



ALMARIO

Armario para atesorar indumentaria



DISEÑO | UC
Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño

ALMARIO

Armario para atesorar indumentaria.

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

Autora: Constanza Javiera Ham Tampier

Profesora Guía: Gabriela Farías

Agosto 2021 | Santiago, Chile



diseño|uc
Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño

Quiero agradecer inmensamente a **Gabriela**, por su apoyo y paciencia para guiar mi disperso cerebro e ideas durante este largo proceso.

A **mi hermano**, por las infaltables maratones de películas de vez en cuando, para desconectarme cuando fue necesario.

Y quienes fueron parte de este proyecto, de una manera u otra y lo hicieron posible.

1 • Introducción	7	6 • Resultados Finales	
Abstract	8	6.1. Renders	77
Formulación del proyecto	9	6.2. Planimetrías	82
2 • Marco Teórico		6.3. Instructivo de armado	88
2.1. Paradoja de la elección	10	6.4. Identidad de marca	93
2.2. Influencia del entorno	13	6.5. Página web	95
2.3. Sobreconsumo y ambiente	16	6.6. Redes sociales	100
2.4. Almacenamiento en el tiempo	19	7 • Cierre	102
2.5. Involucramiento y valor	30	Estrategia comercial	103
2.6. Industria mueblista en Chile	32	Costos del proyecto	108
3 • Problemática y Oportunidad	35	Conclusiones	109
4 • Propuesta de Diseño	39	8 • Bibliografía	112
Formulación del proyecto	40	9 • Anexos	117
Objetivos específicos	41		
Referentes y antecedentes	42		
Contexto	45		
Usuaría	46		
5 • Desarrollo del Proyecto	47		
Metodología de trabajo	48		
Proceso de diseño	51		

1. INTRODUCCIÓN

Muchas mujeres se ven afectadas en el día a día al enfrentarse a su closet, ya sea por desorganización o porque poseen un exceso de prendas, haciendo que la decisión de “¿qué me pongo?”, se vuelva abrumadora, al igual que el proceso de volver a guardar las prendas entre el desorden; transformándose en situaciones causantes de estrés y descontento. Muchas veces se recurre a la compra de nuevas prendas para aliviar la sensación de indecisión y descontento, para volver a sentir que sí se tiene algo para ponerse, lo que a largo plazo no hace nada por resolver la situación, ya que se genera un ciclo: al agregar más congestión al closet, se crea más desorden y menos visibilidad, por lo que las sensaciones de indecisión e insatisfacción vuelven.

Esta solución temporal de comprar nuevas prendas tampoco ayuda al medio ambiente, por la contaminación que genera el sobreconsumo y la industria textil en sí.

Este proyecto busca una revalorización de la indumentaria, creando un cambio en la relación que se tiene con esta a la hora de guardarla, aumentando así su valor sentimental y durabilidad.

El objetivo consiste en diseñar un armario pensado para atesorar las piezas de indumentaria que posee la usuaria, buscando crear un espacio ceremonial para vestir y guardar prendas, ayudar a controlar el número de prendas que se tienen y promover la mantención de la organización en el armario, desalentando así la compra innecesaria de nuevas prendas y fomentando su cuidado, disminuyendo de esta manera el estrés causado por estos factores y facilitando la toma de decisiones al vestir; además del cuidado indirecto del medio ambiente.

QUÉ

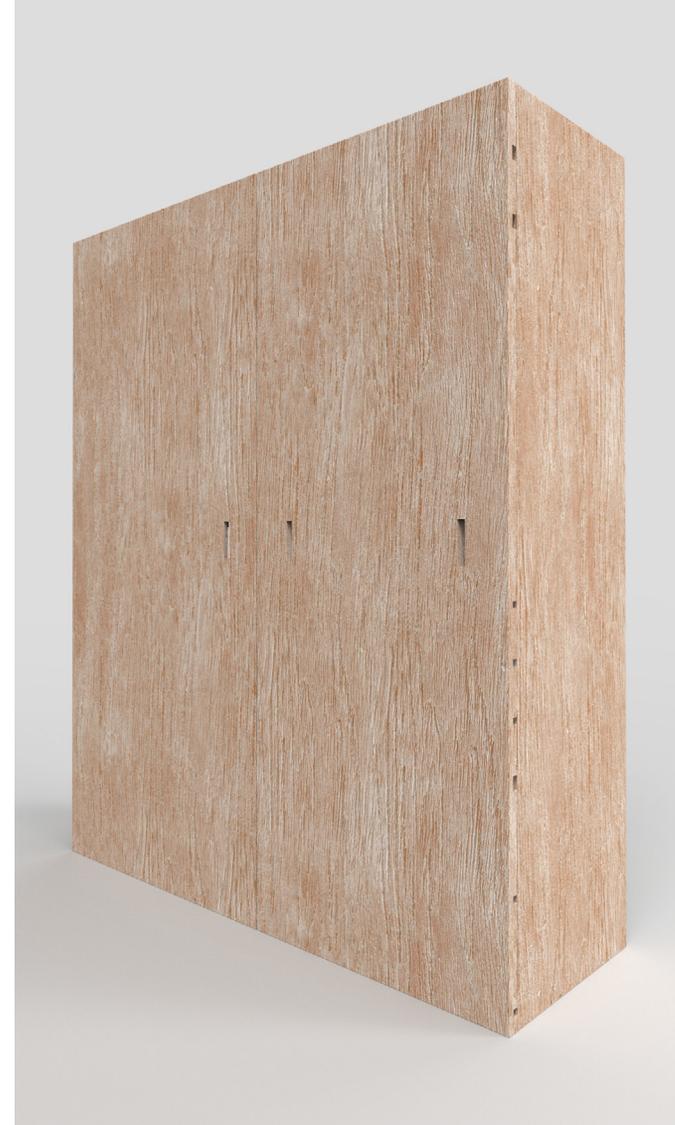
Armario de madera para indumentaria, ergonómico y adaptable, conformado de dos módulos complementarios. Material gráfico informativo distribuido a través de página web y redes sociales.

POR QUÉ

El exceso de indumentaria dificulta tanto la mantención del orden en el closet, como la visibilidad de prendas y su durabilidad, lo que crea un ciclo causante de estrés, descontento y sobreconsumo.

PARA QUÉ

Provocar un cambio en la manera en que las usuarias se relacionan con sus prendas, buscando que el **guardar** se transforme en **atesorar**, logrando que disminuya el estrés y ansiedad provocadas por la interacción con la indumentaria y el closet, y que aumente la satisfacción sobre elecciones al vestir y la vida útil de las prendas.



2.1. LA PARADOJA DE LA ELECCIÓN

El psicólogo Barry Schwartz, presenta un concepto que denomina la *paradoja de la elección*, que como explica en su libro *The Paradox of Choice: Why More Is Less*, 2004, esto ocurre cuando el número de opciones que se tienen para elegir aumenta, por lo que el esfuerzo requerido para tomar una buena decisión aumenta también, lo que hace que el elegir se transforme más en una carga que en algo positivo.

Schwartz (2004) aplica también este concepto al ámbito del closet y la indumentaria, implicando que mientras más opciones se tienen para elegir, más complejo y abrumador se torna el proceso de vestirse cada día.

Esto puede suceder por dos principales causas: arrepentimiento anticipado, el que hace más compleja la toma de decisiones y puede causar parálisis, debido al pensamiento de que "puede haber algo mejor"; y arrepentimiento posterior a la toma de decisiones, el que lleva a encontrar las elecciones,

independiente de cuáles o qué tan buenas estas sean, insatisfactorias.

Como explica Schwartz, al comprar un par de jeans, "Todas estas opciones permitieron que mejorara, pero me sentí peor." Gracias a todas estas nuevas opciones disponibles, las expectativas sobre algo, en este caso un par de jeans, suben considerablemente, ya que al haber tantos, "uno de ellos ha de ser perfecto", y finalmente lo que se elige se vuelve decepcionante al compararse con estas nuevas expectativas creadas (Schwartz 2006).



El arrepentimiento provoca así, no sólo parálisis e insatisfacción, sino también una tendencia al desorden dentro del closet. El tener exceso de prendas, baja la visibilidad que se tiene de estas, y el cambiar múltiples veces entre opciones, sacando y probando las diferentes prendas, que luego deben volver a guardarse, dificulta la mantención del orden dentro del espacio, especialmente si se tienen espacios estrechos.

Al fin y al cabo, el "aferrarse tenazmente a todas estas opciones disponibles para nosotros contribuye a la toma de malas decisiones, ansiedad, estrés, insatisfacción, e incluso depresión clínica." (Schwartz, 2004).

2.2. EL ENTORNO EN EL ESTADO PSICOLÓGICO

Robert Lane (2001), explica en su texto *The Loss of Happiness in Market Democracies*, "la tasa de depresión clínica grave se ha más que triplicado durante las dos últimas generaciones y ha aumentado quizás en un factor de diez entre 1900 y 2000." (citado por Schwartz, 2004), y según cifras de la Organización Mundial de la Salud, trastornos de salud mental afectan aproximadamente a unos 450 millones de personas y al 10% de la población mundial adulta (citado por Fuentes-Barría, González y Aguilera, 2020).

Sólo en Chile, según datos de la Encuesta Nacional de Salud del 2019, "una de cada cinco personas ha tenido una enfermedad mental durante el último año." (F.M.U.C., 2019). Y en cuanto a depresión específicamente, los mismos estudios muestran que un 6% de la población ha tenido esta enfermedad diagnosticada ese año. Si bien, a través de un estudio realizado por Schwartz (2004), se determinó que

no había una diferencia en relación a la tendencia maximizadora (tener la certeza de que la decisión tomada fue la mejor que se pudo haber tomado) entre hombres y mujeres, son estas últimas quienes llevan la delantera en términos de consumo, "puesto que 80% de las decisiones de compra del hogar las toman las mujeres." (Carosio, 2008), lo que las lleva a ser abrumadas por más opciones, más sobreconsumo, más exceso y más desorden.

Así mismo, otros estudios sugieren que son las mujeres las que se ven más afectadas de manera negativa por el desorden, ya que son más propensas a notar que algo está fuera de lugar. Se afirma también que los hombres tienden a ver las cosas de manera individual, mientras que las mujeres las ven con contexto (Moss, 2014), de lo que se puede desprender, aterrizándolo al ámbito del closet, que si este está desordenado, la mujer se verá más afectada de manera negativa que el

hombre, a pesar de que ambos puedan afirmar que existe desorden.

Otra encuesta, que ahonda en cómo la interacción con el closet afecta a las mujeres (ClosetMaid, 2016), concluyó que, de un universo de mil mujeres, el 10% de ellas se sienten deprimidas al abrir su closet, 44% no puede encontrar algún ítem al menos una vez al mes y a 47% les complica elegir un atuendo antes de salir.

Por lo tanto, y retomando el concepto de la tendencia maximizadora, "no es una exageración decir que nuestro sentido más fundamental de bienestar depende de manera crucial de nuestra habilidad para ejercer control sobre nuestro entorno y de reconocer que lo hacemos." (Schwartz, 2004), pero cuando este entorno se ve alterado por un exceso abrumador de opciones y desorden que dificulta la visibilidad de estas, las implicancias negativas que surgen son altas e inquietantes, por lo que "tener el control es de

crucial importancia para el bienestar psicológico" (Schwartz, 2004).

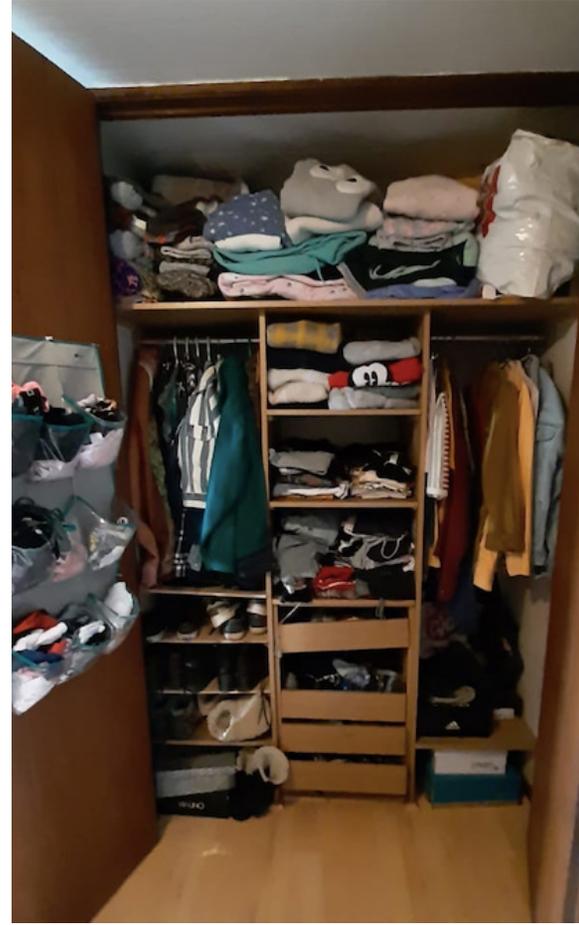


Imagen 3. Closet usuaria. Elaboración propia, 2021

2.3. SOBRECONSUMO Y EL MEDIO AMBIENTE

En la sociedad actual, existe una gran tendencia al sobreconsumo, lo que se ve potenciado por movimientos como el fast-fashion y la cultura de lo desechable, que inevitablemente disminuyen la vida útil de los productos, ya sea por obsolescencia funcional, que se refiere al final de la vida útil del objeto, relacionado a su durabilidad física; o psicológica, que se refiere a la durabilidad que los objetos tienen dependiendo del apego emocional que el usuario tenga con dichos objetos (Chapman, 2009).

Esto resulta en una desconexión emocional entre los usuarios y sus pertenencias, debido a la baja expectativa que se tiene sobre su durabilidad y lo rápido y fácil que pueden ser reemplazadas; además de un devastador impacto ecológico, al fomentarse estos comportamientos de compra excesivos y derrochadores (Chapman, 2009).

De acuerdo con un reporte emitido

por la Organización de las Naciones Unidas (2019), la industria de la moda es una de las que más contribuye a la contaminación del medio ambiente.

Habiendo duplicado la producción de ropa entre los años 2000 y 2014, esta industria es responsable de cerca del 20% del desperdicio global de agua, del 10% de las emisiones de gases de efecto invernadero, y de toneladas de desechos textiles que son enterrados o quemados a diario. (ONU, 2019).

En el caso de Chile, los números de consumo se disparan con la llegada de Hennes & Mauritz (H&M) al país, siendo este el país que hubo generado más ingresos por tienda en el mundo, según un reporte anual de retail sueco, incrementando en un 97% los ingresos de la compañía durante el año 2016 (citado por Editorial La República S.A.S., 2017). Y en el caso del 2019, a pesar del estallido social ocurrido en Chile, considerando el cierre intermitente de tiendas y la reducción de horarios por

contingencia en transportes; hubo un 20% de crecimiento de ingresos por ventas (El Mercurio, 2020).

Esta llegada de cadenas de retail a los centros comerciales en Chile, significó el acceso, cada día más fácil, a indumentaria (y muchos otros bienes) a un muy bajo precio, quedando al alcance de un grupo más amplio de la



población, apuntando ya no sólo a un público de clase socioeconómica más alta, sino también a este nuevo segmento de mercado que es la clase media (Diario Financiero, 2020).

En este creciente nicho se adquiere un “nuevo poder adquisitivo”, que está directamente relacionado a un menor ahorro y mayores tasas de consumo, lo que los expone a nuevas formas de vulnerabilidad asociadas a la expansión del mercado, de crédito y endeudamiento y por otro lado los compensa falsamente, como se explicó anteriormente, con “el aumento de las posibilidades de elección” (Ariztía, 2016), agregando además que lo que consumen, son en general elementos de baja calidad, por lo que su vida útil no es muy duradera, especialmente si no se tiene el conocimiento o espacio para impedir que así sea, en el caso de la indumentaria en el closet.

2.4. EL ALMACENAMIENTO EN EL TIEMPO



ARCONES

Durante las diferentes épocas de la historia, las costumbres en cuanto a vestimenta han influido directamente en la forma en que esta se almacena, su trato y durabilidad.

En la cultura europea, el almacenamiento se inicia con el uso de arcas o arcones, representativos de la época medieval. Estos baúles estaban destinados al almacenaje de las "propiedades más valiosas de la casa, por estar dotados de cerraduras o herrajes; al igual que para guardar aquellos bienes que podrían estropearse o ensuciarse, como

vestidos, lienzos, telas o brocados." (Hernando-Sebastián, 2008).

Fueron el mueble más importante hasta inicios del siglo XVI, al ser una época marcada por la inseguridad y por tendencias más bien nómades, por lo que era fundamental tener almacenamiento seguro y de fácil transporte (Patiño, 2010).



CÓMODAS

Las arcas fueron siendo reemplazadas de a poco, sobre todo por la aristocracia francesa, por la cómoda.

Estas se crearon como una evolución del arcón, agrandando su tamaño e integrando patas y cajones, por lo que permitían guardar una mayor cantidad de prendas y otros objetos de manera más organizada (Anderson, 2020).



ARMARIOS

Cuando la cantidad de ropa que poseían las personas fue aumentando aún más, también lo hizo la necesidad por espacios de almacenamiento de mayor tamaño. Es por esto que luego surge el armario. Si bien este método de almacenaje ya era utilizado desde la época romana, no se utilizaba para guardar vestimenta, sino que, como el nombre lo sugiere, para contener armas y armaduras, y en ocasiones, para otros objetos delicados como retratos de cera y libros (Sánchez-Cascado, F. 2018).



ARMARIOS

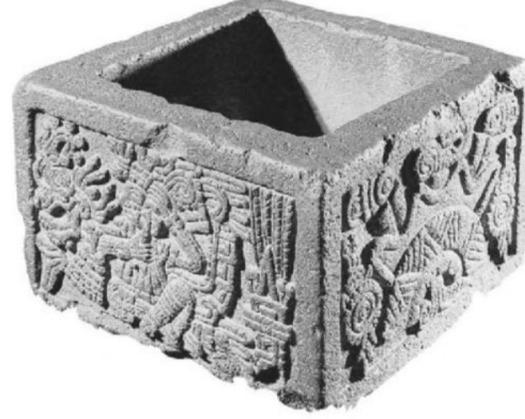
Recién en el S. XVI, es cuando se comienza a utilizar con el propósito de guardar la vestimenta, sustituyendo casi completamente a los otros muebles (citado por Sánchez-Cascado, 2018). Se utilizaba como pieza única de almacenamiento en los dormitorios, o incluso, para quienes tenían una colección más grande de indumentaria, se juntaban varios armarios en una habitación destinada al almacenamiento, siendo un antecedente directo de los actuales walk-in closets (Closet Factory, 2017),

y para al siglo XVII, ya comienzan a verse algunos armarios empotrados, acercándonos a lo que hoy es el tipo más común de closet que se ve en casas y departamentos.



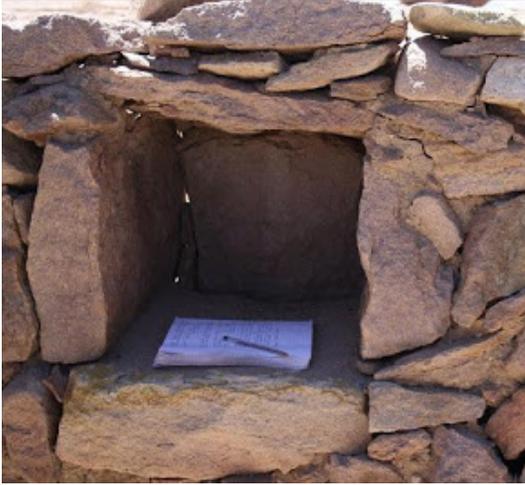
PETLACALLI

Por otro lado, en el caso de algunas culturas latinoamericanas, como la cultura Azteca, el amueblado de las casas era muy sencillo y escaso, independiente de la riqueza de la familia que habitaba la casa. Este consistía en alfombras, algunos asientos tejidos y cajas familiares. Estos cofres o cajas, Petlacalli, eran canastos con cubiertas de fácil acceso, en donde la familia guardaba ropa, paños y joyas.



TEPETLACALLI

Y ligado al mundo religioso, se encontraban las Tepetlacalli, cajas de piedra en las que se han encontrado restos de vestimenta y accesorios religiosos de rituales y ofrendas (Aguilar-Montero, 2007).



NICHOS

Y la cultura Inca, en general las casas de los trabajadores se han mantenido en el tiempo. El almacenamiento se veía liderado, más que por muebles, por nichos y perillas integrados en las paredes, en donde se guardaban y colgaban vestimentas de gala, instrumentos musicales y otros implementos. Ya que no poseían “ropa extra”, como se tiene ahora, salvo estas prendas de gala ya mencionadas, no había necesidad de tener otro mueble para almacenaje. Toda la ropa que poseían era la que usaban a diario,

hasta que esta debía ser reemplazada (Osborne, 2013), lo que habla mucho de la calidad, el buen trato y cuidado que se tenía con esta y cómo estos aportaban a su durabilidad.

En el caso de la cultura japonesa, el guardado fue una práctica mucho más consciente, ya que se entendía el proceso no como una tarea, sino que una ceremonia, guiada un poco por la delicadeza con la que trataban sus prendas.

En Japón, existe un proceso completamente instaurado en la cultura, que retoma este gesto de ceremonia, y que incluso tiene fechas específicas determinadas. A este término se le denomina *koromogae*, que significa cambio de vestuario estacional. Las fechas estipuladas para este intercambio de guardarropa son el 1 de abril, cuando se integran las cosas de verano para guardarlas en el closet; y el 1 de octubre, cuando estas se intercambian por las de invierno; aunque las fechas pueden variar ligeramente dependiendo de cada persona (Matsunaga, 2020).

Esta práctica se ha adoptado también en otras culturas, aunque de manera

más casual. Por ejemplo, no es raro escuchar de algún familiar o amigo, el “tengo que sacar las cosas de invierno/verano” un par de veces al año, ya que muchos tienen más ropa de la que les cabe dentro del closet, o bien prefieren no tener que lidiar con prendas abrigadas de invierno en verano y viceversa.



COLGADOR KIMONO

Otra de las prácticas que se rescatan de la esta cultura, en relación al cuidado del Kimono, es el aireado de este, posterior a su uso, para lo que existen colgadores especiales expansibles, de los que se cuelgan los Kimono para dejar que ventilen, estirados, con lo que se evita arrugas, y se extiende el tiempo entre lavados, aportando así a su durabilidad (Matsunaga, 2020).



VIDEO DOBLADO KIMONO

Luego de airearse, cada Kimono es doblado de manera específica, haciendo que los pliegues queden en secciones clave, con lo que también se disminuyen las arrugas y el desgaste (acceso al video a través de la imagen).



TATOSHI

Después del doblado, cada Kimono es guardado de manera individual dentro de cajas especiales, o bien dentro de unas fundas de papel llamadas *tatoshi*, para proteger las prendas de la luz y el polvo, y finalmente son apilados en una repisa, o en casos ideales, cada *tatoshi* tiene su repisa individual (acceso al video a través de la imagen. Matsunaga, 2020).



REPISAS INDIVIDUALES

Todas las acciones anteriores durante el proceso de guardado, transmiten el valor de las piezas y el cuidado con el que se tratan, lo que se ve directamente reflejado en su durabilidad.

Imagen 14. Billy Matsunaga, Youtube, 2020 ([hipervínculo](#))

Imagen 15. kimono.cantabile, Instagram, 2020



SUJETADORES - KONMARI

Finalmente, uniendo la cultura japonesa y la occidental actual, hace ya algunos años, comenzó a escucharse sobre el método konmari, de la autora Marie Kondo, luego de que sus libros *La Magia del Orden* y *La Felicidad Después del Orden*, se hicieran *bestsellers*. En estos se habla sobre la importancia que tiene el estado de nuestro hogar en nuestra felicidad y se entregan recomendaciones sobre cómo abordar el proceso de examinar, desechar y organizar elementos de todas las áreas del hogar, partiendo por el closet.

Uno de sus principios más importantes es el asignarle un hogar a cada elemento, en el que pueda volver a guardarse. Kondo explica que "tener un hogar al cual regresar nos permite salir a trabajar, de compras o a interactuar con los demás. Lo mismo ocurre con nuestras posesiones. Es importante darles la seguridad de que tienen un lugar al cual regresar. Tú puedes ver la diferencia. Las posesiones con un lugar propio al cual regresan para descansar están más vivas." (Kondo, 2014), sugiriendo que de esta manera,

las prendas son tratadas con más cuidado, por lo que su estado y durabilidad se ven afectados positivamente.

Otro de los cambios que propone, que está relacionado específicamente con el guardarropa, es el comenzar a "tratar los sujetadores como prenda aristocrática". Al ser una prenda que normalmente no se ve al estar en uso, adquiere un orgullo especial, personal. Kondo explica que "emiten un aura distintiva." Es por esto que "deben ser almacenados de una manera que conserve y respete su belleza." (Kondo, 2016).

Finalmente, cuenta que algo que se repite entre sus clientas a quienes ayuda a organizar sus hogares es que cuando comienzan a "tratar a sus sujetadores con más respeto, también se vuelven más respetuosas con otras cosas." (Kondo, 2016).



2.5. INVOLUCRAMIENTO DEL USUARIO Y VALOR

En un estudio realizado el 2015, publicado por la revista académica *Journal of Behavioral Decision Making*, se propuso que el proceso de ensamblaje de un producto podía mejorar los sentimientos de propiedad que los creadores tenían hacia el artículo armado.

De los experimentos realizados, se determinó que la asociación que tiene el usuario con el producto, era más fuerte entre aquellos usuarios quienes habían participado de su ensamblaje y que ahora poseen dicho producto (Walasek, Rakow y Matthews, 2015).

Como explican los autores, "el estado de propiedad puede surgir a través del ensamblaje del producto. Una predicción clara del modelo de propiedad de auto-extensión es que los individuos que crearon un objeto lo valoran más porque su trabajo se invierte en su producto, que se convierte en parte de su yo individual." (Walasek, Rakow y Matthews, 2015).

Se crea un vínculo especial entre el objeto y el usuario que participó exitosamente en el proceso de creación de este, haciendo que a sus ojos sea más valioso y también más atractivo.

Por otro lado, acompañando esta idea, el diseñador Enzo Mari comenta que la ejecución de proyectos verdaderamente valiosos no es fácil, ya que la mayoría de las personas no entiende que "la calidad se manifiesta cuando la forma de un producto no "parece" sino que simplemente "es", por lo que busca, siempre que puede, involucrar a las personas, no solo con palabras, sino con "otras" acciones." (Mari, 2021)



2.6. INDUSTRIA MUEBLISTA EN CHILE

La industria mueblista en Chile está compuesta, según estudios realizados por La universidad de Chile, en un 80% de importaciones, principalmente de China y Estados Unidos, quienes comercializan “muebles en serie, con cubiertas de melamina y madera aglomerada” (Vidal, 2017); y un 20% de producción local bastante dispersa, “que va desde grandes fabricantes y PYMES a pequeños talleres artesanales de fabricación de muebles.” (Paredes Vásquez, 2018)

Otro estudio realizado por la Asociación Gremial de Industriales de la Madera (ASIMAD), señala que la división de ese 20% de fabricación nacional de muebles se divide en un 30% en muebles para el hogar, un 19% para muebles de oficina y un 16% en muebles de cocina. Y en conjunto, estos tres segmentos corresponden a “más del 50% de las empresas del rubro y son un reflejo de la demanda existente en el mercado para los diferentes tipos de muebles.”

(Paredes Vásquez, 2018).

La competencia dentro del mercado chileno está compuesta, por un lado, por multitiendas y cadenas de retail, que constituyen a las principales comercializadoras de muebles en la región metropolitana, quienes ofrecen productos bastante semejantes en términos de diseño, siendo en su mayoría parte de los muebles en serie de las importaciones; y por otro lado, tiendas de mejoramiento del hogar, microempresas y talleres. (Vidal 2017).

Con estos tres últimos tipos de comercializadoras más especializadas en mente, las que se centran en una calidad mayor, por lo que sus precios tienden a ser más altos que los de los muebles seriados y su público objetivo apunta a uno más selecto, principalmente a los segmentos de clientes AB, C1a, C1b (Vidal, 2017).



Concluyendo finalmente que la competencia es decididamente menor en cuanto a diseño especializado y multifuncional, en comparación con los muebles de serie importados, pero es un mercado que cada día va más en alza, debido a el protagonismo que ha adquirido la sustentabilidad en los últimos años, y los valores concordantes de las nuevas generaciones, que buscan expresarse de forma única a través de los productos que consumen y “buscan marcas que ofrezcan productos que reflejen estos valores e ideas y que finalmente puedan servir también como una forma de autoexpresión.” (Valentine, Dawn y Powers, 2013)

3. PROBLEMÁTICA & OPORTUNIDAD

A lo largo del proceso de investigación llevado a cabo en seminario y en las primeras etapas de título, se determinó que existe una problemática que afecta de manera diaria a muchas mujeres. La interacción con el closet es algo que no puede evitarse y que puede afectar mucho, incluso pudiendo determinar indirectamente el estado de ánimo por el resto del día, ya que vestir es algo que debe hacerse todos los días, por lo que las personas se ven forzadas a interactuar con sus guardarropas cada día y a tomar diversas decisiones sobre lo que se va a usar: ¿va a hacer frío?, ¿me pongo capas en caso de que salga el sol más tarde?, ¿me voy a arrepentir de ponerme estos zapatos por tanto rato?, ¿cartera negra o café?, Y muchas, muchas otras preguntas que hacen del proceso de decisión más complejo de lo que debería, considerando la gran variedad de opciones que se tienen, aún después de haber descartado otras y considerando que todavía

quedan muchas decisiones más que tomar durante el día, que tienden a ser mucho más importantes y que no tienen relación a lo anterior. Todo esto puede provocar, como se vio cuando se abordó el tema de la paradoja de elección y la influencia que tiene el entorno (siendo el closet una parte del entorno con la que se está en constante interacción); ansiedad, insatisfacción, fatiga de decisión, y más.



