



# RESERVA

Trinidad Bazán Coya  
Profesor guía: Soledad Hoces de la Guardia

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la  
Pontificia Universidad Católica de Chile para  
optar al título profesional de Diseñadora.

Marzo 2021, Santiago de Chile



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

DISEÑO | UC

Pontificia Universidad Católica de Chile  
Escuela de Diseño





PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

DISEÑO | UC  
Pontificia Universidad Católica de Chile  
Escuela de Diseño



## RESERVA

Trinidad Bazán Coya  
Profesor guía: Soledad Hoces de la Guardia

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la  
Pontificia Universidad Católica de Chile para  
optar al título profesional de Diseñadora.

Marzo 2021, Santiago de Chile



*Gracias a mi mamá,  
gracias a mi papá,  
gracias a mis hermanas,  
gracias a Horacio,  
gracias a mis amigos y amigas,  
gracias a mis profesores,  
gracias a la Sole,  
gracias a las flores,  
gracias a los animales,  
gracias a los pájaros y  
gracias a mí.*



# ÍNDICE

**I. Introducción** p10

**II. Marco teórico**

Vestir en pandemia p16

Indumentaria y cuerpo p18

Vestir deportivo en lo cotidiano p20

Street style/Sportwear /Athleisure

Conciencia ambiental p28

**III. Formulación del proyecto**

Formulación p32

Contexto p34

Usuario p35

Antecedentes/Referentes p36

Patrón de valor p38

Metodología p40

**IV. Proceso de diseño**

Diseño y confección p48

Identidad de marca p64

Producción fotográfica p67

**V. Implementación**

Instagram p101

Modelo de negocio p108

**VI. Cierre del proyecto**

Conclusiones p114

Referencias bibliográficas p115

Anexos p116





# INTRODUCCIÓN

*“Ellos [las plantas y los animales] son lo que nosotros fuimos; son lo que hemos de volver a ser. Fuimos naturaleza como ellos, y nuestra cultura debe llevarnos de vuelta a la naturaleza por vía de la razón y la libertad. Por eso aquellos son al mismo tiempo una imagen de nuestra infancia perdida, que eternamente seguirá siendo para nosotros lo más querido, y por eso nos llenan de una cierta añoranza. Al mismo tiempo son imágenes de nuestra suprema consumación en el ideal, y por eso nos sumen en una emoción sublime. Friedrich Schiller”.*

(Byung-Chul Han, 2019)

## **Motivación personal**

Haber crecido en Linares, ciudad de increíbles paisajes y extensa flora y fauna, despertó en mí, una conexión inquebrantable con la naturaleza. La riqueza de colores y texturas presentes en los lugares de mi infancia y en la anatomía animal, han sido la inspiración fundamental para mis creaciones textiles a lo largo de mi paso por la escuela de diseño.

## **Abstract**

El objeto de estudio de la presente propuesta es la relación del vestir deportivo y su incorporación en la cotidianidad. Se documentan los orígenes e influencias de la tendencia athleisure; la música, las pandillas de barrio y la práctica deportiva, las que surgen como desahogo físico y mental, generando un lenguaje diferenciador y comunicacional en el usuario urbano mediante el vestir deportivo. Esta investigación se ve incentivada en el actual contexto de pandemia, tras el aumento de demanda de ropa deportiva para uso cotidiano, y la previsible proyección de esta tendencia.

El proyecto apunta a entregar una oferta contemporánea del vestir deportivo, pero con un mensaje ambiental desde una identidad local. Desde allí busca que sean los mismos usuarios los que contribuyan en la concientización de quienes los rodean, mediante la indumentaria athleisure propuesta como un soporte comunicacional de difusión para el conocimiento de especies de flora y fauna nativa.

## Introducción

El proyecto surge de la unión de dos inquietudes personales. Una de ellas se genera a partir de la observación del "nuevo" vestir durante la pandemia, donde la compra y uso de indumentaria deportiva se vio intensificada debido a la confortabilidad que esta entrega al cuerpo. Por lo que en el documento se expone una investigación de los aspectos que enmarcan la tendencia *athleisure* (vestir atlético para el ocio) desde sus inicios hasta la actualidad.

La segunda inquietud esta asociada con el interés propio de generar conciencia ambiental a través del conocimiento. En esta investigación específicamente se abordará el reconocimiento de especies de flora y fauna nativa a partir del diseño.

Ambas ideas confluyen en este proyecto, en el cual el diseño de ropa deportiva presenta la oportunidad de masificar la entrega de información ambiental a partir del uso de las prendas en un contexto urbano.



# MARCO TEÓRICO

## VESTIR EN PANDEMIA

El vestir deportivo se ha convertido en una práctica cotidiana y aceptada por la sociedad, que se ha popularizado en instancias como ir al supermercado, asistir a la universidad y transitar por las calles de la ciudad. Actividades donde las personas tienden a priorizar la comodidad ante la formalidad a la hora de vestir.

Durante el confinamiento provocado por la pandemia ha aumentado significativamente el uso y compra de esta indumentaria, debido a su estructura holgada y capacidad de adaptación al cuerpo, dando libertad de movimiento y relaxo en circunstancias que han sido particularmente tensas para las personas.

El quedarnos en casa y la búsqueda por la comodidad de nuestra vestimenta, el buzo se ha transformado en la prenda favorita de los trabajadores y estudiantes virtuales.

Las ventas de vestuario han cambiado durante la prolongada cuarentena, tiendas comerciales de indumentaria han agregado a sus categorías de venta la sección "Ropa para estar en casa" haciendo publicidad al uso de buzos y pijamas.

Se puede proyectar que en el tiempo post pandemia la tendencia continuará, muchos trabajos seguirán online o serán en menor cantidad presenciales, por lo que la necesidad de sentirnos cómodos y vestir de forma eficiente en el interior de nuestras casas se mantendrá. También se estima que ocurrirá un cambio de mentalidad a la hora de vestir, debido al poco uso que le hemos dado a la ropa de nuestro closet durante la cuarentena.




Recopilación de imágenes durante la pandemia






**Diego Norambuena, fundador de  
CANINO.**

“De ahí nace mi análisis sobre una necesidad que se presentó dado la pandemia sobre este apuro de las masas por estar cómodos en casa, desde ese factor nace mi primera colección All the basics, que era una invitación a estar cómodos pero con un look fresco.”



**Diego Norambuena, fundador de  
CANINO.**

“mi marca partió en pandemia... ha sido exponencial, el athleisure viene desde hace varios años ganando terreno en pasarelas de moda, marcas que hoy son mis referencias como Vetements, Off White, Heron Preston, Balenciaga han hecho fortuna del streetwear como un nuevo estilo de vida.”



## MARCO TEÓRICO

### INDUMENTARIA Y CUERPO

Nuestro cuerpo es la estructura y el soporte de la indumentaria, por lo que es entendido como el punto de partida a la hora de diseñar. En la creación de prendas, el diseño empieza y termina en el cuerpo acompañado del contexto en el que se mueve.

En relación con esto, Sartzman (2004) sugiere que *"el cuerpo es su contenido y le sirve de sustento estructural, mientras que el vestido lo contiene, delimita y condiciona"* (p.13).

Además, Andrea Saltzman (2004) se refiere en su libro "El cuerpo diseñado" a la indumentaria como el primer instrumento que habita el humano: *"Habitar refiere aquí a la relación activa entre el sujeto y el contexto: el hombre o la mujer como cuerpo presente es un complejo de espacio y tiempo (circunstanciales, determinados), y por ende remite a la "situación" que resulta de ese intercambio recíproco...]* Habitar, como acción humana, es un hecho vital. Expresa el vínculo entre el individuo y el mundo tangible. Por ende, implica un conjunto de conductas, comportamientos, modos de interactuar con los otros y con el entorno, y por lo tanto de definir aquello que llamamos vida cotidiana" (p.65)

Pensando al diseño según la mirada que nos da Saltzman, sin el cuerpo la indumentaria no logra su objetivo, por lo tanto es necesario conocerlo: *"Para el desarrollo del diseño de indumentaria hay que conocer en profundidad la anatomía y movilidad humanas...]* El proceso requiere una mirada externa, que contemple los aspectos formales: *contextura, conformación anatómica, proporciones, posibilidades*

---

<sup>1</sup>Indumentaria: Nombre genérico de la ropa que cubre y resguarda el cuerpo humano.



[Figura 1] Pieza de indumentaria holgada que condiciona la forma y movimiento del cuerpo diseñada por Stella McCartney, forma parte de la colección "Adidas by Stella McCartney". Realizada en 2020, Estados Unidos.

*de movimiento, etc. y una lectura interna entre ellos, la autopercepción, las características de las sensaciones táctiles y visuales, la determinación de la actitud corporal a partir de la forma del vestido y la capacidad de la ropa de favorecer o dificultar la adaptación del individuo al medio ambiente.”(p.83)*

## INDUMENTARIA COMO MEDIO DE EXPRESIÓN

El vestuario corresponde a una segunda piel, por lo cual influye en la manera en que interactuamos, nos movemos y vivimos. La vestimenta a lo largo de los años se ha ido desarrollando según el contexto en el que nos desenvolvemos, adaptándose a diferentes situaciones y ambientes, así como el hombre prehistórico usaba las pieles para protegerse, el hombre actual utiliza la indumentaria no sólo en respuesta a la necesidad de proteger el cuerpo del clima y de agentes externos, sino también como medio de expresión de quién es y en qué piensa. Desde el inicio de las primeras civilizaciones humanas el vestuario ha sido un diferenciador y comunicador social, con la función de evidenciar jerarquías y culturas, finalidad que no escapa de la realidad actual ya que la diferenciación de identidades urbanas se define mediante la indumentaria.

Al expresarnos mediante nuestro vestir, se crea una estrecha unión entre cómo nos vemos y nuestras ideas. Por lo que la vestimenta se transforma en un vehículo de difusión y soporte de temas de interés, con ella podemos asumir una postura y exponerla.

*“Vemos así que la indumentaria (desde el estilo que se elija) es un elemento comunicador no verbal que modifica o refuerza el significado del lenguaje en sí, es decir, cumple funciones comunicativas como las de dar información social o cultural.*



[Figura 1] Pieza de indumentaria ceñida que condiciona la forma y el movimiento del cuerpo diseñada por Stella McCartney, forma parte de la colección "Adidas by Stella McCartney". Realizada en 2020, Estados Unidos.

*La ropa comunica porque al elegir la indumentaria que se usa se está expresando algo. Ese medio de expresión es parte de la formación de identidad. Identidad entendida como: "...el estado de conciencia implícitamente compartido de unos individuos que reconocen y expresan su pertenencia a una categoría de personas, a una comunidad que los acoge... Es una construcción frente al Otro..." (Milena, 2007)*

## VESTIR DEPORTIVO EN LO COTIDIANO

### STREET STYLE

Hasta hace unas décadas el vestir deportivo se reservaba exclusivamente a la práctica de alguna actividad física, sin embargo, la ropa deportiva comenzó a ser parte del look cotidiano de la ciudad a fines de los años 70 en Nueva York, con el inicio del street style, también conocido como moda urbana.

Steven Vogel, autor del libro "Una guía de la moda urbana" (2007), hace la siguiente definición: *"la moda urbana es una combinación de estética y acción que agrupa a unas personas con intereses similares."* (p.9)

El Streetwear es un estilo de vida que se da en consecuencia de la frustración y búsqueda de la identidad experimentada por jóvenes en zonas urbanas. Comunidad influida por el skateboard, el hardcore, el punk, el reggae, el hip-hop, el graffiti y movimientos artísticos del centro de las grandes ciudades.

En el libro anteriormente citado, Kenta Goto fundador de BRKNHOME, marca reconocida de streetwear, declara: *"Para mí todo empieza en la calle, en lo urbano. De manera radical, la calle es la semilla de la moda. Me gusta ver que las marcas de moda urbana crean tendencia."* (p.37)



[Figura 3]  
1970s pareja punk en Londres. Imagen del libro "Street style" de Ted Polhemus. (1944).



[Figura 4]  
1980s skater en Londres. Imagen del libro "Street style" de Ted Polhemus. (1944).



**Jake Burton, fundador de  
BURTON**

“La moda urbana ha sido siempre la antítesis de la alta costura. La moda urbana se inspira y se crea en la calle.” (Vogel 2007, p.47)



**Misha, fundador de PAM**

“La moda urbana es realmente fácil de definir: ropa cómoda. Esa es la regla más importante de la moda urbana, y no sólo en el sentido físico.” (Vogel 2007, p.205)



**Fats Shariff, fundador de  
FATSARAZZI**

“Para mí, el nacimiento de la moda urbana se produjo por la necesidad de comodidad, durabilidad y expresión.” (Vogel 2007, p.90)



**Dennis Calvero, fundador de  
CROOKS & CASTLES**

“La moda urbana es un tipo de moda influida por la cultura juvenil, la gente de la calle y los deportes de acción.” (Vogel 2007, p.59)

## SPORTWEAR

A fines de los años 70, en barrios neoyorkinos como el Bronx y Harlem nace el "Hip Hop", estilo de música que conquistó a los jóvenes de la época, quienes sin esperanzas de futuro se juntaban en pandillas a bailar break dance, rimar y pintar arte callejero en las paredes del barrio. Espacios en que habitaban mayormente afrodescendientes y latinos, históricamente segregados, los cuales realizaban deportes como instancias de convivencia con sus pares, entre ellos el básquetbol y el skateboard, por lo que vestían deportivo a diario. Es aquí donde podemos asociar el punto de partida del sportwear o estilo deportivo, ya que les permitía bailar, practicar deporte y desplazarse cómodamente, entregando a la vez identidad de grupo, vestuario que, en algunos casos contenía letras de canciones y mensajes propios de la cultura urbana.

De esta forma es como la cultura del hip hop se transformó en la expresión juvenil de esos años. La música se expresaba como protesta hacia la desesperanza del futuro de jóvenes de estos barrios, la vestimenta se basaba en ropa deportiva de tallas hasta 3 veces más grandes con zapatillas, donde los accesorios de lujo eran fundamentales para ostentar el look pandillero.

En los 80, marcas comenzaron a recoger este estilo callejero, ya que se había convertido en una cultura popular dentro de los jóvenes, quienes seguían la moda de ídolos musicales y figuras públicas del hip hop.

*A partir de esto, marcas deportivas como Adidas aprovecharon el boom de la música urbana e hicieron colaboraciones con exponentes musicales, intensificando la tendencia de vestir indumentaria deportiva en lo cotidiano y extendiéndose a más clases sociales.*

*"Los atuendos de las estrellas del hip hop se convirtieron en la inspiración perfecta de esta generación. La ropa deportiva, incluyendo las sudaderas de algodón que usaban algunas estrellas del momento y los bailarines de break, tomaron un auge inusitado dentro de la juventud"*

*(Luna, 2020)*

*"La ropa deportiva es cara y no sirve para trabajar. En realidad, en los barrios pobres, tampoco se usa para practicar algún deporte. Al fútbol se juega con prendas ya gastadas, reservándose el brillo de la tela sintética para representar, sin reservas, lo que verdaderamente significa: ocio."*

*(Tonkonoff, 2018)*



[Figura 5]  
Dapper Dan con el rapero estadounidense LL Cool J luciendo su chaqueta bomber Gucci hecha a medida, alrededor de 1986. Foto: The Rake



[Figura 6]  
Algunas de las primeras fotografías de estilo callejero de Jamal Shabazz de los años 80. Foto: Revista Coeval

[Figura 7]  
Run-DMC 1988. Foto: NY Times



[Figura 8]  
Salt 'N Pepa. Imagen del libro "Street style" de Ted Polhemus. (1944).



