









(tone on tone)  
Professional





NEUTRALS



*Target*



*Network*



*Deal*



*Memo*



*Deadline*



VMDS



*Portfolio*



*Proposal*



*Statement*

Neutral colors used in different shades of pastels to be applied as tone on tones layers and accented with bright, vivid colors to produce contrast and depth will give a sophisticated, professional classic look with an edgy fee. Main colors will be used for big pieces and will act as a plain canvas. Accent colors will be applied in trims, linings, and patterns to finish up the look.



(Colors)  
contemporary woman





Who are we? → free people



How we want it → free people



What we want → free people



How we've done it before → free people



Our stores → free people



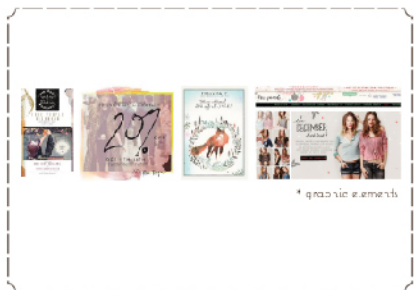
Who is she? → free people



How we want it → free people



How we want it → free people



How we've done it before → free people



What we want → free people



How we've done it before → free people



## CONTEMPORARY WOMAN

Our research begins with the motivation of identifying who is the contemporary woman today in our society and from our backgrounds.

To better understand our profile, we created a survey which will give us accurate results. In the mean time, we present a general profile of who is, to us, the contemporary woman of 2014.

**AGE:** 26-36

**MARITAL STATUS:** In a relationship

**EDUCATION:** College or university degree

**OCCUPATION:** Full Time employed

**PERSONALITY:** Outgoing, extrovert, social

**HOBBIES:** Fashion, travel, food, reading

**SPORTS:** Yoga, pilates, running,

**FAVOURITE BRANDS:** Zara, Banana Republic,  
Club Monaco

**SHOPPING BEHAVIOR:** Quality over quantity

**DISPOSABLE INCOME:** \$2000-\$4000



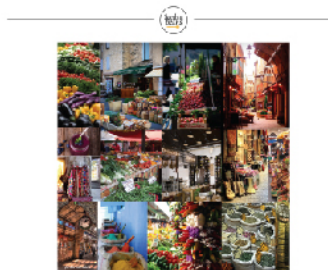
**CONCEPT**

FASHION  
GROCERIES  
DINING  
BEAUTY

100%  
ORGANIC  
HOME MADE  
NATURAL  
FRESH

**BACKGROUND INFO**

Being healthy and respecting the environment has become a trend in our society that it is hard not to follow. With this necessity in mind Seed & Sparrow opens its door to the local market. Positioning as the first "One stop Market in Morocco".



**IMAGE & FEEL**

"INTERNATIONAL OUTDOOR MARKET EXPERIENCE"  
... à découvrir autour du globe ...

**COMPETITION**

2 MAIN COMPETITORS

LACHINE MARKET  
ATWATER MARKET

**CUSTOMER'S PROFILE**

ECO FRIENDLY  
HEALTHY  
HI CONSCIOUS  
18 TO ...  
MID TO HIGH INCOME

**OUR MERCHANDISE**

Food • Beauty • Apparel • Home accessories

<b>APPAREL</b> LADY'S T-SHIRT LADY'S T-SHIRT LADY'S T-SHIRT	<b>BEAUTY</b> SUN PROTECTANT SUN PROTECTANT SUN PROTECTANT	<b>FOOD</b> SUN DRIED FRUIT SUN DRIED FRUIT SUN DRIED FRUIT	<b>HOME ACCESSORIES</b> LADY'S BAG LADY'S BAG LADY'S BAG
<b>APPAREL</b> LADY'S T-SHIRT LADY'S T-SHIRT LADY'S T-SHIRT	<b>BEAUTY</b> SUN PROTECTANT SUN PROTECTANT SUN PROTECTANT	<b>FOOD</b> SUN DRIED FRUIT SUN DRIED FRUIT SUN DRIED FRUIT	<b>HOME ACCESSORIES</b> LADY'S BAG LADY'S BAG LADY'S BAG
<b>APPAREL</b> LADY'S T-SHIRT LADY'S T-SHIRT LADY'S T-SHIRT	<b>BEAUTY</b> SUN PROTECTANT SUN PROTECTANT SUN PROTECTANT	<b>FOOD</b> SUN DRIED FRUIT SUN DRIED FRUIT SUN DRIED FRUIT	<b>HOME ACCESSORIES</b> LADY'S BAG LADY'S BAG LADY'S BAG

