



klaud

DISEÑO Y CREATIVIDAD  
PARA LOS MERCADOS DEL MUNDO

LAURA SACCHI GIURATO  
10 SETTEMBRE 2013

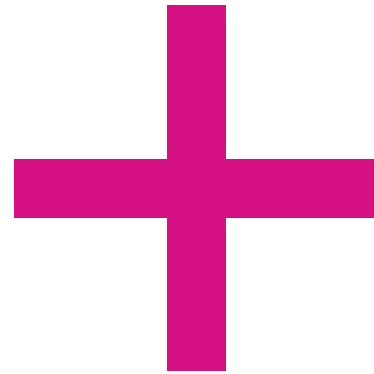
# DISEÑO

El diseño se define como el proceso previo de configuración mental, "pre-figuración", en la búsqueda de una solución en cualquier campo. Utilizado habitualmente en el contexto de la industria, ingeniería, arquitectura, comunicación y otras disciplinas creativas.

# CREATIVIDAD

La creatividad, pensamiento original, imaginación constructiva, pensamiento divergente o pensamiento creativo, es la generación de nuevas ideas o conceptos, o de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que habitualmente producen soluciones originales.

DISEÑO



CREATIVIDAD

ESTUDIEMOS EL MERCADO



Fan Bingbing para Louis Vuitton

---

## CONSUMIDORES DE MODA CHINOS

---

LO QUE ESTA PASANDO EN LOS MERCADOS



## CONSUMIDORES DE MODA CHINOS

Compradores que entienden de marcas

Los consumidores chinos cada vez son más sofisticados y entienden más de marcas en cuanto a sus gustos por lo lujoso.

Hay una creciente tendencia entre los consumidores chinos de lujo (en particular, entre el grupo del primer escalafón) hacia el entendimiento y la calidad por encima de la importancia del logo.

Recientemente Louis Vuitton lanzó una gama de bolsas de mano, sin logos, exclusiva para China, promovida por la embajadora de la marca Fan Bingbing. Además, hay una creciente preferencia por las marcas nicho. Las consagradas marcas europeas de lujo, como Dior y Chanel, aún dominan las ventas de lujo, pero las marcas contemporáneas nacionales e internacionales, como Stella McCartney, Alexander Wang y Shiatzy Chen, son cada vez más populares.

LO QUE ESTA PASANDO EN LOS MERCADOS



Rolls-Royce Phantom Year of the Dragon



## CONSUMIDORES DE MODA CHINOS

### Las cuatro mejores cosas

A pesar de las crecientes tendencias en la preferencia por el consumo comedido y las marcas nicho entre los consumidores urbanos del primer escalafón, los compradores que saben de estatus aún ven la mercancía de lujo como símbolo de éxito.

Los consumidores chinos continúan aspirando a tener “Las cuatro mejores cosas” (四大件), que son productos de estilo de vida y artículos de consumo con fama de representar el éxito y estatus social.

Este deseo ha provocado que las personas abandonen sus aspiraciones de los años 60, como tener una bicicleta, un reloj, una radio y una máquina de coser y, en los últimos 10 años, quieran tener un auto, un teléfono móvil, un departamento y una computadora portátil.





## MARKETING PARA MUJERES

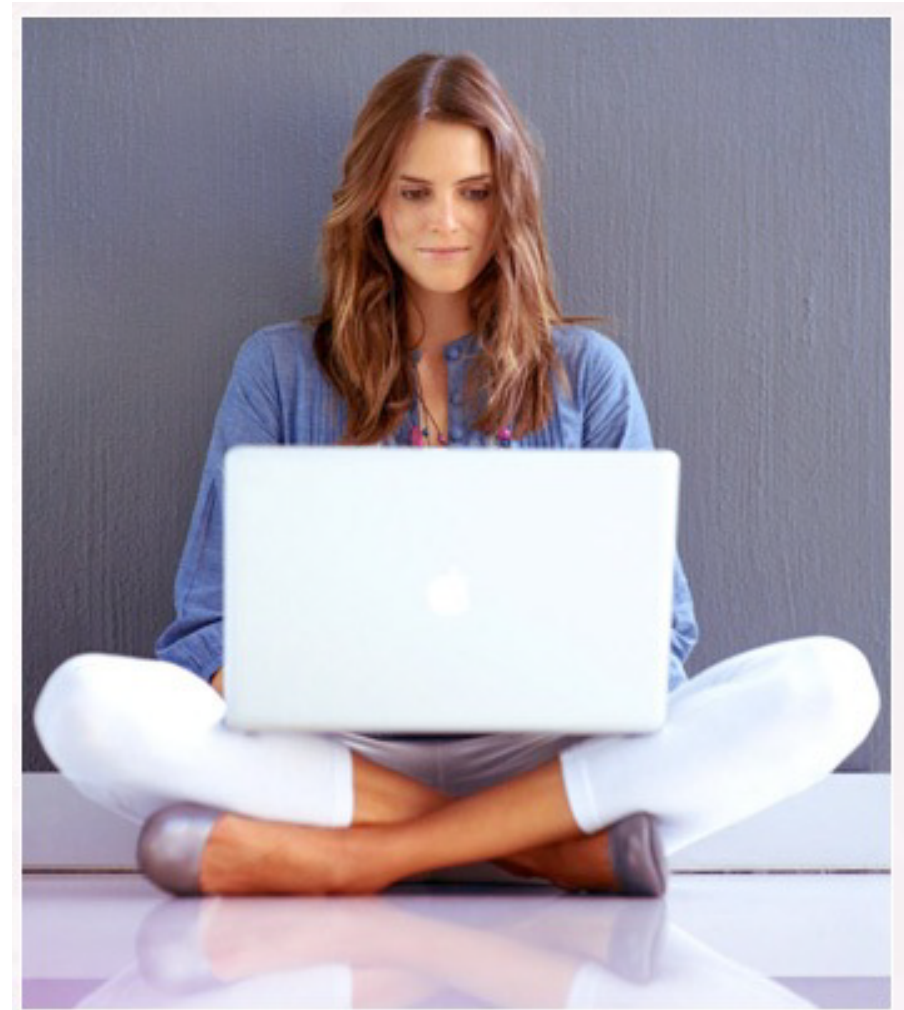
Lo que las mujeres quieren

LO QUE ESTA PASANDO EN LOS MERCADOS

Poder adquisitivo de la mujer llegara a \$18 billones de dolres para el 2014

En los EE.UU, las mujeres conforman casi la mitad de la poblacion activa y un tercio de las mujeres casadas que trabajan y ganan mas que sus maridos. Son responsables del 65% del gasto mundial y el 80% del gasto de los EE.UU.

Son responsables de las compras diarias y controlan o incluyen en la compra de articulos costosos, como casas y automoviles.





## MARKETING PARA MUJERES

### Socialización en línea

Las mujeres pasan más tiempo conectadas que los hombres y se aferran a los medios sociales de manera diferente de los hombres. Las redes sociales hacen que mujeres de todas las edades participen de juegos, mensajes instantáneos y sitios web donde se comparten videos y fotografías.

Las recomendaciones de los amigos es un factor clave que influye en la forma en la que las mujeres toman decisiones e interactúan en línea.

Kim Ryneska de la agencia publicitaria BBDO dijo a AdWeek: "Los medios sociales demuestran que no se trata tanto del género y la edad sino de la pasión y los intereses. Permiten que las mujeres se autodefinan según sus propias reglas e igualan el campo de juego con los hombres".

Para interactuar con una audiencia principal a través de los medios sociales, es importante tener un diálogo; no basta con publicar contenido acerca de la marca. Este concepto es especialmente importante para las consumidoras que desean entablar relaciones. Combinar contenido con plataformas de medios sociales es un aspecto clave para una iniciativa de marketing exitosa.

LO QUE ESTA PASANDO EN LOS MERCADOS



There's iPhone.  
And then there's everything else.

What makes an iPhone unlike anything else? Maybe it's that it lets you do so many things. Or that it lets you do so many things so easily. Those are two reasons iPhone owners say they love their iPhone. But there are many others as well.



## MARKETING PARA MUJERES

### La simplicidad es la clave

Un aspecto clave de la mujer de hoy en día es hacer malabares con todos los aspectos de su vida. Termina proyectos de trabajo mientras atiende a las necesidades de sus hijos, realiza las tareas del hogar, cumple con su rol de pareja a la vez que intenta darse tiempo para ella misma.

La tecnología debería facilitar las cosas pero, en realidad, nos complica la vida al invadirnos de estímulos e información constantes.

Todos estos factores son parte de un deseo continuo de una actitud de menos es más al momento de comunicarse con las mujeres. La simplicidad se ha convertido en un punto de venta en un mundo que está lleno de mensajes diferentes. Estudios demuestran que el factor determinante para que los consumidores realicen una compra, vuelvan a adquirir un producto y lo recomienden está en la simplicidad de la decisión. La compra se produce cuando un consumidor puede obtener información confiable acerca de un producto y lo puede comprar fácilmente. La popularidad de Apple surge de su mensaje simple, su diseño sofisticado y la facilidad de su uso. No existe ningún otro teléfono inteligente en el mercado que haya sido capaz de trascender el alcance del iPhone.