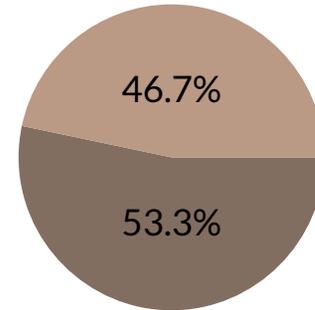
Durante el inicio del proceso de título, se realizó un estudio junto con un grupo de posibles usuarias, para evidenciar los niveles de ansiedad que les provocaba el enfrentarse a diferentes acciones con sus actuales closets.

Se seleccionaron cuatro interacciones críticas del proceso, y se midieron, a través de un método de puntaje adaptado del Inventario de Ansiedad de Beck (BAI), los niveles de ansiedad de las usuarias:

Interacciones clave:

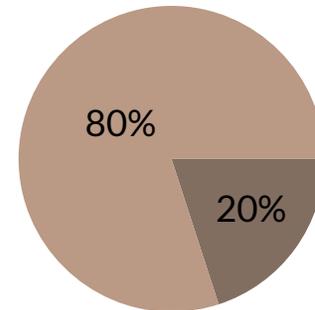
- 1 • Elegir que voy a ponerme.
- 2 • Encontrar una prenda específica.
- 3 • Mantener el orden y limpieza dentro del closet.
- 4 • Guardar prendas limpias/lavadas de vuelta en el closet.

-  ANSIEDAD SEVERA
-  ANSIEDAD MODERADA
-  ANSIEDAD BAJA



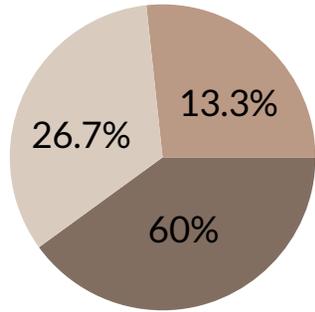
ELEGIR QUE PONERME

Ninguna de las usuarias se encuentra en el puntaje de nivel de ansiedad baja al tener que elegir que ponerse.



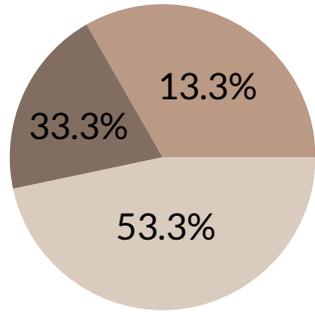
ENCONTRAR PRENDA

Ninguna de las usuarias se encuentra en el puntaje de nivel de ansiedad baja al tener que encontrar una prenda específica en su closet.



MANTENER ORDEN EN EL CLOSET

Solo un 26.7% de las usuarias presenta niveles de ansiedad bajos al enfrentarse a mantener el orden.



GUARDAR PRENDAS LIMPIAS

Si bien más de la mitad de las usuarias se encuentra en el puntaje de nivel de ansiedad baja, un 46.6% aún presenta niveles de ansiedad elevados.

De todo lo anterior, se puede desprender que existe una oportunidad en la que trabajar para ayudar a usuarias a no experimentar constante ansiedad, fatiga de decisión, o llegar a finalmente a consecuencias más severas.

Con la propuesta que se presenta, no solo se pretende ayudar con la organización de indumentaria, sino también a que estas instancias de interacción adopten otra energía, una connotación de carácter más ceremonioso, en lugar de verlas como tareas tediosas.

4. PROPUESTA DE DISEÑO

QUÉ

Armario de madera para indumentaria, ergonómico y adaptable, conformado de dos módulos complementarios.

Material gráfico informativo y motivador que presente la propuesta, llevado a usuarias a través de página web y redes sociales.

POR QUÉ

El exceso de indumentaria dificulta tanto la mantención del orden en el closet, como la visibilidad de prendas y su durabilidad, lo que crea un ciclo causante de ansiedad, descontento y sobreconsumo.

PARA QUÉ

Provocar un cambio en la manera en que las usuarias se relacionan con sus prendas, buscando que el **guardar** se transforme en **atesorar**, logrando que disminuya el estrés y ansiedad provocadas por la interacción con la indumentaria y el closet, y que aumente la satisfacción sobre elecciones al vestir y la vida útil de las prendas.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1

Contar con una clasificación de piezas de indumentaria para determinar volumen y tipología de prendas necesarias para vestir de manera cómoda y eficiente.



IOVs

Testeo con usuarias y estudio de resultados, identificando elecciones e interacciones críticas.

2

Diseñar un armario que responda a la información adquirida en testeo de clasificación de prendas.



Exploración de forma y prototipado de armario a través de croquis, formato digital y maqueta a escala, para testear dimensiones, ergonomía, funcionamiento y estabilidad.

3

Crear una página web para promover el cuidado de la indumentaria y para proponer ALMARIO como herramienta posible de solución; al igual que cuentas en redes sociales como apoyo.



Estudio de feedback e interacción de usuarias, en términos de comprensión, interés y aplicación del material, al interactuar a través de las plataformas.

4

Confirmar que existe una mejora en el estado de bienestar y satisfacción en las usuarias después del cambio de armario.



Validación a través de observación de usuarias en interacción con ALMARIO y entrevistas posteriores al uso de este después de un tiempo.



Imagen 22. Marie Kondo, Instagram, 2019

Método Konmari

Una propuesta de cambio de estilo de vida, fundado por Marie Kondo. Este método se basa en organizar, siguiendo cierto orden y procesos estudiados por Kondo, diferentes áreas de nuestro hogar, lo que finalmente enseña y demuestra a quienes lo siguen, como la organización y el cambio de mentalidad pueden afectar nuestra vida para mejor. "Limpia tu espacio, transforma tu vida."

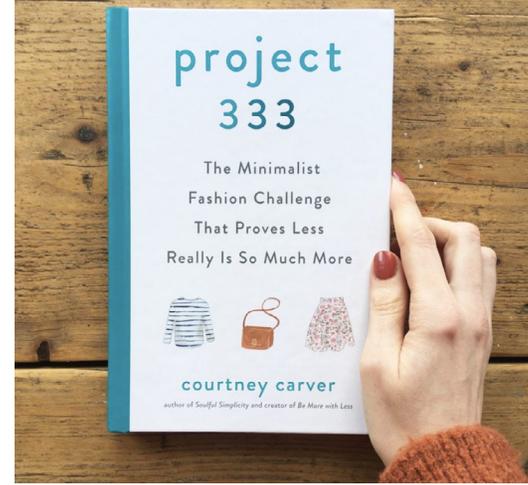


Imagen 23. Emma Block, 2015

Proyecto 333

Esta propuesta invita a realizar un entretenido desafío, que consiste en vivir durante tres meses con solo 33 prendas. Con esto se pretende demostrar de forma interesante que efectivamente se puede vivir de manera cómoda con menos prendas de las que creemos, simplificando, al menos por esos tres meses, el proceso de decisión al vestir.



Imagen 24. Madame Décore, 2015

Kitchenette

Este armario/cocina creado por Castorama, ofrece un diseño especial para espacios pequeños, con electrodomésticos integrados y múltiples métodos de almacenamiento para aprovechar todo el espacio disponible. Estando abierto, forma un espacio separado para cocinar, y al cerrarse se transforma en un discreto armario, liberando metros cuadrados.



Imagen 25. String Furniture, 2021

String System

String System es un sistema compuesto por una serie de componentes que tienen como base unos paneles tipo "alambre" diseñados por Nisse y Kajsa Strinning. Cuenta con una gran gama de accesorios con el fin de crear un método de almacenamiento que se adapte a tus necesidades y aproveche al máximo tu espacio.

Puede ser constantemente expandido y modificado, agregando nuevas repisas, mesas plegables, gabinetes y más.



Imagen 26. Hanni Koroma, 2017

Avata Cabinet

El gabinete Avata es un mueble multipropósito de madera diseñado por Hanni Koroma. Este gabinete multidireccional de estilo escandinavo, disponible sólo en Finlandia, puede ser utilizado para almacenar ropa, utensilios de cocina y otros elementos de índole recreativa.



Imagen 27. IDEEA, 2011

Librero Autoprogettazione

Librero que forma parte de la colección Autoprogettazione, del diseñador Enzo Mari. Su propuesta consistía en muebles pensados para ser lo más simples posibles en cuanto a materiales y armado (clavos y listones), para que los mismos usuarios adquirieran los materiales y finalmente lo construyeran.

Almario es un proyecto que busca cambiar la relación que se tiene con la indumentaria, al elegirla, vestirla y guardarla; y también ayudar a disminuir el exceso y mantener la organización.

El proyecto se llevará a cabo en un contexto subsecuente a al estallido social en Chile, que comenzó el pasado 2019, debido al cual las personas se vieron alteradas en sus rutinas, interrumpidas en sus trabajos y amenazadas en la provisión de alimentos y servicios básicos, y económicamente en general debido al cierre de negocios, momentáneo y permanente, a lo que el gobierno respondió con políticas como el aumento de acceso a créditos, entre otros. (Heiss, 2020).

Sumado a esto, a nivel global se esta viviendo un proceso de pandemia, el que también ha afectado a las personas en temas económicos, además de psicológicos, con pérdida de empleos y más.

Por otro lado, está presente la crisis

medioambiental y el cambio climático, a los que se está contribuyendo con la producción en industrias, entre las peores la industria de la moda (ONU, 2019).

Desde aquí es donde surge la necesidad de reducir la ansiedad y estrés innecesario producidos por tareas diarias como el vestir; de reducir el sobreconsumo, especialmente en áreas como la indumentaria; y de reforzar el cuidado de pertenencias para asegurar una larga duración de su vida útil.



Mujeres de 25 a 40 años, pertenecientes a la clase media emergente y media acomodada, correspondientes a los segmentos C1b y C1a respectivamente. Se encargan del orden, lavado y guardado de su propia indumentaria, y son propensas al sobreconsumo de esta, a pesar de mostrar interés en vivir de manera más sustentable y de buscar disminuir la ansiedad producida por la interacción con sus prendas y su closet.

5. DESARROLLO DEL PROYECTO

Para este proyecto, se optó por utilizar la metodología de Doble Diamante, desarrollada por el British Design Council (2007), que se divide originalmente en 4 etapas, pero a la que se le agregó una 5 etapa: Discover (descubrimiento), Define (definición), Develop (desarrollo), Deliver (entrega), Evolve (evolución).

Durante el proceso de seminario, se llevó a cabo la primera etapa de

la metodología, **descubrimiento**, durante la cual se investigó y recabó información para aterrizar en una posible problemática, levantada de diferentes fuentes bibliográficas, al igual que de una investigación propia, en la que se pidieron fotografías y breves testimonios o comentarios a posibles usuarias, a modo de evidenciar la oportunidad.

Con los resultados de ambos procesos,

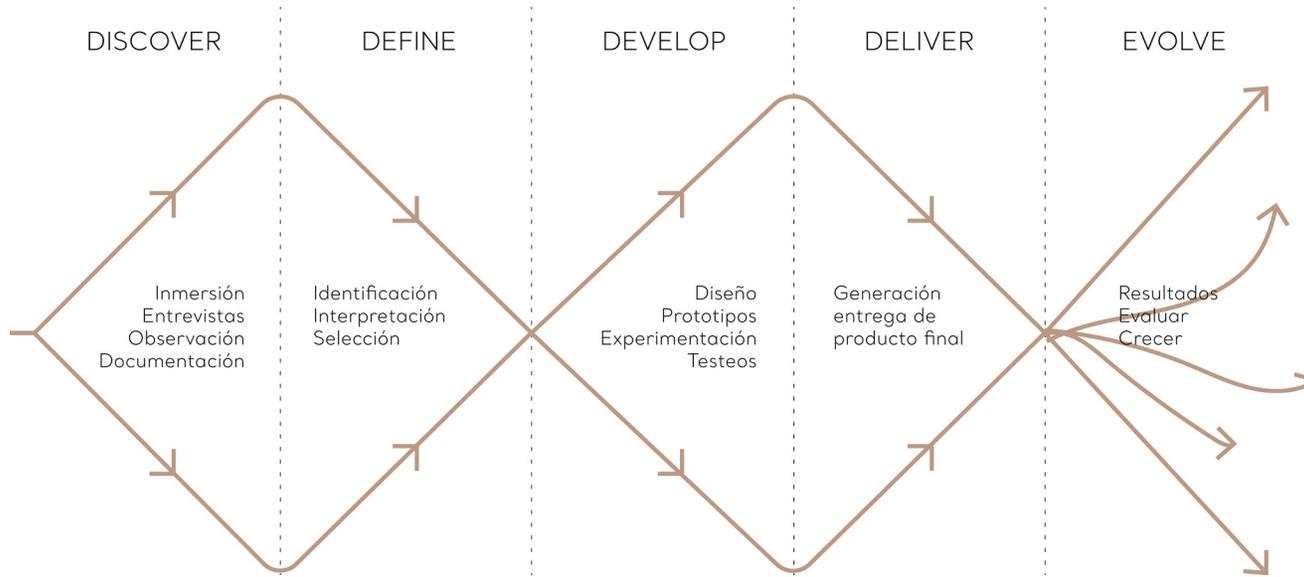


Figura 2. Metodología Doble Diamante, Elaboración propia, 2020

se pudo determinar con mayor detención el problema, posible usuario y el contexto de implementación.

Para la etapa de **definición**, se ahondó aún más en la investigación acerca de la interacción con el closet y conceptos como la paradoja de la elección y el resto del marco teórico, para luego realizar otros estudios más acotados al tema de la ansiedad y el closet, parte de los cuales ya fueron expuestos en la sección de problemática y oportunidad. Y luego otros que consistieron en encuestas junto a 15 usuarias que asistieron durante el proceso, para llegar a contar con una clasificación de piezas de indumentaria, determinando el volumen y tipología de prendas para vestir de manera cómoda y eficiente, además de interacciones clave en el proceso.

Luego se pasó a la etapa de **desarrollo**, en la cual se comienza a definir el

proyecto y se inicia con la exploración de la forma y definición de medidas, a través de la construcción de maquetas y croquis, prototipado y testeos iterativos, hasta finalmente llegar a un diseño definitivo.

Consecutivamente, se comenzó con la creación de material gráfico informativo para la plataforma web y redes sociales, que integrase los conceptos rescatados del marco teórico y los que se expresan a través del producto y la marca, presentando asimismo el producto como una posible herramienta de ayuda para estos problemas.

Posterior a esto, se trabajó en la cuarta etapa de **entrega**, en donde se llegó a una propuesta final de producto y de canales para llevar a cabo el proyecto, como la realización de renders finales, página web, redes sociales, el plan estrategia comercial y más.

Finalmente, la etapa agregada a la metodología, **evolución**, será analizada a modo de proyección, una vez que se tenga la oportunidad de fabricar el producto, se llevará a cabo un proceso de observación en interacción y de entrevistas con usuarias, posteriores a la interacción con el armario, con lo que se determinará el porcentaje de mejora en el estado de bienestar y satisfacción de las usuarias, y para evaluar cambios y/o una extensión del producto.

		Etapa 2: Título			
		Define	Develop & Deliver	Evolve	
Objetivos específicos		Contar con una clasificación de piezas de indumentaria para determinar volumen y tipología de prendas necesarias para vestir de manera eficiente.	Diseñar un armario de madera de dimensiones y características definidas a partir de los resultados de testeos anteriores y exploración.	Crear una campaña en redes sociales, para educar y promover el uso responsable de la indumentaria, su cuidado y procesos relacionados, proponiendo además el producto como una herramienta de ayuda.	Confirmar una mejora en el estado de bienestar y satisfacción que el usuario presenta después del cambio de closet.
	Identificadores objetivamente verificables	Testeo con usuarias y estudio de resultados, identificando elecciones e interacciones críticas.	Renders de armario que cumplan con características y medidas determinadas previamente (tanto ergonómicas como acorde a los volúmenes de prendas).	Página web (www.almario.store) y redes sociales (Instagram: @almariocl) que contengan material educativo e información sobre el producto.	Validación a través de observación y entrevistas con usuarios, luego de haber interactuado un tiempo con ALMARIO .

Figura 3. Elaboración propia, 2021

El proceso de diseño se llevó a cabo durante el segundo semestre del 2020 y el primer semestre del 2021. Durante este tiempo, se realizó un largo proceso de investigación de literatura y estudios con posibles usuarias, seguido de

exploración de medidas y formas para el armario, cumpliendo los objetivos definidos, guiados por el método anterior, siguiendo el proceso que se ilustra a continuación:

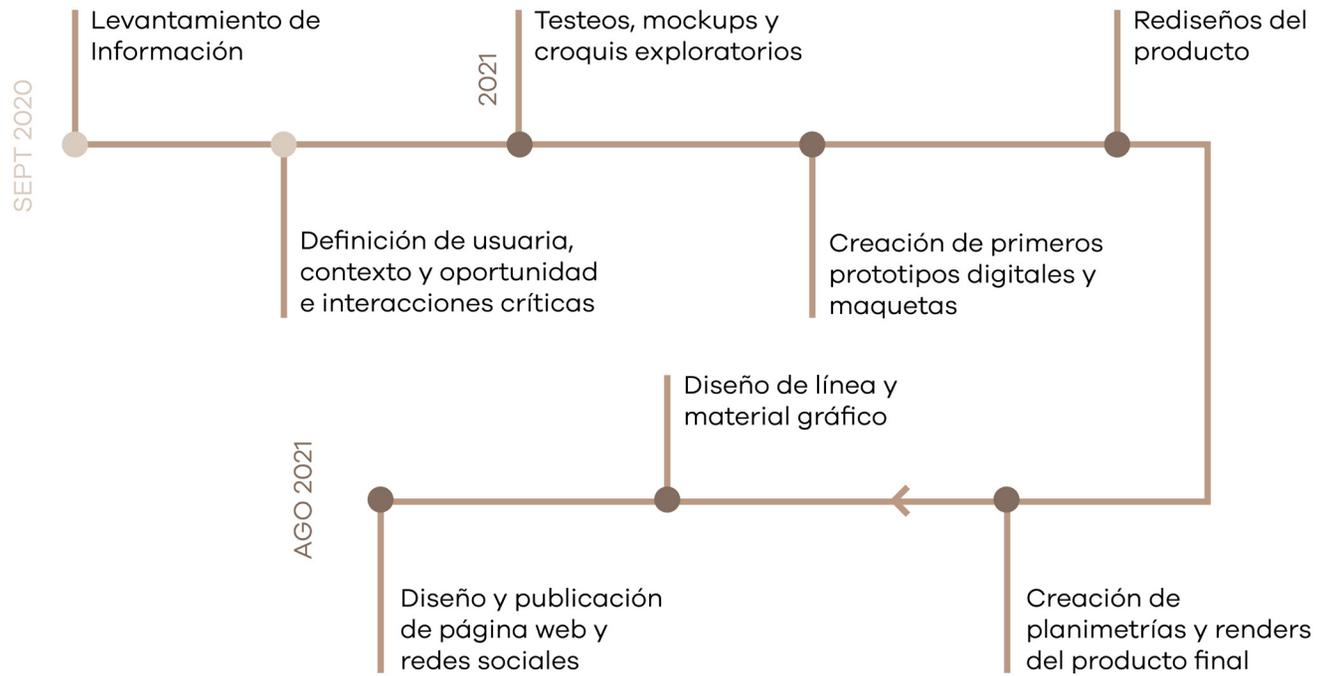


Figura 4. Elaboración propia, 2021

Parte del levantamiento de información que se recabó durante el período de seminario en el 2020, además de la revisión de literatura, fue pedir a posibles usuarias que enviaran fotografías

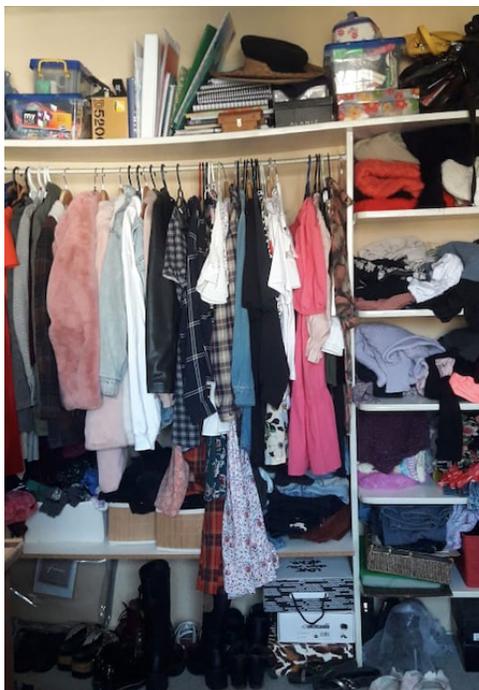
de sus closets en su estado actual y entregarán un breve comentario con respecto a lo que sentían o experiencias relacionadas.

30 años, Providencia



"Siempre está así o peor. No ordeno hace mil años y aunque ordene no me dura nada porque nunca encuentro lo que quiero entre todas las cosas."

25 años, Las Condes



"Que vergüenza esto, me siento expuesta. Lo de la derecha no lo ordeno hace harto. Como no tengo cajones uso canastos, y lo de arriba son materiales y otras cosas."

27 años, Las Condes



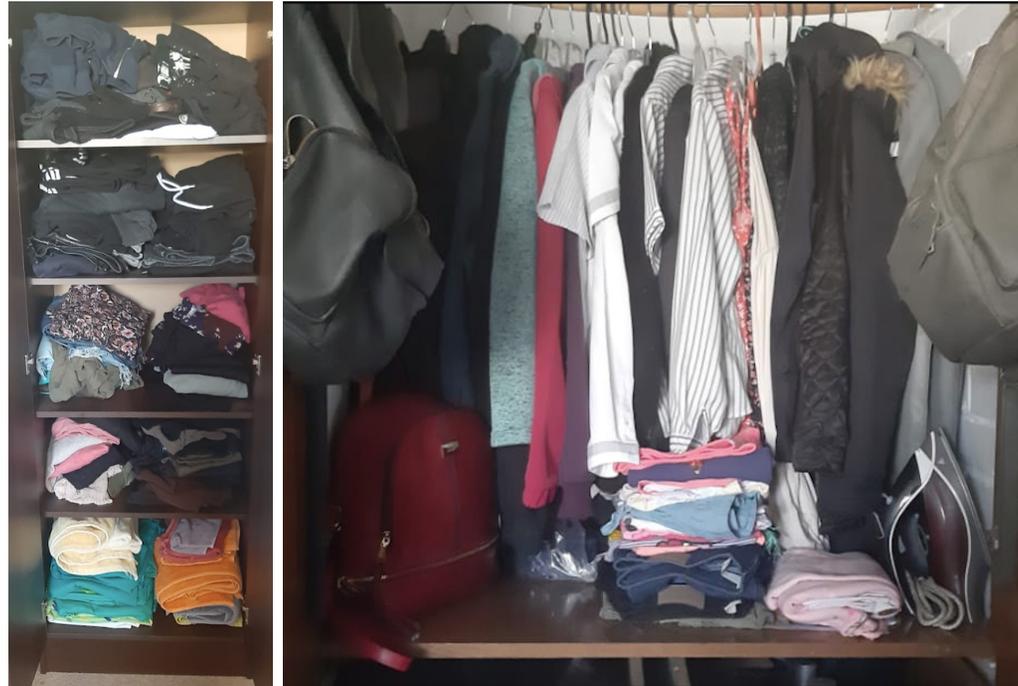
"No me retes por el desorden. Entre medio de todo hay cosas que ya no me quedan, así que tengo que revisarlo todo, algún día cuando tenga tiempo."

30 años, La Florida



"Me pillaste justo cuando ayer no encontraba lo de verano. Tengo 3 chaquetas por colgador y en las repisas dos corridas de cosas, entonces no veo nada de lo de atrás."

34 años, Puente Alto



"Tengo dos closets, uno con puras repisas y guardo todo doblado y el otro hay solo una barra donde cuelgo camisas y chaquetas, y el resto lo doblo porque no cabe. También tengo las carteras y otras."

De las fotos y las conversaciones que se tuvieron con las usuarias se percibieron, por un lado, claros signos de insatisfacción con sus closets, e incluso vergüenza en algunos casos, y por otro lado, se lograron rescatar

Interacciones críticas:

1 • Se dejan guardadas cosas que ya no quedan bien, debido a que el exceso y falta de orden, impiden una revisión rápida y fácil del contenido del closet.

2 • Se separa la ropa de verano e invierno, como pasa en el koromogae, pero si no se tiene un espacio definido, se dificulta su visibilidad una ve que se necesita.

3 • El espacio no esta siendo utilizado de manera óptima para la visibilidad (3 prendas por colgador, doble fila de elementos), lo que se ve dificultado a su vez por el exceso de elementos.

6 interacciones claves principales que finalmente se tuvieron en cuenta durante el proceso de diseño:

4 • El exceso de elementos impide una visibilidad fácil de las opciones, lo que perpetua el desorden.

5 • La falta de cajones obliga el uso de elementos externos como canastos para contener elementos más pequeños.

6 • La falta de espacio para colgar, obliga a que accesorios utilicen espacio de repisas, que podría ser utilizado por otras prendas.

Luego del estudio del estado de los closets de posibles usuarias, se les pidió, participar de una encuesta en relación al nivel de ansiedad que distintas interacciones con sus closets les hacía sentir.

Esta encuesta, como ya se explicó brevemente en la sección de la problemática y oportunidad, fue adaptada del Inventario de Ansiedad de Beck (BAI), rescatado de la página web de la Clínica Las Condes.

Este consiste en un cuestionario que considera el último mes para valorar los síntomas somáticos de ansiedad.

El cuestionario original tiene 21 preguntas, cada pregunta con puntuación de 0 a 3, siendo 0 "en absoluto" y 3 "severo".

Proporcionando un puntaje total (que es la suma de todo los ítems) entre 0 y 63, en donde:

00–21 - Ansiedad muy baja

22–35 - Ansiedad moderada

más de 36 - Ansiedad severa

Cuestionario	No	Leve	Moderado	Bastante
1. Torpe o entumecido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Acalorado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Con temblor en las piernas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Incapaz de relajarse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Con temor a que ocurra lo peor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Mareado, o que se le va la cabeza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Con latidos del corazón fuertes y acelerados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Inestable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. Atemorizado o asustado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. Nervioso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. Con sensación de bloqueo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. Con temblores en las manos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13. Inquieto, inseguro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14. Con miedo a perder el control	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15. Con sensación de ahogo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16. Con temor a morir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17. Con miedo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18. Con problemas digestivos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19. Con desvanecimientos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20. Con rubor facial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
21. Con sudores, fríos o calientes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Este se adaptó para finalmente contener 40 preguntas, 10 de cada una de las 4 interacciones clave mencionadas en la sección de la problemática:

Interacciones clave:

1. Elegir que voy a ponerme.
2. Encontrar una prenda específica.
3. Mantener el orden y limpieza dentro del closet.
4. Guardar prendas limpias/lavadas de vuelta en el closet.

Adaptación

21 preguntas

0 a 3 · 63 puntaje total

00–21 - Ansiedad muy baja

22–35 - Ansiedad moderada

más de 36 - Ansiedad severa

10 preguntas por sección

1 a 4 · 40 puntaje por sección

00–10 - Ansiedad muy baja

11–16 - Ansiedad moderada

más de 17 - Ansiedad severa

Preguntas Respuestas 17

Ansiedad en la interacción con el closet

Indica cuáles de los siguientes síntomas has experimentado durante el último mes y con qué frecuencia al tener que interactuar con tu closet.

Siendo:
 1. Nunca
 2. Pocas veces
 3. Varias veces
 4. Siempre

La encuesta se divide en 4 secciones a cada una de las cuales se le aplicarán los síntomas (elegir que ponerse, encontrar una prenda específica, mantener el orden, guardar prendas limpias).

