

Geometría Poderosa

Una estética que resalta la parte fuerte de la mujer. Una estética que remite a la fortaleza que resalta de la doble conformación del ser humano, con una parte femenina y otra masculina que ofrecen para dar paso a un ser perfecto que irradió poder con belleza, para ser casi inmortal sin ser empelagoso ni frágil.

Para resaltar este belleza, la geometría que propongo es clara y delimitada, donde el lugar también forma parte de un todo que entabla a primera vista.

Créditos:

Dirección de arte y estilo: Stefania Corral

Fotógrafo: Herold Rodríguez

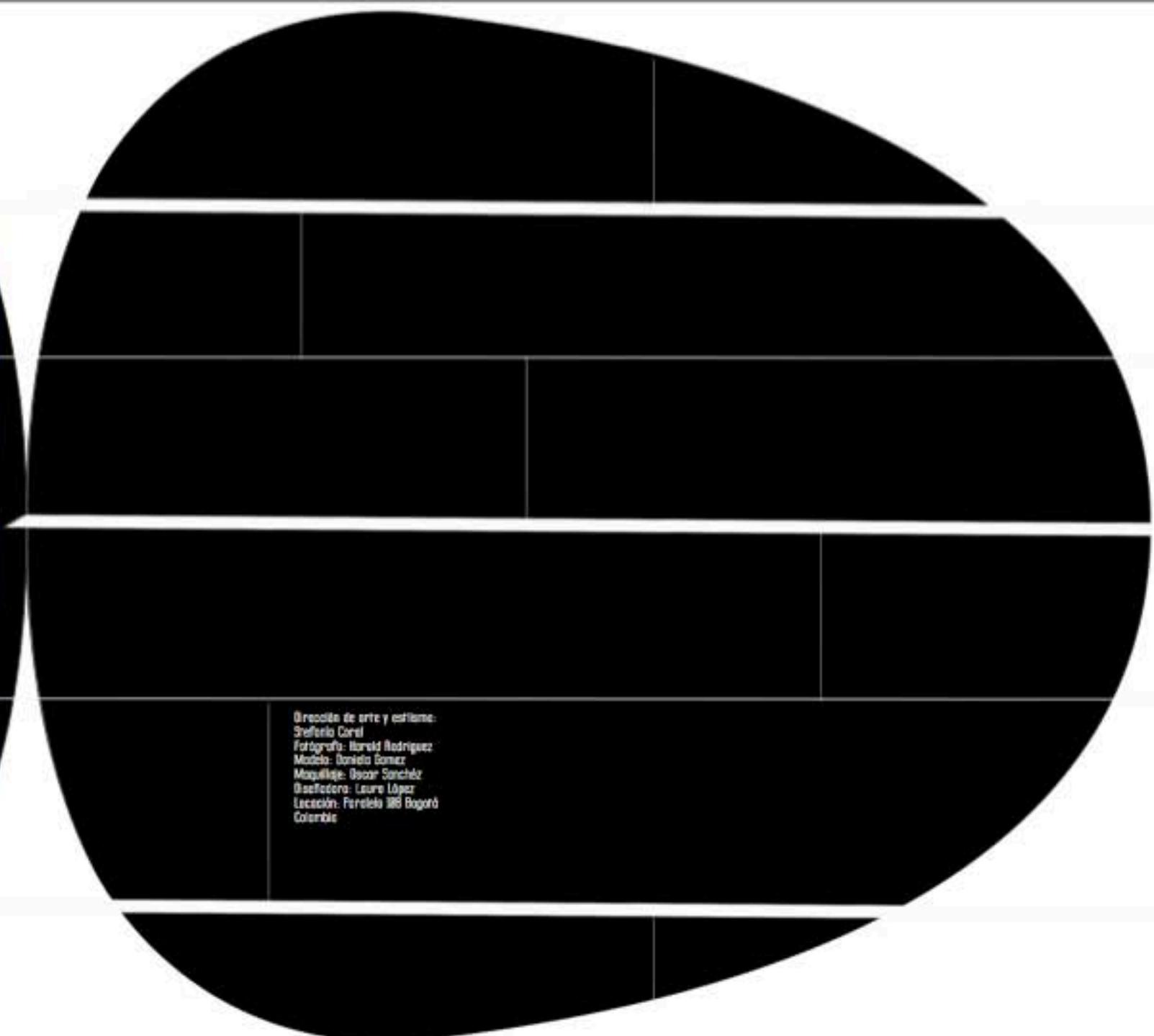
Modelo: Beatriz Gómez

Maquillaje: Oscar Sánchez

