

FLAMINGOS & MALEY  
PRESENT

EST.

*Vintage*  
PHOTO STUDIO

2022

Noelia Navarro Delgado

# **PROYECTO FINAL - GRÁFICA INTERACTIVA**

Noelia Navarro Delgado

# INTRODUCCIÓN

**Vintage Photo Studio** es una nueva marca que nace de la fusión de dos empresas: Flamingos Vintage Kilo y Maley Photo.

La moda y la fotografía se unen para crear una nueva experiencia. Además de disfrutar de una sesión de fotos con el fotógrafo Maley, el cliente podrá alquilar prendas de ropa de la marca Flamingos Vintage, las cuales podrá adquirir al final de la experiencia si son de su gusto.

Este **Manual de Identidad Visual** describe las pautas para un uso correcto de la identidad visual de Vintage Photo Studio en las diferentes aplicaciones digitales.

Además, en este documento se recoge toda la **fase del proceso de trabajo** hasta llegar a la obra final.

El objetivo del manual es estandarizar la imagen, su reproductividad y versatilidad porque de este modo se pueda aplicar a cualquier medio de difusión digital.

Debidamente aplicado, este manual garantiza una imagen uniforme, atractiva y fácilmente identificable, optimizando la eficacia en sus comunicaciones.



# **MEMORIA DEL PROCESO**

**PROYECTO FINAL - GRÁFICA INTERACTIVA**

Noelia Navarro Delgado

# **CONTENIDO**

<b>FASE ANALÍTICA</b>	<b>13</b>
<b>FASE CREATIVA</b>	<b>81</b>
<b>FASE PROTOTIPAJE</b>	<b>147</b>

# FASE ANALÍTICA



**BRIEFING**  
**BENCHMARK**  
**ENTREVISTAS**  
**ENCUESTAS**  
**USUARIOS Y ESCENARIOS**  
**PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**  
**CONTRABRIEFING**

## BRIEFING

### ¿QUIÉN HACE EL ENCARGO?

Vintage Photo Studio es la nueva empresa creada por la fusión de Flamingos Vintage Kilo y Maley Photo.

Esta creativa idea junta fotografía y moda en un solo espacio, donde el cliente podrá realizarse una sesión fotográfica de la mano del prestigioso fotógrafo Maley, además de alquilar piezas de ropa de la marca Flamingos, que posteriormente podrá adquirir si son de su gusto.

### ¿A QUÉ SE DEDICA LA EMPRESA?

Vintage Photo Studio se dedica a crear una experiencia, donde el cliente podrá disfrutar solo o acompañado.

Consiguiendo las fotografías más naturales e íntimas y adquiriendo piezas de ropa vintage totalmente únicas. Acompañado en todo momento por el equipo, que hará que no falte detalle en la estancia.

Vintage Photo Studio pertenece al sector de la moda y la fotografía.

El cliente reserva la sesión fotográfica, detallando si será una individual o grupal, el número de fotos retocadas junto al formato de entrega y número de piezas de ropa, entre otros detalles.

### • OBJETIVO DE LA EMPRESA

El objetivo principal de la empresa es crear una experiencia para el consumidor, y que él así lo sienta.

Que el cliente disfrute de ese momento y quiera volver a repetirlo, e incluso regalarlo.

Vintage Photo Studio quiere hacer sentir al cliente como en casa, pudiendo llegar a personalizar cualquier detalle y conseguir así una experiencia totalmente única y personal.

### • VALORES DE LA MARCA

Los valores medioambientales de la marca son importantes, ya que buscan concienciar al cliente de que la utilización de prendas vintage no favorece a la contaminación textil. Para ello utilizan una tarjeta de agradecimiento en todas sus compras, donde se busca concienciar de estos hechos.

Por otra parte, otros valores los cuales definen la marca son la originalidad y la autenticidad, que destacan tanto en la ropa como en la fotografía.

### ¿QUÉ HAY QUE DISEÑAR?

La marca busca facilitar al cliente la pre y la post experiencia. Conseguir automatizar procesos, personalizar detalles pre sesión y dejarlos preparados para el gran día, así como dejar que el cliente escoja previamente el tipo de ropa que querrá utilizar, número de fotografías...

Para la parte post sesión, la marca está interesada en conseguir que el cliente tenga una fácil elección a las fotografías, así como la entrega de las mismas con el retoque final.

## BRIEFING

Como detalles extra, también sería de su agrado, poder contar con un espacio donde la marca pueda informar a sus clientes de los próximos escenarios y temáticas que tendrá el estudio, tanto de decorado como de estilo de vestimenta.

Por lo tanto, Vintage Photo Studio busca crear la aplicación que pueda satisfacer todas estas necesidades.

### OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

Los objetivos básicos de comunicación pueden ser:

- Describir del funcionamiento de la experiencia, ya que es innovadora.
- Informar al cliente de los próximos escenarios / temáticas / sets del estudio, tanto decorado como vestimenta.
- Facilitar la personalización de la sesión fotográfica y la entrega de fotografías originales y editadas.
- Concienciar de los beneficios que tiene el uso de la ropa vintage o de segunda mano.
- Animar al cliente a tener buen contenido en las redes sociales.

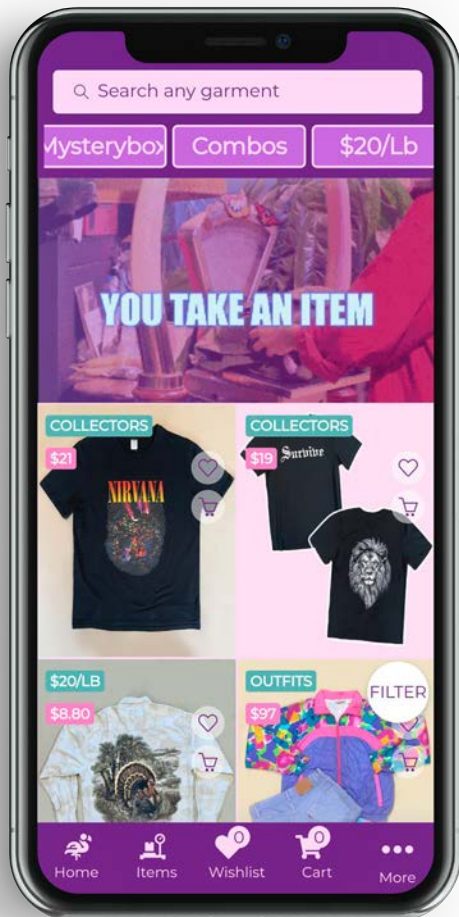
### ¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

- **Público Objetivo:** personas auténticas
- **Nivel socioeconómico:** medio-alto
- **Sexo:** cualquiera, pero especialmente mujeres
- **Edad:** 18-35
- **Trabajo:** relacionado con cualquier tipo de arte y cultura
- **Hobbies:** moda, música, fotografía
- **Motivaciones:** disfrutar el momento, conseguir fotografías llenas de autenticidad con ropa exclusiva
- **Publico Potencial:** personas que quieran vivir una experiencia diferente, que les guste crear contenido y todo tipo de moda, especialmente vintage
- **Situación actual:** la empresa acaba de crearse
- **Competencia:** estudios de fotografía y tiendas vintage o de alquiler de ropa



**BENCHMARK**

## BENCHMARK - FLAMINGOS VINTAGE KILO



### ELEMENTOS GRÁFICOS

#### Logotipo

No aparece en ningún lugar.  
Lo más parecido es un pictograma de un flamenco (animal representativo de la marca) en el botón “home” de la tab bar.

#### Paleta de color

- RGB: 98,30,130 / #621E82
- RGB: 179,95,214 / #B35FD6
- RGB: 247,118,188 / #F776BC
- RGB: 255,214,244 / #FFD6F4

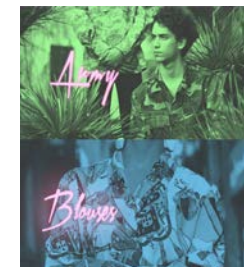
#### Tipografía

Se utilizan diferentes tipografías.  
Avenir 35 Light: palabras tap bar.  
Mixcase Unmixed: filtros, etiquetas de clasificación azules y precios.

### Características imágenes



Para fotografía de producto se presenta la prenda en fondo neutro.



En las portadas de las colecciones aparecen fotografías monotonas de modelos con las prendas

## BENCHMARK - FLAMINGOS VINTAGE KILO

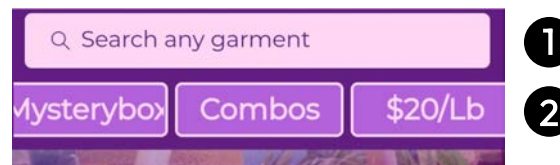


### RETÍCULA

Retícula de 2 columnas. Gutter: 3  
Sin márgenes.

### ESTRUCTURA DE LA PÁGINA

#### Header



- 1 Buscador de productos
- 2 Secciones de productos

### Body

En el body simplemente aparecen productos random de la tienda.

Cada producto cuenta con dos etiquetas: la sección y el precio.

Además, aparecen dos botones: añadir a favoritos y añadir a la cesta.



En la parte inferior derecha, podemos ver un boton llamado "Filter", que se dedica a filtrar los productos según las tallas.

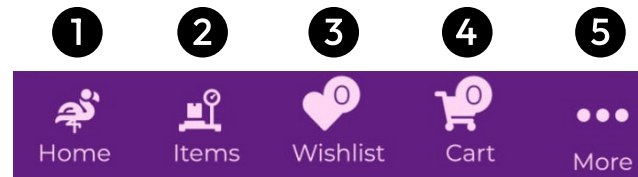


## BENCHMARK - FLAMINGOS VINTAGE KILO



### NAVEGACIÓN

A parte de las secciones de producto del header de la página, la navegación se realiza principalmente desde la barra de menú inferior.



- 1 Logotipo. Link al home
- 2 Categorías de producto
- 3 Productos favoritos
- 4 Cesta compra
- 5 Perfil usuario

### MULTIMEDIA E INTERACCIÓN

#### Video

La home está encabezada con un video de la marca, donde explica como funciona la ropa a peso.

#### BOTONES

Los botones que podemos encontrar son muy básicos: los de cada categoría, añadir al carrito o marcar como favorito...



## **BENCHMARK - FLAMINGOS VINTAGE KILO**

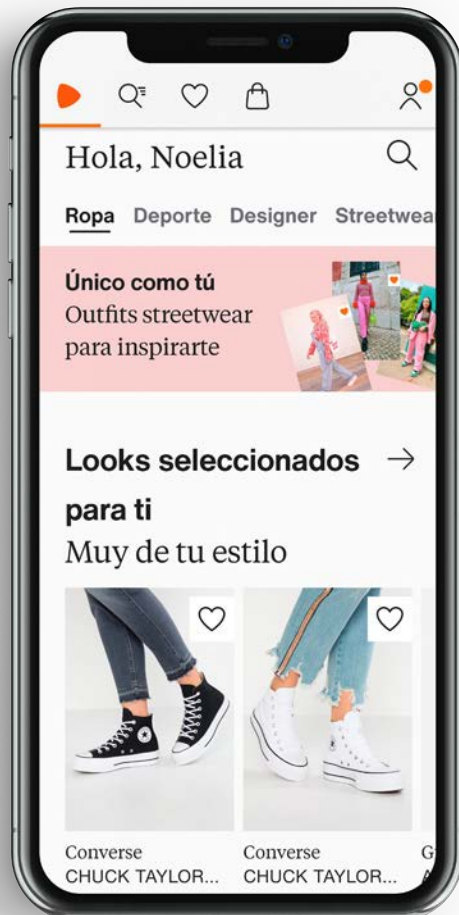
### **PUNTOS FUERTES**

- Estilo gráfico muy marcado, aunque no muy atractivo
- No te obliga a registrarte para comprar
- No hay publicidad

### **PUNTOS DÉBILES**

- Parece una adaptación de la web
- Saturación de colores. No hay contraste, ni blanco ni negro
- Mala navegación
- Mala calidad de las fotografías
- En el botón filter solamente se puede filtrar por talla
- Solamente aparecen productos en la pantalla home
- No recomienda productos
- No hay ofertas

## BENCHMARK - ZALANDO







### ELEMENTOS GRÁFICOS

#### Logotipo

En este caso, se presenta el isotipo de la marca en la tap bar superior. Concretamente en el apartado "home".

#### Paleta de color

-  RGB: 255,85,13 / #FF550D
-  RGB: 0,0,0 / #000000
-  RGB: 112,114,117 / #707275
-  RGB: 245,245,245 / #F5F5F5

#### Tipografía

Se utilizan diferentes tipografías.

FF Kievit Serif Book: palabras que se dirigen al consumidor y nombres de marca.

Neue Haas Grotesk Display 65 Medium: titulares y secciones.

Helvetica Roman: nombre producto.

#### Características imágenes

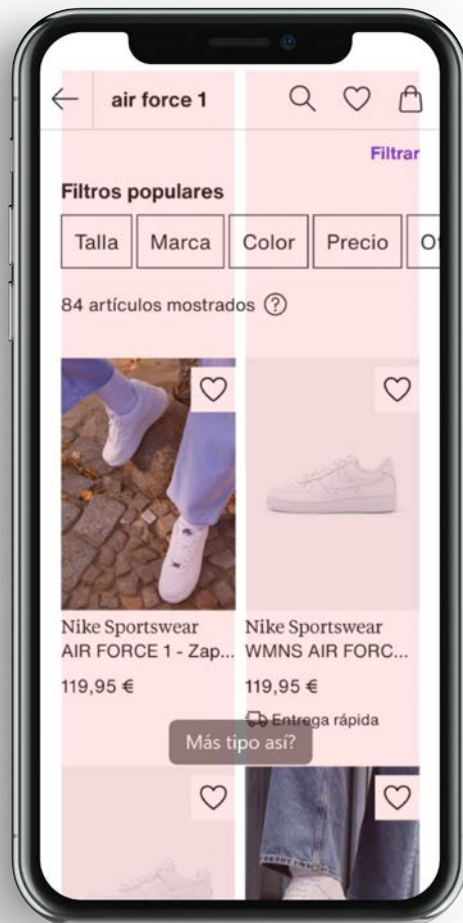


Para fotografía de producto se presenta la prenda en fondo neutro. Tanto con o sin modelo.



En las portadas de las colecciones aparecen fotografías editoriales representativas de la sección.

## BENCHMARK - ZALANDO



### RETÍCULA

Retícula de 2 columnas. Gutter: 10. Margin: 20.

### ESTRUCTURA DE LA PÁGINA

#### Header



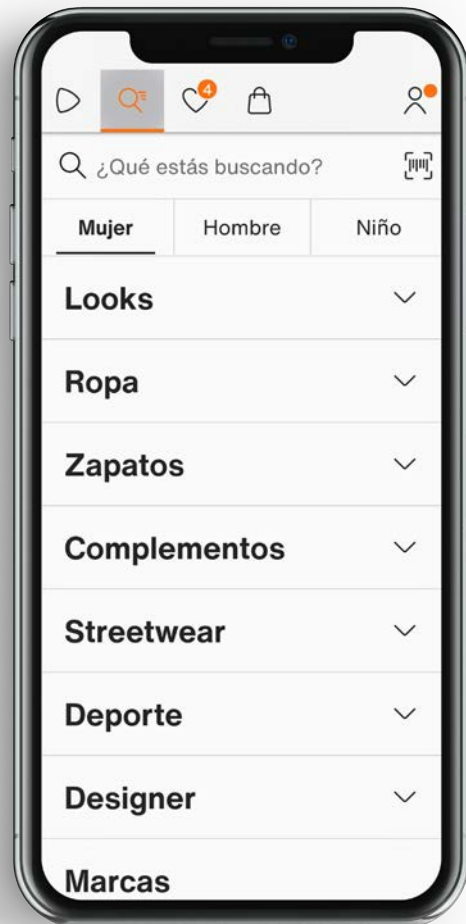
#### Body

El body puede dividirse en diferentes apartados que van apareciendo mientras el usuario hace scroll hacia abajo.

El orden es el siguiente:

- Galería de novedades
- Productos seleccionados para el usuario.
- Según sus búsquedas.
- Looks predeterminados
- Ofertas y descuentos
- Productos vistos recientemente
- Novedades
- Recomendaciones de tallas
- Colecciones

## BENCHMARK - ZALANDO



### NAVEGACIÓN

La navegación, a parte del encabezado, se realiza a partir del menú inferior que podemos encontrar en el buscador.

### MULTIMEDIA E INTERACCIÓN

#### Galería

La home está encabezada con una galería que pasa automáticamente fotos promocionales, artículos en novedad... Además, colecciones específicas se presentan con una imagen editorial.



### BOTONES

Los botones que podemos encontrar son los típicos, incluyendo en algunos el color corporativo de la marca.





## **BENCHMARK - ZALANDO**

### **PUNTOS FUERTES**

- Estilo gráfico muy marcado, minimalista y sencillo
- Buen uso del color
- Aparecen looks predeterminados según los gustos del usuario
- App muy completa, uenta con muchos apartados
- No hay publicidad invasiva
- Fotografías de producto limpias
- Fotografías editoriales de buena calidad en ñas colecciones
- Buena navegación, intuitiva

### **PUNTOS DÉBILES**

- Envío de notificaciones
- Demasiada información en la home

## BENCHMARK - BOOKSY









### ELEMENTOS GRÁFICOS

#### Logotipo

El logotipo de la marca parece centrado en la parte superior de la pantalla.

#### Paleta de color

-  RGB: 255,85,13 / #00A2AD
-  RGB: 0,0,0 / #000000
-  RGB: 134,135,135 / #868787
-  RGB: 255,255,255 / #FFFFFF
-   Degradado entre #0D292F y #3E3330

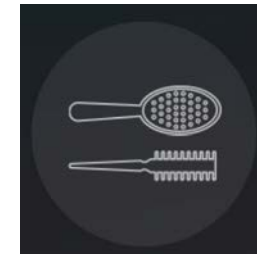
#### Tipografía

Se utiliza la familia Proxima Nova en sus diferentes estilos para marcar jerarquía de texto.

### Características imágenes

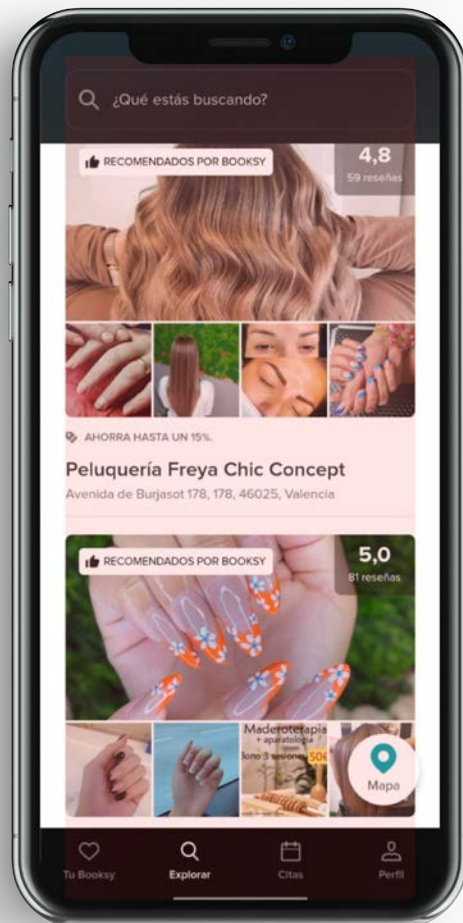


Son publicadas por las propias empresas. Habitualmente enseñando su logo, junto con fotos de los trabajos realizados.



Se utilizan pictogramas de línea fina para clasificar cada tipo de servicio.

## BENCHMARK - BOOKSY

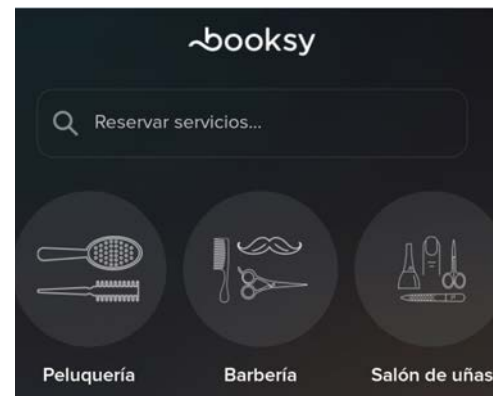


### RETÍCULA

Retícula de 4 columnas. Gutter y Margin: 23.

### ESTRUCTURA DE LA PÁGINA

#### Header



- 1 Logotipo
- 2 Buscador de servicios y empresas
- 3 Secciones de servicios

#### Body

En este caso, el body cuenta con dos apartados solamente:  
Ofertas especiales y empresas recomendadas por su alta puntuación en reseñas.

#### Ofertas especiales



**The Barbershop Lavapies**  
Calle de Jesús y María, 30, 28012, Madrid

#### Recomendado



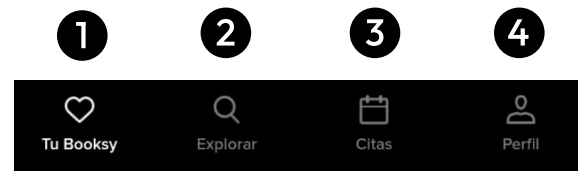
**BARBERIA DAMIAN**  
N-550, 86, 36194, Barro

## BENCHMARK - BOOKSY



### NAVEGACIÓN

La navegación de Booksy se hace principalmente desde la tap bar inferior.



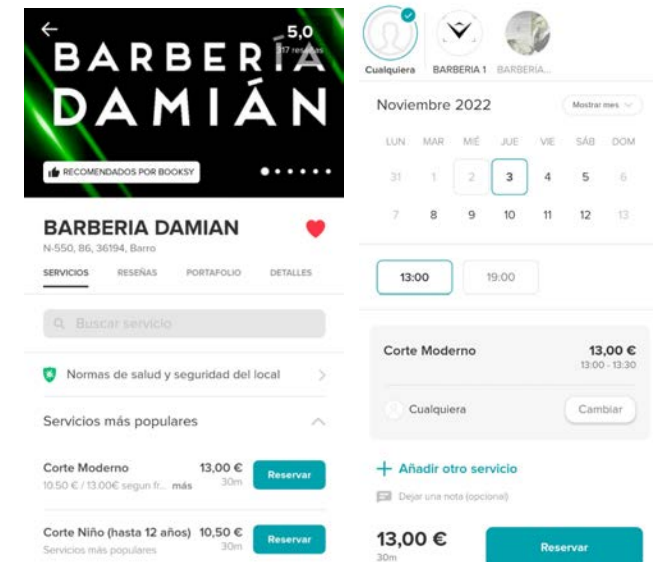
- 1 Home
- 2 Búsqueda servicios
- 3 Programación citas
- 4 Perfil usuario

### BOTONES

Un apartado interesante es cuando el usuario accede dentro del perfil de una empresa. Allí puede visualizar los servicios que realizan, leer reseñas de otros clientes, ver fotos de referencia y saber más detalles sobre el negocio.

A la hora de reservar aparece un calendario junto con las horas disponibles, especificando también el tratamiento que se realizará el usuario y la duración que tendrá.

En estas secciones destacan los botones por su color azul y su buena legibilidad.



## **BENCHMARK - BOOKSY**

### **PUNTOS FUERTES**

- Estilo gráfico limpio
- No hay publicidad invasiva
- Proceso de reserva comodo e intuitivo
- Información completa en los perfiles de empresa
- Fotografías limpias
- Reseñas reales de usuarios
- No hace falta registrarse para pedir cita
- Mapa

### **PUNTOS DÉBILES**

- Colores degradados de fondo
- Pintogramas demasiado grandes

## BENCHMARK - CONCLUSIONES

### ELEMENTOS GRÁFICOS

Para la app de Vintage Photo Studio interesa que la paleta de color sea neutra como la de Booksy y Zalando principalmente. Quedaría descartado totalmente un estilo gráfico como el de Vintage Pound, donde no se puede apreciar blanco ni negro, es todo color.

Para la tipografía lo mejor sería escoger una o dos familias, y utilizar sus diferentes estilos para marcar las jerarquías de texto.

### RETÍCULA

La retícula más adecuada sería de 2 o 4 columnas como Booksy y Zalando, para poder aprovechar al máximo la pantalla. Dejando también los espacios y márgenes necesarios para no saturar con tanta imagen o producto, cosa que hace Vintage Pound.

### ESTRUCTURA DE LA PÁGINA

En cuanto a la estructura de la página, sería válido tanto un menú en la parte superior como uno inferior. Priorizando un motor de búsqueda lo más completo posible, con sus respectivos filtros.

En el body lo ideal sería combinar fotos de productos junto con fotos de estilo editorial según las colecciones, tal y como hace la app de Zalando. Y evitar totalmente la estructura que tienen las otras dos aplicaciones analizadas, en las cuales no hay variedad de contenido.

### NAVEGACIÓN

La navegación de la aplicación debe ser fácil e intuitiva para el usuario. Sencilla pero con toda la información necesaria. Quizás priorizando los apartados más importantes como favoritos, cesta...

### MULTIMEDIA E INTERACCIÓN

Colocar un gif o video resumen de la experiencia como Vintage Pound sería buena idea, ya que al ser un servicio innovador quedaría explicado con mucha más facilidad.

También galerías de colecciones de ropa como en Zalando y Booksy.  
O un banner tipo promocional como en Zalando

### BOTONES

De las tres aplicaciones analizadas, los botones que más encajarían en la app de Vintage Photo Studio son los de Zalando, ya que aunque tienen colores simples y básicos, utilizan un color llamativo a la hora de seleccionar ciertas cosas como marcar un producto como favorito, informar del número de productos que hay en la cesta etc

## **BENCHMARK - CONCLUSIONES**

Al no tener competencia directa ni referentes similares, es complicado poder tener una visión exacta de lo que podría ser la app de Vintage Photo Studio.

Hay muchas aplicaciones de moda, pero ninguna de fotógrafos, ya que usan más el formato web, y no está tan desarrollado.

De todas las aplicaciones de moda, he escogido Zalando por su sencillez, es intuitiva y utiliza adecuadamente los colores corporativos.

A mi parecer, es de las cosas más importantes, que aparte de funcionar bien, tenga un estilo muy suyo, consiguiendo diferenciarse de otras al ofrecer looks inspirados en tus gustos, etc.

Además, para no saturar al usuario, como en la app de Vintage Pound, lo más adecuado es utilizar colores neutros, además de un color más vivo para destacar ciertos detalles como los favoritos, la cesta, botón de pagar...

Para Vintage Photo Studio sería interesante dar protagonismo a imágenes de tipo editorial, como en algunos casos hace Zalando en sus colecciones.

Por lo que he podido observar, destaca la retícula de dos columnas para las secciones de productos, se presentan en cuadrícula, algo básico que quizás es interesante alterar.

Colocar un video resumen de la experiencia como Vintage Pound sería buena idea, ya que al ser un servicio innovador quedaría explicado con mucha más facilidad.

**ENTREVISTAS**



## PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA

### FASE 1: PRESENTACIÓN Y EXPLICACIÓN DEL PROYECTO.

#### PRIMERAS PREGUNTAS

1. ¿Qué te ha parecido la idea de fusionar fotografía y moda?
2. ¿Crees que podría interesarte vivir la experiencia? ¿Conoces personas a las que les gustaría hacerlo?

#### PREGUNTAS SOBRE FOTOGRAFÍA

3. ¿Cómo de activo eres publicando contenido en redes sociales?
4. Cuando estás navegando en redes sociales... ¿Te fijas en la ropa que lleva la gente en sus fotos?
5. ¿Te gusta hacerte fotos? ¿Alguna vez has hecho una sesión de fotos con un fotógrafo profesional?
6. Si la respuesta es no, ¿por qué? ¿Habías pensado en hacerlo alguna vez?
7. Si la respuesta es sí, cuéntame tu experiencia.

#### PREGUNTAS SOBRE MODA VINTAGE

8. ¿Qué opinas de la ropa vintage o de segunda mano? ¿Has comprado alguna vez?
9. Si la respuesta es sí, ¿por qué? ¿Qué es lo que te llevó a comprar vintage? ¿Tus compras son habituales o puntuales? ¿En qué tiendas has comprado?
10. ¿Conoces Flamingos Vintage Kilo? ¿Has comprado alguna vez allí? Si es sí, cuéntame la experiencia.
11. ¿Cómo describirías a la gente que compra ropa vintage? ¿Crees que tienen un estilo propio?

## PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA

### FASE 2: IMAGINA QUE VIVES LA EXPERIENCIA POR PRIMERA VEZ...

12. Quieres vivir la experiencia, ¿como o donde buscarías información para llevarla a cabo?

13. A la hora de pedir cita, ¿de qué forma te resultaría más fácil hacerlo?: ¿A través de web, app...?

14. ¿Qué detalles te gustaría saber antes de tu sesión de fotos? Ej. Núm. de fotos editadas, núm. de piezas de ropa a elegir.

15. ¿Crees que sería útil poder elegir el tipo de prendas de ropa a la hora de reservar la sesión? ¿O prefieres escogerlas en el momento?

16. ¿Crees que sería necesario contar con un estilista en el estudio para ayudarte a elegir las prendas?

