

UNIVERSIDAD
DEL AZUAY

FACULTAD DE
DISEÑO
ARQUITECTURA
Y ARTE

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DE
TÍTULO DE: LICENCIADA EN DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA

DISEÑO DE INDUMENTARIA PARA MUJERES JÓVENES
GENERACIÓN Z Y SUS MASCOTAS EN LA CIUDAD DE
CUENCA

AUTOR:

GEOVANNA MICAELA BARRERA PARRA

TUTOR:

DIS. MAGDALENA RUHT GALINDO ZEAS

CUENCA-ECUADOR
2024

DEDICATORIA

Para Mariela y Geovanny, mis padres que siempre me inspiraron a trabajar duro y dar lo mejor de mí. A mis hermanos Kevin y Camila, espero ser un ejemplo para ustedes. Y a mi perrita Sofy, mi principal inspiración par este proyecto, con todo mi amor y esfuerzo, Micaela.

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mis más sinceros agradecimientos a mis padres, Mariela y Geovanny, quienes han sido mi pilar fundamental y un apoyo incondicional en toda mi vida estudiantil y personal. Gracias a ellos, he podido cumplir todas mis metas.

A mis hermanos, Kevin y Camila, por brindarme momentos de juegos y risas, haciendo más llevaderos mis días de estrés.

A mis abuelitos y tíos, quienes siempre estuvieron en primera fila para apoyarme en todos los eventos.

A mis amigas, Pamela y Juliana, por ser mi mejor compañía dentro y fuera de la Universidad.

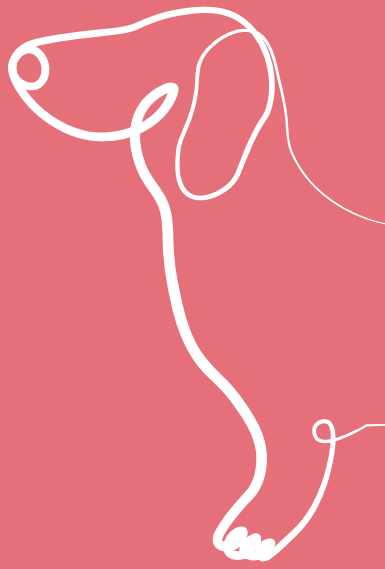
Finalmente, quiero dedicar un agradecimiento muy especial a la Dis. Ruht Galindo, por brindarme su sabiduría y tiempo a lo largo de mi carrera y apoyarme en cada paso del desarrollo de este proyecto.



ÍNDICE DE CONTENIDOS

Capítulo 1. Contextualización	13
1.1 Diseño de indumentaria	14
1.1.1 Generalidades del diseño de indumentaria	15
1.1.2 Indumentaria casual, cosplay y formal	15
1.2 Jóvenes (Generación Z) y sus animales de compañía	17
1.2.1 Generación Z	18
1.2.2 Vínculo humano-animal	19
1.2.3 Accesorios para mascotas	20
1.2.4 Jóvenes en la ciudad de Cuenca	20
1.2.5 Locales dedicados a la venta de indumentaria para mascotas en Ecuador	21
Capítulo 2 Planificación	22
2.1 Definición del Usuario	23
2.1.1 Definición de perfil de usuario	23
2.1.2 Perfil de usuario	25
2.2 Definición del programa de Brief	28
2.2.1 Descripción del proyecto	28
2.2.2 Antecedentes	29
2.2.3 Objetivos del proyecto	30
2.2.4 Cromática	30
2.2.5 Materiales	31
2.2.6 Tecnologías aplicadas	32
2.2.7 Constantes y variables	32
2.2.8 Presupuesto	32
2.3 Conceptualización y estrategias creativas	32
2.3.1 Conceptualización	32
2.3.2 Inspiración	32
2.3.3 Análisis de tendencias	33
2.3.4 Moodboard Subtema	33
2.3.5 Bocetación	33
Capítulo 3 Desarrollo	34
3.1 Ideación	35
3.1.1 Inspiración	35
3.2 Proceso Creativo	36
3.2.1 Moodboards	36
3.2.1.1 Moodboard de conceptualización	37
3.2.1.2 Moodboard de inspiración	38
3.2.1.3 Moodboard de tendencias	39
3.2.1.3.1 Tendencias en indumentaria formal	39
3.2.1.3.2 Tendencias en indumentaria casual	40
3.2.1.3.3 Cosplay	41
3.2.2 Bocetación	42
3.2.2.1 Bocetos para indumentaria formal	43
3.2.2.2 Bocetos para indumentaria casual	46
3.2.2.3 Bocetos de Cosplay	50
Capítulo 4 Resultados	54
4.1 Experimentaciones	55
4.1.1 Experimentación de la capa	55
4.1.2 Experimentación de hombrera	55
4.1.3 Experimentación de manga	55
4.2 Bocetos finales	56

4.2.1 Boceto indumentaria formal	56
4.2.2 Boceto indumentaria casual	58
4.2.3 Boceto cosplay Tema	60
4.3 Documentación técnica	62
4.3.1 Fichas técnicas	62
4.3.1.1 Fichas técnicas indumentaria formal	62
4.3.1.2 Fichas técnicas indumentaria casual	64
4.3.1.3 Fichas técnicas cosplay	68
4.3.2 Fotografía profesional de las propuestas	74
Conclusiones	83
Recomendaciones/Observaciones	84
Referencias Anexos	85



ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE TABLAS



Tabla 1: Constantes y Variables	32
---------------------------------------	----

Figura 1: Diseño de indumentaria.....	14
Figura 2: Indumentaria formal.....	15
Figura 3: Indumentaria casual.....	16
Figura 4: Cosplay.....	17
Figura 5: Jóvenes (Generación Z) y sus animales de compañía.....	18
Figura 6: Generación Z.....	18
Figura 7: Vínculo humano-animal.....	19
Figura 8: Accesorios para mascotas.....	20
Figura 9: Jóvenes en la ciudad de Cuenca.....	21
Figura 10: Emilia Maldonado	24
Figura 11: Jagger Antonio Maldonado Gárate	24
Figura 12: Sofía Figueroa Desivo	25
Figura 13: Pretzel Figueroa	25
Figura 14: Encuesta edad	26
Figura 15: Encuesta género.....	26
Figura 16: Encuesta gasto mensual en mascotas.....	26
Figura 17: Encuesta tipo de mascotas.....	26
Figura 18: Encuesta tamaño de perro	27
Figura 19: Encuesta raza de perro	27
Figura 20: Encuesta raza de gato	27
Figura 21: Encuesta género de la mascota	27
Figura 22: Encuesta edad de la mascota	27
Figura 23: Encuesta preferencia por la mascota en uso de ropa o accesorios	27
Figura 24: encuesta prendas prácticas para las mascotas	28
Figura 25: Encuesta aspectos importantes para elegir la ropa de la mascota	28
Figura 26: Encuesta accesorios para mascotas	28
Figura 27: Encuesta ropa a juego con la mascota	28
Figura 28: Interés en personalizar la indumentaria de las mascotas	28
Figura 29: Indumentaria de Spark Paws	29
Figura 30: Indumentaria de Dogtlan	29
Figura 31: Indumentaria de Etsy	29
Figura 32: Color Baby Blue	30
Figura 33: Color Mulberry Bush	30
Figura 34: Color Tangerine Yellow	30
Figura 35: Color Dark Green	30
Figura 36: Color Candy pink	31
Figura 37: Color Steeple Gray	31
Figura 38: Color Ghost White	31
Figura 39: Color Rich Black	31
Figura 40: Análisis de tendencias	33
Figura 41: Moodboard	33
Figura 42: Bocetación	33
Figura 43: Lluvia de ideas	36
Figura 44: Moodboard de Concepto	37
Figura 45: Moodboard de Inspiración	38
Figura 46: Moodboard de Indumentaria Formal	39
Figura 47: Moodboard Indumentaria Casual	40
Figura 48: Moodboard Cosplay	41



ÍNDICE DE ILUSTRACIONES Y CUADROS



ÍNDICE DE ILUSTRACIONES Y CUADROS

Figura 49: Boceto Rápido 1	42
Figura 50: Boceto Rápido 2	43
Figura 51: Boceto Rápido 3	44
Figura 52: Boceto Rápido 4	45
Figura 53: Boceto Rápido 5	46
Figura 54: Boceto Rápido 6	47
Figura 55: Boceto Rápido 7	48
Figura 56: Boceto Rápido 8	49
Figura 57: Boceto Rápido 9	50
Figura 58: Boceto Rápido 10	51
Figura 59: Boceto Rápido 11	52
Figura 60: Boceto Rápido 12	53
Figura 61: Experimentación 1	55
Figura 62: Experimentación 2	55
Figura 63: Experimentación 3	55
Figura 64: Boceto Final Indumentaria Formal	56
Figura 65: Boceto Final Mascota Formal	57
Figura 66: Boceto Final Indumentaria Casual	58
Figura 67: Boceto Final Mascota Casual	59
Figura 68: Boceto Final Indumentaria Cosplay	60
Figura 69: Boceto Final Mascota Cosplay	61

Anexo 1: Encuesta a la muestra88



ÍNDICE DE ANEXOS

RESUMEN

En los últimos años, la relación entre la Generación Z y sus mascotas se ha fortalecido, considerándolas parte de la familia. Este proyecto busca reforzar ese vínculo ya existente mediante el diseño de indumentaria. La investigación se centra en desarrollar prendas a juego para ocasiones especiales, como atuendos formales, casuales y de cosplay, una vez finalizado el proyecto, se valora la propuesta en espacios físicos para medir la aceptación de los usuarios. Este proyecto no solo cumple con los objetivos planteados, sino que también introduce innovaciones significativas en el mercado local, promoviendo una relación más expresiva y estrecha entre dueñas y mascotas.

Palabras clave:

Moda, jóvenes, mascotas, vínculo, indumentaria formal, indumentaria casual, cosplay, innovación.

ABSTRACT

In recent years, the relationship between Generation Z and their pets has strengthened, considering them part of the family. This project seeks to reinforce that existing bond through clothing design. The research focuses on developing matching garments for special occasions, such as formal, casual and cosplay outfits. Once the project is completed, the proposal is evaluated in physical spaces to measure user acceptance. This project not only meets the stated objectives, but also introduces significant innovations in the local market, promoting a more expressive and close relationship between owners and pets.

Keywords:

Fashion, youth, pets, bond, formal clothing, casual clothing, cosplay, innovation.

INTRODUCCIÓN

El diseño de indumentaria ha evolucionado significativamente en los últimos años, integrando no solo tendencias de moda y funcionalidad, sino también aspectos emocionales y sociales que responden a las necesidades de grupos específicos de la población. En este contexto, la Generación Z, compuesta por jóvenes nacidos entre los mediados de los 90's y 2010, se destaca por su enfoque en la individualidad, la tecnología y una profunda conexión con sus mascotas. Esta generación no solo ve a sus animales de compañía como simples mascotas, sino como miembros fundamentales de la familia, lo que ha llevado a una mayor demanda de productos que refuercen este vínculo especial.

La ciudad de Cuenca, conocida por su rica herencia cultural y tradiciones, además de su amplia comunidad de jóvenes, ofrece un contexto ideal para investigar y desarrollar indumentaria específica para mascotas que satisfaga estas nuevas exigencias de la sociedad actual. El objetivo general de este estudio es diseñar indumentaria para mujeres jóvenes de la Generación Z y sus mascotas, promoviendo el vínculo humano-animal mediante el diseño.

Este proyecto de graduación no solo busca crear productos estéticamente atractivos y funcionales para las mascotas, sino también fortalecer el lazo emocional entre los dueños y sus animales de compañía. Al integrar el diseño de indumentaria para mascotas con las tendencias de moda y las necesidades emocionales de la Generación Z, se pretende ofrecer una experiencia de uso que sea significativa y que refuerce el vínculo entre ambos. Esta investigación contribuirá al campo del diseño de moda con propuestas innovadoras y personalizadas, adaptadas específicamente a las características y preferencias de la comunidad joven de Cuenca.

CAPÍTULO 1

CONTEXTUALIZACIÓN



1.1 Diseño de indumentaria

El diseño de indumentaria emerge como una disciplina compleja que fusiona la creatividad artística con la funcionalidad práctica, generando expresiones visuales que trascienden la mera cobertura del cuerpo para convertirse en un lenguaje estético que comunica identidad, cultura y estilo, por lo que podría argumentar que el diseño de indumentaria es una disciplina creativa y funcional que además de ser estético es práctico, por lo cual, crea una expresión personal a través de la ropa. Desde una perspectiva académica, Doria (2014) aborda la enseñanza del diseño de indumentaria, destacando el desafío creativo inherente a la disciplina.

El método de enseñanza se convierte en un elemento esencial para formar diseñadores capaces de abordar no solo la estética, sino también la funcionalidad de la indumentaria. Este enfoque metodológico es crucial para que los diseñadores adquieran las habilidades necesarias, desde la selección de telas hasta la confección de prendas que satisfagan tanto las necesidades básicas como las expresivas. La indumentaria es más que un instrumento para cubrir el cuerpo, es un lenguaje visual que expresa identidad, cultura y estilo.

Como artistas y técnicos, los diseñadores de vestuario desempeñan un papel vital en la creación de prendas que no sólo satisfagan necesidades básicas, sino que también transmitan un mensaje visual y emocional para el usuario, por este motivo, Caballero (2021) propone una visión situada en la enseñanza del diseño de indumentaria y textil. La perspectiva situada destaca la importancia de comprender el entorno y las circunstancias específicas en las que se desarrolla el diseño. Esta visión subraya la relevancia de considerar factores contextuales para la formación de diseñadores que no solo sean creativos, sino también sensibles a las necesidades y demandas del entorno en el que se desenvuelven.

En esta área del diseño se consideran varios elementos como la selección de telas, la colorimetría, la silueta del usuario, la funcionalidad y ergonomía que va a tener la prenda. Desde el concepto, hasta la prenda terminada, los diseñadores de indumentaria deben dominar el proceso creativo que incluye bocetos, creación de patrones, corte y, como resultado, una pieza única que refleja la visión del creador. En cuanto a la relación entre diseño y moda, Mussuto y Magalí (2007) plantean una distinción crucial: diseño no es moda, y moda no es diseño de indumentaria. Este matiz resalta la complejidad inherente al diseño de indumentaria, que va más allá de la mera adopción de tendencias efímeras.

El diseño de ropa no sólo sigue las tendencias y modas actuales, sino que también rompe con lo convencional y explora nuevas formas, materiales y conceptos. Además, interviene en la moda y la cultura para capturar la esencia de una época y transformarla en ropa que sea a la vez funcional y hermosa. En un contexto más amplio, Bur (2013) introduce la dimensión del marketing sustentable en la industria textil y de la indumentaria. Este enfoque destaca la necesidad de abordar la sostenibilidad en el diseño, considerando no solo la estética y la funcionalidad, sino también la responsabilidad ambiental. La incorporación de prácticas sostenibles se presenta como un elemento esencial para el diseño contemporáneo de indumentaria, alineándose con la creciente conciencia global sobre la importancia de prácticas éticas en la producción de moda.

En síntesis, el diseño de indumentaria es una disciplina en donde se fusiona la parte artística y técnica en la creación y confección de prendas de vestir. En donde se ven involucradas otras disciplinas como el Marketing, Química, Matemáticas, entre otras, las cuales son fundamentales en la formación académica del diseñador, ya que este debe de tener un amplio conocimiento desde el patronaje de las prendas hasta la publicidad y empaque de las mismas. Este enfoque integrador permite que el diseño de indumentaria no solo siga las tendencias, sino que las moldee, convirtiéndose en una fuerza dinámica que captura la esencia de una época y la transforma en prendas que trascienden lo efímero para convertirse en expresiones duraderas de creatividad y funcionalidad.

Figura 1
Diseño de Indumentaria.



Tomado de: <https://www.toulouselautrec.edu.pe/blogs/aprende-diseno-modas-gestion>

1.1.1. Generalidades del diseño de indumentaria

El ámbito del diseño textil abarca un proceso integral que va más allá de la simple creación de prendas de vestir, involucrando una amalgama única de habilidades artísticas, técnicas y funcionales. Este complejo procedimiento tiene como objetivo concebir y materializar prendas que no solo satisfagan las necesidades estéticas de los usuarios, sino que también se ajusten de manera ergonómica a sus requerimientos individuales. Como señala Eurinnova International School, (2024), los diseñadores de indumentaria se esfuerzan por encontrar un equilibrio delicado entre la estética y la funcionalidad, destacando la naturaleza intrínseca de esta disciplina.

