

TOXICUTE: REVOLUCIONANDO LA MODA LOCAL CON UN CLICK

PROBLEMÁTICA

En Ecuador, el **59% de las prendas consumidas son importadas, reflejando una desconexión entre las marcas locales y los jóvenes consumidores**. Toxicute busca resolver esta brecha ofreciendo una marca disruptiva y auténtica, pero su alcance se ve limitado sin un canal de ventas digital en un mercado influenciado por el comercio electrónico.

OBJETIVO

Promover la marca local Toxicute mediante el desarrollo de un prototipo web de ventas, que establezca una conexión con la audiencia juvenil para el consumo nacional de productos de moda.

Wireframes

Prototipado

Pruebas

PROPUESTA DE VALOR

La interfaz de Toxicute ha sido diseñada con un **enfoque en la accesibilidad, considerando las necesidades y preferencias de sus usuarios**; se ha incluido aquellos con **problemas de vista y/o TDAH**. Este compromiso con la inclusión trasciende más allá de sus prendas y diseños, **ofreciendo una experiencia funcional** y única que asegura que todos puedan interactuar fácilmente con el prototipo.

RESULTADOS

100%

Los usuarios **mostraron interés en Toxicute y sus productos** gracias al prototipo.

93%

Usuarios calificaron la navegación del **prototipo como intuitiva y sencilla**

9/10

Es el **puntaje total** asignado al prototipo por los expertos

87%

Usuarios afirman que el prototipo **comunica la personalidad de Toxicute** efectivamente

CONCLUSIONES

El prototipo web de Toxicute **demuestra cómo una interfaz inclusiva y funcional** puede conectar con las nuevas generaciones, promoviendo el consumo local y fortaleciendo la autoexpresión.