17. Una vez reservada la sesión, ¿te gustaría recibir algún recordatorio o ticket para la entrada al estudio?

18. Una vez realizada la sesión, ¿qué esperarías de la experiencia? Por ejemplo, algún mensaje de agradecimiento, puntuación de la experiencia, mensaje de recordatorio de que las fotos estarán listas en x

19. ¿Crees que sería útil poder tener acceso a una zona de clientes donde te aparezcan tus fotografías para poder seleccionar las que más te gusten?

20. ¿A la hora de recibir las fotos finales, como te gustaría que fuese la experiencia? ¿Prefieres recibirlas a través de esta zona de clientes o bien enviar un link de descarga por correo electrónico?

21. Al finalizar la experiencia, ¿te gustaría seguir recibiendo notificaciones?

22. ¿Crees que volverías a repetir la experiencia?

23. ¿Qué mejorarías o añadirías? Algún comentario o idea para la app

## USUARIOS ENTREVISTADOS



### PERFIL 1: JESSICA MATEOS. 20A

Estudiante de diseño, apasionada por la moda y la estética. Ha comprado alguna vez en tiendas vintage influenciada por una amiga. Le gusta hacerse fotos, aunque publique ocasionalmente porque no tiene contenido de calidad. Realizaría la experiencia Vintage Photo Studio con amigos.



### PERFIL 2: PAULA NAVARRO. 18A.

Estudiante de estética y belleza. Le gusta vestir diferente a los demás. Ha comprado en tiendas Vintage por influencia de su hermana. Se ha realizado sesiones fotográficas en exterior, y cree que se sentiría más cómoda realizándolas en estudio. Realizaría la experiencia Vintage Photo Studio con amigos.



### PERFIL 3: ADRIÀ COMAS. 21A.

Estudiante de diseño gráfico. Le encanta la ropa y encontrar su propio estilo. Le gusta ir con sus amigos a mercadillos de ropa vintage, también coge prestadas prendas de ropa de su familia. Le gusta mucho crear sus propios outfits y a menudo busca inspiración para hacerlo. La fotografía le llama mucho la atención, ha hecho de modelo en algunos trabajos de clase de asignaturas como fotografía.

## USUARIOS ENTREVISTADOS



### **PERFIL 4: MARIA ARNO. 31A**

Estudiante de diseño gráfico. Trabaja en una agencia de publicidad y marketing. Le encantan los animales, la naturaleza y el medio ambiente. Su madre tiene una tienda de ropa de segunda mano y está muy familiarizada con la ropa sostenible. Le encanta la ropa vintage y la viste a diario.



### **PERFIL 5: CARLA VIURE. 20A**

Estudiante de diseño gráfico. Le gusta la moda, comprar ropa y salir por ahí, sobre todo con sus amigas. Pero también le encanta dedicar tiempo para sí misma, pasar tiempo en casa con su familia y hacer deberes.



### **PERFIL 6: ISABEL DELGADO. 42A**

Extra de cine y televisión. En su tiempo libre le gusta ir al gimnasio y cuidarse. Le encanta todo lo artístico y lo que tenga que ver con la belleza en todos sus sentidos. Le gusta la ropa práctica, cómoda y única.

## RESPUESTAS A LAS ENTREVISTAS

**¿Qué te ha parecido la idea de fusionar fotografía y moda?**



Buena idea ya que haces un 2x1. Consumes en 2 empresas.



Me parece muy innovador y original.



Me gusta mucho la idea, es muy buena opción la fusión.



Es muy buena porque pienso que son dos conceptos que van de la mano. La gente que está pendiente de la moda está interesada en compartirla.



Me parece una buena idea, es algo que al final va de la mano. Hay mucha gente que solo usa la fotografía para mostrar la ropa. Yo por ejemplo hay veces que me visto de tal manera porque sé que voy a hacerme fotos.



Me parece una locura de lo guay que es. Es una idea muy interesante y que faltaba en el mundo. Algo totalmente diferente e innovador.

**¿Crees que podría interesarte vivir la experiencia?  
¿Conoces personas a las que les gustaría hacerlo?**



Es una buena experiencia para hacer con amigos y familia. La haría acompañada. Además, conozco gente a la que le gustaría hacerlo.



Sí, me gustaría hacerlo, quizás me gustaría más la idea de hacerlo acompañada. Y conozco personas a las que les gustaría hacerlo.



Me gustaría hacer la experiencia, ya que me gusta mucho que me hagan fotos y la moda me encanta. También conozco gente a la que le gustaría hacerlo.



Conozco personas a las cuales les interesaría, a mí me haría gracia, aunque no sería mi prioridad 100%. Sé que haciendo la experiencia acompañada me lo pasaría muy bien y me reiría mucho.



Sí, me gustaría vivir la experiencia, ya que nunca he hecho algo del estilo ni tampoco me he hecho sesiones de fotos profesionales y me gustaría. Y al estudiar diseño, la moda y la fotografía me gusta, al final son artes que están relacionadas. Y si pudiera estudiarlo, lo haría. Sí, conozco bastante gente a la que le gustaría hacerlo. Yo podría hacerlo sola, pero quizás me sería más divertido hacerla acompañada.



Sí, porque me encanta descubrir nuevas experiencias, y más si está relacionada con el mundo de la moda y la fotografía. Es una fusión espectacular. Y me encantaría que mis hijas me acompañarán en la experiencia, y compartirla con ellas. Además, conozco gente a la que le gustaría vivir la experiencia, compañeros de trabajo, por ejemplo, tanto jóvenes como mayores.

**Cuándo estás navegando en redes sociales...  
¿Te fijas en la ropa que lleva la gente en sus fotos?**



Sí, me fijo mucho. Además, sigo a gente por inspiración de moda. Muchos de mis outfits se basan en lo que veo por Internet, lo que se lleva, o fotos de inspiración en Pinterest, Instagram...



Sí, me fijo porque creo que es un factor muy importante en una foto donde hay una persona. Me gusta la moda, y sigo cuentas de inspiración, sobre todo para prepararme outfits.



Sí, me fijo bastante. A veces busco inspiración, sobre todo en Pinterest. Busco colores, fotos de gente que lleva la ropa que quiero llevar y ver referencias.



Sí, me fijo. Y muchas veces intento buscar inspiración en las redes sociales, ya que no tengo tiempo de pasear e ir a tiendas físicamente, lo veo por internet.



Sí, me fijo. Y a veces me guardo los posts en Instagram por si tengo ropa similar o veo ropa que me pueda comprar y recrearlo.



Sí, me fijo. Y sobre todo me salen en Instagram muchas publicaciones de moda, como por ejemplo de como cambia el cuerpo de la persona con la misma ropa, dependiendo de como te la pongas. Además de otros consejos.

**¿Te gusta hacerte fotos? ¿Alguna vez has hecho una sesión de fotos con un fotógrafo profesional?**



Me gusta hacerme fotos, pero nunca he hecho fotos con un profesional. Lo más parecido ha sido participar en alguna sesión de fotos de comunión de alguna prima. Una ocasión más especial o familiar.



Me gusta hacerme fotos cuando me encuentro bien y feliz, y cuando todos los factores están bien: pelo, ropa, maquillaje... Y sí, he hecho fotos con un fotógrafo profesional



Me gusta hacerme fotos. Nunca he hecho fotos con un fotógrafo profesional, pero me gustaría. Lo más parecido ha sido hacer de modelo en clases de fotografía en el instituto.



Cuando era más joven me hacía más fotos, ahora no tantas por falta de tiempo. Hice una sesión con un fotógrafo profesional para mi perra, y con algunas amigas nos hemos hecho fotos entre nosotras.



Sí, me gusta hacerme fotos cuando me veo bien, pero normalmente mis fotos son más espontáneas, no me las hago expresamente. Nunca he hecho fotos con un fotógrafo profesional, pero me gustaría si me transmite confianza.



I: Antes no me gustaba tanto, ahora me gusta más porque veo y sigo cuentas que enseñan a posar. Sí, he hecho fotos con un fotógrafo profesional.

**Si la respuesta es no, ¿por qué? ¿Habías pensado en hacerlo alguna vez?**



Nunca ha surgido la oportunidad. Si hubiera surgido sería para una ocasión especial.



Sí, alguna vez me lo he planteado seriamente. Pero no he encontrado el momento de quitarme la vergüenza.



Nunca había pensado en hacerlo, aunque mi hermana me lo quiso regalar y al final no se pudo hacer por la pandemia.



Sí, me lo he planteado. Incluso me lo han ofrecido varias veces, pero no me confiaba por ese miedo de no conocer al fotógrafo/a, y me echaba para atrás.



**Si la respuesta es sí, cuéntame tu experiencia.**

Fue una buena experiencia, pero me sentía cohibida. Fue en exterior, pero creo que si fuera en estudio me sentiría más segura porque no habría gente mirando.



Me gustó la experiencia, pero necesito que me aconsejen más para posar porque no tengo mucha gracia. Necesito practicar más.

**¿Qué opinas de la ropa vintage o de segunda mano?  
¿Has comprado alguna vez?**



He comprado alguna vez, y pienso que es buena idea dar una segunda vida a la ropa, además sale más rentable.



Sí, he comprado alguna vez. Me gusta mucho la ropa vintage porque son prendas que ya no se fabrican, son únicas y me parece que van más conmigo y con mi estilo. Me gusta ir diferente a las demás, no llevar la misma ropa que todo el mundo.



Sí, he comprado. Si la prenda la puedo ver y tocar no me importa. Tengo más inseguridad al comprar online.



Sí, me encanta el estilo de la ropa y el hecho de que tenga una vida mucho más larga. Que una prenda de los 80 pueda seguir viva, de hecho la humanizo y le doy mucho más valor.



Me parece bien la ropa vintage o de segunda mano, al final alguien la usa por ti si no la quieres. O que a lo mejor hay ropa que solo existe ese modelo y no hay más, son prendas únicas. He comprado alguna vez, y más de segunda mano que no vintage; normalmente online porque tengo bastante claro la pieza que quiero.



Sí, he comprado poco para mi gusto. Encuentro que es una buena forma de reciclar prendas usadas con un estilo muy particular. Y creo que eso es una buena cosa para el medio ambiente, pues le podemos dar otra vida antes de su destrucción total.

**Si la respuesta es si, ¿por qué? ¿Qué es lo que te llevó a comprar vintage? ¿Tus compras son habituales o puntuales? ¿En qué tiendas has comprado?**



Compré por influencia de amistad. Mis compras son más puntuales. He comprado en Humana.



Mi hermana compraba mucho en tiendas vintage, yo un día fui con ella y entramos a una de ellas. Encontré ropa que me gustó mucho.

Mis compras son puntuales, aunque mi estilo suele ser vintage y también compro ropa nueva de ese estilo. He comprado en Flamingos Vintage Kilo.



El precio fue lo que me llevó a comprar vintage. Mis compras son un intermedio entre habituales y puntuales. He comprado en mercadillos de ropa vintage como Cabana Market, y otros de los cuales no recuerdo el nombre.



He comprado porque mi madre tiene una tienda de segunda mano y de pequeña he heredado la ropa de la gente de mi alrededor. Mis compras son puntuales porque ya tengo mucha ropa, ahora me quedo lo que realmente me gusta. He comprado en tienda de pueblo como El Calaixet de Cardedeu, Flamingos, entre otros...



La exclusividad es lo que me llevo a comprar vintage, mis compras son puntuales. He comprado en Vinted, Flamingos, y en alguna más, la típica tienda familiar de pueblo. Mis compras no son habituales, ya que en mi círculo no hay tiendas vintage, tendría que desplazarme para encontrarlas. Y cuando lo he hecho ha sido expresamente para ir al lugar.



La primera persona que me llevó a ese tipo de tiendas fue mi hija mayor. Mis compras son puntuales. He comprado en varias tiendas de caritas y en Flamingos.

**¿Conoces Flamingos Vintage Kilo? ¿Has comprado alguna vez allí? Si es sí, cuéntame la experiencia.**



Sí, la conozco. Entré, pero no compré nada. Vi tanta ropa que no sabía por donde empezar, había muchos estilos, tallas, y tenía que buscar bastante para encontrar algo que me encajara. No tenía mucho tiempo para pararme.



Sí. Compré una vez. La experiencia me gustó mucho, sobre todo ver ropa tan diferente y con tanta historia. La decoración de la tienda me pareció interesante, ver ropa estadounidense como trajes de animadora, beisboleras...



Conozco Flamingos, entré, pero no me convenció, había mucha ropa, no sabía por donde empezar y tenía problemas para encontrar prendas de mi talla.





Conozco Flamingos, le compré una camisa hawaiana a mi padre. Me pareció que toda la ropa tenía un estilo más rockero. No compré nada para mí porque todo tenía mucho estilo propio.



Sí, conozco la tienda. Fue raro eso del precio por peso, porque no es algo que sueles ver en España. Me pareció un poco caos porque había mucha ropa, no sabía por donde empezar a buscar, estaba todo muy junto y no había un orden muy marcado.



Sí, conozco la marca. Fue una experiencia muy chula porque la decoración de la tienda me gustó mucho. Entre la máquina antigua de disco, los sillones de los años 50, los maniqués vintage, entre otras cosas, consiguen teletransportarte a esa época. La música muy chula, también antigua, acompañada por una iluminación especial. La ropa era muy diferente, estaba dividida por secciones: camisas veraniegas de palmeras, sudaderas de todo tipo. No me importó rebuscar para encontrar las prendas perfectas, pero sí que podría estar todo un poco más vacío para poder ver bien las prendas. Había demasiada ropa.

### **¿Cómo describirías a la gente que compra ropa vintage? ¿Crees que tienen un estilo propio?**



No sabría describirlo exactamente, pero cuando ves a gente que compra vintage, se nota. Cuando visité Flamingos vi gente joven de 20-25 vestidos ya con ropa vintage.



Cuando he visitado tiendas de ropa vintage he visto gente de todas las edades, quizás especialmente de 20-30 años... Describiría a la gente que compra vintage con otro rollo, tienen un estilo propio.



Yo creo que sí que tienen un estilo propio, les gusta la moda y buscan tener un estilo propio diferente a los demás.



Hay gente que tiene ese estilo y comprar le ayuda a mantenerlo, y gente que lo hace por valores, de reciclar, de no contribuir a la moda fast fashion.



Sí, creo que tienen un estilo propio y una personalidad única. Les gusta destacar y estar cómodos. Lo relaciono con las prendas oversize. Es gente que va a su bola, que compran lo que les da la gana. Es gente que va a lo suyo, que no tienen expectativas de la ropa, no tienen prejuicios y hacen las cosas a su manera.



Tienen estilo propio porque normalmente les gusta ir únicos, no como el resto de la sociedad, que van uniformados. Son gente más original y que eligen lo que les gusta. Les gusta diferenciarse de los demás

### **Quieres vivir la experiencia, ¿cómo o dónde buscarías información para llevarla a cabo?**



Buscaría directamente en internet por el nombre, investigar sus redes sociales, su web...



Primero me metería en Instagram y ver de que trata la experiencia. Después en Google Maps para ver si está muy lejos de mi ubicación y para saber como ir. Si se puede reservar por Instagram, lo haría por allí. Y si en su biografía tienen enlace de reserva lo haría por allí.



Lo primero buscaría si la marca tiene web, como hay que reservar, si hay que llamar, si hay que ir en persona, si tiene app... También echaría un ojo a las redes sociales, ya que siempre busco todo lo relacionado con ropa allí.



Buscaría en Google y a partir de ahí miraría la web si tuviese, y si pudiese pedir hora desde la web.



Primero buscaría en Instagram, porque como es fotografía está relacionado con la plataforma. Después miraría por Google para ver las reseñas y la ubicación de la empresa.



Para empezar miraría en Google para ver de qué se trata, como funciona, que precios tiene, qué posibilidades hay... Lo miraría en la web, la ubicación, horarios y lo más seguro es que me acercaría a chafardear primero, también mirar reseñas y opiniones de gente.

### **A la hora de pedir cita, ¿de qué forma te resultaría más fácil hacerlo? ¿A través de web, app...?**



Para reservar me resultaría más fácil hacerlo por el ordenador para verlo más claro, ya que es una operación inusual para mí, y no me gustaría equivocarme en nada.



Por una app sería mucho más cómodo y fácil porque no tendría que estar metiéndome en una página y que se me cierre. Aunque si la app ocupa mucho espacio en el móvil, me lo plantearía.

Si lo hiciera a través de la web tendría que hacer muchos más pasos: buscador, clicar a la página, buscar para pedir cita... Y si quiero volver a repetir en otro momento tendré que volver a repetir los datos de nuevo. En la app ya estaría guardado.



A través de la web me parecería más fácil hacer la reserva, ya que ya estaría allí buscando información. Y si tuviese que descargarme la app por cualquier otro motivo (p. ej. que hay más info en la app), no me importaría reservar ya desde allí, no me molestaría.



Realmente a través de la web. Para hacerlo desde la app, estaría bien que me diese un incentivo (p. ej. un descuento) para descargarla y hacer la reserva por allí.



Al ser algo más de fotografía reservaría por Instagram o correo. Prefiero hablar con la empresa por chat antes de reservar, para poder preguntar todas las dudas que tenga y obtener un trato más cercano y personalizado.



Primero miraría todas las posibilidades para usar la más cómoda. Lo más seguro es que lo haría desde la aplicación. Si en la web te incitaran con un descuento a descargarte la app me gustaría.

**¿Qué detalles te gustaría saber antes de tu sesión de fotos? Ej. Núm. de fotos editadas, núm. de piezas de ropa a elegir.**



Me resultaría más fácil ver packs de fotos ya preestablecidos (p. ej. básico, intermedio, prémium) Y así no tener que pensar tanto para escoger, ya que al ser una experiencia nueva me gustaría tenerlo todo ya más establecido. También sería buena opción poder personalizar el pack, para añadir o quitar fotos, al igual que prendas.



Me gustaría saber cuantas fotos voy a tener para organizarme los outfits que quiero llevar en cada foto y así tener variedad. Me parecería más fácil ver packs ya hechos, para decidirme más fácilmente, lo tendría más claro. También me gustaría que hubiera una opción de personalizar el pack. O bien personalizar la sesión completa.



A: Me gustaría saber como sería la experiencia antes de realizarla, que te diga lo que puedes hacer allí, tipo instrucciones informativas.

Me gustaría poder escoger el núm. de fotos, pero las prendas mejor elegir las en persona. Que el precio de alquiler sea cerrado. (p. ej. 50 € más por poder escoger todas las prendas que quieras)



M: El dinero que me va a costar, cuanto dura la sesión, una descripción de lo que es la experiencia, que me quede claro a que voy y ejemplos de otras sesiones, ver el estilo, reseñas...



Quiero saber como trabajan, las condiciones, cuanto tiempo dura la experiencia. Y poder conocer a las personas que hay detrás y que te conozcan, para así poder aconsejarte mejor y estar mucho más segura. También es muy importante para mi ver la forma en la que hablan y tratan a sus clientes, eso dice mucho de cualquier empresa.



Me interesaría saber los precios, cuanto se tarda en hacer la experiencia, si me puedo llevar la ropa en el momento, si pueden hacerte arreglos de las prendas que no te queden bien, si harían vales regalo, ofertas...

**¿Crees que sería útil poder elegir el tipo de prendas de ropa a la hora de reservar la sesión? ¿O prefieres escogerlas en el momento?**



Sería útil poder escoger antes el estilo de ropa para así tener una idea, y terminar de decidir en el momento de la sesión



Estaría bien poder ver las prendas antes. Ver fotos, junto con una descripción de que será un ejemplo de las prendas que habría, que sea de referencia. También escoger el tipo de prenda, el estilo: cowboy, hawaiano... Más general.



En el momento es como más me gustaría. Es lo que me gusta, y es como más disfrutaría.



Me gustaría reservar el estilo de prendas antes de la sesión, y si por ejemplo quieres reservar el vestuario tipo sorpresa sería otro precio, quizás más económico. Un precio cerrado para el alquiler de ropa. 2 o 3 precios. Y escoger el estilo que quiero y el que no.



Si tuviera la idea clara, sí que me gustaría elegir. Pero si no prefiero escogerlo en el momento de la sesión y que no haya un límite de prendas.



Prefiero escogerlas en el momento. Pero si lo tengo muy claro, sí que me gustaría poder elegir el estilo de prendas. Podría haber diferentes packs, por ejemplo, pack básico y pack medio con outfits marcados o escogidos, y un pack premium pudiendo elegir prendas ilimitadas.

### ¿Crees que sería necesario contar con un estilista en el estudio para ayudarte a elegir las prendas?



En mi opinión, sería más opcional.



Si vas sola estaría bien, si voy con alguien ya me pueden ayudar mis acompañantes. Podría estar bien marcarlo con una casilla.



En mi caso sería opcional. Me gustaría algo más tipo maquillaje, peluquería.



No es necesario, pero podría ser opcional. Maquillaje y peluquería si me sería más útil y cogería esa opción.



Yo en mi caso sí, pero quizás una persona que esté más acostumbrada a la ropa vintage no lo necesitaría.



Puede ser opcional, sería buena idea para aquel que no tenga mucha idea de combinar. También me gustaría tener servicio de peluquería y maquillaje, ya sería el pack completo. Experiencia total.

### Una vez reservada la sesión, ¿te gustaría recibir algún recordatorio o ticket para la entrada al estudio?



Sí, me gustaría recibir un recordatorio a través de correo electrónico, o de la app...



Sí, me gustaría recibir un recordatorio por la app, notificación del móvil, o por SMS.



Sí tengo la app, a través de una notificación suya, si no por correo electrónico.



Sí, y que se me vincule con el Google Calendar. Desde la app si la tengo, o también por correo electrónico.



Sí, me gustaría que me lo recuerde a través de SMS, WhatsApp o alguna plataforma que use diariamente como WhatsApp, o bien desde la app. Yo suelo apuntarme las cosas en el calendario.



Me gustaría que me avisaran por WhatsApp, y si tengo la app que me envíen una notificación, y que se me añada el evento al calendario, sería muy buena idea.

**Una vez realizada la sesión, ¿qué esperarías de la experiencia? Por ejemplo, algún mensaje de agradecimiento, puntuación de la experiencia, mensaje de recordatorio de que las fotos estarán listas en x tiempo**



Me gustaría que me avisara de cuando estarán mis fotos listas. También me parece bien la valoración (p. ej. con estrellas) y recordatorio por correo electrónico.



Me gustaría que me dijera cuando van a estar listas mis fotos, a través de una notificación de la app o correo electrónico y que diga “en 3 o 4 días tendrás tus fotos.” También que pida calificación una vez acabada la experiencia. Me gusta que me envíen todas las notificaciones para estar al tanto del servicio que he pagado.



Un mensaje de detalle de gracias por la visita molaría, junto con una frase que diga cuando estarán listas las fotos.



Me gustaría recibir un feedback de lo que me espera post sesión, que me vaya notificando los pasos.



Yo valoraría mucho un mensaje de agradecimiento y de esperar volver a verte.



Lo mejor sería un mensaje de recordatorio de cuando estarán las fotos listas.

**¿Crees que sería útil poder tener acceso a una zona de clientes donde te aparezcan tus fotografías para poder seleccionar las que más te gusten?**



Sí, sería bastante útil, ya que pueden salir bastantes fotos y esa sería la forma más cómoda de gestionarlo.



Sí, me parece muy buena idea. Para evitar descargar las fotos, equivocarte o descargar la misma foto dos veces, y sobre todo ahorrar almacenamiento...



Sería muy útil, porque puedes verlo más rápidamente.



Sí, sería lo más útil.



Creo que es lo que mejor sería, así me ahorro almacenamiento.



Es la mejor opción, así no me ocupa almacenamiento en el móvil.

**¿A la hora de recibir las fotos finales, como te gustaría que fuese la experiencia? ¿Preferes recibirlas a través de esta zona de clientes o bien enviar un link de descarga por correo electrónico?**



Me gustaría poder tener dos opciones: recibirlas en la app, y que se puedan enviar al correo electrónico, Google drive... Poder elegir estaría bien.



Lo más fácil para todo el mundo es que ya estén allí en la app, y que las descargues directamente.



Tenerlas en la app estaría bien, además que pueda elegir también estaría bien, para así tenerlo en el PC rápidamente.



Sí, y también tener un botón para redirigirlas a correo o drive. Sería buena idea poder compartir desde la app la fotografía por WhatsApp.



Yo me las descargaría directamente en el móvil. Pero también me las enviaría al correo por si las quiero tener el PC.



Si no pierden nada de calidad, sí me gustaría a través de la zona de usuario. También sería útil poder tener un botón para enviarlas al ordenador, para no perderlas.

**Al finalizar la experiencia, ¿te gustaría seguir recibiendo notificaciones?**



Sí, en las épocas más especiales. Y que me lo vayan recordando, no quiero que sea una app olvidada.



Sí, me gustaría recibir notificaciones de las nuevas prendas que tienen, de ofertas, promociones, novedades, quiero ver lo que hacen porque si no me olvidaría de la marca.



Sí, me interesa para tenerlo en cuenta, para regalar o realizar en alguna ocasión especial.



No, porque creo que no volvería a repetir la experiencia a corto plazo.



Me gustaría seguir recibiendo notificaciones vía app, por mail no me gustaría porque me lo satura, ya tengo suficientes correos electrónicos y no los suelo mirar.



Si son para hacerme buenas ofertas, mandarme novedades, o que en cada estación me notifiquen de los estilos nuevos que hay, sí.

### ¿Crees que volverías a repetir la experiencia?



Si me gusta la experiencia, sí repetiría.



Sí, si me gusta como ha ido todo sí repetiría. También si van cambiando de sets, atrezzo, hay novedades, etc.



Sí, porque seguro que me encantaría, y la volvería a hacer acompañado.



A corto plazo no, pero lo tendría en cuenta para alguna ocasión especial, cumpleaños, nacimientos, regalos...



Si me ha gustado el trato, la proximidad, las fotografías y he estado a gusto, sí. También valoraría si se me ha dado facilidad para hacer la experiencia.



Sí, incluso la regalaría. Sería muy buen regalo para hacer a gente querida.

### ¿Qué mejorarías o añadirías? Algún comentario o idea para la app



Algo que me gustaría ver al entrar a la app sería el resultado que voy a obtener al realizar la experiencia. Fotos de referencia, de otras personas que ya lo hayan hecho, fotos del lugar...



Me gustaría saber qué escenario hay, las opiniones y reseñas de la gente, fotos que se han hecho para ver el estilo fotográfico, como fotos de modelos de calle. Ver reseñas y estrellas, lo pondría.



Podría estar bien que explique de donde viene la ropa, la historia y que explique datos sobre la tienda por si quiero volver a comprar.



Una vez estando en el estudio, poder tener ese extra de poder coger alguna prenda más, que no esté tan cerrado el pack.



Me gustaría ver fotos que han hecho al entrar a la app, ver los resultados, si retocan bien los granos, ver opiniones, horas libres, ver las temáticas, el estilo que tienen, fotos del estudio, que se vea acogedor...

Quienes somos, que queremos transmitir, que sea próximo o familiar



Es una muy buena idea para gente que quiera hacerse un book para el mundo audiovisual, para hacer castings. Para poder tener varios estilos, gente que quiera mostrarse en diferentes perfiles. También estarían bien hacer ofertas: la segunda persona al 50%. Recomendaciones de amigos, plan amigos

## CONCLUSIONES DE ENTREVISTAS

La mayoría de los usuarios entrevistados no tendrían ningún problema en descargarse la aplicación para realizar la reserva de la sesión.

En cuanto a la información previa a la reserva, todos los usuarios coinciden en que quieren saber toda la información posible antes de reservar. Así como los precios, tipos de book, tipos de ropa, información de la experiencia, funcionamiento, fotografías de referencia...

También coinciden en que prefieren un precio cerrado, de books o packs preestablecidos, donde indiquen toda la información.

Para el tema de la ropa, los usuarios comentan que sería útil poder escoger el tipo de ropa que querrán probarse, pero que preferirían elegir las prendas específicas en persona.

Las notificaciones de feedback son importantes para los usuarios entrevistados. Valoran positivamente las notificaciones de recordatorio de la sesión, al igual que los avisos de que ya pueden escoger sus fotografías o descargarlas. La prioridad es informar al cliente durante toda la experiencia, de inicio a fin.

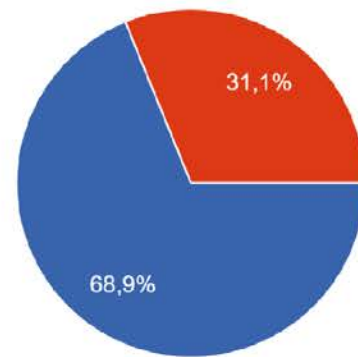
El 100% de los usuarios dice que sería muy positivo tener una plataforma exclusiva para el cliente donde escoger las fotografías y descargarlas.



**ENCUESTAS**

Eres...

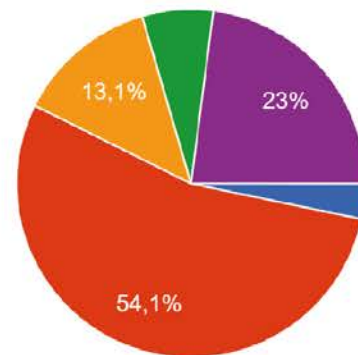
61 respuestas



- Mujer
- Hombre

¿Qué edad tienes?

