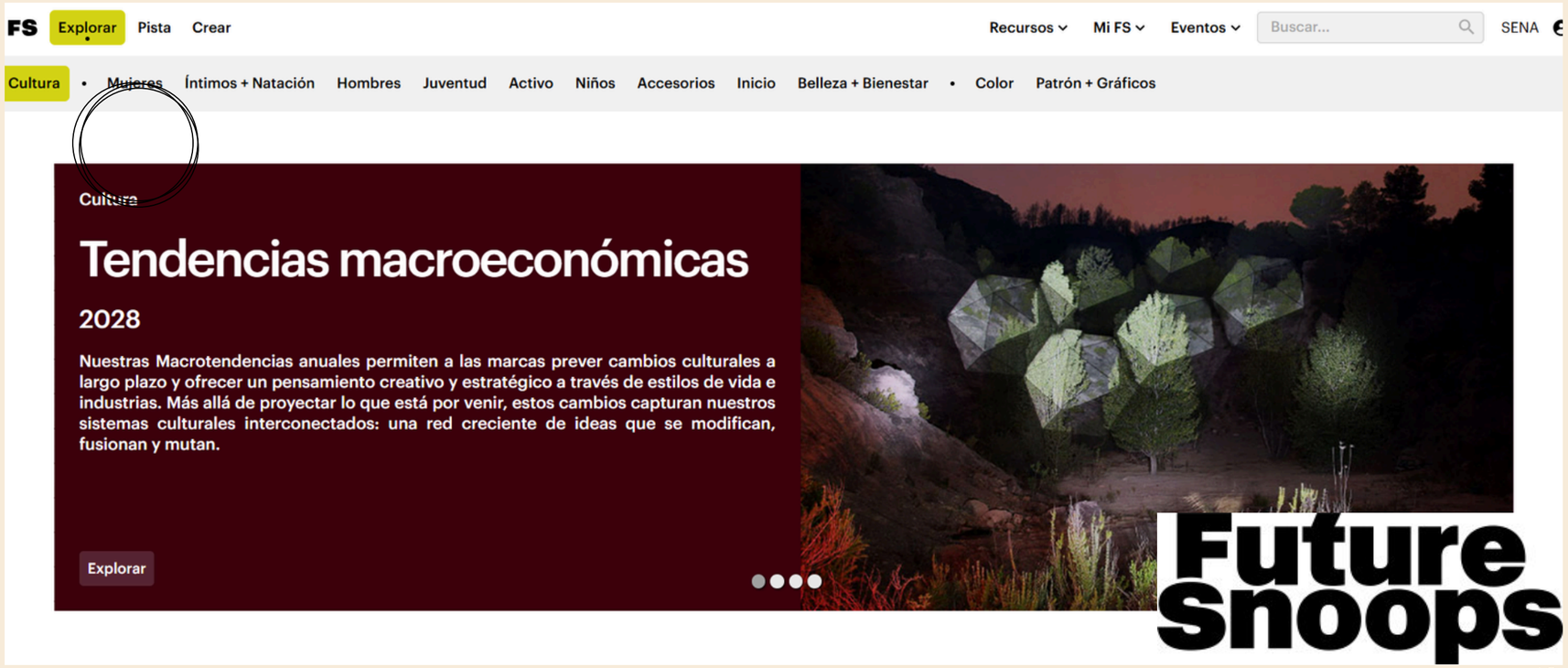
Hacer clic en el ícono Future Snoops, ingresa tu número de documento en usuario y contraseña, y encontrarás las tendencias del momento según la temporada que desees.

INGRESO A FUTURE SNOOPS



42

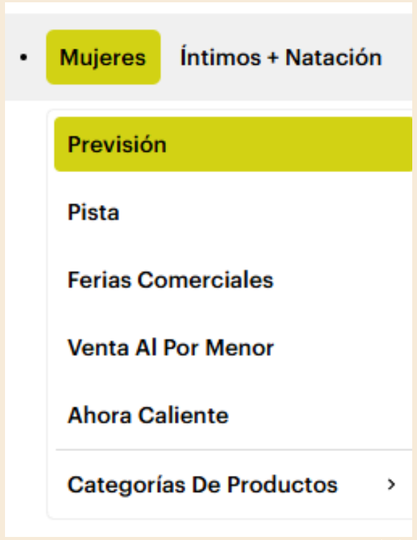
En la parte superior se encuentran varios botones; por ejemplo, si alguien va a buscar información de una tendencia para primavera-verano 2026, hace clic en «mujeres» y se despliega una lista donde busca en «previsión».



43

COMO NAVEGAR EN FUTURE SNOOPS

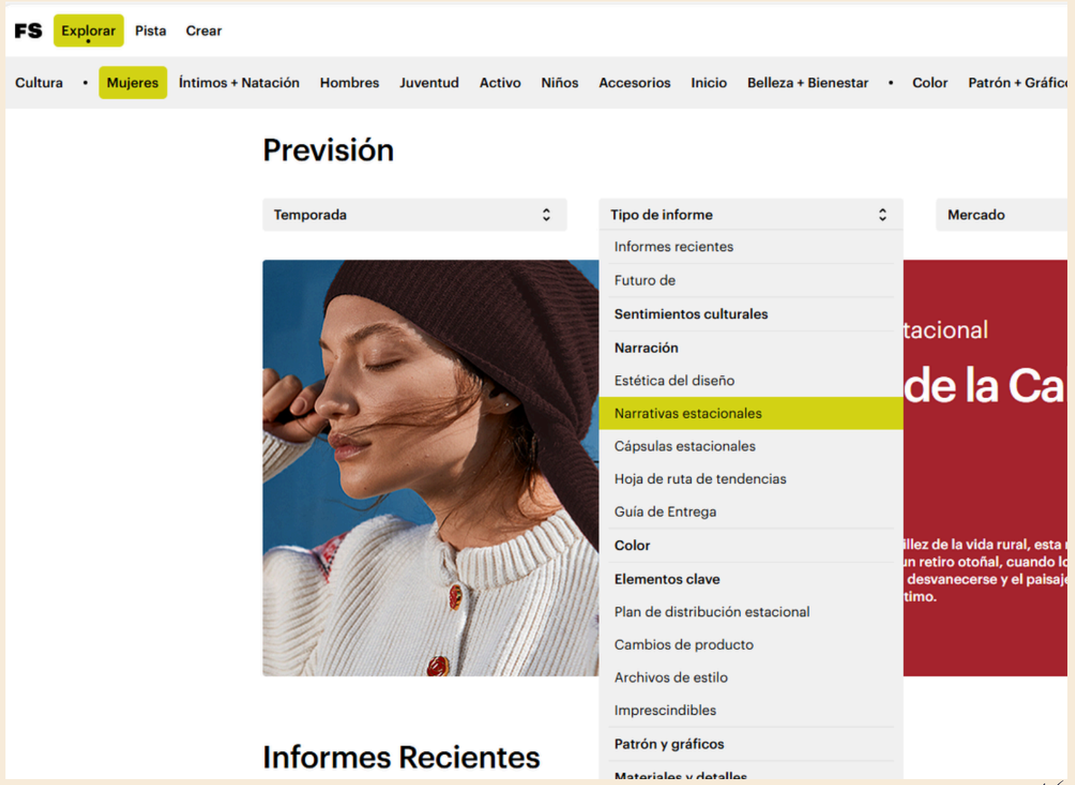
Una vez se hace clic en Mujeres, se despliega previsión y en tipo de informe se despliega y busca, por ejemplo, en este caso se sugiere Narrativas Estacionales y se encuentra la estación en la cual se quiere inspirar.



44

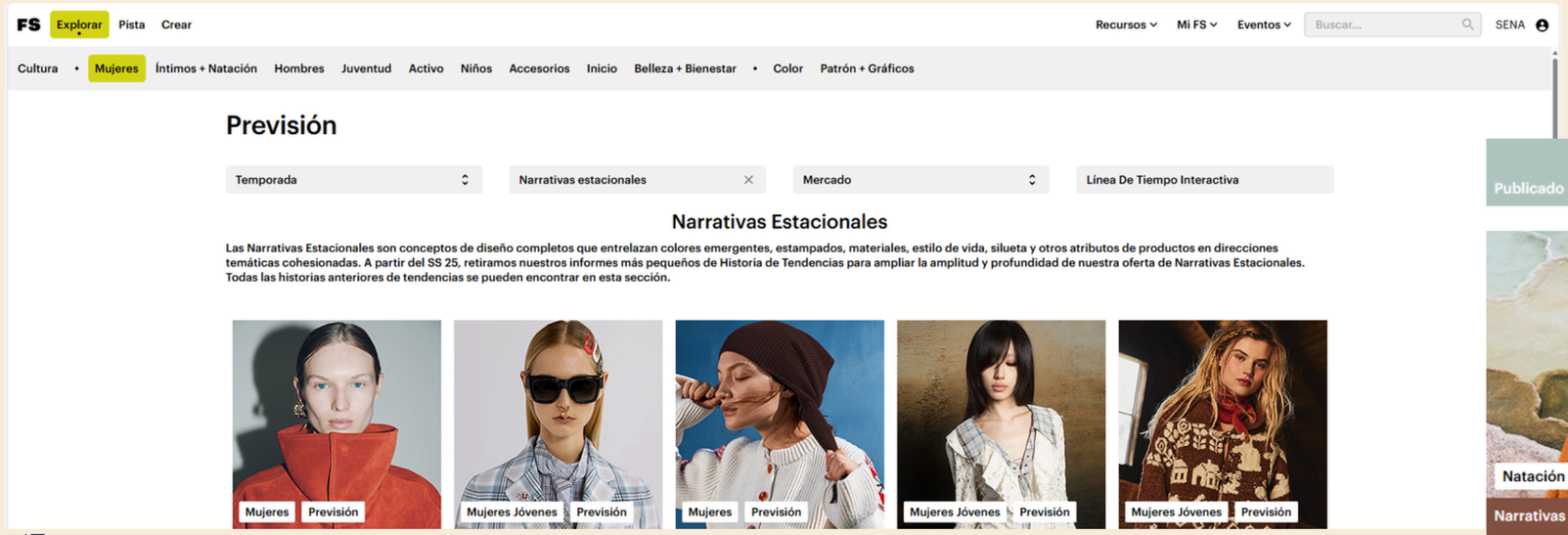


45



46

Una vez hace clic en Mujeres, despliega previsión y en tipo de informe despliega; en este caso, se sugiere buscar narrativas estacionales y encontrar la estación en la cual desea inspirarse.