## TENDENCIA ATHLEISURE

### Concepto tendencia

Para analizar la tendencia primero debemos conocer bien el concepto y su definición, para eso citaremos a diferentes autores que han hablado sobre el concepto:

*"Al contrario de lo que mucha gente cree, no se trata de un término relacionado exclusivamente con el mundo de la moda, ni se refiere solamente a procesos que atañen a cambios culturales a nivel físico o estético. Una tendencia puede ser emocional, intelectual e incluso espiritual. A grandes rasgos una tendencia se puede definir como la dirección en la que algo (puede ser cualquier cosa) tiende a moverse y que tiene su consecuente efecto en la cultura, la sociedad o el sector empresarial en el que se desarrolla. Las tendencias, en el sentido más amplio de la palabra, están presentes en todos los aspectos de nuestra cultura."*

(Martin Raymond, 2016).

En el libro Diseño de accesorios de moda (2010) Cristina Vilella hace referencia a las tendencias en relación con el diseñador:

*"El reto de un diseñador es detectar los cambios que se producen en las motivaciones, los gustos y las preferencias del consumidor con la intención de utilizar esta información para innovar. Las tendencias no nacen de manera estándar y no se puede intervenir en su evolución"*

En esta tendencia fue primordial la participación del usuario, quienes fueron determinantes, ya que, frente a la necesidad física de confort en la vida urbana, los compradores cambiaron sus hábitos de consumo y forma de vestir, prefiriendo indumentaria y calzado de marcas deportivas, dándole valor al diseño pensado en la morfología del cuerpo y su funcionalidad.

### Origen de la tendencia Athleisure

El athleisure nace como resultado de los estilos de vida de los individuos, que realizan muchas y variadas actividades al día. A partir de esto, el usuario encuentra la solución en la mezcla de estilos y prendas de distintas secciones, que al mismo tiempo, proporcionan versatilidad y comodidad. Otro aspecto de la sociedad que es relevante para la tendencia es el cuidado por el cuerpo, la preocupación por la salud y el bienestar.

*"Puma fue la primera marca que unió la moda con el deporte, ya que realizó una colaboración con la diseñadora alemana Jil Sander, en el año 1998. Luego en el año 2002, la marca Adidas contrató al diseñador japonés Yohji Yamamoto, para que desarrolle una línea, la cual fue denominada: Y-3, la letra representa la inicial del nombre del diseñador y el tres las rayas que acompañan al nombre de la marca alemana. La colección cápsula no fue pensada para realizar deporte, sino que se combinó el sportwear con el pret-a-porter, creando así una línea sport-a porter".*

(San Martín, 2009)

En el diseño de indumentaria existen dos grandes caminos, la alta costura y el Prêt à porter. La alta costura corresponde a la confección a medida de las prendas y a pedido del cliente, de carácter exclusivo y artesanal. El Prêt à porter es lo contrario a la alta costura, es la producción en serie



de prendas con talla y medidas estándar. De esta última se desprenden secciones, dos de estas conforman la tendencia: La sección deportiva y la sección casual, comprenderemos a estas como:

*"El rubro denominado casual es un modo de uso de las prendas que pone énfasis en el confort por sobre la presentación. Hay gran cantidad de prendas que pueden ser consideradas dentro del rubro casual, como jeanería, remería, etc. Y hasta cierta ropa de trabajo que ha llegado a formar parte del rubro de acuerdo al código de uso que se le ha dado."*  
(Archivo 735.2015, p.55)

*"El rubro deportivo nace a partir de las nuevas concepciones de belleza y el auge del deporte. Surge por la necesidad de portar prendas confortables y funcionales para hacer deporte, que no encontraban en otros rubros, estas debían ser prendas flexibles, adaptables, con tejidos livianos. El modo de confección es industrial y sus texturas son suaves como el jersey, algodón y piqué"* (Archivo 735.2015, p.55)

De esta hibridación se obtienen piezas eficientes que entregan la comodidad y funcionalidad necesaria para un uso cotidiano, siendo a su vez, prendas exclusivas con la expresión de una fuerte identidad y estilo.



[Figura 9] Mapa conceptual "Origen de la tendencia Athleisure".  
Foto: Elaboración propia.

## Confort

*"Confort se introdujo a mediados del siglo XIX a través del francés, con el sentido de 'comodidad o bienestar material'."*  
(Rae, 2021)

El confort se requiere para que el cuerpo se desenvuelva en las actividades a realizar, ya que una sensación agradable o desagradable que sienta, le impide concentrarse en lo que tiene que hacer. Debiese sentir indiferencia frente al ambiente: esa situación sería el confort, para realizar una actividad el ser humano debe ignorar el ambiente, y para esto, la indumentaria debe ser la adecuada, pensada desde y para el uso que se le va a dar y para el cuerpo que lo va a usar.

Entonces, la indumentaria creada bajo el concepto de athleisure será un indumento versátil, que funcione tanto para el día como para la noche, rompiendo con el antiguo concepto de elegancia.

En el caso de este proyecto, se toma la fusión de secciones para diseñar una colección sin limitantes de género ni cuerpo, la sección deportiva, uno de los pilares de la tendencia, servirá para transformaciones funcionales y confortables en la moldería y en la confección. Por otro lado, el ámbito casual, será de forma más amplia, centrándose en la estética urbana.



[Figura 10]  
 Polerón cuello alto by Pyer Moss, colección 2021.  
 Foto: Sitio de web Reebok



[Figura 11]  
 Colección aniversario 50 Adidas superstar by Angel Chen  
 Foto: Instagram: angelchenstudio (2020)



[Figura 12]  
 Colección active wear otoño 2018 Gucci.  
 Foto: Sitio de web Gucci.



[Figura 13]  
Ofelia Katsuya, pantalón deportivo "Ofelia Katsuta".  
Foto: Sitio de web Viste la calle 2017.



[Figura 14]  
Roberta Von, chaqueta y pantalón Adidas, zapatillas Nike.  
Foto: Sitio de web Viste la calle 2018.



[Figura 15]  
Macarena Mino, enterito reciclado y zapatillas Nike.  
Foto: Sitio de web Viste la calle 2019.

## CONCIENCIA AMBIENTAL

Estrés, contaminación y hacinamiento son términos que se repiten cotidianamente cuando hablamos de una gran ciudad. La falta de contacto con la naturaleza, pequeños espacios compartidos por muchos, el uso excesivo de computador, sedentarismo y mala alimentación, han traído consigo problemas físicos y emocionales para la sociedad urbana.

Al provocar crisis en la salud de las personas, poco a poco ha ido cambiando la conciencia colectiva, se han adquirido mayores conocimientos vinculados a temas de salud, el bienestar personal y conciencia ambiental, por lo que los individuos van demostrando un mayor interés en modificar sus vidas ajetreadas, por un estilo de vida más saludable, menos exigente y más consciente.

Centrándonos en este último, conciencia ambiental, el deterioro del planeta y las amenazas ambientales han despertado la preocupación de la sociedad, debido a su estrecha relación con el proceso evolutivo de la vida. Reportes evidencian la realidad de la problemática ambiental, es por eso que se ha intentado crear estrategias que permitan la conservación del planeta y preservación de la vida.

*“La conciencia ambiental es definida como el sistema de vivencias, conocimientos y experiencias que el individuo utiliza activamente en su relación con el medio ambiente, infiriendo la presencia de subjetividad en el proceso de interrelación con el entorno.”*

*(Febles, 2004)*

Alejandra Ojeda, gerenta del área de estudios públicos de Ipsos, en revista Púdu (2019), señala:

*“la ciudadanía chilena aún se encuentra en una etapa discursiva, donde el cambio climático se ha visibilizado y empoderado en la agenda, pero que aún no genera grandes cambios conductuales, es decir que el país aún no ha pasado a una etapa de acción sistemática para abordar el problema”.*

*“Para las y los chilenos, el gran actor ausente es la empresa privada. Éstas debieran responsabilizarse de su impacto y liderar programas basados en la sustentabilidad. Ya pasó el tiempo en el que los consumidores valoraban a las empresas exclusivamente por la calidad de sus productos y servicios. El comportamiento moral y el aporte tanto a la comunidad como al medio ambiente, son aspectos que adquieren importancia y conforman la reputación corporativa de cada empresa”.*

Chilenos y chilenas aprecian cada vez más su territorio, paisaje, flora y fauna, ya que han reconocido al patrimonio natural como parte fundamental de nuestra identidad de país. Es por esto, el valor creciente que se le otorga a las áreas verdes y cuidados ambientales, sobre todo quienes habitan en estas grandes ciudades en colapso que, aspiran a una mayor conexión ecológica.

Según el estudio de Climate and Public Opinions International Observatory, realizado en 30 países por la empresa EDF e Ipsos, proceso en el cual 1000 chilenos fueron encuestadas. **Chile es el país en el que más ha crecido la preocupación por el medio ambiente.**

*“Un 80% de los encuestados señaló que su percepción ante la situación ambiental global es “mala” o “muy mala”, porcentaje que en el resto de países consultados es de 54%”.*

*(Revista Pudú, 2019).*

## **Industria textil**

En el marco de una sociedad inserta en una vida de ritmo acelerado, es más fácil y económico comprar en tiendas retail, donde la moda y tendencias están al alcance de todos.

Provocando en el consumidor un desapego con sus bienes, en este caso prendas, los precios bajos incentivan el "Fast fashion", moda rápida. Es por esto, que la población olvida que los recursos son finitos y que comienzan a agotarse.

Las grandes industrias siguen produciendo sin parar, específicamente en la industria de la moda, donde se paga mal, se brindan malas condiciones de trabajo y se contamina el planeta de manera desmedida.

Dentro de la conciencia ambiental de la que se habló anteriormente se considera como tema relevante en el proyecto, ser conscientes en la producción, uso de materiales y confección de las prendas, así entregar una alternativa responsable para el consumidor.

## **Flora y fauna local**

Al ser Chile, un país largo y angosto, permite el alcance de una gran variedad de climas, por lo tanto una extensa diversidad de ecosistemas. Además, es un país favorecido en cuanto a especies nativas, ya que posee un alto porcentaje de endemismo.

La marca tiene como objetivo principal crear una estrategia en donde se acoja la fauna y flora local, y en esta ocasión el proyecto se inspira en las aves nativas. Se busca la integración del ave con la persona, creando un lazo emocional entre ambos, donde el usuario personifica al ave.

## **Aves nativas**

9.000 especies conforman el grupo de vertebrados terrestres más diverso del planeta y están directamente relacionadas con la evolución de los dinosaurios, por lo que su origen se

remonta a más de 150 millones de años.

Como se ha dicho anteriormente, Chile posee una favorecedora y amplia gama de especies nativas, debido a su gran variedad de climas.

Nuestro país alcanza a más de 460 especies y a pesar de la alta movilidad de las aves, hay especies que habitan sólo dentro de los límites del país y por lo tanto son especies endémicas, también es posible encontrar especies denominadas cuasi endémicas, con población mayormente en Chile pero con registros en países limítrofes, como el cachudito, la loica, el siete colores, el flamenco chileno, el pingüino papúa, el pequén, el martín pescador y el cóndor, dentro de otros.

Muchas de las especies que habitan en Chile presentan problemas de conservación, contando como principal causa de amenaza, el humano: la destrucción y alteración del hábitat, la extracción de individuos, la contaminación y la alteración de las cadenas debido a la introducción de especies.

## **Concientización**

*"La concientización pretende que el hombre se comprometa y se inserte para lograr un cambio que lo lleve a la construcción de una vida distinta; a transformar las estructuras que deshumanizan"*

(Unigarro, 1986)

Para concientizar se pueden utilizar diferentes estrategias, una de ellas corresponde a la entrega de información, buscando generar la valorización en el usuario.

Mediante la entrega de información y así el (re)conocimiento, más herramientas de diseño, usando un medio de difusión no convencional como es la indumentaria, se podría generar conciencia en la población chilena, frente a la gran variedad de aves nativas en Chile. En relación a su gran variedad de colores y morfologías.



# PROPUESTA DEL PROYECTO

## FORMULACIÓN DEL PROYECTO

### **QUÉ**

Línea de indumentaria athleisure como soporte de mensajes concientizadores de flora y fauna nativa.

### **POR QUÉ**

Porque la indumentaria athleisure atiende las necesidades contemporáneas de la vida urbana y es una capa de contacto diario que puede ser portadora de contenidos ecológicos, diferenciándose por ser una oferta local de carácter lúdico/didáctico.

### **PARA QUÉ**

Para responder los requerimientos de una generación joven, informada y políticamente activa, visibilizando los valores y atributos de nuestro entorno natural y conduciendo a los usuarios a ser agentes activos portadores de mensajes.



## **OBJETIVO GENERAL**

Desarrollar una colección de indumentaria athleisure que atienda las necesidades contemporáneas de las nuevas generaciones urbanas y visibilice la esencia de nuestras aves nativas, generando conciencia de la increíble variedad que habita en nuestro país.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Analizar y relevar recursos, morfologías y técnicas que respondan a indumentaria athleisure; confortable y funcional.

IOV: Se realizó el estudio de prendas deportivas, moldes y patrones, mediante la descomposición de sus partes.

2. Generar diseños de la línea de indumentaria athleisure inspirados en aves nativas de Chile con una estética propia de la marca.

IOV: Se ejecutó el diseño de las prendas: patronaje, corte y confección de ocho prendas de abrigo inspiradas en ocho aves locales.

3. Promover el diseño local mediante estrategias de comunicación que lleguen al usuario objetivo.

IOV: Se generó una cuenta de Instagram, donde se expone información tanto de las aves como de las prendas, fotografías relacionados y pilares que diferencian a la marca.

4. Proyectar el diseño de indumentaria bajo la marca Reserva, dentro del mercado nacional.

IOV: Se diseñó un modelo de negocios para la proyección de la marca y su línea inicial. y se piensa crear otras posibles colecciones a desarrollar.

## CONTEXTO

El objeto de estudio de esta propuesta apunta a identificar y acoger las necesidades de la sociedad urbana respecto a la indumentaria. Las grandes ciudades están habitadas por culturas urbanas, que agrupan movimientos, actitudes y expresiones de determinados grupos nacidos de la mano de nuevos tiempos, ciudades modernas y nuevas generaciones. La moda urbana es cambiante debido a la globalización de la indumentaria y la creación de tendencias.

### TENDENCIA ATHLEISURE Y COVID-19

A nivel mundial el uso de ropa deportiva en la cotidianidad se ha convertido en símbolo de la cultura urbana.

