

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL DE DISEÑO DE INDUMENTARIA.

Alumna: Ana Catalina Lindholm

Tema:

Indumentaria outdoor. Diseño de una colección de indumentaria para acompañar al usuario en sus viajes por la naturaleza.



Universidad Empresarial Siglo 21

A mi familia, quienes confiaron en mí desde un primer momento y me dieron todo su apoyo.

Me inculcaron el amor por la naturaleza, y me incentivaron a crecer artísticamente desde niña.

A mis amigos, mi gran motor para vivir con alegría.
A la Universidad, por darme las herramientas necesarias para desarrollarme profesionalmente.

RESUMEN:

“He aprendido a andar: desde entonces me abandono a correr.

He aprendido a volar: desde entonces no espero a que me empujen para cambiar de sitio.

Ahora soy ligero. Ahora vuelo. Ahora me veo por debajo de mí. Ahora un dios baila en mí.”

Friedrich Nietzsche “Así habló Zaratustra” (Pág. 81 – Primera Parte)

El siguiente trabajo final de grado, pretende llevar al lector a un recorrido tanto mental, como así terrenal por distintos recovecos a lo largo de la Argentina.

Posee áreas implicadas que introducen a cuestiones filosóficas, sociológicas y artísticas; como así conceptuales y técnicas. Pero su principal finalidad es crear armonía en cuanto al arte, la conciencia medio ambiental y el Diseño de Indumentaria.

Tras la exploración de diversas texturas, materiales y tipologías, combinadas con un arduo trabajo de investigación; este proyecto pretende dejar en quien lo reciba, un mensaje de cuidado y respeto por el medio ambiente, como así también generar una sensación en la cual la mente ya abandonó su espacio físico, para así transportarse en un viaje repleto de arte, naturaleza y diseño.

ABSTRACT:

*"I have learned to walk: since then I have given up running.
I have learned to fly: since then I do not wait for them to push me to change places.
I'm light now. I'm flying now. Now I see myself below me. Now a god dances on me. "*
Friedrich Nietzsche "Thus spoke Zarathustra" (Page 81 - Part One)

The following final work of degree, tries to take the reader to a mental as well as terrestrial tour through different nooks and crannies throughout Argentina.

It has involved areas that introduce philosophical, sociological and artistic issues; As well as conceptual and technical. But its main purpose is to create harmony in terms of art, environmental awareness and the Design of Clothing.

After the exploration of diverse textures, materials and typologies, combined with an arduous research work; This project intends to leave a message of care and respect for the environment to those who receive it. Generate a sensation in which the mind has already abandoned its physical space, to be transported in a journey full of art, nature and design.

INDICE

CAPÍTULO I – PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.1.1	<u>Contextos y Antecedentes</u>	11
1.1.2	Ofertas de mercado en la actualidad	11
1.1.2.1	Columbia Sportwear (internacional)	11
1.1.2.1	Montagne (nacional)	14
1.1.2.1	Suiza Outdoor (provincial)	15
1.1.3	Análisis del mercado actual.	16
1.2	<u>Problema.</u>	16
1.2.1	Planteamiento del problema.	17
1.2.2	Formulación del problema.	17
1.2.3	Descomposición del problema.	18
1.2.3.1	¿Es posible complementar arte-creatividad-viajar?	19
1.2.3.2	¿Es posible complementar la austeridad y el cuidado por el medio ambiente, con una marca que incita al consumo?	19
1.3	<u>Áreas implicadas.</u>	19
1.4	<u>Objetivos.</u>	20
1.4.1	Objetivos Generales.	20
1.4.2	Objetivos Específicos.	20
1.4.3	Objetivos de desarrollo de la propuesta de aplicación profesional de diseño.	21
1.5	<u>Justificación.</u>	21
1.6	<u>Limitaciones de estudio.</u>	21

CAPÍTULO II – MARCO TEÓRICO.

2.1	<u>Puntos de encuentro y divergencia.</u>	22
2.1.2	Dualidad consumo-austeridad.	22
2.1.2.1	Sociedad de consumo.	23
2.1.2.2	¿Es posible la austeridad como forma de vida voluntaria?	25
2.2	<u>Arte-creatividad-viajar.</u>	26
2.2.1	Relación arte-viajar.	30

2.2.2	Relación entre arte, filosofía y viajes.	32
2.3	<u>Introducción al Turismo de Aventura.</u>	37
2.3.1	Turismo de aventura/alternativo.	37
2.3.2	Breve introducción al Turismo de Aventura (outdoor).	37
2.4	<u>Conocimientos Técnicos y Habilidades.</u>	38
2.4.1	Preparación física.	39
2.4.2	Preparación mental.	39
2.4.3	Criterio y experiencia.	40
2.5	<u>Vestimenta y equipo.</u>	41
2.5.1	Vestimenta.	41
2.5.2	Sistema de capas.	42
2.5.3	<u>Tejidos.</u>	43
2.5.3.1	Fibras Naturales.	44
2.5.3.2	Fibras Sintéticas.	44
2.5.3.3	Tejidos impermeables y transpirables.	46
2.5.4	<u>Rellenos aislantes.</u>	46
2.6	<u>Combinación de Sistema de capas.</u>	47
2.6.1	Capas en contacto con la piel.	47
2.6.2	Capas aislantes.	48
2.6.3	Capas exteriores.	48
2.7	<u>Calzado.</u>	54
2.8	<u>Mochilas.</u>	59
2.8.1	Armadura interna frente a armadura externa.	59
2.9	<u>Equipo básico.</u>	61
2.10	<u>Los diez esenciales.</u>	62
2.10.1	Otros materiales importantes.	
2.11	<u>Carpas/Tiendas.</u>	66
2.11.1	Carpas invernales y no invernales.	67
2.11.2	Tamaños.	70
2.11.3	Otras características.	72
2.12	<u>Sistema de dormir: Sacos y bolsas de dormir.</u>	73
2.12.1	Tipos de aislamientos.	73

2.12.2	Materiales para la cubierta exterior.	74
2.12.3	Características y componentes.	75
2.13	<u>Aislarse del suelo.</u>	76
2.13.1	Materiales.	76
2.13.2	Tamaños.	77
2.14	<u>Métodos de estampación textil.</u>	77
2.14.1	Estampación en bloques.	78
2.14.2	Estampación directa con rodillos de grabado.	79
2.14.3	Estampación por termo-transferencia (sublimación).	80
2.14.4	Estampación por serigrafía.	81
2.14.5	Batik.	81
2.14.6	Estampación por policromía.	82
2.14.7	TAK.	83
2.14.8	Proceso de inyección por boquillas.	83

CAPÍTULO III – METODOLOGÍA.

3.1	<u>Esquema: Metodología de diseño.</u>	84
3.2	<u>Definición del problema.</u>	84
3.3	<u>Definición según los objetivos.</u>	85
3.3.1	Investigación exploratoria o cualitativa.	89
3.3.2	Población y muestreo.	89
3.3.3	Métodos y técnicas de investigación.	90
3.4	<u>Entrevistas con expertos.</u>	93

CAPÍTULO IV – PROPUESTA DE DISEÑO.

4.1	<u>Investigación previa: Generación de estampas.</u>	107
4.1.2	Animales en condición de amenaza en Argentina.	108
4.1.2.1	Breve introducción a las especies en amenaza de Argentina.	108
4.1.2.2	Selección especies en amenaza de Argentina.	110
4.1.3	Análisis y observación de los animales en amenaza seleccionados.	117

4.2	<u>Generación de estampas.</u>	127
4.2.1	Estampa Flamenco Andino.	127
4.2.2	Estampa Gato Andino.	128
4.2.3	Estampa Tapir.	130
4.2.4	Estampa Guacamayo Verde.	131
4.2.5	Estampa Yaguareté.	132
4.3	<u>Proceso de diseño.</u>	133
4.3.1	Mapa proceso de diseño.	136
4.4	<u>Desarrollo de la colección.</u>	137
4.4.1	Serie “Laguna de Mar Chiquita”.	137
4.4.1.2	Breve introducción geográfica de la Laguna de Mar Chiquita.	137
4.4.1.3	Dibujos técnicos y geométrales: serie “Laguna de Mar Chiquita”.	138
4.4.2	Serie “Ayres de Cafayate”.	160
4.4.2.1	Breve introducción geográfica de Cafayate.	160
4.4.2.2	Dibujos técnicos y geométrales: serie “Ayres de Cafayate”.	160
4.4.3	Serie “Lullaillaco”.	180
4.4.3.1	Breve introducción geográfica del Volcán del Lullaillaco.	180
4.4.3.2	Dibujos técnicos y geométrales: serie “Lullaillaco”.	180
4.4.4	Serie “Cataratas del Iguazú”.	200
4.4.4.1	Breve introducción geográfica de las “Cataratas del Iguazú”.	200
4.4.4.2	Dibujos técnicos y geométrales: serie “Cataratas del Iguazú”.	200
4.4.5	Serie “Vientos Patagónicos”	221
4.4.5.1	Breve introducción geográfica de la Patagonia Argentina.	221
4.4.5.2	Dibujos técnicos y geométrales: serie “Vientos patagónicos”.	221
4.5	<u>Figurines.</u>	240
4.6	<u>Fichas técnicas.</u>	251

CAPÍTULO V – CONCLUSIONES.

5.1	<u>Conclusiones generales.</u>	269
5.2	<u>Análisis de datos.</u>	269

CAPÍTULO VI – GESTIÓN ESTRATÉGICA DE COMERCIO.

6.1	<u>Proyecto empresarial.</u>	272
6.1.1	Significación de marca.	272
6.2	<u>Inspiración: Animales en amenaza de Argentina.</u>	273
6.3	<u>Misión, visión y valores de marca.</u>	273
6.4	<u>Matriz FODA.</u>	274
6.5	<u>Propuesta estratégica de marca.</u>	276
6.5.1	Competencia.	276
6.5.2	Marketing.	276
6.5.3	Estrategia de comercialización y comunicación.	277
6.6	<u>Mezcla de comunicación de Marketing.</u>	278
6.6.1	Publicidad.	279
6.6.2	Promoción de ventas.	279
6.6.3	Eventos y experiencias.	279
6.6.4	Relaciones públicas y publicidad.	280
6.6.5	Marketing directo.	281
6.7	<u>Usuario.</u>	282
6.8	<u>Moodboard.</u>	283
6.9	<u>Comunicación visual.</u>	284
6.9.1	Logotipo.	284
6.9.2	Packaging.	284
6.9.2.1	Etiquetería.	285
6.9.2.2	Etiquetas para indicaciones de uso y cuidado de la prenda.	286
6.9.2.3	Empaquetamiento.	287
6.9.3	Comunicación digital.	288
6.9.3.1	Página web.	288
6.9.3.2	Otras herramientas de promoción digital.	294
6.10	<u>Planta comercial.</u>	297
6.11	<u>Estudio económico financiero.</u>	301
6.11.1	Preparación del local.	301

6.11.2	Costos de fabricación.	302
6.11.3	Packaging.	302
6.11.4	Personal.	302
6.11.5	Gastos generales.	303
6.11.6	Marketing.	303
6.11.7	Costos fijos por mes.	303
6.11.8	Costos totales.	304
6.11.9	Préstamos.	304
6.11.10	Ingresos.	305
6.11.11	Capital de trabajo.	306
6.11.12	Total de inversión inicial.	306
6.11.13	Flujo de caja.	307
6.11.14	Conclusiones con respecto al Estudio Económico Financiero.	307

ANEXOS.

BIBLIOGRAFÍA.

CAPÍTULO I – PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.1 Contextos y antecedentes.

Antes de introducirnos en el siguiente proyecto, es necesario aclarar las inquietudes que llevaron a cabo las investigaciones desarrolladas a continuación; a fin de sumergirnos en la mente de un viajero/ aventurero, que goza de la naturaleza, de las experiencias al aire libre. En fin; que se deslumbra ante una vida al ras del viento y el sol, disfrutando cada instante en contacto con lo natural.

El punto de partida de la siguiente investigación parte de la inquietud por conocer el denominado “outdoor”, aquella actividad de riesgo, que conlleva, además de actividad física, una intensa actividad recreativa en el medio natural. Y de esta, a su vez, con su forma de relacionarse con la vestimenta actual.

El origen del “outdoor” se remonta a tiempos indefinidos, ya que el ser humano tiene la necesidad de mantener contacto con lo natural biológicamente. Sin embargo, en tiempos en donde la cotidianeidad atenta contra cada uno de nosotros; este tipo de actividades llega a ser considerada hasta un lujo para aquellos que emplean su tiempo viajando y recorriendo zonas poco habitadas. Y a raíz del desarrollo de nuevas tecnologías, guías e investigaciones recientes; el ser humano está logrando realizar actividades que hasta hace poco tiempo, parecían impensables.

Existe un gran mercado y numerosas marcas dedicadas al “outdoor”, en las cuales por lo general, se incluyen desde prendas con tecnología aplicada hasta todo tipo de accesorios que requieren dichas actividades. Entre las marcas más consolidadas y cotizadas en el mundo se encuentran Montagne, The North Face, Columbia, Salomon, entre otras. Sus orígenes parecen haber iniciado en tan solo un rubro específico; pero el creciente desarrollo de las actividades de aventura, incitaron a que cada día se desarrollen más, creando así pequeños mercados propios de prendas y accesorios para actividades extremas al aire libre.

1.1.2 Ofertas de mercado en la actualidad.

1.1.2.1 Columbia Sportswear.

El siguiente texto fue extraído de la página oficial de Columbia – www.columbiasportswear.com.ar

Columbia fue fundada en 1948 como una distribuidora de sombreros de origen familiar y tamaño pequeño; hoy en día se ha transformado en una de las más grandes marcas de indumentaria outdoor y el líder en ventas de ropa de ski en los Estados Unidos. En 2007 reportó ventas netas por U\$S 1036 millones. La extensa línea de productos incluye una enorme variedad de líneas para outdoor, deportiva, calzado y accesorios. Columbia es reconocida por desarrollar productos innovadores, destacados por su comodidad, funcionalidad, protección, estilo y gran valor.

En la cima de la compañía se encuentra Gert Boyle, y su hijo Tom Boyle, presidente y CEO.

La historia de Columbia comienza en 1930, cuando los padres de Gert llegan a Portland, provenientes desde Alemania. Compraron una pequeña distribuidora de sombreros y la nombraron Columbia Hat Company, en alusión al río homónimo que bordeaba la ciudad. Frustrados por la mala performance de sus proveedores, la familia empezó a producir de manera directa sus artículos, expandiendo su línea a camperas, chalecos de pesca y camisas.

En 1948, Gert contrajo matrimonio con Neal Boyle, quien se unió al negocio familiar, guiándolo hacia un crecimiento sostenido. En 1970, Neal fallece, quedando sus tres hijos y su inexperimentada esposa al frente de la compañía.

Los vendedores y bancos no vislumbraron un buen futuro. Estos últimos se reunieron con Gert Boyle para clarificar la situación, a lo cual ella ofrece la sede central de Columbia como garantía para sus préstamos, ganando así confianza, tiempo y tranquilidad. Su hijo Tim también comienza a tomar un rol importante en el negocio, volviendo a la empresa a tener resultados positivos.

Más adelante, Gert comienza a personificar a la “madre exigente” en las campañas publicitarias de Columbia. Se muestra como quien asegura que cada producto este a la altura de los mejores estándares de calidad, las más agresivas condiciones de uso y los más variados climas. Las campañas internacionales convirtieron a Gert en una celebridad. El mensaje “mamá te está cuidando” es universalmente reconocido. Esto llevó a Gert a ser la inspiración de la Medalla al Mérito, premio otorgado a los pioneros por su pasión con el outdoor.

La pasión por la presidente de Columbia, los lleva a hacer uno de los más calificados productos para el mundo del outdoor y su gente, compartiendo entre todos el mismo espíritu de aventura.

“Creemos que es esta pasión la que nos define como verdaderos pioneros. No es el lugar geográfico del planeta en el que cada uno se mueve, sino el entusiasmo con el que encarar todas las actividades al aire libre”. Columbia Sportswear.

Productos Innovadores.

Columbia es conocida como una innovadora de productos, y posee una incomparable reputación por su gran calidad y valor. Estos principios básicos guiaron a Columbia a través de la creación de diseños altamente populares, incluyendo el famoso Interchange System (Sistema Intercambiable) en sus camperas, en 1982. Este sistema impulsó a la compañía al primer nivel de la industrial del outdoor. Las primeras camperas con esta función fueron diseñadas para caza, incorporando una capa externa a prueba de agua, y una capa interna para mantener la temperatura corporal, pudiendo ser utilizadas juntas o separadas.

El éxito fue tan grande que esta modalidad fue aplicada a las ski parkas, siendo el primer modelo, la famosa “Bugaboo”, uno de los productos de mayores ventas de la historia.

En 1991, Columbia introduce sus productos con tecnología Omni-Tech, tecnología que permite la impermeabilidad y respirabilidad de las prendas. Hoy en día, la marca es uno de los más grandes productores de prendas impermeables y respirables designadas para auténticos aventureros de la naturaleza. Otras innovaciones incluyen las prendas con Omni-Shade, recomendadas por la Skin Cancer Foundation, como una efectiva protección de los rayos malignos del sol contra la piel.

Integración con la comunidad.

Columbia provee soporte a organizaciones que se especializan en asistencia social, conservación, medio ambiente, arte y educación. El programa Rethreads provee prendas devueltas pero en buen estado con pequeñas fallas, a gente con necesidades a lo largo de Estados Unidos. Columbia es miembro de la Conservation Alliance, organización especializada en el negocio del outdoor que se ha convertido en una enorme referencia y fuente de estudios para la conservación ambiental.

Presencia Global.

Actualmente, los productos Columbia están presentes en más de 90 países alrededor del mundo. La familia de marcas se fue extendiendo y creciendo, lanzando otras marcas reconocidas actualmente como Montrail, Mountain Hardwear, Pacific Trail y Sorel. La sede de Columbia aún sigue en Portland, Oregon, y la compañía emplea a más de 3000 personas en todo el mundo.



Imagen 1: Local Comercial de Columbia Sportswear.

1.1.2.2 Montagne

El siguiente texto fue extraído de la página oficial de Montagne. - www.montagneoutdoors.com.ar

La marca Montagne, surge en Buenos Aires, Argentina, en el año 1972.

Comienza su camino en el mundo de los náuticos, comercializando una línea de marroquinería y camperas a pequeña escala, especialmente bolsos y mochilas.

Para inicios de 1990, Montagne ya era reconocida por sus bolsos y mochilas; y comienzan la década con la producción de una línea propia de carpas. Esto los convirtió en los primeros fabricantes nacionales de productos de camping y outdoor. Luego comienzan con una pequeña producción de indumentaria.

La marca crea su propia colección para hombres, mujeres y niños en el año 2002, como forma de complemento con el espíritu y evolución de la marca en un concepto integral. De esta manera realizan la apertura de los primeros locales exclusivos, y desde ese momento Montagne despega año a año con un crecimiento constante y sostenido.

En el año 2004 se consolida la identidad de marca y amplía la red comercial para llegar a todo el país, y más adelante, gracias a las exportaciones, el exterior comienza a conocer sus productos.

En 2007 se incorporan textiles técnicos a través del desarrollo de nuevos tejidos y la incorporación de maquinarias de alta tecnología. Este factor determinó un nuevo crecimiento exponencial para la marca.

Al día de hoy se siguen sumando puntos de venta exclusivos y desarrollando indumentaria técnica para la vida outdoor; y a su vez toda la línea de productos que acompañan el espíritu de la marca.

Actualmente, Montagne es la marca líder de outdoor en la Argentina.

El objetivo de Montagne, es reafirmar cada año su compromiso de superación permanente, acercando a sus clientes la calidad que distinguen sus productos; complementando lo último en materiales, tendencia, diseño y tecnología.

Su fábrica emplea 620 empleados. Posee una superficie directa de 15.000 metros cuadrados. La cantidad de artículos vendidos en el año 2014 fueron 820.000 y la cantidad producidos fueron 860.000.



Imagen 2: Diferentes franquicias de Montagne a lo largo de Argentina.

1.1.2.3 Suiza Outdoor.

El siguiente texto fue extraído de la página oficial de Suiza Outdoor. – www.suizaoutdoor.com.ar

Suiza Outdoor fue inaugurada en el año 1888 en Córdoba, Argentina. Es la empresa que comercializa artículos para deportes al aire libre más antigua de la República Argentina. Esta pequeña empresa fue adquiriendo en todos estos años transcurridos, una dilatada experiencia en la comercialización de artículos de caza deportiva, pesca y camping.

Actualmente la empresa está en manos de gente joven, dinámica y práctica; brindándose con pasión y compromiso. Cuentan con tres locales al público y se mantienen en un crecimiento serio y sostenido.

Los locales comerciales se encuentran ubicados en zonas estratégicas de la ciudad de Córdoba. Los mismos se pueden ubicar en Nuevo Centro Shopping (Local 2244) – 9 de julio 37, local 3 – Casa Central Rivadavia 302.

Es un mercado destinado únicamente a los hombres, y en el mismo se comercializa una diversa variedad de productos, todos destinados al rubro. Las prendas textiles que se pueden hallar parten desde camisetas térmicas, remeras, camperas y buzos.

También se comercializan calzados, mochilas, carpas y demás elementos para subsistir en la naturaleza.



Imagen 3 y 4: Locales y artículos de Suiza Outdoor.

1.1.3 Análisis Mercado Actual.

Actualmente, en la ciudad de Córdoba, no se producen prendas textiles para Outdoor. Las marcas que podemos encontrar propiamente dichas en la ciudad, pertenecen al rubro de la comercialización de productos multimarcas.

En las marcas nombradas anteriormente, se puede encontrar una similitud que las une. Las tres pertenecen al mismo rubro de prendas y objetos “outdoor”; pero lo que es más destacable, es que

a sus respectivos niveles, (Columbia, internacional – Montagne, nacional y Suiza Outdoor, provincial) todas poseen la particularidad de ser las mas destacadas con respecto al público destinatario. Todas (a su escala) lograron ser reconocidas en todos sus niveles, y hoy mantienen un crecimiento sostenido que les permite seguir creciendo y destacándose sobre la competencia.

Las tres empresas comercializan prendas para hombres, mujeres y niños. Partiendo de la base siempre de que van a ser utilizadas para deportes de aventura.

Las líneas que se pueden hallar parten desde camperas, camisetas, camisas, pantalones, medias, remeras. Cada una de ellas implementando la tecnología necesaria que caracteriza a las prendas outdoor. A su vez, implementan la venta de diferentes accesorios para dichas actividades, tales como carpas, bolsas de dormir, calzado, elementos de viaje, etc.

Es un mercado sumamente amplio, y que aparenta crecer año a año de forma exponencial.

1.2 Problema.

1.2.1 Planteamiento del Problema.

El siguiente proyecto surge a partir de las crecientes realizaciones de actividades al aire libre o conocidas mundialmente como “outdoor”.

Dichas actividades, que engloban desde trekking, hasta escalada, entre otras; actualmente son practicadas por numerosos grupos de aficionados, y más que una actividad, parece haberse transformado en un estilo de vida, en una manera de ser y sentir – con la naturaleza.

Ante el gran crecimiento y expansión de tales actividades, resultó inevitable la inquietud por comprender la relación de los viajes de aventura, con las prendas que se utilizan para la práctica.

Entender de qué manera se complementa lo natural con lo comercial. La forma de convivir con la naturaleza, en medio de un mundo globalizado en donde el consumo parece invadir nuestras vidas.

Esta gran ambigüedad entre la austeridad y el consumo, y el interés por explorar en la mente de quien realiza dichas actividades; fue el punto de partida para el desarrollo del siguiente proyecto.

Tal interés llevó a observar el mercado dentro del “outdoor” y a analizar sus propuestas sobre objetos y prendas textiles.

1.2.2 Formulación del Problema.

Ante tales observaciones, surgen una serie de inquietudes, que el siguiente proyecto tiene como objetivo investigarlas y llegar a un punto de inflexión en donde se puedan conectar tales incógnitas con una realidad aproximada.

Y es así que emergen una serie de premisas que serán el puntapié para la siguiente investigación. Las mismas hacen referencia a la posibilidad de que las prendas outdoor se puedan desarrollar en un nuevo rubro, en el cual se priorice el diseño, la creatividad y el estilo, sin perder la funcionalidad. En segunda lugar, surge la inquietud por saber si actualmente existe, un mercado outdoor en donde se tome en consideración la personalidad, los gustos y la emotividad del usuario; y a raíz de eso, si se toma en cuenta un propósito estético, más allá de la funcionalidad de las prendas.

A partir de estas series de incógnitas, durante la realización del proyecto se intentará introducir en la mente del consumidor para descubrir sus gustos y necesidades. Verificar si consideran importante el diseño y la originalidad más allá de la prenda meramente funcional.

Si tales cambios no significarían la pérdida de formalidad y utilidad que las actuales brindan a los usuarios.

Tras entrevistas, guías de observación y recopilación de información, se intentará analizar las respuestas de los usuarios, intentando generar un nexo entre lo que piensan, lo que necesitan y lo que actualmente consumen.

1.2.3 Descomposición del Problema.

1.2.3.1 ¿Es posible complementar el arte con la creatividad y el viajar?

Si gran cantidad de personas se encuentran inmersas por la necesidad de viajar, conocer y salir de la civilización, tras el encierro que la ciudad y la rutina significan; posiblemente se pueda conectar este constante anhelo por encontrarse con uno mismo como así con el medio natural y el arte. Si el arte esta complementado por la creatividad; entonces, se intentará llegar al nexo que una a estos tres a partir de lecturas, investigaciones y antecedentes de artistas, escritores y viajeros que anteriormente se hayan explayado en estos temas. Y de esta manera, que el arte no sea simplemente un concepto abstracto, sino que se sumerja en la funcionalidad de prendas diseñadas con el fin de viajar y que el viaje sea placentero, una vez más convalidando con los objetivos del arte.

1.2.3.2 ¿Es posible complementar la austeridad y el cuidado del medio ambiente, con una marca que incita el consumo?

Si quienes practican este tipo de actividades, poseen un vínculo especial con el medio ambiente y la naturaleza que los rodea, posiblemente una de sus grandes inquietudes sea el cuidado y protección de la misma.

Uno de los objetivos del proyecto, será descubrir de qué manera esta dicotomía se puede llegar a unir, convalidando el consumo de la marca, no como un potencial enemigo del planeta, sino que promueva un mensaje de cuidado y esperanza ante el medio ambiente y de esta manera, el usuario se pueda llegar a sentir parte del mensaje que la marca comunique.

1.3 Áreas implicadas.

Para la profundización del siguiente proyecto, será necesario involucrarse con diferentes áreas a modo de romper estructuras y abrir nuevas posibilidades a lo que la investigación requiere. De este modo, diferentes especialistas, artículos y estudios, nos brindarán conocimientos que serán indispensables para adquirir un conocimiento global y determinante.

Las áreas implicadas serán:

- Sociología, filosofía y estética:
 - Conocimientos sobre el pensamiento humano, correlación con el arte, la creatividad y el viajar.
 - El hombre y su modo de vivir: Consumo – Austeridad.

- Introducción al Turismo de Aventura:
 - Qué es el Turismo de aventura.
 - Requerimientos necesarios, tecnicismos, instrumentos.

- Tecnología:
 - Tecnologías aplicadas al Turismo de Aventura.
 - Requerimientos para realizar prendas “outdoor”.
 - Procesos y Métodos de estampación.

- Biología:

- Animales en amenaza de Argentina.
- Artes Aplicadas:
 - Nociones técnicas para analizar procesos de diseño de estampación.
- Diseño de Indumentaria y Gráfico:
 - Diseño de colección de Indumentaria.
 - Generación de estampas, imagen de marca, packaging, local comercial.
- Marketing:
 - Propuesta de marca.
 - Relaciones internas y externas.
 - Contabilidad de costos.

1.4 **Objetivos:**

Los objetivos de la siguiente investigación, derivan del marco teórico, en el cual serán definidos y corresponderán a las premisas y planteamientos del problema especificados anteriormente.

1.4.1 Objetivos Generales:

- Generar una propuesta de marca y diseño de colección de indumentaria, enfocada en prendas “outdoor”.

1.4.2 Objetivos Específicos:

- Conocer al público objetivo en profundidad. Investigar según sus necesidades, gustos y preferencias al momento tanto de realizar las actividades al aire libre como en su vida cotidiana.
- Reconocer las necesidades no satisfechas aun dentro del mercado y analizar las oportunidades para crear una marca innovadora y eficiente.
- Conocer las cuestiones emocionales e inquietudes del público objetivo, a fin de brindar un valor agregado al producto.
- Recopilar información acerca de las prendas, materiales y tecnologías necesarias para la producción de prendas “outdoor” competentes al actual mercado.
- Investigar sobre los métodos de comercialización, publicidad y marketing de mayor eficiencia y alcance al público.
- Indagar en las actividades que el público realiza, interiorizarse con las mismas y alcanzar afinidad con los usuarios.