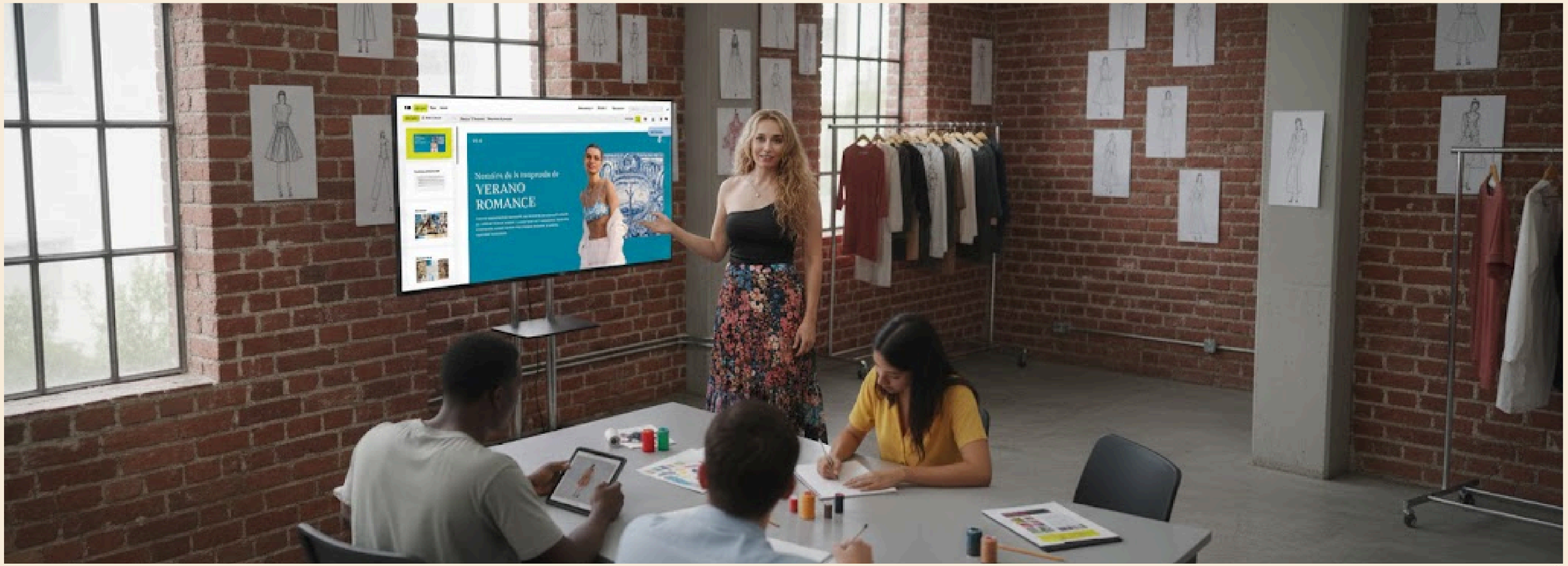


47



48

Hacer clic en narrativas estacionales, se accede a información valiosa que permite obtener una inspiración más completa. Ofrecen un mood board inspiracional que explica de manera clara el concepto, junto con la paleta de colores, y presentan sugerencias con diversas opciones para combinar esos colores. Además, proporcionan siluetas imprescindibles y estampados que se pueden utilizar.



En este caso, se eligió primavera-verano 2026 y la narrativa estacional que se seleccionó fue: Romance de Verano. El cual presenta: El mood board que es un tablero hecho por imágenes que conectan con las ideas que servirán de inspiración para su colección, la atmósfera, que explica en un párrafo muy claro cuál es el concepto, se entrega la paleta de color y además muestra sugerencias sobre cómo combinar los colores. Además, ofrece siluetas imprescindibles y estampados que se pueden usar.

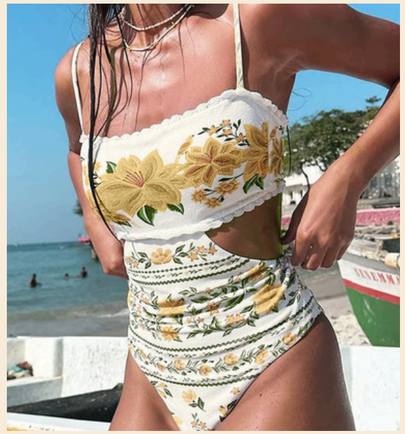
SUMMER ROMANCE

Summer Romance representa una evolución elegante de la vibrante Tomato Girl Summer, hacia un estilo más suave y romántico. Esta tendencia celebra escapadas tranquilas y la simplicidad, inspirándose en estéticas vintage y texturas orgánicas. Con detalles románticos y paletas de colores delicados, evoca tranquilidad y alegría, promoviendo un estilo de vida pausado que combina sofisticación y encanto relajado.



Esta es la atmósfera que describe en un párrafo muy claro cuál es el concepto.



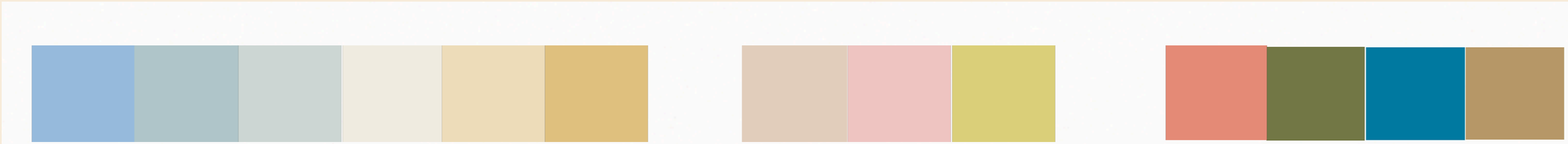







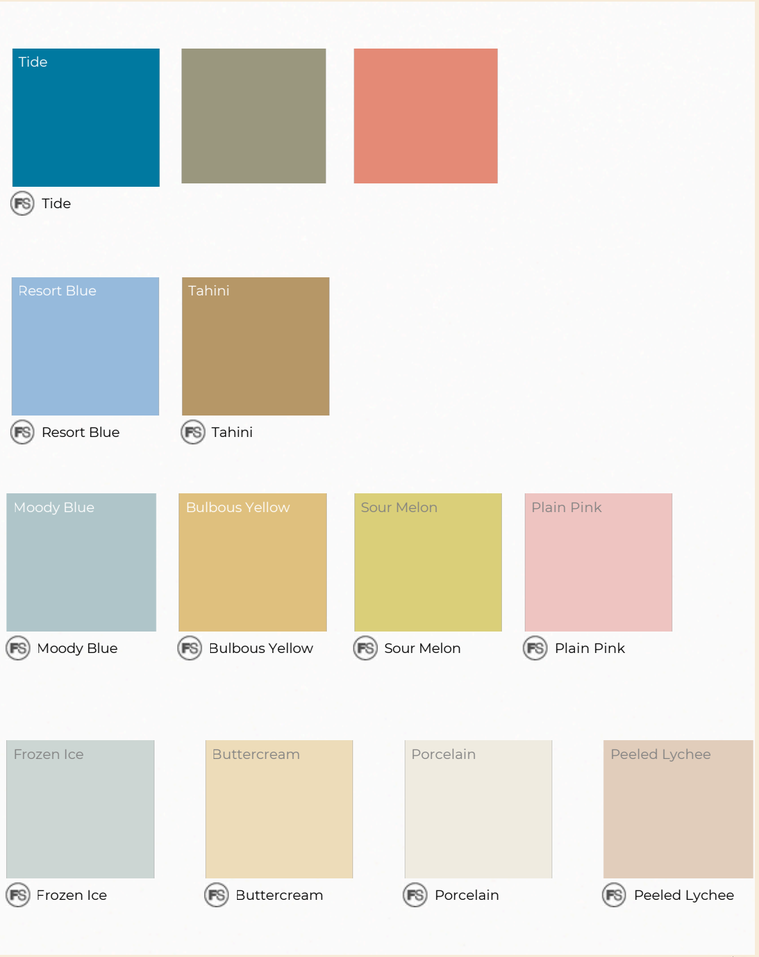
51

Un moodboard de diseño, según la Escuela Superior de Diseño de Barcelona(2025) es un tablero de inspiración que reúne imágenes, texturas, tipografías, paletas de color y otros elementos gráficos para transmitir la atmósfera o estilo de un proyecto específico.



52

ATMOSFERA DE COLECCION Y PALETA DE COLORES





Segun inexmoda, hay diferentes maneras de jugar con el color; no existe una regla general que limite la manera en la que uno quiera combinar el color de acuerdo a la colección que desee crear. Vamos a observar diferentes formas de crear combinaciones de la paleta que ofrece esta tendencia inspiracional.

Resort Blue

Tahini

Resort Blue

Tahini

COLORES ACENTO

Moody Blue

Bulbous Yellow

Tide

Moody Blue

Bulbous Yellow

Tide

COLORES BASE COLECCION

Frozen Ice

Buttercream

Porcelain

Frozen Ice

Buttercream

Porcelain

COLORES ACENTO

Sour Melon

Plain Pink

Sour Melon

Plain Pink

COLORES BASE COLECCION

Bulbous Yellow

Sour Melon

Plain Pink

Bulbous Yellow

Sour Melon

Plain Pink

COLORES ACENTO

Resort Blue

Tahini

Resort Blue

Tahini

COLORES BASE COLECCION



Los colores base de la colección son los que se utilizan en las prendas principales, mientras que los acentos son los colores que equilibran la paleta y se aplican en los detalles de las prendas y/o en la estampación. Usted decide cómo desea jugar con el color y cuáles ocuparán el lugar de colores base y colores de acento.