Al explorar la evolución histórica del diseño de indumentaria, se evidencia una transformación constante influenciada por diversas tendencias. Estos cambios, a lo largo del tiempo, responden a las dinámicas culturales, sociales y tecnológicas, generando una rica diversidad de expresiones a través del acto de vestir. La indumentaria, entonces, se convierte en un reflejo palpable de las transformaciones que marcan las distintas épocas y contextos socioculturales.

De igual forma, el Branding toma en cuenta distintos elementos como: el logotipo, el isotipo, la cromática (paleta de colores) y la tipografía para poder actuar y brindar a la marca un rostro que va a quedarse en la mente del público. Como se menciona en Elisava (2021), el Branding se centra en dar volver conocida y deseada a una marca, al igual que en enfocar una imagen positiva en la mente y el corazón de los consumidores.

En el dinámico universo de la moda, la constante mutación impone a los diseñadores la necesidad de mantenerse actualizados con las nuevas tendencias. Este campo, intrínsecamente ligado a la volatilidad de la cultura y la sociedad, exige a los profesionales del diseño colaborar estrechamente con otros expertos del ámbito. No solo se trata de crear prendas estéticamente atractivas, sino también de entender y anticipar las demandas del mercado.

El éxito en la industria del diseño de indumentaria requiere habilidades comunicativas sólidas, una visión artística desarrollada y una profunda comprensión de las tendencias emergentes. La capacidad de adaptación y la disposición para trabajar en sinergia con otros profesionales se presentan como aspectos fundamentales para navegar en este terreno de constante cambio. En este sentido, los diseñadores no solo se convierten en creadores de moda, sino también en intérpretes activos de las complejas intersecciones entre estética, funcionalidad y las demandas dinámicas del mercado actual.

1.1.2.- Indumentaria formal, casual y cosplay

Indumentaria Formal

“La vestimenta formal es un conjunto de normas y códigos establecidos que se conciben a partir de percepciones y reglas sociales que se ajustan a propósitos y circunstancias. El tipo de vestuario estará influido por el lugar, la intención del evento, el clima y el momento del día”. (Gonzales, 2023)

La indumentaria formal constituye una categoría distinguida en el mundo de la moda, diseñada para ocasiones y entornos que exigen un nivel elevado de elegancia y etiqueta. Caracterizada por cortes refinados, tejidos de calidad y atención meticulosa a los detalles, la ropa formal refleja un estilo clásico y atemporal destinado a proyectar una imagen de sofisticación y seriedad.

Este tipo de vestimenta se asocia comúnmente con eventos y situaciones formales, como bodas, ceremonias, cenas de gala, eventos empresariales y ocasiones protocolares. Los elementos clave de la indumentaria formal incluyen trajes y esmoquin para hombres, y vestidos de noche o trajes de cóctel para mujeres. Además de la elección cuidadosa de prendas, los accesorios, como corbatas, pajaritas, joyas y zapatos elegantes, desempeñan un papel fundamental en completar el conjunto formal.

A lo largo de la historia, la indumentaria formal ha evolucionado en respuesta a las tendencias de la moda y a las normas sociales cambiantes. Aunque la moda casual ha ganado terreno en muchos aspectos de la vida cotidiana, la ropa formal sigue siendo una expresión de respeto y buen gusto en contextos específicos. La elección de la indumentaria formal no solo implica consideraciones estilísticas, sino también un reconocimiento de la importancia del protocolo social y la etiqueta en determinadas circunstancias.

Figura 2
Indumentaria Formal



Tomado de: <https://mejorconsalud.as.com/codigo-vestimenta-formal/>

Indumentaria Casual

La indumentaria casual se caracteriza por ser cómoda, versátil y relajada, diseñada para situaciones informales y cotidianas. “El código casual tiene como premisa: la comodidad, la simpleza y la naturalidad. Todo esto sin dejar de cuidar los detalles. Es decir, la idea es recrear un look “sin esfuerzo”, pero en el que utilizamos prendas básicas en buen estado combinadas con buen gusto.” (Project Glam, 2024)

A diferencia de la ropa formal o de negocios, la ropa casual busca combinar comodidad con expresión personal, permitiendo a las personas mostrar su estilo de una manera más libre. Esta categoría incluye una amplia variedad de prendas, como jeans, camisetas, sudaderas y zapatillas deportivas, ofreciendo opciones para diferentes actividades y entornos informales.

La ropa casual refleja la evolución de la moda en respuesta a la cultura actual y resalta la importancia de la funcionalidad y practicidad en el vestuario diario. Con el tiempo, la ropa casual ha experimentado cambios significativos, adaptándose a las tendencias sociales, culturales y tecnológicas. Su popularidad ha ido creciendo junto con los cambios en el estilo de vida, fomentando la libertad de expresión a través de la moda sin sacrificar la comodidad.

En la actualidad, la ropa casual se ha convertido en una parte esencial de la moda moderna, desempeñando un papel importante en la forma en que las personas eligen vestirse a diario, por lo cual la indumentaria casual se ha vuelto una parte fundamental en nuestro diario vivir.

Figura 3

Indumentaria Casual



Tomado de: <https://mott.social/estilos-de-ropa-para-mujer-que-están-de-moda/>

Cosplay

El cosplay, una combinación de las palabras costume “disfraz” y play “juego”, es una forma de expresión artística única y apasionante que ha ganado bastante popularidad en estos últimos años alrededor de todo el mundo. El término nació en la década de los setenta en Japón. Concretamente, esta moda apareció en la feria del salón del manga Comic Market en Odaiba (Tokio). (Andrada, E. G., & de la Gándara Martín, J. 2010). Este estilo implica la creación y el uso de disfraces detallados y cuidadosamente diseñados que representan personajes de videojuegos, cómics, películas, anime y otras formas de entretenimiento.

Los cosplayers que practican este arte, dedican mucho tiempo y esfuerzo a recrear fielmente los disfraces y complementos de sus personajes favoritos. El proceso suele implicar personalizar la ropa, crear accesorios a medida, además deben prestar mucha atención a los detalles para retratar la esencia del personaje. Usualmente los cosplayers comparten su amor por la cultura pop a través del entretenimiento visual como Instagram o Tik Tok, sin embargo, también participan activamente en eventos y convenciones, donde muestran sus disfraces, socializan con otros entusiastas y participan en concursos de cosplay.

El cosplay no se limita a la representación de personajes de ficción. También destaca la creatividad, el ingenio y el arte de quienes participan en esta forma única de expresión. A medida que el cosplay continúa ganando popularidad, se ha convertido en una subcultura vibrante y en crecimiento que celebra la diversidad y la emoción del mundo del entretenimiento.

Existen diferentes tipos de cosplays entre los cuales, los más comunes son los siguientes:

- Cosplay básico: Consiste en vestirse igual que un personaje.
- Handmade cosplay: Disfraces confeccionados a mano.
- Gender bender: Convertir un personaje masculino a femenino, o al revés.
- Crossplay: Disfrazarse del sexo opuesto.
- Kigurumi: Interpretar a un personaje que es un animal.
- Kemono: Animales antropomorfos, es decir, aquellos que tienen personalidad humana.

- Furry: Encarnar a un animal con habilidades humanas, como andar o hablar.
- Animegao: En el diseño completo, se añade la máscara del personaje para que la interpretación sea lo más parecida posible.
- Masquerade cosplay: Debes recrear a un personaje y un jurado te valorará.

Figura 4
Cosplay



Tomado de: <https://www.womenshealthmag.com/es/sexo-relaciones-pareja/a2001321/sexo-cosplay/>

1.2. Jóvenes (Generación Z) y sus animales de compañía

La relación entre la Generación Z (que está formada aproximadamente por personas nacidas entre mediados de los 90 y mediados de los 2010) (Quiroa, 2021) y sus mascotas ha cambiado significativamente con respecto a las generaciones anteriores. Los jóvenes de la Generación Z han demostrado un profundo amor y compromiso con sus mascotas, viéndolas no sólo como mascotas, sino como miembros importantes y valiosos de sus familias. Mascotas como perros, gatos, reptiles e incluso animales más exóticos son cada vez más comunes en los hogares de la Generación Z.

Estos jóvenes tienden a desempeñar un papel activo en el cuidado de sus mascotas, participando en actividades como paseos, citas para jugar y visitas periódicas al veterinario. Además, la adopción de mascotas rescatadas y la promoción de la adopción responsable son tendencias significativas de esta generación, que reflejan la conciencia social y ética del bienestar animal.

La presencia de mascotas también ha influido en la vida cotidiana y los patrones de toma de decisiones de los jóvenes de la Generación Z. La responsabilidad asociada al cuidado de la vida promueve valores como la empatía, paciencia y diligencia. Además, las redes sociales desempeñan un papel central en los intercambios cotidianos con las mascotas y ayudan a crear comunidades en línea centradas en el amor a los animales.

La relación entre un humano y su mascota es algo especial que trasciende la domesticación de animales para convertirse en una experiencia rica y significativa. Los niños de todo el mundo han adoptado un papel activo como cuidadores o compañeros de una amplia variedad de mascotas. Esto les da una profunda relación con su salud emocional, social y física.

Los animales que más comúnmente se han convertido en mascotas son los perros y los gatos, recibiendo así el mejor trato para que vivan una vida próspera, llenas de comodidades que antiguamente no los tenían. El cuidado de las mascotas no sólo implica la responsabilidad de proporcionar alimentación y cuidado físico; también significa un compromiso emocional, en el cual se debe dedicar tiempo a juegos, paseos y momentos de afecto compartido. "Atender, cuidar a una mascota se convierte en la primera prueba de abandonar cierto egocentrismo que envuelve a la juventud y ayuda a descentrarse" (Díaz, 2017)

Asimismo, con la proliferación de las redes sociales, la presencia de las mascotas en la vida de los jóvenes también ha evolucionado. Las plataformas digitales se han convertido en lugares para mostrar a sus animales de compañía diariamente. Las fotografías, videos y relatos sobre las travesuras de las mascotas son ampliamente compartidos. “Muchos dueños han buscado un espacio para compartir contenido exclusivamente de sus mascotas, creándoles cuentas en Instagram y/o TikTok; y algunos, han logrado una cantidad asombrosa de seguidores despertando el interés de las marcas”. (Abedrabbo, 2023). Es por eso que la mascota se convierte en algo más que un mero animal de compañía.

Figura 5

Jóvenes (Generación Z) y sus animales de compañía



Tomado de (<https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/jovenes-colombianos-prefieren-tener-mascota-que-hijos/656073/>)

1.2.1. Generación Z

Como sucesora de la generación millennial, la Generación Z ha crecido en una era de rápido avance tecnológico, importantes cambios sociales y acceso sin precedentes a la información digital, asimismo se caracterizan por el uso de redes sociales para crear conexiones interpersonales y aunque hayan crecido en un mundo globalizado y de compras masivas mediante el internet, son muchos más conscientes que otras generaciones del daño ambiental que estas actividades pueden causar. (Wood, 2022) .

La Generación Z es conocida por su profunda conexión con la tecnología, ya que muchos de ellos han estado expuestos a dispositivos digitales desde la infancia, lo cual les ha brindado una capacidad innata para utilizar la tecnología como vehículo para la expresión personal, el activismo y la construcción de comunidades. (Cerezo, 2017, p. 96) A nivel social, la Generación Z se identifica con los valores de inclusión, diversidad y justicia social, muestran un interés activo en la igualdad de género, los derechos LGBTQ, la sostenibilidad ambiental y otras cuestiones sociales importantes. Esta generación tiende a abrazar la diversidad y buscar autenticidad en las interacciones y experiencias.

A medida que la Generación Z entra en la edad adulta, su influencia en la cultura, la tecnología y la sociedad sigue creciendo. Su actitud emprendedora, su enfoque pragmático hacia la educación y su capacidad para aceptar la diversidad hacen de la Generación Z un grupo interesante e importante en el escenario mundial actual.

Figura 6

Generación Z



Tomado de (<https://www.nacion.com/revista-perfil/vida/generacion-z-jovenes-que-son-un-reto/XYCB6SARSJALHISDSXLV6EU6FI/story/>).

1.2.2. Vínculo humano-animal

El vínculo entre los humanos y los animales ha sido algo especial y profundo que se ha ido fortaleciendo cada vez más a lo largo de la historia. “Los vínculos afectivos con animales han sido cruciales en el proceso evolutivo de la especie humana, y la naturaleza humana ha sido moldeada a través de interacciones con éstos.” (Páramo & Galvis, 2011; Sheldrake, 2008) Desde la antigüedad hemos compartido nuestra vida con diversos seres, y estas relaciones han ido más allá de la simple convivencia para convertirse en vínculos emocionales fundamentales, esenciales para su bienestar y el nuestro.

Este vínculo puede adoptar diferentes formas, desde una relación propietario-mascota hasta como depender de ellos, ya sea para trabajar juntos en la agricultura, como medio de transporte o sirviéndoles como medio de alimentación. Este vínculo entre humanos y animales abarca muchas especies, desde los queridos perros y gatos hasta mascotas como pájaros, tortugas, y otros compañeros, cada uno con características únicas.

Interactuar con animales no sólo proporciona compañerismo y cariño, sino que también está científicamente demostrado que tiene importantes beneficios para nuestra salud física y mental. Las investigaciones respaldan la idea de que la presencia de animales puede reducir el estrés, mejorar nuestro estado de ánimo y mejorar nuestro bienestar general.

Esta relación también se refleja en nuestra cultura y sociedad, donde los animales juegan un papel importante en nuestras historias, mitos y simbolismos. La lealtad, la empatía y la capacidad de los animales para brindar consuelo llevaron a la integración de prácticas como la terapia con animales en el ámbito de la salud mental.

La humanización de las mascotas ha ido creciendo significativamente en la actualidad, ya que los animales de compañía han tenido un papel más importante en las familias. Este fenómeno va más allá de considerar a los animales como simples mascotas, ya que se les reconoce y trata como miembros plenos del núcleo familiar. Tal evolución en la relación entre humanos y animales ha sido objeto de estudio en diversas investigaciones, proporcionando una comprensión más profunda de las dinámicas involucradas.

Rojas Garcés (2021) exploró la temática de la humanización extrema en mascotas en su tesis doctoral realizada en la Universidad Gabriela Mistral. Su investigación ofrece una perspectiva exhaustiva sobre cómo los dueños de mascotas llevan a cabo prácticas que reflejan una profunda conexión emocional y social con sus animales, llegando a considerarlos casi como semejantes humanos. Este-

-enfoque proporciona una base conceptual sólida para entender la magnitud y complejidad del fenómeno de la humanización de las mascotas. Por otro lado, Capacho Calderón y Peña Moreno (2021), en su trabajo sobre imaginarios y percepciones de la humanización de mascotas en diez familias del área metropolitana de Bucaramanga, contribuyen al debate al examinar cómo diferentes contextos culturales y familiares influyen en la forma en que se humaniza a las mascotas. Su estudio destaca la diversidad de perspectivas y prácticas que existen en torno a este fenómeno, ofreciendo una visión más contextualizada y específica. Quessep Rapag (2023), en su tesis de licenciatura realizada en la Universidad EAFIT, profundiza en los factores psicológicos e histórico-culturales que inciden en el proceso de humanización de mascotas. Al abordar estos aspectos, la investigación proporciona una comprensión más completa de las motivaciones subyacentes que llevan a los individuos a humanizar a sus animales de compañía.

Landín (2021), por otro lado, examina las implicaciones éticas de la humanización animal. Su investigación destaca la importancia de considerar no solo los aspectos emocionales y culturales, sino también los dilemas éticos asociados con el trato humano a los animales. Este enfoque ético contribuye a enriquecer el debate sobre la humanización de las mascotas al integrar consideraciones morales en la discusión. En el lado positivo, la humanización de las mascotas puede tener beneficios significativos para la salud emocional y el bienestar de las personas. La presencia de animales domesticados puede contribuir a reducir el estrés, brindar compañía y fomentar la actividad física. Además, este enfoque podría promover un mayor respeto y cuidado hacia los animales, fortaleciendo los lazos entre las especies.

Figura 7
Vínculo humano-animal



Tomado de (<https://blogs.unah.edu.hn/dircom/vinculo-humano-animal-implica-emociones-y-responsabilidades-a-nivel-psicologico-senala-investigacion-de-estudiante-de-la-unah/>).

