



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO Y
ARQUITECTURA CARRERA DE DISEÑO
DE MODAS**

Proyecto Integrador previo a la obtención del Título de Ingeniera en
Procesos y Diseño de Modas.

**“Diseño de una colección de trajes para la comunidad femenina
Cosplay de la ciudad de Ambato”.**

Autor: Valarezo Avilés, Tanya Brigitte

Tutor: Ing. Betancourt Chávez, Diego Gustavo

Ambato – Ecuador

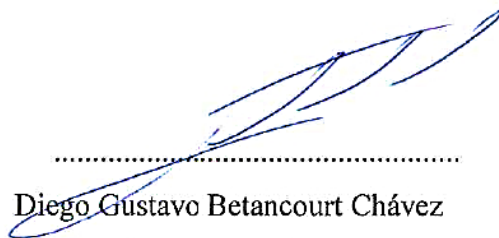
Septiembre, 2022

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema: **“Diseño de una colección de trajes para la comunidad femenina Cosplay de la ciudad de Ambato”**. De la alumna Tanya Brigitte Valarezo Aviles, estudiante de la carrera de Diseño de Modas, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Septiembre del 2022

EL TUTOR



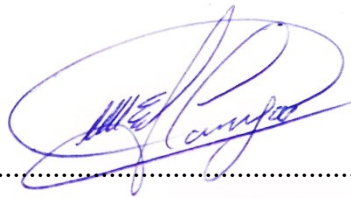
.....
Diego Gustavo Betancourt Chávez
C.C.: 1710894179

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto Integrador con el tema “Diseño de una colección de trajes para la comunidad femenina Cosplay de la ciudad de Ambato”. Como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, septiembre del 2022

LA AUTORA



.....
Tanya Brigitte Valarezo Avilés

C.C.: 1850555630

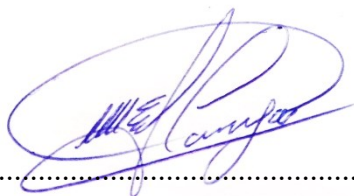
DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este Proyecto Integrador o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto Integrador, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, septiembre del 2022

LA AUTORA



.....
Tanya Brigitte Valarezo
Avilés C.C.: 1850555630

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto I, sobre el tema “Diseño de una colección de trajes para la comunidad femenina Cosplay de la ciudad de Ambato “de Tanya Brigitte Valarezo Avilés, estudiante de la carrera de Diseño de Moda, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, septiembre del 2022

Para constancia firman

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

Nombres y Apellidos

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

El resultado de este esfuerzo va dedicado a todos quienes aportaron a mi crecimiento personal durante el período de formación universitaria.

Tanya Brigitte Valarezo Avilés

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a mis familiares por haber confiado en mí sin importar las adversidades, a mi grandioso novio por sacarme una sonrisa en los momentos más difíciles y motivarme a cumplir mis sueños, a mis amigos quienes durante cada año han fortalecido unos hermosos lazos sentimentales con experiencias diarias invaluable, a las autoridades quienes a más de ser docentes han sido amigos incondicionales. Finalmente, a la Universidad Técnica de Ambato en especial a la Carrera de Diseño de Modas de la Facultad de Diseño y Arquitectura, lugar en el que tuve la fortuna de pasar cinco años llenos de vivencias inolvidables.

Tanya Brigitte Valarezo Avilés

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	I
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	II
AUTORÍA DEL TRABAJO	III
DERECHOS DE AUTOR.....	IV
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTOS.....	VII
ÍNDICE GENERAL.....	VIII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XIII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XVII
RESUMEN EJECUTIVO.....	XX
ABSTRACT.....	XXII
INTRODUCCIÓN	1

CAPITULO I

CAPÍTULO I	3
1. ANTECEDENTES GENERALES	3
1.1 Nombre del proyecto	3
1.2 Antecedentes (Estado de arte).....	3
1.3 Justificación	6
1.3.1 Observación y descripción	7
1.3.2 Hallazgo del problema.....	9
1.3.3 Formulación del problema.....	9
1.4 Objetivos.....	9
1.4.1 Objetivo general	9
1.4.2 Objetivos específicos.....	10

CAPITULO II

CAPÍTULO II.....	11
------------------	----

2. MARCO REFERENCIAL	11
2.1 Marco teórico	11
2.1.1 Tribu urbana Cosplay	11
2.1.2 El diseño de trajes Cosplays	12
2.2. Marco conceptual	14
2.2.1 Diseño	15
2.2.1.1. Teoría	15
2.2.1.2 Clasificación	15
2.2.1.3 Elementos	16
2.2.2 Diseño conceptual	17
2.2.2.1. Origen	17
2.2.2.2 Aplicación	18
2.2.2.3 Actualidad	19
2.2.3. Diseño de indumentaria cosplay	20
2.2.3.1 Origen	20
Origen estético	20
Origen técnico	21
2.2.3.2 Producción	22
Producción textil	22
Producción Props	25
2.2. 3.3 Tipología	27
Original	28
Adaptación	29
Crossover	31
2.2.4. Tribus urbanas	32
2.2.4.1Origen	33
2.2.4.2. Ideologías	34
2.2.4.3. Características	34
2.2.5. Frikis	35
2.2.5.1 Origen	36
2.2.5.2 Tipología	37
Geeks	37
Otakus	38
Gamers	39
2.2.6. COSPLAY	41

2.2.6.1 Genero	42
2.2.6.1.1.Cosplay	42
2.2.6.1.2.Crossplay.....	43
2.2.6.1.3.Genderbend	45
2.2.6.2 Producción.....	46
2.2.6.2.1.Producción personal.....	46
2.2.6.2.2. Producción industrial.....	48
2.2.6.3 Uso.....	49
Eventos	50
Modelaje.....	53

CAPITULO III

CAPÍTULO III	55
3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	55
3.1 ANÁLISIS EXTERNO.....	55
3.1.1 <i>Análisis PEST</i>	55
3.1.1.1 Entorno político	55
3.1.1.2 Entorno económico	56
3.1.1.3 Entorno Social/cultural	58
3.1.1.4 Entorno tecnológico.....	60
3.1.1.5 Impresión 3D.....	60
3.1.1.6 Corte láser	61
3.1.1.7 Sublimado textil.....	61
3.1.1.8. Entorno ambiental.....	62
3.1.1.9. Entorno legal.....	63
3.1.2. <i>Tendencias de consumo</i>	64
Búsqueda de la felicidad	65
La era creativa.....	65
3.1.3. <i>Segmentación del mercado potencial</i>	66
Descripción del público objetivo	70
3.1.4. <i>Análisis del sector y del mercado de referencia</i>	70
3.1.5 <i>índice de saturación del mercado potencial</i>	73
3.1.6. <i>Análisis estratégico de la competencia (benchmarking)</i>	76
Análisis de resultados.....	77
<input type="checkbox"/> Disfraces Sofy's.....	77
<input type="checkbox"/> Ely C. Cosplay.....	78
<input type="checkbox"/> Weareone KPop.....	78
Conclusiones	78
3.2. ANÁLISIS INTERNO.....	79
3.2.1. <i>Análisis de recursos propios y disponibles</i>	79
Recursos tangibles:	79

<input type="checkbox"/> Recursos económicos o financieros	79
<input type="checkbox"/> Recursos tecnológicos.....	79
<input type="checkbox"/> Recursos organizacionales	81
<input type="checkbox"/> Recursos físicos	81
<input type="checkbox"/> Recursos de difusión.....	81
Recursos intangibles:.....	82
<input type="checkbox"/> Recursos humanos:.....	82
<input type="checkbox"/> Recursos innovación.....	82
<input type="checkbox"/> Recursos de imagen	83
3.2.2. Análisis cadena de valor	83

CAPITULO IV

CAPÍTULO IV.....	85
4. MARCO METODOLÓGICO	85
4.1 ESTUDIO DE PÚBLICO OBJETIVO	85
Criterio de la muestra	85
Población y tipo de población.....	85
<i>4.1.1. Modelo de encuesta y/ entrevista</i>	<i>86</i>
4.2. ELABORACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS	91
<i>4.2.1. Categorización de datos (Entrevista).....</i>	<i>91</i>
<i>4.2.2. Conclusiones (Entrevista).....</i>	<i>95</i>
<i>4.2.3. Conclusión (Encuestas).....</i>	<i>96</i>

CAPITULO V

CAPÍTULO V	114
5. TECNOLOGIAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCION	114
5.1 CRONOGRAMA DE PRODUCCIÓN	114
5.2. CONTROL DE CALIDAD.....	118
Maquinaria	120
Equipos de oficina.	120
5.3.REQUERIMIENTOS DE MANO DE OBRA	120
5.4..SEGURIDAD INDUSTRIAL Y MEDIO AMBIENTE	122
Gestión Ambiental.....	124

CAPITULO VI

CAPÍTULO VI.....	126
6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA	126
6.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	126
6.2. PERFIL DEL CLIENTE.....	129
Segmentación	130

Perfil vanguardista.....	130
Segmentación actitud de compra	131
Misión.....	133
Visión.....	133
Filosofía	133
Concepto de marca.....	133
ADN; LoliPop Cosplay	134
6.3. DESCRIPCIÓN DE LA MARCA.....	135
Comercialización	137
Estrategias de venta:	137
Objetivos estratégicos.	137
Plan de negocios modelo Canvas.....	138
6.4 USO DE LA MARCA.....	141
6.5 ANÁLISIS DE COLOR DE LA PROPUESTA.....	143
6.5.1 Paleta de color de la propuesta.....	148
6.6 CONCEPTO DE LA TRIBU URBANA	149
6.6.1 Cosplayers	149
6.7. ELEMENTOS DEL DISEÑO.....	154
6.7.1 Siluetas	155
6.7.2 Proporción y línea.....	155
6.7.3 Función	156
6.7.4 Detalles.....	157
6.7.5 Estilo.....	158
6.7.6. Estampados, bordados y acabados, terminados	158
6.8. MATERIALES E INSUMOS.	159
6.9 SKETCH O BOCETOS.....	162
6.10. FICHAS TÉCNICAS.....	169
6.10.1 Photobook.....	183
6.11 COSTOS DE PRODUCCIÓN	187
6.11.1 Costos fijo.....	187
6.11.2. Costos variables.....	188

CAPITULO VII

CAPÍTULO VII.....	191
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	191
7.1 CONCLUSIONES.....	191
7.2- RECOMENDACIONES.....	192
BIBLIOGRAFÍA	193

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1- DIAGRAMA DEL PROCESO DE DISEÑO SECUENCIAL	18
FIGURA 2. - MODELO DESCRIPTIVO DEL PROCESO DE DISEÑO	19
FIGURA 3 - TIENDA DE COSPLAY EN LAS CALLES DE AKIBAHA	23
FIGURA 4. - TIENDA OTAKU PLACE.....	24
FIGURA 5. - TIENDA VIRTUAL DOKI DOKI COS.....	24
FIGURA 6.- TIENDA VIRTUAL NATA COSPLAY Y CRAFTS	25
FIGURA 7.- TIENDA VIRTUAL KAMUI COSPLAY	27
FIGURA 8. - COSPLAY ORIGINAL	28
FIGURA 9. - COSPLAY FURRY PIKACHU	30
FIGURA 10. -COSPLAY MECHA.....	30
FIGURA 11. -COSPLAY CROSSOVER	31
FIGURA 12.- TRIBUS URBANAS	32
FIGURA 13.- COSPLAYERS GEEKS.....	38
FIGURA 14.- COSPLAYERS OTAKUS.....	39
FIGURA 15. - COSPLAYERS GAMERS.....	40
FIGURA 16.- COSPLAY	43
FIGURA 17. - CROSSPLAY.....	44
FIGURA 18.GENDERBEND	45
FIGURA 19. - PRODUCCIÓN PERSONAL DE COSPLAYS	47
FIGURA 20.- COSPLAY PARA EVENTOS	48
FIGURA 21.- COSPLAY PARA EVENTOS	51
FIGURA 22.- COSPLAY COMPETITIVO.....	52
FIGURA 23.- COSMODEL.....	54
FIGURA 24 ACTIVIDADES PRIMARIAS.....	83

FIGURA 25 - ACTIVIDADES SECUNDARIAS	84
FIGURA 26. PREGUNTA 1	96
FIGURA 27.PREGUNTA 2	97
FIGURA 28.PREGUNTA 3	98
FIGURA 29.PREGUNTA 4	99
FIGURA 30. PREGUNTA 5	101
FIGURA 31.PREGUNTA 6	103
FIGURA 32.PREGUNTA 7	104
FIGURA 33. PREGUNTA 8	105
FIGURA 34.PREGUNTA 9	106
FIGURA 35.PREGUNTA 10	107
FIGURA 36.PREGUNTA 11	108
FIGURA 37.PREGUNTA 12	109
FIGURA 38.PREGUNTA 13	111
FIGURA 39.PREGUNTA 14	112
FIGURA 39. INFRAESTRUCTURA PARA EL PROYECTO VISTA 2D.....	119
FIGURA 40. INFRAESTRUCTURA PARA EL PROYECTO VISTA 3D.....	120
FIGURA 41LLUVIA DE IDEAS	129
FIGURA 42 - MOODBOARD DE PERFIL DEL CLIENTE.....	133
FIGURA 43 - DISEÑO DE MARCA	134
FIGURA 44 - ANÁLISIS FODA.....	137
FIGURA 45 - LAS CUATRO P'S.....	140
FIGURA 46 - MANUAL BÁSICO DE MARCA	142
FIGURA 47 - CONSTRUCCIÓN DEL CONCEPTO.....	142
FIGURA 48 - CONSTRUCCIÓN VISUAL	142
FIGURA 49 - VERSIONES.....	143

FIGURA 50 - VARIACIONES NO PERMITIDAS	143
FIGURA 51 - APLICACIONES.....	144
FIGURA 52 - PALETA DE COLOR DE LA PROPUESTA.....	149
FIGURA 53. - COMUNIDAD FEMENINA COSPLAY DE LA CIUDAD DE QUITO	150
FIGURA 54. COMUNIDAD COSPLAY DE LA CIUDAD DE AMBATO.....	151
FIGURA 55 - EVENTO COSPLAY EN LA CIUDAD DE AMBATO	152
FIGURA 56 - BOCETO 1 CATEGORÍA BÁSICO	163
FIGURA 57 - BOCETO 2 CATEGORÍA BÁSICO	163
FIGURA 58 - BOCETO 3 CATEGORÍA BÁSICO	164
FIGURA 59 - BOCETO 4 CATEGORÍA BÁSICO	164
FIGURA 60 - BOCETO 5 CATEGORÍA BÁSICO	165
FIGURA 61 - BOCETO 6 CATEGORÍA BÁSICO	165
FIGURA 62 - BOCETO 7 CATEGORÍA BÁSICO	166
FIGURA 63 - BOCETO 8 CATEGORÍA BÁSICO	166
FIGURA 64 - BOCETO 7 CATEGORÍA BÁSICO	167
FIGURA 65 - BOCETO 8 CATEGORÍA BÁSICO	167
FIGURA 66 - BOCETO 9 CATEGORÍA BÁSICO	168
FIGURA 67 - BOCETO 10 CATEGORÍA BÁSICO	168
FIGURA 68 - ILUSTRACIÓN.....	169
FIGURA 69 - FICHA DE DIBUJO PLANO 1.....	170
FIGURA 70 - FICHA DE DIBUJO PLANO 2.....	171
FIGURA 71 - FICHA DE DISEÑO Y COLOR 1	172
FIGURA 72 - FICHA DE DISEÑO Y COLOR 2	173
FIGURA 73 - FICHA DE MATERIALES Y CUIDADOS.....	173
FIGURA 74 - FICHA DE MATERIALES Y CUIDADOS.....	175
FIGURA 75 - FICHA DE PATRONAJE Y DESPIECE 1.....	176

FIGURA 76 - FICHA DE PATRONAJE Y DESPIECE 2.....	177
FIGURA 77 - FICHA DE MARCADA 1.....	178
FIGURA 78 - FICHA DE MARCADA 1.....	179
FIGURA 79 - FICHA DE MARCADA 2.....	180
FIGURA 80 - FICHA DE MARCADA 2.....	181
FIGURA 81 - FICHA DE RUTA OPERACIONAL 1.....	183
FIGURA 82 - PRODUCTO FINAL 1.....	184
FIGURA 83 - PRODUCTO FINAL.....	185
FIGURA 84 - PRODUCTO FINAL.....	186
FIGURA 85 - PRODUCTO FINAL.....	187

INDICE DE TABLAS

TABLA 1 - VARIABLE DEMOGRÁFICA	67
TABLA 2 - VARIABLE PICTOGRÁFICA.....	68
TABLA 3 - VARIABLE GEOGRÁFICA.....	69
TABLA 4 - VARIABLE SOCIO - ECONÓMICA	69
TABLA 5 - ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA COMPETENCIA.....	76
TABLA 6 - RECURSOS TECNOLÓGICOS.....	80
TABLA 7 - CATEGORIZACIÓN DE DATOS	91
TABLA 8 - PREGUNTA 1.....	96
TABLA 9 - .PREGUNTA 2.....	98
TABLA 10. PREGUNTA 3.....	99
TABLA 11 .PREGUNTA 4.....	100
TABLA 12 .PREGUNTA 5.....	101
TABLA 13. PREGUNTA 6.....	103
TABLA 14. PREGUNTA 7.....	104
TABLA 15. PREGUNTA 8.....	105
TABLA 16. PREGUNTA 9.....	106
TABLA 17. PREGUNTA 10.....	107
TABLA 18. PREGUNTA 11.....	108
TABLA 19. PREGUNTA 12.....	110
TABLA 20. PREGUNTA 13.....	111
TABLA 21. PREGUNTA 14.....	113
TABLA 22 - CRONOGRAMA DE PRODUCCIÓN.....	114
TABLA 23 - REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA.....	122
TABLA 24 - MODELO CANVAS	139

TABLA 25 - MENSAJES CLAVE PARA EL CONSUMIDOR.....	141
TABLA 26 - BASES TEXTILES.....	160
TABLA 27 - INSUMOS	162
TABLA 28 - COSTOS FIJOS SERVICIOS BÁSICOS	188
TABLA 29 - COSTOS FIJOS PERSONAL ADMINISTRATIVO	188
TABLA 30 - COSTOS FIJOS MATERIALES INDIRECTOS.....	189
TABLA 31 - SÍNTESIS DE COSTOS FIJOS MENSUALES.....	189
TABLA 32 - COSTOS VARIABLES MATERIA PRIMA ATUENDO 1	190
TABLA 33 - COSTOS VARIABLES INSUMOS ATUENDO 1	190
TABLA 34 - COSTOS VARIABLES MANO DE OBRA ATUENDO 1	191
TABLA 35 - SÍNTESIS DE COSTOS VARIABLES ATUENDO 1.....	191
TABLA 36 - COSTOS VARIABLES MATERIA PRIMA ATUENDO 2	192
TABLA 37 - COSTOS VARIABLES INSUMOS ATUENDO 2	192
TABLA 38 - COSTOS VARIABLES MANO DE OBRA ATUENDO 2	193
TABLA 39 - SÍNTESIS DE COSTOS VARIABLES ATUENDO 2.....	193
TABLA 40 - PUNTO DE EQUILIBRIO TRAJE 1	194
TABLA 41 - PUNTO DE EQUILIBRIO TRAJE 2	194

RESUMEN EJECUTIVO

La idea del presente proyecto proviene de una necesidad de tomar como público objetivo a una tribu urbana que se ha desarrollado y expandido en gran forma en los últimos años con la ayuda del internet y la globalización, volviéndolos un mercado potencial con gran fuerza, no obstante debido a el pensamiento tradicionalista de la ciudad de Ambato y el desconocimiento sobre estos por el público general, se vuelven un mercado a nivel local desperdiciando, y con integrantes se ven obligados a adquirir sus productos en otras ciudades y países.

A lo largo del presente proyecto se tiene como objetivo la implementación de una marca de indumentaria cosplay, tomando en cuenta las necesidades encontradas por un estudio al público objetivo, teniendo como base sus gustos, tendencias y el nivel de calidad solicitado por el cliente. La información fundamental para el proyecto se obtendrá trabajando directamente con representantes de la comunidad cosplay, utilizando encuestas y entrevistas con especialistas y al público objetivo, realizando un análisis general con la información presente para volverlos indispensables para la esencia de la marca.

Mediante el estudio de casos reales, con su respectivas métodos de recolección de información, se pudo constatar las necesidades reales a nivel local y las nuevas tendencias dentro de las tribus urbanas de jóvenes que forman el grupo objetivo, siendo estos los que afirman que, aunque la sociedad moderna es más empática, aún hay amplios sectores tradicionales que desconocen completamente sobre ellos, minimizando sus necesidades y en la mayoría de casos ignorándolos

por completo, es por ello que la existencia de una marca de moda especializada, pueda ofrecer vestimentas de altas calidad cosplay es altamente novedosa y rentable.

El producto final de la investigación, será la creación de una marca de moda que ofrece como principal producto, la creación de trajes cosplay, que dependiendo de la solicitud de los clientes pueda manejar diferentes niveles de profesionalismo, sin perder los estándares previamente solicitado manejando diseños clásicos de tendencia o personalizados, productos que tengan presente la esencia del cosplay, que es la réplica, buscando siempre la búsqueda de los textiles y cortes más precisos y sobre todo, el valor agregado interno de cada persona que desea expresarse de forma diferente a lo tradicional y con convenios entre marcas que permitan darle al cliente la mayor comodidad a la hora de realizar un cosplay completos.

PALABRAS CLAVE: COSPLAY, TRIBU URBANA, PROP, COSPLAYER ,DISEÑO DE TRAJES DE FANTASIA, DISEÑO DE DISFRACES.

ABSTRACT

The idea of this project comes from a need to take as a target audience an urban tribe that has developed and expanded greatly in recent years with the help of the internet and globalization, making them a potential market with great strength, however due to the traditionalist thinking of the city of Ambato and the ignorance about these by the general public, they become a wasting local market, and with members they are forced to acquire their products in other cities and countries

Throughout this project, the objective is to implement a cosplay clothing brand, taking into account the needs found by a study of the target audience, based on their tastes, trends and the level of quality requested by the client. The fundamental information for the project will be obtained by working directly with representatives of the cosplay community, using surveys and interviews with specialists and the target audience, carrying out a general analysis with the information present to make them essential to the essence of the brand.

Through the study of real cases, with their respective information collection methods, it was possible to verify the real needs at the local level and the new trends within the urban tribes of young people who form the target group, these being the ones that affirm that, although modern society is more empathetic, there are still large traditional sectors that are completely unaware of them, minimizing their needs and in most cases completely ignoring them, which is why the existence of a specialized fashion brand can offer high quality clothing cosplay is highly novel and profitable.

The final product of the investigation will be the creation of a fashion brand that offers as its main product, the creation of cosplay costumes, which, depending on the request of the clients, can handle different levels of professionalism, without losing the previously requested standards handling designs. trend classics or personalized, products that keep in mind the essence of cosplay, which is the replica, always seeking the most precise textiles and cuts and above all, the internal added value of each person who wishes to express themselves differently from what traditional and with agreements between brands that allow giving the client the greatest comfort when making a complete cosplay.

KEY WORDS: COSPLAY, URBAN TRIBE, PROP, COSPLAYER FANCY DRESS DESIGN, COSTUME DESIGN.

INTRODUCCIÓN

La presente tesis titulada “Diseño de una colección de trajes para la comunidad femenina cosplay de la ciudad de Ambato” es producto del análisis de mercado cosplayer en la ciudad de Ambato, y su práctica inexistencia dentro de del area comercial local, también de las ventajas que podría obtener una marca que se especialice en la realización de trajes para esta comunidad, logrando un crecimiento y mantención de esta tribu urbana, pudiendo considerarse un proyecto económicamente rentable para el diseñador. El conocimiento sobre esta comunidad del autor y el constante deseo de los cosplayers Ambateños por ser incluidos en un mercado, esto hizo que se tomará la decisión de desarrollar este trabajo.

La sistematización de este trabajo ha seguido las pautas para el desarrollo de un proyecto integrador de tesis, los cuales están divididos en siete capítulos, cada uno de los cuales es desarrollado con sus respectivas características.

El primer capítulo, denominado “antecedentes generales” da pasó al inicio del proyecto, conociendo más a fondo de forma general los diferentes temas que deben ser de conocimiento general para los lectores y que serán de vital importancia para el desarrollo del proyecto, siguiendo con la justificación, explicando las razones del porque el desarrollo del mismo de una forma más extensa y los objetivos generales y específicos que se plantean cumplir con la culminación del proyecto.

El segundo capítulo, engloba el marco referencial, donde a través del marco teórico y Marco conceptual se extiende y profundiza dentro de los temas que rodean y componen el tipo de vestuario que va a realizarse a lo largo de la investigación y la comunidad que es vista como grupo objetivo, utilizando conceptos previos de otros autores.

El capítulo tercero, es concerniente a la investigación de mercado, dónde se realiza un análisis externo del grupo objetivo y un análisis Pest, compuesto por el entorno político, económico, sociocultural y tecnológico que rodean a esta comunidad dentro del país, adicional se estudiará la tendencia de consumo, la segmentación de mercado potencial, el análisis del sector del mercado referencial, el índice de saturación del mercado potencial y se realizará un análisis estratégico de la competencia.

En el cuarto capítulo tiene su desarrollo el marco metodológico, con el estudio del público objetivo de forma directa, mediante encuestas y entrevistas, y la interpretación de estos mismos datos con sus conclusiones, base fundamental para saber las necesidades específicas y cómo proceder con el desarrollo del producto.

El capítulo cinco están englobadas las tecnologías necesarias para la producción, desarrollando cronogramas, un estudio de control de calidad, haciendo un análisis de los equipos e infraestructuras necesarias para la realización del proyecto, sobre la mano de obra la seguridad industrial y sobre el medio ambiente de la marca que se desea desarrollar.

Dentro del sexto capítulo, se realiza el desarrollo de la propuesta, desde su descripción, pasando por el perfil del cliente, los Moodboard necesarios para la desarrollo de los diseños, la identidad de la marca como tal, los usos de esto y colores de la propuesta, un estudio profundo del concepto de las tribus urbanas y de la propuesta físicas, sacando los elementos del diseño, cómo son la silueta, la porción y línea, las funciones detalles y estilos, indicando de forma específica los materiales e insumos, procediendo con los bocetos, las ilustraciones, las fichas técnicas del producto final y concluyendo en el Photobook, con imágenes de las propuestas ya desarrolladas y modeladas, concluyendo en el costo de la producción.

A partir de los resultados y las propuestas realizadas en el capítulo anterior, en el desarrollo del capítulo siete se han planteado las conclusiones y recomendaciones pertinentes, que serán de gran utilidad en caso de la realización de proyectos similares, basándose las dificultades con las que el investigador se topó a lo largo de la realización del proyecto, finalmente se concluye con la bibliografía utilizada para el desarrollo a lo largo del proyecto.

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES GENERALES

1.1 Nombre del proyecto

“DISEÑO DE UNA COLECCIÓN DE TRAJES PARA LA COMUNIDAD FEMENINA COSPLAY DE LA CIUDAD DE AMBATO”

1.2 Antecedentes (Estado de arte)

Para empezar a hablar del origen del Cosplay se debe entender de qué otra tribu esta surge y que es lo que representa en su medio como podemos aprender en la investigación de Andrade Mendoza, Karen Indira , Morales Lozada y Pedro Sebastián que tiene como objetivo estudiar los imaginarios que se ponen en juego en los consumidores de producciones audiovisuales japonesas, para brindar una mejor visión de las culturas otaku (fanáticos) y cosplay (uso del disfraz) y sus interacciones comunicativas con la sociedad. Se analiza las definiciones y la historia del manga y anime (producciones audiovisuales japonesas); así como los conceptos de modernidad, cultura y comunicación como ejes transversales en la investigación. Se concluye con el análisis etnográfico de las experiencias de miembros de las culturas otaku y cosplay, en base a los planteamientos de las teorías de la interacción simbólica y la gestión coordinada del significado. (Andrade Mendoza, 2015)

Pero esta cultura japonesa denominados como otakus no es solo teórico y una forma de admiración también se pueden realizar emprendimientos con un correcto estudio como en la tesis que planteada por Robinson Alexander Orjuela Arjona en su tesis donde hace un estudio completo sobre el plan de Marketing y tiene por objeto analizar la efectividad de dirigir sus estrategias a la cultura Otaku, cosplayer, personas con un gusto particular por la animación y el comic japonés.

Donde se hace un análisis del micro y macro entorno en cuanto al modelo de negocio. También se hace un análisis cualitativo y cuantitativo establecido por entrevistas y encuestas para el desarrollo de estrategias óptimas. Por último se determinó presupuestos de venta, del plan de Marketing, planes de inversión e indicadores para medir la efectividad. Por último, con base en los hallazgos hechos en la investigación se determina la viabilidad de las estrategias Y se encaminan a ser coherentes con el tipo de cliente al cuál se dirige el modelo de negocio. Estar enfocadas en hacer sentir al cliente parte de una cultura importante, donde puede construir una identidad, unos valores y un estilo de vida. (Arjona, 2019)

Existen muchas investigaciones realizadas en los últimos años que se dedican a informar al público sobre que es el Cosplay, sus orígenes y porque tienen tanta importancia para las personas que los usan como el documental sobre Cosplay “Ser Ficción” realizado como proyecto de PAP 2014 en la Universidad Casa Grande, narra la historia de dos jóvenes cosplayers y cómo sus vidas se involucran con esta actividad. Este proyecto y pieza audiovisual consta de una imagen y comunicación comercial que será evaluada en esta investigación. Buscando conocer cuál es la apreciación, comentarios y sugerencia de expertos de las ciencias sociales, investigadores, periodistas, diseñadores gráficos y expertos del área audiovisual frente a la imagen y comunicación comercial que tiene el proyecto documental. (Toscanini, 2015)

Gracias a los resultados de apreciación proporcionado por profesionales en el área evaluada se logró realizar los cambios necesarios para poder obtener el producto final. Al finalizar esta investigación se realizaron cambios en la pieza gráfica y se realizó una reedición del tráiler. El proceso de selección fue arduo, conociendo a un sin número de Cosplayers que abrieron sus puertas y ayudaron que la información que obtuvieron sea precisa.

El comunicador social Byron Castro Villacis, en su investigación titulada “Cultura artística de personajes de series y comics en los jóvenes guayaquileños”, plantea las siguientes interrogantes: ¿De qué manera los jóvenes guayaquileños adoptan esta nueva cultura artística interpretando a personajes de series y comics? ¿Caso Budokan? Objetivo: Establecer el rol que desempeña el evento de animes y hobbies Budokan en las representaciones artísticas realizadas por los cosplayers de la ciudad de Guayaquil. Hipótesis: Budokan es el principal difusor de contenidos visuales con temáticas niponas que promueven la realización del Costume play en los jóvenes, consiguiendo una mayor representatividad artística de series y comics que se pueden evidenciar en la ciudad de Guayaquil. Variables: Cultura Artística; Costume play. Tipo: Descriptivo. Diseño: No experimental. Metodología: Doctrina filosófica fenomenológica. Técnicas: Cualitativas y cuantitativas. Muestra: No probabilística - por cuotas. Resultados: Se comprueba que dentro de la ciudad de Guayaquil esta nueva cultura nipona comienza a tomar fuerza a raíz de eventos como Budokan. Propuesta: diseño de una revista digital especializada en contenidos de costume play para un público objetivo. (Castro Villacis, 2019)

Teniendo mas detalles sobre el grupo de estudio, es posible realizar un emprendimiento que se ayude con las base necesarias de un emprendimiento como el proyecto de Álvarez Salvatierra Bill Espartaco y Testa Livingston Claudio Silvano, quienes realizaron una investigación que tiene como finalidad analizar la situación del mercado actual de las ventas de ropa por catálogo en la ciudad de Guayaquil y Quito y elaborar un plan de estrategias de marketing para emprender este tipo de negocio. Para ello se consideró necesario hacer un análisis sobre el tema, en donde se estudia a la industria textil, así como también al sector dedicado a la elaboración de ropa en el Ecuador. Como es de dominio general la comercialización y venta de ropa para damas, caballeros proviene de diferentes mercados internos y externos, la forma de venta varia pero en la actualidad

se están implementado la venta por catálogos donde las grandes empresas nacionales y extranjeras acaparan al público objetivo, otro medio de llamar la atención de los compradores es el uso de las redes sociales donde suben archivos de fotos de los modelos de prendas de vestir. Se ha observado la posibilidad de vender prendas de vestir para niños y jóvenes usando como medio de enlace las redes sociales con la posibilidad de que el cliente personalice su pedido a su gusto (Espartaco, 2017)

Para concluir, se recalca la existencia de un tema similar pero enfocándose únicamente en una colección en la ciudad de Guayaquil realizada por Juliana Yamilet Gómez Baque. La iniciativa de este proyecto que se llevó a cabo, se basó en la escasez de marcas especializadas en brindar colecciones de estilo cosplay, llevando así a sus seguidores a hacer uso de su creatividad para elaborar el outfit soñado de forma independiente, si bien cabe recalcar que este método tiene desventajas, ejemplo: el alto precio que resultaría producir cada elemento del look por cuenta propia. Se recurrió al muestreo por conveniencia, generalmente usado para recoger datos de un conjunto de habitantes muy específico, haciendo así la encuesta a sujetos que asistieron al evento Saikou 2018 quinta edición ejecutado en el centro comercial CityMall ubicado en la ciudad de Guayaquil, aportando información contundente, duró ocho meses el proceso de elaboración de esta investigación, se recurrió al método inductivo. Con esto se puede concluir que la propuesta tendrá éxito ya que es una idea novedosa y muy rentable en el mercado ecuatoriano. (Baque, 2019)

1.3 Justificación

El objetivo de este proyecto es realizar un estudio sobre la comunidad femenina Cosplay en la ciudad de Ambato en la actualidad, en el año 2022, desde un enfoque sociológico de la moda. Para de este modo poder descubrir cuáles son sus necesidades a la hora de obtener los trajes que se utilizan en su estilo de vida. Y de este modo lograr generar nuevas propuestas que sean más

accesibles y de mejor calidad para este grupo urbano y esto sean las bases de un micro emprendimiento.

Esta investigación también serán las bases de un micro emprendimiento que puede abrir las posibilidades a nuevos tipos de mercado, el crecimiento de la comunidad a la que va destinada, debido a la facilidad de estos para la obtención de sus prendas, eh incluso la creación de nuevas plazas de rabaj y convenios entre marcas que pueden ser de un gran beneficio tanto al propietario de la marca como a sus socios eh incluso a su clientela.

1.3.1 Observación y descripción

En la ciudad de Ambato la fiebre por el Cosplay surgió en el año 2009 de la mano de un grupo emergente conocido como Akiba Kei los cuales se dedicaron a hacer por primera vez evento donde los Cosplayers y fanáticos de la animación japonesa, videojuegos, películas y ciencias ficción pudieran reunirse y compartir con otros miembros de su comunidad. Los cuales dieron origen a más grupos buscando este mismo objetivo. Abriendo cada vez más pasó a estas convenciones dónde es común el poder adquirir mercancía de sus series favoritas y estar con otros fanáticos que compartieran sus gustos y en dónde a modo de expresión y de admiración comenzó el mundo del Cosplay, el cual puede definirse como la actividad de disfrazarte de algún personaje de ficción y actuar como tal, adoptando poses, actitudes y frases características. El objetivo de este es hacer una representación viviente de tu personaje favorito lo más cerca que se pueda a la realidad, de esta modo cumpliendo un momento de fantasía en donde la persona puede sentirse completamente el personaje y los fanáticos del Cosplay pueden verlos como tal cumpliendo el sueño para muchos de poder interactuar con estos, tomarse una foto, ver performance o muchas

veces con una simple plástica entrar en la magia que ofrece este modo de expresión. (Luzuriaga, 2022) (Castillo, 2015)

El jugar con el traje puesto o Cosplay (contracción de costume = disfraz y Play = juego) es una de las formas de expresión más famosas y visibles dentro de la comunidad de fanáticos o mejor conocidos como otakus. Esta práctica surgió de los grupos de fans norteamericanos de la ciencia ficción que se caracterizaba por usar unos pequeños accesorios en representación a sus personajes pero lo cual fue adoptado y perfeccionado por los japoneses aficionados al anime y manga llamados “otakus” en los años 70, ya que no solo usaban accesorios sino que se confeccionaban trajes completos y se imitaba las actitudes de los personajes. Gracias a la televisión y a las revistas este fenómeno se fue extendiendo no solo en Asia sino en América y con el paso de los años a Latinoamérica. (Quiroz, 2021). Aunque al principio se consideraba una actividad únicamente propia de los más grandes fanáticos, con la expansión del internet y aplicaciones como blogs y redes sociales se fue normalizando al punto de actualmente ser un hobby y un estilo de vida conocido y admirado por las nuevas generaciones de jóvenes. (Torti, 2018)

El Cosplay es un fenómeno a nivel mundial y aunque sus capitales son Japón y Estados Unidos, el estudio se concentra específicamente en la comunidad femenina cosplay ecuatoriana y más precisamente tomando como muestra para la investigación a las Cosplayers que asisten a los eventos frikis en la ciudad de Ambato

Aunque es un fenómeno que a nivel nacional se originó hace aproximadamente 18 años, para el estudio presente se tendrá en cuenta desde el año 2009, donde fue el origen del cosplay en la ciudad de Ambato y el proyecto será realizado en el año 2022 en los meses de mayo a agosto, donde el número de cosplayer se ha elevado considerablemente

Mediante una investigación y entrevistas a los grupos Cosplays se obtiene información de sus carencias y problemas a la hora de conseguir sus trajes y con base a un diseño de colección se crearan prototipos que satisfagan sus necesidades

1.3.2 Hallazgo del problema

La comunidad Cosplay igual que cualquier comunidad que se distingue por su estilo de vestimenta es un mercado ansioso de consumir el producto que le ayude a llevar su estilo de vida, no obstante en la ciudad de Ambato no se ha tomado en cuenta a este usuario, haciendo que los Cosplayers tengan la necesidad de buscar sus trajes en otras ciudades e incluso en otros países teniendo problemas como mala calidad del producto, precios elevados y muchas veces estafas.

1.3.3 Formulación del problema

¿Cuáles son los métodos que se deben aplicar en el proceso de una colección de vestuario para satisfacer las necesidades de la comunidad femenina Cosplay en la ciudad de Ambato en el año del 2022, tomando en cuenta los problemas a los que estos usualmente están acostumbrados al no ser un objetivo de mercado?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

- Diseñar una colección de trajes que respondan a las necesidades de la comunidad femenina cosplay de la ciudad de Ambato

1.4.2 Objetivos específicos

- Identificar los procesos de producción de trajes cosplays a través de un estudio de casos.
- Estudiar el tipo de vestimenta utilizado por la comunidad femenina cosplay de la ciudad de Ambato mediante entrevistas y encuestas
- Gestionar una colección de trajes de tipo cosplay a través del diseño y desarrollo de productos para los miembros de la tribu urbana de los cosplayer.