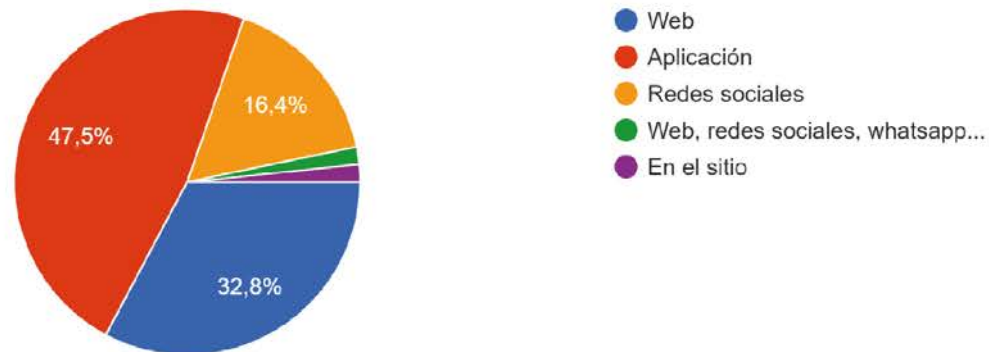
61 respuestas



- 18
- Entre 18 y 25
- Entre 26 y 30
- Entre 31 y 35
- Más de 35

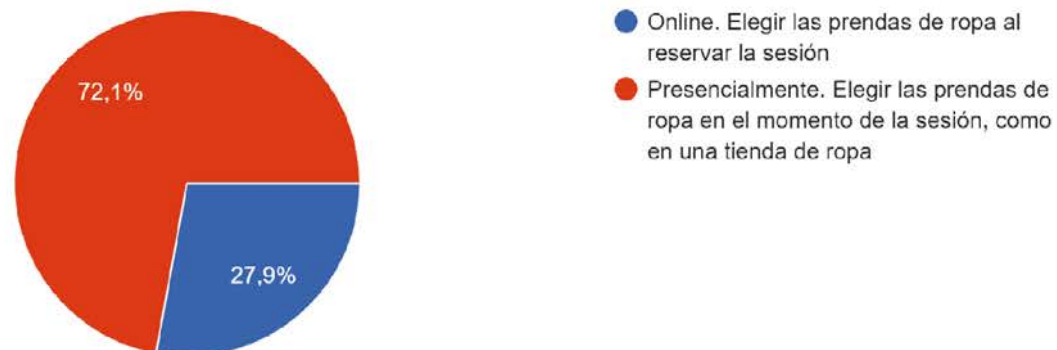
Imagina que quieres hacerte la sesión de fotos en el estudio. Además de contratar el espacio y el fotógrafo, el estudio te proporciona el alquiler de ropa. ¿Cómo te gustaría reservar la sesión de fotos?

61 respuestas



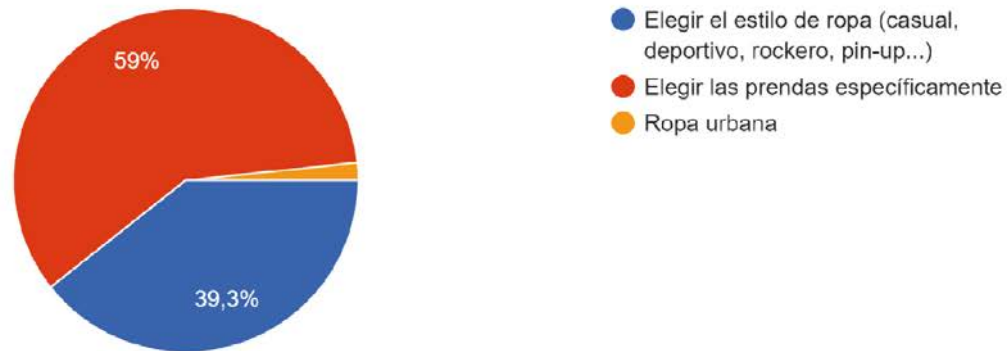
El estudio te proporciona el alquiler de la ropa de tu marca favorita. ¿Cómo quieres escoger las prendas de ropa/outfits?

61 respuestas



Para elegir online las prendas de ropa que quieres alquilar ¿Cómo preferirías hacerlo?

61 respuestas



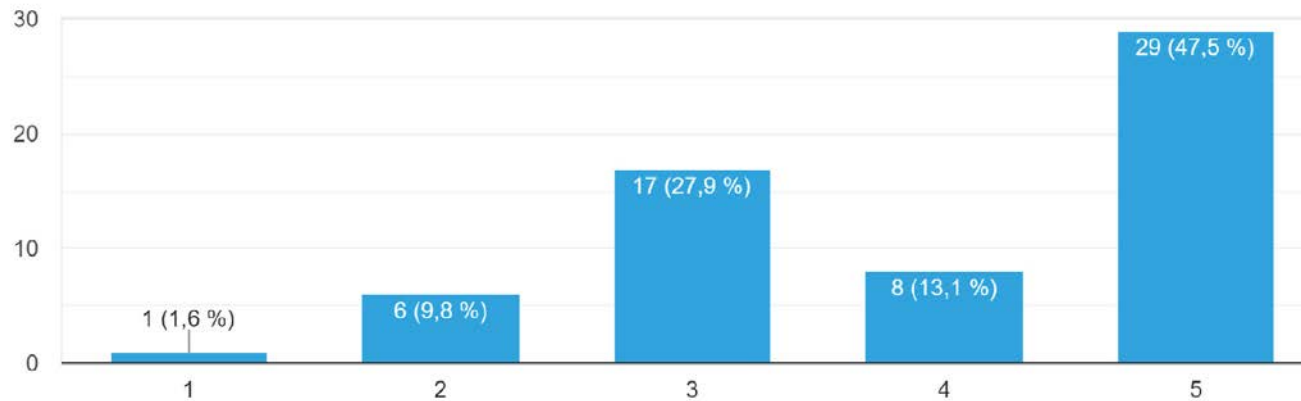
A la hora de ver los precios de las sesiones de fotos, ¿qué opción escogerías?

61 respuestas



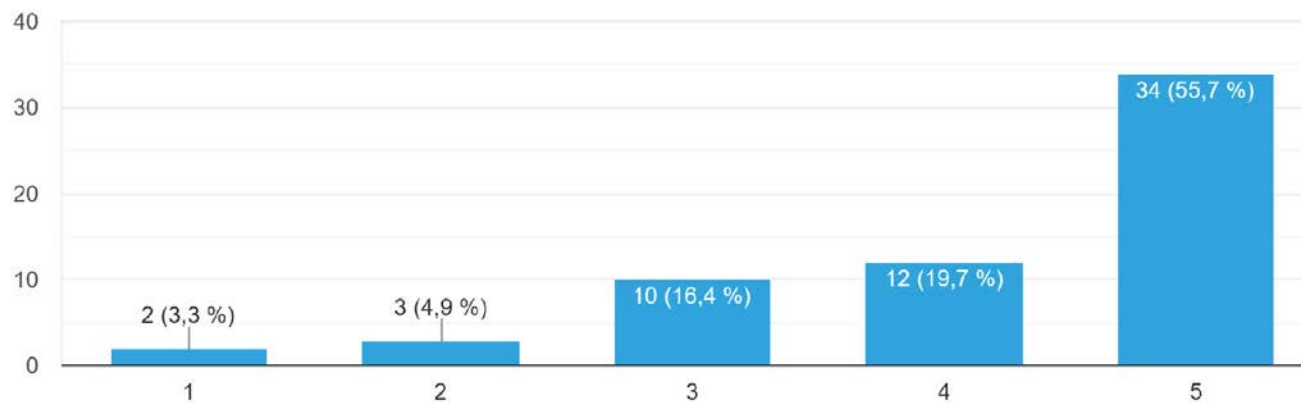
Personaliza la sesión. ¿Qué valor tendría para ti tener el asesoramiento de un estilista?

61 respuestas



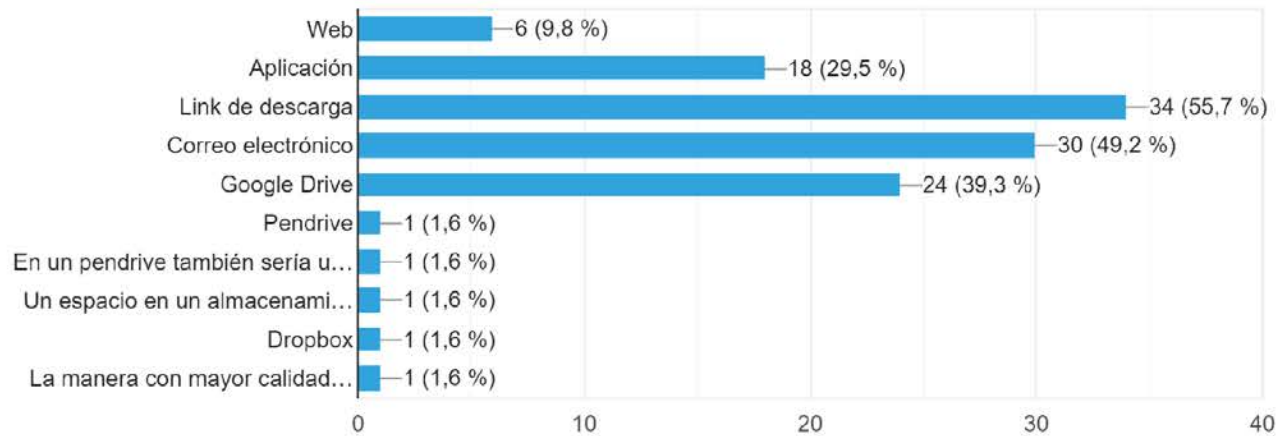
Personaliza la sesión. ¿Qué valor tendría para ti tener opción a maquillaje y peluquería?

61 respuestas



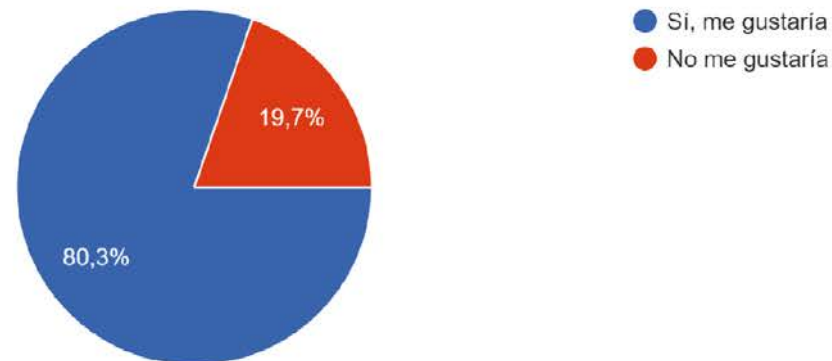
¿A través de qué plataforma te gustaría recibir las fotografías editadas?

61 respuestas



Ya has realizado la sesión fotográfica. ¿Te gustaría seguir recibiendo novedades, ofertas e información de valor?

61 respuestas



## CONCLUSIONES DE ENCUESTAS

Como bien se puede observar en las gráficas, la mayoría de preguntas han tenido el mismo tipo de respuesta. Dejando claro que una opción siempre tira más que las demás.

Esta encuesta nos ha dejado claro los siguientes puntos:

Los usuarios prefieren...

- Reservar la sesión de fotos desde la aplicación.
- Escoger las piezas de ropa presencialmente.
- Ver packs preestablecidos con precios cerrados.
- El valor de un estilista, maquillador o peluquero es alto.
- Link de descarga para las fotografías editadas.
- Seguir recibiendo notificaciones después de la sesión de fotos.

# **USUARIOS Y ESCENARIOS**





## Isabella García

42 años, extra de cine

Soñadora

Alegre

Extrovertida

Creativa

Respetuosa con el medio ambiente

### Aplicaciones



*“Siempre buscando experiencias nuevas. Siempre descubriendo”*

Isabella de 42 años, trabaja como extra de cine y televisión en Cataluña. Lo que empezó como un pasatiempo se convirtió en su trabajo actual. Desde 2019 ha participado en numerosas películas y series, incluso ha protagonizado un anuncio.

Gracias a su trabajo y a su pasión por la fotografía es bastante activa publicando contenido en redes sociales. Le gusta compartir fotografías en Instagram donde muestra los outfits y caracterizaciones que le realizan en los rodajes de cine y publicidad.

### Cultura digital

IT & Internet

Redes sociales

Aplicaciones móviles

En su tiempo libre le gusta ir al gimnasio y cuidarse. Le encanta todo lo artístico y lo que tenga que ver con la belleza en todos sus sentidos. Le gusta vestir con ropa práctica, cómoda y única.

Le gustaría realizar la experiencia Vintage Photo Studio tanto sola, para ampliar su book profesional, como acompañada de sus hijas para pasar un agradable momento a su lado.

### Objetivos

- Viajar libremente descubriendo nuevos lugares.
- Jubilarse en una casita al lado del mar rodeada de perritos y junto a su compañero de vida.
- Fundar una asociación para dar un buen hogar a los animales abandonados.

### Motivaciones

- Vivir y dejar vivir
- Estar en forma y tener salud

### Frustraciones

- No haber estudiado veterinaria
- No haber estudiado idiomas

## ESCENARIO 1. ISABELLA GARCÍA

Isabella tiene que renovar su book de fotografías profesionales. Además, para un casting muy importante necesita entregar fotografías en las que se la vea en diferentes estilos de vestimenta.

Ya ha trabajado anteriormente con otros fotógrafos, pero esta vez quiere cambiar y probar una experiencia diferente.

Empieza buscando posibles estudios por Internet, pero no le convence ninguno.

Finalmente, entra a Instagram y le aparece una publicidad de Vintage Photo Studio.

Le comenta a sus hijas la idea que tiene y deciden apuntarse al plan.

Isabella escribe al estudio para preguntar información. Ellos le recomiendan que visite la web y se descargue la app de la marca para poder reservar la sesión lo más rápido y sencillo posible.

Consigue reservar la sesión fotográfica para ella y sus hijas. Al acudir, se impresionan con la organización y la profesionalidad del estudio.

Pasan un rato muy agradable y divertido.

Además de conseguir unas fotografías muy especiales, adquieren prendas de ropa totalmente únicas, lo que hace que valoren la experiencia con 5 estrellas. ¡Repetirán!





**Paola Martínez**  
18 años, estudiante estética

Generosa

Ingenua

Orgullosa

Torpe

Amante de los animales

#### Aplicaciones



*“Algo con tanta historia como la ropa vintage debe ser fotografiado”*

Paola de 18 años, estudia estética y belleza en Barcelona. Desde bien jovencita le gustaba hacer tratamientos faciales a su familia, sobretodo a su madre. Aprovechaba su tiempo libre en verano para hacer desde masajes hasta manicuras y pedicuras.

Su objetivo es empezar a estudiar maquillaje y caracterización cuando acabe estética. Su sueño sería poder llegar a trabajar en películas y estar en contacto con el mundo del cine.

#### Cultura digital

IT & Internet

Redes sociales

Aplicaciones móviles

En su tiempo libre le gusta mucho pasar tiempo con su perrito, sobretodo pasearlo y jugar con él.

También disfruta pasando tiempo con sus compañeras de clase y amigas, y hacer excursiones con su familia.

Ya ha realizado sesiones fotográficas profesionales, pero le gustaría mucho probar la experiencia Vintage Photo Studio porque le encanta la moda, sobre todo la vintage.

#### Objetivos

- Progresar en su carrera profesional.
- Maquillar a gente importante, famosos, actrices y modelos.
- Viajar por todo el mundo sin preocupaciones.

#### Motivaciones

- Que llegue el verano y el buen tiempo
- Pensar en las próximas vacaciones

#### Frustraciones

- No tener una estabilidad económica
- No encontrar el outfit perfecto

## ESCENARIO 2. PAOLA MARTÍNEZ

Paola es amante de las redes sociales, y lleva tiempo queriendo mejorar la calidad de sus fotografías.

Nunca antes se había realizado una sesión de fotos profesional, por lo que le pide consejo a una amiga suya que tiene más experiencia en ese campo.

Ella le recomienda Vintage Photo Studio, ya que ella ya vivió la experiencia y le encantó.

Les busca por Instagram y le gusta mucho la combinación de ropa y fotografía. Sobre todo porque es consumidora de ropa vintage.

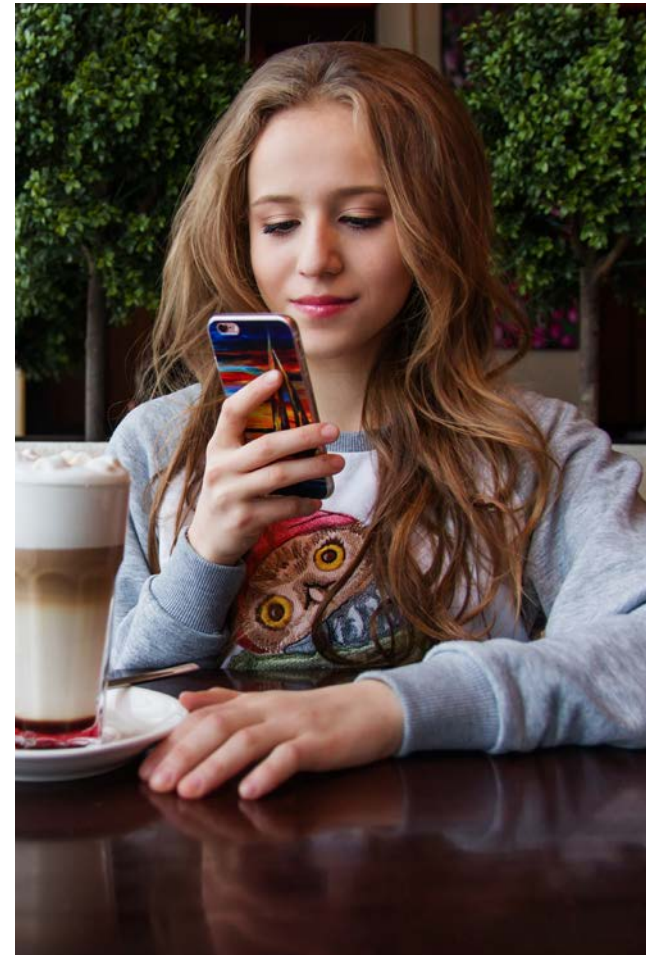
Se descarga la aplicación y reserva la sesión sin ningún problema.

En el momento de la sesión se siente un poco nerviosa, pero rápidamente coge confianza con el fotógrafo y salen unas fotografías espectaculares.

Al verlas, se queda muy ilusionada y enamorada de una de las prendas que utiliza, por lo tanto, decide comprarla.

Cuando le entregan las fotografías finales retocadas no puede dejar de sonreír, las sube todas a redes sociales y triunfa.

Sus seguidores le preguntan quién es el fotógrafo, donde está el estudio y de que tienda es la ropa.





## Adrián González

21 años, estudiante diseño

Perezoso

Tímido

Responsable

Trabajador

Amante de la moda

### Aplicaciones



*"Siempre habrá prendas vintage en mi armario, adoro su autenticidad."*

Adrián González de 21 años, estudia diseño gráfico a las afueras de Barcelona, concretamente en la Garriga. Siempre tuvo interés en la estética y el diseño. Estudió un grado medio de diseño gráfico, un grado superior de gráfica publicitaria y actualmente está cursando otro superior de gráfica interactiva.

Su objetivo es acabar el curso escolar y realizar su propio proyecto profesional. Además de querer viajar por todo el mundo.

### Cultura digital

IT & Internet

Redes sociales

Aplicaciones móviles

### Objetivos

- Acabar el curso escolar.
- Viajar por todo el mundo.
- Realizar un proyecto profesional importante.

En su tiempo libre le gusta escuchar música, estar con sus amigos e ir a mercadillos de ropa vintage. A menudo busca inspiración en Pinterest para hacer sus propios outfits. Además, también utiliza ropa vintage prestada de sus padres, consiguiendo así un estilo de vestir único y auténtico.

La fotografía le empieza a llamar la atención, ha hecho de modelo en clases de fotografía en el instituto y le gustaría realizar la experiencia de Vintage Photo Studio junto a sus amigos, también amantes de la ropa vintage.

### Motivaciones

- Pensar en su futuro
- Que sus padres se sientan orgullosos de él

### Frustraciones

- No aprender de sus propios errores
- No conseguir sus propios objetivos y rendirse

## ESCENARIO 3. ADRIÁN GONZÁLEZ

Adrián y sus amigos quieren hacer juntos un plan diferente. Tienen varias opciones, pero no están convencidos.

Buscan por Internet planes chulos para hacer en Barcelona, y aparece Vintage Photo Studio.

Alguno de ellos ya había oído hablar de la marca, pero no tenían la información suficiente.

Buscan por Internet y quedan impresionados con la idea. Reservan rápidamente para esa misma tarde y viven una experiencia espectacular juntos.

Son consumidores de ropa vintage, y al llegar al estudio quedan tan enamorados de las prendas que hacen varias compras.

Además, consiguen tener fotos tanto juntos como por separado. Se divierten tanto que recomiendan a experiencia a otros amigos y conocidos. ¡No será la última vez que vayan!



# **PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

---

## PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

### REQUISITOS

- Explicación de los pasos a seguir para realizar la experiencia (instrucciones).
- Fotografías de demostración del resultado final de las sesiones fotográficas.
- Reseñas de usuarios/clientes que hayan realizado la experiencia.
- Zona de clientes para el envío de las fotografías y su descarga.
- Galería de estilos de vestimenta.
- Fotografías del estudio fotográfico y de sus diferentes sets.
- Ofertas y promociones puntuales.
- Recordatorio de la sesión fotográfica.
- Fácil usabilidad para el usuario.

### REQUISITOS EN UNA SOLA FRASE

Es una app dirigida para los clientes de Vintage Photo Studio, donde se pueden ver las instrucciones para realizar la experiencia, fotografías de demostración del resultado final de las sesiones, reseñas de usuarios, zona de clientes para el envío de las fotografías y su descarga, galería de estilos de vestimenta, fotografías del estudio y de sus diferentes sets, ofertas y promociones, recordatorio de la sesión fotográfica y tiene una fácil usabilidad para el usuario.



## **PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

¿Cómo debería ser una app dirigida para los clientes de Vintage Photo Studio, donde se puedan ver las instrucciones para realizar la experiencia, fotografías de demostración del resultado final de las sesiones, reseñas de usuarios, zona de clientes para el envío de las fotografías y su descarga, galería de estilos de vestimenta, fotografías del estudio y de sus diferentes sets, ofertas y promociones, recordatorio de la sesión fotográfica y consiguiendo tener una fácil usabilidad para el usuario?

**SENSEMAKING**

## **SENSEMAKING:** FUNCIONES PRINCIPALES DE LA APP

### **RESERVAR LA SESIÓN**

Noelia Navarro

Escogiendo el tipo de book con sus respectivas características: número de fotos y de piezas de ropa, tiempo y precio. Seleccionar el día y la hora

### **RECIBIR FOTOGRAFÍAS ORIGINALES Y EDITADAS**

Noelia Navarro

De las fotos originales recibidas, seleccionar las que querrán editadas. Y una vez recibidas las fotos finales, poder descargarlas y compartirlas.

## **SENSEMAKING: OTRAS FUNCIONES DE LA APP:**

### **RESERVA DE LA SESIÓN**

- Escoger book
- Escoger tipo de ropa
- Precios books sesión
- Calendario reservas
- Personalizar detalles de la sesión (añadir notas)
- Información sobre la experiencia
- Pago de la sesión
- Buscador y filtros de búsqueda
- Descarga de recibo de compra

### **INFORMACIÓN DE LA EXPERIENCIA**

- Información sobre la experiencia
- Video promocional
- Consejos/tips
- Reseñas de clientes
- Precios books
- Video instructivo
- Instrucciones en texto
- Slider fotografías de referencia (estudio, decorados, ropa, modelos...)

### **MI SESIÓN**

- Galería para escoger las fotografías y recibir las editadas
- Descarga de las fotografías editadas
- Gestionar reservas actuales y anteriores (modificar, anular)

### **CUENTA PERSONAL**

- Registro e inicio de sesión
- Contraseña
- Idioma
- Preferidos
- Métodos de pago
- Tarjetas
- Datos personales
- Notificaciones

### **EMPRESARIAL**

- Permisos
- Términos y condiciones
- Política de privacidad

### **SUGERENCIAS**

- Novedades
- Ofertas
- Artículos y estilos destacados

### **INFORMACIÓN/CONTACTO EMPRESA**

- Redes sociales
- Contacto estudio (teléfono, correo...)
- Información del estudio (ubicación, horario)
- Chatbot

MI  
SESIÓN

DESCARGAR  
FOTOS EDITADAS

GESTIONAR  
RESERVAS  
ANTERIORES  
ACTUALES  
(MODIFICAR  
ANULAR)

GALERÍA PARA  
ESCOGER Y  
RECIBIR LAS  
FOTOGRAFÍAS

INFO  
CONTACTO  
EMPRESA

CHATBOT

RESERVA

INSTRUCCIONES  
TEXTO  
EXPERIENCIA

INFO  
EXPERIENCIA

INFORMACIÓN  
ESTUDIO  
(UBI, HORARIO)

REDES SOCIALES

CONTACTO  
ESTUDIO

PAGO DE LA  
SESIÓN

DESCARGAR /  
IMPRIMIR  
RECIBO SESIÓN  
COMPRA

CALENDARIO  
RESERVAS  
(HORAS DISP.)

INFO SOBRE  
LA EXPERIENCIA

CONSEJOS  
TIPS

RESEÑAS  
CLIENTES

SUGEREN  
CIAS

FILTROS

PERSONALIZAR  
SESIÓN FOTOS

BUSCADOR

SLIDER FOTOS  
REFERENCIA

VIDEO  
PROMOCIONAL

VIDEO INSTRUCTIVO

OFERTAS

ESTILOS DESTACADOS

EMPRESARIAL

PRECIOS  
BOOK SESIÓN

ARTICULOS  
DESTACADOS

NOVEDADES

POLÍTICA  
PRIVACIDAD

TERMINOS Y  
CONDICIONES

PERMISOS

(LOCAL, DECORADO,  
ROPA, MODELOS...)

PRECIOS  
BOOK SESIÓN

ARTICULOS  
DESTACADOS

NOVEDADES

POLÍTICA  
PRIVACIDAD

TERMINOS Y  
CONDICIONES

PERMISOS

\*No todas estas funciones han sido implementadas en la app final. Se han modificado, añadido y eliminado según las necesidades del proceso de creación del proyecto. Lo veremos más adelante.



**CONTRABRIEFING**

## CONTRABRIEFING

### ¿QUIÉN HACE EL ENCARGO?

Vintage Photo Studio es la nueva empresa creada por la fusión de Flamingos Vintage Kilo y Maley Photo.

Esta creativa idea junta fotografía y moda en un solo espacio, donde el cliente podrá realizarse una sesión fotográfica de la mano del prestigioso fotógrafo Maley, además de alquilar piezas de ropa de la marca Flamingos, que posteriormente podrá adquirir si son de su gusto.

### ¿A QUÉ SE DEDICA LA EMPRESA?

Vintage Photo Studio se dedica a crear una experiencia, donde el cliente podrá disfrutar solo o acompañado.

Consiguiendo las fotografías más naturales e íntimas y adquiriendo piezas de ropa vintage totalmente únicas. Acompañado en todo momento por el equipo, que hará que no falte detalle en la estancia.

Vintage Photo Studio pertenece al sector de la moda y la fotografía.

El cliente reserva la sesión fotográfica, detallando si será una individual o grupal, el número de fotos retocadas junto al formato de entrega y número de piezas de ropa, entre otros detalles.

### • OBJETIVO DE LA EMPRESA

El objetivo principal de la empresa es crear una experiencia para el consumidor, y que él así lo sienta.

Que el cliente disfrute de ese momento y quiera volver a repetirlo, e incluso regalarlo.

Vintage Photo Studio quiere hacer sentir al cliente como en casa, pudiendo llegar a personalizar cualquier detalle y conseguir así una experiencia totalmente única y personal.

### • VALORES DE LA MARCA

Los valores medioambientales de la marca son importantes, ya que buscan concienciar al cliente de que la utilización de prendas vintage no favorece a la contaminación textil. Para ello utilizan una tarjeta de agradecimiento en todas sus compras, donde se busca concienciar de estos hechos.

Por otra parte, otros valores los cuales definen la marca son la originalidad y la autenticidad, que destacan tanto en la ropa como en la fotografía.

### ¿QUÉ HAY QUE DISEÑAR?

La marca busca facilitar al cliente la pre y la post experiencia. Conseguir automatizar procesos, personalizar detalles pre sesión y dejarlos preparados para el gran día, así como dejar que el cliente escoja previamente el tipo de ropa que querrá utilizar, número de fotografías...

Para la parte post sesión, la marca está interesada en conseguir que el cliente tenga una fácil elección a las fotografías, así como la entrega de las mismas con el retoque final. **Aunque también sería de interés contar con unos packs ya preestablecidos para facilitar la elección del cliente.**



## CONTRABRIEFING

Como detalles extra, también sería de su agrado, poder contar con un espacio donde la marca pueda informar a sus clientes de los próximos escenarios y temáticas que tendrá el estudio, tanto de decorado como de estilo de vestimenta.

Por lo tanto, Vintage Photo Studio busca crear la aplicación que pueda satisfacer todas estas necesidades.

### OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

Los objetivos básicos de comunicación pueden ser:

- Describir del funcionamiento de la experiencia, ya que es innovadora.
- Informar al cliente de los próximos escenarios / temáticas / sets del estudio, tanto decorado como vestimenta.
- Facilitar la personalización de la sesión fotográfica y la entrega de fotografías originales y editadas.
- Concienciar de los beneficios que tiene el uso de la ropa vintage o de segunda mano.
- Animar al cliente a tener buen contenido en las redes sociales.
- Informar al cliente de los precios, tanto si quieren un book cerrado, como si quieren personalizarlo.

### ¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

- **Público Objetivo:** personas auténticas
- **Nivel socioeconómico:** medio-alto
- **Sexo:** cualquiera, pero especialmente mujeres
- **Edad:** 18-35 potencial, aunque también acuden clientes que superan la edad
- **Trabajo:** relacionado con cualquier tipo de arte y cultura
- **Hobbies:** moda, música, fotografía
- **Motivaciones:** disfrutar el momento, conseguir fotografías llenas de autenticidad con ropa exclusiva
- **Publico Potencial:** personas que quieran vivir una experiencia diferente, que les guste crear contenido y todo tipo de moda, especialmente vintage
- **Situación actual:** la empresa acaba de crearse
- **Competencia:** estudios de fotografía y tiendas vintage o de alquiler de ropa

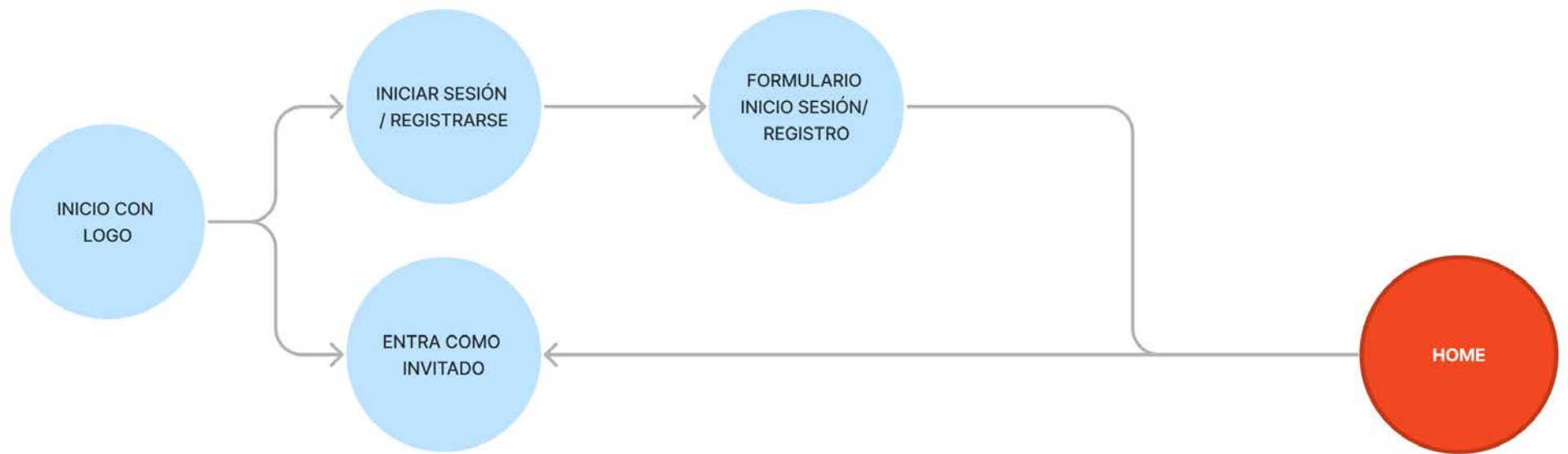
# FASE CREATIVA

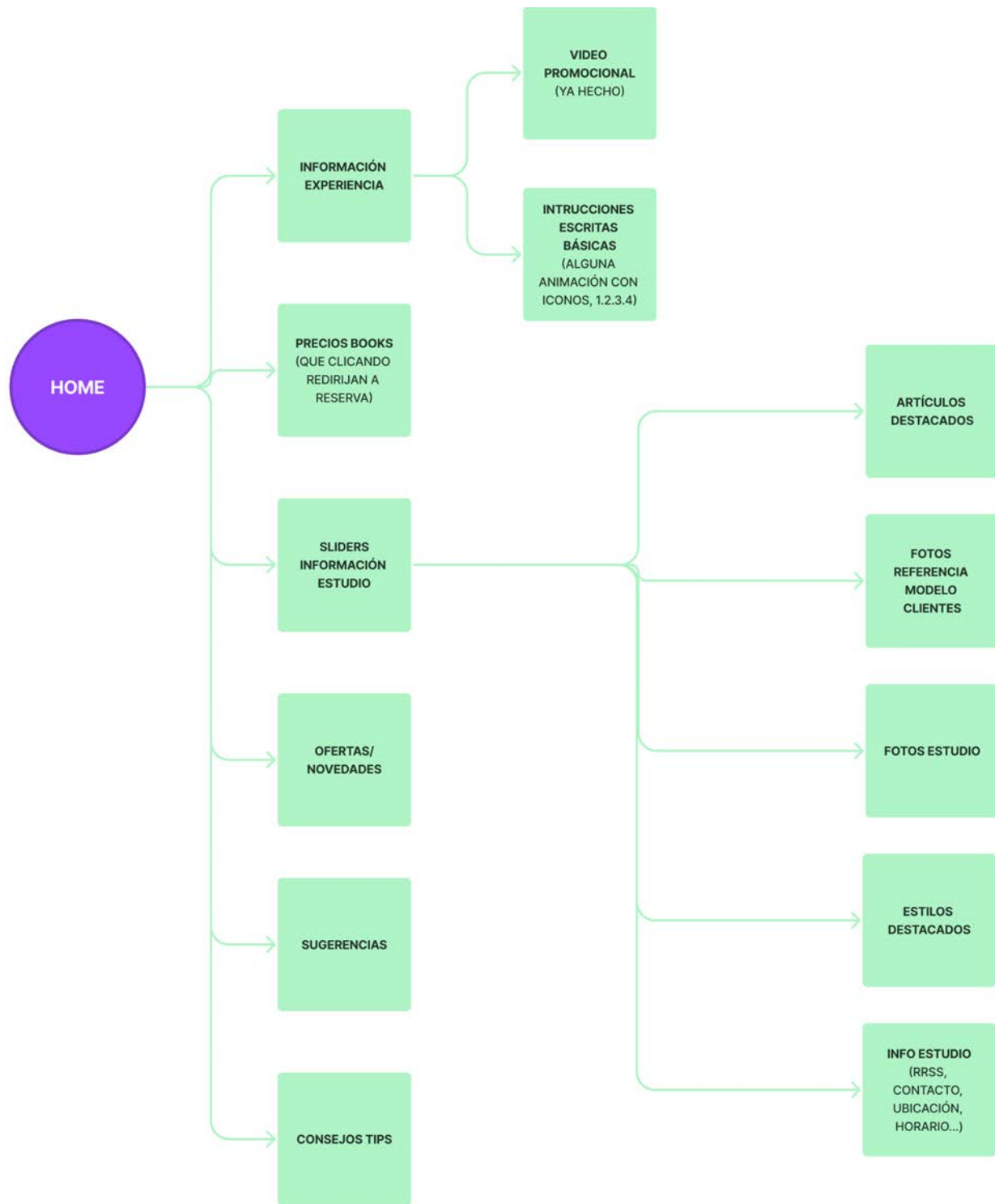


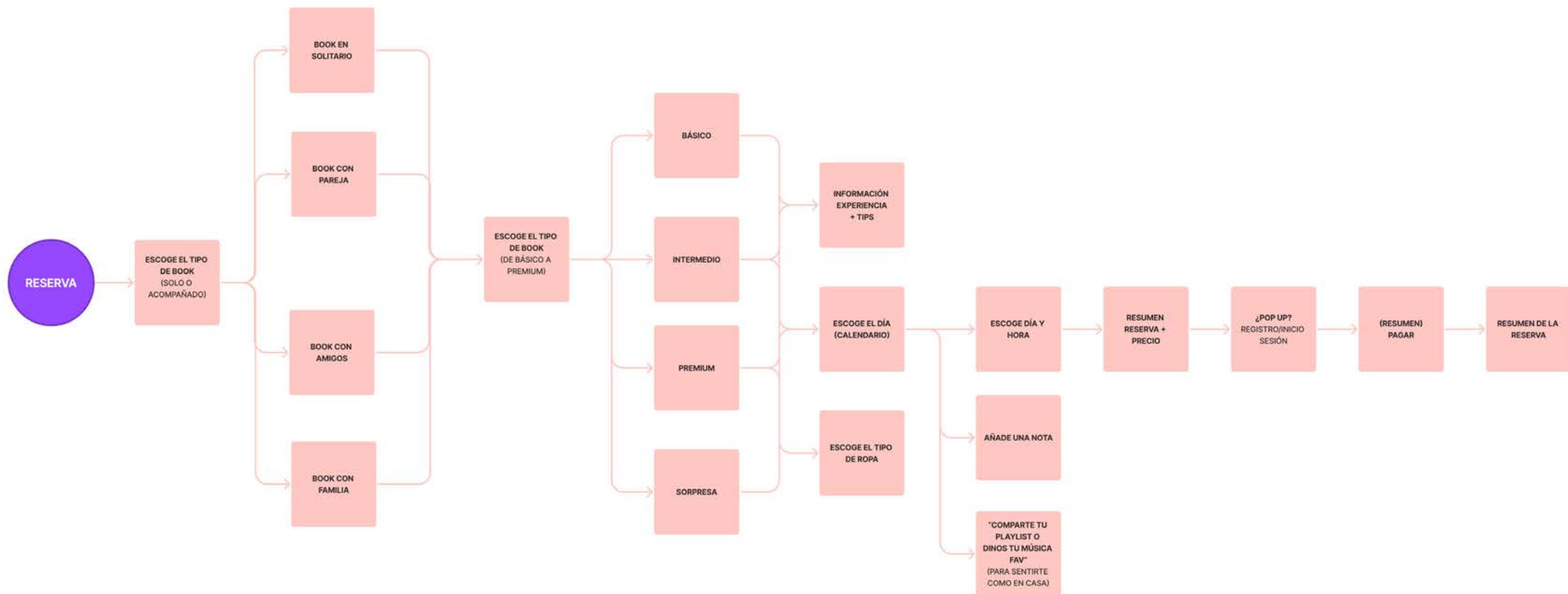
**FLUJO DE NAVEGACIÓN**  
**SKETCHES + TEST**  
**WIREFRAMES + TEST**  
**RETÍCULA**  
**MOODBOARD**  
**PROPUESTAS GRÁFICAS**  
**MOCKUPS**  
**VIDEO**  
**LANDING PAGE**

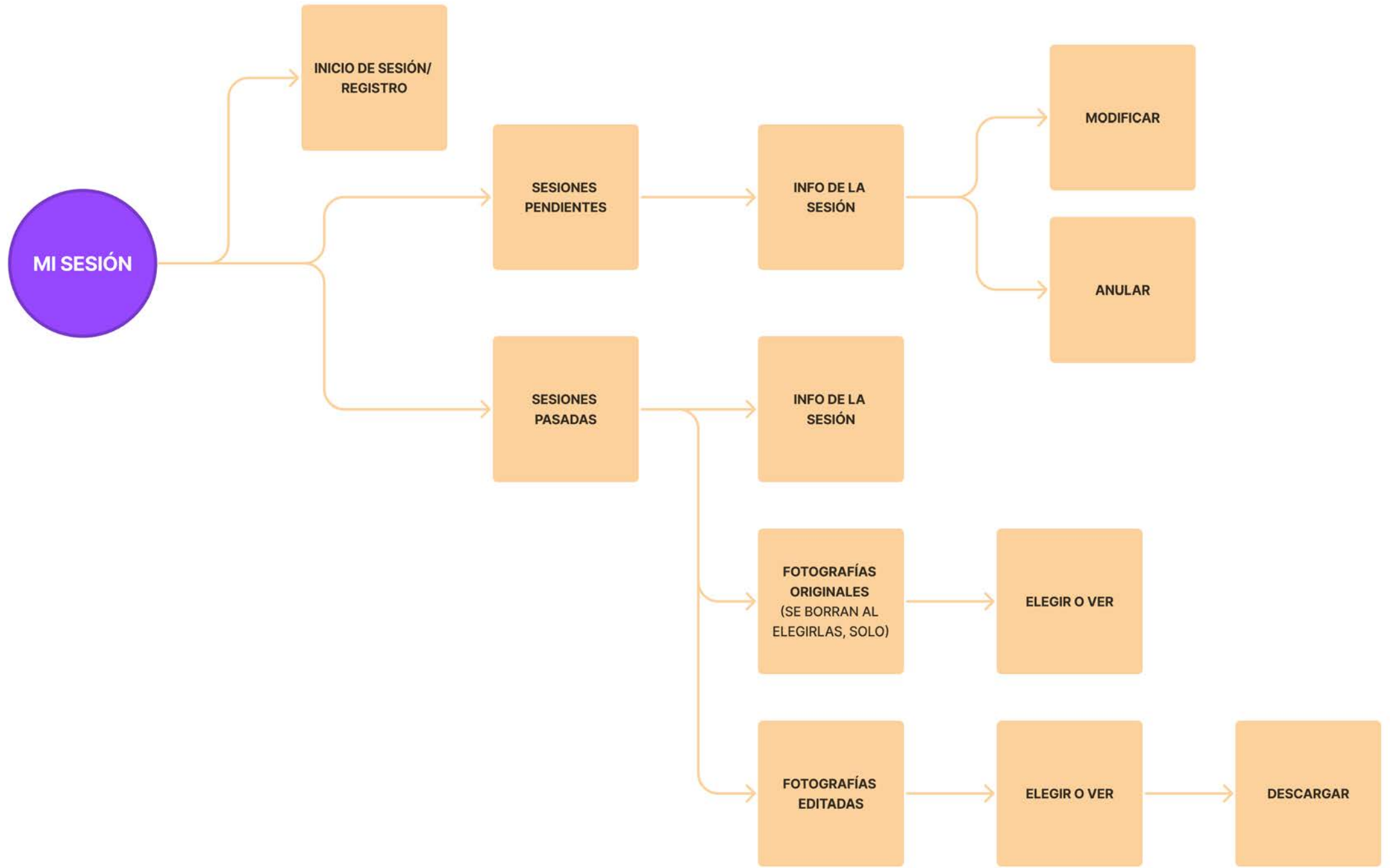
# FLUJO DE NAVEGACIÓN



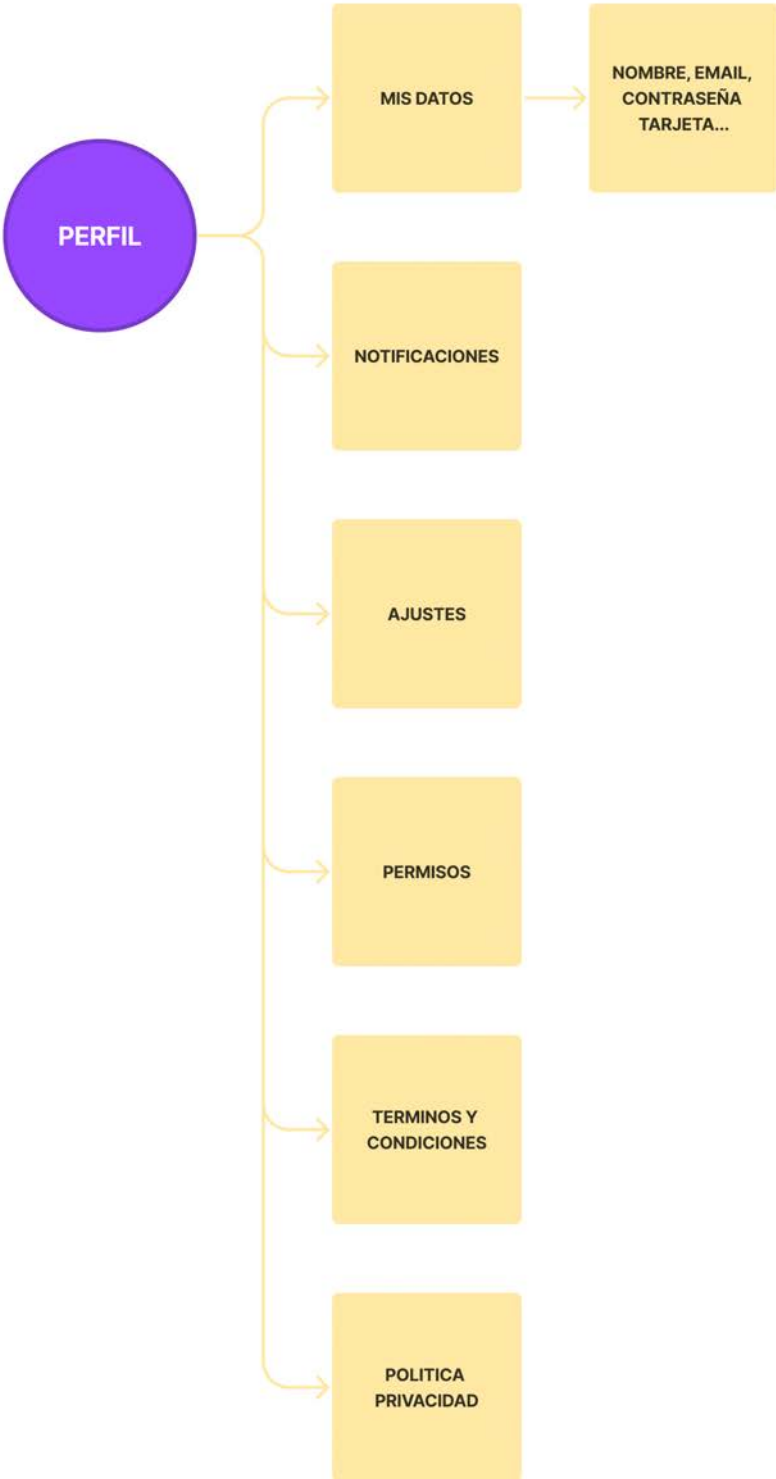






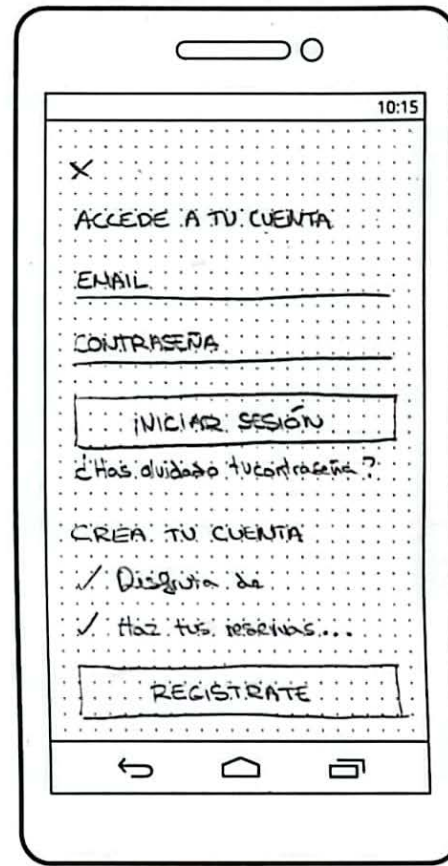
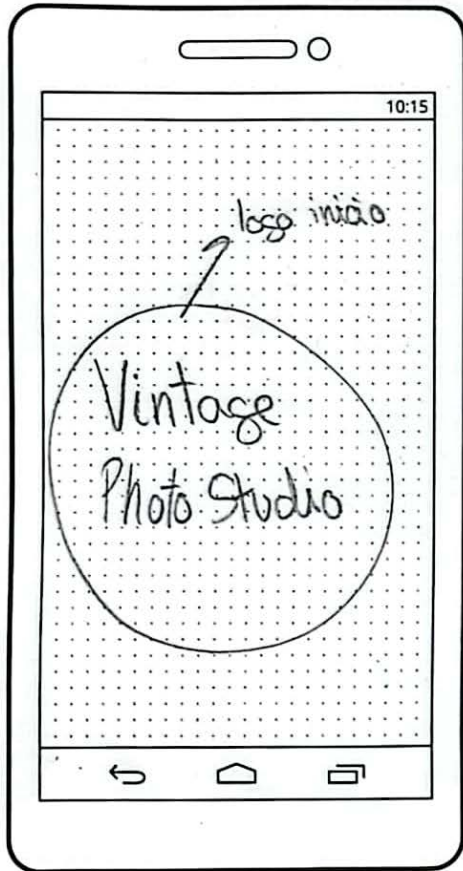






**SKETCHES**

# INICIO DE SESIÓN/REGISTRO





HOME

Info exper  
↳ video promo  
↳ instrucciones 1, 2, 3, 4

Books → papers  
Reviews, Books

SLIDERS INFO  
• artículos dest.  
• fotos reg. mezz.  
• fotos estudio  
• estilos dest.

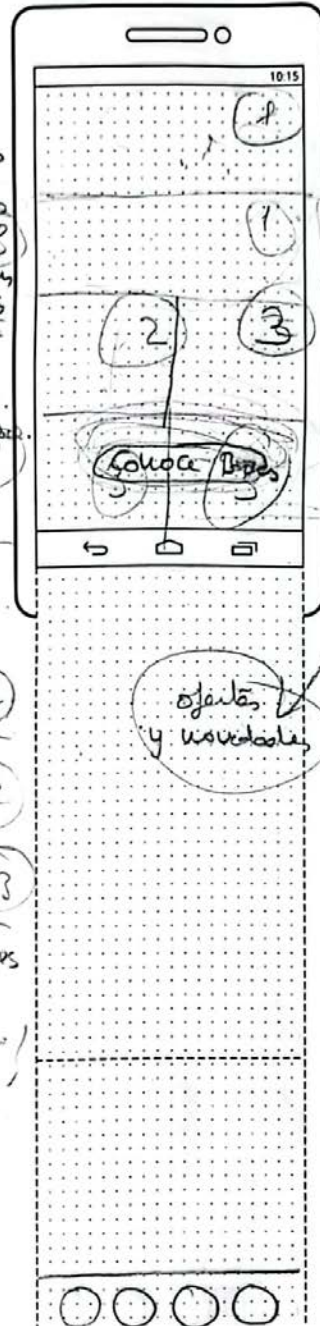
Info. estudio  
• RSS  
• contacto  
• ubi  
• horario

OFERTAS / NOVEDADES

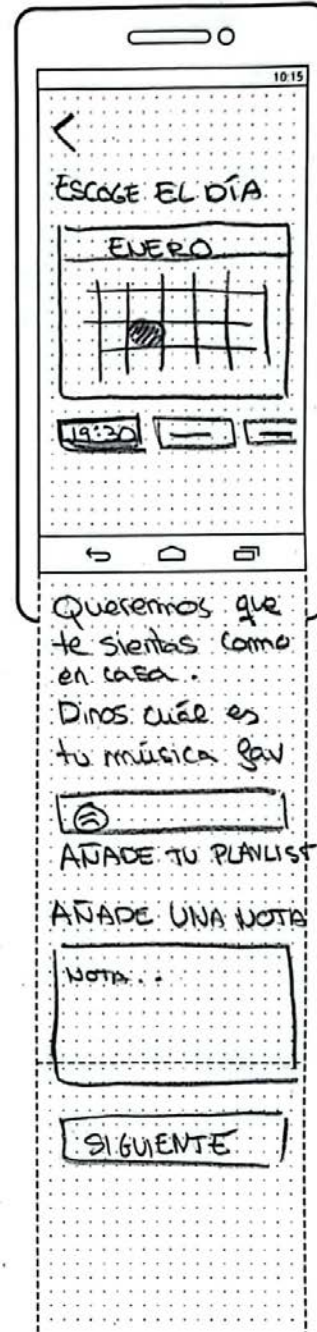
SUGERENCIAS

CONSEJOS / TIPS

↳ Reservas



RESERVA



Queremos que te sientas como en casa.

Dinos cuál es tu música fav

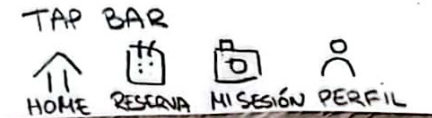
AÑADE TU PLAYLIST

AÑADE UNA NOTA

NOTA:

SIGUIENTE

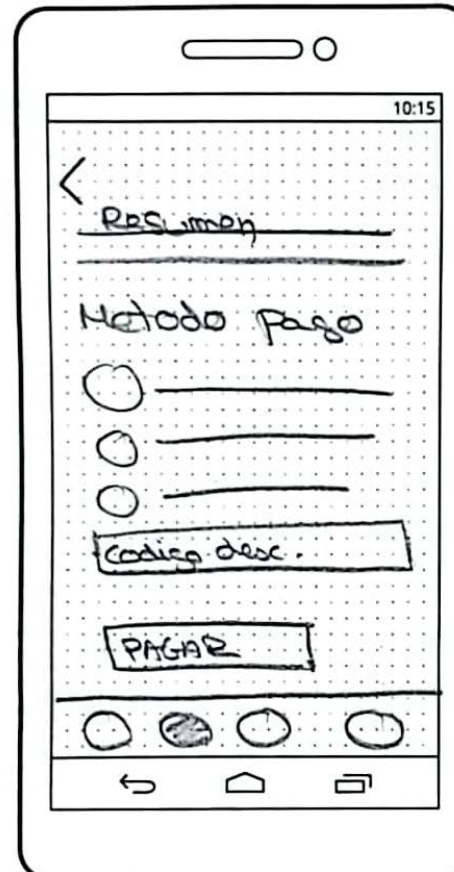
objetos y usabilidad



# RESERVA DE LA SESIÓN



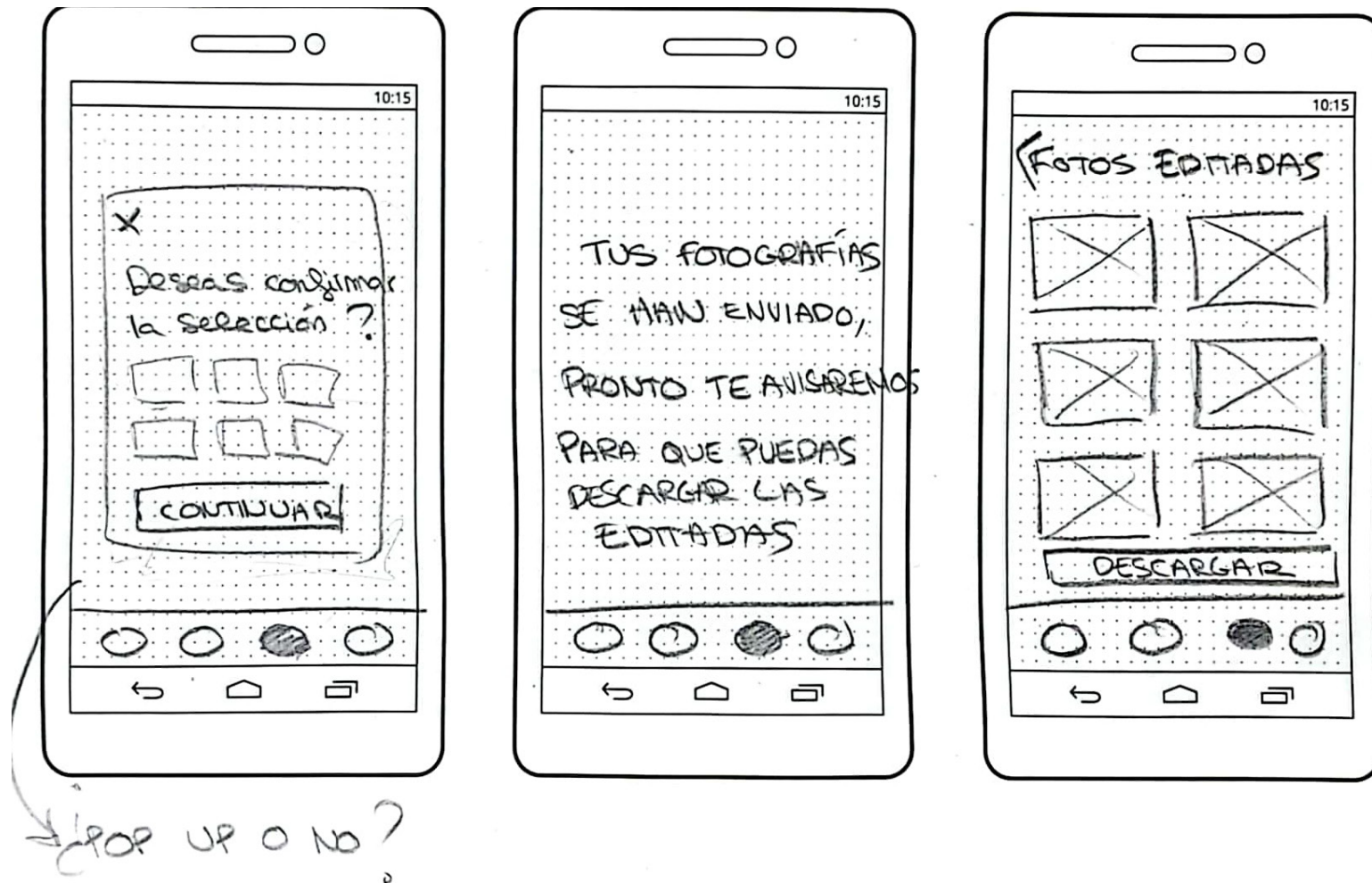
# RESERVA DE LA SESIÓN



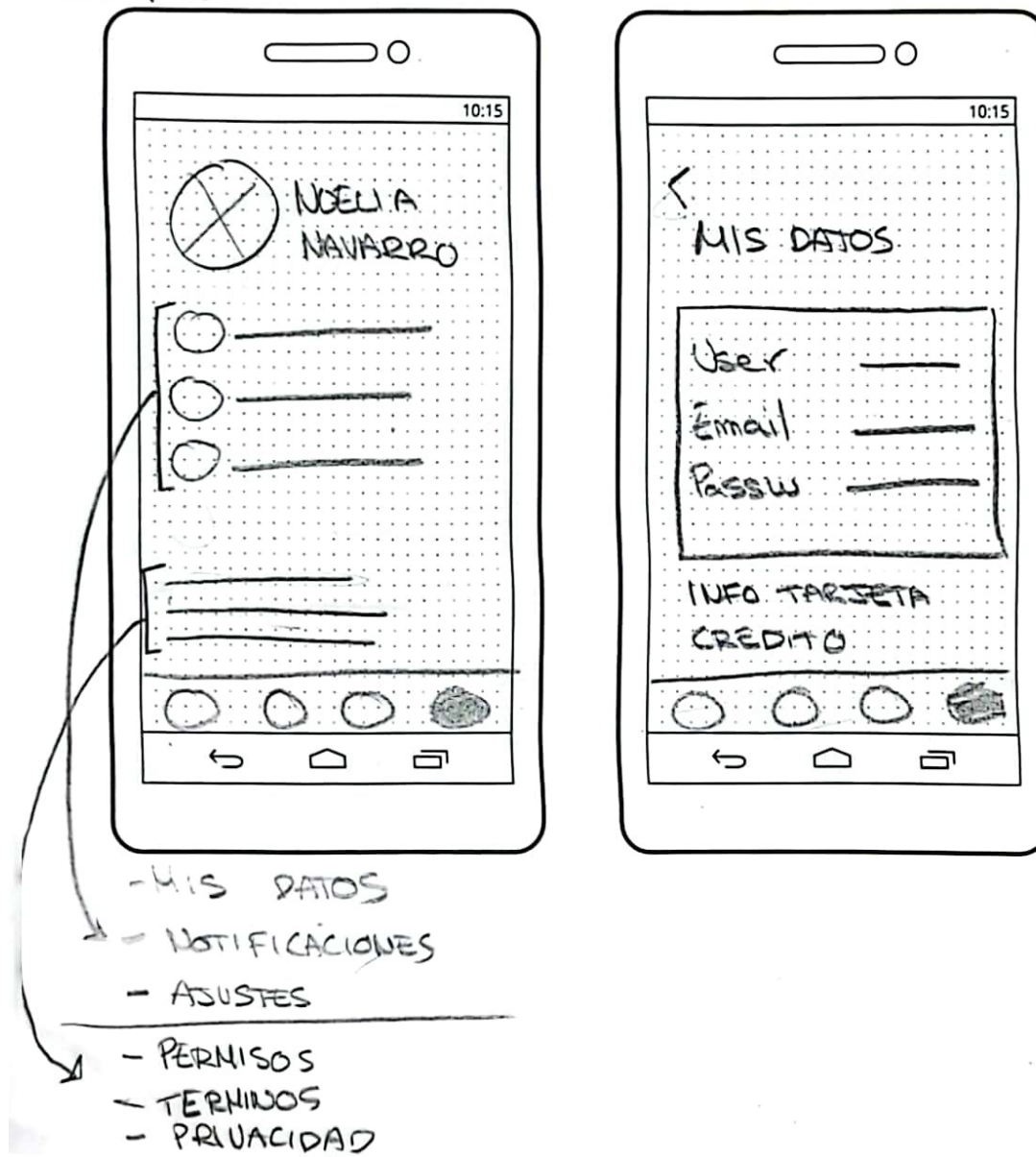
PUEDES VER LOS  
DETALLES DE TU SESIÓN  
EN LA HOME (TAB BAR)

Recibirás las gotas  
por la app...