- Priorizar calidad, funcionalidad, creatividad e innovación.
- Promover un mensaje de cuidado y valoración del medio ambiente.

1.4.3 Objetivo de desarrollo de la propuesta de aplicación profesional de diseño.

- Generar prendas de tipo Prêt-à-porter.
- Componer dentro de la colección una línea de prendas estampadas, siguiendo una línea que prioriza la calidad, funcionalidad, innovación y valoración por el medio ambiente.
- Definir motivos de estampas, inspiradas en las especies en amenaza de Argentina; teniendo en cuenta la paleta de color y elementos característicos a nivel plástico como figura, fondo, dirección, etc.; a fin de aplicarlas en los diseños.

1.5 Justificación.

La inquietud por desarrollar el siguiente proyecto, surge al percibir un patrón reiterativo en cada una de las marcas para “outdoor”; prendas estereotipadas, que siguen una línea similar a pesar de que las marcas provengan de diferentes zonas geográficas, culturales y sociales.

Se intentará desarrollar a lo largo del trabajo, una investigación que abarque todos los conocimientos y requerimientos necesarios. Comprendiendo así, como una nueva marca de “outdoor” podría insertarse en el mercado actual, investigando sobre las nuevas tecnologías, textiles, materiales y conocimientos necesarios para crear prendas y objetos para viajes de aventura. Pero sobre todo, sumergiéndonos en la mente de quien viaja y realiza este tipo de actividades. Descubrir cuáles son sus inquietudes y anhelos; para así generar una marca destinada a aquello que aún falta, a aquello que pareciera no estar resuelto. Una marca creativa y con diseños exclusivos para “outdoor”, que priorice al usuario como ser individual, teniendo en cuenta sus preferencias y gustos al momento de vestir; y que a su vez haga un fuerte hincapié en la valoración y cuidado por el medio ambiente.

1.6 Limitaciones del estudio.

Como restricciones que puede abordar la siguiente investigación, podemos destacar cierta dificultad para acceder a portales técnicos; en dónde se brinde información exclusiva y detallada

para quien desea investigar acerca del outdoor. Las actividades y opciones del outdoor son realmente extensas y hasta ilimitadas, ya que cada persona posee sus particularidades, y con ellas sus placeres y gustos por diferentes tipos de recorridos a lo largo de la naturaleza.

Será necesaria la minuciosa investigación acerca de cuáles son las actividades consideradas como tales; y ante tal información; acceder al conocimiento tanto de las prendas y objetos necesarios, como así los textiles aptos para su fabricación, tecnologías actuales y los beneficios y contras de cada uno de ellos.

Otra restricción que se puede tomar en cuenta, es la gran cantidad de marcas que actualmente ofrece el mercado. Muchas de ellas instaladas desde hace varias décadas; provocando que el ingreso de una nueva marca se vea afectado por una creciente competencia.

Por otro lado, es necesario destacar la mirada de quien practica dichas actividades. Es posible que el rubro que se intenta implementar en el siguiente trabajo no sea de interés y se creen algunas asperezas en cuanto al desarrollo del proyecto.

Se deben tomar en cuenta los textiles y tecnologías a los que se tiene acceso desde Argentina, y al ser más precisos, desde Córdoba. Pueden llegar a ser un limitante de gran magnitud, debido a la escasez de las mismas, altos costos o en el peor de los casos, su inexistencia.

Se deben elaborar productos altamente diferenciados, para que al insertarse en el mercado no se vean sumamente afectados por la competencia. Es necesaria una gama de diseños exclusivos y creativos, pero que no pierdan su punto de enfoque en la funcionalidad.

La propuesta de Marketing debe ser de alto impacto, para que su llegada al público genere inquietudes e intereses. No se debe perder el foco en la naturaleza, las actividades que se realizan y la tecnicidad que se precisa para las mismas. Se debe transmitir de modo correcto el mensaje que encierra este proyecto.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Puntos de encuentro y divergencia.

En el siguiente capítulo se pretenderá conocer acerca de aspectos claves que surgen a partir de los cuestionamientos realizados anteriormente. Los mismos serán a fin de alcanzar un panorama general que abarque las diferentes áreas que son pertinentes al proyecto de investigación.

Tales investigaciones, acerca de temáticas inicialmente aisladas, se realizarán con el objetivo de unificar conceptos; a fin de que exista una correlación entre los aspectos planteados, alcanzando una ideal solución.

2.1.2 Dualidad Consumo – Austeridad.

2.1.2.1 Sociedad de consumo.

Los resabios de la Modernidad, dejan en la actualidad un mercado activo, orientado a la eficacia y a todo aquello que alienta a incrementar el consumo. Adquiere así, su máxima expresión; apañando no sólo el consumo de productos y servicios a un ritmo ágil, sino que con la misma velocidad logramos deshacernos de ellos.

Estas prácticas reflejan el mundo superficial y consumista en el que nos encontramos sumergidos. En donde se inculca la importancia por la adquisición constante de bienes, en búsqueda de una satisfacción inmediata.

En relación al constructivismo (en psicología, teoría explicativa de los procesos de aprendizaje a partir de conocimientos ya adquiridos), Bourdieu¹ (*Martínez, A.T (2007) P. Bourdieu: razones y lecciones de una práctica sociológica del Estructuralismo genético a la sociología reflexiva. Buenos Aires, Manantial.*) . Retoma la tradición heredada de autores como Veblen, Simmel o Weber, de quien recupera el término “estilización de la vida”, para aplicar en ella los nuevos avances teóricos

¹ Pierre-Félix Bourdieu (Denguin, 1 de agosto de 1930 – París, 23 de enero de 2002). Uno de los más destacados representantes de la sociología contemporánea. Logró reflexionar sobre la sociedad, introdujo o rescató baterías de conceptos e investigó en forma sistemática lo que suele parecer trivial, como parte de nuestra cotidianeidad. Algunos conceptos claves de su teoría son los de “habitus”, “campo social”, “capital simbólico” o “instituciones”. (Criado, Enrique Martín (2008), Editorial Croquant).

característicos del momento. Para estos autores, el consumo actúa como elemento principal de la distinción entre grupos.

Así mismo, el consumo se registra en Bourdieu en la lucha entre clases sociales. Estas luchas de clases se expresan en lógica del consumo, y a su vez, promueven dicha lógica. Las clases altas, con sus prácticas de consumo, generan una moda que es legitimada por todos y considerada como genuina. Los conflictos de clase están presentes en todas las acciones de consumo, donde a pesar de que cada uno defiende sus intereses, siempre son las clases altas las que ejercen su dominio sobre las clases bajas. En estas situaciones de conflicto, los gustos adquieren una especial relevancia, y son mostrados en forma simbólica mediante hábitos de consumo.

Las altas clases sociales son las que poseen el estilo de vida propiamente dicho, ya que gozan de la capacidad de elección; mientras que las clases bajas, llevan a cabo un consumo por necesidad. Estas clases no pueden escoger, por lo que lo único que les queda es intentar emular a las clases altas aunque no pueden, y realmente consumen solo por necesidad aunque intenten creer lo contrario. Hacen de la necesidad algo positivo.

En el libro Bourdieu, P (1988). *(La distinción. Criterio y bases sociales del gusto. Madrid, Taurus)*. Se distinguen dos tipos de consumo:

- Consumo vinculado a la clase social: Este consumo alude a aquel que se produce de manera inmediata, rutinaria y efectiva. Es establecido por los elementos que tienen que ver con lo económico y lo laboral. Este tipo de consumo hace referencia al hábito de clase.
- Consumo vinculado al estilo de vida: Es el consumo discursivo. Formado de expresiones y manifestaciones del gusto y de las formas. Predomina un consumo ajeno a la necesidad, basado en el gusto.

A diferencia de las teorías sociológicas de Barthes o Braudillard, Bourdieu sostiene que el principal fundamento de las prácticas de los grupos sociales, es la principal explicación de las prácticas de consumo, ya que lo que da identidad a un grupo social son las prácticas comunes y no sus signos. Así en lugar de hablar de moda, lo hace de vestuario, es éste el que sitúa a los individuos dentro de una clase social. Ante la afirmación de Braudillard, de que el consumidor se encuentra en una posición de objeto, es decir, toma un comportamiento pasivo en el consumo; Bourdieu señala la posición como sujeto que desempeña el consumidor. También se niega la idea de que el consumo

no está relacionado con el interés, y considera que lo que mueve el deseo es la motivación, producto social interiorizado en cada uno de nosotros, inconsciente y abstracto.

Podemos hallar una visión similar, condescendiente a la propuesta de Lipovetsky, que encuentra refugio en las tendencias y en la neomanía (pasión por lo nuevo), nacida ya no de la denominación y consumo impuesto, sino de las voluntades individuales agregadas, que conceden paso a una voluntad colectiva. (Ermer, 2010). Un acto liberador y vivificador reinaría modelando así las vicisitudes en un constante movimiento hacia la personalización.

El mercado actualmente, por su parte; indefectiblemente activa su mecanismo de defensa e incentiva la producción en masas, difícil de detener; la cual se repliega una y otra vez sobre sí misma. Lo que se quiere decir con esto, es que más allá de que exista un ánimo de dominio con respecto a la generación de bienes; los mismos se reinventan una y otra vez junto a los individuos y sus deseos. Se transforma en un círculo continuo que nos incita a consumir hasta el punto de hacerlo de una manera casi inconsciente. Y a medida que consumimos estos bienes, reafirmamos nuestra posición y motivaciones sociales bajo la mirada de la sociedad.

2.1.2.2 ¿Es posible la austeridad como forma de vida voluntaria?

“Somos demasiado adictos al consumo exagerado. No seremos menos felices consumiendo menos. En Japón, el PIB se multiplicó por cinco en 30 años (entre 1958 y 1988) y el nivel de satisfacción del ciudadano no varió. Si en 1941 la socio-economía estadounidense fue capaz de reconvertirse en pocas semanas al servicio de la guerra, ¿no podremos hacerlo en favor a la austeridad y de la sostenibilidad del bienestar?”. Joaquím Sempere (P. 135 -“Mejor con menos” – Editorial Icaria, 2003).

Según Joaquím Sempere² (L'explosió de les necessitats, Barcelona, 1992) y Jorge Riechmann³ (De Sociología y Medioambiente, Síntesis, Madrid 2000); la austeridad voluntaria (AV) ha existido en

² Joaquím Sempere (Barcelona, 1941). Profesor de Sociología de la Universidad de Barcelona, redactor en medios de comunicación especializado en temas de medio ambiente y necesidades humanas.

Denuncia que la verdadera amenaza es el crecimiento y considera que la única solución es la reducción del consumo. Apuesta a la bio-construcción, el reciclaje, las energías renovables y un concepto distinto de la propiedad y el estilo de vida. (Biografía extraída de Diario El País, 2008).

³ Jorge Riechmann Fernández (Madrid, 24 de marzo de 1962). Poeta, traductor, ensayista, matemático, filósofo y ecologista. Como autor de una extensa obra poética, está vinculado con el grupo de poetas de “poesía de la conciencia”. (Biografía extraída de “Portal de Jorge Riechmann” de la Biblioteca Virtual de Miguel Cervantes.)

la historia humana como ejercicio moral de autodominio, como esfuerzo para probarse a uno mismo la capacidad para resistir las tentaciones placenteras y para gobernar con la razón y las facultades superiores de la mente humana por encima de las pulsiones hegemónicas inmediatas y primarias.

La austeridad voluntaria se ha cultivado en contextos religiosos (como sacrificio de entrega, sumisión, etc.) pero también laicos (como ejercicio moral de autodominio y autocontrol, de libertad interior frente a los anzuelos del placer exterior, etc.). Así mismo también en filosofías como el estoicismo, el cinismo y el epicureísmo de la antigua Grecia.

Actualmente nos encontramos ante una situación inédita, en que el despilfarro colectivo en el aprovechamiento de los recursos naturales crecientemente escasos, pone en peligro la supervivencia de la humanidad, o por lo menos su supervivencia civilizada.

La dificultad primordial consiste en someterse a una privación individual en pos de un beneficio colectivo.

Ocasionalmente, se han conocido experiencias colectivas de autolimitación de consumo. Se puede mencionar entre otras, el vegetarianismo y naturalismo de ciertas colectividades anarquistas, el modo de vida hippie o el modo de vida de la comunidad metodista Amish en el estado de Pennsylvania, todas ellas acaecidas en el siglo XX. Tienen en común otro rasgo; en los tres casos la austeridad voluntaria se practica comunitariamente. Este es un rasgo que merece destacarse porque ilustra un teorema de la teoría de las necesidades según el cual los individuos tienen la necesidad psicosocial de reconocimiento y pertenencia a una comunidad, de modo que los hábitos de vida requieren del apoyo de una comunidad en la que sentirse reconocidos y aceptados. Fuera de la comunidad, los hábitos se rompen con los generalmente admitidos tienden a desaparecer bajo la presión mimetizadora.

De esta observación se puede inferir que cualquier cambio de hábitos solo tendrá lugar de una manera estable si vienen apoyados por una comunidad suficientemente amplia.

Los experimentos sociales de transformación de los hábitos de consumo han tenido escasos efectos reales. No se pueden mantener mucho tiempo y sucumben a la presión poderosa y expansiva del entorno. En cambio, si se reconoce en muchos casos de sistemas de necesidades que adoptan la austeridad obligada debido a situaciones impuestas, como guerras, carencias, hambrunas, sequías, entre otros desastres.

2.2 Arte – Creatividad – Viajar.

“Un impulso dominante al encontrar la belleza es el deseo de aferrarse a ella: poseerla y darle relevancia en nuestras vidas. La necesidad de decir “he estado aquí, lo he visto y me ha importado”. Más la belleza es fugitiva, la hallamos con frecuencia en lugares a los que puede que jamás regresemos, o bien, es el resultado de una insólita conjunción de la época, la luz y las condiciones meteorológicas. ¿Cómo arreglárselas pues para poseerla, cómo aferrarse al tren flotante, a los ladrillos con aspecto de torta dulce o al valle inglés? (“El arte de viajar” Alain Botton – P.122 – Editorial Santillán 2008)

Según Alonso Monreal, C (¿Qué es la creatividad? – Madrid: Biblioteca Nueva – 2000), La creatividad es la capacidad de generar nuevas ideas o conceptos, o de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que habitualmente producen soluciones originales. La creatividad es sinónimo del “pensamiento original”, la “imaginación constructiva”, el “pensamiento divergente” o el “pensamiento creativo”. La creatividad es una habilidad típica de la cognición humana, presente también hasta cierto punto en algunos primates superiores, y ausente en la computación algorítmica.

La creatividad, como ocurre con otras capacidades del cerebro como son la inteligencia y la memoria, engloba varios procesos mentales entrelazados, que no han sido completamente descifradas por la fisiología. Se mencionan en singular, por dar una mayor sencillez a la explicación.

El pensamiento original es un proceso mental que nace de la imaginación. No se sabe de qué modo difieren las estrategias mentales entre el pensamiento convencional y el creativo, pero la cualidad de la creatividad puede ser valorada por el resultado final.

Ahora bien, ¿de qué manera se relacionan la creatividad y el arte?

Para Aristóteles⁴, arte era aquella producción humana realizada de manera consciente. Fruto, por tanto, de su conocimiento.

⁴ Aristóteles: (384 a.C – 322 a. C) Filósofo, lógico y científico de la Antigua Grecia. Gran influencia sobre la historia intelectual de Occidente por más de dos milenios. (Biografía extraída de “Aristóteles Estagira” de Biblioteca Virtual Manuel Cervantes.)

Por su parte, para Hegel⁵; el arte expresa lo bello; y que la belleza en el arte supera a la belleza de la naturaleza porque proviene del espíritu.

A raíz de comprender al arte como una creación de belleza pura y exclusivamente del ser humano; y a la creatividad como la capacidad cognitiva de generar ideas y conceptos; ¿es posible hablar de creatividad artística?

Según Roberto Rivera (“La filosofía en relación a la creatividad artística” -Chile, 2010); “el arte se apoya plenamente en la creatividad; dado que cada obra de arte, no puede ser considerada de forma independiente de su ser, ya que la idea de una obra de arte sin un significado es plenamente una contradicción”.

Si enfocamos lo sucedido a lo largo de la historia, el pensamiento filosófico clásico ha desarrollado por bajo tres caminos los cuales eran: el bien, la belleza y la verdad, pero con los cambios ocurridos en la historia los puntos de vista dieron un vuelco enfocando a la filosofía más hacia un método de investigación, el cual busca en primer lugar la práctica (hacer), posteriormente tenemos la poética (crear) y en tercer lugar la teórica (decir).

Bajo estos conceptos, el arte en relación a la creatividad debe ser considerada bajo los pilares de la práctica, la poética y teórica (hacer, crear, decir), ya que, es necesario definir si estos conceptos se pueden encontrar de forma habitual en el desarrollo del artista o solo se pueden conseguir por medio de una intervención pedagógica.

Puede ser útil contemplar y considerar frases como “ser artístico” o “ser creador” se refieren a acciones más que a procesos. Así, “una acción es algo que yo realizo; un proceso es algo que me pasa o algo que sucede en mí” (Roberto Rivera, Chile 2010). Lo interesante de ello es distinguir entre conductas artísticas y obras de arte.

Por ello distinguir que el comportamiento artístico incluye actos de características creativas y que en la obra de arte se manifiesta la creatividad.

El significado otorgado a cada obra de arte, no puede ser considerado de forma independiente de su ser, ya que la idea de una obra de arte sin un significado, es plenamente una contradicción. Cada obra por si tiene añadido su significado y examina los significados ya existentes en el arte.

⁵ Georg Wilhelm Friedrich Hegel (Stuttgart 1770 – Berlin 1831). Filósofo Alemán considerado por la historia clásica de la filosofía como el representante de “la cumbre del movimiento decimonónico alemán del idealismo filosófico” y como revolucionario de la dialéctica. (Biografía extraída de “Hegel. Vida, obra y Pensamiento – Conçal Mayos – Universidad de Barcelona.)

Para tener un correcto enfoque, debemos orientarnos y visualizar a la filosofía como una dimensión del arte. Bajo este enfoque la conducta del quehacer filosófico es un quehacer artístico, y este quehacer produce obras artísticas que muestran y revelan creatividad.

"Hemos visto astros

Y olas; hemos visto playas además;

Y, malgrado muchos choques e imprevistos desastres,

Nos hemos hastiado, a menudo, como aquí.

El esplendor del sol sobre el mar violáceo,

El esplendor de las ciudades en el sol poniente,

Encendían en nuestros corazones el impulso inquietante

De sumergirnos en el cielo con su reflejo fascinante.

Las más ricas ciudades, los más amplios paisajes,

Jamás contenían el atractivo misterioso

De aquellos que el azar forma con las nubes.

¡Y siempre el deseo nos tornaba inquietos!

Pero los verdaderos viajeros son los únicos que parten

Por partir; corazones ligeros, semejantes a los globos,

De su fatalidad jamás ellos se apartan,

Y, sin saber por qué, dicen siempre: ¡Vamos!

¡Son aquellos cuyos deseos tienen forma de nubes,

Y que como el conscripto, sueñan con el cañón,

En intensas voluptuosidades, mutables, desconocidas,

Y de las que el espíritu humano jamás ha conocido el nombre!

Si partimos de la base de que viajar se ha convertido en una de las actividades de mayor placer – o al menos oblicuas – de la sociedad actual; en la cual el ser humano se descubre así mismo como al entorno; intentando percibir belleza a través de una luz, un paisaje, un reflejo; en un tiempo y en un lugar en particular. Es en donde el viajante comienza a replantearse diferentes aspectos en torno a diversas manifestaciones culturales, sociológicas, naturales, entre otras; y la manera de percibir el mundo parece alterarse radicalmente; entonces, de qué manera viajar involucra solamente el hecho de trasladarse de un sitio a otro? ¿Será posible asociarlo a una forma de arte?

2.2.1 Relación arte – viajar.

“Si la vida se halla dominada por la persecución de la felicidad, quizás pocas actividades revelan tanto como los viajes acerca de la dinámica de esta búsqueda, en todo su ardor y con todas sus paradojas. Expresan, aunque sea de manera poco articulada, una cierta comprensión de la esencia de la vida, al margen de las constricciones del trabajo y de la lucha por la supervivencia. Sin embargo, rara vez se estima que se planteen problemas filosóficos/artísticos, es decir, asuntos que requieran un pensamiento allende los límites de lo práctico. Quien decide viajar se ve inundado por consejos sobre a dónde viajar, pero poco es lo que se oye acerca de por qué y cómo ir. Y ello a pesar de que el arte de viajar parece acarrear, por su propia naturaleza, numerosas cuestiones que no resultan ser ni tan sencillas ni tan triviales, y cuyo estudio puede significar una modesta contribución a la comprensión de lo que los filósofos griegos designaban con el hermoso vocablo “eudemonia” o florecimiento humano”. (*“El arte de viajar” Alain Botton – Editorial Santillán 2008*).

Teniendo en cuenta tales conceptos e inquietudes que pretenden llevar al hecho de viajar hacia una cuestión más profunda y trascendental, se pueden encontrar numerosos filósofos y artistas aficionados a tal acción y todo lo que ella acarrea.

⁶ Charles Pierre Baudelaire (Francia, 1821 – 1867) Poeta, crítico de arte y traductor francés. (Biografía extraída de Biblioteca Virtual Manuel Cervantes.)

Citando los ideales de Flaubert (escritor francés 1783-1842), y aficionado por el enriquecimiento que le generaba el hecho de viajar; por el año 1839, escribió una novela a la cual llamó “Memorias de un loco” en la cual creó un héroe autobiográfico.

La misma tenía como consistencia la inquietud del por qué no dejarse seducir por algo tan atractivo como una puerta principal hacia otro país. El hecho de enamorarse de un lugar con “tranvías y gente rara”. Y por más absurdas que parecían causarle estas cuestiones, eran realmente intensas las reacciones generadas por aquel patrón que diferenciaba su vida cotidiana, como el estar sumergido en otra cultura.

También hablaba de cómo le atraían acciones cotidianas de las personas de otros países, adquiriendo un significado a cada una de las vivencias que percibía.

“Soñaba con lejanos viajes a las regiones del sur; veía el Oriente y sus arenas inmensas, sus tiendas transportadas por camellos con sus campanillas de bronce ... veía las olas azules, el cielo puro, una arena de plata; sentía el perfume de estos océanos templados del mediodía; y luego junto a mí, bajo una tienda, a la sombra de un aloe de largas hojas, una mujer de piel morena, con la mirada ardiente, merodeaba con sus dos brazos y me hablaba en la lengua de las huríes”. (“El Arte de viajar” – Alain Bottom - P.72. Fragmento extraído de Flaubert, “Memorias de un loco” – 1839).

Flaubert fue capaz de crear un sentido metafórico – poético en su relato, en dónde su única intención era la de relatar aquel añorado viaje, repleto de detalles y momentos culmines.

Por otro lado se puede citar a WordsWorth (poeta romántico, 1770 – 1880, Reino Unido).

William WordsWorth sufrió una infancia desdichada, y a causa de tal; encontró su felicidad ausente, en sus viajes por la naturaleza.

Para el poeta, viajar no se trataba de formaciones azarosas del placer. A ellas subyacía una filosofía de la naturaleza bien desarrollada, para la cual desarrolló una teoría. El poeta (en sus escritos acerca de “Los requisitos de la felicidad y la génesis de nuestra infelicidad”), propuso que la naturaleza, a la cual consideraba compuesta; entre otros elementos, de aves, torrentes, narcisos y ovejas, se revelaba en un correctivo indispensable para el daño psicológico infligido por la vida en la ciudad.

WordsWorth disfrutaba sentado bajo los robles, escuchando la lluvia o contemplando los rayos de sol que quebraban en sus hojas. La paciencia y la dignidad que descubrió en los árboles; le despertaron características propias de las obras de la naturaleza, cuya persistencia era digna de admiración. Ante la mente embriagada de los objetos presentes, de las cosas efímeras y de los espectáculos de los objetos que perduran; concibió que las escenas naturales poseen el poder de sumergir ciertos valores (los robles dignidad, los pinos resolución, los lagos serenidad) y, por consiguiente, pueden inspirar discretamente a la virtud.

“En este momento en el que muchas de estas escenas flotan en mi mente, siento un enorme gozo al separar en qué raro será el día de mi vida, en el cual no me llegue algo de felicidad de estas imágenes”. (WordsWorth - Espíritus Afines – 1849).

La pervivencia de estos goces por los paisajes naturales en sí, le llevarían a sostener que se pueden presenciar ciertos espectáculos en la naturaleza que acompañarán toda la vida y que, cada vez que ingresen a la conciencia, podrán brindar un contrapunto y un alivio frente a las dificultades del presente. El poeta bautizó tales experiencias como “enclaves temporales”.

*“Todas las cosas allí
Aparentaban inmortalidad, vida recurrente
Y grandeza constantemente recurriendo, infinita;
Allí la pequeñez no existía, la más mínima de las cosas parecían infinitas”.*

⁷(W. Wordsworth - “La excursión” – 1888)

2.2.2 Correlación entre el arte, la filosofía y el viajar.

Si la acción de viajar encarna belleza para los pensadores citados anteriormente, Stendhal (escritor francés, 1783-1842) define a la belleza como a una promesa de felicidad; y cada cual tiene un ideal de belleza de acuerdo con la época y las circunstancias que le ha tocado vivir. Por eso, lo que por un tiempo fue hermoso, ahora no puede reproducirse tal cual sin que parezca inadecuado. Cierta

⁷ William Wordsworth (1770 – 1850, Reino Unido) Poeta Romántico. Contribuyó a la evolución romántica de la literatura inglesa. (Biografía extraída de Biblioteca Virtual Manuel Cervantes por Ricardo Gullón).

innovación se impone, pero hay elementos arquitectónicos que se repiten a lo largo de los siglos porque responden a las necesidades hondas de los humanos, y el camino de la felicidad se apoya en ellos: en la simetría por ejemplo, o en las curvas de ciertos objetos. Donde esté la disposición adecuada de líneas y trazos, estará el hábitat ideal, ese lugar al que se anhela volver porque ahí se reencuentra lo mejor de uno mismo.

Sin embargo, es el Alemán Frederick Nietzsche, quien afirma que “no se alcanza la plenitud evitando el dolor, sino que hay que saber buscarlo porque es un peso natural inevitable para alcanzar cualquier cosa que sea buena”. El Superhombre de Nietzsche tiene “valentía, ambición, dignidad, fortaleza de carácter, humor e independencia”. Así como también ausencia de beatería, conformidad, resentimiento y remilgo. Alcanzar tales virtudes y deshacerse de los defectos es lograr convertirse en un “Hombre de mundo”.

“Hay que ambicionar, amar, ser amado y jamás resignarse, sin importar los desengaños y el dolor; lo más brutal es no haber intentado algo”. (*Historia de la Filosofía*. Volumen 3: Filosofía Contemporánea. Editorial Edinumen.)

Como Nietzsche entiende que conformarse no es vivir, Alain de Bottom (filósofo Suizo 1969) define perfectamente la relación mutua entre arte y viajar en su libro. (*“El Arte de viajar” – Editorial Santillana – Colección Taurus Pensamiento, 2002*) se replantea; cómo se puede conseguir que la filosofía forme parte de la vida cotidiana. Bottom demuestra ante esta pregunta, que la filosofía es una inagotable fuente de consuelo capaz de motivar a diario. En un recorrido a través de 2400 años de filosofía, el autor recurre a la vida de numerosos filósofos para examinar otros tantos problemas comunes. Sócrates ilustra la impopularidad y Epicuro por su lado, la falta de dinero. La trayectoria de Séneca es un ejemplo ante la frustración. Montaigne se enfrenta a la ineptitud y Schopenhauer al corazón partido; por último, Nietzsche enseña qué hacer ante las dificultades.

Ante los diversos pensamientos que se plantean, se puede apuntar a que viajar es belleza, pero que alcanzar tal virtud también significa sufrir; ya que sin padecimientos, no se alcanza la felicidad absoluta.

¿Por qué placer?