ELEGIR QUE VOY A PONERME

Descripción (opcional)

1. Cuando tengo que elegir que ponerme, ¿tengo sensaciones de torpeza o entumecimiento? *

	1	2	3	4	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Siempre

2. Cuando tengo que elegir que ponerme, ¿me he sentido acalorada independiente del clima? *

	1	2	3	4	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Siempre

3. Cuando tengo que elegir que ponerme, ¿he sentido latidos fuertes y acelerados? *

	1	2	3	4	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Siempre

4. Cuando tengo que elegir que ponerme, ¿he sido incapaz de relajarme producto del pensamiento previo o la acción misma? *

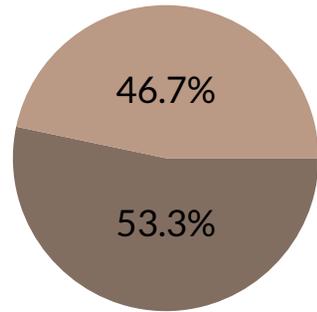
	1	2	3	4	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Siempre

5. Cuando tengo que elegir que ponerme, ¿me he sentido mareada? *

	1	2	3	4	
--	---	---	---	---	--

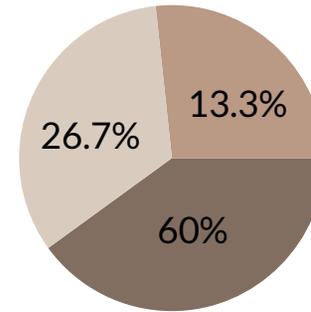
RESULTADOS

Ansiedad severa
 Ansiedad moderada
 Ansiedad baja



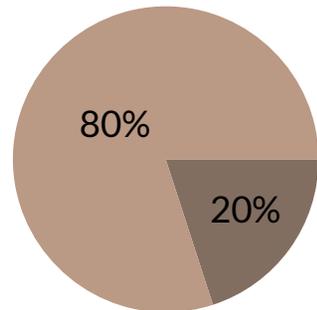
ELEGIR QUE PONERME

Ninguna de las usuarias se encuentra en el puntaje de nivel de ansiedad baja al tener que elegir que ponerse.



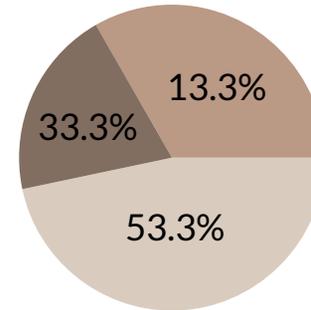
MANTENER ORDEN EN EL CLOSET

Solo un 26.7% de las usuarias presenta niveles de ansiedad bajos al enfrentarse a mantener el orden.



ENCONTRAR PRENDA

Ninguna de las usuarias se encuentra en el puntaje de nivel de ansiedad baja al tener que encontrar una prenda específica en su closet.



GUARDAR PRENDAS LIMPIAS

Si bien más de la mitad de las usuarias se encuentra en el puntaje de nivel de ansiedad baja, un 46.6% aún presenta niveles de ansiedad elevados.

Figura 5 -8. Elaboración propia, 2021

Finalmente, para terminar con la etapa de **definición**, se realizó un último estudio junto con 15 posibles usuarias, para pasar a la etapa de **desarrollo**.

Para esto, se les pidió que completaran una tabla mientras simultáneamente revisaban sus closets.

Esta tabla tenía una columna con los nombres de los tipos de prenda y accesorios, otra columna en donde debían anotar luego de contar cada uno de los ítems, y finalmente otra columna en donde debían anotar, luego de una breve rememoración, la cantidad de ítems que habían usado entre el 2019 e inicios del 2021 (figura 9).

Esto para evidenciar la cantidad de elementos que estaban en el closet, sin uso, desde hace casi más de dos años, utilizando preciado espacio y contribuyendo al desorden y baja visibilidad en general.

Luego, se unieron todas las tablas en una, con lo que pudo calcularse el

promedio de cada uno de los tipos de prendas y también el número de indumentaria general (figura 10 - 11).

Posterior a esto, se investigó a través del American Cleaning Institute y la compañía de lavadoras Whirpool, cual era el número recomendado de usos de cada prenda entre lavados, lo que terminó promediándose con el número de usos reales entre lavados que las usuarias revelaron.

Con esto se determinó la cantidad de prendas mínimas a tener para vestir de manera cómoda, considerando lavado de ropa una vez a la semana, además de un día extra para secado y otro día extra para guardado (figura 12).

Y estos últimos dígitos, en conjunto con el promedio de uso de cada prenda, se utilizaron para calcular el promedio final de prendas a tener de cada tipo y en total, con lo que pudo medirse el volumen aproximado que cada sección ocuparía al guardarse (figura 12).

Tipo de prenda	Número poseído	Número aproximado usos entre 2019-2021
Poleras	40	31
Blusas/Camisas	11	10
Vestidos	11	8
Faldas	7	6
Shorts	6	6
Pantalones	14	9
Patas/Buzos	14	10
Peto deportivo	8	7
Chalecos	13	11
Polerones/polar	15	10
Chaquetas	8	5
Abrigos	3	3
Parkas	4	2
Calzones	55	25
Sostenes/bralettes	10	8
Calcetines	36	34
Pantys	15	11
Pijamas	12	6
Trajes de baño	18	10
Bufandas/pañuelos	6	4
Gorros	14	5
Guantes	4	2
Cinturones	4	2
Zapatos	16	12
Carteras	8	3
Formales	3	2
Total prendas	355	242

*Resto de las tablas individuales en anexo

Tipo de prenda	Trinidad	Margarita	María	Lorena	Jessica	Javiera F.	Javiera C.	Isidora
Poleras	20	45	10	22	20	6	30	18
Blusas/Camisas	5	17	6	1	6	3	5	2
Vestidos	4	6	3	0	5	2	5	0
Faldas	0	8	0	4	5	3	0	2
Shorts	3	6	2	2	15	2	2	6
Pantalones	13	23	5	11	12	8	14	14
Patás/Buzos	2	4	3	3	10	5	12	10
Peto deportivo	2	5	3	3	2	2	3	4
Chalecos	8	15	4	9	7	7	4	8
Polerones/polar	6	8	3	4	13	2	7	14
Chaquetas	10	20	5	3	10	2	3	6
Abrigos	1	4	1	0	1	1	0	0
Parkas	1	2	1	0	8	0	3	0
Calzones	20	20	10	19	20	20	14	31
Sostenes/bralettes	4	15	7	5	7	5	5	7
Calcetines	8	20	6	20	12	15	21	24
Pantys	2	2	0	0	0	0	0	0
Pijamas	7	7	5	13	4	4	6	8
Trajes de baño	10	6	8	6	5	9	7	8
Bufandas/pañuelos	1	5	1	1	4	1	4	0
Gorros	1	3	0	2	6	1	3	0
Guantes	0	1	0	1	1	0	0	0
Cinturones	3	6	4	2	2	5	3	3
Zapatos	12	20	5	7	30	8	11	10
Carteras	3	10	2	3	3	3	2	2
Formales	3	5	2	1	2	2	2	2
Total prendas	149	283	96	142	210	116	166	179

Figura 10. Tabla elaboración propia, 2021

Tipo de prenda	Gabriela	Fernanda	Damaris	Camila	Catalina	Carolina	Sofía	PROM USO
Poleras	43	11	10	10	43	31	68	26
Blusas/Camisas	5	2	2	8	8	10	18	7
Vestidos	14	2	4	3	9	8	9	5
Faldas	3	3	0	3	11	6	5	4
Shorts	5	4	2	4	4	6	4	4
Pantalones	14	10	6	6	15	9	7	11
Patás/Buzos	5	4	3	7	1	10	16	6
Peto deportivo	4	1	1	2	2	5	2	3
Chalecos	12	8	4	5	12	11	11	8
Polerones/polar	7	2	3	3	3	10	8	6
Chaquetas	7	1	2	4	6	5	3	6
Abrigos	1	1	2	3	4	3	2	2
Parkas	2	1	2	1	0	2	1	2
Calzones	38	8	10	16	15	25	21	19
Sostenes/bralettes	5	2	5	5	6	10	4	6
Calcetines	31	6	8	20	28	34	80	22
Pantys	0	2	2	2	2	11	2	2
Pijamas	7	6	2	7	4	6	5	6
Trajes de baño	9	3	4	5	11	10	5	7
Bufandas/pañuelos	6	1	4	2	9	4	8	3
Gorros	1	1	1	2	4	5	3	2
Guantes	0	0	0	2	0	2	2	1
Cinturones	2	1	5	3	5	3	2	3
Zapatos	19	7	4	8	14	11	12	12
Carteras	6	1	4	8	6	3	7	4
Formales	2	3	1	1	6	2	2	2
Total prendas	248	91	91	140	228	242	307	179

Figura 11. Tabla elaboración propia, 2021

Tipo de prenda	Guardado	UHEL*	UREL*	CPLHS*	CPLRS*	PROM FINAL	Volumen
Poleras	Repisa	1	2	10	5	14	25x33x14
Blusas/Camisas	Colgado	2	3	5	4	5	15x45x80
Vestidos	Colgado	2	3	5	4	5	15x45x160
Faldas	Colgado	3	4	4	3	4	12x45x80
Shorts	Repisa	3	4	4	3	4	28x43x9
Pantalones	Colgado	3	6	4	2	6	20x45x77
Patas/Buzos	Cajones	1	3	4	4	5	25x31x10
Peto deportivo	Cajones	1	2	8	7	4	12x17x9
Chalecos	Repisa	4	7	3	2	4	27x33x16
Polerones/polar	Repisa	4	5	3	3	4	28x35x16
Chaquetas	Colgado	4	10	3	2	4	15x45x85
Abrigos	Colgado	5	10	2	2	2	15x45x125
Parkas	Colgado	5	10	2	2	2	15x45x85
Calzones	Cajones	1	1	13	13	15	23x13x6
Sostenes/bralettes	Cajones	1	2	8	7	4	16x37x10
Calcetines	Cajones	1	2	13	6	14	19x17x9
Pantys	Cajones	1	2	5	3	3	15x15x9
Pijamas	Cajones	3	4	4	3	4	23x24x10
Trajes de baño	Cajones	3	4	4	3	5	24x32x10
Bufandas/pañuelos	Cajones			1	1	2	10x25x10
Gorros	Cajones			1	1	1	6x18x10
Guantes	Cajones			1	1	1	9x5x8
Cinturones	Cajones					3	13x13x10
Zapatos	Repisa					8	21x31x20
Carteras	Repisa					4	30x38x25
Formales	Colgado	1	1	1	1	1	8x45x160
						127	140x55x190

*UHEL: Usos higiénico entre lavados

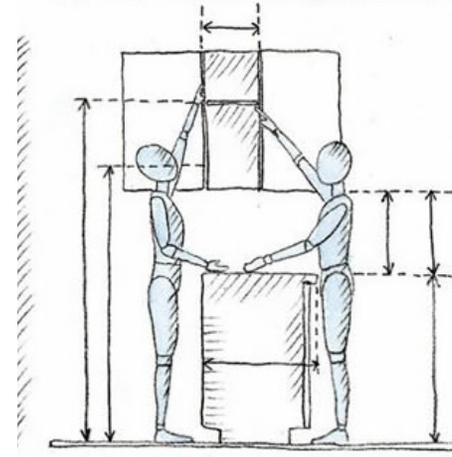
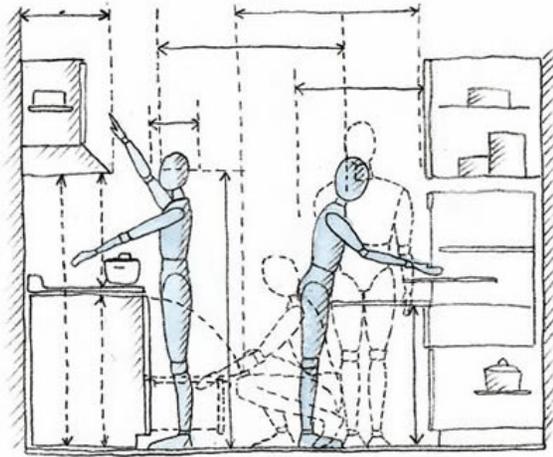
*UREL: Uso real entre lavados

*CPLHS: Cantidad prendas con lavando higiénico a la semana

*CPLRS: Cantidad prendas con lavando real a la semana

Considerando los volúmenes obtenidos de cada sección de prendas, y las medidas antropométricas que se rescataron de ejercicios realizados en

el curso de Ergonomía de la Universidad Católica (figura 13 - 14), se comenzó con el proceso de desarrollo.

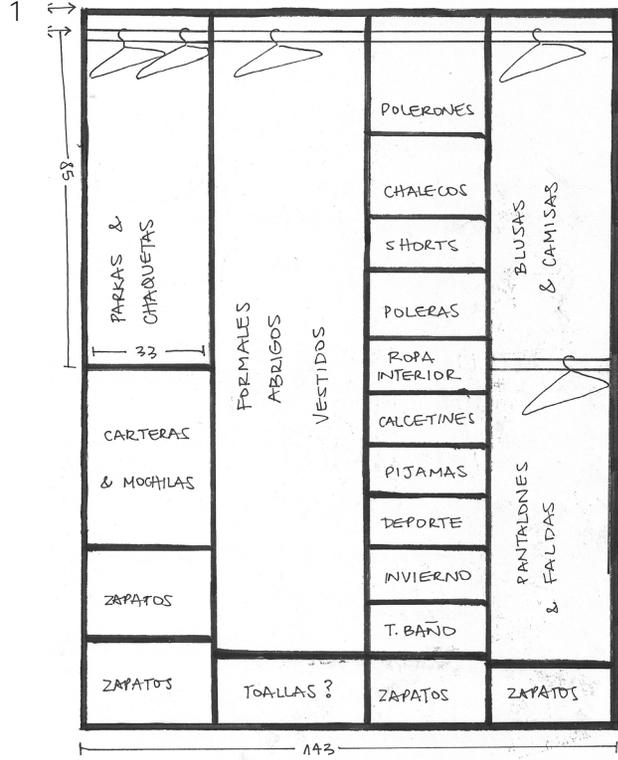


Mueble	Parámetro mueble	Parámetro persona	Antropometría	Dimensión
Mesón trabajo ligero	Altura mesón	Codo duelo de pie	Mínimo	95
	Profundidad mesón	Alcance máximo	Mínimo	71
Mesón trabajo precisión	Altura mesón	Codo suelo + 10 cm	Mínimo	105
	Profundidad mesón	Alcance máximo	Mínimo	71
Mesón trabajo fuerza	Altura mesón	Codo suelo - 10 cm	Mínimo	85
	Profundidad mesón	Alcance máximo	Mínimo	71
Estantes	Repisa inferior	Altura ojos suelo	Mínimo	146
	Repisa superior	Alcance vertical máx.	Mínimo	190

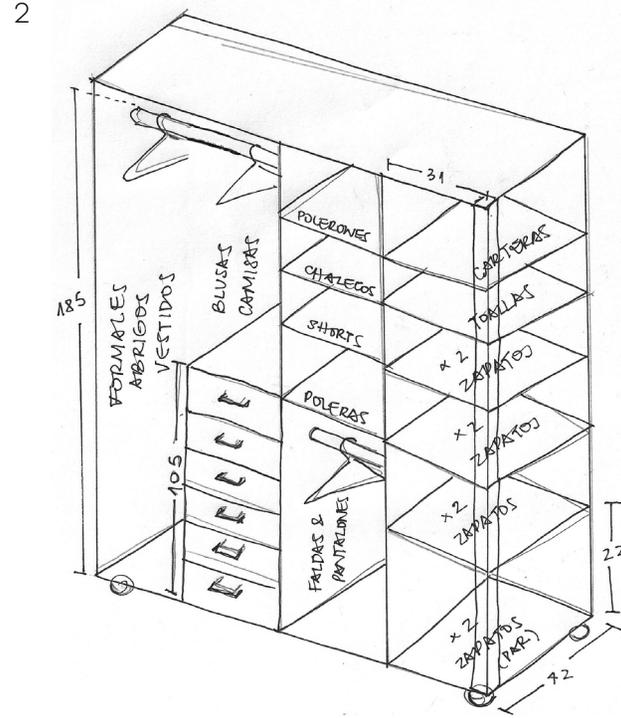
Figura 13 - 14. Ergonomía UC, 2017
Figura 15. Tabla elaboración propia, 2017

Para el primer croquis, siguió usándose como base la repisa de las poleras a altura de 105 cm desde el suelo y se respetaron el resto de las medidas de las secciones. Los espacios extras se destinaron para zapatos.

Terminó por descartarse por lo irregular de los espacios para zapatos y la posición de la repisa para toallas.

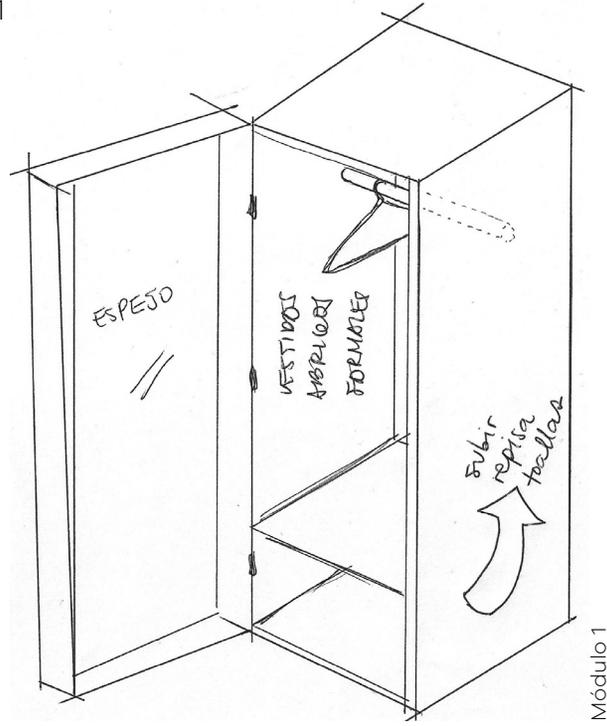


En el segundo croquis, se siguió con la idea de concepto abierto. Se pusieron los zapatos en una columna a la derecha, junto con las carteras y toallas. Las repisas de ropa se separaron de los cajones, disminuyendo de 4 barras a 2, reduciendo la cantidad de material y aprovechando el espacio bajo las repisas para la 3 barra (para faldas y



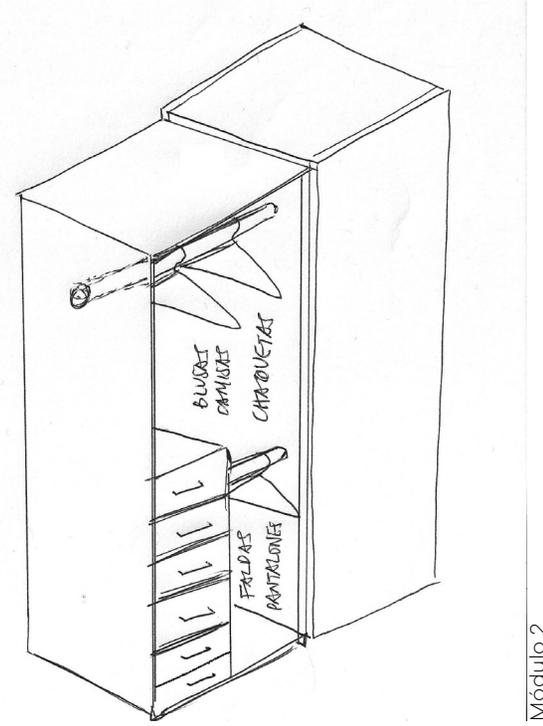
pantalones). Terminó por descartarse este boceto ya que no se tuvo en cuenta un espacio para poner un espejo (que se considera clave en la interacción de vestir), debido al concepto abierto. Para la tercera exploración, se llegó a la idea de módulos separados, en vez de un bloque completo. El primer módulo contendría prendas

3.1



largas (abrigos y vestidos), una repisa para toallas (que luego se llevó a la parte superior), y el espejo (imagen 42). El siguiente módulo se pensó como un gran cajón que se abriría hacia el frente, lo que disminuiría el ancho total, permitiría acceso por ambos lados del módulo, y al estar abierto crearía un espacio especial separado para vestir

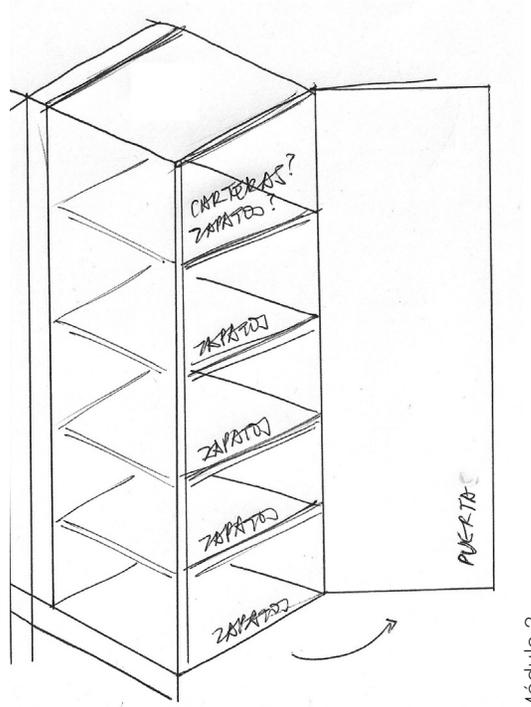
3.2



entre el espejo del módulo 1 y el módulo 2. Este contendría dos barras: una para blusas, camisas, chaquetas y parkas, y la otra para pantalones y faldas; y la hilera de 6 cajones (imagen 43).

El tercer módulo contendría las repisas para zapatos y carteras. Se abriría por el costado (imagen 44), para permitir acceso fácil al lado derecho del módulo

3.3



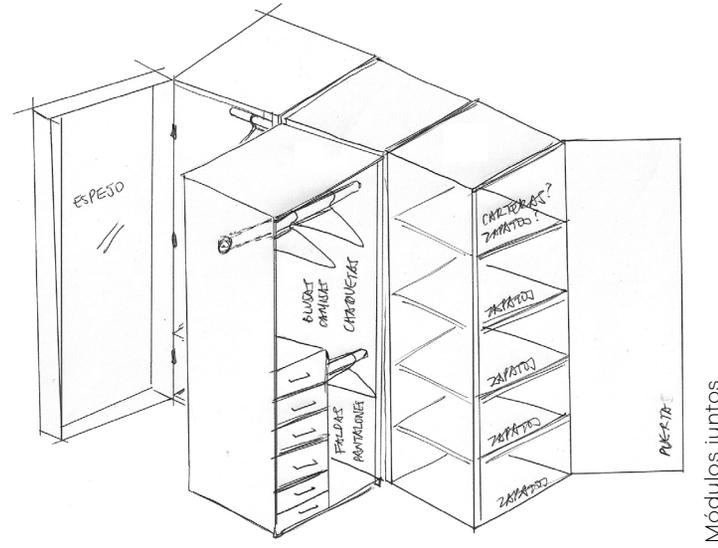
Módulo 3

dos.

Finalmente se volvió a descartar esta forma, ya que la puerta por el costado requería más espacio horizontal en la habitación, que no se tiene de sobra en el caso de las usuarias, el promedio de este determinó ser 1610 mm aproximadamente, según una breve encuesta realizada a usuarias.

Además se pensó que era posible disminuir de tres módulos a solo dos. Con esto se llegó al diseño de forma general final de dos módulos.

3



Módulos juntos

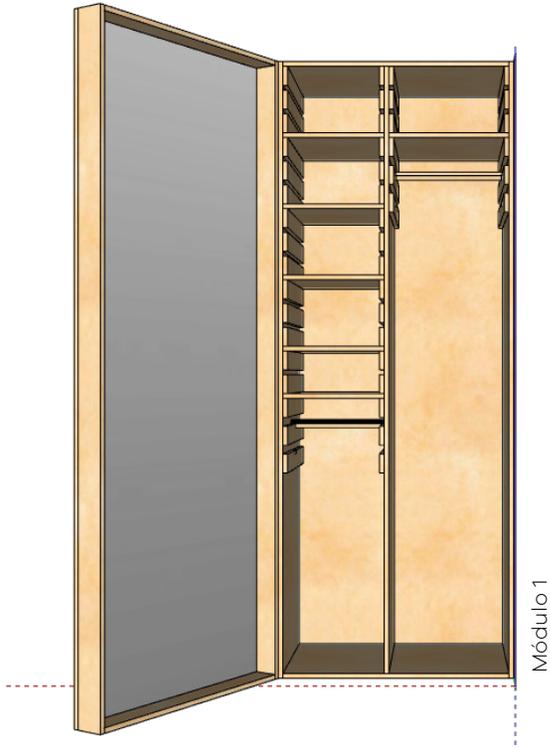
Para este rediseño, se comenzó a modelar digitalmente de manera preliminar en SketchUp.

La altura del mueble se aumentó de 190 a 195 cm, ya que la altura mínima del cielo de una vivienda, teniendo en cuenta vigas y otros detalles de construcción es de 200 cm (Arévalo,

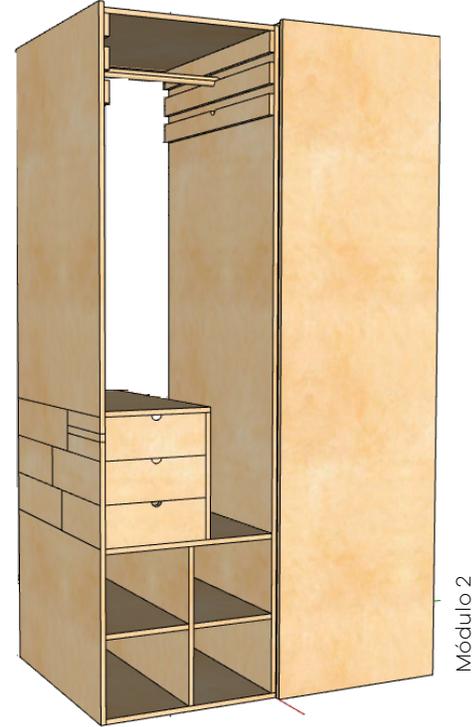
2018), por lo que se aprovecharon 5 cm más de altura, dejando un espacio de otros 5 cm para facilitar la instalación.

Entrando más en detalles, las repisas se hicieron removibles y de alturas ajustables, con un mecanismo en ambos módulos, de listones adheridos

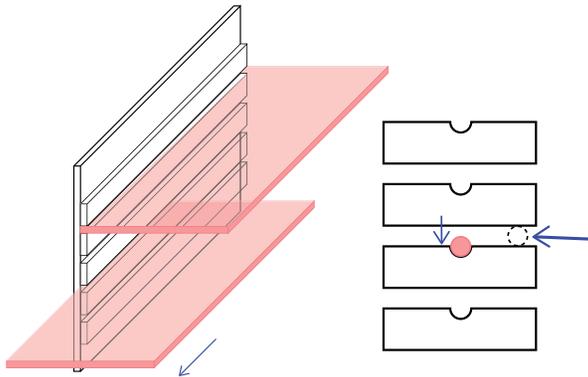
4.1



4.2



a las planchas laterales (figura 16), que igualmente funcionan para las barras (figura 17).



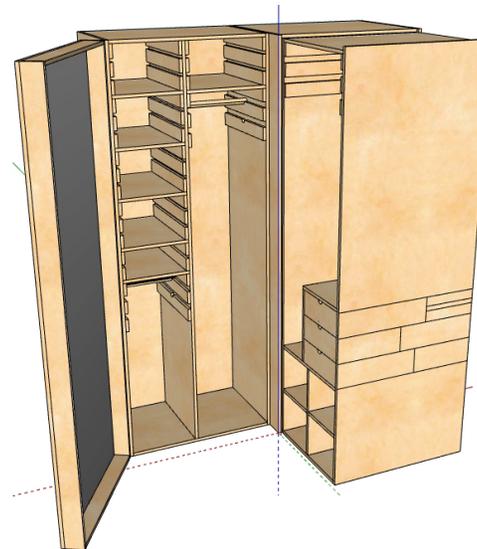
El módulo 1 consistía en:

- 3 paredes, techo, suelo, y la puerta con espejo integrado, que utilizaba la totalidad de la puerta.
- 6 repisas ajustables, con separación de 21 cm entre ellas, para ser menos restrictivas, considerando el mayor volumen de los ítems de estas, más algunos centímetros de holgura.
- 2 barras ajustables. Una para prendas más largas (formales, abrigos y vestidos); y otra para prendas cortas (pantalones y faldas).

El módulo 2 consistía en:

- Base fija de 3 paredes y techo
- Sección móvil de 2 paredes, más techo y suelo, que contiene:
 - 6 cajones, 3 hacia cada lado, las medidas específicas para el volumen cada grupo de ítems que se guarda en cada uno.
 - 1 barra de altura ajustable para prendas cortas y medias (camisas, blusas, chaquetas y parkas).
 - 4 repisas largas pensadas para contener 8 pares de zapatos.

4



Una vez que se llegó a esta forma, se comenzó con la cotización de materiales para calcular los costos del proyecto, con lo que se concluyó que se volvería a rediseñar, ya que los costos de materiales, sin todavía considerar los de fabricación, se escapaban totalmente del presupuesto del usuario a quien va dirigido (C1b y C1a).

Es por esto que se revaluó que partes de la estructura eran necesarias para que el mueble se mantuviera estable.

Dentro de los cambios que se hicieron en el Módulo 1, fue remover la pared posterior y el suelo, los que fueron reemplazados por listones en las orillas y uno en el centro, para mantener estabilidad estructural, al igual que la plancha que separaba la columna de repisas del lado del colgador, fue reemplazada por dos listones verticales con surcos para las repisas y para los listones horizontales que sostienen un lado de las barras (imagen 45). Y por otro lado, se disminuyeron las dimensiones del espejo por el alto costo.

5.1



5.1



Módulo 1

5.2



Módulo 2

5.2



En el caso del Módulo 2, se removió la parte posterior de la "caja" base, agregando dos listones en la parte inferior para soporte, quedando solo los lados y el techo conformado de planchas.

