



COLEGIATURA

IV COLOQUIO PERFIL ORIGINAL

Sofía Arango Estrada

7mo SEMESTRE

DISEÑO PROYECTO FINAL
2020-1

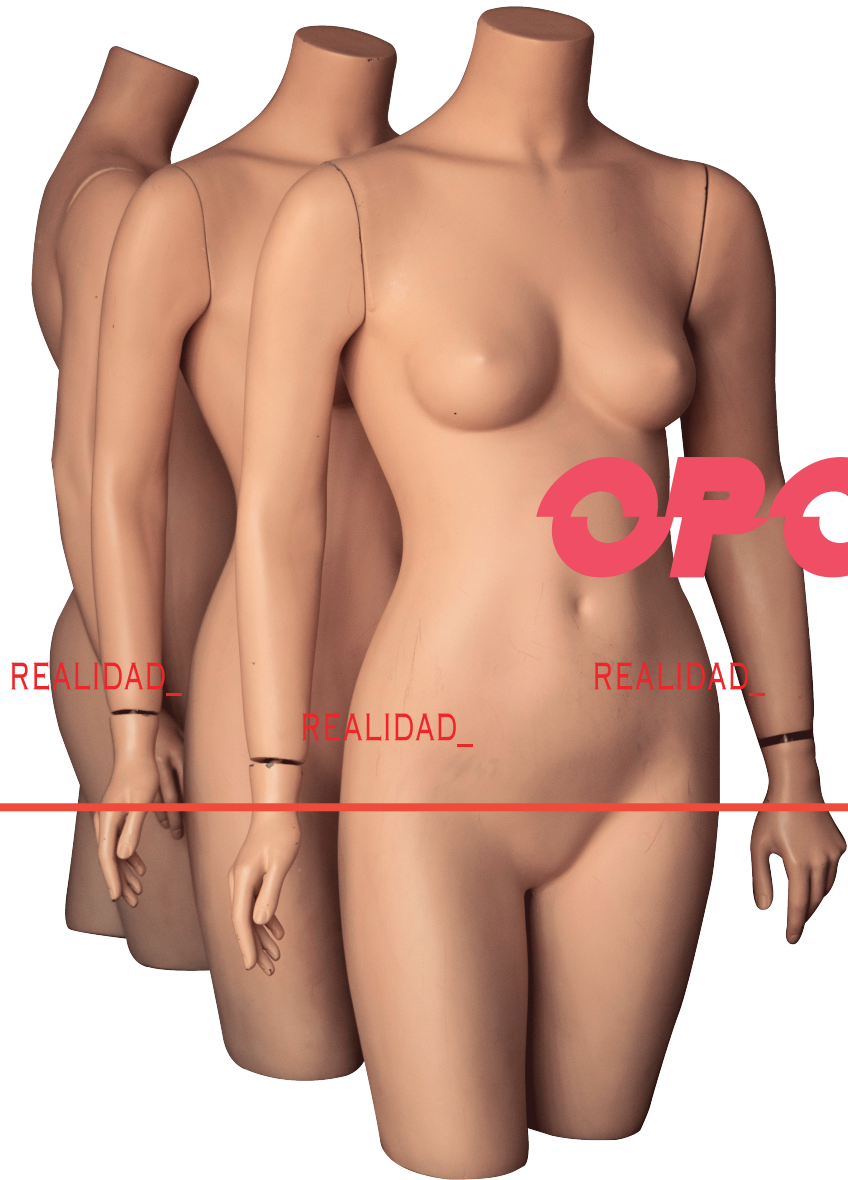


▼ VIRTUAL
■ FU
◦ SHION

LA IMAGEN CORPORAL ES LA REPRESENTACIÓN DEL CUERPO QUE CADA PERSONA CONSTRUYE EN SU MENTE (RAICH, 2000) Y LA VIVENCIA QUE TIENE DEL PROPIO CUERPO (GUIMÓN, 1999). UNA COSA ES LA APARIENCIA FÍSICA Y OTRA DISTINTA LA IMAGEN CORPORAL, PERSONAS CON UNA APARIENCIA FÍSICA QUE SE ALEJA DE LOS CÁNONES DE BELLEZA PUEDEN SENTIRSE BIEN CON SU IMAGEN CORPORAL Y DE MODO CONTRARIO, PERSONAS SOCIALMENTE EVALUADAS COMO BELLAS PUEDEN NO SENTIRSE ASÍ. LA APARIENCIA FÍSICA ES LA PRIMERA FUENTE DE INFORMACIÓN EN LA INTERACCIÓN SOCIAL, ES LA REALIDAD FÍSICA,.... (SALABERRIA, K.; RODRÍGUEZ, S.; CRUZ, S.: PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL)
(RESUMIRLO EN MIS PALABRAS)