1.2.3. Accesorios para mascotas

Unos de los elementos más común del vestir de nuestras mascotas, son los accesorios, los cuales se han popularizado globalmente, dando así paso a una gran variedad de elementos que pueden utilizar los animales de compañía, como collares, moños, correas, entre otras cosas. Los accesorios de las mascotas también han evolucionado con el pasar de los tiempos, convirtiéndose no solo en un objeto estético de nuestra mascota, sino también, en un objeto funcional. “Todas las mascotas necesitan accesorios en su cuerpo y entorno que, en principio, se asocian a la estética. Sin embargo, es fundamental comprender que la mayoría de ellos juegan un papel importante en la educación, bienestar y salud de los animales domésticos” (Sanchez, 2021)

Para muchas personas el adquirir accesorios para sus mascotas, es una manera de expresar su cariño hacia ellas, obsequiándoles objetos para que su mascota luzca “mejor” de una cierta manera. Por lo cual, muchas de las personas, incluso han llegado a adquirir accesorios personalizados que reflejen la personalidad y esencia de su mascota, destacando así su conexión especial.

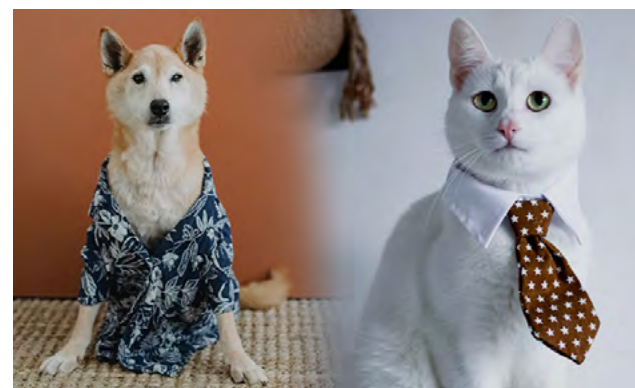
Grajales García (2017) aborda este fenómeno desde el ámbito del diseño, específicamente en la confluencia entre el diseño de vestuario y la relación humano-animal, con un enfoque particular en el diseño de moda para mascotas. El estudio destaca la tendencia a antropomorfizar a los animales de compañía, otorgándoles una identidad que va más allá de su función práctica y utilitaria. Este proceso de antropomorfización se traduce en la creación de prendas y accesorios para mascotas que no solo satisfacen necesidades prácticas, como la protección y el confort, sino que también cumplen una función simbólica, contribuyendo a la construcción de la identidad del animal y su integración en la vida cotidiana de sus dueños.

Desde la perspectiva de diseño, se evidencia que los nuevos diseñadores orientados a la moda para mascotas abordan la complejidad de la relación humano-animal contemporánea. La antropomorfización de las mascotas, se analiza considerando tanto su valor material como espiritual. Las prendas y accesorios para mascotas no solo satisfacen necesidades prácticas, sino que también sirven como extensiones objetuales que reflejan la identidad, el confort y el bienestar que los dueños desean proporcionar a sus animales de compañía.

En este contexto, el diseño para mascotas se posiciona como un campo interdisciplinario que trasciende la función utilitaria para abordar dimensiones simbólicas y afectivas. La identificación de las mascotas como seres con identidad propia, transitando entre el dominio y el afecto humano, refleja la complejidad inherente a la relación contemporánea entre humanos y animales (Grajales García, 2017).

Figura 8

Accesorios para mascotas



Tomado de (<https://occidente.co/secciones/mascotas/vestir-a-perros-y-gatos-con-ropa-humana-genera-traumas-a-las-mascotas/>)

1.2.4. Jóvenes en la ciudad de Cuenca

Cuenca, una ciudad histórica de la sierra ecuatoriana, cuenta con un gran porcentaje de habitantes jóvenes que contribuyen en gran manera a la riqueza cultural y dinamismo urbano.

De los 636 996 habitantes, 221 688 tienen entre 20 y 39 años. Es decir, casi 35 de cada 100 cuencanos son jóvenes. Esa cantidad es mayor que el promedio nacional, donde 23 de cada 100 pertenecen a ese grupo etario. (INEC, 2021)

Los jóvenes de Cuenca, al igual que los de cualquier lugar en el mundo, se ven influenciados por una cultura llena de tradición y modernidad creando una mezcla de perspectivas y estilos de vida. (Castillo, 2022)

Cuenca, conocida por su encanto colonial, ha experimentado un aumento demográfico y económico que influye en la vida de todos sus habitantes jóvenes; este grupo de población participa activamente en la vida cultural, académica y social de la ciudad, y juegan un papel importante en la evolución de las tradiciones locales y en la adopción de nuevas tendencias. La presencia de universidades y centros de formación en Cuenca ha propiciado la creación de una comunidad estudiantil diversa y dinámica.

Los jóvenes de la ciudad no sólo buscan la excelencia académica, sino que también participan en actividades como el teatro, los deportes o el voluntariado que enriquecen su experiencia universitaria así como su conexión con la comunidad en conjunto.

Figura 9

Jóvenes en la ciudad de Cuenca



Tomado de (<https://www.shutterstock.com/es/image-photo/cuenca-ecuador-april-11-2023-foundation-2300809395>)

1.2.5. Locales dedicados a la venta de indumentaria para mascotas en Ecuador.

La moda para mascotas en Ecuador ha experimentado un notable impulso a nivel local, como se evidencia en diversos trabajos de diseño y emprendimiento en este ámbito específico. Una de estas marcas, es ENKACHINADOS MODA PET. Quienes realizan prendas que se adaptan a las tendencias de consumo actuales para las mascotas, de la misma forma que ofrecen opciones que resultan cómodas para ellas. Entre sus prendas, también se incluyen accesorios, conjuntos y diseños de acuerdo a los gustos de sus clientes.

Otro ejemplo en la ciudad de Cuenca, es BARK CUENCA, quienes también ofrecen prendas al por mayor. Y su tipo de confección suelen relacionarse a un estilo más moderno. Por otro lado, también se ve una tendencia de hacer conjuntos entre las personas y sus mascotas, ejemplo de eso está el emprendimiento de CHRIS BISANTI DESING, quién realiza accesorios de mascotas elegantes y de lujo, inspirados en su perrita Victoria, ya que como dice Bisanti (2023) "Eres parte de mi vida, eres parte de mis ocasiones especiales".

CAPÍTULO 2

PLANIFICACIÓN



2.1 Definición de Usuario

Para desarrollar este proyecto es fundamental conocer al usuario y las características del mismo, por lo cual se ha escogido tomar en cuenta a mujeres cuencanas de la Generación Z entre los 19 y 29 años que tengan mascotas ya sean perros o gatos.

2.1.1. Definición de perfil de usuario:

Usuario-Beneficiario
Variables demográficas

- Sexo: Femenino
- Edad: 19-29
- Generación: Z
- Etnia: Mestizo
- Estado Civil: Soltero
- Educación: Superior culminada o por culminar
- Ingreso económico: Fijo
- Clase: Media-Alta
- Variables Psicográficas y Conductuales
- Estilo de vida: activa, muy presente en redes sociales, saludable, preocupada por los animales.
- Personalidad: sociable, creativa.
- Motivos y comportamientos de compra: a la hora de consumir se basa en las tendencias y en su estilo propio.
- Actitud: positiva, persona con valores y educada.

Este segmento se caracteriza por ser mujeres que estén o hayan culminado su educación superior, que tengan algún tipo de ingreso fijo, ya sea por que tengan un trabajo o que sus padres las provean, la mayoría de este segmento son mujeres de clase media-alta y están solteras.

Beneficiario: Canes

Variables demográficas

- Tipo: Canino
- Raza: Shih Tzu, Pomerania, Yorkshire.
- Tamaño: Pequeño
- Edad: Cualquier edad.
- Género: Macho y Hembra
- Variables Psicográficas y Conductuales
- Estilo de vida: activa, saludable.
- Temperamento: juguetón, mimado.
- Necesidades emocionales: Muy apegado al dueño
- Interacción social: Bien comportado.

Beneficiario: Canes

Variables demográficas

- Tipo: Felino
- Raza: Gato doméstico de pelo corto, Manés, Persa.
- Tamaño: Normal
- Edad: Cualquier edad.
- Género: Macho y Hembra

Variables Psicográficas y Conductuales

- Estilo de vida: sedentaria.
- Temperamento: juguetón, mimado, manso.
- Necesidades emocionales: Muy apegado al dueño
- Interacción social: Se deja manipular por los humanos

(Estos datos se han tomado de las encuestas previamente realizadas a 79 personas)

2.1.2. Perfil de usuario

Figura 10
Emilia Maldonado



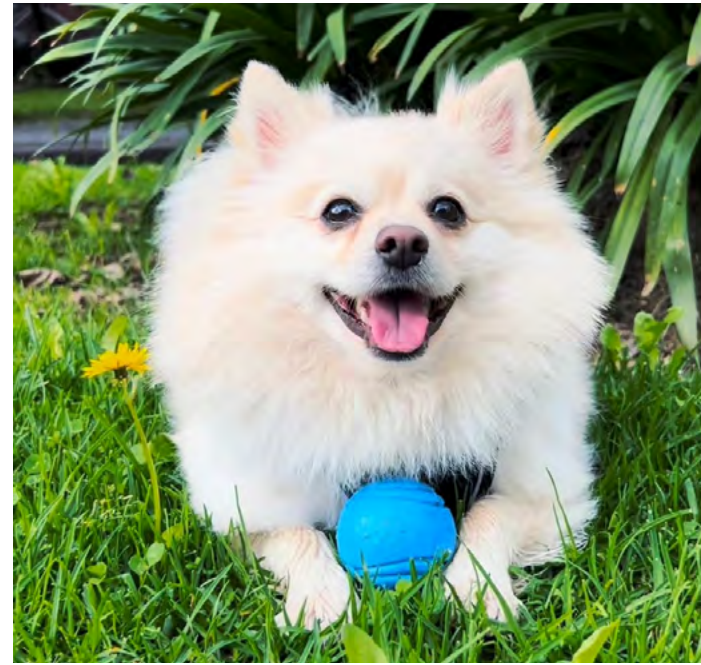
Nota. Tomado de perfil de Instagram

Emilia es una mujer soltera de 22 años, nacida en Cuenca, Ecuador y reside en la ciudad hasta la actualidad. Está en el 10mo ciclo de odontología e la Universidad Católica de Cuenca y trabaja como pasante en OmDental. Emilia vive con sus papás y se considera de clase media-alta.

Le gusta ser socialmente activa tanto en redes sociales como en eventos de la Ciudad, por lo que busca estar siempre “a la moda”. Emilia es fiel a su estilo “sexy-elegante” y busca prendas que reflejen su personalidad.

También es amante de las mascotas, tiene un Pomerania de 3 años llamado Jagger, el cual para ella es como un hijo. Hacen varias actividades juntas como hacer ejercicio, ver películas, dormir y a Emilia le gusta subir a su mascota a las redes sociales como Instagram, por lo cual busca que su mascota este bien presentada.

Figura 11
Jagger Antonio Maldonado Gárate



Nota. Tomado de whatsapp

Jagger Antonio es un Pomerania macho de 3 años de color crema, fue adquirido por sus dueños cuando tenía 3 meses como regalo para Emilia, desde ahí los dos se han vuelto inseparables.

Jagger es un perro bastante tímido al principio hasta que coge confianza, también es muy mimado a tal punto de que le dan de comer en la boca, es muy hiperactivo y cariñoso, le encanta jugar con su pelota y correr por el parque.

Es educado con las visitas y obediente, no ha dado ningún problema cuando sale a lugares pet friendly. No se molesta cuando le ponen algún tipo de prenda o accesorio y es bastante fotogénico.

Figura 12
Sofía Figueroa Desivo



Nota. Tomado de perfil de Instagram

Sofía Figueroa Desivo es una estudiante de 6to ciclo de Administración de empresas en la Universidad del Azuay, tiene 21 años, es soltera y vive con su madre en un departamento. Nació en la ciudad de Machala, pero desde niña reside en la ciudad de Cuenca.

Sofía es una persona muy sociable y divertida, le gusta salir a comer, caminar por el parque y le encanta la moda, ella es modelo de hobby, ha modelado para marcas locales como Pupila Estudio, Basicz, Polent, entre otras marcas.

Ella es amante de los animales, especialmente de los gatos, tiene un felino llamado Pretzel Figueroa, el cual ama mucho, hacen muchas actividades juntos como jugar en su departamento, ver series juntos y duermen en la misma cama.

Figura 13
Pretzel Figueroa



Nota. Tomado de whatsapp

Pretzel Figueroa es el felino de Sofía Figueroa, tiene 1 año y medio de edad, es un gato de departamento y no se identifica como alguna raza en específico, ya que es rescatada, es hembra y tiene 3 colores diferentes: Blanco, marrón y negro.

Al ser un gato de departamento, Pretzel es tranquilo, sedentario y muy dócil, aunque también es bastante juguetón con su dueña, por lo que vive en departamento a Pretzel se le tiene que sacar a caminar un mínimo de 3 veces por semana para liberar su energía.

Pretzel usa accesorios como collares y/o correas para pasear, su dueña cuenta que no le molesta usar los mismos ya que desde muy pequeño le han acostumbrado a estos accesorios.

Para tener un mejor acercamiento al mercado objetivo se ha creado una encuesta, el cual brindara datos cuantitativos que aporten al desarrollo del proyecto, por lo mismo, se tomo información de la página oficial del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en donde afirman que en la ciudad de Cuenca (urbano) hay un total de 146.275 mujeres.

Para establecer la muestra de la población encuestada se realizó el cálculo con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2 N}{e^2 (N-1) + Z^2 \sigma^2}$$

En donde:

N: Es el tamaño de la población total a considerar. En este caso es, 146.275 mujeres de Cuenca de zona urbana.

Z: Intervalo de confianza: 90%, lo cual se transforma a 1,645

D: Margen de error admitido por los investigadores: 10, lo cual se transforma en 0,15

P: Probabilidad ocurrencia = 0,5.

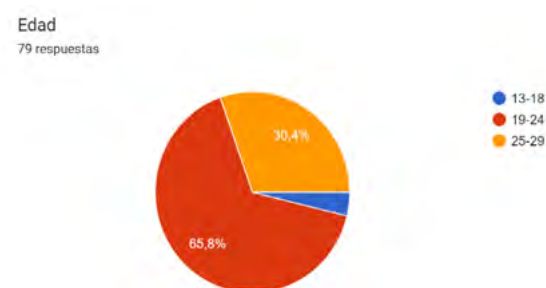
Q: 1 - p = 0,5

n: Tamaño de la muestra

Al reemplazar todos estos valores, nos da como resultado que mínimo se deben encuestar a 28 mujeres en la ciudad de Cuenca.

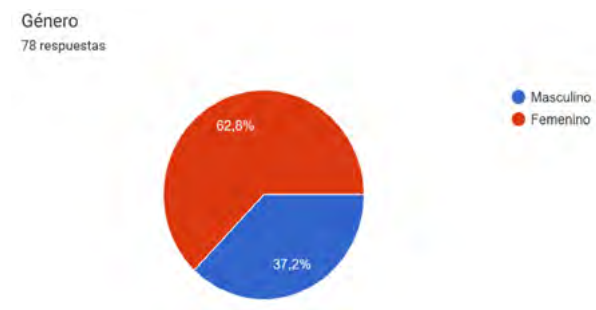
Después de realizar la encuesta a 79 personas donde el 62,8% de ellas son mujeres, es decir 49 personas de las 79 son mujeres, se pudieron obtener los siguientes datos:

Figura 14
Encuesta edad



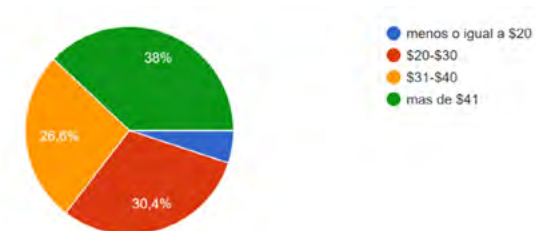
Se puede observar que la gran mayoría son personas entre los 19-24 años y le sigue personas entre los 25-29 años.

Figura 15
Encuesta género



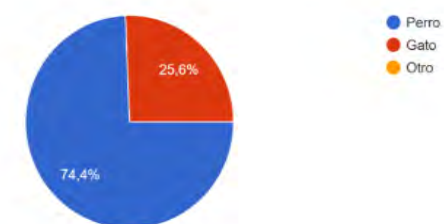
Más de la mitad de personas encuestadas son mujeres.

Figura 16
Encuesta gasto mensual en mascotas



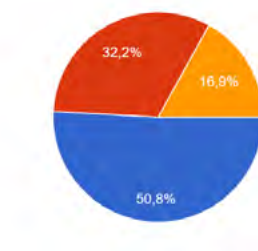
Se puede deducir que las personas gastan en sus mascotas entre \$20 y/o más de \$40.