Bulbous Yellow
Buttercream
Peeled Lychee
Porcelain

Tide
Moody Blue
Porcelain

Tahini
Bulbous Yellow
Buttercream
Porcelain

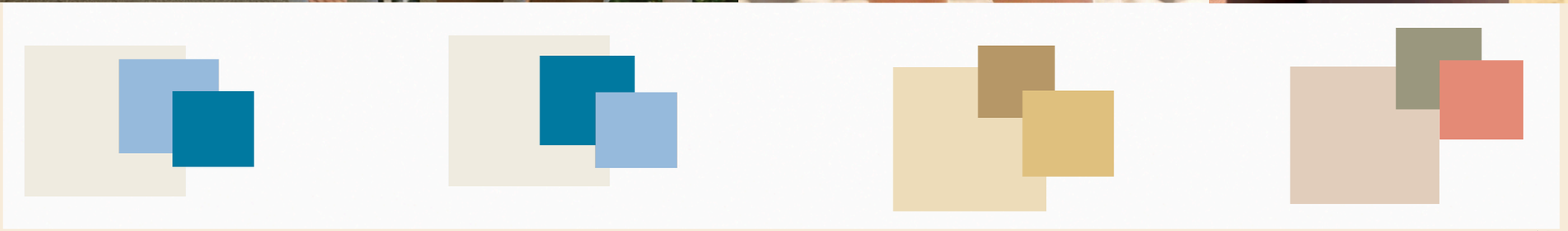
MAS IDEAS PARA JUGAR CON EL COLOR





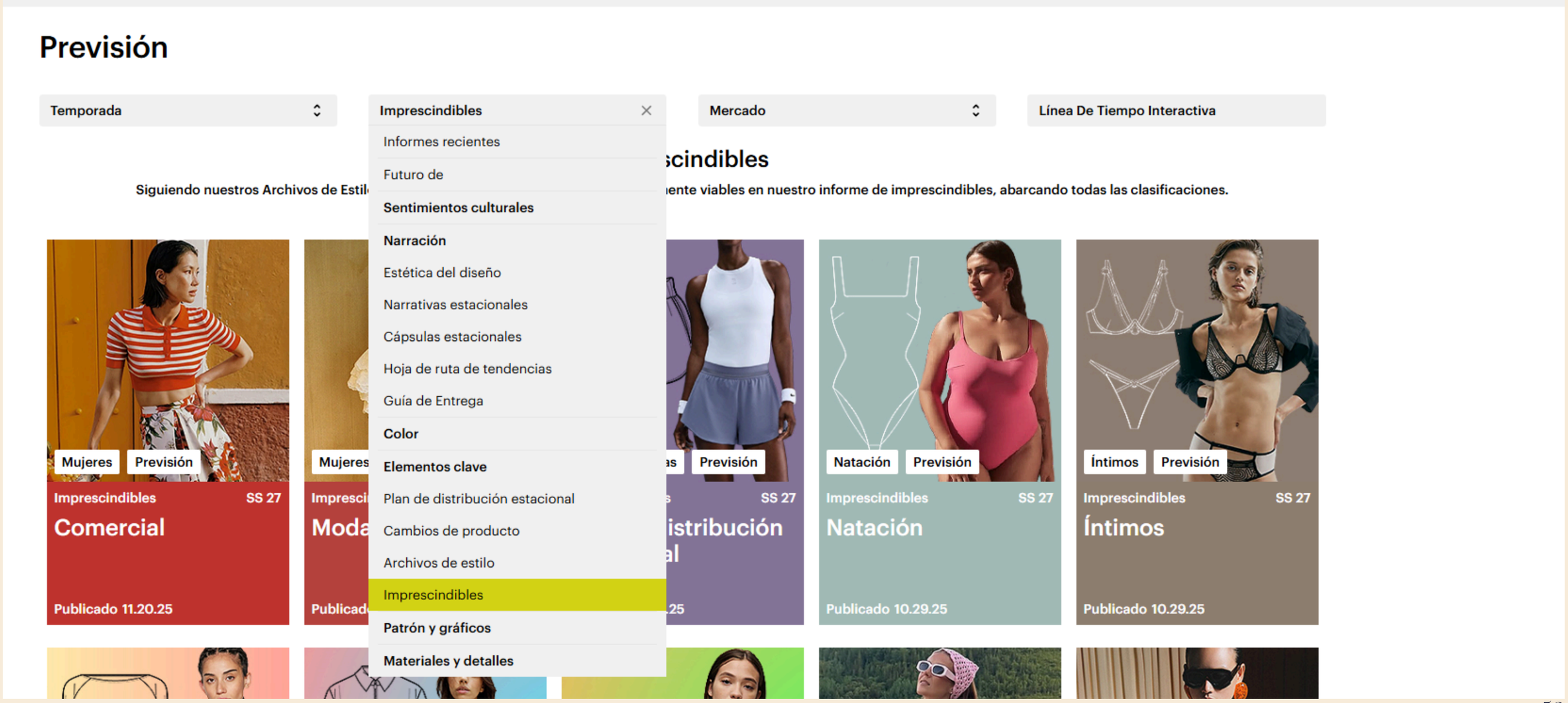






Tahini

JUGAR CON EL COLOR



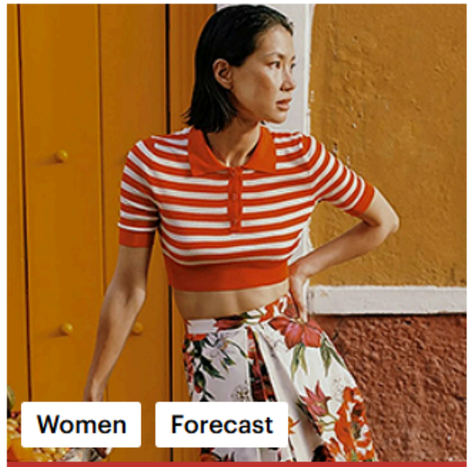
Una buena opción es buscar las prendas imprescindibles de la temporada; según Future Snoops (2026) esto le permitirá tener claridad sobre cuáles son las siluetas que predominarán en la temporada para la cual va a diseñar. En las siguientes páginas verá los imprescindibles para SS26.

Forecast

Season | Must-Haves | Market | Interactive Timeline

Must-Haves

Following our Style Files, we identify the most commercially-viable items in our Must-Haves report, looking across all classifications.



Must-Haves SS 27

Commercial



Must-Haves SS 27

Fashion



Must-Haves SS 27

Seasonal Range Plan



Must-Haves SS 27

Swim



Must-Haves SS 27

es



En las siguientes páginas verá los imprescindibles(Must haves) para SS26.



62



63



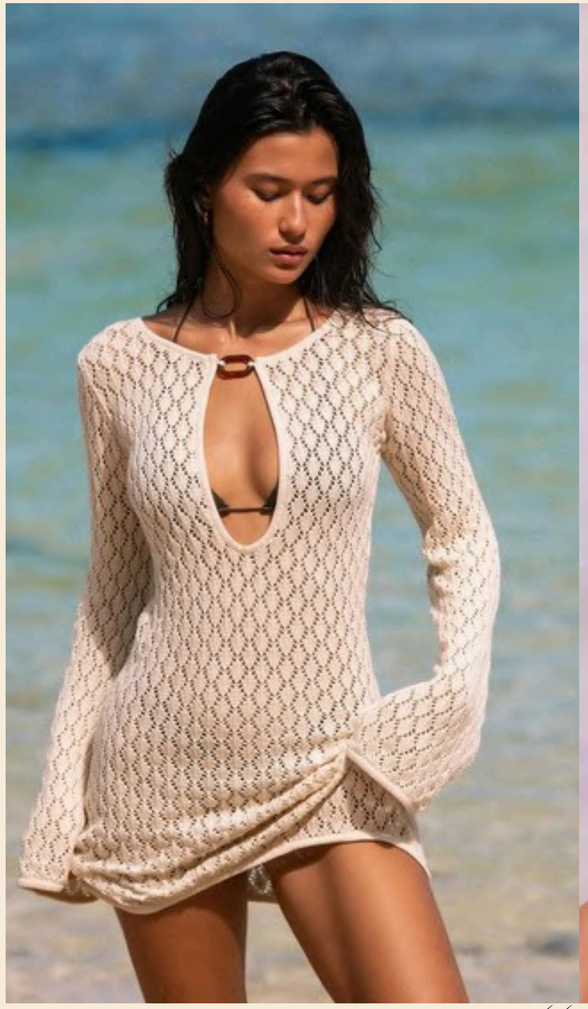
64



65

Empecemos a ver las prendas que le sugieren como imprescindibles, ¡qué emoción!

PRENDAS TEJIDAS



66



67



68

VESTIDOS CORTOS TEJIDOS



69



70



71

PRENDAS TEJIDAS



72



73



74



75

Observa las siluetas y detalles de las prendas; son los conectores de la colección.

