FASHION AVENUE STREET SIGN IN NEW YORK CITY

MANDY FROM ORACLE FOX FOR MODE COLLECTIVE/ 2014.

HAGAMOS
VACA
UN APORTE PARA **LA MODA**

UJU NWOBODOH POR TOYOSI FARIDAH KEKERE-EKUN/ 2014.

LAURA ARISTIZABAL GIRALDO

Mercadeo y Comunicación de la moda

Directora de carrera:
Sandra Merchán
Docentes:
Franklin Aguirre
Mario Sáenz
Asesores:
Tulia Perea
Saul Valero
Juan Manuel Mendez
Alvaro Rubiano
Mauricio Sussman

LaSalle College Internarional

LCI
Bogotá

PROYECTO

13 Introducción
15 Justificación
19 Objetivos

INVESTIGACIÓN

22 Marco Conceptual
25 Marco Teórico
41 Marco De Referncia
45 Investigación

MERCADEO

50 Introducción
53 5 C's
68 Referentes
72 Segmentación
75 Marketing Mix
79 Dofa
80 Presupuesto Digital

EVENTO

85 Concepto
87 Venue
88 Renders
90 Planos
93 Presupuesto
94 Minuto a Minuto
98 Plan de Medios
105 Plan de acción

RESUMEN

108 Conclusión general

ANEXOS

113 CD Anexos
114 Índice de imágenes
120 Biblografía

CHIALA MARVICI DENIM COLLECTION BY CONAN THAI/ 2014.

PROYECTO

FOTOGRAFÍA POR LAURA ARISTIZÁBAL/ 2014.

IMAGEN SUPERIOR: STREET STYLE MICAH GIANNELLI/2014.
IMAGEN INFERIOR: HOW TO WEAR TRIPLE DENIM-STREET STYLE/ 2014.
IMAGEN PRINCIPAL: RIPPED JEANS BY FABFASHIONFIX/ 2014.

INTRODUCCIÓN

Crowdfunding moda nace de una nueva tendencia mundial de financiamiento colectivo que cada día toma más fuerza alrededor del mundo. Es una alternativa que ofrece la posibilidad de hacer realidad pequeños y grandes proyectos que se originan en cualquier lugar; ideas que no se concretan por limitaciones financieras y diferentes circunstancias de los ámbitos en donde se desarrollan.

La idea de *Crowdfunding* moda en Colombia, es crear una nueva comunidad que aporte al financiamiento de diferentes proyectos y convertir los sueños de varios diseñadores locales en empresas exitosas. La página será la primera plataforma de apoyo comunitario para la moda, ayudará a afianzar el producto colombiano y contribuirá a la economía del país desde una propuesta pensada con fines sociales y culturales que le aporten al avance de la actividad comercial en pro de los talentos locales de la moda, un bien común para la sociedad.

Con la investigación se quiere brindar una salida viable basada en un modelo de negocio digital de grana cogida en Europa y que ayuda a promover la creación de nuevos espacios en pequeñas empresas de todos los sectores.

Colombia no cuenta con una plataforma de *crowdfunding* dedicada al sector moda y la información que se encuentra sobre esta estrategia es poco, tal vez, por ser un término que recién comienza a tomar fuerza en los medios digitales.

EMILY SENKO & SAMANTHA GRADOVILLE
PARA SPORTMAX CODE/ 2011.

JUSTIFICACIÓN

Los diseñadores emergentes colombianos cuentan con limitaciones financieras que no les permiten la producción de colecciones en grandes volúmenes y los sesgan a la venta online, por no contar con el capital suficiente para la apertura de un espacio físico donde puedan comercializar sus prendas.

Con la plataforma se crea una comunidad en la que se encuentre un apoyo económico que mitigue las dificultades económicas y permita concretar los proyectos de diseño, la ampliación del mercado para estas marcas y la proyección en los ámbitos nacional e internacional.