**APPAREL** **ACCESSORIES** **BEAUTY** **FOOD**


**FRUITS & VEGGIES** **COMPOST** **GRANOLA & SNACKS** **JOYFUL W/ JAR**

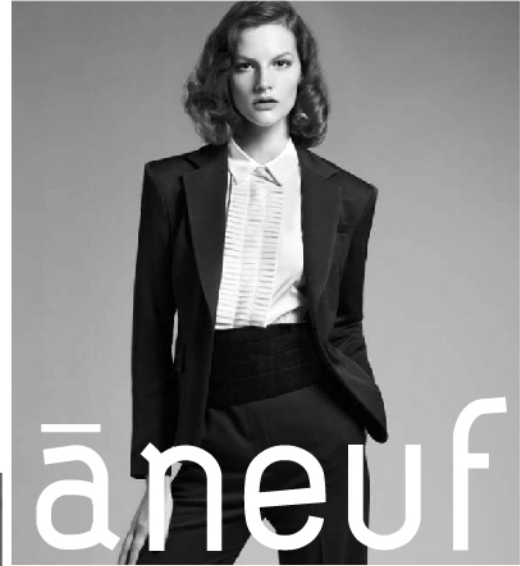

**BLUEPRINT**

à neuf

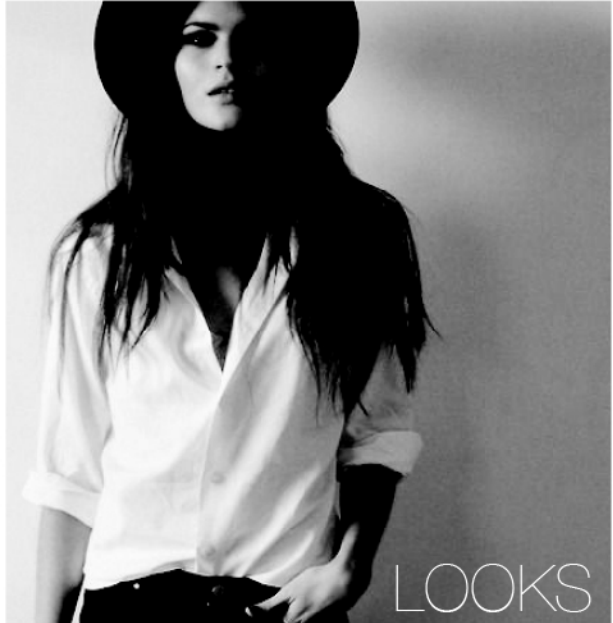
---

THE TWENTY ESSENTIALS

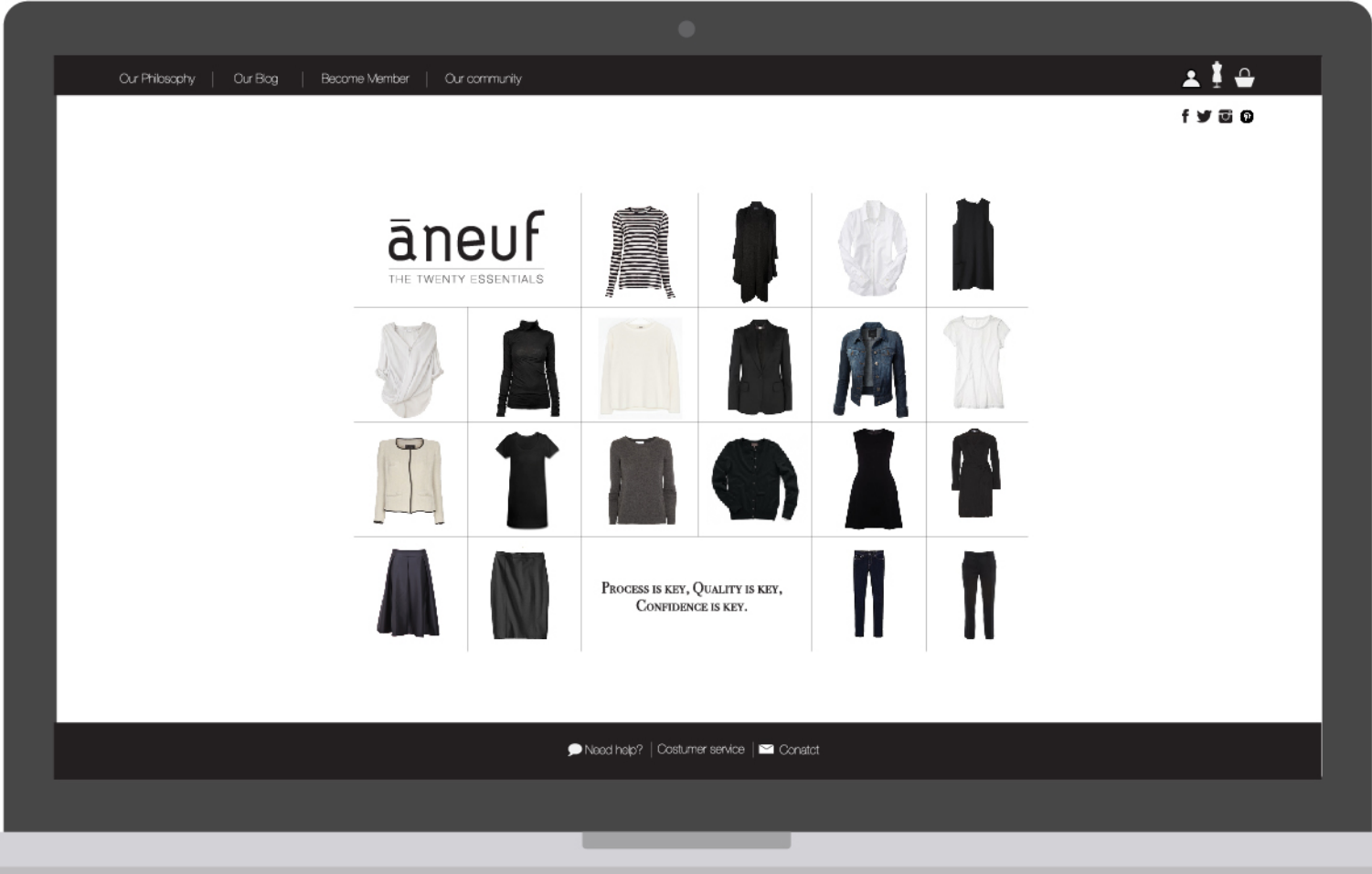




PROCESS IS KEY / QUALITY IS KEY / CONFIDENCE IS KEY









# āneuf

THE TWENTY ESSENTIALS



PROCESS IS KEY, QUALITY IS KEY,  
CONFIDENCE IS KEY.



BLACK CARDIGAN

APIECE APART  
NEW 2016



PROCESS IS KEY



QUALITY IS KEY

~~\$190.00 CAD~~  
This Luxe cardigan is knit with an incredibly soft and elevated yarn. It has a fur pocket, patch pockets, and a relaxed, effortless fit. Knit with a yarn selected for its Luxe blend of materials and soft hand.

56% Silk / 38% Cotton / 6% Cashmere  
Hand Wash

S  M  L  XL  ?

Add to bag Favorite

Size Chart

CONFIDENCE IS KEY.



LONG CARDIGAN

PROCESS IS KEY

QUALITY IS KEY

CONFIDENCE IS KEY

Product description text on the right side of the image grid.