Para la sección móvil, también se quitaron la plancha posterior y del techo, las que se reemplazaron igualmente por listones en las orillas para mantener la estructura con el menor material posible, los que igual que en el Módulo 1, contienen surcos para sostener otro listón horizontal que sostendría uno de los extremos de la barra.

La sección de repisas de zapatos del Módulo 2, la plancha que las separaba verticalmente se quitó, reemplazándose por listones verticales con surcos a sus extremos, para continuar con el lenguaje de encajes.

Y finalmente, para los cajones, se adaptó el mismo método de encaje de surcos como mecanismo de rieles para poder abrir y cerrar los cajones.

Esta vez para cotizar los materiales, específicamente las planchas, que eran lo que más se utilizaba y lo que tenía costo más elevado, se hizo un estudio de pros y contras con respecto a tres tipos de madera, descartando de antemano la madera maciza debido a su alto costo, que habría inaccesible el producto para la usuaria (figura 18).

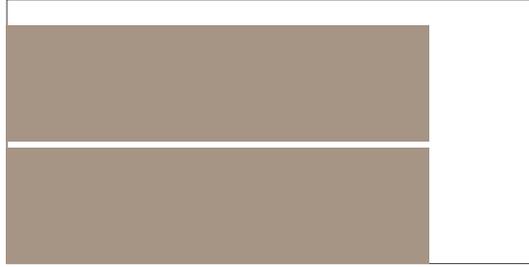
Luego de haberse decidido por las planchas de madera terciada, se hizo un dimensionado de cada una de las piezas con sus medidas respectivas sobre las medidas de las planchas (figura 19 - 23).

Plancha Melamina	Plancha Terciado	Plancha MDF
variedad de color y estilo	estilo veta madera visible	sin apariencia de madera
183 x 250 x 15mm	122 x 240 x 15mm	152 x 244 x 15mm
\$33.000 - \$60.000	\$29.000 - \$33.000	\$16.000 - \$26.000
terminaciones extra (tapa cantos)	terminaciones extra (barniz)	terminación extra (pintura y sellante)
durabilidad menor a manipulación constante	durabilidad mayor a manipulación constante	durabilidad menor a manipulación constante
49 kg	22.5 kg	28 kg

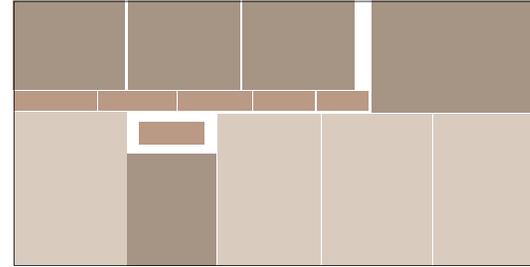
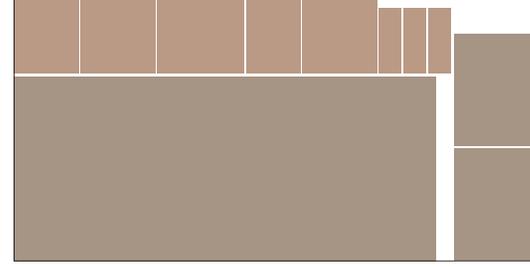
MÓDULO A
 CAJONES
 MÓDULO B

Se terminó llenando 2 planchas de 15 mm y 3 planchas de 30 mm, que son en las que se hacen los surcos para que funcionen como rieles y encajes para repisas, cajones y barras.

Con esto, y el cálculo del resto de los materiales (listones, ruedas, tornillos, tarugos, espejo, etc.), los costos lograron mantenerse bajo el valor presupuestado.



2 PLANCHAS 1220 X 2440 X 30 MM



3 PLANCHAS 1220 X 2440 X 15 MM

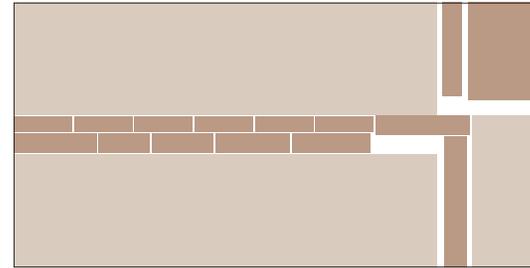


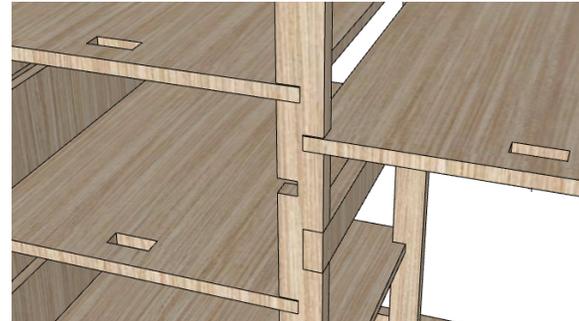
Figura 19 - 23. Elaboración propia, 2021

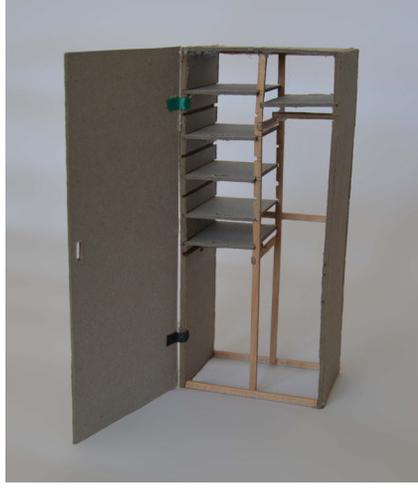
Una vez confirmado lo anterior, se comenzó a ver los detalles:

- Los tiradores para las puertas y los cajones, que en el modelo 4 eran semicírculos, se diseñaron para seguir con el lenguaje de surcos/rieles (imagen 49 - 50).

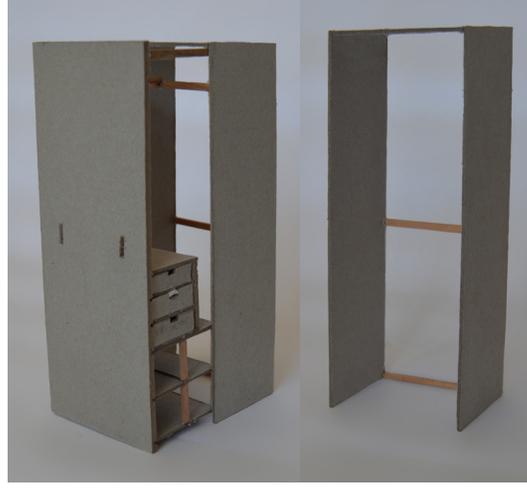


- También se diseñó un gesto para comunicar que las repisas son abribles y removibles (para facilitar el manejo y guardado de prendas y para poder adaptar las alturas), siguiendo con el mismo lenguaje de los otros tiradores (imagen 51).

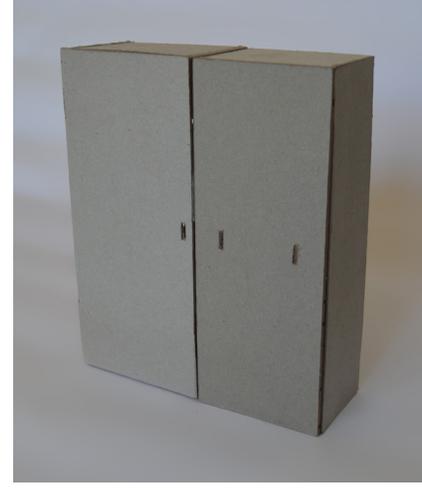




MÓDULO A



MÓDULO B



MÓDULOS JUNTOS

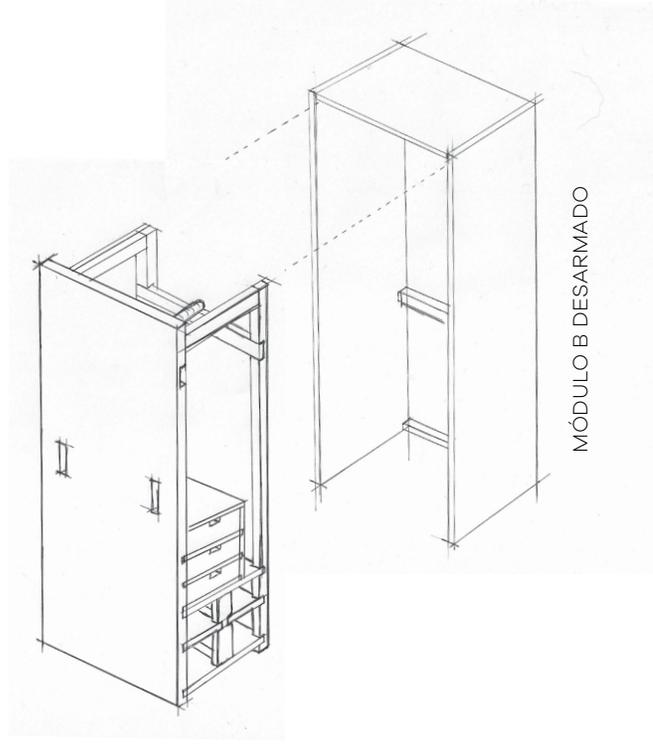
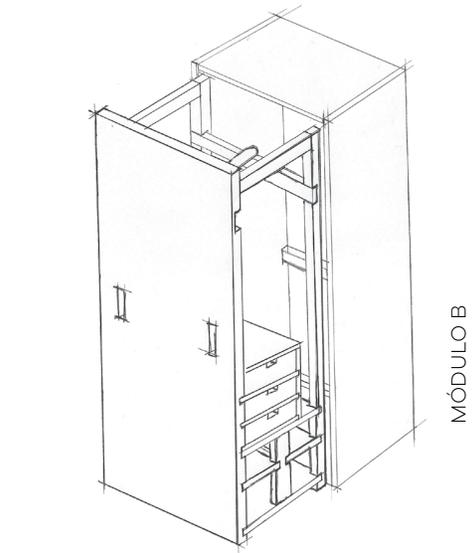
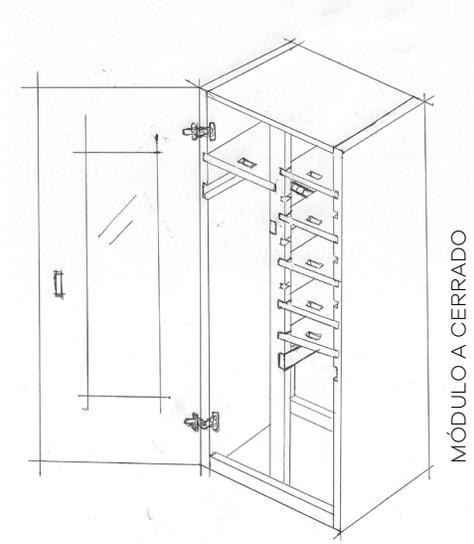
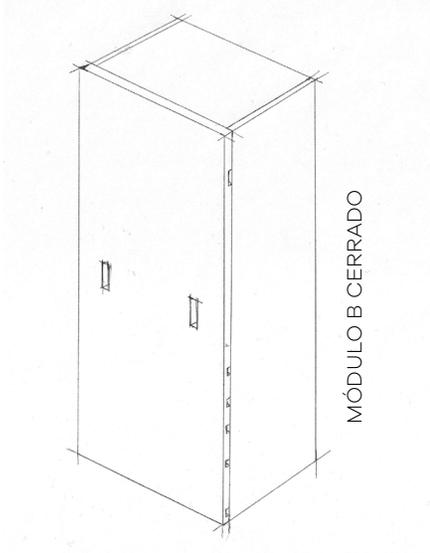
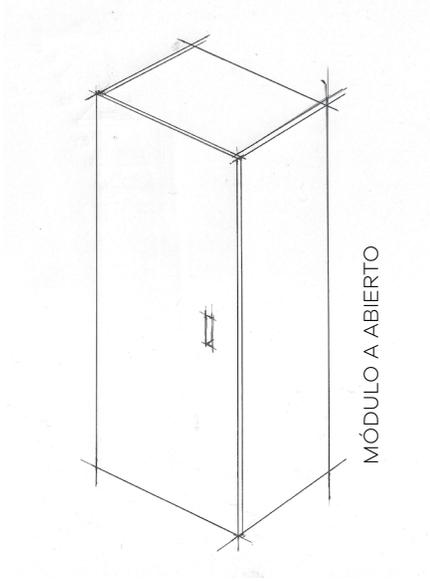
Como último paso antes de comenzar el proceso de modelado de los renders oficiales, se construyeron maquetas a escala 1:10 para testear proporciones y estabilidad estructural del mueble.

Las piezas que en el producto irían pegadas/atornilladas, en la maqueta se pegaron; y las piezas que van sueltas, como las repisas y barras, se pusieron de la misma forma en la que irían en el producto.

Un problema que se notó gracias a la maqueta y que se cambió antes de pasar al modelado y renderizado oficial, fue la orientación de las repisas

del Módulo A. Como la puerta de ese módulo se abría hacia la izquierda, si esta no se abría completamente, podía dificultar el manejo de las repisas, por lo que se movió hacia la derecha, cambiando espacios con el colgador para prendas largas.

Luego de este cambio, y de comprobar que la estabilidad del mueble era suficiente, se trazaron finalmente los croquis (imagen 55 - 59), para luego agregarlos a las planimetrías oficiales, que se usarían para la iconografía de armado y que se entregarían para la producción de los renders finales.



RESULTADOS FINALES

6.1. RENDERS

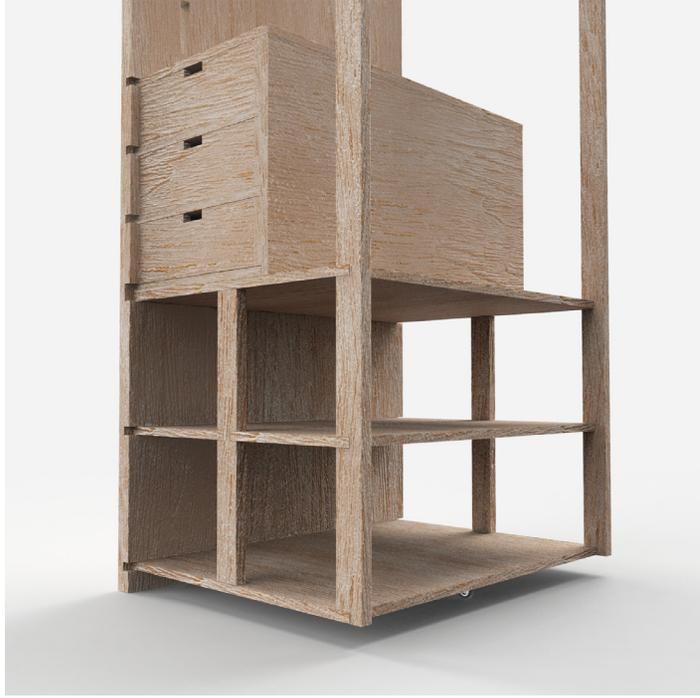
ALMARIO



MÓDULO A



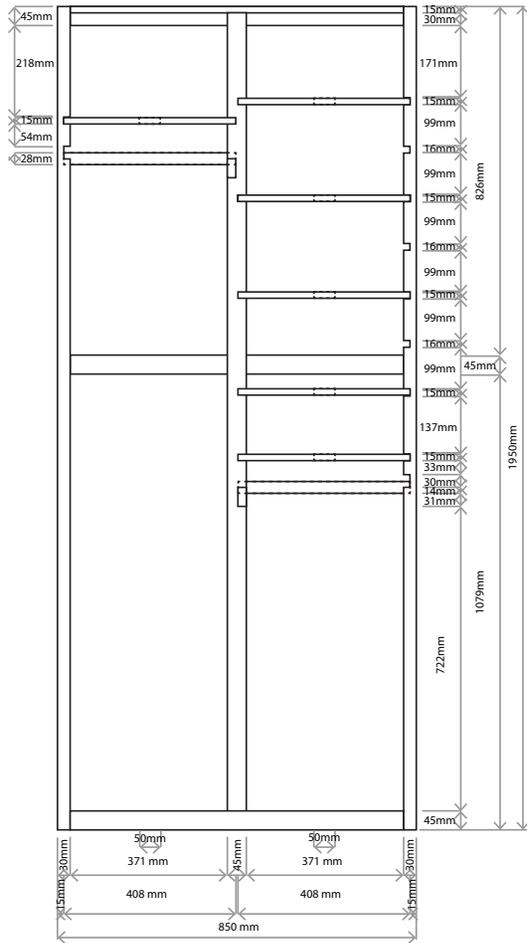
MÓDULO B



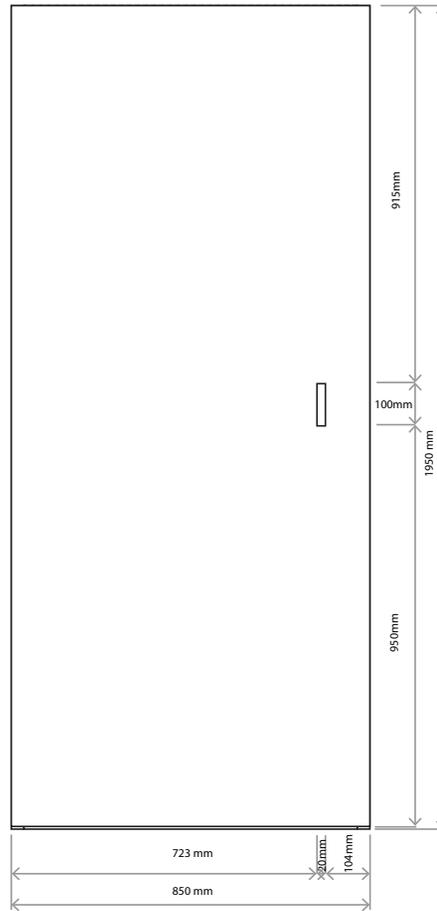
RESULTADOS FINALES

6.2. PLANIMETRÍAS

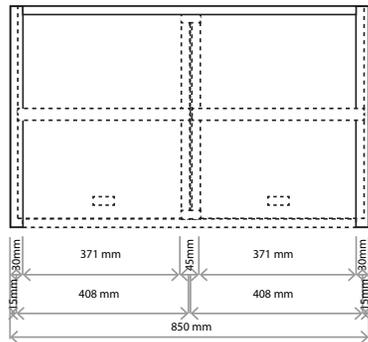
FRENTE SIN PUERTA



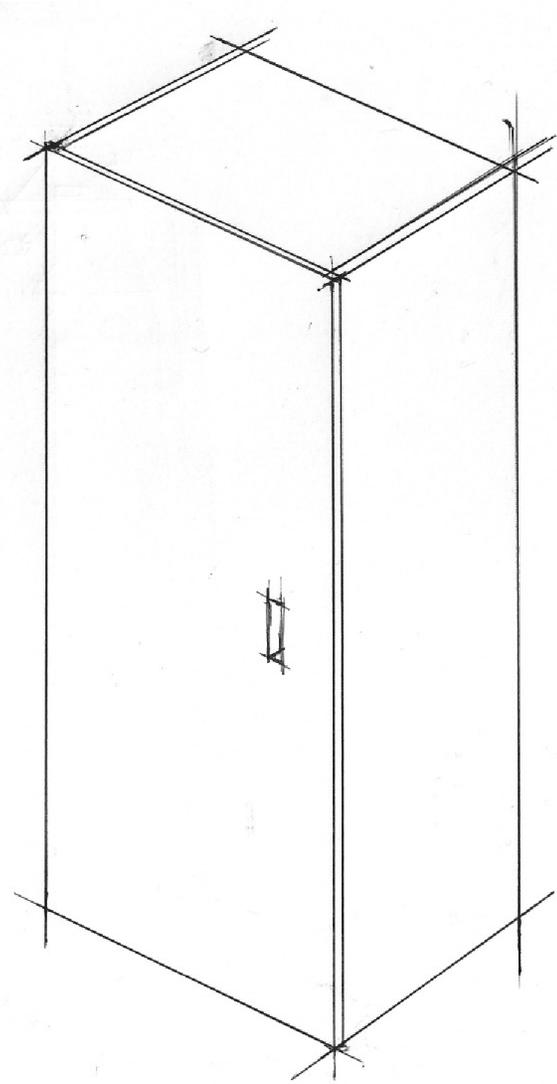
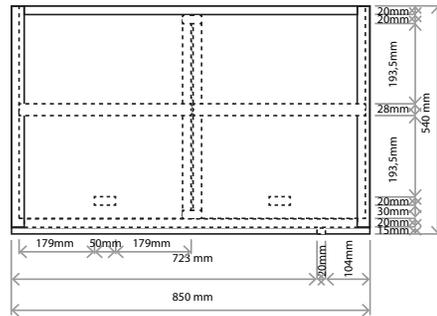
FRENTE CON PUERTA



PLANTA SIN PUERTA

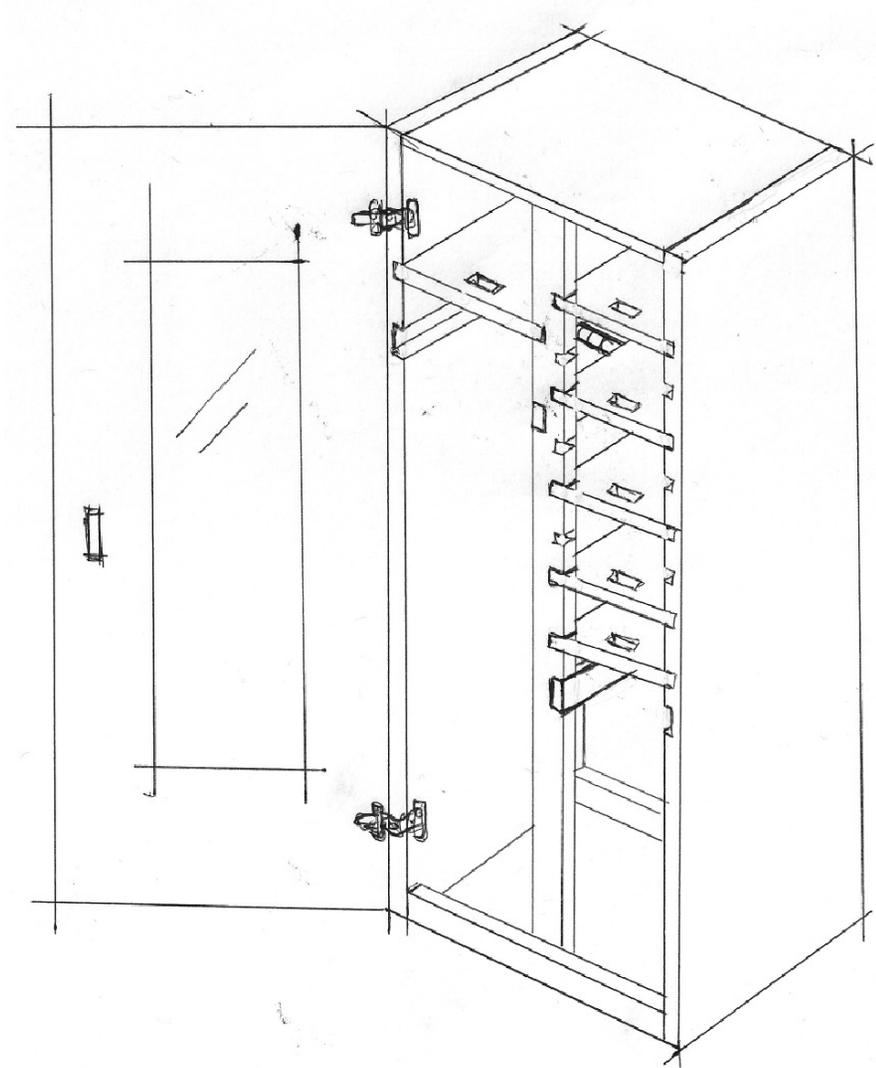
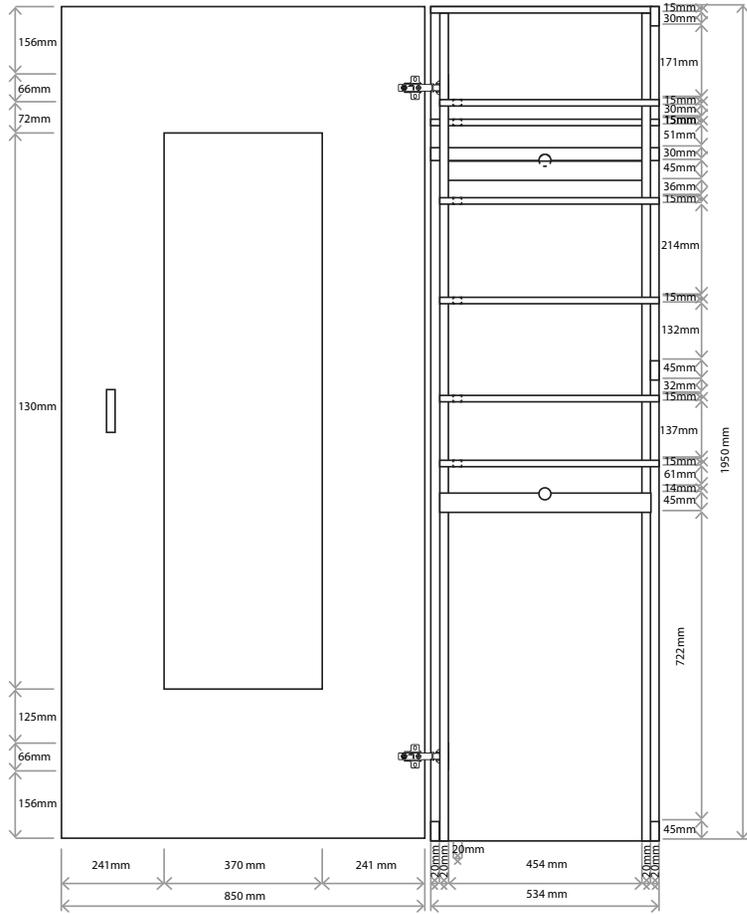


PLANTA CON PUERTA CERRADA



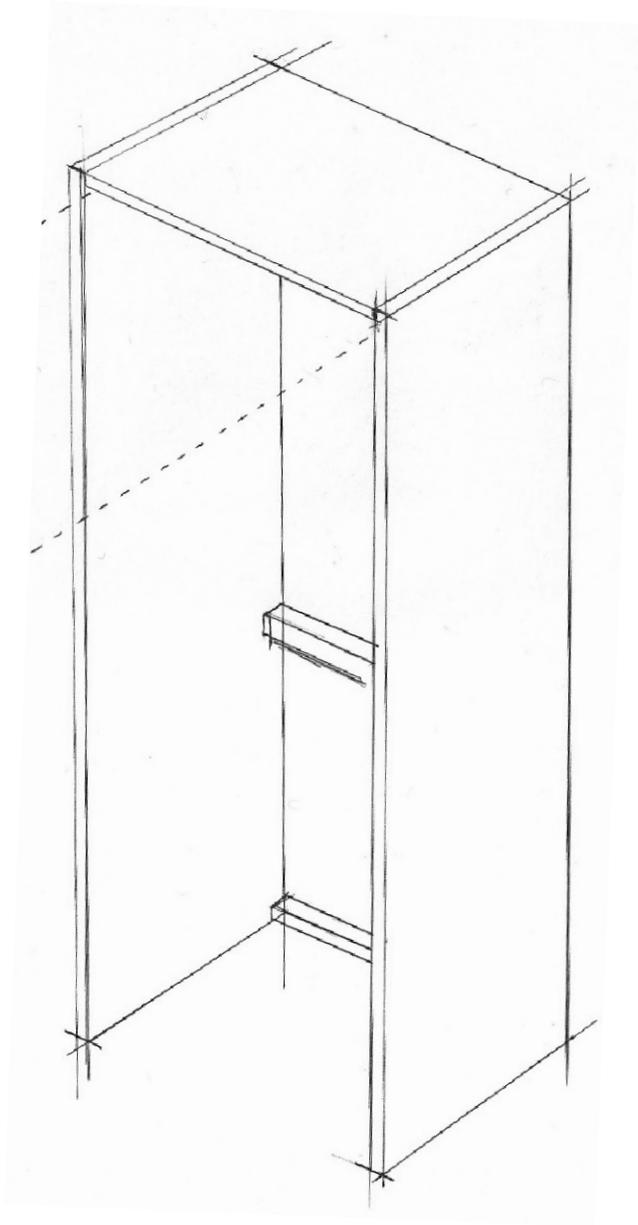
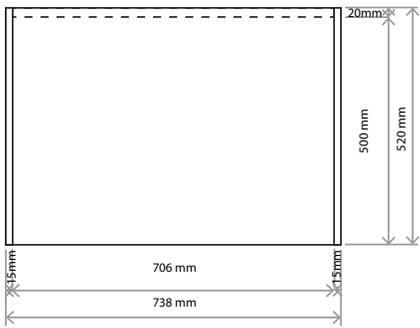
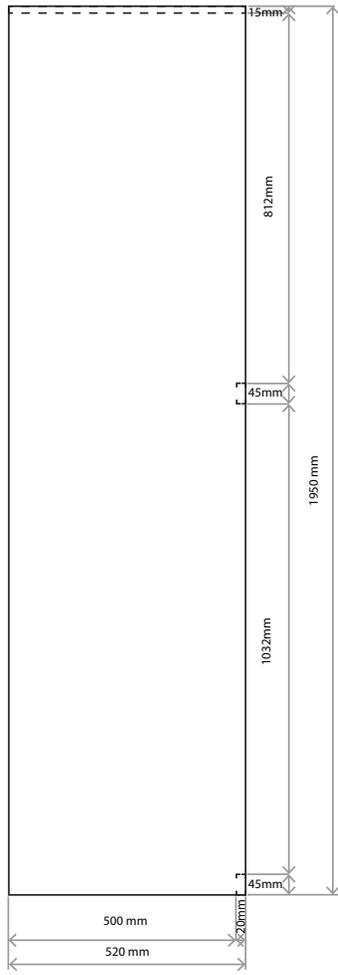
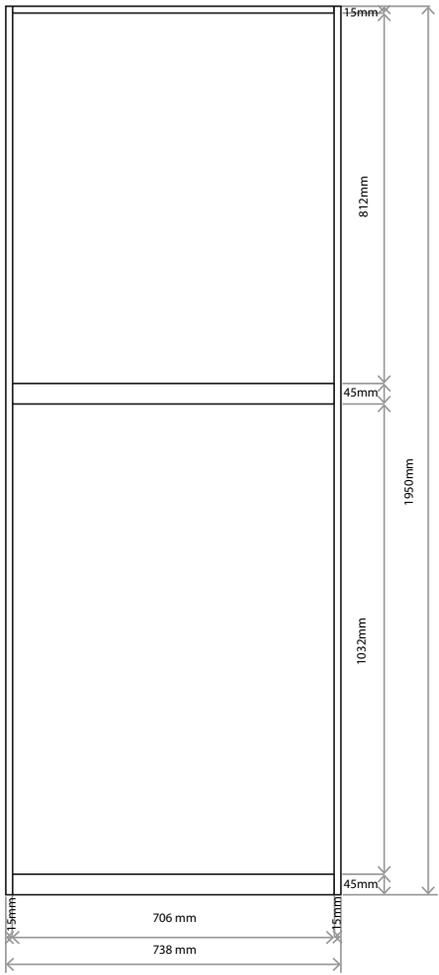
MÓDULO A	PÁG. 1
MADERA TERCIADA 15 MM MADERA TERCIADA 30 MM LISTONES PINO 45MM x 20MM	E : 1 : 10