LO QUE ESTA PASANDO EN LOS MERCADOS



## MARKETING PARA MUJERES

### Comprar para hombres

Al ver a las mujeres como las principales compradoras de artículos para el hogar, es esencial comercializar los productos específicos para hombres en una manera que también atraiga a las mujeres. Es importante recordar que las mujeres también toman todas las decisiones de compras importantes, como el automóvil de la familia y servicios como el banco y la salud.

Es más rentable dirigir el mercadeo indirectamente para los hombres a través de sus parejas femeninas, ya que es más probable que éstas sean las compradoras principales en la relación.

Nivea For Men se dirigió a las mujeres en una campaña para alentarlas a comprar productos para sus parejas. Más de 42.000 mujeres recibieron muestras gratis e información sobre el cuidado de la piel para hombres. Este aspecto de la campaña de marketing tuvo buenos resultados para presentar a los hombres los productos de cuidado de Nivea: 55% de mujeres compró al menos un producto Nivea For Men, y 20% compró dos o más productos. Por otro lado, 58% de hombres recomendó el producto a sus amigos y familiares.

LO QUE ESTA PASANDO EN LOS MERCADOS



## MARKETING PARA MUJERES

### Embajadoras de marcas

No hay nadie en quien una mujer confie más para recibir consejos y recomendaciones que otra mujer de su círculo de amigos de confianza. No obstante, las mujeres no son leales a una marca. El criterio número uno que tienen a la hora de comprar es generalmente ahorrar dinero.

Una manera de crear lealtad con la marca es establecer embajadoras de marcas que influyan a otras mujeres dentro de sus mismos círculos.

Al momento de identificar una embajadora de marca es importante que su influencia social se combine con una verdadera pasión por la marca. Para participar, también deben ser entusiastas y estar en línea con la imagen de la marca a fin de convertirse en recursos poderosos.

Se las puede premiar por traer a otras mujeres a la conversación, con incentivos especiales que demuestren cuán valioso es ser parte de la marca. Otro elemento clave al entablar una relación sólida con una embajadora de la marca es no solo ofrecerles oportunidades exclusivas sino también permitirles difundir el mensaje de la marca de manera orgánica. Walmart, por ejemplo, envía a blogueras a sus oficinas centrales en Bentonville para que prueben productos nuevos.



## MARKETING PARA MUJERES

### La Directora financiera & la Novia en marcha

Un estudio realizado por Time Warner e Ipsos MediaCT identificó dos principales grupos demográficos femeninos que se cree que colectivamente fueron responsables de un gasto de más de \$200 mil millones de dólares en 2011. El primer grupo es el de la Directora financiera (CFO, por sus siglas en inglés) con una edad promedio de 38 años. El 50% de las CFO está casada con hijos y más del 50% trabaja. El segundo grupo es el de la Novia en marcha (GOG, por sus siglas en inglés). Tienen una edad promedio de 34 años, viven en zonas urbanas y menos del 50% tiene hijos.

En la actualidad, los EE. UU. es el mercado de comercio electrónico más importante del mundo y las mujeres son sus principales impulsoras.

Ambos grupos difieren en la forma en la que compran. La CFO es más analítica acerca de lo que compra; obtiene información acerca de los productos por medio de Internet o la televisión, un factor importante en el precio, el valor del producto y la marca. La GOG obtiene información de los productos a través de múltiples medios, entre ellos: plataformas en línea, sociales y móviles y, por lo general, gasta con más libertad.

Las mujeres gastan e interactúan en línea más que los hombres. A nivel mundial, las mujeres pasan mucho tiempo en los sitios web de compras pero, en Asia y Latinoamérica, son menos propensas a comprar en línea. No obstante, a medida que el comercio electrónico se vuelve más asequible, sus hábitos de compra comienzan a cambiar.



## NO DE DENIM

Cuando pensamos en denim, pensamos en índigo o, al menos, en prendas 100% de algodón. Pero recientemente, con el auténtico estilo de denim en la escena central del mundo de la moda, las marcas están intentando renovar estas icónicas piezas en materiales que no son denim. La chaqueta de camionero aparece en cuero, gamuza e incluso plástico y piel. Los clásicos jeans de 5 bolsillos se renuevan en terciopelo y jersey. Nuevos materiales y colores dan a la ropa de jean clásica una nueva perspectiva para las próximas temporadas.





TELA

## ALTO BRILLO

Looks súper brillosos crean atractivo reluciente para el estilismo del denim básico.

Cueros con brillo espejado y PVC crean actitud de ciencia ficción/ Aspectos resplandecientes en blanco y de colores crean una alternativa más vanguardista al índigo 100% de algodón/ Las ropa de látex y fetiches subvierten el centro del estilismo con denim/ Denim encerado y con resina ofrecen un enfoque más usable



Ann Yee



Foto dentro de la tienda, Candy, Tokio



Jeremy Scott



Noritaka Tatehana



Adidas Originals

TELA

## PLÁSTICO TRANSPARENTE

De chaquetas de camionero tecnológicas transparentes a jeans translúcidos, esta tendencia es claramente visible en las pasarelas de denim.

Las **telas translúcidas** de vanguardia sirven como referencia de material fresco para las colecciones de denim/ Poliuretano termoplástico (TPU), cloruro de polivinilo (PVC), látex laqueado/ Acabados mate y brillantes/ Flexible y rígida al tacto/ Inyecciones de colores de aspecto mojado/ Plástico y denim en bloques de tela



Nutters of Savile Row x Peter Werth



Taka Naka



Xander Zhou



Levi Strauss & Co



Xander Zhou

TELA

## LANA DE INVIERNO

Para la temporada de Otoño, los diseñadores están mirando a las densas construcciones de lana para inyectar un atractivo acogedor en las chaquetas de denim.

Chaquetas en clásicas siluetas de camionero y Tipo II/ Materiales más pesados y sustanciosos ofrecen comodidad y calidez/ Son clave las construcciones de lana y las superficies como de vellón/ Tejidos mate, bouclé y espina de pez explotado/ Los colores son inherentemente naturales y vegetales

NUEVAS TENDENCIAS ACTUALES



TELA

## ASPECTOS LUJOSOS

Las excelentes pieles de animales y telas suntuosas aportan lujosa ostentación a las siluetas de denim.

Brillantes pieles, como piel de becerro con pelo, añaden una cualidad táctil lujosa a las chaquetas/ La pana se ofrece en tonalidades apagadas para un atractivo fresco/ Suaves terciopelos y molesquín/ Telas sedosas y fluidas ofrecen una alternativa relajada para el verano/ Tonalidades suntuosas y brillantes con sensación decadente/ Tonalidades de negro, vino y granate

NUEVAS TENDENCIAS ACTUALES



Martine Rose



J Brand



Kolor



J Brand



Toyoshima Co.

TELA

# TEJIDOS DE PUNTO COMPACTOS

Los tejidos de corte y confección, técnicos y compactos, son frescas direcciones de materiales para el denim de inspiración deportiva.

Looks de neopreno compacto crean estilos de buceo futurista/ Se usan en construcciones de jeans o como sutil acento en mangas de chaquetas para añadir contraste en la superficie/ Densos jerséis ponte con sutil brillo y tacto sintético esponjoso/ Continúan en expansión los híbridos de denim y tejido de punto/ Las superficies lavadas reproducen el denim vintage

NUEVAS TENDENCIAS ACTUALES





Simonetta Ravizza



Our Legacy



Levi's Vintage Clothing



Levi's Made & Crafted



DL1961

TELA

## GAMUZA

Mientras las temáticas de los años 70 se filtran en el mercado del denim, los diseñadores se inspiran en la gamuza como alternativa auténtica.

La clásica **chaqueta de camionero** hace un regreso en gamuza vintage/ Sutiles acentos de cuero, como complemento de textura/ El **Lejano Oeste** es una inspiración central para las siluetas/ Detalles de **borlas y yugos**/ Continúa vigente la auténtica paleta de tostado apagado y arena dorado/ Suntuosas tonalidades de moda dan un atractivo contemporáneo a la tela

NUEVAS TENDENCIAS ACTUALES



TELA

CUERO

Los cueros con textura y color añaden audacia de calidad a los clásicos diseños de las chaquetas de camionero.