STYLES



PROCESS IS KEY



QUALITY IS KEY



CONFIDENCE IS KEY

OCCASIONS

## LONG CARDIGAN

PIECE APART

	XS	S	M	L	XL
BUST	81.5-94	85-99	90-94	95-99	100-104
WAST	81.5-94	85-99	90-94	95-99	100-104
HIP	81.5-94	85-99	90-94	95-99	100-104
TOTAL LENGTH	81.5-94	85-99	90-94	95-99	100-104
SLEEVES LENGTH	81.5-94	85-89	90-94	95-99	100-104

CM    INCHES

LONG CARDIGAN  
 Material: 100% cotton  
 Features: Soft touch, patch pockets with a buttoned flap, and a drawstring hem.

Need help?
Measure yourself
Your profile

PROCESS IS KEY
QUALITY IS KEY
CONFIDENCE IS KEY





\* F/W 2008  
Client: "ALANIZ"  
Office: Fuel, Chile.

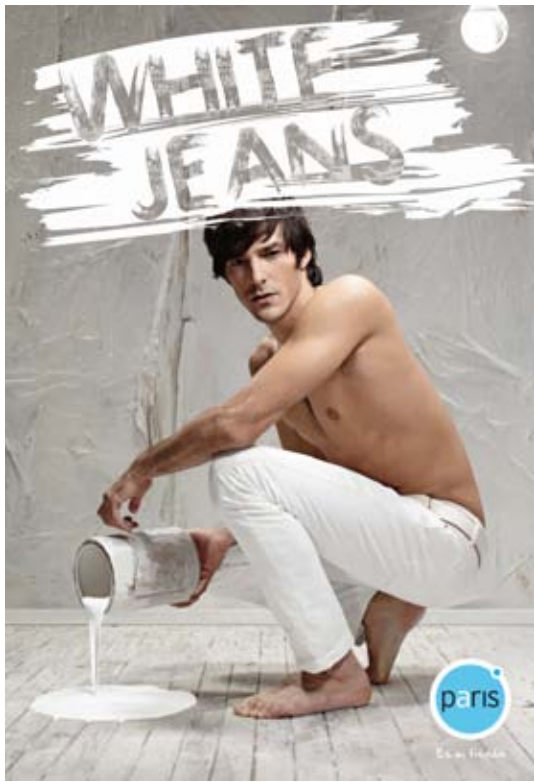


\* BLUE JEANS 2009  
Client: 'Tiendas Paris'  
Office: Fuel,, Chile.





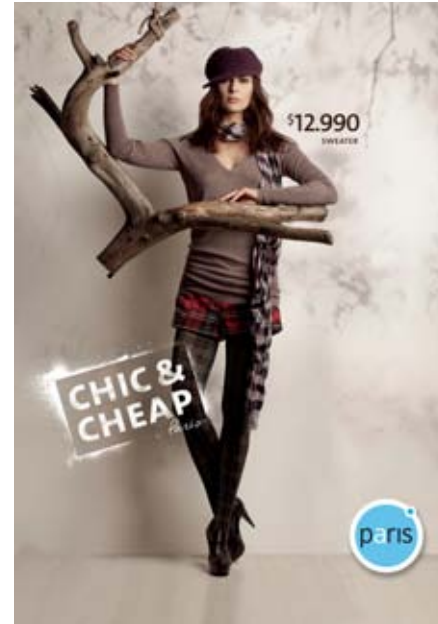
\* LIGHT JEANS 2009  
Client: "Tiendas Paris"  
Office: Fuel, Chile.



\* WHITE JEANS, 2010  
Client: "Tiendas Paris"  
Office: Pastoseco, Chile.







\* F/W 2009  
Client: 'Tiendas Paris'  
Office: Fuel, Chile.



\* S/S 2009  
Client: 'Tiendas Paris'  
Office: Fuel, Chile.





Chaleco envolvente  
\$ 14.990



Chaleco largo  
\$ 9.990



\* FW 2010  
Client: "Tiendas Paris"  
Office: Fuel, Chile.



\* S/S 2010  
Client: "Tiendas Paris"  
Office: Pastoseco, Chile.





\*JEANS PRINTS, 2010  
Client: "Tiendas Paris"  
Office: Pastoseco, Chile.