En Chile, la tendencia athleisure ha crecido en los últimos años y se ha intensificado durante la pandemia, debido a la comodidad y confortabilidad que la indumentaria deportiva entrega. Así mismo, las exigencias de una gran ciudad se facilitan con el uso de un vestuario que permita la extensión y flexibilidad del cuerpo, por ello se puede proyectar que en un contexto post pandemia la tendencia continuará.

### CONCIENCIA AMBIENTAL COLECTIVA

En el contexto de una sociedad urbana bajo el estrés y contaminación de la gran ciudad, se identifica la necesidad de reconectar con la naturaleza y la tranquilidad que esta evoca. Es por esto que se vuelve importante utilizar todas las oportunidades que se dan cotidianamente para vincular la vida con lo natural. Esto ha provocado un cambio de conciencia vinculado a la responsabilidad y cuidado ambiental, sobre todo en las nuevas generaciones, quienes prefieren consumir marcas de indumentaria que transparenten sus procesos productivos y materiales en uso.

### MODA DE AUTOR COMO ALTERNATIVA DE CONSUMO RESPONSABLE

*“La moda de autor pone su foco en hacer indumentaria que refleje la identidad local de sus países de origen y que además genere cadenas de valor” (Calvo, 2016).Pag74*

El proyecto apunta a generar una línea de indumentaria athleisure fabricada e inspirada en Chile, que entregue condiciones justas a los trabajadores que estuvieron involucrados en la creación. La inspiración va directamente relacionada con la flora y fauna nativa, con el fin de crear conciencia de la increíble variedad de especies en nuestro país. Al contener un mensaje local, las prendas buscan incentivar el consumo nacional, ecológico, justo y responsable. Además, en el contexto pandémico, se ha visto el interés del comprador por favorecer y mostrar sensibilidad con los emprendimientos locales.

### RED SOCIAL COMO TIENDA VIRTUAL

*“El sector Comercio ha experimentado durante esta pandemia un explosivo aumento en sus ventas digitales, la participación del canal online casi se triplicó ante el cierre de los locales físicos” (CDC, 2020).*

Esto se traduce en; la compra online se ha fortalecido debido al cierre de comercio físico durante la pandemia, donde plataformas como Instagram, Facebook y sitios web han sido los principales impulsores en la difusión de marcas emergentes, llegando a más público gracias al “boca en boca” digital.

En una primera instancia nuestro objetivo es aprovechar al máximo las herramientas que nos ofrece Instagram. En ella podemos generar canales de comunicación a nivel nacional e internacional que permitan a los clientes conocer nuestra marca, nuestros valores, productos y el objetivo primordial, información sobre flora y fauna nativa.

# USUARIO

El proyecto está dirigido a personas de la ciudad de Santiago de Chile entre 15 y 30 años, que pertenecen a una generación joven, informada y políticamente activa gracias a las herramientas de conectividad que les han entregado las redes sociales.

Jóvenes insertos en la cultura urbana, ligados a la música, arte, deporte y moda relacionada. Es por esto que la vestimenta es primordial para este usuario urbano, con ella expresa sus emociones, inquietudes, intereses y pensamientos, siempre atento a las tendencias de moda urbana. Su inclinación por el mundo de la moda le ha dado conocimientos sobre este, por ende valora el diseño de autor, el consumo responsable, la producción chilena y las marcas conscientes con el medioambiente.

Su conciencia y política ambiental es activa, en virtud de que valora y respeta el patrimonio natural y lo considera una identidad local. Entiende que más allá de su contexto urbano existe algo mayor, un ecosistema rico en flora y fauna.

Por otro lado, el usuario de Reserva prioriza la calidad de vida y la recreación, caracterizándose por tener una vida agitada, en la cual en un mismo día puede asistir a un concierto, realizar un deporte urbano como el skateboarding, ciclismo o escalada en muro e ir a la universidad o trabajo. Por ello es que la indumentaria deportiva le proporciona ventajas al movilizarse de manera cómoda sin perder el estilo urbano.

*“Las marcas más favorecidas con los millennials son aquellas consideradas como modernas, que tengan valores similares a esta generación y que ofrezcan productos sin estereotipos de género.”*

*(Peñalosa, «et al.», 2016)*

*“Esta generación es muy criticada por su necesidad de vínculo con la tecnología y los teléfonos inteligentes; sin embargo, una de sus mayores cualidades se basa en el deseo de transformar el mundo en un sitio donde no existan divergencias, al mejorar el medio ambiente con el fin de lograr una vida pura y sin riesgos para la comunidad.”*

*(Peñalosa, «et al.», 2016)*

## ANTECEDENTES

### NACIONALES



#### WILD LAMA

Marca de indumentaria originada en Chile, que ofrece colecciones de streetwear. Es un antecedente, ya que realiza prendas y accesorios bajo una conciencia ambiental. Confecciona con materiales orgánicos, reutilizados y reciclados, además manifiesta su postura ambientalista en cada colección, manteniendo su esencia urbana.

[Figura 16] Chaqueta de algodón orgánico en sitio web de Wild lama. (Wild lama, 2021).



#### BELOW APPAREL

Marca chilena inspirada en la cultura urbana. Es un gran antecedente para el proyecto, ya que se dedica a la venta y confección de indumentaria athleisure, creando prendas mayormente comercializadas a skaters locales. La marca realiza tirajes cortos de prendas, incentivando el consumo y la producción responsable.

[Figura 17] Polerón y jogger en sitio web de Below Apparel. (Below Apparel, 2021).

### INTERNACIONALES



#### LI NING, SS20

Es el mayor proveedor de vestuario y calzado deportivo en China. La firma ha dado un vuelco con una nueva línea creativa, la cual ha captado a las últimas generaciones, mediante colecciones athleisure de estilo urbano, en base al deporte popular Chino, el ping pong. Se vincula al proyecto propuesto, ya que le da valor al producto nacional mediante lenguaje local.

[Figura 18] Li Ning SS20. (El país, 2020).



#### NIKE SB x PIET PARRA

La marca se asocia con el ex skater y artista visual holandés, Piet Parra, crea nuevos uniformes de skateboard para los juegos olímpicos de Tokio 2020. Cada diseño es único, en ellos se representan paisajes propios de cada región con su fauna nativa. Es un antecedente, el uso de la fauna local como herramienta representativa y diferenciadora de los países.

[Figura 19] Nike SBxParra. (NikeSB, 2020).

# REFERENTES

## NACIONALES



### BAKÖ

Juan Pablo Bascuñan, es ilustrador chileno y su intención es acercar la naturaleza a las personas, mezclando la ciencia con el arte, dar una mirada diferente, mostrando la naturaleza de manera didáctica, lúdica y fácil de entender. Referente primordial del proyecto, la serie "Abstractos de aves chilenas", es la inspiración y el primer acercamiento de la colección.

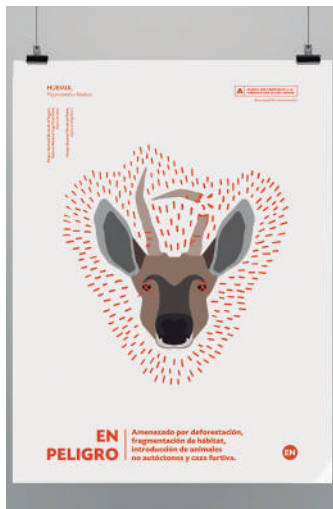
[Figura 20] Chucao y Juan Pablo. (Bakö, 2021).



### BALLENAS DE MADERA

La marca de diseño industrial, Juan José muebles crea 5 piezas de madera producto de la abstracción del cuerpo de 5 de las ballenas que habitan en las costas de Chile. Hay una infografía donde se explica mediante ilustraciones sus características principales. Al igual que el proyecto, se busca concientizar de nuestra fauna nativa mediante la visibilización y el conocimiento.

[Figura 22] Ballenas de madera. (JJMuebles, 2015).



### AMENAZA

Proyecto chileno el cual consiste en la venta de láminas ilustradas de especies nativas amenazadas que recaudan fondos utilizados por CODEFF en planes de conservación de especies. Las ilustraciones representan a la fauna nativa en peligro de extinción y utilizan diferentes colores para diferenciar en qué situación de amenaza. Se rescata la idea de crear proyectos con causa.

[Figura 21] HUEMUL. (Amenaza, 2016).



### PAJARITO DE MIMBRE

La marca Pajarito de mimbre ofrece un memorice de flora y fauna chilena, el cual contiene 48 piezas de ilustraciones chilenas. "Descubre la inmensa belleza de la naturaleza autóctona, que es nuestro gran tesoro" (pajarito de mimbre, 2020). Se toma como referencia el dar valor al patrimonio natural y lo hecho en Chile.

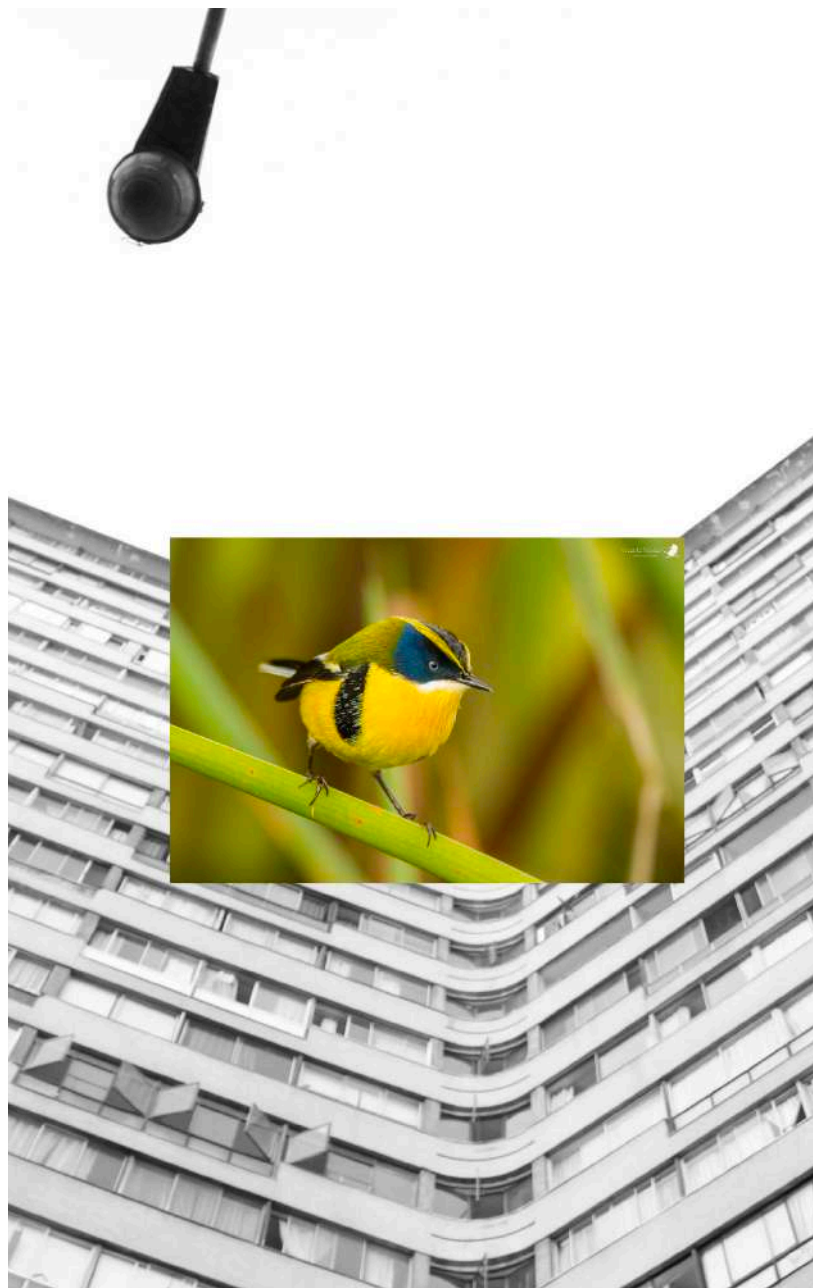
[Figura 23] Memorice de flora y fauna chilena. (Pajarito de mimbre, 2021).

## **PATRÓN DE VALOR**

El siguiente proyecto realiza una lectura cultural de las nuevas generaciones urbanas, seleccionando dos temas contemporáneos; primero, se identifica el uso de ropa deportiva en un contexto cotidiano por una sociedad que quiere sentirse cómoda y que está activa; segundo, esta misma sociedad demuestra un cuidado y preocupación especial por el medio ambiente.

La finalidad de este proyecto es diseñar este "Nuevo vestir" consciente con el patrimonio natural y sin limitantes de género y cuerpo.

Para esto, el proyecto tiene por objeto la creación de una estrategia para visibilizar la esencia de nuestra flora y fauna nativa a la actual población ensombrecida por la cotidianeidad de la urbe. De esta forma concientizar a través de la indumentaria athleisure, específicamente en esta colección, aves de Chile y su colorida e increíble variedad que habita en nuestro país.

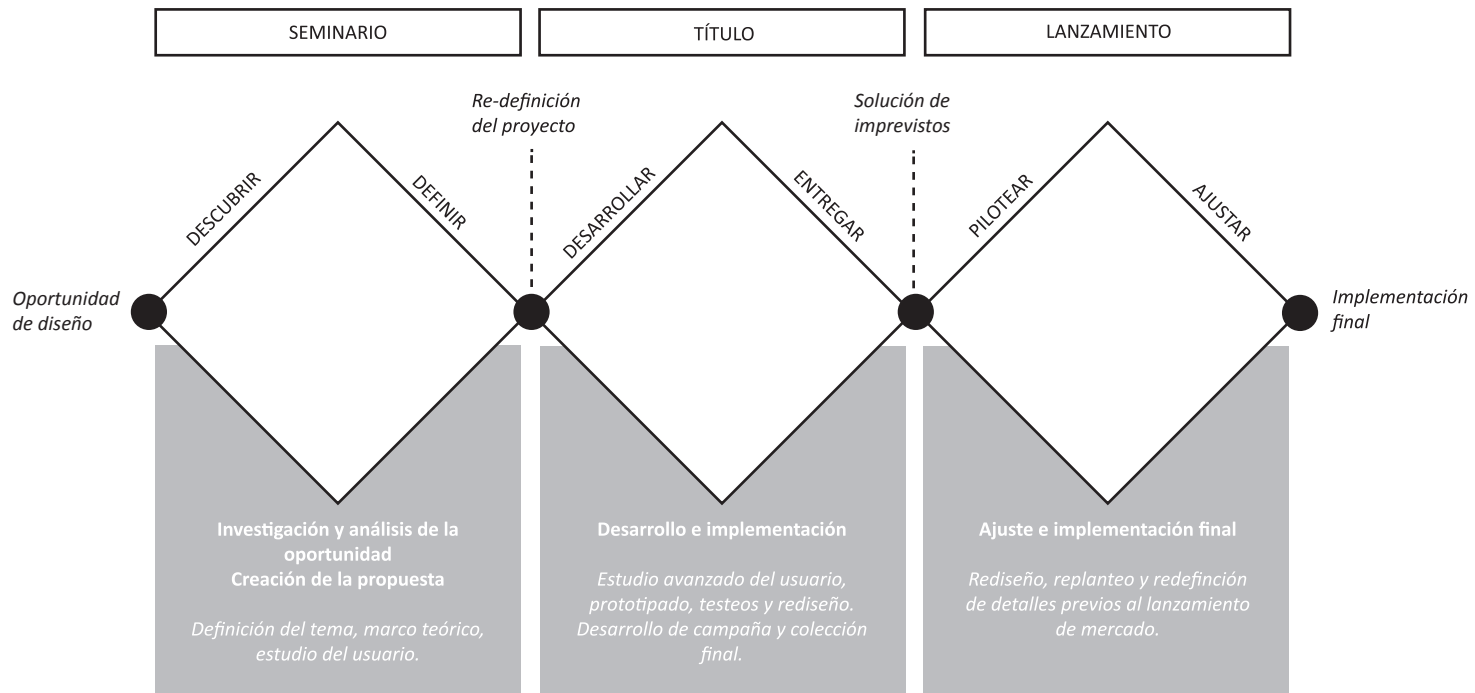


[Figura 24]  
Campaña publicitaria colección "Aves nativas": El ave como punto de color irrumpe en la sociedad esombrecida por la urbe.  
Foto: Sofía Eluani (2021) y Vicente Valdés (2020).