CONJUNTOS TEJIDO PLANO



76



77

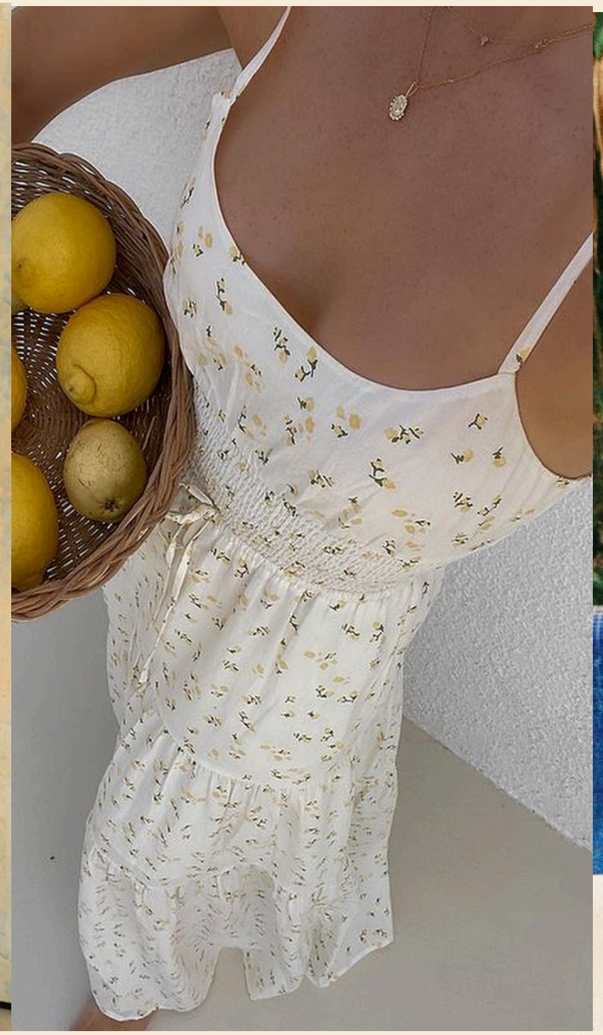


78

CONJUNTOS TEJIDO PLANO



79



80

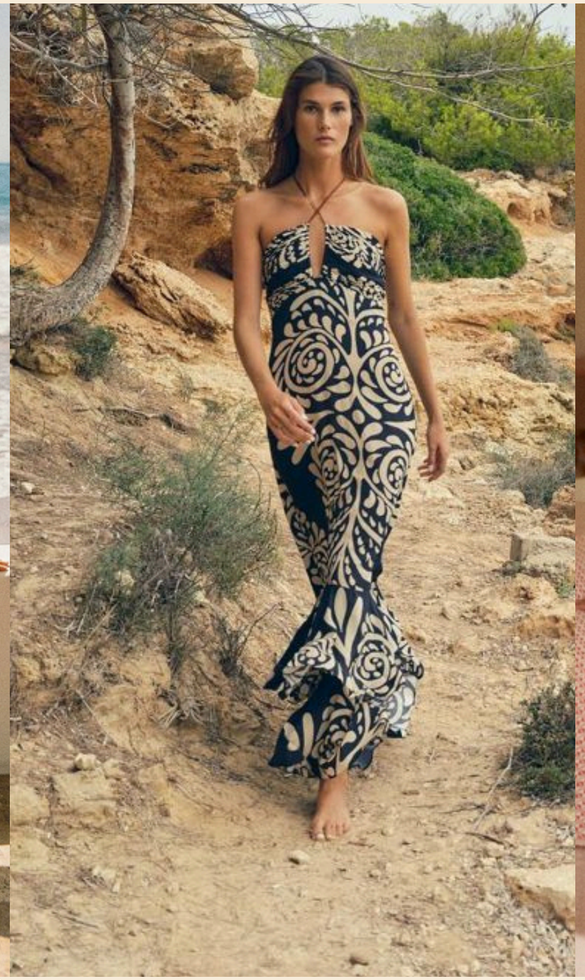


81

VESTIDOS FAROLES Y CORTE PRINCESA



82



83



84

VESTIDOS COLUMNA CON TIRAS



85



86



87

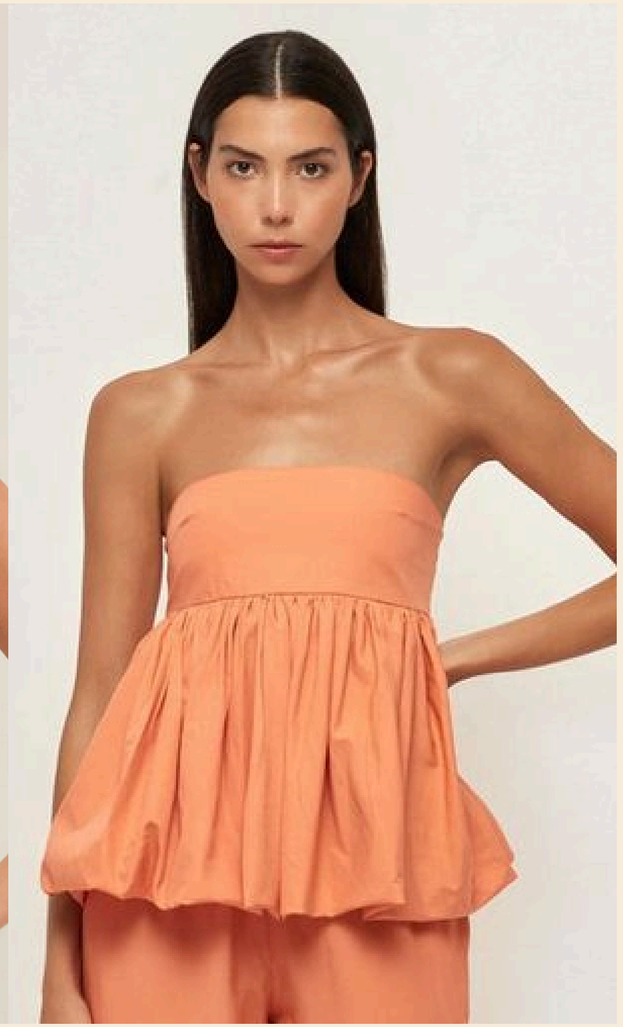
TOP PAÑUELO



88



89



90

TOPS



91



92



93

CAMISA AMARRE ADELANTE



94



95

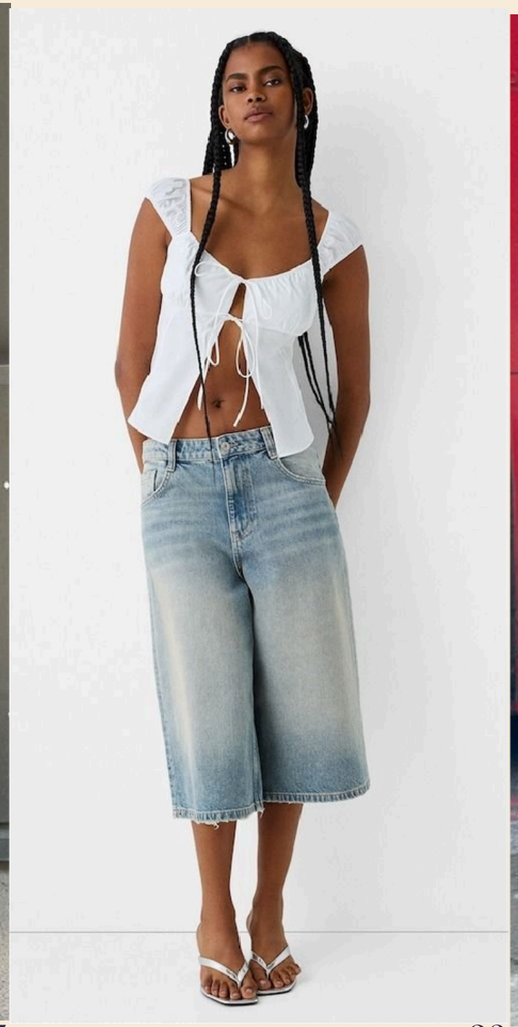


96

PANTALONES CORTOS PARA DORMIR



97



98



99

PANTALONES CORTOS LARGOS DE PIERNA RECTA



100



101



102

PANTALONES ANCHOS PARACHUTE



103



104



105

MAXI FALDA FLOTANTE



106



107



108

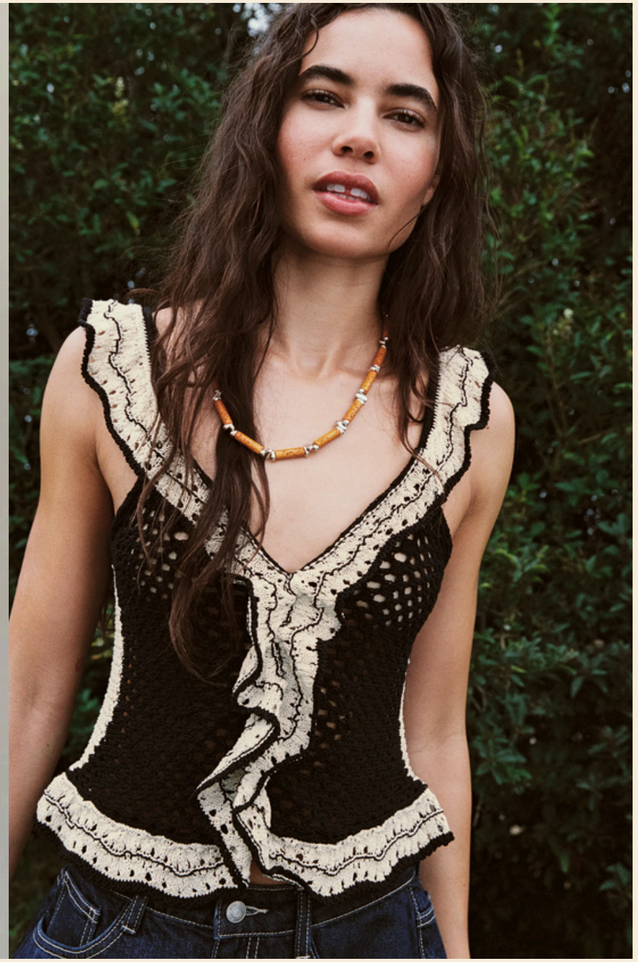
CAMISETA CON FRUNCIDOS



109



110



111

TOP DE PUNTO CON VOLANTES

- **Objetivo:**

Que se explore una plataforma profesional de tendencias (Future Snoops) y seleccione un concepto de inspiración o tendencia, analizando su potencial creativo para el desarrollo de una colección de moda.

- **Contexto de la actividad:**

Las plataformas de tendencias permiten anticipar comportamientos, estéticas y necesidades del consumidor. En esta actividad, el estudiante aprenderá a interpretar información de tendencias, transformándola en una base conceptual para una colección de moda.



ACTIVIDAD NAVEGAR FUTURE SNOOPS Y ELEGIR UNA TENDENCIA

Desarrollo de la actividad

Paso 1. Exploración de la plataforma, ingrese a la página web de Future Snoops y navega por las secciones relacionadas con:

- Fashion
- Consumer
- Lifestyle
- Culture
- Colour / Aesthetics

El objetivo es observar, no elegir aún.



Paso 2. Selección de la tendencia o concepto, elija una (1) de las siguientes opciones encontradas en Future Snoops:

- Una tendencia macro
- Un concepto de inspiración
- Un tema cultural o social
- Una estética visual

Debe registrar: Nombre de la tendencia o concepto, año o temporada de referencia, breve descripción según la plataforma.

Paso 3. Análisis del concepto seleccionado, responder por escrito:

- ¿Qué mensaje comunica esta tendencia?
- ¿Qué valores o emociones transmite?
- ¿A qué tipo de consumidor podría dirigirse?
- ¿Por qué resulta relevante actualmente?

Paso 4. Traducción a moda, interprete el concepto y lo relaciona con el diseño de moda:

¿Qué tipo de prendas sugiere?

¿Qué siluetas se asocian?

¿Qué materiales podrían utilizarse?

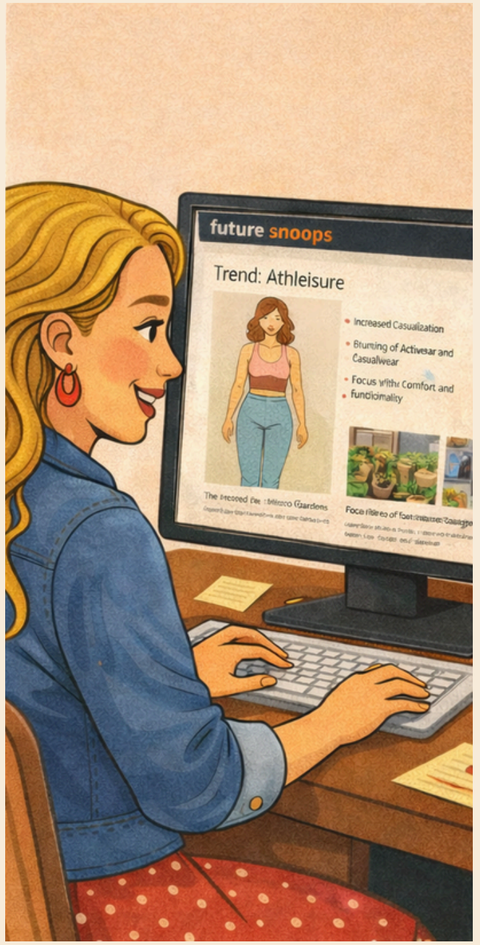
¿Qué paleta de color se percibe?