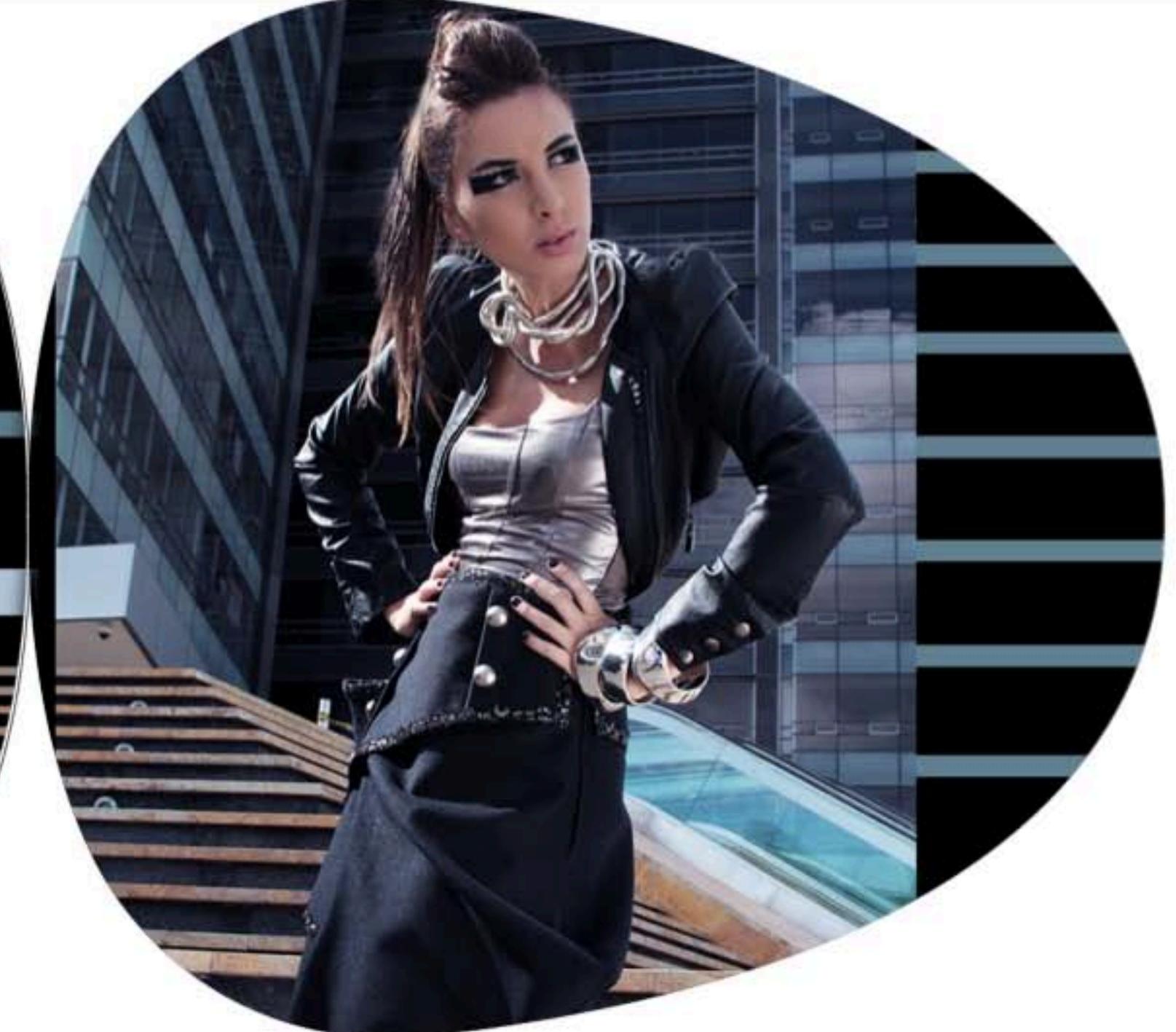
Desfile: Leura López

Desfile: Alejandra Castro





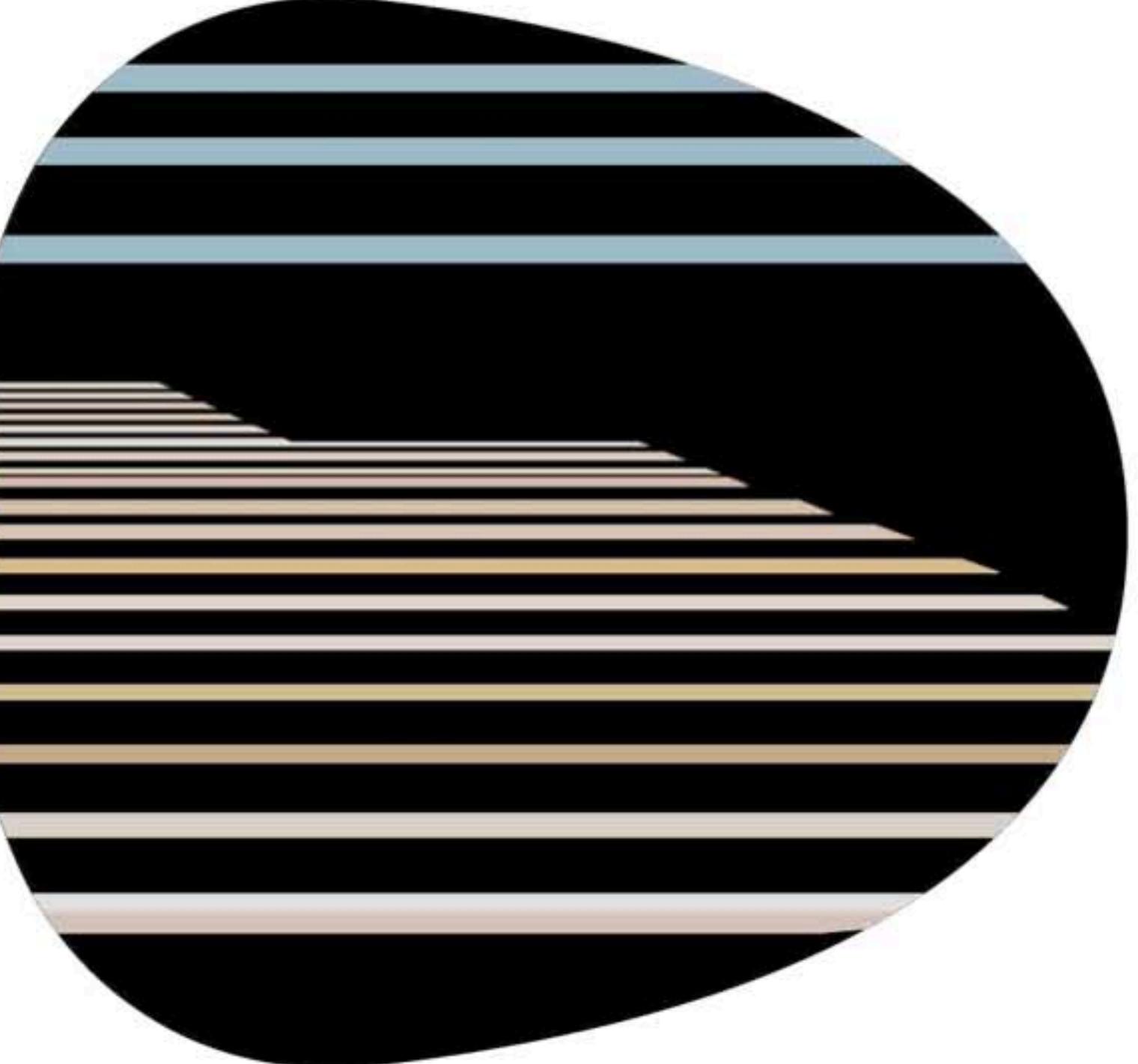
Dirección de arte y estilo:
Shefelia Corral
Fotógrafo: Horacio Rodríguez
Modelo: Daniela Gómez
Maquillaje: Oscar Sánchez
Estilista: Laura López
Locación: Parque 188 Bogotá
Colombia