Los cueros pulidos realzan la chaqueta de camionero más allá de sus raíces toscas/ Pielés exóticas en tonalidades inesperadas añaden un toque lujoso/ Tapeta y bolsillos ocultos crean un acabado plano y despejado/ La tecnología de **cortes por láser** añade textura gráfica a través de diseños geométricos/ Las técnicas de **bloques de tela** crean una textura llamativa

NUEVAS TENDENCIAS ACTUALES



TELA

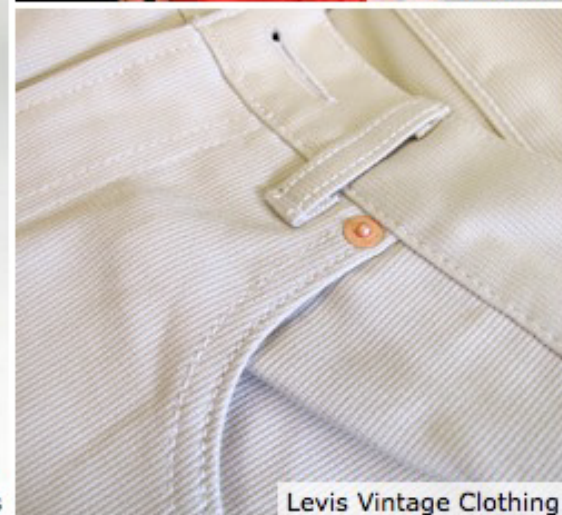
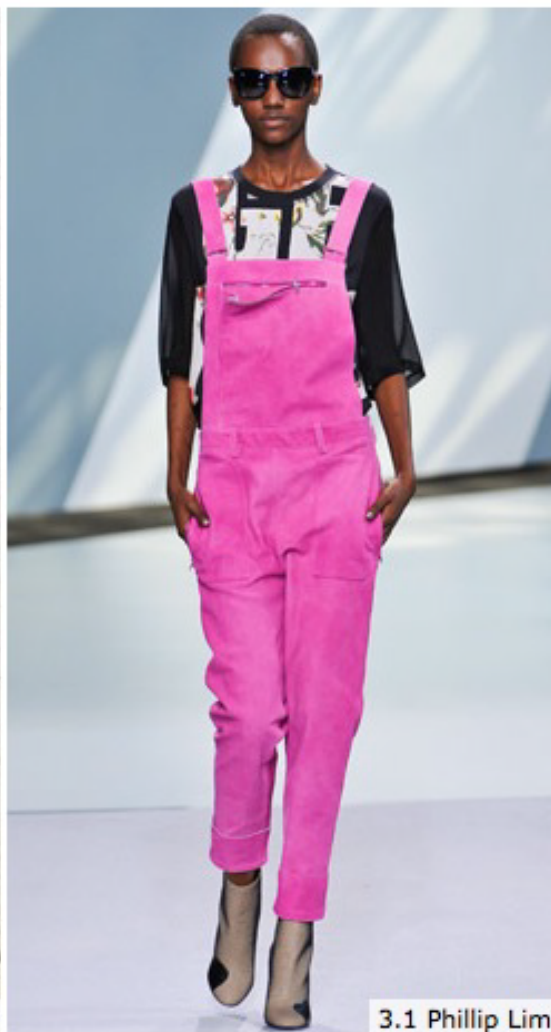
NYLON

Las telas sintéticas otorgan un elemento deportivo a la categoría de denim.

Materiales tradicionalmente usados para prendas de inspiración deportiva/ La colección [Commuter de Levi's](#) fusiona diseños híbridos con telas tecnológicas/ Las chaquetas son livianas y respirables/ Elementos funcionales, como cremalleras y ribetes acanalados/ Acabados satinados brillantes/ Los shorts de baño de nylon adquieren superficie de denim

NUEVAS TENDENCIAS ACTUALES





TELA

## ALGODÓN DE COLOR

Una interpretación más clásica de las prendas de jean reinventadas, el algodón clásico aparece en tonalidades audaces.

Chaquetas de camionero, jeans y overoles con pechera/ Tendencia de conjuntos combinados y de vestir, prístinos en un solo color/ [Las sargas bedford](#) emergen como una nueva tela tosca/ Tonalidades definidas y saturadas/ La [chaqueta de camionero de color](#) es un nuevo artículo clave/ Para el 140º aniversario del 501 de Levi's, la marca introduce el primer jean sin denim en un liviano encogimiento para adecuarse a la tela

NUEVAS TENDENCIAS ACTUALES



## PUREZA DE LUJO

Durante varias de las últimas temporadas, el mercado del denim ha experimentado una especie de renacimiento para otorgar a la tela una nueva identidad refinada. Este enfoque sobrio del estilo del denim, impulsado por la estética pura y minimalista, ya introducida en la temporada P/V 11 por diseñadores de pasarela, como Stella McCartney, Celine y Derek Lam, ha dado al denim la oportunidad de ingresar a un mercado de vanguardia. En este reportaje de Desarrollos de denim Stylesight explora algunos de los diseñadores, técnicas y acabados clave para inspirar esta evolución de los denim refinados.



Miu Miu



Oliver Spencer



Balmain



Valentino



Vogue China Feb 2012

ESTILO

## DENIM PROFESIONAL

Tal como se exploró en nuestro [Desglose P/V 13](#), el denim otorga audacia al traje y la corbata.

Traje de negocios de los años 80 y actitud de Wall Street/ El blazer tipo chaqueta con doble hilera de botones emerge como un nuevo artículo unisex clave/ Los looks de denim triple crean un efecto de bloques de color a dos tonos/ Los colores fuertes, los tonos medianos retro y los oscuros rígidos saturados son todos clave/ [Looks de lujo](#), como se vio en la pasarela Cruise/ Resort

RE- INVENCIÓN DEL DENIM



Thakoon Addition



Adam



Kuroki Co. Ltd.



Akris



Calles de la Semana de la Moda



Vogue Alemania Febrero 2011



Sense Magazine Dic 12

TELA

## CHAMBRAY RÚSTICO

El tejido 1x1, actualmente una tela central en el mundo del denim, adquiere una actitud de lujo en su versión rústica.

El chambray ha pasado de ser una tela de impacto a una tela esencial/ Las prendas, los colores y las calidades se han diversificado/ Los artículos puros y básicos se adaptan a esta tela de poco mantenimiento/ Las calidades rígidas crean una actitud más lujosa/ Diseños minimalistas, simples y modernos, y un estilo sin detalles

### RE- INVENCIÓN DEL DENIM



Nonnative



Christopher Shannon



3.1 Phillip Lim



Jak & Jil



COLOR  
BLOCKED

Proenza Schouler



Calles de la Semana de la  
Moda

DETALLES DE DISEÑO

PANEL ÍNDIGO

Las piezas con telas puras y elegantes otorgan un atractivo moderno a la **tendencia del bloque de color**.

Los paneles se centran en cortes precisos y definidos/ Los bloques de color irregular hacen referencia a diseños de De Stijl, inspirados en los años 60/ Las texturas y los tonos contrastantes ayudan a definir las formas dinámicas/ Las tonalidades intensas saturadas se atenúan con los pasteles suaves y los tonos oscuros sobrios/ Los cortes refinados y ceñidos, como las blusas y las camisetas, realzan la apariencia pulcra



Vogue China Feb 13



Vogue China Feb 13



Kris Van Assche x Lee O/I 12



Elle Czech Dic 12



Miu Miu



Balmain

LAVADO + COLOR

## ÍNDIGO CERÚLEO

Los tintes medianos retro realzan el aspecto refinado de estas formas esculturales.

Las tonalidades sofisticadas y definidas del azul señalan un enfoque reconsiderado del índigo/ Los azules fuertes y llamativos tienen una actitud sintética y a la moda/ Azules reales intensos y tintes medianos saturados/ Las técnicas de sobreteñido e hilo teñido crean un color vibrante y profundo/ Terminado con herrajes a dos tonos o herrajes plateados pulidos para un acabado elegante

RE- INVENCIÓN DEL DENIM



Vintage Research Design



AG Jeans



Levi Strauss & Co



Levi's Vintage Clothing



Lloyd Tripp



The Flat Head

PRENDA

## LA CAMISA RÍGIDA

Las marcas juegan con versiones de denim **rústico** de la camisa del Oeste, mediante una propuesta de lujo para esta prenda clásica.

Como tendencia que emerge de los fanáticos del denim, la camisa rígida se encuentra a un paso de la chaqueta o el jean/ Marcas como Iron Heart y Strike Gold lanzaron camisas de denim **rústico**/ Actitud pulcra, de pieza **vintage sin usar**/ Las raíces puristas se inclinan hacia una era anterior al denim lavado/ Las tonalidades profundas y saturadas crean una actitud refinada

RE- INVENCIÓN DEL DENIM



Missoni



Kris Van Assche



Levi Strauss & Co



Christian Lacroix



Viktor & Rolf

ESTILO

## RÚSTICO SOBRE RÚSTICO

El enfoque de denim rígido y con orillo ha llegado recientemente al mercado de lujo y ha inspirado nuevos looks de denim de diseñador.

Missoni colaboró hace poco con la marca de denim MiH para incorporar [denim rústico para Hombres](#) en su pasarela O/I 13/ Incluso marcas emergentes y direccionales, como Kris Van Assche, experimentaron con looks puristas del denim/ El denim sobre denim adquiere una personalidad más exclusiva/ Se hace hincapié en el índigo rústico y rígido en pesos de 12 a 14 onzas

RE- INVENCIÓN DEL DENIM





Arvind Mills



3.1 Phillip Lim



See by Chloé



Arvind Limited



Ksubi

#### DETALLES DE DISEÑO

## ACOLCHADO TÉCNICO

Los diseños técnicos acolchados aportan una interacción de texturas puras a las siluetas pronunciadas.