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 Marco teórico

2.1.1 Tribu urbana Cosplay

Para empezar a hablar del Cosplay primero se tiene que entender cómo funciona este término, su origen y significado. El término Cosplay cuyo origen etimológico de la palabra quiere decir *costume role play* o en español juego de rol con disfraces, estos son jóvenes que interpretan un papel utilizando su indumentaria y su caracterización, de forma en que todo su cuerpo se vuelve un lienzo blanco para transformarlo de una persona común a un personaje icónico y admirado por ellos, con la mayor cantidad de detalles que se pueden conseguir. Este término fue empleado por primera vez por Takahashi Nobuyuki casi entre los años 80's en la revista de nombre "My anime" después de que esté conociera esta actividad al realizar entrevistas en una convención de ciencia ficción donde los fans empezaron a mostrar con llamativos pero rudimentarios trajes imitando a sus personajes (Gonzales, 2015) (Algarabia Suplemento, 2020)

Los personajes favoritos de estos jóvenes pueden ser reales o de ficticios, aunque en su origen únicamente el juego del Cosplay era para personajes de animes infantiles como Astroboy o de series setenteras japonesas como los Sentay (Power Rangers) o Jibán con el paso del tiempo y la estandarización de esta a través del mundo y a través de las épocas, el Cosplay puede realizarse de cualquier personaje que el individuo pueda imaginar, puede este ser un artista famoso, un personaje de una telenovela, un actor, entre muchos otros. Cualquier personaje que tenga una apariencia marcada y pueda ser representado puede ser el objetivo de un Cosplayer para su imitación y posterior caracterización. Aunque los personajes más utilizados siempre suelen ser los

protagonistas de animes películas, cómics o videojuegos. (Andrade G & de la Gandara J, 2011)
(Gobbi, 2010)

El Cosplay una vez se lo estudia a profundidad podemos ver que tiene una gran cantidad de estilos, divisiones y tipografía ya que con el tiempo, los miembros de este grupo han implementado sus ideas propias volviendo al Cosplay casi una tribu viva llena de tradiciones pero también de avances. Una de las grandes subdivisiones suele ser el Cosplay basado en materiales y complejidad, el cual suele cambiar muchísimo tanto el presupuesto del traje, como el tiempo de elaboración, materiales e incluso la presentación final. El Cosplay tradicional suele representarse con telas ya que los personajes más populares suelen tener uniformes escolares, vestidos llamativos y lasos brillantes pero en estas tres categorías las cosas cambian completamente. Una de las que más ha causado controversia en los últimos años es la categoría furry Cosplay, el término furry surgió en los años 90 Cuando artistas, escritores, diseñadores de videojuegos, etc. empezaron a tratar con este término a los personajes que creaban para sus obras cuando estas eran representados como animales antropomórficos, esto quiere decir representando principalmente por su pelaje que cubre al 100% su cuerpo, orejas y cola, volviéndose un animal de felpa gigantes. (Linares, 2013) (Castelan, 2014)

2.1.2 El diseño de trajes Cosplays

Si el tema es hablar en el diseño de trajes Cosplay dejando de lado a la persona que lo va a utilizar, en cambio en el traje se va a producir, la planificación y elaboración de un Cosplay es sumamente complicado y su elaboración puede tardar meses y dependiendo de la complejidad del mismo incluso algunos pueden tardar años, recordemos que el Cosplay es una actividad que se realiza en los tiempos libres así que para muchas personas es muy complicado el realizar el diseño

de sus propios trajes de forma veloz ya que al no tener conocimiento sobre lo que es patronaje, toma de medidas y mordería esto puede llevarlos un nivel de experimentación en dónde pueden tardar demasiado en realizar sus trajes, esta es una de las problemáticas que hace que en lugares donde no hayan especialistas en Cosplays esta tribu urbana se inclina hacer trajes menos complejos y elaborados manteniendo a los competidores en rangos muy bajos. (Gobbi, 2010) (Van, 2020)

Para la realización de un traje esta desde el diseño de patronaje, la selección de telas y materiales, la creación de accesorios, calzado, maquillaje, pelucas y muchas veces hasta armaduras y partes mecánicas o con luz led esto debido a que se busca imitar con la mayor similitud posible gran cantidad de detalles, muchos de los cuales al ser usados por personajes de fantasía suelen ser muy complicados traer a la vida real como pueden ser alas, luces, objetos que flotan o volúmenes impresionantes en la vestimenta, por estas razones es que es muy complicado que los Cosplayers jóvenes realizan trajes de calidad ya que realizar un Cosplay conlleva gran cantidad de conocimientos tanto de artes manuales como de corte y confección por lo que incluso muchos llegan a perder el entusiasmo de participar de esta de este maravilloso pasatiempo por la sensación de pensar que es demasiado y no saber por dónde empezar, incluso según entrevistas es algo muy frustrante para ellos el no poder realizar como desean todos sus cosplays , ya que esto será algo tan llamativo de las convenciones otakus donde se suele compartir este tipo de trabajos, habiendo tantos trabajos maravillosos hechos por personas profesionales y no profesionales, muchos llegan a sentirse mal de no utilizar un traje ese día especial (Balderrama & Perez, 2009) (Gobbi, 2010)

En cuanto a confección de trajes, se menciona algo que cambia radicalmente, no sólo el tipo de trajes que se va usar si no, como estos van a ser presentados en el presupuesto, debido a que un punto de vista económico siempre es la gran diferencia entre un traje espectacular con los

textiles correctos, estructuras, luces, con un trabajo profesional tanto en peluca, maquillaje y accesorios a un Cosplay sencillo hecho con materiales reciclados, pelucas de carnaval y sin un trabajo de confección admirable, esto es completamente independiente de los deseos del cosplayer, ya que por más que un cosplayer desee un traje espectacular sí cuenta con bajo presupuesto lo más probable es que no lo logre, o que lo haga después de mucho tiempo y sacrificio, pero probablemente antes de esto, la mayoría ya hayan perdido el interés y mejor se decida por no realizar el traje o hacer uno más barato y sencillo, en cambio contando con un gran presupuesto hasta el traje más sencillo puede ser hecha de forma tan detallista que se note un verdadero cambio en el apariencia de la persona. (Gobbi, 2010) (Lopez, 2011)

2.2. Marco conceptual

Los diferentes temas de investigación que se están tratando a lo largo de esta tesis busca abordar el origen, desarrollo, expansión y actualidad del tema del cosplay, pero no se puede hablar de ningún universo de vestuario sin empezar conociendo sus orígenes y como el diseño de trajes se desarrolló y extendió tan ampliamente para llegar a lo que ahora conocemos como cosplay. A continuación se analizarán diferentes temáticas que son necesarias de estudiar para conocer y comprender cómo funciona el cosplay y sus variaciones desde un punto de vista sociológico en las mujeres que mantienen este estilo de vida dentro de los límites de este proyecto .

2.2.1 Diseño

2.2.1.1. Teoría

Según Wucius Wong 2011, el diseño es un proceso de creación visual con un propósito, a diferencia de la pintura, de la escultura y otros tipos de arte que son realización de las visiones personales y los sueños del artista, el diseño cubre exigencias y necesidades prácticas. Teniendo claro estas palabras podemos definir que el diseño satisface una necesidad, éstas pueden variar desde el punto de vista biológico, psicológico, sociológico entre otros.

Uno de los aspectos más destacables es el social, en el que la vestimenta más que cubrir el cuerpo, permite que los individuos puedan integrar un grupo en la sociedad y a su vez permite que los individuos se relacionen con otros miembros de esta y que compartan gustos o ideales. Esto incluso puede categorizarse como una necesidad debido a que los seres humanos son miembros de sociedad, la cual pertenece a un lugar, a un grupo de personas y por lo tanto, es tan necesario la vestimenta como la alimentación (Wong, 1988)

2.2.1.2 Clasificación

En el mundo moderno debido a las diferentes necesidades de los usuarios, se ha desarrollado el diseño, el cual no plantea ser algo únicamente estético, sino funcional, en él se apliquen las características suficientes para mejorar el estilo de vida en los distintos ámbitos que existen. Creando de esta forma una clasificación de los tipos de diseño, dependiendo en qué ámbito de la vida este se aplica, los más conocidos que se pueden destacar es: el diseño arquitectónico, de interiores, industrial, de modas, textil, gráfico entre otros. Estos no son estáticos pues avanzan al mismo tiempo que la sociedad. Tal es el caso, del diseño digital o el diseño web, los cuales fueron necesarios a partir de la evolución del internet. (Samar, 2007)

Evidentemente el asunto es complejo y su desarrollo requiere mucho más espacio del que se puede mencionar, sin embargo en estas cortas líneas pero serán necesarios para una cobertura total de los diferentes tipos de diseño que usaremos para esta investigación como el diseño de modas y diseño gráfico que son las bases para la creación de la colección y de la imagen de una marca con el que el usuario pueda confiar a la hora de adquirir sus cosplays

2.2.1.3 Elementos

Así como los tipos de diseño detallados, en el caso del diseño de modas, se deben incorporar los elementos necesarios para tener un buen desarrollo del producto final, esto se ha concretado a través de años de experiencia de muchos diseñadores. Estos pueden ser como el punto, la línea, el plano, el espacio, el volumen, el ritmo, el equilibrio, el color, la figura entre otros, son elementos necesarios a la hora de analizar, desarrollar y exponer un buen diseño desde la teoría hasta la práctica, así como Ana María Romano establece en sus investigaciones (Romano, 2019).

Aunque hablando de cosplay no se pueden considerar estos elementos como tal, ya que el trabajo del diseñador de cosplay no es realizar cambios creativos, si no usar los materiales creativamente para traer a la realidad elementos completamente ficticios ya existentes, pero hay que considerar que si utilizaremos los elementos del diseño a la hora de diseñar la imagen de la marca y el estilo que esta debe mantener para ser llamativa y agradable para sus usuarios creando una apariencia profesional y un renombre en el mercado.

2.2.2 Diseño conceptual

Se puede definir el diseño conceptual como un proceso creativo de resolución de problemas en los que se pueden incluir diferentes elementos dependiendo del cual se va a enfocar.

A diferencia de los procesos artísticos del diseño, este cuenta con diferentes fases y requisitos que deben ser cumplidos para satisfacer las necesidades de cliente y solucionar el problema original.

(Valenzuela, 2014)

Los modelos utilizados en el proceso para poder diseñar implican un análisis de sus fases desde puntos de vistas muy diferentes. Y analizando los modelos que ya existen aparecen diferentes factores muy marcados entre sí, como consecuencia del análisis pormenorizado de las fases y las etapas del diseño

2.2.2.1. Origen

Parte de la complejidad del diseño se aborda tratando de entender la forma de cómo los diseñadores a lo largo de la historia abordan el proceso tradicional del diseño para lo cual se siempre se optó por recurrir de este entrevistas abiertas hasta laboratorios controlados y este tuvo su máximo interés entre los años setenta específicamente entre 1972 y 19 82 en este periodo surgió el enfoque filosófico del diseño buscando comprender y asimilar las experiencias ganadas en los años anteriores según la historia de los métodos del diseño está empezó en 1962 pero se ha ido desarrollando a lo largo de la historia pudiendo decir que en el año de 1900 se perfeccionó el sistema donde para cada problemática hay un método específico. Dando pie al diseño conceptual el cual hasta el día de hoy se sigue tomando como la base para el desarrollo de la problemática de un diseño por profesionales y por estudiantes. (Bernal, 2016)

2.2.2.2 Aplicación

El diseño conceptual es asociado a la fase de producción de alternativas, mediante propuestas formales de diseño, por lo general, se partirá de parámetros funcionales en el que se fijan los objetivos que se piensa cumplir. Este proceso es secuencial para crear fases del proceso como se puede ver en la figura uno, el desarrollo parte de las especificaciones del producto.

Ciertos modelos se centran desde el inicio del proceso, en la solución y luego, en el proceso de análisis de esta solución, suelen proyectarse modelos más sencillos que se enfocan en la reducción de fases, estudiando las actividades que deben realizarse durante el proceso de diseño, estos se les conocen como modelos descriptivos y permite identificar las fases del proceso de diseño tradicionales cómo se observa en la figura dos. (Valenzuela, 2014)

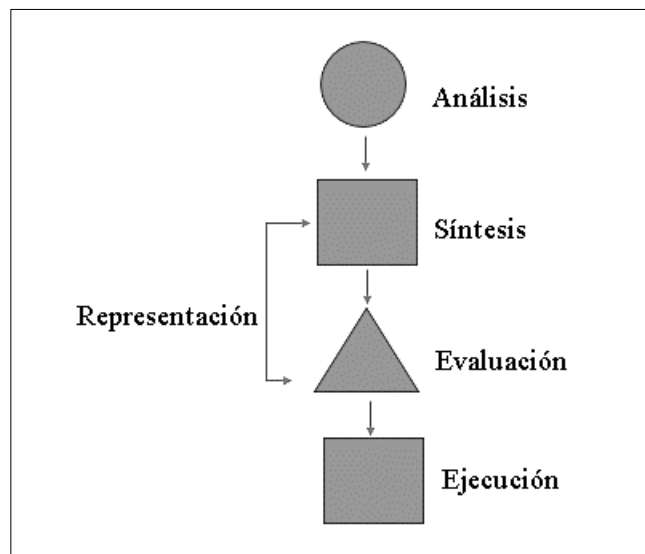


Figura 1- Diagrama del proceso de diseño secuencial

[Imagen]. (2014). Reproducida de https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-33052014000300010

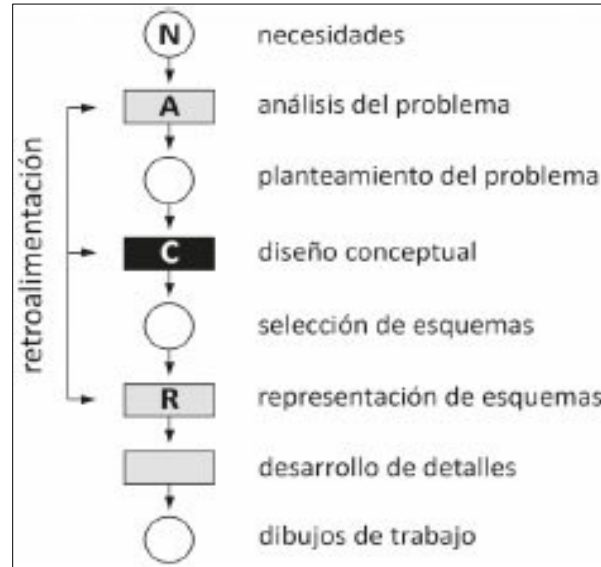


Figura 2. - Modelo descriptivo del proceso de diseño

[Imagen]. (2014). Reproducida de https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-33052014000300010

2.2.2.3 Actualidad

Es la practicidad del mundo moderno el diseño conceptual simplemente debe responder a la siguiente pregunta de qué manera se va a integrar los diferentes parámetros encontrados en la misma solución estos puntos de un proceso no se pretende llegar a un diseño definitivo simplemente el primer acercamiento a una solución propuesta que servirá con un diseño concluyente. Este será un paso fundamental en la creación de cualquier tipo de colección, lo que se busca es satisfacer las necesidades de un cliente y solucionar un problema. Esta es la base teórica para la producción del proyecto final, qué se propone a lo largo de esta investigación y como se pueden usar los parámetros solicitados, detallados en las figuras previamente mostradas, para obtener un plan de diseño completo y funcional, que permita el proceso más rápido y eficiente tanto de la colección cosplay que se va a realizar como de la marca que se propone como base de un micro emprendimiento (Barrio, 2011)

2.2.3. Diseño de indumentaria cosplay

2.2.3.1 Origen

Para autores como Alain (2015) en la tesis Diseño y confección de vestuario y Props inspirados en personajes de ficción y videojuegos, afirma que: “El cosplay consiste en la representación física más real posible de un personaje ficticio, teniendo un enfoque cultural específico que hace normalmente referencia a la cultura audiovisual actual”. Estas dramatizaciones han de incluir habilidades como imitación de habla del personaje la memorización y representación de algunas escenas en las series anime, videojuegos o películas de las que surge el personaje “esta es una perfecta definición para ver que el cosplay a diferencia del disfraz es muchísimo más que disfrazarse , estando más cercano a una representación escénica completa volviendo al cosplay la expresión moderna del diseño de vestuario por elección propia y con fines recreativos más que actorales (Alain, 2015, pág. 10)

Origen estético

Cuando se habla del origen estético del cosplay podemos remontarnos al inicio de esta tendencia, dónde lo que menos importaba era el profesionalismo de los trajes, la exactitud y la calidad de estos, más lo que realmente fue el comienzo de esta actividad, con ropa casera, accesorios de cartón y telas brillantes para disfraces, hablando específicamente sobre la década del 70 donde apareció como tal los primeros trajes que se pudieron considerar cosplay en las tiendas de cómic de Japón, lugares donde los fanáticos iban a comprar y vender cómics, figuras y productos varios de las series que admiraban, en Odaiba, Tokio, donde en la actualidad sigue celebrándose eventos de la cultura otaku y friki. En dicho evento varios grupos japoneses empezaron a vestirse de sus personajes de anime, videojuegos, cómics y mangas favoritos, ya que

esta práctica está fuertemente relacionada a este entorno, esto se realizaba con el único objetivo de demostrar a los otros miembros de la comunidad otaku el nivel de admiración y fanatismo de los Cosplayers, cómo amaban tanto al personaje que deseaban sentirse en la piel de este. (Alain, 2015)

Debido a lo revolucionario de la idea de que adultos llegaran a vestirse como personajes de animación no era muy común encontrar estos disfraces en tiendas ni en los mismos eventos, por lo que ahora conocemos como trajes con una gran inversión y producción tras ellos, en ese tiempo tenía una fabricación meramente casera y artesanal, pero con los años este movimiento fue creciendo, haciendo que se vuelva una pasión entre los jóvenes el demostrar su fanatismo de esta forma mediante las primeras competencias amistosas y torneos cosplay, donde siempre las mejoras eran visibles año tras año hasta llegar a los tiempos modernos donde un cosplay es sinónimo de profesionalismo, el que mejor imite la vestimenta de su personaje obtendrá la admiración de la comunidad, esto logró pasar las fronteras de Japón abarcando otros géneros y muchos otros países y culturas.

Origen técnico

El origen técnico del cosplay no lleva un registro preciso, debido a que este surgió con el cosplay mismo, los primeros Cosplayers en los años 70 empezaron a hacer sus propios trajes caseramente debido a que no existía un mercado que pudiera ayudarlos con su vestimenta, de esta forma surgió lo que se conoce como “Cosmaker”, este término puede definirse como la persona que confecciona un vestuario cosplay con sus respectivos requerimientos, debido a la extravagancia de estos trajes la mayoría requieren un patrón individualizado de costura, así como el uso de telas no convencionales que den un color, brillo o textura similar a la representación

animada que están trayendo a la realidad, con el paso de los años se retiró a la tela como única opción, ingresando diferentes tipos de materiales como pueden ser el cuero, la goma Eva, el cartón y más, incluso actualmente algunos cosplays llevan impresiones en 3D o luces led, todo lo que sea necesario para que el traje sea tan fidedigno como sea posible, el Cosmaker puede elaborar los trajes sin necesidad de ser quién los porta ya que como cualquier tipo de mercado el cosplay tiene sus exigencias y sus niveles de calidad y tiene personas dispuestas a realizarlas. (Alain, 2015)

2.2.3.2 Producción

Producción textil

Con la industrialización del siglo XXI, el tema de los cosplays ya se alejan de su concepto base de ser simplemente los trajes artesanales que se construyen en un pequeño taller de un par de amigos, actualmente existen gran cantidad de tiendas tanto físicas como virtuales especializados en la producción textil del cosplay, las tiendas más grandes de cosplay se encuentran actualmente en su ciudad cuna Japón, específicamente en la zona comercial de Akinahara, la cual se considera la capital del cosplay y todo lo otaku en general, dónde al caminar por las calles no es novedad encontrar tiendas llenas de cosplay listos para llevar como se observa en la figura tres.



Figura 3 - Tienda de cosplay en las calles de Akibaha

[Imagen]. (2021). Reproducida de <https://tokyo-jalanjalan.com/pop-culture/akihabara.php>

Para la producción cosplay también existen pequeñas tiendas alrededor de todos los países alrededor del mundo, dónde se practica esta actividad incluyendo a Ecuador, donde desde que empezó el movimiento hace más de diez años pequeños emprendedores se han dedicado a la venta y confección de trajes bajo pedidos o para su venta común, una de las más conocidas es otaku place, la cual se encuentra ubicada en la ciudad de Quito y se ha vuelto el lugar más conocido para los Cosplayers quiteño, incluso cuentan con ventas en línea como se ve en la figura cuatro .

Con el crecimiento del internet ya existen también tiendas digitales las cuales pueden hacer envíos a todo el mundo, una de las más grandes tiendas digitales en el mundo del cosplay es conocido como Doki Doki Cos la cual es uno de los más populares por siempre estar en la vanguardia, aunque la calidad de esta es muy profesional y muy detallado, como se ve en la figura cinco, al no ser un producto físico siempre puede venir con defectos o fallos de confección o talla, incluso

muchas veces no llegar debido a lo común qué es que se pierdan paquetes internacionales en las aduanas y el Cosplayers ecuatoriano confía poco en estos medios

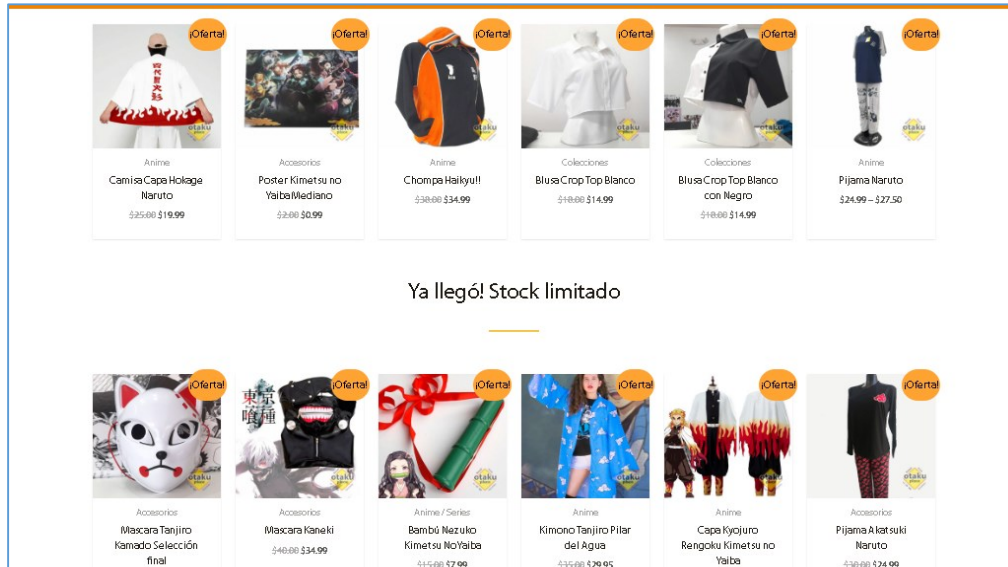


Figura 4. - Tienda Otaku Place

[Imagen]. (2022). Reproducida de <https://tiendaotakuplace.com/>

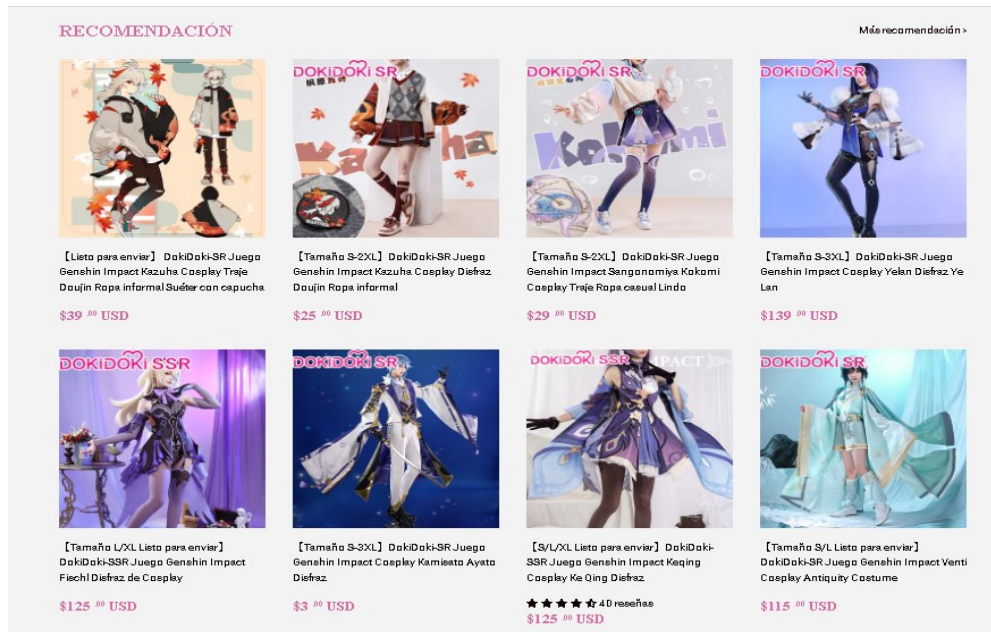


Figura 6.- Tienda Virtual Nata Cosplay y Crafts

[Imagen]. (2022). Reproducida de <https://dokidokicos.com/>

Producción Props

Con la globalización y expansión de la tribu urbana del cosplay y de la cultura pop y friki que se ha extendido gracias al internet, se han desarrollado varias profesiones alrededor de las mismas, especialmente en el cosplay, el cual ha ayudado al desarrollo de nuevos profesionales especializados, Cosmaker, estilistas de pelucas o los Propmaker, estos últimos son especialistas en la creación de diversos accesorios que acompañan al cosplay, pueden ser armas, espadas máscaras, armaduras y demás artículos de ficción que no tienen un origen textil, los Cosmaker suelen ofrecer sus servicios a la comunidad cosplay como cualquier entidad comercia, como se puede apreciar un ejemplo en la figura seis. (Rodriguez, 2020)



Figura 6.- Tienda Virtual Nata Cosplay y Crafts

[Imagen]. (2022). Reproducida de <https://www.facebook.com/cosgraphy>

Los Props tienen un origen acompañado de la mano con el cosplay, debido a que cuando esté se originó fue evidente que los complementos eran los accesorios perfectos para crear la ilusión completa de la fantasía por lo que su producción fue instantánea, a diferencia del cosplay el prop necesita un nivel más alto de especialización, debido a que no solo su nivel de detalle es complicado de conseguir debido a que estos suelen imitar otros materiales como suelen ser acero madera o hasta muchas veces objetos mágicos reales sino también que para la realización de estos se necesita una maquinaria especializada para conseguir buenos acabados. Estos deben seguir ciertos requisitos ya que deben ser detallados y con una imagen realista pero también ligeros y prácticos para su transporte pues el cosplayer tiene que sentirse cómodo a la hora de utilizarlo.

Los Props no son únicamente utilizados por los cosplayers, pero si son su principal mercado objetivo, aunque también pueden ser objetos coleccionables y decorativos para muchos fanáticos de la cultura pop, cómo desarrollo de su profesión los Cosmaker pasan por años de práctica para considerarse profesionales y poner sus artículos en venta o vender las tutorías para que el propio cosplayer los realice en la comodidad de su hogar, una de las tiendas especializadas en props más conocidas es *Kamui cosplay*, grupo compuesto por dos artistas norteamericanos que hace más de una década son reconocidos como los mejores propsmakers de todo el continente, pues su nivel de detalle y profesionalismo no ha sido superado, ellos se dedican a vender instructivos, patrones o piezas terminadas desde su sitio web oficial cómo se puede ver en la figura 7.

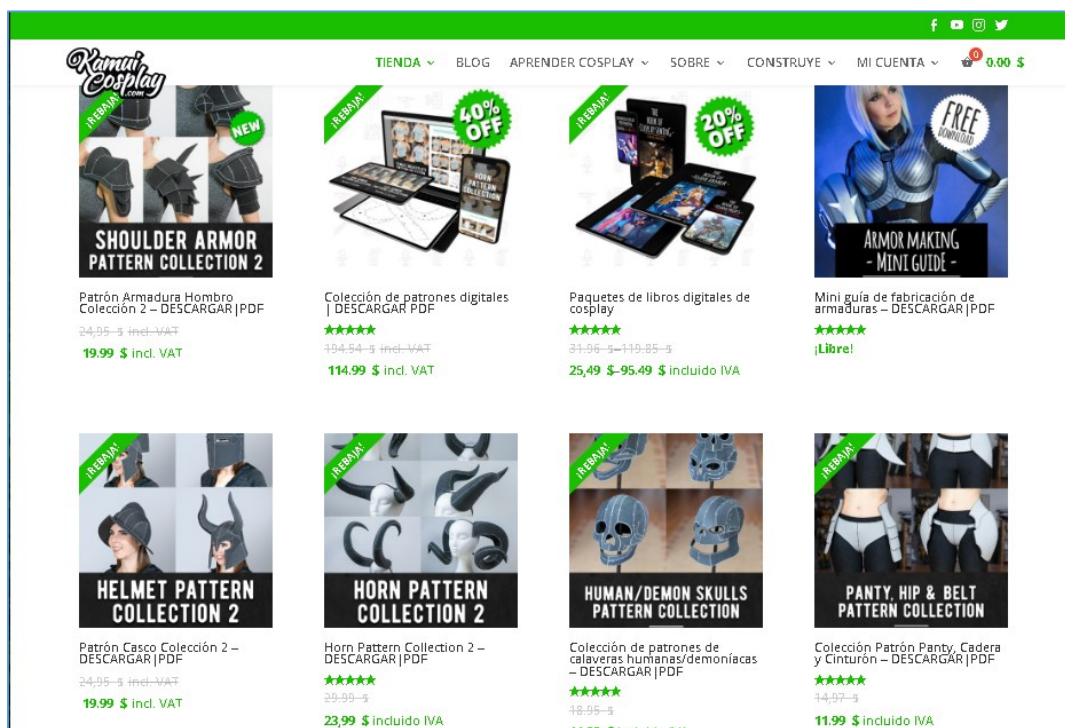


Figura 7.- Tienda virtual Kamui Cosplay

[Imagen]. (2022). Reproducida de <https://www.kamuicosplay.com/props/>

2.2. 3.3 Tipología

Dentro del cosplay debido a su variedad existen diferentes formas de categorizarlo, así como es extenso el mundo de su confección, también extenso la variedad en cuanto a sus categorías, y sigue creciendo año tras año debido al aumento de productos que se vuelven iconos de la cultura pop, como animes que se estrenan cada año, las nuevas películas y series de ciencia ficción que actualmente se encuentran en su máximo apogeo, por lo que se tomara como base el estudio realizado por Cynthia Pinillos “Discriminación e identidad: la cultura de cosplay en México”, (2020) para poder separar en tres categorías las cuales son el cosplay original, el cosplay con adaptación y el crossover.

Original

El cosplay original, es la idea principal del cosplay, basarse en un personaje con el que se comparten ciertas características físicas y en cuanto a personalidad, en este tipo de cosplay, el cosplayers utiliza trajes inspirados en personajes con un gran parecido a ellos, esto incluye el sexo del personaje, edad similar, especie y muchas veces con rasgos físicos compartidos.



Figura 8. - Cosplay Original

Cosplayer Alexy Sky [Imagen]. (2021). Reproducida de <https://laverdadnoticias.com/anime/Kimetsu-no-Yaiba-recibe-hermoso-cosplay-de-Mitsuri-Kanroji-20210415-0050.html>

El cosplay original, también conocido como cosplay básicos, es una de las tipologías más extendidas dentro de esta tribu urbana, debido a que como ya se ha denominado el cosplay se realiza por admiración a un personaje, es mucho más fácil por el usuario empatizar con personajes que comparten rasgos con ellos y llegar a tener el deseo de representarlos. También desde el punto de vista estético, es mucho más sencillo para el cosplayers interpretar a un personaje que se le parezca, ya que no habrá necesidad de grandes cambios, prótesis o adaptaciones que requieren

un esfuerzo adicional para parecerse al personaje seleccionado, este es el más usado también por los jóvenes, que al empezar dentro de esta tribu desconocen sobre las variantes del cosplay (Pinillos, 2020)

Adaptación

Este es el tipo de cosplay que se caracteriza por adaptar a un personaje no humano al cuerpo del portador, donde debido a las características diferentes del personaje el cosplayers tiene la necesidad de trabajar en materiales y en formas no convencionales, dentro de este género se encuentran el cosplay mecha o el cosplay furry, ambos a pesar de no ser tan populares debido a la complejidad de los mismos, tiene sus fanáticos, que tienen que ingeniárselas a la hora de representar al personaje que desean traer a la realidad (Pinillos, 2020)

El cosplay adaptativo mecha, es uno de los tipos de vestimenta con mayor complejidad, ya que son aquellos que representan personajes mecanizados, robots, androides o seres con grandes armaduras generalmente no humanos, para estos personajes no se utilizan materiales textiles, sino materiales que asemejan los metales, vidrios o piedras, estos pueden ser realizados con cartón, papel o goma Eva, dependiendo la caracterización que se busque. El cosplay adaptativo Furry, también llevan una mayor complejidad, estos son cosplayers especializados en interpretar bestias o criaturas de aspecto animal, su trabajo se basa en la utilización de felpa o espuma para representar proporciones animales, sobre su cuerpo humano, dando muchas veces una apariencia realista o de peluche y con formas antropomórficas (Pinillos, 2020)



Figura 9. - Cosplay Furry Pikachu

[Imagen]. (2016.). Reproducida de <https://elcomercio.pe/mundo/asia/pokemon-desfile-pikachu-japon-fotos-245343-noticia/?foto=2>



Figura 10. -Cosplay Mecha

[Imagen]. (2022.). Reproducida de <https://tierragamer.com/noticias/anime/que-es-cosplay-y-como-se-clasifica/>

Crossover

El crossover es una de las variables más interesantes del cosplay, puesto que se hace mezclando mundos diferentes en un mismo personaje, mezclando características físicas y de vestimenta de dos personajes dentro de uno utilizándolos como cosplay, dentro del crossover no existen límites en lo que es la fusión de personajes, estos pueden ser de diferente historias, géneros, universo, incluso de diferentes, un ejemplo podría ser el trabajo del cosplayer Kaichan, especializado en fusionar diferentes personajes con estilo mecha. (Pinillos, 2020)

Los crossover suelen ser llamativos debido a que se utilizan las características más resaltantes de ambos personajes, aun así este tipo de cosplay no es del agrado de muchos y tiene sus limitantes, una de las cuales suele ser que este tipo de trajes no entran dentro de la categorías de concursos o torneos cosplay, donde lo que se califica es la fidelidad un personaje y no la adaptación del mismo, pero es un buen método para muchos cosplayers, que con recursos limitados desean representar a más de un personaje favorito al mismo tiempo.



Figura 11. -Cosplay Crossover

[Imagen]. (2022). Reproducida https://www.instagram.com/_kaichan._/?hl=en

2.2.4. Tribus urbanas

Las tribus urbanas también conocidas como culturas juveniles, se pueden considerar como un fenómeno social localizado en grandes conglomeraciones demográficas urbanas, como consecuencias de ideologías compartidas durante la juventud, más específicamente entre los 18 y 28 años de edad. Existen muchos términos para referirse a estos grupos sociales, culturas juveniles, subculturas, contraculturas, grupos sociales, bandas, pandillas entre otros, pero el más conocido y aceptado en la actualidad es el término tribu urbana, ya que estos al igual que cualquier otra tribu, tiene sus identificativos, tradiciones, creencias y gustos compartidos, con la única diferencia que no son miembros de un mismo grupo demográfico, sino de un mismo grupo cultural, donde los miembros comparten estética, valores, en algunas ocasiones ideologías y en otras son solo fruto de un proceso de mediatización musical o visual que los diferencia del resto de los jóvenes (Belmonte, 2010)

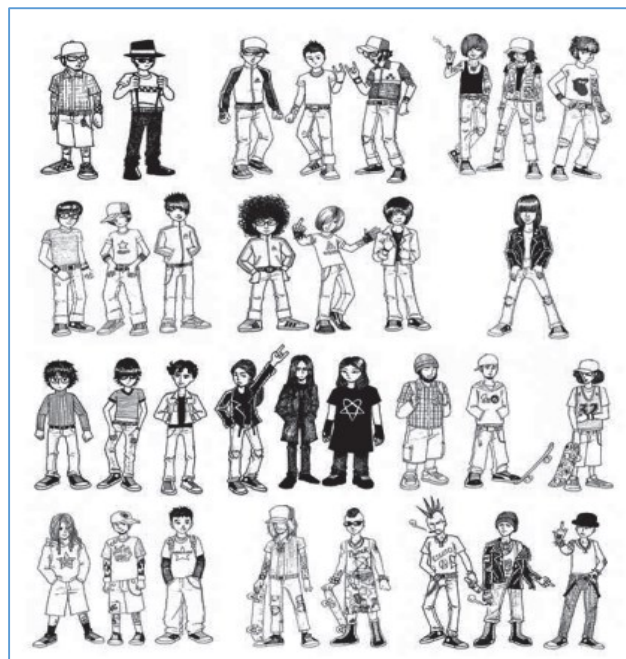


Figura 12.- Tribus urbanas

[Imagen]. (2010). Reproducida
<http://www.scielo.org.mx/pdf/cuicui/v17n48/v17n48a4.pdf>

A pesar de su terminología, las nuevas generaciones no comparten su afición por ser llamados tribus urbanas, ya que se considera más que gustos o modas juveniles, considerando que lo que representan es un estilo de vida, que puede compartirse con otros a lo largo de toda la vida y no es únicamente un proceso o una parte de la adolescencia, según sus propias palabras, dependiendo del grupo geográfico estos pueden ser más populares en ciertos sectores y crear un fuerte contraste con tribus urbanas de otras ciudades, países o culturas, cómo las tribus urbanas orientales y occidentales las cuales suelen ser completamente diferentes entre sí.

2.2.4.1 Origen

Cronológicamente hablando, el origen de las tribus urbanas se centra tras el final de la segunda guerra mundial, más específicamente de la época de 1960, dónde después de las desgracias de la guerra, los sobrevivientes dejaron un estilo de vida dónde era su obligación servir al país y empezaron a preguntarse “que disfrutaban ellos como seres humanos” y se comenzó a vivir expresando sus intereses personales como una forma de rebeldía, e ir contra los parámetros del estado, esto dio grandes cambios a nivel social, cómo son el inicio de las diferencias generacionales y los tipos de mentalidad, dentro de la sociedad, la política y la economía de los países, cambios que ha seguido a lo largo de la historia (Ayestaran, 1998)

Dentro del Ecuador las tribus urbanas empezaron a originarse a partir de los años 80, con el ingreso de la televisión, la radio y los medios de comunicación social, que abrieron los ojos a los jóvenes sobre temas como música, moda, otras culturas y otras formas de expresión y se ha extendido mucho más a partir del año 2000 con las nuevas tribus urbanas contemporáneas fomentadas a través el internet.

2.2.4.2. Ideologías

Las tribus urbanas se alejan de las ideologías políticas definidas y se apegan más a las ideologías sociales, donde consideran que para pertenecer a un grupo no es necesario pertenecer al mismo grupo político, racial, religioso o de ningún tipo, simplemente crean sus tribus entre miembros que posean sus mismos gustos y su misma forma de ver la vida. Dentro de estas tribus se vive bajo la mentalidad de romper la monotonía de la vida y acceder a nuevas emociones intensas, cómo son los fanáticos de la música, del cine o los videojuego o animes, que demuestran su mayor euforia al experimentar y ser parte de lo que les apasiona (Ayestaran, 1998)

Dentro de las ideologías de las tribus urbanas orientales, específicamente la ideología de los cosplayers y los otakus, lo que se busca es alejar la mente de la vida rutinaria de las sociedad donde viven, para tomar un descanso reconfortante en forma de pasatiempos creativos, cómo puede ser el cosplay, la colección, la expectación de series o películas, entre otros, parte de esta ideología es de a pesar de que su origen sea asiático o norteamericano, las personas pueden pertenecer a este tribu urbana únicamente basándose en sus gustos.

2.2.4.3. Características

Las tribus urbanas responden a las características en forma de refugio, es decir de un grupo de personas considerando a otros como sus iguales, sin una autoridad formal, unidos de forma simbólica y que se refugian y dan apoyo entre ellos, con el objetivo de compartir experiencias, ideas y obtener de esta forma una satisfacción grupal, siempre buscando la expansión de la tribu con la idea del aumento de miembros, conociendo que todos los miembros de la tribu urbana son felices y disfrutan con los mismos aspectos entre ellos (Belmonte, 2010).