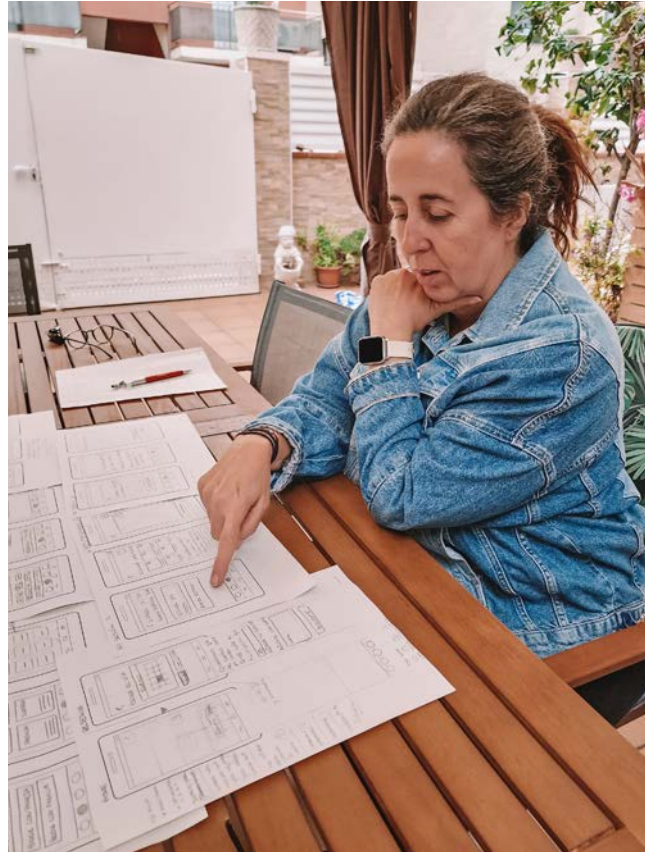
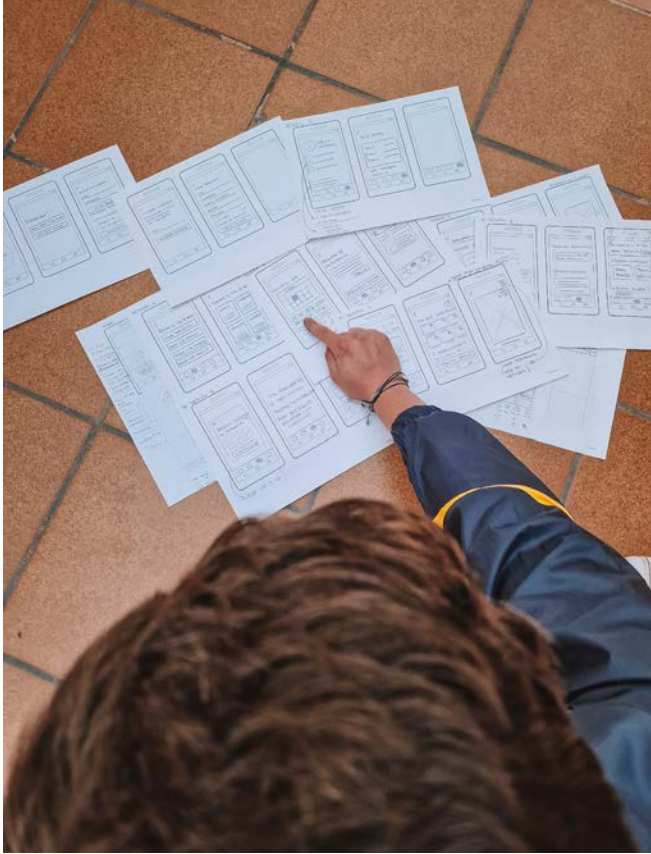
# APARTADO "MI SESIÓN"



# MI PERFIL







## TEST SKETCHES

En los primeros testers realizados para la aplicación, se ha tenido que explicar detalladamente la experiencia, así como el proceso de llevarla a cabo. Ya que aunque los testers sean público objetivo, necesitan conocer la marca, ya que es totalmente nueva.

A pesar de ser sketches a papel y de una forma rápida, los usuarios han ido entendiendo la dinámica a lo largo que iban testeando la aplicación.

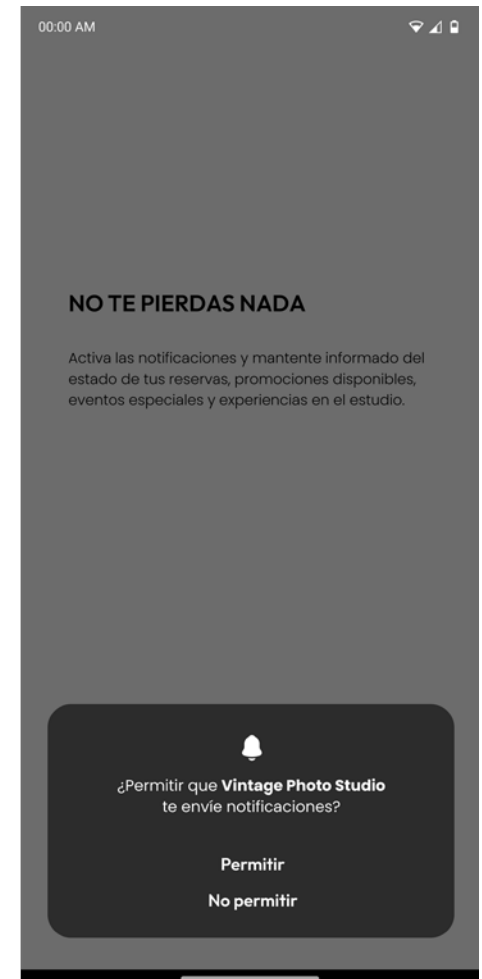
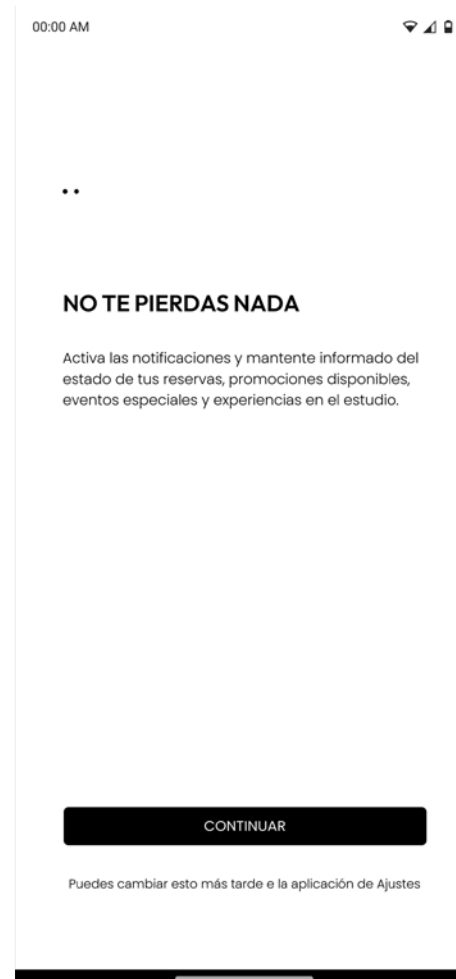
Han surgido ideas nuevas y comentarios muy interesantes por parte de los entrevistados, que no han tenido ningún reparo en añadir.

Algunas de las ideas que han surgido a partir de estos testers ha sido la posibilidad de agregar fotos extras a la hora de escoger las fotos que se querrán editadas.

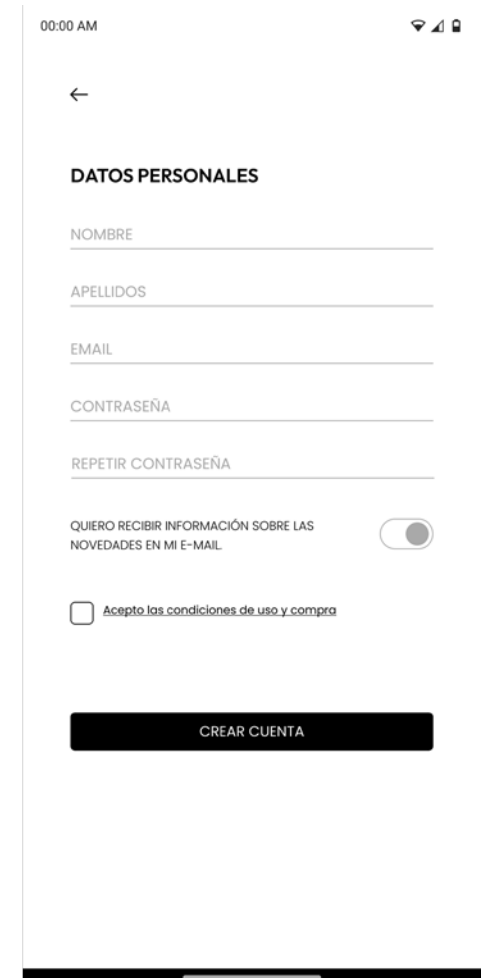
Además, se ha comentado también la posibilidad de poder compartir las fotografías tanto originales como editadas a través de la aplicación, ya que algunos de los usuarios creen que puede ser útil reenviar las fotografías a sus familiares y amigos para que les ayuden a escoger las mejores fotografías, o bien enseñar el resultado final.

**WIREFRAMES**

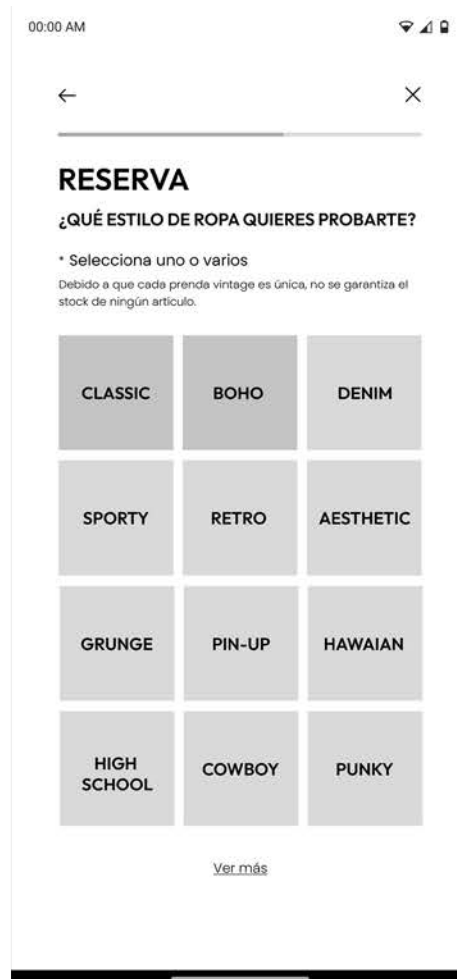
# INTRO



# ONBOARDING, INICIO DE SESIÓN Y REGISTRO



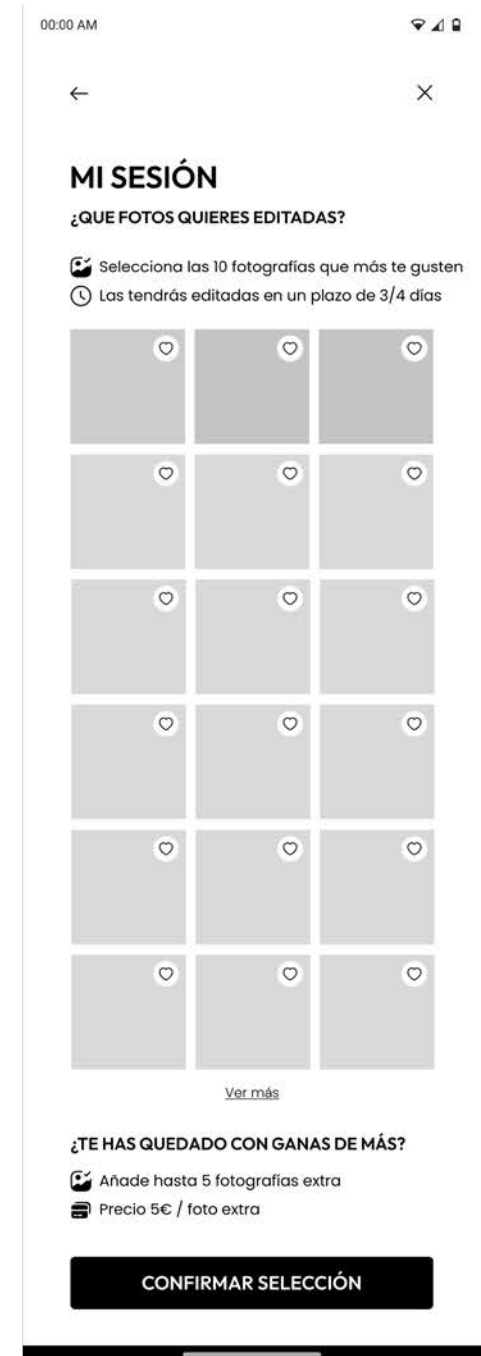
# RESERVA DE LA SESIÓN



# RESERVA DE LA SESIÓN

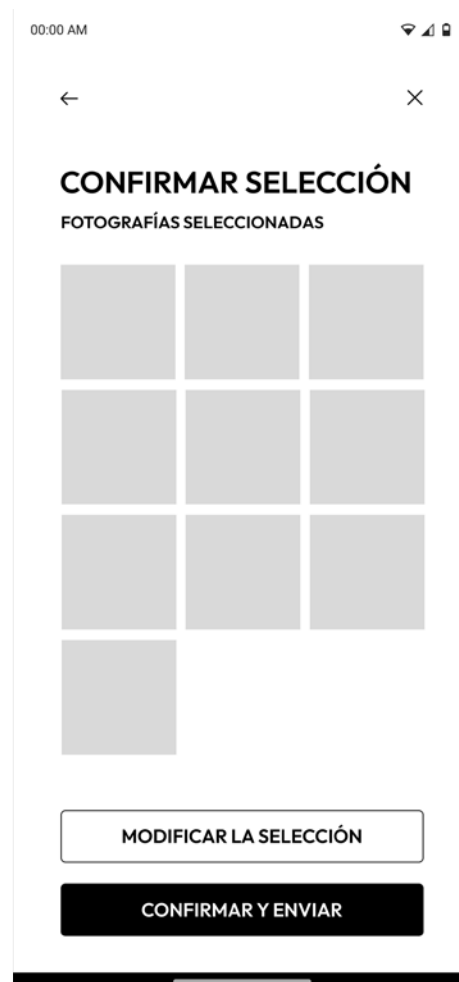
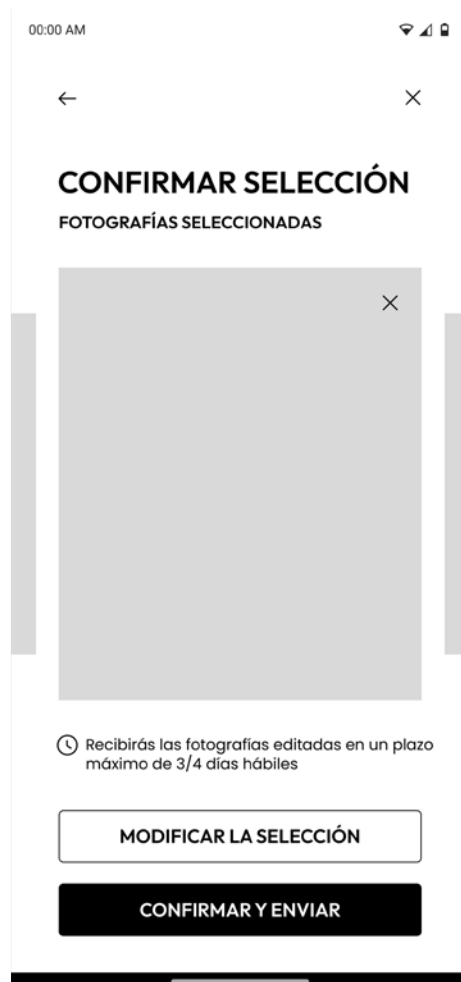
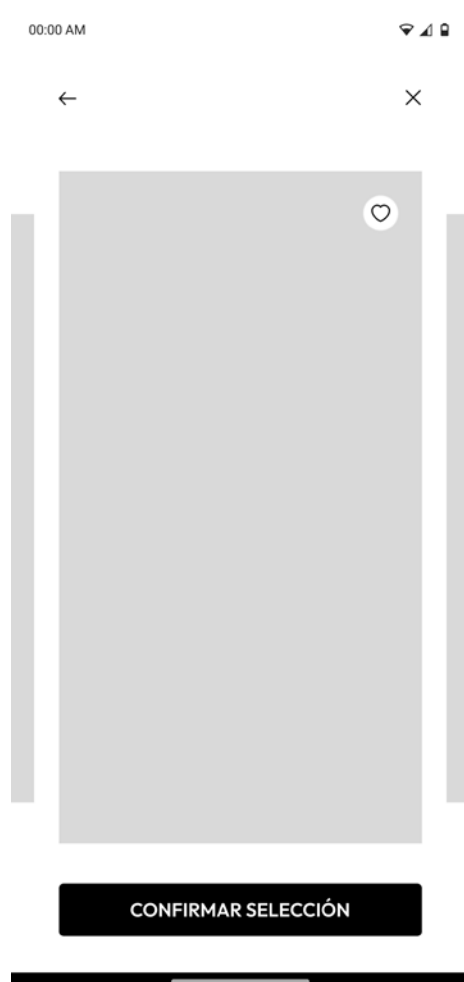


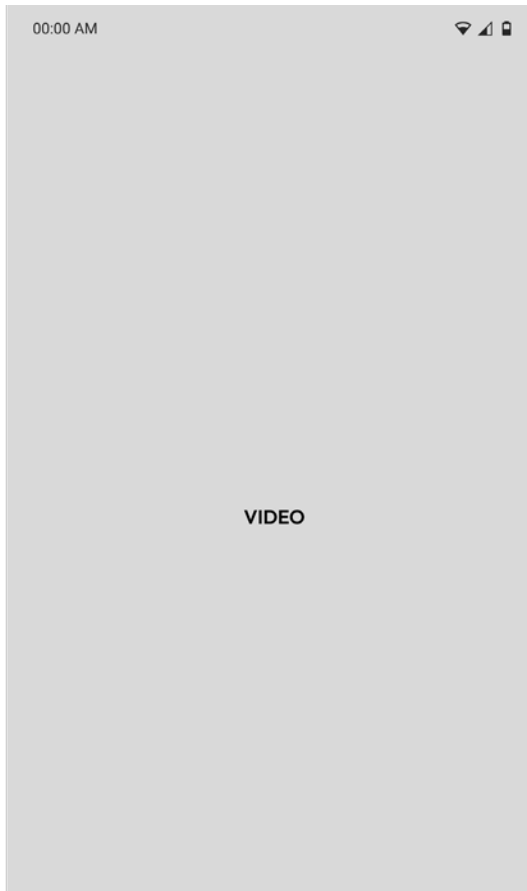
# APARTADO DE "MI SESIÓN"





## APARTADO DE “MI SESIÓN”





**BOOK  
PAREJA  
99€**

**BOOK  
INDIV  
99€**

## ¿CÓMO FUNCIONA?

Gracias al alquiler de ropa vintage de Flamingos, podrás dar el toque perfecto a tus fotografías, convirtiéndolas en todo un símbolo de autenticidad.

-  **¡Reserva! Selecciona el tipo de book**  
¿Vendrás solo o acompañado? Elige el número de piezas de ropa contratadas.
-  **¡Sonríe! Realiza la sesión de fotos**  
Fotografiate con la ropa elegida y consigue esa esencia vintage de Flamingos.
-  **¿Te has enamorado de alguna prenda?**  
Compra las piezas de ropa o artículos que más te gusten. ¡Serás único!
-  **¡Wow! Descarga tus fotografías editadas**  
Escoge tú mismo las fotografías que quieres que retoquemos y descárgalas ya editadas a través de la app. ¿Fácil verdad?
-  **¡Disfruta tus piezas de ropa vintage!**  
Les estás dando otra oportunidad. ¡STOP contaminación textil!

## CONOCE EL ESTUDIO

Saber más

-  **¡Wow! Descarga tus fotografías editadas**  
Escoge tú mismo las fotografías que quieres que retoquemos y descárgalas ya editadas a través de la app. ¿Fácil verdad?
-  **¡Disfruta tus piezas de ropa vintage!**  
Les estás dando otra oportunidad. ¡STOP contaminación textil!

## CONOCE EL ESTUDIO

Saber más

## FLAMINGOS VINTAGE KILO DESCUBRE LOS ESTILOS



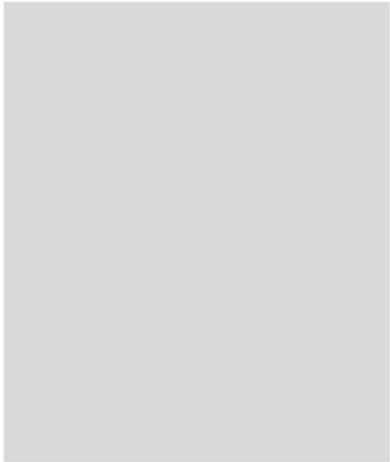
# HOME

00:00 AM

✕

## BOOK INDIVIDUAL

Siéntete una super estrella



Descripción del book  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Praesent vulputate dictum turpis, at congue mi gravida nec. Aliquam ac urna ut dolor commodo facilisis congue at risus. Aenean ultrices sed nisl et

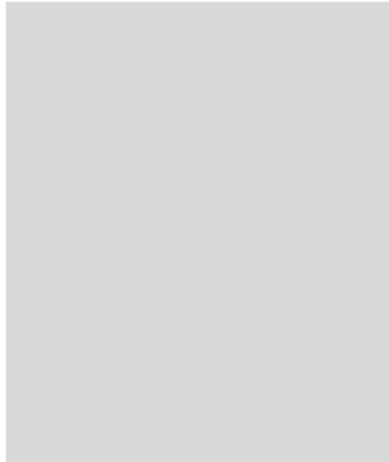
RESERVA BOOK INDIVIDUAL

00:00 AM

✕

## BOOK AMIGOS

Cuantos más, mejor



Descripción del book  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Praesent vulputate dictum turpis, at congue mi gravida nec. Aliquam ac urna ut dolor commodo facilisis congue at risus. Aenean ultrices sed nisl et

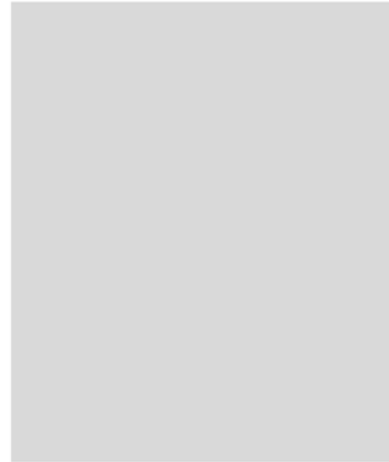
RESERVA BOOK AMIGOS

00:00 AM

✕

## BOOK PAREJA

Esto es cosa de dos



Descripción del book  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Praesent vulputate dictum turpis, at congue mi gravida nec. Aliquam ac urna ut dolor commodo facilisis congue at risus. Aenean ultrices sed nisl et

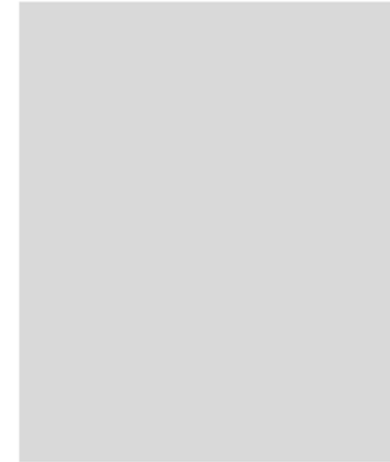
RESERVA BOOK AMIGOS

00:00 AM

✕

## BOOK FAMILIA

Como en casa en ningún sitio



Descripción del book  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Praesent vulputate dictum turpis, at congue mi gravida nec. Aliquam ac urna ut dolor commodo facilisis congue at risus. Aenean ultrices sed nisl et

RESERVA BOOK AMIGOS

**RETÍCULA**

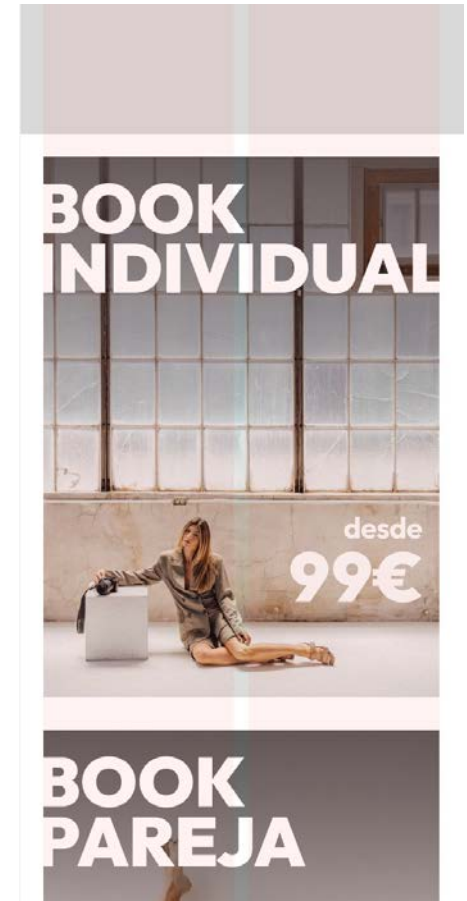
## RETÍCULA

La retícula de la aplicación de Vintage Photo Studio es de 2 o 3 columnas dependiendo de la pantalla.