*¿Por qué buscar este sentimiento de
Pequeñez e incluso deleitarse en él?*

*¿Por qué abandonar las comodidades de Eilat,
Unirse a un grupo de devotos del
Desierto y caminar kilómetros y kilómetros
Con un pesado fardo, recorriendo costas
De golfo de Atabaca hasta llegar a un paraje
De rocas y silencio, en el que uno ha de
Escudarse del sol cual fugitivo bajo la rúcana
Sombra de los gigantescos cantos rodados?*

*¿Por qué contemplar con regocijo en lugar
De desesperación los lechos de granito, las
Placas de grava ardiente y la lava congelada
De las montañas que se extienden en la lejanía
Hasta que los picos se disuelven en el borde
De un cielo azul intenso?*

(“Así habló Zaratustra”– 1883. F. Nietzsche).⁸

Retomando a la teoría filosófica de Alain de Botton⁹, “viajar precisa de un adiestramiento propio del que pretende embarcarse en cualquier otra actividad artística o intelectual”. Ratifica esta teoría afirmando que viajar puede resultar un hecho serio y trascendente, y no una mera huida de la rutina diaria en donde apenas importa el destino. Para ello, el filósofo recomienda para la realización de un “viaje artístico”, prescindir de guías de viaje que impidan el desarrollo de creatividad, improvisación y curiosidad del viajante. A su modo de ver, las guías impiden que la curiosidad (la verdadera brújula del ser humano) aflore y promueva la experiencia con encuentros

⁸ Friedrich Wilhelm Nietzsche (1844 – 1900, Weinmar). Filósofo, poeta, músico y filólogo alemán. Considerado uno de los pensadores contemporáneos más influyentes del siglo XIX. (Biografía extraída de SEDEN – Sociedad Española de estudios sobre Nietzsche, 2006).

⁹ Alain de Botton (Zúrich, 20 de diciembre de 1969). Escritor, presentador de televisión y emprendedor suizo. Especializado en diversos temas desde un punto de vista filosófico, acentuando su relevancia en relación con la vida cotidiana. (Biografía extraída de página oficial de Alain de Botton <http://alaindebotton.com/>).

fortuitos. El verdadero viaje debe alimentarse de lecturas personales y experiencias que fomenten el enriquecimiento intelectual, creativo y cultural.

A su vez, Bottom propone que la realización de un viaje no necesariamente tiene que ver con alejarse lo máximo posible del ruido de la ciudad o de estrés laboral que se padece en la vida diaria; en realidad, hacerlo también puede demostrar la necesidad interior de algo trascendente; algo que llene el espíritu. “Si es verdad que somos lo que comemos, también es cierto que somos lo que habitamos, y basta con entrar a una casa para saber no solo qué posee, sino qué esconde y que desea su dueño. La felicidad depende de la idea que tenemos de nosotros mismos, de la capacidad de captar lo que se esconde, y eso se refleja en los objetos que nos rodean.” (*La arquitectura de la felicidad* - Alain de Bottom, P.68 – Editorial Lumen – 2008).

Para Bottom, a diferencia de la felicidad continua y duradera que imaginamos por anticipado, supone que “el sentirse feliz con y en un lugar acaba por revelarse en un fenómeno efímero, y para la mente consciente, es aparentemente fortuito; un intervalo en el que se logra ser receptivos ante el mundo que nos rodea, en el cual cuajan los pensamientos positivos con respecto al pasado y al futuro y en el que apaciguan las inquietudes. Las victorias pretéritas dejan de impresionar, el futuro se complica y la belleza del paisaje se torna tan invisible como todo lo que se halla a nuestro alrededor”. A Bottom le aguarda el descubrimiento de una continuidad inesperada entre el yo melancólico que había sido en su hogar y la persona que sería en una isla; una continuidad que no encaja demasiado con la radical discontinuidad paisajística y climática, en donde el propio aire parece estar hecho de una sustancia diferente.

Por otro lado, se encuentra la perspectiva con respecto a la acción de viajar de Charles Pierre Baudelaire (Poeta y crítico de arte, 1821 – 1867, París; Francia).

“Esta vida es un hospital en que cada enfermo está poseído por el deseo de cambiar de cama. Este quisiera sufrir frente a una estufa, y aquel cree que curaría junto a la ventana”. No obstante, no le avergonzaba el hecho de figurar él mismo entre los enfermos. “Creo que yo estaría siempre bien donde no estoy, y esta idea de mudanza es una de las que constantemente discuto con mi alma”. (C. P. Baudelaire – “El viaje”- 1821) .

El poeta honraba los ensueños viajeros como un distintivo de la nobleza de los espíritus inquietos, a los que describía como “poetas” nunca satisfechos con los horizontes del hogar por más que apreciaran las limitaciones de otras tierras, y cuyos temperamentos oscilaban entre la esperanza y la desesperación, el idealismo pueril y el cinismo.

En un ensayo de T.S. Eliot (poeta y crítico literario, 1888 – 1965, Estados Unidos), sugiere que Baudelaire fue el primer artista que logró expresar la belleza de los transportes modernos y lugares relacionados con los viajes. “Baudelaire inventó un nuevo género de nostalgia romántica”. (Eliot, *la poésie despartí, la poésie des salles d'attente*, P.54).

Baudelaire escribió sobre “el encanto infinito y misterioso que conlleva la contemplación de un navío, y sobre todo, un navío en movimiento”. Un gran navío le invitaba a pensar en un “ser vasto, inmenso, complicado pero eurítmico”. Por otro lado, las nubes le anunciaban tranquilidad. Decía que los escenarios naturales reflejaban los temores y las aflicciones propias; “todos ellos reducidos a nimiedades, simples rasguños en la tierra”. (Enrique López Castellón, “Las flores del mal”, Madrid – 1987)

Para concluir, y retomando al filósofo Alain de Botton; afirma que “los viajes son comadronas del pensamiento”. Que pocos lugares inducen en mayor medida a las conversaciones como el interior de un avión, un barco o un tren en marcha. Entre lo que se tiene ante los propios ojos y los pensamientos que se aciertan al albergar en las cabezas, se entabla una correlación “bastante pintoresca”; los grandes pensamientos requieren a veces grandes vistas, y los nuevos pensamientos, nuevos lugares. Las reflexiones introspectivas con tendencia a encallar, se ven impulsadas por el descubrir del paisaje. La mente puede ser reacia a pensar con propiedad cuando se supone que su único cometido ha de ser el pensamiento.

El pensamiento funciona mejor cuando hay dimensiones de la mente consagradas a otras tareas, encargadas de escuchar música o de seguir una hilera de árboles. La música o el paisaje distraen durante algún tiempo esa faceta nerviosa o censora de la mente que tiende a cerrarse cuando se percata de alguna dificultad emergente en la conciencia y huye despavorida de los recuerdos, las añoranzas, las ideas personales u originales, y opta, en su lugar, por lo burocrático e impersonal.

“Si encontramos poesía en la gasolinera y en el hotel, si nos atrae el aeropuerto o el vagón de tren, tal vez sea porque, a pesar de las limitaciones y las incomodidades arquitectónicas, a pesar de sus colores chillones y su agresiva iluminación, sentimos de manera implícita que estos lugares aislados nos proporcionan un escenario material para desarrollar una alternativa a la seguridad egoísta, a los hábitos y al confinamiento del mundo ordinario y bien arraigado; nos brindan breves e inspiradores retazos de belleza y privacidad”. (*“La arquitectura de la felicidad” - Alain de Botton, P.108 – Editorial Lumen – 2008*).

2.3 Introducción al Turismo de Aventura.

2.3.1 Turismo de aventura/alternativo.

Según la Ley N° 8802, sancionada el 23/9/99 – Promulgada el 15/10/99. De la creación Artículo 1. ,
–En el marco de lo dispuesto en el art. 4° de la ley 5457, crease el Registro Provincial de Prestadores del Turismo Alternativo, dependiente de la Secretaria de Turismo de la Provincia de Córdoba o del organismo que en el futuro reemplace. De las modalidades Artículo 2. – Se reconoce como modalidades del Turismo Alternativo las siguientes:

- a) Ecoturismo.
- b) Turismo de Aventura.
- c) Turismo Rural.
- d) Turismo Cultural.
- e) Turismo de Salud.
- f) Turismo deportivo.

Y las que en el futuro se reconozcan como tales.

De las actividades Artículo 3. –Se reconoce como Actividades del Turismo Alternativo las siguientes:

- a) Actividades aéreas.
- b) Actividades Náuticas.
- c) Buceo
- d) Cabalgatas.
- e) Caminatas de hasta segundo grado.
- f) Cicloturismo.
- g) Escalada.
- h) Espeleísmo.
- i) Observación de la Flora y la Fauna.
- j) Safari fotográfico.
- k) Supervivencia.
- l) Turismo en rodados doble tracción.

Y las que en un futuro se reconozcan como tales.

2.3.2 Breve introducción al Turismo de Aventura (Outdoor).

“Si veo más allá que otros, es porque miro desde el hombro de los gigantes” Isaac Newton.¹⁰

La siguiente información fue extraída del libro “The Mountaineers Book – La libertad de las Cimas”.

THE MOUNTAINEERS, fundada en 1906, es una asociación sin fines de lucro dedicada a las actividades al aire libre y a la conservación de la naturaleza. Tras publicar su libro “The Mountaineers Book – La Libertad de las Cimas – 1ra edición – Ediciones Desnivel - marzo 1998”, dio a conocer sus objetivos como una de las principales fundaciones en su rubro del mundo. Con base en Seattle Washington, conforma como la tercera más grande en su rubro.

Los objetivos de la misma son:

- Explorar, estudiar y disfrutar de las montañas, bosques y ríos del Pacífico Noroeste y otros lugares.
- Reunir de manera permanente la historia y las tradiciones de estas regiones y sus exploraciones.
- Salvaguardar la belleza del medio natural, a través del ejemplo, la enseñanza, el impulso de una legislación protectora u otras fórmulas.
- Realizar expediciones y desarrollar recursos educativos en cumplimiento de las propuestas anteriores.
- Animar un espíritu de compañerismo entre todos los amantes del aire libre.
- Encargarse de sus posesiones y los bienes inmuebles y recibir, alquilar, comprar, ocupar y mantener edificios adecuados y alojamientos para la realización de los fines de la asociación, y encargarse de los beneficios de la sociedad y otros fondos recibidos por el legado, donación o por otras fuentes, para dedicarlos a dichos fines.

¹⁰ Isaac Newton (1643 – 1727). Científico, físico, filósofo, alquimista y matemático inglés. Autor de Philosophiae Naturalis, Principia Mathematica, en dónde describió la ley de gravitación universal y estableció las bases de la Mecánica Clásica mediante las leyes que llevan su nombre. (Biografía extraída de Biblioteca Virtual Manuel Cervantes).

Según The Mountaineers, los viajes de aventura abarcan numerosas actividades. Incluyen escalar, caminar, conocer el entorno tanto natural como cultural; disfrutar de vistas panorámicas y vivir experiencias al aire libre. Para muchas personas que realizan estas actividades, puede significar desde un sueño de la infancia, hasta una oportunidad para crecer enfrentándose a la dificultad. En este tipo de viajes aguarda la aventura y el misterio, y en ella se forjan lazos para toda la vida. El reto de los viajes de aventura, es ofrecer la oportunidad de aprender sobre uno mismo más allá de las limitaciones del mundo moderno.

En este tipo de actividades, se encuentran riesgos y el viajero muchas veces sufre de privaciones, pero, a pesar de las dificultades que se deben afrontar, o tal vez debido a ellas, estos viajes pueden proporcionar un sentimiento de tranquilidad y comunión espiritual que no se encuentra en ningún otro sitio.

“Lo que obtenemos con esta aventura, es simplemente pura diversión”. (*George Leigh Mallory. Primer escalador y montañista en llegar al Everest*).

Sin embargo, para encontrar la felicidad o la libertad que ofrecen los viajes de aventura, es necesario prepararse para ellos aprendiendo las habilidades técnicas, físicas, mentales y emocionales.

2.4 Conocimientos Técnicos y Habilidades.

Retomando los conocimientos brindados por “The Mountaineers”, para avanzar de forma segura y disfrutar de los viajes al aire libre, es necesario conocer de algunas técnicas. Es necesario saber que vestimenta, equipo básico y alimentos llevar, y como pasar la noche de forma segura. Es necesario saber cómo recorrer largas distancias cuando se depende únicamente de lo que se lleva en la mochila, orientándose sin caminos ni señales. Se deben tener conocimientos específicos del terreno elegido, ya sea tierra, mar, bosques, rocas, nieve, glaciares, etc. Aunque la mayoría de los viajeros intentan minimizar riesgos para sí mismos y los demás, la progresión en la naturaleza nunca es totalmente predecible. Por esta razón, cada viajero debe ser adiestrado en seguridad, primeros auxilios en naturaleza y rescate.

2.4.1 Preparación Física:

Los viajes de aventura, suelen ser actividades exigentes, tanto física como mentalmente. Casi todas las actividades de los mismos, se han vuelto cada vez más atléticas, sobre todo en los niveles más altos.

Hoy en día, algunos aventureros han logrado hacer lo que hasta tan sólo unos años se consideraba imposible. Los límites están siendo forzados no sólo en las ascensiones a terrenos, sino también en los descensos. En cuanto a los cambios notables de terrenos, que eligen visitar hoy los viajeros; son notables los avances y la creciente popularidad.

Aunque la mayoría se limita a contemplar desde afuera estos logros, hay aficionados que alcanzan un alto nivel de rendimiento, luego de que estos nuevos límites hayan sido marcados.

Cualquiera sea el nivel y las aspiraciones del viajante, es necesario tener una buena condición física. Cuanto más fuerte se encuentre la persona, más ampliará el rango de elección de actividades y terrenos. Se podrá disfrutar de las salidas en vez de resistirlas; y lo que es más importante, la seguridad de la persona o el equipo; puede depender de la fortaleza, o debilidad, de uno de sus miembros.

2.4.2 Preparación Mental:

“Para muchos viajeros veteranos, los mayores desafíos son mentales. Quizás sea éste, uno de los mayores atractivos de la naturaleza, nos encontramos cara a cara con nosotros mismos.” (“La Historia de mi vida – P.405, 1903 - Helen Keller).¹¹

Estar en buenas condiciones físicas es tan importante como estar en buenas condiciones mentales; la cual determina, a menudo, el éxito o el fracaso en los viajes de aventura. La habilidad de mantener la mente clara y en calma, ayuda realmente en la decisión de superar un movimiento difícil o retroceder cuando es necesario. Los viajeros de aventura han de ser positivos, realistas y honrados consigo mismos. La actitud del “yo puedo hacerlo” puede convertirse en un peligroso exceso de confianza si no se atempera con una valoración realista de la situación y de las limitaciones del mismo.

¹¹ Helen Adams Keller (1880-1969, Connecticut) Escritora, oradora y activista política. A la edad de diecinueve meses, sufrió una grave enfermedad que le provocó la pérdida total de la visión y la audición. A lo largo de su vida, redactó una multiplicidad de artículos y más de una docena de libros sobre experiencias y modos de entender la vida, entre ellos, “La historia de mi vida” (1903), y “Luz en mi oscuridad” (1927). (Biografía extraída de “Biografías y Vidas” Biblioteca Virtual, 2004).

2.4.3 Criterio y experiencia:

La preparación mental y la actitud, tienen la misma importancia que la habilidad para resolver problemas y tomar decisiones correctas. El buen criterio, quizás sea la cualidad mental más valorada y apreciada en los viajes de aventura; se desarrolla a partir de la integración de nuestros conocimientos con nuestra experiencia.

Gran parte de lo que se necesita, son recursos para afrontar y resolver problemas; capacidad para soportar factores externos como el mal tiempo, largas caminatas, o accidentes en terrenos peligrosos; así como factores internos, entre los que se incluyen el miedo, el cansancio y la desmotivación. A medida que se experimentan estas situaciones, los viajeros aprenden a tomar decisiones cada vez más adecuadas y los conocimientos que se ganan, sirven como útiles referencias para las próximas veces.

Sin embargo, los viajes de aventura, plantean con mucha frecuencia nuevas situaciones que requieren una valoración cuidadosa antes que una respuesta automática. Aunque es probable que se utilicen experiencias pasadas para tomar decisiones, seguramente nunca se afrontará dos veces una misma situación. *“La seguridad es más que nada una superstición. No existe en la naturaleza. Evitar el peligro no es más seguro en la larga carrera que el riesgo directo. La vida es una aventura atrevida, o no es nada.” Helen Keller.*

2. 5 Vestimenta y Equipo.

Preparar la mochila para una salida es sólo cuestión de decidir qué dejar y que llevar.

Hoy en día exista una enorme gama de posibilidades que el mercado ofrece en materia de vestimenta y equipo para las actividades al aire libre; el problema ya no reside en encontrar lo que se necesita, sino más bien en limitar el equipaje exclusivamente a aquellos artículos que mantienen seguros, secos y cómodos a los viajeros. Lo óptimo es llevar sólo lo necesario. Quizás en un primer momento parezca que por llevar más prendas, se sentirá más cómodo; pero el peso extra también puede ser un limitador de cuán lejos, rápido o alto se llega.

Para el logro de un equilibrio entre el exceso y la escasez, se debe controlar lo que se lleva consigo. Luego de cada salida, se debe analizar lo que se ha utilizado, los artículos que han sido imprescindibles para garantizar un margen de seguridad y cuales han sobrado. En el momento de

adquirir un equipo, se debe inclinar ante las opciones más ligeras; siempre que la reducción de peso no penalice el rendimiento o la durabilidad del artículo.

2.5.1 Vestimenta.

La ropa especializada para viajes de aventura, contiene la capacidad de hacer sentir confortable al usuario; creando una fina capa aislante de aire caliente cerca de la piel. El objetivo de estas prendas, es proteger de las lluvias, el frío y el viento.

Para los viajeros de aventura, la comodidad suele ser un concepto relativo. Las inclemencias del tiempo en la naturaleza obligan con frecuencia al viajero a soportar condiciones que en nada se parecen a lo que la mayoría entendería como confortable. En la naturaleza, la clave para mantener un relativo bienestar, es estar seco. Y en el caso de mojarse, lo importante es mantenerse calientes y secarse rápidamente.

Pero las prendas de aventura sirven para mucho más que para la simple comodidad. En la naturaleza, proporcionar seguridad es uno de los cometidos más importantes de la ropa. Cuando el viajero se aventura en lugares lejanos, renuncia a la posibilidad de un rápido regreso a la civilización ante el mal tiempo. Por el contrario, necesita hacer frente a las condiciones adversas durante el tiempo que estas duren.

Los períodos prolongados de humedad, incluso con temperaturas no muy frías, pueden acabar con la capa de aire caliente próxima al cuerpo. Los fallos en la protección del cuerpo frente al viento, conducen a un descenso efectivo en la temperatura conocido como factor de sensación térmica. A raíz de la elección de indumentaria de baja calidad, muchos usuarios pueden sufrir consecuencias atroces, como hipotermia, un descenso peligroso y descontrolado de la temperatura del cuerpo, causa frecuente de muerte en la montaña. Es de suma importancia elegir la ropa adecuada, a fin de asegurarse la supervivencia durante períodos prolongados de cambios extremos de temperatura.

A la inversa, en los días de calor; la indumentaria debe ser capaz de proteger al usuario de la temperatura intensa. Para evitar la transpiración excesiva, lo más importante es la ventilación y la transpirabilidad, ya que el sudor puede humedecer la vestimenta desde el interior, e incluso provocar una grave deshidratación.

En las tiendas de prendas de aventura, se pueden encontrar una abrumadora variedad de equipos, marcas y tejidos de alta tecnología que prometen un inmejorable rendimiento. Ante la gran

cantidad de productos que compiten en el mercado, escoger por primera vez una vestimenta puede llegar a ser una tarea abrumadora y confusa. Además del costo, se debe tener en cuenta la durabilidad, versatilidad y fiabilidad.

No existe ninguna prenda o tejido ideal para cada actividad. Un viajero puede escoger un tipo de prenda que nada tenga que ver con el elegido por otra persona con una complejión o un metabolismo diferente. Incluso un mismo viajero no siempre llevará el mismo tipo de prendas. En función de la estación y el tipo de actividad, cabe elegir una enorme diversidad de opciones. La mejor manera de seleccionar un equipo, es adquirir experiencia y criterio por el método de prueba y error, adoptando las estrategias de vestuario que ofrecen mejores resultados.

2.5.2 Sistema de Capas.

Se puede mejorar la efectividad y versatilidad de las prendas, colocándolas en capas. Esas capas permiten una mejor adaptación en las fluctuaciones de temperatura y las condiciones de la montaña. El objetivo de las capas es mantener la temperatura corporal en todo momento, con los mínimos pesos y volúmenes posibles. Esto a menudo, requiere de ajustes frecuentes. Muchos viajeros expertos suelen desarrollar un sistema básico de sólo una serie de prendas de alta funcionalidad, las cuales usan de forma combinada, dependiendo de las condiciones y las preferencias personales, para la mayoría de sus actividades al aire libre. La capa base puede cambiar, según se requiera más o menos aislamiento, quizás una prenda exterior diferente, o con algo nuevo para probar, pero el sistema de capas básico, ha superado la prueba del tiempo y la última moda de la vestimenta deportiva de alta tecnología. El equipo básico de prendas para viajes de aventura se compone de tres tipos de capas: una en contacto directo con la piel, a continuación una o varias capas aislantes y por último, la cubierta exterior.

La capa en contacto directo con la piel (ropa interior) debe permitir la transpiración sin absorber la humedad, manteniendo en todo momento la piel seca. Este proceso de expulsión de la humedad puede ser vital para mantener el calor, ya que las prendas húmedas en contacto con la piel dejan escapar mucho más calor corporal que las prendas secas.

La capa aislante sirve para mantener una capa de aire caliente cerca del cuerpo. Cuanto más gruesa sea la capa de aire aprisionado (aire muerto), tanto más caliente se estará. Por lo general, se mantiene mejor el calor con varias prendas amplias y ligeras superpuestas que con una gruesa, ya que a mayor número de prendas, mayor número de capas de aire.

La cubierta exterior debe proteger del viento, la lluvia y el sol.

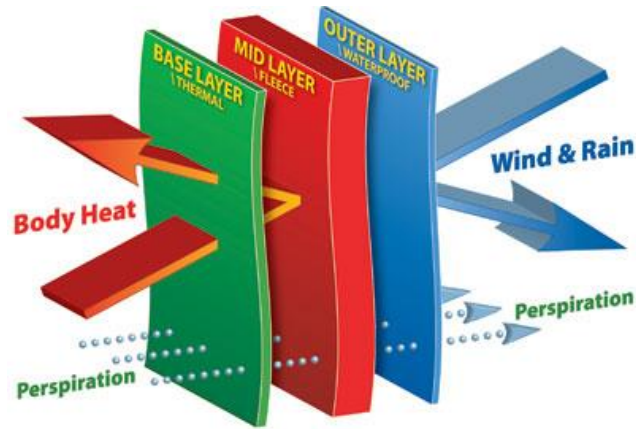


Imagen 6: Sistema de capas para prendas "outdoor".

2.5.3 Tejidos.

Los tejidos utilizados en la fabricación de prendas de aventura, suelen ser bastante variados y cada uno posee ventajas e inconvenientes.

2.5.3.1 Fibras Naturales.

En los inicios de los viajes de aventura, las fibras naturales eran las únicas disponibles. No tienen un mal funcionamiento, pero la mayoría de estas fibras son propensas a absorber agua, lo que suele ser, la mayoría de las veces, una desventaja.

El algodón es muy agradable cuando está seco, pero se pierde toda su capacidad aislante cuando se moja; absorbe muchas veces su peso en agua, es casi incapaz de permitir la transpiración sin absorberla y necesita de mucho tiempo para secarse. Por todas estas razones, es peligroso fiarse del algodón para estar calientes, y suele ser un protagonista habitual de las tragedias sobrevividas de la hipotermia. Sin embargo, a temperaturas cálidas, el algodón ventila y enfría bien y proporciona una buena protección frente al sol. Si se moja una camiseta de algodón en un día caluroso, la evaporación de agua será útil para refrescarse.

La lana es mucho menos absorbente que el algodón, de modo que retiene mucho menos agua cuando se moja y necesita menos calor para secarse. Cuando se humedece, la lana se satura mucho menos que el algodón; por tanto aún retiene una cantidad considerable de aire y sigue funcionando bastante bien como capa aislante. Esta característica hace de la lana un buen material para los calcetines. Los principales inconvenientes de la lana son su peso y su volumen. Las prendas de lana varían según el procesado sufrido: cuanto menos procesada esté la lana, tanto más repelerá el agua. La lana puede picar si se la lleva pegada a la piel, pero algunos tipos (como la de la oveja merina) son bastante suaves y cómodos. Muchas personas prefieren la lana frente a los tejidos sintéticos por su gran absorbencia; no se derrite cuando se expone al calor de un hornillo y crea mucha más fricción que otras fibras cuando quien la lleva resbala por una placa de nieve vertical; un punto a favor por la auto detención.

2.5.3.2 Fibras Sintéticas.

Las actuales fibras sintéticas de alta tecnología han sustituido casi por completo a las fibras naturales de las prendas de aventura. Las fibras sintéticas son generalmente hidrófugas, lo que quiere decir que no absorben humedad. Las prendas elaboradas con fibras sintéticas retienen algo de humedad, pero en general sólo en los espacios vacíos que hay entre las fibras y no dentro de las propias fibras. Cuando se mojan, la mayor parte de la humedad puede eliminarse exprimiendo o dejando escurrir la prenda; el resto se evapora rápidamente.

Poliéster y Polipropileno: Son fibras muy transpirables, lo que las convierte en materiales idóneos para la ropa interior. La ropa interior de polipropileno funciona muy bien, pero su contacto con la piel es incómodo y tiende a tomar cierto olor desagradable tras haber sudado. El poliéster ha reemplazado casi en su totalidad al polipropileno, gracias a su tacto más suave y a que resulta menos ofensivo para el olfato.

Además de su uso como capa interior, el polipropileno y el poliéster funcionan bien como capa aislante. Se puede elegir entre una amplia gama de grosores y también decidir entre diferentes tipos de chaquetas y pantalones, como el poliéster en forma de espesos y mullidos forros y fibras polares. Aunque en general estas fibras son ligeras, brindan poca protección frente al viento y algunas son voluminosas.

Nailon: El nailon se trabaja de muchas formas diferentes, convirtiéndose en uno de los tejidos más versátiles del mundo. En la industria de prendas de aventura, el nailon se utiliza principalmente para la cubierta exterior. Las características varían mucho entre unos tipos de nailon y otros.

Algunos de estos tejidos proporcionan una buena resistencia al viento, otros tienen un tacto suave o resbaladizo, pero casi todos son conocidos por su resistencia y durabilidad. Hay un inconveniente, y es que, a menos que tenga un determinado tratamiento, el nailon absorbe bastante agua y demora mucho en secar.

Cuando se mezclan dos tipos de fibras, el tejido posee características intermedias de los dos materiales. Por ejemplo, un jersey 80% y un 20% de spandex, ofrecerá mayor elasticidad pero menor transpirabilidad que el poliéster puro.

Spandex: es un tejido muy elástico. La lycra es el ejemplo más conocido. Este material se utiliza sobre todo, mezclado, para conferir elasticidad a otros materiales como el poliéster y el nailon.

2.5.3.3 Tejidos impermeables y Transpirables.

Las chaquetas y pantalones para lluvia se fabrican generalmente con nailon. Este material no es impermeable, de modo que las prendas de lluvia adquieren su impermeabilidad gracias a algunos procesos y tratamientos que se aplican al material de base.

2.5.3.3.1 Prendas impermeables y transpirables:

El método más sencillo es cubrir la prenda de nailon con una capa impermeable no transpirable, como el poliuretano. Este tipo de cobertura es ligera y relativamente barata, pero no es muy resistente ni a la abrasión ni a los hongos. Si bien estas prendas protegen de la lluvia, también impiden la evaporación del sudor y del vapor de agua. En caso de actividad física intensa, el sudor generado puede humedecer desde dentro la capa aislante.

- *Prendas impermeables y transpirables:*

Para solventar el problema anterior, se han diseñado revestimientos impermeables y transpirables.

Estos revestimientos que se aplican en la cara interior del nailon, tienen cientos de millones de micro poros por milímetro cuadrado. El vapor de agua procedente de la transpiración se desprende en forma de moléculas aisladas de agua más pequeñas que las gotas de lluvia. Los agujeros del revestimiento impermeable y transpirable son lo bastante grandes como para dejar salir el vapor, pero demasiado pequeños para dejar pasar las gotas de lluvia, de modo que el

revestimiento respira sin dejar de ser impermeable. Estos revestimientos son de alta tecnología y mucho más caros que el poliuretano.

- *Membranas laminadas impermeables y transpirables:*

Estas membranas (el Gore-tex) es la más conocida. También están perforadas con micro poros. Funcionan bajo la misma teoría de los revestimientos impermeables y transpirables, pero se fabrican como una capa independiente dentro de la capa exterior de nailon. Las prendas con membranas interiores de Gore-tex suelen ser incluso más caras que las de una cubierta transpirable e impermeable, pero con el cuidado adecuado, su vida útil es mayor.