Figura 17
Encuesta tipo de mascota



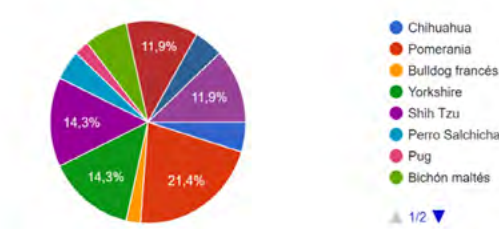
Las personas en la ciudad de Cuenca tienen de mascotas perros y gatos.

Figura 18
Encuesta tamaño de perro



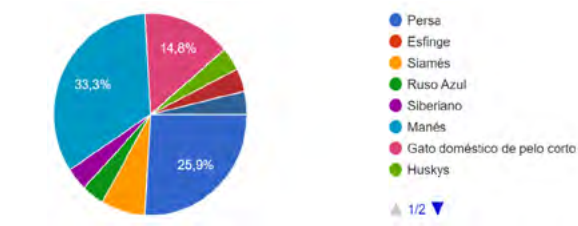
En caso de tener perros, la gran mayoría tienen perros de tamaño pequeño.

Figura 19
Encuesta raza de perro



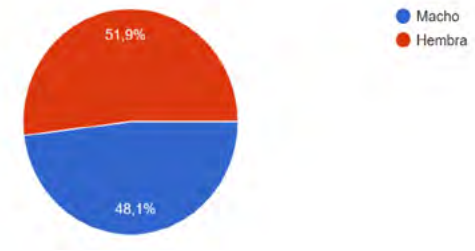
Las 3 razas más comunes que tienen los cuencanos y en los que nos vamos a enfocar en este proyecto son: Pomerania, Shih Tzu y Yorkshire.

Figura 20
Encuesta raza de gato



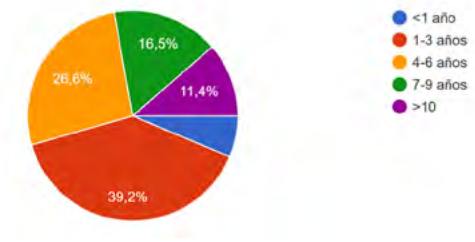
Las razas de gatos más comunes de gatos en la ciudad de Cuenca y en los que nos vamos a enfocar en este proyecto son: Manés, Persa y Gato doméstico de pelo corto.

Figura 21
Encuesta género de la mascota



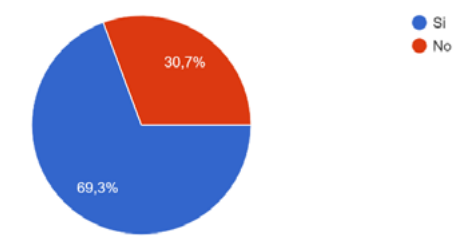
Las personas en Cuenca tienen casi en igual porcentaje mascotas macho y hembra.

Figura 22
Encuesta edad de la mascota



La gran mayoría tienen mascotas entre 1-6 años de edad.

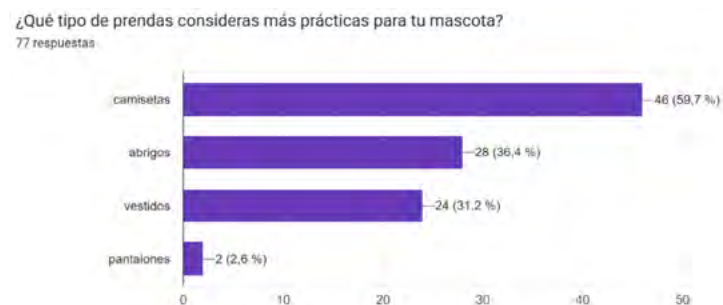
Figura 23
Encuesta, preferencia por la mascota en uso de ropa o accesorios.



Más del 50% dice que a su mascota le gusta usar ropa o accesorios.

Figura 24

Encuesta prendas prácticas para las mascotas



Las prendas más prácticas para las mascotas seleccionadas por los encuestados son las camisetas, abrigo y vestidos.

Figura 25

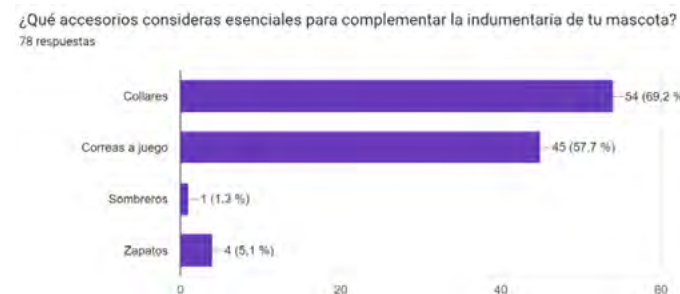
Encuesta aspectos importantes para elegir la ropa de la mascota



La mayoría de personas han escogido que la comodidad es lo más importante al rato de escoger una prenda.

Figura 26

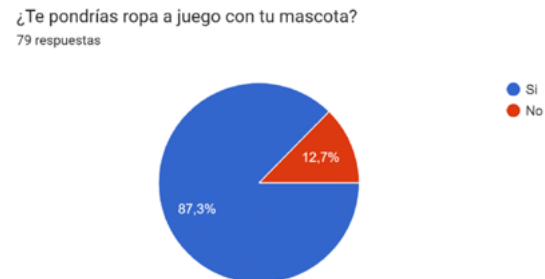
Encuesta accesorios para mascotas



Los accesorios escogidos para complementar la indumentaria de la mascota son los collares y correas a juego.

Figura 27

Encuesta ropa a juego con la mascota



Un gran porcentaje de la población encuestada se pondría ropa a juego con su mascota.

Figura 28

Encuesta interés en personalizar la indumentaria de las mascotas



Casi el 100% de la población está interesado en personalizar la indumentaria de su mascota.

2.2. Definición de Programa de Brief.

Proyecto de diseño de indumentaria para jóvenes (Generación Z) y sus mascotas en la ciudad de Cuenca.

2.2.1 Descripción del Proyecto

El proyecto de graduación denominado Diseño de indumentaria para jóvenes (Generación Z) está dirigido al segmento femenino entre los 18 y 29 años de Cuenca, las cuales cuentan con una mascota de tamaño pequeño. Son mujeres que les gusta la moda y "verse bien" también tienen un vínculo fuerte con sus mascotas. Esta propuesta busca fortalecer ese vínculo ya existente entre las mujeres de la Generación Z y sus mascotas mediante el diseño de indumentaria a juego.

2.2.2. Antecedentes

Es importante conocer si en el medio local hay proyectos que se han desarrollado en el pasado referente al diseño de indumentaria para mascotas y jóvenes de la Generación Z, por lo cual se ha hecho una investigación exhaustiva y se ha encontrado que dentro de la ciudad de Cuenca, no hay emprendimientos o proyectos referentes al tema, sin embargo, se ha escogido referencias de otros países donde si se realizaron indumentaria para mascotas y sus dueños.



Spark Paws: Es una tienda en línea en donde se puede comprar conjuntos de ropa de dormir y sudaderas para canes y sus dueños. Está ubicada en España

Figura 29
Indumentaria de Spark Paws



Nota. Tomado de (<https://www.sparkpaws.com/>)



Dogtlan: Siempre combinados, nunca in combinados es su lema. Esta colección está dedicada a los matching outfits para mascotas (perros y gatos) y sus dueños para que luzcan iguales en todas partes. Está ubicada en México.

Figura 30
Indumentaria de Dogtlan



Nota. Tomado de (<https://dogtlan.com/>).

Etsy

Etsy: Es una empresa estadounidense que vende artículos en línea y en donde se pueden encontrar outfits para canes y sus dueños, entre otros artículos para mascotas.

Figura 31
Indumentaria de Etsy



Nota. Tomado de (<https://www.etsy.com/>).

2.2.3. Objetivos del proyecto

Objetivo General

Diseñar indumentaria para mujeres jóvenes de la Generación Z y sus mascotas, que fomente el vínculo humano-animal a través del diseño.

Objetivos Específicos

1.- Reconocer las particularidades de las mujeres jóvenes de la Generación Z en la ciudad de Cuenca, las características de los animales de compañía; el vínculo y sus implicaciones de la interacción humano - animal.

2.- Elaborar indumentaria para las mujeres jóvenes de la Generación Z y sus mascotas en la ciudad de Cuenca, considerando estrategias de diferenciación como: la generación de productos a juego, propuestas para ocasiones especiales (casual, cosplays, eventos formales) y personalización de prendas.

3.- Validar los productos en un espacio físico.

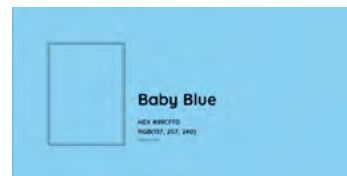
2.2.4. Cromática

Para la cromática de esta colección se emplean colores vibrantes, siguiendo las tendencias de Primavera-Verano 2024. Colores como el azul eléctrico y el rosado destacan como predominantes en esta temporada. Además, los colores vibrantes transmiten jovialidad, una característica distintiva de la Generación Z.

Esta información ha sido recolectada del artículo de Vogue: Colores de moda en Primavera-Verano 2024: Todos los tonos en tendencia y de la página Paints: Paletas de colores para los verdaderos nativos digitales

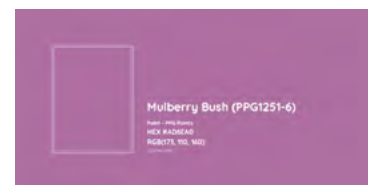
En cambio los colores preferidos por los perros según Wong (2008), son el color azul y amarillo, estos son los colores que más ellos pueden distinguir, ya que los conos de visión de los perros es muy limitada. Por otro lado, los colores preferidos por los felinos son el azul y el verde, esto se debe a que poseen células en sus ojos que son sensibles a estas longitudes de onda, sin embargo los colores que más los calman son el azul y el violeta. (Manzanas, 2023).

Figura 32
Color Baby Blue



Nota. Tomado de (<https://www.colorxs.com/>)

Figura 33
Color Mulberry Bush



Nota. Tomado de (<https://www.colorxs.com/>)

Figura 34
Color Tangerine Yellow



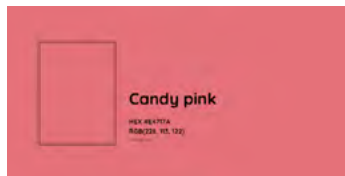
Nota. Tomado de (<https://www.colorxs.com/>)

Figura 35
Dark Green



Nota. Tomado de (<https://www.colorxs.com/>)

Figura 36
Color Candy pink



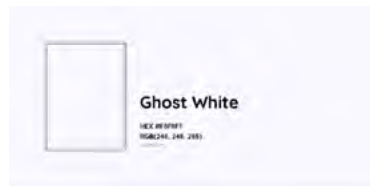
Nota. Tomado de (<https://www.colorxs.com/>)

Figura 37
Color Steeple Gray



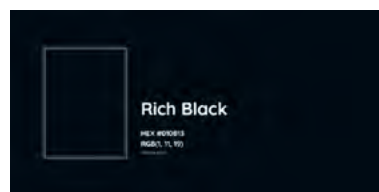
Nota. Tomado de (<https://www.colorxs.com/>)

Figura 38
Color Ghost White



Nota. Tomado de (<https://www.colorxs.com/>)

Figura 39
Color Rich Black



Nota. Tomado de (<https://www.colorxs.com/>)

2.2.5. Materiales

La colección consta de 3 categorías: Casual, Eventos Formales y Cosplay. La colección será para humanos y mascotas, por lo que algunas telas pueden variar, sin embargo, la mejor opción recomendada por veterinarios para el uso de nuestras mascotas son el algodón y el poliéster.

Indumentaria Casual

Para este tipo de indumentaria usaremos telas asequibles, cómodas y duraderas, ya que van a ser prendas de uso diario.

Algodón: Esta base textil es muy común en indumentaria casual, se puede observar en camisetas, chompas, pantalones y en casi cualquier ropa de uso diario. Para las mascotas no es muy recomendable usar esta tela, ya que se suele ensuciar muy rápido y las mascotas por lo general están en contacto con superficies sucias.

Poliéster: Las bases textiles de poliéster son generalmente económicas, por lo cual es de fácil acceso y se puede observar comúnmente en indumentaria casual, también son excelentes para prendas deportivas o de exterior, ya que resiste el desgaste y se seca rápidamente, manteniendo a las mascotas cómodas en condiciones húmedas

Denim: El denim se ha vuelto muy popular estas últimas décadas, ya que es reconocido por su resistencia y durabilidad, también es asociado con la moda juvenil. Para las mascotas se colocarán en ciertas partes la indumentaria.

Indumentaria Formal

Por otro lado, como esta indumentaria va a ser usada en eventos especiales como bodas, cenas formales u otros eventos ceremoniales, no se requiere que las bases textiles sean muy resistentes, sino que destaquen más por su elegancia.

Satín: Es una tela lujosa, normalmente se usa para vestidos formales de noche, se caracteriza por su brillo en la superficie, lo cual le da ese toque de elegancia a la prenda.

Gabardina: El uso de la Gabardina es muy común en la elaboración de trajes formales.

Cosplay

Para el cosplay se usan bases textiles de fantasía, ya que aquí se busca interpretar personajes ficticios.

Terciopelo: Da un aporte brillante y sofisticado a los trajes de fantasía. Esta es una tela apropiada para las mascotas, ya que es de fácil lavado, no se ensucia muy rápido y es suave al contacto con el pelaje de nuestras mascotas.

Tul: Un muy buen material para trabajar en disfraces de hadas, princesas, entre otros. Se colocará esta tela en ciertos detalles de la ropa para las mascotas.

Tela Spandex: Se puede usar en indumentaria que sea muy ajustada al cuerpo o donde se tenga más movilidad tanto en mascotas como en humanos.

2.2.6. Tecnologías Aplicadas

Sublimado: Se escoge esta tecnología, ya que nos da más libertad creativa en cuanto a diseños personalizados en las bases textiles, para que así cada prenda sea única.

Bordado Digital: Así mismo, con esta tecnología podremos bordar los nombres o caras de nuestras mascotas en las prendas que se vaya a realizar

2.2.7. Constantes y Variables:

Es necesario que cuando hagamos una colección establezcamos nuestras constantes y variables, las cuales serán visibles en cada una de nuestras prendas, por lo mismo se ha definido de la siguiente manera:

Tabla 1
Constantes y variables

Constantes	Variables
Colores principales	Colores Secundarios
Silueta de los 90's	Virtualidades y transparencias
Tecnologías: Sublimado Mascotas: Bordado Digital.	Bases textiles: Algodón, Poliéster, Denim, Satín, Gabardina, Terciopelo, Tul. Spandex
Asimetría	

2.2.8. Presupuesto

Para desarrollar el proyecto de graduación el cual incluye brief de diseño, concreción, documentación digital y física, se estima un gasto máximo de \$ 600, en donde se espera que se solventen, materiales, tecnologías, mano de obra y fotografías.

2.3. Conceptualización y estrategias creativas

2.3.1. Conceptualización

El concepto de esta colección llamada “Más allá de un vínculo” se basa en esta fuerte conexión entre los animales de compañía y los jóvenes de la generación Z, mismo que se transmite a través del diseño de indumentaria, en el cual se vea reflejado tanto el estilo y personalidad del dueño, así como, el temperamento su mascota.

Esta colección se divide en tres categorías: indumentaria formal, indumentaria casual y cosplay. Cada categoría incluye un conjunto completo de vestimenta y accesorios tanto para la persona como para su animal de compañía. En total, la colección contará con seis conjuntos a juego, que además serán personalizados y adaptados para cada mascota.

Lo que se pretende con esta colección es que, a través del diseño de indumentaria se fortalezca este vínculo ya existente, permitiendo a los jóvenes de la Generación Z y sus mascotas asistir a eventos públicos o simplemente caminen por el parque luciendo ropa y accesorios que demuestre ese gran amor que se tienen mutuamente.

2.3.2. Inspiración

Para este proyecto de graduación, se ha elegido como inspiración la palabra “vínculo”, que ha servido de base para todo el desarrollo de la tesis. Sinónimos como unión y conexión reflejan el concepto central de la colección, que se manifiesta en la indumentaria tanto para el dueño como para la mascota.

2.3.3. Análisis de Tendencias

El análisis de tendencias es una estrategia que nos permite examinar el comportamiento del mercado y según Castillo, s.f. este paso es fundamental para crear nuestra colección de moda, ya que nos ayudará a crear colecciones más coherentes, que brindarán una mayor credibilidad y conectar más con nuestros clientes. El análisis de tendencias no es solo tomar lo que más se repite en las pasarelas de moda y recrearlos en nuestra marca, nosotros como diseñadores debemos tomar esas tendencias como una inspiración para adaptarlas a nuestros diseños y convertirlos en una pieza única que refleje nuestra esencia.