CORTE PERFIL CON PUERTA ABIERTA



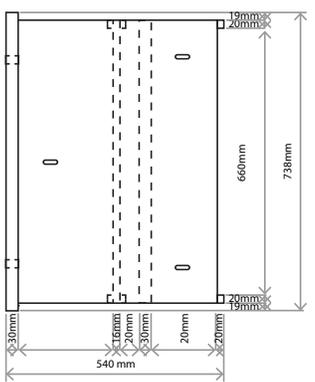
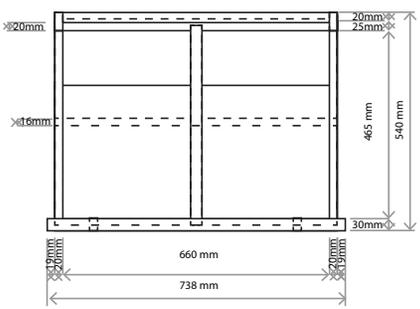
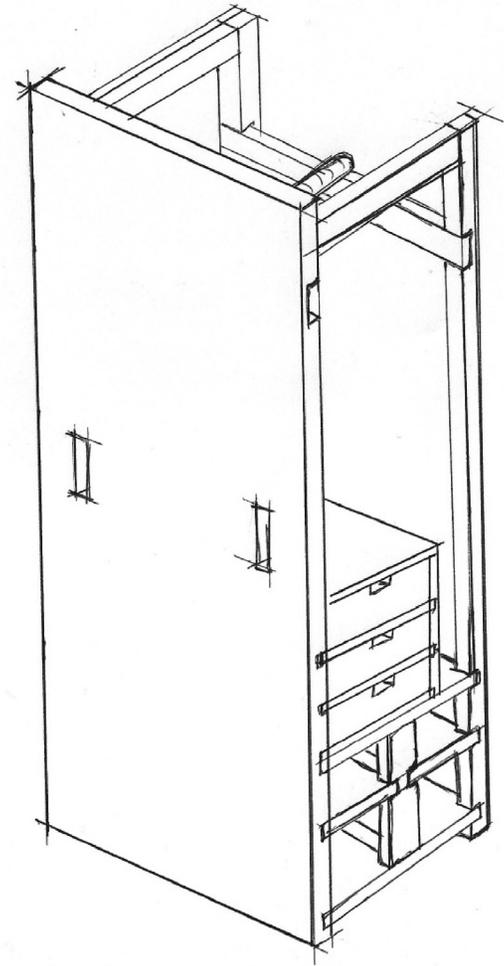
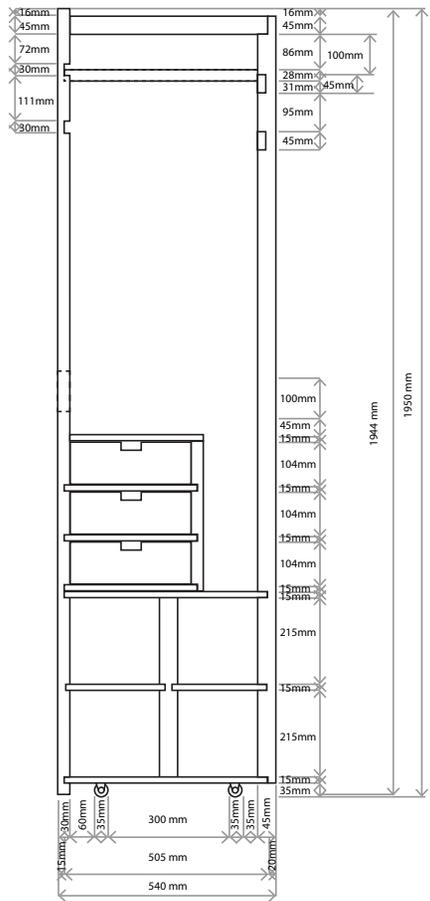
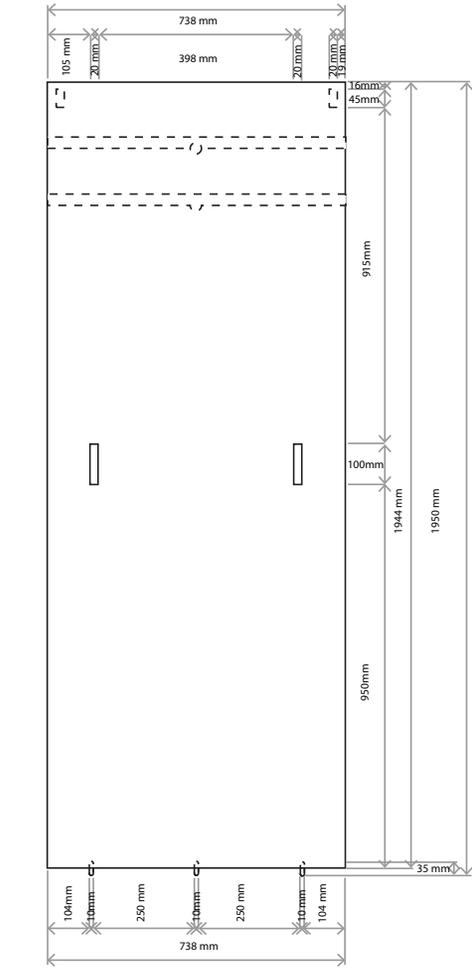
MÓDULO A	PÁG. 2
MADERA Terciada 15 MM MADERA Terciada 30 MM LISTONES PINO 45MM x 20MM	E: 1 : 10

RESULTADOS FINALES | PLANIMETRÍA BASE MÓDULO B



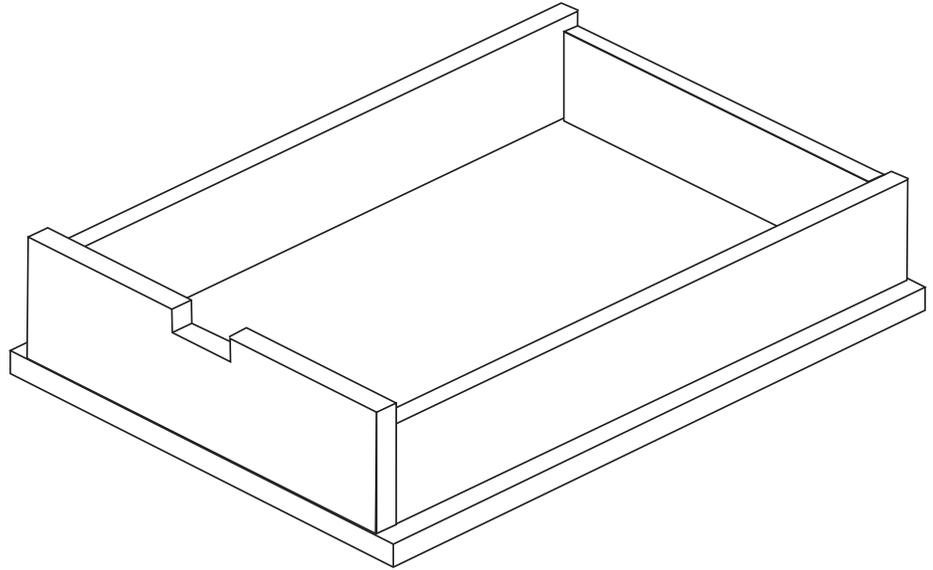
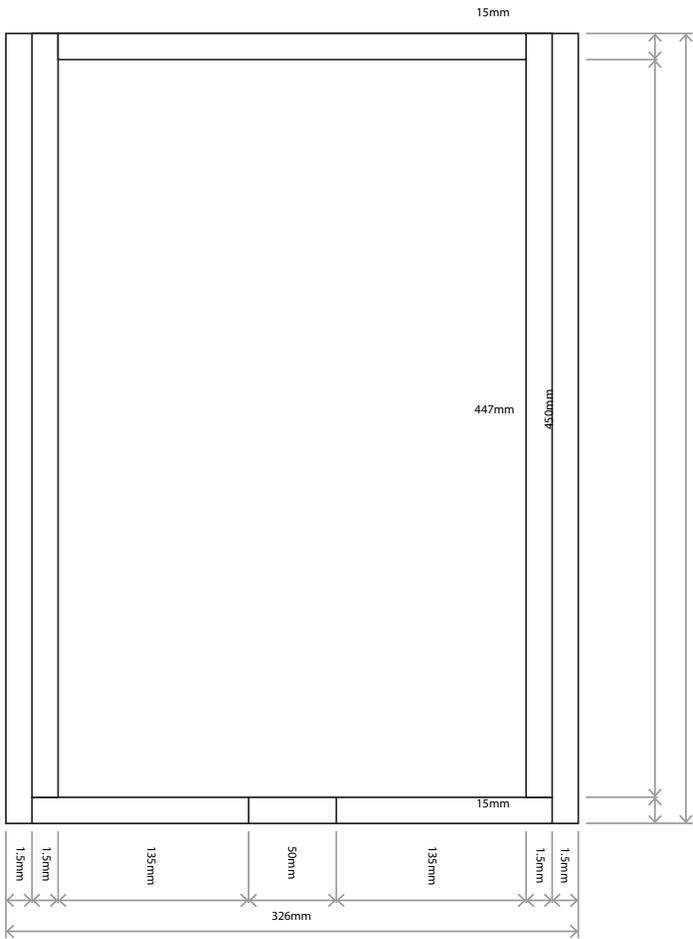
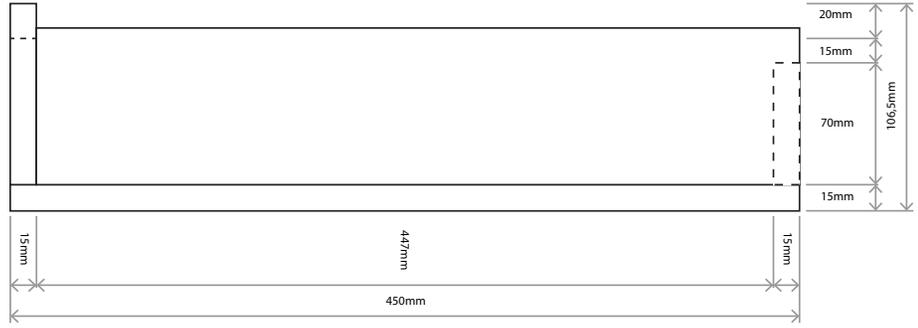
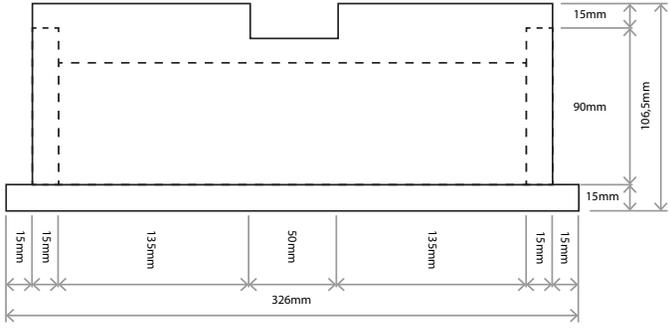
BASE MÓDULO B	
MADERA TERCIAADA 15 MM LISTONES PINO 45MM x 20MM	E : 1 : 10

RESULTADOS FINALES | PLANIMETRÍA MÓVIL MÓDULO B



MÓVIL MÓDULO B	
MADERA TERCIADA 15 MM	E : 1 : 10
MADERA TERCIADA 30 MM	
LISTONES PINO 45MM x 20MM	

RESULTADOS FINALES | PLANIMETRÍA CAJÓN 1 MÓDULO B

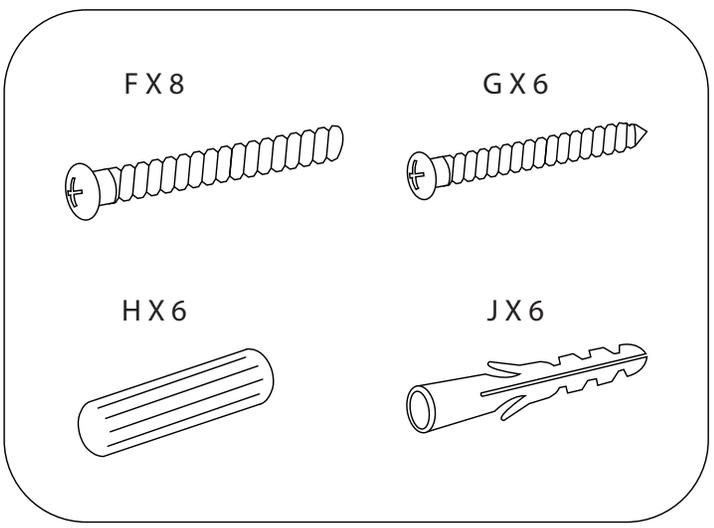


CAJÓN Nº1 MÓDULO B	
MADERA TERCIAADA 15 MM	E : 1 : 2,5

RESULTADOS FINALES

6.3. ICONOGRAFÍA ARMADO

BASE MÓDULO B - MATERIALES



C 4.5 cm x 70.6 cm

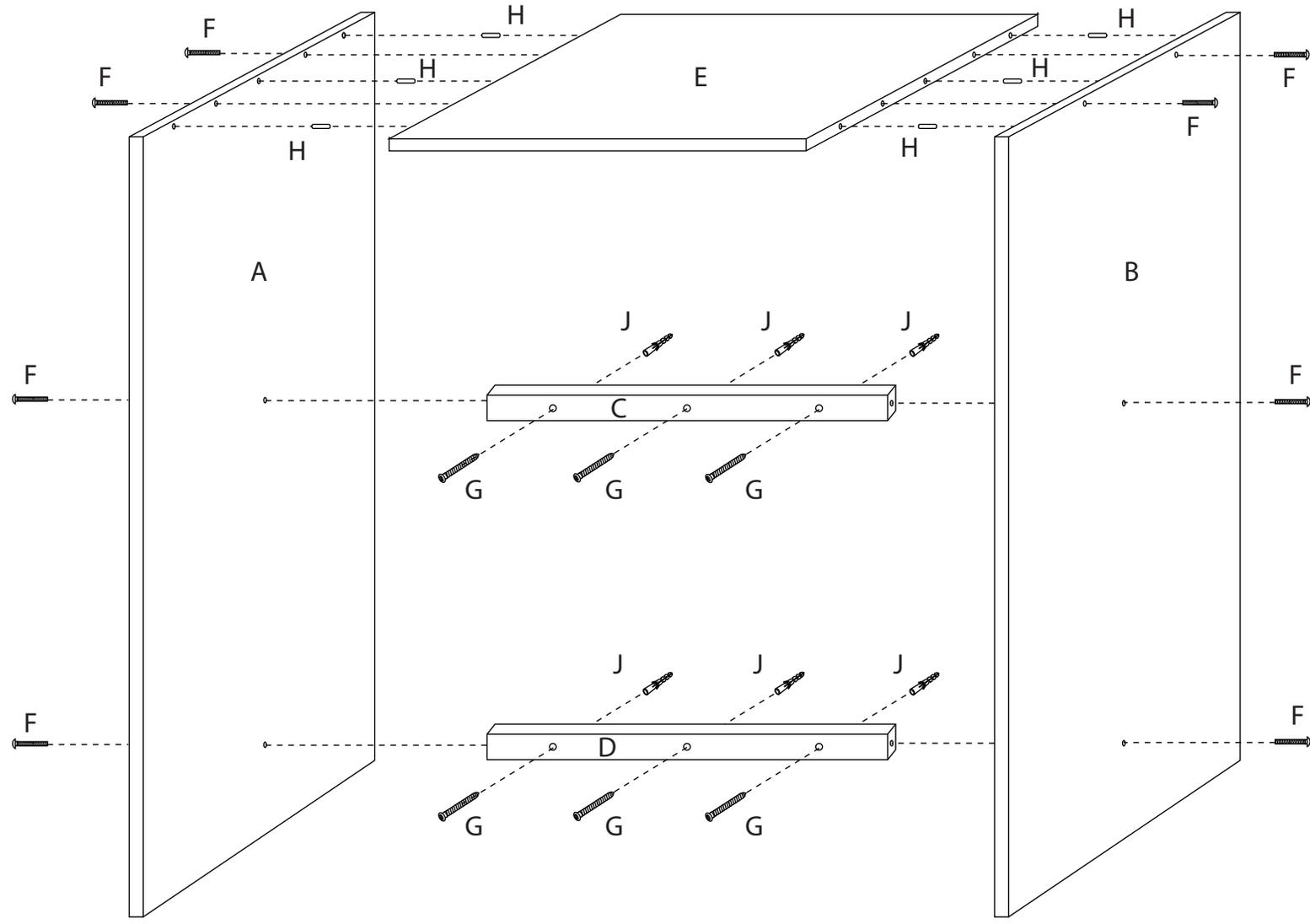
D 4.5 cm x 70.6 cm

E
52 cm x 73.8 cm

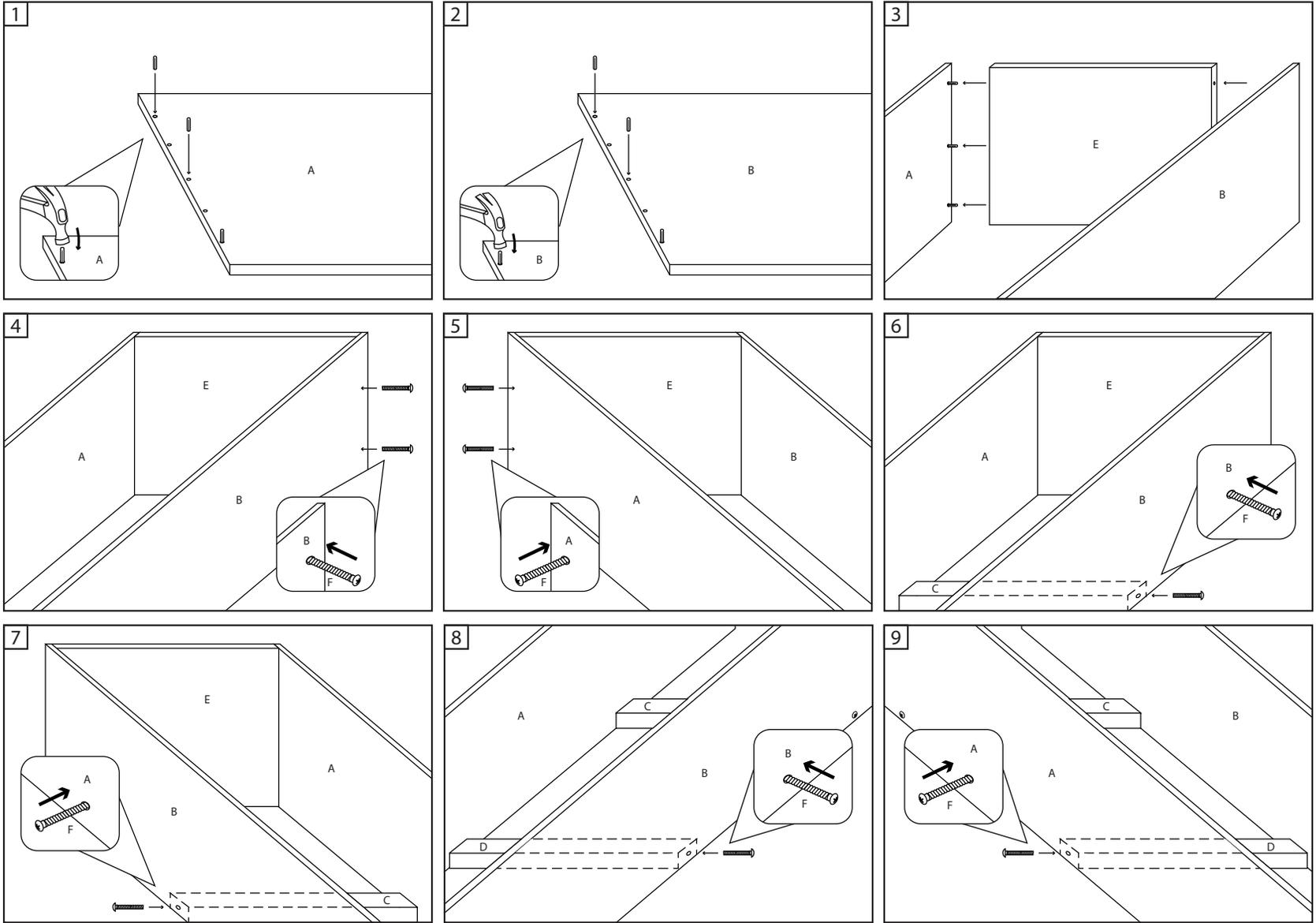
A
52 cm x 195 cm

B
52 cm x 195 cm

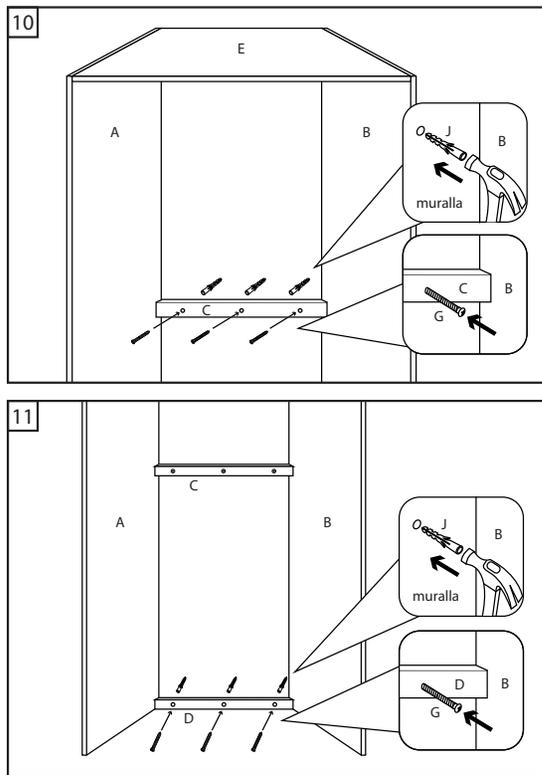
BASE MÓDULO B - EXPLOSIÓN



BASE MÓDULO B - PASO A PASO



BASE MÓDULO B - PASO A PASO



*Resto de instrucciones para otras secciones en anexo.

RESULTADOS FINALES

6.4. IDENTIDAD

Naming

Para el nombre del proyecto, se decidió hacer un juego con las palabras alma y armario, llegando al nombre de la marca, **ALMARIO**, haciendo alusión a esta nueva relación, de índole más ceremonial, de cercanía y de respeto, que la marca propone integrar en el trato con nuestra indumentaria. Atesorar, más que sólo guardar.

Logotipo

Para aludir a estos sentimientos de cercanía, simpleza, organización y calma, que son algunos de los puntos que se busca transmitir a las usuarias, se utilizó una paleta de colores neutra y etérea, que inspirara esta tranquilidad y simplicidad, y que aludiera también a la madera, material principal del producto.

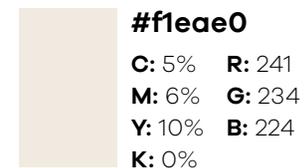
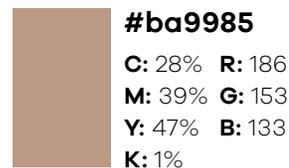
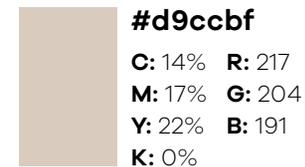
Y en el caso de la tipografía, se utilizó una tipografía geométrica y sans serif, para lograr transmitir, en conjunto

con los conceptos entregados por la paleta de colores, minimalismo y orden, pero no dureza, gracias a las curvas presentes en esta.

Especificaciones

ALMARIO

Tipografía: santral
 Estilo: light
 Tracking: 90
 Vertical scale: 90
 Horizontal scale: 90



RESULTADOS FINALES

6.5. PAGINA WEB

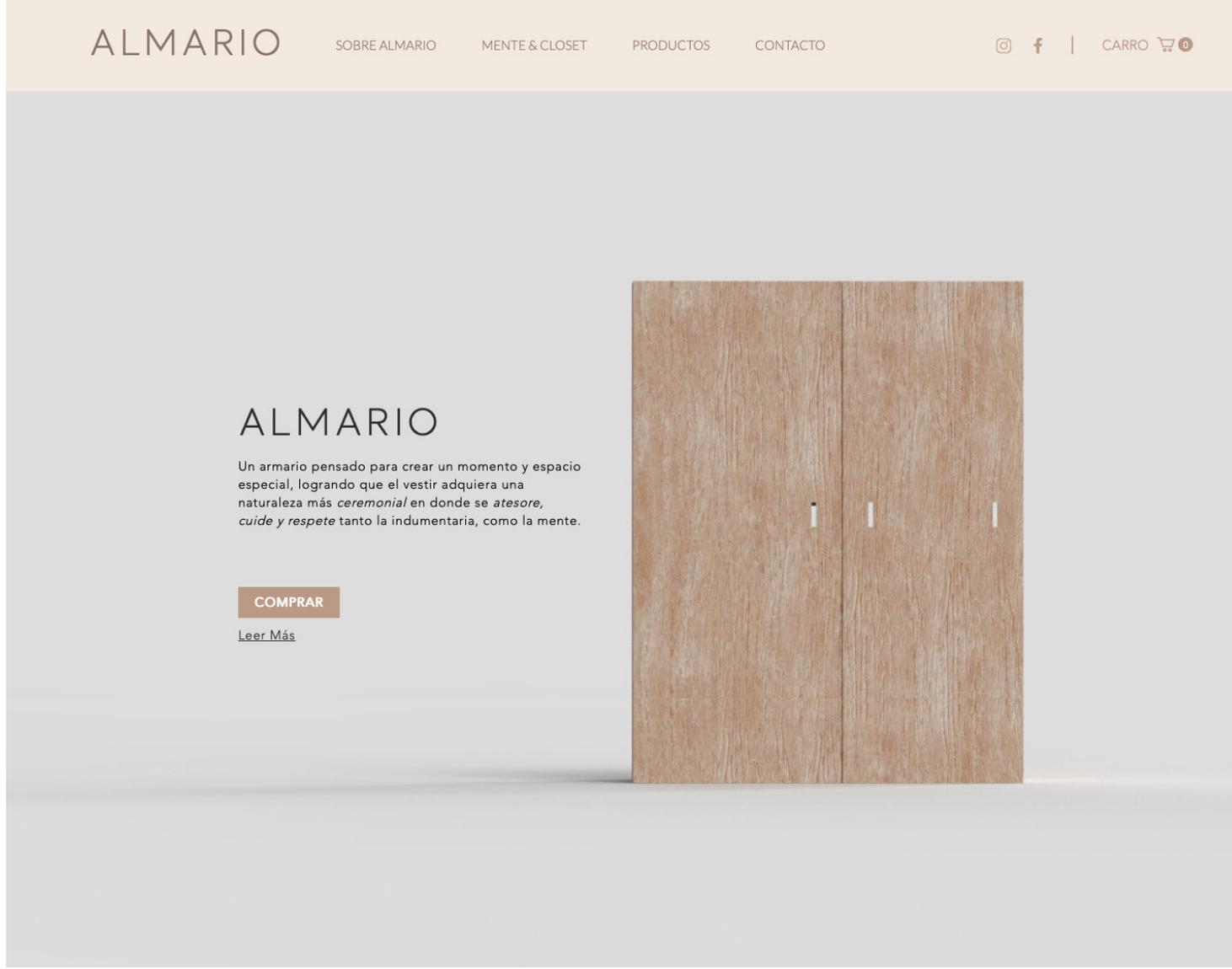


Imagen70. Página web. Elaboración propia, 2021
www.almario.store

LA MENTE & EL CLOSET



ELECCIÓN: MÁS UNA CARGA QUE ALGO POSITIVO?