Dependiendo del objetivo de estas tribus urbanas, suelen caracterizarse con una vestimenta específica, esta se utiliza como una forma de conocerse entre ellos y expresar sus gustos a través de su imagen, dentro de la tribu urbana de los cosplayers las principales características son el fanatismo a los animes, videojuegos, cómics y todo lo que tiene que ver con la cultura pop y la representación de esta admiración mediante trajes elaborados, dentro de la ciudad de Ambato las principales características de estos suelen ser en su mayoría mujeres, entre edades de 18 a 28 años y con gustos por las redes sociales dentro de sectores urbanos.

2.2.5. Frikis

El término friki suele ser asociado a las personas con un comportamiento excéntrico, extravagante o fuera de lo común, en español a los frikis también se los conoce como nerds y son aquellos fanáticos de las culturas visuales contemporáneas, éstas pueden ser películas, cómics, series, videojuegos, animes, mangas, entre otros, curiosamente a pesar de que el origen de este grupo social lleva varias décadas de existencia, con la aparición del internet, los avances tecnológicos y el reciente boom de los superhéroes, los animes y videojuegos, en las últimas décadas, se ha logrado que este grupo social dejara de ser considerado por otros grupos, como marginados y perdedores, con el pasar de los años, dejando la ridiculización de los mismos, por un tipo de admiración hacia sus aficiones, ganado popularidad, adeptos y reconocimiento a nivel mundial. (Jaramillo, 2018)

En las nuevas generaciones, dentro de los países latinoamericanos, este fenómeno también se ha ido extendiendo, al punto en que muchas personas pueden ser considerados frikis sin siquiera saberlo, no obstante debido a la falta de conocimientos sobre estos grupos sociales, aún existe cierto tipo de rechazo por parte de los grupos sociales más tradicionales, que le quita el valor

cultura a los gustos que no suele ser generalizados, debido a su ignorancia sobre los temas que se manejan dentro de la tribu urbana de los frikis.

2.2.5.1 Origen

Se puede considerar que el origen de este tipo de cultura urbana, se remonta de la primera mitad del siglo XX, en Estados Unidos, donde empezaron a asentarse las bases de los fanáticos a lo diferente, gracias a la alfabetización y accesibilidad a los libros, surgió la creación de nuevos autores que impusieron nuevos géneros literarios como son la Fantasía y la ciencia ficción, los cuales eran novedosos en ese momento y atrajeron a jóvenes que se volvieron fanáticos de la fantasía al instante, volviéndose las bases de la ahora denominada cultura friki, luego siguió la aparición de las historietas cómicas con historias fantásticas de héroes con súper poderes que atrajeras a chicos y grandes, posteriormente siguió la llegada de la televisión, a partir del año 1926, una de las primeras novelas, que incluso en la actualidad sigue teniendo apasionados fanáticos es “El señor de los anillos” de J.R.R Tolkien considerada la primera novela de ciencia ficción que motivaba a sus fanáticos a disfrazarse como sus protagonistas para ir a convenciones en los años 1950.

En la segunda mitad del siglo, ya los miembros de esta comunidad empezaron a reunirse en eventos especializados para compartir sus gustos y reciben su nombre en la década de 1960, como una forma despectiva de llamarlos, ya que las personas ajenas a ellos no lograban entender su pasión por la fantasía lejos de las modas tradicionales del momento como eran la música y el deporte, en los años 70 aparecieron nuevas series míticas para esta cultura, cómo son Star trek, sobre viajes espaciales, o la guerra de las galaxias, sobre mundos lejanos, dentro de los cines, haciendo que los fanáticos de la ciencia ficción se sintieran cada vez más cómodos con sus gustos, durante esta década se originó algo nunca antes visto, personas adultas que no tenían miedo a

demostrar sus gustos a través de su vestimenta, utilizando disfraces creados por ellos mismos dentro de convenciones, en la calle o en salas de cine, lo que actualmente es conocido como cosplay (Jaramillo, 2018)

Dentro de Latinoamérica, la cultura friki empezó a extenderse a partir de los años 1990, con la llegada de series de televisión y películas norteamericanas o japonesas, cómo son las ya mencionadas Star wars, las primeras películas de superhéroes y los animes clásicos como Mazinger Z, dragon ball, Candy Candy, entre otros, siendo parte de esta nueva ola el país de Ecuador, dónde debido a sus bajos recursos y poco conocimiento sobre el tema, tardó un poco más en su expansión, pero gracias a la globalización de los últimos años, muchos miembros de esta tribu urbana ya no tienen miedo a mostrarse tal y como son y estar orgullosos de sus gustos fuera de lo común.

2.2.5.2 Tipología

El término friki, prácticamente abarca a todos los grupos de fanáticos de la Fantasía y la ciencia ficción, pero estos pueden ser divididos debido a sus gustos específicos, ya que incluso existen grandes diferencias entre miembros de la misma comunidad, los tres grupos más grandes de frikis pueden ser considerados los Geeks, los Otakus y los Gamers.

Geeks

Los Geeks, son los más cercanos a los frikis originales, se denominan de esta forma a las personas fanáticas de la ciencia ficción Norteamericana y Europea, esto quiere decir, a los fanáticos de los cómics, películas y obras literarias de ciencia ficción, cómo puede ser Harry Potter o el señor de los anillos, actualmente este grupo está en auge debido al surgimiento del cine de superhéroes, en las últimas décadas (Jaramillo, 2018).



Figura 13.- Cosplayers Geeks

[Imagen]. (2006.). Reproducida de <https://elcomercio.pe/eldominical/cultura-contemporanea/dia-del-orgullo-friki-como-internet-gesto-la-venganza-de-los-nerds-y-los-volvio-famosos-gracias-a-los-avengers-game-of-thrones-superman-dc-los-comics-tolkien-el-senor-de-los-anillos-noticia/?ref=ecr>

Dentro del Ecuador, los Geeks son los más normalizados, debido a la cercanía entre la cultura norteamericana y latino americana lo que permitió que las obras de estas sean más compatibles con nuestra cultura, y también debido a el trabajo que ha realizado Hollywood para que las películas de superhéroes y ciencia ficción sean disfrutables y promocionados para todo público, creando fanáticos que las disfrutan a pesar de no considerarse frikis,

Otakus

El otaku puede ser considerado el friki de la cultura Oriental, debido a que se denomina como otaku a los fanáticos del anime (series animadas japonesas) y el manga (cómic japoneses) el término otaku en sus orígenes se utilizó para denominar a los fanáticos obsesivos en general, sin embargo con el pasar de los años y su extensión al resto del mundo, este término se empezó a utilizar de forma despectiva, para definir los fanáticos obsesionados por la cultura japonesa, aunque este término surgió en Japón, actualmente puede ser englobado como otakus a los

fanáticos de la animación, literatura y cómics orientales en general, puede ser japoneses, coreanos, chinos, entre otros (Balderrama, 2009)



Figura 14.- Cosplayers Otakus

[Imagen]. (2016.).Reproducida de <https://turntherightcorner.com/anime-expo-2016-cosplay-62-vocaloid-hatsune-miku/>

Dentro del Ecuador, la cultura otaku empezó a expandirse entre los jóvenes en los años 90, con la aparición de los primeros animés que se transmitían en televisión nacional y aunque en ese tiempo no se conocía sobre el término otaku, existía un grupo de fanáticos que dejaban de lado la ciencia ficción norteamericana y se concentraban únicamente en la animación japonesa, en la actualidad es un grupo muy extendido y que gracias al internet cuenta con los medios para siempre estar pendiente sobre las novedades al otro lado del mundo.

Gamers

Dentro de la terminología de las tribus urbanas, los Gamers pueden considerarse a los fanáticos de los videojuegos, estos pueden ser tanto de origen norteamericano como de origen asiático, los Gamers tienen el mismo nivel de fanatismo que los frikis y los otakus pero de una

forma más interactiva, ya que para ellos, para poder ser parte de lo que les apasiona es necesario interactuar directamente con los juegos y las consolas.

Los primeros Gamers surgieron con el inicio de los videojuegos aunque su desarrollo surgió en los años 70 - 80, donde los videojuegos ya no eran un lujo, si no eran algo accesible para el grupo de jóvenes promedio que pasaban sus tardes completando retos en las primeras consolas, como las arcades, los primeros PlayStation o Nintendo, aunque este grupo ha alcanzado su mayor apogeo en la actualidad con los deportes virtuales, los juegos en línea, dispositivos móviles especializados para juego y los torneos, donde muchos reciben remuneración y viven de su pasión por los juego y prestigio dependiendo de su nivel (Luna, 2015).



Figura 15. - Cosplayers Gamers

Imagen]. (2016.). Reproducida de https://www.youtube.com/watch?v=Nau87T8yKxg&ab_channel=BlizzardEntertainment

En Ecuador, los Gamers son una de las tribus urbanas más nuevas que existen, debido a que el apogeo de los videojuegos empezó hace muy poco tiempo, por cuestiones culturales y económicas, los videojuegos no eran dispositivos que estaban al alcance de todo el mundo, durante los primeros años de vida de estas nuevas tecnologías y que con la globalización, empezado en el siglo XXI, estos pudieron ser importados dentro del país con precios asequibles, haciendo que

los grupos urbanos que se especializan en juego se empezaron a crecer y terminaron de desarrollarse con el inicio de los juegos en línea hace una década.

2.2.6. COSPLAY

El cosplay, según la organización de turismo nacional de Japón, se puede definir cómo la actividad de representar mediante la vestimenta y el performance a un personaje de anime, manga, videojuego, u otros medios visuales, utilizando los recursos necesarios para crear una réplica de la apariencia de un personaje ficticio. Dentro del Ecuador se utiliza el mismo término, aumentando que el cosplay es considerado como una actividad artística, que involucra varias disciplinas, como el diseño, la actuación, la fotografía y el modelaje, con el surgimiento de las redes sociales, este se vuelve una actividad común entre los jóvenes otaku y frikis dentro del país, muchos buscando solo una actividad divertida que compartir con sus amigos y otros trabajando en conseguir un nivel de profesionalismo y reconocimiento social proporcional a la dedicación y calidad de su trabajo, recalcando que este no tiene ninguna relación con la madurez de las personas que lo practican. (Gonzales, 2015)

El cosplay, desde sus orígenes ha ido desarrollándose y creciendo al punto de tener varias formas de clasificarse, entre los principales, se encuentran el género, también la producción de los mismos y cuál será el objetivo, ya que a pesar de que todos los individuos pertenecientes a la misma tribu urbana, se puede llegar a tener una visión diferente de cómo se puede disfrutar del cosplay y de cuánta dedicación, tiempo y detalle quieren regalarle a esta forma de expresión.

2.2.6.1 Genero

El cosplay es una actividad completamente independiente del género, raza, orientación, edad, entre otros aspectos distintivos, no obstante estos suelen ser factores fundamentales a la hora de escoger personajes, ya que siempre los más sencillos de realizar y por ende más populares, suelen ser los personajes que se relacionan con nuestro género y tienen rasgos similares a nuestra apariencia física. (Gonzales, 2015)

El cosplay basado en el género puede dividirse dentro de diferentes categorías, dependiendo de cómo se manejen las variaciones dentro del género del usuario o del personaje, pueden definirse dentro de tres grupos, el cosplay, el crossplay y el gender bender, las tres actividades son muy populares entre los jóvenes cosplayers pero varían en cuanto a complejidad y diseño, acotando que esto no tiene ningún tipo de relación o influencia dentro de la orientación sexual o género del individuo, ya que como el resto de actividades relacionadas el cosplay, los miembros de esta sub cultura entiende perfectamente la diferencia entre la realidad y la fantasía.

2.2.6.1.1.Cosplay

Aunque cosplay en términos generales no tenga limitaciones dentro de la clasificación del género, se puede determinar cómo cosplay, cuando el individuo realiza personajes que físicamente son parecidos a él, sobre todo en su sexo, hombres haciendo cosplay de personajes masculinos y mujeres haciendo cosplay de personajes femeninos, este es uno de los más populares que existen, debido a que es el más sencillo de realizar, ya que no existe necesidad de un maquillaje para cambiar las facciones, prótesis, vendajes o utilizar ropa que no está hecha para nuestro tipo de cuerpo y esto también tiene relación desde el punto de vista psicológico, ya que cómo se ha

mencionado el cosplay es una forma de admiración y para las personas, es mucho más sencillo llegar a sentir empatía y admiración por personas parecidas a ellos (Pinillos, 2020)



Figura 16.- Cosplay

[Imagen]. (2022.). Reproducida de <https://www.instagram.com/p/CaC1oldjDF4/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Dentro del Ecuador el cosplay es lo más utilizado por la mayoría de miembros de esta tribu urbana en cierta parte debido a la carencia de prótesis u otros objetos necesarios para modificación corporal, aunque algunas cosplayers femeninas tienden a realizar personajes masculinos que admiran, debido a que se facilita por las características físicas de estos, los cuales suelen ser chicos jóvenes, asiáticos, delgados y con rasgos finos y femeninos, es relativamente sencillo para una mujer imitar su apariencia por compartir los mismos rasgos y de esta forma obtener la admiración de otras cosplayers femeninas que ven a estos personajes como sus hombres ideales.

2.2.6.1.2. Crossplay

El crossplay, puede determinarse como la variación del cosplay en el que el usuario se disfraza de un personaje del género opuesto, cambiando sus características físicas para parecerse a este, en otras palabras hombres cosplayers realizando personajes femeninos y mujeres cosplayers

realizando personajes masculinos, para una correcta adaptación estos deben utilizar accesorios adicionales, como pueden ser pelucas, busto falso o medias especiales para anchar la cadera, o en el caso de las mujeres fajas para disimular el busto y la cadera, aparte de maquillaje para dar más fuerza a los rasgos obteniendo una apariencia masculina. (Pinillos, 2020)



Figura 17. - Crossplay

[Imagen]. (2016). Reproducida de <https://www.tarreo.com/noticias/362026/Profesor-Chino-es-descubierto-por-sus-estudiantes-haciendo-cosplay-de-mujeresprops/>

El crossplay al igual que el cosplay tiene como objetivo representar al personaje que disfrute su usuario y se realiza con la misma calidad y pasión, la realización de un crossplay y la identidad de género, no tienen ningún tipo de relación, ya que al cosplay ser considerado un juego, únicamente se utiliza como una actividad recreativa sin darle mayor importancia a las diferencias biológicas con el personaje, pero siempre apartando estas ideas y comportamientos de la identidad cómo ser humano que tiene el usuario del traje.

2.2.6.1.3. Genderbend

El Genderben o gender bender, es denominado como el tipo de cosplay en donde el cambio es realizado directamente al personaje y no al usuario, en otras palabras el cosplayer mantiene su género, femenino o masculino, pero al personaje pasa a ser de su género opuesto, cambiando las características físicas de este para que comparta el mismo género que el usuario que realiza su representación (Pinillos, 2020)



Figura 18.*Genderbend*

[Imagen]. (2017). Reproducida de <https://www.cbr.com/the-15-best-genderswapped-cosplays-weve-ever-seen/>

El Genderbend es mucho más común dentro de países latinos que su contra parte el crossplay, pues es más sencillo conseguir los medios digitales para cambiar las características de un personaje o inspirarse en fanarts encontrados en internet que conseguir prótesis o maquillaje especial para cambiar físicamente como usuario, los personajes que más son utilizados dentro de esta modalidad suelen ser clásicos o más populares entre el público, ya que sus características inconfundibles permiten que a pesar de los cambios este pueda aun mantener su esencia y ser fácilmente reconocidos.

2.2.6.2 Producción

La producción de vestimenta cosplay es uno de los factores más importantes dentro de esta tribu urbana, ya que sin trajes simplemente este movimiento no existiría, existen dos grandes tipos de producción, esta puede ser a nivel personal o a nivel industrial, sea cuál sea, ya es un hecho que la afición este movimiento está generando una industria importante que mueve millones de dólares a través de todo el mundo, dando nuevas plazas de trabajo a confeccionistas y artistas, los últimos estudios aseguran que el fenómeno cosplay es síntoma de prosperidad, debido a que muestra una buena estabilidad económica dentro de los usuarios, demostrada en el deseo de estos de no invertir únicamente en las cosas que se necesitan, si no en las cosas que se desean para autor realizarse. (Balderrama, 2009)

Esta industria, ya sea pequeña o gran escala está creando una estimulación de productividad dentro de los jóvenes que han logrado ver el diseño de vestuario como una opción factible para conseguir rédito económico y los cosplayers que los consumen sintiéndose no solo parte de una sociedad comercial, sino también viendo las ventajas de poder contar con productos de calidad y variedad con más facilidad.

2.2.6.2.1. Producción personal

La producción personal de trajes cosplay está basado en los orígenes de esta actividad, pues al inicio del mercado era casi imposible conseguir disfraces de calidad para adultos, incluso el desconocimiento era tal, que aún si el cosplay mandaba a hacer los trajes bajo pedidos, lo que recibía era un disfraz de mala calidad, pues para los confeccionistas, costureras y sastres, no podían ver al cosplay como algo más que un juego, sin ningún tipo de estándar, ocasionando que sean los cosplayers mismos los que tomaran la situación dentro de sus manos y muchos

aprendieran sobre confección de trajes, para poder crear los vestuarios que necesitaban con los estándares que solicitaba. (Atilano, 2016)



Figura 19. - Producción personal de cosplays

[Imagen]. (2021). Reproducida de https://www.youtube.com/watch?v=luKTYHZUqgo&ab_channel=YayaHan

Dentro del Ecuador el cosplay surgió con las mismas dificultades, los cosplayers se vieron obligados a realizar sus trajes de forma manual, incluso con más dificultades, debido a la poca cantidad de materiales e insumos a comparación de países más grandes y desarrollados, muchos de los primeros trajes cosplay en el país cuentan con una calidad bastante baja y que a duras penas lograba cumplir con los estándares necesarios para poder ser considerado un cosplay y no un disfraz, aunque en la actualidad gracias al despertar de ideas que logró el internet y la globalización, se han abierto los ojos a los diseñadores, que en la ciudades más grandes como Quito y Guayaquil, se están dedicando a la gran producción de cosplays o muchas veces con clases y tutorías para las personas que siguen considerando la producción personal como la mejor forma de obtener un cosplay, comercializando trajes o tips necesarios para realizar cosplays de la mejor forma posible.

2.2.6.2.2. Producción industrial

La producción de cosplay a nivel industrial empezó a hacer varias décadas en Estados Unidos y con el tiempo se extendió a países como china los cuales actualmente son el mercado más globalizado de cosplay por sus bajos precios y gran variedad, a partir del 2000 se inició en Japón gracias al aumento de conciencia sobre la libertad de expresión en cuanto a vestimenta, volviéndose uno de los mercados con mejor calidad en cosplay. (Grao, 2017)



Figura 20.- Producción industrial de cosplays

[Imagen]. (2022). Reproducida de <https://japanyugen.com/otaku-japanese-obsessive-subculture-explained/>

El cosplay creció como una industria comercial de consumo muy fuerte, tomando en cuenta el deseo de los jóvenes de representar a sus personajes favoritos, e igual que cualquier industria comercial su objetivo principal fue facilitar los elementos necesarios para su caracterización a este mercado en crecimiento, aunque al principio esto fue muy limitada y costoso debido a la especialización de los productos y su carencia en el mercado general, muchos cosplayers estaban dispuestos a pagar grandes sumas con tal de cumplir lo que hasta ese momento para ellos era una fantasía, con los años tuvo una buena aceptación, a tal grado que actualmente China, Japón y

Corea son los líderes en producción y venta de accesorios para cosplay, incluyendo trajes de todo tipo de materiales, pelucas, lentes de contacto, joyería, maquillaje y accesorios con gran variedad de calidad y precio, estos son distribuidos a través de todo el mundo, con apertura del comercio internacional y la llegada del internet, el transporte se volvió más confiable pero actualmente algunos países latinos no tienen facilidades para acceder a estos. Los personajes principales y clásicos de la animación, el cine de superhéroes y las películas, se volvieron los más populares y productos estrella dentro de este mercado, actualmente el cosplay es un fenómeno social común dentro de los grupos juveniles de los otakus y los frikis, debido a los cambios de mentalidades, actualmente los jóvenes prefieren invertir en su autorrealización y gustos personales antes del pensamiento de tener hijos y gastar su sueldos en ellos.

Actualmente, en Ecuador no existe producción industrial sobre cosplay, debido a que aún es un movimiento muy nuevo y los primeros emprendedores aún se encuentran en etapas iniciales de su producción mercantil, sin embargo, estos tiene el objetivo de con el tiempo aprovechar los recursos textiles y de materiales que posee el Ecuador para volver el cosplay una gran industria del cosplay y exportar a otros países latinoamericanos.

2.2.6.3 Uso

Dentro de los orígenes del cosplay, este surgió únicamente como una forma de entretenimiento, y una forma de identificarse entre sí como fanáticos dentro de los eventos de anime, pasar un buen rato con los amigos y jugar con el traje puesto, sin embargo, con el paso del tiempo el uso de estos fue extendiéndose y actualmente los cosplayers ven el uso que le darán a sus trajes como algo fundamental, para decidir el nivel de detalle de los mismos, ya que no es similar un traje para pasar con los amigos o tomarse fotos en redes sociales, como un traje que

entrara a una competición a nivel mundial, existen diferentes usos que se le pueden dar el cosplay, incluso usos más avanzados como publicidad, influencia en redes sociales, dentro de nuestro mercado nacional, los principales usos que se le dan a los trajes cosplay suelen ser en eventos, para competiciones y torneos y en forma de modelaje (Pinillos, 2020)

Eventos

Durante el surgimiento del cosplay este fue el principal objetivo de los trajes, utilizarlos para participar dentro de eventos y convenciones, volviéndose el atractivo principal de estos, ya que muchos invitados únicamente se dirigían para ver a sus personajes en carne y hueso representado a través de los cosplayers, siempre con el objetivo de una sana diversión, muchas veces incluso realizando cosplays grupales para poder realizar performances en forma de juego con otros miembros de la misma comunidad (Jaramillo, 2018)

Actualmente en la ciudad de Ambato, gran cantidad de cosplayers realizan sus trajes con el único objetivo de asistir a eventos dentro y fuera de su localidad, debido a que aún se pueden considera a los eventos relativamente pequeños, la principal diversión en muchos de estos es encontrarse con otros miembros de la comunidad y jugar con el traje puesto, muchos cosplayers basándose en esta premisa suelen inclinarse hacia los trajes más cómodos y populares, ya que el objetivo principal es llamar la atención entre otros miembros de la comunidad otaku, pasear, tomarse fotos y pasar un buen momento con los trajes puestos, lo principal es la comodidad dentro de este objetivo, ya que si es que se realizan trajes demasiado elaborados, lo que menos podrán hacer los cosplayers pasar desapercibido o peor, jugar con un traje extremadamente delicado puede llegar a ser fatal para el mismo.



Figura 21.- Cosplay para eventos

[Imagen]. (2018). Reproducida de https://www.clarin.com/sociedad/fotogalerias_5_H12u0cI77.html

Competitivo

Con el desarrollo del cosplay dentro de las propias comunidades empezó a desarrollarse una sana competencia, dónde por auto exigencia de los mismos cosplayers, siempre deseaban ser el traje más destacado o del que más se hablara en la convención, haciendo que muchos grupos se juntarán entre ellos para ver cuál tenía el mejor cosplay, esto originó el inicio de los torneos, campeonatos o concursos cosplay, donde dependiendo de lo que se vaya a calificar, el cosplayer buscaba la forma de adaptar su traje para cumplir con estas expectativas y resaltar ante los demás, pudiendo de esta forma decidir quién es el mejor cosplayer, muchas veces recibiendo prestigio, obsequios o significativas sumas económicas.



Figura 22.- Cosplay competitivo

[Imagen]. (2020). Reproducida de <https://www.criticalhit.net/lifestyle/south-african-jinxkittie-is-the-global-crown-champion-of-cosplay/>

El objetivo de estas competencias es premiar la capacidad del cosplay de representar físicamente a su personaje y la creatividad a la hora de presentarse en tarima, ya que dentro de la competitividad cosplayer existen dos grandes formatos, los cuáles son: pasarela, dónde lo que importa es la complejidad del traje, lo llamativo que se ve a simple vista, sin darle importancia a la performance del personaje, también existen los torneos, donde en un tiempo determinado el cosplayer tiene que utilizar todos los medios a su favor, ya sean visuales o auditivos dentro de un escenario, para no solo mostrar un excelente traje, si no también crear una personificación donde muestre sus habilidades para imitar al personaje en voz, actitud, habilidades de batalla, poderes, bailes entre muchas otras actividades siendo el ganador el que cree mayor impacto o personifique de manera más exacta y creativa. (Pinillos, 2020)

Modelaje

Debido a la popularidad del cosplay, este se volvió para muchos un atractivo más para los eventos y un medio publicitario, creando las denominadas Cosmodel, las cuales suelen ser en su mayoría mujeres físicamente atractivas, las cuales usan trajes cosplays ya confeccionados, de personajes populares o sexys ya que el objetivo es hacer lucir el traje, atrayendo miradas y no necesariamente el representar fidedignamente a un personaje, muchas Cosmodel suelen usar sus trajes de forma comercial, ya sea para publicidad, animaciones o como un atractivo visual para los invitados a las convenciones frikis, los Cosmodel no necesariamente son cosplayers, pues ellos no utilizan los trajes en forma de admiración, ellos utilizan los trajes únicamente como un medio para atraer público, muchas veces sin conocer a los personajes, ni saber absolutamente nada de su interpretación, en la mayoría de casos los cosmodel no saben absolutamente nada sobre la confección del traje que están utilizando y no se consideran miembros de la tribu urbana friki (Revista TGX.Beta, 2017)

En Ecuador muchos miembros de la comunidad friki se dedican a ser Cosmodel, debido a que por su agraciada apariencia física sirve como publicidad para locales de venta cosplay y cosméticos, aunque también existen Cosmodel a nivel local que les gustan los personajes que interpretan, saben mucho de ellos, pero no se involucran de ninguna forma en la confección y representación del personaje, siendo los principales clientes de las tiendas de cosplay, disfrutando de esta actividad únicamente de atraer miradas, conseguir seguidores en redes sociales y ser admirados por otros miembros de la comunidad.



Figura 23.- Cosmodel

[Imagen]. (2012). Reproducida de <https://www.damonx.com/e3-2012-jai-rencontre-jessica-nigri-en-lollipop-chainsaw/>

CAPÍTULO III

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1 Análisis externo

3.1.1 Análisis PEST

El análisis PEST se considera un instrumento utilizado para entender el comportamiento de ascenso y descenso de un mercado en específico, por lo cual nos permite evaluar el potencial y qué dirección tomara una empresa, como un medidor estratégico. Estos son conformados por factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos los cuales sirven como una base que permite comprender y debatir perspectivas para tomar una mejor decisión. (Chapman, 2014)

3.1.1.1 Entorno político

El entorno político ayuda a que el proyecto pueda analizar aspectos relacionados con el gobierno, las legislaciones y cambios que han sido propuestos en el período gubernamental actual. Para la presente investigación se tomará en cuenta las labores realizadas por el actual presidente de la República Guillermo Lasso a menos de dos años del inicio de su posición en el cargo.

De los escenarios violentos y discriminatorios en Ecuador, el gobierno ha procurado crear diferentes programas para conocer la diversidad de diferentes grupos en el Ecuador, uno de estos es el programa *Educa*, este espacio muestra los diversos grupos étnicos y sociales que conviven con solidaridad y colaboración en el país. El programa educa mediante la iniciativa llamada *Rebeldes* el cual empezó el martes, cuatro de marzo del año presente busca crear un puente para escuchar y reflexionar sobre diferentes tribus urbanas de jóvenes en el Ecuador, incitando a la aceptación para estos grupos y sus familias, busca ampliar el conocimiento y respeto hacia las misma en su búsqueda por la identidad de cada tribu urbana (Ministerio de Educacion , 2022)

Por otro lado, mediante el plan de creación de oportunidades el actual gobierno ha confirmado su intención de proteger y respaldar el núcleo de la sociedad , con su lema “No dejar a nadie atrás” buscando igualdad a nivel global mediante un sistema inclusivo Nacional que se presentan muy diferentes entornos básicos como la educación, el deporte y la seguridad social entre muchos otros, las cuales son fundamentales para crear oportunidades que superen las adversidades actuales de violencia in justificada . Este plan busca garantizar una vida digna en el sector privado y público, las diferentes políticas de los derechos humanos que se pretenden son garantizar la seguridad social como un deber irrefutable del estado.

Aunque en el Ecuador las personas antes no conocían mucho sobre las diferentes tribus urbanas esto ha cambiado con el pasar de los años, la oportunidad de ofrecer una propuesta de vestimenta para un grupo específico de estas tribus se van ampliando a partir de la aceptación social de los mismos, estos temas han ido ganando espacio entre los jóvenes y adultos mucho más de las culturas de este continente. Aunque el camino por la aceptación completa aun es largó, es favorable para los emprendimientos de vestimenta cosplay que desde el gobierno se sienta el apoyo los diferentes grupos sociales, no solo como soporte a estos pequeños grupos que desean sobresalir sino también supone mercados en distintos entornos laborales.

3.1.1.2 Entorno económico

El tener conocimiento de la situación económica en la que vive el país y más específicamente la localidad donde se va a realizar un proyecto es de gran valor e importancia, ya que las tendencias económicas, ciclos de empleo y desempleo, impuestos a determinados grupos económicos o productos son temas fundamentales para cualquier investigación. (Chapman, 2014)

Posterior a la pandemia del covid-19 en Ecuador la tasa de desempleo aumentó notoriamente igual que el alto índice de trabajo informal, según datos oficiales se calcula que dos de cada diez personas tienen acceso empleo digno, esto estima un total aproximado de 6 millones de ecuatorianos desempleados, muchas veces ocasionado por rigidez laboral que no facilita la disposición de contratos y qué ocasiona una gran desventaja para mujeres que presentan una tasa de desempleo del 16% a diferencia de los varones que cuentan con una tasa de desempleo del 12%, a esto se le suma el desempleo juvenil que ha aumentado casi un 24% a nivel nacional (Plan de Trabajo 2021-2025, 2022)

Según información de El País (2021) la empresa textil sufrió un gran golpe debido a la pandemia la cual produjo que muchas empresas textiles y de ventas de ropa empezarán a trabajar desde sus hogares con ventas en línea y a través de redes sociales, esto debido a las prohibiciones de aperturas de locales comerciales, creando como consecuencia una crisis económica que desanimó a mucha gente de consumir nuevas prendas de vestir pues todos preferían ropa de casa o de protección para salir y no ser contagiados por el covid-19.

A pesar del aumento en ventas de mascarillas y chándal no se logró contrarrestar el deterioro global de las ventas que se redujeron hasta en un 30% según la empresa de consultoría económica McKinsey, a pesar de esto, con el resurgir económico las colecciones de vestimenta están volviendo, no solo a los escaparates, también se han mantenido en plataformas en línea, aun manteniendo los materiales más asequible y suministros más práctico y económicos, prendas más simples pero que ayudan a resaltar y a subir los ánimos de los ciudadanos, sobre todo en redes sociales dónde la vida se ha vuelto más activa y ha permitido comunicarnos a través de todo el mundo evitando los contagios.

No cabe duda que la industria de la moda ha tenido que adaptarse a las tendencias de consumo actual, al principio de la pandemia llegó el auge de ropa hogareña y luego a medida de la evolución de esta con el resurgir económico la mentalidad de muchos sobre la ropa cambio, lo que ha traído nuevas oportunidades no solo en lo textil sino que han aperturando la mente de los ciudadanos a ver culturas diferentes, movimientos, tendencias que traspasan fronteras y a otras formas de expresión como el cine, las series, el anime, los comics. Y el video juegos, que han entrado a los hogares por las pantallas y han creado una nueva generación de fanáticos que utilizan estos medios llenos de fantasía para ser optimistas antes las malas situaciones que nos rodean. La nueva ola de fanáticos ha traído como consecuencia la reactivación de tribus urbanas las cuales se puede se puede expresar a través de vestimentas, representar a un personaje que admiras con telas de fantasía, accesorios, maquillajes y peinados muy diferentes a lo común, el resultado de todo esto es una gama amplia de diferentes recursos creativos que provocan un nuevo nicho de mercado ansioso de un surgir económico, social y cultural.

3.1.1.3 Entorno Social/cultural

Según el diario La hora en su artículo “Cultura friki se toma la Universidad Técnica de Ambato” se habla un poco sobre la tribu urbana del cosplay desde un punto de vista social y cultural, como punto de interés para los jóvenes que asisten a la universidad y a los jóvenes Ambateños en general. Según las autoridades, estos eventos nacen con una iniciativa propuesta por los mismos estudiantes debido a su alto interés en este tipo de cultura, donde se abordan temáticas de interés social para la comunidad universitaria, estos espacios también cuenta con áreas comerciales que son espacios para nuevos emprendimientos, con ideas recreativas, informativas y educativas con grupos frikis como yu-gi-oh, gamers, coleccionistas, potterheads

y Cosplayers, siendo reuniones aptas para todo público y busca la integración de los grupos frikis y Cosplay con el resto de la sociedad. Este no ha sido el único evento en la ciudad pues se han realizado eventos anualmente aumentando en el último gobierno de mano del actual presidente Guillermo Lasso que ha mostrado preocupación por los sectores culturales minoristas, abriendo las puertas para que se han conocido socialmente y de esta forma no sean juzgados o violentados por sus distintas formas de expresión. . (La Hora, 2019)

Los actos discriminatorios están presentes en casi todos los ámbitos sociales, pues es parte del antiguo pensamiento humano renegar y alejarse de lo que no se conozca o no entiendan sin embargo, es favorable que distintas organizaciones entre la cual se encuentra la Organización de Derechos Humanos muestra empatía hacia todas las personas independientemente de sus gustos y aficiones. Las cuales ya dejaron de ser temas de gustos infantiles y se volvieron realidades sociales muy importantes, que ofrece un mercado potencial en sectores comerciales como la indumentaria, la cual siempre ha sido caracterizada como una forma de expresión que muestra nuestra forma de ser a través de la ropa y accesorios.

Para el presente proyecto es importante conocer los temas básicos para estos jóvenes cómo son el Cosplay, el ser Otaku o el ser friki ya que esto puede ser aprovechado como una herramienta comercial importante, tomando en cuenta los tiempos modernos donde grandes personalidades políticas culturales del cine o la televisión se han mostrado abiertamente como Cosplayers como pueden ser Estanislao Fernández, hijo del actual presidente Argentino ,Thalía , famosa cantante latina o la fiscal rusa Natalia Poklonskaya, entre otros , aportando una imagen de igualdad ante todas las personas que pensaban que estos solo eran cosas de personas extrañas y sin vida social.

3.1.1.4 Entorno tecnológico

La industria de la moda es uno de los campos que más se benefician de los avances tecnológicos ya que si se da un vistazo atrás, las técnicas clásicas eran consideradas lo único a la hora de confeccionar vestimenta, sin embargo a lo largo de los años han surgido productos nuevos e innovadores con características que se adaptan a la sociedad actual y al tipo de cuerpo que se maneja en la sociedad moderna, aunque hay mucho todavía en fase de desarrollo, la gran mayoría ya se encuentra en el mercado listos para ser utilizados, pero este es apenas el inicio ya que cada día se logran textiles y prendas inteligentes que se están volviendo al futuro de la moda (Sánchez y Ramón, 2007).

La industria de la moda tiene avances constantes y a diario se encuentran diferentes métodos con los cuales los diseñadores pueden recrear técnicas, detalles, objetos y acabados sobre diferentes textiles y materiales con el objetivo de innovar y ser pioneros en el mercado. Actualmente ya se puede fabricar objetos desde cero que pueden ser utilizados como detalles con prendas completas mientras otras se dedican a los detalles de color y textura dentro de textiles, las diferentes telas son como un lienzo, sobre el cual la innovación ha creado diferentes caminos, a continuación se presentan algunas técnicas moderna que han servido como herramienta para la creación de trajes en el mundo cosplay.

3.1.1.5 Impresión 3D

Se puede definir esta como una máquina controlada por ordenador, capaz de fabricar cualquier forma geométrica compleja, estas técnicas brindan actualmente la posibilidad de crear diseños digitales, es decir los diseñadores pueden crear sus diseños por programas 3D, donde se especifican los centímetros y milímetros de grosor el número de piezas y los relieves mediante el

software y con la impresora volverlos tangibles. Estos son usados en el mercado cosplay para realizar máscaras o diseños detallados prender con el objetivo de simulando metal o madera después de darle sus acabados. (Jorquera, 2017)

3.1.1.6 Corte láser

Esta es una técnica computarizada que mediante un software se pueden diseñar digitalmente las características y las rutas que debe tomar el corte, éstas pueden ser tan delgadas y estrechas como sea posible debido a su precisión, una vez realizado el diseño está será realizada por una máquina autómatas que proyecta luz con la potencia suficiente para cortar el material en el grosor y con las capas de deseadas. Con esta técnica se logra conseguir un excelente acabado estético por un corte limpio, se consigue también un gran ahorro de materiales al optimizar tiempo y evitar los errores por trabajo manual. El cosplay debido a los detalles que pueden agregarse al vestuario suelen dar problemas a la hora de su confección con el corte tradicional debido a que muchos detalles son diminutos y el corte láser permite hacer el trabajo con un acabado insuperable. (Amézquita, 2015)

3.1.1.7 Sublimado textil

El sublimado textil es una de las técnicas modernas más provechosas en el mercado, ya que permite al diseñador explorar toda su creatividad y diseños sin ningún tipo de limitante y están acompañado con el material textil que es muy común en el mercado actual aporta un valor agregado al producto final consiguiendo de forma económica diseños exclusivos. Mediante la tecnología y software modernos permiten al diseñador trabajar con diseños modernos lo cual en el mercado nacional no es muy común (Guillen, 2018) . Para la vestimenta cosplay el sublimado textil es de gran valor ya que con estas técnicas se permiten realizar diseños complejos que suelen encontrarse en la vestimenta de los personajes que interpretan, incluso con las nuevas tendencias

de cosplay, los superhéroes, permite marcar los detalles de los trajes incluso con musculatura sombras y detalles muy pequeños y precisos para que estos Body suite sea réplica exactas de los personajes.

Para un emprendimiento de moda los avances modernos son de Gran utilidad como recursos que dan pie a la creatividad en la colección ya que ofrece la posibilidad entrar en la industria de la moda con un estilo diferente y creaciones personalizadas. Este proyecto busca conseguir el diseño y desarrollo de una colección de trajes cosplay sobretodo de acuerdo con las necesidades de los usuarios de la ciudad de Ambato, esto se dará de mano con la tecnología consiguiendo acabados de mayor calidad y detalle, además que se facilita la producción en masa con tiempo y costos más bajos.

3.1.1.8. Entorno ambiental

En la actualidad la educación ambiental es una de las bases indispensables para intentar combatir la contaminación ambiental que está presente desde décadas pasadas y de esta forma promover el bienestar del ecosistema que nos rodea, debido al desarrollo masivo de las diferentes industrias que a diario contaminan el medio ambiente diferentes tipos de productos en una gran cantidad de áreas (Ecología verde, 2021).

Según el diario el comercio (2021) a lo largo de los últimos años el gobierno ha buscado implementar diferentes tipos de políticas de tipo público para el desarrollo de prototipos económicos que reduzca el daño al ecosistema y promueva la regeneración de recursos de producción. Disponiendo una gran cantidad de fondos destinados para este objetivo esta propuesta llamada “transición ecológica” y fue expuesto por el presidente Guillermo Lasso el sábado de junio del 2021, el Día mundial del medio ambiente. Asegurando que el Ecuador puede llegar a ser

pionero entre los países de América en convertir la transición ecológica en una política de estado. (El Comercio, 2021)

Actualmente es conocido por todos que la industria de la moda es la segunda más contaminante del mundo, esto debido a la gran cantidad de químicos vertidos a las aguas emitida por todas las fábricas especializada en tinturado o en moda rápida. Por este motivo la presente investigación tiene como uno de sus pilares la producción de prendas que promuevan la moda lenta, realizando traje específicos que no son de uso diario, además del uso de remanentes y de materiales sobrantes y prendas en desuso como complemento a los materiales que será la materia prima para la colección con el objetivo de cuidar el medio ambiente.

