

**mf** DIPLOMADO  
**MODA FUTURA:**  
Estrategia y gestión sostenible  
para la moda

**PROGRAMA  
ONLINE**

desde el

**07 JUN**

hasta el

**29 SEP**

**2021**

**horario** LUNES & MIÉRCOLES

**18:30 Hrs**

**21:30 Hrs**

**horario** SÁBADO POR MEDIO

**10:00 Hrs**

**14:00 Hrs**

## RESUMEN

El Diplomado **Moda Futura: estrategia y gestión sostenible para la moda** de la Universidad del Desarrollo proporciona conocimientos teóricos y prácticos para superar los desafíos del mercado de la moda y abordar de manera eficiente el ciclo completo del sistema moda, entregando un aprendizaje dirigido a la innovación, sostenibilidad, gestión comercial, estrategias de comunicación, desarrollo de marca, enfatizando el estudio de tendencias y análisis de los comportamientos del consumidor.

A través de un enfoque de pensamiento sistémico, el diplomado se ha desarrollado para conectar los contextos sociales, medioambientales, económicos y culturales, examinando perspectivas desde la escala local hasta la global. Enfatiza la importancia de la innovación, la sostenibilidad y la ética dentro de la industria de la moda para responder al comportamiento y demanda del consumidor, aportando en la formación de una generación de profesionales que prioriza a las personas y el medioambiente creando prosperidad económica. Anima a los estudiantes a criticar la naturaleza y propósito de la moda en un mundo que cambia rápidamente, imaginando y reimaginando alternativas basadas en la comprensión de los inmensos desafíos que enfrenta la industria y la sociedad hoy.

Los contenidos abordados permiten desarrollar un cuerpo de trabajo que demuestra las habilidades adquiridas durante los diferentes cursos y fortalece, en los alumnos, un enfoque estratégico para la creación y desarrollo de soluciones innovadoras para la industria de la moda. El programa prepara a los estudiantes para la siguiente etapa de su carrera, ya sea una maestría en áreas relacionadas, un proyecto empresarial, personal, el ingreso o ascenso en la industria.

## DIRIGIDO A

Emprendedores, comunicadores, ejecutivos de la industria, diseñadores, psicólogos, sociólogos, ingenieros comerciales, profesionales en general que deseen desarrollar su carrera en ámbitos y cargos como la dirección comercial, dirección creativa, dirección de marketing, dirección de comunicación corporativa, branding, RR.PP., product manager, brand manager y representante de marca, entre otros. Interesados en comprender las oportunidades que ofrece la industria de la moda para ser un aporte en términos de sostenibilidad.

---

LOS CONTENIDOS DE ESTE PROGRAMA BUSCAN CONTRIBUIR AL LOGRO DE LOS ODS 4: EDUCACIÓN DE CALIDAD Y ODS 12: PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE



**“La crisis de Covid-19 ha afectado las vidas y los medios de subsistencia de millones de personas, las empresas de moda deben reconfigurar sus modelos operativos para permitir flexibilidad y una toma de decisiones más rápida, orientada a la búsqueda de la innovación”**

## OBJETIVO GENERAL

**Desarrollar la capacidad reflexiva y creativa de los alumnos para transformarlos en pensadores estratégicos capaces de tomar decisiones que integren criterios de estrategia y sostenibilidad dentro de la industria de la moda.**

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Proporcionar al estudiante las herramientas necesarias y los conocimientos formales que se requieren en la industria de la moda global, con una perspectiva amplia basada en el estudio de tendencias, consumidor, sostenibilidad, comunicación estratégica, gestión comercial, planificación de colecciones y desarrollo de marca para un mercado global.
- Entregar competencias para liderar los cambios necesarios, ampliando las posibilidades de cualquier negocio relacionado a la moda y optimizando los recursos con los que se dispone.
- Generar conocimiento de las temáticas necesarias para convertir al estudiante en un pensador estratégico y tomador de decisiones junto con el desarrollo de sus habilidades creativas en su campo específico de ambición y práctica.
- Reconocer y profundizar en las teorías comunicacionales, comerciales y de gestión de la moda, combinándolas con aplicaciones prácticas