Partiendo de esto es necesario crear una comunidad de apoyo financiero colectivo que permita hacer realidad dichos proyectos, que ayude a la ampliación del mercado para estas marcas y contribuir con su crecimiento tanto a nivel local como internacional.

Las plataformas de *crowdfunding* reciben variadas ideas de proyectos, se someten a una curaduría, a un filtro, y los mejores se publican en la página web para iniciar el proceso de recaudación.

Según las investigaciones realizadas, se estipula que desde el 2012 a la fecha, en el mundo existen alrededor de 550 plataformas de *crowdfunding* y que en el lapso 2011-2013 recaudaron cerca de 5.100 millones de dólares con un crecimiento de un 81 % entre 2011 y 2012 (Organización de *Crowdfunding* del mundo, 2012).

En este mismo periodo las cifras cambiaron de acuerdo con el modelo de negocio que maneja cada plataforma. Las donaciones basadas en recompensas y beneficios crecieron en un 85 % con una recaudación de 1.400 millones de dólares. Las donaciones basadas en préstamos crecieron un 111 %, recaudando 1.200 millones de dólares. Las donaciones basadas en capital crecieron un 30 % recaudando 116 millones de dólares (Massolution).

Se estima que el financiamiento colectivo ha ayudado a la realización de cerca de 1.100.000 proyectos en un año, enfocados en productos tecnológicos y de entrenamiento visual como video juegos. El sector de la moda no es tan fuerte.

O B J E T I V O S

NEVER DENIM X JACKSON POLLOCK/ 2012.

GENERAL

Crear una plataforma de *crowdfunding* en Colombia enfocada al sector de la moda.

ESPECÍFICOS

•Ofrecer un espacio para diseñadores de moda colombianos que quieran desarrollar sus colecciones y establecer su primera tienda itinerante.

•Lanzar las convocatorias a través de la página web para que se seleccionen las ideas más innovadoras y viables.

•Diseñar campañas virtuales que generen tráfico dentro de la página para conseguir las donaciones económicas.

•Crear una comunidad de colombianos donantes de capital que brinde el apoyo colectivo para nuevos proyectos.

•Realizar eventos de lanzamiento para los proyectos que alcanzaron su objetivo.

INVESTIGACIÓN

FOTOGRAFÍA POR LAURA ARISTIZÁBAL/ 2014.

MARCO CONCEPTUAL

COLECTIVO: Grupo de personas que comparten objetos de interés o que trabajan juntas, pero que no necesariamente tienen un objetivo en común (Wikipedia, 2013).

CROWDFUNDING: Micromecenazgo denominado, también, financiación masiva, financiación en masa o por suscripción, cuestión popular, financiación colectiva y microfinanciación colectiva. Es la cooperación colectiva, llevada a cabo por personas que realizan una red para conseguir dinero u otros recursos, se suele utilizar internet para financiar esfuerzos e iniciativas de otras personas u organizaciones. El micromecenazgo puede ser usado para muchos propósitos, desde artistas buscando apoyos de sus seguidores, campañas políticas, financiación de deudas, vivienda, escuelas, dispensarios y hasta el nacimiento de compañías o pequeños negocios (Wikipedia, 2014).

COMUNIDAD: Grupo de seres humanos que tienen ciertos elementos en común, tales como el idioma, costumbres, valores, tareas, visión del mundo, edad, etc. Por lo general, en una comunidad se crea una identidad común, mediante la diferenciación de otros grupos o comunidades, que es compartida y elaborada entre sus integrantes y socializada. Generalmente, una comunidad se une bajo la necesidad o meta de un objetivo común, como puede ser un bien común (Wikipedia, 2014).

RECAUDACIÓN: Es un proceso para conseguir fondos, mediante la solicitud de donaciones de particulares, empresas, fundaciones benéficas, o agencias gubernamentales (Wikipedia, 2014).

BENFICIO ECONÓMICO: Es un término utilizado para designar la ganancia que se obtiene de un proceso o actividad económica. Es más bien impreciso, dado que incluye el resultado positivo de esas actividades medido tanto de forma material o "real" como monetaria o nominal (Wikipedia, 2014).