\* DRESSES, 2010  
Client: 'Tiendas Paris'  
Office: Pastoseco, Chile.







\* KIDS, 2010  
Client: "Tiendas Paris"  
Office: Pastoseco, Chile.







\* LOUNGE Accesorize, 2010  
Client: 'Tiendas Paris'  
Office: Pastoseco, Chile.



\* SURF, 2010  
Client: AUSSIE, 'Tiendas Paris'  
Office: Pastoseco, Chile.





de Paris,  
 mujer en el invierno  
 será nuestro. Había vida  
 después del color, sonrisa  
 amor, en invierno. Duda, frío,  
 atardecer... negro.  
 de la tierra, estación  
 Se acabará el invierno  
 Esta será la...  
 color, gato, Poesía y los  
 vive en blanco, negro y Par  
 así el invierno de París.  
 Suéter tejados de  
 Otoño Invierno 2008



Como a ti te gusta.



Milla Jovovich

Otoño Invierno 2008



Como a ti te gusta.



Milla Jovovich  
 look  
 Grises  
 Texturas  
 Papas  
 Tejidos  
 Milla Jovovich  
 Tendencias  
 negro  
 Tendencias  
 Otoño Invierno 2008



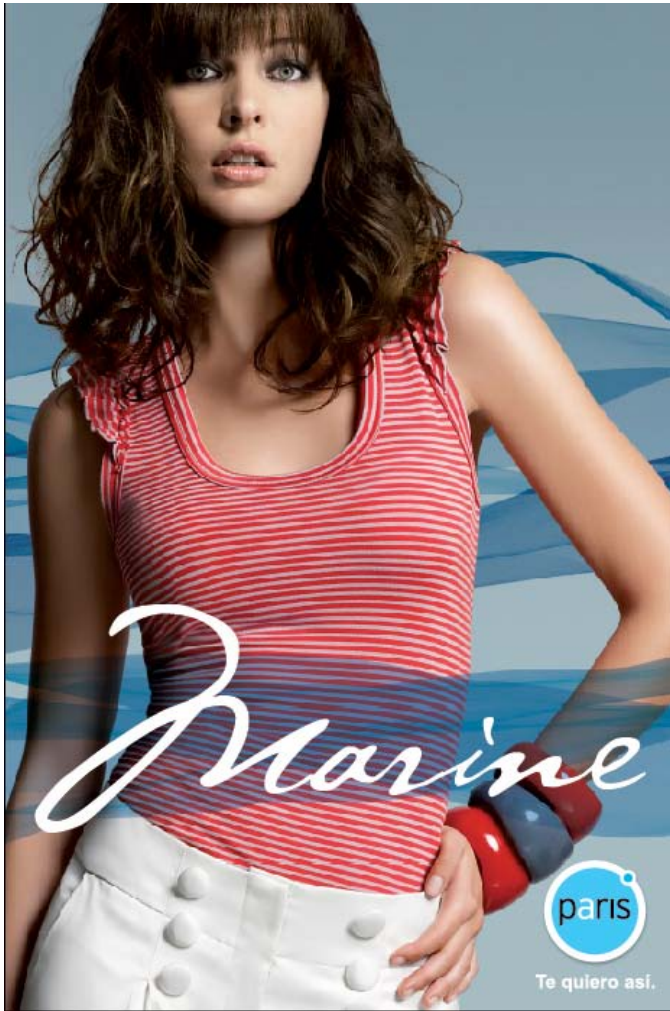
Como a ti te gusta.

\* F/W 2008  
 Client: "Tiendas Paris"  
 Office: Fuel, Chile.





\* Mid season 2008  
Client: "Tiendas Paris"  
Office: Fuel, Chile.



\*Mid season 2008  
Client: 'Tiendas Paris'  
Office: Fuel, Chile.