3.1.1.9. Entorno legal

Este apartado toma como punto principal la constitución que está construida por las leyes, normativas y códigos gubernamentales vigente, un determinado territorio que ayudan a construir la viabilidad de un proyecto y asentar las bases para la investigación. A nivel nacional e internacional se ha establecido leyes para que pueda existir una educación inclusiva para que una persona no sea discriminada por su etnia, grupo social y cultural y otro aspecto de individualidad. Cómo se puede ver en el artículo 27 en el tratado de la Defensoría del pueblo del Ecuador, que todas las personas tienen derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad donde vive y a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que dé el resulten (Defensoria del pueblo del Ecuador , 2019)

Para esta investigación es un respaldo que existan leyes que impulsen a la disminución de la desigualdad social caso concreto de las tribus urbanas, este proyecto busca un beneficio al

proponer un tipo de indumentaria cosplay y con este tipo de normativas los tratos discriminatorios hacia un grupo de personas por sus gustos y pasatiempos se verán reducidos. De esta manera las distintas formas de expresión como la vestimenta que suponen una forma de exteriorizar los sentimientos y el estilo de vida de las personas que disfrutan de este tipo de contenido se convierte en una búsqueda hacia la pertenencia sobre una colectiva social que ayuda al individuo a desarrollarse culturalmente y socialmente.

3.1.2. Tendencias de consumo

Las tendencias de consumo pueden definirse como el comportamiento masivo que en base a la percepción de la sociedad transforma las prácticas de consumo en las personas. Estas corrientes son capaces de transformar y adecuarse en una determinada época, basándose en el marco de las personas o grupos sociales, que buscan diferenciarse unos de los otros. Son herramientas de gran utilidad ya que con el correcto entendimiento y explotación por los creadores de tendencias y productos generales, son capaces de crear tendencias innovadoras que serán utilizados para captar el mayor número de usuarios en un movimiento comercial (Reyes, 2019)

La reciente pandemia y nuevas normas de interacción social han tenido un fuerte impacto en las características de los consumidores y la forma de ellos de adquirir el producto, de esta forma obligando a los usuarios a adaptarse con nuevos modelos digitales como resultado de la emergencia mundial. Este nuevo estilo de vida ha creado un desequilibrio y confusión en todo el mundo y los movimientos de consumo trabajan sobre la marcha para adaptarse a un futuro que está en constante cambio sin embargo, hay ciertas pautas que han podido desarrollarse en las nuevas tendencias, las cuales son un factor importante entre el productor y el usuario volviendo estas debilidades oportunidades (LLYC, 2021)

A continuación se mencionan las que aportaron al desarrollo de este proyecto:

Búsqueda de la felicidad

En base a la pandemia y los nuevos cambios de realidad en los que viven los consumidores, ahora buscan con intensidad el deseo por celebrar momentos de “micro-felicidad” encontrado de esta forma confort, aunque sea temporal. La idea es buscar la felicidad y satisfacción de los clientes a través de los productos y las experiencias que el consumidor vive a través de estas, ayudándolos a escapar de la incertidumbre actual y concentrándose únicamente en el cumplimiento de sus sueños personales. Esto da una ventaja a los diseñadores de moda personalizada de diferenciarse y ser fuentes de “micro-felicidad” en la vida del consumidor, viéndolos de una forma más específica y enfocándose en sus necesidades (RW, 2022)

La era creativa

A raíz de la pandemia covid-19 y sus variantes, la industria se ha adaptado a nuevas formas de relacionarse con el mercado, como son los recursos tecnológicos, apresurando su desarrollo evolutivo en la sociedad, para ofrecer sus productos en épocas de emergencia. Este cambio ha traído consecuencias económicas y sociales, las cuales siguen cambiando y avanzando día con día, haciendo que también sus usuarios busquen formas de adaptarse haciendo uso de la creatividad, para mantener en pie las empresas, cómo son las ventas en línea o las publicidades creativas en redes sociales "la creatividad dejará de ser un modo de estar y pasar a ser un modo de ser" (LLYC, 2021)

3.1.3. Segmentación del mercado potencial

El mercado potencial está compuesto por las personas que adquieren un artículo o un servicio, estos pueden ser clientes de productos similares o en líneas cercanas al producto que se pretende ofrecer y pueden ser tomados en cuenta como posibles consumidores en el futuro. La segmentación de este mercado potencial es un método que busca distinguirlos del segmento de posibles usuarios de acuerdo en rasgos comunes, este sistema es de gran valor para la búsqueda del bienestar financiero de un comercio.

Con la creación de un emprendimiento es indispensable el detectar y evaluar el público objetivo al se va a dirigir. Es necesario considerar este mercado potencial como una herramienta definitiva que de información de cuánto aceptación tendrá un producto al ser comercializado, debido a que mientras más aspectos se pueden examinar para satisfacer las necesidades de tus clientes, mayor será el impacto que puede alcanzar el producto en el público objetivo.

En base a lo descrito para el siguiente proyecto se ha identificado al público objetivo, el cual serán usuarios entre 18 a 28 años, mujeres, que sean parte de la tribu urbana del cosplay y participen activamente de este hobby, que hayan cumplido la mayoría de edad y cuenten con cierta independencia económica, que sean parte de la comunidad friki y otaku de la ciudad de Ambato.

Tabla 1 - Variable demográfica

VARIABLE DEMOGRÁFICA	
Sexo:	- Mujer
Edad:	- 18 A 28 Años
Consumidor:	- Vanguardista
Generación:	- Z
Tribu Urbana:	- Cosplayer
Nacionalidad:	- Ecuatoriano
Etnia:	- Mestizo

En cuanto a los datos especificados en la Tabla uno, correspondiente a la Variable Demográfica, usuario al que esta investigación está dirigida corresponde a mujeres, en edades comprendidas entre los 18 y 28 años, con un perfil del consumidor contemporáneo, pertenecientes a la generación Z, perteneciente a la tribu urbana del cosplay y de nacionalidad ecuatoriana .

Tabla 2 - Variable Pictográfica

VARIABLE PSICOGRÁFICA	
Personalidad:	- Personalidad decidida, extrovertida, divertida - Innovadora, activa.
Estilo de vida:	- Cómodo, actual, liberal, moderno y único
Intereses:	- Libertad por mostrar sus gustos, disfrutar de la cultura pop y su diversidad además de vivir el momento intensamente
Gustos:	- Pertenencia a la tribu urbana de cosplay, disfruta de la cultura asiática y la cultura pop americana, se puede considerar friki u otaku

La tabla dos, variable psicografica, nos muestra que los tipos de personalidad ideales en beneficio de este proyecto son alegres, decididas, extrovertidas, activas, el estilo de vida, cómodo, liberal, único y moderno. Los intereses son la libertad por mostrar sus gustos, sobre todo, disfrutar de los movimientos frikis y su diversidad además de vivir el momento intensamente.

Tabla 3 - Variable geográfica

VARIABLE GEOGRÁFICA	
Continente:	Sudamérica
País:	Ecuador
Provincia:	Tungurahua
Región:	Sierra
Zona Urbana/Suburbana/Rural:	urbana
Clima:	templado

La tabla tres, variable geográfica, indica el entorno al que busca direccionarse el producto propuesto a futuro, empezando jerárquicamente continente sudamericano, el país Ecuador, la provincia de Tungurahua, la región Sierra y en las zonas urbanas con un clima templado

Tabla 4 - Variable socio - económica

VARIABLE SOCIO – ECONÓMICA	
Ingreso: económicamente	-Dependiente – Independiente
Ocupación:	- Estudiante (universitario) - Profesional
Educación:	- Segundo nivel /Tercer nivel
Estrato Social:	- Medio / Medio – alto

Para la siguiente investigación, la tabla cuatro, variable socio – económica menciona rasgos del usuario como el ingreso dependiente e independiente económicamente, la ocupación como estudiante universitario o profesional, con un nivel de educación entre segundo y

tercer nivel y con un estrato social entre medio y medio-alto.

Descripción del público objetivo

Para la investigación presente, se ha establecido como mercado objetivo a individuos entre los 18 y 28 años, de sexo femenino, perteneciente a la generación z (1994-2010), cuya característica principal es su inclusión dentro de la tribu urbana del cosplay, los otakus y los frikis y la fuerte relación de estos con las redes sociales y la tecnología moderna, se auto perciben como fanáticos de la cultura japonesa y la cultura pop norteamericana, adicionalmente que hayan tenido las bases de una educación que les permite tener la mente abierta a diferentes culturas y sociedades. Este proyecto tiene como objetivo en profundizar en los gustos, características y necesidades que requieren este grupo social para la selección y compra de su vestuario y de esta forma conseguir un mayor impacto en la realización, confección y promoción de una colección de trajes de tipo cosplay.

3.1.4. Análisis del sector y del mercado de referencia

La emergencia sanitaria de la que recién los países están saliendo adelante, han traído consecuencias notorias en la economía mundial, sobre todo países tercermundistas que dependen de otros países para poder tener un resurgir económico en la mayoría de los sectores productivos.

De acuerdo con Gestión Digital (2021), la industria del vestir y de textilera componen el 5, 9% en el sector productivo a nivel global y el 1% en el sector productivo nacional, aunque está puede tener unas variaciones, debido a que en la actualidad el negocio textil se ha visto condicionado por el bajón económico que ha sufrido el mundo entero, consecuencia ante la reciente crisis sanitaria. Las empresas textiles y fábricas de ropa se vieron limitadas a

la hora de producir y vender sus productos, debido a que estos no eran productos de primera necesidad, los cuales fueron los que realmente tuvo un alza económica y mantenimiento durante esta pandemia. Entre los meses de enero y marzo del año 2021 este sector sufrió un decaimiento del 9.9% mientras que entre los meses de marzo y septiembre la baja subió hasta un 40% menos, paralelo con las mismas fechas del año 2020, teniendo como consecuencia la baja de hasta 10 mil plazas de empleo formal, como resultado de estas bajas en la actualidad la industria textil y de manufactura de productos vestimenta varios se considera la cuarta con mayores pérdidas a nivel nacional.

Cómo indica la revista la Patria (2015) gracias al crecimiento del cosplay en el país este se ha vuelto un movimiento capaz de influenciar a los jóvenes de tal forma que ahora se refleja con el nacimiento de varios diseñadores de moda en base a este movimiento mundial .En el entorno local de la ciudad de Ambato este tipo de propuestas no cuentan con una aceptación total, pues la cultura arraigada en la sociedad aún maneja un estilo conservador, sin embargo debido a la creciente de la demanda de cosplayers que tienen que realizar sus pedidos en otras ciudades o incluso en otros países se ha visto este como un proyecto factible y con buena recepción, dándole un espacio a los diseñadores de moda personalizada, apoyando los derechos de libre expresión y convivencia social procurado por los organizador de los derechos humanos. (Revista Patria, 2015)

Según un artículo en la revisa Líderes (2015) , una de las marcas que qué actualmente trabajar con confección de trajes cosplay en el Ecuador es la marca “Anne Annie Annet Atelier”, firma Guayaquileña perteneciente a Ana Jiménez diseñadora de modas y de trajes de ficción, especializada en cosplay y en la confección de trajes teatrales bajo pedido , que

desde el año 2009 abrió su tienda virtual con el objetivo de diseñar trajes de alta calidad y buen precio para la comunidad cosplay de la ciudad de Guayaquil, donde el valor por uno de sus trabajos varían dependiendo de la complejidad del traje ya que cuenta con artículos desde los \$40, los cuales pueden ser uniformes o vestidos de tela, hasta trajes de \$500 por armaduras complejas en fibra de vidrio. Todo esto surgió de la necesidad al ver como miembros de su comunidad, la tribu urbana de los otakus sufría a la hora de obtener sus cosplays, una de las características principales de esta diseñadora es mantenerse al tanto de los personajes más solicitados y de moda entre los participantes de esta tribu urbana, esto mediante un fuerte estudio de la cultura friki, lo que implica animes de moda, videojuegos del momento o películas recién estrenadas. (Gómez, 2015).

En el caso de la siguiente investigación es importante resaltar a los referentes de este tipo de vestimenta a nivel nacional que hayan logrado materializar sus propuestas, debido a un estudio similar de casos en sus respectivas ciudades, ya que quedan como precedentes de un modelo de negocios con un movimiento económico viable.

Lamentablemente no hace mucho la discriminación y los prejuicios en países arraigados únicamente a lo que conocen, detenía a este tipo de emprendimientos de alcanzar su máximo desarrollo y aunque en la actualidad siguen siendo temas controversiales gracias a la globalización y aceptación social que ha provocado las redes sociales se puede considerar un momento ideal para la apertura de este tipo de mercado, esto debido a los movimientos sociales y grupos actuales que buscan de cualquier modo dar a conocer sus gustos y poder ser considerados como ciudadanos merecedores de un mercado de compra que puedo tomarlos de referencia para el diseño y producción de trajes como es el grupo Cultura Cosplay Ecuador

en la ciudad de Ambato que es uno de los grupos más grandes de cosplayers en la ciudad y dan completo apoyo al desarrollo del proyecto.

3.1.5 índice de saturación del mercado potencial

La saturación del mercado puede definirse como un método para estudiar y entender a los usuarios potenciales de un artículo o servicio que he llegado un punto de Fidelización al punto donde la posibilidad de general una nueva demanda es muy complicado, por no decir imposible, ocasionando que el mercado en este sector decaída y estanque las ventas. La principal causa de este comportamiento comercial es una mala definición del usuario objetivo, mientras se está realizando un estudio de mercado, pretendiendo satisfacer las necesidades de un grupo que ya no tiene necesidad. Por otra parte existen diferentes consecuencias a este mal manejo de mercado las cuales puede ser una baja de productividad, la baja capacidad de transformación de los artículos a las exigencias del usuario constante y muchas veces el cierre de la compañía. (Rivas, 2016)

Fuentes como diarios los últimos años a nivel nacional han mostrado un alto índice de miembros pertenecientes a estas tribus urbanas cómo son la otaku y la cosplayers, debido a la cantidad de eventos dónde estos participan, siendo las ocho principales ciudades de reunión de la comunidad cosplayer Guayaquil, Quito, Ambato, Machala, Riobamba, Baños, Cuenca y Manabí. En las que se ha comprobado la presencia de estos colectivos con sus respectivas organizaciones visibles, aunque debido al poco entendimiento de la sociedad ante estos grupos no ha existido un censo tal para poder completar la cifra exacta de integrantes.

Los datos que podrían acercarnos a la información más concreta sobre la cantidad de cosplayers en el país es debido a los participantes de estos en las convenciones más destacadas nacionalmente, la más destacada puede ser la comic en la ciudad de Guayaquil donde el 2021

asistieron 15 mil personas, de las cuales un 5% llegaron utilizando cosplay y muchos decidieron participar en los diferentes torneos y pasarelas cosplay, dándonos un promedio de aproximadamente 700 cosplayers solo en la ciudad de Guayaquil, mientras que en uno de los eventos más grandes de la ciudad de Quito conocido como el Ichiban Fest se concentró un número de participantes al evento aproximado entre 2000 personas de los cuales casi 100 eran cosplayers, seccionando esta investigación en datos geográficos y gracias a la información otorgada por el evento cultura cosplay Ecuador realizado en la ciudad de Ambato, el último año tuvo una participación aproximada entre 50 a 60 cosplayers entre los que habían cosplayers clásicos que llevan participando en estos eventos varios años como nuevos miembros de esta comunidad, una cantidad bastante aceptable considerando la cantidad de diferencia de número de pobladores entre las ciudades capitales y Ambato, muchos de estos cosplayers en varias entrevistas han afirmado que aún el nivel de discriminación que sufren por ciertos grupos poblacionales siguen siendo constantes pero con el paso de los años este ha ido disminuyendo dando pie a que cada año más personas se suman a este movimiento sobre todo después de la pandemia y el auge de plataformas como Tik Tok e Instagram (Castillo, 2016) (El Universo, 2021)

Cómo se ha podido comprobar con las cifras aproximadas de cosplayers a nivel nacional, no son un mercado extremadamente pequeño, pero cierto es que la mayor concentración de estos se fijan en ciudades más grandes y con un mayor desarrollo comercial como son Quito y Guayaquil, a pesar de esto en la ciudad de Ambato este número ha ido incrementando con el paso de los años y aún más después de la pandemia, debido a medios como redes sociales, televisión e internet ha dado a conocer más de esta cultura sin las barreras físicas que las detengan, esto ha hecho que el mercado no sea saturado aún con negocios enfocadas a este tipo de usuarios dando un espacio libre para el emprendimiento de este proyecto.

Es posible considerar que la principal amenaza directa en la ciudad de Ambato son las tiendas de disfraces, ya que estos pueden considerarse como productos sustitutos de cosplay, pero gracias a resultados de encuestas realizadas, se puede confirmar que la mayoría de cosplayers ambateñas no ven esto como un producto factible, ya que están conscientes de la gran cantidad de falencias y diferencias entre un cosplay y un disfraz, haciendo un análisis directo de sus necesidades se puede saber qué productos pueden estar al alcance de su bolsillo mejorando la calidad de la competencia y los detalles solicitados

Según la socióloga Nicole Sisalema, especialista en comportamiento de grupos sociales afirmó que los cosplayers debido a las malas experiencias y la falta de comprensión de las personas no miembros de su comunidad, suelen tener una mayor confianza a la hora de confeccionar sus trajes con otros miembros de su misma comunidad ya que consideran que esto les podría garantizar que ellos entiendan sus necesidades y saber cuáles son los objetivos de sus trajes y la mejor forma para realizarlos, esto sumado a que Ambato es una ciudad textil con buena cantidad de materiales a buen precio se puede dar un buen costo final a los trajes, todos estos factores benefician al productor para poder tener un poder de negociación con los clientes y basándose en esto y en una buena calidad de los productos, mantener un puesto estable y confiable dentro de la comunidad, con la seguridad de tener información básica como el lugar de concentración de los cosplayers, saber que esta comunidad gracias al internet las redes sociales sigue avanzando viendo los beneficios de tener un buen dominio sobre ellas y con un estudio de marca a través de medios más conocidos para ellos

3.1.6. Análisis estratégico de la competencia (benchmarking)

El análisis estratégico de la competencia o benchmarking es el instrumento que se utiliza para analizar servicios o artículos dentro de un ámbito comercial y registrar datos de la competencia en el mercado que son parte del mismo entorno competitivo. Esta cumple la función de identificar diferentes prácticas que hacen las empresas para sobresalir y destacar entre las demás, con el objetivo de aumentar la productividad y ofrecer una vista precisa entre el ejercicio y la hipótesis para conseguir una mejora progresiva en el desarrollo de la empresa.

Al analizar empresas que ofrecen productos o servicios similares permite dar una visión más realista del mercado al que se quiere acceder, con el propósito de identificar los aspectos positivos y negativos de este mercado para emular los en una compañía particular (de Abreu, Giuliani, Kassouf Pizzinatto, & Alves Correa, 2006)

Para el proyecto presente se realizó un análisis de marcas y negocios con presencia local que manejan producción en vestimenta cosplay, las cuales no son numerosas puesto que en el mercado ambateño aún no se ve a los cosplayers como un público objetivo, con necesidades, no obstante aunque los registros de empresa de este tipo son muy escasos se pueden considerar relevante la información que se ha obtenido mediante la investigación de campo, adentrándose en este mercado para conocer su modo de investigación, diseño, producción y comercialización de propuestas para los cosplayers.

A continuación se mostrará algunas de su característica:

Tabla 5 - Análisis estratégico de la competencia

ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA COMPETENCIA

Criterios	1. No lo considera	3. Está bien, pero necesita mejorar	
	2. Lo considera vagamente	4. Muy bien implementado	
	Disfraces Sofy's	Ely C. cosplay	Weareone kPop
Tiempo de entrega	1	4	2
Calidad de materiales	2	2	3
Diseño	2	4	1
Oferta	1	1	1
Comunicación	1	1	1
Publicidad	1	1	1
Posicionamiento	1	1	3
TOTAL	9	14	12

Análisis de resultados

- **Disfraces Sofy's**

El análisis realizado al negocio de Disfraces Sofy's mostro una buena cantidad de puntos que no son considerados en esta empresa y los pocos que sí, ningún punto de los desglosado en el cuadro se puede considerar que está bien implementado en la marca y los únicos que son considerados son una aceptable calidad de material y un diseño medio, pero ignorando completamente el tiempo de entrega, oferta, comunicación, publicidad y posicionamiento haciendo

que sea un negocio prácticamente invisible ante el mercado y a pesar de contratar sus servicios no se recibe lo esperado.

- **Ely C. Cosplay**

Con la información recibida del análisis se puede determinar que la marca Ely C. Cosplay tiene puntos muy positivos, cómo puede ser un excelente tiempo de entrega y un muy buenos diseño también maneja muy bien la calidad de materiales, aunque no considera importante la oferta en el mercado, comunicación, la publicidad y se encuentra en una ubicación muy remota, por lo que a pesar de su buena calidad no es fácil acceder a sus servicios y tampoco da facilidades o comodidades a los clientes, no maneja ni ofertas ni publicidad ya que considera su trabajo un pasatiempo y no busca un crecimiento empresarial.

- **Weareone KPop**

Con la realización del análisis a la marca Weareone kpop se pudo apreciar que mantienen una buena calidad de material en los trajes que ofrecen y un buen posicionamiento pues se encuentran ubicados en un centro comercial al centro de la ciudad, también manejan un muy buen tiempo de entrega pero sus diseños no son originales y se quedan en lo básico concentrándose en el mercado del kpop y muy poco en el cosplay, no manejan ofertas ni publicidad y su comunicación a través de redes sociales es prácticamente nula haciendo que aunque se vuelva un lugar fácil de acceder no motive a la clientela al consumo de sus producto

Conclusiones

Se puede sacar como conclusión que aunque la ciudad de Ambato hay pequeños emprendimientos que quieren empezar en el mundo del cosplay lo hacen como una extensión de un negocio original, puede ser de disfraces o de mercadería otaku y no realmente poniendo el cosplay como producto estrella, olvidando completamente la oferta que atraer a clientes,

manteniendo una publicidad nula, una mala comunicación con los clientes y una calidad de materiales demasiado básica, lo que provoca que los cosplayers muchas veces ni siquiera conozcan de la existencia de estos pequeños locales y aun así al conocerlos no puedan ser recomendados entre sus colegas cosplayers debido a que no han llenado sus expectativas.

3.2. Análisis interno

3.2.1. Análisis de recursos propios y disponibles

Recursos tangibles:

- **Recursos económicos o financieros**

Para la realización del plan de negocios elaborado a partir de esta investigación se necesita mencionar de la necesidad de los servicios de una maquiladora, para la manufactura de los trajes, pues el objetivo es la construcción de una marca, sin embargo también es necesario considerar los valores correspondientes a la obtención de insumos y materia prima para la realización de la vestimenta cosplays, también cabe mencionar el uso de complementos, previamente ya se cuenta con artículos complementarios para el cosplay, como pueden ser pelucas y lentes de contacto, que se encuentran a disposición del investigador, además de materiales textiles de segunda mano en buen estado que se pueden utilizar para abaratar costos en la confección, dando el plus del eco diseño y la moda lenta a la marca.

- **Recursos tecnológicos**

Estos recursos son referentes a las herramientas tecnológicas de apoyo para la realización de tareas con el objetivo de facilitar la producción a los trabajadores. Para el proyecto presente se ha

tomado en cuenta elementos como el uso de software y maquinarias necesarias para la producción de diseños de trajes cosplay, con los cuales dispone el investigador y son:

Tabla 6 - Recursos Tecnológicos

RECURSOS TECNOLÓGICOS		
HERRAMIENTA	IMPLEMENTO	COSTO
MATERIA PRIMA E INSUMOS	Lino	\$ 15
	Lame	\$ 17
	Hilo	\$4
	Licra	\$ 20
	Botones y cierres	\$6
ELEMENTOS TECNOLÓGICOS	Computador portátil	\$800
	Software de diseño	\$80
	USB	\$10
	Internet	\$30
MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS DE CONFECCIÓN	Máquina recta arrastre pesado	\$ 700
	Máquina recta arrastre liviano	\$ 600
	Máquina overlock 5 hilos	\$ 1250
	Mesa de corte	\$ 150
	Tijera de tela	\$ 30
	Tijera pulidora	\$ 3
INSTRUMENTOS DE PATRONAJE	Reglas de patronaje, cinta métrica, papel, tijera de papel, tiza.	\$ 5 0
	ÚTILES DE OFICINA	Papel de impresión, lápiz,
borrador, grapadora, perforadora, tinta de impresión.		2 5

- **Recursos organizacionales**

La marca que se va a desarrollar durante el proceso de la presente investigación tiene planificada el desarrollo y manufactura de una colección cápsula, cuyo destino es ser comercializadas a través de redes sociales o previos y durante eventos frikis en la ciudad de Ambato. La primera de estas colecciones está destinada para los meses previos al evento friki que se celebrara en Agosto del presente año, el *FANS WAR* organizado por el grupo cultural de “Cultura Cosplay Ecuador” considerándolo un periodo apropiada para la oferta de los trajes cosplay, pues los cosplayers estaban en proceso de planificación y compra de sus trajes para el evento que se va a realizar.

Adicionalmente, la promoción de las colecciones se realizará mediante las redes sociales más populares, las cuales son Facebook e Instagram, consideradas la redes sociales más populares entre las mujeres ambateñas, previamente habiendo desarrollado un catálogo digital que contenga las fotografías profesionales con los modelos modelando las propuestas de trajes. La distribución a sitios en otras provincias de todo el país está prevista mediante la empresa de mensajería “Servientrega”.

- **Recursos físicos**

El titular de esta investigación cuenta con un computador y software adecuados para el desarrollo del actual proyecto.

- **Recursos de difusión**

En la actualidad y habiendo estudiado los principales medios de comunicación que consumen las jóvenes cosplayers, se llegó a la conclusión que las redes sociales son el medio de difusión más adecuado para la promoción de los trajes cosplay, estas redes son Facebook

e Instagram, ya que se ha comprobado que son las redes sociales con mayor popularidad en el segmento juvenil y de jóvenes adultos, los cuales son el público objetivo que se busca satisfacer en el desarrollo de esta propuesta de trajes cosplay.

Además a futuro se tendrá en cuenta la implementación de una página propia de la marca

Recursos intangibles:

- **Recursos humanos:**

La función que cumplirá el diseñador de modas será por cuenta propia, es decir, la investigación, estudio de las tendencias cosplay y creación de la colección estarán a cargo del investigador de este proyecto, de igual forma cumplirá la función de diseñador gráfico freelance, debido a que estará encargado del manejo de las herramientas digitales, marketing y publicidad, etiquetas y diseño de marca, además de los diseños de bordado y sublimado que se realizarán en los trajes. Aunque los servicios de manufactura textil estarán a cargo de maquiladoras, los acabados decorativos, control de calidad, empaqueo, distribución y las funciones contables serán realizados de forma particular, hasta que el crecimiento esperado de la marca permita la contratación de personal especializado en cada rama

- **Recursos innovación**

La marca resultante de este proyecto cuenta como un elemento característico, además del diseño de trajes que representa en un personaje, también busca crear prendas de cosplay con un diseño ligero y cómodo y que el usuario puede elegir la calidad, la comodidad, incluso el valor total que puede tener su traje, como una marca personalizada propia haciendo que los cosplayers antiguos y que tengan sus especificaciones claras en cuanto a los estándares de sus trajes pueda sentir que se los está tomando en cuenta en el diseño de los mismos y las personas que estén incursionando por primera vez en el cosplay tenga la libertad de elegir cómo va hacer su desarrollo como cosplayer basándose en la calidad y características de sus

trajes, teniendo como objetivo el que el cosplayers se sienta parte del equipo de trabajo y no un mero espectador, teniendo esto como valor agregado de la marca.

La marca también busca integrar el elemento del reciclaje y la reutilización de prendas en desuso, con un buen estado, ya que éstas pueden ser utilizados para la creación de pequeños detalles en trajes, también muchas prendas escolares pueden ser rediseñadas para la realización de ciertos trajes estudiantiles que utilizan los personajes de anime, e incluso se pueden realizar prendas que sirvan para más de un personaje, promoviendo el cuidado medioambiental y la moda lenta.

- **Recursos de imagen**

Como estrategia de posicionamiento de la marca que pretende surgir de esta investigación, se busca trabajar como un buen nivel de publicidad digital, debido a que aunque existen algunos emprendimientos que ayudan con la realización de cosplay se la ciudad de Ambato, estos cuentan con una publicidad nula, haciendo que saber de ellos sea casi imposible, por lo que compartir publicidad en redes sociales que suelen ser más un medio de entretenimiento como pueden ser videos de TikTok o publicidad atrapante en redes como Facebook e Instagram ayudara a la marca a ganar visibilidad y posibles clientes, siempre buscando el crecimiento a través de sus clientes y seguidores, siendo una marca con la que los cosplayers puedan sentirse parte de la marca y saber que será escuchado y atendido como es debido, siempre se buscara mostrar la calidad del producto y las nuevas tendencias con un estudio riguroso del mercado friki al que el cosplay está tan relacionado.

3.2.2. Análisis cadena de valor

La cadena de valor tiene como función el análisis interno de una empresa, desde el punto de vista estratégico y de análisis de las competencias entre empresas, junto con un análisis del sector industrial y estrategias genéricas de competitividad, la cadena de valor se considera un instrumento que forma los tres pilares indispensables formulados por Michael Porter , quién propone el desarrollo de un mapa conceptual que crea la posibilidad de un análisis de factores sistemáticos y de costos, con el objetivo de proponer nuevas maniobras que den ventaja una empresa sobre las otras (Gómez, 2017)

El presente proyecto que tiene como objetivo el diseño de vestuario cosplay para la comunidad femenina de cosplayers en la ciudad de Ambato, incluye todos los aspectos del método de diseño con una metodología que permite la creación de un producto de calidad que satisfaga las necesidades de este público objetivo, dentro de los estándares de la comunidad friki a la que pertenecen.

Figura 24 - Actividades primarias

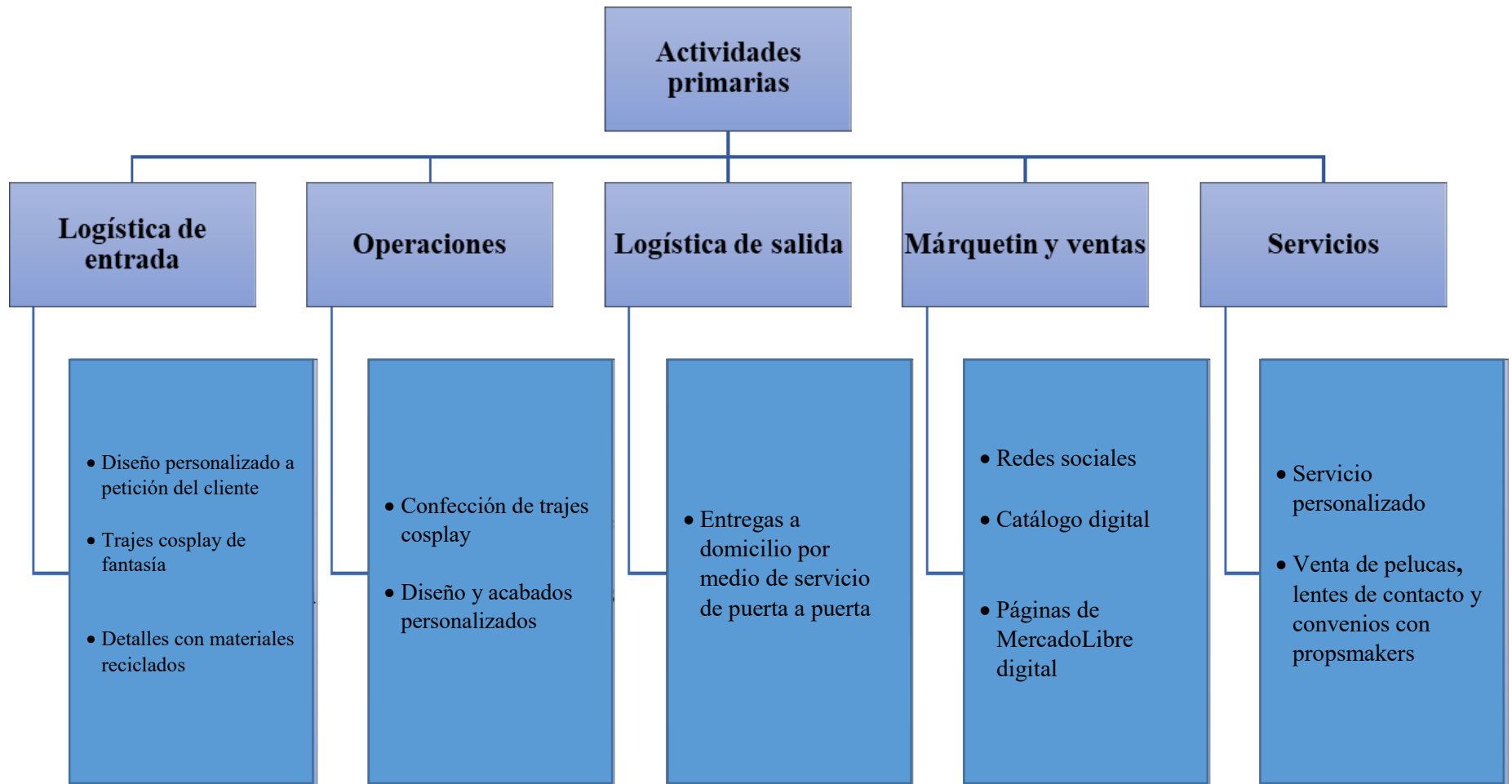
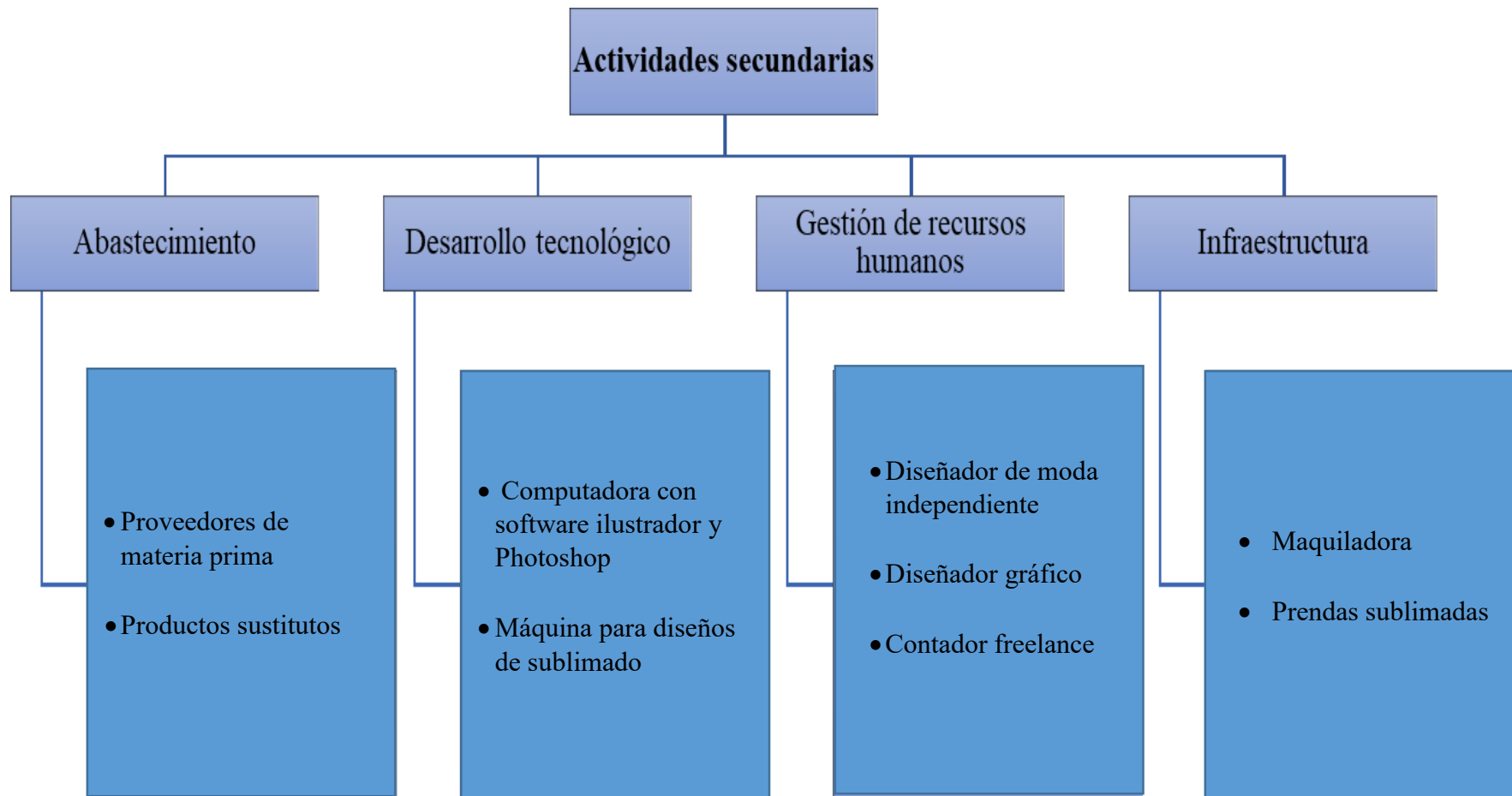


Figura 25 - Actividades secundarias



CAPÍTULO IV

4. MARCO METODOLÓGICO

4.1 Estudio de público objetivo

Se denomina público objetivo al grupo de población cuya necesidad o preferencias se basa en un determinado tipo de vestimenta, marca u oferta de mercado, dentro de esta investigación se busca la recopilación de información mediante métodos como encuestas y entrevistas con el fin de obtener la información desde distintos puntos de vista y aportes, desde un nivel profesional y a los usuarios directos.

Criterio de la muestra

En el presente proyecto la obtención de información se realizará mediante dos etapas, la primera a una población finita como un muestreo de manos de expertos, profesionales como sociólogos, psicólogos y líderes miembros del movimiento friki, mediante entrevistas y la segunda utilizando el método de las encuestas a la población finita de mujeres perteneciente a la comunidad cosplay, con una edad entre 18 y 28 años de la provincia de Tungurahua, la ciudad de Ambato correspondiendo a una muestra de población a nivel nacional.

Población y tipo de población

Unidad de análisis: Mujeres cosplayers

Unidad de observación: Mujeres perteneciente a la tribu urbana del cosplay en edades de 18 a 28 años

Número de sujetos: 40 personas que conforman la muestra.

4.1.1. Modelo de encuesta y/ entrevista



FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA

CARRERA DE DISEÑO DE MODA

Ambato – Ecuador

Agosto 2021

ENTREVISTA DIRIGIDA A: Profesionales en psicología, sociología y líderes de movimientos sociales enfocados en los cosplayers.

OBJETIVO: Recolectar criterios de distintos segmentos sociales con el objetivo de aportar a la creación de una colección de trajes cosplay.

PREGUNTAS

1. Siempre han existido diferentes tribus urbanas ¿Por qué cree que a los jóvenes les gusta integrarse y formar estos grupos?
2. ¿Cree usted que pertenecer a una tribu urbana ayuda a los jóvenes a desarrollarse como individuos y a desenvolverse dentro de grupos social?
3. ¿Conoce usted a movimientos frikis y cosplay en la ciudad de Ambato?
4. ¿Cuál considera que es el propósito de este tipo de movimientos?

5. ¿Cree usted que el tener gustos fuera de lo común para la mayoría aísla de cierta forma a estos jóvenes?
6. El cosplay es realizado como una forma de admiración y diversión ¿cree que se puede llegar a sentir admiración por personajes ficticios?
7. ¿Piensa que hay una edad límite para que una persona disfrute de un pasatiempo como el cosplay?
8. ¿Cree que el cosplay es una buena forma de desesterarse de la vida cotidiana con actividades artísticas?
9. El cosplay requiere de actividades artísticas como diseño maquillaje, actuación y muchas veces confección ¿piensa usted que realizar estas actividades artísticas y compartirlas con amigos ayuda al desarrollo integral de las personas?
10. ¿Considera que el tomar en cuenta las preferencias de los jóvenes pertenecientes a esos movimientos para brindarles productos cosplays los hace sentir más valorados socialmente?