MECENAZGO: Es un tipo de protección que se otorga a artistas, literas o científicos, a fin de permitirles desarrollar su obra (Wikipedia, 2014).

DESIGN BY LAURA SIEGEL NEW ECO-DESIGNER/ 2012.

RADICAL DENIM PARA REVISTA GLAMOUR POR VANMOSSEVELDE+ N/ 2013.

MARCO TEÓRICO

El origen del *crowdfunding* se remonta a 1997 cuando el grupo británico Marillion recurrió a todos sus fanáticos norteamericanos para recaudar fondos para su gira por EE. UU., el uso de una campaña en internet y las donaciones que dieron un valor aproximado de 60.000 dólares permitieron que la gira se realizara para un beneficio en común. Algunas bandas siguieron el ejemplo y alcanzaron sus metas, es el caso de Extremoduro, que consiguió el dinero para la producción de un nuevo álbum. Un momento de la historia en el que se puede observar el financiamiento colectivo fue la campaña que se realizó para la culminación de la estatua de la libertad en Nueva York.

En el *crowdfunding* el proceso de recaudación inicia después de que se reciben en la plataforma varias de las propuestas que los postulantes tienen bien planteadas, se hace una curaduría sobre estas y se suben a la página solo las viables y las que tienen estipulados los parámetros requeridos. Se genera un movimiento en las redes para llamar la atención de los donantes, quienes por medio de pagos en línea, ayudan, de a poco, a recaudar el dinero estipulado en un tiempo determinado. Al cierre de la convocatoria de donación se entrega el dinero recaudado a los dueños de los proyectos para que puedan hacerlos realidad, hay que tener en cuenta que la mayoría de estas plataformas se basan en el modelo del "todo o nada" en cuanto a la parte económica.

El *crowdfunding* es un negocio potencial que crece a gran escala a nivel mundial y eso se puede constatar a continuación.

El internet, como una herramienta de desarrollo social se convirtió en uno de los principales medios de comunicación, se dice que en 2015, esta nueva tendencia de comunicación social virtual contará con cerca de 29 billones de dólares por parte de los consumidores, convirtiéndose en un medio importante para el marketing. La web permite el acceso a datos en tiempo real que facilitan la creación de una comunidad digital de la cual se puede empezar a sacar provecho y a las que las empresas tendrán que apuntar a futuro para crear un omnichannel con sus consumidores.

STREET STYLE AUSTRALIAN FASHION WEEK MBFWA/ 2014.

El caso de Marina Abramovic acaparó la atención de los donantes online; por medio de la plataforma Kickstarter la artista serbia buscaba recaudar fondos para crear su propio espacio de interacción dedicado al arte.

Cerca de 661.452 dólares se recolectaron por medio de esta página web; con cerca de 4.765 donantes alrededor del mundo, Marina sobrepaso el presupuesto esperado de 600,000, por cada donación Abramovic ofrecía diferentes tipos de recompensas según el monto de la donación desde simple palabras de agradecimiento hasta una experiencia en vivo junto a la artista (New York Times, 2013).