UNA PLATAFORMA QUE FUSIONA LO REAL Y LO VIRTUAL



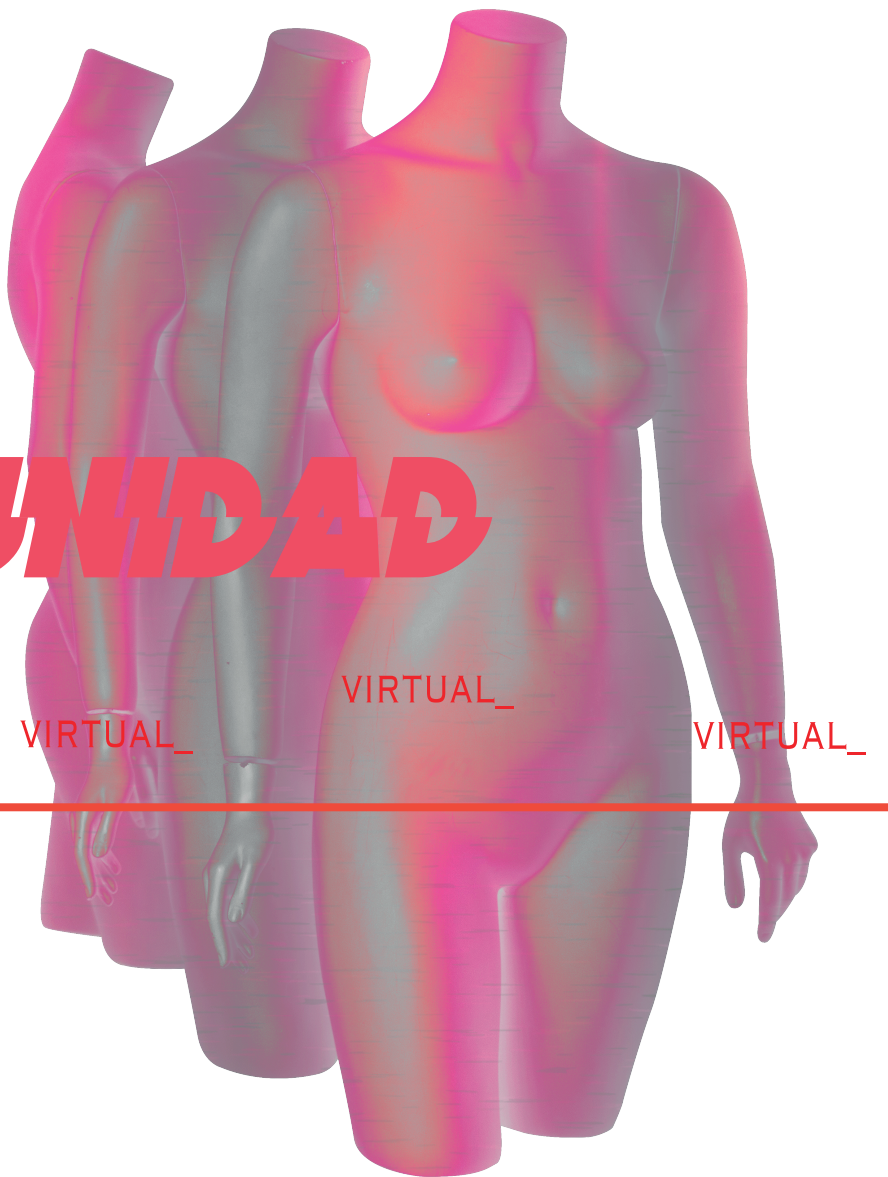
REALIDAD_

REALIDAD_

REALIDAD_

OPORTUNIDAD

VIRTUAL_
REALIDAD_



VIRTUAL_

VIRTUAL_

VIRTUAL_

REDES SOCIALES 6,7
PORTÁTIL 6,4
DISPOSITIVOS MÓVILES 7,4

EN EL AÑO 2021, HABRÁ 18
MILLONES DE PRENDAS TEC-
NOLÓGICAS EN EL MERCADO.

LA INDUSTRIA GLOBAL DE LA MODA
CRECIÓ EN EL AÑO 2018 ENTRE UN
3,5% Y UN 4,5%, .

JUSTIFICACIÓN



ALCANCE_

ACESSO A LA MODA_

RAPIDÉZ E INMEDIATEZ_

FUSION DE LO REAL Y LO VIRTUAL_

IMPACTO

VANGUARDISTA_

