



Imagen: Crocs

# Matchwear humano-mascota

Crocs lanza una línea de calzado para mascotas

– BIENES DE CONSUMO –

FINANCIA:

COORDINA:

# RESUMEN EJECUTIVO

En octubre de 2024 la marca Crocs lanzo los Pet Crocs, un calzado para perros desarrollado junto a la marca de mascotas Bark.

Los zapatos están disponibles en tres tallas y mantienen el diseño icónico de los zuecos humanos, con estampado jaspeado en verde “slim” o rosa “pitahaya”. Además brillan en la oscuridad . Incluyen accesorios Jibbitz con temática canina y una edición para dueños a juego.

Fuente



Imagen: Crocs

# CONTEXTO

En un mercado donde las marcas buscan reforzar la conexión emocional con los clientes, Crocs apuesta por extender su producto a las mascotas, un segmento en rápido crecimiento.

La alianza con Bark, especialista en productos para perros, asegura funcionalidad y seguridad, sin perder el componente estético y de marca.



# TENDENCIAS RELACIONADAS



## **Pet Humanization**

Cada vez más consumidores tratan a sus mascotas como miembros de la familia

---



## **Ediciones limitadas y colaboraciones**

Estrategias que generan urgencia de compra y exclusividad

---



## **Matchwear humano-mascota**

Moda coordinada entre dueños y animales como expresión de identidad y vínculo afectivo.

---



## **Productos 'fun & functional'**

Combinación de utilidad y diseño lúdico para diferenciarse en categorías maduras

# ¿POR QUÉ AHORA?

El gasto global en productos para mascotas sigue en expansión, impulsado por la generación millennial y Z, que priorizan experiencias y personalización.

Además, la cultura pop y las redes sociales amplifican productos visualmente llamativos, lo que aumenta el valor de lanzamientos que pueden viralizarse.



# OPORTUNIDADES



## **Suscripciones temáticas**

Crear cajas mensuales con accesorios coordinados humano-mascota



## **Personalización avanzada.**

Ofrecer la posibilidad de imprimir el nombre, la foto o el retrato de la mascota en los Crocs o Jibbitz.



## **Hogar coordinado humano-mascota**

Camas, mantas, cojines con diseños a juego con textiles para el hogar de los dueños



## **Experiencias gastronómicas compartidas**

Restaurantes o cafés con menús “twinning” para personas y perros

# CONCLUSIONES

Este lanzamiento demuestra cómo una marca puede expandir su ADN de diseño a nuevos públicos, aprovechando la tendencia de humanización de mascotas y el poder del marketing experiencial.

El éxito radica en combinar funcionalidad, estética y storytelling, convirtiendo un producto simple en una pieza de conversación y deseo.





# Cooperar para innovar y transformar

[www.sommos-connecta.com](http://www.sommos-connecta.com)

FINANCIA

COORDINA