Las elaboradas técnicas de costura de trapunto otorgan un interés en la textura de las siluetas minimalistas/ El acolchado geométrico crea efectos intrincados en matelase/ Diseños de costura utilizados en una diversidad de direcciones para realzar la apariencia visual/ Las técnicas de prensado por calor crean efectos grabados/ Efectos integrales o diseños localizados

RE- INVENCIÓN DEL DENIM



ISKO



Levi Strauss & Co



Giles



Kilim Group



Nina Ricci



Kris Van Assche x Lee  
O/I 12

LAVADO + COLOR

## LUSTRE NEGRO

Las tonalidades negras elegantes otorgan una nueva identidad "exclusiva" al denim.

Los denim negros saturados inyectan una audacia sofisticada a las siluetas de sastrería/ Las mezclas con tencel aportan un tacto brillante, drapeado y suavizado/ Telas maleables y livianas para trajes de verano/ Denims más secos y rústicos utilizados para formas más estructuradas y con un estilo sastre técnico/ Los tratamientos con resina transparente crean un brillo puro y refinado

RE- INVENCIÓN DEL DENIM



Akris



Tavex



St. John



Kopenhagen Fur



Richard Nicoll



Hood By Air

TELA

## BRILLO TENCEL

Continúan las calidades de **Tencel®**, un denim que se convirtió en sinónimo del movimiento de denim de lujo.

Los denim de tencel, ideales para movimientos y drapeados lujosos, son una tela clave para los mercados de lujo/ Los artículos clásicos se reelaboran en un tejido con **brillo profundo**/ La fluidez funciona bien con un estilo de verano y piezas de ropa de mujer/ Las coberturas de resina y las sargas enceradas crean una silueta más masculina y estructurada/ El **tencel** ofrece una alternativa al algodón así como beneficios visuales

RE- INVENCIÓN DEL DENIM



# quietud

Megatrends Otoño/Invierno 14

quietud 0/14



### Colores

Una paleta apagada derrama consuelo sobre la temporada. Una sensación de calma llega con una delicada mezcla de tonalidades suaves: calcáreos neutros rozan los pálidos rosas y verdes difusos para una delicada mezcla de ensueño.

OTOÑO - INVIERNO 2014



quietud . 0114



**Color**

Esta historia se sumerge en el silencio. Aquí, una ternura suave y serena crece en confianza. La paleta está apagada, derrama consuelo en la temporada y limpia el ambiente caótico de la vida moderna. Reduzca la velocidad y deje de correr. Las cosas parecen más espaciaosas aquí: grandes e ilimitadas como el silencio mismo.

18-5112 TCX

17-6212 TCX

11-0907 TCX

14-1905 TCX

15-1906 TCX

OTOÑO - INVIERNO 2014



quietud 0/114



**Olvido en blanco**

Siguiendo la búsqueda del deseo de cerrar y condensar el caos de la vida, el diseño es una clase magistral de minimalismo: más blanco que el blanco, sutil y amplio, regresa a los aspectos esenciales. En un capítulo maduro de **Justo O/I 13**, esta tendencia es una reacción al excedente excesivo que deja el ambiente consumista de hoy en día.

OTOÑO - INVIERNO 2014



quietud 0/1 14



## Escapismo

En un mundo que no se detiene, es tiempo de parar, detener el ruido y sumergirse en la tranquilidad. Mientras que **Credo P/V 14** se enfoca en la pureza de los espacios físicos, esta temporada lleva su atención a los trabajos internos de la mente, mientras busca y persigue un silencio puro e impoluto.

OTOÑO - INVIERNO 2014

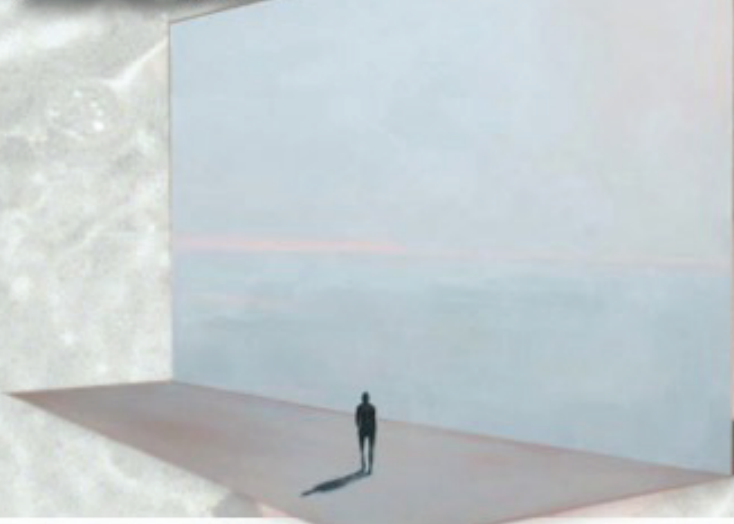


quietud 0/114



**Disturbio silencioso**

El mundo interno de los introvertidos representa una nueva voz hallada en sus mentes orgánicas de estimulación ilimitada. Con este levantamiento tranquilo, el diseño comienza a celebrar al introvertido interno mediante el encubrimiento y la revelación de visiones. De manera tranquila y con un movimiento silencioso, la tela se conmueve internamente dando a conocer su solitario sentido interno.



**Spas silenciosos**

Tal como se difundió en **Credo P/V 14**, es imprescindible relajarse de la rutina tediosa de la vida moderna. *Urban Spa*, por ejemplo, es un sauna sensorial que también ofrece privacidad, ayudando a los usuarios a separar la mente del estrés y de las tensiones de la vida cotidiana moderna. Limpiar el embotellamiento mental resultará en la llegada del silencio, un pensamiento orgánico y una creatividad clarificada.



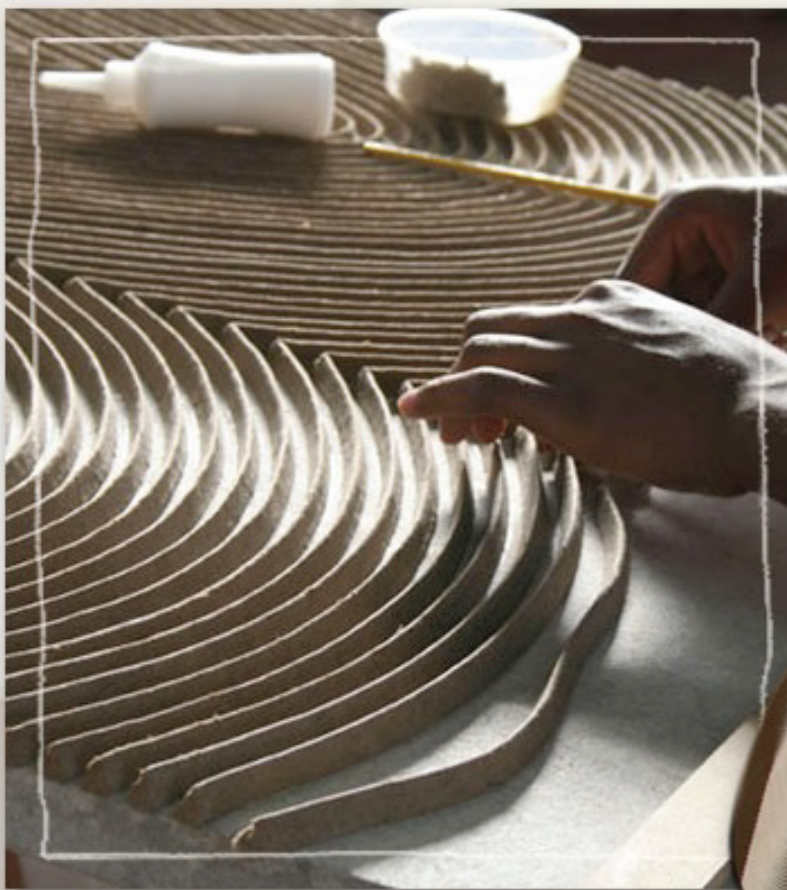
**Ediciones esenciales**

Como una reacción a los ruidosos años de exposición, el siglo XXI se caracteriza por un minimalismo mudo. Las superficies están bastante grabadas y elevadas, mientras que los casi imperceptibles diseños bidimensionales sobresalen o se ocultan en las superficies. Una sensibilidad suave y un tanto encubierta aporta a la estética tranquila y asequible de Quietud.



## Tecnonaturaleza

El futuro depende de la inteligencia de la naturaleza: para aquellos que entienden el poder transformativo del mundo natural, mientras equilibran a la perfección lo virtual con lo real de manera simultánea. Esta temporada marca el encuentro cada vez mayor entre la naturaleza y la tecnología, a medida que aprendemos a vivir en la nueva era distintiva de la dualidad.