Esta estrategia nos va a servir en nuestro proyecto de grado, debido a que la Generación Z es muy allegada a la tecnología, por lo que gran parte de su tiempo se sumergen en sus redes sociales e intentan recrear todas las tendencias que se presentan en estos medios.

Figura 40

Análisis de tendencias



Nota. Tomado de (<https://www.vogue.es/articulos/tendencias-primavera-verano-2024-que-se-lleva>)

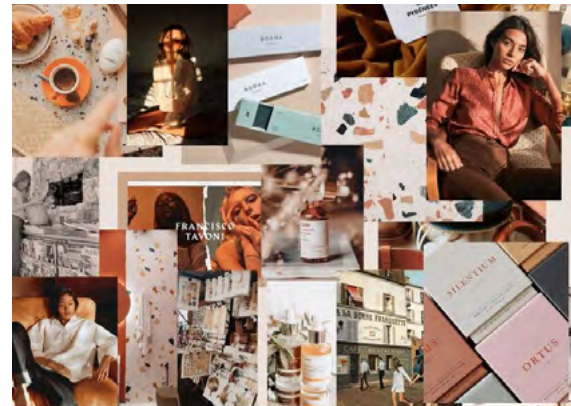
2.3.3. Moodboard

El moodboard o tablero de inspiración es una herramienta muy utilizada por los diseñadores. Hernández, (2015). indica que para realizar este proceso, se toma, en su mayoría, imágenes de algún sitio web y en un tablero físico o virtual se trata de resumir con esas imágenes como se desea que se vea el proyecto desde el punto de vista gráfico, como podría ser la tipografía, paleta de colores, estética, entre otros elementos.

Esta herramienta nos permite visualizar el rumbo que queremos que tome este proyecto y va a ser la base de inspiración para toda la colección de outfits para la indumentaria formal, casual y cosplay. La misma será usada para el análisis de tendencias, homólogos, cromática y la colección en general.

Figura 41

Moodboard



Nota. Tomado de (<https://www.pinterest.com.mx/pin/526076800228581277/>).

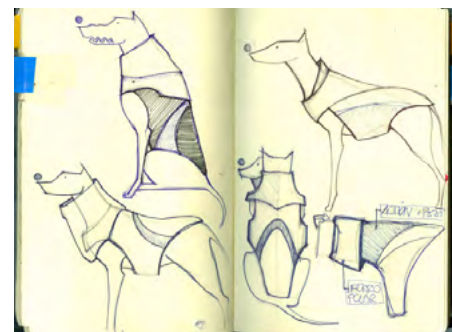
2.3.4. Bocetación

Para finalizar, utilizaremos la bocetación como la última herramienta que nos ayudará en el desarrollo del proyecto, esta es una actividad en donde el diseñador plasma sus ideas en forma física o digital mediante ilustraciones. Los bocetos rápidos son las primeras ideas del diseñador y los bocetos finales son bocetos con mucho más detalle del diseño.

Según Gutiérrez, (2020). el boceto es un “elemento definido como un ejercicio práctico de donde surge la idea para plantear soluciones de diseño”. Para esto debemos primero identificar el origen del problema, por consiguiente se debe realizar un diálogo con uno mismo para generar ideas en la etapa creativa y conectar la mano con el pensamiento.

Figura 42

Bocetación



Nota. Tomado de Bocetos del proyecto Animal, Amarillocromo 2011.

CAPÍTULO 3

DESARROLLO



3.1. Ideación

En este punto se definen los conceptos base para la creación de nuestros diseños. En el capítulo anterior se definió el concepto principal que va a llevar nuestra colección, el cual se ha nombrado como “Más allá de un vínculo”, se basa en esta fuerte conexión entre los animales de compañía y los jóvenes de la generación Z. también se ha determinado la palabra “Vínculo” como inspiración. A continuación se realizará un análisis teórico del motivo gestor.

3.1.1. Inspiración

Se ha escogido la palabra “Vínculo” como motivo gestor clave para la realización de los diseños, debido a la relación con el tema conceptual del proyecto y este fuerte vínculo es lo que se busca plasmar en esta colección.

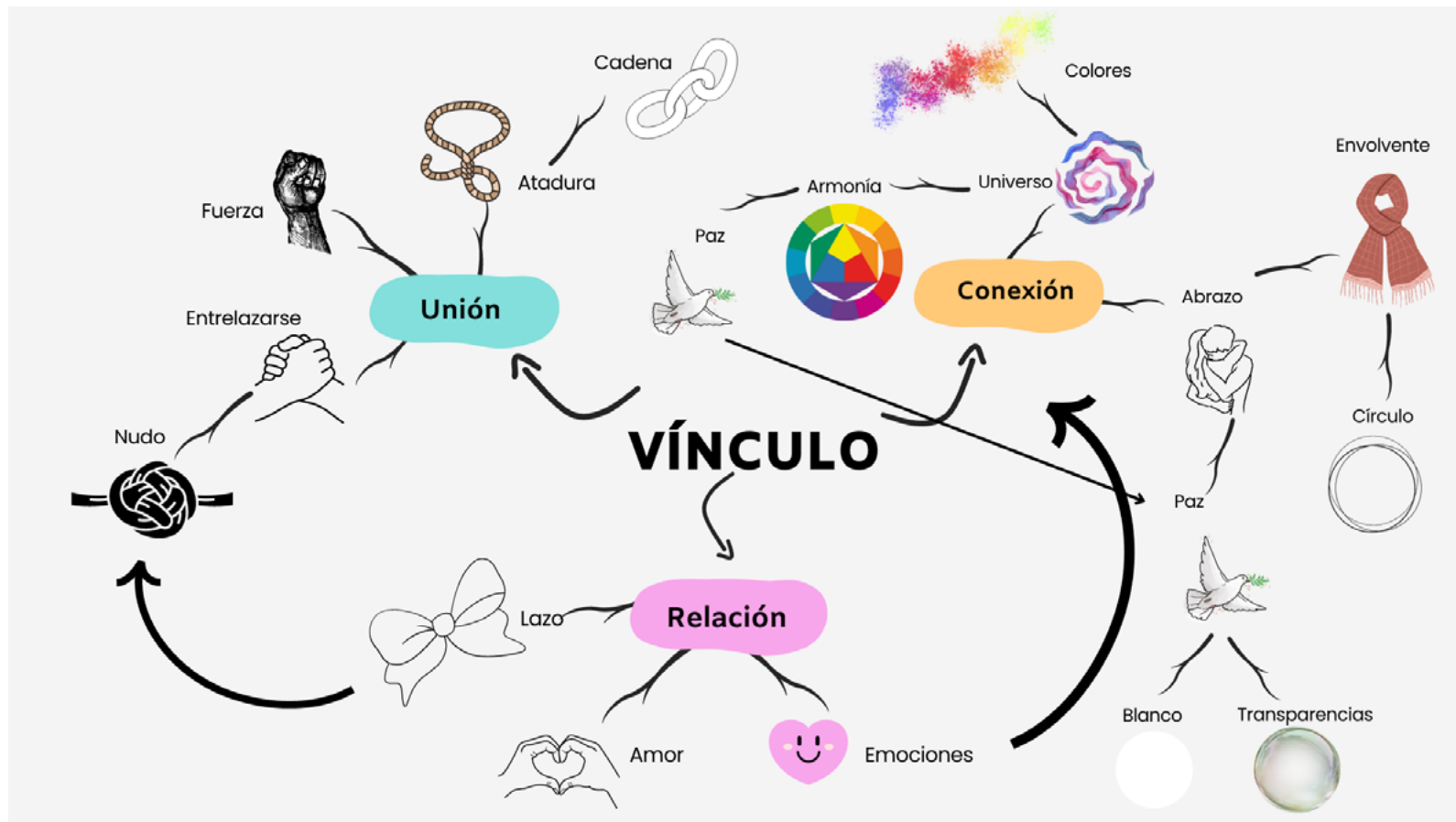
¿Qué es vínculo?

“El individuo está predispuesto intermitentemente a buscar proximidad hacia el objeto de apego. Esta predisposición es el vínculo” (Quezada, 2005, p.6).

Esto se da a entender como una fuerza que nos ata, nos envuelve, es una conexión entre uno o mas objetos. Todos los seres humanos formamos vínculos (apegos) ya sea con algo intangible como la religión, recuerdos, entre otros. O ya sea con personas, animales u otros objetos tangibles.

Para comprender un poco más sobre el amplio significado de la palabra “Vínculo” se ha realizado una lluvia de ideas de donde tomaremos elementos claves para la morfología de nuestros diseños.

Figura 43
Lluvia de ideas



De esta lluvia de ideas se han obtenido palabras clave como:

- Envolvente: que envuelve o rodea.
- Nudo: Lazo que se estrecha y cierra de modo que con dificultad se pueda soltar por sí solo, y que cuanto más se tira de cualquiera de los dos cabos, más se aprieta.
- Armonía: Proporción y correspondencia de unas cosas con otras en el conjunto que componen.
- Blanco: Color.
- Transparencia: Que permite ver los objetos nítidos, a través de él.

3.2. Proceso Creativo

Para desarrollar este punto se han empleado las estrategias mencionadas anteriormente las cuales son los moodboards, análisis de tendencias y bocetación.

3.2.1. Moodboards

3.2.1.2. Moodboard de inspiración

Este panel busca encapsular mi interpretación personal de la palabra "Vínculo", desde mi perspectiva como diseñadora. Para lograrlo, he seleccionado elementos clave que surgieron durante la sesión de lluvia de ideas, tales como el concepto de nudo, envolvimiento y armonía, los cuales han sido plasmados visualmente en este tablero. Además, se explora la noción de vínculo desde una óptica emocional, como la conexión profunda entre un padre y su hijo.

Figura 45
Moodboard Inspiración



3.2.1.3. Moodboard de Tendencias

3.2.1.3.1. Tendencias en Indumentaria Formal

La temporada Primavera-Verano 2024 trae consigo la imponente presencia de los vestidos sueltos monocromáticos con cortes rectos, las mismas que han dominado las pasarelas de todo el mundo. Además, se puede observar una gran variedad de estampados floreados que reflejan la Primavera. No obstante, no podemos pasar por alto la prominencia de los pliegues en los vestidos formales, los cuales se erigen como elementos destacados en esta temporada, aportando un aire de refinamiento y estilismo a las creaciones de los diseñadores.

Figura 46
Moodboard Indumentaria Formal



3.2.1.3.2. Tendencias en indumentaria Casual

La indumentaria casual se redefine con una mezcla emocionante de tendencias que reflejan un estilo fresco y desenfadado. Desde las faldas cortas, hasta prendas con tejidos sueltos y transpirables son fundamentales en esta temporada, permitiendo a quienes los llevan enfrentarse al calor con estilo. Las siluetas rectas son lo que más resaltan en esta temporada aportando una estética pulcra y moderna a cada conjunto. El uso de versátil del denim y las pieles de cuero siguen en boga, en cuanto a la parte superior, los hombros anchos se vienen con mucha fuerza esta edición.

Figura 47
Moodboard Indumentaria Casual



3.2.1.3.3. Cosplay

La influencia de las películas de Marvel en la Generación Z son evidentes, impregnando diversos aspectos de la cultura contemporánea. Esta fascinación compartida por las aventuras de superhéroes ha trascendido las pantallas para manifestarse en una variedad de formas de expresión, desde el cosplay como en la vestimenta de sus dueños y hasta de sus mascotas. Esta atracción generalizada hacia el universo cinematográfico de Marvel ha llevado a que esta temática sea elegida de manera frecuente para representar el espíritu de esta, creando así un vínculo único entre la cultura pop y la expresión personal

Figura 48
Cosplay



3.2.3. Bocetación

Para la realización de los bocetos rápidos se ha tomado en cuenta la paleta de colores definida anteriormente, constantes y variables, además de incorporar elementos morfológicos sacados de la inspiración, todo esto debe reflejar el concepto "Más allá de un vínculo" en el diseño de indumentaria de este proyecto de graduación.

Con el fin de potenciar aún más el vínculo entre mascota y dueño, se ha integrado un elemento clave de inspiración: el acto de dar y recibir. Por ello, en todas las propuestas de indumentaria se incluye la posibilidad de que tanto la mascota como su dueño puedan lucir una prenda o accesorio del conjunto. Esta iniciativa busca fomentar una conexión más profunda y significativa entre ambos, reforzando así el lazo emocional que los une.