### RETÍCULA DE 2 COLUMNAS

La mayoría de pantallas se componen por la retícula de 2 columnas. Margin: 50. Gutter:16.

La home también cuenta con una retícula de 2 columnas, pero el margen se reduce a la mitad, para que las fotografías ocupen más espacio en la pantalla. Margin: 25. Gutter: 16

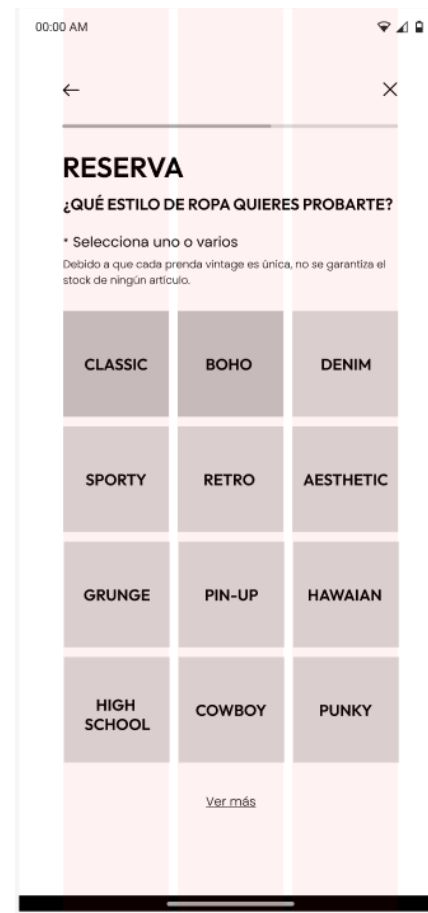


## RETÍCULA

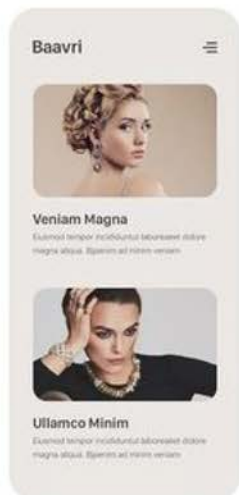
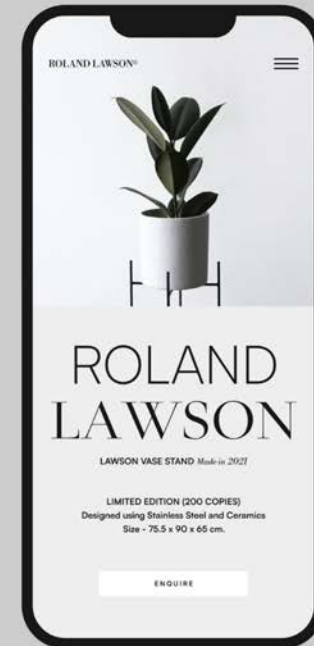
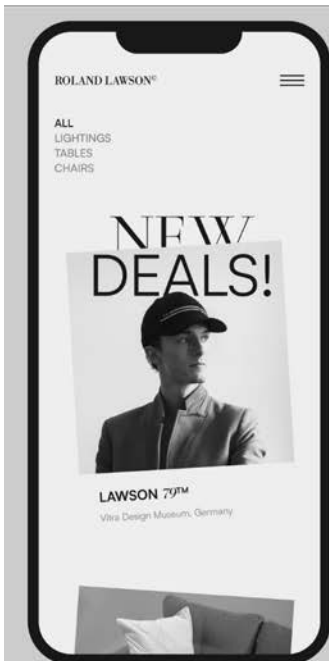
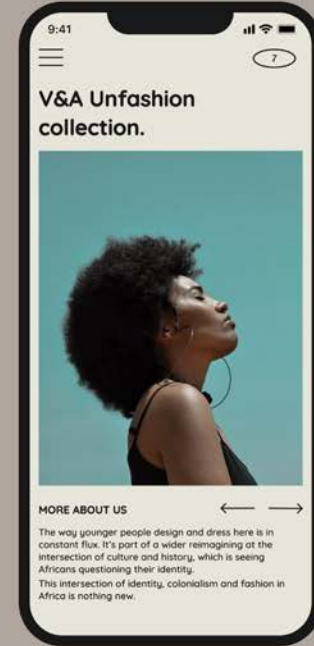
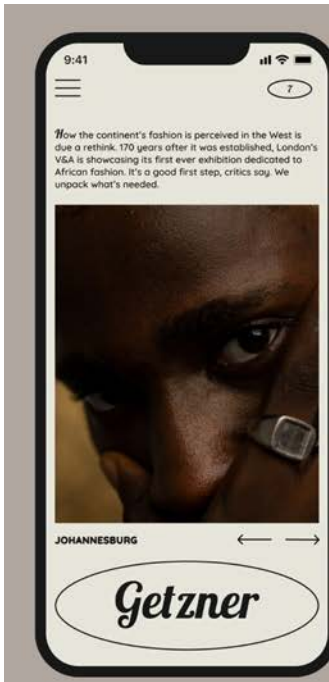
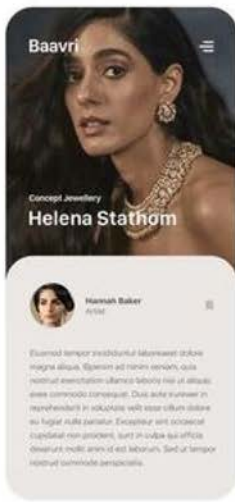
La retícula de la aplicación de Vintage Photo Studio es de 2 o 3 columnas dependiendo de la pantalla.

### RETÍCULA DE 3 COLUMNAS

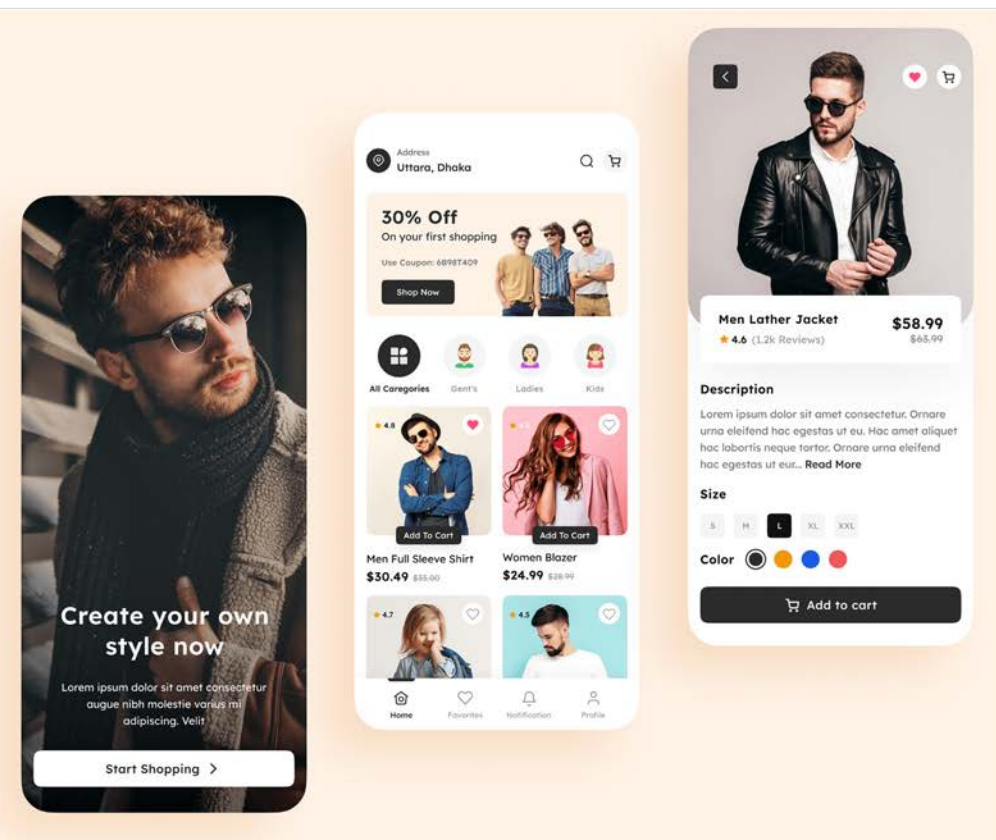
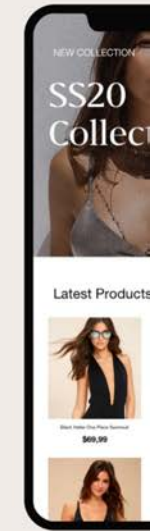
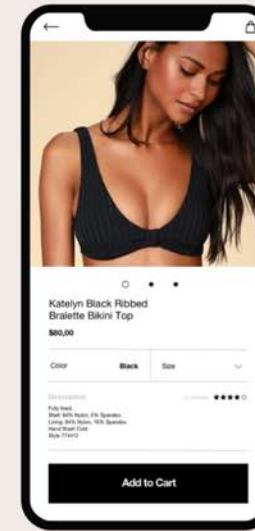
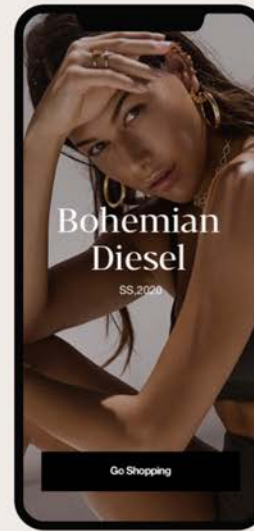
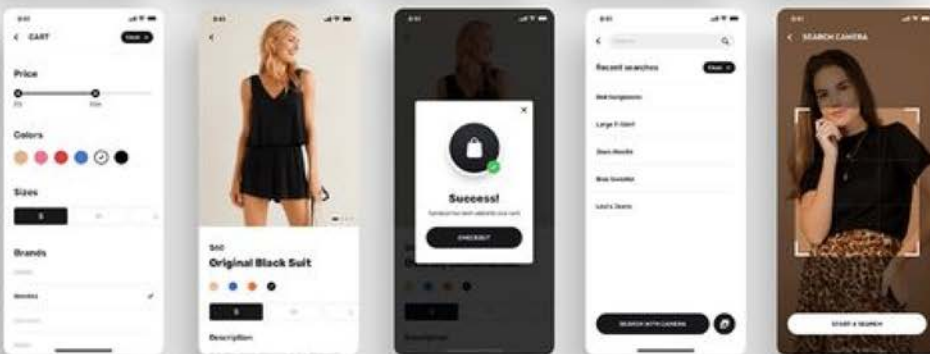
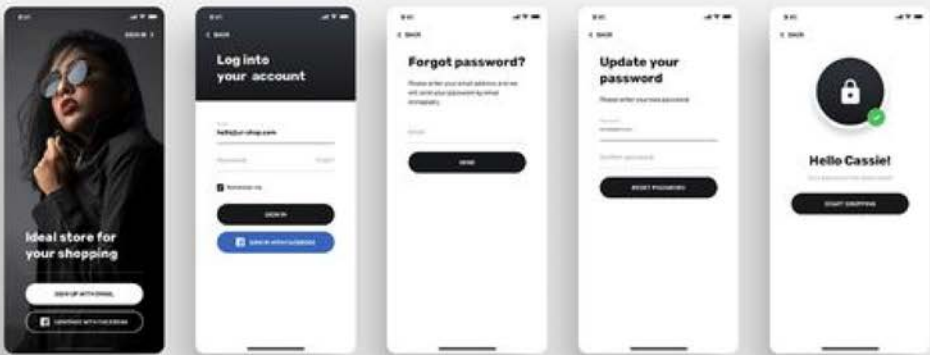
Las pantallas en las cuales debes escoger el estilo de ropa y ver las fotografías originales y editadas están formadas por una retícula de 3 columnas. Margin: 50. Gutter:10.



**MOODBOARD**







# Vintage

PHOTO STUDIO

¡Muchas gracias por haber completado la experiencia Vintage Photo Studio!

Aproximadamente, la producción textil es responsable de alrededor del 20 % de la contaminación mundial de agua potable. El lavado de materiales sintéticos, genera cada año unos 0,5 millones de toneladas de microfibras que acaban en los océanos.

Gracias a esta compra estás dando otra oportunidad a las prendas vintage, y favoreciendo el uso de prendas de segunda mano totalmente únicas.

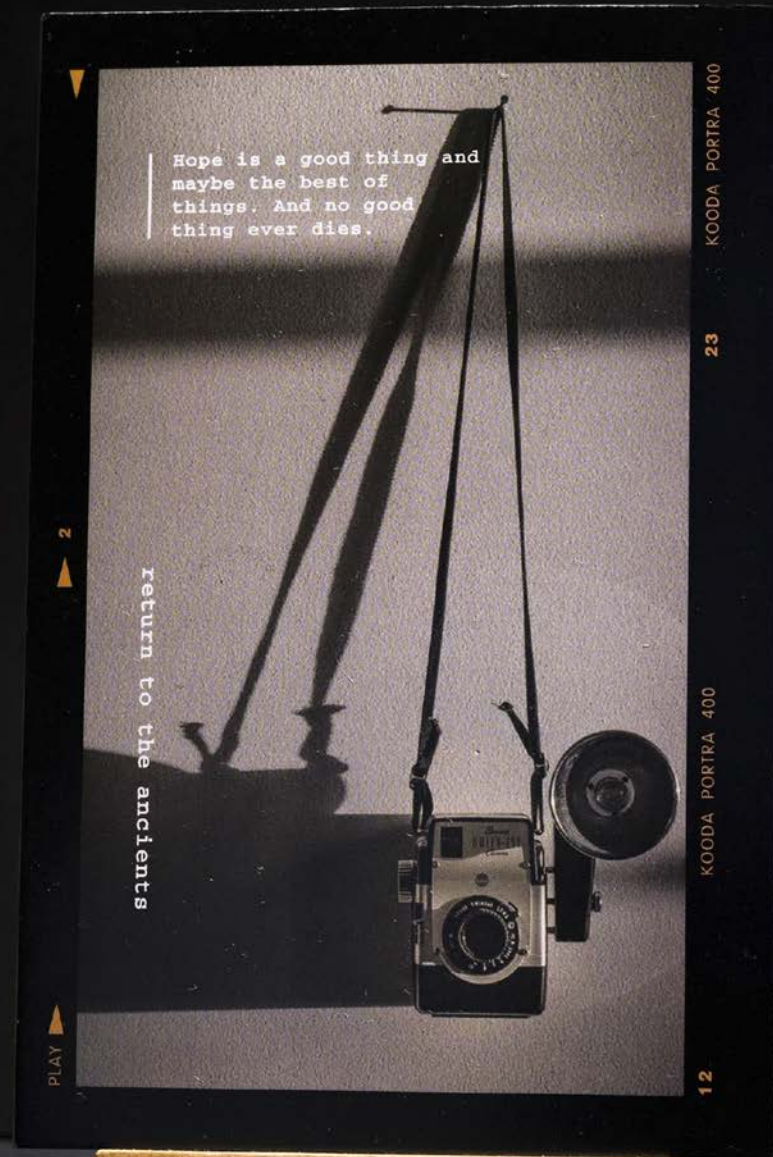
¡Disfruta de tu compra, y esperamos verte de nuevo en el estudio para seguir creando momentos juntos!

Vintage Photo Studio,

**10% DE DESCUENTO EN TU PRÓXIMA VISITA!**

¡Siguenos en nuestras redes sociales y etiquétanos al publicar las fotos de la sesión!

@vintagephotostudio



Flamingos



Vintage Kilo

### ¡COMPLETA LA EXPERIENCIA!

Gracias al alquiler de ropa vintage de Flamingos, podrás dar el toque perfecto a tus fotografías, convirtiéndolas en todo un símbolo de autenticidad.

-  Elige el número de piezas de ropa contratadas.
-  Fotografiate con ellas y consigue esa esencia vintage.
-  Compra las prendas o artículos que más te gusten.
-  Sube las fotografías a redes sociales etiquetándonos.
-  ¡Disfruta de tus piezas de ropa vintage!

# TARIFAS



**Vintage**  
PHOTO STUDIO



**49€**

60 min de sesión  
10 fotos editadas  
5 cambios de ropa

**BOOK  
INDIVIDUAL**



**99€**

60 min de sesión  
30 fotos editadas  
10 cambios de ropa

**BOOK  
GRUPAL**

# **PROPUESTAS GRÁFICAS**



**RESERVA**  
ESCOGE EL TIPO DE BOOK



**RESERVA**  
ESCOGE EL TIPO DE BOOK





**RESERVA**  
ESCOGE EL TIPO DE BOOK



**RESERVA**  
ESCOGE EL TIPO DE BOOK



## PROPUESTA GRÁFICA FINAL

### PANTALLA TIPOS DE BOOK

Para esta pantalla he decidido usar la primera opción en la cuál todas las fotos se ven en opacidad 100%, ya que la saturación de las imágenes es mayor y llama mucho más la atención.



### PANTALLA HOME TIPOS DE BOOK

En la home aparecerán en gran tamaño fotos de cada book. Estas tendrán un degradado negro en la parte superior, para que se pueda observar claramente el nombre de cada categoría, y resalte con fuerza.



## PROPUESTA GRÁFICA FINAL

### PANTALLA MI SESIÓN

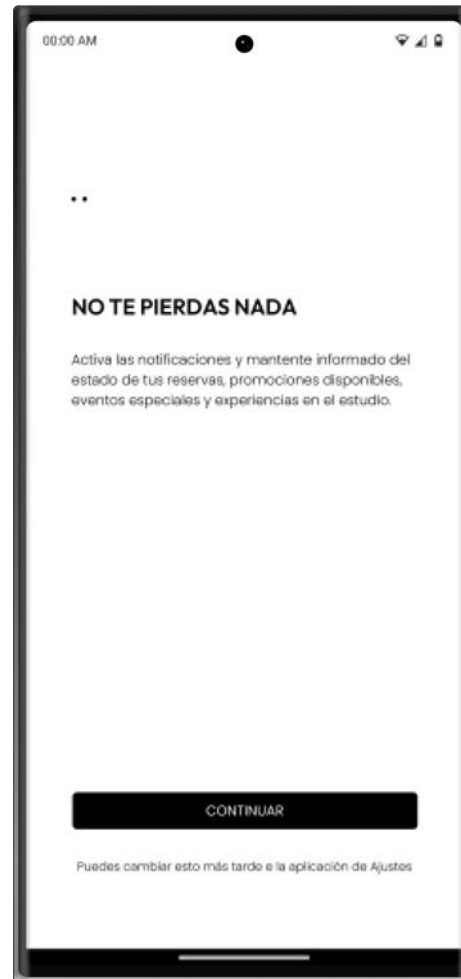
En este caso, como observaremos más información, el degradado se encontrará en la parte inferior, y mucho más marcado, para garantizar una buena legibilidad.



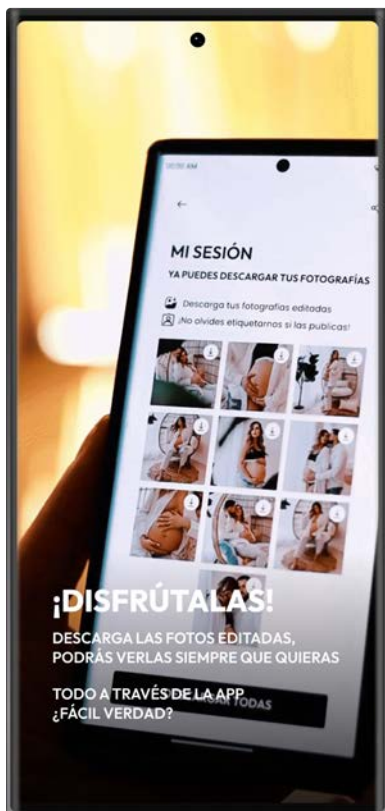
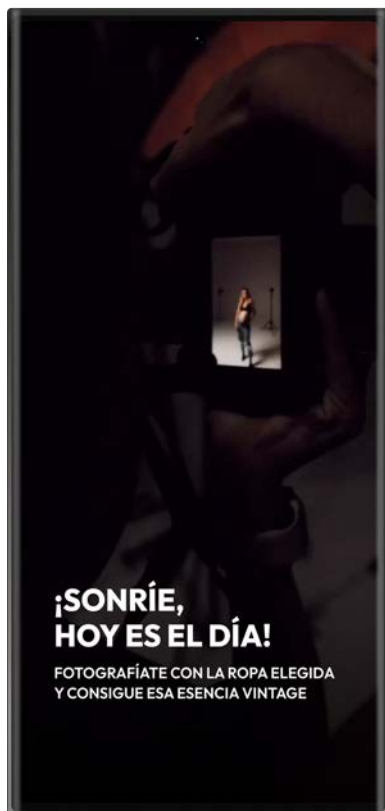
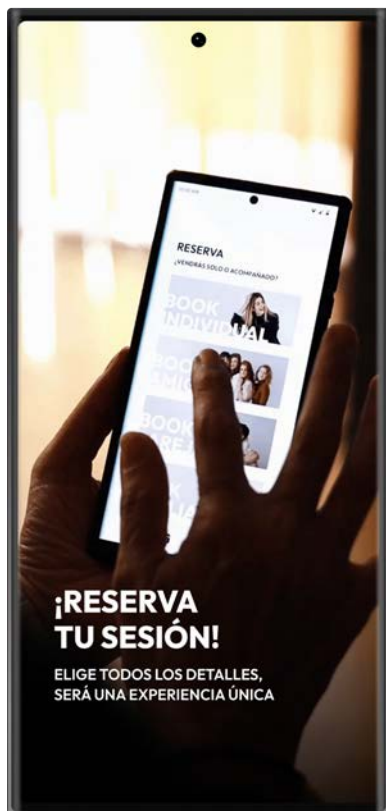


**MOCKUPS**

# INTRO



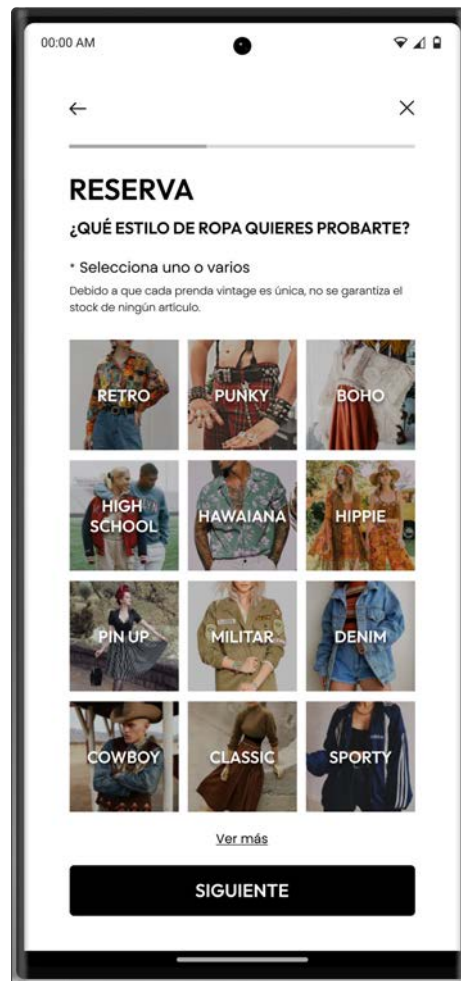
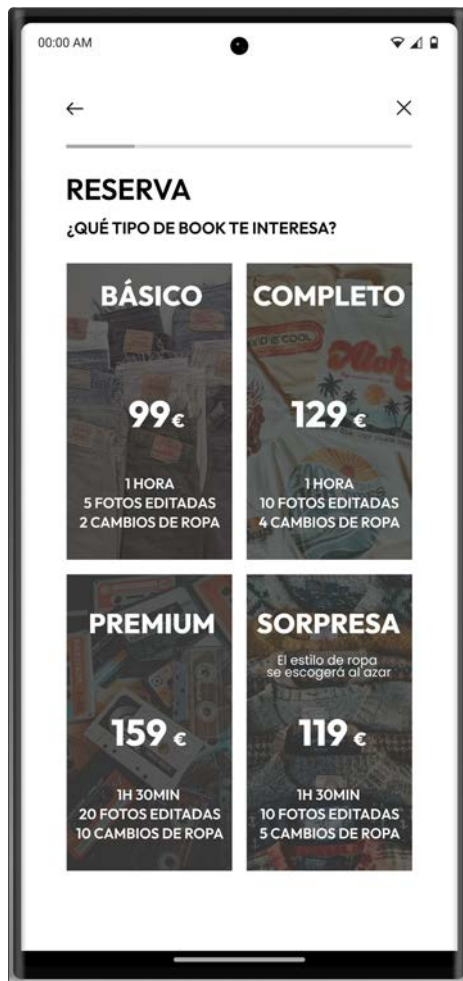
# ONBOARDING



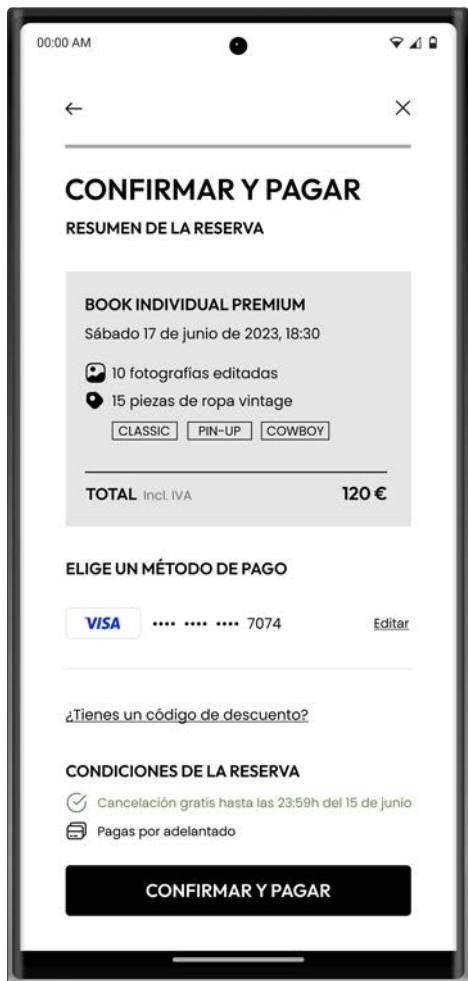
# INICIO DE SESIÓN Y REGISTRO



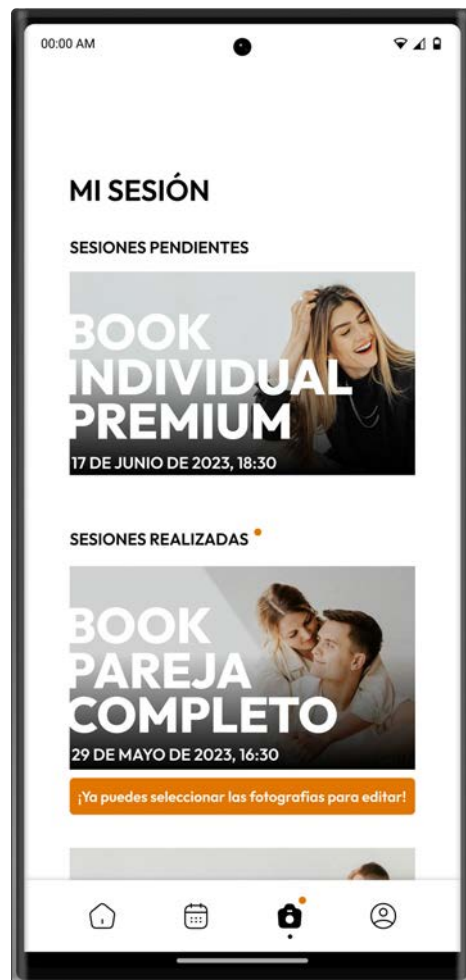
# RESERVA DE LA SESIÓN



# RESERVA DE LA SESIÓN



## APARTADO DE “MI SESIÓN”

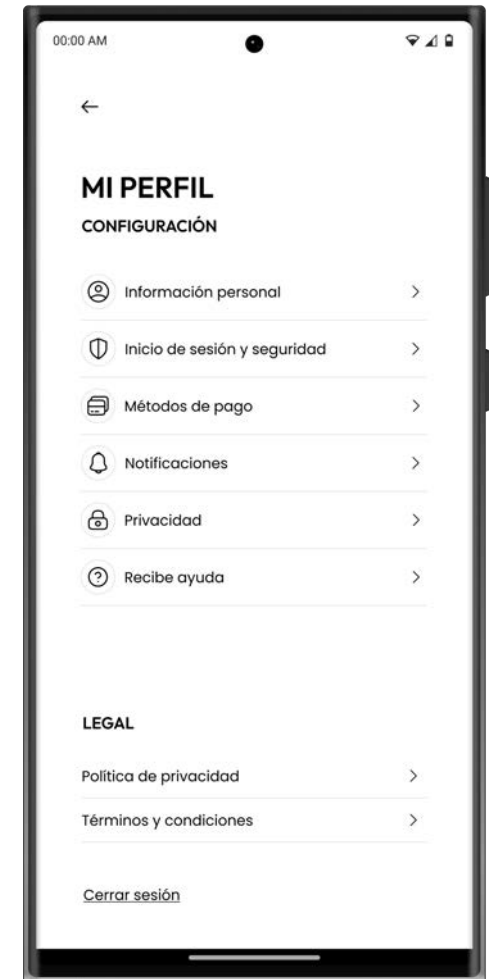


## APARTADO DE "MI SESIÓN"





## APARTADO DE "MI SESIÓN"





**BOOK INDIVIDUAL**

desde **99€**

**BOOK PAREJA**

desde **129€**



**BOOK FAMILIA**

desde **189€**



**Martina Rodríguez**

Experiencia 100% recomendada!  
Te hacen sentir como una modelo aunque no hayas posado nunca. Encantada con la ropa y las fotografías. ¡Repetiré!