Aunque este tipo de membranas transpirables e impermeables son un gran avance frente a las anticuadas capas de nailon, no son perfectas. Si la actividad física es muy intensa, puede superarse la capacidad de las prendas para eliminar el vapor; el sudor se condensará entonces dentro de la cubierta exterior. Una vez en líquido, el sudor no puede escapar a través de la prenda, así que de nuevo aparece el problema original de condensación.

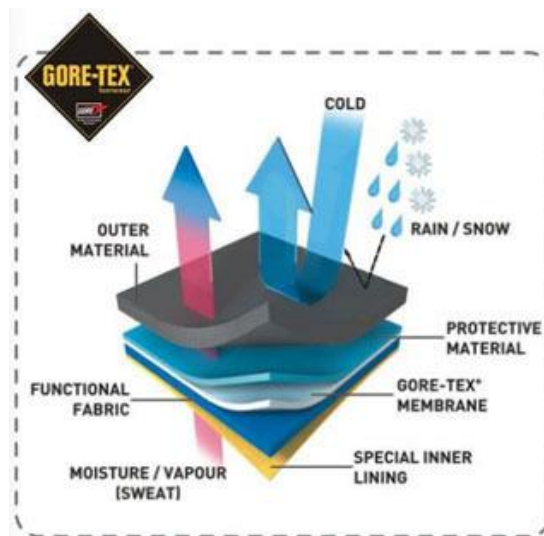


Imagen 7: Funcionamiento Gore-Tex

2.5.4 Rellenos Aislantes:

Plumón: El plumón de ganso de alta calidad es el relleno más cálido que existe. También es el más compasible, de modo que no ocupa mucho espacio a la hora de guardarlo; una vez

fuera de la funda recupera rápidamente su volumen original y su capacidad de aislamiento. Estas cualidades hacen del plumón un excelente relleno para las chaquetas de invierno y los sacos de dormir. Aunque es caro, su durabilidad es mucho mayor que la de cualquier otro relleno aislante cuando se moja y es casi imposible secarlo en la montaña, por lo que es poco aconsejable para climas húmedos.

Rellenos sintéticos: Los rellenos sintéticos no se aplastan cuando se mojan como le sucede al plumón, y por tanto funcionan mejor en climas húmedos. Aunque son más pesados y menos comprensibles que el plumón, resultan más baratos y más fáciles de lavar.

2.6 Combinación en Sistema de Capas.

Las prendas concretas elegidas puedan variar considerablemente de un viajero a otro. La cuestión es conseguir que el sistema resulte completo y versátil.

2.6.1 Capas en contacto con la piel.

Prendas interiores largas: La protección frente al frío comienza con una capa adecuada de prendas interiores largas. Los tejidos transpirables como el polipropileno y el poliéster son los más conocidos para este propósito, aunque algunos prefieren la lana. La ropa interior de color oscuro absorbe más el calor, manteniéndonos más calientes, y se seca al sol más rápido. Los colores claros absorben menos el calor del sol, por lo que son más aconsejables para los días calurosos, en los que quizás se elija llevar ropa interior larga como protección para insectos y quemaduras del sol.



Imagen 8: Prendas interiores Outdoor.

Camisetas y pantalones cortos: Aunque las camisetas, los pantalones cortos, la ropa interior y los tops deportivos no constituyen una capa propiamente dicha, deben elegirse de un modo tal que cumplan básicamente la misma función que la ropa interior larga. En otras palabras, deben permitir la transpiración.

En tiempo cálido no es importante eliminar la transpiración, de modo que una simple camiseta de algodón o un top son suficientes, si bien la manga larga protege más del sol. Pero para climas de montaña más fríos el algodón no sirve.

En un día moderadamente fresco y ventoso, puede suceder que el sudor nos empape la caseta de algodón mientras subimos una fuerte pendiente, con el subsiguiente riesgo de enfriarnos peligrosamente al parar a descansar. En estas situaciones, las camisetas de tejidos sintéticos son mucho mejores que las de algodón. Las camisetas deben ser de colores claros para resultar más frescas y moderadamente amplias para facilitar la ventilación.

En los pantalones cortos, la clave es la ventilación y la resistencia al roce. Los pantalones cortos de nailon, holgados y provistos de redecilla interior de nailon, resultan bastante adecuados. Los pantalones cortos de algodón son mucho menos versátiles. Una combinación bastante utilizada en días templados puede ser una capa interior larga de poliéster ligero, con un pantalón corto de nailon encima del leotardo.

Los pantalones ligeros de nailon con perneras extraíbles por medio de cremalleras que los convierten en cortos, también son bastante populares y versátiles.

2.6.2 Capas aislantes.

En condiciones frías es necesario llevar varias capas aislantes, tanto en la parte superior del cuerpo como para la parte inferior. Las capas de la parte superior pueden ser camisetas interiores gruesas de manga larga, camisas de lana, jersey o chaquetas de tejido polar. Para las piernas, leotardos interiores gruesos o bien, pantalones de lana o de tejido polar. Hay muchas opciones, pero el principal objetivo es retener el calor aun en caso de humedad.

Camisas y jersey: Deben ser largos para poder meterlos por dentro de los pantalones o sobreponerlos por encima. Los huecos entre los pantalones y las capas de la parte superior del cuerpo dejan escapar un calor valioso. El cuello alto en camisas interiores y jersey confiere un notable calor adicional con un incremento insignificante de peso.



Imagen 9: Remeras de jersey para Outdoor

Pantalones de la capa aislante: Deben ser amplios o elásticos para dar libertad de movimientos y estarán hechos de tejido cerrado, con un acabado resistente al viento y a la abrasión. La lana y las mezclas de lana y poliéster funcionan bien. Los pantalones de tejido polar son más ligeros pero no tan resistentes al rozamiento y al viento como la lana. Lo óptimo son pantalones con refuerzos en los glúteos y las rodillas y con cremalleras laterales largas que permiten colocárselos sin quitarse las botas.



Imagen 10: Pantalón con refuerzos en glúteos y rodillas con cremalleras laterales.

Bávaros: Algunos viajeros prefieren los pantalones bávaros hasta las rodillas en lugar de largos; para tener más libertad de movimientos, mejor ventilación y para evitar que se empapen las perneras por el contacto con la nieve, el agua o el rocío. Los bávaros no son aconsejables para temperaturas extremas.



Imagen 11: Pantalones Bávaros

2.6.3 Capa exterior.

La capa exterior ideal sería: sin aislamiento, totalmente impermeable al viento y al agua y completamente transpirable. No existe ninguna prenda que pueda cumplir por sí sola todos estos requisitos, pero hay una serie de estrategias que nos permiten acercarnos al objetivo.

Una de ellas consiste en tener una única cubierta multifuncional, si esta única cubierta exterior proporciona la transpirabilidad adecuada, probablemente no se necesite más.

Una estrategia alternativa, consiste en llevar dos capas exteriores: una capa cortavientos transpirable más un conjunto impermeable no transpirable. Con este sistema, la prenda contravientos se utiliza en condiciones de viento y tal vez llovizna ligera; la chaqueta impermeable será utilizada cuando llueva fuerte. Esta estrategia de dos cubiertas puede resultar más económica y la prenda contravientos permite una mejor ventilación en tiempo seco. En contrapartida, en caso de lluvia la capa no transpirable es mucho más incómoda que una prenda transpirable/impermeable; además, la prenda adicional implica un mayor peso en la mochila.

Chaquetas para lluvia: Se encuentran en diversos estilos. Las chaquetas clásicas tienen una larga cremallera frontal que facilita la ventilación. Los anoraks (prendas que entran y salen por la cabeza, sin cremallera frontal completa) no permiten una regulación tan precisa de la ventilación, pero muchos viajeros los consideran más fiables, ya que no pueden fallar por culpa de una cremallera atascada o rota.



Imagen 12: Anorak para lluvia.

Pantalones de agua: Deben tener cremalleras largas para poder ser puestos o quitados con botas, crampones o incluso esquís. La transpirabilidad, por lo general, no es tan crítica en las piernas como en el tronco. Un pantalón de agua puede resultar suficientemente cómodo aun sin ser transpirable.

Algunos viajeros utilizan pantalones impermeables/transpirables de peto, con tirantes, como capa exterior para las piernas. Algunos petos con rellenos aislantes son los más adecuados para expediciones con temperaturas extremas, ascensiones en hielo y esquí de alta montaña. Son considerablemente más calientes que los pantalones de agua, ya que cubren parte del torso y evitan que la nieve entre por la cintura, pero dan demasiado calor para utilizarlos en verano: también existen quienes utilizan trajes de una sola pieza, una opción más caliente pero menos versátil.



Imagen 13: Pantalones impermeables.

Protección para la cabeza: La cabeza descubierta actúa como un radiador y puede ser responsable de más de la mitad de la pérdida del calor del cuerpo. A medida que el cuerpo se enfría se reduce el flujo sanguíneo hacia las extremidades para calentar zonas vitales, como la cabeza. Ponerse un gorro, ayudará a contrarrestar el efecto.

Los viajeros suelen llevar consigo diferentes tipos de gorros. Los gorros aislantes más calientes son de lana, polipropileno o fibra térmica. Los pasamontañas o balaclavas son muy versátiles, ya que pueden cubrir a la vez la cara y el cuello o llevarse enrollados para descubrir el cuello. Puede ser conveniente llevar dos gorros aislantes; un segundo gorro abriga casi tanto como un jersey de repuesto y pesa bastante menos.

Los gorros impermeables son bastante útiles, ya que proporcionan más ventilación y suelen ser más cómodos que la capucha de la chaqueta. Hay gorros para la lluvia hechos con tejidos impermeables/transpirables, que permiten una mayor ventilación.

Las gorras de algodón para el sol con faldones protectores para el cuello y las orejas son bastante populares para ascensiones glaciares. Una gorra con un pañuelo sujeto con imperdibles puede cumplir el mismo objetivo: ofrece sombra para tus ojos y mantiene la lluvia y nieve alejadas de las gafas.



Imagen 14: Gorro impermeable para outdoor

Guantes y manoplas: En el curso de algunas actividades, como manejar una cuerda mojada o trepar por rocas húmedas, puede empapar los guantes o manoplas, o incluso en tiempo seco. Probablemente son los dedos la parte del cuerpo más difícil de mantener caliente, por la tendencia del cuerpo de sacrificar el flujo sanguíneo hacia las extremidades en bajas

temperaturas. Por desgracia, la reducción del flujo sanguíneo puede dificultar la realización de tareas en la que participan los dedos.

Para elegir correctamente, las manoplas y los guantes, que tienen una influencia tan crucial en el bienestar y seguridad de los viajeros durante una salida, se necesita una considerable experiencia. Al elegir se buscará un compromiso entre la calidez del guante y la maniobrabilidad que permite. En general, cuanto más voluminosos es un guante, tanto más caliente resulta y tanta menor maniobrabilidad va a permitirnos.

El concepto de capas también se aplica a las manos, aunque no se pueden agregar capas sin perjudicar la circulación de los dedos. La primera capa puede ser un guante; la capa siguiente suele ser una manopla. Las manoplas son más calientes que los guantes porque permiten que los dedos compartan el calor. Un sistema de capas funciona que funciona muy bien es un guante interior fino cubierto con manopla y cubre manopla, siempre que no comprima la circulación.

Como en el caso de las demás prendas aislantes, los guantes y las manoplas deben estar hechos de tejidos que mantengan el calor incluso mojados. Existen guantes y manoplas adecuados en tejidos sintéticos, mezcla de estos con lana o lana pura.

Los cubre manoplas son la cubierta exterior de las manos. La parte correspondiente al dorso de la mano debe ser de un tejido transpirable e impermeable. El lado de la palma debe ser impermeable, pero no necesariamente transpirable. Un recubrimiento antideslizante en la palma mejorará el agarre. El puño debe solaparse unos 10 o 15 cm por encima de la manga de la chaqueta y tener cierres elásticos o velcro para ceñirla al brazo.



Imagen 15: Guantes para outdoor impermeables + antideslizantes.

2.7 Calzado.

Botas: Históricamente, todas las botas de montaña eran de piel. Luego llegaron los materiales modernos ofreciendo nuevas alternativas a la piel. A las clásicas botas hechas con materiales naturales se les han unido las botas de plástico y las botas ligeras con paneles de material sintético, si bien pasa su uso general la piel sigue por delante. Aunque las botas en sí están cambiando, no ocurre lo mismo con las tareas que han de alcanzar.

Botas de piel: La característica principal por la que los viajeros confirman que continúan apegados a las botas de cuero es su versatilidad. Una bota para viajar debe alcanzar un equilibrio entre la resistencia a la abrasión contra las rocas, la rigidez, la solidez suficiente para tallar escalones sobre nieve dura y llevar crampones, y la comodidad para caminatas. En un solo día de viaje, las botas pueden enfrentarse con barro, arroyos de agua, grava, matorrales, pedreras, nieve dura, hielo o rocas verticales. La piel funciona muy bien en todas esas situaciones y por si fuera poco, es duradera.

La típica bota de viaje de piel ostenta alguna o todas las siguientes características:

- Caña suficientemente alta (14 a 18 cm) para sujetar y proteger el tobillo en terrenos comprometidos.
- Suelas tipo “vibram” para tener un buen agarre sobre hierba resbaladiza, barro y nieve.
- Un fleje bastante rígido.
- Pocas costuras para reducir los lugares por donde el agua puede entrar
- Lengüeta de refuerzo o de fuelle, para evitar que el agua entre fácilmente en la bota.
- Bandas de goma que sellan la unión de la suela con la pala, para favorecer la impermeabilidad y simplificar el mantenimiento.
- Tobillos y punteras reforzados, con una capa doble o triple de piel, para mayor durabilidad frente al rozamiento.
- Puntera dura (con refuerzos internos) para proteger la piel, reducir la presión producida por las correas de los crampones y facilitar la talla de escalones en nieve dura.
- Contrafuerte duro (con refuerzos internos) para incrementar la estabilidad del pie y facilitar el descenso con paso hundido.
- Embocadura amplia para que la bota pueda calzarse con facilidad, incluso estando mojada o congelada.



Imagen 16: Bota de piel/cuero típica.

Botas de materiales mixtos: Los avances de la tecnología del calzado han creado botas que incorporan paneles de tejidos sintéticos que reemplazan parcialmente a la piel. Denominadas en algunas ocasiones “botas ligeras”, estas botas proporcionan una serie de ventajas frente a las botas hechas sólo de cuero. Por ejemplo:

- Menor peso.
- Mayor confort y periodo de doma más reducido.
- Menor tiempo de secado.
- Menor costo.

Sin embargo, las botas de cuero y tejido también tienen algunos inconvenientes respecto a las botas hechas sólo de piel:

- Menor estabilidad para caminar por terrenos difíciles.
- Menor impermeabilidad.
- Menor durabilidad.
- Peso y dureza inadecuados para tallar escalones en nieve dura o para llevar crampones.

Aunque no todas, la mayoría de estas botas son más adecuadas para la caminata de media montaña. La caña debe ser suficientemente alta para proteger el tobillo y rígida para sujetarlo correctamente, que los dedos del pie y el tobillo estén protegidos por una puntera y un contrafuerte reforzados y que las zonas expuestas al rozamiento estén reforzadas. Si las botas son

demasiado flexibles, no tendrán mucha precisión en los apoyos ni serán adecuadas para los crampones. Deben llevar un talón destacado, especialmente para la nieve.

Algunas botas de material mixto llevan forros de Gore-tex, para mantener el pie seco aunque llueva. El Gore-tex, sin embargo, no es la panacea de las botas, ya que de nada servirá la membrana impermeable y transpirable si el agua entra por la caña. El gore-tex incrementa el precio de la bota y es más incómodo para el calor.

Botas de plástico: Una bota de plástico está compuesta por una cubierta exterior de plástico duro que encierra un botín aislante en su interior. Este tipo de calzado se diseñó inicialmente para expediciones a bajas temperaturas y para escalada en hielo, pero con el tiempo ha encontrado un mercado más amplio entre los viajeros interesados en las ascensiones sobre nieve.

Las carcasas de plástico de las botas son muy rígidas y por tanto resultan excelentes para escalar en hielo. Esa misma rigidez las hace ideales para utilizar con crampones o raquetas de nieve, ya que permiten apretar bastante las correas sin cortar la circulación del pie. Proporcionan además un buen apoyo en los salientes pequeños y eficacia en el tallado de escalones en la nieve.

Por ser impermeables, las botas de plástico son también muy adecuadas para largos recorridos por la nieve y la humedad exterior, manteniendo el pie caliente. En el campamento, el botín interior puede sacarse, lo que facilita el secado de la humedad de transpiración: por desgracia, los factores que hacen a la bota de plástico idónea para el hielo y la nieve (rigidez, impermeabilidad y calor) la hacen poco adecuada para la marcha en general.



Imagen 17: Botas de plástico.

Calcetines: Los calcetines protegen y aíslan los pies y reducen la fricción entre la bota y el pie. Los calcetines de lana o materiales sintéticos pueden cumplir estas funciones, mientras que los de algodón no lo hacen. Los calcetines de algodón se empapan, aplastan y adhieren a los pies, reblandeciendo la piel y favoreciendo la aparición de ampollas.

Los calcetines también deben absorber la transpiración. Como la parte superior de las botas no deja pasar el aire de forma apreciable, el sudor generado por los pies se acumula y se concentra hasta el momento de quitarse las botas. Los calcetines de materiales sintéticos (poliéster, nailon, acrílico) secan antes que la lana.

La mayoría de los viajeros utilizan dos pares de calcetines. Pegado a la piel un calcetín suave y fino de poliéster expulsa el sudor hacia las capas exteriores haciendo que el pie permanezca más o menos seco. El calcetín exterior es más grueso y resistente, para absorber la humedad que pasa a través del calcetín interior y soportar el roce contra el forro de la bota.

Existen excepciones a la idea de llevar dos calcetines. Un senderista que utilice calzado de marcha en un día caluroso puede mantener los pies frescos llevando tan solo un par de calcetines, mientras que un alpinista en invierno puede utilizar tres pares de calcetines con unas botas suficientemente grandes.

Polainas: En el transcurso de la actividad, el agua y la nieve pueden entrar por la parte superior de la bota. Las polainas se utilizan para cubrir el espacio que queda entre la embocadura de la bota y el borde de la pernera del pantalón. Muchos viajeros llevan polainas tanto en verano como en invierno porque en cualquier época del año la lluvia, el rocío, el barro y la nieve pueden mojar las perneras, los calcetines y las botas.

Las polainas cortas, que cubren unos 12 o 15 cm por encima de la bota, son adecuadas para evitar que entre la nieve dura o gravilla durante el verano. En invierno, sin embargo, la profundidad de la nieve exige unas polainas de tamaño corriente, hasta la altura de la rodilla. Las polainas largas cubren completamente la bota desde la costura de la suela hacia arriba, dejando la suela libre para poder pisar. El aislante que llevan cubre las botas y aumenta su capacidad calorífica.

La parte de la polaina que recubre la bota debe ser de un material resistente con tratamiento hidrófugo. Las polainas de alta calidad ostentan una membrana adicional impermeable en la parte inferior del tejido resistente. El material que cubre la pierna debe ser transpirable o

impermeable/transpirable, para permitir que escape el sudor. Por lo general, las polainas se cierran con cremalleras, velcro o corchetes; siendo el velcro el sistema más fácil y rápido de cierre en bajas temperaturas. En la parte superior de la polaina, un cordón o banda elástica evita que se caiga. La prenda debe quedar ceñida en torno a la pierna para evitar en lo posible que las puntas de los crampones se enganchen en el tejido.



Imagen 18: Polainas outdoor

2.8 Mochilas.

Los viajeros suelen tener al menos dos mochilas; una pequeña en la que quepa el equipo suficiente para un solo día de viaje y otra de gran capacidad en la que debe transportarse todo lo necesario para hacer noche en algún sitio. Todas las mochilas deben permitir llevar el peso pegado al cuerpo y la carga encontrada sobre las caderas y piernas.

2.8.1 Armadura interna frente a armadura externa.

Mochilas de armadura interna: Son las mochilas más populares entre viajeros; sobre todo entre escaladores y esquiadores de montaña. La armadura rígida del interior de la mochila mantiene su forma y se adapta a la espalda, ayudando a mantener el equilibrio a la persona que transporta caminando, escalando o esquiando. Al cargar una mochila de armadura interna, el peso se sitúa en una parte relativamente baja del cuerpo, lo que es otra ventaja adicional para mantener el equilibrio. Un inconveniente de este modelo es que el peso no se lleva lo suficientemente alto como para transferirlo por completo a las caderas. En su lugar, algo de peso recaerá en los

hombros y la espalda. La naturaleza envolvente de las mochilas con armadura interna también las hace un tanto incómodas con el calor.

El volumen de la mayoría de las mochilas con armadura interna puede ajustarse fácilmente con cintas de compresión, lo que es una ventaja significativa para la escalada. Se puede utilizar una mochila de gran capacidad para la aproximación, y luego sacar la tienda y el saco en el punto de acampada para transformarla en una compacta mochila de ataque. El contorno estrecho y recorrido de las mochilas con armadura interna permite transportarla a través de vegetación densa o remontarlas por una pared de roca sin excesivos problemas.



Imagen 19: Mochila de armadura interna.

Mochilas de armadura externa: Fueron antiguamente las únicas que se usaban, pero en la actualidad los viajeros sólo las utilizan de modo muy limitado. En contenido de la mochila queda suspendido en un marco metálico que se mantiene alejado de la espalda mediante bandas de nailon tensas. Las mochilas de armadura externa tienen algunas ventajas, como sostener la carga en algo (transfiriendo el mayor peso a las caderas) y mantener más fresco a su portador. Algunos viajeros las utilizan para las aproximaciones largas por terrenos sencillos, llevando además una mochila pequeña para el día en que haya una ascensión. En cualquier caso, el uso de esta mochila se restringe principalmente al senderismo. Por terrenos más comprometidos e irregulares tienden a desplazarse inadvertidamente. El brusco movimiento de una carga de 15 o 20 kilos de un lado a otro de la espalda, puede hacer perder fácilmente el equilibrio a su portador. En caso de caída, es

bastante difícil auto detenerse sobre nieve cuando se transporta una mochila de armadura externa.



Imagen 20: Mochila de armadura externa.

2.9 Equipo Básico.

Hay una serie de elementos fundamentales que merecen un lugar en casi cualquier mochila, además de la ropa, el agua y la comida habitual.

No se utilizarán todos estos elementos en todas las salidas, pero pueden salvar una vida en una emergencia y ser un seguro frente a un imprevisto.

La cuestión es saber exactamente qué cantidad de seguridad se debe llevar encima. Algunos minimalistas argumentan que incrementar el peso de la mochila con estos elementos de seguridad ralentiza el ritmo de progresión del viajero, aumentando las probabilidades de que se vea alcanzado por una tormenta o de que le sorprenda la noche.

Sin embargo, la mayoría de los viajeros llevan consigo elementos de seguridad cuidadosamente seleccionados para superar los imprevistos. Sacrifican algo de velocidad pero sostienen que la seguridad es fundamental.

2.10 Los diez esenciales:

El objetivo de esta lista siempre ha sido intentar dar respuesta a dos preguntas básicas: ¿Puede responder de forma correcta frente a un accidente o emergencia?; ¿Se puede pasar una noche, o más, de forma segura?

- 1. La orientación:** Los viajeros deben llevar herramientas y poseer los conocimientos para localizar su ubicación y saber cómo llegar a su objetivo y regresar. Se debe llevar siempre un mapa detallado de la zona que se visita y protegerlo con una funda o una cubierta. En lo posible llevar también una brújula. También se puede optar por llevar instrumentos como altímetros o GPS (global Positioning System); otras ayudas pueden ser marcadores y descripciones de las rutas; así como mapas y fotos.
- 2. Protección frente al sol:** Se deben llevar gafas de sol, crema protectora para piel y labios y prendas de vestir que protejan del sol.

Gafas de sol: Son un elemento fundamental en los viajes de aventura por la naturaleza. Los ojos son particularmente vulnerables a la radiación, y la córnea del ojo sin protección puede quemarse fácilmente e insensiblemente, produciendo un tipo de conjuntivitis extremadamente dolorosa. Parte de los rayos ultravioleta atraviesan las nubes, por lo que es recomendable proteger los ojos en todo momento, por más que el día este nublado.

Las gafas de sol deben filtrar el 95% y el 100% de los rayos ultravioleta. Deben estar tintadas, de modo que sólo una pequeña fracción de luz visible llegue a los ojos a través del lente. Para las gafas de glaciador, las lentes deben tener un índice de transmisión del 5 al 10%. El tintado del lente debe ser gris o verde si se quieren distinguir los colores reales, o amarillo o si se busca mejor visibilidad con niebla o mal tiempo.

No está comprobado que los daños infrarrojos dañen a los ojos a menor que mires directamente al sol. Pero cualquier producto que filtre un alto porcentaje de infrarrojos, como en el caso de la mayor parte de las gafas de sol, significan una garantía más para el cuidado ocular.

Las monturas de las gafas de sol deben tener protecciones laterales que reduzcan la cantidad de luz que llega a los ojos, aunque deben permitir una ventilación adecuada para evitar que se empañen.

Crema con filtro solar: Tienen una gran importancia en los viajes por la naturaleza. Aunque la pigmentación natural y la cantidad de crema que la piel necesita varían bastante de un individuo a otro, las consecuencias de descuidar la protección pueden ser bastante serias, incluyendo la posibilidad de cáncer de piel.

Durante las ascensiones, se debe utilizar un producto que impida el paso de los rayos UVA y UVB con un factor de protección solar (FPS) de 15 o superior.

Es necesario aplicar crema solar en todas las zonas que estén expuestas, incluyendo la parte de debajo de la barbilla, la nariz y la parte interior de los orificios nasales y las orejas.

- 3. Aislamiento (ropa extra):** La vestimenta utilizada durante la parte activa de un recorrido y considerada como equipo básico, se compone de calcetines interiores y exteriores, botas, ropa interior, pantalones, camisa, jersey o forro polar, gorro, guantes y equipo impermeable. El término “ropa extra” se refiere a las capas adicionales que serían necesarias para sobrevivir las largas e inactivas horas de un vivac imprevisto. La ropa extra se debe seleccionar de acuerdo a la estación.

Una capa extra de prendas interiores puede tener una gran capacidad de abrigo y añade un peso insignificante a la mochila. La ropa interior que durante una actividad ha quedado empapada de sudor, debe cambiarse por prendas secas al llegar al campamento, a fin de permanecer caliente para el resto del día. También es aconsejable llevar gorros de reserva, que en relación con su peso proporcionan más calor que ninguna otra prenda. Para los pies, llevar un par de medias extra, para las manos, un par extra de manoplas. Para la actividad en condiciones extremas durante el invierno o en las expediciones, se necesitará más aislamiento en la parte superior del cuerpo, así como pantalones calientes exteriores.

- 4. Iluminación:** Incluso cuando se tenga la intención de volver antes de que anochezca, es fundamental llevar una linterna corriente o una linterna frontal. Las pilas y las bombillas no duran eternamente, de modo que se debe procurar llevar repuestos cada vez que se salga.

Existe gran variedad de brillo en las luces. En general, una iluminación más brillante consume más batería. Las linternas más potentes requieren llevar más peso en pilas para

que duren al menos un par de horas de uso. Hoy en día existen algunas mejores tecnologías que hacen a las linternas más eficaces; por ejemplo LEDs (Light Emitting Diodes) combinan una luz relativamente brillante, resistencia y unas pilas de larga duración. Aunque no ofrece la iluminación más potente disponible, su alta eficacia y su escaso peso las convierte en una alternativa popular para aquellos que no necesitan una linterna

Linternas frontales: Permiten libertad en dos manos, por lo que son mucho más prácticas que las linternas de mano y, consecuentemente, las escogidas mayoritariamente por los viajeros. Las linternas son tan importantes que merecen la pena invertir sólo en materiales de calidad.

El foco regulable es una excelente característica propia de algunos modelos. Un haz de luz amplio es adecuado para las tareas cercanas, mientras que concretar el haz de luz ayudará a ver los objetos lejanos, permitiendo un mayor alcance de luz más intensa.

- 5. Botiquín de primeros auxilios:** La propia naturaleza de los viajes de aventura (terrenos abruptos, superficies resbaladizas, rocas sueltas, herramientas afiladas, mochilas pesadas, fatiga, alimentos en mal estado) hacen que sea indispensable llevar un botiquín de primeros auxilios.

El botiquín debe ser pequeño, compacto y resistente, con su contenido protegido con embalajes impermeables.

Como mínimo, el botiquín debe contener gasas de diferentes tamaños, un rollo de gasas, tiritas, vendas elásticas adhesivas, apósitos de piel artificiales, esparadrapo, tijeras, jabón o agente limpiador, guantes de látex. Lápiz y papel.