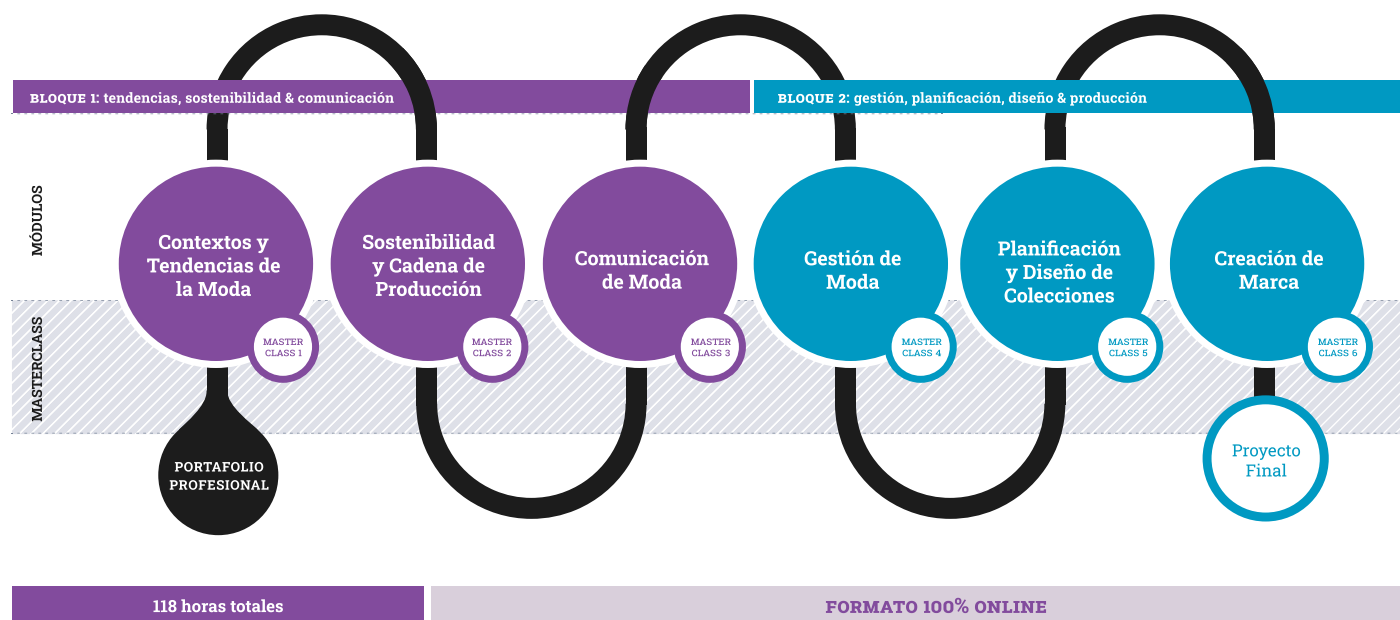
## CONTENIDOS

El programa se divide en dos bloques de tres unidades cada uno, combinando clases teóricas, masterclass y clases de ejercitación práctica.

El primer bloque está orientado al conocimiento de las tendencias, el consumidor de moda, su relación con las marcas, las organizaciones comerciales y la comunicación. Profundiza en el conocimiento de la moda sostenible y la innovación tecnológica, para construir el ADN de marca.

El segundo bloque está orientado a la gestión de moda, el estudio comercial de las operaciones internas y externas de una empresa de moda, la administración y el plan estratégico de diseño de colecciones. Estos conocimientos lo conducirán a su Proyecto Final, éste requiere que produzca un cuerpo de trabajo que demuestre su investigación y desarrollo creativo, a través de habilidades críticas y analíticas avanzadas junto con un enfoque innovador para la resolución de problemas.

Este proyecto final permite a los estudiantes prepararse para la siguiente etapa de su carrera, ya sea una maestría en un campo relacionado, un proyecto empresarial, personal, el ingreso y ascenso en la industria.



---

## **UNIDAD 1**

### **CONTEXTOS Y TENDENCIAS DE LA MODA**

---

Sistema moda y sus transformaciones durante las últimas décadas.

Consultoras y laboratorios de tendencias globales.

Equipos multidisciplinarios, análisis del consumidor y criterios de segmentación competitiva.

Perfil del consumidor, mindstyle, user-focused study.

Herramientas de observación, pronóstico y anticipación de tendencias: trendwatching, trend forecasting, cool hunting.

Macrotendencias y oportunidades de mercado, nuevos escenarios de acción profesional y posibilidades de innovación en la generación de proyectos de moda.

---

## **UNIDAD 2**

### **SOSTENIBILIDAD Y CADENA DE PRODUCCIÓN**

---

Nuevos territorios para la moda.

Moda sostenible, criterios ambientales, sociales, económicos y culturales.

Opciones de proyección sostenible. Rueda de ideas. Producto, medio, servicio.

Cadena de valor, comercio justo y agentes involucrados.

Ciclo de vida, materiales y procesos sostenibles.

Operaciones internas y externas de una empresa de moda sostenible.

Centros internacionales para la moda sostenible.

Proyecciones futuras.

---

## **UNIDAD 3**

### **COMUNICACIÓN DE MODA**

---

Comunicación externa de una empresa de moda. Innovación y búsqueda de oportunidades.