### Nomeolvides

Los materiales reciclados, enterrados en el olvido por nuestro ambiente consumista vigente, vuelven a adquirir popularidad. Los diseñadores son cada vez más conscientes de que la sostenibilidad debe ponerse en práctica a medida que logran formar diseños magníficos a partir de materiales desechados. Por ejemplo, **Domingos Tótor**a convierte el cartón reciclado en pasta que luego utiliza como material base para su trabajo, con lo que demuestra que los objetos cotidianos pueden transformarse en arte subliminal.

quietud 0/1 14



### Lujo rústico

Tras un período de apatía, los diseñadores se refugian en lo rústico pero a la vez sofisticado. Los diseños de **Dorothea Prühl** regresan a la tierra primitiva para reconectarse con nuestras raíces. Con una paleta neutra y a través de formas modernas pero modestas, se rediseñan los materiales reciclados, mientras que el regreso a lo básico refuerza la idea de retirarse a un estado inactivo de naturaleza.

OTOÑO - INVIERNO 2014





## Flores suaves

Florecen las flores suaves, ya que el mundo del diseño se centra en el lado tranquilo de la naturaleza. El diseño se inspira en el ritmo psicótico de la vida moderna, la necesidad conflictiva del ambiente natural y nuestra dependencia cada vez mayor del mundo virtual de la tecnología. Como resultado, los estampados botánicos naturales florecen en formas sistemáticas, lo refleja la simbiosis creciente entre la naturaleza y la tecnología.

quietud on

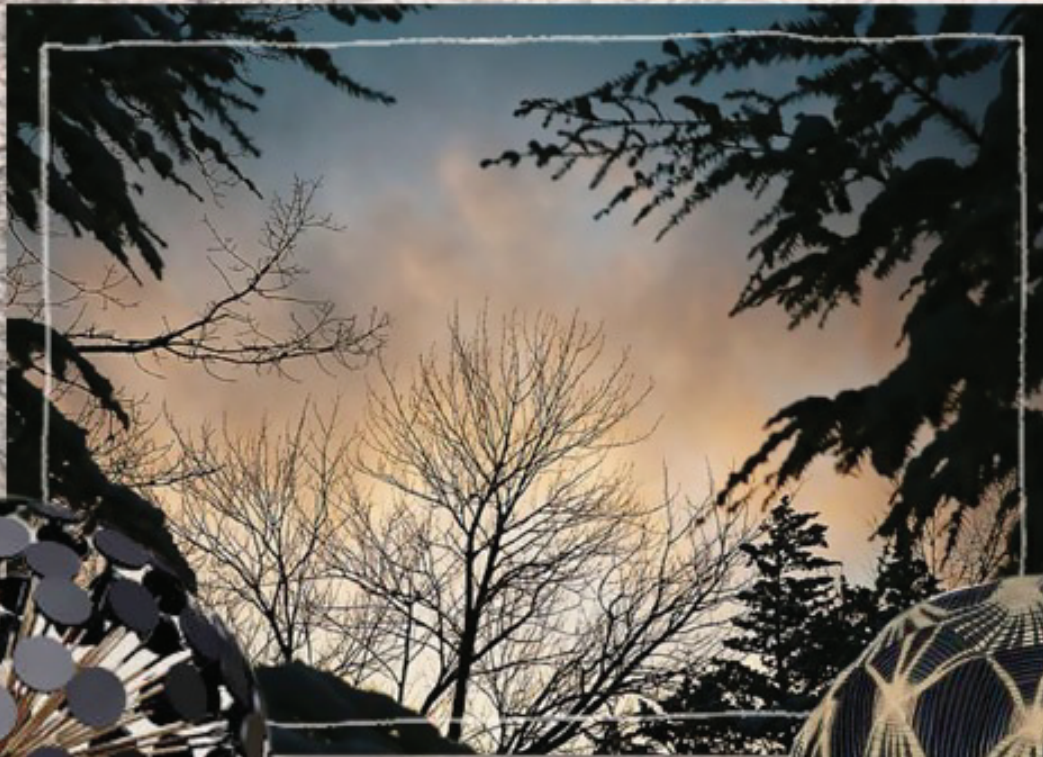


## Ruido silencioso

Dado que prevalece una nueva modestia, los colores son sutiles, despojados y apagados. **Kirstle van Noort** inspira la paleta con su colección Ceramic Paint que celebra la industria china de cobre y estaño en Cornwall. Los colores hacen alusión a la riqueza del paisaje donde hubo alguna vez industrias prósperas, con lo que conmemoran el espíritu perdido de épocas pasadas.

OTOÑO - INVIERNO 2014





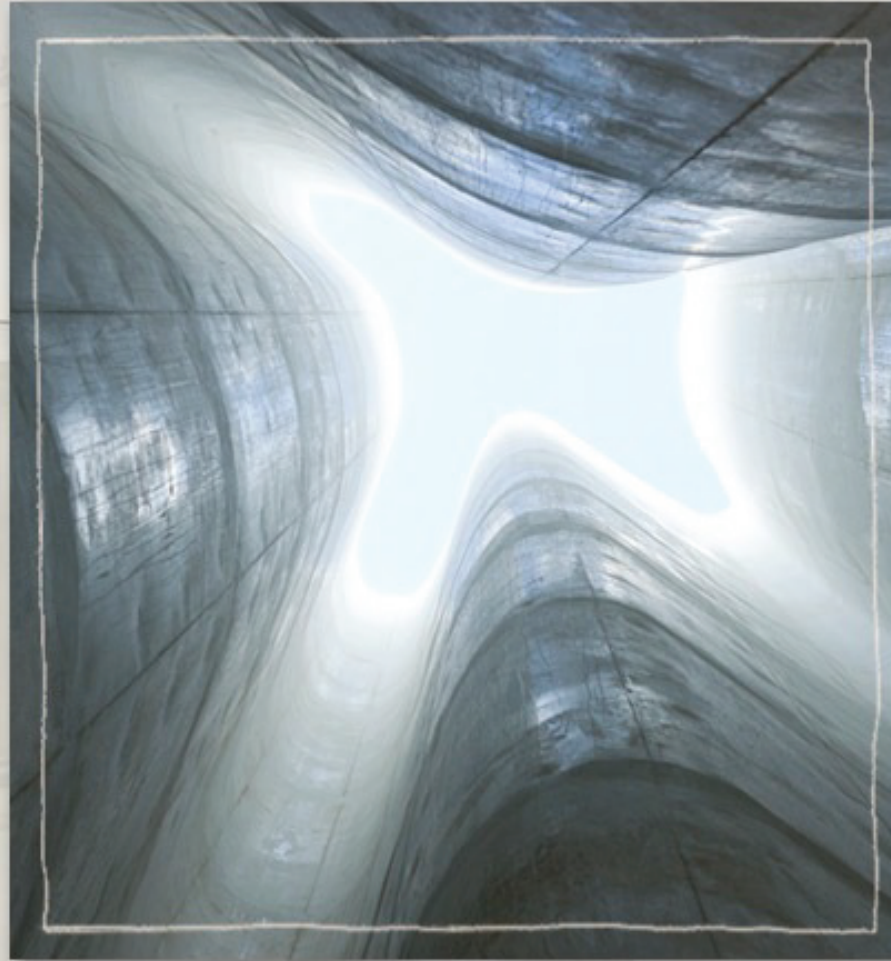
### El mundo natural

La naturaleza nos transporta a otro lugar e inspira una nueva estética tanto para el color como para el estampado. Las superficies imitan las conchas intrincadas del carey y no sólo reflejan la belleza del mundo natural sino que también destacan la esencia lenta y detenida del animal, lo cual concuerda con la filosofía de esta temática. Una paleta marrón bien lograda es clave para transportar los diseños a un espacio de quietud tranquilo y reflexivo.



### Guaridas abrigadas

El fieltro es la manta abrigada para el invierno de esta temporada. La superficie abrigada ofrece un factor de bienestar saludable, mientras que los diseños artesanales hacen hincapié en la necesidad de regresar a las necesidades básicas.



## Tiempo doble

A medida que el tiempo y el espacio llegan juntos a la perfección, es hora de adaptarse a la era distintiva de la realidad dual. Con características dispersas y una estética purificadora, los espacios arquitectónicos ofrecen el respiro ideal y crean refugios naturales para una contemplación definida y clara.

quietud 0/114



### Marcas mudas

Esta tendencia se inclina silenciosamente hacia la modestia. Es clave la estética impecablemente definida y el detalle tierno. Las texturas siguen siendo básicas, mientras que las marcas mudas se escabullen por las superficies otorgando vida a la tela a través de formas finas y sutiles.

OTOÑO - INVIERNO 2014

# PRIVATE



## Dichos silenciosos

La importancia de los eslóganes se vuelve mayor y más llamativa: no son del tipo "calla y haz lo que yo digo" sino más bien de lemas profundos que hacen pensar. Los lemas tranquilos y reflexivos, simples pero a la vez eficaces, indican que la tendencia de esta temporada debería despojarse del ruido y disfrutar del silencio.