3.2.3.1. Bocetos para indumentaria Formal.

Figura 49
Boceto Rápido 1



Figura 50
Boceto Rápido 2



Figura 51
Boceto Rápido 3



Figura 52
Boceto Rápido 4



3.2.3.2. Bocetos de indumentaria Casual

Figura 53
Boceto Rápido 5



Figura 54
Boceto Rápido 6



Figura 55
Boceto Rápido 7



Figura 56
Boceto Rápido 8



3.2.3.3. Bocetos de Cosplay

Figura 57
Boceto Rápido 9

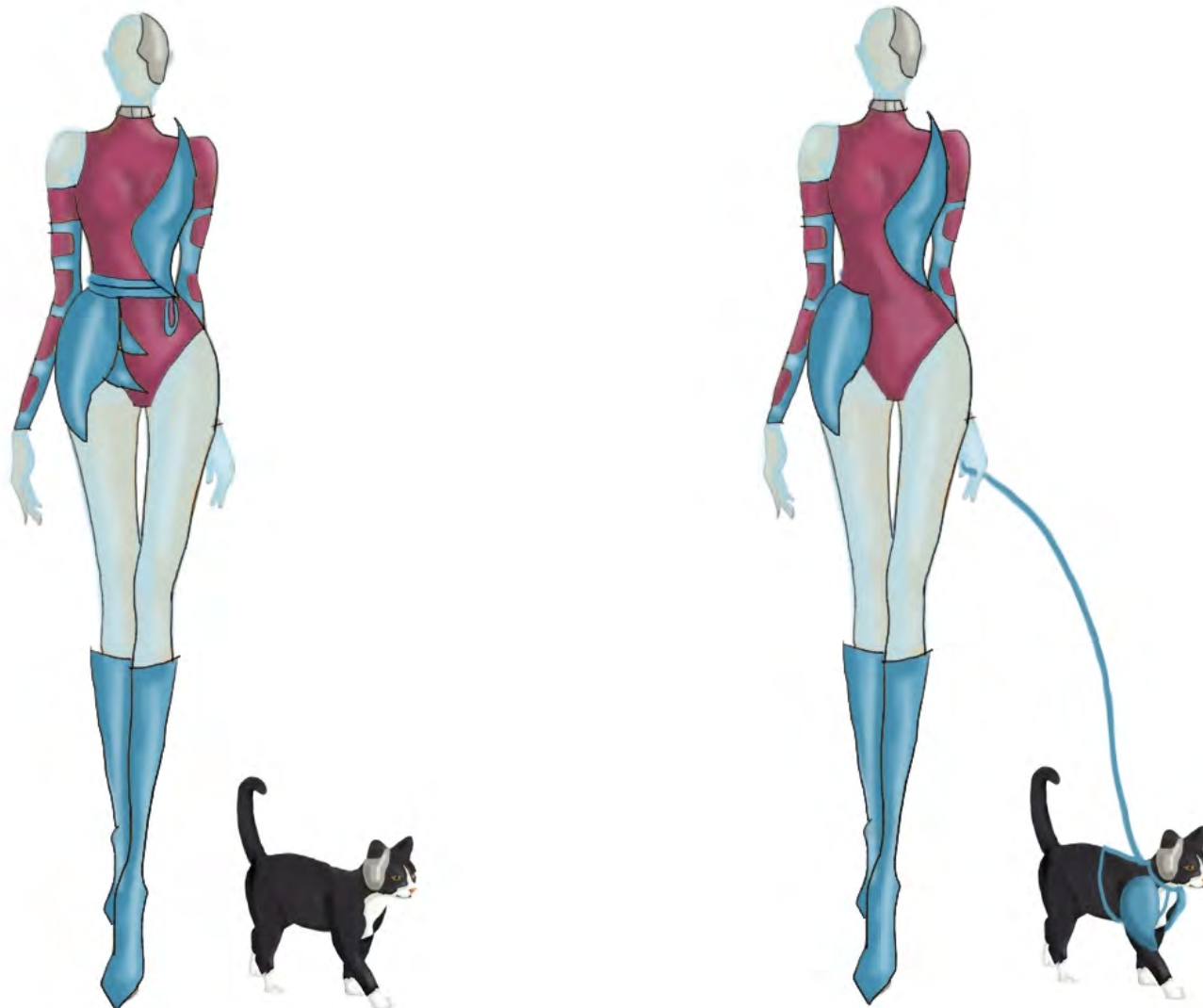


Figura 58
Boceto Rápido 10

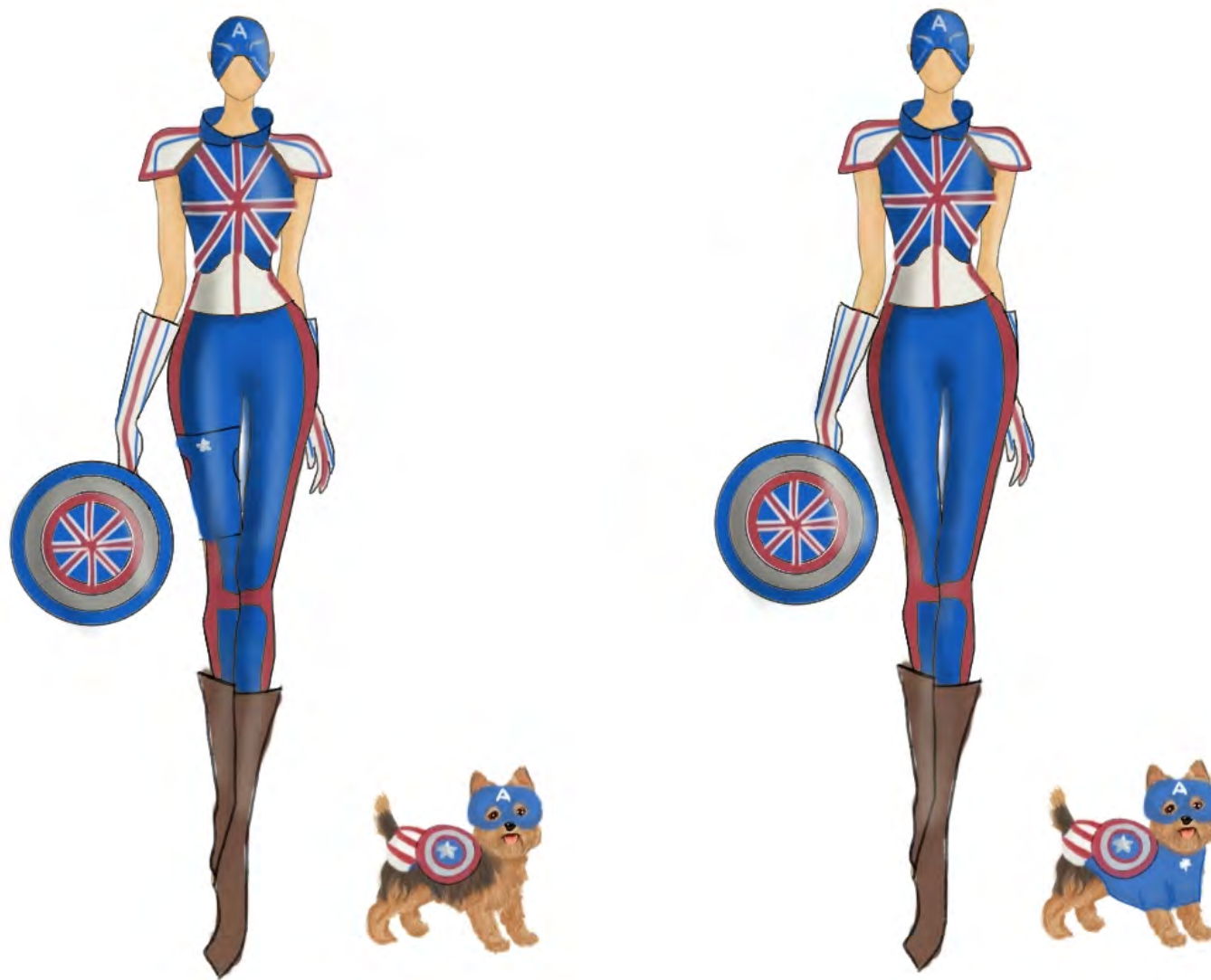


Figura 59
Boceto Rápido 11



Figura 60
Boceto Rápido 12



CAPÍTULO 4

DISEÑO FINAL



4.1. Experimentaciones

Para poder concretar la indumentaria propuestas en la etapa de bocetación, es necesario realizar experimentaciones de las partes de los outfits, los cuales son intercambiables entre humano-mascota, para así medir la eficiencia, ergonomía y usabilidad de las mismas.

4.1.1. Capa

Figura 61
Experimentación 1



4.1.2. Hombreira

Figura 62
Experimentación 2



4.1.3. Manga

Figura 63
Experimentación 3



4.2. Bocetos Finales

4.2.1. Indumentaria Formal

Figura 64
Boceto Final indumentaria Formal



Figura 65
Boceto Final Mascota Formal



Figura 66
Boceto Final indumentaria Casual



Figura 67
Boceto Final Gato Casual



4.2.3. Cosplay

Figura 68
Boceto Final Indumentaria Cosplay



Figura 69
Boceto Final Mascota Cosplay




4.3. Documentación técnica

4.3.1. Fichas técnicas

4.3.1.1. Fichas técnicas indumentaria formal

ELA ESTUDIO DE DISEÑO



Cliente:	Emilia Maldonado
Fecha:	06/05/2024
Colección:	"Más allá de un vínculo"
Artículo:	001
Referencia:	Vestido asimétrico
Talle:	Único

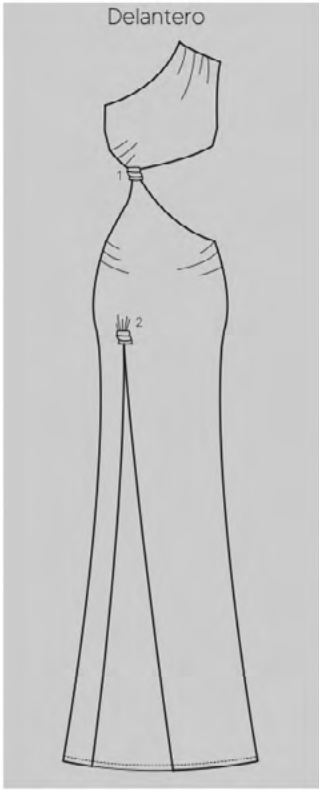
Medidas

Contorno de cintura	70cm
Contorno de cadera	93cm
Contorno de pecho	86cm
Talle delantero	42cm
Talle de espalda	40cm
Ancho de espalda	38cm
Altura de busto	25cm
Altura de cadera	18cm
Altura de falda	110cm

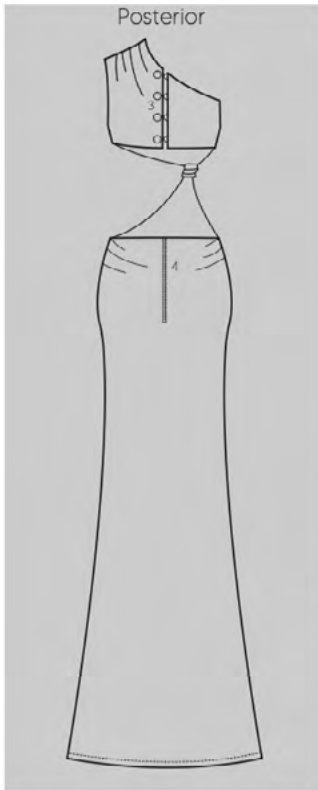
Observaciones

Todas las piezas van con forro y embolsadas, en cada unión de piezas hay un "nudo". Hilvanar antes de coser


Delantero

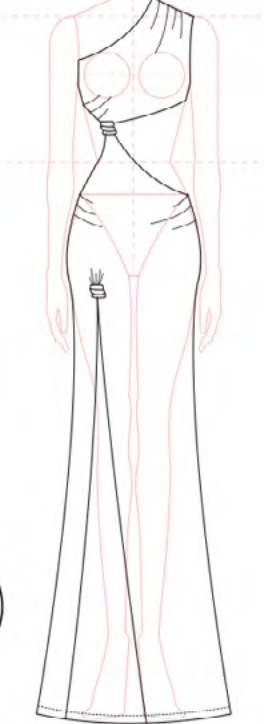


Posterior



Muestras







1 y 2

3

4

TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
PODESUA	CASA FARAH	SUBLIMADO	CUERPO DE LA PRENDA
CAROLA	CASA FARAH	BLANCO	CUERPO DE LA PRENDA
CIERRE	GOGO	20CM	EN LA FALDA PARTE POSTERIOR
COLA DE RATÓN	GOGO	BLANCO	PARTE POSTERIOR DEL TOP

CROMÁTICA

	C: 48,24% M: 1,18% Y: 2,35% K: 0%		C: 3,14% M: 2,35% Y: 0% K: 0%
---	--	---	--

Capítulo 4 DISEÑO FINAL

62

ELA ESTUDIO DE DISEÑO



Cliente:	Emilia Maldonado
Fecha:	06/05/2024
Colección:	"Más allá de un vínculo"
Artículo:	002
Referencia:	Capa humano-perro
Talle:	Único

Medidas

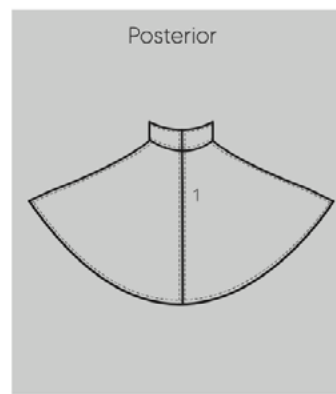
Contorno de cintura	70cm
Contorno de cadera	93cm
Contorno de pecho	86cm
Talle delantero	42cm
Talle de espalda	40cm
Ancho de espalda	38cm
Altura de busto	25cm
Altura de cadera	18cm
Altura de falda	110cm

Observaciones

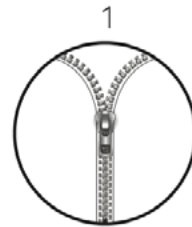
Todas las piezas van con forro y embolsadas. Hilvanar antes de coser



Delantero



Posterior



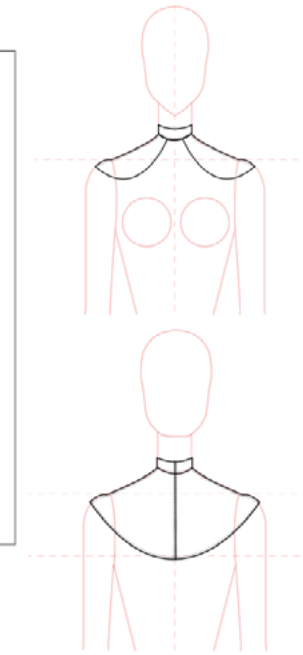
Muestras



Tela Carola

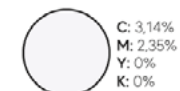


Tela Podesua Sublimada




TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
PODESUA	CASA FARAH	SUBLIMADO	CUERPO DE LA PRENDA
CAROLA	CASA FARAH	BLANCO	CUERPO DE LA PRENDA
CIERRE	GOGO	20CM	EN LA FALDA PARTE POSTERIOR

CROMÁTICA



4.3.1.2. Fichas técnicas indumentaria casual

ELA ESTUDIO DE DISEÑO



Cliente:	Sofía Figueroa
Fecha:	11/05/2024
Colección:	"Más allá de un vínculo"
Artículo:	003
Referencia:	Top Asimétrico
Talle:	Único

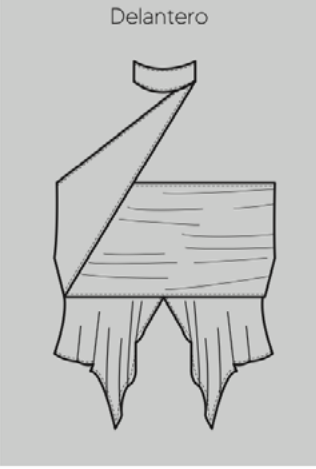
Medidas

Contorno de cintura	71cm
Contorno de cadera	96cm
Contorno de pecho	82cm
Talle delantero	42cm
Talle de espalda	40cm
Ancho de espalda	37cm
Altura de busto	25cm
Altura de cadera	18cm
Altura de falda	115cm

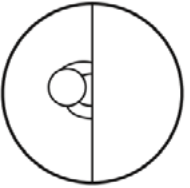
Observaciones

En todas las piezas hacer el dobladillo.

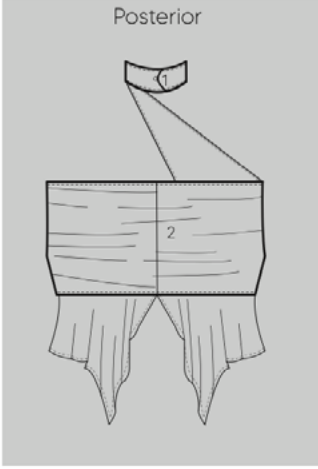
Delantero




1




Posterior




2



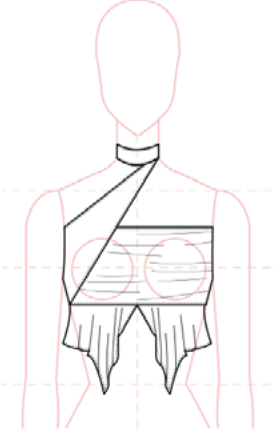
Muestras



Tela Chiffon Sublimada




Tela Lycra de Algodón




TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Lycra de Algodón	CASA FARAH	BLANCO	CUERPO DE LA PRENDA
Chiffón	CASA FARAH	SUBLIMADO	CUERPO DE LA PRENDA
Botón	GOGO	BLANCO	EN LA PARTE POSTERIOR DEL TOP
Cola de ratón	GOGO	BLANCO	PARTE POSTERIOR DEL TOP

CROMÁTICA



C: 37%
M: 65%
Y: 11%
K: 0%



C: 3,14%
M: 2,35%
Y: 0%
K: 0%

ELA ESTUDIO DE DISEÑO



Cliente:	Sofía Figueroa
Fecha:	11/05/2024
Colección:	"Más allá de un vínculo"
Artículo:	004
Referencia:	Jean Asimétrico
Talle:	Único

Medidas

Contorno de cintura	71cm
Contorno de cadera	96cm
Contorno de pecho	82cm
Talle delantero	42cm
Talle de espalda	40cm
Ancho de espalda	37cm
Altura de busto	25cm
Altura de cadera	18cm
Altura de falda	115cm

Observaciones

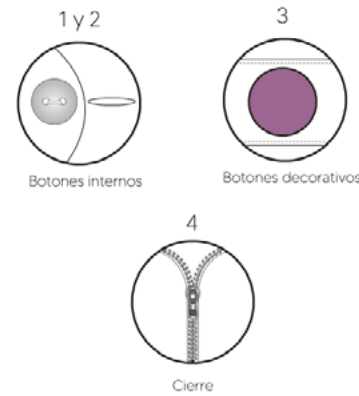
Sin observaciones.



Muestras



Tela Denim Azul Claro



Botones internos

Botones decorativos

Cierre

TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Denim Azul Claro	CASA FARAH	BLANCO	CUERPO DE LA PRENDA
Botón	GOGO	MORADO	POR LA CINTURA
Botón de presión	GOGO	METAL	POR LA CINTURA

CROMÁTICA



ELA ESTUDIO DE DISEÑO



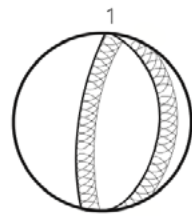
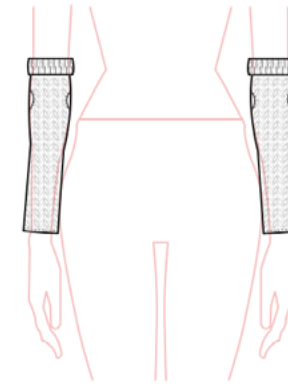
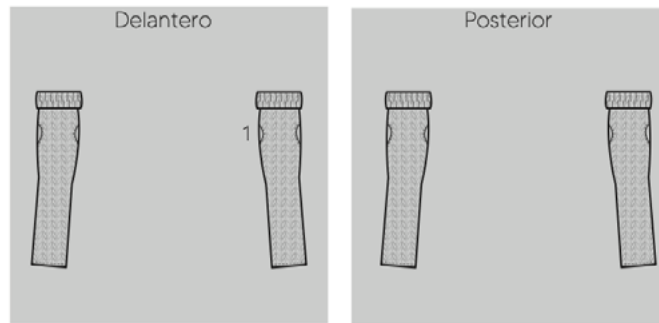
Cliente:	Sofía Figueroa
Fecha:	11/05/2024
Colección:	"Más allá de un vínculo"
Artículo:	005
Referencia:	Mangas
Talle:	Único

Medidas

Contorno de cintura	71cm
Contorno de cadera	96cm
Contorno de pecho	82cm
Talle delantero	42cm
Talle de espalda	40cm
Ancho de espalda	37cm
Altura de busto	25cm
Altura de cadera	18cm
Altura de falda	115cm

Observaciones

Teñir las polainas antes de cortar y coser.



TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Polainas Blancas	INGESA	BLANCO	CUERPO DE LA PRENDA
Tintura Textil	GOGO	MORADO	CUERPO DE LA PRENDA

CROMÁTICA



ELA ESTUDIO DE DISEÑO



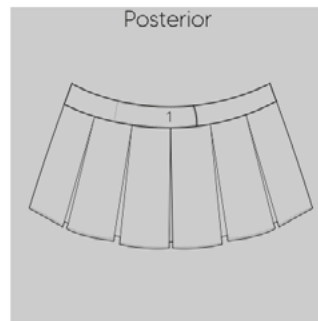
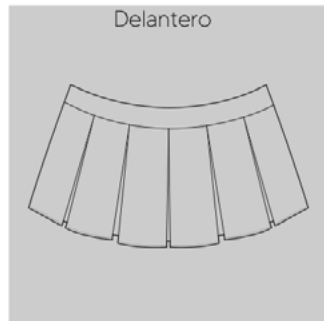
Cliente:	Sofía Figueroa
Fecha:	11/05/2024
Colección:	"Más allá de un vínculo"
Artículo:	006
Referencia:	Falda Gato
Talle:	Único

Medidas

Contorno cuello	
Contorno pecho	
Largo lomo	

Observaciones

Coser la falda primero, luego destefirla con los químicos.



Muestras



Tela Denim Azul Claro



TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Denim	GOGO	AZUL CLARO	CUERPO DE LA PRENDA
Velcro	GOGO	MORADO	PARTE TRASERA DE LA PRENDA

CROMÁTICA



20cm
30cm
28cm

4.3.1.3. Fichas técnicas indumentaria cosplay

ELA ESTUDIO DE DISEÑO



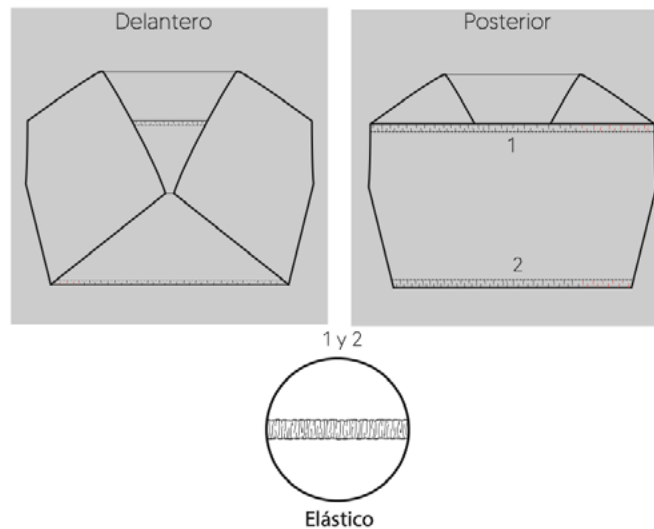
Cliente:	Juliana Alvear
Fecha:	11/05/2024
Colección:	"Más allá de un vínculo"
Artículo:	007
Referencia:	Top Cosplay
Talle:	Único

Medidas

Contorno de cintura	68cm
Contorno de cadera	99cm
Contorno de pecho	88cm
Talle delantero	42cm
Talle de espalda	40cm
Ancho de espalda	35cm
Altura de busto	25cm
Altura de cadera	18cm
Altura de pantalón	105cm

Observaciones

Poner copa en el top.



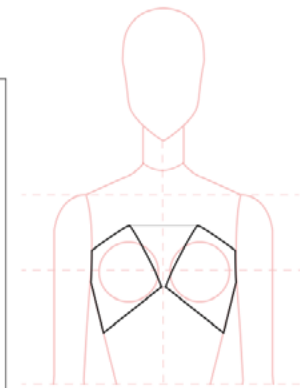
Muestras



Tela Lycra Pacific Sublimada



Tela Tul Flexible Color Piel



TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Tela Lycra Pacific	CASA FARAH	SUBLIMADO	CUERPO DE LA PRENDA
Tela Tul Flexible	CASA FARAH	COLOR PIEL	EN LA PARTE DEL BUSTO
Elástico	GOGO	ANCHO DE 1cm	EN LA PARTE SUPERIOR E INFERIOR DE LA PRENDA

CROMÁTICA

	C: 90% M: 33% Y: 100% K: 28%		C: 0% M: 20% Y: 93% K: 0%
--	---------------------------------------	--	------------------------------------

ELA ESTUDIO DE DISEÑO



Cliente:	Juliana Alvear
Fecha:	11/05/2024
Colección:	"Más allá de un vínculo"
Artículo:	008
Referencia:	Lycra Cosplay
Talle:	Único

Medidas

Contorno de cintura	68cm
Contorno de cadera	99cm
Contorno de pecho	88cm
Talle delantero	42cm
Talle de espalda	40cm
Ancho de espalda	35cm
Altura de busto	25cm
Altura de cadera	18cm
Altura de pantalón	105cm

Observaciones

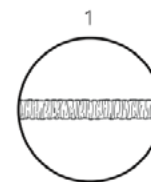
Hacer la pretina en forma de V



Muestras



Tela Lycra Pacific Sublimada





Elástico



TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Tela Lycra Pacific	CASA FARAH	SUBLIMADO	CUERPO DE LA PRENDA
Elástico	GOGO	ANCHO DE 1cm	EN LA PARTE SUPERIOR E INFERIOR DE LA PRENDA

CROMÁTICA

	C: 90% M: 33% Y: 100% K: 28%		C: 0% M: 20% Y: 93% K: 0%
---	---------------------------------------	---	------------------------------------

ELA ESTUDIO DE DISEÑO



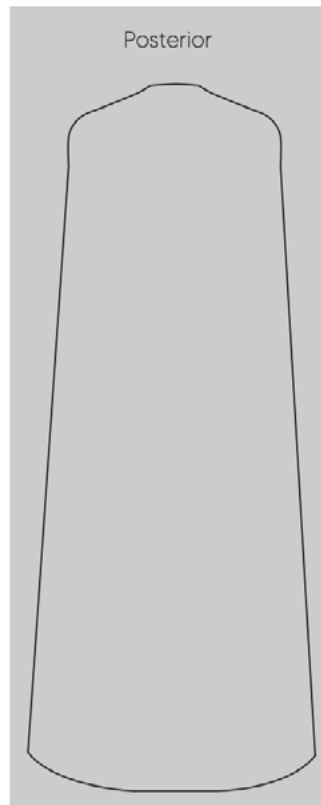
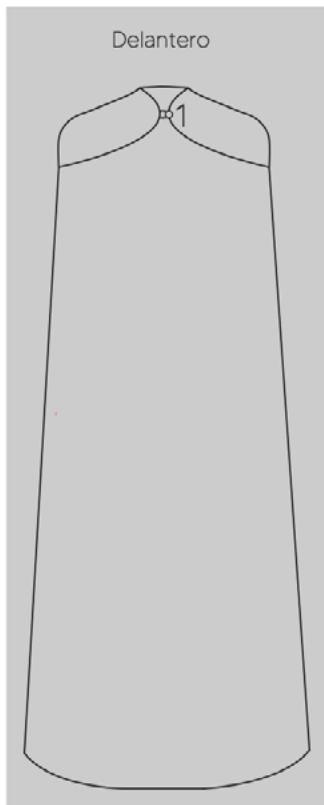
Cliente:	Juliana Alvear
Fecha:	11/05/2024
Colección:	"Más allá de un vínculo"
Artículo:	009
Referencia:	Capa Cosplay
Talle:	Único

Medidas

Contorno de cintura	68cm
Contorno de cadera	99cm
Contorno de pecho	88cm
Talle delantero	42cm
Talle de espalda	40cm
Ancho de espalda	35cm
Altura de busto	25cm
Altura de cadera	18cm
Altura de pantalón	105cm

Observaciones

Sin observaciones



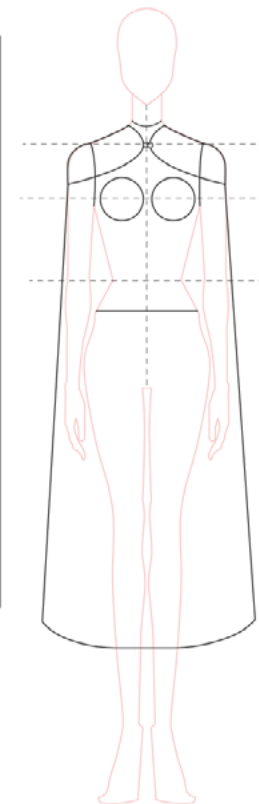
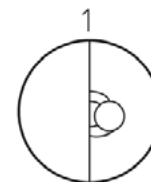
Muestras



Felpa Gris Jaspeado pelo largo



Tela Satinada Gris



TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Felpa Jaspeado	GOGO	GRIS PELO	CUERPO DE LA PRENDA
Tela Satinada	CASA FARAH	GRIS	CUERPO DE LA PRENDA
Botón	GOGO	GRIS	PORTE SUPERIOR DE LA PRENDA

CROMÁTICA



ELA ESTUDIO DE DISEÑO



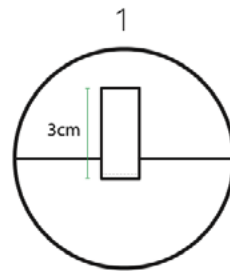
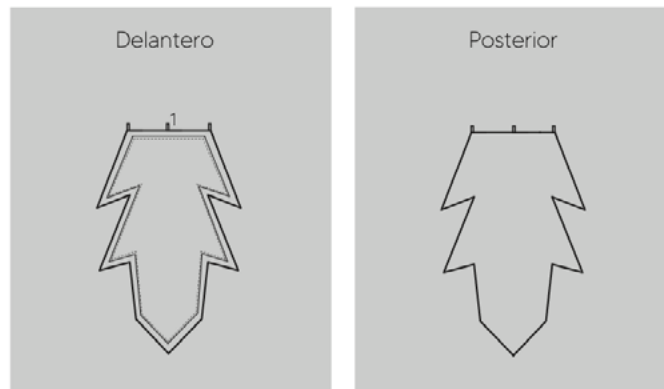
Cliente:	Juliana Alvear
Fecha:	11/05/2024
Colección:	"Más allá de un vínculo"
Artículo:	010
Referencia:	Capa perro cosplay
Talle:	Único

Medidas

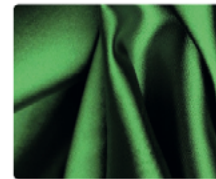
Contorno de cintura	68cm
Contorno de cadera	99cm
Contorno de pecho	88cm
Talle delantero	42cm
Talle de espalda	40cm
Ancho de espalda	35cm
Altura de busto	25cm
Altura de cadera	18cm
Altura de pantalón	105cm

Observaciones

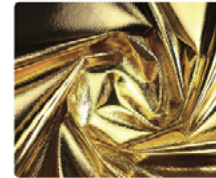
Sin observaciones



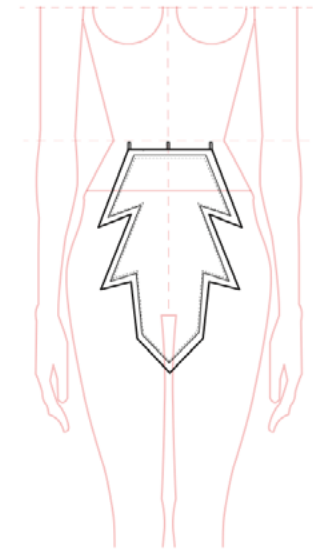
Muestras



Tela Satinada Verde



Tela Lame Dorado



TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Tela Satinada	CASA FARAH	VERDE	CUERPO DE LA PRENDA
Tela Lame	CASA FARAH	DORDADO	EN LOS BORDES DE LA PARTE DELANTERA

CROMÁTICA



C: 90%
M: 33%
Y: 100%
K: 28%



C: 20%
M: 29%
Y: 84%
K: 7%

ELA ESTUDIO DE DISEÑO



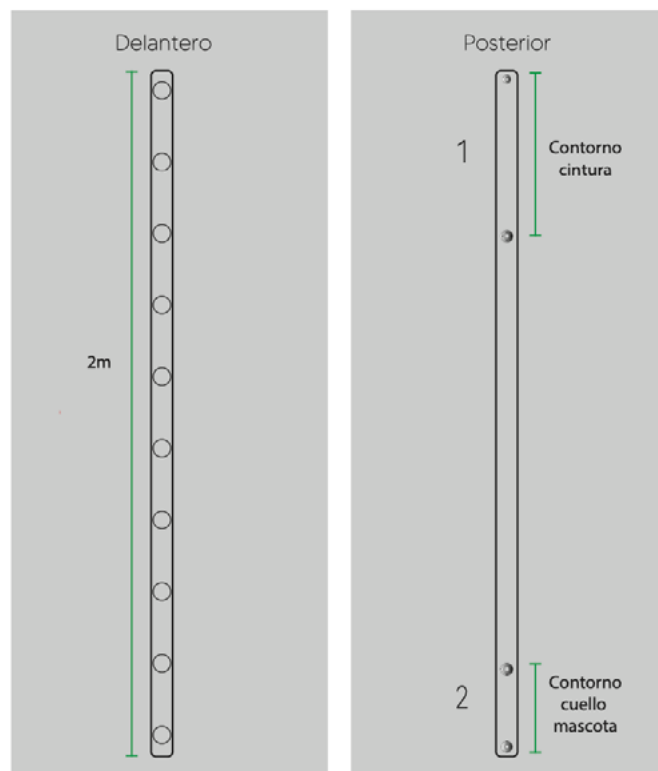
Cliente:	Juliana Alvear
Fecha:	11/05/2024
Colección:	"Más allá de un vínculo"
Artículo:	010
Referencia:	Capa perro cosplay
Talle:	Único

Medidas

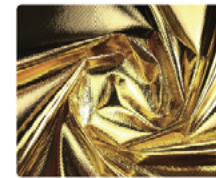
Contorno de cintura	68cm
Contorno de cadera	99cm
Contorno de pecho	88cm
Talle delantero	42cm
Talle de espalda	40cm
Ancho de espalda	35cm
Altura de busto	25cm
Altura de cadera	18cm
Altura de pantalón	105cm

Observaciones

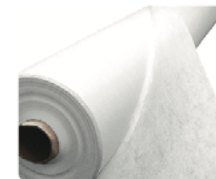
Los círculos son de cartón forrado con la tela lame dorada.



Muestras

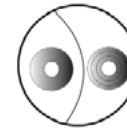


Tela Lame Dorado

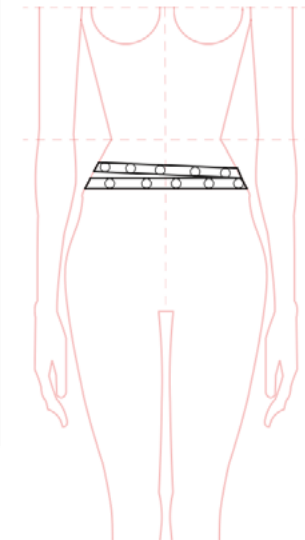


Pellón Medio Blanco

1 y 2



Botones internos



TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Pellón Medio	CASA FARAH	BLANCO	CUERPO DE LA PRENDA
Tela Lame	CASA FARAH	DORADO	CUERPO DE LA PRENDA
Botones a presión	GOGO	DE METAL	NÚMERO 1 Y 2

CROMÁTICA

C: 20%
M: 29%
Y: 84%
K: 7%

ELA ESTUDIO DE DISEÑO



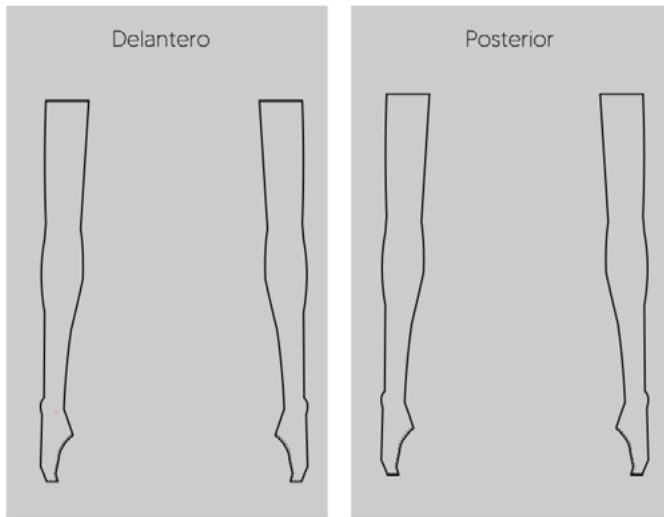
Cliente:	Juliana Alvear
Fecha:	11/05/2024
Colección:	"Más allá de un vínculo"
Artículo:	011
Referencia:	Mangas cosplay
Talle:	Único

Medidas

Contorno de cintura	68cm
Contorno de cadera	99cm
Contorno de pecho	88cm
Talle delantero	42cm
Talle de espalda	40cm
Ancho de espalda	35cm
Altura de busto	25cm
Altura de cadera	18cm
Altura de pantalón	105cm

Observaciones

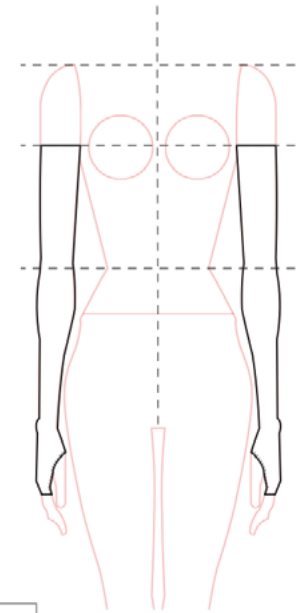
La Manga debe tapar los 4 dedos de la mano.