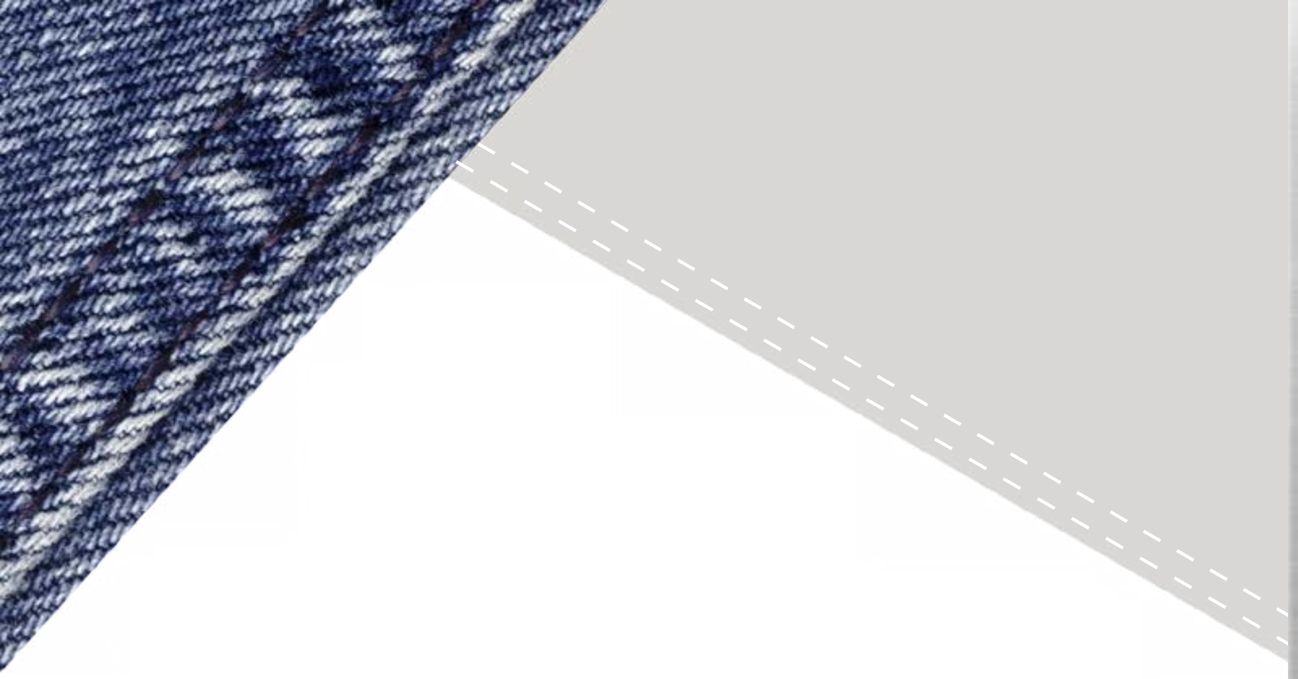
El proyecto se desarrollo en agosto del año 2013 y es tenido en cuenta como uno de los referentes más importantes de adoptar esta nueva tendencia para fines lucrativos para toda una sociedad, y el desarrollo cultural y económico de un país.

En España el éxito de este tipo de plataformas, en las que el principal mercado se encuentra en Europa, ha preocupado al Gobierno, tanto así que se estableció un tope máximo de recaudación para cada proyecto; la Ley de Fomento de la Financiación Empresarial quiere regular estas plataformas estableciendo un límite de donación de entre 3.000 y 6.000 euros anuales por cada proyecto, y la meta de recolección de estos no puede superar el valor de un millón de dólares.

De acuerdo con el Centro de innovación del bbva (2014): "El capital de las plataformas deberá ser de 50.000 euros y deben contar con un seguro de responsabilidad de 150.000 euros, se establecerán sanciones de 20.000 a 250.000 euros para aquellas empresas que no acaten estas nuevas medidas".

Esta visión futura de red colaborativa se enfoca en democratizar la financiación, porque no tiene grandes exigencias en el monto económico para la donación, permite la fácil participación de cualquier persona en todos los lugares del mundo, aparte de esto busca crear un compromiso y se centra en una conexión emocional con causas sociales que benefician a una comunidad en general.

INDIGO DYE FROM INDIA BY JEN GOFF/ 2013.



La industria de la moda en Colombia cuenta con más de 100 años de historia, nació en 1907 con la creación de Coltejer, empresa textil pionera en el país. Hacia los años cincuenta surge el primer diseñador de moda colombiano, Toby Setton. Para 1987 se crea el Instituto para la exportación y la moda (Inexmoda), y en los noventa se realiza la primera feria de moda del país denominada: Colombiamoda.