# Preestreno de materiales



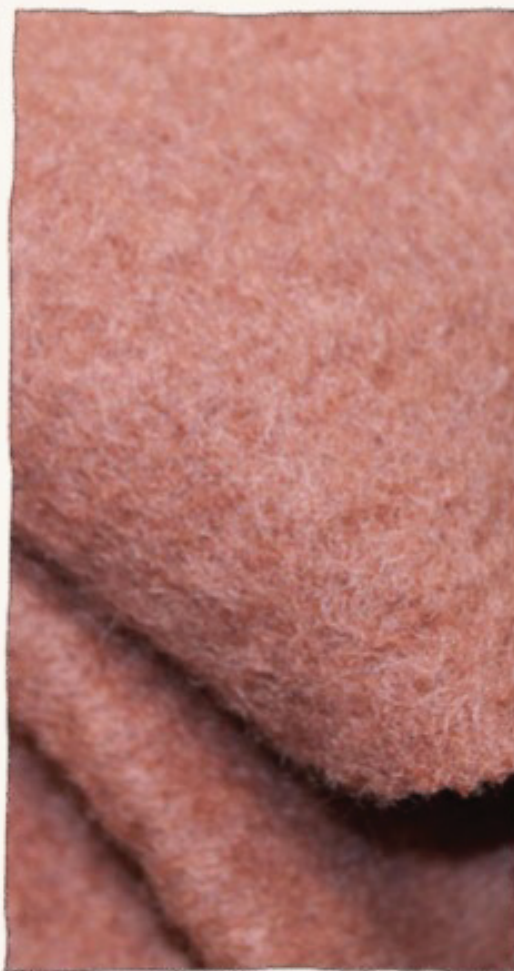
## Tacto minimalista

Los materiales imitan la suavidad que hay en la naturaleza. Tejidos densos y lanas compactas se planchan y glasean, mientras mantienen un drapeado delicado.



## Sutilmente deportivo

Con un tacto delicado, las telas deportivas presentan recubrimientos imperceptibles. Una cálida suavidad se infunde a través de rellenos livianos, mientras que las superficies ofrecen una mirada sutil.



## Superficie densamente abrigada

La lana sostenible por naturaleza se combina con las fibras vegetales para lograr una superficie abrigada y afelpada con textura. Superficies sobrelavadas y ligeramente apelmazadas para un tacto cómodo y deseado.

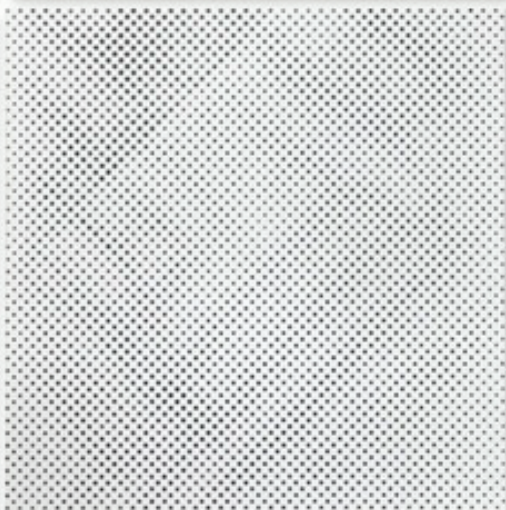
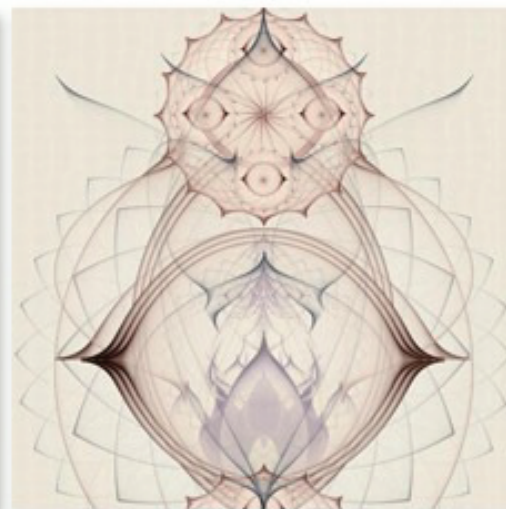


## Enfoque suave

El atractivo natural de la lana se mezcla con el algodón para un tacto densamente suave. Se añade textura gracias a una construcción de tejido pronunciada y naturalmente tosca, mientras que los estampados de urdimbre se vuelven difusos.

quietud 0/1 14

# Preestreno de estampados & gráficos



OTOÑO - INVIERNO 2014



# *alegoría*

Megatrends Otoño/Invierno 14



*alegoría 01/14*



*Colores*

Desciende una neblina de medianoche, que baña los tonos de visión oscuro y plomo con toques de latón antiguo. Los tonos cremas húmedos y los blancos nebulosos ofrecen un luminoso rayo de luna para esta espeluznante paleta nocturna.

OTOÑO - INVIERNO 2014



alegoría 6/11/14

### Color

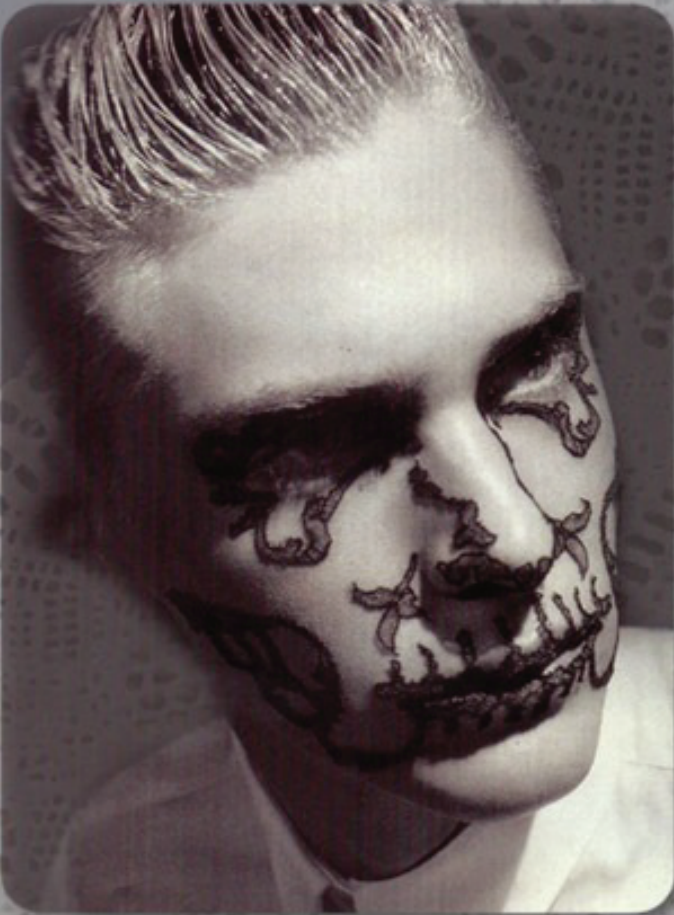
Explorando el lado más oscuro del deseo, Alegoría revela mundos salvajes donde se encuentran el mito y la memoria. Inspirada en la mitología y en la filosofía, las imágenes alegóricas deambulan por este reino hermoso e imaginario. En cuanto al color, desciende una neblina de medianoche y se hace evidente en plomo y visión oscuro, con destellos de latón antiguo.

19-0303 TCX	18-5210 TCX	18-1112 TCX	18-0937 TCX	19-0915 TCX
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------



**Deseo taciturno**

Siguiendo los pasos de **Tim Walker**, la narración trama una bella historia taciturna. Las telarañas que se formaron con el tiempo e impiden la libre circulación de los pensamientos comienzan a soltarse y hacer surgir mundos imaginarios y salvajes. A medida que nos enredamos en el lado oscuro del deseo, nuestras fantasías más profundas y oscuras se liberan de los recovecos ocultos de nuestras mentes. Reconocemos los ámbitos que sólo nos permitimos imaginar durante la mágica etapa de la niñez.



**Forros de encaje**

El encaje se infiltra delicadamente en otra temporada, convirtiendo lo oscuro e inquietante con recortes pesados y estampados localizados. Este exquisito material también ahonda profundamente en el campo de los interiores, como lo caracterizan los hermosos diseños de encaje.

*alegoría 01/14*



**Armadura alegórica**

A la luz de la resistencia por revelar, el diseño de joyería domina el arte de los mecanismos de defensa a través de una maravillosa armadura alegórica. Esto es lo máximo en estilo declarativo, inspirando accesorios fuertes pero seductores y magníficamente grandes a la vez.

OTOÑO - INVIERNO 2014



alegoría 01/14



## Modernidad monástica

La austeridad de **Calcinado** en P/V 13 ha evolucionado y madurado divinamente. En una búsqueda de alta energía por el significado, los diseñadores de moda se trasladan a lugares más pacíficos, respirando un aire fresco, sofisticado y contemporáneo en formas humildes y funcionales.

OTOÑO - INVIERNO 2014

*alegoría 01/14*



## Decadencia desviada

Los vendajes suaves, que vienen de la temporada P/V 13 de **Calcinado**, se convierten en una decadencia desviada, a medida que dan vueltas y giran alrededor del lado oscuro del deseo. Las tiras de cuero surgen de las entrañas de las fantasías oscuras, mientras que los calados pronunciados, oscuros y gráficos, delinear el cuerpo para lograr un efecto divino.