Muestras



Tela Lycra Pacific Sublimada



TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Tela Lycra Pacific	CASA FARAH	SUBLIMADO	CUERPO DE LA PRENDA

CROMÁTICA



C: 90%
M: 33%
Y: 100%
K: 28%

4.3.2. Fotografía profesional de las propuestas



















CONCLUSIONES

A través de un análisis detallado, se identificaron las preferencias y estilos de vida de las mujeres jóvenes de la Generación Z en Cuenca. Se descubrió que estas jóvenes valoran altamente la personalización y la moda como medios de expresión individual, sin dejar de lado aspectos importantes de su cultura, extendiendo esta preferencia a la indumentaria de sus mascotas. La mayoría de la población joven femenina cuencana tiene mascotas de tamaño pequeño, ya que generalmente estas personas viven en departamentos o lugares que no tienen mucho espacio para la mascota, en tanto a perros las razas más comunes que tienen los encuestados son Shih-zu, Pomerania y Yorkshire. En cuanto a las características conductuales de sus mascotas, en su mayoría son mascotas dóciles y que están acostumbrados a llevar indumentaria y/o accesorios. Además, la investigación subrayó la importancia del vínculo emocional entre los dueños y sus mascotas, demostrando que las prendas a juego no solo satisfacen una necesidad estética, sino también refuerzan la conexión emocional y el sentido de pertenencia.

La creación de indumentaria para mascotas que se alinee con las tendencias de moda de la Generación Z fue un éxito. Las estrategias de diferenciación, como los productos a juego y las propuestas para ocasiones especiales, tuvieron una gran aceptación entre el público objetivo, ya que podían vestir a su mascota de acuerdo al evento social que deseaban asistir. Las prendas intercambiables entre dueño y mascota no solo destacaron en el mercado local, sino que también aportaron un valor añadido al explorar más a fondo el vínculo afectivo entre las mujeres jóvenes y sus animales de compañía.

La resolución de los productos en un espacio físico demostró ser esencial para entender la recepción del mercado y realizar ajustes necesarios. Las mujeres jóvenes de Cuenca mostraron una respuesta positiva hacia la indumentaria para mascotas, destacando la calidad, el diseño y la funcionalidad de las prendas. Estas interacciones permitieron obtener retroalimentación directa de los usuarios, lo que facilitó la mejora continua de los productos y confirmó la efectividad de las estrategias de diseño adoptadas.

El diseño de indumentaria para mujeres jóvenes de la Generación Z y sus mascotas en Cuenca no solo cumplió con los objetivos establecidos, sino que también aportó innovaciones significativas al mercado local. Al comprender y responder a las necesidades y preferencias de esta generación, se logró fortalecer el vínculo humano-animal a través del diseño, creando productos que son tanto funcionales como emocionalmente significativos. Esta investigación abre nuevas oportunidades para el desarrollo de indumentaria personalizada y a la moda, promoviendo una relación más estrecha y expresiva entre los dueños y sus mascotas.

RECOMENDACIONES/ OBSERVACIONES

Durante la realización del proyecto podemos concluir que el vínculo entre los animales de compañía y los humanos, si se puede fortalecer mediante la indumentaria, esto se logró mediante las propuestas de indumentaria a juego, además de utilizar el concepto de “dar y recibir”, lo cual permitió que tanto la mascota como el dueño se puedan “prestar” o “intercambiar” prendas entre sí, además de usar materiales que para el animal sea cómodo, por lo cual se han hecho las siguientes observaciones.

- El olor corporal del dueño ejerce un efecto tranquilizador en el animal de compañía, lo que hace más fácil que la mascota acepte una prenda ofrecida por su propietario. Este vínculo olfativo refuerza la sensación de seguridad y confort del animal, promoviendo una aceptación más rápida y menos resistencia al usar la indumentaria, por lo tanto al usar prendas intercambiables entre dueños y mascotas, resultará más fácil la aceptación del animal de compañía.

- Aunque para los gatos puede resultar un tanto difícil adaptarse a la indumentaria, las telas de tejido de punto se presentan como una opción especialmente cómoda. Estas telas son flexibles y suaves al tacto, lo que facilita que el animal se sienta confortable al usarlas.

- Algunas medidas del cuerpo humano son casi igual a algunas medidas de las mascotas, como por ejemplo, la medida del contorno de cuello es casi igual al contorno del cuello de los perros de raza pequeña.

- Es importante que las prendas compartidas tanto para mujeres jóvenes de la Generación Z como para sus mascotas sean prácticas y fáciles de usar. Al considerar la facilidad de colocación, se asegura una experiencia cómoda y sin estrés para las mascotas, y se facilita el proceso para los dueños. Las prendas deben incluir cierres accesibles, como velcro, botones a presión o cremalleras, y estar hechas de materiales elásticos que permitan una rápida y sencilla colocación.

- Para la fabricación de indumentaria para las mascotas hay que tener en cuenta los siguientes elementos:

Seguridad: Se deben evitar materiales con componentes que puedan ser peligrosos, como botones pequeños, adornos sueltos o cualquier elemento que las mascotas puedan tragar.

Facilidad de limpieza: Los materiales usados deben ser de lavado fácil y secado rápido, ya que son preferibles para mantener una buena higiene. Se recomienda materiales como el Poliéster, Nylon, Lycra y el Algodón Mezclado.

Confort: Se debe priorizar materiales que no irriten la piel de las mascotas y que sean suaves al tacto. Se recomiendan materiales como el Algodón, Lana Merino, Seda y el Forro Polar.

Durabilidad: También se debe considerar la resistencia de los materiales al desgaste y la actividad diaria de las mascotas. Se recomiendan materiales como el Poliéster, Nylon y Denim.

REFERENCIAS

Abedrabbo, S. (2023). Mascotas Influencers: El nuevo fenómeno que revoluciona el mundo digital. Forbes Ecuador. <https://www.forbes.com.ec/columnistas/mascotas-influencers-nuevo-fenomeno-revoluciona-mundo-digital-n36682>

Andrada, E. G., & de la Gándara Martín, J. (2010). "Cosplay" y otras tribus urbanas. Un estudio sobre los usos y abusos del atuendo y otras conductas peculiares en las nuevas generaciones japonesas, y su repercusión sobre la salud mental y los modelos de imitación occidentales. *Psicología. com*, 14.

Bur, A. (2013). Marketing sustentable: Utilización del marketing sustentable en la industria textil y de la indumentaria. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (45), 133-142. Rojas Garcés, E. I. (2021). Humanización extrema en mascotas (Doctoral dissertation, Universidad Gabriela Mistral).

Caballero, M. (2021). La enseñanza del diseño de indumentaria y textil desde una perspectiva situada. *Actas de Diseño*, (41).

Cajilima Malan, K. I., & Matute Genovez, K. V. (2020). Diseño de indumentaria a partir del registro de los procesos creativos y uso de elementos identitarios en el etno-diseño de indumentaria ecuatoriano (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay).

Capacho Calderón, C. A., & Peña Moreno, E. A. (2021). Imaginarios y percepciones de la humanización de mascotas en diez familias del área metropolitana de Bucaramanga.

Carrillo, S. Z. (2021). Emprendimientos de diseño de indumentaria en el marco de las industrias culturales en Cuenca, Ecuador. *Actas de Diseño*, (37).

Castillo, L. (2022). En Cuenca, los jóvenes dan su talento para la reactivación económica. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/cuenca-jovenes-talento-reactivacion-economica.html>

Cerezo, P. (2016). La Generación Z y la información. *Revista de Estudios de Juventud*, 114, 95-109.

Díaz, G. (2017). Primera mascota, primer compromiso: Los jóvenes sub 35 tratan a sus mascotas como si fueran hijos. *infobae*. <https://www.infobae.com/tendencias/2017/11/23/confirmado-los-jovenes-tratan-a-sus-mascotas-como-si-fueran-hijos-para-practicar-cuando-sean-padres/>

Doria, P. (2014). Sobre la Enseñanza del Diseño de Indumentaria: El desafío creativo (enseñanza del método). *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (48), 37-47.

Eurinnova International School. (2024). ¿Qué es el diseño de vestuario, sino se trata de moda? Euroinnova Business School. <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-el-diseno-de-vestuario>

Gonzales, A. M. (2023). Código de vestimenta formal: ¿en qué consiste? Mejor con Salud. <https://mejorconsalud.as.com/codigo-vestimenta-formal/>

Guamán Guamán, L. A. (2020). Diseño de una colección de indumentaria unisex desde el enfoque de biodiversidad de marca país Ecuador (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Diseño y Arquitectura. Carrera de Diseño de Modas).

INEC. 2021. « Censo de Población y Vivienda 2021 ».

https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantoniales/Azuay/Fasciculo_Cuenca.pdf
Landín, L. C. J. (2021). Implicaciones éticas de la humanización animal.

Miguel, P. (2009). Los recorridos del diseño de indumentaria en la ciudad de Buenos Aires. Apuntes CECYP, (15), 51-73.

Mussuto, G., & Magalí, T. (2007). Diseño no es moda, y moda no es diseño de indumentaria. Trabajo práctico diseño y comunicación

Páramo, P., & Galvis, C. J. (2011). Conceptualizaciones acerca de los animales en niños de la sociedad mayoritaria y de la comunidad indígena Uitoto en Colombia. Revista Folios, 32, 111-124.

Project Glam. (2024, enero 15). ¿Qué es vestir Casual? Conoce este Código de Vestimenta. Project Glam. <https://www.project-glam.com/project-glam/estilo-casual-como-vestir-y-ejemplos>

Quiroa, M. (2021). Generación Z. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/generacion-z.html>

Quessep Rapag, S. (2023). Factores psicológicos e histórico-culturales en el hombre asociados al proceso de humanización de mascotas (Bachelor's thesis, Universidad EAFIT).

Rojas Garcés, E. I. (2021). Humanización extrema en mascotas.

(Doctoral dissertation, Universidad Gabriela Mistral).
Abedrabbo, S. (2023). Mascotas Influencers: El nuevo fenómeno que revoluciona el mundo digital. Forbes Ecuador. <https://www.forbes.com.ec/columnistas/mascotas-influencers-nuevo-fenomeno-revoluciona-mundo-digital-n36682>

Castillo, L. (2022). En Cuenca, los jóvenes dan su talento para la reactivación económica. El Comercio. <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/cuenca-jovenes-talento-reactivacion-economica.html>

Díaz, G. (2017). Primera mascota, primer compromiso: Los jóvenes sub 35 tratan a sus mascotas como si fueran hijos. infobae.

<https://www.infobae.com/tendencias/2017/11/23/confirmado-los-jovenes-tratan-a-sus-mascotas-como-si-fueran-hijos-para-practicar-cuando-sean-padres/>

Doni. (2023, febrero 28). Cosplay: Significado, tipos y disfraces que puedes confeccionar. Blog de recursos para coser de Dioni. <https://www.maquinasdecoserdioni.com/blog/cosplay-cose-tu-propio-traje-de-tu-personaje-anime-favorito/>

Eurinnova International School. (2024). ¿Qué es el diseño de vestuario, sino se trata de moda? Euroinnova Business School. <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-el-diseno-de-vestuario>

Gonzales, A. M. (2023). Código de vestimenta formal: ¿en qué consiste? Mejor con Salud. <https://mejorconsalud.as.com/codigo-vestimenta-formal/>

Pinchao, J. (2021). Los jóvenes inyectan innovación a Cuenca. El Comercio. <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/jovenes-milenial-innovacion-conocimientos-cuenca.html>

Project Glam. (2024, enero 15). ¿Qué es vestir Casual? Conoce este Código de Vestimenta. Project Glam. <https://www.project-glam.com/project-glam/estilo-casual-como-vestir-y-ejemplos>

Quiroa, M. (2021). Generación Z. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/generacion-z.html>

Sanchez, S. (2021). Accesorios para perros: Todo lo que debes saber. Mis Animales.

<https://misanimales.com/accesorios-perros/>

Vásconez Neira, S. A. (2023). Diseño textil e indumentaria basada en la morfología de los insectos del Ecuador (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay).

Wood, J. (2022). La generación Z está preocupada por la sostenibilidad, y está empezando a hacer que los demás sientan lo mismo. Foro Económico Mundial. <https://es.weforum.org/agenda/2022/03/la-generacion-z-esta-preocupada-por-la-sostenibilidad-y-esta-empezando-a-hacer-que-los-demas-sientan-lo-mismo/>

ANEXOS

Indumentaria para Mascotas

¡Saludos! Estoy elaborando de mi tesis de grado, la cual se centra en la indumentaria para mascotas y sus respectivos dueños. Me gustaría contar con tu valiosa participación al completar la siguiente encuesta. ¡Tu aporte será de gran importancia para mi investigación!

1. Edad

Marca solo un óvalo.

- 13-18
 19-24
 25-29

2. Género

Marca solo un óvalo.

- Masculino
 Femenino

3. ¿Cuánto dinero gasta mensual en su mascota?

Marca solo un óvalo.

- menos o igual a \$20
 \$20-\$30
 \$31-\$40
 mas de \$41

4. ¿Qué tipo de mascota tiene?

Marca solo un óvalo.

- Perro
 Gato
 Otro

5. En caso de ser perro ¿qué tamaño es?

Marca solo un óvalo.

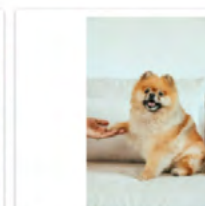
- Pequeña
 Mediana
 Grande

6. En caso de ser pequeño, ¿de qué raza es?

Marca solo un óvalo.



Chihuahua



Pomerania



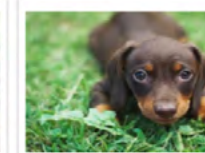
Bulldog francés



Yorkshire



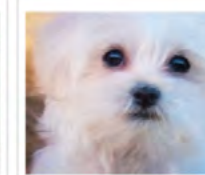
Shih Tzu



Perro Salchicha



Pug



Bichón maltés



Beagle



Schnauzer miniatura

7. En caso de ser gato, ¿qué raza es?

Marca solo un óvalo.



Persa



Esfinge



Siamés



Ruso Azul



Siberiano



Manés



Gato doméstico de pelo corto

Otro: _____

8. Su mascota ¿qué género tiene?

Marca solo un óvalo.

Macho

Hembra

9. ¿Cuál es la edad de tu mascota?

Marca solo un óvalo.

<1 año

1-3 años

4-6 años

7-9 años

>10

10. ¿A tus mascotas les gusta usar ropa o accesorios?

Marca solo un óvalo.

Sí

No

11. ¿Qué tipo de prendas consideras más prácticas para tu mascota?

Selecciona todos los que correspondan.

camisetas

abrigos

vestidos

pantalones

12. ¿Qué es lo más importante para ti al rato de elegir ropa para tu mascota?

Marca solo un óvalo.

Comodidad

Estilo

Precio

13. ¿Qué accesorios consideras esenciales para complementar la indumentaria de tu mascota?

Selecciona todos los que correspondan.

Collares

Correas a juego

Sombreros

Zapatos

14. ¿Te pondrías ropa a juego con tu mascota?

Marca solo un óvalo.

Sí

No

15. ¿Estarías interesado/a en personalizar la indumentaria de tu mascota basada en sus características?

Marca solo un óvalo.

Sí

No

VER FOTOS Y VIDEOS DE LA VALIDACIÓN EN EL ESPACIO PÚBLICO