- 6. Fuego:** Es preciso llevar los medios para comenzar y mantener un fuego de emergencia. La mayoría de los viajeros llevan un encendedor de butano o dos en vez de cerillas en un contenedor estanco. Los iniciadores de fuego son indispensables para prender rápidamente madera húmeda cuando hay que hacer un fuego de emergencia. Los iniciadores de fuego más comunes son las velas, las tabletas de alcohol sólido y el combustible sólido en lata. Las ascensiones por nieve, glaciares o en costas altas donde no

hay madera para hacer fuego y las tableras de alcohol sólido resultarían todas insuficientes, puede ser conveniente llevar un hornillo como fuente de calor para casos de emergencia y como fuente para obtener agua.

- 7. Estuche de herramientas y reparaciones:** Las navajas son tan útiles en primeros auxilios, preparación de la comida, reparación, escalada, que todos los miembros del equipo han de llevar una. Otras herramientas (alicates, taladro, tijeras, destornillador) pueden formar parte de la propia navaja o se puede llevar de forma separada, quizás como parte de un pequeño estuche de herramientas. Otros instrumentos útiles para reparaciones son: cordones de zapatos, hilo, aguja, imperdibles, cinta americana, cordino, parches, cables y otros específicos para el material como la tienda, el hornillo, las botas de nieve, etc.

- 8. Nutrición (comida extra):** En las actividades cortas, llevar como reserva una ración de comida suficiente para un día es una medida razonable en caso de que se produzca un retraso por culpa del mal tiempo, pérdidas, lesiones u otras razones. En las expediciones o trekkings largos hará falta más. Los alimentos elegidos deben requerir preparación, han de ser de fácil digestión y de larga conservación. Una combinación de cecina, nueces, caramelos, galletas, frutos secos da buenos resultados. Si se lleva un hornillo, se puede incluir cacao, sopas instantáneas y té.

- 9. Hidratación (agua extra):** Hay que llevar agua extra y tener la habilidad y las herramientas necesarias para obtenerla y purificarla. Siempre se debe llevar al menos una botella de agua o una bolsa comprimida para el agua. Los contenedores de boca ancha son más fáciles de rellenar. Un accesorio de bolsillo permite llevar una botella de agua en el cinturón para facilitar su accesibilidad. Algunos recipientes para el agua están diseñados para ser transportados a la espalda en la mochila y poseen un tubo de plástico largo y una válvula que permite beber sin tener que parar.

10. Refugio de emergencia: Si ningún miembro del equipo lleva una tienda que refugie de la lluvia y el viento, otra posibilidad es una manta de supervivencia reflectante. Puede usarse para administrar primeros auxilios a una persona herida o con hipotermia, a la vez que servir refugio.

Se debe llevar una colchoneta aislante para dormir, para reducir la pérdida de calor cuando estés sentado o tumbado en la nieve.

2.10.1 Otros materiales importantes:

- Repelente de insectos.
- Instrumentos de señales.

En todas las salidas:

Listado de equipaje:

Los diez sistemas esenciales:

1. Orientación.
2. Protección frente al sol.
3. Aislante (ropa extra)
4. Iluminación.
5. Fuego.
6. Kit de reparaciones y herramientas.
7. Nutrición (comida extra).
8. Primeros auxilios
9. Hidratación (agua extra)
10. Refugio de emergencias.

La lista clásica:

1. Mapa.
2. Brújula.
3. Gafas de sol y crema solar.
4. Ropa de repuesto.
5. Linterna frontal.
6. Botiquín primeros auxilios.
7. Encendedor.
8. Cerillas.
9. Navaja.
10. Comida extra.

Vestimenta:

1. Botas.
2. Calcetines (interior y exterior)
3. Camiseta/top-
4. Pantalones cortos.
5. Ropa interior larga (superior e inferior)
6. Camisas/jersey o chaquetas aislantes (sintéticos o de lana)
7. Pantalones aislantes (sintéticos o de lana)
8. Gorro impermeable.
9. Gorro para el sol.
10. Pasamontañas,
11. Guantes.
12. Polainas.
13. Calzado para cruzar cursos de agua.
14. Calcetines impermeables/transpirables.

2.11 Las Carpas/Tiendas:

Al escoger una carpa, se hace un cálculo de diferentes variables, como la protección (resistencia), el peso, el confort y el precio. La elección será tomada en función de cómo y dónde se va a utilizar y las preferencias personales.

Estrategias frente a la humedad: Las carpas deben cumplir dos requisitos en su trato con la humedad. Han de mantener fuera toda la humedad posible del ambiente exterior, mientras que han de ventilar toda la humedad posible del interior. Una persona exhala una gran cantidad de agua durante la noche, este vapor de agua mojaría los sacos de dormir y dejaría charcos en el suelo. Por tanto, las carpas deben ser transpirables.

Los suelos de las carpas están tejidos con nailon, y la mayoría poseen lo que se llama un rebajo. El rebajo es una extensión del suelo que sube por los laterales de las paredes. Cuanto más ancho sea el rebajo, más protección ofrece frente al filtrado de la lluvia bajo el doble techo, pero, al mismo tiempo, reduce la cantidad de tejido transpirable y puede convertirse en un área cúmulo de la condensación.

La carpa y el rebajo pueden ser dos piezas separadas conectadas por una costura reforzada o puede ser una pieza continua de fábrica, normalmente conocida como suelo tubular. Los suelos tubulares dan una mejor protección frente al agua, pero no se reemplaza fácilmente si el suelo se desgasta antes que la parte superior de la tienda.

Muchas carpas se fabrican con suelos y cremalleras termo selladas de fábrica que evitan que pase el agua. Si una carpa no está sellada de fábrica, entonces debe ser aplicado algún producto impermeabilizante a todas las cremalleras que den al exterior, para prevenir el filtrado.

Carpas con doble techo: El dilema de la carpa impermeable pero transpirable se resuelve habitualmente utilizando un doble techo. El tejido de la pared interior es transpirable y permeable, de modo que permite que el vapor de agua de la respiración y la transpiración salgan al exterior. La cubierta exterior es un doble techo impermeable, generalmente separado, que evita que la lluvia entre en la tienda e incluso recoge y drena la humedad que procede de los ocupantes de la tienda. El doble techo no debe tocar las paredes interiores porque, allí donde toque, el agua se condensará en el interior. El doble techo debería llegar hasta el suelo para cubrir la entrada de la carpa, evitando que entre la lluvia impulsada por el viento.



Imagen 21: Carpa con doble techo.

Carpas simples: Están fabricadas con sólo una capa de tejido impermeable y transpirable. Este material suele estar compuesto por tres capas. La capa exterior de nailon proporciona resistencia y protege a la membrana intermedia. La membrana intermedia ni deja pasar el agua ni la lluvia, pero permite que los vapores calientes del interior salgan. La capa interna es un tejido fino y de apariencia difusa, que retiene todo el exceso de humedad.

La gran ventaja de las carpas simples es su ligereza, con un peso que suele rondar los 2,3 kg en una carpa de dos plazas. También son más silenciosas en noches de mucho viento, ya que no hay una capa exterior que esté chocando contra las paredes de dentro. La peor desventaja de las carpas simples es que son bastante caras y en algunas ocasiones acumulan humedad cuando hace un clima templado y húmedo. La membrana trabaja mejor cuando la temperatura del exterior es unos cuantos grados inferior a la interior. Esta diferencia de temperaturas empuja al aire húmedo fuera a través de las paredes transpirables de la carpa.



Imagen 22: Carpa simple.

2.11.1 Carpas invernales y no invernales:

Las carpas pueden catalogarse como modelos de tres estaciones, que son para uso general, o bien de cuatro estaciones, para todo tipo de situaciones incluyendo la acampada en nieve.

Carpas tres estaciones: Suelen ser más ligeras en peso y construcción. Los paneles laterales o superiores de la mayoría de las carpas de tres estaciones se hacen con tejido de malla fina a fin de conseguir más ventilación y menor peso. Es necesario tener presente que la ventisca puede colarse por este tipo de tejido. Estas carpas suelen ser bastante adecuadas para el montañismo en una gran variedad de condiciones, desde finales de la primavera hasta principios de otoño, y suelen ser ideales en salidas de varias semanas en las cuales el peso ha de reducirse al mínimo.

Carpas de cuatro estaciones: Son más fuertes y pesadas, más caras, y suelen ser más resistentes para soportar las condiciones invernales de fuertes vientos y caída de nieve. Tienen también unas varillas más robustas (aluminio o fibra de carbono de alta dureza, en vez de fibras de vidrio) y refuerzos más duraderos. Las puertas y aberturas de ventilación incorporan piezas de tejido denso que se pueden cerrar con cremallera en la medida que se desee (sin olvidar las necesidades de ventilación) y el doble techo llega hasta el suelo por todo el perímetro de la carpa. Estas carpas suelen venir con al menos tres varillas y un sistema de vientos (los cordino conectados de la tienda, que sirven para tensar) muy cuidado.

Normalmente, la forma de la tienda es un tipo de variación de la iglú.

Forma: El diseño de las carpas tiende a maximizar el espacio utilizable del interior, la resistencia con carga y la capacidad para soportar los vientos fuertes, y al mismo tiempo minimizar su peso. Una buena carpa ha de ser fácil de montar y desmontar, pero tenaz cuando una tormenta quiera echarla abajo.

Iglú: Este modelo clásico tiene varias varillas que se cruzan sobre ella, por lo que no necesita piquetas para mantener su forma y puede levantarse y moverse en una sola pieza, pro aun así ha de anclarse con algunas piquetas y vientos para que no se vuele. La posibilidad de que la carpa se vuele es un peligro real en una tormenta fuerte o cuando la carpa está vacía. Los iglú suelen ser redondos o de forma hexagonal.



Imagen 23: Carpa tipo Iglú

Gajo: Esta carpa lleva dos varillas cruzadas como estructura y es relativamente auto portante. Es menos rígida que el iglú, por lo que necesita vientos para mantener su forma cuando hay viento.



Imagen 24: Carpa tipo Gajo

Tubular: Dos o tres túneles de la carpa tubular no suelen ser auto portantes, pero proporcionan un uso eficaz del espacio y funcionan muy bien como protección frente al viento.

Comparando los tres diseños, una tienda auto portante es mucho más fácil de montar y mover hasta el mejor emplazamiento que una tienda que debe ser clavada con piquetes para darle forma. Los diseños de gajo y tubo son normalmente más ligeros en un volumen determinado.



Imagen 25: Carpa tipo Tubular

2.11.2 Tamaño:

La carpa biplaza: Es posiblemente la más popular, porque ofrece ventajas de peso y puede colocarse en cualquier sitio. Por motivos de versatilidad, para un grupo de cuatro personas resultan más convenientes dos carpas biplaza que una cuatro plazas. Muchas carpas de dos plazas pueden acoger a tres personas en caso de apuro, siendo a la vez suficientemente ligeras como para poder ser usadas por una sola persona. En cualquier caso, una tienda siempre será más cálida con más de un ocupante.

Más grandes: Algunas carpas de tres o cuatro plazas son lo bastante ligeras para dos usuarios sibaritas (o para usuarios de gran tamaño que deseen poseer un espacio apropiado). Las tiendas más grandes, en especial aquellas en las que se puede estar de pie en su interior, ayudan a mantener la moral alta durante las expediciones o largos períodos de mal tiempo, pero suponen un gran aumento de carga. Para trasportarla durante las aproximaciones es posible distribuir sus distintas partes entre los componentes del grupo.

2.11.3 Otras características:

Una buena carpa de montaña está diseñada para que la lluvia y la nieve no entren en ella mientras entran o salen sus ocupantes. Los fabricantes ofrecen diferentes opciones, como puertas con cremalleras, bolsillos interiores o cintajos para colgar el material, túneles, compartimientos, porches y ábsides. Por supuesto, estos complementos aumentan el peso y el costo.

Ábsides: Las carpas cuatro estaciones, y algunos modelos de tres, suelen presentar una pequeña zona cubierta llamada ábside, que se proyecta hacia afuera como resultado de una extensión doble techo. Algunos dobles techos muy robustos, apropiados para expediciones, cuentan con varillas y postes para ampliar aún más esta área creando un espacioso avance frontal. Los ábsides frontales pueden ser muy prácticos para resguardar la entrada y dejar más espacio para el equipo, las botas, cocinar, vestirse.

Ventilación: La carpa necesita ventilación en la parte superior del techado, que pueda abrirse para permitir que salga el aire húmedo y caliente (que se eleva). Las mosquiteras permiten el paso del aire cuando las puertas están abiertas y mantendrá fuera los roedores, así como las moscas y mosquitos.

Color: El color de la carpa es un asunto de gusto personal. Los colores cálidos como el amarillo, naranja o rojo son más alegres si la persona se ve forzada a permanecer en su interior y también se ven mejor al regreso desde la cumbre. Por otro lado, las tonalidades apagadas se mimetizan con el paisaje. La otra cara de la moneda: las primeras pueden resultar chillonas; las segundas permanecen camufladas si llevamos un rato buscando sin éxito nuestro campamento.

2.12 El sistema de dormir – Sacos y bolsas de dormir.

Para la mayoría de los viajeros, el saco de dormir es el punto crítico de su sistema de dormir. Un buen saco de dormir debe acoplarse al cuerpo, retener el calor corporal así como ser ligero y comprensible. En la montaña, ningún diseño supera la eficaz “momia”.

La calidez de un saco de dormir la proporcionan el material aislante y la capa de aire caliente que se forma entre el cuerpo del montañero y el frío mundo exterior. Un saco será más o menos caliente dependiendo del tipo y la cantidad del relleno aislante, el espesor del relleno, el tamaño del saco, el estilo y el método de construcción.

2.12.1 Tipos de aislamiento:

Existen dos tipos de rellenos aislantes para los sacos de dormir: plumón de oca y fibra sintética. Cada uno tiene sus ventajas y desventajas.

El plumón de oca: Es el aislante más eficaz por unidad de peso. Son cálidos y comprensibles, mantienen bien su capacidad de expandirse y duran más.

La desventaja del plumón es su alto costo y la pérdida de su capacidad aislante cuando se moja. La mayoría de los sacos no son totalmente impermeables, por lo que, en condiciones húmedas, es recomendable guardar el saco en una bolsa de plástico antes de guardarlo en la mochila.



Imagen 26: Relleno plumón de oca

Fibra sintética: Los sacos de fibra son más baratos que los de plumón y mantienen gran parte de su capacidad aislante y su volumen cuando se mojan. Estos sacos son todavía ligeramente más pesados y no se comprimen tan fácilmente, por lo que se convierte en un bulto más pesado y voluminoso. Los aislantes sintéticos no admiten tantos ciclos de compresión como el plumón, por lo que pierden gran parte de su volumen y sus propiedades aislantes más rápidamente.



Imagen 27: Relleno sintético.

2.12.2 Materiales para la cubierta exterior:

Para construir la cubierta exterior de los sacos de dormir se utilizan diversos materiales. Los más corrientes son los tejidos laminados con un revestimiento impermeable y transpirable, las microfibras y el nailon.

Tejido laminado con revestimiento impermeable y transpirable: No dejan pasar el agua a la vez que permiten la salida del vapor de agua. Estos materiales son caros pero muy ventajosos en ambientes húmedos como el interior de una cueva de nieve, una tienda o una funda de vivac. Son especialmente convenientes para los sacos de plumón. La construcción laminada es compleja y a veces el tejido puede fragmentarse o desgastarse en exceso con el paso del tiempo y uso.

Microfibras: Estas capas están constituidas de lana o poliéster con un cosido muy resistente. Algunas cubiertas ofrecen repelencia al agua con más transpirabilidad que los tejidos laminados. Algunas microfibras son tratadas con polímeros como la silicona, lo que aumenta su resistencia frente al agua y su durabilidad. Las microfibras son más ligeras, más comprensibles y más transpirables de los tejidos disponibles. Por desgracia, ofrecen menos protección frente a la condensación en la tienda y se humedecen en el exterior.

2.12.3 Características y componentes: Las características y componentes de un saco de dormir denotan su eficacia y ventilación. Una buena capucha que rodee la cabeza mantiene un valioso calor a la vez que deja la cara libre para facilitar la transpiración.

Algunos sacos tienen un cuello aislante para retener más calor en el cuerpo principal del saco. Las cremalleras largas facilitan la entrada y salida y ayudan a ventilar en caso de exceso de calor en el interior. Algunos diseños ofrecen cremalleras complementarias en el lado derecho o izquierdo para que puedan unirse dos sacos. Una cremallera que sólo cubra la mitad o los tres cuartos ahorra volumen y peso, pero también pierde ventilación. Un reborde tubular a lo largo de la cremallera ayuda a mantener fuera el aire frío.

Accesorios: Algunos fabricantes ofrecen fundas interiores lavables, las cuales añaden unos grados de calor al atrapar el calor cercano al cuerpo. Una funda interior también hace que las grasas del cuerpo no manchen el interior del saco; son especialmente prácticas en viajes largos en los que no suele haber facilidades para el lavado del saco. Hacen que el saco sea más caliente, pues reducen la cantidad de humedad que llega hasta el aislante; en el medio ártico evitan que se forme hielo dentro del aislante del saco. A pesar de las ventajas de estas fundas VNI, la mayoría de los viajeros encuentran molestas e incómodas.

La mayoría de los sacos de dormir vienen con relleno de saco y con una funda transpirable para guardarlos.

Ajuste: Es importante que el saco de dormir se ajuste al cuerpo. Si es demasiado ancho, será frío e innecesariamente más pesado. Si es demasiado estrecho, es más incómodo y el cuerpo comprimirá el relleno interior, haciendo que el saco sea más frío. Si es demasiado corto, el relleno de los pies y de la capucha estará comprimido, por lo que perderá calor por esos puntos.

Los sacos de dormir están disponibles en una gran variedad de tamaños y longitudes, diseñados para los diferentes tipos de cuerpos. El espacio extra se puede utilizar para secar cosas pequeñas, como los guantes mojados, los calcetines o los botines.

2.13 Aislarse del suelo.

La base del confort para una noche al aire libre es un buen aislante debajo del saco de dormir, Ya sea invierno o verano, dentro de una tienda o fuera de ella, la colchoneta nos proporciona una cama más caliente y mullida. En suelo mojado o en nieve, es fundamental. A falta de colchoneta, es recomendable aislarse del suelo utilizando ropa que no se lleve puesta, la mochila, la cuerda o las botas.

2.13.1 Materiales:

Espuma de celdilla cerrada: Una colchoneta fina de espuma de celdilla cerrada, como ensolite (más duradera) o polietileno (más ligero), proporciona un buen aislamiento. Algunos diseños mejorados de celdilla cerrada ofrecen superficies más blandas, pesan menos y tienen más capacidad para retener aire, lo que se traduce en mayor eficacia térmica.

Colchoneta de aire: Es cómoda pero no proporciona ningún aislamiento. De hecho, el aire de la colchoneta absorbe calor del cuerpo debido a la circulación de aire interna. No es una buena opción para quienes viajan por montañas.

Espuma de celdilla abierta: Se recomienda evitar este tipo de espumas que no están recubiertas; son voluminosas y absorben agua como esponjas que son.

Colchonetas auto inflables: Están hechas de espuma de celdilla abierta recubiertas por una especie de sobre impermeable. Este tipo de colchonetas combinan el aislamiento de la espuma con la suavidad de un colchón de aire, lo que las convierte en una opción popular y eficaz.

2.13.2 Tamaños:

Hay colchonetas aislantes de longitudes variadas, pero en ocasiones puede bastar con una de 120 cm, ya que se puede emplear el asiento aislante u otros materiales para apoyar piernas y los pies. Cuando se acampe en nieve o en condiciones invernales, se debe utilizar una colchoneta auto inflable encima de otra de espuma de celdilla abierta para maximizar el aislamiento.

2.14 Métodos de Estampación Textil.

La siguiente información fue extraída del “Manual de Litografía Artística” – Josan López de Pariza Berroa, Oviedo – 2006.

El deseo de agregar color y diseño a los materiales, reside desde las primeras civilizaciones de la humanidad; las cuales utilizaron el color y el diseño como método de distinción ante los demás. El estampado textil es la más importante y versátil de las técnicas para agregar diseño, color y distinción a las telas. La misma puede considerarse como una técnica que entrelaza perfectamente arte, ingeniería y tecnología; con el objetivo de reproducir en las telas aquellas ideas que surge en la imaginación.

Comenzaremos por definir a la estampación textil como un teñido localizado. En tiempos antiguos, se utilizaron principalmente como método de distinción y jerarquía social; pero actualmente, su gran popularización convirtió a los métodos de estampación textil en importantes generadores de identidad, originalidad y diseño dentro de la industria, utilizándolos para estampar diversos materiales, texturas y dimensiones

El estampado textil puede ser considerado como un sistema de acabado de un tejido o hilado, por medio del cual se tiñe de manera localizada en una o varias zonas del mismo. Dicho de otro modo, se aplica una materia colorante soluble, natural o sintética, bajo ciertas condiciones y en zonas determinadas del material textil.

Los motivos para los estampados se clasifican en simples y con repetición. Moscoso Barcia (Lic. En Diseño de Indumentaria y profesora en la Universidad de Palermo) sostiene que los diseños simples son aquellos que constituyen un motivo único, sin que este se repita sistemáticamente, como los diseños en remeras, pañuelos, etc. También corresponden a esta clasificación los

motivos que sirven para recortar y confeccionar prendas como delantales. Los diseños de repetición son aquellos que partiendo de un motivo mínimo, denominado “unidad rapport”. Los mismos pueden repetirse tantas veces como se desee en distintas direcciones, a fin de lograr la cobertura del tejido. El proceso de estampación consta de diversos pasos. El proceso negativo se realiza al finalizar el diseño original. Se separan los colores para luego transferirlos a los negativos, películas o láminas flexibles transparentes u opacas de poliéster, en la cual se producirá el diseño de forma manual.

Existen numerosas técnicas de estampado, y cada una posee sus propias características. La siguiente enumeración, es a fin de conocer las diversas opciones que se ofrecen según la terminación que se desee obtener en el textil.

2.14.1 Estampación textil con bloques.

El uso de bloques o sellos como técnica de estampación textil es uno de los más antiguos. Se sabe que los chinos ya lo usaban en el siglo VII; en África, fabricaban sellos tallados en calabazas y en Europa se los utilizó hasta el siglo XIX (hasta el comienzo de la era industrial). Sin embargo, es en la India en donde esta técnica se popularizó y se sigue empleando al día de hoy como sistema de producción de series exclusivas, incluso para producciones a gran escala.

La estampación por medio de bloques o sellos, consiste en el uso de bloques de madera tallados, a los que se los impregna en colorante, para luego aplicar sobre la tela y generar la estampa deseada. Este método es un trabajo artesanal arduo, pero que genera resultados exclusivos. En la actualidad, además de utilizarse para crear diseños en textiles, que luego se emplean para la confección de prendas; también se usa para diseñar papel de empapelar, entre otros usos.



Imagen 28: Ejemplos de bloques de madera.

2.14.2 Estampación directa con rodillos de grabado.

El rodillo es uno de los elementos más característicos de un taller de grabado. Son utilizados para la estampación en relieve de las matrices y puede tener formatos y características diversas. Es un material delicado y requiere cuidado en su manipulación y mantenimiento, por lo que debe protegerse de cualquier agresión física o química en su superficie, que pueda perjudicar posteriormente la calidad de la estampa.

La efectividad del mismo dependerá de la composición, calidad y dureza de su recubrimiento.

El recubrimiento del rodillo es lo que le confiere su cualidad fundamental, y debe contar con numerosas características, tales como la homogeneidad, resiliencia, resistencia térmica y resistencia química.

La homogeneidad, tanto en el cilindrado como en el estado de su superficie, es imprescindible para un entintado uniforme que no deje marcas. La resiliencia o elasticidad, es lo que permite al rodillo volver a su estado original tras entrar en contacto con la plancha. La resistencia a la temperatura, dentro de los parámetros estándar, es fundamental para evitar deformaciones; y por último, la resistencia química, es imprescindible para soportar el contacto continuo con la tinta y todos los productos de limpieza.

Para la utilización óptima de un rodillo, es conveniente conocerlo bien. Su superficie es de tipo fibroso; es por eso que el movimiento sobre la superficie entintada del cristal trata de estirar ligeramente la tinta; produciendo de esta forma una agitación beneficiosa en el producto. Esto genera una emulsión uniforme, que aumenta sus cualidades impresoras y su belleza. De este modo, se genera una característica muy visible en la estampación litográfica, en donde el movimiento del rodillo es un factor imprescindible para romper emulsiones de tinta y agua que se producen.



Imagen 29: Ejemplo de un rodillo de grabado.

2.14.3 Estampado por termo transferencia – Sublimación.

Al término sublimar, la física lo define como “pasar directamente del estado sólido al vapor”. Lograr que la materia pase del estado sólido al gaseoso, sin pasar en ningún momento por el estado líquido, es la acción de sublimar.

Cuando se realiza la sublimación textil, ocurre precisamente el proceso explicado. Se trata de que la tinta con la que se plasman los diseños en la tela pase del estado sólido al gaseoso, y en ese estado, es cuando penetra en los tejidos y se fija permanentemente,

Si esta técnica de sublimación se lleva a cabo correctamente sobre el tipo de fibras específicas, el diseño no se desgastará ni perderá intensidad.

Para sublimar, en primer lugar se imprime el diseño en papel, puede ser en plotter o en offset. En ambos casos se utiliza el modo de color CMYK. Esto se debe, ya que la impresión tiene una ligera variación de los tonos en la tela; por lo que se trabaja en aproximaciones.

Luego, estos papeles impresos se subliman en un lienzo igual a la tela en la que se hará la producción; y a partir del resultado, se ajustarán los niveles de color para cada rodillo (los mismos donde se encuentran montadas las placas).

Dentro del proceso para el sublimado de prendas; el último paso consiste en colocar juntos al papel con la prenda que se quiere sublimar en una plancha; ambos reciben el calor 170° - 210° C aprox. Y la presión durante un lapso determinado de tiempo, la tinta se gasifica y en éste estado se integran por completo a las fibras de tela.

Durante este proceso y debido a la cantidad de calor, las prendas sufren algo de encogimiento, el cual depende del material utilizado y del diseño que se ha sublimado. Esta reducción puede ser significativa o no, e incluso en las prendas de una misma producción no es igual.



Imagen 30: plancha de sublimación.

2.14.4 Estampación por serigrafía.

La serigrafía es un método de impresión que posibilita la reproducción de una imagen sobre diferentes tipos de materiales sin que se pierda calidad, pese a las repeticiones del estampado.

Esta técnica se lleva a cabo con la transferencia de tinta mediante una malla que está tensada en un marco. En aquellas zonas donde no se debe estampar, un barniz bloquea el paso de la tinta.

En el resto del dibujo, se ejerce presión sobre la malla para que imprima la superficie que se desea estampar.

Los historiadores creen que la serigrafía surgió en la Antigua China. A comienzos del siglo XX, la técnica comenzó a utilizarse en Estados Unidos para crear anuncios publicitarios. Con los años también se popularizó entre los artistas como una nueva forma de expresión.

En la actualidad, es posible apelar a la serigrafía para imprimir casi sobre cualquier superficie, desde textiles hasta papel, pasando por cerámica y metal. La serigrafía permite reproducir obras de arte, crear señales, estampar ropa, producir marquesinas publicitarias, fabricar calcomanías y decorar cristales.



Imagen 31: estampación por serigrafía –

2.14.5 Batik.

El batik es utilizado para colorear tejidos y consiste en aplicar capas de cera sobre las regiones que no se desean teñir (zonas reservadas), y por el contrario, fijando con anilinas aquellas zonas que se desean teñir (zonas no reservadas). Este proceso se puede repetir tantas veces se desee, lo que permite sobreponer colores, logrando con ello una extensa variedad de matices. La propiedad que

posee la cera de resquebrarse una vez endurecida, permite que en el posterior teñido se dibujen líneas quebradas o “craqueladas”. Este “craquelado” constituye el sello diferenciador de esta técnica de teñido, de otras similares como el “shibori” por ejemplo, que no se trabaja con cera y sus líneas las debe a amarres o finos pliegues en la tela.

La técnica Batik está extendida en países como la India, Irán y Tailandia, pero es mayormente popular en Indonesia y Malasia. El Batik indonesio fue inscrito en 2009 sobre la “Lista representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de la Unesco”.



Imagen 32: colocando cera en el proceso de batik.

2.14.6 Estampación por policromía.

La técnica de policromía o también llamada cuatricromía, consiste en la combinación de los colores CMYK (acrónimo de Cyan, Magenta, Yellow y Key), para así generar estampados de alto número de colores, tonalidades y degradados. Esta técnica es usada para estampar en textiles fotos, paisajes o imágenes que tengan cuatro colores o más.

Resumen de Ficha Técnica para Policromía:

Tinta: Plastisol Process.

Emulsión: A base de solvente.