Contamos con cerca de 450 fábricas textiles, 10.000 unidades de confección y existen cerca de 1.200 fábricas de confección ubicadas en las ciudades más importantes del país. Este sector cuenta con el apoyo de entidades como Inexmoda, Sena y Proexport que se encargan de impulsar y potencializar la industria manufacturera del territorio nacional. Según una encuesta radicada por la ANDI en el año 2012 el sector moda creció un 2,9 % en producción, 5,1 % en ventas totales y 5,5 % en el mercado local entre los años 2010 y 2012 (ANDI, 2014).

La industria de la moda en el país tiene una conformación mayoritaria por pymes; se identifica una de las principales falencias de la industria y es la falta de innovación y el bajo nivel tecnológico, sin embargo, es un sector que genera 650 mil empleos anuales.

Uno de los principales problemas que afrontan los diseñadores emergentes en nuestro país es la dificultad para darse a conocer en un sector tan competitivo; Natalia Díaz, una joven diseñadora, asegura, en una entrevista realizada por el periódico ADN, que "no es fácil, tienes que pegarte de muchas personas para poder sobrevivir como diseñador"; sostiene que una herramienta clave en su negocio, es el uso de las redes sociales y de las plataformas web que permiten llegar a un mercado global y de apoco, hacerse conocer.

Existen marcas que apoyan a los nuevos talentos que encuentran en las ferias de moda de mayor concurrencia en el país; Chocolyne es uno de los patrocinadores y se ha enfocado en impulsarlos. Aquí, se mide la audacia y el poder visionario de los asistentes a estos eventos, que buscan un "diamante en bruto" para apoyar.

La moda colombiana puede estar a la altura de las propuestas mundiales, nos caracterizamos por ofrecer propuestas innovadoras, diseño, valor agregado y prendas que sobresalen por su calidad, y el bajo coste de producción en serie.
La moda representa un 9 % del total del sector industrial del país

RADICAL DENIM PARA REVISTA GLAMOUR POR VANMOSSEVELDE+ N/ 2013.

MERCADEO

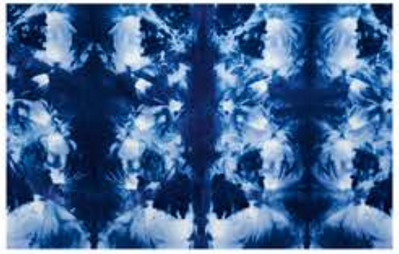
FOTOGRAFÍA POR LAURA ARISTIZÁBAL/ 2014.

INTRODUCCIÓN

Colombia cuenta con un potencial económico, quizás aún sin explotar por cuenta de los nuevos talentos, esos pequeños empresarios que buscan abrirse paso dentro del mercado local e internacional ofreciendo productos de calidad, diseño y valor agregado, pero que debido a las barreras financieras y económicas con las que cuentan se limitan a una producción pequeña que solo abastece la demanda de los consumidores locales.

Un mercado subdesarrollado se puede ver influenciado por la tendencia global del financiamiento colectivo, un cambio en la mentalidad de los consumidores permite crear una comunidad colaborativa que ayuda a mitigar crisis económicas y el desempleo, promoviendo la creación de pequeñas empresas independientes y promoviendo los nuevos talentos emergentes, que a futuro representarán cierto porcentaje dentro de la economía del país.

"Hagamos Vaca" es una plataforma con planes a largo plazo, pues el alcance que tiene el *crowdfunding* a nivel global y local se ve fuertemente ligado a la mentalidad y las caracteristicas del mercado colombiano.



INS PIRATION PALE INDIGO SEW FIERCE/ 2014.

VFN01 POR KREMB DE LA KREMB/ 2013.

CONTEXTO INTERNACIONAL

AMBIENTE POLÍTICO

LIMITACIÓN *CROWDFUNDING* EN ESPAÑA

Ley de Fomento de la Financiación Empresarial que busca regular las donaciones en las plataformas de crowdfunding por parte de las empresas es de 1 millón de Euros como tope máximo.