PRIVILEGIO_

TENDENCIA_

ACTUALIDAD

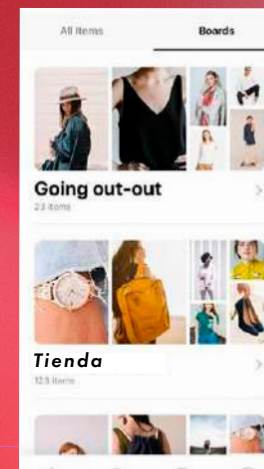
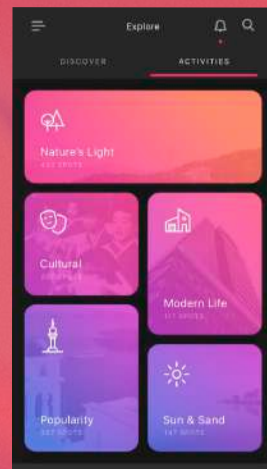
Evasión Virtual

*Crear nuevas realidades
mediante el diseño físico
con un prisma digital*

Pasado, presente y futuro colisionan en diseños
coloridos que se sitúan entre el mundo real y el online

Prada / Leif Podhajsky



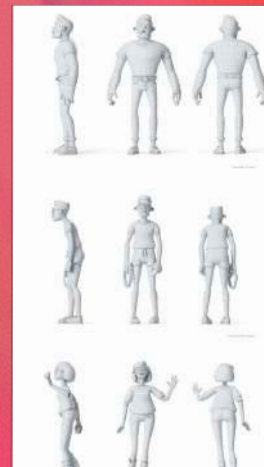


PANTALLA DE INICIO

HOME APLICACIÓN

▼ VIRTUAL
■ FU
! SHION

PROTOTIPO



DISEÑO DE AVATAR



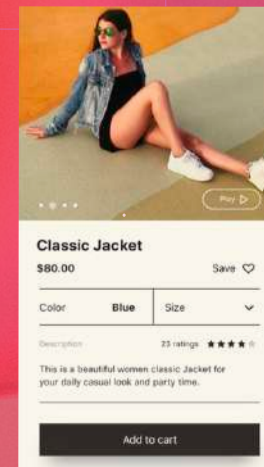
COMPRA VIRTUAL:

1. MAPA DEL LUGAR DE COMPRA

2. LISTA DE MARCAS.

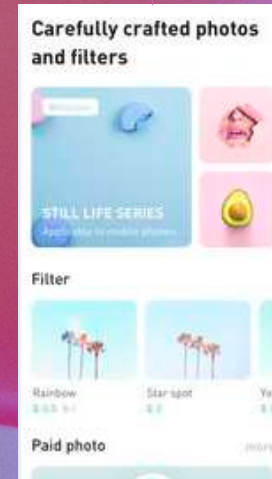
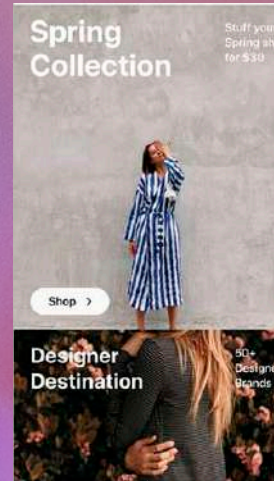
3. TIENDAS VIRTUALES

4. REDIRECCIÓN A LA TIENDAS FÍSICAS



▼ VIRTUAL FU % SHION

FEED: NOTICIAS DE MODA, TENDENCIA, INFORMACIÓN DE PERFILES SEGUIDOS.



PERFIL PERSONAL:
1. PRESENTACIÓN DEL AVATAR CON INFORMACIÓN CLAVE.
2. INFORMACIÓN GENERAL DEL PERFIL.

PHOTOBOOT:
1. SELECCIÓN DE ESCENARIO.
2. FOTO DEL LUGAR PARA INTERACTUAR.

TABLEROS:
1. GALERIA PERSONAL.
2. GALERIA GENERAL.

CLIENTE

CONSUMIDORES DE MARCAS

ES UN SERVICIO PRIVADO, DE ADQUISICION FRECUENTE, MAS NO ES
UN BIEN DE PRIMERA NECESIDAD.