Secado: Curado al calor 180 grados x 25 seg.

Número de planchas: 4

Cuidado de las prendas: No planchar el estampado. No usar cloro. Lavar en agua fría.

Textil Recomendado: Telas claras.



Imagen 35: Proceso de estampado por policromía.

2.14.7 TAK.

La técnica de estampación denominada TAK, hace referencia al nombre del fabricante que creó la máquina para que sean estampadas las alfombras. En este método se emplean textiles con dificultad para ser estampados. El colorante se adhiere al tejido mediante conductos individuales alimentados por una tolva. Cada uno de estos colores se fija en el lugar deseado a través de gotas de estos mismos colorantes. Una vez realizado este proceso, el colorante debe penetrar en la tela para que se adhiera correctamente.

2.14.8 Proceso de Inyección por Boquillas.

El proceso de estampación por método de Inyección con Micro boquillas, es también empleado en textiles para tapicería o alfombras. La finalidad del mismo, es originar diseños tipo Jacquard (forma en la que se construyen determinados tejidos).

Los contenedores de dicha máquina se encuentran de forma horizontal, motivo por el cual, es colorante es usado mediante pequeñas boquillas, que facilitan que el color se adhiera al textil de la forma deseada.



Imagen 36: Proceso de inyección por boquillas.

CAPITULO III

METODOLOGÍA

En el siguiente capítulo se abordará como se llevará a cabo la investigación. Se mostrará el camino hacia el conocimiento propuesto por Bruno Munari¹², en su libro “Cómo nacen los objetos” (1983). Se iniciará con una recopilación de datos, seguida del análisis de los mismos; para luego pasar a la siguiente etapa, denominada creatividad.

El proceso de diseño se enfocará en la investigación y experimentación tanto de los materiales adecuados para realizar actividades “outdoor”, como así, su posibilidad de estampación, y luego adaptación al ambiente del usuario.

Lograr complementar funcionalidad, con diseño y creatividad. Crear estampas originales, pero siempre acordes a lo que el usuario requiere.

Las estampas se realizarán en base a animales en peligro de extinción en la Argentina. A modo de informar y concientizar al usuario acerca del medio que lo rodea; y generando de esta forma una interrelación entre funcionalidad, diseño y concientización del medio ambiente.

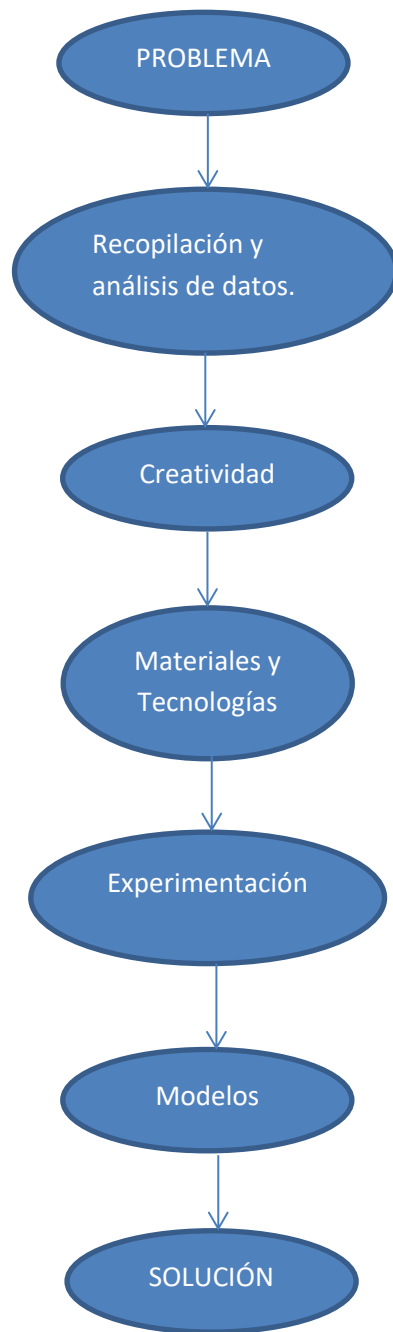
Para las mismas se deberá investigar acerca de la fauna autóctona Argentina, y elegir animales en amenaza, que resulten acordes a un proceso de diseño que posteriormente sea eficaz para el usuario al momento de encontrarse realizando su actividad y a su vez estéticos.

A modo de lograr una impronta industrial, el proceso de sublimación será lo óptimo, debido a sus terminaciones y calidad. Se exhibirán previamente bosquejos y proyecciones, tanto de las texturas, como así de figurines y estampas a realizar.

Una vez finalizada la etapa de investigación, tanto de materiales, como de los motivos a utilizar; se comenzará con el armado de prototipos en base a la colección definitiva. Posteriormente, la etapa de armado del negocio; local, packaging y etiquetería; que siempre connotarán concientización por el cuidado del medio ambiente. Y para concluir, la exposición y presentación final.

3.1 Esquema: Metodología del diseño. (Bruno Munari).

¹² Bruno Munari (Milán, 24 de octubre de 1907 – 30 de septiembre de 1998) fue un artista y diseñador italiano. Considerado uno de los máximos protagonistas del arte, del diseño industrial y gráfico del siglo XX. Investigador polifacético sobre el movimiento, la luz, y el desarrollo de la creatividad y la fantasía de la infancia mediante el juego. (Biografía extraída de Biblioteca Virtual Cervantes, 2004.)



3.2 Definición del Problema.

Crear una marca de prendas para viajar; enfocada en el diseño y la creatividad además de su funcionalidad y tecnología, brindando una perspectiva urbana al actual mercado “outdoor”. Promover el conocimiento y el respeto por la fauna, y así generar una mayor conciencia ambiental.

Tipo de solución –

El tipo de solución al que se desea llegar es definitiva. Que dicha marca llegue para instalarse en el mercado.

La misma es una marca comercial de alta llegada al público. Es técnicamente correcta debido al rubro en el que se especifica (prendas y objetos para viajes de aventura).

Pero su principal fuerte es la diferenciación; debido a las prendas altamente creativas y enfocadas en un diseño exclusivo.

Más allá de no ser una marca clásica y tradicional, sus diseños aportan exclusividad y sofisticación, además de una fuerte influencia con respecto al cuidado medioambiental.

Elementos del problema –

- Conocer cada uno de los materiales, objetos y técnicas que se requieren para crear una marca de prendas y objetos de aventura.
- Conocer al público objetivo. Cuáles son sus edades, sus gustos, sus preferencias. Qué importancia le dan al diseño. Qué prioridad le otorgan a la diferenciación.
- Qué presupuesto está dispuesto a invertir dicho público para la compra de prendas y/o objetos de aventura.
- ¿Existen requerimientos exclusivos para prendas de aventura? Tales como tonalidades, materiales, etc.
- Conocer cuál es la competencia, cuáles son sus mayores atributos, por qué tienen éxito en el mercado.

Recopilación de datos -

- Realizar entrevistas a personas destacadas dentro del rubro de viajes de aventura, para la precisa información de sus actividades, prendas, materiales y objetos que requieren.

- Investigar acerca de lo que ya no se necesita, lo que se precisa y lo que aún no está explotado.
- Conocer cuáles son las prioridades a la hora de realizar sus actividades con respecto a su vestimenta. Indagar cuanta importancia le otorgan al diseño.
- Conocer cuál es el precio que están dispuestos a invertir en prendas y objetos del rubro.
- Realizar encuestas a aficionados de los viajes, de la naturaleza y de las actividades al aire libre.
- Investigar qué importancia le otorgan a las prendas de aventura y si estarían dispuestos a invertir dinero en ellas.
- Conocer si están informados acerca de la funcionalidad que las prendas de aventura brindan, qué tanto conocen de las mismas, si les genera algún tipo de inquietud este mercado.
- Recopilar información acerca de las especies animales en amenaza en la Argentina, para así poder conectar a los usuarios con las prendas, y a su vez brindarles concientización con respecto al medio ambiente.

Análisis de datos –

A partir de los datos obtenidos en entrevistas, encuestas y guías de observación a personas profesionales o aficionados del rubro aventura; se buscará recopilar dicha información a fin de conocer aspectos fundamentales, tanto de la actividad, como de las preferencias de los usuarios (gustos, preferencias, exigencias y puntos de vista de cada uno) y tecnicidades necesarias a la hora de fabricar y confeccionar. El objetivo de las mismas es poder diseñar productos creativos, atractivos y adecuados para la actividad.

Creatividad –

Tras la obtención de datos fundamentales, se iniciará el proceso de búsqueda creativa, a fin de explotar al máximo los recursos y conocimientos adquiridos, para que el resultado generado sea destacado y con el mayor grado de creatividad aplicado.

Se aplicará la técnica de lluvia de ideas, a fin de no dejar de lado ninguna oportunidad de innovación y creatividad. Por otro lado se comenzará a experimentar con diseños, recursos, materiales y texturas que puedan llegar a ser de utilidad en el desarrollo.

Se experimentará con simbologías, colores y recursos retóricos, con el objetivo de ir definiendo ciertos aspectos en referencia a la identidad de la marca.

Verificación -

Se presentará el proyecto, ideas y conclusiones aproximadas a posibles usuarios; a fin de obtener un análisis y una respuesta sincera de parte de entendidos en el rubro.

Cada una de sus devoluciones será tomada como una oportunidad de ver desde el punto de vista de una persona conocedora del tema por su propia experiencia.

Solución final -

A partir de los datos extraídos, investigaciones, conclusiones y aproximaciones de datos por parte de posibles usuarios y concedores del rubro; se presentarán opciones de acuerdo a dicha recopilación de información.

La misma tendrá el objetivo de aplicar en sus modelos, aquellos requerimientos que se hallaron fundamentales para el desarrollo técnico correcto, confiable, práctico y sobretodo creativo.

3.3 Investigación según los objetivos.

A modo de encontrar una solución ante el problema/objetivos planteados, se realizará una investigación teórica para conocer en profundidad a la información relevante al tema.

Será necesario un trabajo de campo y observación; el cual se llevará a cabo mediante la entrevista cualitativa. La misma servirá para recopilar datos necesarios, acerca de las necesidades y requerimientos de los usuarios.

Por otro lado, se realizará un análisis FODA, en el cual se plasmarán las fortalezas y debilidades internas; así como las oportunidades y amenazas en el campo externo.

Por último, se realizará la etapa de diseño y creación de la marca.

3.3.1 Investigación Exploratoria o Cualitativa.

Para abordar el siguiente proyecto, será necesario del conocimiento de las personas que practican tal actividad. Ya sean aficionados a la aventura y al aire libre, o por labor. Son dichos usuarios quienes brindarán las herramientas necesarias que requiere el desarrollo del trabajo.

Una vez obtenidos los datos técnicos, a partir de numerosas investigaciones acerca de los requerimientos necesarios para practicar tales actividades; en este caso se intentará abordar desde otra perspectiva. Desde la visión subjetiva del usuario, acerca de cómo observa, utiliza y la importancia que otorga a las prendas que utiliza gran parte del día para realizar sus actividades. Se intentará indagar en detalles, y hasta la afinidad de dichos usuarios con las prendas que utilizan.

Según Vieytes (2004); en la investigación cualitativa, el desarrollo es inductivo, por lo que se inicia de lo particular a lo general; y por lo tanto, la teoría se genera a medida que transcurre la investigación.

Tras las numerosas investigaciones realizadas anteriormente, se pudo observar detallada información en base a los materiales, productos y requerimientos para la realización de actividades outdoor. Por lo que conlleva establecer contacto con los usuarios y practicantes de tales actividades, a modo de obtener información subjetiva y profunda en cuanto a gustos y pertinencias de los mismos.

Para alcanzar tales objetivos, se realizarán entrevistas a destacados activistas del rubro; dedicados a diferentes tipos de actividades, pero con un nexo en común; el contacto con el medio ambiente, en cada una de sus profesiones y como es la interrelación con él. A modo de descubrir sus necesidades, gustos, requerimientos, etc.

3.3.2 Población y Muestreo.

A) De acuerdo a criterios demográficos:

- Unidades de análisis: Profesionales o aficionados a las actividades en contacto con el medio ambiente o “outdoor”. Sin distinción de sexo, edad o lugar geográfico. A modo de tener una visión amplia y profunda de cada uno de los gustos en particular.

- Unidades de muestreo: En la ciudad de Córdoba, o vía internet. A modo de establecer contacto con aquellos aficionados/profesionales que no se encuentran en la ciudad.
- Alcance: Distintas regiones de la Argentina.
- Tiempo: Período Marzo – Junio.

B) Muestreo:

El mismo será no probabilístico, es decir; por más que la entrevista será subjetiva, y destinada a personas que realizan diferentes tipos de actividades, todas tendrán una característica en común, que es el “outdoor”.

Se fijará un número de practicantes de tales actividades, que reúnan ciertas condiciones mínimas. Los mismos serán aficionados a las actividades al aire libre, o profesionales destacados en el rubro de la fotografía, biología, turismo, entre otros.

La cantidad de sujetos será un número de 10 personas que reúnan las características a investigar.

3.3.3 Métodos y Técnicas de Investigación.

Se utilizará como método y técnica de investigación a la entrevista en profundidad, ya que anticipadamente se plantearán y definirán las preguntas a realizar a los profesionales o aficionados al rubro.

Tipo de Investigación: Exploratoria.

La misma se necesitará para alcanzar una visión general y aproximada con respecto a lo que los aficionados del “outdoor” necesitan y requieren para tales actividades. Conocer sus preferencias y la importancia que le otorgan al diseño de sus prendas.

Estos estudios serán cruciales para entender a los usuarios, familiarizarse con los mismos y de esta manera, realizar una óptima investigación y posterior desarrollo de las prendas.

Metodología: Cualitativa.

La misma será cualitativa, ya que se buscará establecer relaciones de causa-efecto de un grupo especializado, es decir con un criterio muestral definido anteriormente, buscando no la generalización sino la especificidad y la inductividad.

Mediante las entrevistas en profundidad y el empleo de información y documentos, se recopilarán los datos para abordar una eficaz investigación cualitativa.

Técnica: Entrevista en profundidad.

Será un diálogo diseñado y organizado previamente, a fin de abordar temas pertinentes con respecto a los intereses, inquietudes y necesidades de cada uno de los aficionados, según la actividad/profesión que realicen. Se indagarán cuestiones allegadas a los objetivos planteados anteriormente, con el fin de interiorizarse con cada uno de los posibles usuarios.

Instrumento: Guía de pautas.

Luego de una minuciosa recopilación de información fidedigna y veraz, se abordará de la manera más precisa posible la entrevista y el trabajo de campo.

Las pautas serán descriptas con anticipación, utilizando vocabulario pertinente y siguiendo un orden. La entrevista será moldeable a los diferentes posibles usuarios, según la actividad que practiquen.

La guía de pautas se encuentra incluída en los anexos del proyecto.

	ENTREVISTA	
TIPO DE INVESTIGACIÓN	Exploratoria	Obtener información acerca de las necesidades e inquietudes de aficionados/profesionales del "outdoor".
METODOLOGÍA	Cualitativa	Se recopilarán datos de los posibles usuarios.
TÉCNICA	Entrevista	Diálogo organizado previamente.

INSTRUMENTO	Guía de pautas	Pautas anticipadas con un orden no obligatorio.
POBLACIÓN	Usuarios que practican alguna actividad referida al turismo de aventura	Sin distinción de sexo, ni edad. A modo de indagar en las particularidades de cada uno de los posibles usuarios.
CRITERIO MUESTRAL	Por propósito	
MUESTRAS	10	

Imagen: Esquema Investigación

Población: Aficionados o profesionales relacionados a las actividades al aire libre, deportes extremos u “outdoor”, sin distinción de sexo o edad.

Se entrevistarán a 10 personas destacadas en sus aficiones/profesiones. A modo de interiorizar en cada uno de los gustos personales, necesidades e inquietudes, más allá de una actividad en particular. Así mismo no se tendrá en cuenta la distinción de sexo o edad, con el objeto de percibir las respuestas lo más globales posibles, y así lograr un nexo en común entre cada uno de los posibles usuarios.

Criterio Muestral: No probabilístico por cuotas.

Ya que no se conoce la probabilidad de selección de un elemento u otro, pero sí que será entre un grupo determinado de individuos con ciertos atributos en común. Los mismos serán aficionados a las actividades al aire libre, o profesionales que trabajan continuamente con el mismo. El rango de edad será de 18 a 60 años, sin distinción de sexo, a modo de percibir respuestas globales, y todos tendrán un nivel económico medio – alto, ya que serían posibles usuarios de prendas “outdoor”:

Muestras: 10

En un principio, se realizarán 10 entrevistas a la población que cumple con el predeterminado criterio muestral, luego; se analizará la posibilidad de realizar más, si es que fuera necesario; a modo de generar una nueva teoría o hipótesis.

3. Análisis de datos.

Luego de haber presentado el marco teórico y referencial de este trabajo, procederemos a realizar un análisis más profundo recabando en la mente y experiencia de usuarios del “outdoor”

A continuación, se expondrán las entrevistas realizadas a diferentes expertos que colaboraron en la investigación. Todos destacados según su rubro y actividades; en donde se indagó en cuestiones personales y emocionales, preferencias y sugerencias. Los entrevistados provienen de diferentes regiones de la Argentina, son de ambos sexos y las edades varían contundentemente; a modo de que las respuestas puedan ser amplias y a la vez concisas, y que se puedan abarcar diferentes rubros del “outdoor”.

Tales entrevistas me brindaron la posibilidad de conocer las necesidades de cada uno de los entrevistados, que rondan desde la fotografía, hasta la escalada, trekking o guías de turismo. Todas fueron de gran utilidad, y la gran ambigüedad de todos los entrevistados posibilitó el método de englobar los incisos anteriormente plasmados en el proyecto.

3.4 Entrevistas con expertos:

- *Entrevista a Ossian Lindholm. (57)*



Imagen: Ossian Lindholm.

Ossian Lindholm es fotógrafo de naturaleza en Argentina, con muchos años de desempeño en la profesión, 5 libros publicados, 15 calendarios, docente en fotografía y conduce un programa de televisión con orientación al documental. Además, es Ingeniero Agrónomo.

Se desempeña como guía de grupos exclusivos de fotografía y naturaleza desde hace 15 años.

Al reunirnos con Ossian se pudo percibir una persona totalmente apasionada por su trabajo y por el hecho de brindar un mensaje de cuidado del medio ambiente a través del mismo.

Cuando se le preguntó acerca de su profesión, su respuesta fue amplia; se refirió en un primer momento a la realización de trekkings y travesías con el fin de lograr objetivos de búsqueda de fauna y paisajes. A su vez agregó que muchas veces esas esperas son largas en algún lugar determinado, en la búsqueda de algún animal o puesta en escena específica.

Luego se le preguntó qué tan seguido realizaba tales actividades, y contestó que siempre dependía de las circunstancias, pero que al menos una vez al mes emprendía un viaje por la naturaleza.

Se le preguntó el principal motivo de tales viajes y se refirió principalmente a fin de obtener las tomas necesarias para sus documentales y trabajos fotográficos.

Posteriormente, se indagó en si el contacto con el medio ambiente representaba una forma de vida para él, a lo que respondió, que la naturaleza ya no solamente formaba parte de su profesión, sino que era parte de su vida. Comentó que sin dudas la relación con la naturaleza y el medio ambiente son de gran importancia para aquellos que realizan este tipo de actividades. “Pasamos muchas horas en la intemperie, lo que llega a generar un vínculo especial con el ambiente, su fauna y plantas. La temperatura, ya sea alta o baja, el viento, el sol, son elementos determinantes al momento de estar muchas horas al exterior” afirmó.

Ossian Lindholm considera que los equipamientos claves son absolutamente necesarios al momento de realizar tales actividades. “Sin dudas un correcto equipamiento permite pasar largo tiempo al aire libre, el grado de protección y comodidad que me proporcione este equipamiento, es muy importante al momento de elegir que prendas comprar”. Y ante tal pregunta, se le preguntó por su inversión en el mismo, a lo que respondió que varias veces al año debía equiparse con nuevas prendas “outdoor”.

Luego habló de la evolución de dichas prendas en el mercado a lo que acotó que lo consideraba lo suficientemente evolucionado, a su vez agregó que todavía es un mercado al que se le debe proporcionar más soluciones a segmentos determinados, tales como fotografía de naturaleza, su rubro.

Se le preguntó acerca de si utilizaba tales prendas en su vida cotidiana, pero afirmó que mayormente solo al momento de viajar. A continuación agregó que se debería seguir innovando en cuanto al diseño y tecnología de las telas.

En una escala del 1 al 10, Ossian otorga a la importancia del diseño y estilo de sus prendas “outdoor” un 10. “El diseño es muy importante. Tiene que aportar comodidad, y a la vez debe ser correcto para su uso cuando uno llega a los hoteles. Las telas correctas son muy importantes; secado rápido, resistentes, protección UV, anti insectos, frescas, ventiladas, impermeables, aislantes del ambiente, livianas, etc.”.

Para concluir, se abocó el tema del cuidado del medio ambiente, y si consideraba que las marcas de “outdoor” debían promover un mensaje de cuidado del mismo. A lo que respondió con una afirmación contundente. “Si, creo que para los que amamos la naturaleza queremos una marca que nos represente y que sostenga nuestros mismos valores”.

- *Entrevista a Mario Mosqueira.*



Imagen: Mario Mosqueira.

Mario Mosqueira obtuvo un Master de Biología en la Universidad Nacional de Salta, en donde actualmente trabaja como profesor. Es también un activo conservacionista del medio ambiente y especialista en observación de aves.

Mario ha estado al frente de la observación de aves y realizando tours turísticos sobre historia de la naturaleza por numerosos años a lo largo de la Argentina, Chile y Brasil.

Al comenzar con la entrevista, se le preguntó a Mario que actividades realizaba principalmente, a lo que respondió trekking, actividades en desiertos, bosques y selvas. Afirmó que las practicaba de manera frecuente y el motivo, mayormente, era laboral.

El contacto con el medio ambiente, según su respuesta, representa una forma de vida para él. Considera que en actividades como las que realiza, el vínculo cliente/ambiente es la base.

Con respecto a los equipamientos claves para practicar “outdoor”, afirma que es muy importante tener el equipo adecuado y que permanentemente invierte en los mismos.

Cuando se le preguntó acerca de si consideraba que el mercado del “outdoor” se encontraba correctamente evolucionado, respondió que en Argentina al menos, faltaba desarrollo del mismo; que se podría innovar, sobretodo en materiales no tan sintéticos.

Por otro lado, se indagó en si utilizaba prendas de este tipo al momento de realizar sus actividades cotidianas, y afirmó que siempre, ya que se siente cómodo con las mismas.

Con respecto a la importancia del 1 al 10 que le otorga al diseño, respondió que 8.

Para concluir se le preguntó acerca de si consideraba importante promover un mensaje de cuidado y valoración del medio ambiente, a través de una marca enfocada al turismo/deportes de aventura, a lo que respondió “Si, es muy importante que la construcción de prendas se corresponda con la valoración del medio ambiente. Es muy bueno para las personas saber que lo que visten está confeccionado sin contaminar el medio ambiente”.

- *Entrevista a Francisco Gato. (51)*

Francisco Gato es residente de la provincia de Salta. Empresario desde hace numerosos años, pero su principal afición es la fotografía de naturaleza.

La entrevista comenzó al preguntarle qué tipo de actividades realiza al aire libre, a lo que respondió que practica caminatas, travesías en vehículo, camping. “Todo relacionado con la fotografía de naturaleza”.

Con respecto a la frecuencia en la que realiza tales actividades, respondió “Apenas la agenda lo permite. A veces varios fines de semana seguidos”. El principal motivo por el cual las realiza es por disfrute personal, práctica de fotografía y observación de la naturaleza.

Sin dudar, afirmó que el contacto con el medio ambiente representa una forma de vida para él. “Estar en contacto con la naturaleza permite conocer. Y casi siempre, quien conoce ama y protege. En mi caso es así”.

Tras esta pregunta, se le cuestionó acerca de si considera que las personas que viajan, poseen un vínculo especial con el medio ambiente, a lo que inmediatamente negó. “No. Los lugares que sufren más impacto negativo son los de gran circulación. El hecho de viajar no asegura el vínculo con la naturaleza. Los que viajan con ánimo de estar en contacto con lo natural pueden desarrollar ese vínculo, pero se trata de aprender y desarrollar ese respeto. Creo que no está en todos los que viajamos”.

Se le preguntó acerca de si considera necesarios los equipamientos claves para realizar tales actividades a lo que respondió que sin duda son fundamentales. “Las prendas de secado rápido son indispensables, lo mismo que la tela anti-desgarro, o las zapatillas de trekking. Ni hablar de las bolsas de dormir o carpas”. Al momento de invertir en los mismos, los considera “un ítem en el rubro indumentaria del presupuesto familiar”.

Luego, se indagó en si considera que el mercado de prendas “outdoor” se encuentra correctamente evolucionado, a lo que contestó que el mismo se encuentra en la fase de madurez. “Las marcas tienen su posición fijada, cada una con su porción del mercado, y los consumidores podemos optar según lo que ofrecen y podemos pagar. No puedo decir si ese mercado llegó a esa posición correctamente”.

La siguiente pregunta, fue si utiliza tales prendas para sus actividades cotidianas o sólo al momento de viajar, a lo que afirmó que solo las utiliza en sus viajes. “Están diseñadas para eso. Usar en mi oficina una camisa que no permite el paso de rayos UV o con ventilación debajo de la axila está fuera de lugar, lo mismo que ir de jean al campo. Puede hacerse, pero es mejor, más práctico y más cómodo, vestirse para la ocasión”.

Se le preguntó si considera que se puede innovar en tanto al diseño de las prendas “outdoor” a lo que afirmó con seguridad “Bienvenidos los cambios.”

En una escala del 1 al 10, posiciona la importancia que le otorga al diseño y estilo de sus prendas entre 8 y 10. A lo que agregó un comentario “Creo que la tela de las camisas Montagne es mejor que las de Columbia y son más baratas. Pero cuando compro, elijo Columbia, por el diseño y la funcionalidad. Las primeras parecen de hace treinta años, mientras que las otras son más prácticas, innovadoras y con estilo.”

Por último, se le preguntó si considera importante promover un mensaje de cuidado y valoración del medio ambiente a través de una marca enfocada al turismo/deportes de aventura, a lo que respondió “Considero que es vital que todos colaboremos difundiendo un mensaje de respeto al medio ambiente y de conservación de la naturaleza. Creo también que es necesario e importante para la marca hacer hincapié en ese mensaje y hasta la diferenciaría que lo tenga como uno de los ejes del desarrollo de la “cultura” de la marca.

- *Entrevista a Luis Caturelli (23).*



Imagen: Luis Caturelli.

Luis Caturelli reside en la ciudad de Córdoba. Estudiante de Diseño Industrial y a la vez especializado como guía de turismo alternativo.

Para dar inicio a la entrevista, se le preguntó acerca de las actividades que realiza al aire libre, a lo que respondió que principalmente es guía de trekking, pero que también practica escalada, ciclismo, entre otros. La frecuencia con la que las realiza son todos los fines de semana y algunos días durante la semana, principalmente por trabajo, pero también por turismo y gusto.

Considera el contacto con el medio ambiente una forma de vida para él y cuando se le cuestionó acerca de si viajar vinculaba a las personas con la naturaleza respondió que no necesariamente, “Depende del tipo de viaje y el interés o búsqueda del viajero. Si el tipo de viaje es deportivo, por trabajo, esparcimiento, cambio de rutina o encuentro con la naturaleza. El vínculo con el medio ambiente depende de todos esos factores”.

Luego se le preguntó si considera necesarios equipamientos claves para realizar dichas actividades al aire libre, a lo que respondió afirmativamente. “Para muchas actividades es necesario equipo especial, acuáticos, escalada, etc. Mientras más específica es la actividad, más elementos específicos se necesitan”. A su vez Luis comentó que invierte en tales equipamientos frecuentemente.

Con respecto a si considera que el mercado de prendas “outdoor” se encuentra correctamente evolucionado, contestó “Creo que hubo un cambio en los últimos 10 años. Se avanzó muchísimo y existe cada vez más tecnología. Hay mucha variedad pero los costos siguen siendo elevados”.

Se le preguntó si utiliza tales prendas para sus actividades cotidianas o sólo al momento de viajar a lo que respondió que las utilizaba la mayor parte del tiempo “Son muy cómodas y adaptables. Generalmente duran más que las prendas comunes en el uso cotidiano”.

Considera que aún se puede innovar en el diseño de las prendas, que al estilo no le brinda gran importancia a la hora de elegirlo, pero que del 1 al 10, al diseño y a las funcionalidades, le otorga un 10.