UNIVERSIDAD
TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA
CARRERA DE DISEÑO DE MODA

Ambato – Ecuador

Agosto 2021

ENCUESTA DIRIGIDA A: Mujeres pertenecientes a la comunidad otaku a nivel local con edades entre los 18 a 28 años

OBJETIVO: Recolectar criterios de distintos segmentos sociales con el objetivo de aportar a la creación de una colección de trajes cosplay.

PREGUNTAS

1. ¿Cuántos años lleva haciendo cosplay?

- a) Menos de un año b) 1 a 2 años c) 2 a 4 años d) Más de 4 años

2. ¿En tu tiempo como cosplayer, cuántos personajes haz realizado?

- a.) .Menos de 5 trajes
- b.) De 6 a 10 trajes
- C.) .De 10 a 20 trajes

d.) Más de 20

3. En lo que queda del año 2022 ¿tienes planes de realizar más cosplays?

a) Si los que más pueda b) Si más de 3 c) Si 1 o 2 d) No ninguno

4. ¿Qué uso le das a tus cosplays?

a.) .Redes sociales

b.) Asistir a eventos

C.) .Concursos

d.) Todas las anteriores

5. ¿Considera que las tiendas de disfraces son apropiadas para conseguir sus cosplays?

a.) .Si son lo mismo

b.) Talvez

c.) Solo en emergencias

d.) Definitivamente no

6. ¿Has tenido problemas con trajes comprados en línea o realizado por costureras sin conocimiento en cosplay?

a) Si muchos b) Algunos cuantos c) Muy pocos d) No ninguno

7. En caso de tener problemas con trajes comprados ¿cuáles son más frecuentes? (puedes

seleccionar más de uno)

- a).Tallas incorrectas
- b).Mala calidad
- c) Precio excesivo
- d) Estafas

8. ¿Qué costo estaría dispuesto a pagar por un cosplay de excelente calidad?

- a) \$35 o menos
- b) Hasta \$60
- c) \$100 máximo
- d) Más de 100\$

9. ¿Por qué personaje se inclinaría a la hora de comprar un nuevo cosplay?

- a).El personaje de moda
- b).El clásico que todos aman
- c) Con el traje más llamativo
- d) El que sea más sencillo y cómodo

10. ¿considera que sería beneficioso para usted poder conseguir trajes cosplay profesionales, de buena calidad, tallas correctas y buen precio, en su propia ciudad?

- a) Si definitivamente
- b) Si un poco
- c) De vez en cuando
- d) No

11. ¿Qué método consideras el mejor a la hora de comprarte un cosplay?

- a) Tiendas Online
- b) Catálogos
- c) Tienda física
- d) Redes sociales

4.2. Elaboración e interpretación de los datos

4.2.1. Categorización de datos (Entrevista)

Tabla 7 - Categorización de datos

PREGUNTA	CATEGORÍA	INFORMACIÓN LÍDER DE LA ORGANIZACIÓN	INFORMACIÓN PSICÓLOGA	INFORMACIÓN SOCIÓLOGA	SÍNTESIS INTEGRAL
¿Por qué cree que a los jóvenes les gusta integrarse y formar estos grupos?	Conocimiento sobre tribus generales	Compartir ideas, sentimientos y estar pendientes de la actualidad de sus gustos	Que los jóvenes buscan sentirse identificados con grupo que tenga sus mismas metas, que busque intereses en común	El deseo de pertenecer a un grupo en una búsqueda de nuestra identidad , y de esta forma experimentar y valorar nuestros gustos	El deseo de ser parte de un grupo social para sentirse validados y compartir sentimientos y gustos
¿Cree usted que pertenecer a una tribu urbana ayuda a los jóvenes a desarrollarse como individuos y a desenvolverse dentro de grupos social?	Que provocan las tribus en el individuo	Claro que sí, es una forma en que los jóvenes ven y encuentran un lugar en el mundo, satisfacen su deseo de ser algo más	Por supuesto, ya que los jóvenes buscan una identificación con sus iguales con intereses más allá de lo familiar desarrollando habilidades	Considero que las tribus son parte de la una sociedad diversa llena de diversidad y ayudan a la integración.	Si ,estas tribus los ayudan a integrar a la sociedad mientras encuentran su identidad

			sociales y de auto conocimiento		
¿Conoce usted a movimientos frikis y cosplay en la ciudad de Ambato?	Conocimiento sobre la tribu especifica	Por supuesto, aquí en Ambato hay cientos de jóvenes que pertenecen al mundo otaku y friki y más de 60 jóvenes que disfrutan de hacer Cosplay	Si, dentro de la ciudad de Ambato existen estas agrupaciones que tienen presentaciones en diferentes eventos dentro de áreas culturales	Durante mi adolescencia conocí dentro de mi círculo social a la comunidad friki y cosplayer aunque de una forma más básica	Los grupos frikis y Cosplayers son bien conocidos por la sociedad debido a su esfuerzo por dar a conocer sus gustos
¿Cuál considera que es el propósito de este tipo de movimientos?	Objetivo general sobre la tribu urbana	La diversión , aunque también es un gran factor económico	Darse a conocer y dar un mensaje positivo de vida compartiendo culturas diferentes	Su desarrollo dentro la de la sociedad y la búsqueda de la visibilidad de su grupo antes los demás	El movimiento cosplay busca dar a conocerse socialmente sus gustos y cultura mientras se divierten
¿Cree usted que el tener gustos fuera de lo común para la mayoría aísla de cierta forma a estos jóvenes?	Aislamiento en los jóvenes	En ocasiones si, debido a que aún existe mucha falta de conocimiento que impide a estos jóvenes de tener un lugar para reunirse y compartir	Años atrás podríamos indicar que si existía este aislamiento debido a considerarlos "raros" sin embargo en la actualidad tiene una gran aceptación	Al principio era una practicada muy estigmatizada y que se mantenía en secreto para evitar las burlas y el , sin embargo en la actualidad eh presenciado como es socialmente aceptado	Al principio del movimiento cosplay en el país había discriminación por falta de conocimiento pero actualmente están socialmente aceptados

<p>¿Cree que se puede llegar a sentir admiración por personajes ficticios?</p>	<p>Cosplay como forma de admiración</p>	<p>Totalmente, el Cosplay se basa en eso, todos los Cosplayers tenemos personajes a los que admiramos siendo parte de la fantasía.</p>	<p>Claro que sí. Es natural que exista una gran admiración a personajes de ficción. Cómo héroes de cómics y anime</p>	<p>Totalmente, cada persona tiene sus héroes personales sobre todo en el mundo del entretenimiento, es una sensación muy válida</p>	<p>El cosplay se basa en la admiración a personajes de ficción y esto es completamente normal y saludable</p>
<p>¿Piensa que hay una edad límite para que una persona disfrute de un pasatiempo como el cosplay?</p>	<p>Limites en el cosplay</p>	<p>No hay una edad límite, diría que son más notorio las edades donde se fortalecen desde la juventud hasta la adultez donde con la experiencia. Se vuelven profesionales</p>	<p>No existe límite de edad, cualquier pasatiempo pueden realizarlo niños, jóvenes, adultos eh incluso adultos mayores.</p>	<p>Para nada, algo admirable de la comunidad cosplayer es que no existen límites para la interpretación de un personaje</p>	<p>No hay edad ni ningún tipo de límite en la apariencia del cosplayer para no hacer cosplay debido a la diversidad de estos.</p>
<p>¿Cree que el cosplay es una buena forma de desesterarse de la vida cotidiana con actividades artísticas?</p>	<p>Cosplay como terapia anti estrés</p>	<p>Totalmente, es un hobby que a pesar de tener un comercio interno se hace por placer, cómo una forma de relajarse</p>	<p>Evidentemente, en el Cosplay se desarrollan varios tipos de actividades artríticas, incluso esto abre paso a un nuevo tipo de terapia que se desarrollan a través del arte</p>	<p>Es el meollo de todo lo que implica ser parte de esta tribu urbana , en su origen en Japón ser Otaku es la principal forma de salir de una vida llena exigencias</p>	<p>El cosplay como cualquier hobby tiene la capacidad de relajar y dar sensación de autorrealización</p>
<p>¿Piensa usted que realizar estas actividades artísticas y</p>	<p>Cosplay como forma de desarrollo personal</p>	<p>Exactamente, hay personas que han desarrollado habilidades artísticas como la</p>	<p>Sí, las personas a través del arte pueden plasmar sus emociones y pensamientos</p>	<p>Sí, en absolutos. , la vida de las personas deben ser productivas y muy pocas veces uno</p>	<p>El cosplay debido a las diferentes actividades artísticas que maneja ayuda al</p>

<p>compartirlas con amigos ayuda al desarrollo integral de las personas?</p>		<p>actuación, dibujo, artes plásticas, estilismo, baile, diseño, confección, Etc.</p>	<p>internos, dando una motivación positiva para sí mismo</p>	<p>busca el crecimiento del alma que se desarrolla mediante la alegría y la realización</p>	<p>desarrollo integral de las personas</p>
<p>¿Considera que el tomar en cuenta las preferencias de los jóvenes pertenecientes a esos movimientos para brindarles productos cosplays los hace sentir más valorados socialmente?</p>	<p>Emprendimiento beneficioso para la tribu de los Cosplayers</p>	<p>Totalmente. , siento que hay un mercado en gran potencia. Debido a que el Cosplay ha llegado para quedarse, estos proyectos serían algo realmente inclusivos</p>	<p>Considero que sí. Daría un sentimiento de satisfacción y motivación , además de un alza de autoestima de quien se siente más cómodo usando cosplays</p>	<p>Gracias al mercado estos pueden llegar a sentirse con valor social y es algo positivo pues mientras exista un nicho de mercado destinado para ellos</p>	<p>El comercio destinado a los Cosplayers les da una sensación de valor social y los motiva a seguir dentro del cosplay</p>

4.2.2. Conclusiones (Entrevista)

Las tribus urbanas han existido desde siempre debido al deseo de los jóvenes de ser parte de un grupo social para sentirse validados y compartir sentimientos y gustos, lo que los ayuda a desarrollarse como individuos y desenvolverse dentro de grupos sociales siendo las bases para encontrar su identidad, uno de los cuales suele ser conocido dentro del ámbito local, es conocido como la tribu urbana de los frikis los cuales desde hace una década buscan su reconocimiento como parte de la cultura de los ambateños y buscando su propio crecimiento y desarrollo.

El movimiento cosplay, perteneciente a la tribu urbana de los frikis, busca dar a conocer socialmente sus gustos y cultura mientras se divierten, no obstante al principio del movimiento cosplay en el país había discriminación por falta de conocimiento lo que provoco un inicio y desarrollo lento, sin embargo actualmente están socialmente aceptados y gracias a la globalización y redes sociales ha crecido inmensamente con el paso de los años hasta ser un porcentaje de población considerable, esto se basa en la admiración a personajes de ficción, representándolos a través de vestimenta y performance, lo que según profesionales puede considerarse una actividad completamente normal y saludable, debido a que rompe con estigmas sobre la apariencia de los miembros de esta comunidad, no hay edad ni ningún tipo de límite en la apariencia del cosplayer para no hacer cosplay debido a la diversidad de estos.

El cosplay como cualquier hobby tiene la capacidad de relajar y dar sensación de autorrealización, ayudando a las personas a desconectar del estrés de la vida cotidiana realizando actividades artísticas como el diseño, maquillaje, actuación y muchas veces

confección siendo parte de un saludable desarrollo interpersonal, es igual que cualquier grupo social desea ser parte del mercado que lo rodea, el comercio destinado a los Cosplayers les da una sensación de valor social y los motiva a seguir dentro del cosplay.

4.2.3. Conclusión (Encuestas)

1. ¿Cuántos años lleva haciendo cosplay?

Respuestas

Figura 26. Pregunta 1

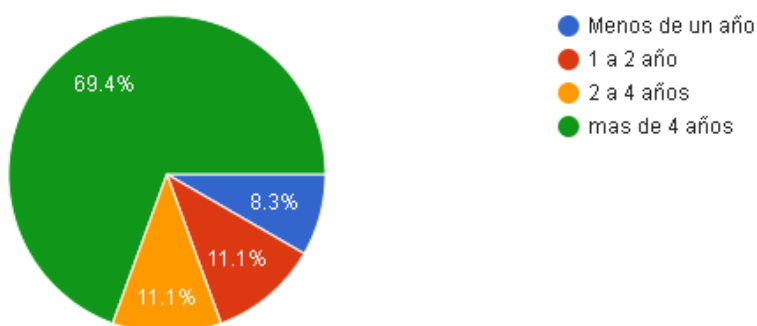


Tabla 8. Pregunta 1

	MENOS DE 1	1 A 2 AÑOS	2 A 4 AÑOS	MÁS DE 4	Total
PERSONAS	3	4	4	25	36
PORCENTAJE	8.3%	11.1%	11.1%	69.4%	100%

Interpretación

El resultado muestra que un 69.4% de las cosplayer encuestadas empezaron hace más de cuatro años, un 11.1 % empezaron hace dos a cuatro años, igual que un 11.1% que

empezaron hace uno o dos años y solo el 8.3% empezaron hace menos de un año

Conclusión

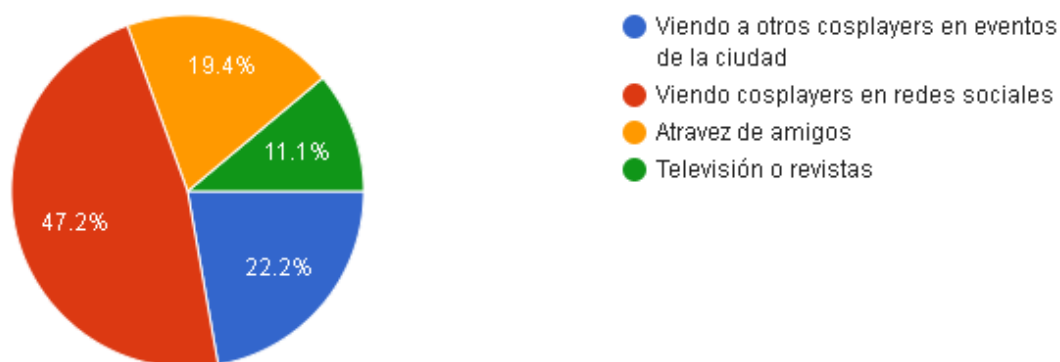
De acuerdo con el resultado, casi el total de los Cosplayers empezaron hace más de cuatro años, lo cual se muestra como un resultado positivo para la investigación, pues muestra que el cosplay es un pasatiempo que no se deja rápidamente y perdura con el pasar de los años que asegura que seguirán consumiendo los productos por muchos años más.

Preguntas:

2.- ¿Cómo conoció el cosplay?

Respuestas

Figura 27.Pregunta 2



	EVENTOS	REDES SOCIALES	AMIGOS	TELEVISIÓN	Total
PERSONAS	8	17	7	4	36

PORCENTAJE	22.2%	47.2%	19.4%	11.1%	100%
-------------------	-------	-------	-------	-------	------

Tabla 9.Pregunta 2

Interpretación

El resultado muestra que un 47.2% de los Cosplayers tuvo su primer contacto en redes sociales, el 22.2% lo tuvo viendo a otros en eventos, el 19.4% con sus amigos y solo el 11.1% en la televisión

Conclusión

De acuerdo con el resultado, la mayoría de los Cosplayers fueron inspirados a participar del cosplay a través de ver a otros en redes sociales, lo que muestra la gran influencia que tienen estos sobre los gustos de los jóvenes teniendo esta como principal herramienta no solo para acercarse a estos sino también para atraer más mercado en beneficio al proyecto, también que muchos conocieron el cosplay en personas o por amigos, lo que también muestra que está aún sigue teniendo un valor publicitario si los clientes recomiendan un buen producto a sus conocidos y personas que quieran entrar al cosplay.

Pregunta:

3. ¿Qué es lo que más disfrutas de ser cosplayer?

Respuesta:

Figura 28.Pregunta 3

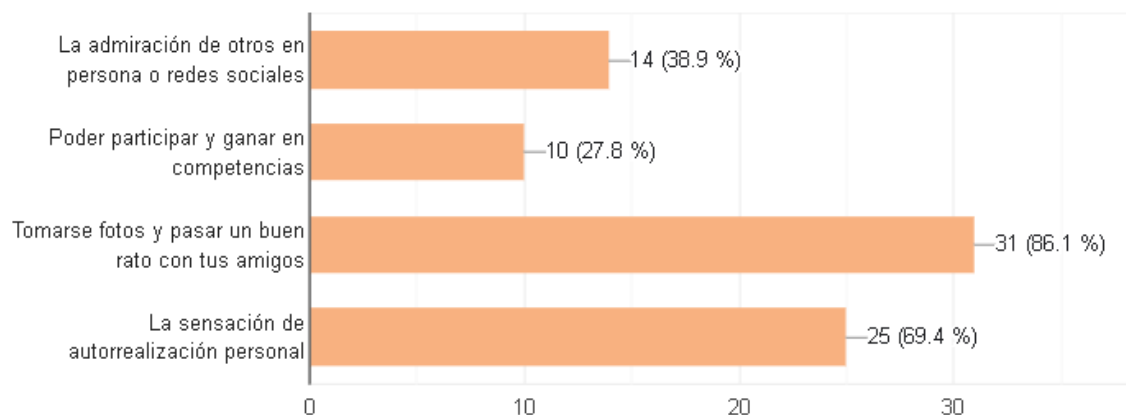


Tabla 10.Pregunta 3

	SER ADMIRADO	GANAR COMPETENCIAS	FOTOS Y AMIGOS	AUTORREALIZACIÓN	Total
PERSONAS	14	10	31	25	36
PORCENTAJE	38.9%	27.8%	86.1%	69.4%	

Interpretación

El resultado muestra que un 86.1 % de los encuestados disfrutan sus trajes más por fotos en redes sociales y pasar tiempo con amigos, un 69.4% lo hacen por realización personal, un 38.9 % por ser admirado por otros y solo un 27.8% lo usan con fines competitivos.

Conclusión

De acuerdo con el resultado, la mayoría de los Cosplayers disfrutan que sus cosplays sean llamativos para fotos y cómodos para pasar con sus amigos, dándonos un margen sobre qué es lo que mayormente buscaran los clientes, ya que no es necesario paga por detalles innecesarios como los que si serian valiosos si fueran cosplays competitivos.

Pregunta:

4. ¿En tu tiempo como cosplayer, cuantos personajes haz realizado?

Respuesta:

Figura 29.Pregunta 4

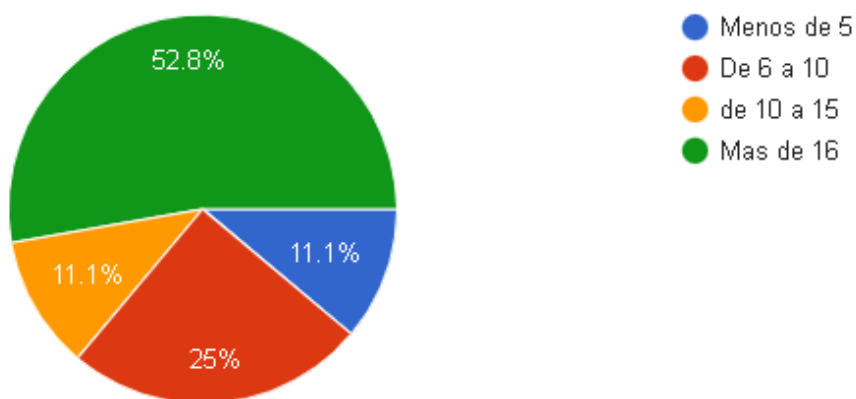


Tabla 11.Pregunta 4

	MENOS DE 5	DE 6 A 10	DE 10 A 15	MÁS DE 16	Total
PERSONAS	4	9	4	19	36
PORCENTAJE	11.1%	25%	11.1%	52.8%	100%

Interpretación

El resultado muestra que un 52.8 % de las Cosplayers han realizado más de 16 trajes a lo largo de su tiempo dentro de la tribu urbana, el 11.1 % tienen de 10 a 15 cosplays, el 25% de 6 a 10 trajes y solo el 11.1% tienen menos de cinco trajes realizados

Conclusión

De acuerdo con el resultado, más de la mitad de Cosplayers tienen más de 16 cosplays, número positivo desde el punto de vista comercial, debido a que muestra como los Cosplayers ven necesario el tener muchos trajes, lo que asegura compras constantes a diferencia del 11.1% que es un porcentaje mínimo de lo que se quedan con pocos trajes

Pregunta:

5. En lo que queda del año 2022; tienes planes de realizar más cosplays?

Respuesta:

Figura 30. Pregunta 5

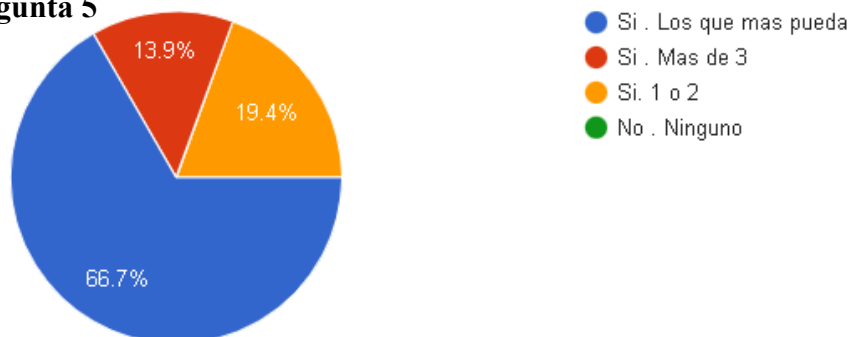


Tabla 12 - .Pregunta 5

	LOS MÁS POSIBLE	MÁS DE 3	1 O 2	NO	Total
PERSONAS	24	5	7	0	36
PORCENTAJE	66.7%	13.9%	19.4%	0%	100%

Interpretación

El resultado muestra que un 66.7% de los Cosplayers aspiran a realizar la mayor cantidad posible de trajes este año, mientras que el 19.4% solo desean realizar uno o dos, El 13.9% más de tres cosplays y un 0% decidió no hacer más cosplays este año.

Conclusión

De acuerdo con el resultado, la mayoría de las Cosplayers buscan hacer la mayor cantidad de cosplays posibles al año, como un deseo de innovación y de mantener el hobby a lo largo de los meses, una respuesta excelente para la investigación, pues garantizaría clientes ansiosos de adquirir varios productos y de forma contante a lo largo

del año, acotando el resultado de que un 0% menciona que no haría más cosplays dando la respuesta que es casi imposible que un cosplayer decida abandonar el desarrollo de personajes.

Pregunta:

6. ¿Qué uso le das a tus cosplays?

Respuesta:

Figura 31.Pregunta 6

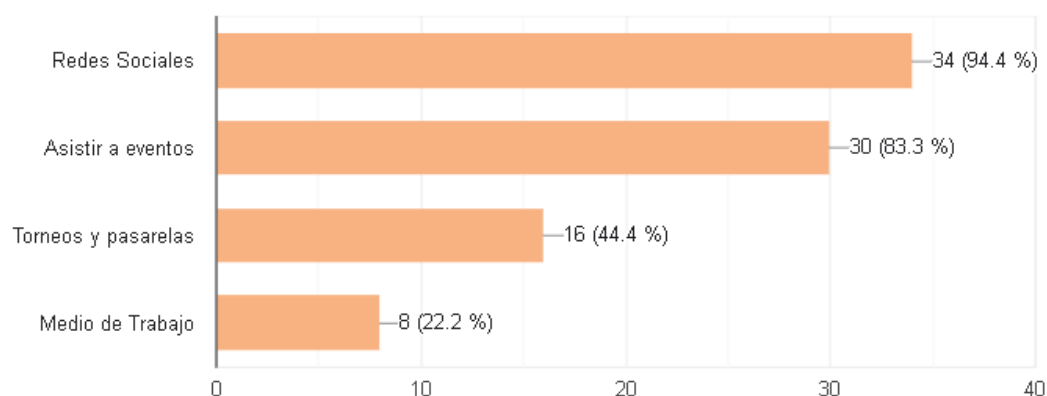


Tabla 13.Pregunta 6

	REDES SOCIALES	EVENTOS	TORNEOS	MEDIO DE TRABAJO	Total
PERSONAS	34	30	16	8	36
PORCENTAJE	94.4%	83.3%	44.4%	22.2%	-

Interpretación

El resultado muestra que un 94.4% de las Cosplayers obtienen sus cosplays para mostrarlos en redes sociales, el 83.3% para eventos en la ciudad, mientras que casi la mitad el 44.4% los usan para torneos y por ultimo solo el 22.2% como un medio de trabajo.

Conclusión

De acuerdo con el resultado, casi el 100% de las cosplayer ven a las redes sociales como medios para mostrar sus trabajos, siendo un dato importante a la hora de promocionar el producto en estos medios, en cambio un porcentaje un poco menor los adquiere para eventos y torneos, al saber este dato ayuda con el análisis de mercado pues se sabrá que siempre previo a un evento las ventas de estos aumentaran y se pueden realizar trajes

cómodos como competitivos

Pregunta:

7. ¿Qué tipo de cosplay prefieres?

Respuesta:

Figura 32.Pregunta 7

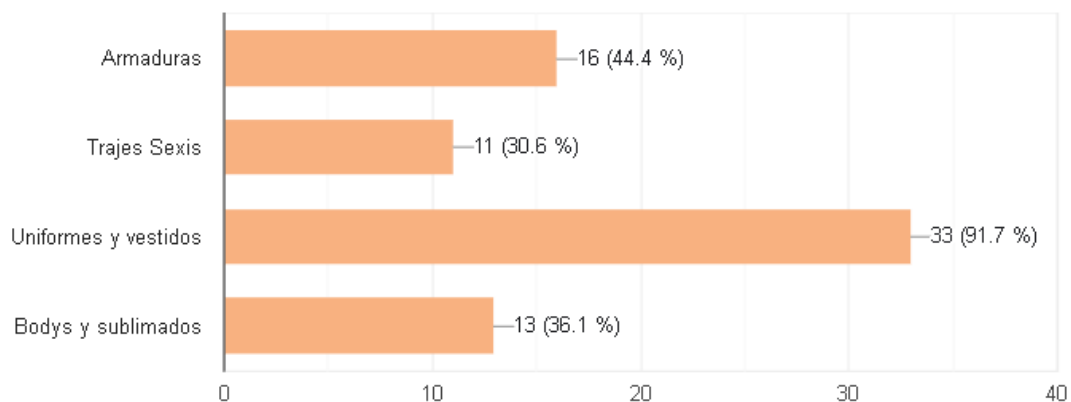


Tabla 14.Pregunta 7

	ARMADURAS	TRAJES SEXIS	UNIFORMES/VESTIDOS	BODYS Y SUBLIMADOS	Total
PERSONAS	16	11	33	13	36
PORCENTAJE	44.4%	30.6%	91.7 %	36.1%	-

Interpretación

El resultado muestra que un 91.7% de las Cosplayers prefieren los uniformes y vestidos como sus trajes recurrentes cuando planean sus nuevos cosplays, también un 44.4% se inclinan por armaduras, un 36.1% por bodys y el menor porcentaje solo un 30.6% por vestuario sexi dentro del cosplay.

Conclusión

De acuerdo con el resultado, casi el 100% de las cosplayer prefieren el uso de uniformes escolares o vestidos a la hora de usar cosplay, esta nos da la respuesta de cual será

nuestro producto estrella, pues será el más solicitado, aunque los otros tipos de cosplays como bodys y armaduras también son solicitados, estos son adquiridos por un grupo minorista de Cosplayers, la lencería cosplay a pesar de ser la categoría más baja igual tiene un grupo objetivo al que se podría enfocar bajo pedido.

Pregunta:

8. ¿Por qué personaje te inclinas a la hora de elegir un nuevo cosplay?

Respuesta:

Figura 33. Pregunta 8

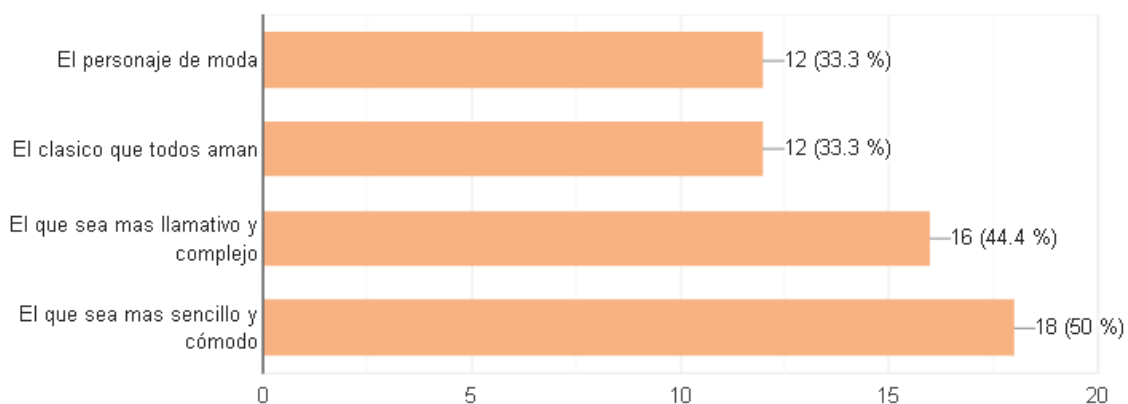


Tabla 15.Pregunta 8

	DE MODA	CLÁSICO	COMPLEJOS	CÓMODO	Total
PERSONAS	12	12	16	18	36
PORCENTAJE	33.3%	33.3%	44.4 %	50 %	-

Interpretación

El resultado muestra que el 50% de los Cosplayers prefieren usar trajes cómodos y prácticos, el otro 44.4% trajes complejos, mientras que un 33.3% prefiere personajes de moda y otro 33.3% cosplays de personajes clásicos

Conclusión

De acuerdo con el resultado, los porcentajes entre las diferentes opciones fueron bastante parejos, resaltando un poco más los que describían características de la vestimenta antes que el origen del personaje, pudiendo demostrar que el rango de personajes puede ser variado entre clásicos y nuevos mientras el diseño cumpla con las necesidades del cliente, entre trajes complejos y sencillos los resultados son similares ya que los Cosplayers disfrutaban de igual forma de ambos tipos.

Pregunta:

9. ¿Considera que las tiendas de disfraces son apropiadas para conseguir sus cosplays?

Respuesta:

Figura 34.Pregunta 9

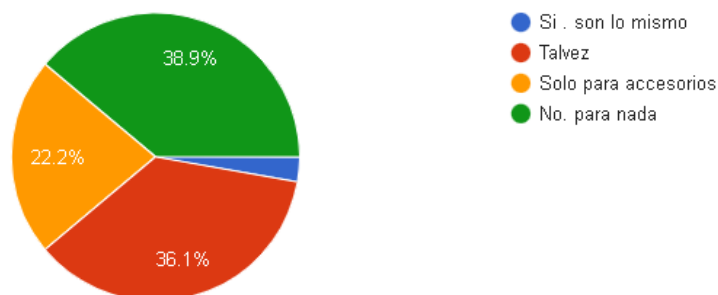


Tabla 16.Pregunta 9

	SON LO MISMO	TALVEZ	ACCESORIOS	NO	Total
PERSONAS	1	13	8	14	36
PORCENTAJE	2.8%	36.1%	22.2 %	38.9 %	100%

Interpretación

Los resultados de la encuesta muestran como el 38.9% de las Cosplayers niegan completamente que las tiendas de disfraces son apropiadas para la compra de cosplays, mientras un 36.1% creen que podrían ser una opción o solo para accesorios como

confirma el 22.2% y solo el 2.8% cree que el cosplay y los disfraces son lo mismo.

Conclusión

De acuerdo con el resultado, las Cosplayers afirman que las tiendas de disfraces no son apropiadas para el cosplay, pues no creen que sean lo mismo y no se podría adquirir trajes cosplays como tal, pero debido a la carencia de otros lugares para adquirir dichos artículos podrían considerarlos tal vez o solo para accesorios.

Pregunta:

10. ¿Ha tenido problemas con trajes comprados en línea o realizado por costureras sin conocimiento en cosplay?

Respuesta:

Figura 35.Pregunta 10

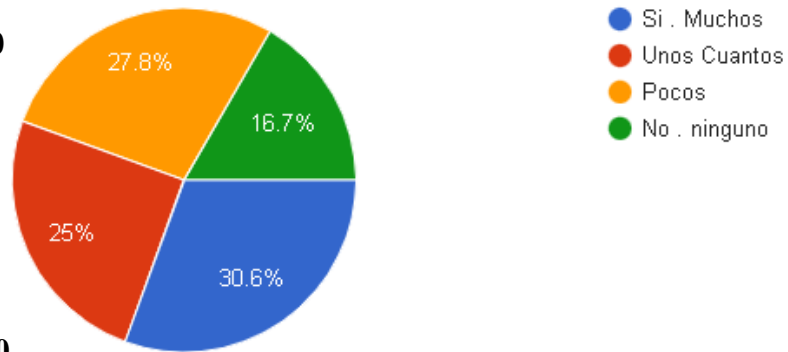


Tabla 17. Pregunta 10

	MUCHOS	UNOS CUANTOS	POCOS	NINGUNO	Total
PERSONAS	11	9	10	6	36
PORCENTAJE	30.6%	25%	27.8 %	16.7 %	100%

Interpretación

Las Cosplayers respondieron que solo el 16.7% no ha tenido problemas con las compras de sus cosplays mientras el 27.8% afirma haber tenido pocos problemas o unos cuantos

como dice el 25% y el 30.6% considera que estos problemas son demasiados

Conclusión

De acuerdo con el resultado, la gran mayoría de Cosplayers han tenido problemas cuando compran sus cosplays, debido a las dificultades que les pone el mercado y el poco conocimientos de muchas confeccionistas sobre el cosplay y aunque las malas experiencias varían de muchas a muy pocas sigue siendo un problema general lo que esta investigación pretende solucionar

Pregunta:

11. En caso de tener problemas con trajes comprados ¿Cuáles son más frecuentes?

Respuesta:

Figura 36.Pregunta 11

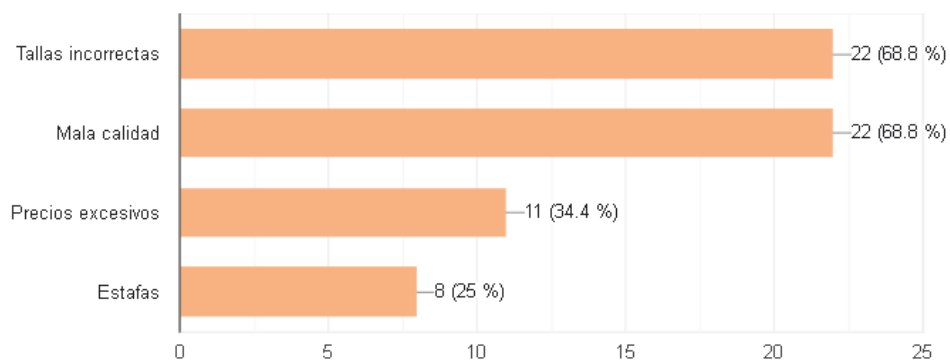


Tabla 18.Pregunta 11

	TALLAS	CALIDAD	PRECIOS	ESTAFAS	Total
PERSONAS	22	22	11	8	32
PORCENTAJE	68.8%	68.8%	34.4 %	25 %	100%

Interpretación

Según los resultados de la encuesta el 68.8% de los Cosplayers afirman tener problemas con las tallas cuando adquieren sus cosplays y el mismo porcentaje de 68.8 también tener problemas con la mala a calidad del producto y materiales, el 34.4% ha tenido problemas con los precios altos en relación con la calidad del producto y un 25% con estafas.

Conclusión

De acuerdo con el resultado de esta pregunta para las Cosplayers con problemas a la hora de adquirir cosplays la mayoría cuentan con problemas por tallas y calidad, ya que al ser productos considerados disfraces para muchos se hacen con tallas generales y telas baratas, causando que las Cosplayers reciban un producto que no se adapta a su cuerpo o a la representación del personaje, también existe el problema de ser patrones no usuales por lo que se suelen inflar el precio o muchas veces no son vendedores serios y terminan estafando a los Cosplayers. Todos estos son problemas que aspira a solucionar el proyecto

Pregunta:

12. ¿Qué costo estaría dispuesto a pagar por un cosplay detallado y de buena calidad?

Respuesta:

Figura 37.Pregunta 12

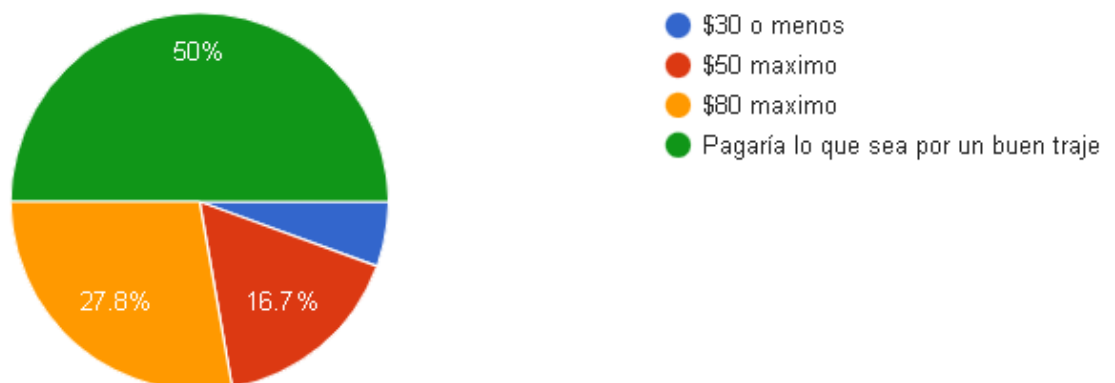


Tabla 19.Pregunta 12

	MENOS DE 30\$	50\$ MÁXIMO	80\$ MÁXIMO	PAGARÍA LO QUE SEA	Total
PERSONAS	2	6	10	18	36
PORCENTAJE	5.6%	16.7%	27.8 %	50 %	100%

Interpretación

Según los resultados de la encuesta el 50% de las Cosplayers estarían dispuestas a pagar lo que fuera (aun si el costo es elevado) por un cosplay que cumpla sus expectativas, un 27.8% estaría dispuesto a pagar hasta 80\$, un 16.7% hasta 50\$ y solo un 5.6% considera que podría gastar hasta 30\$ como máximo.

Conclusión

De acuerdo con los resultados de la encuesta el 50% de las Cosplayers estaría dispuestas a pagar precios altos por un producto bien confeccionado y con calidad, mientras un 44.5% está dispuesto a pagar valores altos por ellos. Lo que para el proyecto es una gran ventaja, ya que para ofrecer una buena calidad los costos se elevan y los Cosplayers son un grupo objetivo que comprende el valor de esto y no tiene problemas con pagarlo teniendo buena acogida económica.

Pregunta:

13. ¿Qué método consideras el mejor a la hora de comprar un cosplay?