Propuesta de valor. fortalezas de la marca. ADN de marca, como un factor diferenciador, relevante, sustentable y memorable.

Segmentación, dirección y posicionamiento estratégico.

Modelo de marketing comunicacional 360. Social Media Marketing.

Construcción de relato de marca, Storytelling y Dossier de prensa.

Penetración del mercado. Mercados internacionales.

---

## **UNIDAD 4**

### **GESTIÓN DE MODA**

---

Nuevas economías y gestión circular.

Configuración de una empresa de moda.

Modelo de negocios y Propuesta de valor comercial.

Modelo de rentabilidad, pricing, márgenes y ganancias.

Opciones de financiamiento, canales de compra, negociación con proveedores y venta.

Omnicanalidad, tienda física y online.

Normativas legales, contrataciones, logística e internacionalización. Derechos de autoría, de imagen y de propiedad intelectual.

Aceleramiento de negocios, empoderamiento y desarrollo creativo.

---

## **UNIDAD 5**

### **PLANIFICACIÓN Y DISEÑO DE COLECCIONES**

---

Nuevo lujo y diseño de autor.

Estrategia de planificación de colección.

Series y Gamas de Productos. Series limitadas y abiertas.

Tipologías de colecciones y colaboraciones.

Fibras textiles, bases y siluetas.

Estudio de color.

Optimización, Zero Waste, Upcycling.

Producto-ícono de marca.

Metodología de producción, fichas técnicas.

Matriz Comercial. Cantidad de items, mix de productos, distribución de artículos e incidencia en el costo.

Sistemas de producción. On Demand, Pre-Order, Ready-to-Wear.

Talleres de confección. Fair Trade.

---

## **UNIDAD 6**

### **CREACIÓN DE MARCA. PROYECTO FINAL**

---

Estrategias de dirección creativa.

El valor de la marca y su gestión estratégica.

Conceptualización, key-Concept, Naming.

Benchmarking, propuesta de valor único diferencial.

Identidad, imagen. Branding y posicionamiento.

FODA marca.

Dirección de arte final, sistema de amplificación de marca, producción editorial, catálogo comercial, página web y redes sociales.

## EQUIPO DOCENTE



### Coca Ruiz

*Diseñadora de la Universidad Diego Portales. Estudios en Fashion Marketing en Parsons Fashion, Art and Design School en Nueva York. Directora de Arte en Ropero Paula. Editora de Moda Arte y Diseño en Casa de Juana. Dirección de Arte y Marketing Digital para las marcas Rapsodia, Adolfo Domínguez y Jazmin Chebar. Docente de la Facultad de Diseño de la Universidad del Desarrollo.*



### Marco Montemaggi

*Director del Diplomado Trends&Brands de Diseño UDD. Miembro de la junta directiva de Museimpresa (Asociación Italiana de Museos y Archivos de Empresa); asesor de identidad de marca para Diesel; profesor de Polimoda en Florencia (Italia) y de la Facultad de Diseño de la Universidad del Desarrollo. Autor del libro Heritage Marketing. Fue Jurado Internacional en el Premio Chile Diseño 2013 y en el Santiago International Fashion Film Festival 2015.*



### Elisa de Córdova

*Diseñadora de vestuario, diplomada en arte barroco Universidad de Santiago de Chile. Ganadora 2021 del concurso industrias creativas (Prochile). Fundadora de su firma homónima con la cual ha sido invitada a diversas ferias internacionales, incluyendo New York Fashion Week, Milan Fashion Week y Scoop London. Directora creativa en taller de confección con energía solar y renovable, proyecto transdisciplinario que destaca su compromiso en base al comercio justo y procesos éticos.*



### Sofía Calvo

*Periodista, MBA en Dirección de Empresas de la PUCV y creadora del sitio especializado en moda de autor latinoamericana, QT - Quinta Trends (2007). Es autora de los libros "La revolución de los cuerpos" (2019), "El Nuevo Vestir" (2016) y "Relatos de moda" (2013). Ha asesorado marcas de moda de autor y ha realizado clases de pregrado y postítulo sobre marketing, sustentabilidad en la moda y periodismo digital. Docente de la Facultad de Diseño de la Universidad del Desarrollo.*



### Valentina Fleischmann

*Ingeniera Comercial de la PUC e hizo cursos de Marketing Digital en Columbia University. Tiene 14 años de experiencia de trabajo en empresas de retail, retail financiero, y ONGs. En el 2017 crea Genias, una comunidad que empodera y acompaña a la mujer en el trabajo, donde trabaja como encargada de desarrollo de Emprendedoras y de Nuevos Negocios.*

---

## SPEAKERS / MASTERCLASS

---

### Federico Laboureau

Egresó de Diseño de Indumentaria y Textil en la Universidad de Palermo; se ha convertido en un trotamundos de la moda y actualmente esta radicado en Los Ángeles, luego de viajar, diseñar y trabajar en México, Ecuador y Nueva York. Entre sus clientes se encuentran Disney, Amazon, Fox, Spotify, Project Runway Latin America, Mercedes Benz y Coca Cola, entre otros.