Para concluir, se le preguntó si considera importante promover un mensaje de cuidado y valoración al medio ambiente a través de una marca enfocada al turismo/deportes de aventura, a lo que respondió “Es importante para cualquier marca promover este tipo de mensajes, más aun una que se encuentre inmersa en dichos ambientes”.

- *Entrevista a Dante Raúl Apaza (46).*



Imagen: Dante Raúl Apaza.

Dante Apaza reside en el norte de Argentina, es empresario pero su principal afición es la fotografía de naturaleza y el contacto con la misma.

Para dar inicio a la entrevista, se le preguntó qué actividades realiza, a lo que respondió trekking para fotografía de naturaleza, travesías en ATV y viajes en moto. Con respecto a la frecuencia con que realiza las mismas, es dos veces por mes aproximadamente; y el motivo, para fotografiar fauna en la mayoría de los casos.

Dante considera el contacto con el medio ambiente una forma de vida y cuando se le preguntó acerca de si el hecho de viajar, generaba un vínculo especial entre el viajero y la naturaleza, respondió que no necesariamente. “Mucha gente viaja a los lugares tradicionales de turismo y no interactúa con el medio ambiente, los viajes a destinos no tradicionales o específicos de contacto con la naturaleza es un segmento de mercado menor. Seguramente en un viaje a París no existe el mismo vínculo con la naturaleza que un viaje a Galápagos, por ejemplo”.

La siguiente pregunta que se le realizó fue si considera que son necesarios equipamientos claves para realizar dichas actividades al aire libre, a lo que afirmó sin dudar. “Totalmente, es fundamental equipamiento que se adapte al clima que voy a visitar e incorpore la tecnología de materiales y diseños necesarios para tener una experiencia agradable”.

Dante Apaza invierte constantemente en productos “outdoor”, “es parte de lo considerado seriamente en el presupuesto de las actividades al aire libre, caso contrario no se las disfruta plenamente”, afirmó.

Con respecto a si considera que el mercado de prendas “outdoor” se encuentra correctamente evolucionado contestó “A nivel internacional sí. A nivel nacional no veo que se incorporen materiales de última generación y los controles de calidad tampoco son satisfactorios”.

Luego se indagó en si utiliza tales prendas para sus actividades cotidianas o al momento de viajar, a lo que contestó que solamente cuando viaja. “Para reuniones formales prefiero prendas más formales”.

Dante considera que se puede innovar en tanto al diseño de las prendas “outdoor”, “de acuerdo a cada actividad hay complementos que podrían tener las prendas de vestir que ayuden a la actividad a realizar, por ejemplo”. Con respecto a la importancia del 1 al 10 que le otorga al diseño y estilo de sus prendas para viajar, consideró 8.

Para concluir, Dante considera fundamental promover un mensaje de cuidado y valoración del medio ambiente a través de una marca enfocada al turismo/deportes de aventura.

- *Entrevista a Marianela Sierralta (35)*



Imagen: Marianela Sierralta.

Marianela Sierralta es médica ginecóloga, sin embargo, es apasionada por la naturaleza, y con ello de la fotografía de paisajes, flora y fauna. Reside en la ciudad de Salta desde hace ya muchos años. Cuando se le preguntó acerca del tipo de actividad que realiza respondió “Me gusta hacer viajes por lugares paisajísticos, en donde pueda tener un contacto amplio con la naturaleza. Sin embargo, mi principal motivo es el de tomar fotografías de naturaleza”.

La siguiente pregunta hizo referencia a la frecuencia con la que realiza tales viajes a lo que respondió que actualmente había disminuido el hábito de viajar. “Hace poco tiempo tuve un hijo, por lo que demanda mi tiempo y atención al 100%. Sin embargo, hasta antes del embarazo, viajaba al menos, una vez por mes. Con el tiempo, volveré a viajar como lo hacía”. El motivo de sus viajes; pasatiempos, pasión por la fotografía y aprendizaje de la misma.

Marianela Sierralta, se considera una apasionada de la naturaleza, y afirma que el contacto con el medio ambiente es una forma de vida para ella. A su vez, está de acuerdo con que las personas que viajan, poseen un vínculo especial con la fauna y la flora.

Luego se le preguntó acerca de si consideraba necesarios los equipamientos para realizar dichas actividades, a lo que respondió “Sí, considero que son sumamente necesarios. Por lo general,

tienen un precio elevado, pero en la medida de lo posible, siempre trato de viajar con un equipo acorde a mi actividad”.

Con respecto a la evolución en el mercado de prendas “outdoor”, Marianela contestó que lo considera evolucionado, pero que siempre se puede ir un paso más adelante.

En la siguiente pregunta, se indagó en si es que utiliza tales prendas para sus actividades cotidianas, o sólo al momento de viajar. A lo que respondió “Las utilizo sólo al momento de viajar, ya que me gusta tener prendas acorde a cada ocasión. Sin embargo, si tengo una campera “outdoor” que me gusta mucho, o una camisa, también la uso durante mi rutina, aunque no es lo más frecuente”.

Luego se le preguntó, si consideraba que se podría innovar en tanto al diseño de las prendas. Su respuesta fue “Si. Sobre todo en cuanto al diseño de mujer. Siempre evoluciona más el de hombre. Me encantaría encontrar una prenda que me encante, sin embargo falta mucha evolución en el diseño para nosotras en el rubro. Es mi sensación”. La misma le otorga en cuanto a puntuación un 9 al diseño y estilo de prendas “outdoor” a la hora de elegir las.

Para concluir, se le preguntó si considera importante promover un mensaje de cuidado y valoración del medio ambiente a través de una marca enfocada al turismo/deporte de aventura. Su respuesta fue “Si, totalmente de acuerdo. Los que disfrutamos del medio ambiente, tenemos como obligación cuidarlo. Es un requisito”.

- *Entrevista a Emilio Abudi (25).*



Imagen: Emilio Abudi.

Emilio Abudi es guía de trekking y posee una tecnicatura en Turismo. Reside desde hace 7 años en la provincia de Córdoba, aunque continuamente está en contacto con diferentes paisajes.

La primera pregunta que se le realizó fue acerca de las actividades que realiza al aire libre, a lo que respondió trekking, escalada en rocas, entre otras. La frecuencia con que las practica es casi todas las semanas y con respecto al motivo de las mismas es recreación, trabajo y conexión con el medio ambiente natural.

Se le preguntó si considera el contacto con el medio ambiente como una forma de vida, a lo que respondió "Sin lugar a dudas. Modifica tu vida, a tal punto, que ya no podés vivir sin ello". A continuación se le interrogó acerca de si está de acuerdo en que las personas que viajan poseen un vínculo especial con el medio ambiente a lo que respondió "En cierta parte sí. Sin embargo no siempre las personas que viajan eligen esa dirección. Hay dos tipos de viajes, los de atractivos naturales y los de atractivos culturales; por ende, según mi opinión, el 50% de los viajes de un modo u otro te conectan con el medio natural".

Luego, se le preguntó si le parecían necesarios los equipamientos claves para realizar dichas actividades; y su respuesta fue la siguiente "Sí. Las mismas sirven para garantizar tu seguridad y para mejorar tu calidad de vida fuera del confort de una casa". En cuanto a la inversión que realiza en las mismas, lo estimó como el 30% de su sueldo, el cual iba destinado exclusivamente a tales equipamientos.

Más adelante, se le interrogó acerca de si consideraba al mercado "outdoor" correctamente evolucionado, "El outdoor es un mercado en donde la tecnología textil está en el auge de la innovación", respondió. Luego, se le preguntó si utilizaba estas prendas también durante sus actividades cotidianas, y dijo "Utilizo estas prendas en la mayor parte de mi tiempo. Mi trabajo y mis hobbies forman parte de esto, por ende estoy en continuo uso de las mismas".

Emilio Abudi está de acuerdo en que hay que continuar investigando y avanzando en cuanto al diseño de las prendas "outdoor", y en una escala del 1 al 10, estima un 7 a la innovación y diseño.

Por último, la entrevista concluyó al preguntarle si considera importante promover un mensaje de cuidado y valoración del medio ambiente a través de una marca enfocada al "outdoor" a lo que respondió, "Sería una excelente idea".

- *Entrevista a Ana Inés Figueroa. (49)*



Imagen: Ana Inés Figueroa

Ana Inés Figueroa es empresaria del Turismo Aventura. Actualmente reside en la ciudad de Salta, aunque sus numerosos e interminables viajes la llevan a lo largo de Sudamérica y del mundo.

Para dar inicio a la entrevista, se le preguntó acerca del tipo de actividades que realiza, a lo que respondió “trekking, hiking, running, kayak, montaña, 4x4, canoa, cabalgatas y cualquier tipo de actividad que me lleve a estar en contacto con el medio ambiente”. La frecuencia con la que realiza las mismas es de tres veces por semana o más, y los motivos son por trabajo o por placer como actividad recreativa.

Ana Inés considera al contacto con el medio ambiente como una forma de vida, debido al gran tiempo que pasa en contacto con la naturaleza y a la familiaridad que posee con la misma. “Ya no podría vivir de otra manera”.

La siguiente pregunta indagó en si afirmaba que las personas que viajan tienen un vínculo especial con el medio ambiente, a lo que respondió “Los que viajan en modalidad turismo aventura, ecoturismo, observación de naturaleza y afines, sí. Los que participan de actividades de turismo masivo, en resorts todo incluido, o bien realizan viajes a ciudades, no.

La empresaria del Turismo Aventura, considera que los equipamientos específicos para realizar tales actividades son sumamente necesarios, “para poder disfrutar mejor, desplazarse, mimetizarse con el medio ambiente; sobre todo en caso de viajes de observación de naturaleza, aves. O bien destacarse en caso de carreras, kayak y otras actividades donde es necesario, por

seguridad, que el participante sea visto a la distancia. En caso de actividades en medioambientes más extremos, el equipamiento adecuado es sobre todo una cuestión de supervivencia”.

A continuación se le preguntó si invierte para tales equipamientos a lo que respondió “sí, continuamente, para mí y para mis empleados. También como obsequios para mis clientes”.

Luego se indagó en si considera al mercado del “outdoor” correctamente evolucionado, a lo que contestó “en el extranjero sí, en Argentina ha avanzado mucho en los últimos 10 años, pero aún le falta un largo camino por recorrer”.

Ana Inés utiliza prendas “outdoor” no solo al momento de viajar, sino todo el tiempo “porque son cómodas, prácticas y adaptables”.

La empresaria otorga un 10 a la importancia del diseño y estilo en sus prendas “outdoor” y a la vez considera que aún se puede continuar innovando en el diseño.

Para concluir con la entrevista, se le preguntó si le resulta importante promover un mensaje de cuidado y valoración del medio ambiente, a lo que respondió “sí, porque no hay turismo ni deportes de aventura, sin un medio ambiente sano”.

- *Entrevista a Sol Cerezo (20).*



Imagen: Sol Cerezo

Sol Cerezo nació en San Salvador de Jujuy, pero hace 3 años que reside en la ciudad de Córdoba. Su pasión es la escalada deportiva “desde que comencé a escalar me di cuenta de que todo lo que

había estado buscando en mi vida, estaba ahí”. Este hobby empezó hace alrededor de 5 años, llevándola a ser una de las mejores escaladoras en su categoría.

La frecuencia con la que practica este deporte es de 4 veces por semana. “Cuando no puedo irme a las rocas, por cualquier tipo de circunstancia, voy a paredes artificiales, llamadas palestras”. El motivo por el cual realiza la misma es por deporte, pero sobretodo como forma de superación personal; “Es todo un desafío mental y físico, es vencer los miedos y ver natural el hecho de estar colgado a 10 metros por encima del piso”.

Para Sol, el contacto con el medioambiente significa una forma de vida para ella, y considera que en los tipos de viaje que ella realiza, se genera un vínculo especial con el entorno natural. “Creo que se forma un vínculo de total respeto y admiración hacia la naturaleza, por lo menos en mi experiencia personal”.

La escaladora considera que es necesario tener un equipamiento clave para realizar esta actividad “Con respecto a la escalada deportiva, considero que los equipamientos específicos son necesarios para facilitar las actividades. Sería imposible escalar sin los requerimientos necesarios, o al menos muy peligroso. Yo no lo recomiendo”.

La siguiente pregunta fue si invierte en tales equipamientos, a lo que respondió afirmativamente. Luego, se indagó en si considera al mercado de prendas “outdoor” correctamente evolucionado, a lo que respondió “Creo que el mercado outdoor es bastante inaccesible para gran parte de la comunidad escaladora. En cuanto a la tecnología, creo que satisface a las necesidades”.

Sol Cerezo utiliza estas prendas outdoor tanto para viajar como para el resto de sus actividades cotidianas “Las uso casi todo el tiempo, porque generalmente son cómodas y ligeras”. Del 1 al 10, la importancia que le otorga al diseño de sus prendas es 7, “Considero que el mercado del outdoor está bastante desarrollado, pero seguramente se puede seguir innovando en tecnología y diseño. Me gustaría seguir viendo avances y cosas nuevas en lo que respecta”.

Para finalizar, se le preguntó si le parece importante promover un mensaje de cuidado y valoración del medio ambiente a través de la marca, a lo que respondió “Si, me parece importante. Más para nosotros que estamos en contacto con la naturaleza continuamente y vemos el deterioro que se genera por la falta de concientización. Por otro lado, no deja de ser una buena estrategia de Marketing para la marca”.

CAPITULO IV

PROPUESTA DE DISEÑO

Una vez realizadas las investigaciones necesarias, referidas a las nuevas tecnologías, textiles, productos y prendas adecuadas para practicar “outdoor”, entre otros; resulta apropiado proceder con el desarrollo de la colección.

Las mismas se caracterizarán principalmente por su tecnología, por tener la confección y textiles apropiados para realizar actividades al aire libre; muchas veces en condiciones extremas. Por la minuciosa elección de materiales, avíos y proceso de diseño y confección de cada una de ellas. Aunque por otro lado, lo que esta colección pretenderá lograr; será la combinación de tecnología con el diseño exclusivo; la originalidad y la sofisticación.

Es por ello, que el desafío principal de cada una de las prendas; de la colección, y de la marca en general; será la abordación de prendas tecnológicas provistas de un diseño sofisticado y original, pero con un costado urbano. A modo de que las prendas traspasen la barrera de lo funcional; y lleguen al usuario abarcando todos los aspectos de su vida. Desde el momento en que emprende un viaje, realiza todo tipo de actividades extremas o en contacto con la naturaleza; pero también en el momento en que vuelve a sus actividades cotidianas. Se generarán diseños acordes a diversos gustos y personalidades; con el objetivo de llegar al usuario desde un lugar personalizado y en contacto con su parte emocional; detectando sus necesidades tanto funcionales como estéticas. Y de esta manera, crear una colección diseñada especialmente para cada usuario, en cada circunstancia específica de su vida, que lo acompañe en cada paso y en cada momento.

4.1. Investigación previa: Generación de estampas.

A raíz de la importancia que se le otorgará al diseño, originalidad y sofisticación de las prendas; las estampas abordarán un papel principal a lo que el desarrollo de la colección respecta.

Las mismas tendrán tres objetivos: generar conciencia; ser estéticas, originales y sofisticadas a través de una visión artística; y por último; adaptarse funcionalmente a las prendas y al entorno que las rodea; siendo aptas para un adecuado contacto con la naturaleza, diferentes terrenos y climas.

En primer lugar; para la realización de las estampas, se utilizará como eje principal, los animales en amenaza de Argentina. A modo de que la marca traspase los límites solamente funcionales y estéticos; y genere conocimiento y sobretodo conciencia, tanto en los usuarios como en la sociedad. Para llegar a este punto; será necesaria de una minuciosa investigación con respecto a cuales son los animales que se encuentran en condición de amenaza o peligro de extinción. Dentro de todos los animales estudiados, se deberán seleccionar algunos que resulten más adaptables al proceso de diseño.

Una vez seleccionados aquellos animales que se destacaron; ya sea por sus colores, características o excentricidad. El proceso de generación de estampas comenzará su marcha.

Las estampas no pretenderán ser un “animal print” propiamente dicho. Sino que cada animal seleccionado, será interpretado desde una mirada artística, bajo los conocimientos de Wicius Wong. Este proceso se llevará a cabo tomando de sus “Fundamentos del Diseño” los diferentes tipos de figuras, elementos, formas, estructuras, repeticiones, similitudes, contrastes, concentración, entre otras; a fin de que el animal traspase el hecho de ser un ser vivo específicamente, para convertirse en una obra de arte. El objetivo de tal análisis, será el de connotar al animal, para así llegar al público con el fin de concientizar y dar a conocer a la especie amenazada; pero así también, romper con el estereotipo “animales = pieles”, y brindar en cada prenda una mirada artística del mismo. De esta manera, se generarán estampas que atenten contra el uso de pieles, y aun así que continúen siendo sofisticadas, originales y adaptables a las prendas diseñadas.

El tercer objetivo del proceso de estampas; será el de brindar a través de los animales seleccionados; no solo una mirada concientizadora y artística; sino también funcional como la misma confección de las prendas. Es por ello, que se analizará a partir de lo destacado por el libro de W. Wong, de qué manera se puede maximizar la funcionalidad de colores y texturas de cada animal, y así adaptarla a diferentes terrenos, climas y otras características del ambiente; brindando las opciones de estampas más adecuadas. De esta forma, lo artístico de las estampas, se encontrará enlazado con el camuflado para adaptarse al ambiente.

4.1.2 Animales en condición de amenaza en Argentina.

Debido a la extrema urgencia por realizar un cambio radical en cuanto a los hábitos humanos, su forma de consumo y visión del entorno que nos rodea en general; al momento de la entrevista, se

preguntó a los usuarios de prendas outdoor, que magnitud le otorgaban al cuidado del medio ambiente y a su relación con el mismo.

Dada la importancia que los usuarios le otorgan, y a la responsabilidad ambiental que se adquiere al momento de realizar actividades que requieren el uso prendas outdoor, que son especialmente diseñadas para ser mediadoras con el medio ambiente; se consideró que la marca a desarrollar debía estar relacionada con la fauna argentina; especialmente aquellas que están en amenaza.

4.1.2.1 Breve introducción a las especies en amenaza de Argentina.

Se debe empezar por definir a las especies que se consideran en “peligro de extinción”.

La siguiente información proviene del “Libro Rojo de los Mamíferos de Argentina” (Díaz y Ojeda, 2000. Capítulo II,III y IV –Marsupiales- y material de Los Mamíferos de Argentina en Construcción.)

Las especies amenazadas o en peligro de extinción, son aquellas, sea vegetal o animal, que todos los miembros vivos de dicha especie están en peligro de desaparecer. Esto se puede deber tanto a la depredación directa sobre la especie como a la desaparición de un recurso del cual depende su vida, tanto por la acción del hombre, debido a cambios en el hábitat, producto de hechos fortuitos (como desastres naturales) o por cambios graduales del clima.

El territorio de la Argentina, incluye una gran variedad de biomas¹³ y biotopos¹⁴, debido a su extensión y las variedades climáticas condicionadas por factores diversos como la latitud, altitud, etc. Esta variedad tiene como consecuencia, una importante diversidad en la fauna autóctona.

Gran parte de la fauna de mamíferos argentinos, llegaron hace miles o millones de años desde América del Norte; siendo relativamente pocos los que procedieron del antiguo mega continente de Gondwana han sobrevivido hasta el presente. Entre estos últimos, los más destacados son los armadillos, osos hormigueros, y marsupiales como zarigüeyas, el monito del monte, la comadreja colorada y primates.

De este modo, el territorio argentino, es señalado como parte de la región faunística y la eco-zona neo-tropical, debido al clima templado y frío de gran parte del territorio, que han generado endemismo y evoluciones convergentes, que permitieron rápidas aclimataciones de especies.

¹³ Un bioma es el conjunto de ecosistemas característicos de una zona biogeográfica que está definido a partir de su vegetación y de las especies animales que predominan.

¹⁴ El biotopo es casi sinónimo del término hábitat con la diferencia de que hábitat se refiere a las especies o poblaciones, mientras que biotopo se refiere a las comunidades biológicas.

La ONG “Animalesextinción.es”¹, realizó un listado de diversas especies amenazadas en la Argentina, entre ellos se encuentran; el Armadillo Gigante o Tatú Carreta, Chinchilla de cola larga, Flamenco Andino, Foca de Casco, Gato Andino, Guacamayo Verde, Guará, Jaguar, Nutria Gigante, Oncilla, Oso de Anteojos, Pecarí del Chaco, Pingüino de Penacho Amarillo, Pingüino de Penacho Anaranjado, Yaguareté o Jaguar, Tapir, Ballena Franca Austral.

Para la realización de las estampas en las prendas, se utilizarán algunas de las especies citadas anteriormente.

4.1.2.2 Selección especies en amenaza.

Jaguar.

Según ANAM por Carmen Soria (Licenciada en Ciencias Ambientales). El Jaguar es el felino más grande de América, y el único representante del género Panthera. Es la tercera especie de felino más grande del mundo. Además es el mayor depredador en las zonas selváticas donde habita junto al caimán.

El Jaguar ha sido prácticamente eliminado de gran parte de las zonas secas del norte, así como de las zonas de matorral y pastizal de Argentina y Uruguay.

La situación del Jaguar en Argentina es crítica, ya que quedan menos de 250 distribuidos en tres poblaciones bien diferenciadas: unos 40-50 en la Selva Misionera, otros 20-30 en la región chaqueña y entre 150-170 en las Yungas de Salta y Jujuy (aunque algunos investigadores indican no más de 100).

Entre las causas de su progresiva desaparición figuran la histórica persecución que sufrió la especie, la pérdida de hábitat y la disminución de presas naturales.

Actualmente, la de mayor impacto continúa siendo la caza, de parte de oportunistas ganaderos en represalia por ataques al ganado.

Taxonomía del Jaguar:

Reino: ANIMALIA

Filo: CHORDATA

Clase: MAMMALIA

Orden: CARNIVORA

Familia: FELIDAE

Nombre científico del Jaguar: *Panthera onca*

Autor de la especie: Linnaeus 1758

Nombre común: Inglés y Francés: Jaguar



Imagen 37: Jaguar en la Selva Misionera.

Guacamayo Verde.

Según IUCN; BirdLife: www.loroweb.com; Reserva de la Biósfera Tehuacán por Carmen Soria (Licenciada en Ciencias Ambientales). El Guacamayo Militar o Guacamayo verde (*Ara militaris*) es un ave del género ara como otros guacamayos popularmente conocidos.

Pero a diferencia de otros guacamayos, por lo fragmentado de sus poblaciones, se considera su situación actual como vulnerable. Esta especie está listada como amenazada, ya que los niveles de pérdida de hábitat y las capturas para el comercio de ejemplares provocan una rápida disminución de las poblaciones.

El Guacamayo Verde, tiene de 70 a 80 cm de longitud y un peso aproximado de 900 gramos.

Tiene las patas de color gris oscuro y el iris amarillo pálido; el envés de las alas es amarillo. Su color es verde vivo, con frente roja y cubiertas superiores azules; la cola tiene plumas rojas y azules.

Este guacamayo, aunque no tanto como otras especies, es un ave muy popular en la avicultura, lo que se convierte en un problema para ellos cuando, en vez de criarlos en cautividad, lo capturan de su hábitat natural. Su éxito radica en que es fácilmente domesticable, inteligente y en que puede articular palabras.

Taxonomía del Guacamayo Verde.

Reino: ANIMALIA

Filo: CHORDATA

Clase: AVES

Orden: Psittaciformes

Familia: Psittacidae

Nombre científico del guacamayo: *Ara Militar*

Autor de la especie: Linnaeus, 1766

Nombre Inglés común: Military Macaw



Imagen 38: Guacamayo Verde en hábitat natural.

Flamenco Andino.

Según IUCN; Arkive; Grupo de Conservación Flamencos Altoandinos (GCFA); BirdLife por Carmen Soria (Licenciada en Ciencias Ambientales), el Flamenco Andino está enlistado como vulnerable ya que ha tenido un rápido declive de su población debido a la explotación y disminución de su hábitat en el pasado. Actualmente, aunque la explotación hacia su hábitat ha disminuido, la longevidad y la baja tasa de reproducción de los flamencos pueden hacer que el legado del daño en el pasado siga afectando a las generaciones posteriores.

A este flamenco también se lo conoce como parihuana, parina grande y Jututu.

Los flamencos tienen la típica forma de los flamencos con unas delgadas y finas patas, al igual que el cuello.

Tienen un tamaño de unos 110 cm; su envergadura alar está en 1 a 1,6 metros. Su peso promedio es de unos 2.2 kg.

Pueden desplazarse grandes distancias hacia humedales usados en la época de reproducción o en búsqueda de alimentos, durante la incubación y cría de pollos.

Su plumaje es de color rosa claro con zonas de color rosa más fuerte, y el tercio posterior negro. La parte superior del pecho es violeta, y el pico es mitad negro, mitad amarillos. Es la única especie de flamencos que tiene las patas amarillas.

Hay una población residente de 100 flamencos en la laguna de Mar Chiquita (Córdoba, Argentina), y tierras bajas de Argentina. Nidifica en 10 localidades, en particular en Bolivia, Perú y Argentina.

La evaluación de la población es difícil y varía enormemente, pero se calcula que hasta mediados de los años 80 había entre 50 mil y 100 mil ejemplares. En 1997 se estimaron 34 mil, lo que indica un fuerte descenso en tan solo 10 o 15 años.

Taxonomía del Flamenco Andino.

Reino: ANIMALÍA

Filo: CHORDATA

Clase: AVES

Orden: Phoenicopteriformes

Familia: Phoenicopteridae

Nombre científico del Flamenco Andino: *Phoenicoparrus andinus*

Sinónimo: *Phoenicopterus andinus*

Autor de la especie: Philippi 1854

Nombre común inglés: Andean Flamingo



Imagen 39: Flamenco Andino – Mar Chiquita (Córdoba, Argentina).

Gato Andino.

Según el IUCN (Cats Red List Workshop 2007) el Gato Andino (*Leopardus jacobita*) es considerado uno de los felinos más amenazados del mundo, y es posiblemente uno de los más exóticos de Sudamérica.

Está en peligro de extinción debido a que el tamaño de la población efectiva total, tiene menos de 2500 ejemplares maduros, con tendencia al declive, debido a la pérdida de su presa base y de su hábitat, junto con la persecución y la caza con el fin de usarlos en ceremonias tradicionales.

Es oriundo de América del Sur, y se encuentra al sur de Bolivia y Perú, y al norte de Argentina y Chile en la Cordillera de los Andes.

Habita regiones montañosas de los Andes con vegetación esparcida entre los 3000 y 5000 metros snm (sobre el nivel del mar). En Chile vive en zonas de estepas y matorrales.

Es un felino de tamaño medio. Los adultos miden entre 740 y 850 mm; la cola mide entre 410 y 485 mm; esta es muy larga, y mide el 75% del largo de la cabeza y el cuerpo. Estas medidas se saben por las pieles.

Su piel es gris ceniza con manchas marrones amarillentas que se distribuyen en líneas verticales por ambos lados del cuerpo. La cola tiene entre 6 y 9 anillos anchos de color marrón oscuro a negro. Las patas tienen manchas o rayas oscuras más estrechas que también forman anillos completos. Dos líneas horizontales oscuras, se sitúan en la cara al lado de los ojos.

Sus principales amenazas son por la caza tradicional, ya que es considerado como un animal sagrado de acuerdo con algunas tradiciones aimara y quechua.

La alteración y destrucción de su hábitat que vienen de la mano de la extracción de petróleo y de la minería; y en menor medida el pastoreo.

El comercio de pieles es otro factor, al igual que el riesgo de las poblaciones pequeñas.

Taxonomía del Gato Andino.

Reino: ANIMALIA

Filo: CHORDATA

Clase: MAMMALIA

Orden: CARNIVORA

Familia: FELIDAE

Nombre científico: *Jacobita*

Autor de la especie: Corbalia 1865



Imagen 40: Gato Andino.

Tapir.

Según UICN; Tapir Specialist Group; los tapires abarcan cuatro especies que pertenecen al género *Tapirus* sp. Son mamíferos más bien grandes ya que pueden medir entre unos dos metros de largo, y a pesar entre 150 y 300 kg dependiendo de la especie.

Son animales con mucha historia, ya que los primeros representantes de la familia de tapires datan de hace 55 millones de años, por lo que son bastante primitivos. Sin embargo, en la actualidad este género, tiene a dos en peligro de extinción y a las otras dos catalogadas como vulnerables.

Como características generales, se puede observar que tienen el cuerpo compacto y la cabeza y el cuello robustos, con el fin de facilitarles el paso a través del denso follaje tropical. Los pies presentan cuatro dedos en las patas delanteras y tres en las traseras, y el pelaje suele ser muy corto y oscuro, aunque las crías presentan un pelaje pardo con manchas crípticas, similares a las de los jabatos jóvenes, que se difuminan con la edad.