## METODOLOGÍA

La metodología de este proyecto se inspira en el Doble Diamante del Design Council (2007), el cual consta de 4 etapas: Descubrir, Definir, Desarrollar y Entregar. Si bien, la metodología radica originalmente en el doble diamante, sumaremos 2 etapas, por lo que nos basaremos oficialmente en la metodología empleada por el diseño de servicios del laboratorio de innovación pública UC, por lo tanto, un tercer diamante que ayude a la validación del proyecto centrándose en la implementación y su escalamiento, estas serán: Pilotear y Ajustar. Las etapas se organizan en torno a cuatro hitos principales que consisten en la identificación del problema u oportunidad de diseño, la re-definición del proyecto, la solución de imprevistos y la implementación final. El proceso es iterativo ya que permite el testeo y luego el descarte de ideas e hipótesis.

y Ajustar. Las etapas se organizan en torno a cuatro hitos principales que consisten en la identificación del problema u oportunidad de diseño, la re-definición del proyecto, la solución de imprevistos y la implementación final. El proceso es iterativo ya que permite el testeo y luego el descarte de ideas e hipótesis.



[Figura x] Triple Diamante. Diagrama de elaboración propia basado en metodología del Laboratorio de Innovación Pública UC (2017).



## **DIAMANTE 1**

### **Proceso de investigación Seminario de título**

#### **Descubrir**

Etapa en que se busca identificar el problema u oportunidad de diseño. En este proyecto se realiza una investigación con objeto de estudiar las sociedades urbanas, la evolución paralela de la indumentaria y la cultura urbana. Este personaje urbano requiere de un vestuario versátil que se adapte a las exigencias de su día y a la vez conviva con la gran ciudad. Además, durante el estudio se descubrió el aumento de la demanda de ropa deportiva en Chile, principalmente el consumo de marcas extranjeras pioneras en indumentaria athleisure.

El estudio se realizó mediante fuentes bibliográficas tales como, sitios de web, documentos universitarios, libros y artículos relacionados a temas como cultura urbana y vestir comunicacional. También se realizó una encuesta "Ropa deportiva en lo cotidiano", la cual respondieron 297 personas, esta se hizo con la intención de identificar al usuario, sus preferencias y además extrapolar un número de nuevos usuarios durante la cuarentena.

#### **Definir**

Etapa en que se da comienzo a la creación mediante la información obtenida en la etapa anterior.

Dado el contexto obtenido en la primera etapa identificamos la oportunidad de crear una marca chilena de indumentaria athleisure que responda a las necesidades del consumidor urbano, y que contenga mensajes desde un lenguaje local para un mercado global. Mensajes activistas medioambientales que concienticen la grave situación de amenaza que vive la fauna nativa, a quien porte y vea la prenda.

## **DIAMANTE 2**

### **Proceso de ejecución Taller de titulación**

#### **Desarrollar**

Generar muestras textiles a través de la creación de moldes: descomponer prendas ya existentes, observar su molde para dar vida a nuevas e innovadoras prendas desde el diseño autoral. Comprender patronaje y características de las telas, para una extrapolación hacia las prendas de abrigo deportivo.

#### **Entregar**

Testeo de distintas prendas de la colección para mejorar el resultado y métodos de confección; y obtener finalmente la piezas que la componen. Se comparan los bocetos y sus intenciones con el resultado del proceso y sus hallazgos.

**DIAMANTE 3****Proceso de pilotaje  
Emprendimiento****Pilotear**

Esta fase consiste en la implementación de la solución beta y su mejora.

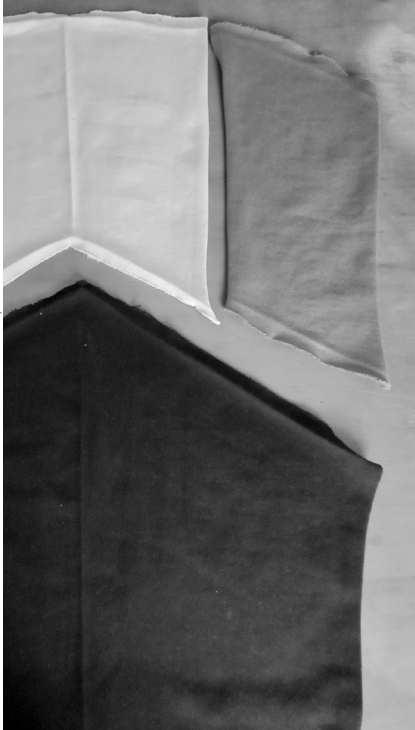
Luego del proceso de título se obtendrá una calificación, la cual viene con comentarios y acotaciones que ayudarán a replantear y redefinir el proyecto y su proceso de ejecución, por lo que se debe perfeccionar y ajustar para el lanzamiento al mercado.

**Ajustar**

En esta última fase se mejora el diseño y se elabora el plan de implementación a un escenario real.

En base a los aprendizajes obtenidos de la fase anterior se ajustan los últimos arreglos para el lanzamiento del producto y su plan de implementación.

Corte de piezas de "Flamenco chileno"



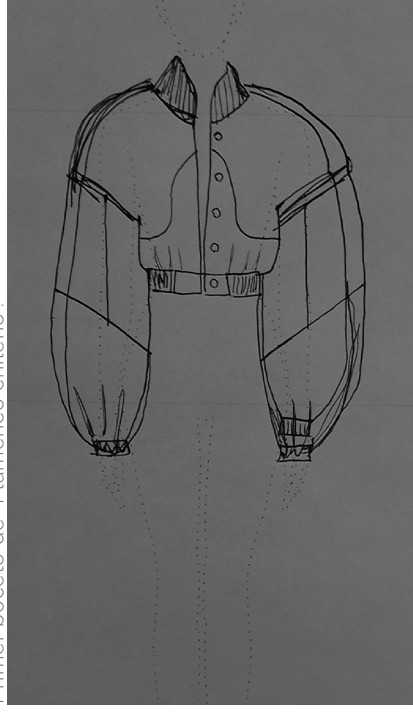
Elección de materiales



Unión de piezas de "Flamenco chileno"



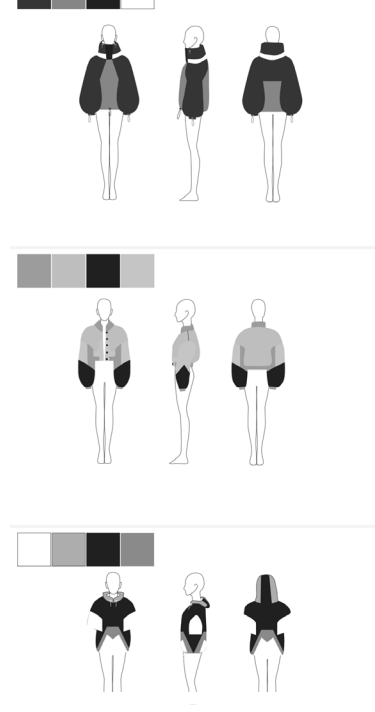
Primer boceto de "Flamenco chileno".



Muestra lista de "Flamenco chileno".



Diseño listo de "Flamenco chileno".



Prueba de la muestra de "Flamenco chileno".



Creación de molde de "Flamenco chileno"



**IV.**

# PROCESO DE DISEÑO

## DEFINICIÓN DEL PROYECTO

### MARCA Y PRODUCTOS A DISEÑAR

Tras detectar el incremento de vestuario deportivo durante la cuarentena, se realizó el estudio e investigación del vestir deportivo en lo cotidiano desde su origen hasta la actualidad, incluyendo el estudio de culturas urbanas y tendencias actuales. Definiendo como proyecto final la creación de una línea de indumentaria athleisure, como soporte difusor de nuestra flora y fauna nativa.

Previo a la creación de la marca se fijaron puntos claves para guiar el proyecto: se determinó el diseño de autor como alternativa de consumo responsable y local, la utilización de materiales conscientes, la creación de prendas sin limitantes de género ni cuerpo.

Así es como nace "Reserva, inventario textil de flora y fauna nativa". Marca de indumentaria y accesorios que busca visibilizar las especies locales mediante el diseño de sus productos.

*"Una reserva natural o reserva ecológica es un área protegida de importancia para la vida silvestre, flora o fauna, o con rasgos geológicos de especial interés, que es protegida y manejada por el hombre, con fines de conservación y de proveer oportunidades de investigación y de educación."*

(Diana, 2012).

El proyecto se enmarca en el diseño y confección de la primera colección de Reserva, "Aves nativas", la cual consta de 8 prendas de abrigo athleisure, inspiradas en 8 aves nativas y en el trabajo del ilustrador chileno Juan Pablo Bascuñan, específicamente en la serie abstractos.



**AVES NATIVAS**

2021

x

**RESERVA**



## DISEÑO Y CONFECCIÓN

### 1. MARTÍN PESCADOR

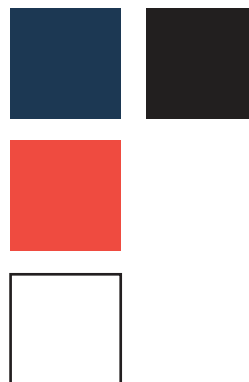
(*Megasceryle torquata*).

Este gigante neotropical habita en la zona sur de Chile desde Concepción a Tierra del Fuego, en lagos, lagunas, ríos, esteros y tranques. Martín, además de tener una belleza inigualable es un experto pescador, muy hábil y veloz. Su gran y cautivante cabeza destaca por su plumaje azul grisáceo y despeinado. Blanco inmaculado en su cuello, pecho y abdomen rufo intenso. Plumas del dorso en un azul energético y potente. La hembra "La Emblemática Martina", se diferencia del macho por su pecho azul grisáceo.



[Figura 25]  
Foto: Vicente Valdés (2020).

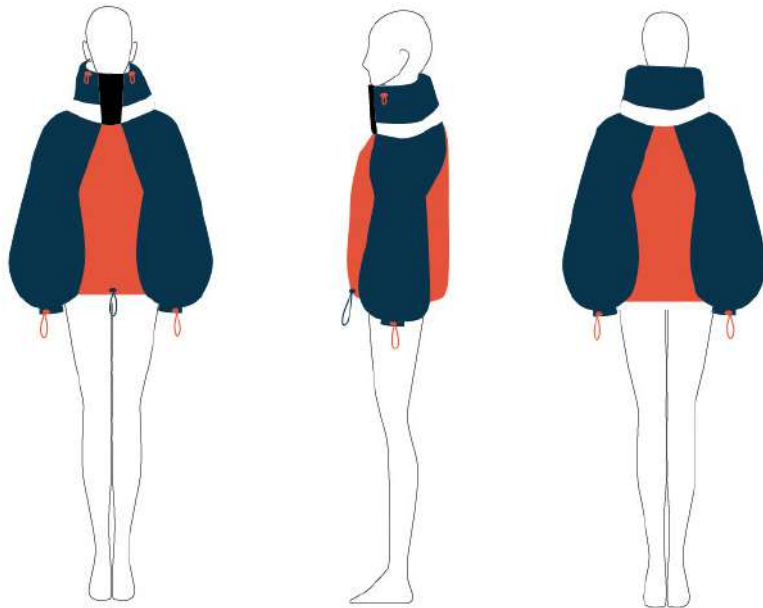
### Carta cromática



[Figura 26] Ilustración Martín pescador de la "Serie abstractos" de BAKÖ.



## Dibujos técnicos



## Patronaje



Una vez diseñada la prenda se procede a realizar el patronaje, al ser una cualidad el poseer distintas piezas de diferentes colores se debe especificar qué tela va en qué parte.

Para este molde se utilizó un polerón deportivo oversize con manga ranglan, el cual fue desmontado en partes, seleccionando las necesarias para este diseño y desechando las que no se usarían. Para el cuello se fueron haciendo pruebas de altura y grosor en diferentes moldes hasta llegar al deseado.

## Propuesta

Para el Martín pescador se propuso una prenda de abrigo tipo polerón manga ranglan, siguiendo la morfología del ave, donde las alas son azules y el pecho rojo anaranjado. Es una prenda de mediano tamaño sugiriendo el porte del animal. El cuello de la pieza simboliza la cabeza, con cuello blanco, pico negro en el centro y en la parte superior termina con el azul energético del plumaje despeinado sobre la cabeza del Martín.

\*La colección mantiene el uso de mangas aglobadas simulando alas, estas son ajustadas al final de las extremidades por cordones y un pasador ajustable.

\*La colección mantiene el uso de basta en el inferior de las prendas, donde se encuentra un cordón con pasador ajustable, generando el englobamiento del cuerpo.

## Confección



Ya realizado el patronaje se procede a cortar y confeccionar. Para las muestras sólo se utilizó máquina recta, para el producto final se debiese usar overlock en las terminaciones internas.

Se comenzó uniendo con alfileres las piezas, para así realizar la prueba de calce. Luego de mínimas modificaciones, se comienza con la unión de manga al cuerpo, siguiendo con el cierre total de contornos y por último unión del cuello al cuerpo.

## 2. FLAMENCO CHILENO

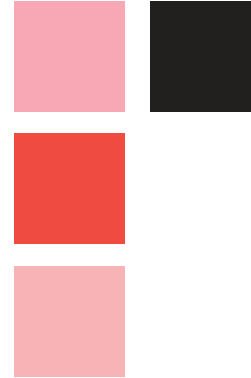
(*Phoenicopterus chilensis*).

Esta hermosa ave de tonos rosados y blancos, se distribuye desde Arica a Tierra del fuego en zonas de agua poco profundas, dulces o saladas. Mayoritariamente en las costas chilenas. Su gran altura (100 cms.) la distingue de otras aves, sin embargo es similar a las Parinas, para diferenciarlas hay que fijarse en el color de sus patas y picos. El flamenco chileno posee un pico grande, ancho y encorvado hacia abajo; mitad basal blanco y el resto negro. Sus patas largas de color córneo azulado con rodillas rojas.