La ley también buscaba limitar los proyectos no podrían superar el millón de euros y los donantes se verían limitados por una donación máxima de 3.000 euros, 6.000 euros anuales. Pero esto no se llevo a cabo debido a estudios realizados que indicaban perdidas de 80% en el capital invertido y 40% por parte de los inversores.

NACE LA ASOCIACIÓN EUROPEA DE EQUITY *CROWDFUNDING*

-Austria, Belgica, Bulgaria, Estonia, Finalandia, Francia, Irlanda, Italia, Reino Unido y España integran la asociación Europea de Equity *Crowdfunding*. Se estima que para el 2025 sean 92.000 millones de Euros de capital invertido. El capital maximo es de 50.000 Euros y deben tener un seguro de responsabilidad minimo de 100.000 Euros. La recaudacion maxima de 1.000.000 Euros por proyecto

INDIGO DYE FROM INDIA BY JEN GOFF/ 2013.

HOW TO WEAR BOYFRIEND JEANS -WE HEART IT /2014.

C O N S U M I D O R E S

INVESTIGACIÓN

Están dispuestos a invertir entre $10.000 y $50.000 ANUALES.

Si los beneficios se convierten en algo muy atractivo estarían dispuestos a invertir mas de $50.000. (Descuentos o valor del producto).

-Donarían una sola vez.
-Llamativo gráficamente.
-Volverlo un movimiento, algo que esta de moda.
-Recaudo online.

• ¿Quién Compra nuestro producto o servicio?
Diferentes marcas y diseñadores interesados en brindar una experiencia única a sus compradores. Se busca brindar la oportunidad de financiamiento para hacer realidad los proyectos de aquellas personas que no tienen la capacidad económica y necesitan un empujón para abrirse un espacio dentro del mercado. También es un espacio para hacer pre lanzamientos de productos.

• ¿Quién influye en la decisión de compra?
Dentro de la decisión de compra influyen directamente los colaboradores, esas personas que por medio de donaciones o prestamos brindan la posibilidad de hacer realidad los proyectos con los que se sienten identificados.

• ¿Qué es lo que el consumidor compra?
Los consumidores desde el lado de las empresas y los nuevos diseñadores creen en la posibilidad de la innovación y la experiencia. Compran un paquete de servicios donde pueden hacer muchos de sus proyectos una idea tridimensional.

• ¿Qué necesidades deben ser satisfechas?
Necesidad de crear y brindar experiencia, la innovación, propuestas que ayuden a la investigación de mercados, necesidad de un apoyo financiero.

P R E S U P U E S T O

PAUTEFACIL.COM

ANUNCIOS DE TEXTO POR SUBASTA
Valor mínimo inversión $500.000

MODELO SUBASTA CONSERVADORA
Precio mínimo de clic $450
Precio mínimo de oferta $650

MODELO SUBASTA AGRESIVA
Precio mínimo de clic $250

ANUNCIOS DE TEXTO:
En tres líneas donde se incluye la pagina web y los servicios de la empresa.

PAGOS ONLINE

INSCRIPCION A PASARELA DE PAGOS
$ 2.712.000

PAGO MENSUAL DE PASARELA DE PAGOS
$ 525.000

FASHION SKETCHBOOK POR PAULINE VAN DONGEN-2014.

RESUMEN

FOTOGRAFÍA POR LAURA ARISTIZÁBAL/ 2014.

CONCLUSIÓN GENERAL

Colombia cuenta con un potencial económico en los nuevos talentos, los pequeños empresarios que se abren paso dentro del mercado local al ofrecer productos de calidad, diseño excepcional y valor agregado, con la situación problemática de no poder satisfacer la demanda de los consumidores extranjeros porque las barreras financieras solo permiten una producción pequeña que abastece el pedido interno.

La plataforma de financiamiento colectivo solucionará solucionar la dificultad de la ausencia de capital para la producción, mitigará el factor de perdida en las colecciones que no tienen acogida en los compradores; y se convertirá en herramienta de pretail donde se hará un prelanzamiento de los productos para analizar si su producción es o no viable.