La **paradoja de la elección** es un concepto acuñado por el psicólogo Barry Schwartz en su libro *The Paradox of Choice: Why More Is Less*.

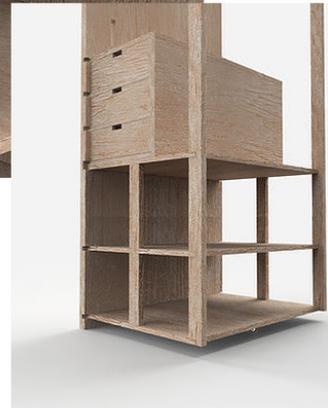
MÁS
OPCIONES

MÁS
ESFUERZO

Este fenómeno ocurre cuando al **aumentar el número de opciones** que se tienen para elegir, también **aumenta el esfuerzo** requerido para tomar una buena decisión, lo que hace que el **elegir se transforme más en una carga que en algo positivo**.

Cuando este concepto se lleva al área del closet y la indumentaria, implicando que mientras más opciones se tienen para elegir, **más complejo y abrumador se torna el proceso de vestirse** cada día, lo que puede deberse a dos causas principales:

PROCESO DE DISEÑO



Para el diseño de ALMARIO, se consideraron medidas **ergonómicas** (ideales para la comodidad del cuerpo) para las alturas de las repisas y las barras.

Superficie/Mueble	Parámetro persona	Dimensiones
Mesón trabajo precisión (repisa poleras)	Altura suelo a codo + 10 cm	105 cm
Estantería superior	Altura vertical máxima	190 cm



ORDENAR POR ▾



ALMARIO

NO DISPONIBLE



MÓDULO B

NO DISPONIBLE



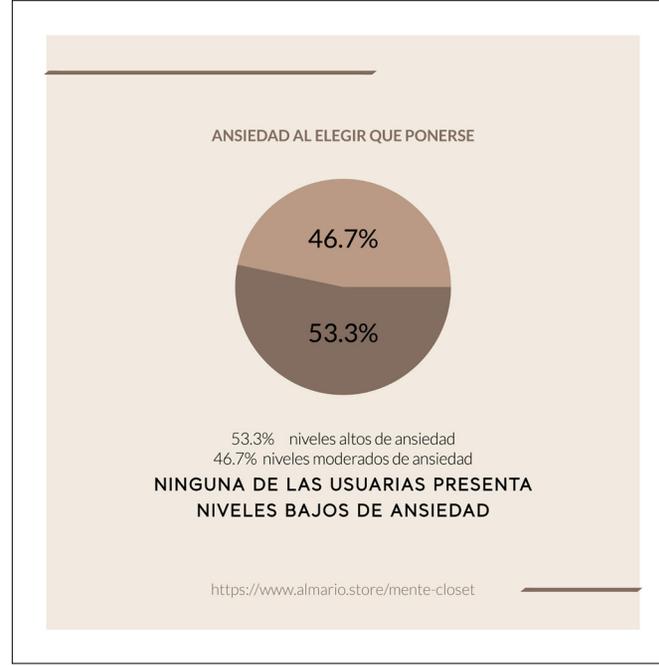
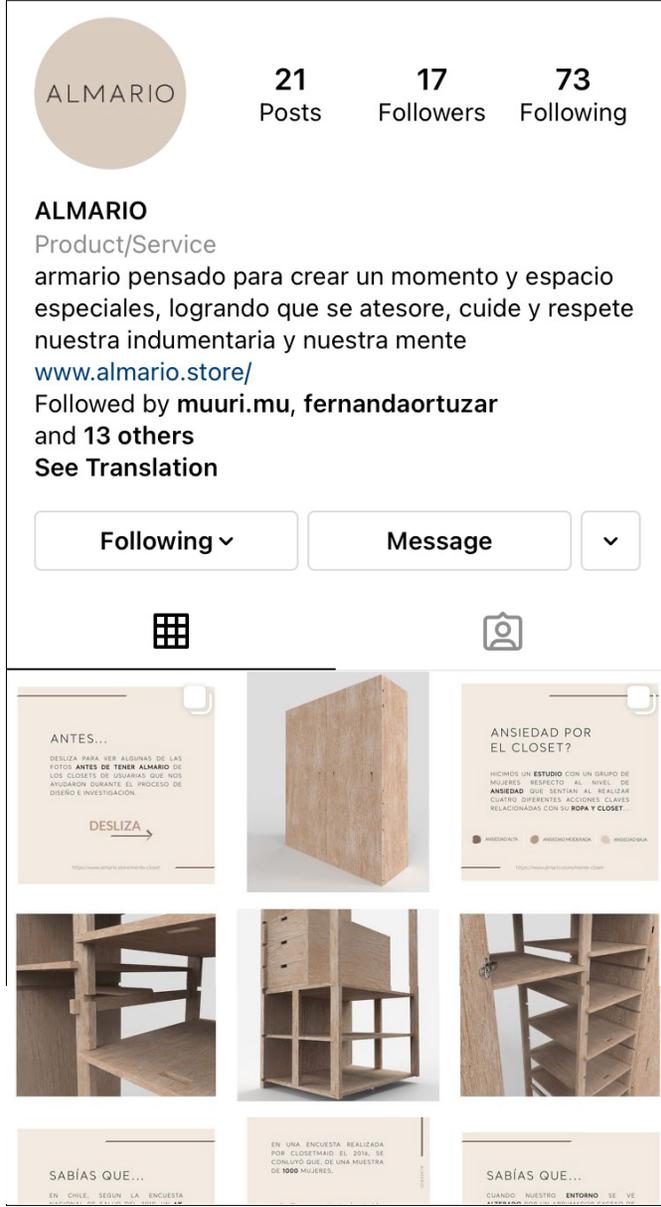
MÓDULO A

NO DISPONIBLE



RESULTADOS FINALES

6.6. REDES SOCIALES



"Literalmente yo."

"Me siento tan identificada."

"Buenísimooo."

"👏👏"

"AMOOOOOOO."

ALMARIO
@almariocl

Inicio
Publicaciones
Opiniones
Fotos
Información
Comunidad
Crear una página

Me gusta Compartir Sugerir cambios ... Enviar mensaje

Publicaciones

Almario
Hace un momento ·

nuestro entorno tiene gran influencia en nuestro estado psicológico...
para leer más entra a www.almario.store/mente-closet

.... Ver más

SABÍAS QUE...

CUANDO NUESTRO **ENTORNO** SE VE **ALTERADO** POR UN ABRUMADOR EXCESO DE OPCIONES Y DESORDEN, PUEDE LLEVAR A **EFFECTOS PERJUDICIALES**, COMO ANSIEDAD, FATIGA DE ELECCIÓN, INSATISFACCIÓN E INCLUSO DEPRESIÓN CLÍNICA.

"Nuestro sentido más fundamental de **bienestar** depende de manera crucial de nuestra habilidad para **ejercer control sobre nuestro entorno** y de reconocer que lo hacemos." - Barry Schwartz.

Almario Mueblería

Información Ver todo

Ponte en contacto con Almario en Messenger

www.almario.store

Mueblería

Páginas ▶ Empresas ▶ Compras ▶ Tienda de artículos de jardinería y para el hogar ▶ Mueblería ▶ Almario

Español · English (US) · Português (Brasil) · Français (France) · Deutsch +

Privacidad · Condiciones · Publicidad · Opciones de anuncios > · Cookies · Más >

7. CIERRE

MISIÓN

ALMARIO busca provocar un cambio en la manera en que las usuarias se relacionan con sus prendas, buscando que el guardar se transforme en atesorar. Se pretende ayudar con temas como el estrés y ansiedad provocadas por la interacción con el closet; la satisfacción sobre elecciones al vestir, la extensión de la vida útil de las prendas, prevención del sobreconsumo de indumentaria, entre otros.

VISIÓN

Esperamos que la integración de ALMARIO a la vida cotidiana de las personas ayude a generar cambios en su entorno, y por lo tanto en su estado psicológico, mejorando así su calidad de vida, su interacción con sus prendas y la durabilidad de estas.

ANÁLISIS COMPETITIVO

Fortalezas:

Producto innovador altamente diferenciado que se posiciona como una ayuda pensada para mantener la organización de prendas, disminuir la ansiedad provocada por la interacción con el desorden y exceso de indumentaria, y el sobreconsumo provocado por esto.

Producto diseñado con medidas ergonómicas.

Oportunidades:

Actualmente existe un creciente interés y preocupación por la salud mental de las personas, los que se han hecho más relevantes y evidentes debido a la pandemia.

Hay una mayor preocupación con respecto al manejo responsable de los recursos y cuidado del medio ambiente, considerando la actual crisis medioambiental.

Debilidades:

El precio podría percibirse algo elevado, dado la calidad de los materiales y el valor del proceso de diseño.

Necesita de un nivel de entendimiento de los conceptos en los que se apoya la marca para un óptimo uso.

Requiere de ensamblaje por parte del cliente y puede que no exista la disposición en todos los casos.

Amenazas:

Existe una alta oferta de productos importados a un precio similar o menor, lo que puede dificultar la venta de este un nuevo producto.

MODELO CANVAS

Cliente/Consumidor:

Mujeres de 25 a 40 años, pertenecientes a la clase media emergente y media acomodada, correspondientes a los segmentos C1b y C1a respectivamente. Se encargan del orden, lavado y guardado de su propia indumentaria, y son propensas al sobreconsumo de esta, a pesar de mostrar interés en vivir de manera más sustentable y de buscar disminuir la ansiedad producida por la interacción con sus prendas y su closet.

Propuesta de valor:

Pieza de mobiliario y material gráfico pensados para ayudar a usuarias a formar una nueva relación con su indumentaria, disminuyendo la ansiedad que les provoca la interacción con esta, ayudando a mantener la organización y motivando el cuidado y trato responsable de sus prendas, previniendo hábitos de sobreconsumo.

Canales:

El armario será exhibido a través espacios marketplace de grandes tiendas, redes sociales, llegando de esta manera a la mayor cantidad de usuarias posible.

También se podrá adquirir por medio de la página web, www.almario.store, a través de la cual se podrán hacer compras de manera directa, además de ilustrar al comprador sobre el producto y los valores de la marca.

Relación con cliente:

La relación con el cliente siempre debe apuntar a impulsar el valor de la experiencia de uso del producto y la interacción con la marca, ambas siempre en concordancia con lo que a la marca apunta.

Se utilizarán las redes sociales para generar interacción entre posibles usuarias y la marca, funcionando también como medio de conexión.

Aquí se publicará material gráfico para dar a conocer la marca y producto, además de educar sobre los conceptos involucrados en la creación de estos. Y finalmente, la página web servirá para informar de manera atrayente sobre ALMARIO (como marca y producto), su funcionamiento y el proceso de diseño detrás de este, además de funcionar como medio transaccional, adicional a los espacios marketplace de grandes tiendas.

Fuentes de ingreso:

La principal será la venta de ALMARIO a través de los distintos canales. Adicionalmente, se anticipan ingresos producto de anuncios y publicidad dentro de la página web.

Recursos clave:

Recursos que permiten el alto grado de diferenciación de ALMARIO.

- Diseñadores, psicólogos (literatura),

administradores de medios digitales.

- Investigación orientada a la obtención de medidas específicas para el mueble.
- Recursos Materiales, como madera de pino (aspecto, durabilidad, accesibilidad, precio); ruedas, tornillos, tarugos.

Actividades claves:

- Diseño especializado del mueble, considerando medidas ergonómicas y las obtenidas en investigación previa.
- Diseño de iconografía de armado para usuario.

Socios clave:

- Grandes tiendas (marketplace).
- Alianzas con talleres de fabricación de muebles.
- Proveedores de materiales.
- Posible alianza con proyectos como Masisa Lab (fabricación digital junto con proFábrica, www.profabrica.cl).

Estructura de costos:

- Costos fijos: diseño y desarrollo de producto, gestión de comercialización y administración de medios digitales, espacio de bodega, embalaje y administración de estos (a futuro).
- Costos variables: fabricación de producto.

	Costos Materiales	Costo Unitario	Costo Total
3	Plancha Madera Terciada 15 mm	\$23.230	\$69.690
2	Plancha Madera Terciada 30 mm	\$37.940	\$75.880
5	Listón Madera Finger 45 x 20 mm	\$1.358	\$6.790
1	Barras Madera 28 x 1500 mm	\$5.500	\$5.500
3	Rueda Poliuretano Transparente 35mm	\$1.700	\$5.099
1	Espejo 370 x 1945 mm	\$26.790	\$26.790
1	Tarugos Madera (bolsa 50 unidades)	\$1.350	\$1.350
8	Tarugos Pared	\$35	\$280
8	Tornillos Pared	\$16	\$125
88	Tornillos Madera	\$24	\$2.090
1	Bisagras (tornillos incluidos)	\$1.095	\$1.095
2	Caja	\$5.490	\$10.980
2	Instructivo Armado	\$225	\$450
	Fabricación		\$34.695
	Costo Total Final		\$240.814
	Precio Venta		\$397.343 (65%)
	Precio Competencia (promedio*)		\$361.658

IMPACTO

Medioambiental:

ALMARIO es un producto con una vida útil de larga duración, debido a los mecanismos integrados en el diseño y sus materiales (en su mayoría madera). Además, el empaque está conformado únicamente de cartón, haciéndolo 100% reciclable al igual que el manual de armado, hecho solo de papel.

Cultural:

ALMARIO impactaría de manera positiva la manera en que las usuarias se relacionan con su indumentaria y también las sensaciones al vestir, ya sea facilitando el momento de elección, o aumentando la satisfacción con dichas elecciones, llevando finalmente, a que el momento de vestir y las interacciones con la indumentaria sean más agradables y menos propensas a causar ansiedad, fatiga, depresión y otras consecuencias negativas.

PROYECCIONES

Para una eventual próxima etapa, se propone, por un lado, **una extensión de línea** de ALMARIO, que consistiría en integrar **otros tipos de madera nativa** a la colección, tales como lenga, mañío, coigue y otros, para lograr otros tipos de acabados y estilos que se adapten mejor al hogar de las usuarias.

Por otro lado, se plantea un **servicio de armado** opcional que podría contratarse al momento de la compra, en caso de que a alguna usuaria no le sea posible realizar armado ella misma.

Y finalmente, se propone el diseño de una **nueva edición** de ALMARIO, pensado **para niños**, con el propósito de educar e inculcar esta mentalidad de cuidado y trato responsable desde temprana edad.

ALMARIO es un proyecto pensado como una herramienta para ayudar con distintas problemáticas que afectan actualmente a muchas mujeres, y cuyas consecuencias pueden llegar a ser bastante graves.

Algunos de los problemas que se atacan directamente con ALMARIO, como mueble y marca:

- **Exceso** de prendas, lo que dificulta el proceso de elección al vestir, que puede causar ansiedad, fatiga, insatisfacción.
- **Desorganización** y mala utilización del espacio dentro del closet, que obstruye la visibilidad de las prendas y dificulta mantenerlas en orden.
- **Desinformación** sobre estos temas y sus causas y consecuencias.

Es por esto que durante el proceso se trabajó con posibles usuarias, quienes se ven afectadas directa y diariamente por estos problemas, para tener retroalimentación actual y precisa.

A lo largo del proceso de diseño, se logra seguir con la metodología y se logran cumplir tres de los cuatro objetivos propuestos, ya que debido a la pandemia no se tuvieron los recursos para producir producto final, fuera de una representación digital, por lo que quedaría pendiente construcción del armario y la observación de las usuarias en interacción con el producto final.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1 Contar con una clasificación de piezas de indumentaria para determinar volumen y tipología de prendas necesarias para vestir de manera cómoda y eficiente. → IOVs

Testeo con usuarias y estudio de resultados, identificando elecciones e interacciones críticas.
Se logra contar con la clasificación a través de encuestas y testeos.
- 2 Diseñar un armario que responda a la información adquirida en testeo de clasificación de prendas. →

Exploración de forma y prototipado de armario a través de croquis, formato digital y maqueta a escala, para testear dimensiones, ergonomía, funcionamiento y estabilidad.
Se logra diseñar armario que cumple con las condiciones determinadas.
- 3 Crear una página web para promover el cuidado de la indumentaria y para proponer ALMARIO como herramienta posible de solución; al igual que cuentas en redes sociales como apoyo. →

Estudio de feedback e interacción de usuarias, en términos de comprensión, interés y aplicación del material, al interactuar a través de las plataformas.
Se logra crear página web y RR.SS y se obtiene interacción y feedback positivo.
- 4 Confirmar que existe una mejora en el estado de bienestar y satisfacción en las usuarias después del cambio de armario. →

Validación a través de observación de usuarias en interacción con ALMARIO y entrevistas posteriores al uso de este después de un tiempo.
Queda pendiente la construcción del producto y la observación de usuarias en interacción con el producto final.

8. BIBLIOGRAFÍA

Literatura

- Aguilar Mier, M. (2016). Los millennials: la generación de las redes sociales. Repositorio IberoPuebla. [https://repositorio.iberopuebla.mx/bitstream/handle/20.500.11777/2524/3.%20EC%20-%20Mtra.%20Marisol%20Aguilar%20Mier%20\(12-10-2016\).pdf?sequence=1](https://repositorio.iberopuebla.mx/bitstream/handle/20.500.11777/2524/3.%20EC%20-%20Mtra.%20Marisol%20Aguilar%20Mier%20(12-10-2016).pdf?sequence=1)
- Aguilar Moreno, M. (2007). Handbook to Life in the Aztec World. Google Books. https://books.google.cl/books?hl=es&lr=&id=ZseasJq3WzEC&oi=fnd&pg=PR5&dq=handbook+to+live+in+the+v+worldmanuel+aguilar-moreno+&ots=-b8aPrC-05&sig=KjYwOC5u8uvNI4nQkICa9majn-o&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Anderson, I. (2020). BREVE HISTORIA OCCIDENTAL DEL DISEÑO DE MUEBLES. Relaciones entre el diseño artesanal e industrial del mueble con la historia de la arquitectura. ResearchGate. https://www.researchgate.net/profile/Ibar_Federico_Anderson/publication/340163166_BREVE_HISTORIA_OCCIDENTAL_DEL_DISENO_DE_MUEBLES_Relaciones_entre_el_diseño_artesanal_e_industrial_del_mueble_con_la_historia_de_la_arquitectura/links/5e7b7a05a6fdcc139c01677c/BREVE-HISTORIA-OCCIDENTAL-DEL-DISENO-DE-MUEBLES-Relaciones-entre-el-diseño-artesanal-e-industrial-del-mueble-con-la-historia-de-la-arquitectura.pdf
- Ariztía, T. (2016). Clases medias y consumo: tres claves de lectura desde la sociología. https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-65682016000100021
- Bang, H. (2019). Personal Experiences of a Capsule Wardrobe. ProQuest Dissertations Publishing. Recuperado de: <https://search-proquest-com.pucdechile.idm.oclc.org/docview/2292081923?pq-origsite=summon>
- Carosio, A. (2008). El género del consumo en la sociedad de consumo. SciELO. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-94362008000100006
- Chapman, J. (2009). Emotionally Durable Design: Objects, Experiences and Empathy (2nd ed.). Routledge.
- F.M.U.C. (2019, 26 agosto). Salud mental en Chile: una de cada cinco personas ha tenido una enfermedad mental durante el último año. Escuela de Medicina UC. <https://medicina.uc.cl/noticias/salud-mental-en-chile-desafios-y-prioridades/>
- Fuentes-Barría, H. A., González Wong, C. A., & Aguilera Eguía, R. A. (2020). TRASTORNOS DE SALUD MENTAL Y TERAPIAS DEPORTIVAS REVISIÓN NARRATIVA. Horizonte De Enfermería, 29(1), 26-33. https://doi.org/10.7764/Horiz_Enferm.29.1.26-33
- Heiss, C. (2020). CHILE: ENTRE EL ESTALLIDO SOCIAL Y LA PANDEMIA. Fundación Carolina. <https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2020/04/AC-18.2020.pdf>
- Hernando-Sebastián, P. (2008). Cofres y arcas medievales en Aragón. Referencias documentales y estudio de su significado a partir del cofre de bodas italiano de la Iglesia de San Pedro de Teruel. Artigrama. <https://www.unizar.es/artigrama/pdf/23/3varia/02.pdf>

- Kondo, M. (2014). *La magia del orden: Herramientas para ordenar tu casa. . . y tu vida*. Penguin Random House Grupo Editorial México.
- Kondo, M. (2016). *La felicidad después del orden: Una clase magistral ilustrada sobre el arte de organizar el hogar y la vida*. Penguin Random House Grupo Editorial España.
- Lane, R. E. (2001). *The Loss of Happiness in Market Democracies*. Yale University Press.
- Mari, E. (2021). *Autoprogettazione* (n Third printing ed.). Corraini.
- Moss, G. (2014b). *Why Men Like Straight Lines and Women Like Polka Dots*. Van Haren Publishing.
- Organización de las Naciones Unidas. (2019). El costo ambiental de estar a la moda. Noticias ONU. Recuperado de: <https://news.un.org/es/story/2019/04/1454161>
- Osborne, H. (2013). *Indians of the Andes*. Google Books. https://books.google.cl/books?id=3b_bA AAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Harold+Osborne,+Indians+of+the+Andes:+Aymaras+and+Quechuas&hl=es&sa=X&ved=2ah UKewj5v-zYorXtAhU7JbkGHbKIBygQ6AEWA-HoECAUQAg#v=snippet&q=clothes&f=false
- Paredes Vásquez, L. (2018). *Diseño de un Plan Estratégico Para la Microempresa de Muebles Dimensiona SPA*. Universidad de Chile. <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/159332/Diseño-de-un-plan-estratégico-para-la-microempresa-de-muebles-Dimensiona-SPA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rainer, T., & Rainer, J. (2011). *The Millennials*. Google Books. https://books.google.cl/books?hl=es&lr=&id=yKy4AwAAQBAJ&oi=fnd&p g=PR9&dq=millennials&ots=9tSueyYady&sig=-PJACCH68rE1eVvtK_sEdnNRMxY&redir_esc=y#v=onepage&q=millennials&f=false
- Schwartz, B. (2004). *The Paradox of Choice: Why More Is Less*. Harper Collins. Recuperado de: <http://www.shabanali.com/upload/poc.pdf>
- Vidal, R. (2017, abril). *Fabricación y Comercialización de Muebles Multifuncionales*. Universidad de Chile. <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/146047/Vidal%20Castillo%20Rodrigo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Walasek, L., Rakow, T., & Matthews, W. J. (2015). When Does Construction Enhance Product Value? Investigating the Combined Effects of Object Assembly and Ownership on Valuation. *Journal of Behavioral Decision Making*, 30(2), 144–156. <https://doi.org/10.1002/bdm.1931>
- Weller, J. (2020b). *La pandemia del COVID-19 y su efecto en las tendencias de los mercados laborales*. CEPAL. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45759/S2000387_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Página Web

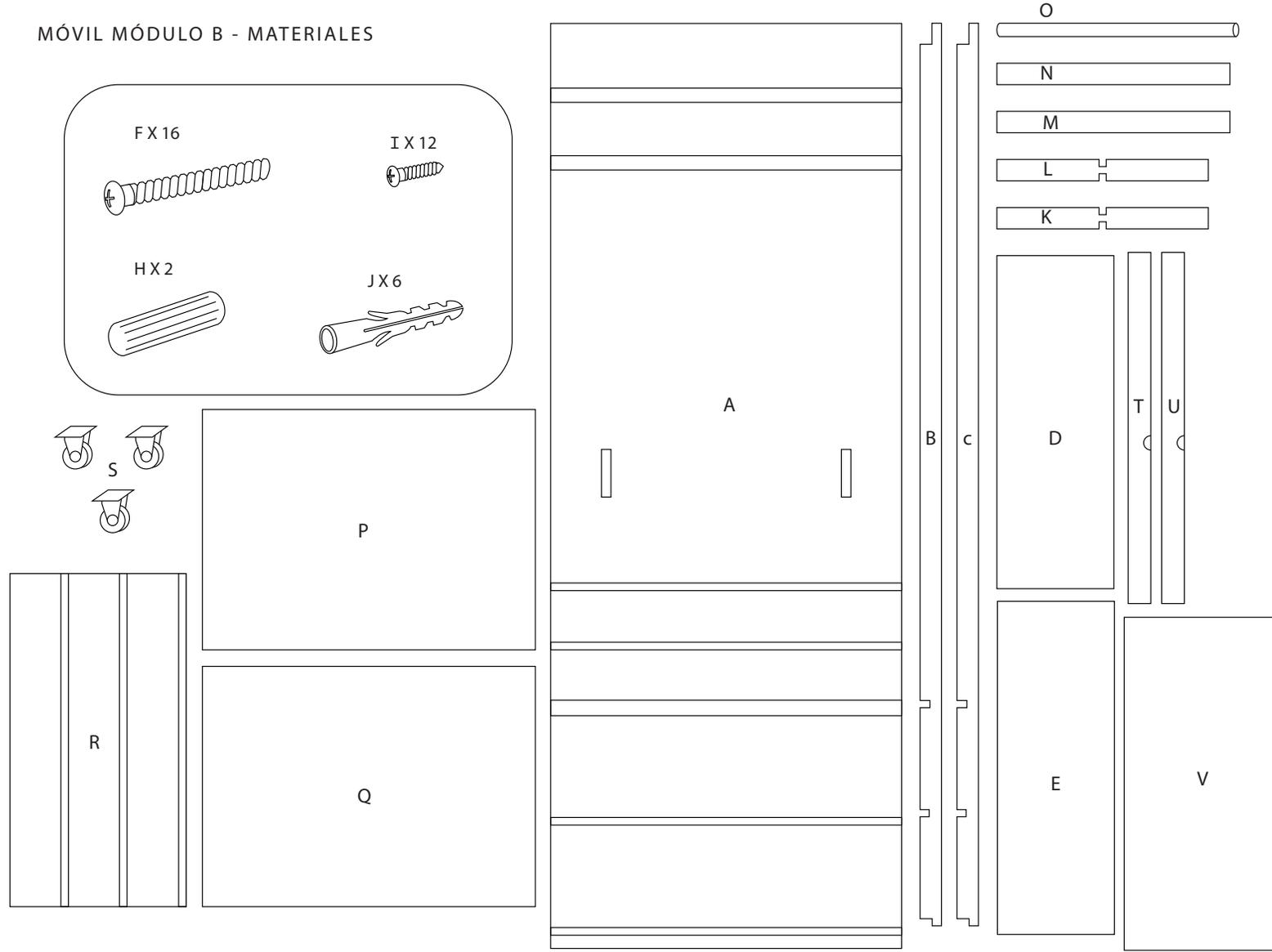
- American Cleaning Institute. (2004). Do I need to wash this? | The American Cleaning Institute (ACI). The American Cleaning Institute. <https://www.cleaninginstitute.org/cleaning-tips/clothes/laundry-basics/do-i-need-wash>
- Arévalo, R. A. V. (2018). Exigencias para definir las alturas de edificación según la OGUC. Catálogo Arquitectura Productos de Arquitectura y Construcción. <https://www.catalogoarquitectura.cl/cl/oguc/exigencias-para-definir-las-alturas-de-edificacion-segun-la-oguc-cl>
- Clínica Las Condes. (2014). Inventario de Ansiedad de Beck (BAI). <https://www.clinicalascondes.cl/500?aspxerrorpath=/CMSPages/PortalTemplate.aspx>
- Closet Factory. (2017). A Brief History of the Walk-In Closet. Recuperado de: <https://www.closetfactory.com/blog/brief-history-walk-closet/>
- ClosetMaid. (2016). Survey: Women's Closets Are Full to the Brim. <https://blog.closetmaid.com/2016/05/full-to-the-brim>
- Diario Financiero. (2020). Cadenas occidentales de moda compiten por ganar una cuota en el creciente mercado de la clase media. <https://www.df.cl/noticias/cadenas-occidentales-de-moda-compiten-por-ganar-una-cuota-en-el/2011-12-11/205159.html>
- Editorial La República S.A.S. (2017). Chile es el país en el que H&M genera más ingresos por tienda en el mundo. Recuperado de: <https://www.larepublica.co/globoeconomia/chile-es-el-pais-en-el-que-hm-genera-mas-ingresos-por-tienda-en-el-mundo-2495586>
- El Mercurio. (2020, 24 febrero). Pese a crisis social, H&M eleva sus ventas 20% en Chile durante 2019. Recuperado de: <https://www.elmercurio.com/inversiones/noticias/analisis/2020/02/24/pese-a-crisis-social-hm-eleva-sus-ventas-20-en-chile-durante-2019.aspx>
- Ministerio de Salud. (2017). Día Mundial de la Salud: Ministerio de Salud y OMS llaman a vencer el miedo al estigma ligado a la depresión. Ministerio de Salud – Gobierno de Chile. <https://www.minsal.cl/dia-mundial-de-la-salud-ministerio-de-salud-y-oms-llaman-a-vencer-el-miedo-al-estigma-ligado-a-la-depresion/>
- Sánchez-Cascado, F. (2018). Historia de los armarios. Tiovivo Creativo. Recuperado de: <https://www.tiovivocreativo.com/blog/disenio/armarios-almarios/>
- Tele 13. (2018). Cambia la clasificación socioeconómica: ¿En cuál estás tú? T13 | Tele 13. <https://www.t13.cl/noticia/negocios/las-nuevas-clases-socioeconomicas-cual-estas-tu>
- Whirlpool. (2019, 19 junio). When is the best time to wash your clothes? <https://www.whirlpool.com/blog/washers-and-dryers/how-often-should-you-wash-your-clothes.html>