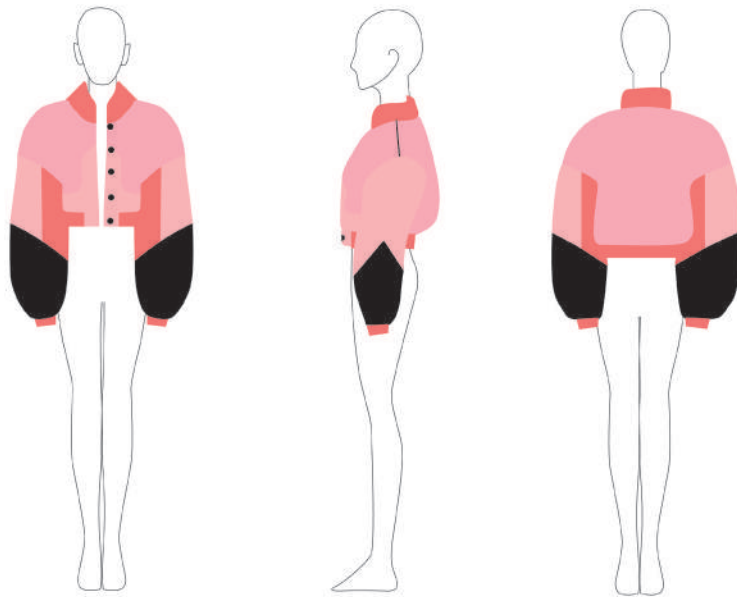
[Figura 27]  
Foto: Vicente Valdés (2020).

### Carta cromática



[Figura 28] Ilustración Flamenco chileno de la "Serie abstractos" de BAKŌ.

## Dibujos técnicos



## Patronaje



Una vez diseñada la prenda se procede a realizar el patronaje, al ser una cualidad el poseer distintas piezas de diferentes colores se debe especificar qué tela va en qué parte.

Este molde se realizó a partir de un polerón deportivo oversize, el cual fue desmontado en partes, se generaron piezas extras en el caso de las mangas, dividiendo según el diseño propuesto. Para el cuello se hicieron diferentes pruebas de molde, ya que se usaría tela de puño, la cual es elasticada y de gran dificultad para coser.

## Propuesta

Para el Flamenco chileno se diseñó una bomber jacket, chaqueta usada por beisbolistas. Es una prenda oversize, pero de corta altura, ya que busca dar una imagen de piernas largas al cuerpo, simulando la morfología del flamenco. Las mangas y parte del cuerpo de la chaqueta evocan la cabeza y pico del animal.

\*La colección mantiene el uso de mangas aglobadas simulando alas, estas son ajustadas al final de las extremidades por cordones y un pasador ajustable.

## Confección



Ya realizado el patronaje se procede a cortar y confeccionar. Para las muestras sólo se utilizó máquina recta, para el producto final se debiese usar overlock en las terminaciones internas.

Se comenzó uniendo con alfileres las piezas, para así realizar la prueba de calce. Luego se unieron las piezas del cuerpo delantero y trasero. Se unen las piezas de las mangas, para después unir las al cuerpo. Terminando por coser el cuello de puño.

### 3. CACHUDITO

(*Anairetes parulus*).

Es una de las aves más pequeñas de Chile, mide 11 cm de largo. Su principal característica son sus plumas negras y largas en su cabeza, es ahí de donde proviene su reconocido nombre. Su cuerpo se compone de un plumaje blanquecino en pecho y abdomen con líneas negras. Abdomen algunas veces con tinte amarillento. Alas, cola, pico y patas negruzcas. Su cabeza negra con líneas longitudinales blancas. Y un maravilloso y penetrante iris blanco. Mayormente visto en Magallanes, dando rápidos y ágiles saltos por cortezas de árboles y en arbustos de la zona sur de nuestro querido Chile.



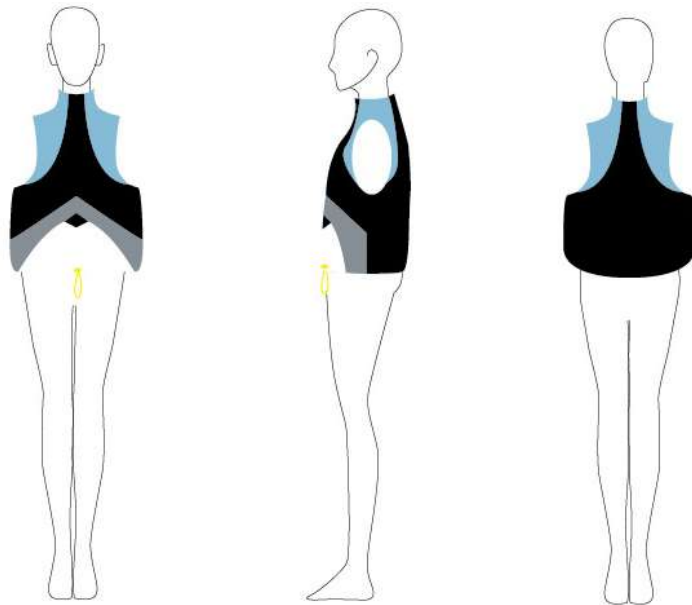
[Figura 29]  
Foto: Vicente Valdés (2020).

### Carta cromática



[Figura 30] Ilustración Cachudito de la "Serie abstractos" de BAKŌ.

## Dibujos técnicos



## Patronaje



Una vez diseñada la prenda se procede a realizar el patronaje, al ser una cualidad el poseer distintas piezas de diferentes colores se debe especificar qué tela va en qué parte.

Este molde se realizó a partir de un polera deportiva oversize, la cual fue descompuesta, se generaron las piezas dividiendo según el diseño propuesto.

## Propuesta

El diseño se basa en una prenda pequeña al igual que el cachudito, es la pieza de menor tamaño de la colección. Sin embargo, sigue siendo una prenda oversize.

Esta propuesta nace directamente de la abstracción de la ilustración de Bakö.

\*La colección mantiene el uso de basta en el inferior de las prendas, donde se encuentra un cordón con pasador ajustable, generando el englobamiento del cuerpo.

## Confección



Ya realizado el patronaje se procede a cortar y confeccionar. Para las muestras sólo se utilizó maquina recta, para el producto final se debiese usar overlock en las terminaciones internas.

Se unieron las piezas pequeñas del cuerpo delantero, para después seguir con las traseras. Se realizó una basta en la parte inferior de la prenda para pasar el cordón de algodón y pasador ajustable. (Al igual que en la mayoría de las piezas de la colección).

#### 4. CÓNDOR CHILENO

(*Vultur gryphus*).

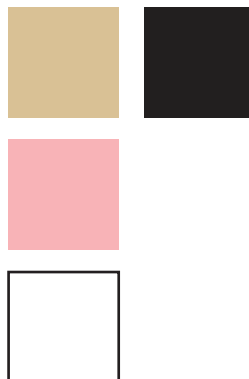
Emblemática ave nacional, (re) conocida por su gran tamaño (120x320cms.) Puede llegar a pesar 15 kilogramos, alimentándose básicamente de carne descompuesta y animales moribundos. El cóndor andino habita, tal como lo dice su nombre, a lo largo de toda la Cordillera de Los Andes.

Su cabeza y cuello desnudos de color rojizo. Sobre la frente una gran cresta del mismo color. Un collar de plumas blanco incandescente recorre su cuello, lo que da un aspecto de majestuosidad innata en la ave voladora más grande. Todo su cuerpo es cubierto por plumas negras. Sus alas primarias negras y secundarias negras con una barba blanca.



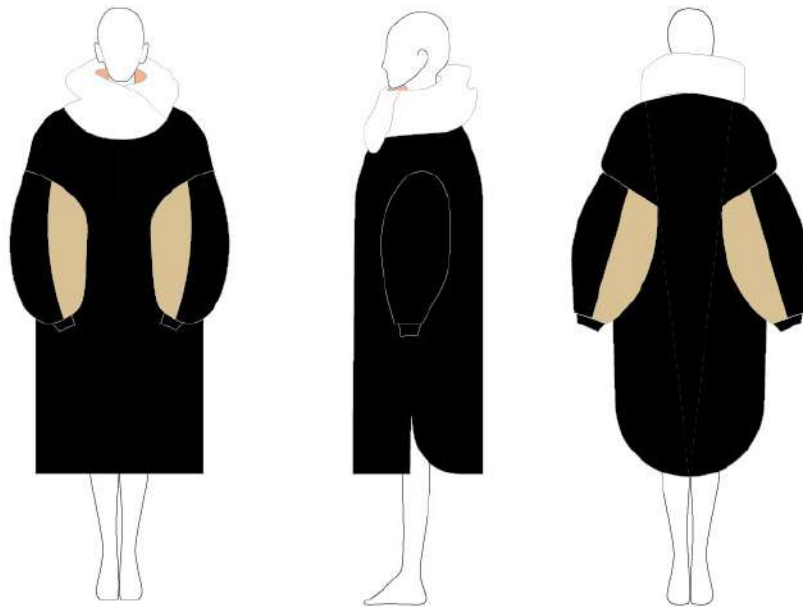
[Figura 31]  
Foto: Vicente Valdés (2020).

#### Carta cromática



[Figura 32] Ilustración Cóndor chileno de la "Serie abstractos" de BAKÓ.

## Dibujos técnicos



## Patronaje



Una vez diseñada la prenda se procede a realizar el patronaje, al ser una cualidad el poseer distintas piezas de diferentes colores se debe especificar qué tela va en qué parte.

Este molde se realizó a partir de un poleron deportiva oversize, se tomó de referencia en cuanto a medidas de espalda y largo de mangas, se generaron las piezas dividiendo según el diseño propuesto. El largo fue determinado por el molde de un abrigo. Para el cuello se realizaron pruebas de calce hasta lograr lo propuesto.

## Propuesta

Es el diseño de mayor tamaño de la colección, este se inspira en el ave volador más grande. Se buscó mediante la propuesta generar una prenda majestuosa, donde el cuello fuese el atractivo principal, en el interior de este se usó tela rosada para crear la sensación de piel del animal.

Las mangas se dividen según la descripción de las alas, siguiendo el orden del plumaje primario negro y luego blanco hueso en las plumas secundarias.

\*La colección mantiene el uso de mangas aglobadas simulando alas, estas son ajustadas al final de las extremidades por cordones y un pasador ajustable.

\*La colección mantiene el uso de corte asimétrico en la parte inferior de las prendas, la pieza trasera tiene una terminación curva que simula la cola del animal.

## Confección



Ya realizado el patronaje se procede a cortar y confeccionar. Para las muestras sólo se utilizó maquina recta, para el producto final se debiese usar overlock en las terminaciones internas.

Se unieron las piezas de cada manga, para después unir las al cuerpo previamente conectado (pieza delantera con trasera).

El cuello se compone de dos piezas, ambas de igual forma pero de diferente color de tela.

Es la última unión a coser junto al cuerpo.

## 5. LOICA

(*Leistes loyca*).

Ave fácil de identificar por su gran mancha rojo vivo en el pecho, cuello y abdomen. Cabeza pardo oscuro. Franja notoria superciliar blanca con rojo hacia la frente. Lomo y cola pardo oscuro. Alas café con pardo oscuro y doblez rojo. La hembra como el macho, pero con superciliar y cuello blanquecino, pecho y abdomen rojo pálido.

Habita preferentemente en el suelo de terrenos bajos y húmedos. Hacia la cordillera. Desde Atacama a Magallanes.



[Figura 33]  
Foto: Vicente Valdés (2020).

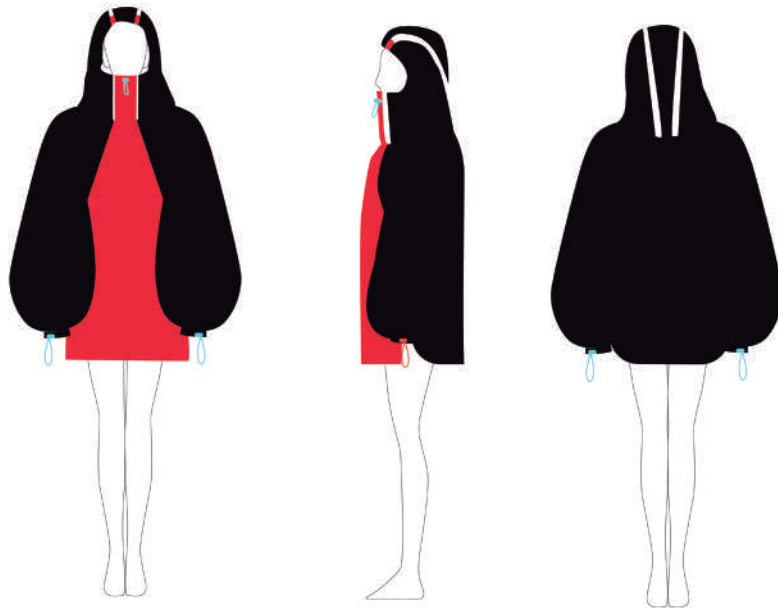
## Carta cromática



[Figura 34] Ilustración Loica de la "Serie abstractos" de BAKÓ.



## Dibujos técnicos



## Patronaje



Una vez diseñada la prenda se procede a realizar el patronaje, al ser una cualidad el poseer distintas piezas de diferentes colores se debe especificar qué tela va en qué parte.

En este molde se tomó de referencia el molde anteriormente diseñado para el Martín pescador. Se realizaron modificaciones en el largo y terminación inferior de la prenda.

Se creó el diseño de la capucha mediante la descomposición de un poleron oversize con gorro, al cual se le agregaron piezas como las franjas verticales.

## Propuesta

El diseño propuesto es en una prenda de abrigo de grandes proporciones, con manga ranglan y capucha. Esto se basa en la morfología del animal, se aprovecha la manga para enfatizar el pecho rojo vivo y alas negras al igual que el lomo. La capucha cumple con la función de simbolizar la cabeza de la loica, donde se trazan dos franjas verticales de inicio rojo y terminación blanca. El cuello alto sigue la lógica de la garganta del ave, según sus colores.

\*La colección mantiene el uso de mangas aglobadas simulando alas, estas son ajustadas al final de las extremidades por cordones y un pasador ajustable.

\*La colección mantiene el uso de corte asimétrico en la parte inferior de las prendas, la pieza trasera tiene una terminación curva que simula la cola del animal.

## Confección



Ya realizado el patronaje se procede a cortar y confeccionar. Para las muestras sólo se utilizó maquina recta, para el producto final se debiese usar overlock en las terminaciones internas.

Primero se unieron las piezas, mangas, cuerpo delantero y cuerpo trasero. Se realizó la capucha aparte, la cual se compone de 10 piezas. Estas fueron unidas para posteriormente ser enlazadas con el cuerpo listo. La capucha además posee un cuello alto.