Respuesta:

Figura 38.Pregunta 13

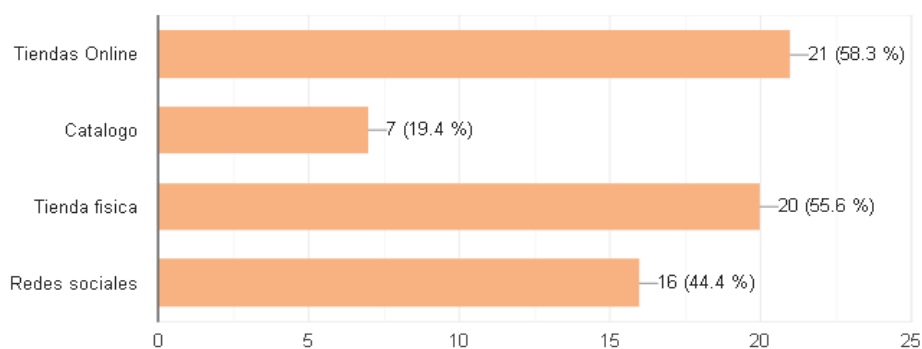


Tabla 20.Pregunta 13

	TIEND A ONLIN E	CATALOG O	TIEND A FÍSICA	REDES SOCIALE S	Tota l
PERSONAS	21	7	20	16	36
PORCENTAJ E	58.3%	19.4%	55.6%	44.4 %	100 %

Interpretación

Según los resultados de la encuesta el 58.3% de las Cosplayers prefieren tiendas online

para comprar sus trajes, seguidas del 55.6% que prefieren tiendas físicas también un 44.4% prefieren usar las redes sociales para realizar las compras y solo el 19.4% prefieren en catálogos de compra

Conclusión

De acuerdo con los resultados más de la mitad de las Cosplayers prefieren compras en línea por la facilidad a la hora de ver a detalle y comparar productos y precios desde la comodidad de su casa, pero con la confianza de la existencia de una tienda física donde podrían visitarla y conocer la calidad del producto previa a su compra, información valiosa para la investigación a la hora de saber porque medios las ventas tendrán mayor recepción de los clientes

Preguntas:

14. ¿Considera que sería beneficioso para usted poder conseguir cosplays profesionales, de buena calidad, tallas correctas y buen precio, en su propia ciudad?

Respuestas

Figura 39.Pregunta 14

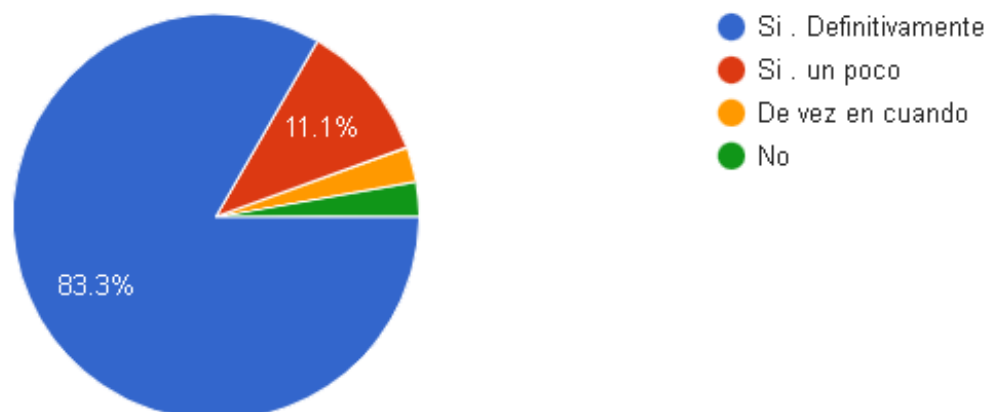


Tabla 21.Pregunta 14

	SI	UN POCO	A VECES	NO	Total
PERSONAS	30	4	1	1	36
PORCENTAJE	83.3%	11.1%	2.8%	2.8%	100%

Interpretación

El resultado mostrado por la encuesta indica que el 83.3% de las Cosplayers encuestadas consideran definitivamente positivo el tener un lugar donde pueda conseguir cosplays con una confección de calidad pensada en sus necesidades, un 11.1% indica que le sería un poco útil, un 2.8% afirma que pocas veces necesitaría este servicio igual que un 2.8% no lo ve beneficioso.

Conclusión

De acuerdo con el resultado. Casi el total de las Cosplayers ven factible y sumamente beneficioso la idea de un emprendimiento de colecciones cosplay que busquen satisfacer sus necesidades las cuales son las bases del proyecto propuesto en la tesis y la comunidad acepta abiertamente.

CAPÍTULO V

5. TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN

5.1 Cronograma de producción

Se conoce como cronograma de producción a la herramienta que permite representar de forma gráfica la puntualización de acciones que crean los ejes de operación de las labores y las fechas de inicio y desarrollo hasta su final, en la que el proceso para la conclusión de una tarea debe realizarse, estas características la convierten en una guía de gran valor e indispensable para la dirección de una empresa.

Dentro del mercado vestimentario, es importante que las actividades se cumplan de acuerdo a las proyecciones que se pretende lograr para su entrega a los clientes, teniendo un plazo para su confección y pulido, puesto que si no se prevén factores externos como recursos humanos o la disponibilidad de materiales, mantenimiento en maquinaria, tiempo de producción y de entrega, el sistema total se verá afectado impidiendo que el proyecto que se planificó se cumpla en los tiempos indicados, esto desde la compra de los materiales hasta su publicidad y venta al público.

Tabla 22 - Cronograma de producción

ANÁLISIS TIEMPO-SEMANAS

FASES	ETAPAS	DISEÑO	Mayo				Junio				Julio				Agosto	
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
		COSPLAY														
Pre-Producción	Investigación	Tendencias en personajes de ficción, necesidades a cubrir, grupo objetivo.	1	2	3	4										
	Diseño	Bocetaje e ilustración de las propuestas de cosplays a realizar					1	2	3	4						
	Patronaje	Especializado con siluetas variadas									1	2				
	Diseño	Detalles y accesorios											1	2		

Producción	Sublimados	Textiles enterizos						
	Corte	Piezas en materiales textiles de hilo y licra						
	Ensamblaje	Armado de prendas en maquinaria manual.						
	Prueba de tallaje	Verificación de correcto armado sobre modelos						
	Detalles finales	, Colocación de detalles finales, cintas y bordados						
	Accesorios	Armado de complementos						

Postproducción	Terminados	Pulido y etiquetado.						
	Control de calidad	Verificar detalles constructivos.						
	Sesión fotográfica	Cosplays usados por modelos						
	Catálogo	Edición de presentación digital de colección.						
	Empaquetado	De acuerdo con la marca.						
	Distribución y venta	Cosplays listos para usarse de personajes						

5.2. Control de calidad

El control de calidad es una práctica utilizada por todas las compañías para verificar la calidad de los productos que realizan o los servicios que brindan, valorando de este modo si estás están acordes a los estándares que maneja la empresa, es decir si satisface de manera óptima el objetivo de su creación, para de esta forma conseguir una mejora constante en los procesos y buscando que sus métodos de producción tengan un margen de calidad general y no bajen de estos. Este proceso se realiza con el objetivo final de satisfacer los estándares del cliente al momento de utilizar el artículo por el cual pago. Debido a que si el cliente no está conforme con su producto es muy probable que no recomiende el producto por su baja calidad y la imagen de la marca obtendrá críticas negativas y podría significar un progreso nulo, hasta un cierre de empresa . (Silva, 2021)

Durante el desarrollo del presente proyecto de diseño de trajes cosplay, las medidas de control de calidad se tomarán en cuenta desde el momento de la adquisición de los materiales, posteriormente durante su confección, tras salir de la maquiladora y finalmente en los acabados y colocación de detalles estéticos , por lo tanto, se planteará un rastreo constante durante todas las fases de la manufactura de cada prenda y accesorios para comprobar su correcta ejecución, incluyendo los cuidados de la respectiva materia prima, desde el almacenamiento hasta el empaclado, finalizando en la venta del producto, adicional a esto se tiene presente las normas INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización) que serán dispuestas en el momento de necesitarlas.

5.2. Equipos e infraestructura necesarios para el proyecto



Figura 40. - Infraestructura para el proyecto vista 3D

Maquinaria

- Máquina Recta de costura Brother.
- Máquina Overlock 5 hilos Pegasus.

Equipos de oficina.

- Computador ASUS X455L. Series Intel.
- Intel(R) Core(TM) i5-5200U
- Softwares necesarios: Adobe Ilustrador, Adobe Photoshop

5.3. Requerimientos de mano de obra

El proceso de la confección y manufactura es posible mediante la utilización de los recursos humanos incluyendo un personal apropiado es decir con conocimiento y experiencia a la hora del manejo de maquinaria y herramientas necesarias para la producción de indumentaria especialmente en el desarrollo de trajes de fantasía y prendas similares cómo pueden ser los disfraces esto con el objetivo que al momento de desarrollar los trajes de cosplays cuenten con una experiencia previa que les ayude a confeccionarlos con mayor habilidad

Tabla 23 - Requerimiento de mano de obra

REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA		
Cantidad	Característica del Personal	Función
1	Diseñador de Moda	Creador de propuestas de trajes cosplays en tendencia
1	Patronador	Creación de moldes y piezas adicionales.
1	Cortador	Encargado del corte de Textiles.
1	Confeccionista	Materialización de prendas.
1	Diseñador gráfico	Creador de marca, packaging, etiquetas, marquillas.
1	Sublimador	Aplica técnicas de sublimación y estampado.
1	Empaquetador	
1	Vendedor	

5.4. Seguridad industrial y medio ambiente

Dentro de cualquier tipo de empresa existen diferentes tareas que pueden clasificarse dependiendo de su grado de complejidad, desde las que implican menor riesgo hasta las más arriesgadas para el personal, las de menor riesgo suelen ser realizadas de forma manual para los operarios y son por lo general las tareas sencillas y artesanales, puesto que se pueden hacer únicamente con mano de obra sin necesidad de maquinaria.

Aunque se usen diferentes medidas para la prevención de accidentes, siempre existe un porcentaje de accidentalidad que debe ser previsto por los empleadores, la salud mental y física del trabajador debe ser prioritaria, si es que lo que se busca es lograr un ambiente positivo de trabajo con fluidez y buen desempeño del personal, es obligación de la empresa estar pendiente de los diferentes riesgos que puede sufrir el personal al exponerse a las diferentes áreas donde labora y se expone desde el momento de su ingreso a las instalaciones (Ministerio de Industria y Energía., 2015)

En el libro *Técnicas de Prevención de Riesgos Laborales (2007)*, se mencionan puntos importantes a tener en cuenta para contar con una correcta prevención de riesgos a nivel general, que resultan de relevancia para un proyecto de fabricación de trajes cosplay, entre ellos:

- Promover la cultura de la prevención de riesgos.
- Disponer enfoques modernos en la organización de un proyecto.

- Fomentar la responsabilidad laboral con el fin de que se actúe con coherencia por cuenta propia y no por miedo a sanciones.
- Las responsabilidades son tanto del empleador como del empleado.
- El bienestar del obrero debe primar.
- Se deben proporcionar las condiciones mínimas de seguridad con el objetivo de garantizar un buen desempeño.

Por su parte, dentro del taller de los talleres de confección se deben tener cuenta las siguientes sugerencias:

- Uso del uniforme distintivo de un centro laboral.
- Uso correcto de herramientas de trabajo y de su sitio de almacenamiento.
- Uso consciente de la maquinaria y de sus mecanismos.
- Tener un botiquín de primeros auxilios.
- Conocimiento y obediencia de señaléticas de seguridad.
- Uso de mascarilla protectora en el rostro.
- En caso de tener cabello largo, debe mantenerse un peinado recogido.
- Cuidado de los bienes propios e institucionales.

Gestión Ambiental

Existen diferentes normas cuándo se trata de gestión ambiental, la norma ISO 14001 es una de las más conocidas y proporciona un nivel de estándares para la implementación de los sistemas encargados de la gestión ambiental.

Esta tiene como objetivo ayudar a organizaciones grandes, medianas y pequeñas a controlar o reducir los diferentes impactos ambientales que su producción puede crear durante sus actividades. El objetivo de mantener estos estándares es que las empresas se vuelvan más sustentables y desarrollen tecnologías más limpias con el medio ambiente, de esta forma cumpliendo las normativas ambientales vigentes.

En la sección cuatro: Contexto organizacional, se habla sobre la comprensión de las necesidades, el análisis del contexto en las empresas y las expectativas de interés, la determinación del alcance del SGA (Sistema de Gestión Ambiental) y basándose en estos aspectos, cuáles son las acciones que necesitan ser implementada para las mejoras dentro del ambiente laboral (14-15)

Las estrategias de gestión ambiental que plantea este proyecto son las siguientes:

- Apoyo al reciclaje. Esto mediante la reutilización de materiales, cómo pueden ser residuos no textiles de fábricas, prendas de segunda mano que aún mantengan una vida útil y residuos de tela que se pueden usar para la realización de detalles, evitando que estos se vuelvan basura y alarguen su vida útil.

- Reducción de intensidad de la energía utilizada en la producción de los trajes. Esto es realizable debido a que el cosplay al ser considerados moda lenta y no ser productos que son realizados en serie la utilización de máquinas se reduce a un par de horas a la semana.
- Reducción en la generación y dispersión de químicos tóxicos para el medio ambiente. Se optara por métodos más modernos como la sublimación que maneja tinturas no toxicas y evitando el uso de químicos que se utilizan para la serigrafía y tinturado que son tóxicos para el medio ambiente.
- Aumento del nivel de calidad del producto. Evitando que se vuelve a una prenda desechable tan rápidamente y con el debido cuidado sea perfectamente utilizable varios años.
- Evitando el uso de plásticos en empaques de venta y transporte. Se optara como una solución ecológica cambiar estas por bolsas con material textil que pueden ser reutilizadas dándole un valor adicional al producto y garantizando la disminución de residuos plásticos.

CAPÍTULO VI

6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1. Descripción del producto o servicio

Colección de indumentaria cosplay, pensada como un aporte social a la tribu urbana de los cosplayers Ambateños, un grupo caracterizado por el uso de vestimenta réplicas de sus personajes favoritos de la ciencia ficción y el anime, los que son utilizados como la representación de su admiración y una forma de integración dentro de este grupo de fanáticos. El objetivo de la colección es satisfacer las necesidades de este grupo a la hora de conseguir sus trajes para sus eventos y sesiones fotográficas, logrando conseguir en su propia ciudad un producto fiel al personaje, de buena calidad y con precios accesibles.

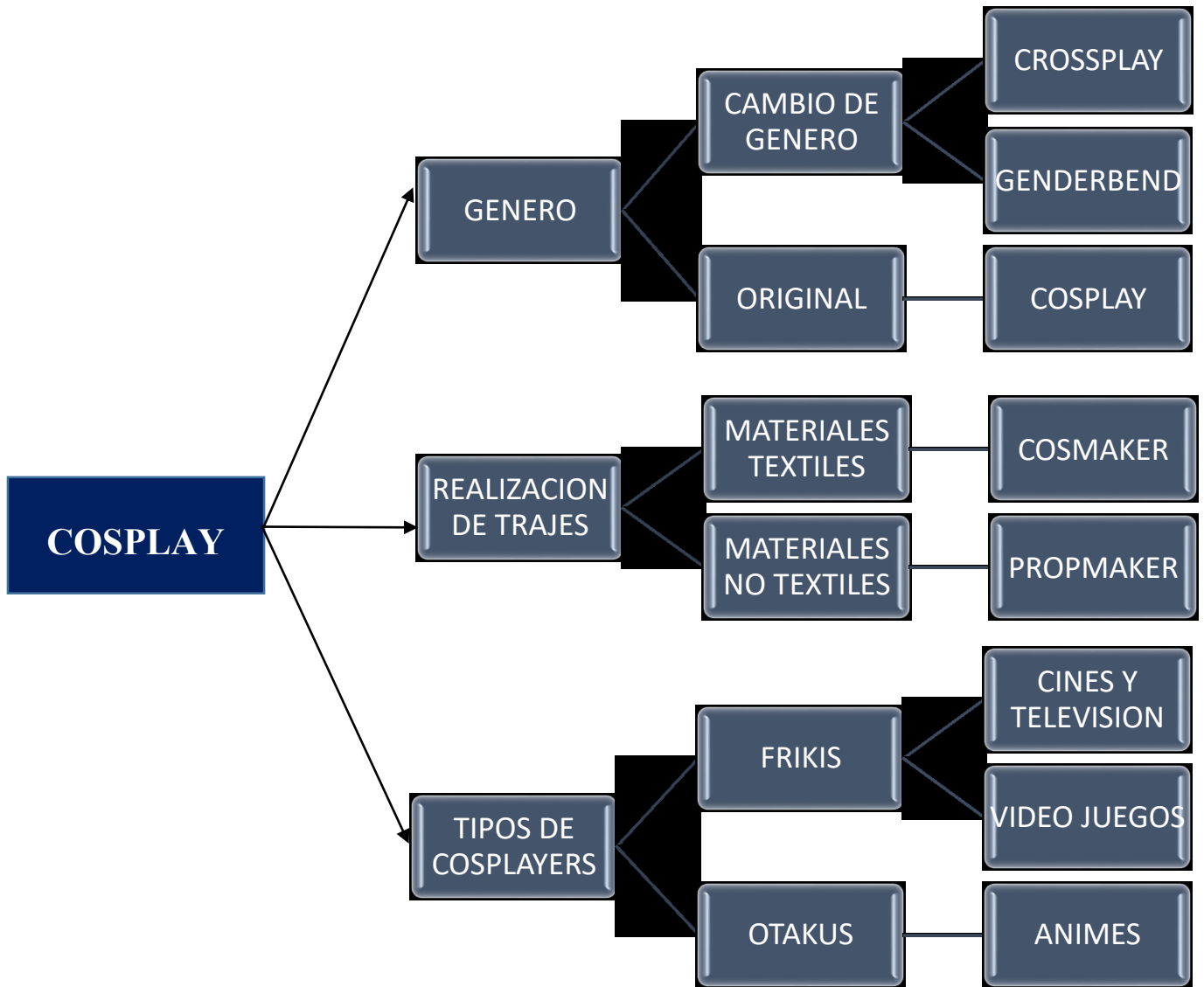
Detallados, cómodos y personalizados son algunas de las características que describen este proyecto, incluyendo como adicional aspectos como el ambiental y una conciencia sobre el mundo que nos rodea, por ende el producto resultante de esta investigación esta dirigida a mujeres, miembros de la comunidad cosplay en la ciudad de Ambato, con edades comprendidas entre los 18 y 28 años, un grupo objetivo clave a la hora de impulsar al comercio local, ofreciendo vestuarios completos cosplay que no solo tengan un fin económico sino también desarrollar y dar a conocer al público más sobre esta cultura.

La colección en desarrolló durante este proyecto fue inspirada por miembros de la comunidad friki y cosplayers, local e internacional, sin embargo se busca dar una esencia propia a la marca, con recursos como el uso de remanente de materiales y prendas en desuso,

la moda lenta y un estudio de mercado constante para siempre tener los personajes más solicitados por los cosplayers, estas son herramientas que permiten complacer las necesidades de un público que no había sido tomado en cuenta hasta el momento y da un gran valor social y cultural al producto.

Brain storming (lluvia de ideas)

Figura 41 *Lluvia de ideas*



6.2. Perfil del cliente.

La investigación presente tiene como grupo objetivo a usuarios con una edad entre los 18 y 28 años, perteneciente a la generación denominada millennials, con un nivel de educación superior de segundo, tercer o cuarto nivel, con una relativa independencia económica y residentes de la provincia de Tungurahua, específicamente de la ciudad de Ambato, con una personalidad alegre, activa e innovadora y un estilo de vida Moderno, libre y tecnológico muy apegados a las redes sociales y medios de entretenimiento digital, con intereses en la cultura pop internacional, la animación, los juegos, cine y televisión comprendidos dentro del mundo friki y geek. Usa su cuerpo y vestimenta como una forma de expresión, admiración y comunicación con otros miembros de su comunidad, expresando sus sentimientos con intensidad, estos son perteneciente a la tribu urbana de los cosplayers, frikis y otakus que contantemente se encuentran con el objetivo de dar a conocer más sobre su cultura y sus gustos a los que los rodean.

Según expresa la magíster Claudia Díaz, en su artículo “Entendiendo las generaciones: Una revisión del concepto, clasificación y características distintivas de los baby boomers, X y millennials” (2017) : los que son conocidos como Millennials pertenecen realmente a la generación “Y”, sin embargo llevan este nombre debido a que son la generación que experimentó los cambios al nuevo milenio, estos son hijos de los últimos “Baby boomers” y se volverán padres de la generación Z, se pueden definir como los nacidos dentro de los años 1980 y 2004 trascendiendo del siglo XX al siglo XXI, no obstante, es necesario aclarar qué las fechas de inicio a fin de las generaciones aún son muy ambiguas y éstas pueden cambiar dependiendo de la interpretación de algunos autores diferentes.

Segmentación

Como parte de la segmentación demográficamente los usuarios a los que va dirigido esta investigación se encuentran en un rango entre los 18 y 28 años de edad, mujeres, miembros de la comunidad cosplayer, con estado civil soltera, que residen dentro de la provincia de Tungurahua, específicamente en la ciudad de Ambato, en zonas urbanas pertenecientes a un estrato social medio y medio alto y pueden ser considerados con un perfil del consumidor vanguardista.

Perfil vanguardista

Se puede determinar cómo vanguardista al colectivo social que se diferencia por una apatía a los cánones tradicionales de vestimenta, estos se caracterizan por un tipo de pensamiento más moderno y evolucionado, donde el ser diferente a los demás y utilizar diseños poco tradicionales son lo que les da un sentimiento de originalidad y por consecuencia los hace buscar diferentes alternativas que produzcan cambios y corrientes alternas, este tipo de pensamiento se expresa no solo es su personalidad sino también en su forma de vestir, ajena a protocolos culturales clásicos. Las personas que pueden identificarse dentro de este perfil suelen inspirar su vestimenta en elementos externos de su cultura, mezclando culturas tradiciones extranjeras, prendas de modas y estilos variados y creando un nuevo concepto vestimentarios. Esto se caracterizan por siempre estar en auge a las nuevas tendencias aunque sean tendencias alternativas a la moda tradicional, esto incluyendo materiales y tecnologías diferentes, que pueden influenciar dentro de sus ideologías de imagen, estos no se consideran atados a la moda tradicional, ni a sus tendencias, más bien utilizan su vestimenta como una forma de expresión personal inspirada fuertemente por sus gustos y la comunidad a la que estos pertenecen (Jaramillo 2010)

Según las bases del presente proyecto, se puede determinar que el estilo de consumidor vanguardista es el más cercano a los cosplayers, debido a la tendencia de estos de dejar de lado la cultura latinoamericana a la que pertenecen y utilizar vestimenta inspirada en la cultura Oriental, Japonesa y coreana y en la cultura pop norteamericana, rechazando la vestimenta esperada por las tendencias de moda e inspirarse únicamente sus gustos y aficiones.

Segmentación actitud de compra

Este usuario puede considerarse como un comprador recolector y un comprador selectivo, pues no tiene una actitud de compra impulsiva, más bien su objetivo es comprar prendas con funciones específicas, estas pueden ser eventos, sesiones fotográficas, concursos o el placer de mostrar su traje en redes sociales, no tienen un distribuidor específico debido a que siempre están en busca de la mejor adaptación de vestuario y qué se acerque a su presupuesto, muchas veces prefiriendo trajes que puedan ser reutilizados para más de un personaje, al manejar compras específicas precisan tener cierta estabilidad financiera para hacer una gran compra y no muchas compras pequeñas, son completamente ajenos a las modas y tendencias sociales clásicas, si no buscan los artículos de moda dentro de las tendencias de nuevos personajes de la ciencia ficción y anime.

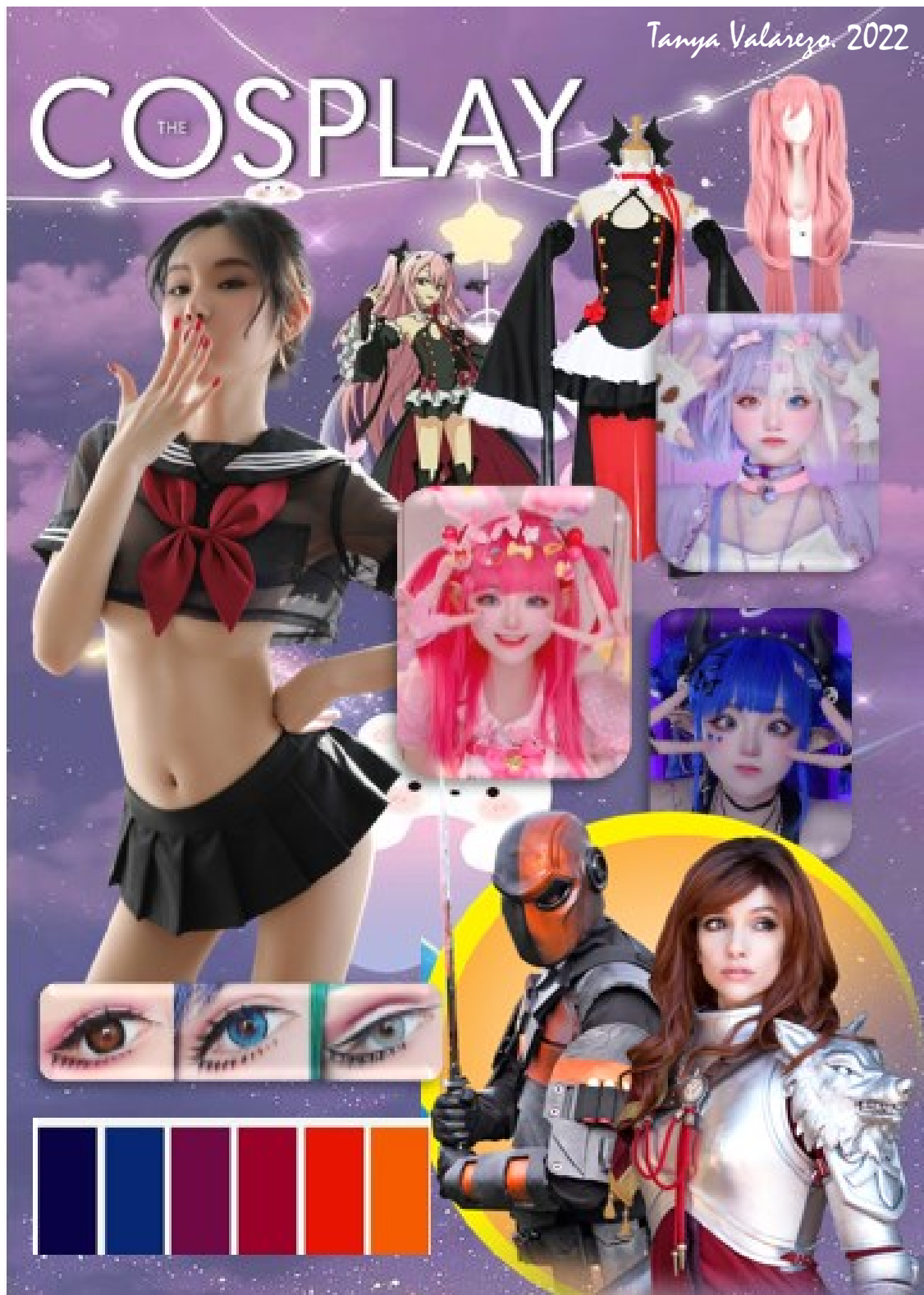


Figura 43 - *Diseño de marca*

Misión

LoliPop cosplay es una empresa que ofrece servicios y una calidad de producto a un nivel profesional, siendo capaces de cumplir con las expectativas de los cosplayers, ofreciéndoles lo mejor en trajes, contagiando de alegría a los clientes y empleados, mediante un buen trato y una asesoría de primera, sin dejar de lado nuestra esencia única de marca y estatus dentro de productos de calidad.

Visión

Proponer iniciativa en el mercado local, con liderazgo en los valores de respeto y entendimiento mutuo, mostrando que el jefe, el empleado y el cliente es iguales ante su comunidad. La gratitud, empatía y confianza son los principales valores empresariales, dando una imagen de confianza y amistad que rebase las expectativas del usuario, convirtiéndolo en un cliente fiel y sintiéndose parte de la familia de LoliPop Cosplay.

Filosofía

Fantasía. Cada individuo es libre de dejar la realidad monótona en que vive y un día ser un héroe de ficción, siendo valientes para demostrar una personalidad y gustos singulares, no obstante nunca olvidando las responsabilidades de la vida cotidiana y manteniendo el deseo de sobresalir como individuos en una sociedad posmoderna.

Concepto de marca

“La fantasía puede ser una realidad” mediante una vestimenta que ofrezca la posibilidad de convertirse en un héroe de ficción, se pretende cumplir con la fantasía de llegar a sentirse y verse como el personaje favorito del usuario apartándose de los cánones

de vestimenta clásicos y especializándose en diseños personalizados. Libertad, fantasía y modernidad son la esencia de la marca cuyo objetivo es atraer a los sectores sociales que utilizan su vestimenta para expresar sus gustos dentro de una tribu urbana específica. Estéticamente LoliPop Cosplay presenta propuestas basadas en los personajes de moda más solicitados por la cultura friki y otaku , información que se puede recibir estudiando las tendencias de consumo de estos, preparando trajes con detalles personalizados, que causan impacto a la vista y satisfacción al cliente, caracterizado por la estrecha relación del cosplayer y su cosplay .

ADN; LoliPop Cosplay

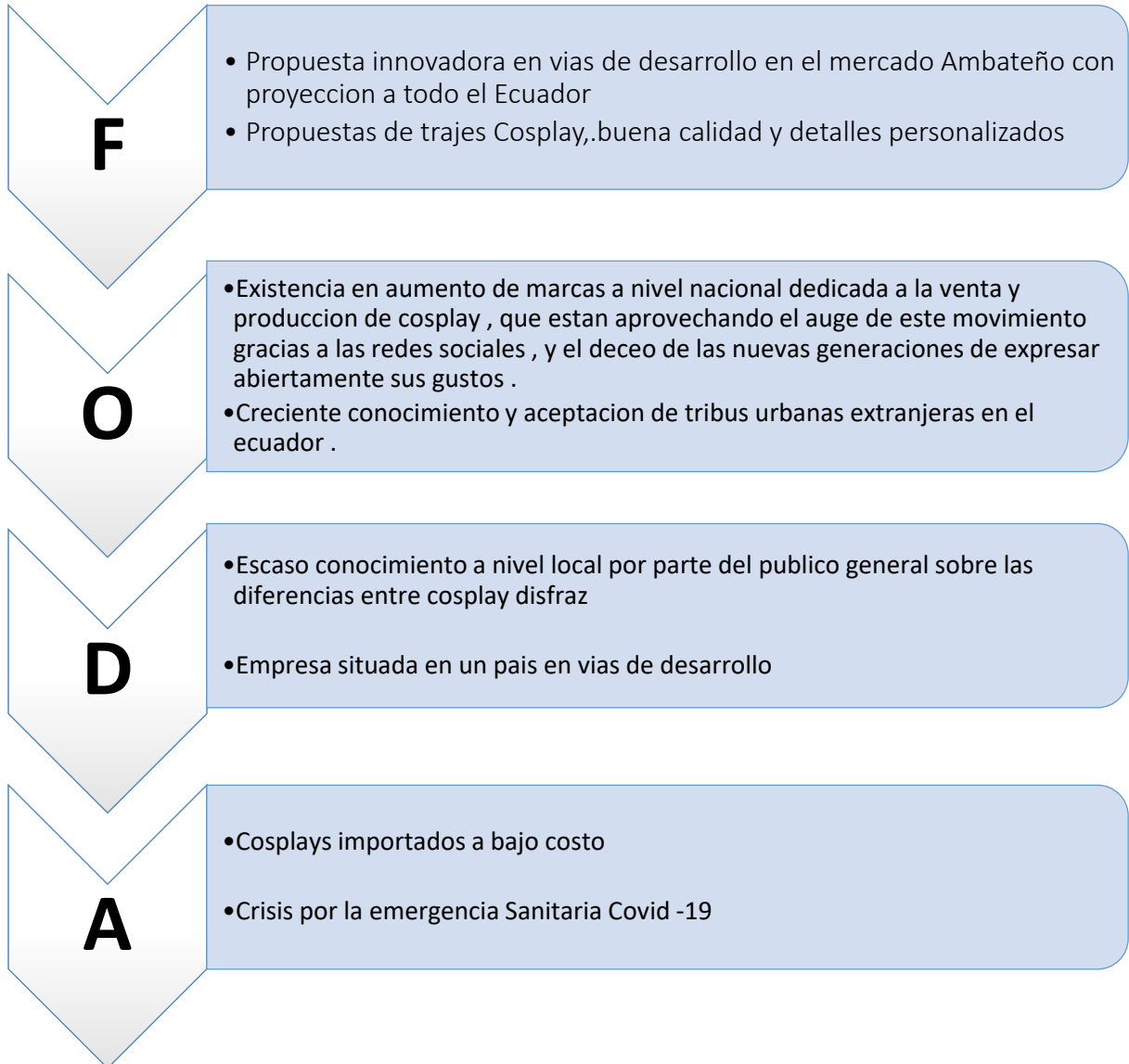
Concepto extraído de la canción llamada “Lollipop” del grupo musical norteamericano Chrodettes, cuya letra habla sobre la dulzura, gracias y carisma de las mujeres que brillan por su estilo único. Este tema armoniza perfectamente con la identidad de las mujeres de la tribu urbana de los cosplayers a quién va dirigida la marca. La primicia de esta es otorgar al usuario la sensación de que es parte de un grupo que lo acepta y lo respeta tal y como es y que está preparado para satisfacer las necesidades vestimenta áreas particulares que busca para expresarse sin miedo a brillar dentro de su comunidad. LoliPop cosplay busca demostrar la parte divertida y cool de ser cosplayer y lograr dar detalle y profesionalismo a las prendas que se utilizan demostrando que es más que un disfraz, todo lo contrario es una segunda piel que el usuario decide colocarse y expresarse mediante ella.

6.3. Descripción de la Marca

LoliPop Cosplay es una marca de moda fundada por Tanya Valarezo en el año 2022, cuyo objetivo es el desarrollo de trajes cosplay como producto estrella, además de accesorios y complementos que son utilizados por los miembros de esta tribu urbana es la realización de sus personajes, en busca de satisfacer las necesidades de un grupo invisibilizado por la sociedad y con un método de negocios que permita al usuario dar detalles personalizados a sus trajes, adaptándose a sus exigencias y permitiéndole vestir prendas y accesorios de buena calidad y de forma segura, se busca resaltar por su calidad, personalización y precio y de este modo ayudar al desarrollo de esta tribu urbana a nivel local.

La marca LoliPop Cosplay contara con un contante estudio de mercado, destinada a ofrecer alternativas de selección de producto manejando tres categorías: básicos, tendencias y personalizados.

Figura 44 - Análisis FODA



Comercialización

Estrategias de venta:

- Hacer partícipe al usuario sobre detalles en la confección de su cosplay.
- Mostrar el proceso de fabricación y fotografías para sus carpetas
- Márquetin de boca en boca.
- Detalles inesperados para clientes frecuentes.
- Experiencia de compra y diseño.
- Reunión con clientes.
- Convenios con Prosmakers y vendedores de pelucas para ofrecer combos.

Objetivos estratégicos.

- Comunicar la posición de Marca en el medio.
- Reforzar la imagen de Marca.
- Producir deseo por consumir la Marca.
- Detalles personalizados.
- Generar alianzas estratégicas con Cosplayers *influencers*.
- Generar fidelización mediante promociones y descuentos
- Hacer partícipe al cliente sobre el desarrollo de los trajes.

Plan de negocios modelo Canvas

Tabla 24 - Modelo Canvas

<p>8. SOCIOS CLAVE</p> <p>Ely C. Cosplay (Propmaker)</p> <p>Kino Shop (Distribuidor de lentes de contacto y pelucas cosplay)</p> <p>Diego Luzuriaga (Diseño gráfico y fotografía)</p>	<p>7. ACTIVIDADES CLAVE</p> <p>Diseño</p> <p>Confección de prototipo</p> <p>Prueba de vestuario</p> <p>Sesión fotográfica</p> <p>Promoción</p> <p>Venta</p>	<p>2. PROPUESTA DE VALOR</p> <p>Exclusividad</p> <p>Detalles</p> <p>Calidad</p> <p>Personalidad</p> <p>Comodidad</p> <p>Conceptual</p>	<p>4. RELACIONES CON CLIENTES</p> <p>Atención personalizada.</p> <p>Asesoría presencial, telefónica, redes sociales.</p> <p>Recopilación de información personalizada.</p> <p>Puntualidad de entrega.</p> <p>Interacción en redes sociales.</p>	<p>1.- SEGMENTO DEL CLIENTE</p> <p>Tipo de Cliente: Femenino – cosplayer</p> <p>Rango de edad: 18 a 28 años.</p> <p>Estrato social: B Y C+.</p> <p>Perfil: Vanguardista.</p> <p>Siluetas: Varían dependiendo el personaje</p> <p>Temporada: Otoño - Invierno</p> <p>Ciudad: Ambato.</p> <p>Clima: Templado.</p>
<p>9. ESTRUCTURA DE COSTES</p> <p>Pago de personal por obra incluyendo maquiladoras</p> <p>Descuento en compras textiles por fidelidad</p> <p>Redes gratuitas para la publicidad</p>	<p>6. RECURSOS CLAVE</p> <p>Maquilladora</p> <p>Patronista</p> <p>Confeccionista</p> <p>Transporte</p>	<p>5. FUENTE DE INGRESOS</p> <p>Efectivo</p> <p>Transferencia</p> <p>Deposito</p>		
		<p>3. CANALES</p> <p>Tiendas virtuales</p> <p>Tiendas físicas</p> <p>Redes sociales</p> <p>Ofertas por WhatsApp</p>		

Figura 45 - Las cuatro P's

Producto

Trajes cosplay de los personajes más solicitados por sus usuarios, con detalles personalizados. Trajes de fantasía utilizados por la comunidad friki y otaku con una cromática y siluetas variadas dependiendo del personaje solicitado, con buenos acabados y cómodos para su uso todo el día. Además accesorios como guantes, tocados cubrebotas o Props en algunos casos.

Plaza

El objetivo es la comercialización del producto a nivel provincial, para posteriormente extenderse a nivel nacional, en tiendas físicas y virtuales, dando la opción a todos sus usuarios de la correcta obtención del producto, sin importar la provincia en la que se encuentre, mediante redes sociales o página web oficial de la marca y el servicio de mensajería de Servientrega.

4 P's

Promoción

Convenios con cosplayers con gran influencia para la promoción de los trajes en eventos y en sus redes sociales invitando a todos sus seguidores a consumir el producto dando buena imagen de este.

Un soporte de promoción adicional es mediante convenios con los organizadores de eventos donde se puede otorgar descuentos a los cosplayers con la condición de ser patrocinados y tener un espacio de venta dentro de las convenciones

Precio

El valor del producto depende del tipo de cosplay y la complejidad del mismo, debido a que Lolipop cosplay ofrece alternativas de personalización, dependiendo del presupuesto del usuario. Los precios se establecen en tres categorías: básicos, edición limitada y personalizados.