Video

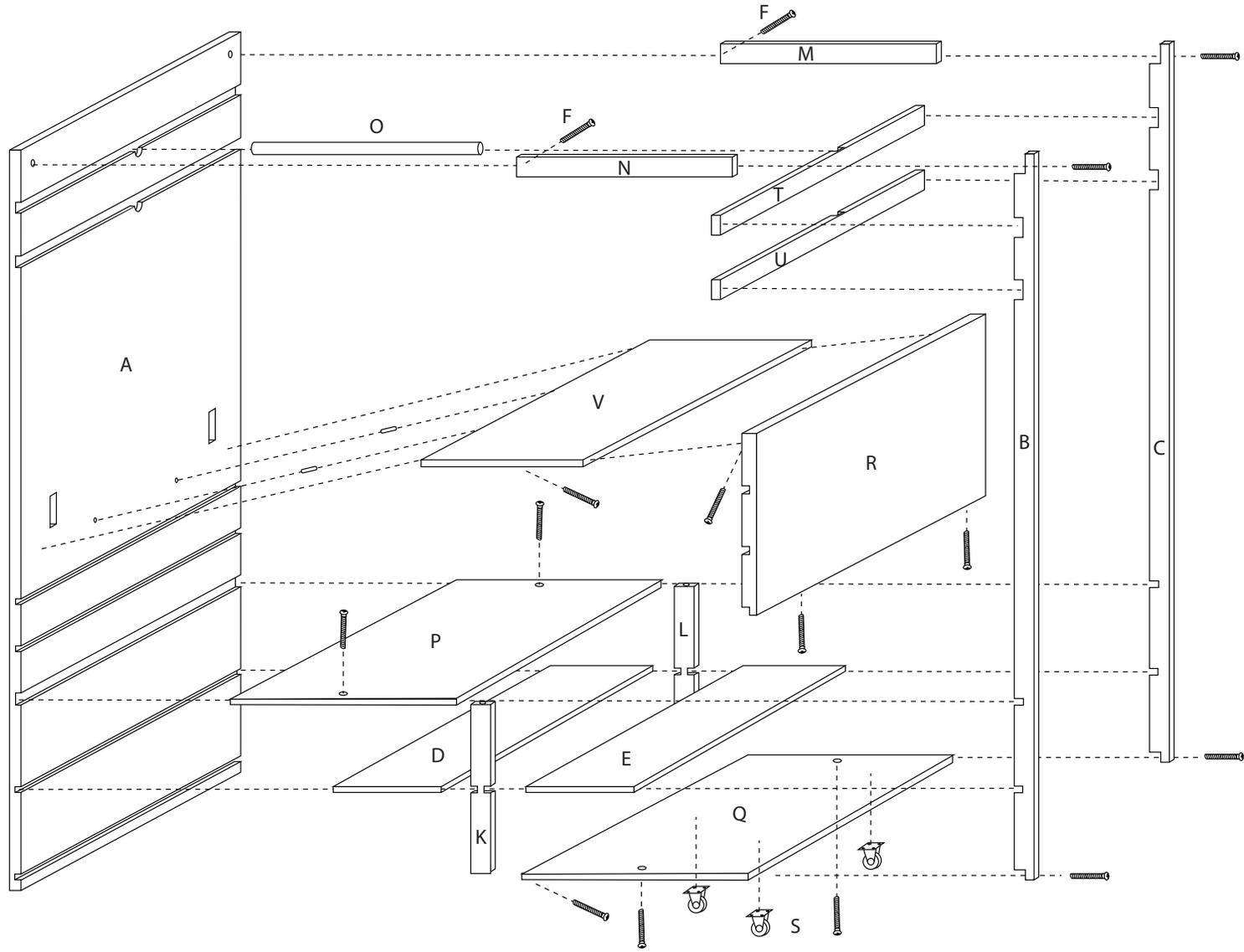
- Kimono Dream Makers. (2020, 17 febrero). How to fold kimono [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=hE6fSNA0B3s>
- Matsunaga, B. (2020, 21 junio). My Kimono Closet // Kimono Storage Q&A [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=2pH07hQrKPY&list=WL>
- Schwartz, B. (2006, 26 septiembre). The paradox of choice [Video]. TED Talks. https://www.ted.com/talks/barry_schwartz_the_paradox_of_choice

9. ANEXOS

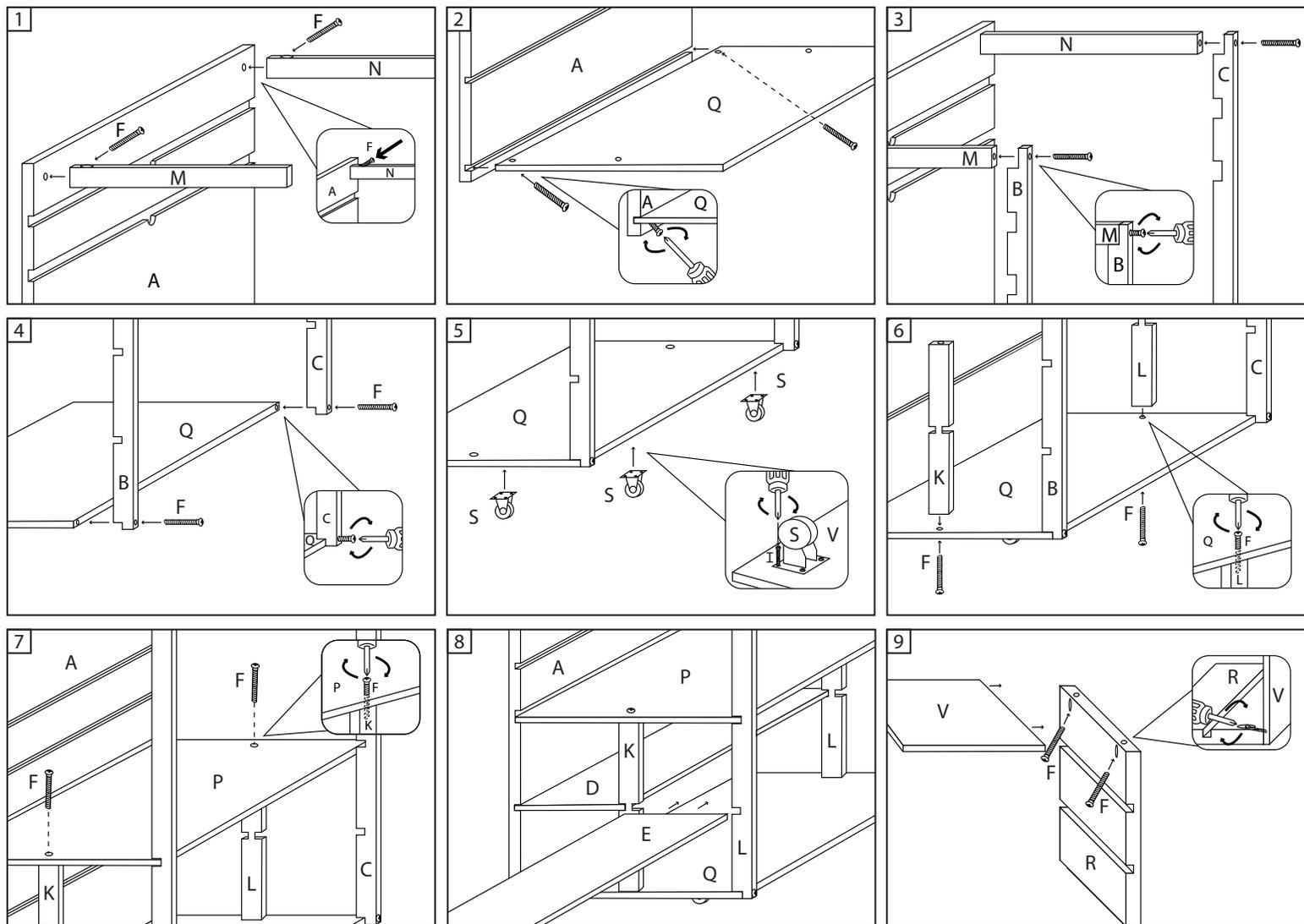
MÓVIL MÓDULO B - MATERIALES



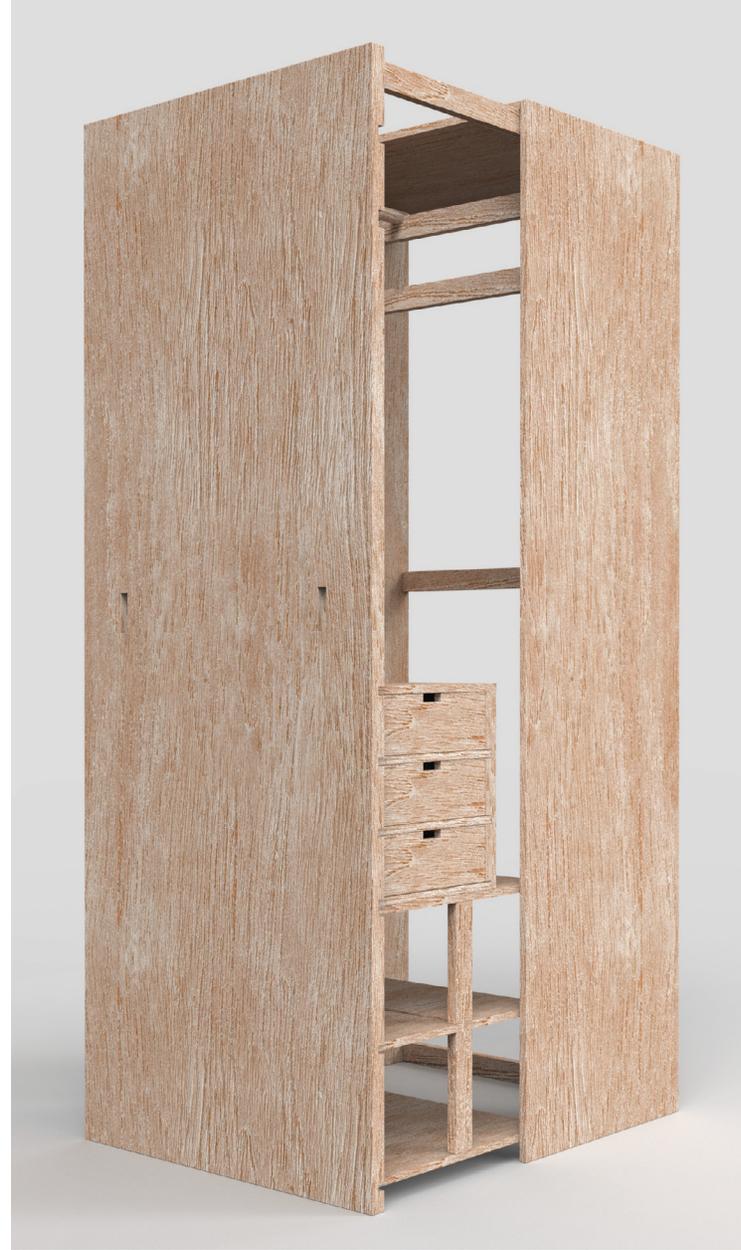
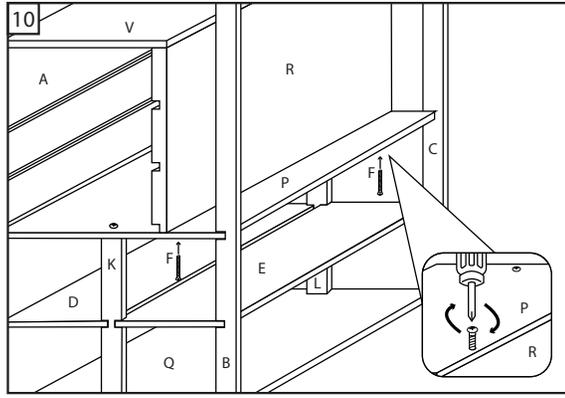
MÓVIL MÓDULO B - EXPLOSIÓN



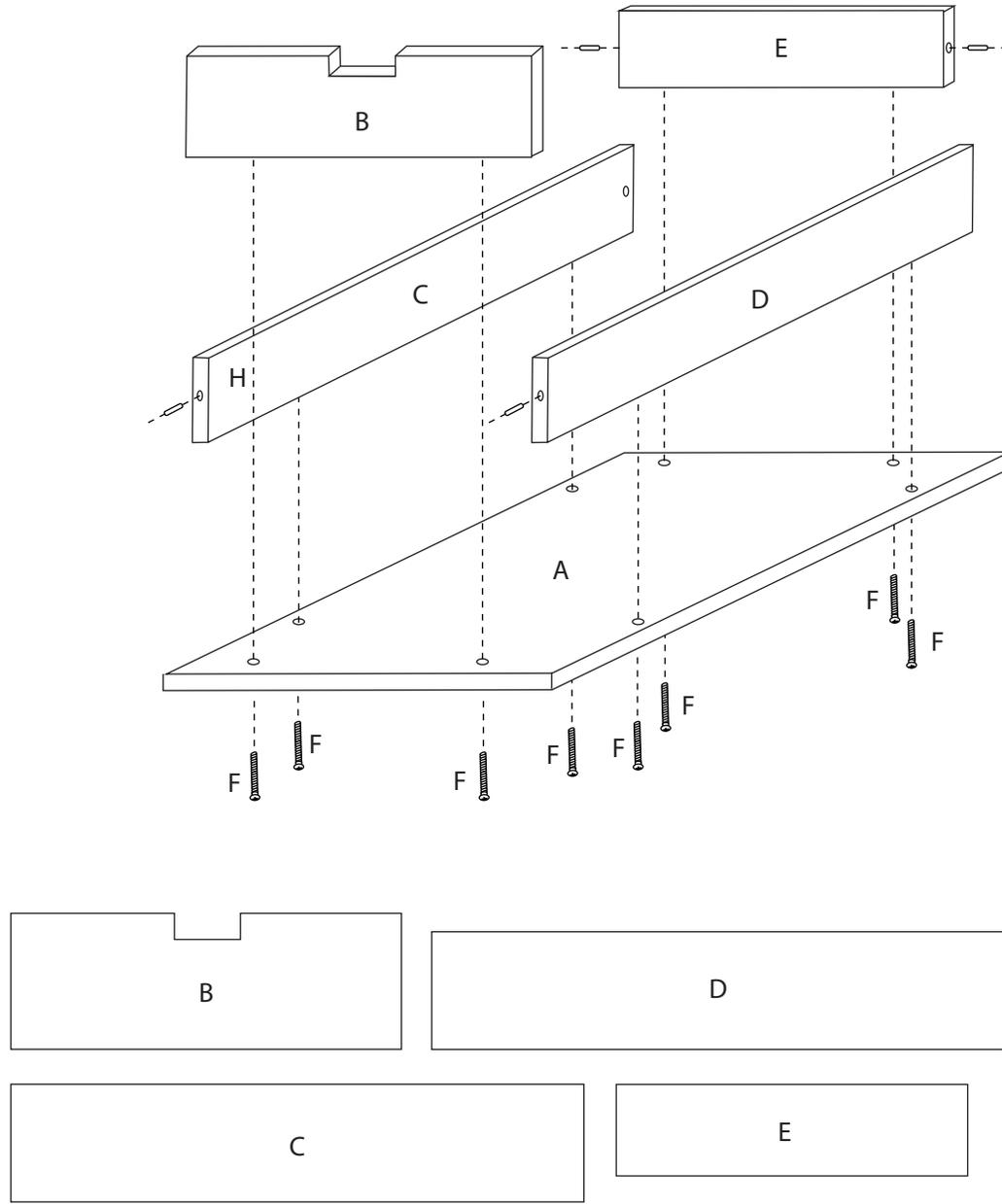
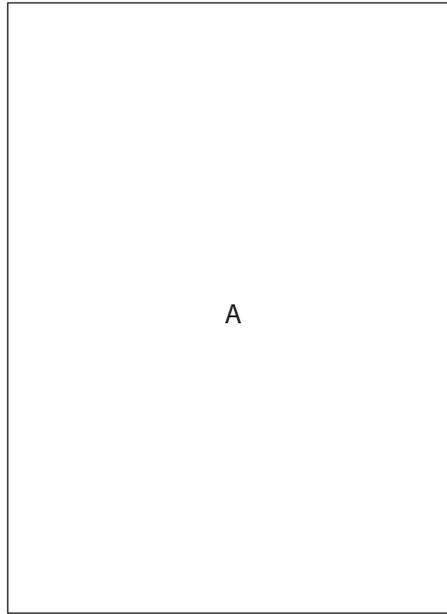
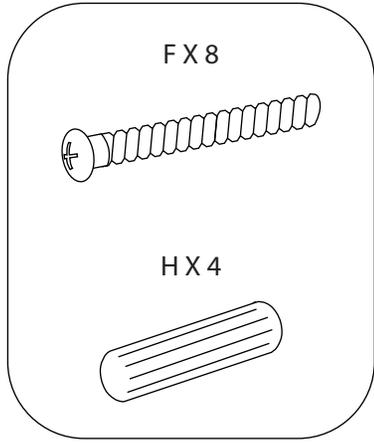
MÓVIL MÓDULO B - PASO A PASO



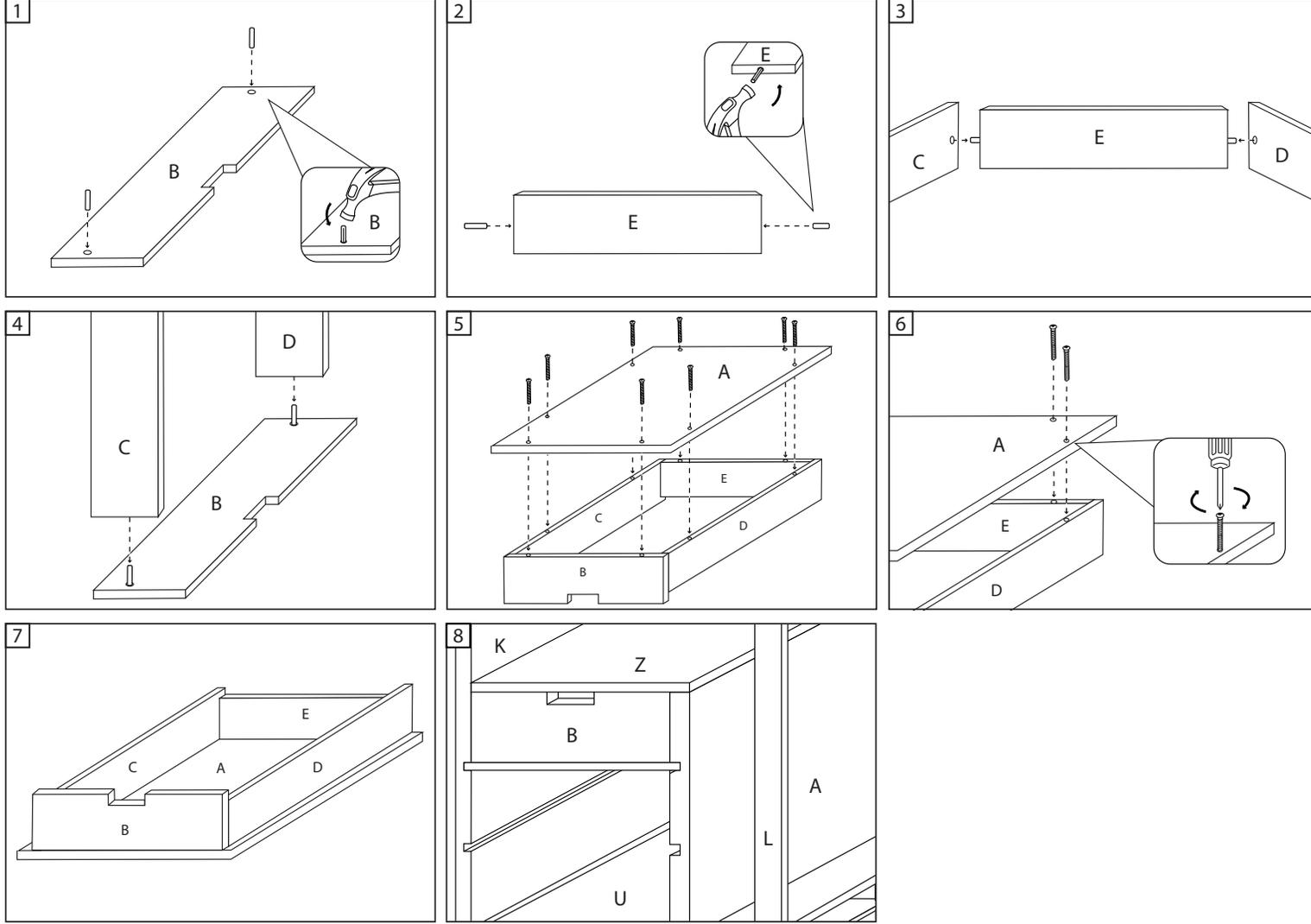
MÓVIL MÓDULO B - PASO A PASO



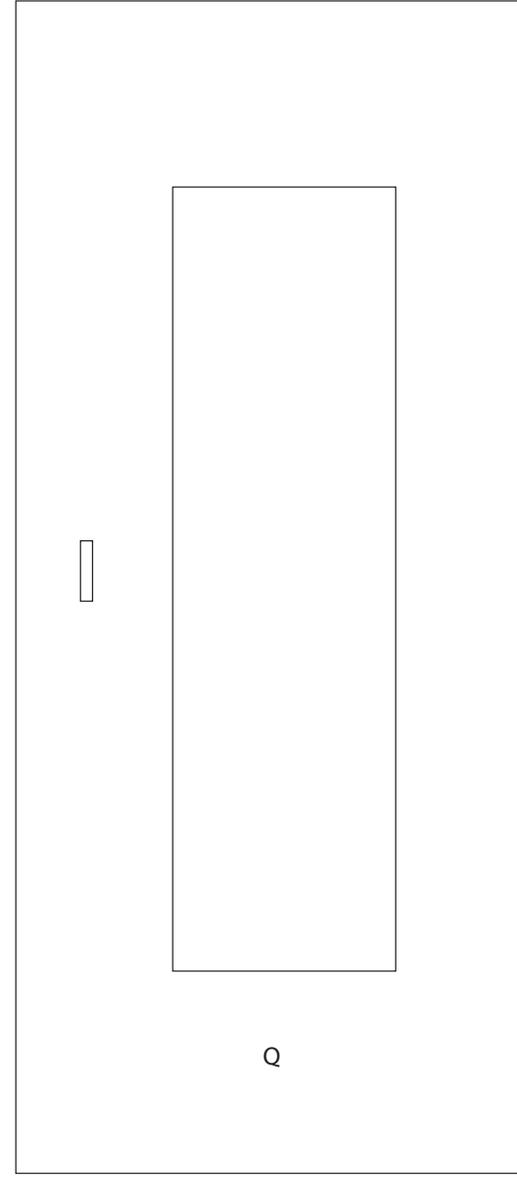
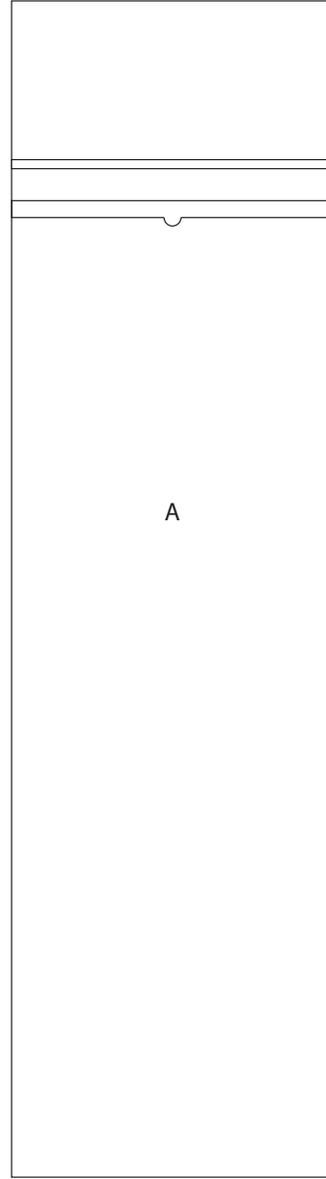
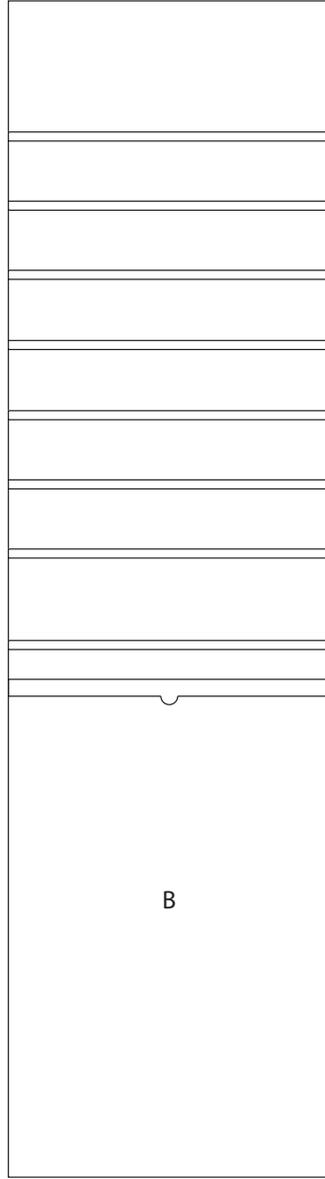
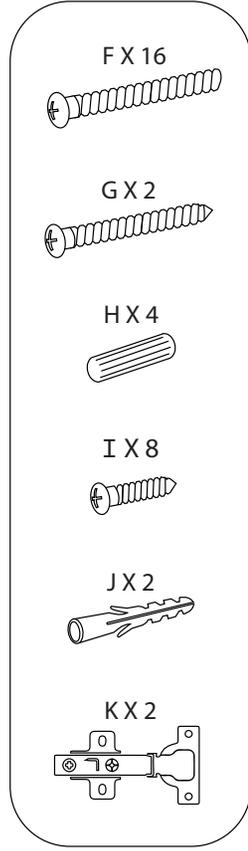
CAJONES MÓDULO B - MATERIALES - EXPLOSIÓN