No se trata de copiar, sino de interpretar.

Paso 5. Construcción de una idea de colección

El estudiante propone: Nombre tentativo de la colección, frase conceptual (concept statement)

Palabras clave que definan la colección



ACTIVIDAD NAVEGAR FUTURE SNOOPS Y ELEGIR UNA TENDENCIA

Paso 6. Evidencia visual: Crear un soporte visual básico que represente la tendencia:

- Moodboard
- Parrafo escrito del concepto
- Carta de colores
- Siluetas de prendas imprescindibles

Debe reflejar su interpretación personal.

Paso 7. Conclusión reflexiva, redactar un breve texto respondiendo:

¿Cómo aporta esta tendencia de Future Snoops al desarrollo de una colección de moda con identidad propia?

Entregable, documento o presentación que incluya:

- Tendencia o concepto seleccionado
- Análisis del concepto
- Interpretación aplicada a moda





Bienvenido(a) a la tercera fase del aprendizaje sobre cómo desarrollar una colección de moda. En esta etapa, podrá ver una explicación clara de las conexiones o conectores en términos de silueta, materiales, insumos y detalles de confección, ejemplos de construccion de la coleccion y manejo del color, ademas podra realizar una actividad donde construirá su propia coleccion, teniendo en cuenta las actividades realizadas a traves de la cartilla, las cuales le serviran como insumo de trabajo para esta actividad final.

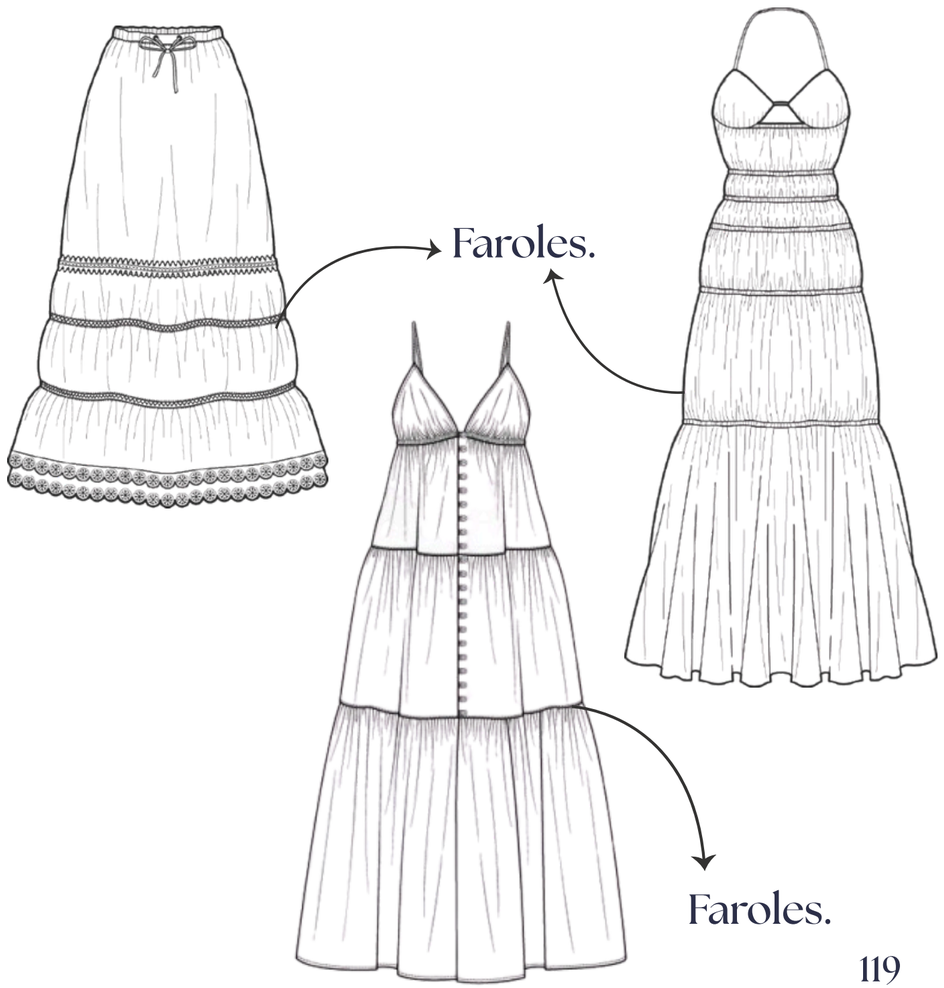


117

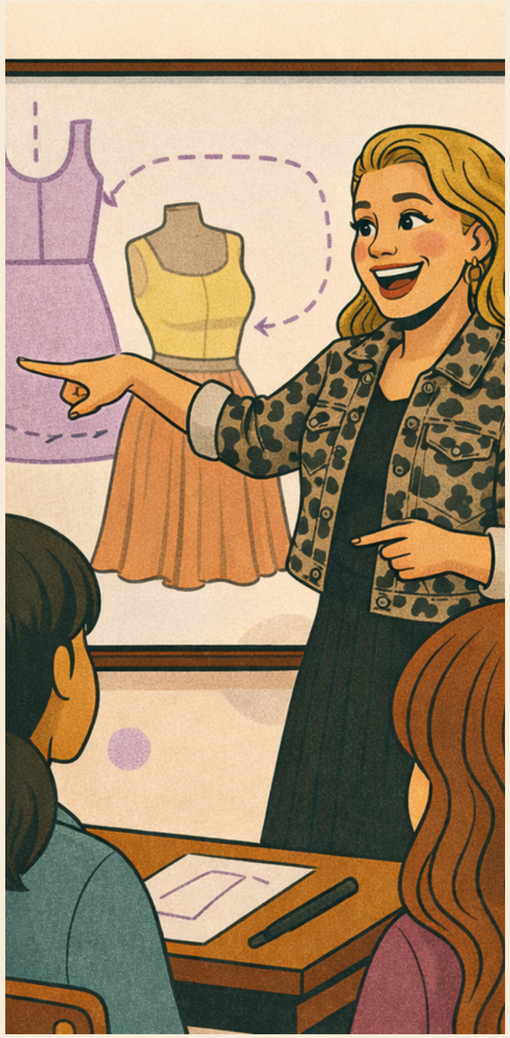
Jenkin Jones (2005) señala que una colección de moda se basa en un concepto central que asegura la coherencia entre las prendas, creando conexiones en términos de color, silueta, materiales, insumos y detalles de confección. Estos elementos pueden denominarse conectores de la colección. Un aspecto a considerar en estas prendas es la forma en que se anudan en la parte frontal.



Mira la manera en que las prendas se amarran en la parte delantera.

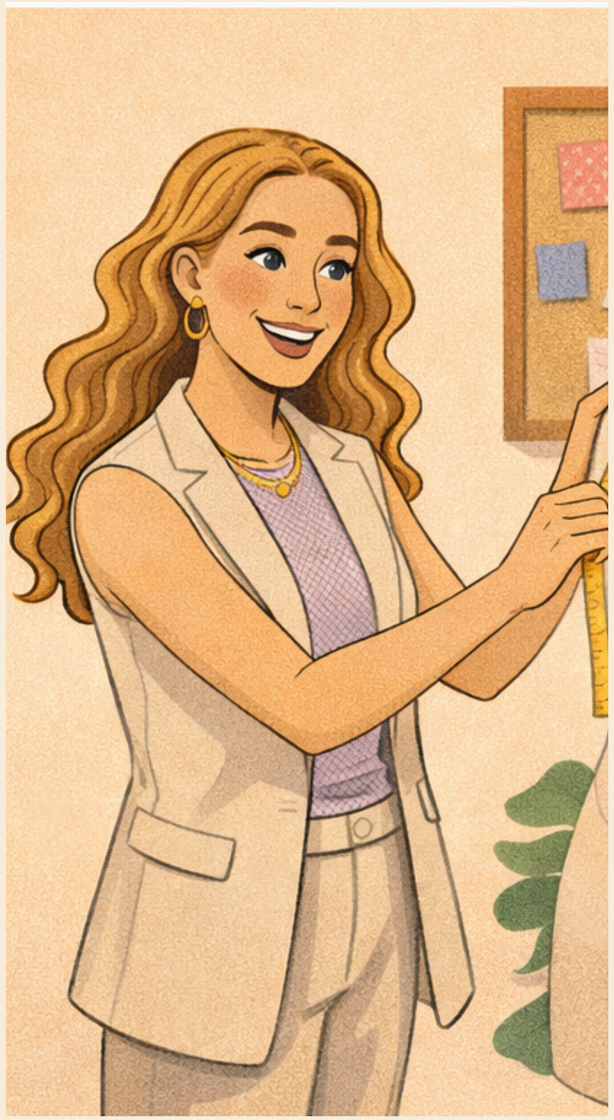


119



120

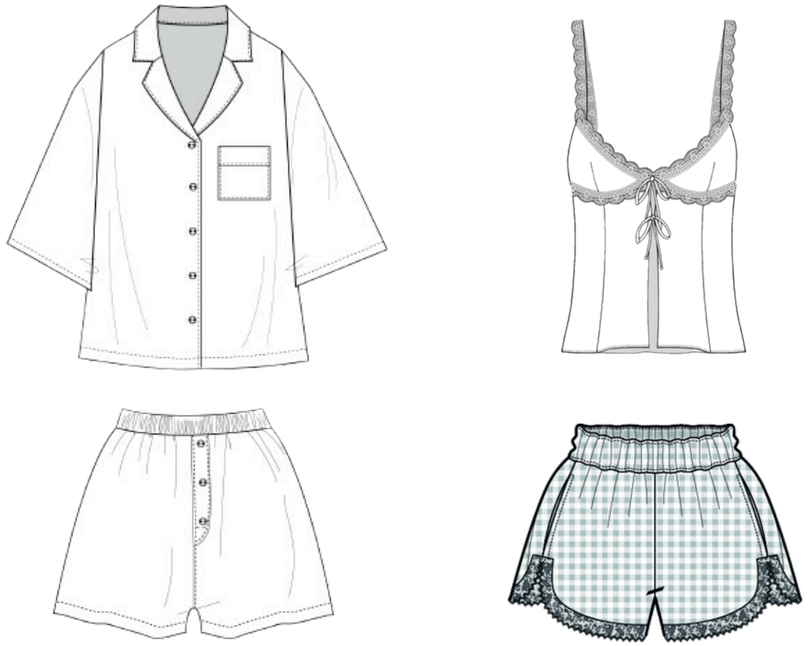
Mire otros conectores llamados faroles; son estos cortes horizontales que ve en las prendas que tiene a su izquierda de la pantalla. Por ejemplo, podemos tener vestidos y faldas de faroles.