Tabla 25 - Mensajes clave para el consumidor

MENSAJES CLAVE PARA EL CONSUMIDOR		
	ASPECTO PARA DIFERENCIAR	MENSAJE
Cientes nuevos	A través de la publicidad en los locales físicos, como en las redes sociales, los usuarios podrán acceder a los productos y accesorios clásicos y de última tendencia disponibles, sabiendo que los cosplays que decidan adquirir tendrán la marca de un diseñador de respaldo, un precio asequible y la opción de personalizarlos para adaptarse a sus gustos.	<i>Tu eres la estrella , nosotros solo te ayudamos a elevarte</i>
Cientes antiguos	A través de la publicidad tanto en los locales físicos como en las redes sociales la clientela antigua podría acceder a información contante sobre los nuevos lanzamientos, nueva mercadería, descuentos, promociones y premios por su fidelidad	<i>Uno siempre vuelve a donde fue feliz</i>

6.4 Uso de la marca.

Figura 46 - Manual básico de marca



Figura 47 - Construcción del concepto



Figura 48 - Construcción visual



Figura 49 - Versiones



El logo no cuenta con una cromática determinada, puesto a que está previsto que sea aplicado sobre múltiples superficie dependiendo de la cromática del cosplay los cuales tienen infinidad de colores y texturas: tela, papel, cartón, etiquetas, etc

Figura 50 - Variaciones no permitidas

	<p>No se debe aplicar bordes o usar únicamente bordes</p>
	<p>No aplicar más de un color y estos no deben salir de la gama cromática</p>
	<p>No debe existir separación entre las palabras</p>
	<p>No se debe cambiar el tipo de fuente</p>

Figura 51 - Aplicaciones



6.5 Análisis de color de la propuesta

Dimensiones del color

Puede definirse a las dimensiones del color como el resultado del reflejo de la luz en los objetos que se pueden ser observados por la vista humana, estos nos permiten distinguir a los objetos entre sí, así como extraerlos de su ambiente, esto debido a la interpretación de nuestros nervios ópticos ante la energía emitida por el sol en forma de luz. El sol es considerado la mayor fuente de iluminación de energía natural en nuestro sistema solar, emitiendo luminosidad de las cuales algunas son asimiladas y otras reflejada sobre los objetos, también existen fuentes de luz artificial, sin embargo, en ambos casos la cantidad que emiten estas fuentes determinan la percepción de nuestra vista a las tonalidades. Los colores presentan tres tipos de propiedades, divididas en tres dimensiones diferentes, lo que permite

describirlos y entenderlos de mejor forma, estas son: el tono, el valor y la saturación o intensidad. (Wong, 1999)

Tono

El tono o matiz es como se le denomina a las características que permiten distinguir un color de otro, según la longitud de su onda de luz, significa que el tono es el color puro sin mezcla con el blanco o el negro, los que se conocen como colores acromáticos, pues no se consideran como colores. Es la base de la cual pueden aparecer modificaciones conocidas como variaciones de color adicional. Se sabe que el rojo, el azul y el amarillo son considerados los matices primarios a partir de los cuales se puede obtener un círculo cromático de matices. (Wong, 1999)

Brillo

También conocido como valor, consiste en la descomposición de un tono a todas sus posibles variantes, comparándola con la escala de los grises. Se considera que cuando un color posee menor cantidad de brillo puede pasar de total oscuridad hasta la claridad, es decir que para llevar al máximo o al mínimo las diferentes variaciones de colores se consigue mezclando la pigmentación en mayor o menor medida con el blanco o el negro. (Wong, 1999)

Saturación

Saturación o intensidad hace referencia al nivel de pureza del color en relación con la escala de grises, guardando una relación estrecha con el brillo, el cual dependiendo de su variante vuelve poco concreto la identificación correcta de la diversidad de saturación. Se puede decir que un color con un alto nivel de saturación es caracterizado por ser vibrante y

con fuerte, mientras la saturación baje se verá pálido e incoloro acercándose a los grises.
(Wong, 1999)

Psicología del color

Se conoce como psicología del color a la disciplina que estudia el efecto de los colores sobre las emociones humanas y las influencias que están provocan sobre la mente de quién las observa, es decir la realización de un análisis detallado sobre las sensaciones que manifiestan los colores desde el punto de vista psicológico y científico , ya que debido a numerosos estudios se ha demostrado que el color es capaz de influir en el estado anímico de las personas y provocar diversas sensaciones en los individuos personalmente y de forma colectiva, según afirma Johann Wolfgang von Goethe a principios del siglo XIX sigue siendo la fuente más recurrente (Moreno, 2018)

Es conocido que los colores provocan un efecto anímico frente a los individuos, ya que son capaces de alegrar, entristecer, calmar, entre otras emociones producida de forma cíclica, las cuales son capaz de estimular nuestros sentidos para posteriormente actuar sobre nuestro físico y aún con el escepticismo de algunas personas que asegurando que los colores son solo eso y no tienen ningún aspecto especial, ignorando el rol que el color cumple dentro de un mercado y una marca, información que es bien aprovechado en los recursos de marketing empresarial, sabiendo la influencia que provocan estos en los sentidos de las personas en su vida cotidiana.

Según Moreno en su compilado de “Psicología del color y la forma” (2018). Los colores pueden influenciar de forma personal al individuo, y que pueden crear en las personas independientemente un efecto dentro de sus sentidos, no obstante, también son capaces de crear al público en general una percepción corpórea en conjuntos ante determinados colores, sin embargo, este criterio puede variar dependiendo de las diferentes culturas, aunque este proyecto se concentrara en el significado de los colores y tonos en la civilización occidental moderna, citando un ejemplo, los colores fríos que suelen ser directamente relacionados con la calma y la confianza, mientras que los cálidos muestran energía y alegría, a continuación se detallará el significado de los colores que forman parte de la marca de LoliPop Cosplay:

Violeta

También conocido como morado, es un color que es altamente utilizado dentro del ámbito de la belleza y la cosmética, por provocar sentimientos de juventud, ensoñación y fantasía. El color violeta y sus derivaciones invitan al usuario a soñar e ilusionarse con momentos de la juventud y mundos ideales. Dentro del ámbito de la moda este color es altamente asociado con la elegancia, el lujo, el poder y la realeza, sobre todo en personajes femeninos de la historia, ya que mujeres poderosas alrededor del mundo y a lo largo de la historia han utilizado este color como símbolo de poder y feminidad.

Negro

El negro es considerado el color neutro más fuerte, en el occidente es altamente relacionado con el luto y la tristeza, aunque también es el color que simboliza la elegancia, el prestigio y la autoridad. Dentro del mundo vestimentario es un color que atrae a todo

público, pues este refleja distinción y estilo, tanto para los jóvenes como para las personas más mayores, aunque debe ser usado con mesura con el objetivo de estilizar la imagen que componen.

Blanco

El blanco es reconocido por dar sensaciones de inocencia, castidad, unidad y pureza siendo el tono más brillante de la gama cromática y es capaz de dar luz a la imagen que compone, es uno de los principales colores neutros y en el mundo de la moda se utiliza para dar una apariencia ligera, vaporosa y angelical siempre denotando pulcritud, sofisticación y elegancia, este junto al negro son los principales colores básicos para un outfit.

Rosado

El rosa es el principal color que se identifica con la feminidad, expresa positivismo, cariño y belleza y es más vinculada con sentimientos positivos, como el amor, la alegría, dulzura y sensibilidad. Dentro del ámbito de la moda es un color que tiene una alta relación con la mujer, sobre todo con mujeres jóvenes, que aún tienen una fuerte conexión con su niñez siendo un color delicado, inocente y fantasioso.

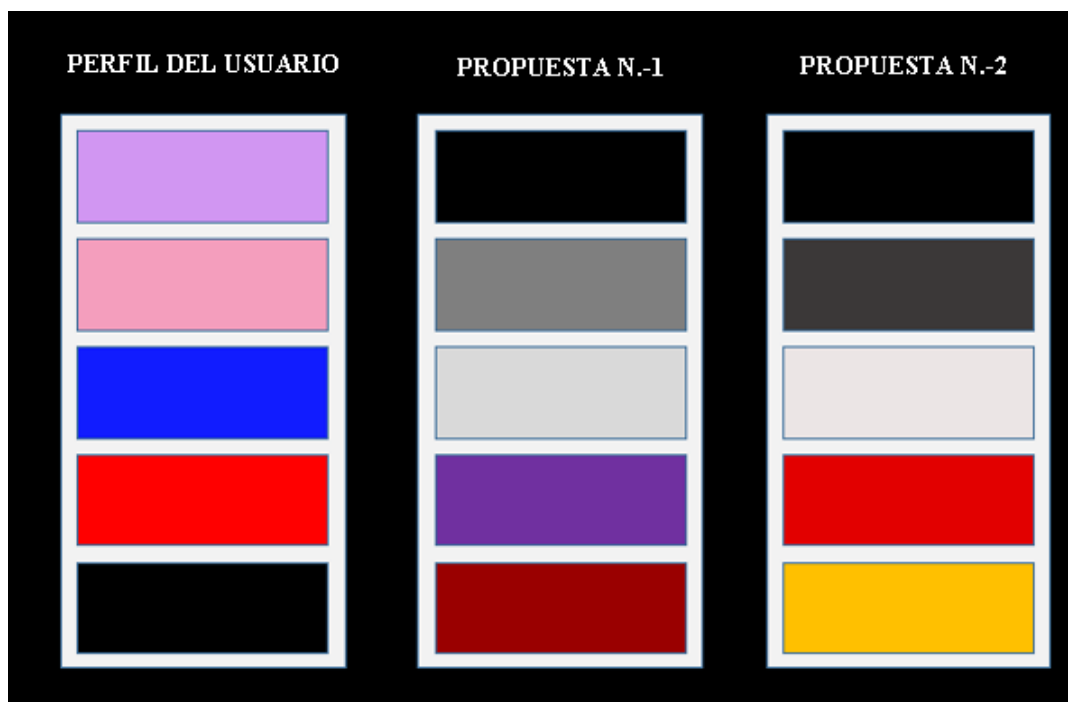
Percepción del color

Para Moreno (2018) al momento de describir la psicología del color, se puede considerar como el análisis de comportamiento de las personas al percibir determinados colores y de las emociones que sienten al ser expuestos a diferentes paletas. Aunque algunos colores pueden cambiar las emociones que producen de acuerdo al contexto de las diferentes culturas dónde

están presentes, además de las circunstancias positivas o negativas que rodean ese color de forma personal para los usuarios, pudiendo provocar alegría o disgusto en algunas excepciones, estos también son afectados por el tiempo y el espacio en el que se encuentra una persona, basándonos en la cultura occidental y en la percepción geográfica moderna de estos colores: el negro es simbolismo de elegancia, estilo y rebeldía, los violetas de fantasía, poder y la feminidad, el tono blanco es conocido por dar sensaciones de inocencia, pulcritud y ligereza, mientras el rosado es el color del amor, la dulzura, la delicadeza y la juventud femenina.

6.5.1 Paleta de color de la propuesta

Figura 52 - Paleta de color de la propuesta



6.6 Concepto de la tribu urbana

6.6.1 Cosplayers

La tribu urbana del cosplay es un fenómeno que surgió en los años 70 en Japón y desde ese momento no ha dejado de ganar adeptos y fortalecerse , incluso rompiendo fronteras de países , continentes y culturas. Es denominado cosplayers es el individuo que representa un personaje de la ciencia ficción, pueden ser de cómics, cine, libros, animes, mangas y videojuegos. El número de cosplayers ha crecido inmensamente con el pasar de los años, volviéndose una tendencia común entre los jóvenes, que se reúnen en celebraciones, eventos convenciones y plazas de comercio otaku , incluso en reuniones improvisadas con sus amigos con el único objetivo de pasar un buen momento y disfrutar en comunidad, con sus trajes y con el origen del internet, redes sociales y blogs en general, los cosplayers han creado sus propias mini comunidades físicas en las ciudades y sin límites de forma virtual, buscando siempre la expansión de nuevos miembros y dando a conocer su comunidad .



Figura 53. - *Comunidad femenina cosplay de la ciudad de Quito*

El desarrollo de esta tribu urbana se ve reflejado en mayor cantidad entre los jóvenes de la generación Y o mejor conocidos como millennials y la generación z, dónde se encuentran sus miembros más jóvenes, los cuales buscan encontrar una identidad más globalizadas y dejar de centrarse solo en el estilo de vida cotidiano entre jóvenes latinoamericanos, de esta forma buscando entre tribus urbanas orientales para encontrar su verdadera identidad, no obstante, ser cosplayer es algo independiente de las funciones y responsabilidades de los usuarios y puede ser mezclado con otros tipos de tribus y esencias personales de cada individuo, es por esta razón que pueden existir cosplayers profesionales, artistas, estudiantes, amas de casa entre otros.



Figura 54. *Comunidad cosplay de la ciudad de Ambato.*

El cosplay, como tribu urbana empezó expandirse en el Ecuador a inicios de los años 2000, debido a la televisión y el ingreso de cómics y animes en el mercado, estos tomaron su auge en la ciudad de Quito en el año 2002, durante la Expo cómics organizado por el club Ichiban, los cuales han seguido realizando eventos anualmente, hasta la actualidad

Específicamente en la ciudad de Ambato empezó a expandirse a partir del año 2010, con los eventos organizados por el grupo Akiba Kei conocidos Como Ambato Manga City, lo cual trajo la primera ola de cosplayers al país, la cual en pocos años ha crecido inmensamente, gracias a las redes sociales, nuevas organizaciones otakus, expansión de ideas y más cantidad de eventos, haciendo que ya el cosplay no sea únicamente para jóvenes tímidos que pasan sus días viendo anime, si no, sea una cultura que se ha expandido al público en general, donde todo tipo de jóvenes y adultos lo disfrutan como una actividad familiar, colgando sus fotos en redes sociales, reuniéndose con sus amigos, en eventos o en un momento de diversión grupal.



Figura 55 - Evento Cosplay en la ciudad de Ambato

Estefanía Valdivieso, representante del Ecuador en uno de los eventos de cosplay más grandes a nivel mundial, el blizzCom en Estados Unidos, afirma que aún el Ecuador le falta mucho en performance, en trajes y en escenarios, para llegar a un nivel competitivo mundial, no obstante, se siente orgullosa del desarrollo de este con el pasar de los años y ver

cómo las nuevas generación toman el cosplay con mucha más seriedad, entregándose con dedicación y profesionalismo, en búsqueda de mejorar los recursos para los cosplayers que están iniciando y los que llevan mucho dentro de esta comunidad.

Según palabras de los cosplayers de la comunidad Ambateña, el cosplay es algo que ha cambiado sus vidas para mejor, ya que no solo los motiva a desarrollar actividades artísticas como la costura, el maquillaje, peinado, entre otros, sino que también les ayuda administrar su tiempo, saber ahorrar y entender qué la vida puede ser más divertida con un poco de imaginación y fantasía. El cosplay nunca ha detenido a ningún miembro de su comunidad de seguir sus sueños, ya que la gran mayoría de estos se preparan para ser profesionales y adultos funcionales, incluso algunos miembros de esta comunidad como la organización de “Vengadores Ambato” utilizan sus cosplays para dar visitas y motivar a niños en hospitales, orfanatos y escuelas, también dedicándose a ser parte de las atracciones culturales de la ciudad de Ambato, demostrando una vez más que el cosplay no busca apartarse de la sociedad, todo lo contrario, busca ser parte de esta y mostrar que no hay nada malo en querer ser tu héroe favorito mientras eres un ser humano de bien.



Figura 55 - *Vengadores Ambato*

6.7 concepto de la propuesta.

El presente proyecto tiene la intención de detallar el proceso investigativo técnico y de comercialización que se ha desarrollado para la creación de una marca de indumentaria cosplay, basada en las tribus urbanas de origen asiático que se encuentran en auge actualmente, debido al desarrollo y expansión de estas a través del internet. Los aspectos que pueden considerarse bases para la formación de esta propuesta son la búsqueda de igualdad de mercado, dónde se tome en cuenta las necesidades de un grupo objetivo ignorado y minimizado por años, específicamente, la comunidad cosplayers, derivada de los otakus y los frikis, los cuáles han sido objetos de discriminación en todo el mundo y más específicamente en países en vías de desarrollo, debido a la ignorancia de la sociedad en general sobre los principios e ideales de esta comunidad, además de tener fines comerciales, la marca también busca contribuir al expansión y conocimiento al público sobre una comunidad de jóvenes con gustos artísticos y de fantasía, dejando un lado el consumismo la discriminación y el alejamiento social, entre otros aspectos negativos en los cuales se ven involucrados otros grupos de jóvenes en la actualidad .

Las propuestas resultantes de esta investigación forma parte de una colección de moda que propone el diseño de trajes cosplay de los personajes más solicitados por la comunidad femenina de cosplayers ambateñas, con una buena calidad, acabados de primera y textiles que dan una apariencia más realista a los diseños, dando como Plus de la marca , la opción del cliente de llevarse una talla general o hacerlo a medida, características que apoyan comodidad y le dan al cosplayer la sensación de ser parte del desarrollo de su traje, adicional se da la opción de incluir en los vestuarios accesorios, cómo pueden ser bisutería

y tocados, incluso complementos mayores , cómo pueden ser lentes de contacto, pelucas o props.

6.7. Elementos del diseño

El diseño es un sistema que tiene como objetivo la creación y materialización de las bases conceptuales, que cumplen la función de qué los objetos, no solo tenga un correcto desarrollo estético, sino que también cumpla de forma favorable la función por el cual fueron creados, mientras que los elementos del diseño son bases con un valor fundamental para toda investigación, ya que dará como resultado los principales bosquejos que se ven desarrollados y personificados en el producto final. Los elementos del diseño están entrelazados entre sí y forman parte de un objetivo común, dentro de la sensación óptica del producto, el cual es percibido por la clientela, si es que esto se observan por separado pueden dar una visión borrosa del objetivo principal, sin embargo cuando todos trabajan en conjunto se vuelven decisivos en la forma y conceptos finales del diseño. Los elementos del diseño pueden ser clasificados en cuatro grupos los cuales son: elementos visuales, elementos conceptuales, elementos prácticos y elementos de relación (Wong, 1991)

La moda está altamente relacionada con el diseño , el cual está compuesta del estudio de los elementos del diseño, pues permite que todo el proceso de investigación se realice de forma centrada, mientras se fomenta la creatividad , logrando que las colecciones muestren conceptos claros y se logré la fundamentación de elementos, qué en relacionen a las prendas entre sí , dando de esta forma una colección sólida.

6.7.1 Siluetas

Siluetas o también conocido como forma, es uno de los principales principios del diseño de modas, el cual representa la forma externa que se dibuja cuando la vestimenta está sobre el cuerpo y también dando líneas, que ayudan a la percepción general del cuerpo, además de permitir tener una idea de cuántas prendas conforman un atuendo general y el tipo del material del cual se compone. La silueta es fundamental en las bases de la elaboración de moldes, puesto que el diseño se basará en qué tipo de silueta se desea conseguir, siempre buscando la armonía entre los elementos de diseño, forma, entallado y detalle.

Existe una gran cantidad de siluetas dentro del diseño, cada una apropiada para su diferente universo de vestuario, no obstante, el tipo de vestimenta cosplay no puede ser determinado por un tipo específico de silueta, ya que esto dependerá completamente del personaje, éstas pueden ser holgadas, rectas, ajustadas, entre muchas otras, después de todo el cosplay no deja libertades a la percepción del diseñador, sino busca la mayor precisión al diseño de vestuario original.

6.7.2 Proporción y línea

Para el diseño de una colección de indumentaria cosplay, se manejan varios tipos de líneas, incluyendo las geométricas, orgánicas, horizontales, verticales o diagonales, correspondiente a diferentes tipos de cortes y piezas que se utilizan para otorgar holgura, ajustar al cuerpo o crear detalles, además de elementos sobrepuestos que ayuden a generar contraste y volumen, esto se realizan para generar diferentes sensaciones visuales en el espectador, enriquecidas de texturas, brillos y elementos decorativos, para que los personajes sean lo más recordado posible por el público, adicional los cosplay usan

elementos estéticos cómo pueden ser cintas, flores o encajes, con el objetivo de crear impresión visual. Dentro de la colección se utilizará proporciones excedentes al cuerpo humano, debido a que al ser trajes de fantasía se busca ser los más llamativos posibles, creando gran cantidad de volumen y vaporización, con usos de excedentes de tela.

6.7.3 Función

Los cosplays presentan características tanto funcionales como estéticas, dentro de su propia tribu urbana, ya que además de cumplir las funciones básicas de cualquier prenda de vestir las cuales son, cubrir el cuerpo del frío y la desnudez por cuestiones sociales y biológicas, también tienen dentro su concepto funciones psicológicas, como el de demostrar admiración y satisfacción personal, también funciones sociales, ya que permite al cosplayer ser parte de un grupo que se caracteriza por sus trajes y acepta este tipo de vestimentas, funciones económicas, pues muchos utilizan sus cosplays como un medio de obtención de dinero, ya sea mediante patrisons, publicidad, en redes sociales o como modelos, y funciones competitivas, ya que dentro del ámbito del cosplay, entre mayor detalle y profesionalismo obtenga un traje, puede clasificar y mantenerse dentro de torneos nacionales e internacionales del cosplay.

La colección se encuentra diseñada dentro del universo de los personajes de ciencia ficción y está bastante cercana al diseño de vestuario teatral, sin embargo, la estética que maneja se rediseña dependiendo del personaje al que se vaya interpretar y no cuenta con un estilo propio, haciendo que su verdadero objetivo no sea el de crear tendencias, sino el de interpretar a un personaje que ya se encuentra en tendencia dentro de la cultura pop. Los cosplayers ven trajes como una forma de expresarse ante una sociedad, mostrar sus gustos,

intereses y lo que les apasiona, debido a eso, es la importancia debe poseer la vestimenta correcta dentro de esta tribu urbana, pues está es meramente basada en sus aspectos estéticos.

Una parte fundamental dentro del sistema constructivo de las prendas de vestir, es que sean de fácil colocación, volviéndose prendas ágiles y que sean capaces de almacenarse para su correcto transporte a diferentes ubicaciones, uno de los objetivos principales de la marca es asegurarse que los trajes posean la mayor comodidad posible, para las largas jornadas que cumplen los cosplayers dentro de los eventos, también que sea fácil de colocar mientras mantiene su forma y sea fácil de transportar.

6.7.4 Detalles

La colección de trajes cosplay propuesta lo largo de este proyecto, muestra el uso de varias herramientas que dan una gran cantidad de funcionalidades a cada prenda, dentro de la colección estas pueden ser funcionales, estéticas, prácticas, entre otras, uno de los principales detalles que ofrece la marca, es el uso de textiles con relieves, estos pueden ser brocados, encajes, cintas o material no textil, como cuerina o cadenas, que se usan para dar un estilo más realista al vestuario y alejarlo del modelo plano original, presentado dentro de sus universos de ciencia ficción, además se aplicará el uso de velcro y broches para asegurarse que las prendas queden fijas y con los volúmenes requeridos, los cuáles son más difíciles de conseguir con textiles reales, que dentro de una animación donde las prendas pueden tener volumen o sujetarse sin necesidad de estos, por simple escritura de guion, adicional a esto los trajes contarán con accesorios para completar la imagen correspondiente al cosplay, que no son prendas textiles, estas pueden ser pelucas, tocados, o props, las

cuáles pueden ser entregados en conjunto con el vestuario de acuerdo al convenir con el cliente.

6.7.5 Estilo

El vestuario de fantasía o vestuario teatral no es un tipo de vestimenta casual, que puede usarse diariamente o en lugares con un código de vestimenta estandarizado, sin embargo, dependiendo de los diversos usos que le puede dar el usuario los trajes, las propuestas están realizadas para cumplir con todos los aspectos necesarios para el cosplayer, estas pueden ser desde una simple fotografía para redes sociales, una pasarela cosplay, o incluso poseer la cantidad suficiente de detalles para participar en un torneo, ya que son de fácil transporte, fácil colocación y con un nivel de detalle avanzado, para cubrir con todas las necesidades que el cosplayer pueda realizar con su traje puesto.

6.7.6. Estampados, bordados y acabados, terminados

La marca de LoliPop cosplay, trabaja sus detalles y terminados basándose en el presupuesto del cliente, aunque siempre manejándolo de una forma profesional y dando un correcto asesoramiento para encontrar un buen equilibrio entre calidad y precio. Se busca crear volúmenes y texturas a través de los textiles o en casos de diseños complejos que busquen crear una imagen específica y diseños planos se opta por el trabajo con sublimado textil directamente en la tela debido que se consigue un nivel de detalle superior sin crear desechos contaminantes como tinturados o serigrafías y dando la opción del uso de diseños digitales los cuáles pueden ser otorgados por el cliente o diseñados bajo petición de este por la marca con un costo adicional, también se trabaja con bisutería en aluminio y piezas

decorativas cómo tocados, cintas y flores de tela, siempre tomando en cuentas el detalle que el cliente quiere en su cosplay. Cómo material no textil se utiliza cuerina para detalles cómo correas y cuerdas en los trajes solicitados o cambrela para conseguir volúmenes en las pomposas faldas. En caso de solicitar props se trabaja junto a la marca Ely C.cosplay la cual provee a la marca de diferentes tipos de Props realizados con diferentes materiales como goma eva, los tubos de PVC o madera lijada, usando pintura acrílica y metalizada para conseguir buenos acabados, mientras los objetos tienen un peso ideal para no a ser dificultoso su transporte y manejo por parte del usuario.

6.8. Materiales e insumos.

Tabla 26 - Bases textiles

TEXTIL	CARACTERÍSTICAS	PROVEEDOR	OBSERVACIONES
Brocada jacquard licrada	Textil caracterizado por su firmeza, elasticidad y buen grosor, teniendo como decoración principal un diseño floral en su superficie, ideal para vestidos.	Vizu textiles	Posee un color mate muy elegante y da detalles a prendas sencillas

<p>Crepe satinado</p>	<p>Textil delicado y suave caracterizado por su gran brillo, sedosidad y caída, da una apariencia fina a las prendas por ser ligero y de fácil manejo</p>	<p>Vizú textiles</p>	<p>Es un textil reversible ya que ambos lados poseen una buena apariencia y suavidad al tacto</p>
<p>Tafetan stretch</p>	<p>Caracterizado principalmente por tener una estructura interna comprimida permitiendo un lavado fácil, aparte posee brillo y es delicada a la piel pero manteniendo su fuerza y resistencia</p>	<p>Edimatex</p>	<p>Es fácil de manejar y tiene un costo bajo en el mercado siendo el más asequible para costureras y maquilas.</p>
<p>Randa</p>	<p>Textil con un gran parecido debido a su tejido del encaje con la particularidad de tener una presentación en metros y tener elasticidad , combinado con otros textiles da una apariencia elegante y detallada</p>	<p>Vizu textiles</p>	<p>Se constituye en el propio tejido, trenzado por líneas</p>

Tabla 27 - Insumos

INSUMOS	CARACTERÍSTICAS	PROVEEDOR	OBSERVACIONES
Encaje	Tejido formado por hilos de seda, algodón, lino o hilos metálicos de diversos diseños y colores usados con fines decorativos y sutiles	Comercial Yolanda Salazar	De colocación manual, con tejidos decorativos, usualmente en zic zac
Velcro	Sistema de sujeción basado en dos cintas una con forma de pequeños ganchos plásticos que se unen entre sí para una sujeción rápida y fácil	Comercial Yolanda Salazar	De colocación en máquina, la sujeción va perdiendo fuerza con los años.
Cierres	Mecanismo metálico o plásticos , de mecanismo práctico de oclusión, útil por su presentación en varias medidas y grosores	Comercial Yolanda Salazar	Del tamaño requerido y con gran variedad de tipos para cada universo de vestuario
Botones	Pieza pequeña en forma circular que se usa como mecanismo de ajuste en prendas formales.	Comercial Teresita	Del tamaño requerido con gran variedad de colores detalles y formas

6.9 Sketch o Bocetos

Figura 56 - *Boceto 1 categoría básico*

Figura 57 - *Boceto 2 categoría básico*

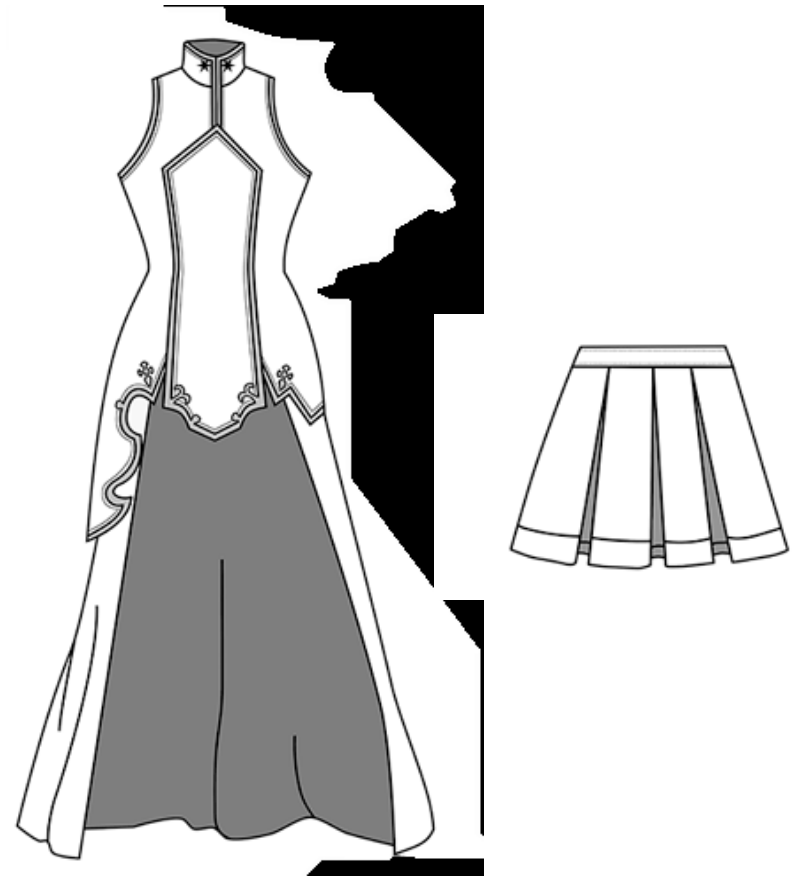
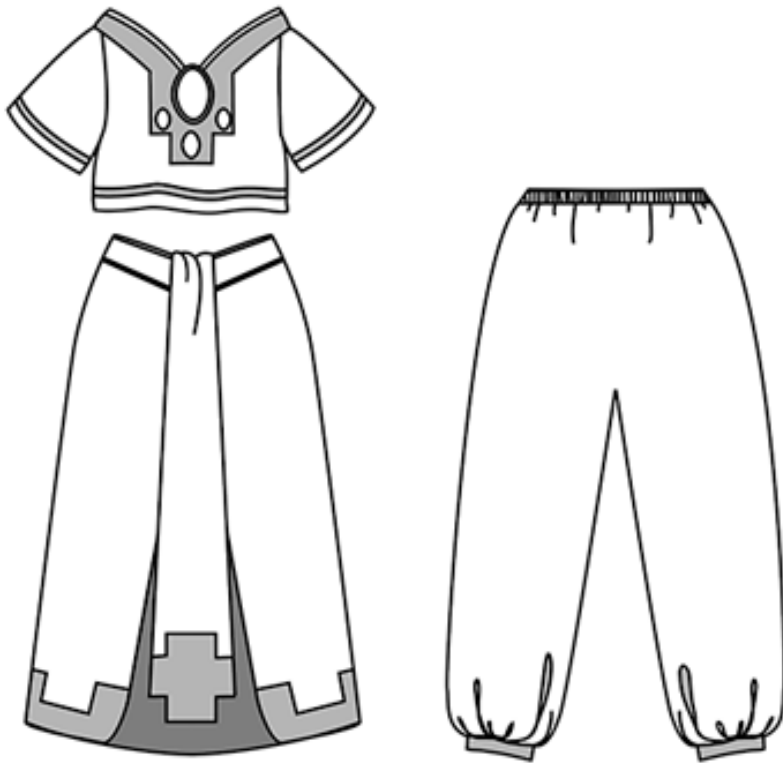


Figura 58 - Boceto 3 categoría básico

Figura 59 - Boceto 4 categoría básico



Figura 60 - *Boceto 5 categoría básico*

Figura 61 - *Boceto 6 categoría básico*

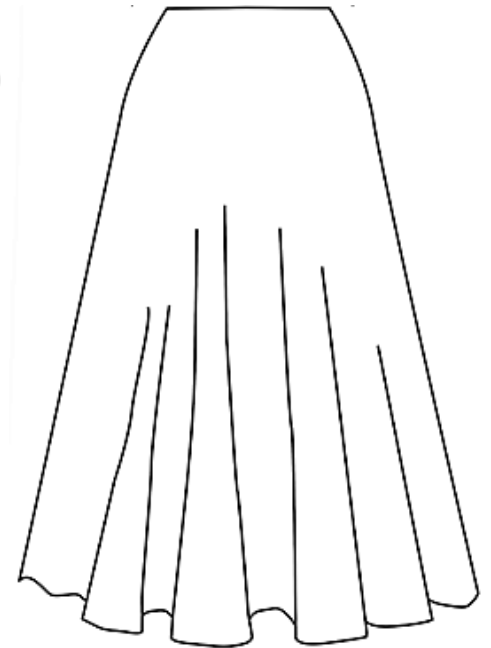
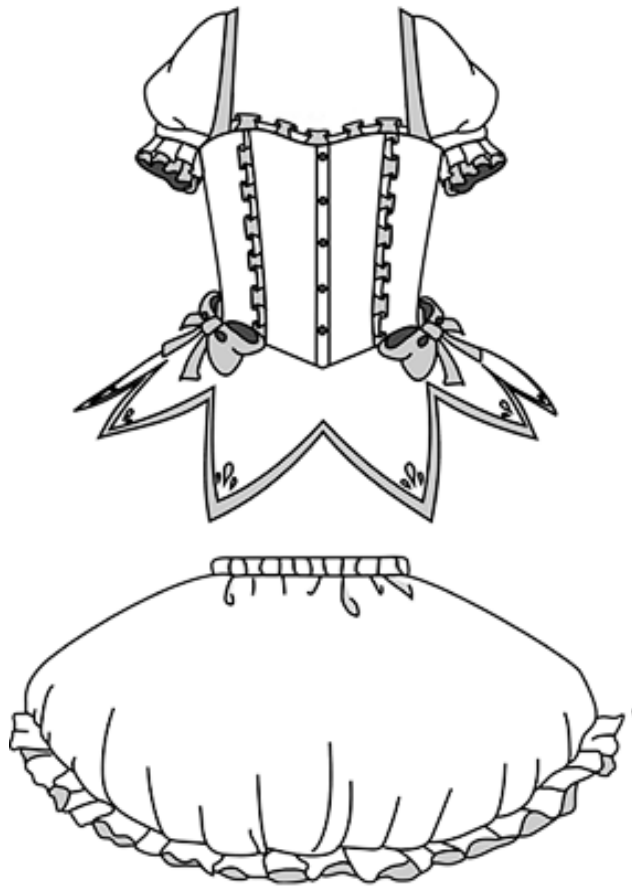


Figura 62 - *Boceto 7 categoría básico*

Figura 63 - *Boceto 8 categoría básico*

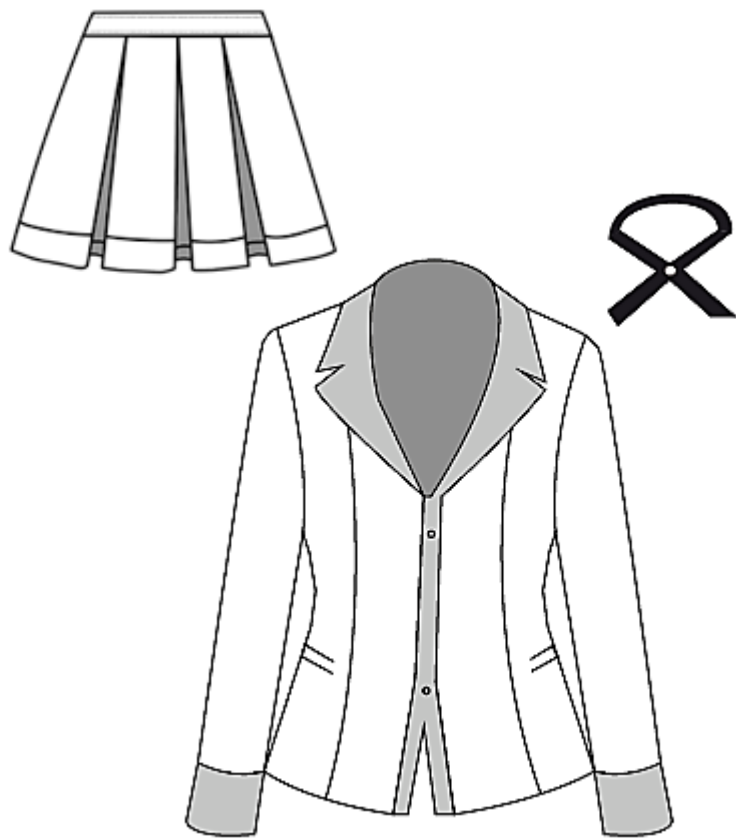


Figura 64 - *Boceto 7 categoría básico*

Figura 65 - *Boceto 8 categoría básico*

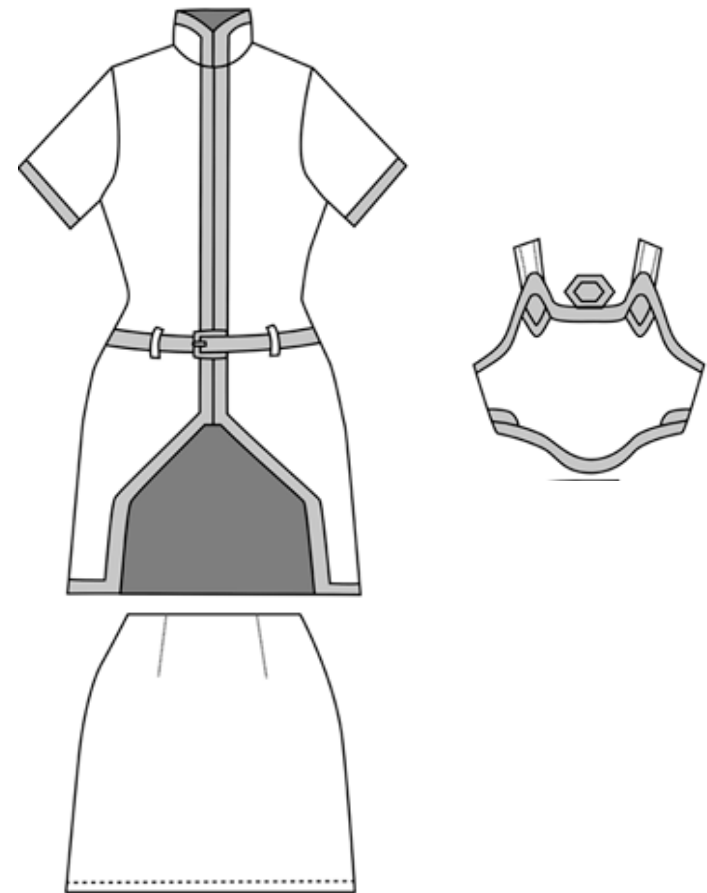


Figura 66 - *Boceto 9 categoría básico*

Figura 67 - *Boceto 10 categoría básico*

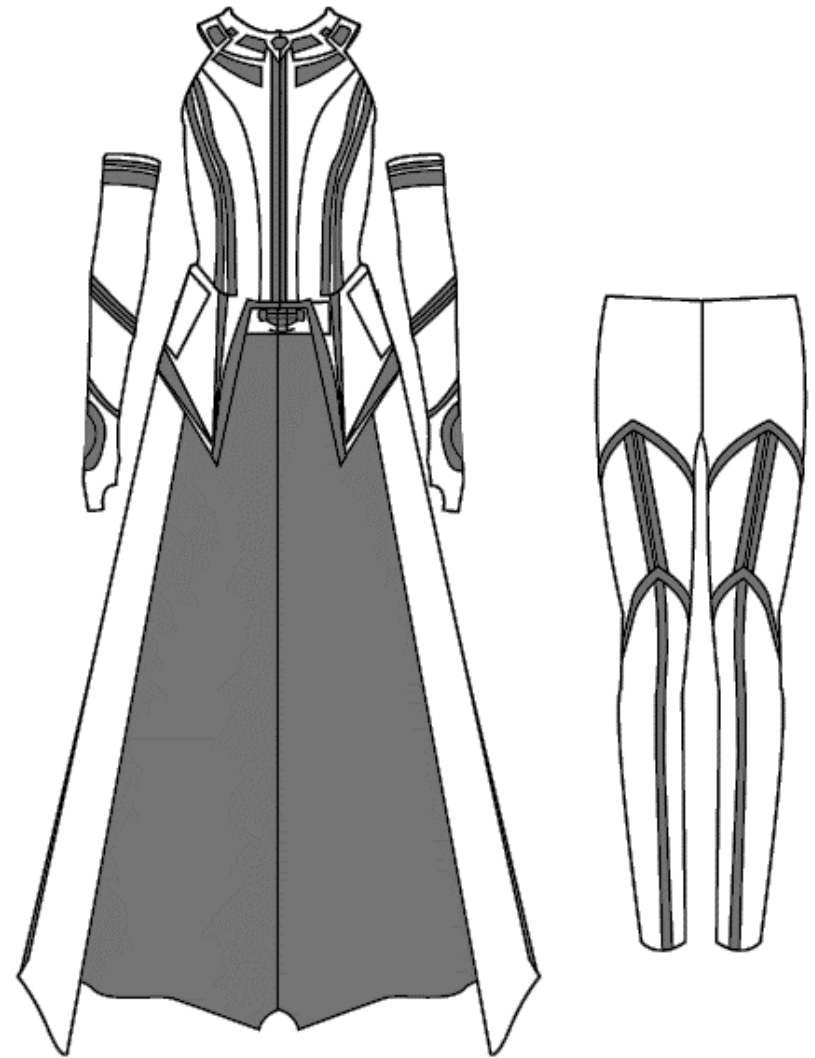
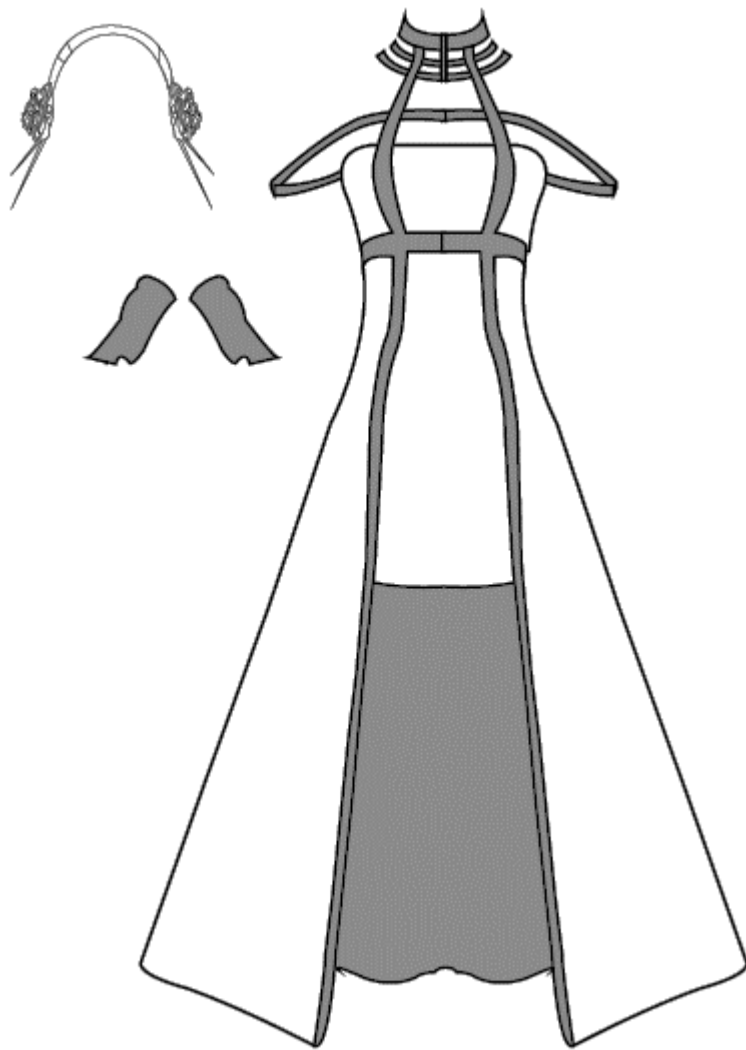