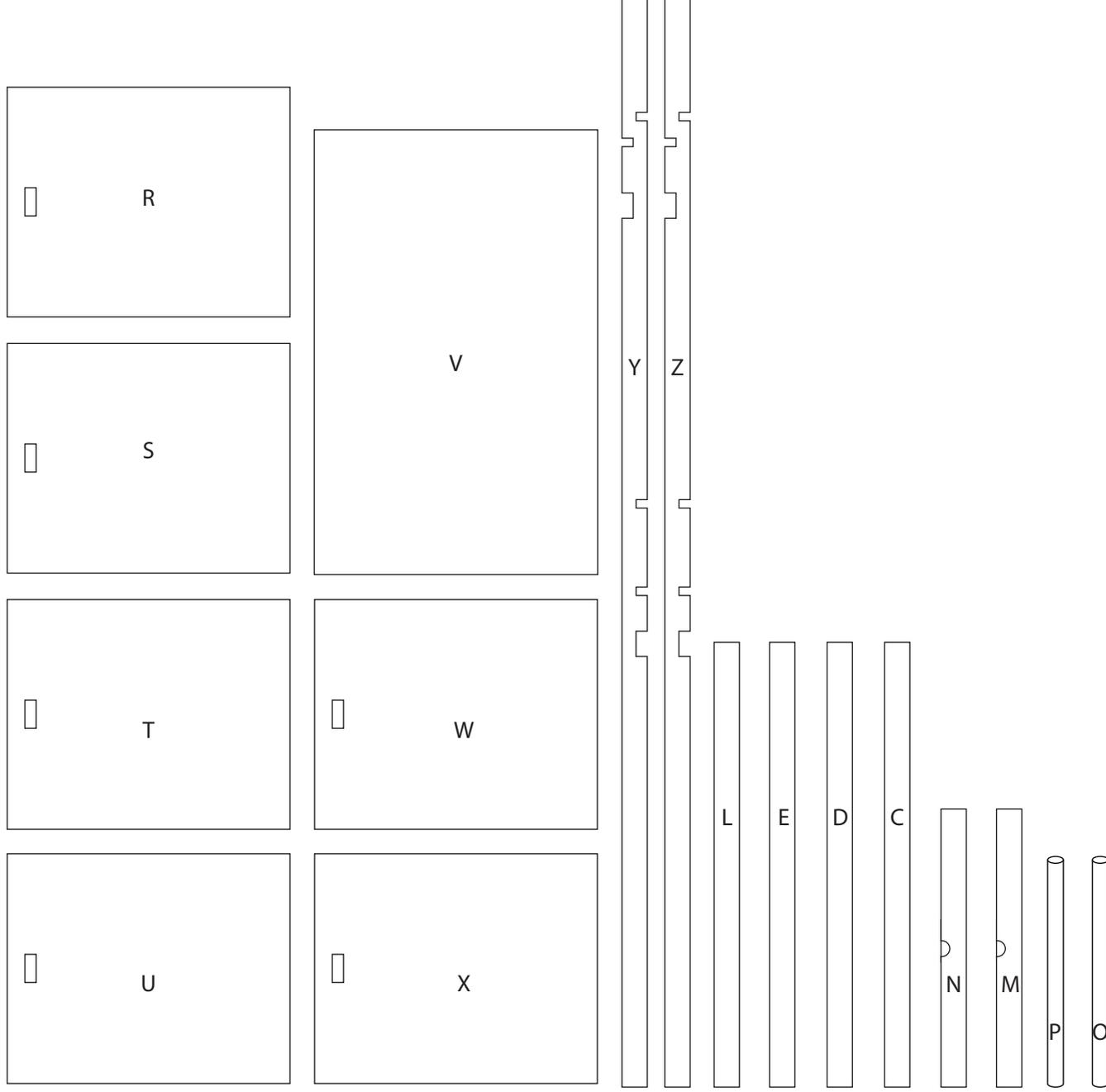
CAJONES MÓDULO B - PASO A PASO



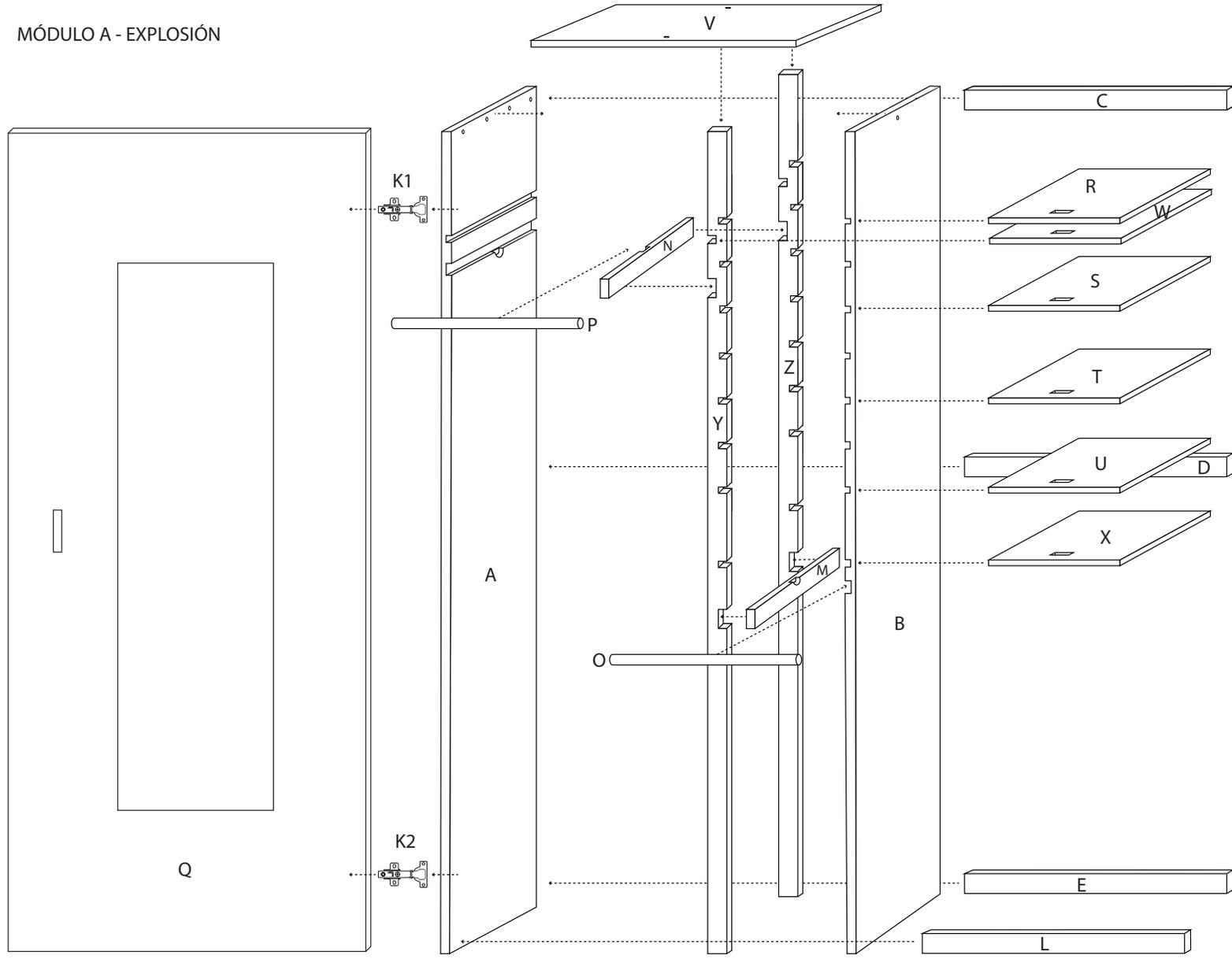
MÓDULO A - MATERIALES



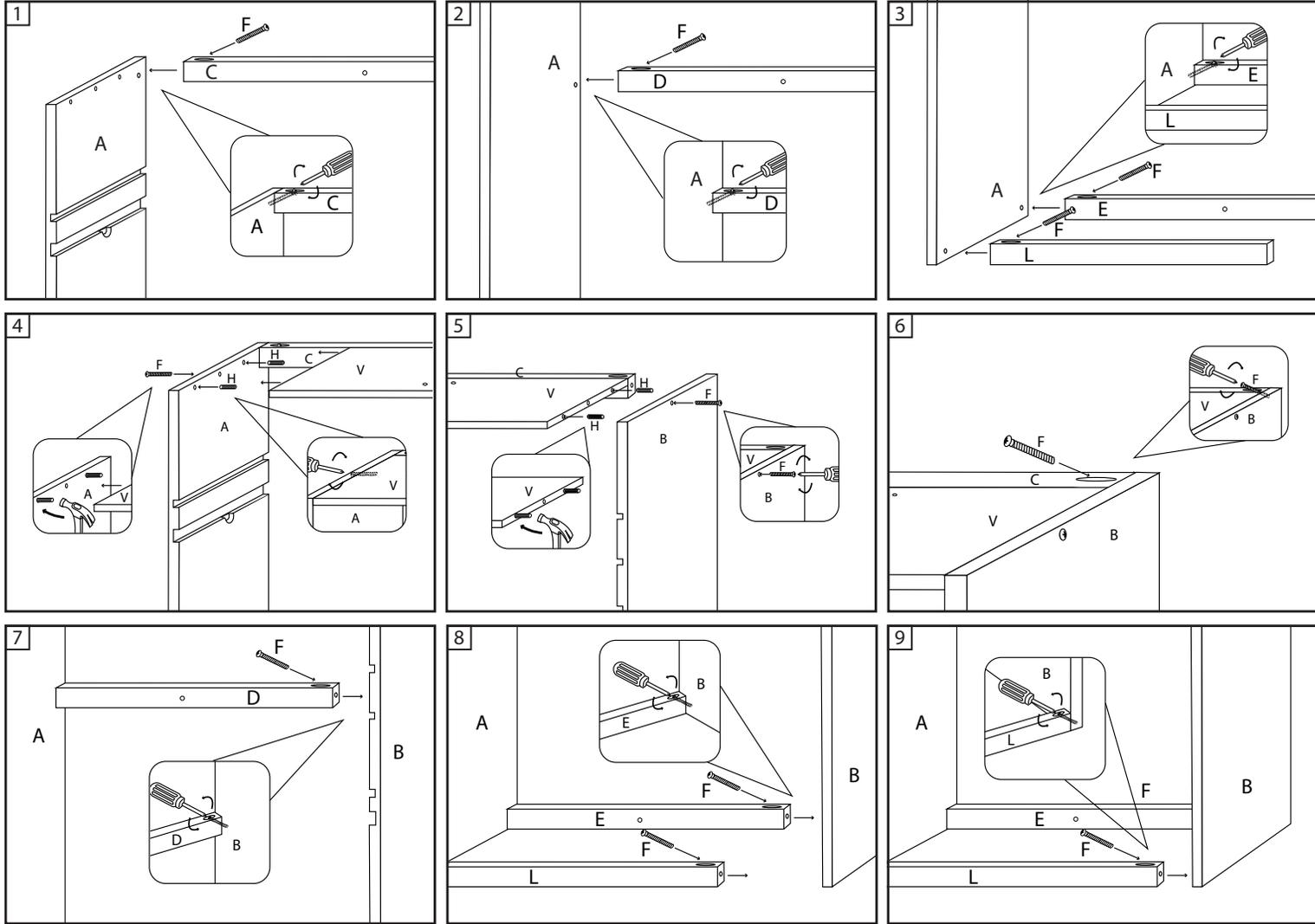
MÓDULO A - MATERIALES



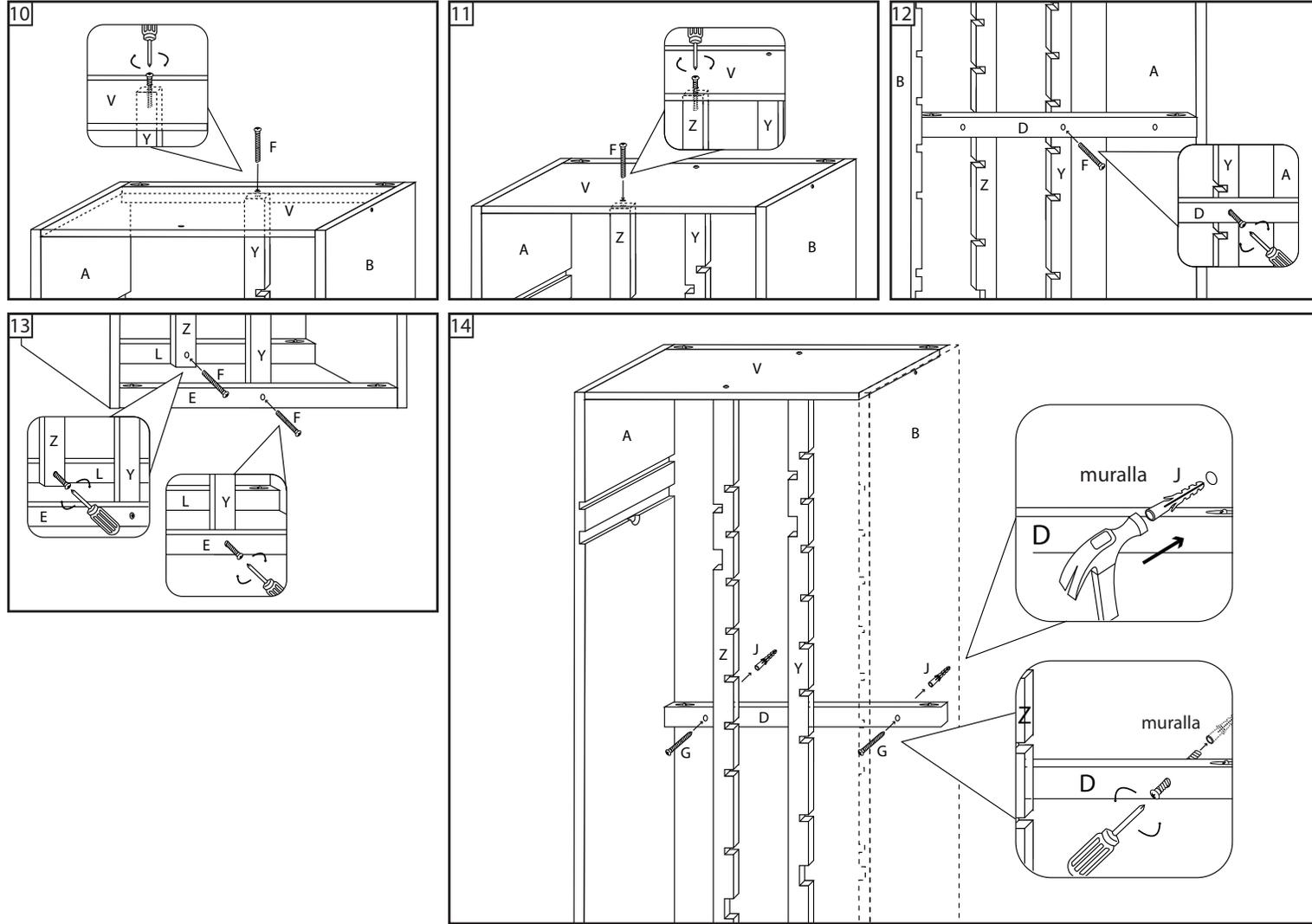
MÓDULO A - EXPLOSIÓN



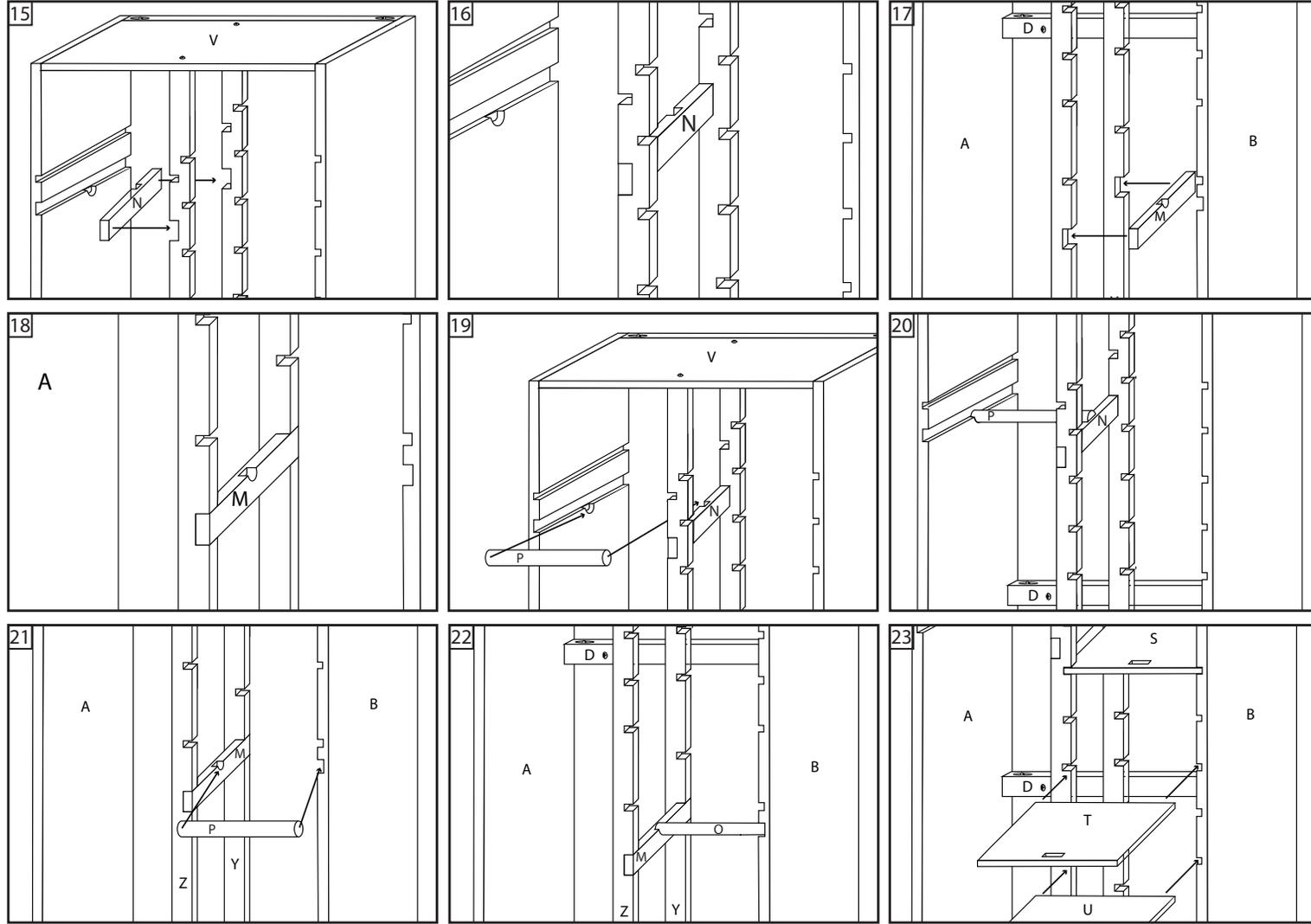
MÓDULO A - PASO A PASO



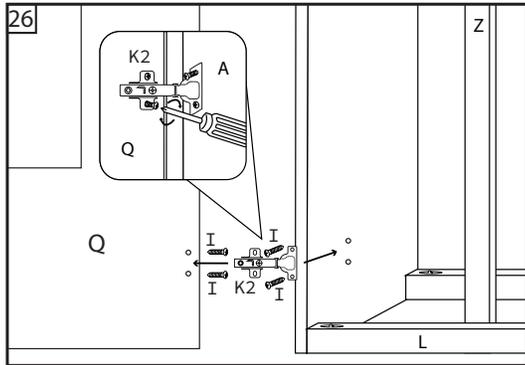
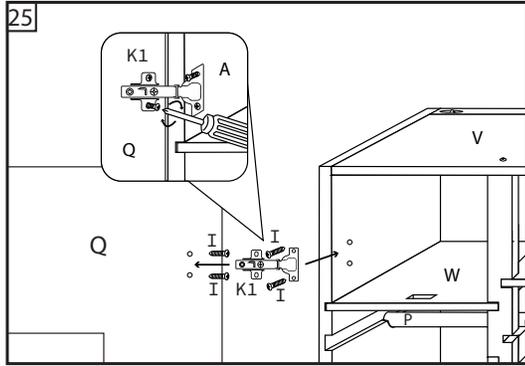
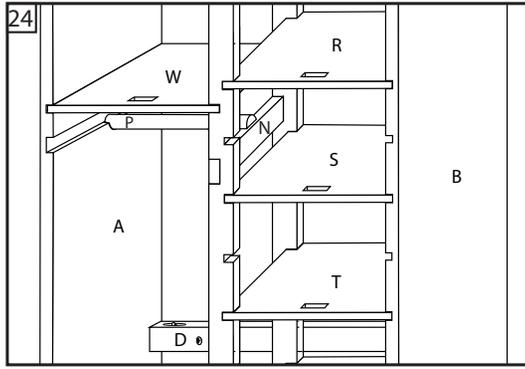
MÓDULO A - PASO A PASO



MÓDULO A - PASO A PASO



MÓDULO A - PASO A PASO



Tipo de prenda	Número poseído	Número aproximado usos entre 2019-2021
Poleras	50	20
Blusas/Camisas	23	5
Vestidos	7	4
Faldas	2	0
Shorts	5	3
Pantalones	34	13
Patas/Buzos	4	2
Peto deportivo	2	2
Chalecos	15	8
Polerones/polar	6	6
Chaquetas	15	10
Abrigos	2	0
Parkas	1	1
Calzones	20	8
Sostenes/bralettes	30	20
Calcetines	10	4
Pantys	8	2
Pijamas	8	7
Trajes de baño	10	10
Bufandas/pañuelos	10	1
Gorros	2	0
Guantes	0	0
Cinturones	4	3
Zapatos	20	12
Carteras	8	3
Formales	5	1
Total prendas	301	145

Tipo de prenda	Número poseído	Número aproximado usos entre 2019-2021
Poleras	50	45
Blusas/Camisas	50	17
Vestidos	10	6
Faldas	10	8
Shorts	10	6
Pantalones	32	23
Patas/Buzos	0	0
Peto deportivo	5	4
Chalecos	27	15
Polerones/polar	14	8
Chaquetas	30	20
Abrigos	4	4
Parkas	4	2
Calzones	40	20
Sostenes/bralettes	25	20
Calcetines	30	20
Pantys	2	2
Pijamas	8	7
Trajes de baño	10	6
Bufandas/pañuelos	15	5
Gorros	7	6
Guantes	5	3
Cinturones	1	1
Zapatos	33	20
Carteras	20	10
Formales	15	5
Total prendas	457	283

Tipo de prenda	Número poseído	Número aproximado usos entre 2019-2021
Poleras	40	10
Blusas/Camisas	13	6
Vestidos	4	3
Faldas	0	0
Shorts	8	2
Pantalones	20	5
Patas/Buzos	4	3
Peto deportivo	3	3
Chalecos	10	4
Polerones/polar	5	3
Chaquetas	5	5
Abrigos	2	1
Parkas	2	1
Calzones	20	10
Sostenes/bralettes	7	7
Calcetines	20	6
Pantys	0	0
Pijamas	5	5
Trajes de baño	8	8
Bufandas/pañuelos	5	1
Gorros	0	0
Guantes	0	0
Cinturones	4	4
Zapatos	20	5
Carteras	3	2
Formales	3	2
Total prendas	199	96

Tipo de prenda	Número poseído	Número aproximado usos entre 2019-2021
Poleras	66	22
Blusas/Camisas	6	1
Vestidos	4	0
Faldas	7	4
Shorts	8	2
Pantalones	29	11
Patas/Buzos	3	3
Peto deportivo	3	3
Chalecos	18	9
Polerones/polar	15	4
Chaquetas	20	3
Abrigos	1	0
Parkas	2	0
Calzones	25	19
Sostenes/bralettes	5	5
Calcetines	83	20
Pantys	3	0
Pijamas	13	13
Trajes de baño	6	6
Bufandas/pañuelos	6	1
Gorros	3	2
Guantes	1	1
Cinturones	2	2
Zapatos	13	7
Carteras	3	3
Formales	1	1
Total prendas	211	142

Tipo de prenda	Número poseído	Número aproximado usos entre 2019-2021
Poleras	30	20
Blusas/Camisas	7	6
Vestidos	11	5
Faldas	9	5
Shorts	15	15
Pantalones	16	12
Patas/Buzos	10	10
Peto deportivo	3	2
Chalecos	7	7
Polerones/polar	13	13
Chaquetas	12	10
Abrigos	4	1
Parkas	8	8
Calzones	20	20
Sostenes/bralettes	8	7
Calcetines	12	12
Pantys	3	0
Pijamas	6	4
Trajes de baño	5	5
Bufandas/pañuelos	10	4
Gorros	6	6
Guantes	2	1
Cinturones	2	2
Zapatos	42	30
Carteras	7	3
Formales	3	2
Total prendas	355	210

Tipo de prenda	Número poseído	Número aproximado usos entre 2019-2021
Poleras	9	6
Blusas/Camisas	6	3
Vestidos	4	2
Faldas	6	3
Shorts	5	2
Pantalones	10	8
Patas/Buzos	6	5
Peto deportivo	2	2
Chalecos	15	7
Polerones/polar	4	2
Chaquetas	4	2
Abrigos	2	1
Parkas	1	0
Calzones	20	20
Sostenes/bralettes	5	5
Calcetines	15	15
Pantys	3	0
Pijamas	6	4
Trajes de baño	10	9
Bufandas/pañuelos	8	1
Gorros	2	1
Guantes	0	0
Cinturones	5	5
Zapatos	15	8
Carteras	7	3
Formales	5	2
Total prendas	161	116

Tipo de prenda	Número poseído	Número aproximado usos entre 2019-2021
Poleras	45	30
Blusas/Camisas	7	5
Vestidos	6	5
Faldas	0	0
Shorts	2	2
Pantalones	22	14
Patas/Buzos	14	12
Peto deportivo	4	3
Chalecos	5	4
Polerones/polar	15	7
Chaquetas	6	3
Abrigos	0	0
Parkas	3	3
Calzones	17	14
Sostenes/bralettes	5	5
Calcetines	25	21
Pantys	1	0
Pijamas	11	6
Trajes de baño	8	7
Bufandas/pañuelos	4	4
Gorros	3	3
Guantes	0	0
Cinturones	25	3
Zapatos	27	11
Carteras	2	2
Formales	2	2
Total prendas	355	166

Tipo de prenda	Número poseído	Número aproximado usos entre 2019-2021
Poleras	31	18
Blusas/Camisas	4	2
Vestidos	0	0
Faldas	2	2
Shorts	8	6
Pantalones	19	14
Patas/Buzos	10	10
Peto deportivo	4	4
Chalecos	13	8
Polerones/polar	21	14
Chaquetas	10	6
Abrigos	0	0
Parkas	0	0
Calzones	32	31
Sostenes/bralettes	7	7
Calcetines	33	24
Pantys	1	0
Pijamas	11	8
Trajes de baño	10	8
Bufandas/pañuelos	0	0
Gorros	0	0
Guantes	0	0
Cinturones	3	3
Zapatos	16	10
Carteras	3	2
Formales	4	2
Total prendas	239	179

Tipo de prenda	Número poseído	Número aproximado usos entre 2019-2021
Poleras	62	43
Blusas/Camisas	8	5
Vestidos	15	14
Faldas	3	3
Shorts	11	5
Pantalones	16	14
Patas/Buzos	9	5
Peto deportivo	4	4
Chalecos	20	12
Polerones/polar	10	7
Chaquetas	11	7
Abrigos	4	1
Parkas	3	2
Calzones	40	38
Sostenes/bralettes	5	5
Calcetines	61	31
Pantys	2	0
Pijamas	9	7
Trajes de baño	17	9
Bufandas/pañuelos	11	6
Gorros	3	1
Guantes	3	0
Cinturones	2	2
Zapatos	32	19
Carteras	11	6
Formales	4	2
Total prendas	363	248

Tipo de prenda	Número poseído	Número aproximado usos entre 2019-2021
Poleras	12	11
Blusas/Camisas	4	2
Vestidos	2	2
Faldas	3	3
Shorts	4	4
Pantalones	10	10
Patas/Buzos	4	4
Peto deportivo	1	1
Chalecos	8	8
Polerones/polar	3	2
Chaquetas	1	1
Abrigos	2	1
Parkas	1	1
Calzones	8	8
Sostenes/bralettes	3	2
Calcetines	8	6
Pantys	2	2
Pijamas	6	6
Trajes de baño	5	3
Bufandas/pañuelos	3	1
Gorros	1	1
Guantes	1	0
Cinturones	1	1
Zapatos	8	7
Carteras	2	1
Formales	4	3
Total prendas	106	91

Tipo de prenda	Número poseído	Número aproximado usos entre 2019-2021
Poleras	10	10
Blusas/Camisas	2	2
Vestidos	4	4
Faldas	0	0
Shorts	2	2
Pantalones	6	6
Patas/Buzos	3	3
Peto deportivo	1	1
Chalecos	4	4
Polerones/polar	4	3
Chaquetas	2	2
Abrigos	2	2
Parkas	2	2
Calzones	10	10
Sostenes/bralettes	5	5
Calcetines	8	8
Pantys	2	2
Pijamas	2	2
Trajes de baño	4	4
Bufandas/pañuelos	6	4
Gorros	2	1
Guantes	0	0
Cinturones	5	5
Zapatos	4	4
Carteras	4	4
Formales	1	1
Total prendas	95	91

Tipo de prenda	Número poseído	Número aproximado usos entre 2019-2021
Poleras	12	10
Blusas/Camisas	9	8
Vestidos	3	3
Faldas	3	3
Shorts	4	4
Pantalones	7	6
Patas/Buzos	8	7
Peto deportivo	4	2
Chalecos	6	5
Polerones/polar	3	3
Chaquetas	4	4
Abrigos	3	3
Parkas	1	1
Calzones	16	16
Sostenes/bralettes	5	5
Calcetines	20	20
Pantys	2	2
Pijamas	8	7
Trajes de baño	5	5
Bufandas/pañuelos	4	2
Gorros	5	2
Guantes	4	2
Cinturones	6	3
Zapatos	18	8
Carteras	11	8
Formales	1	1
Total prendas	166	140

Tipo de prenda	Número poseído	Número aproximado usos entre 2019-2021
Poleras	48	43
Blusas/Camisas	10	8
Vestidos	9	9
Faldas	15	11
Shorts	6	4
Pantalones	13	15
Patas/Buzos	2	1
Peto deportivo	2	2
Chalecos	15	12
Polerones/polar	3	3
Chaquetas	7	6
Abrigos	5	4
Parkas	0	0
Calzones	15	15
Sostenes/bralettes	6	6
Calcetines	28	28
Pantys	3	2
Pijamas	4	4
Trajes de baño	30	11
Bufandas/pañuelos	12	9
Gorros	8	4
Guantes	3	0
Cinturones	6	5
Zapatos	21	14
Carteras	7	6
Formales	10	6
Total prendas	294	228

Tipo de prenda	Número poseído	Número aproximado usos entre 2019-2021
Poleras	187	68
Blusas/Camisas	13	18
Vestidos	12	9
Faldas	7	5
Shorts	5	4
Pantalones	25	7
Patas/Buzos	15	16
Peto deportivo	2	2
Chalecos	36	11
Polerones/polar	14	8
Chaquetas	8	3
Abrigos	6	2
Parkas	3	1
Calzones	21	21
Sostenes/bralettes	4	4
Calcetines	144	80
Pantys	11	2
Pijamas	5	5
Trajes de baño	7	5
Bufandas/pañuelos	22	8
Gorros	17	3
Guantes	5	2
Cinturones	4	2
Zapatos	53	12
Carteras	15	7
Formales	17	2
Total prendas	658	307

ALMARIO