121

Algo muy interesante que se muestra para esta temporada es la tendencia de utilizar prendas que normalmente se consideran pijamas como atuendos para el exterior. Conjuntos de pijamas de manga corta y/o tops combinados con shorts están ganando popularidad.

Sets de pijamas manga corta y/o tops con shorts.

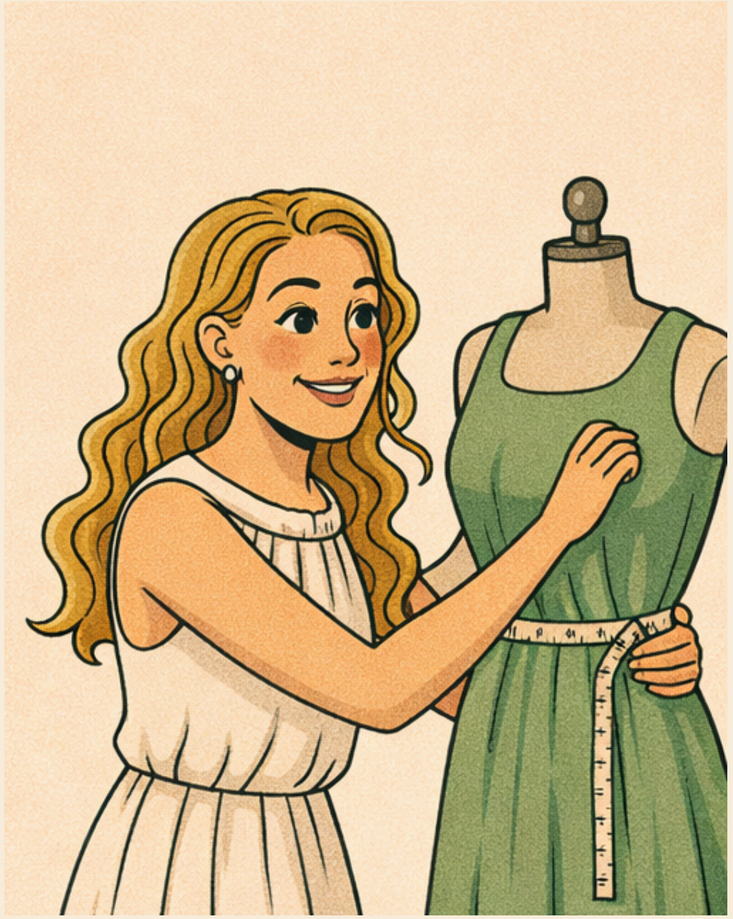


122



123

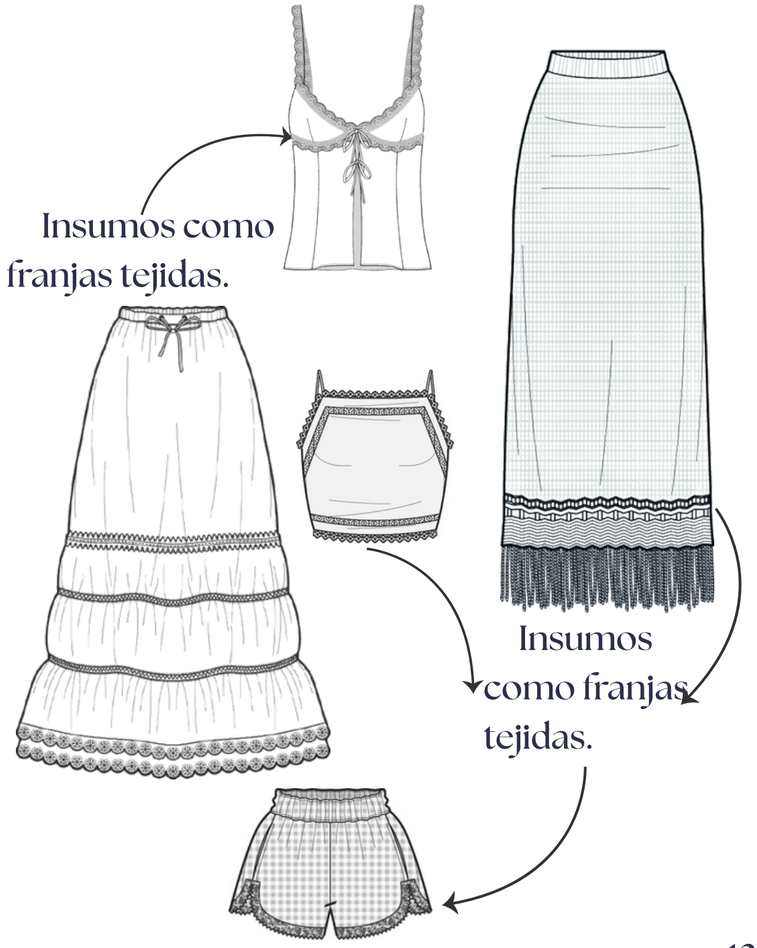
Los detalles de confección, como las pretinas y los pasadores con jota, así como el cierre delantero, actúan como elementos de conexión dentro de la colección.



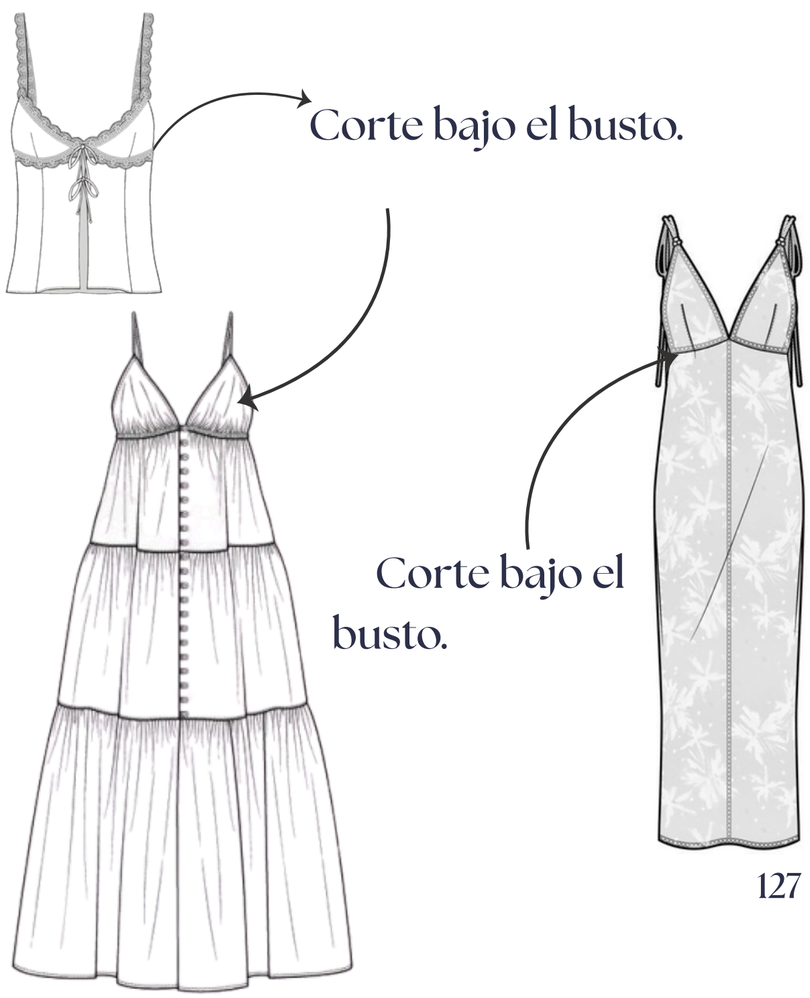
124



Los insumos son aliados fundamentales para aportar un toque distintivo a las prendas. Además, actúan como elementos conectores que desempeñan un papel crucial en la cohesión de las piezas al desarrollar una colección de moda.



CONECTORES



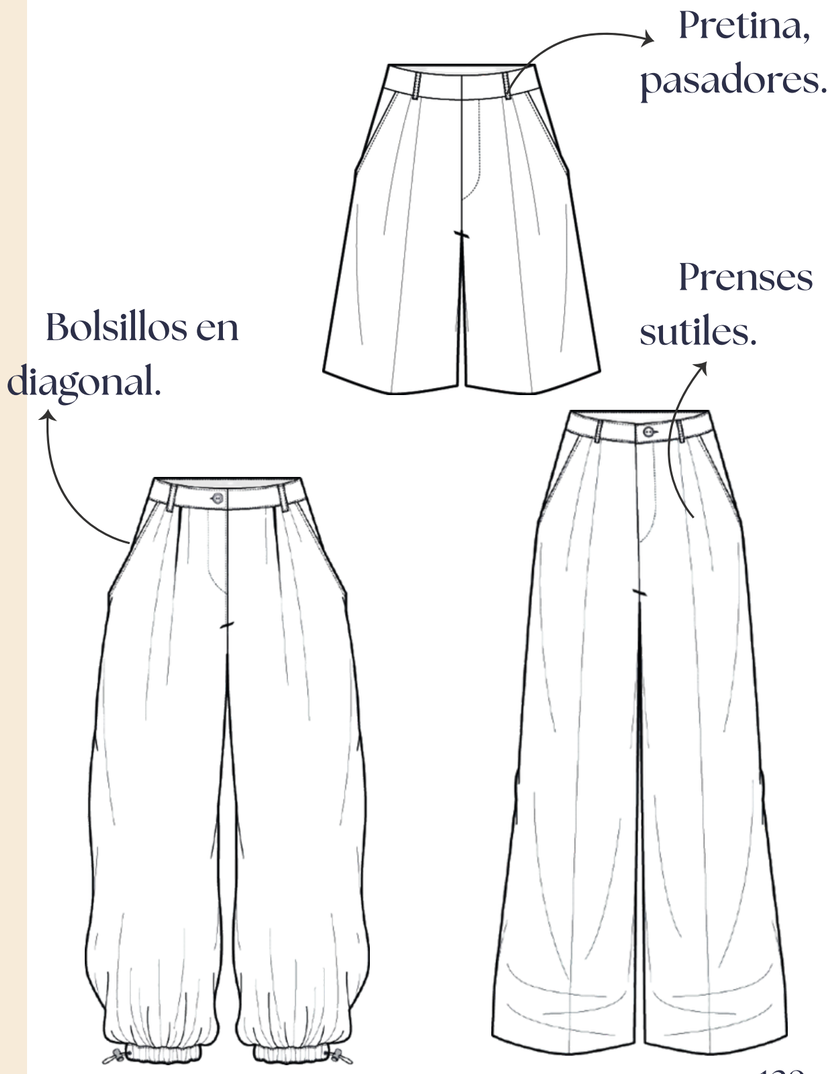
127

Un corte sencillo bajo el busto, junto con un escote en V, unifica y realza visualmente los elementos de la colección en diversas prendas, como vestidos y blusas.



