

Informe de ejecución No.4

FASE II: Desarrollo capacidades estratégicas en innovación y modelo de negocio

TEMA 4: Curaduría de Producto: Styling y coherencia visual

20 mayo 2026 – 8:00am- 12:00m – Sara Heredia

Conferencia basada en: Styling como herramienta estratégica para comunicar identidad de marca y Colorimetría aplicada al styling

La capacitación “Curaduría de Producto: Styling y coherencia visual” tuvo como propósito fortalecer las capacidades estratégicas y visuales de los participantes del sector moda mediante herramientas de styling, colorimetría y construcción de identidad visual. Durante la sesión se abordó el styling como lenguaje visual y herramienta de comunicación, permitiendo comprender cómo la selección de prendas, siluetas, proporciones, colores y accesorios construyen mensajes coherentes con la identidad de marca.

Ejes temáticos desarrollados

1. Styling como herramienta estratégica

Se explicó el styling como una herramienta de comunicación visual enfocada en seleccionar, coordinar y articular elementos estéticos para construir identidad de marca y transmitir conceptos claros desde la imagen.

2. Styling e identidad visual

Se analizaron conceptos relacionados con autenticidad, estilo, imagen personal y marca personal, comprendiendo cómo el estilismo puede convertirse en un manifiesto de identidad y expresión estética.

3. Estilismo cognitivo y percepción

Se trabajó la relación entre vestuario, emociones y auto percepción mediante conceptos como cognición ataviada, dopamine dressing y regulación emocional.

4. Análisis visual y tendencias

Se desarrollaron herramientas para interpretar tendencias a través de siluetas, cortes, texturas, proporciones, contexto sociocultural y análisis de plataformas especializadas.



5. Proporción áurea y composición visual

Se explicó el uso de la proporción áurea aplicada al styling mediante la regla 1/3 y 2/3 para generar equilibrio visual y armonía estética.

6. Colorimetría aplicada al styling

Se abordó la teoría del color y la clasificación de paletas cálidas y frías, comprendiendo cómo los colores influyen en la identidad visual y percepción estética.

7. Regla 60/30/10

Se explicó la distribución estratégica del color dentro de un look mediante color dominante, secundario y acento.

5. Resultados

- Comprensión del styling como herramienta estratégica de comunicación.
- Mayor claridad sobre identidad visual y construcción de marca.
- Capacidad de analizar tendencias desde una perspectiva conceptual.
- Reconocimiento del impacto emocional y psicológico del vestuario.
- Aplicación básica de colorimetría y armonías cromáticas.
-

Plan de acción

Que cada participante desarrolle ejercicios de curaduría visual y styling aplicados a su marca, definiendo una identidad estética coherente mediante el uso estratégico de color, silueta, proporción y narrativa visual.

Desarrollo de la sesión

Actividad inicial

Reflexión sobre la relación entre imagen, identidad y comunicación visual.

Marco conceptual

Explicación del styling como lenguaje visual y herramienta estratégica de marca.

Análisis visual

Desarrollo de ejercicios de observación de siluetas, proporciones, paletas de color y tendencias.



Aplicación estratégica

Análisis de coherencia visual entre styling, identidad de marca y percepción emocional.

Cierre

Reflexión sobre el styling como herramienta narrativa y construcción de identidad visual.

Diagnóstico por fases

Fase 1: Reconocimiento

- Poca claridad sobre el styling como estrategia de marca.
- Desconocimiento de herramientas de colorimetría y composición visual.

Fase 2: Apropiación conceptual

- Comprensión de conceptos de identidad visual y estilismo estratégico.
- Reconocimiento de la relación entre color, emoción y percepción.

Fase 3: Aplicación

- Capacidad de analizar siluetas, proporciones y paletas cromáticas.
- Aplicación inicial de herramientas de styling y coherencia visual.

Fase 4: Evaluación

- Reflexión sobre construcción estética y narrativa visual.
- Identificación de oportunidades para fortalecer la identidad de marca.

Mejoramiento de la fase

Oportunidades de mejora

Fortalecer ejercicios prácticos de styling y curaduría visual aplicados a marcas reales.

Recomendaciones

- Desarrollar ejercicios permanentes de análisis visual y tendencias.
- Aplicar herramientas de colorimetría dentro de las colecciones.
- Construir manuales de identidad estética y coherencia visual.
- Fortalecer el storytelling visual dentro de las marcas.



Falencias de los emprendimientos

Principales debilidades detectadas

- Falta de coherencia visual entre producto e identidad de marca.
- Uso intuitivo del color sin estrategia cromática definida.
- Escasa comprensión del styling como herramienta narrativa.
- Poca claridad en construcción de conceptos visuales.

Mejoras recomendadas (alineadas a la temática)

En styling

- Construir propuestas visuales coherentes con el ADN de marca.
- Aplicar principios de proporción y composición.

En colorimetría

- Definir paletas cromáticas alineadas con el mensaje de marca.
- Implementar la regla 60/30/10 en la construcción visual.

En identidad visual

- Fortalecer el storytelling y la narrativa estética.

En formación

- Continuar procesos de capacitación en tendencias, imagen y dirección creativa.

Examen final por módulo

Nombre de la actividad

Curaduría visual y construcción de identidad estética

Descripción

La actividad consistió en analizar la identidad visual de una marca y construir propuestas de styling coherentes mediante el uso estratégico de siluetas, colorimetría y narrativa estética.



Instrucciones para los participantes

1. Definir el concepto visual de la marca.
2. Seleccionar referencias visuales alineadas con la identidad estética.
3. Construir una paleta cromática coherente.
4. Aplicar principios de styling y composición visual.

Criterios de evaluación

- Coherencia entre identidad y propuesta visual.
- Aplicación estratégica del color.
- Creatividad y claridad conceptual.
- Capacidad de análisis estético y narrativo.

Resultados del ejercicio

- Mayor claridad sobre identidad estética y visual.
- Aplicación inicial de herramientas de styling y colorimetría.
- Desarrollo de propuestas visuales más coherentes.

Registro fotográfico

Espacio destinado para anexas evidencia fotográfica de la sesión y actividades desarrolladas.

Registro Asistencia

Espacio destinado para anexas listado de asistencia de los participantes.



Registro fotográfico