OTOÑO - INVIERNO 2014

alegoría 01/14



## Almas de piedra

Haciendo referencia al refinamiento y a las formas clásicas, la paleta marmolada refleja la nueva fe que se encuentra en las almas silenciosas de Dioses de Piedra. Usando mármol o estampados como de mármol, los diseñadores como **Luuk Van Den Broek** convierten lo básico en lo eternamente hermoso.

OTOÑO - INVIERNO 2014





### Hombre mítico

Tan lejos como nos podamos remontar, las máscaras se han usado en las festividades para proteger a hombres y mujeres que enfrentan los peligros reales y ficticios del mundo. Llena de una riqueza metafórica, **Wilder Mann** marca el regreso a nuestras raíces primitivas donde personajes antropomórficos se visten con trajes ambiguos.

*alegoría* 01/14



## Visiones cubiertas

La moda está aclamando el velo en todas sus formas diversas. Ya sea que sólo cubra el rostro o el cuerpo, es el nuevo artículo del deseo. Discreto, anónimo y oculto: obedece las leyes de Alegoría.

OTOÑO - INVIERNO 2014



alegoría 0114

### Símbolos cautivantes

Evolucionando desde **Credo** P/V 14, esta tendencia juega en el lado más oscuro de la espiritualidad, mientras símbolos antiguos revelan direcciones nuevas y desviadas. Los símbolos como estos se refieren al misterio y al significado que quieren ser descubiertos.

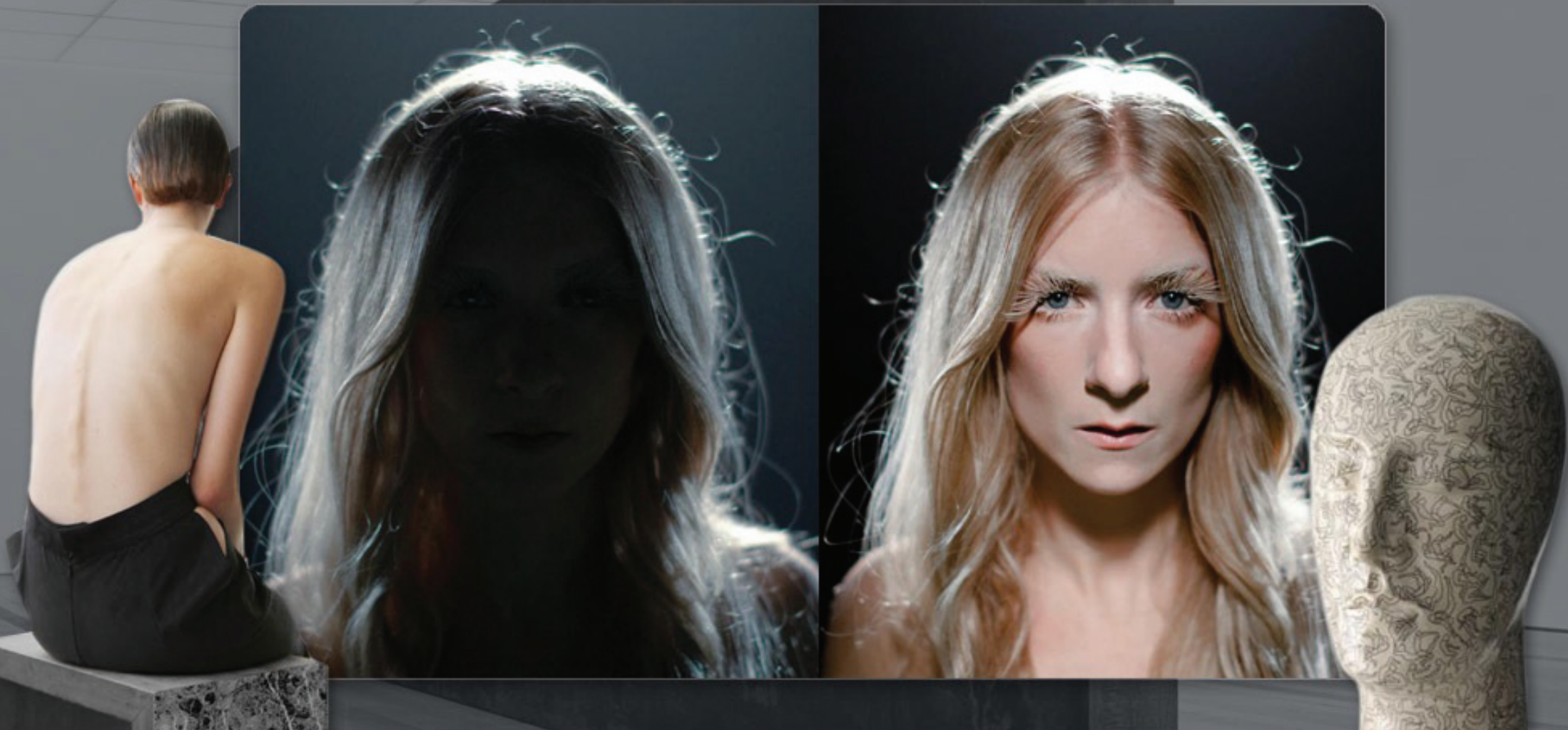
alegoría 01/14



## Escultura digital

Fusionando lo antiguo con lo nuevo, el diseño da vida a una nueva forma de arte, llamada Escultura digital. Uno de los líderes de este movimiento pionero, **Scott Eaton**, fusiona nuevas técnicas con estéticas antiguas para crear la máxima expresión artística.

OTOÑO - INVIERNO 2014



## Anonimato

Como una reacción contra nuestro mundo saturado de celebridades, existe un deseo real por rechazar el rostro de la fama.

**lamamiwhoami** reavivó el fuego del anonimato, resultando en un nuevo movimiento donde artistas, sujetos y diseños persiguen una anomalía anónima.

alegoría 01/14



### Sueños oscuros

El diseño comienza a soñar, dejando espacio para que la imaginación vuele libre. La colección de **Neri Oxman**, *Imaginary Beings: Mythologies of the Not Yet*, devela esta nueva tendencia por artículos rígidos a medida que transporta los súper poderes de las criaturas míticas a una serie de diseños.

alegoría 014



## Negro sobre negro

El negro sobre negro es mucho más que sólo color: también es una filosofía de estilo. Una tapicería con tonos negros desarrolla una estética profunda y oscura que es sobria, meditativa y atmosférica.

OTOÑO - INVIERNO 2014





### Vestido ritualista

Envuelto en la oscuridad profunda del misterio, el diseño gira en torno a una moda sombría. A medida que los intentos silenciosos de los deseos insatisfechos pasan a primer plano, la estética misteriosa del vestido ritualista cautiva la temporada.