USUARIO

MARCAS COLOMBIANAS

COMPONENTES GRÁFICOS

▼ VIRTUAL
■ FU
• SHION

VS VIRTUAL
FU
SHION

VIRTUAL
FU
SHION

VIRTUAL
FU
SHION

▼ VIRTUAL
■ FU
● SHION

▼ VIRTUAL
■ FU
● SHION

VIRTUAL
FU
SHION

VIRTUAL
FU
SHION

VIRTUAL
FU
SHION

VIRTUAL
FU
SHION

VS VIRTUAL
FU
SHION

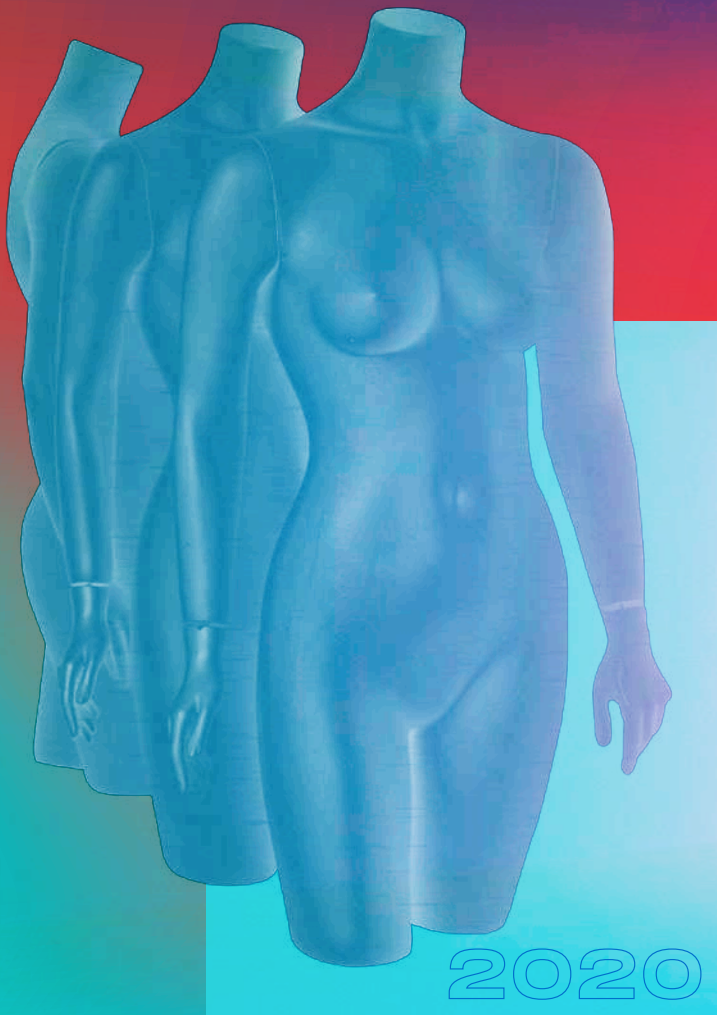
VS VIRTUAL
FU
SHION

VARRIAO COMES
VARRIAO COMES
VARRIAO COMES



▼ VIRTUAL
■ FU
◦ SHION

▼ VIRTUAL ■ FU ● SHION



▼ VIRTUAL
■ FU
◉ SHION

▼ VIRTUAL
■ FU
◉ SHION

▼ VIRTUAL
■ FU
◉ SHION

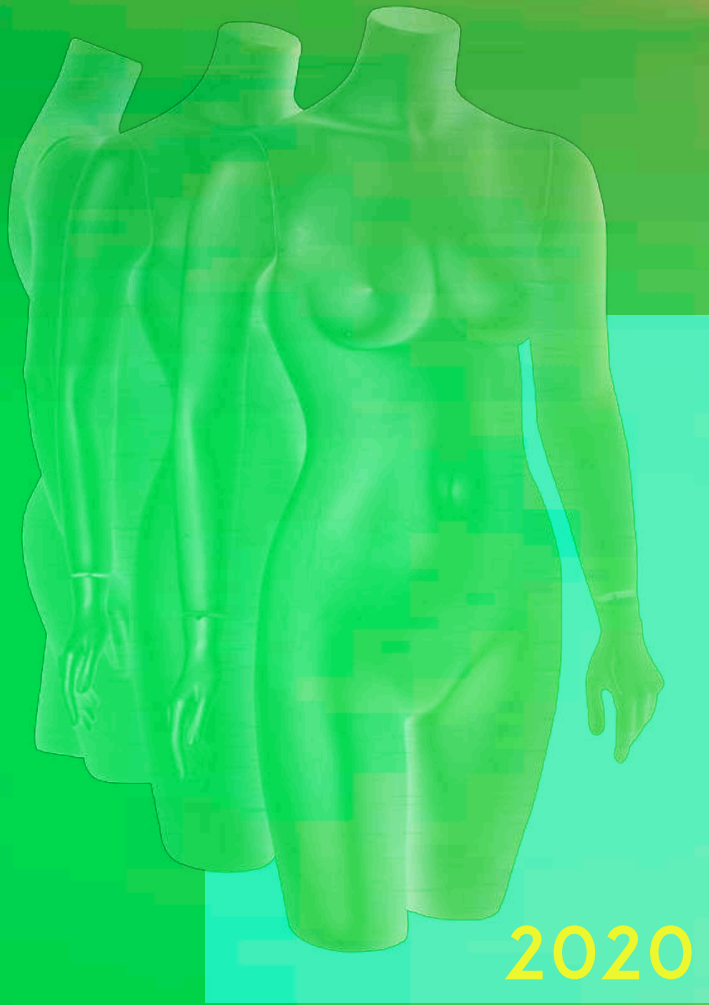
▼ VIRTUAL
■ FU
◉ SHION



▼ VIRTUAL
■ FU
● SHION















CREAR COMUNIDAD DESDE LA MARCA. VINCULACIÓN DE LAS PERSONAS
A UNA MARCA. REFORZAR LA CONEXIÓN QUE TENEMOS CON LAS MARCAS
LOCALES Y PROTEGER NUESTRA ECONOMÍA LOCAL.
CREAR UNA IDENTIDAD PROPIA MUY CLARA.