## 6. PEQUÉN

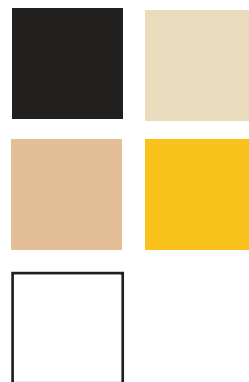
(*Athene cunicularia*).

Es la menos nocturna de las aves rapaces de este tipo, volando ágilmente tanto de día como de noche. Habita en terrenos arenosos de la zona costera y faldeos poco vegetados de la precordillera. De Pica a Valdivia. Su plumaje de color café terroso con manchas blanquecinas, más gruesas en el cuerpo. Línea blanca desde la zona basal del pico hasta los auriculares, semejante a un antifaz. Intensos ojos amarillos. Pico corto y ganchudo.



[Figura 35]  
Foto: Héctor Gutiérrez (2020).

### Carta cromática



[Figura 36] Ilustración Pequeño de la "Serie abstractos" de BAKÖ.

## Dibujos técnicos



## Patronaje



Una vez diseñada la prenda se procede a realizar el patronaje, al ser una cualidad el poseer distintas piezas de diferentes colores se debe especificar qué tela va en qué parte.

Se generó el molde siguiendo el patrón de de una chaqueta de mezclilla oversize. Se realizaron modificaciones en la división de piezas, generando cortes que forman al ave.

## Propuesta

La propuesta consiste en una chaqueta oversize, donde la espalda mediante cortes de piezas geométricas forman la mirada del pequén. Esta prenda se inspira directamente en la ilustración de Bakō, creando una abstracción de esta más el animal. Es la prenda de abrigo de la colección de mayor dificultad en cuanto a confección, ya que contiene muchas piezas pequeñas y variadas. Se aprovechó el diseño de las chaquetas estilo "vaqueras" de mezclilla, para la creación de la espalda.

Se diseñan dos bolsillos a los extremos inferiores de la parte delantera, simbolizando las manchas en el plumaje del pequén.

\*La colección mantiene el uso de mangas aglobadas simulando alas, estas son ajustadas al final de las extremidades por cordones y un pasador ajustable.

## Confección



Ya realizado el patronaje se procede a cortar y confeccionar. Para las muestras sólo se utilizó maquina recta, para el producto final se debiese usar overlock en las terminaciones internas.

Primero se unieron las piezas traseras, luego esta al estar lista se enlazó con la parte delantera, siguiendo con las mangas y por último se generó un cuello de doble tela y además con uso de entretela, para crear rigidez en la pieza.

## 7. SIETE COLORES

(*Tachuris rubrigastra*).

Una de las aves más hermosas de nuestra fauna nativa. De pequeño tamaño, pero de mayor variación de colores entre todas las especies chilenas. Tiene una corona negra con una línea central roja entre dos franjas amarillas. En ambos lados de la cara un triángulo azulado desde el pico hasta las auriculares. Cuello delantero blanco. Pecho y abdomen amarillo divididos por una banda negra en el medio. Lomo verde. Alas negras y grisáceas con una línea diagonal blanca. Patas y pico negro. Ojos celestes.

Esta despampanante ave se ubica desde Atacama a Aysén, en zonas de aguas bajas entre totoras y juncos.



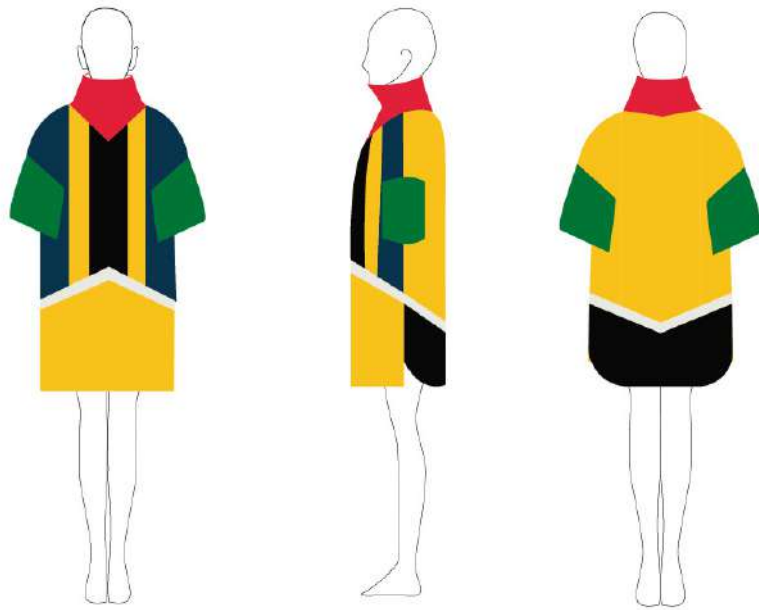
[Figura 37]  
Foto: Vicente Valdés (2020).

## Carta cromática



[Figura 38] Ilustración Siete colores de la "Serie abstractos" de BAKÖ.

## Dibujos técnicos



## Patronaje



Una vez diseñada la prenda se procede a realizar el patronaje, al ser una cualidad el poseer distintas piezas de diferentes colores se debe especificar qué tela va en qué parte.

Se diseñó el molde sobre el maniquí, mediante medidas y divisiones, se crearon las piezas delanteras, para luego guiar la pieza trasera.

Se genera un molde aparte para el cuello de puño, este tiene una terminación en v.

## Propuesta

Se diseña esta prenda en función a una de las aves con mayor variedad de colores. En la parte delantera se alude a la parte superior del animal, desde el pecho hacia la cabeza. Esta se compone de variadas piezas verticales, cuello de puño rojo vivo y mangas cortas verdes. En cambio, la parte trasera se inspira en el cruce de las alas del siete colores.

\*La colección mantiene el uso de corte asimétrico en la parte inferior de las prendas, la pieza trasera tiene una terminación curva que simula la cola del animal.

\*La colección mantiene el uso de cuello de puño alto.

## Confección



Ya realizado el patronaje se procede a cortar y confeccionar. Para las muestras sólo se utilizó maquina recta, para el producto final se debiese usar overlock en las terminaciones internas.

Se unen las piezas verticales de la parte delantera, para así unir las con la parte inferior delantera, se realiza un trabajo minucioso para la perfecta unión de las franjas diagonales traseras y delanteras. Por último se calza el cuello con el cuerpo.

## 8. PINGÜINO PAPÚA

(*Pygoscelis papua*).

Ave no voladora que se adapta perfectamente para vivir en las frías aguas del hemisferio sur, por lo que es un eficiente nadador. Se alimenta de peces pequeños del continente antártico. De cuerpo robusto y alas altamente modificadas, sin largas plumas para volar, poseen una paleta tiesa cubierta de pequeñísimas plumas duras, que usan para nadar.

Lomo negro, abdomen y pecho blanco. Una mancha blanca irrumpe en el negro de su cabeza, actuando como la unión de sus ojos. Pico y punta negra; laterales rojos anaranjados.



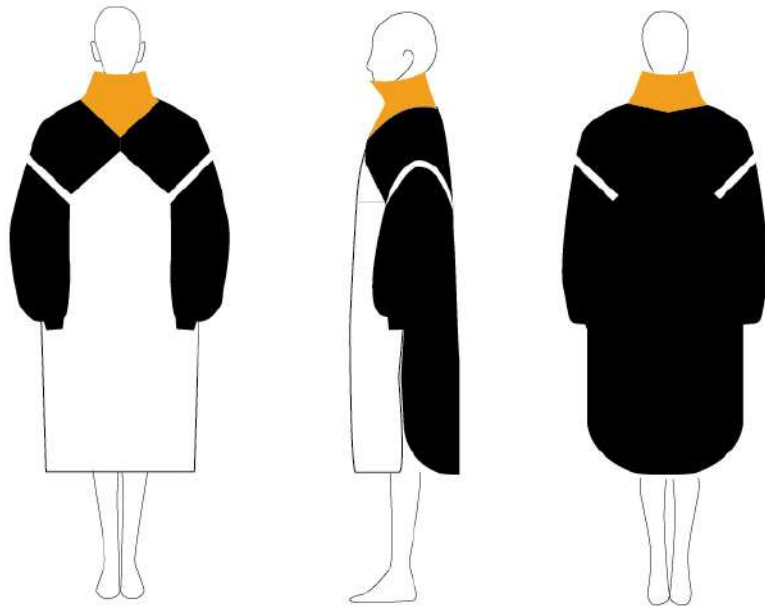
[Figura 39]  
Foto: Pablo Cáceres (2020).

### Carta cromática



[Figura 40] Ilustración Pingüino papúa de la "Serie abstractos" de BAKÓ.

## Dibujos técnicos



## Patronaje



Una vez diseñada la prenda se procede a realizar el patronaje, al ser una cualidad el poseer distintas piezas de diferentes colores se debe especificar qué tela va en qué parte.

Se usaron moldes ya diseñados para la creación de este. Para el cuerpo se reutilizó el patrón del Martín pescador, modificando el largo de la prenda. Para el cuello se usó el patrón del siete colores.

## Propuesta

Se propone una prenda de abrigo de gran tamaño, según la morfología del animal. Además se crea una evidente representación de este, destacando la mancha blanca característica del pingüino papúa como una franja bajo los hombros de la pieza.

\*La colección mantiene el uso de corte asimétrico en la parte inferior de las prendas, la pieza trasera tiene una terminación curva que simula la cola del animal.

\*La colección mantiene el uso de cuello de puño alto.

\*La colección mantiene el uso de mangas aglobadas simulando alas, estas son ajustadas al final de las extremidades por cordones y un pasador ajustable.

## Confección



Ya realizado el patronaje se procede a cortar y confeccionar. Para las muestras sólo se utilizó maquina recta, para el producto final se debiese usar overlock en las terminaciones internas.

Se unieron las piezas, manga ranglan con cuerpos delantero y trasero, para luego seguir con la conexión del cuello de puño en escote en v. Por último, se agregaron dos franjas blancas en las extremidades, estas están unidas sobre las mangas.

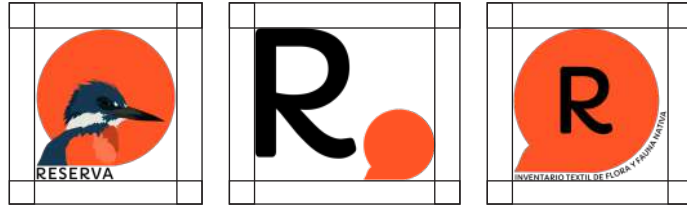
## IDENTIDAD DE MARCA

### Tipografía

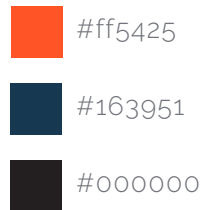
#### CAPRIOLA REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
 1234567890  
 ¿?;!@#]/@\<-{-}|}¢¥+÷x=>\$%'^()\*~:;,.\*

### Variaciones de logo y área de protección



### Carta cromática



### Manifiesto

Reserva es una marca de indumentaria athleisure que busca proponer un estilo de vida urbano y consciente con el ecosistema, a través de la comprensión de a quienes se diseña. La marca actúa según sus 4 pilares valóricos:



Dar condiciones justas a los trabajadores que estuvieron involucrados en la creación de las prendas.



Nuestros productos aportan a causas de cuidado ambiental.



Algodón 100% orgánico: Prendas más suaves libres de químicos, pesticidas y fertilizantes. Procesos de producción sin tóxicos ni metales pesados.



Queremos que nuestras prendas te den seguridad y libertad. No se identifican con un género ni con tallas.



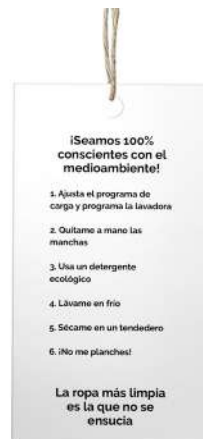
## Diseño de etiqueta



[Figura 41] Etiqueta de prenda "Flamenco chileno" por tiro y retiro. Elaboración propia.



[Figura 42] Etiqueta de prenda "Martín pescador" por tiro y retiro. Elaboración propia.



[Figura 43] Segunda etiqueta en papel vegetal, cuidados de la prenda. Elaboración propia.

La etiqueta principal contiene en su derecho el logo de la marca "Reserva" y sobre ella el logo de Bakö, ya que con ella viene una pequeña postal de la serie abstractos del ilustrador, la cual concuerda con la prenda escogida y en su revés una pequeña información del ave. Además se expone el manifiesto de la marca tras la etiqueta.

Una segunda etiqueta contiene los cuidados que se deben dar a la prenda.

## Packaging



[Figura 44] Packaging de Reserva.  
Elaboración propia.

El packaging es una mochila de tela con cordones, la cual contiene el logo de la colección impreso en su centro. Se pensó para que fuese reutilizada por el usuario, siguiendo con la línea consciente de la marca. Además de generar publicidad, mediante la segunda vida y por ende futuros traslados de la mochila Reserva.

# PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA

## Look book

Fotografía: Fotoshop estudio

Producción: Trinidad Bazán

Asistente de vestuario: Victoria Tirapeguy

Asistente de fotografía: Leonor Calvo

Modelos: Elisa Román y Matías Calvo



RESERVA / Colección: Aves nativas / Prenda: Cachudito





RESERVA / Colección: Aves nativas / Prenda: Cóndor





RESERVA / Colección: Aves nativas / Prenda: Loica







RESERVA / Colección: Aves nativas / Prenda: Pequén





RESERVA / Colección: Aves nativas / Prenda: Flamenco chileno





RESERVA / Colección: Aves nativas / Prenda: Martin pescador





RESERVA / Colección: Aves nativas / Prenda: Pingüino papúa







RESERVA / Colección: Aves nativas / Prenda: Pingüino papúa





## PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA

### Fotos urbanas

Fotografía: Sofia Eluani

Producción: Trinidad Bazán

Modelos: Oscar Ortega e Isidora Bilbao





RESERVA / Colección: Aves nativas / Prenda: Cachudito

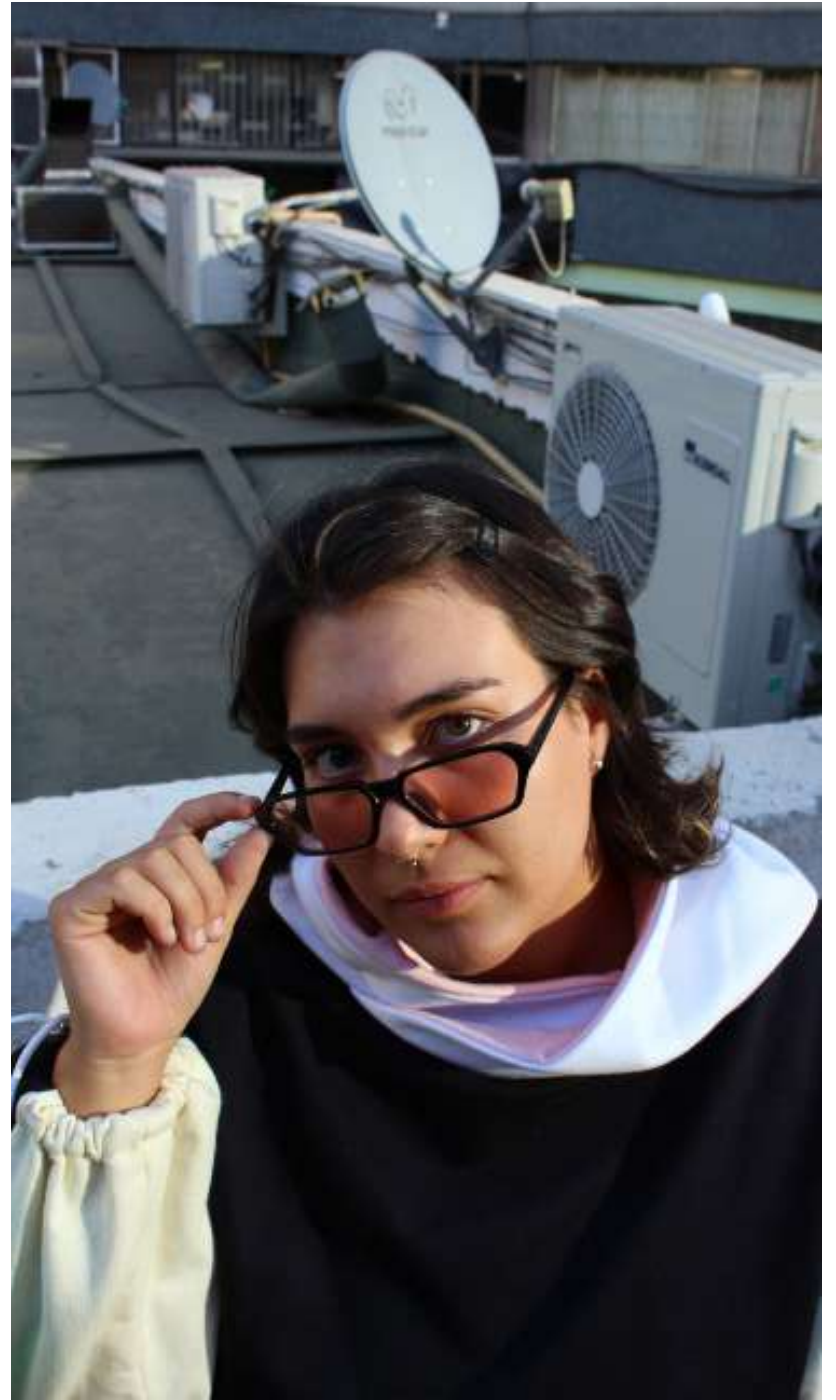




RESERVA / Colección: Aves nativas / Prenda: Cóndor







RESERVA / Colección: Aves nativas / Prenda: Loica





RESERVA / Colección: Aves nativas / Prenda: Pequén





RESERVA / Colección: Aves nativas / Prenda: Flamenco chileno





RESERVA / Colección: Aves nativas / Prenda: Martín pescador







RESERVA / Colección: Aves nativas / Prenda: Pingüino papúa





RESERVA / Colección: Aves nativas / Prenda: Siete colores





**V.**

# IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO

## INSTAGRAM

@reserva\_inventariotextil

El objetivo principal de Reserva, es concientizar mediante la entrega de información didáctica y la venta de indumentaria athleisure, la inmensa variedad de especies nativas en Chile. Por lo tanto, una parte fundamental de este proyecto es la manera en que este se muestra y se da a conocer. Como se mencionó anteriormente este proyecto esta dirigido a personas que pertenecen a la generación joven, informada y políticamente activa por medio de las herramientas de conectividad que les han entregado las redes sociales. Es por esto que se decidió como primera instancia de difusión del proyecto mostrarlo a través de un instagram, y de esta manera llegar de forma rápida y fácil a su público objetivo. En esta plataforma se muestran tanto las fotos de campaña, de aves, paisajes chilenos y se informa sobre flora y fauna nativa.

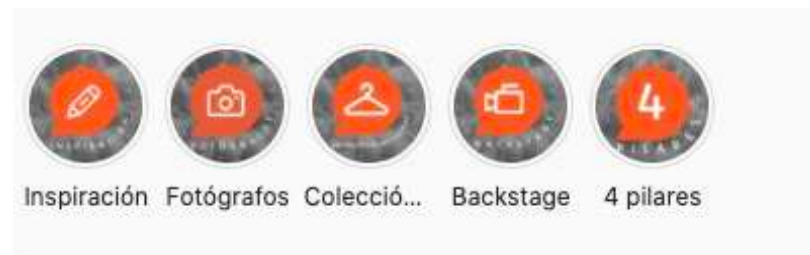
### Historias destacadas

Se dividen en 5 secciones que expresan más detalles de la marca.

1. Inspiración: En esta sección se exponen cuentas que han sido de inspiración para Reserva y que también pudiesen serlo para el usuario.
2. Fotógrafos: Se publican fotografías de flora y fauna nativa, la marca intercambia el uso de estas imágenes por recomendarlos y etiquetarlos. Se establece un vínculo entre cuentas con un mismo fin, propiciar el patrimonio natural de Chile.
3. Colección 2021: Se subieron las fotos de estudio de la colección "Aves nativas".



[Figura 45] Instagram de Reserva.  
Elaboración propia.



[Figura 46] Historias destacadas  
Elaboración propia.



4. Backstage: Se suben fotos de los procesos fotográfico de la marca.
5. 4 pilares: Se expone el manifiesto de la marca.

## Feed

El feed, a la fecha, se divide en 5 importantes categorías:

1. Primera categoría: Tres publicaciones, que corresponden al lanzamiento de la marca, la finalidad de estas es captar la atención del usuario y explicar brevemente de que se trata el proyecto.
2. Segunda categoría: Nueve publicaciones, estas buscan informar al individuo, entregando información sobre el ave nativa y la colección 2021.
3. Tercera categoría: Dos bloques de nueve posts cada uno, en el primero, fotos de la colección en un contexto urbano y el segundo se compone de 9 publicaciones que forman una gran fotografía en el feed.
4. Cuarta categoría: Nueve fotos de estudio, donde se pueden ver las prendas con mayor detalle.
5. Quinta categoría: Tres publicaciones, una foto de la prenda y dos que forman una fotografía del ave, con la finalidad de crear el vínculo explícitamente.



Escanear el código qr para acceder al instagram de Reserva.



[Figura 47] Feed Reserva. Elaboración propia.



[Figura 48] Primera categoría.  
Elaboración propia.



[Figura 49] Segunda categoría.  
Elaboración propia.



[Figura 50] Tercera categoría / Primer bloque.  
Elaboración propia.



[Figura 51] Tercera categoría / Segundo bloque.  
Elaboración propia.



[Figura 52] Cuarta categoría.  
Elaboración propia.



[Figura 53] Quinta categoría.  
Elaboración propia.

# Modelo de negocio

## Canvas

<p><b>Aliados Clave</b></p> <p>Proveedores peruanos de algodón Pima</p> <p>Modelos</p> <p>Costurera y modista</p> <p>Ilustradores de Fauna y Flora nativa</p> <p>Diseñadores y productores de moda</p> <p>Fotógrafos dedicados a la moda</p> <p>Revistas y blogs de moda</p> <p>Diseñadores gráficos para contenidos de redes sociales</p>	<p><b>Actividades Clave</b></p> <p>Diseño y producción de indumentaria Athleisure</p> <p>Abstracción de los animales escogidos para la colección</p> <p>Difusión rrss</p> <p>Diseño de identidad (logo, etiqueta de ropa, packaging, manifiesto de la marca)</p>	<p><b>Propuesta de Valor</b></p> <p>Diseñar un “nuevo vestir” que responda a las necesidades de las nuevas generaciones urbanas, defensores de su identidad y consientes con el patrimonio natural.</p> <p>Dar condiciones justas a los trabajadores que estuvieron involucrados en la confección de las prendas</p> <p>Productos aportan causas de cuidado ambiental</p> <p>Prendas mas suaves libres de químicas, pesticidas y fertilizantes. Procesos de producción sin tóxicos ni metales pesados</p>	<p><b>Relación con el Cliente</b></p> <p>Interacción y respuestas a mensajes vía Instagram, mailing y WhatsApp.</p> <p>Generar comunidad, que entrega contenido de valor dentro de instagram usando el hashtag (#nativos), publicaciones de ellos y repost de fotos</p> <p>Entregar información y concientizar al usuario sobre la conservación de nuestras especies nativas</p> <p>Autoservicio dentro del sitio web</p>	<p><b>Segmentos de Clientes</b></p> <p>Generación joven, informada y políticamente activa.</p> <p>Personas que priorizan la comodidad y practicidad al vestir.</p> <p>Quienes presentan un interés único y especial por la flora y fauna nativa</p> <p>Personas que aprecian el arte chileno</p> <p>Interesados en el diseño de autor local y/o sostenible</p>
	<p><b>Recursos Clave</b></p> <p>Comunidad de marca (Instagram, en un futuro mailing y sitio web)</p> <p>Programador sitio web</p> <p>Colaboración con ilustradores de fauna y flora nativa</p> <p>Donación a ONG dedicada al cuidado ambiental</p> <p>Asesoría de moldes y acabados</p> <p>Materiales</p>	<p>Indumentaria que aporta seguridad y libertad. No se identifican con un genero ni con tallas.</p>	<p><b>Canales</b></p> <p>Medios sociales Instagram</p> <p>A futuro WhatsApp Sitio web Mailing</p>	
<p><b>Estructura de Costes</b></p> <p>Materiales (tela algodón orgánico Pima)</p> <p>Publicidad pagada en Instagram (SEM)</p> <p>Packaging reutilizable</p> <p>Colaboradores del proceso</p> <p>Impuestos</p> <p>Gastos dentro el lugar de estudio</p> <p>Programador sitio web</p>		<p><b>Estructura de Ingresos</b></p> <p>Venta de prendas de ropa mediante sitio web e Instagram:</p> <p>Transbank</p> <p>Transferencia bancaria</p> <p>Paypat</p> <p>Mach</p>		

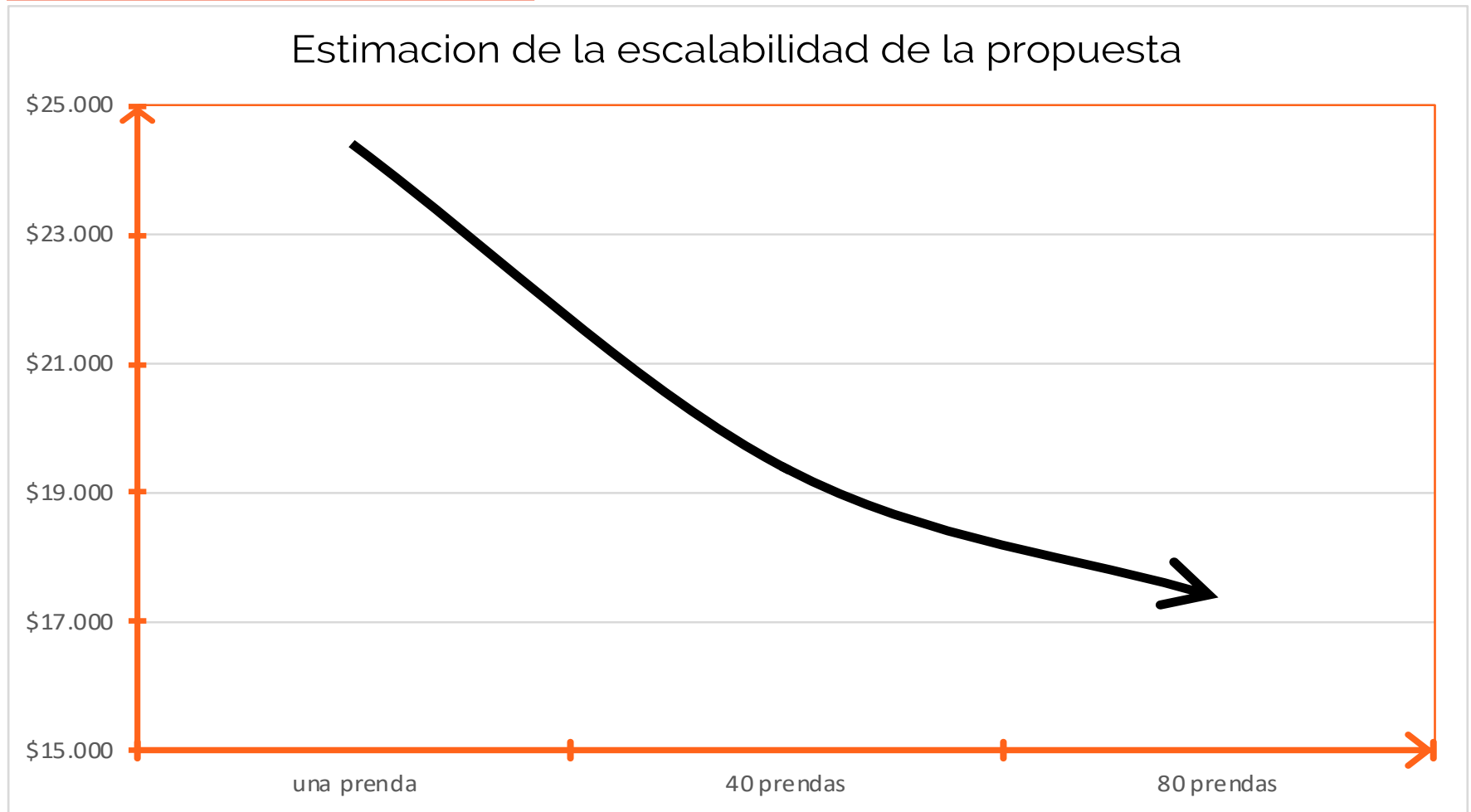
[Figura 54] Modelo canvas.  
Elaboración propia.

### Proyecciones y escalabilidad de la marca

Se propone una escalabilidad que potencie el desarrollo local de la producción de las prendas

Cant. de prendas	Costo unitario
Una prenda	\$ 24,363
40 prendas	\$ 19,363
80 prendas	\$ 17,363

Costo unitario inicial (con iva)	
Materiales de confección (promedio)	\$ 6,500
Etiquetas	\$ 700
Packaging	\$ 2,163
Manufactura	\$ 15,000
TOTAL	\$ 24,363



[Figura 55] Gráfico proyección de producción. Elaboración propia.

### Proyecciones

A futuro se busca generar nuevas colecciones relacionadas con la concientización ambiental, al igual que "Aves nativas" se desarrollarán 8 diseños inspirados en especies nativas. Se mantendrán la iniciativa de seguir colaborando con ilustradores chilenos relacionados con el medio ambiente y generar vínculo con ONGs o fundaciones en ayuda ecológica.

Se estudiará el uso de nuevos materiales conscientes, reciclados y reutilizados, avanzando hacia una marca cada vez mas sustentable. Además se busca conformar un equipo de trabajo bajo las reglas de comercio justo.



[Figura 56] Logo de la colección "Aves nativas".  
Elaboración propia.



[Figura 57] Supuestos de nuevas colecciones.  
Elaboración propia.