Las limitaciones financieras de varios diseñadores afectan directamente el sector de la moda en Colombia, reduce la creación de empresas, de generación de empleos, de cumplir con las demandas de los mercados local y global; minimizando la producción, la apertura de tiendas, la posibilidad de expandir las colecciones y generar nuevos procesos de oferta y demanda; afectando el desarrollo del país en este tema.

El financiamiento colectivo es la solución a esta problemática; por eso es necesario abrir un espacio digital de apoyo financiero que capte la intención de las personas interesadas en donar recursos económicos para el soporte de la industria de la moda y los talentos emergentes.

CAMPAÑA KSUBI A/W 2013.

CONSULTADO 29/10/2014 http://stylisaque.com/wp-content/uploads/2013/02/fashion-ave-image.jpg

CONSULTADO 29/10/2014 http://www.morcade.net/boyfriend-jean-kombinler/boyfriend-jean-kombinler/

CONSULTADO 13/10/2014 http://www.tfkportfolio.com/fashion/

CONSULTADO 13/10/2014 http://blog.refinddenim.com/wp-content/uploads/2014/06/CT-ROSEYT-SHOT1-010.jpg

CONSULTADO 14/10/2014 http://www.ulicastylu.pl/2014/04/queens-of-streets.html

CONSULTADO 14/10/2014 http://thejeansblog.com/-jeans-advice/how-to-wear-triple-denim/

CONSULTADO 13/10/2014 http://stellytreats.blogspot.com/2014/06/trend-ripped-jeans.html

CONSULTADO 13/10/2014 http://www.stilo.es/showroom/2011/03/21/sportmax-codecamp-paa-primavera-verano-2011/

CONSULTADO 13/10/2014 http://themirroronthewall.com/denim/

CONSULTADO 13/10/2014 http://nathaliehelgerud.com/2012/02/

CONSULTADO 11/10/2014 http://www.theculturerest.com/2012/03/12/meet-laura-siegel-the-fashion-worlds-hottest-new-eco-designer-empowering-artisans-in-developing-nations/

CONSULTADO 21/10/2014 http://www.glamourboysnc.com/2013/05/glamour-magazine-france-june-2013-ataxi-deng.html

CONSULTADO 14/10/2014 http://www.newrooseveltinitiative.net/2014/07

CONSULTADO 14/10/2014 http://fashion-diaries.com/street-style-mbtwa-por-las-calles-de-sydney/

CONSULTADO 14/10/2014 http://takarade-sign.com/wordpress/

CONSULTADO 14/10/2014 http://colaistedhulaighinteriordesign.files.wordpress.com/2013/01/dsc_0013.jpg

CONSULTADO 21/10/2014 http://4.bp.blogspot.com/-QSaf8U8s42E/UYJcjSrQm-cI/AAAAAAAD6LE/g2wwqH8hGFs/s1600/IMG_7081.PNG

CONSULTADO 21/10/2014 http://alixdebeer.com/ripped-jeans/

CONSULTADO 21/10/2014 http://4.bp.blogspot.com/-QSaf8U8s42E/UYJcjSrQm-cI/AAAAAAAD6LE/g2wwqH8hGFs/s1600/IMG_7081.PNG

CONSULTADO 30/10/2014 http://laijingjingzhou.wordpress.com/

CONSULTADO 14/10/2014 http://www.pinterest.com/pin/147000375312639023/

CONSULTADO 19/10/2014 https://sewfierce.files.wordpress.com/2014/08/108.jpg

CONSULTADO 21/10/2014 http://www.krembdelakremb.com/vogue-fashion-night-out/vfno1/

CONSULTADO 14/10/2014 http://www.kubilha.com/entrevista_ana_oj/

CONSULTADO 14/10/2014 http://www.anamol-style.com.br/2013/01/cool-brands-ksubi-aw-2013.html