# DeNovios Paris



\* Wedding campaign.  
Client: Paris.Chile (department store)



AGENDA POR ESTER AVILÉS Y GABRIELA GARCÍA | FOTOGRAFÍA: RODRIGO CHODIL



El economista y conductor del programa Saque partido a su dinero, de Canal 13 y Chile, de cómo poner ahorros plata cambiando cinco hábitos...

evento general www.zabujando.com

el Dato de Juan Pablo Scott



• Clasificar gastos y decenas implican un ahorro, porque así se pagan menos impuestos. En lugar de encausarse con tarjetas de crédito de casas comerciales...

ahorrar

DESCUENTOS ENTRE 30% Y 70%

Outlets Uno selección de los mejores outlets de Santiago, en relación precio-calidad... • TITEL: Hay trajes Dora a \$140.000... • CASH: Hay trajes Dora a \$140.000...

una pagueta falta. Hay ellas de aumento a \$ 20.990, pancheros a \$16.000, mesas de comedor de madera wengue con vidrio a \$ 99.990 y sofá de cuero de cinco cuerpos con forma de L a \$ 5.995.000...



Zafu, entre otras. Hay panchos a \$ 6.000, caracoles a \$ 11.000 y jeans a \$ 500.000. Centro empresarial El Correo, Avenida Vespucio Norte 2700, Huechurabá...

AGENDA POR MARCELA RECARREAR | FOTOGRAFÍA: CRISTÓBAL PRADO | PRODUCCIÓN: DANIEL PACHECO



Objetos con diseño Una original mesa-pizarrón (\$ 44.200) y un bordenador a fieltro, hecho a mano, que limita la superficie lunar (\$ 25.500) y venden en Gatapetrera...

DESPACHO A DOMICILIO 263 5754 0-81590830



DE CARGA Y DE MUJERES

Trenes clásicos En la juguetería Alemana hay trenes a escala, puentes de puentes, estaciones, pasajeros, a buses, animales animados y todo lo necesario para construir grandes escenarios ferroviarios...



RECOMENDADO fono 225 3776

juguetes

Casas de muñecas • De autor: José Opertar y Catalina Birch crearon las casas de muñecas que parecen a minis emergentes para una española. Tienen forma de bloques, con cuatro paneles plegables de 160 cm de alto y 60 cm de ancho...

1 x 1,41 m. \$ 36.000. Bombón Néctar 207, Bellavista, fono 733 0860. www.idealdecor.cl

La de Liza o L20 en cuenta \$220.000 y la de L26 o L50 m. \$ 260.000. Ambas miden 1,60 m de alto. Centralmo de Alameda 1927, fono 799 0382.



www.castalania.blogspot.com

NIÑOS POR SOFÍA REUCAT

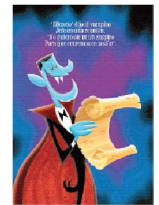


MÁS FOTOS EN www.flickr.com/photos/taist Cuadros con power

Las niñas que prefieren las muñecas Bratz a las Barbie, más pueden que pelear. No suelen tener ganas de jugar con muñecas de fieltro, outfits de peluches y bailarinas. Los cuadros que hace Andrea Primitivo (fono 0-2922267) les sirven para sus ambientes...



Para madres e hijos Angie Sepúlveda, es profesora auxiliar del Taller de Arte Textil de la Universidad de Chile, hace clases de tejido a tolar para niños, en el que pueden participar las madres. Las sesiones son personalizadas "el grupo más grande es de seis almorzar" y se realiza en tres niveles, cada uno de los cuales dura tres meses...



Libro asqueroso Un grupo de caricaturistas se junta para elegir la casa más asquerosa del mundo. La historia está contada en verso en El Asommo de los monstruos (editorial Norma), por el periodista crítico y gastronómico Esteban Cabezas, autor de la saga Jilicho Caballo. Cabezas aprovechó el jueves 1 de noviembre, que es festivo, para llevar el espectáculo en la Feria Internacional del Libro de Santiago. Esta adivinando toda la jornada firmando ejemplares. En el libro se continúan dos de sus grandes géneros: el humor y el terror, pero los aborda a escala de un ensayo lector. No es el la moraleja sea muy educativa, pero creo que ayuda a muchos padres de niños con el o "pala", cuenta el autor. Las ilustraciones son de Macko Torres, autor de Tuki, el zorro (editorial Anarcho).