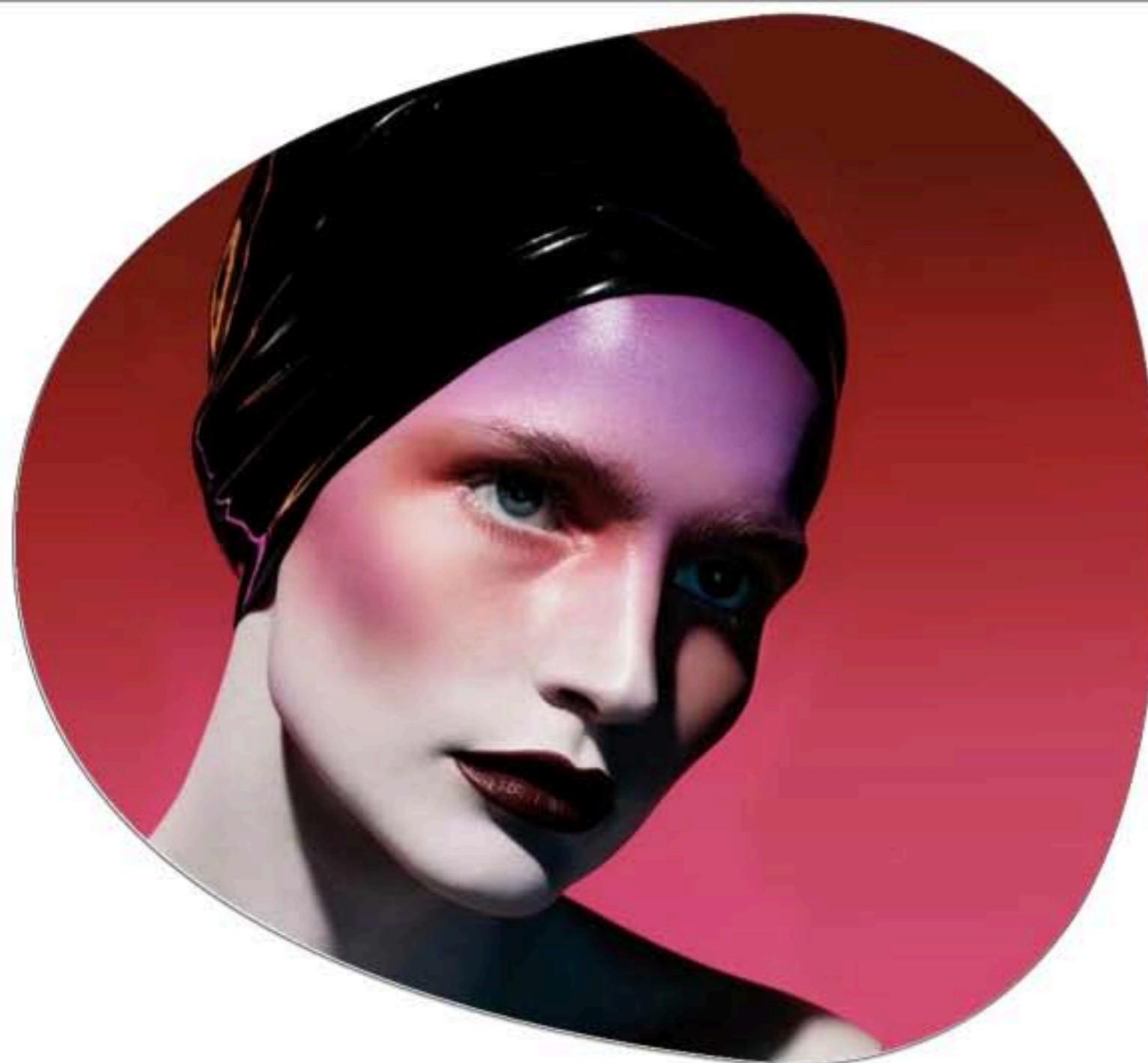
Dirección de arte y estilismo:
Sofía Coral
Fotógrafo: Hernán Rodríguez
Modelo: Beatriz Gómez
Maquillaje: Décor Sánchez
Desifodora: Laura López
Locación: Paseo de las Delicias
Cali Colombia



