

TECNOLOGÍA PARA LA MODA: SU SIGNIFICADO Y POR QUÉ ES IMPORTANTE



POR: JESSICA HEMMER
DIRECTORA CREATIVA
DE HEMMER DESIGN

La expresión “tecnología para la moda” suena inmensa y técnica. En realidad es bastante accesible. La experimentamos en todas partes, todos los días. Desde las telas que tocamos hasta las tiendas donde compramos, la tecnología para la moda está en todas partes de nuestra cultura. Jennifer Margolin, fundadora de Social Edge Summit, la describe como el espacio “donde la tecnología y la moda se han unido para crear formas más rápidas e innovadoras de diseñar, crear, conectar, educar, comercializar, comprar, y en última instancia, vivir la industria de la moda.” Las compañías han demostrado que esto puede ocurrir en todos los niveles: en la experiencia del cliente, el desarrollo de productos, incluso en el diseño de materiales. Para comprender el valor de invertir en tecnología para la moda, demos un vistazo a algunas compañías que han desafiado el status quo y han tenido éxito.

COMERCIO AMABLE CON EL CONSUMIDOR

Levante la mano si conoce a [Warby Parker](#). Tal vez lleve puestas unas de sus monturas en este momento. Yo sí. Entre a cualquiera de sus tiendas físicas o visite su página web, y verá y escuchará algo totalmente diferente de una tienda de gafas o una óptica tradicionales. Al unir una nueva tecnología como Find Your Fit con un servicio flexible (prueba en casa), Warby Parker eliminó los puntos de fricción en la experiencia de compra. Colocaron el poder en las manos del consumidor y, al hacerlo, inspiraron a una legión de clientes supremamente leales.

TECNOLOGÍA PARA LLEVAR PUESTA

La idea de una experiencia de marca sin fricciones adquiere un significado totalmente diferente en el contexto de [Wearable X](#), una marca de ropa con desempeño basado en tecnología. Pruébese uno de sus pantalones para yoga Nadi X, y prepárese para practicar yoga como nunca lo ha hecho. 10 motores hápticos y una serie de acelerómetros se han incorporado directamente en la tela para proporcionarle retroalimentación y corregir su posición en tiempo real. Mientras usted cambia de pose, un algoritmo de aprendizaje mecánico detecta su posición corporal y envía leves vibraciones para ajustar sus caderas, rodillas, y tobillos. Al igual que Warby Parker, Wearable X ofrece un servicio “por demanda” pensando creativamente sobre cómo utilizar la tecnología.

DESARROLLO DE MATERIALES DE AVANZADA

Si seguimos mirando, observaremos que la moda y la tecnología se pueden encontrar también a nivel celular. Al replantear la constitución física del algodón, los diseñadores e investigadores del programa Que hay de Nuevo en Algodón, del CCI, están cambiando la forma en cómo se sienten y funcionan las telas. Las fibras livianas, huecas, de [Solucell](#) por ejemplo, están diseñadas para regular la temperatura y mejorar el transporte de la humedad. El algodón siempre ha sido sinónimo de confort pero la tecnología patentada de Solucell eleva las apuestas. Al hacerlo, aporta más beneficios para el consumidor final.

Otro ejemplo es [Celliant](#), una matriz mineral patentada que se puede introducir en el núcleo del hilo. Durante el ejercicio, la energía lumínica electromagnética infrarroja

producida por el cuerpo es capturada por la matriz y luego reemitida para mejorar la oxigenación, el desempeño y la recuperación. Usando ropa desarrollada con Celliant, los consumidores sienten el poder de la tecnología para la moda desde el instante en que se prueban las prendas. A medida que estas innovaciones se incluyen en las especificaciones técnicas de los diseñadores alrededor del mundo, el impacto de la tecnología para la moda se va haciendo global.

Todas estas compañías están sobrepasando los límites de lo que nosotros, como consumidores, conocemos como posible. Están reinventando todos los pasos del viaje del consumidor, desde lo que se compra lo que lleva puesto y cómo se comparte. Eso es lo que me parece tan emocionante como diseñadora - todo está cambiando-. Cuando combinamos la ciencia, llámese química o big data, el diseño, y las percepciones de los consumidores, obtenemos magia en la moda. En algunos casos, el resultado está en sus monturas favoritas; en otros, es el futuro de la tela. Todo es tecnología para la moda y todo está ocurriendo en este momento.

Jessica Hemmer es la fundadora y directora creativa de Hemmer Design. Con su experiencia de más de una década en las industrias de ropa deportiva, moda, y materiales avanzados, entiende los mundos del diseño y la manufactura desde el punto de vista tanto de las marcas como de los proveedores. Su estudio ayuda a las empresas a identificar su lugar en el futuro, y colabora para crear el producto que los lleve allí.