\* EDITORIAL DESIGN. "PAULA" Magazine. Chile

**SALUD&BELLEZA** 106

**TENDENCIAS**

**sb** RECIBIMOS *Salco Brand Chile*

**1 Pigmento**  
An volador nmyjds jshstbyksnb vmtf ndkñndñb vmtfcbnk \$5.990

**3 Base líquida**  
An volabor nmyjds jshstbyksnb vmtf ndkñndñb vmtfcbnk \$5.990

**2 Polvo compacto**  
An volabor nmyjds jshstbyksnb vmtf ndkñndñb vmtfcbnk \$7.890

**4 Crema correctora**  
An volabor nmyjds jshstbyksnb vmtf ndkñndñb vmtfcbnk \$5.990

Tu mejor opción

**SALUD&BELLEZA** 106

**TENDENCIAS**

**sb** RECIBIMOS *Salco Brand Chile*

**2 Crema**  
An volabor nmyjds jshstbyksnb vmtf ndkñndñb vmtfcbnk \$5.990

**1 Rubor**  
An volabor nmyjds jshstbyksnb vmtf ndkñndñb vmtfcbnk \$5.990

**7 Lbial**  
An volabor nmyjds jshstbyksnb vmtf ndkñndñb vmtfcbnk \$5.990

**6 Sombra**  
An volabor nmyjds jshstbyksnb vmtf ndkñndñb vmtfcbnk \$5.990

**4 Mascara de pestañas**  
An volabor nmyjds jshstbyksnb vmtf ndkñndñb vmtfcbnk \$5.990

**5 Brillo**  
An volabor nmyjds jshstbyksnb vmtf ndkñndñb vmtfcbnk \$5.990

**Polvo compacto**  
An volabor nmyjds jshstbyksnb vmtf ndkñndñb vmtfcbnk \$5.990

Tu mejor opción

**SALUD&BELLEZA** 106

**TENDENCIAS**

**sb** RECIBIMOS *Salco Brand Chile*

**1 Brillo**  
An volabor nmyjds jshstbyksnb vmtf ndkñndñb vmtfcbnk \$5.990

**2 sombra**  
An volabor nmyjds jshstbyksnb vmtf ndkñndñb vmtfcbnk \$5.990

**3 Crema**  
An volabor nmyjds jshstbyksnb vmtf ndkñndñb vmtfcbnk \$5.990

**4 Desmaquillante**  
An volabor nmyjds jshstbyksnb vmtf ndkñndñb vmtfcbnk \$5.990

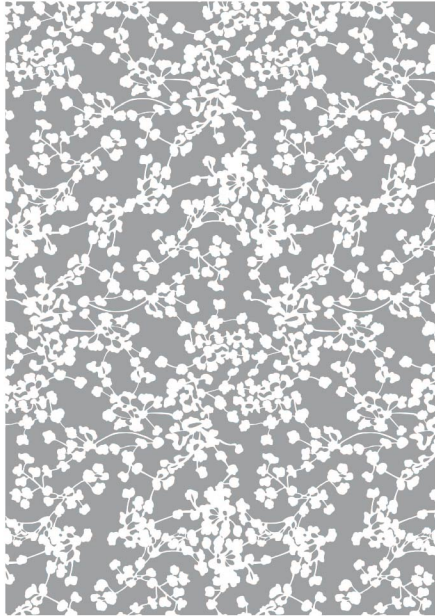
**5 Rímel**  
An volabor nmyjds jshstbyksnb vmtf ndkñndñb vmtfcbnk \$5.990

**6 Perfume**  
An volabor nmyjds jshstbyksnb vmtf ndkñndñb vmtfcbnk \$5.990

Tu mejor opción

\* EDITORIAL DESIGN.  
Client: SalcoBrand Pharmacy. Chile





\* WRAP PAPER DESIGN.  
Client: Jumbo.Chile





\* TIRANATRANS  
Personal project



\* TIRANATRANS  
Personal project



\* TIRANATRANS  
Personal project





\* TIRANATRANS  
Personal proyect