CONSULTADO 14/10/2014 http://1.bp.blog-spot.com/-aleAd8p-Ai0/UQlf0Ydtz-kI/AAAAAAAAA60/c_gGI9NJvPI/s1600/804535-1_l.jpg

CONSULTADO 13/10/2014 http://aksharamon-line.com/wp-content/uploads/avatar/jeans-san-dals-shoes-etsy-1.jpg

CONSULTADO 13/10/2014 http://www.chamafash-ion.com/wp-content/uploads/2013/10/IMG_54881.jpg

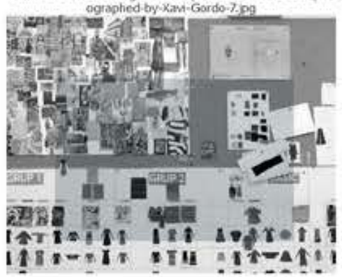
CONSULTADO 14/10/2014 http://asl.pe/inspiracion/e-studia-moda-en-menos-de-4-meses/

CONSULTADO 30/10/2014 http://kitten-ink.com/2014/06/10/betts-boots/

CONSULTADO 24/10/2014 http://lecho-draui.com/wp-content/uploads/2012/11/la-model-la-mafia-Davinia-Pelegri-x-Elle-Spain-November-2012-pho ographed-by-Xavi-Gordo-7.jpg

CONSULTADO 24/10/2014 http://gloryboon-blog.com/tag/how-to-wear-boyfriend-jeans/

CONSULTADO 19/10/2014 http://www.amateurgirlz-porn.com/wearing-jeans-the-sum-mer-should-not-banned-from-your-wardrobe/chelseacrock

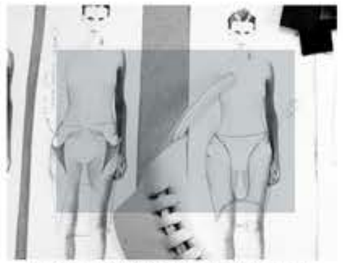


CONSULTADO 19/10/2014 http://www.surka-na.com/blog/tag/surkana/page/3/

CONSULTADO 22/10/2014 http://seekyourstyle.com/-category/outfits/

CONSULTADO 21/10/2014 http://www.pinter-est.com/pin/154107618472621188/

CONSULTADO 29/10/2014 http://www.highsnobi-ety.com/files/2012/11/a-begin-ners-guide-to-raw-denim-0-600x360.jpg



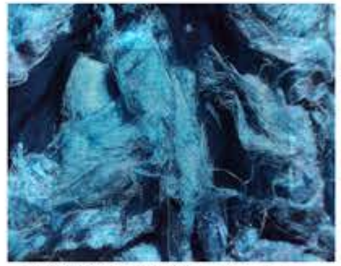
CONSULTADO 14/10/2014 http://www.pinter-est.com/pin/404057397791304390/

CONSULTADO 14/10/2014 http://www.photo-do.com/imgs/articles/1818/tamron90mmjeans.jpg

CONSULTADO 07/11/2014 http://regresoacolombia.-files.wordpress.com/2010/08/dscn1286.jpg

CONSULTADO 04/11/2014 http://anamaya.blog-spot.com/p/info-about.html

CONSULTADO 04/11/2014 http://thegirlwithth e bun.wordpress.com/2013/10/09/4-ways-to-wear-jeans-and-heels/



CONSULTADO 04/10/2014 http://i.pics.livejour-nal.com/julianna_sca/47909453/7391/original.jpg

CONSULTADO 01/11/2014 http://thehaute-looks.com/tag/boho/

CONSULTADO 14/10/2014 http://www.kubil-ha.com/entrevista_ana_oj/

CONSULTADO 10/11/2014 http://www.vanguardseat-tle.com/2014/09/27/j-crew-madewell-denim-drive/

CONSULTADO 14/10/2014 http://1.bp.blog-spot.com/-aleAd8p-Ai0/UQlf0Ydtz-kI/AAAAAAAAA60/c_gGI9NJvPI/s1600/804535-1_l.jpg