[Figura 58] Supuestos de nuevas colecciones.  
Elaboración propia.



[Figura 59] "Mi BB. Trabaja".  
Foto: Mi mamá.

**VI.**



# **CIERRE DEL PROYECTO**

## Conclusiones

Luego de trabajar en este proyecto llegué a diferentes conclusiones, tanto personales como relacionadas a esta investigación.

En primer lugar, tras el estudio de la indumentaria athleisure y el por qué de su atractivo en las nuevas generaciones, me hizo reflexionar la directa relación entre vestir seguros, sentirnos seguros y transmitirnos seguros al mundo. La importancia de sentir comodidad y confort en la indumentaria te entrega una nueva disposición de cómo afrontar lo externo, es decir, que tú y tu cuerpo se sientan libres, confiados y sin limitantes. Otro punto importante que pude concluir fue el no identificar el vestuario con un género en particular, ya que esto abre millones de posibilidades de las cuales nos hemos privado toda una vida, "libertad" que como nueva generación tanto hemos exigido para sentirnos "nosotros".

En relación al giro que dio el diseño de esta indumentaria en mi proyecto, me hizo reflexionar respecto a la importancia de expresar nuestros intereses e inquietudes mediante ella. Al personificar un ave nativa, le estas regalando un lugar en el inconsciente y en el no tan inconsciente de quien te ve en la prenda, le estas dando visibilidad, estas enseñando sobre nuestro patrimonio natural.

Fue aquí donde el proyecto se volvió personal, mi "desde siempre" conexión con la naturaleza se convirtió en el incentivo principal del desarrollo de esta investigación.

Al involucrarme en este "Mundo", el de las Aves nativas, conocí ilustradores, fotógrafos, escritores y un sin fin de personas de las cuales quiero seguir aprendiendo. Me hizo sentir acompañada y

lo más importante, confiar en que están las ganas de aprender y dar a conocer nuestra flora y fauna nativa.

Descubrí mi entrada a un universo inmenso de eterno aprendizaje, en el cual estoy muy segura de querer seguir y me resulta más emocionante si logro despertar esto mismo en más personas.

Por otra parte, durante el proceso de diseño de la colección ,se planeaba delegar a modistas y costureras las tareas de corte y confección. Pero algo, que no sé con exactitud qué, me dio la confianza en que lo podría realizar. El pensar y diseñar la colección, me dio la seguridad que el proceso de construcción sería mi propio proceso de titulación, y así fue. Disfrute cada corte y costura, al ver las prendas terminadas, al escuchar los comentarios positivos de los modelos, recibir el apoyo y elogio de mis cercanos, me hizo sentir lista. Lista para esta nueva etapa como diseñadora.

## Referencias bibliográficas

Calvo, S.. (2016). El nuevo vestir. Chile: Ril editores.

Cámara de Comercio de Santiago. (2020). Indicadores de ventas del comercio canal online a través de tarjetas, crédito, y débito en Chile, Semestre 2020. Santiago CDC.

Diana. (2012). ¿Qué es una reserva natural?. abril 27, 2012, de conciencia eco Sitio web: <https://www.concienciaeco.com/2012/04/27/que-es-una-reserva-natural/>

Febles, M. (2004) Sobre la necesidad de la formación de

Han, B.. (2019). Loa a la tierra. Berlín: Heder.

LipUC. (2015). Metodología. junio 26, 2020, de Laboratorio de innovación pública Sitio web: <http://www.lipuc.cl/metodologia/>

Luna,P.(2020). Hip Hop, moda de calle. junio 26, 2020, de código malva Sitio web: <http://codigomalva.com/2020/03/30/hip-hop-moda-de-la-calle-2/>

Milena,S.(2007). La indumentaria como identificador social: una acercamiento a las culturas juveniles. En Católica del norte (8) Pereira: Universidad Tecnológica de Pereira.

Peñalosa, M. López, D.. 2016. La generación de los millennials frente al consumo socialmente responsable. En Cuadernos latinoamericanos de administración (1, 77) Bogotá: Universidad

El bosque.

Raymond, M. (2010) Tendencias. Editorial: Promopress

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, 23.ª ed., [versión 23.4 en línea]. <<https://dle.rae.es>> [02.02.21].

Revista Pudú. (2019). Chile es el país donde más ha crecido la conciencia ambiental. diciembre 14, 2019, de Revista Pudú Sitio web: <https://revistapudu.cl/chile-es-el-pais-donde-mas-ha-crecido-la-conciencia-ambiental/>

Saltzman, A.. (2004). El cuerpo diseñado. Argentina: Paidós.

San Martín, M (2009) El todo en uno del diseñador de moda: secretos y directrices para una buena práctica profesional, Barcelona: Editorial Promopress

Tonkonoff,S.. (2018). Tres movimientos para explicar por qué los pibes chorros visten ropa deportiva\*. En Universidad de Buenos Aires (1, 141) Argentina: Universidad BA.

Una conciencia ambiental. Cuba: Universidad de La Habana, Facultad de Psicología.

Vilella, C (2010) Diseño de accesorios de moda. Editorial Parramon.

Vogel,S.. (2007). Una guía de la moda urbana. España: GG.

## Anexos

### 1. Cuestionario marcas chilenas e indumentaria athleisure.

Abstract del proyecto.

El objeto de estudio de la presente propuesta es la relación del vestir deportivo y su incorporación en la cotidianidad. Se documentan los orígenes e influencias de la tendencia athleisure; la música, las pandillas de barrio y la práctica deportiva, las que surgen como desahogo físico y mental, generando un lenguaje diferenciador y comunicacional en el usuario urbano mediante el vestir deportivo. Esta investigación se ve incentivada en el actual contexto de pandemia, tras el aumento de demanda de ropa deportiva para uso cotidiano, y la previsible proyección de esta tendencia. El proyecto apunta a entregar una oferta contemporánea del vestir deportivo, pero con un mensaje ambiental desde una identidad local. Desde allí busca que sean los mismos usuarios los que contribuyan en la concientización de quienes los rodean, mediante la indumentaria athleisure propuesta como un soporte comunicacional de difusión para el conocimiento de especies de flora y fauna nativa.

\*Athleisure: encuentro entre el rubro deportivo y rubro casual. Vestir atlético por ocio.

Nombre: Diego Norambuena

Cargo: Social Media Creative, fundador marca CANINO.

1. ¿Cómo y cuándo te introdujiste en el mundo de la moda urbana, y cuál fue la iniciativa principal para la producción de este tipo de prendas? (prendas como: buzo, jogger, polerones, etc.)

Canino, es mi introducción al mundo de la moda urbana, su bajada es ser una marca de streetwear y de uso diario, prendas que van en contra de agarrar polvo en el clóset, quiero que los consumidores la utilicen a diario. De ahí nace mi análisis sobre una necesidad que se presentó dado la pandemia sobre este apuro de las masas por estar cómodos en casa, desde ese factor nace mi primera colección All the basics, que era una invitación a estar cómodos pero con un look fresco. También vi un desfase en las multitiendas trajeron tardíamente las tendencias por ejemplo el tie dye, ya pegaba acá hace rato.

2. En relación con la venta de buzos y prendas athleisure de la marca, ¿Notaste algún cambio durante la pandemia? ¿Cuál fue el porcentaje de venta durante la pandemia?

Como mi marca partió en pandemia no tengo como contrastar contra meses sin caos, pero ha sido exponencial, el athleisure viene desde hace varios años ganando terreno en pasarelas de moda, marcas que hoy son mis referencias como Vetements, Off White, Heron Preston, Balenciaga han hecho fortuna del streetwear como un nuevo estilo de vida.

3. ¿Qué proyección ves en tu marca respecto a este tipo de prendas?

Los básicos estarán siempre y me han ayudado a posicionar y crear prendas que puedan estar en el día a día, pero también creo que estoy en proceso de indagar en otros tipos de estampados, confecciones y nuevas colaboraciones, creo que en el hacer en conjunto es lo que hoy se cataloga como IN.

4. ¿Qué características del vestir deportivo y casual crees que son las que captan al usuario?

El usuario quiere adaptabilidad, quiere sentirse cómodo, pero no solo en la ropa sino en lo que lleva puesto. La ropa que llevo puesta me representa? ¿Quién la hizo?, ¿Que defiende esta marca?, la bajada da a que el usuario quiere ser parte de. Estar en contacto con la marca y pertenecer, ahí está la misión que no es fácil, lograr involucrar a los seguidores.

Este cuestionario solo será usado para fines académicos, no se permitirá la reproducción en otra área.

Muchas gracias.

Trinidad Bazán, estudiante de diseño UC.

## Anexos

## 2. Cotización packaging

**FRAILE & CASTRUCCIO YUTE LIMITADA.**

RUT: 76.285.343-4

GIRO: Comercialización bolsas biodegradables

DIRECCIÓN: Manuel Cruzat 2790, Providencia

FONO: (2) 22352005

**COTIZACIÓN N° ####**

FECHA: 24/03/2021

<b>SEÑOR(ES):</b> TRINIDAD ALVAREZ	<b>COMUNA:</b> --
<b>RUT:</b> --	<b>TELÉFONO:</b> --
<b>GIRO:</b> --	<b>CORREO:</b> tralvarezs@udd.cl
<b>DIRECCIÓN:</b> --	<b>TIPO DE DOCUMENTO:</b> --
<b>CIUDAD:</b> --	

**DETALLE DEL PRODUCTO****Bolsa de Algodón 8 onzas tipo mochila 42x38 (cm)**

SKU : BC02C-S 80Z

Color bolsa : Algodón natural

Alto : 42 cm

Ancho : 38 cm

Fuelle : 0 cm

Tipo manilla : Cordón de algodón

Color manilla : Algodón Natural

Largo manilla : 65 cm

Ancho manilla : 2,5 cm

Recubrimiento interior : No

Tamaño : M

Código : 1212

**DETALLE DEL PEDIDO**

100 unidades - Bolsa de Algodón 8 onzas tipo mochila 42x38 (cm)	\$ 81.800
<b>Personalización</b>	<b>\$ 100.000</b>
<small>(Impresión tamaño carta. Cara A: 4 colores, Cara B: Sin impresión)</small>	
<small>Comentarios: S/C</small>	
<b>NETO</b>	<b>\$ 181.800</b>
<b>TOTAL (Incl IVA)</b>	<b>\$ 216.342</b>

Precio neto unitario	\$ 1.818
----------------------	----------

**OBSERVACIONES**

Plazo de producción: 5 a 7 días hábiles

Lugar de entrega: Oficina Yute

Despacho no incluido, costos y plazos no considerados.

Horarios: Lunes a Jueves 10 a 13 hrs y de 14 a 18 hrs,

Viernes de 10 a 13 hrs y de 14 a 16.30 hrs.

Forma de pago: 50% junto a OC y 50% contra.

## Anexos

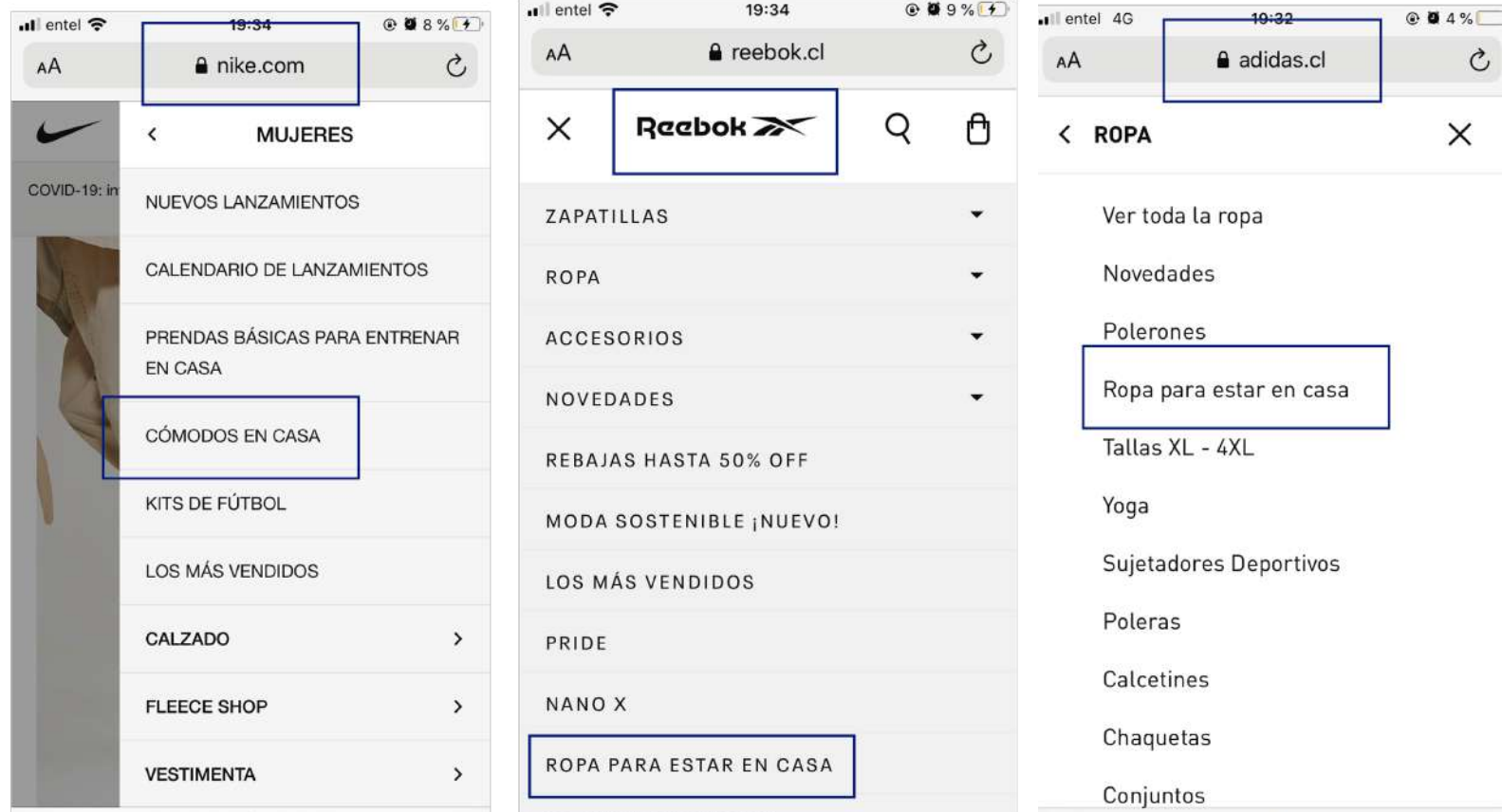
### 3. Fotografías de la colección



Escanear el código qr para acceder a la carpeta con fotografías de Reserva.

## Anexos

## 4. Pandemia



[Figuras 60,61 y 62]  
Screen shot del menú de Adidas, Reebok y Nike.



f

MODA | f

DESCUBRE LO ÚLTIMO EN TENDENCIA

new  
**comfort**

VER ESPECIAL >

VER TODO >



RESERVA





PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

DISEÑO | UC

Pontificia Universidad Católica de Chile  
Escuela de Diseño