Dirección de arte y estilo:
Stefania Carol
Fotógrafo: Ronald Rodríguez
Modelo: Daniela Díaz
Maquillaje: Oscar Sánchez
Diseñadora: Laura López
Locación: Parquela 106 Bogotá
Colombia







Propuesta Artística



Concepto de Belleza Boudoir

La belleza como una doble composición donde el elemento natural será la mujer y el elemento cambiante será el maquillaje. Sin este segundo, la belleza no podría ser apreciada realmente.

"La belleza está hecha de un elemento eterno, invariable, cuya cantidad es extraordinariamente difícil de determinar, y de un elemento variable, circunstancial, que varía, si se quiere, por alternativas o simultaneamente, la época, la moda, la moral, la postura. Sin ese segundo elemento, que es como lo envoltorio divertido, cestellamente, operativo, del dulce dulce, el primer elemento sería indiferible, imprescindible, no imprescindible y no correspondiente a la naturaleza humana".

*El Poder de la belleza Moderna
Boudoirista*

Concepto general Esiku

Quito quieras ser hoy? Nombre de la composición: Tiene el poder de transformarte

Concepto: Transformación

Se acuerda al concepto del evento y de la marca; lo que se busca es hacer una demostración de maquillaje pero que no sea estética.

Se busca mostrar el concepto a través de la muestra de maquillaje y de una especie de pasarela para ir mostrando la transformación de la mujer durante el día.

No. 13 Esku (Pink) Diorama MAC "Dolce Draft" Junio 1987.
No. 14 Fuego Rojizo Diorama MAC "Dolce Draft" Junio 1987.