128

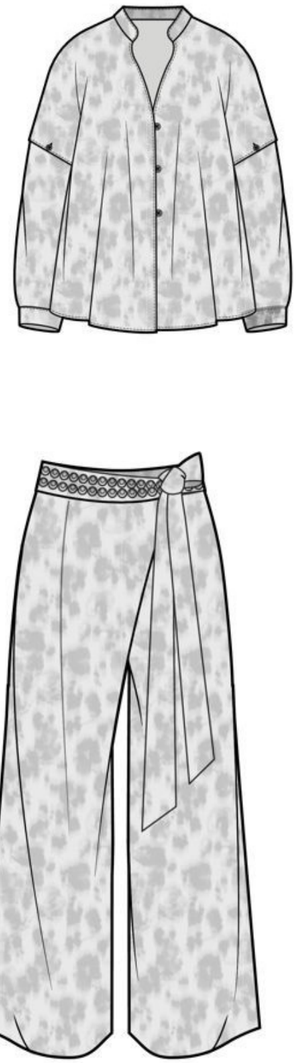
Observe la forma de los bolsillos, la caída de estas prendas inferiores y los sutiles pliegues. Además, la silueta es completamente cómoda y espaciosa, con un ajuste delicado en la cadera y la cintura. Le presento detalles que funcionan como elementos conectores en la colección que estamos desarrollando.



129



130



131



132

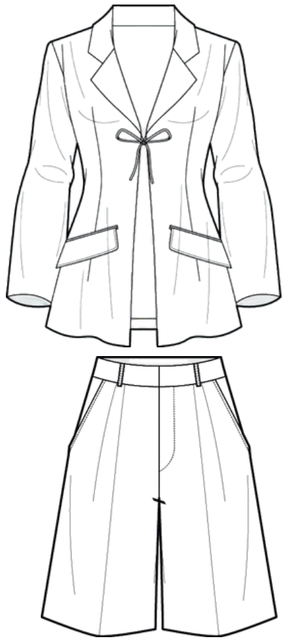
Los estampados y bordados constituyen recursos valiosos al abordar conectores, sin embargo, no todos los diseñadores o marcas los incorporan en sus colecciones, ya que su uso depende del ADN y del estilo particular de cada marca. En este contexto, hemos decidido no incluirlos en esta colección.

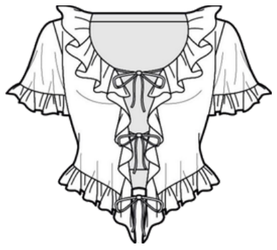


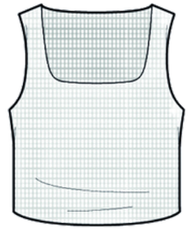
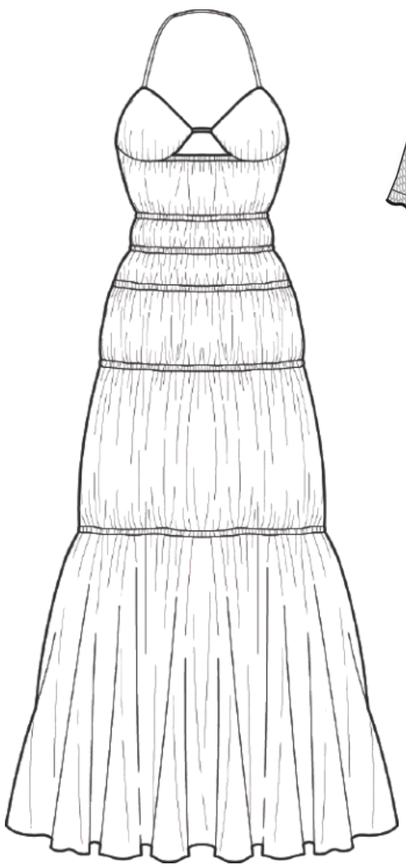
133

Sue Jenkyn Jones sostiene que una colección de moda se desarrolla a partir de un concepto central que garantiza la coherencia interna entre las prendas. Factores como la temporada, el público objetivo y la ocasión de uso son condiciones clave que influyen en la definición e implementación del concepto en cada diseño (Jones, 2005).

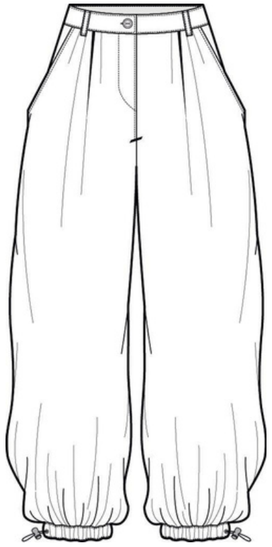
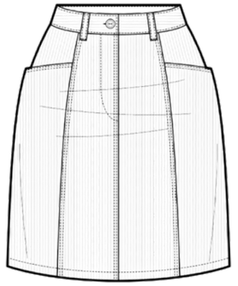
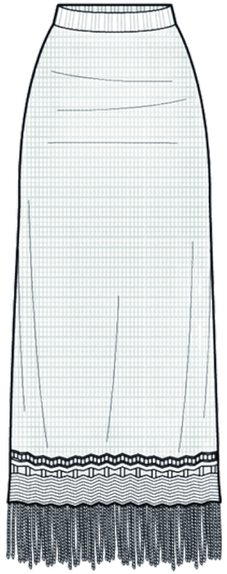
Es fundamental considerar estos elementos al proyectar los diseños, como se mencionó anteriormente, en los conectores de la colección, así como en aspectos como el color, la silueta, los materiales y los detalles constructivos. En el siguiente ejemplo, se podrán visualizar todos los factores mencionados durante el proceso de aprendizaje de esta colección, manteniendo un equilibrio y coherencia adecuados.

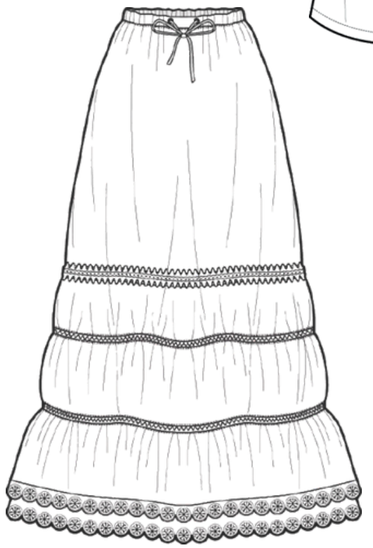


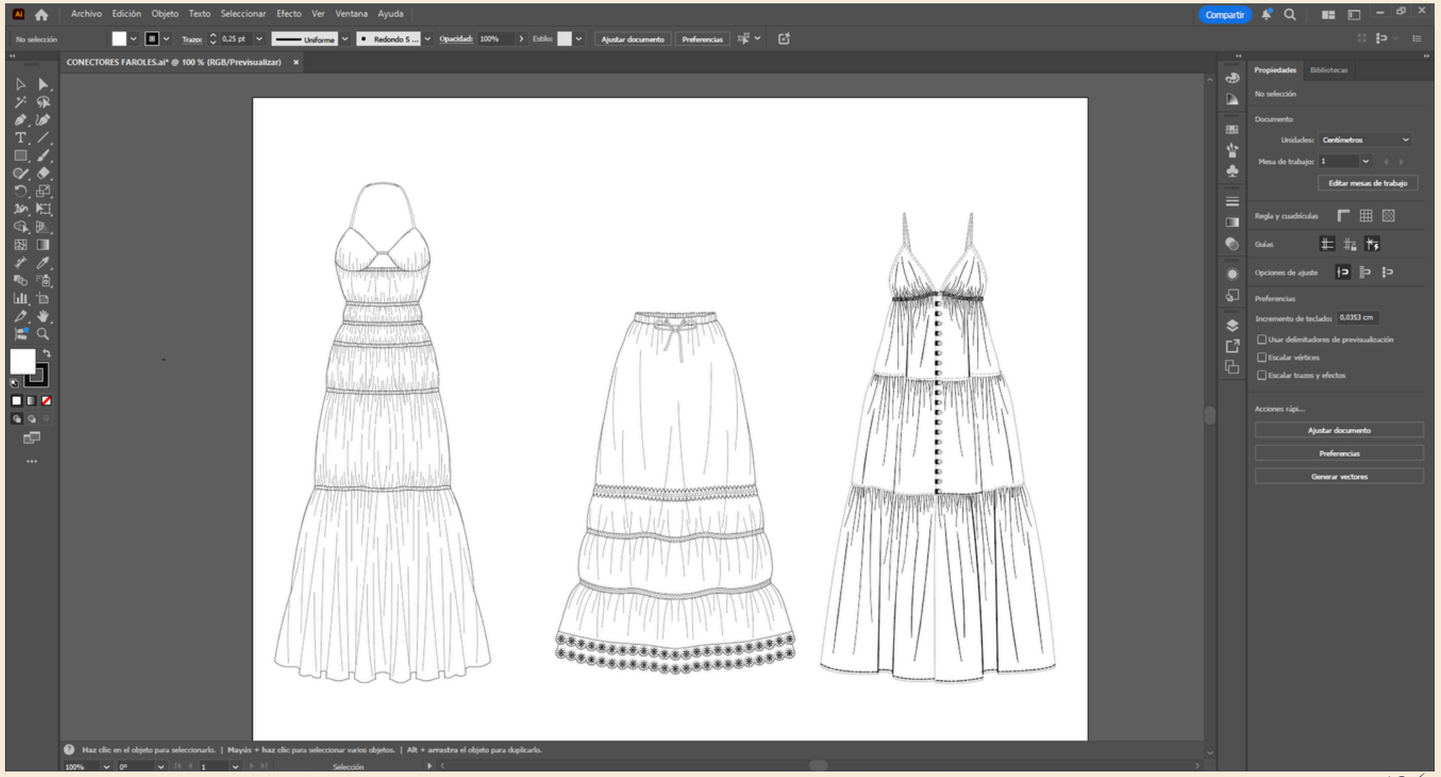








Tide
Resort Blue
Moody Blue
Frozen Ice
Porcleain
Buttercream
Bulbous Yellow
Tahini
Peeled Lychee
Soain Melon