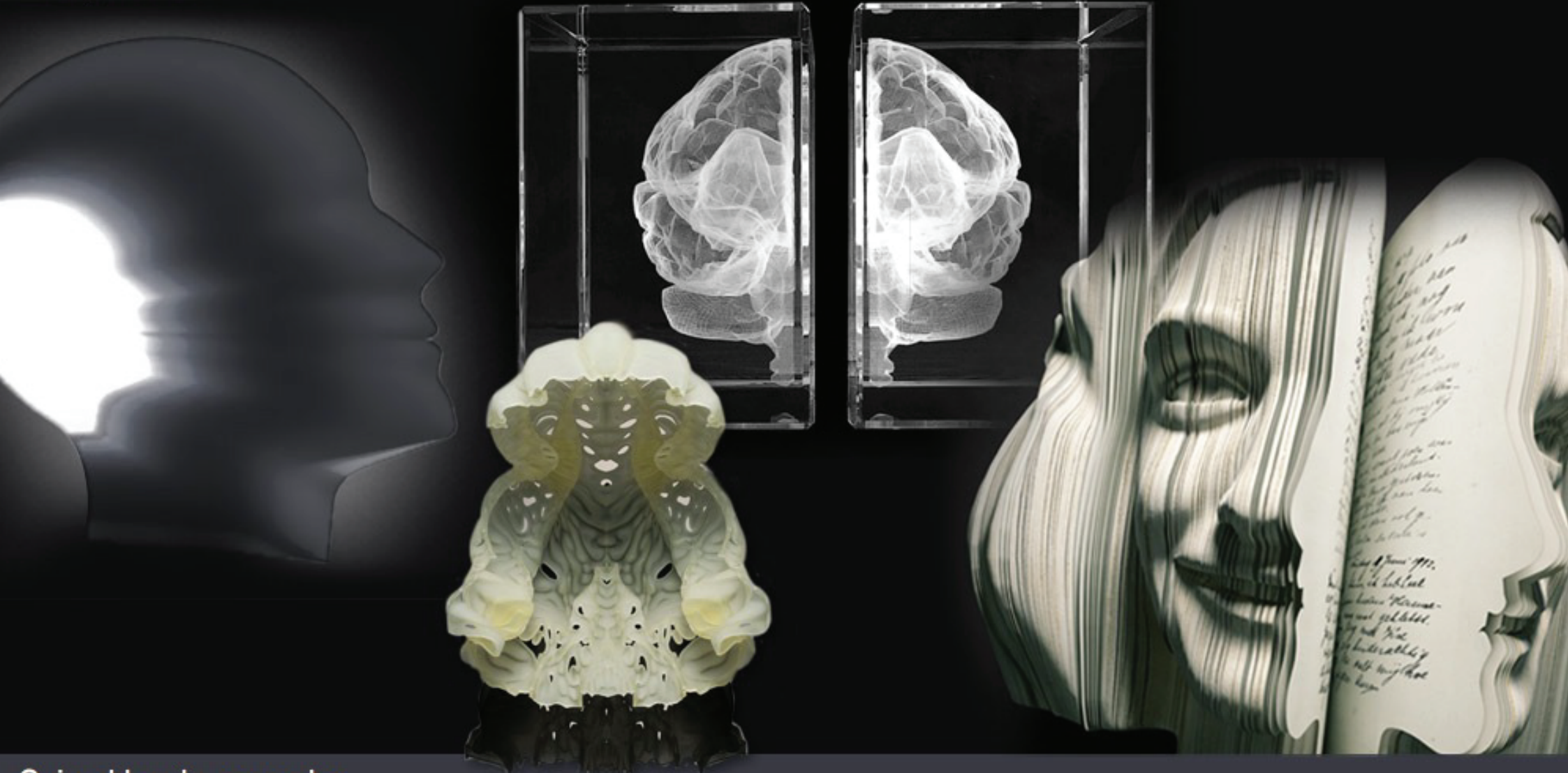




## Magia negra

La magia negra desciende al mundo de la belleza. El maquillaje es una visión del vudú, mientras que el misterio, la intriga y el asombro intoxican el rostro. Con el uso intenso de un ritmo tribal que recorre su parte central, los diseños son una fusión sobrenatural de truenos, rayos, brujerías y bosques encantados.

alegoría 01/14



## Guirnaldas de recuerdos

Pensadores del lado derecho del cerebro están conectados para el éxito durante el siglo XXI. Habrá un cambio en la era informática basada en computadoras, lineal y lógica, hacia una era conceptual donde reinarán la creatividad y los pensamientos a gran escala. El enfoque cambia hacia la mente y la memoria, mientras que la sociedad da cuenta completamente del peso de los recuerdos preciosos.

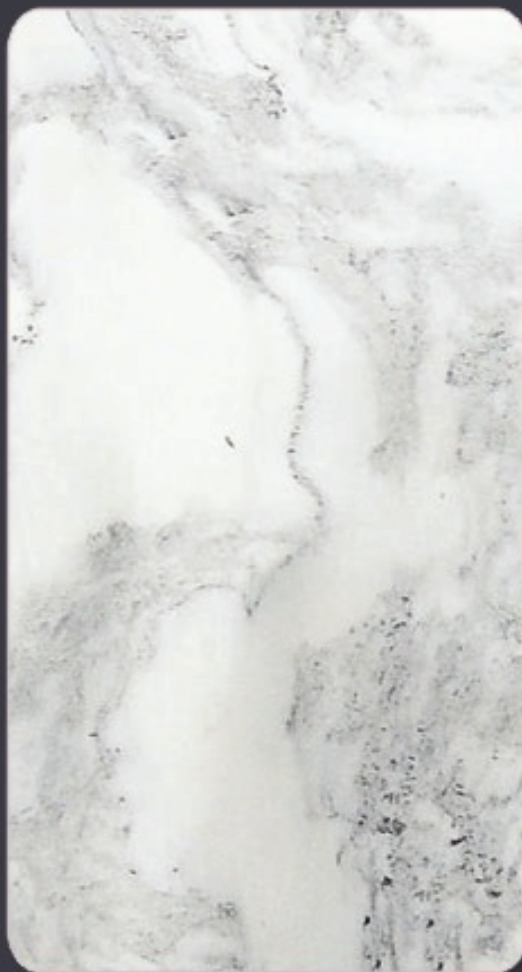
OTOÑO - INVIERNO 2014

# Preestreno de materiales



## Textura alegórica

Un brillo simple y un acabado semi mate aportan una sofisticada austeridad a satenes robustos que reciben una suavidad táctil con una densidad sorprendentemente esponjosa.



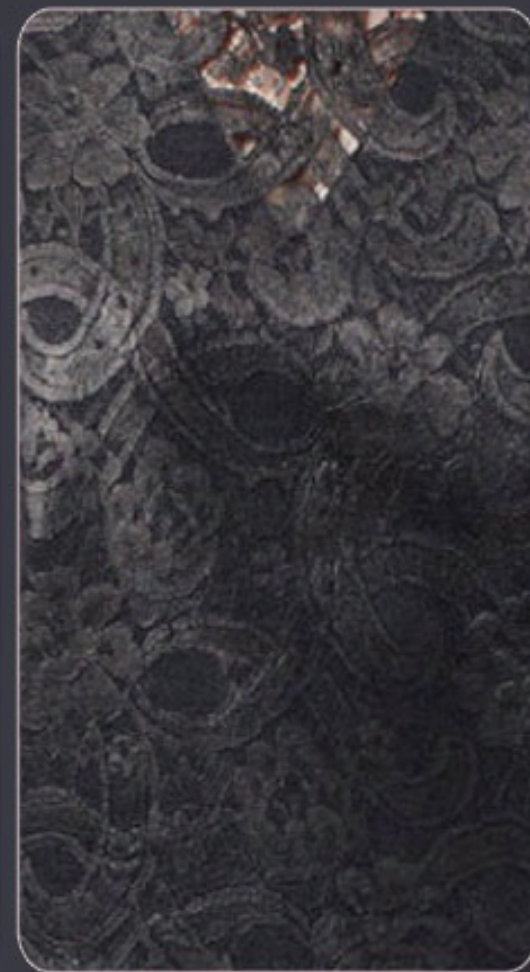
## Escultural

Telas estructuradas y densas se sobreestampam con un efecto tipo mármol natural, mientras que atributos ocultos de ropa deportiva, como impermeabilidad y respirabilidad, simplemente se refinan.



## Textura figurativa

El cuero repujado, con motivos de textura y martillados, nos otorga un estructurado efecto 3D.

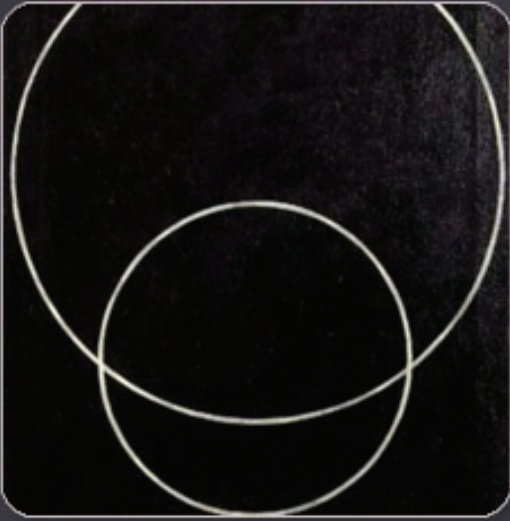
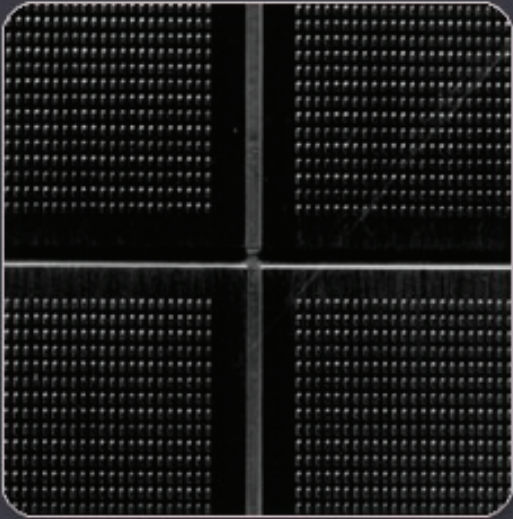


## Encaje oscuro

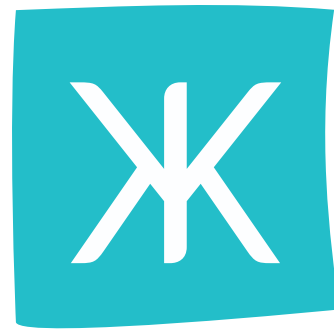
El encaje y las construcciones de encaje juegan con el lado oculto de los diseños románticos. Unidos en una base de lana, los calados con láser y las localizaciones intrincadas aportan una dimensión de textura.

*alegoría 01/14*

# Preestreno de estampados & gráficos



A  
AB  
ABR  
ABRA  
ABRAC  
ABRACA  
ABRACAD  
ABRACADA  
ABRACADAB  
ABRACADABR  
ABRACADABRA



klaud

Síguenos en: <http://www.facebook.com/KlaudTextil>