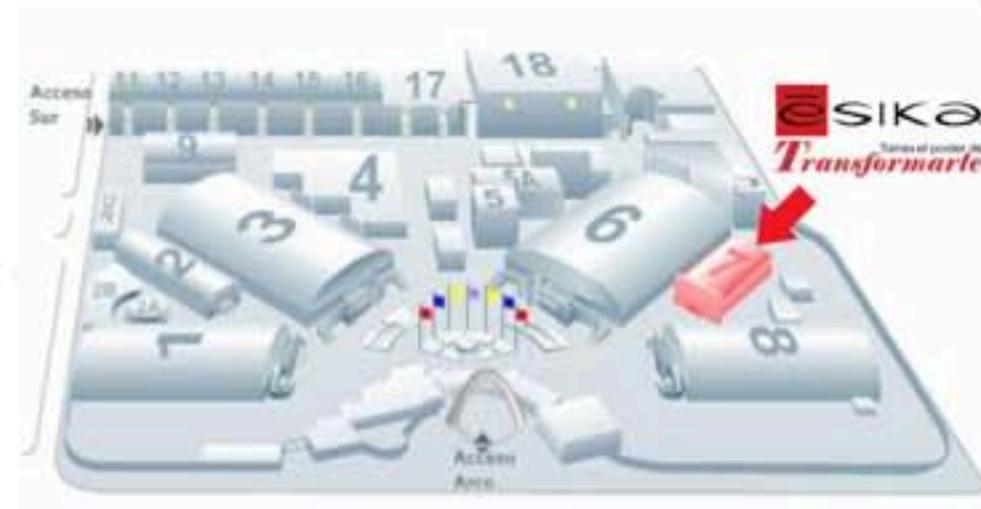


Reseñas

Fibelar 7 DIFERENTES
Área útil: 106,77 m²
Área Neta: 558,87 m²
Altura interior: 3,82-4,87 m
Tasa de uso: 15 aces.

Fuentes de acceso:
Sociedad
A: 3,98x2,82m
B: 2,22x2,58m
C: 2,55x2,77m
D: 2,58x2,79m
E: 2,27x2,48m

Nº 95: Piso exterior Edificio tipo C con
Área útil: 106,77 m²
Nº 96: Piso exterior Edificio tipo D con
Área útil: 106,77 m²





Cartier
Desarrollo y Posicionamiento de Producto



Este trabajo basó el desarrollo e posicionamiento de una Fragancia de la marca Cartier, para así asistir la categoría; sus fábricas, socios, autorizadas, distribuidores y apoyantes para luego preparar un nuevo perfume: sensual, romántico y conceptual que habla el mismo lenguaje de la marca y presente en un mundo segmento de mercados.

Sobre la Marca

Fundada por Louis-François Cartier en 1847 por Louis-François Cartier es reconocida como "la joyería de los reyes, la joyería de las joyas". Muy bien recordado por sus históricos joyas como el collar "Sobitary" para el Maharajá Indra Yadvindra Singh en 1928, o el Torreón, primer reloj de pulsera para su mejor amigo bronceado, el rey Edward VII en 1911, se ha destacado por sus piezas únicas que combinan tradición, herencia y elegancia. Esta prestigiosa marca actualmente pertenece al grupo de lujo Richemont.

En sus orígenes de joyas de lujo, requeridas para la coronación de tronos, reyes para países como Inglaterra, Portugal, Francia, Irlanda, Grecia, Serbia, Bélgica, Rusia, Egipto, Albania, México, Gales, entre otros, demostrando que la sofisticación y el lujo viene con una historia. Así como las joyas han sido objeto de deseos, la joyería, las fragancias, y los accesorios en general hacen parte de este mundo que se puede resumir en: LUJO, EXCLUSIVIDAD, TRADICIÓN, SERVICIOS, SALVAJEZA, ELEGANCIA.

Re: 1. Gato Puma, Le Temps, Rosado y Perfume Cartier P.D. - Versión Roja.
Re: 2. Página entera:
Casa de Cartier Cartierweb.com Mexico
TAC - Versión Roja.

Análisis de la Categoría de Fragancias

Perfumería de lujo. Haciendo de sus relojes y sus piezas exclusivas de joyería, Cartier es un creador master de fragancias inolvidables que evocan emociones intensas, porque selecciona ónixes ambarinas de Flores, frutas y naranjas amaderadas, cada una capturando el espíritu de perfección de la marca.



Re: 3. Eau de Cartier. Número de perfume: 102

DOFA Fragancias Cartier

Fortalezas

Comenzando con su sello sólido, la marca Parfumería de Cartier es sentir una vez segmentación muy clara, dirigida a un público dirigido de la tradición y el lujo, su plataforma virtual está disponible en varios idiomas facilitando la comunicación internacional de sus productos. El virtuosismo, los comerciales y en general, la pulcritud y consistencia de Cartier, es coherente con los valores de marca. Toda sus productos en cuero, dorado, oro y fragancia tienen buena profundidad cumpliendo los deseos deseos de los consumidores en todos los momentos de uso. Dentro de cada aroma se encuentran las series de Albert Marillas y Moshikito Laurent, quienes se le atribuyen las mejores creaciones artísticas de la casa.