**¿CÓMO FUNCIONA?**

- ¡Reserva!**  
¿Vendrás solo o acompañado? Elige el número de piezas de ropa contratadas.



**¿CÓMO FUNCIONA?**

- ¡Reserva!**  
¿Vendrás solo o acompañado? Elige el número de piezas de ropa contratadas.
- ¡Sonríe!**  
Fotografiate con la ropa elegida y consigue esa esencia vintage de Flamigos.
- ¿Te has enamorado?**  
Compra las piezas de ropa o artículos que más te gusten. ¡Serás único!
- ¡Wow!**  
Escoge tú mismo las fotografías que quieres que retoquemos y descárgalas ya editadas a través de la app. ¿Fácil verdad?
- ¡Disfruta!**  
¡Estás dando otra oportunidad a la ropa!  
¡STOP contaminación textil!

**DESCUBRE LOS ESTILOS DE FLAMINGOS VINTAGE KILO**



**EL ESTUDIO**

- ¿Te has enamorado?**  
Compra las piezas de ropa o artículos que más te gusten. ¡Serás único!
- ¡Wow!**  
Escoge tú mismo las fotografías que quieres que retoquemos y descárgalas ya editadas a través de la app. ¿Fácil verdad?
- ¡Disfruta!**  
¡Estás dando otra oportunidad a la ropa!  
¡STOP contaminación textil!

**DESCUBRE LOS ESTILOS DE FLAMINGOS VINTAGE KILO**

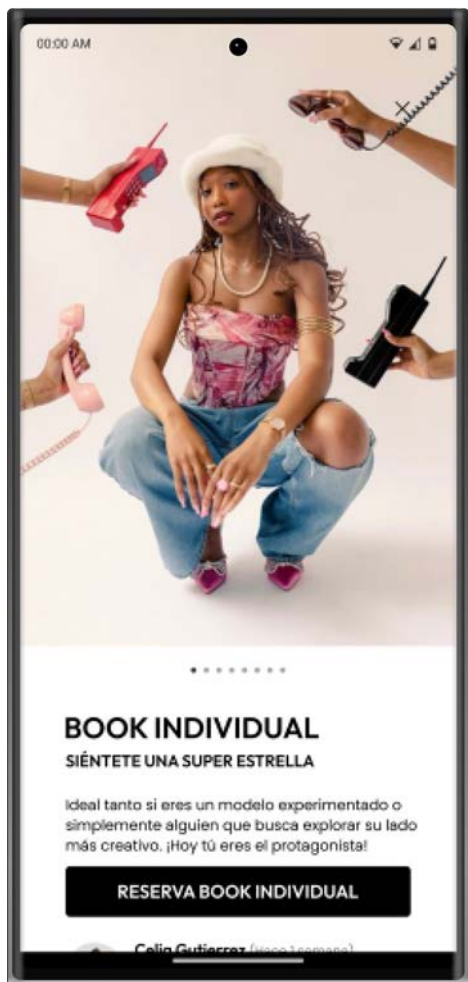


**EL ESTUDIO**

Saber más



# HOME



00:00 AM

BOOK INDIVIDUAL  
SIÉNTETE UNA SUPER ESTRELLA

Ideal tanto si eres un modelo experimentado o simplemente alguien que busca explorar su lado más creativo. ¡Hoy tú eres el protagonista!

RESERVA BOOK INDIVIDUAL

Colin Gutiérrez (Haga tiempo)



00:00 AM

BOOK AMIGOS  
CUANTOS MÁS, MEJOR

La oportunidad perfecta para celebrar vuestra amistad y crear recuerdos juntos. ¡Aquí la única regla es divertirse!

RESERVA BOOK AMIGOS

Carla Santiago (Haga tiempo)



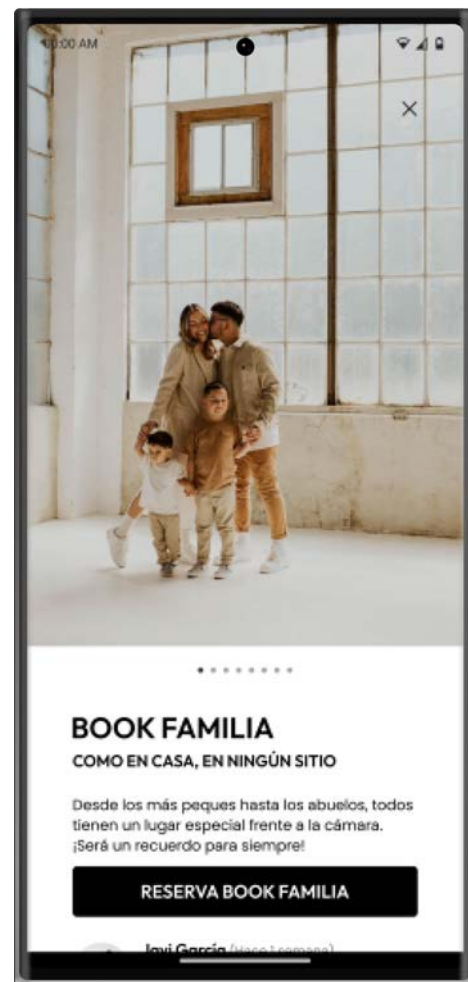
00:00 AM

BOOK PAREJA  
ESTO ES COSA DE DOS

Para todos aquellos que buscan capturar su conexión especial, ya sea como amigos, familia o parejas sentimentales.

RESERVA BOOK PAREJA

Sofía Álvarez (Haga tiempo)



00:00 AM

BOOK FAMILIA  
COMO EN CASA, EN NINGÚN SITIO

Desde los más peques hasta los abuelos, todos tienen un lugar especial frente a la cámara. ¡Será un recuerdo para siempre!

RESERVA BOOK FAMILIA

Javi García (Haga tiempo)

**VIDEO**

# IDEAS VIDEO

## MOSTRAR

- Felicidad
- Exclusividad
- Cercanía
- Transparencia
- Limpieza
- Pasión
- Esencia vintage

## PLANOS QUE INTERESAN

- Esbozos, wireframes?
- Proceso de trabajo?
- Evolución?
- Planos video promocional 2022
  - chicas probándose ropa
  - fotografo trabajando
  - ...
- Videos del estudio
- Grabación de pantalla (simulación reserva)

1.

Reserva

2.

Experiencia

3.

Elegir y descargar gotos app

## SIMULAR LA EXPERIENCIA DE USUARIO

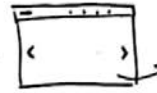


- explicar características + importantes

# **LANDING PAGE**

Temas interesantes secciones

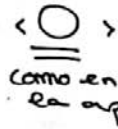
- Home
- Portfolio (dividido en books)
- Reseñas clientes → En slider
- Tarifas
- El estudio
- Reserva
- Contacto
- Video
- Experiencia



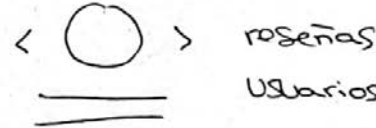
varias fotos  
(tipo onboarding)  
o las mejores fotos

OTROS FOTOGRAFOS

- Home > About Us > Work > Info  
Reviews > Blog > Contact
- Home > About > Portfolio > Pricing > Get
- Home > Gallery > About > Contact > Book now

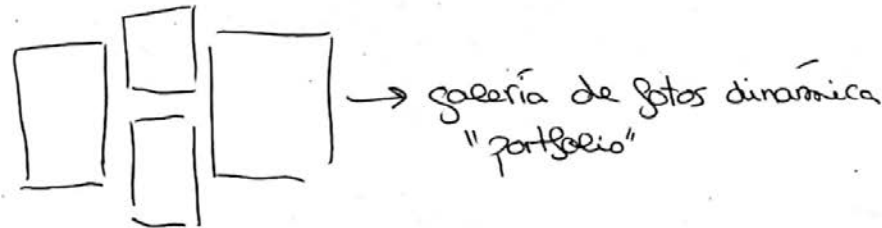
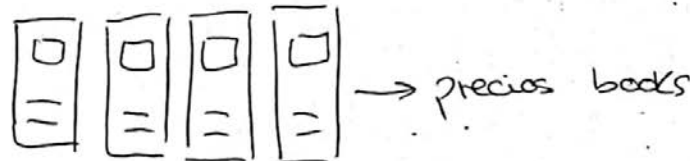


↳ Explicar con los pasos (instrucciones)



↳ Como en la app (poner video y que haya botón de descubrir los espacios o sets)

↳ Que te redirija a descargar la app



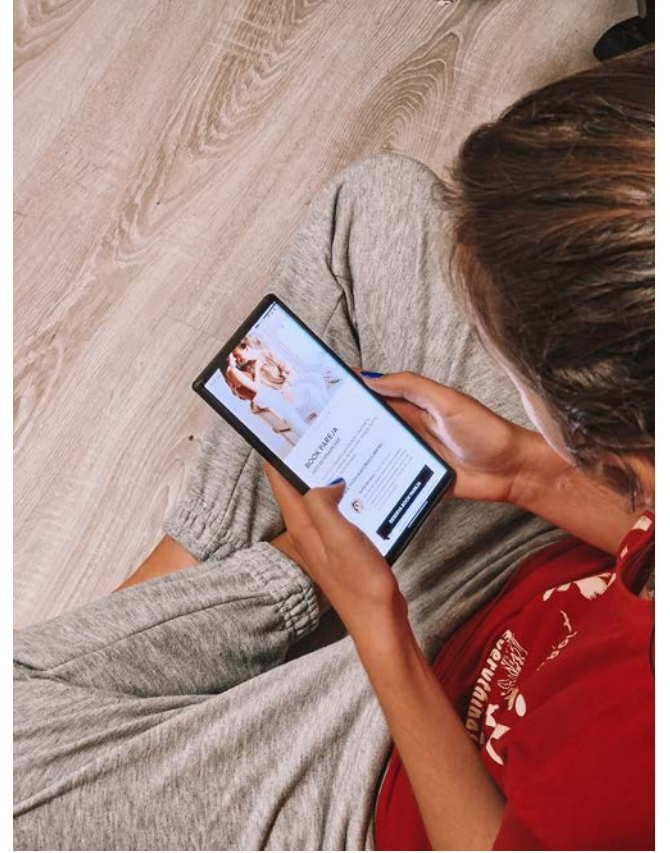
# FASE PROTOTIPAJE



**TESTER MOCKUPS  
VALORACIÓN HEURÍSTICA**



# **TESTER MOCKUPS**



## TEST MOCKUPS

Después de todo el proceso de trabajo, la definición del estilo gráfico y el prototipaje, el diseño “final” está realizado, y es testado tanto por público como objetivo como potencial.

El objetivo de este test ha sido nuevamente que el usuario reserve una sesión de fotos y escoja las fotografías que querrá editadas. Además, han podido navegar por la aplicación libremente, investigando toda la información que proporciona la misma.

Todos los usuarios han tenido muy buenos resultados, y todos coinciden en que es una aplicación muy visual, y que refleja perfectamente el mundo de la fotografía y la moda.


¡Se realizarán los últimos pequeños cambios y la aplicación estará lista para ponerse a funcionar!

# VALORACIÓN HEURÍSTICA

**VISIBILITAT ESTAT DEL SISTEMA**

Si/No/No aplicable

Comentaris

1,1	Totes les pantalles comencen amb un títol o capçalera que descriu el contingut?	Sí	L'usuari sap on està en cada moment, i el que ha de fer.
1,2	El disseny de les icones és consistent entre elles i amb el disseny de l'aplicació?	Sí	Tot té el mateix estil gràfic.
1,3	La icona o l'element seleccionat es destaca d'altres icones o elements que no estan seleccionats a l'aplicació	Sí	Inclòs l'usuari s'adona per l'animació del botó.
1,4	Els missatges d'error són al mateix lloc en què es produeix i es manté sempre que apareix al mateix lloc en totes les pantalles?	No aplicable	
1,5	L'usuari pot saber on es troba en un moment donat?	Sí	Ho veu clarament a cada pantalla.
1,6	Si s'utilitzen finestres emergents per mostrar missatges d'error, permeten a l'usuari veure el camp amb error?	No aplicable	
1,7	Canvia el comentari segons el tipus d'error o notificació que es desitgi?	No aplicable	
1,8	Quan finalitzeu un procés, el sistema proporciona un feedback per a l'usuari?	Sí	
1,9	L'usuari rep una notificació quan un grup d'accions finalitza amb èxit i indica el següent conjunt d'accions a dur a terme per completar la tasca / assolir l'objectiu	No aplicable	
1,10	Els elements mostren clarament en què es pot fer clic i quins no es poden fer clic?	Sí	L'usuari veu clarament el que és un botó.
1,11	La forma / el color de l'element canvia quan l'element està sent seleccionat o el cursor passa per sobre de l'element	No aplicable	
1,12	Si es pot seleccionar diverses opcions en un menú multiselect, hi ha informació visual sobre quines opcions ja estan seleccionades?	Sí	Per exemple en el calendari, dia i hora.
1,13	Hi ha informació visual quan es seleccionen o es mouen objectes?	Sí	L'usuari té un feedback.
1,14	L'estat actual d'una icona i d'un element està indicat clarament?	Sí	Cada botó té la seva animació, amb els seus diferents estats.
1,15	El sistema proporciona un feedback quan es fa clic a les accions primàries?	Sí	
1,16	S'informa l'usuari de la demora del sistema en el progrés del sistema mitjançant comentaris?	Sí	Apareixen animacions a les descàrregues i tràmits de pagament.
1,17	Els temps de resposta són adequats a la tasca?	Sí	Són realistes a la vida real
1,18	El sistema proporciona visibilitat: és a dir, si es pot mirar, l'usuari pot dir l'estat del sistema i les alternatives d'acció?	No aplicable	

## SISTEMA I EL MÓN REAL

2,1	La icona explica la seva funció per si mateixa i és fàcil d'entendre?	Sí	Són icones universals i tenen a veure amb l'experiència. P. ex. càmera.
2,2	Els colors seleccionats corresponen a les expectatives habituals dels codis de colors?	Sí	Icones de like vermells, icones de descàrrega completada verds...
2,3	Si s'utilitza la forma com a indicador visual, coincideix amb les convencions culturals?	No aplicable	
2,4	Quan les indicacions impliquen una acció necessària, les paraules expliquen bé aquesta acció?	Sí	Sempre hi ha textos que ajuden a l'usuari a entendre el que han de fer.
2,5	A les pantalles, són familiars per als usuaris les tasques descrites i la seva terminologia?	Sí i no	No, perquè potser l'usuari no està acostumat a segons quines pantalles, tot i que les més importants com la de reserva, són molt similars a la de qualsevol app que tingui aquest apartat. Igualment està tot molt indicat.
2,6	Per a les interfícies de preguntes i respostes, es fan preguntes en un llenguatge clar i senzill?	Sí	En llenguatge informal per les que són de l'apartat de reserva.
2,7	Els títols del menú són coherents gramaticalment?	Sí	
2,8	El llenguatge és l'apropiat pel tipus de llenguatge dels usuaris i evita l'argot informàtic?	Sí	Busca apropar-se a l'espectador d'una manera més informal.
2,9	El sistema ha estat dissenyat perquè elements amb noms similars no realitzin accions oposades?	No aplicable	
2,10	Les tecles de funció estan etiquetades de manera clara i diferenciada, fins i tot si això significa trencar les regles de coherència?	No aplicable	
2,11	El sistema introdueix automàticament un signe de dòlar i un decimal per a les entrades monetàries?	No aplicable	
2,13	El sistema / l'aplicació parla l'idioma dels usuaris?	No aplicable	
2,14	El sistema segueix el procés de l'entorn real?	Sí	

## USER CONTROL AND FREEDOM

3,1	Hi ha una funció "desfer" al nivell d'una sola acció?	Sí	Tirar cap endarrere o desseleccionar el botó.
3,2	Els usuaris poden cancel·lar les operacions en curs?	Sí	Tirar cap endarrere o sortint directament per la icona de cancel·lar.
3,3	L'usuari pot editar les dades d'entrada abans d'usar-les?	Sí	Pot iniciar sessió o registrar-se.
3,4	Els usuaris poden reduir el temps d'entrada de les dades copiant i modificant les dades existents?	No aplicable	
3,5	Si el sistema té diversos nivells de menú, hi ha un mecanisme que permeti als usuaris tornar als menús anteriors?	Sí	
3,7	Els usuaris poden tornar fàcilment al menú anterior, poden canviar la seva elecció?	Sí	
3,8	Si el sistema utilitza una interfície de preguntes i respostes, els usuaris poden tornar a les preguntes anteriors o saltar-se a les preguntes posteriors?	Sí i no	Tornar sí, però saltar-se preguntes no, només a l'onboarding.
3,9	Tenen una funció de desfer els botons de funció que poden causar greus conseqüències?	No	
3,10	Els usuaris poden revertir les seves accions fàcilment?	Sí	
3,12	Els usuaris poden definir els seus propis valors per defecte?	No aplicable	
3,14	L'aplicació permet als usuaris recuperar-se d'errors fàcilment?	No aplicable	

## COHERÈNCIA I ESTÀNDARDS

4,1	S'han seguit els estàndards de format a les pantalles dins de l'aplicació?	Sí	
4,3	Les sigles no inclouen la puntuació?	No aplicable	
4,4	Els nombres enters es justifiquen a la dreta i els nombres reals estan alineats amb decimals?	No aplicable	
4,5	Les icones estan etiquetades?	No aplicable	
4,6	No hi ha més de dotze a vint tipus d'icones?	No aplicable	
4,7	Hi ha indicis visuals destacats per identificar la secció activa?	Sí	Sempre hi ha feedback.
4,8	Cada pàgina té un títol?	Sí	L'usuari sap sempre on està.
4,9	S'han establert estàndards de la indústria o de l'empresa per al disseny i s'apliquen de manera coherent a totes les pantalles?	Sí	
4,10	Sempre apareixen les notificacions a la mateixa posició de l'aplicació?	No	Alguns apareixen des de sota i altres al mig.
4,11	Entrades, elements de formulari i elements d'acció són consistents amb el disseny?	No aplicable	
4,12	Es justifiquen els camps i les etiquetes a l'esquerra per a les llistes nominals i es justifiquen a la dreta per a les llistes numèriques?	No aplicable	
4,13	Les tècniques d'atenció només s'utilitzen per a condicions excepcionals o per a informació puntual?	Sí	Informació puntual.
4,14	Es proporciona una llegenda si els codis de colors són nombrosos o no tenen sentit?	No aplicable	
4,15	Les accions dels usuaris es mostren de forma constant?	Sí	
4,16	Les convencions de denominació són gramaticalment correctes i són consistents?	Sí	
4,17	Les accions s'utilitzen de la mateixa manera i signifiquen el mateix en totes les parts de l'aplicació?	Sí	Hi ha coherència gràfica.
4,18	El llenguatge que s'utilitza en els botons d'acció és fàcil d'entendre i és comú que fa que sigui fàcil de recordar?	Sí	És fàcil d'entendre per tots els usuaris.
4,19	El sistema segueix els estàndards de la indústria o de l'empresa per a les tasques de clau?	Sí	
4,20	S'utilitzen els colors high-value i high-chroma per atraure l'atenció?	Sí	



## AJUDA ELS USUARIS A RECONÈIXER, DIAGNOSTICAR I RECUPERAR ERRORS

5,1	S'utilitza el so per assenyalar un error?	No	
5,2	Es demanen indicacions de manera constructiva, sense crítiques excessives o implícites de l'usuari?	Sí	Perquè faci una ressenya de l'experiència.
5,3	Les indicacions impliquen que l'usuari tingui el control?	Sí	
5,4	Les indicacions són breus i són clares.	Sí	Es fan quan l'usuari ja ha descarregat les fotos finals
5,5	Si s'utilitzen missatges d'error humorístics, són adequats i ofensius per a la població d'usuaris?	No aplicable	
5,6	Els missatges d'error són correctament gramaticals?	No aplicable	
5,7	Els missatges d'error eviten l'ús de punts d'exclamació?	No aplicable	
5,8	Els missatges d'error eviten l'ús de paraules violentes o hostils?	No aplicable	
5,9	Els missatges d'error eviten parlar d'una cosa o d'un animal com si fos humà?	No aplicable	
5,10	Tots els missatges d'error del sistema utilitzen estil, forma, terminologia i abreviatures gramaticals consistents?	No aplicable	
5,11	Els missatges situen els usuaris al control del sistema?	No aplicable	
5,12	El llenguatge de comandaments evita l'ús arbitrari de l'idioma, excepte els símbols que els usuaris ja coneixen?	No aplicable	
5,13	Els missatges d'error suggereixen la causa del problema?	No aplicable	
5,14	Els missatges d'error proporcionen informació semàntica adequada?	No aplicable	
5,15	Els missatges d'error indiquen quines accions ha de fer l'usuari per corregir l'error?	No aplicable	
5,16	Si el sistema admet tant usuaris novells com experts, hi ha disponibles diversos nivells de detall d'error?	No aplicable	
6,1	L'aplicació proporciona una funció de desfer després d'iniciar l'acció primària?	Sí	
6,2	L'aplicació deriva l'idioma de terminologies d'ús comú i dissenys d'aplicacions?	No aplicable	
6,3	El sistema interpreta de forma intel·ligent variacions en les ordres de l'usuari?	No aplicable	
6,4	El sistema adverteix als usuaris si estan a punt de cometre un error potencialment greu?	No aplicable	
6,5	L'aplicació proporciona bons valors predeterminats en les entrades de l'aplicació?	No aplicable	

## RECONEIXEMENT EN LLOC DE RECORDAR

7,1	La pantalla de dades comença a la part superior esquerra de la pantalla?	No	
7,2	Els elements de formulari es disposen en format de simulador com cada pantalla de manera constant?	No aplicable	
7,3	Es mostren totes les dades que un usuari necessita a cada pas en una cadena ordenada d'esdeveniments que descriuen la transacció realitzada, com depenen de cadascuna, quan van ser executades i les relacions amb entitats implicades com els usuaris?	Sí	L'usuari està informat de tots els passos que ha de realitzar.
7,4	Les indicacions, indicis i missatges estan ubicats on l'usuari busca per defecte?	Sí	
7,5	S'han maquetat els elements per a una exploració fàcil?	Sí	
7,6	Les zones de text tenen "espai de respiració" al seu voltant?	Sí	L'app es caracteritza pels seus grans espais i marges generosos.
7,7	El sistema marca (hover) o suprimeix els botons o etiquetes si estan inactives?	Sí	P. Ex. a les hores de la reserva que no estan disponibles.
7,8	S'utilitza espai blanc per crear simetria i "conduir" l'ull de l'usuari en la direcció adequada?	Sí	
7,9	S'han agrupat els elements en zones lògiques i s'han utilitzat els encapçalaments per distingir zones?	Sí	
7,10	Les etiquetes de camp estan a prop dels camps, però separades per almenys un espai?	No aplicable	
7,11	Els camps d'entrada de dades opcionals estan marcats clarament?	No aplicable	
7,12	S'utilitzen la jerarquia per mostrar quantitat o importància relativa de diferents elements de pantalla?	Sí	
7,13	S'utilitzen línies o elements gràfics per identificar elements del mateix grup?	Sí	S'utilitzen línies grises en algunes pantalles per dividir la informació.
7,14	S'ha utilitzat el mateix color per agrupar elements relacionats?	No	Ja que l'app només disposa d'escala de grisos.
7,15	La codificació del color és consistent a tot el sistema?	Sí	La línia gràfica està molt marcada a totes les pantalles.
7,16	Hi ha contrast entre els colors de l'App, imatges i el fons?	Sí	La paleta de colors és molt neutra i les imatges prenen molt de contrast.
7,17	S'han utilitzat colors clars, brillants i saturats per emfatitzar dades i s'han utilitzat colors més foscos, més foscos i desaturats per desaccentuar les dades?	Sí	L'ús de la negreta.
7,18	El sistema proporciona un mapeig: és a dir, són clares les relacions entre controls i accions per a l'usuari?	Sí	
7,19	Hi ha valors per defecte de selecció de menú?	No aplicable	
7,20	Els elements de la interfície ofereixen abast: és a dir, feu evident on és possible la selecció	Sí	

## FLEXIBILITAT, DISSENY ESTÈTIC I MINIMALISTA

8,1	Si el sistema admet tant usuaris novells com experts, hi ha diversos nivells de detalls del missatge d'error?	No aplicable	
8,2	El sistema proporciona a l'usuari la possibilitat de centrar-se en elements clau sense cap tipus de soroll	Sí	
8,3	Els diàlegs contenen informació irrellevant?	No	Tota la informació és important.
8,5	L'aplicació està dissenyada amb agrupacions, colors i ús adequats de formes coherents?	Sí	Només amb agrupacions.
8,6	A les pantalles es mostra de forma destacada la informació essencial per a la presa de decisions?	Sí	Es diferencien les accions amb la utilització de la negreta
8,7	Les icones són distintes visualment i conceptualment?	Sí	Totes les icones són iguals, excepte les que hi ha a cada foto en l'apartat d'escollir fotos i descarregar.
8,8	Cada icona destaca del seu fons?	Sí	
8,9	Els grups d'elements significatius estan separats per l'espai blanc?	Sí	
8,10	Cada pantalla de categoria té un títol curt, senzill, clar i distintiu?	Sí	Totes les pantalles tenen títol.
8,11	Les etiquetes de camp són breus, familiars i descriptives?	No aplicable	
8,12	Els títols del menú són breus, però transmeten bé la informació?	Sí	

# **MEMORIA TÉCNICA**

**PROYECTO FINAL - GRÁFICA INTERACTIVA**

Noelia Navarro Delgado

# **CONTENIDO**

<b>BRAND MANUAL</b>	<b>167</b>
<b>UI KIT</b>	<b>175</b>
<b>MAPA NAVEGACIÓN</b>	<b>183</b>
<b>PROTOTIPO FINAL</b>	<b>187</b>
<b>PRESUPUESTO</b>	<b>191</b>
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>195</b>

# **BRAND MANUAL**

## MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

### QUIENES SOMOS

**Vintage Photo Studio** es una nueva marca que nace de la fusión de dos empresas: Flamingos Vintage Kilo y Maley Photo.

La moda y la fotografía se unen para crear una nueva experiencia, donde gracias a nuestro equipo de estilistas podrás alquilar prendas totalmente únicas de la marca Flamingos y fotografiarte en el estudio con el fotógrafo de prestigio Maley. Además, si quedas encantado con la ropa tendrás la opción de compra.

### MISIÓN

Nuestra misión es la creación de una **nueva experiencia** que no tan solo va dirigida a amantes de la fotografía y la ropa vintage, sino a toda clase de público que desee experimentar nuevas sensaciones.

### VALORES

Vintage Photo Studio parte de dos empresas que tienen como base un aspecto fundamental en común: la autenticidad.

Desde **Flamingos** conseguimos el mejor material vintage de Estados Unidos, garantizando la calidad y exclusividad, ya que no hay dos piezas iguales.

De esta forma favorecemos el consumo de productos de segunda mano y creando una moda sostenible, para continuar aprovechando su esencia vintage. Y dejando atrás la contribución a marcas de explotación textil.

Por parte de **Maley Photo** obtenemos un material fotográfico de calidad, con una forma de trabajar muy especial, caracterizada por la naturaleza y espontaneidad de sus capturas.

Momentos antes de la sesión, el fotógrafo se centra en conocer al modelo/s y realizar una serie de ejercicios preparatorios para poder capturar momentos únicos, centrándose especialmente en estados de ánimo, donde destaca momentos de felicidad y amor, con miradas, abrazos, caricias... Llegando a obtener un resultado muy íntimo, donde consigue que los modelos se comporten como si no hubiera nadie fotografiándolos.

# FOTOGRAFÍA

## MALEY PHOTO

Evidentemente, las fotografías que irán en la app serán las del propio fotógrafo del estudio, Maley Photo.

Para hacer el prototipo de la aplicación, se han añadido imágenes de otros artistas para poder poner en situación al espectador.

Todas las fotografías reflejan lo que sería la experiencia, fotografías de modelos, estilos de ropa, y del propio estudio.