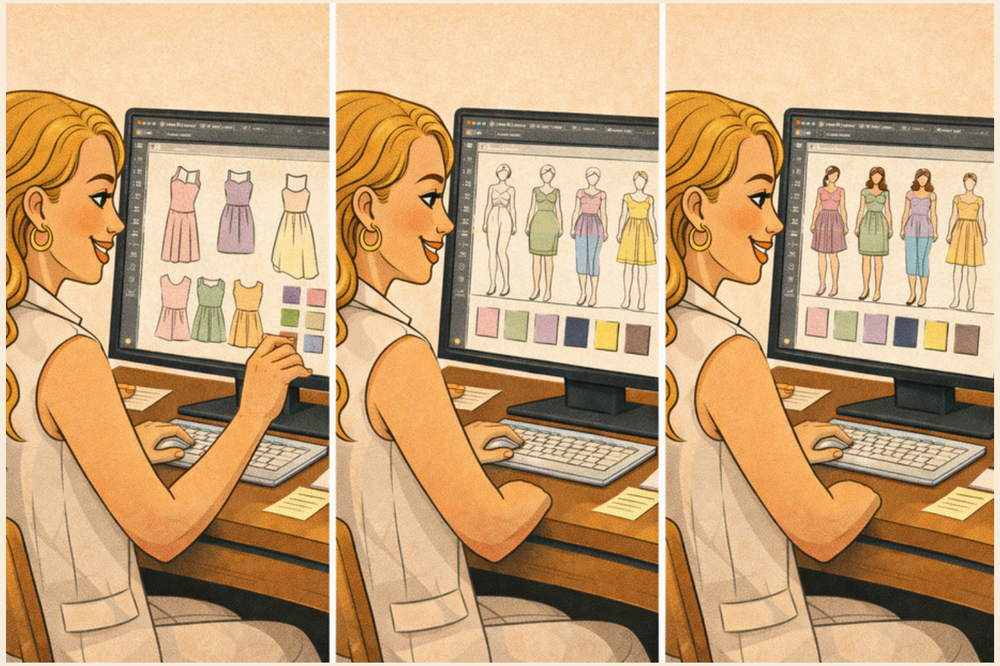
El programa digital ideal para realizar la ilustración de su colección es Adobe Illustrator, un programa de diseño gráfico para la creación de gráficos vectoriales. Como expresa la diseñadora brasileña Lilian Pacce, la moda del futuro se gesta desde las aulas y es allí donde el software de diseño no debe ser simplemente un complemento, sino un pilar formativo (Pacce, 2021). Así que le recomiendo que se forme y actualice para aprender a dibujar y utilizarlo como herramienta de trabajo.

- Objetivo

Diseñar una colección de vestuario compuesta por diez (10) pintas u outfits, desarrollada de manera digital en Adobe Illustrator, aplicando de forma coherente una tendencia previamente seleccionada, un público objetivo definido y una ocasión de uso establecida, demostrando unidad visual, equilibrio cromático y coherencia en siluetas y detalles de confección.

- Contexto de la actividad

El diseño de una colección de moda implica la capacidad de integrar investigación, concepto y técnica. En esta actividad, usted desarrollará una colección digital completa, donde cada outfit se relaciona con los demás mediante el uso consistente de siluetas, color y detalles constructivos, representados a través de dibujos planos a color.



Paso 1. Revisión de bases conceptuales, antes de iniciar el diseño, usted debe tener definidos y aprobados previamente:

- La tendencia o concepto de inspiración seleccionado
- El público objetivo
- La ocasión de uso de la colección

Estos elementos serán el punto de partida obligatorio para el desarrollo de los diseños.



Paso 2. Planeación de la colección, debe planear su colección teniendo en cuenta:

- Número total de outfits: 10 pintas
- Tipología de prendas que compondrán cada outfit
- Relación entre prendas principales y complementarias
- Cada outfit debe sentirse parte de un mismo universo visual.

Paso 3. Desarrollo de siluetas, diseñe siluetas que:

- Respondan a la tendencia elegida
- Sean coherentes con el público objetivo y la ocasión de uso
- Mantengan una conexión formal entre sí (volúmenes, proporciones, largos, estructuras)

Las siluetas deben variar, pero conservar una identidad común en toda la colección.

Paso 4. Aplicación de detalles de confección, incorpore detalles constructivos que conecten los diseños entre sí, tales como:

- Cortes
- Pinzas
- Pliegues
- Costuras decorativas
- Aberturas
- Superposiciones

Estos detalles deben repetirse o reinterpretarse a lo largo de la colección para generar coherencia.

Paso 5. Uso de la paleta de color, aplique la paleta de color correspondiente a la tendencia elegida, teniendo en cuenta:

- Distribución equilibrada del color entre los 10 outfits
- Uso estratégico de colores principales, secundarios y acentos
- Referencia a los ejemplos de distribución cromática brindados en la cartilla
- Evite concentrar un solo color en demasiados outfits o usar la paleta de manera desordenada.

Paso 6. Diseño digital en Adobe Illustrator, deberá desarrollar la colección de manera digital en Adobe Illustrator, cumpliendo con lo siguiente:

- Dibujos planos (flat design)
- Prendas presentadas a color
- Limpieza gráfica y proporciones correctas
- Claridad en líneas, formas y detalles

No se requiere figurín, únicamente representación técnica plana.

- Imágenes número 1, 2, 3, 5, 6, 24, 25, 26, 27, 31, 34, 35, 36, 42, 56, 65, 75, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 120, 121, 124, 125, 128, 130, 132, 133, 137, 138, fueron creadas con inteligencia artificial utilizando Chat GPT.
- Imágenes número 4, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 28, 29, 30, 32, 33, provienen de la página digital Pinterest.
- Imágenes número 10 y 11 provienen de un documento de tendencia de WGSN.
- Imágenes número 37, 38, 40, 41, fueron creadas con inteligencia artificial utilizando Gemini de Google.
- Imágenes número 39, 45, 49, 54, 61, fueron creadas con inteligencia artificial utilizando Gemini de Google.
- Imágenes número 43, 44, 46, 47, 48, 50, 51, 52, 53, 55, 57, 58, 59, 60, 62, 63, 64, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, provienen de la página digital Future Snoops.
- Imágenes número 118, 119, 122, 123, 126, 127, 129, 131, 134, 135, 136, imágenes creadas en Illustrator con base en imágenes de Future Snoops.

REFERENCIA DE IMÁGENES

Las imágenes de los avatares de la profesora Lina fueron creadas con inteligencia artificial utilizando Chat GPT.

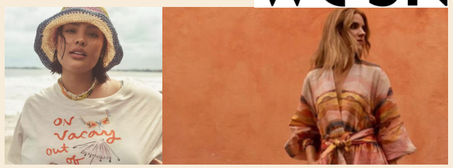




Las imágenes de fotografías de tendencias para esta cartilla se obtuvieron de la pagina Future Snoops.



Las imágenes e ilustraciones del público objetivo y coleccion se obtuvieron de Pinterest.



Imágenes de fotos de Wgsn.

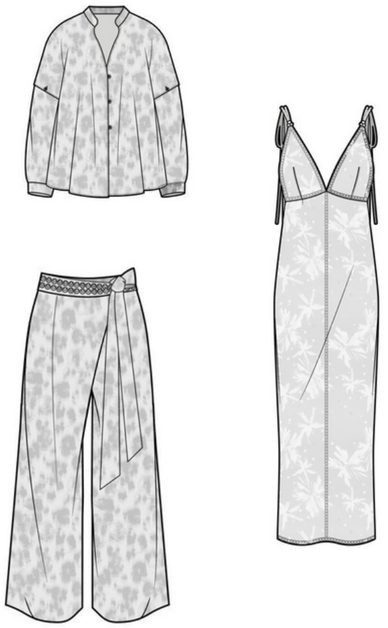
Imágenes de avatares y fotos de la profe Lina, creadas con inteligencia artificial de Chat GPT.



IMÁGENES



Las imágenes de las ilustraciones provienen de los planos técnicos de la página digital Fashion Snoops.



Las imágenes de las ilustraciones provienen de documento de tendencia de WGSN.

IMÁGENES

- Renfrew, E., & Renfrew, C. (2010). Creación de una colección de moda. Barcelona: Gustavo Gili.
- Valero, S. (2017). 10 pasos para crear una colección de moda. Melt. https://www.melt.com.co/10-pasos-para-crear-una-coleccion-de-moda/
- WGSN. (2025, 2 de junio). Los Esperanzados: Perfil de consumidor que redefinirá el sector de alimentación. https://www.wgsn.com/es/blogs/esperanzados-perfil-de-consumidor-que-redefinira-el-sector-de-alimentaci%C3%B3n
- Pinterest. (s.f.). Pinterest Colombia. Recuperado el 29 de enero de 2026, de https://co.pinterest.com/
- Inexmoda. (s. f.). Carta de color: herramienta para crear colecciones a partir de combinaciones de color de temporada. Inexmoda. https://inexmoda.org.co/herramientas-de-innovacion/carta-de-color/
- Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). (s.f.). Biblioteca SENA. Recuperado el 29 de enero de 2026, de https://biblioteca.sena.edu.co/
- Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). (s.f.). MY-Futuresnoops-COM – Plataforma bdigital. Recuperado el 29 de enero de 2026, de https://my-futuresnoops-com.bdigital.sena.edu.co/
- Pérez, A. (2025, 8 de septiembre). Cómo crear un moodboard de diseño que inspire y enfoque. ESDESIGN. https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/diseno-grafico/moodboard-diseno-inspiracion.
- Jenkyn Jones, S. (2005). Diseño de moda (ed. ilustrada). Laurence King Publishing.

BIBLIOGRAFIA