Este perfume es tratado como joya por lo que se salta el embalaje y el diseño del envase sera usado para la conservación del lujo.



Nº 1 Baiser Volé de Cartier. Frasco 75 ml. Perfume 75 ml.

Dificultades

Entre las debilidades para la perfumería es la dependencia del lanzamiento de joyería para nuevos fragancias. En la parte de comunicación la plataforma virtual puede ser mejor explotada si establece todo la información de los precios al igual que los precios en cada uno de los países y, finalmente el embalaje podría aprovecharse más para comunicar la esencia de la marca.

Oportunidades

De manera general entre los valores de la marca pueden ser manejados de una manera un poco más arraigada para aprovechar el segmento único en el que ha nacido.

La posibilidad es convertir poco a poco las tiendas virtuales que crecen con el concepto de la marca aprovechando las tiendas físicas que surgen en los mercados emergentes y aprovechar el posicionamiento para vivir más allá de la marca. El TLC con EEUU es un buen contexto para empezar a explorar estas oportunidades.

Amenazas

Como principales peligros para el sector de fragancias la presión y las intenciones estarán siempre presente. El cambio en la concepción de lujo por países emergentes así como la retroceso en gastos y la crisis económica han llevado a mercados consolidados para la marca en Europa y Norteamérica.

Nº 1 Flacon Soie. Baiser Volé de Cartier. Frasco 75 ml. Perfume 75 ml.





OndadeMar

Gerencia y Manejo de Marca

OndadeMar

El fin de este trabajo es ayudar y acompañar en la tarea de la mejor dirección de gerencia de mercados - o la propuesta por parte de Ondade Mar sobre el lanzamiento de nuevos productos, bien sea por extensión de línea al universo *lencería e estrenamiento de marca* con un nuevo universo de ropa. Para esto ha sido importante entender la marca, los anejos de los consumidores, los cambios del mercado y el posicionamiento nacional e internacional de la marca.



Misión

Acerca de la Marca

Fundada hace 18 años en Medellín, Colombia por Juan Rueda. Ondade Mar se creó bajo el concepto de marca de vestidos de baño de lujo.

Con el transcurso de los años la marca ha sido considerada Antidote, diseñando prendas con un diseño hermoso y delicado artesanal para resaltar la belleza natural de la mujer, obteniendo de contar con altos estándares de calidad y sofisticación.

Tras la adquisición de la marca por el grupo inversorista colombiano TRICEL PARTNERS, quienes manejan empresas como Ferrolana, Breea, Etiqueta Negra, Peticapitalera, BML, ACEDE y TELSA, la marca se ha podido posicionar a nivel internacional.

Visión

Ser reconocida internacionalmente en el 2025 como marca de lujo, que provoca una línea total de productos para un estilo y experiencia de vida, siguiendo tendencias mundiales con el sello de lujo y sofisticación.

Valores de Marca

Presentes en cada pieza diseñada por Ondade mar, cada una de sus creaciones deben reflejar siempre, sofisticación, feminidad, en este caso [elegancia] y lujo.

Misión

Ofrecer vestidos de baño de lujo y complementos para la playa, con altos estándares de calidad, materiales y diversidad de colores, que abarcan desde la prendas casuales hasta las más sofisticadas.

Target

Ondade mar va dirigido a una mujer entre los 25-45 años, sofisticada, relajada y elegante, se apasiona por el viaje, amasado con los colores y muy pendiente del mundo de la moda.