### Fran Gajardo

Diseñadora de vestuario y textiles con mención en gestión de moda, especializada en Moda sustentable en Milano Fashion Institute y Máster en Diseño Sustentable en la Universidad de Kingston. Supra Recicladora desde el 2017, con pasarelas nacionales e internacionales, profesora independiente de Upcycling desde el 2018, actualmente escribiendo un libro sobre metodologías Zero Waste aplicadas al reciclaje de vestuario.

### Pablo Giménez

Emprendedor, Asesor, Director Creativo y Docente de larga trayectoria y reconocimiento a nivel nacional y regional. Se especializa en la investigación y apoyo en nuevas metodologías y herramientas proyectuales para el desarrollo de diseñadores y comunicadores de Moda. Desde 2006, es director de Integra, Escuela Pablo Giménez.

### Daniella Hartley

Ingeniera comercial U. Andes, desde el 2019 es Country Manager en Patagonia y fue Directora Comercial de la misma marca, trabajó como Brand Manager de calzados en Forus para las marcas Keds y Sperry Top Side.

### Carolina Salinas

Abogada y Licenciada en Historia PUCV; Máster en Estudios Internacionales de la Universidad de Chile; Estancias de Investigación en Instituto Suizo de Derecho Comparado (Lausanne, Suiza); en Facultad de Derecho de la Universidad de Valencia, España; Cornell University, NY, USA; Certificada en Fashion Law por el Fashion Law Institute, NYC, USA; Académica de Derecho Económico y Derecho Económico Internacional PUCV y de Derecho Económico y Economía UV; Socia fundadora del estudio boutique Salinas & Ríos, especializados en el ámbito corporativo y propiedad intelectual.

### Jimena Zapata

Ingeniera Comercial, Periodista y Máster en Marketing de la Universidad Adolfo Ibáñez. Se ha especializado con cursos de Color Theory en Boston Architectural College, Social Media en UC Berkeley Extension y Creatividad en IDEOU. En el 2017 crea Genias, una comunidad que empodera y acompaña a la mujer en el trabajo.

### Loreto Leiva - Munay Sisters

Licenciada en Educación de la Universidad Andrés Bello, cursando estudios en Gestión de Empresa de la Universidad de Chile, cursos de Planificación financiera y Gestión Empresas para Pymes en la Universidad Católica de Chile, Comunicación y estrategias de Influenciadores para Falabella, HyM y Delaostia, Argentina.

### Natalia Yáñez

Diseñadora Industrial de la Universidad Diego Portales. Master en Dirección de Marketing Digital y Directo en Pompeu Fabra, Barcelona - Universidad Diego Portales. Estudios de "Fashion Textile Design" en NABA Milán e, "Innovative Teaching for Deeper Learning" en Harvard University, Boston. Directora de Diseño de Moda y Gestión, Universidad del Desarrollo e Integrante de la Mesa de Internacionalización del Diseño Chileno.

### Cali Bustos

Creadora de la agencia digital Nativo Digital Lab y profesora de Genias, y Alexa Ramírez, creadora de contenido para empresas y fundadora de Maternidarks.

### Mary Buenaventura

Magíster en Design for the Fashion System en el Politécnico de Milán y Diseñadora Gráfica de la Universidad del Desarrollo. Diseñadora con especialidad en moda sostenible para Fashion Revolution Italia, WRÁD Focus Design y White Sustainable Milano (WSM) Milano Fashion Week. Investigadora de la Facultad de Diseño del Politécnico de Milán.



### REQUISITOS DE APROBACIÓN

Asistencia **mínima del 75%** de cada unidad.  
Nota final **sobre 4.0** en cada unidad.

### VALORES

Matrícula: \$150.000.-

Arancel: \$1.400.000.-

#### **Descuentos:**

Ex Alumnos / Socios Chile Diseño / Socios Club de Innovación / Asociación de Decoradores / Comunidad UDD / Política de descuentos Educación Continua UDD / Matrícula Anticipada

---

Más información e inscripciones:

**[gabrielagutierrez@udd.cl](mailto:gabrielagutierrez@udd.cl)**

<https://diseno.udd.cl>

---

**LifelongLearning UDD**  
El valor de la formación sin límites

**mf** DIPLOMADO  
**MODA FUTURA:**  
Estrategia y gestión sostenible  
para la moda