Figura 68 - Ilustración



6.10. Fichas Técnicas

Figura 69 - Ficha de dibujo plano 1




LOLIPOP <i>Cosplay</i>	FICHA TÉCNICA DE DISEÑO	N°1
EMPRESA: LoliPop Cosplay LÍNEA: Trajes de Fantasía PRENDA: Cosplay CÓDIGO: Shizukumaid001	COLECCIÓN: "Fantasía a la realidad" ELABORADO POR: Tanya Valarezo TALLAS: 38 (L) FECHA: 29/07/2022	
DESCRIPCIÓN: Cosplay del personaje Shizuku, del anime My dress up Darling, dentro del universo de trajes de fantasía, diseñado con gran cantidad de detalles y textiles stretch, para dar comodidad y abarcar mayor rango en la talla.		
DELANTERO	POSTERIOR	
		
	COMBINACIÓN DE MATERIALES Textil Base : - Brocada beclin licrada Otros textiles: -Crepe satinado. Crinolina Insumos: -Encaje. Cintas .rosas de tela Accesorios: -Collar con cadena Props: -No	
OBSERVACIONES:		
APROBADO: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	FIRMA DE RESPONSABILIDAD	

Figura 70 - Ficha de dibujo plano 2




LOLIPOP <i>Cosplay</i>	FICHA TÉCNICA DE DISEÑO	Nº 2
EMPRESA: LoliPop Cosplay LÍNEA: Trajes de Fantasía PRENDA: Cosplay CÓDIGO: Yor001	COLECCIÓN: "Fantasía a la realidad" ELABORADO POR: Tanya Valarezo TALLAS: 38 (L) FECHA: 29/07/2022	
DESCRIPCIÓN: Cosplay del personaje Yor Forger, del anime Spy x Family, dentro del universo de trajes de fantasía, diseñado con gran cantidad de detalles y textiles stretch, para dar comodidad y abarcar mayor rango en la talla.		
DELANTERO	POSTERIOR	
		
	COMBINACIÓN DE MATERIALES Textil Base : - Tafetán Stretch Otros textiles: -Randa y cuerina Insumos: -Encaje. Cierre .rosas de tela Accesorios: -guantes y aretes Props: -agujas	
OBSERVACIONES:		
APROBADO: SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	FIRMA DE RESPONSABILIDAD

Figura 71 - Ficha de Diseño y color 1

LOLIPOP		FICHA DE DISEÑO Y COLOR			Nº1
EMPRESA: LoliPop Cosplay LÍNEA: Trajes de Fantasía PRENDA: Cosplay CÓDIGO: Shizukumaid001		COLECCIÓN: "Fantasía a la realidad" ELABORADO POR: Tanya Valarezo TALLAS: 38 (L) FECHA: 29/07/2022			
DESCRIPCIÓN: Cosplay del personaje Shizuku, del anime My dress up Darling, dentro del universo de trajes de fantasía, diseñado con gran cantidad de detalles y textiles stretch, para dar comodidad y abarcar mayor rango en la talla.					
			DETALLES DE DISEÑO <ul style="list-style-type: none"> - Los acabados son encarrujados con puntadas invisibles - Incluye materiales no textiles como cuero y aluminio dentro del collar el cual es una pieza separada - Tocado del cabello esta hecho de forma artesanal - El material textil de la cintura y la cinta del lazo ajustable son útiles para abarcar más tallas 		
Calidad de materiales	Composición	Tipo de confección	Valor agregado	Tipos de maquina	
Brocada jacquard licrada-calidad media alta	25% algodón 75% poliéster	80% industrial- 20% artesanal	Uso de crinolina creando volumen y textiles brocados	Recta – Overlock - Manual	
CARTA DE COLOR					
					
OBSERVACIONES:					
APROBADO: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> FIRMA DE RESPONSABILIDAD					

Figura 72 - Ficha de Diseño y color 2

		FICHA DE DISEÑO Y COLOR		N°2
EMPRESA: LoliPop Cosplay LÍNEA: Trajes de Fantasía PRENDA: Cosplay CÓDIGO: Yor001		COLECCIÓN: "Fantasía a la realidad" ELABORADO POR: Tanya Valarezo TALLAS: 38 (L) FECHA: 29/07/2022		
DESCRIPCIÓN: Cosplay del personaje Yor Forger, del anime Spy x Family, dentro del universo de trajes de fantasía, diseñado con gran cantidad de detalles y textiles stretch, para dar comodidad y abarcar mayor rango en la talla.				
			DETALLES DE DISEÑO <ul style="list-style-type: none"> - Los acabados en las cintas son puntadas rectas para mantener su forma - Zona del cuello con uso de velcro para facil sujeción - Tocado del cabello esta hecho de forma artesanal - El material textil de la cintura es ajustable utilizado para abarcar tallas intermedias 	
Calidad de materiales	Composición	Tipo de confección	Valor agregado	Tipos de maquina
Tafetan licrado-calidad media	5% elastano 95% poliéster	90% industrial- 10% artesanal	Uso de lame simulando cuerina y embolsado con randa	Recta – Overlock - Manual
CARTA DE COLOR				
OBSERVACIONES:				
APROBADO: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> FIRMA DE RESPONSABILIDAD				

Figura 73 - Ficha de Materiales y cuidados


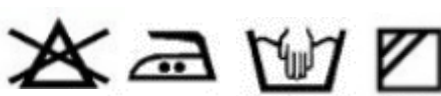
FICHA DE MATERIALES Y CUIDADOS		N°1																								
EMPRESA: LoliPop Cosplay LÍNEA: Trajes de Fantasía PRENDA: Cosplay CÓDIGO: Shizukumaid001	COLECCIÓN: "Fantasía a la realidad" ELABORADO POR: Tanya Valarezo TALLAS: 38 (L) FECHA: 29/07/2022																									
DESCRIPCIÓN: Cosplay del personaje Shizuku, del anime My dress up Darling, dentro del universo de trajes de fantasía, diseñado con gran cantidad de detalles y textiles stretch, para dar comodidad y abarcar mayor rango en la talla.																										
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="width: 10%;">Cód.</th> <th style="width: 20%;">Color</th> <th style="width: 20%;">Cantidad</th> <th style="width: 50%;">Proveedor</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>negro</td> <td>4 metro</td> <td>Vizu</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>blanco</td> <td>1 metro</td> <td>Vizu</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>plateado</td> <td>1 metro</td> <td>Vizu</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>negro</td> <td>2 metros</td> <td>C.Y.Salasar</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Plateado</td> <td>1.5 metros</td> <td>C.Y.Salasar</td> </tr> </tbody> </table>		Cód.	Color	Cantidad	Proveedor	1	negro	4 metro	Vizu	2	blanco	1 metro	Vizu	3	plateado	1 metro	Vizu	4	negro	2 metros	C.Y.Salasar	5	Plateado	1.5 metros	C.Y.Salasar
Cód.	Color	Cantidad	Proveedor																							
1	negro	4 metro	Vizu																							
2	blanco	1 metro	Vizu																							
3	plateado	1 metro	Vizu																							
4	negro	2 metros	C.Y.Salasar																							
5	Plateado	1.5 metros	C.Y.Salasar																							
1. Brocada Jacquard	2. Organza	3. Crepe satinado	4. Encaje	5. Cadena de aluminio																						
CUIDADOS DE LA PRENDA 		<ul style="list-style-type: none"> - No utilizar blanqueador - Planchar a temperatura media - Lavado a mano con precauciones - Secado natural en sombra 																								
OBSERVACIONES:																										
APROBADO: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		FIRMA DE RESPONSABILIDAD																								

Figura 74 - Ficha de Materiales y cuidados


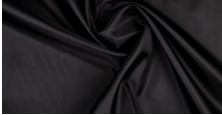







FICHA DE MATERIALES Y CUIDADOS N°2																					
<p>EMPRESA: LoliPop Cosplay LÍNEA: Trajes de Fantasía PRENDA: Cosplay CÓDIGO: Yor001</p>	<p>COLECCIÓN: "Fantasía a la realidad" ELABORADO POR: Tanya Valarezo TALLAS: 38 (L) FECHA: 29/07/2022</p>																				
<p>DESCRIPCIÓN: Cosplay del personaje Yor Forger, del anime Spy x Family, dentro del universo de trajes de fantasía, diseñado con gran cantidad de detalles y textiles stretch, para dar comodidad y abarcar mayor rango en la talla.</p>																					
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 5%;">Cód.</th> <th style="width: 15%;">Color</th> <th style="width: 20%;">Cantidad</th> <th style="width: 60%;">Proveedor</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">negro</td> <td style="text-align: center;">3 metro</td> <td style="text-align: center;">Vizu</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">rojo</td> <td style="text-align: center;">1.5 metros</td> <td style="text-align: center;">Vizu</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3</td> <td style="text-align: center;">negro</td> <td style="text-align: center;">1 metro</td> <td style="text-align: center;">Vizu</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">4</td> <td style="text-align: center;">dorado</td> <td style="text-align: center;">1 unidad</td> <td style="text-align: center;">C.Y.Salasar</td> </tr> </tbody> </table>	Cód.	Color	Cantidad	Proveedor	1	negro	3 metro	Vizu	2	rojo	1.5 metros	Vizu	3	negro	1 metro	Vizu	4	dorado	1 unidad	C.Y.Salasar
Cód.	Color	Cantidad	Proveedor																		
1	negro	3 metro	Vizu																		
2	rojo	1.5 metros	Vizu																		
3	negro	1 metro	Vizu																		
4	dorado	1 unidad	C.Y.Salasar																		
<div style="border: 1px solid blue; padding: 2px; display: inline-block;">1. Tafetan Stretch</div>	<div style="border: 1px solid orange; padding: 2px; display: inline-block;">2. Randa</div>	<div style="border: 1px solid yellow; padding: 2px; display: inline-block;">3. Lame</div>	<div style="border: 1px solid green; padding: 2px; display: inline-block;">4. Dije dorado</div>																		
																					
<p>CUIDADOS DE LA PRENDA</p> <div style="display: flex; gap: 10px;">     </div>		<ul style="list-style-type: none"> - No utilizar blanqueador - Planchar a temperatura media - Lavado a mano con precauciones - Secado natural en sombra 																			
<p>OBSERVACIONES:</p> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; height: 40px; margin-top: 5px;"></div>																					
<p>APROBADO: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> FIRMA DE RESPONSABILIDAD</p>																					

Figura 75 - Ficha de patronaje y despiece 1

FICHA DE PATRONAJE Y DEPIECE

N°1

EMPRESA: LoliPop Cosplay

LÍNEA: Trajes de Fantasía

PRENDA: Cosplay

CÓDIGO: Shizukumaid001

COLECCIÓN: "Fantasía a la realidad"

ELABORADO POR: Tanya Valarezo

TALLAS: 38 (L)

FECHA: 29/07/2022

DESCRIPCIÓN: Cosplay del personaje Shizuku, del anime My dress up Darling, dentro del universo de trajes de fantasía, diseñado con gran cantidad de detalles y textiles stretch, para dar comodidad y abarcar mayor rango en la talla.

SIMBOLOGÍA

↑ Sentido del hilo

x Dobles de tela

v Piquete

OBSERVACIONES:

APROBADO: SI NO

FIRMA DE RESPONSABILIDAD

Figura 76 - Ficha de patronaje y despiece 2

FICHA DE PATRONAJE Y DEPIECE

N° 2

EMPRESA: LoliPop Cosplay
LÍNEA: Trajes de Fantasía
PRENDA: Cosplay
CÓDIGO: Yor001

COLECCIÓN: "Fantasía a la realidad"
ELABORADO POR: Tanya Valarezo
TALLAS: 38 (L)
FECHA: 29/07/2022

DESCRIPCIÓN: Cosplay del personaje Yor Forger, del anime Spy x Family, dentro del universo de trajes de fantasía, diseñado con gran cantidad de detalles y textiles stretch, para dar comodidad y abarcar mayor rango en la talla.

1XT TIRILLA DE CONTORNO DE HOMBROS

2XT TIRILLA DE CENTRO DE CAPA

SIMBOLOGÍA

↑ Sentido del hilo

x x x Dobles de tela

∨ Piquete

OBSERVACIONES:

APROBADO: SI NO

FIRMA DE RESPONSABILIDAD

Figura 77 - Ficha de marcada 1

FICHA DE MARCADA		Nº1
EMPRESA: LoliPop Cosplay LÍNEA: Trajes de Fantasía PRENDA: Cosplay CÓDIGO: Shizukumaid001	COLECCIÓN: "Fantasía a la realidad" ELABORADO POR: Tanya Valarezo TALLAS: 38 (L) FECHA: 29/07/2022	
DESCRIPCIÓN: Cosplay del personaje Shizuku, del anime My dress up Darling, dentro del universo de trajes de fantasía, diseñado con gran cantidad de detalles y textiles stretch, para dar comodidad y abarcar mayor rango en la talla.		
OBSERVACIONES:		
APROBADO: SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	FIRMA DE RESPONSABILIDAD

Figura 78 - Ficha de marcada 1

FICHA DE MARCADA		N°2
EMPRESA: LoliPop Cosplay LÍNEA: Trajes de Fantasía PRENDA: Cosplay CÓDIGO: Shizukumaïd001	COLECCIÓN: "Fantasía a la realidad" ELABORADO POR: Tanya Valarezo TALLAS: 38 (L) FECHA: 29/07/2022	
DESCRIPCIÓN: Cosplay del personaje Shizuku, del anime My dress up Darling, dentro del universo de trajes de fantasía, diseñado con gran cantidad de detalles y textiles stretch, para dar comodidad y abarcar mayor rango en la talla.		
OBSERVACIONES:		
APROBADO: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> FIRMA DE RESPONSABILIDAD		

Figura 79 - Ficha de marcada 2

FICHA DE MARCADA

N°3

EMPRESA: LoliPop Cosplay

LÍNEA: Trajes de Fantasía

PRENDA: Cosplay

CÓDIGO: Yor001

COLECCIÓN: "Fantasía a la realidad"

ELABORADO POR: Tanya Valarezo

TALLAS: 38 (L)

FECHA: 29/07/2022

DESCRIPCIÓN: Cosplay del personaje Yor Forger, del anime Spy x Family, dentro del universo de trajes de fantasía, diseñado con gran cantidad de detalles y textiles stretch, para dar comodidad y abarcar mayor rango en la talla.

1XT TIRILLA DE CONTORNO DE HOMBROS

2XT TIRILLA DE CENTRO DE CAPA

DELANTERO INFERIOR 1XT POSTERIOR INFERIOR 2XT

DELANTERO SUPERIOR

X
X
X

2XT

DELANTERO SUPERIOR

4XT

1XT

1XT

GUANTE

2XT

PULGAR

2XT

GUANTE

2XT

SIMBOLOGÍA

↓ Sentido del hilo

x x x Dobles de tela

✓ Piquete

OBSERVACIONES:

APROBADO: SI NO

FIRMA DE RESPONSABILIDAD

Figura 80 - Ficha de marcada 2

FICHA DE MARCADA

N°4

EMPRESA: LoliPop Cosplay

LÍNEA: Trajes de Fantasía

PRENDA: Cosplay

CÓDIGO: Yor001

COLECCIÓN: "Fantasía a la realidad"

ELABORADO POR: Tanya Valarezo

TALLAS: 38 (L)

FECHA: 29/07/2022

DESCRIPCIÓN: Cosplay del personaje Yor Forger, del anime Spy x Family, dentro del universo de trajes de fantasía, diseñado con gran cantidad de detalles y textiles stretch, para dar comodidad y abarcar mayor rango en la talla.

SIMBOLOGÍA

↓ Sentido del hilo

x Dobles de tela

v Piquete

OBSERVACIONES:

APROBADO: SI NO

FIRMA DE RESPONSABILIDAD

Figura 81 - Ficha de ruta operacional 1

LOLIPOP		FICHA TECNICA RUTA OPERACIONAL				N°1
EMPRESA: LoliPop Cosplay LÍNEA: Trajes de Fantasía PRENDA: Cosplay CÓDIGO: Shizukumaid001		COLECCIÓN: "Fantasía a la realidad" ELABORADO POR: Tanya Valarezo TALLAS: 38 (L) FECHA: 29/07/2022				
Secuencia lógica	OPERACIÓN	MAQUINA	PUNTADA	HILO	COSTURA	
	VESTIDO					
1	Unir hombros	Overlock	504	Poliéster	Remalle	
2	Unir costados	Overlock	504	Poliéster	Remalle	
3	Unir costados de mangas	Overlock	504	Poliéster	Remalle	
4	Unir mangas	Overlock	504	Poliéster	Remalle	
5	Unir ambas faldas a torso	Overlock	504	Poliéster	Remalle	
6	Unir volados	Overlock	504	Poliéster	Remalle	
7	Colocar cinta	Manual				
8	Colocar cierre	Recta	301	Nylon	Superpuesta	
	MANDIL					
9	Unir cintura a pieza frontal	Overlock	504	Poliéster	Remalle	
10	Unir vuelos a pieza frontal	Overlock	504	Poliéster	Remalle	
11	Unir cintura a tirantes y cruzar	Overlock	504	Poliéster	Remalle	
12	Unir vuelos a los tirantes	Overlock	504	Poliéster	Remalle	
13	Colocar broches de sujeción	Manual			Remalle	
14	Unir lazo posterior	Manual				
	CUELLO					
15	Unir piezas izquierda y derecha	Overlock	504	Poliéster	Remalle	
16	Unir encaje	Recta	301	Nylon	Superpuesta	
17	Embolsar piezas	Recta	301	Nylon	Superpuesta	
18	Colocar broche	Manual				
OBSERVACIONES:						
APROBADO: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> FIRMA DE RESPONSABILIDAD						

Figura 81 - Ficha de ruta operacional 1

Secuencia lógica	OPERACIÓN	MAQUINA	PUNTADA	HILO	COSTURA
	VESTIDO				
1	Unir pinzas	Overlock	504	Poliéster	Remalle
2	Unir costados	Overlock	504	Poliéster	Remalle
3	Embolsar capa	Recta	301	Nylon	Superpuesta
4	Unir capa	Recta	301	Nylon	Superpuesta
5	Unir cierre	Recta	301	Nylon	Superpuesta
6	Unir cintas decorativas	Recta	301	Nylon	Superpuesta
7	Unir decoración del cuello	Recta	301	Nylon	Superpuesta
8	Colocar broches	Manual			
	GUANTES				
9	Unir pulgar	Overlock	504	Poliéster	Remalle
10	Unir costados	Overlock	504	Poliéster	Remalle
11	Cerrar bordes	Recta	301	Nylon	Superpuesta
	DECORATIVO PIERNAS				
12	Unir piezas formando cintas	Recta	301	Nylon	Superpuesta
13	Unir piezas entre ellas	Recta	301	Nylon	Superpuesta
14	Colocar broches	Manual			
OBSERVACIONES:					
APROBADO: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> FIRMA DE RESPONSABILIDAD					

6.10.1 Photobook

Figura 82 - Producto final 1



Figura 83 - Producto final



Figura 84 - *Producto final*



Figura 85 - Producto final



6.11 COSTOS DE PRODUCCIÓN

6.11.1 Costos fijo

Son aquellos que permanecen sin cambios a pesar de las variantes en la producción.

Tabla 28 - Costos fijos servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS		
Descripción	Frecuencia de pago	Costo \$
Luz	Mensual	\$ 5
Agua	Mensual	\$ 1
Teléfono o internet	Mensual	\$ 10
Arriendo	Mensual	\$ 100
SUBTOTAL		\$ 116

Tabla 29 - Costos fijos personal administrativo

PERSONAL ADMINISTRATIVO			
Cantidad	Descripción	Frecuencia de pago	Costo \$
1	Diseñador de moda	Mensual	\$ 425
1	Diseñador gráfico free lance	Mensual	\$ 100
1	Confección	Mensual	\$ 100
SUBTOTAL			\$ 625

Tabla 30 - Costos fijos materiales indirectos

MATERIALES INDIRECTOS	
Descripción	Costo \$
Materiales de oficina	\$ 15
Transporte	\$ 20
SUBTOTAL	\$ 35

Tabla 31 - Síntesis de costos fijos mensuales

DESCRIPCIÓN	Costo \$
Servicios básicos	\$ 116
Personal administrativo	\$ 625
Materiales indirectos	\$ 35
SUBTOTAL	\$ 776

6.11.2. Costos variables

Son valores que fluctúan proporcionalmente al nivel de producción. Mientras hay mayor productividad habrá mayor coste.

Tabla 32 - Costos variables materia prima atuendo 1

MATERIA PRIMA				
Descripción: Traje Cosplay Shizuku				Cantidad: 1
Material	Unidad	Cantidad de consumo	Costo unitario \$	Costo total \$
Cambrela	Metro	1	\$ 3	\$ 3
Crepe satinado	Metro	1	\$ 4	\$ 4
Brocado textil licrado	Metro	3	\$ 5.65	\$ 17
Organza	Metro	1	\$ 1	\$ 1
SUBTOTAL				\$ 25

Tabla 33 - Costos variables insumos atuendo 1

INSUMOS				
Descripción: Traje cosplay Shizuku				Cantidad: 1
Material	Unidad	Cantidad de consumo	Costo unitario \$	Costo total \$
Encaje	Metro	4	\$ 1.5	\$ 6
Cierre	Unidad	1	\$ 0.60	\$ 0,50
Lentejuelas	Metro	5	\$ 0.7	\$ 3,5
Cadena	Metro	1	\$ 2	\$ 2
SUBTOTAL				\$ 12

Tabla 34 - Costos variables mano de obra atuendo 1

MANO DE OBRA			
Descripción: Traje cosplay Shizuku			Cantidad: 1
Descripción	Costo unitario	Cantidad	Costo total \$
Maquiladora	\$ 20	1	\$ 20
Artesana textil	\$ 8	1	\$ 5
Diseñador de bisutería	\$ 5	1	\$ 5
SUBTOTAL			\$ 30

Tabla 35 - Síntesis de costos variables atuendo 1

DESCRIPCIÓN	Costo \$
Materia prima	\$ 25
Insumos	\$ 12
Mano de obra	\$ 30
SUBTOTAL	\$ 61.

Tabla 36 - Costos variables materia prima atuendo 2

MATERIA PRIMA					
Descripción: Traje cosplay Yor				Cantidad: 1	
Material	Unidad	Cantidad de consumo	Costo unitario \$	Costo total \$	
Lame	Metro	1	\$ 7	\$ 7	
Tafetan licra	Metro	2,5	\$ 6	\$ 15	
Randa Roja	Metro	2	\$ 1.5	\$ 3	
SUBTOTAL				\$ 25	

Tabla 37 - Costos variables insumos atuendo 2

INSUMOS					
Descripción: Traje cosplay Yor.				Cantidad: 1	
Material	Unidad	Cantidad de consumo	Costo unitario \$	Costo total \$	
Diadema	unidad	1	\$ 1.5	\$ 1.5	
Rosas amarillas	unidad	2	\$ 3.25	\$ 6.50	
Cintas doradas	metro	1.5	\$ 1	1.5	
Cierre	unidad	1	\$ 1	\$ 1	
Dije metálico	unidad	1	\$ 1	\$ 1	
SUBTOTAL				\$ 11,50	

Tabla 38 - Costos variables mano de obra atuendo 2

MANO DE OBRA			
Descripción: Traje cosplay Yor			Cantidad: 1
Descripción	Costo unitario	Cantidad	Costo total \$
Maquiladora	\$ 10	1	\$ 10
Artesano de accesorios	\$ 3.5	1	\$ 3.5
SUBTOTAL			\$ 13,50

Tabla 39 - Síntesis de costos variables atuendo 2

DESCRIPCIÓN	Costo \$
Materia prima	\$ 25
Insumos	\$ 11,50
Mano de obra	\$ 13.50
SUBTOTAL	\$ 50

Tabla 40 - Punto de equilibrio traje 1

$$Q = \frac{CF}{P-CV}$$
$$Q = \frac{776}{120-61}$$
$$Q = \frac{776}{59}$$
$$Q = 13.15$$

CV=61\$
CF=776\$
P=120\$

Punto de equilibrio traje 1 = 13.15

Tabla 41 - Punto de equilibrio traje 2

$$Q = \frac{CF}{P-CV}$$
$$Q = \frac{776}{100-50}$$
$$Q = \frac{776}{50}$$
$$Q = 15.52$$

CV=50\$
CF=776
P=100\$

Punto de equilibrio traje 2 = 15.52

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

Una vez se ha llegado al final de la presente investigación, se ha recopilado diversas conclusiones de Gran valor, que pueden ser de mucha utilidad para futuros diseñadores de moda, sobre todo si se tiene el deseo de especializarse en diseño de trajes cosplay.

- Mediante un estudio de casos se logró identificar la gran variedad de procesos de producción dentro del vestuario cosplay para conseguir el nivel de detalle y acabados que se busca y la diferencia que deben tener estos dependiendo de la finalidad que le darán sus usuarios a nivel local.

- Mediante una comunicación directa y estudio de campo y bibliográfico se logró determinar el tipo de vestimenta preferido más solicitado por las jóvenes cosplayers de la ciudad de Ambato colocándolo como base para una colección con los parámetros que pueden llegar a satisfacer a este público objetivo

- Se realizó de forma satisfactoria las bases para un miró emprendimiento de una marca especializada en trajes para os miembros de la tribu urbana de los cosplayers. mediante la gestión y desarrollo de una colección de trajes que incluyen prendas textiles no textiles accesorios y props para complementar completamente a la transformación se su usuario al personaje deseado

7.2 Recomendaciones

- La ciudad de Ambato, es un entorno lleno de diferentes culturas, tribus y gustos diferentes a los tradicionales y se encuentran listas por ser exploradas y tomados en cuenta para la realización de nuevos tipos de mercado. En cuanto a la tribu urbana de los cosplayers, los otakus y los frikis, es recomendable conocer bien su sub cultura, sus gustos y sus estándares, ya que con un estudio superficial estos pueden llegar a ser muy confusos y negativos para esta nueva tribu si se los generaliza basándose en falsas creencias y estereotipos.
- En cuanto al proceso de confección, es recomendable contratar los servicios de una maquila que conozca los estándares de la tribu urbana de los cosplayers y no reduzca su vestimenta a meros disfraces, pues se perdería el objetivo principal de la investigación y se entregaría un producto de mala calidad.
- Conocer y crear alianza con marcas especializadas en accesorios complementarios del tipo de vestimenta a realizarse para poder obtener un beneficio económico mutuo y lograr darle al cliente una experiencia más completa y satisfactoria.

BIBLIOGRAFÍA

- Ministerio de Educacion . (07 de Marzo de 2022). *Educa.com.ec*. Obtenido de <https://educacion.gob.ec/educa-comparte-con-las-tribus-urbanas/>
- Alain, N. (2015). *Diseño y confeccion de vestuario y props inspirados en personajes de ficcion y videojuegos*. Sant Carles : Universidad Politencica de Valencia.
- Algarabia Suplemento. (2020). *Para entender al Millennial*. Mexico: Algarabia S.A.
- Amézquita, D. A. (2015). *Procesos Avanzados de Fabricación 1* . Bogota : Universidad Naciona de Colombia.
- Andrade G, E., & de la Gandara J, M. (3 de 15 de 2011). *Psicologia .com*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10401/2785>
- Andrade Mendoza, K. I. (2015). *Estudio de los imaginarios que se construyen a través del manga y anime en las culturas otaku y cosplay*. Quito: Universidad central del Ecuador .
- Arjona, R. A. (2019). *Diseño de un plan de marketing para la tienda Kyandi Store dirigida a la cultura*. Bogota : Universitaria Agustiniana.
- Atilano, R. (2016). *Debajo del disfraz "cosplay"*. CDMX: Universidad nacional autonoma de Mexico.
- Ayestaran, S. (1998). *Movimientos juvenils y Tribus urbanas* . Xuventude: Universidad del pais Vasco.

- Balderrama, L. (2009). *La elaboracion del ser Otaku desde sus practicas culturales . la interaccion con el otro y su entorno*. Caracas: Universidad catolica Andres Bello.
- Balderrama, L., & Perez, C. (2009). La elaboracion del der otaku desde sus practicas culturales , la interaccion. (*Tesis de licenciatura*). Universidad Catolica Andres Bello, Caracas.
- Baque, J. Y. (2019). *Desarrollo de una coleccion Primavera/Verano 2018 de Cosplay para jovenes fanaticos del anime*. Guayaquil: Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Guayaquil.
- Barrio, D. (2011). Modelo para la gestión de la innovación tecnológica en el sector inmobiliario. *Revista ingeniería de construcción*, PAG. 353-368.
- Belmonte, C. (2010). *Las tribus urbanas: campo virgen en historia y fertil para la interdisciplinariedad*. España : Universitat Jaume.
- Bernal, C. J. (2016). *Capitulo 2 : Ingenieria del Diseño*. Lima: Iconofacto.
- Busty, M. (2015). *Sexy Cosplay Anime Girls: Erotic Nude Porn Photo Studios* .
- Castelan, C. (mayo de 2014). Recodificacion corporal en el Cosplay. (*Tesis de Licenciatura*). Universidad de Barcelona, Barcelona.
- Castillo, L. (2015). *Cosplay , jugando a ser otro*. Mexico D.F: Escuela Nacional de Antropologia e Historia.
- Castillo, P. (20 de Septiembre de 2016). Ocho convenciones de anime y cómic se realizaron en el país este año. *El Universo*.

- Castro Villacis, B. A. (2019). *Cultura artística de personajes de series y comics en los jóvenes guayaquileños. CASO BUDOKAN*. Guayaquil: Univeraidad de Guayaquil.
- Chapman, A. (2014). *Análisis DOFA y análisis PEST*. Monterey: Congreso Nacional de Auditoría Interna CONAI.
- de Abreu, E. F., Giuliani, A. C., Kassouf Pizzinatto, N., & Alves Correa, D. (2006). *Benchmarking como instrumento dirigido al cliente*. Rosario : Universidad del Centro Educativo Latinoamericano.
- Defensoria del pueblo del Ecuador . (2019). *El derecho a la igualdad*. Quito: Departamento de gobierno Ecuador.
- El Universo. (2021 de Diciembre de 2021). 15.000 personas asistieron a las VI Edición de COMIC CON ECUADOR 2021. *El Universo* .
- Espartaco, Á. S. (2017). *Proyecto de Emprendimiento para la Creación de un Negocio de Ropa de Niños y Jóvenes por Catálogo General y Personalizada Online en la Ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Catolica de Santiago de Guayaquill.
- Gobbi, I. (2010). *Cosplay , el arte de disfrazarse* . España: Dolmen editorial.
- Gómez, L. (2015). Las ideas que surgen con la moda asiática. *Lideres.ec*.
- Gómez, M. (2017). Cadena de valor. *Estrategia Magazine*.

- Gonzales, M. .. (2015). Evaluacion de la imagen y comunicacion del proyecto comercial documental sobre el Cosplay en Guayaquil. (*Tesis de Licenciatura*). Universidad Casa Grande, Guayaquil.
- Gonzales, M. (2015). *Evaluacion de la imagen y comunicacion comercial del proyecto documental sobre el cosplay en Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Casa Grande.
- Grao, C. (2017). Industria cosplay como gran dinamizador de la economía. *Unicornia*.
- Guillen, M. (2018). *Investigacion semiotica de bordados artesanales*. Ambato: Universidad Tecnica de Ambato.
- Jaramillo, S. (2018). *Analisis de las significaciones de la cultura "geeck o friki" en eventos de convergencia como "shinanime"*. Cali: Universidad Autonoma de Occidente.
- Jaramillo, S. (2018). *Analisis de las significaciones de la cultura "geek o Friki"*. Cali: Universidad autonoma de occidente.
- Jimenez, A. (2020). La representacion de la masculinidad de los traps en el anime. (*Tesis de licenciatura*). Universidad de lima, Lima.
- Jorquera, O. (2017). *Fabricacion Digital: Introduccion al Mercado de la impresion 3D*. España: Ministerio de Educacion de España.
- La Hora. (5 de Septiembre de 2019). Cultura friki se toma la Universidad Técnica de Ambato.

- La Verdad . (09 de 07 de 2020). *Modelo erótica hace Cosplay de Final Fantasy VII y enloquece a los fans*. Obtenido de La Verdad: <https://laverdadnoticias.com/espectaculos/Modelo-erotica-hace-COSPLAY-de-Final-Fantasy-VII-y-enloquece-a-los-fans-20200413-0235.html>
- Linares, F. J. (2013). *Construcción de la identidad Furry. (Tesis de licenciatura)*. Universidad de Málaga, Malaga.
- LLYC. (2021). *Resultados financieros 1H2021*. Madrid: LLorente y Cuenca S.A.
- Lopez, M. (2011). *Los fans de la animación Japonesa en el Gran Santiago. (Tesis de Licenciatura)* . Universidad Academia de Humanismo Cristiano, Santiago.
- Luna, R. (2015). *Nuevas tribus urbanas: los gamers*. Peru: Universidad Ponpeut fabra.
- Luzuriaga, D. (24 de Abril de 2022). *Lider de Akiba Kei*. (T. Valarezo, Entrevistador)
- Ministerio de Industria y Energía. (2015). *La Seguridad industrial .Su estructura y contenido*. España : Ministerio de Industria, Turismo y Comercio - MITYC.
- Moreno, V. (2018). *Psicología Del Color y La Forma*. Mexico: Universidad de Londres .
- Nalto, K. (2020). *Tokio para Geeks*. Kei D. Nalto .
- Nicolalde, M. (2016). *Diseño y ambientación de una cafetería con temática animada mediante la creación de su identidad visual para crear un espacio acorde a la subcultura "otaku". (Tesis de licenciatura)*. Universidad Tecnológica equinoccial, Quito.

Pinillos, C. (2020). *Discriminación e identidad: la cultura de cosplay en México*.

Xochimilco: Universidad Autónoma metropolitana unidad Xochimilco.

Plan de Trabajo 2021-2025. (2022). *Plan Nacional de Desarrollo*. Obtenido de

<https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-de-creacion-de-oportunidades-2021-2025-de-ecuador>

Quiroz, L. (2021). *Cosplay, juego y Performance*. Xochimilco: Universidad Autónoma

Metropolitana.

Revista Patria. (2015). La moda ahora se inspira en el Cosplay. *Patria*.

Revista TGX.Beta. (26 de Octubre de 2017). Obtenido de Cosplay Experience:

<https://tgx.es/CosplayEXP/article/glosario-de-cosplay/>

Reyes, P. (2019). *Tendencias de consumo: transformaciones que constituyen a los*

nuevos consumidores y se establecen en las estrategias de los nuevos mercados.

Guayaquil: Universidad Central.

Rivas, G. (2016). *Estudio de mercado para establecer la fidelización de clientes de la*

marca comercial Pure Water. Machala : Universidad Técnica de Machala.

Rodríguez, A. (2020). The Graveyard Props: construir mundos de fantasía. *Milenio*.

Romano, A. M. (2019). *Elementos de diseño*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.

RW. (2022). Según Llyc, el escepticismo y "positivismo" están entre las tendencias del

2022. *Reason Why*.

Samar, L. (2007). *El diseño industrial en la historia*. Panamá: Ediciones Tec.

- Silva, I. (2021). *Calidad de servicio y satisfacción de usuarios en el Registro Mercantil de Ambato*. Ambato: -universidad Tecnica de Ambato.
- Torti, Y. (2018). Cosplay , origen y comunidades virtuales. *Revista Luciernaga* .
- Toscanini, M. C. (2015). *Ser ficcion : Documental sobre el cosplay* . Guayaquil: Universidad Casa grande .
- Valenzuela, M. G. (2014). Estudio comparativo de las acciones a considerar en el roceso de diseño conceptual desde la ingeniería y el diseño de productos. *Revista chilena de ingeniería*, 398-411.
- Van, A. (2020). *Belleza Cosplay : Volumen 1*. Alvi Editorial.
- Wong, W. (1988). *Fundamentos del Diseno*. Gustavo Gili.
- Wong, W. (1991). *Fundamentos del Diseño Bi y Tri- dimencioanal*. Barcelona : Editorial Gustavo Gili, S. A.
- Wong, W. (1999). *Principios del diseño en color*. Buenos Aires: Editorial. Gustavo Gili S.A.
- Yukarin Pyom. (12 de Septiembre de 2020). ¿ Que es Ero Cosplay? (Video). Youtube. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=4ZbOy0yyalk&ab_channel=YukarinPyon