Es una mujer global, que le gusta recorrer lugares, viajes, ropa y experiencias, siendo de ser compradora en el punto con gusto por hacer un viaje con objetos digitales. Tiene acceso a lo tecnológico y digital usando dispositivos móviles como: laptop, tablet y smartphone para comunicarse con sus amigos y familiares.

Rc: 2 Estilo clásico. Alta calidad de tela. Aireada. 100% algodón orgánico.
Rc: 3 Moda clásica. Lencería de baño. 100% algodón orgánico.

*Bojo el
Cuidado de Hoda*

Como curador del Metropolitan Museum, Harold Hoda, cuida con gran sensibilidad el arte, los objetos y las ideas que contienen los muestras de míticas colecciones como si fuera un relato y describiera el por qué de hechos históricos y culturales en la sociedad, romiendo la moda como base.

No. 18 Alexander McQueen, "Dionysus Beastie"
Metropolitan Museum of Art 1995. Fotografía: capital.
No. 29 Fugue caperucita
Alexander McQueen " Savage Beauty". Metropolitan
Museum of Art 1995. Fotografía: capital.



ALEXANDER McQUEEN
SAVAGE BEAUTY

"A pesar de la globalización , el estilo en las calles mantien su identidad, de la misma manera que un museo muestra la identidad de la huella que dejan"





berald coincide de que la inspiración viene de profundos asuntos sociales y culturales entre los que, sobre todo, se incluye la interpretación y hacer que resuenen en el contemporáneo de la moda.

Basar la inspiración a todos los personajes mundiales que tenemos en el imaginario, de los cuales muchas veces no nos atrevemos o pensamos que es más importante la hora de escoger los temas que se presentarán en exhibición entre el mundo en el museo.

Ser curador, a mí, significa "alguna que todo", sin embargo, actualmente un curador es quien eligió y decide cuáles son los temas que se presentarán en su museo, aquellos que logrando ser un éxito en la sociedad y pueden comunicar un mensaje claro. De la misma manera que elige cada cosa dentro, cada idea dentro de la feria en tanto exhibe las ideas para reflejar una historia sin problemas y sólo con encantos descriptivos que permitan al espectador identificar ese mensaje.

Bernal hace, para poder lograr este objetivo, si inscribir su muestra importante en la historia a través de referentes en el contemporáneo, toma la moda como base, pues para él es hoy mejor traducción de lo que sucede en la sociedad que aquello que se vive día a día.

Dentro curador del Museo Metropolitano de Arte, del Gabinete científico, en rece-

sión tener una gran habilidad para apreciar el arte en cualquier manifestación, especialmente, habiendo del mundo de la moda.

Imperando este horizonte en 1945, cuando un grupo de militares decidieron que la mejor manera de difundir la cultura occidental y la manera de vida de los americanos a todos los integrantes que llegaban a Estocolmo, decidieron organizar e implementar una serie de diversiones para hacer tránsito y mostrar su estilo de vida.

Una vez hecha esta conexión entre se dice que estos eventos que eran lo suficientemente especiales para ilustrarlos en las maletas conservando lo mismo, pero sin necesidad de personificarse. Fue así como Bernal llevó todo esto bajo una modalidad y arte en un lugar y su posible posterior a lo largo de todo momento su historia.

La primera trabajo profesional como curador fue en MI en asociación con Richard Martin, uno de los elevados más significativos en su vida y carrera, porque fervientemente vivió en un mundo de ideas, en uno casi lleno de libros, un ambiente un poco hermético pero lleno de integración.

En un viaje, tanto la idea de hacer una muestra de moda y vestimentas de la cual no había muchos maestros, pero gracias a la investigación de todo fue posible presentarla en colaboración delineando de Dali y fue en ese mismo año el inicio de grandes presentaciones juntando moda y arte. De mucha de sus presentaciones fue Serradell quien es para él quien mejor representa esa unión a los muchos otros que resultó

Re: M. Degas, primer director del Museo "Teatro Colón", Metropolitan Museum of Art 2001-Foto: Agf