## LOGOTIPO



*Vintage*  
PHOTO STUDIO

### Versión principal del logo.

Es la versión más utilizada por la marca, donde sólo aparece el nombre completo de la empresa, sin ninguna especificación más. Después de los primeros meses de inauguración, esta versión será la que más juego tendrá en la identidad corpora-



*V.*

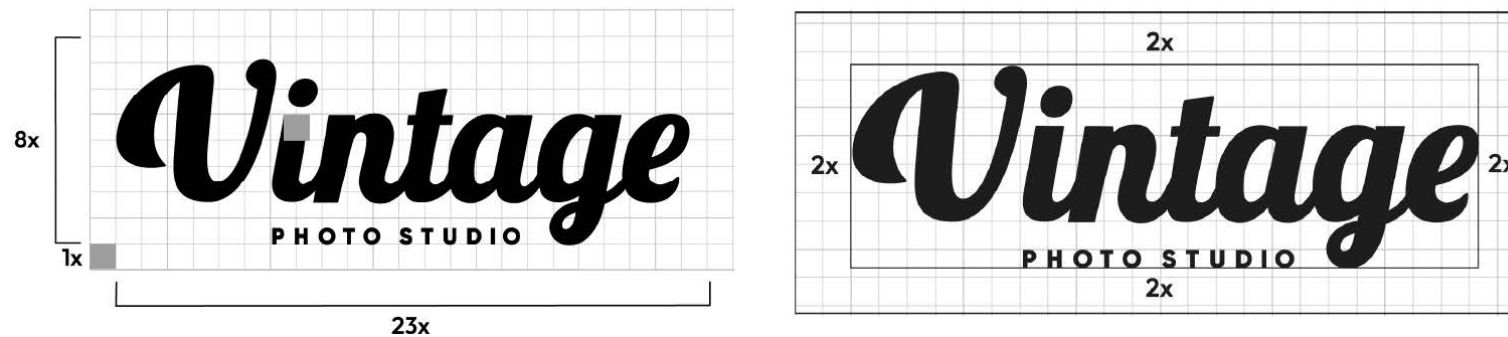
### Versión reducida del logo.

Se forma por la “V” en mayúscula de Vintage y el punto de la “i”. Se utilizará cuando el logo principal sea demasiado grande.

## LOGOTIPO

### CONSTRUCCIÓN Y AREA DE SEGURIDAD

Se definen las proporciones de la marca sobre una superficie modular proporcional al valor X.  
Donde este valor X está extraído del ancho del asta de la letra “i”.



También se ha establecido un área de protección en torno al logotipo, que será equivalente a 2x.

El tamaño mínimo al que el logo puede ser reproducido es a 74mm de ancho en medios impresos y 230px de ancho en medios digitales, para asegurar una buena legibilidad como la versión de la que hemos hablado anteriormente.

## ICONO APP



512px



180px



167px



152px



120px



76px

Notification and settings



120px



87px



80px



60px



58px



40px



29px



20px



512px



180px



167px



152px



120px



76px



120px



87px



80px



60px



58px



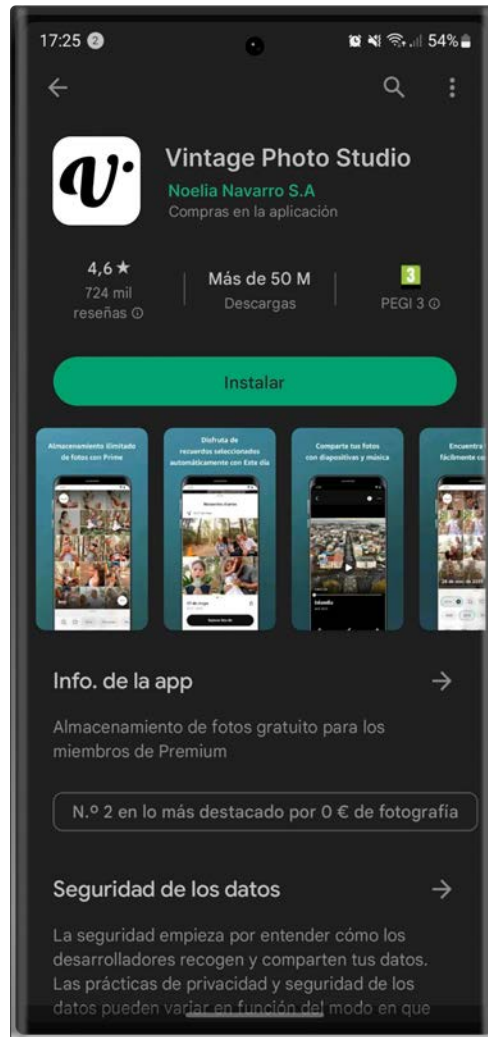
40px



29px



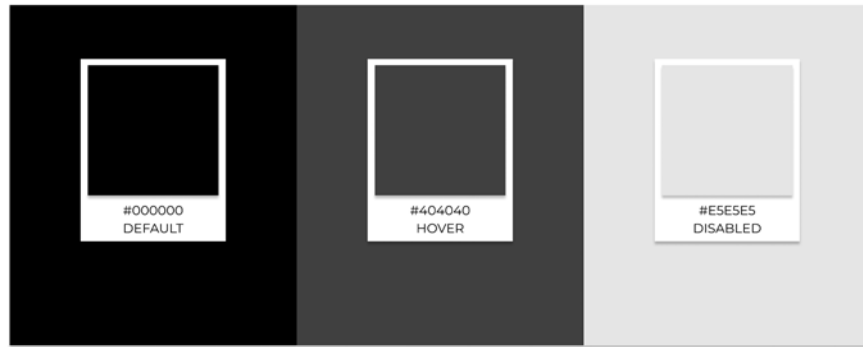
20px



**UI KIT**

## COLORES

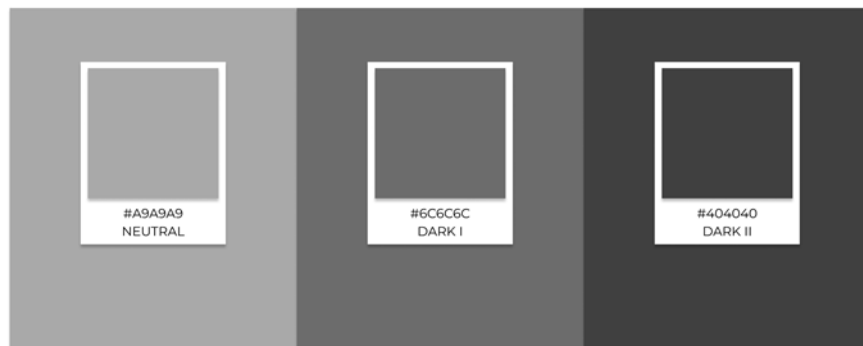
PRIMARY LIGHT



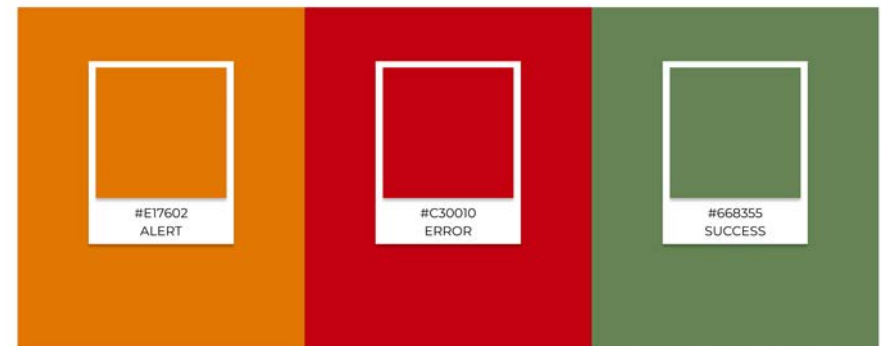
PRIMARY DARK



GREYS



ALERT/ERROR/SUCCESS



## TIPOGRAFÍA

**Display 54px - Outfit Extrabold**

**Headline 1. 40px - Outfit Semibold**

**Headline 2. 32px - Outfit Semibold**

**Headline 3. 28px - Outfit Semibold**

**Headline 4. 24px - Outfit Semibold**

**Headline 5. 20px - Outfit Semibold**

**Subhead 1. 18px - Outfit Semibold**

**Subhead 2. 16px - Outfit Semibold**

**Subhead 3. 14px - Outfit Semibold**

**Body 0. 18px - Poppins Regular**

**Body 1. 16px - Poppins Regular**

**Body 2. 14px - Poppins Regular**

**Caption 12px - Poppins Regular**

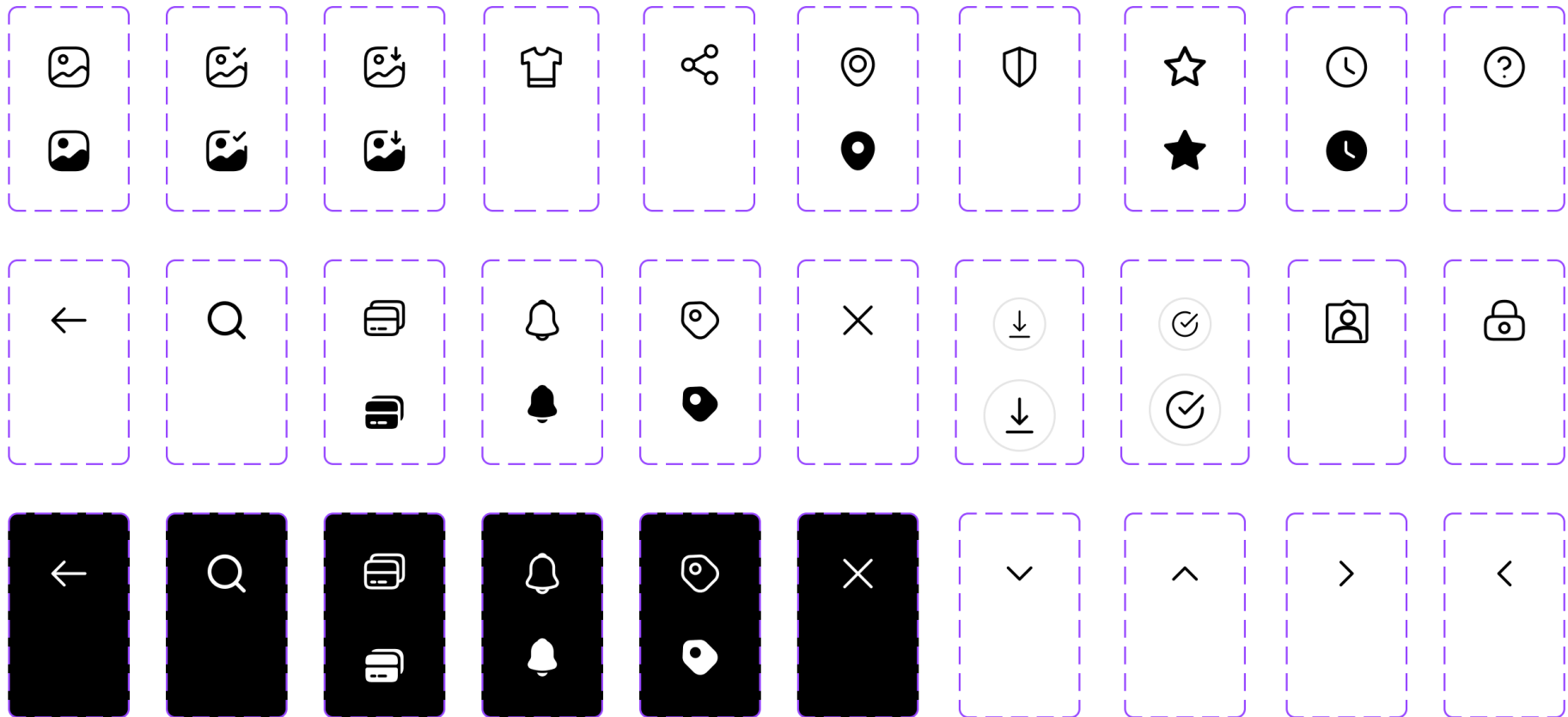
**Button 1. 16px - Outfit Semibold**

**Button 2. 14px - Outfit Semibold**

**Button 3. 16px - Poppins Regular**

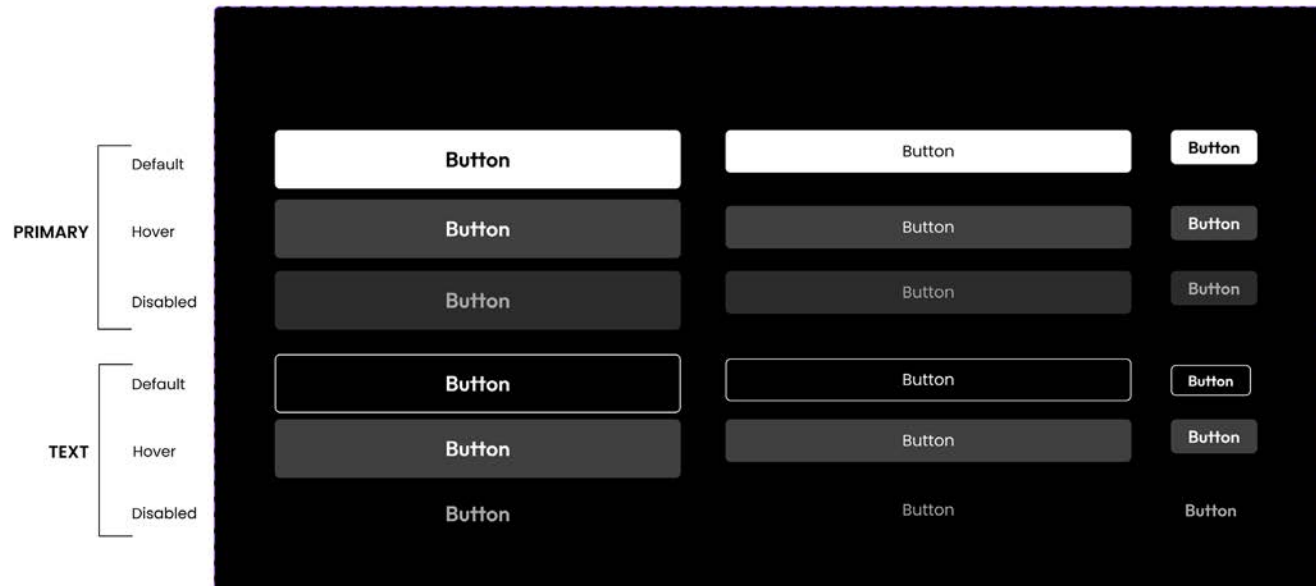
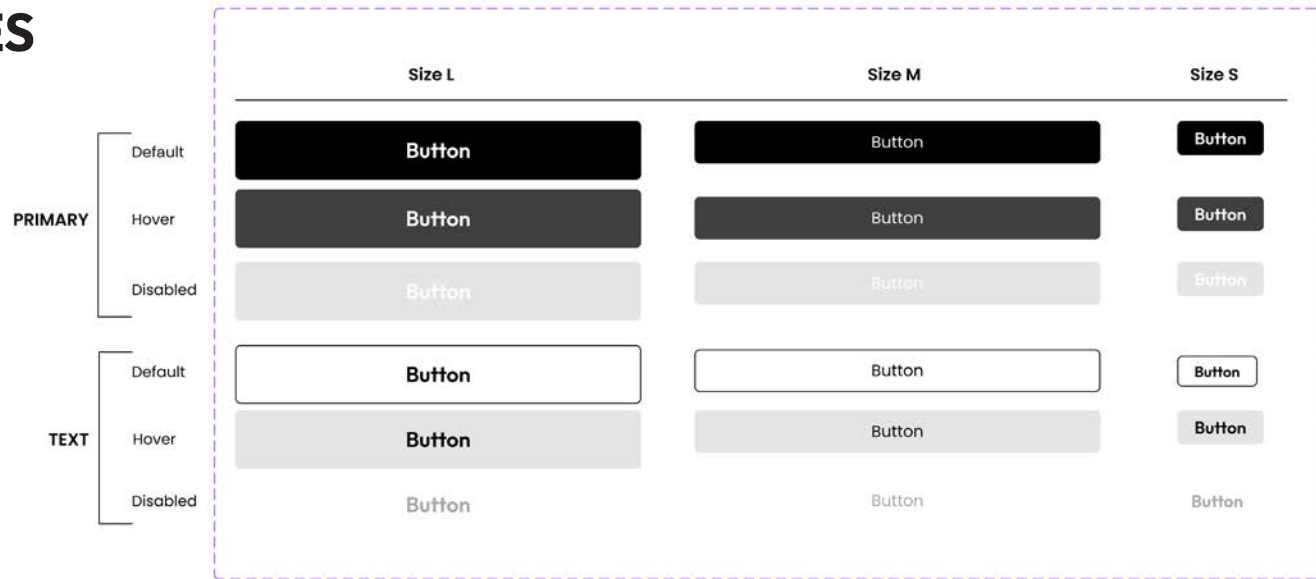
**Underlined. 16px - Poppins Regular**

## ICONOS





# BOTONES



## POP UPS

**GESTIONAR LA RESERVA**

CAMBIAR FECHAS

CAMBIAR TIPO DE BOOK

MODIFICAR ESTILOS DE ROPA

✕ OPCIONES DE CANCELACIÓN

**COMPARTIR FOTO EN...**

WhatsApp

Telegram

Instagram

Messenger

[Más opciones](#)

**CÓDIGO PROMOCIONAL**

Introduce el código promocional

APLICAR

¿Permitir que **Vintage Photo Studio** te envíe notificaciones?

Permitir

No permitir

Has seleccionado 10/10 fotografías

**¿TE HAS QUEDADO CON GANAS DE MÁS?**

Añade hasta 5 fotografías extra

Precio 5€ / foto extra

AÑADIR FOTOS EXTRA

CONTINUAR Y ENVIAR

**¿QUÉ TE HA PARECIDO LA EXPERIENCIA?**

¡Puntúa la experiencia y escribe una reseña para ayudar a otros usuarios!

☆☆☆☆

Escribe una reseña sobre la experiencia

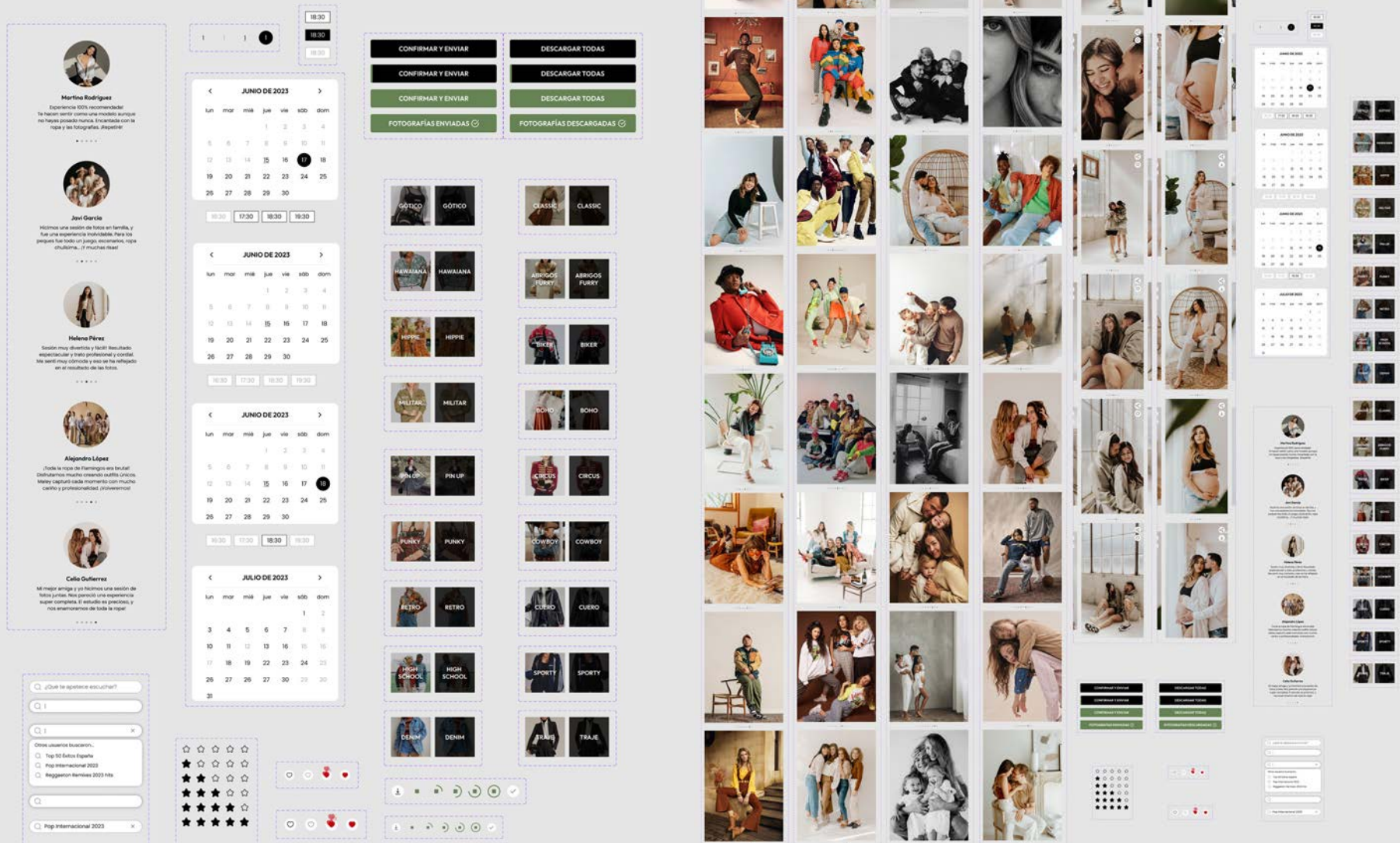
ENVIAR RESEÑA

**¿ESTÁS SEGURO DE QUE QUIERES SALIR?**

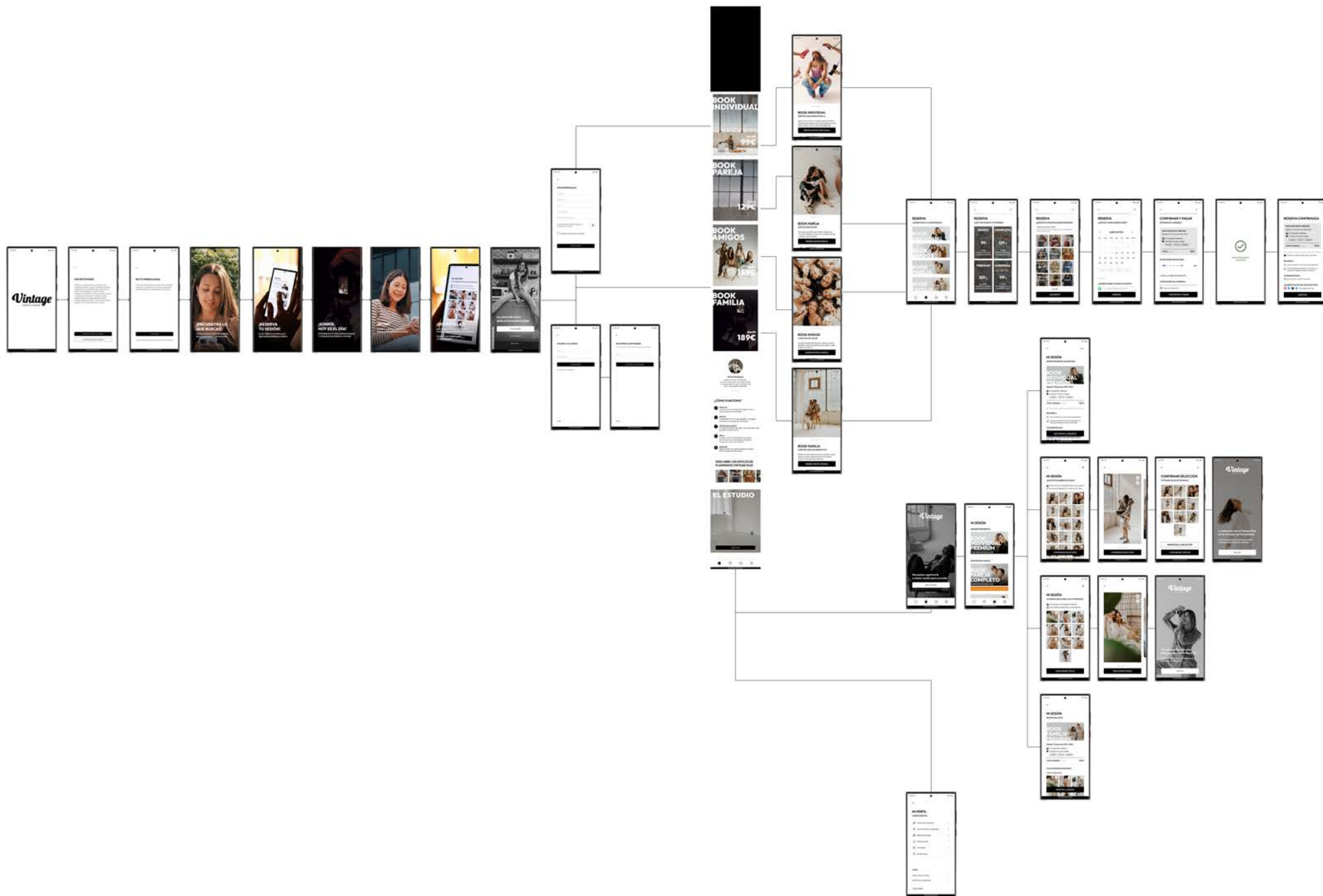
SÍ

NO

# COMPONENTS



# **MAPA DE NAVEGACIÓN**



**PROTOTIPO  
FINAL**

## PROTOTIPO FINAL



### ENLACE A FIGMA

<https://www.figma.com/file/MwHVvK7L-5zlgOCBbAuUKYH/P.I-Noelia-Navarro?-type=design&node-id=655%3A4696&-t=BgsFTyXOFAmVa29p-1>

Prototipo final de la aplicación Vintage Photo Studio, diseñado en Figma, en pantalla de Samsung Galaxy S22 Ultra con medidas de 480x1026px.

**PRESUPUESTO**



## PRESUPUESTO APP VINTAGE PHOTO STUDIO

### GASTOS DIRECTOS DE DISEÑO DE LA APP

Conceptualización del proyecto	1.200,00 €
Investigación y búsqueda (entrevistas, encuestas y análisis)	1.500,00 €
Testeo con usuarios (flujo de navegación, sketches, wireframes, mockups)	1.000,00 €
Diseño de la aplicación completa (wireframes, mockups...)	2.500,00 €
Prototipaje	1.200,00 €
Seguimiento del proyecto	800,00 €
Reuniones	400,00 €
Dietas y desplazamientos	350,00 €
Gestiones (telef, mensajería...)	250,00 €
Licencias programas	300,00 €
Equipos informáticos	2.000,00 €
Material de papelería (folios, tinta...)	300,00 €
Landing page	4.500,00 €

**TOTAL 16.300,00 €**

### GASTOS INDIRECTOS DE DISEÑO DE LA APP

Gestoría	100,00 €
Quota autonomos	300,00 €
Alquiler coworking	300,00 €
Otros gastos	250,00 €

**TOTAL 950,00 €**

### GASTOS DIRECTOS DEL DESARROLLO DE LA APP

Licencia Android Developer	100,00 €
Licencias de programas (Android Studio...)	0,00 €
Equipos informáticos	2.000,00 €
Programación (200h x 50€)	10.000,00 €
Maquetación de pantallas (36 x 170€)	6.800,00 €
Programación area de gestión (50€ x 90)	4.500,00 €
Reuniones	150,00 €
Dietas y desplazamientos	300,00 €
Gestiones (telef, mensajería...)	180,00 €

**TOTAL 24.030,00 €**

**TOTAL GASTOS DIRECTOS 40.330,00 €**

**TOTAL GASTOS INDIRECTOS 950,00 €**

**TOTAL PRESUPUESTO SIN IMPUESTOS 41.280,00 €**

21% IVA **8.668,80 €**

7% IRPF **2.889,60 €**

**TOTAL 52.838,40 €**

**CONCLUSIONES**

## CONCLUSIONES FINALES

Como conclusiones finales de este gran proyecto, se puede destacar el seguimiento de la línea gráfica de la propia marca Vintage Photo Studio.

Se han mantenido en todo momento la identidad de la marca, estilo, tipografías, paleta de colores...

Las funcionalidades de la aplicación son claras:

- Explicar en que consiste la experiencia, así como toda la información necesaria para llevarla a cabo, reseñas, fotos de muestra...

- Reserva de la gestión y gestión de la misma: modificación, elección y descarga de las fotografías.

El objetivo de este proyecto era poder hacer la experiencia al cliente mucho más personalizada y sencilla. Y mucho más transparente y accesible para todo tipo de públicos. Ya que se detalla en todo momento los pasos que debe seguir el consumidor.

Todo se resume en una clara frase: “Es una aplicación que acompaña al usuario durante toda la experiencia. Desde la reserva de la sesión, hasta la descarga de las fotografías finales.

**PROYECTO FINAL - GRÁFICA INTERACTIVA**

Noelia Navarro Delgado