El Tapir se encuentra en América del Sur en el este de los Andes, desde el norte de Colombia al sur de Brasil y norte de Argentina y Paraguay.

Sus principales amenazas radican en los efectos de la deforestación, la caza ilegal por la carne y la piel; junto a la competencia con el ganado doméstico.

Taxonomía del Tapir.

Reino: ANIMALIA

Filo: CHORDATA

Clase: MAMMALIA

Orden: PERISSODACTYLA

Familia: TAPIRIDAE

Nombre científico del tapir: *Tapirus sp*



Imagen 41: Cría de tapir.

4.1.3 Análisis y observación de Animales en Amenaza seleccionados.

Luego de investigar y recopilar información acerca de los animales de Argentina en situación de amenaza; resultó óptimo realizar un nuevo análisis en dónde se puedan contemplar tales especies, desde una mirada analítica y artística, generando así una mayor probabilidad de creatividad y productividad en cuanto a texturas y prendas. De esta manera el animal deja de ser solo un animal, para así convertirse en una pieza artística que necesita de la observación minuciosa y detallada a fin de llegar a ser el principal foco en un objeto de diseño. El mismo no pierde su valor como ser vivo, sino que se implementa un nuevo valor, que es el ser contemplado como una obra artística que necesita ser estudiada.

Para la realización del siguiente análisis, se tomarán como referencia a las nociones técnicas de Wicius Wong, 1995¹⁵.

¹⁵ Wicius Wong nació en China en 1936. Gran influencia en su obra artística que logró renovar el arte chino clásico, introduciendo nuevos conceptos estéticos contemporáneos. Presenta un fuerte interés en incorporar espiritualidad de Oriente a los conceptos estéticos occidentales. (Biografía extraída de www.fundamentosdeldiseñoeuroamericano.com)

Los elementos a tomar en cuenta en el desenlace del análisis serán los siguientes.

- Figuras Cerradas: Se observan figuras cerradas, ya que permiten cubrir una figura plana con un relleno liso, diferenciando el todo de la línea con el relleno.
- Figuras Compuestas: Estas involucran dos o más figuras que se yuxtaponen, pero que aun así pueden mantenerse visibles por líneas de contornos o colores de rellenos diferentes, también se puede observar la multiplicación en donde una misma figura se observa de forma repetitiva.
- Elementos Conceptuales: PUNTO, LÍNEA Y PLANO. El punto es el encargado de indicar posición, es el principio y fin de una línea. Por otro lado, la línea se crea cuando un punto se mueve, ese recorrido se transforma en línea, la cual tiene posición y dirección y conforma los bordes de un plano.
El plano se forma por el recorrido de una línea en movimiento, este tiene largo y ancho pero no contiene grosor.
- Elementos Visuales: FORMA, MEDIDA, COLOR Y TEXTURA. La Forma es todo lo que pueda ser percibido sobre la vista, a su vez contiene un tamaño en donde se puede otorgar relevancia a un objeto. Por medio del color, una forma se diferencia de las que posee cercanas. Lo óptimo de las especies animales elegidas, es que cada una de ellas posee una paleta de color distinta, lo cual posibilita una gran diversidad con respecto a la creación de texturas.
- Elementos de Relación: DIRECCIÓN, POSICIÓN, ESPACIO Y GRAVEDAD.
Propias de la relación entre las formas y ubicación de las especies seleccionadas. Si se hace hincapié en la dirección; de esta depende como la forma está relacionada con el observador, con las otras formas que la rodean o con el ficticio marco que delimita la figura/fondo del animal.
La posición especifica la posición de cada pieza y su forma, en relación a las demás especies elegidas.
El espacio, es aquel que está generado por las figuras, tanto el que está presente como el que está vacío en el pelaje de cada animal.
En cuanto a la gravedad, se puede observar cierta inclinación en objetos/figuras, densidad, estabilidad o inestabilidad, según el animal y su pelaje.

Forma: Se pueden observar gran cantidad de formas según el animal estudiado. Pueden ser geométricas, orgánicas, rodeadas por curvas libres sugiriendo continuamente fluidez;

- como así también pueden ser formas irregulares y accidentales. Por otro lado también se puede percibir geometría y simetría; siempre y cuando se observe al animal específico.
- Estructura: INFORMAL, VISIBLE; ya que los animales no contienen líneas estructurales y poseen una organización libre y desestructurada.
- Repetición: En el caso de las especies elegidas, se puede observar una repetición de figuras entre ciertos animales, tales así como las rayas, manchas orgánicas o círculos que componen el pelaje.
- Similitud: Se pueden asociar ciertas especies, tales como el Tapir con el Gato Andino por sus rayas prominentes y por la composición de sus colores. Por otro lado se puede asociar al Gato Andino con el Jaguar por su condición como felinos, sin embargo no así por la paleta de colores de su pelaje.

Las especies animales pueden caracterizarse por la imperfección, ya que sus figuras son orgánicas y naturales. Por otro lado se puede observar la tensión, que es en donde las formas observadas son estiradas o apretadas por una fuerza exterior.

- Contraste: TAMAÑO, COLOR. El contraste en tamaño por formas pequeñas y grandes, y el del color, que pueden ser cálidos o fríos según la especie elegida.
- Concentración: Se puede observar en los animales elegidos, los cuales pueden poseer módulos libremente organizados, y completamente informales, formando concentraciones tanto libres como simétricas, según la especie.

A continuación se realizará el análisis específico según la especie. Cabe aclarar que los siguientes animales fueron elegidos, en primer lugar por su condición de amenaza en la Argentina, ya que la situación de los mismos es de gran gravedad. Pero por otro lado, no fueron elegidos al azar, ya que cada uno de ellos reúne las condiciones para la generación de estampas. Sobrias, de figuras abiertas, combinables y posibilitan el camuflaje del usuario con el medio ambiente.

Análisis del Jaguar.



Imagen 42: Jaguar en la Selva Misionera (se repite)

En la anterior imagen del jaguar, se pueden observar sus pequeñas manchas asimétricas de forma abierta; las cuales permiten cubrir una figura en su totalidad, sin necesidad de diferenciar figura/fondo.

Elementos Conceptuales: Las manchas presentan una leve forma circular. Expresan movimiento, asimetría, discontinuidad. Son formas irregulares en un plano irregular, el cual se forma por el mismo recorrido de las manchas oscuras sobre un fondo anaranjado.

Elementos Visuales: Los tamaños de las manchas son irregulares, conservando el mismo color pero no así su dimensión. Los colores varían entre el anaranjado, el marrón, el blanco y el negro.

Elementos de Relación: No poseen una dirección. Se puede observar una dicotomía entre la simetría y la asimetría de las manchas del jaguar. Las cuales parecen estar ubicadas al azar, pero no dejan de ser perfectamente simétricas en ciertas partes; como la cabeza. Las partes blancas hacen un quiebre entre las manchas que se podían observar a lo largo de su pelaje, generando un espacio vacío en el plano.

En cuanto a la gravedad se puede observar una cierta inclinación a la parte del medio del jaguar, de donde parecen provenir o terminar las manchas que simulaban no tener un orden.

Forma: Las manchas son planas, orgánicas, rodeadas por leves figuras curvas que parecen envolverlas.

Estructura: Es informal, visible; ya que no contienen líneas estructurales y una organización libre y desestructurada.

Luego del análisis se mostrará el proceso de diseño de estampas en base al Jaguar.

Repetición: Las formas se repiten, variando tamaños, colores y estructuras. El animal posee una repetición constante de formas, las cuales abarcan todo el cuerpo del animal.

Similitud: Se puede hablar de similitud con respecto a que las formas se asemejan unas con las otras. Mientras más próximas se encuentran las unas con las otras, la similitud se hace más evidente; mientras que las manchas de la cabeza, asociadas a las manchas del cuerpo trasero, no poseen similitud, si nos detenemos a observarlas minuciosamente, ya que a medida que las manchas se dispersan, su similitud comienza a desaparecer.

Contraste: El contraste se manifiesta de manera más evidente, entre el anaranjado y el negro de las manchas. Se puede observar, a su vez, un contraste menos significativo, pero presente de todos modos, con el blanco de la cara y el anaranjado.

Concentración: Resulta complicado hacer mención a la concentración si nos referimos al jaguar, ya que las manchas parecen tener una continuidad y distribución constante a lo largo y ancho el cuerpo; por lo que la concentración pierde importancia y pasan a ser elementos distribuidos, asimétricos, que cubren al animal.

- Análisis del Guacamayo Verde.



Imagen 43: Guacamayo Verde (se repite).

Contenido. Se puede observar en el Guacamayo Verde, una gran divergencia de tonalidades y colores que luego culminan en una fusión, que es el mismo plumaje del animal.

En las extremidades, tales como las alas y la cola, se haya un color turquesa brillante, fusionado con el amarillo que aparece desde el dorso. Luego se puede observar una fusión desde el amarillo, siguiendo por el anaranjado y que parece culminar en un rojo brillante.

En el lomo del ave se percibe un verde intenso, seguido nuevamente por tonalidades cercanas al rojo.

Cada uno de sus colores representa una parte del cuerpo, y a su vez al ave en su totalidad.

Elementos Conceptuales: Cada tonalidad indica una parte del cuerpo del ave, los mismos no se mueven en direcciones aleatorias, sino que son totalmente simétricos.

Elementos visuales, forma, medida y color: El Guacamayo Verde posee sus diferentes tonales en forma radial, desde lo externo hacia lo interno haciendo una fusión de sus colores que va desde el azul hasta el verde.

Elementos de Relación: La dirección de las tonalidades se yuxtapone, y según sus diferentes colores, se marca una posición en un espacio definido (alas, cola, dorso, cabeza, etc.).

Es posible definir un área según el color que implica, es decir que se origina un marco de referencia; líneas que van desde un extremo, al centro, y luego al otro extremo.

La forma es orgánica, irregular. Posee una estructura informal, visible, ya que no contiene líneas estructurales.

Estructura: Es informal, visible; ya que no contienen líneas estructurales y una organización libre y desestructurada.

Repetición: El Guacamayo parece no acaparar estructuras como las repeticiones, ya que su plumaje pareciera un abanico gradual que comienza desde las extremidades hasta llegar a un punto fuerte que es la parte superior de su cuerpo y la cabeza.

Similitud: Las similitudes radican en que tanto el hemisferio izquierdo, como el derecho, poseen la misma estructura en cuanto a colores y graduación de tonalidades que dan inicio en sus extremidades y se van difuminando hacia el centro.

Contraste: Se puede observar un contraste constante de colores en el plumaje, variando desde el turquesa, hasta el verde o el rojo, aunque en realidad las tonalidades parecieran ser infinitas debido a la intensa graduación, como si fuese pintado por acuarelas interponiéndose las unas con las otras.

Concentración: La concentración más evidente radica en el centro del animal, en donde el verde intenso es el foco principal. En segundo lugar otro punto de concentración son las alas, en donde el turquesa pareciera competir con el intenso verde.

- Análisis del Flamenco Andino.



Imagen 44: Flamenco Andino (se repite).

Elementos Prácticos: El Flamenco Andino posee una composición de colores, tonalidades y formas inmersas. Se puede hacer alusión a su cuerpo en forma de S, su gran volumen en el dorso y sus delicadas patas.

Se da una proporción exagerada entre las diferentes partes del cuerpo; sin embargo sus tonalidades parecen ser perfectamente fusionadas.

La textura del Flamenco Andino, podría ubicarse como una figura abierta, ya que permite cubrir un plano, no diferenciando entre la figura y el fondo; simplemente las diferentes tonalidades del ave.

Se podría hablar de figuras compuestas, ya que sus colores o tonos se yuxtaponen; sin embargo pueden mantenerse visibles y diferenciados por líneas de contornos o desvanecimiento del mismo.

Elementos Conceptuales: El disparador en cuanto a las tonalidades, parecería ser la cabeza, que luego se encarga de ir difuminando el intenso rosa hacia tonalidades más delicadas; culminando en un punto de quiebre, que sería el negro. Los colores poseen una dirección radial/lineal, que fusionan las diferentes tonalidades. No se puede hablar de simetría, pero sí de una posición y dirección concreta que conforma los bordes de un plano.

Elementos Visuales: Las formas son lineales, desde un extremo al otro. También se pueden hallar puntos; tanto como forma de desprendimiento de un color en particular como así dispersos en el espacio. Tanto la forma como las tonalidades del flamenco pueden connotar lo femenino, lo delicado y la sutileza.

Elementos de Relación: Espacio/Gravedad: La dirección de las tonalidades del flamenco marca un sentido lineal, de un extremo a otro. Casi infinito que parece difuminarse con el simple correr de la

vista, es una evasión a los límites. El espacio se genera por la radiación de sus colores y su contexto y composición parecen elementos flotando en el cuerpo del animal.

Forma: El Flamenco en su contextura, se caracteriza por su delicada forma de S, culminando en sus finas extremidades. Por otro lado, su plumaje posee difusas líneas que marcan las diferentes tonalidades, mientras que el negro representa un gran quiebre en cuanto a lo que parecía fluir. También se encuentran pequeñas formas casi geométricas, orgánicas, que son puntos que se desprenden del intenso color, para generar así una composición más equitativa en cuanto a tonalidades.

Estructura: Su estructura es informal, visible; ya que no contiene líneas estructurales y una organización libre y desestructurada.

Contraste de Tamaño y Color: El mayor contraste que se puede observar, es el fluir del intenso rosa, continuado por un tono pastel y luego el quiebre del negro en la parte posterior. Sin embargo la mayor parte del plumaje se haya envuelto entre un intenso rosa y derivados del mismo.

- Análisis del Gato Andino.



Imagen 45: Gato Andino (se repite).

Elementos Prácticos: El Gato Andino representa misterio, profundidad y elegancia.

Posee una composición de colores neutra, rondando principalmente entre las diferentes intensidades de los grises.

Su cuerpo es delicado, proporcionado y sus tonalidades se encuentran fuertemente diferenciadas las unas de las otras.

El pelaje del Gato Andino está conformado por figuras compuestas. El gris de base, detalla la forma, sus contornos y deja vacíos para que entre ellos se inserten colores tanto como el negro o el blanco.

La composición del felino tiene un equilibrio propio identificable, que si uno de los elementos se eliminara, quedaría incompleta y perdería significación y valor, se desequilibraría.

Elementos Conceptuales: En este caso, son principalmente las líneas y figuras orgánicas casi circulares que envuelven el pelaje del felino. Marcando de esta manera un quiebre en la figura/fondo. Las líneas indican varias direcciones a lo largo del animal y son perfectamente simétricas hacia ambos lados.

Elementos Visuales: En el Gato Andino, están dados por las formas detalladas anteriormente (rayas, líneas, círculos). Por otro lado, el desplazamiento de cada uno de los elementos le da más relevancia a un punto mientras que la continuidad de los grises se transforma en un fondo casi pasivo.

Las tonalidades del felino son frías, calmas y hasta de un aire melancólico. De facilidad de camuflaje y hasta de un calibre invernal.

Elementos de Relación: En este caso están conformados por la dirección, en donde las formas orgánicas presentes en el pelaje otorgan un movimiento y sentido, así como también una posición de cada elemento generando un espacio, vacío y ocupado. Tales elementos parecen estar envueltos en la ley de gravedad, flotando en el gris espacio.

Se pueden originar marcos de referencia, es decir a ciertos grupos de objetos que pueden ser agrupados y de esta manera desenvolverse de manera conjunta.

Forma: es generada por el contorno del felino, especificada por su plana y amplia tonalidad gris, mientras que en su interior se pueden observar formas orgánicas y fluidas.

Estructura: La estructura es formal y estructurada, ya que cada una de sus manchas, por más irregulares que parezcan, están colocadas de manera simétrica y orientan al espectador a seguir direcciones a lo largo y ancho del animal.

Repetición: La repetición se da en las líneas y figuras orgánicas.

Se puede observar un contraste, desde el neutro fondo hacia las figuras que parecen yuxtaponerse en él. De todas maneras el contraste de tonalidades permanece mayoritariamente frío, lo cual no genera un quiebre relevante en la composición.

- Análisis Tapir.



Imagen 46: Cría de Tapir (se repite).

Elementos Prácticos: La imagen de la cría de tapir remite a la infancia, como si sus líneas fuesen trazadas al azar por un niño, coloreadas con fuerza y sin estructura alguna. Su volumen casi cilíndrico y sus líneas prominentes, hacen del tapir un animal único, repleto de contrastes y posible creador de cientos de texturas.

El gris oscuro contornea la forma del tapir, dejando así vacíos para que las líneas y puntos se inserten y ocupen una gran parte del espacio.

La composición de figura/fondo del animal, tiene un equilibrio propio identificable. Si uno de sus elementos se eliminara, quedaría incompleto y perdería significación y valor.

Se puede observar, a su vez, una continua aparición de elementos simples, tales como sus líneas desordenadas, puntos y figuras orgánicas, que hacen del animal lo que es. Esta composición casi artística, se da a lo largo y ancho de todo su cuerpo, dejando la cabeza casi al descubierto.

Elementos Conceptuales: Si bien sus líneas y puntos parecieran estar ubicadas al azar; es imposible negar que las mismas cuentan con una dirección a lo largo del animal. Como si las mismas recorrieran desde finales de su cabeza hasta su rabo, llevando al espectador a deslizar la vista de izquierda a derecha o viceversa. Las mismas le otorgan dirección y posición al animal, y en este caso, a la posibilidad de texturas. Todos estos elementos conforman los bordes de un plano. El plano en este caso, se forma con la composición del gris de fondo y sus blancos insertados.

Elementos Visuales: Las formas del tapir se determinan en cuanto a la estructura y volumen del mismo, creando una dimensión casi cilíndrica, con un contraste de líneas y figuras diversas que decoran el pelaje del animal.

Desde su cabeza, las patas y hasta el rabo, se puede observar un gris oscuro, casi negro. Luego se contrasta con fuertes líneas y figuras blancas a lo ancho y largo de su cuerpo.

El pelaje del tapir connota excentricidad por el contraste de sus figuras, asimetría y sobriedad a su vez por su escasa gama de colores. De fácil camuflaje gracias a sus colores.

Elementos de Relación: La relación que poseen las manchas del tapir, con respecto a su cuerpo, generan una dirección que está enfocada hacia lo largo del animal. Más allá de ser asimétricas, orgánicas y desuniformadas, todas conllevan a una misma dirección. El espacio es determinado por el volumen del animal, que representa el color gris oscuro, mientras que las manchas internas, determinan la dirección.

Forma: La forma del tapir es cilíndrica, de gran volumen; ancha y baja a su vez, generando una figura un tanto desproporcionada. Se pueden observar en su interior formas orgánicas, asimétricas, rodeadas de líneas y curvas libres sugiriendo una continua fluidez. Las formas de los elementos son irregulares.

Estructura: La misma es informal, visible. Ya que no contiene líneas estructurales y se puede observar fluidez en una organización libre.

4.2 Generación de Estampas.

“El lenguaje visual es la base de la creación del diseño. Dejando aparte el aspecto funcional de diseño existen principios, reglas, conceptos en lo que se refiere a la organización visual”. (W. Wong “Fundamentos del Diseño”).

Tal como se abordó anteriormente; las estampas asumirán el rol de representar a los animales en amenaza a los cuales se investigó. El objetivo de las mismas, es concientizar sobre esta problemática a través de diseños estéticos, originales y adaptables a prendas funcionales y que requieren de ciertos requisitos, tales como la función de camuflaje. Así, los animales que ya fueron analizados bajo los conceptos estéticos y funcionales de Wicius Wong, serán el eslabón principal para generar estampas que quiebren con el precepto “pieles=animales” para abordarlas desde una visión artística y simbólica.

Para la realización de las siguientes estampas, se utilizará el método de sublimación. Para ello, se precisarán de textiles compuestos en su gran mayoría por poliéster para que las tonalidades se mantengan vivas y con la intensidad necesaria. En el caso de que algún textil no tuviese las aptitudes que se requieren, se recurrirá a procesos como la serigrafía.

4.2.1 Estampa Flamenco Andino.

La estampa del Flamenco Andino, se realizó bajo el concepto del plumaje del animal respetando la paleta de colores del mismo. A su vez, se adaptó de manera tal, que las plumas lejos de mantener un orden, bajo la traslación y rotación de las mismas; se superponen las unas a las otras generando transparencias y el origen de nuevas tonalidades.

La misma connota delicadeza y femineidad, conservando una tonalidad en su mayoría pastel y que cumple con la función de camuflaje ante el ambiente en el cual será utilizada.

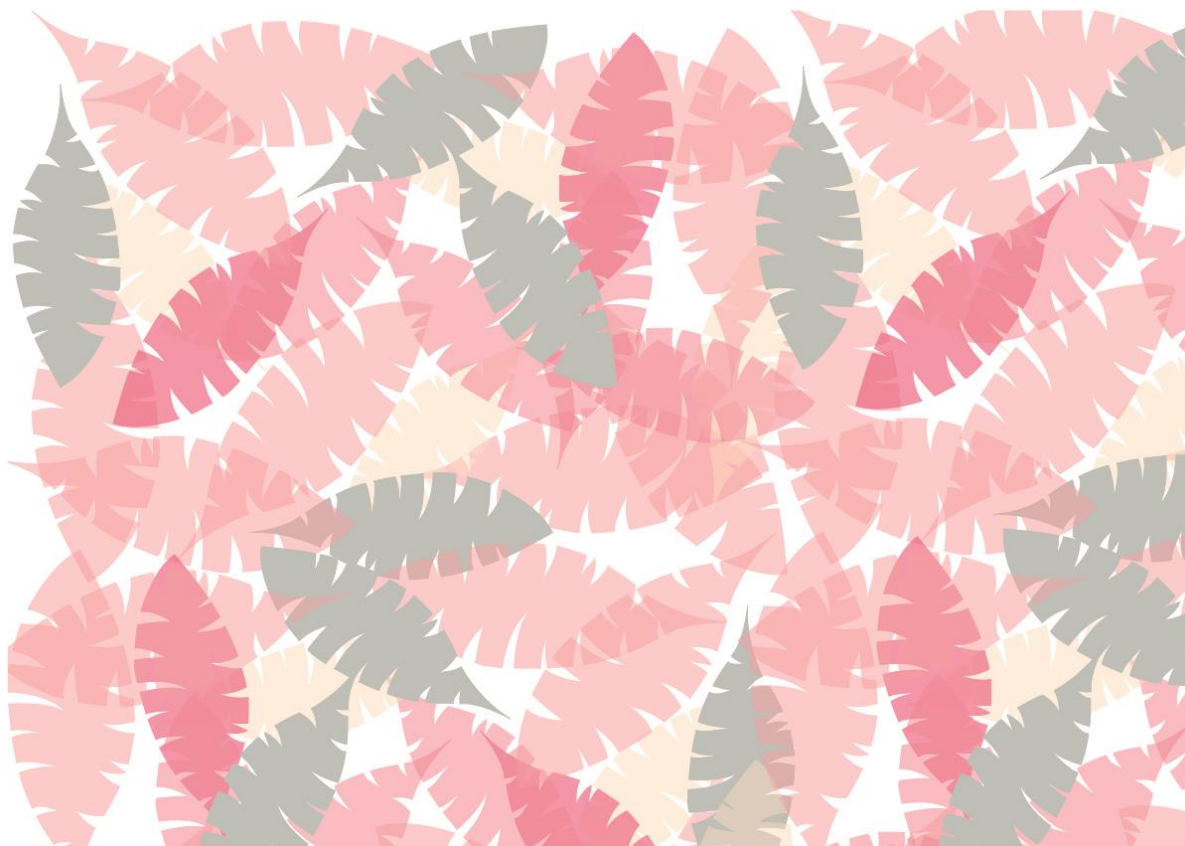


Imagen: Estampa Flamenco Andino.

Paleta de colores Estampa Flamenco Andino.



4.2.2 Estampa Gato Andino.

La estampa del Gato Andino, está realizada bajo el concepto del pelaje del animal, respetando la paleta de color del mismo que está muy relacionada a los colores de la tierra.

La misma, se realizó bajo un concepto lineal, ya que el animal posee líneas de tonos amarronados a lo largo y ancho de su cuerpo. Las líneas en el diseño de la estampa, están trazadas bajo bordes dentados, que brindan una sensación orgánica y natural. A su vez el cuerpo es texturado y la dirección de las mismas es curva, prosiguiendo con lo descontracturado y salvaje.

Las tonalidades que se utilizaron; la superposición de colores y el diseño orgánico, están especialmente pensados para la excelente adaptación de la prenda en el medio ambiente; que no sobresalte en el ecosistema y que brinde la funcionalidad de camuflaje.



Paleta de colores Gato Andino.



4.2.3 Estampa Tapir.

La estampa del Tapir, se encuentra relacionada al cuero y pelaje del animal; respetando su paleta de colores pero no así apelando a la literalidad.

La misma está compuesta por una serie de líneas y trazos discontinuos; alguno esfumados formando círculos y otros entrecruzados con bordes dentados y texturados.

Esta estampa apela a lo orgánico, a lo etéreo y descontracturado. Brinda una sensación de amplitud y por sus colores, frío y profundidad.

Es una estampa ideal para acudir a prendas de invierno o frío. También es una de las más sobrias de la colección y puede ser empleada para diferentes terrenos y zonas geográficas ya que los mismos no contrastan con el ecosistema.

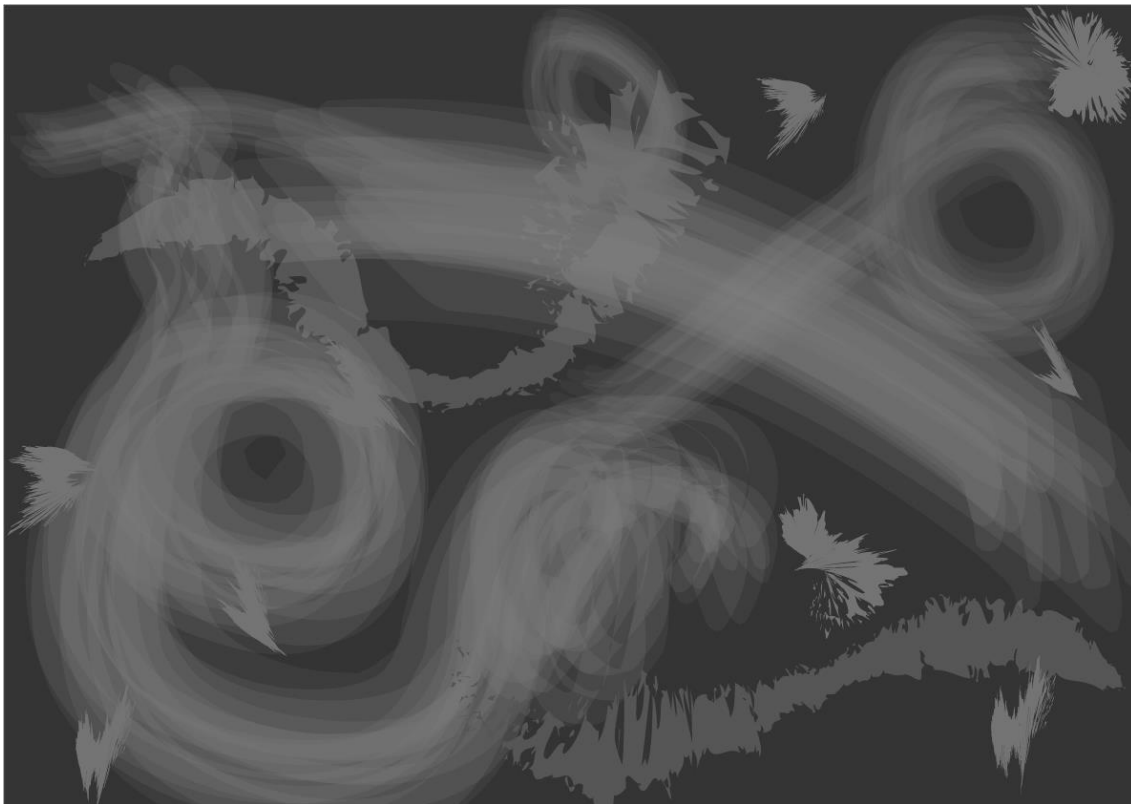


Imagen: Textura Tapir

Paleta de colores Estampa Tapir.



4.2.4 Estampa Guacamayo Verde.

La estampa del Guacamayo Verde, fue diseñada a partir del plumaje del animal. El mismo está compuesto por varias tonalidades por las que rondan el verde, el azul, el rojizo, entre otros.

La estampa está compuesta por formas que representan plumas, las mismas en tonos degradados y brindando una sensación gradual y armónica. La composición de las plumas forman semicírculos, haciendo de la estampa una de las más geométricas de la colección.

La misma connota naturaleza, a través de sus tonalidades verdosas y las plumas que también podrían ser hojas. Representa agua, lluvia, un sector geográfico tropical.

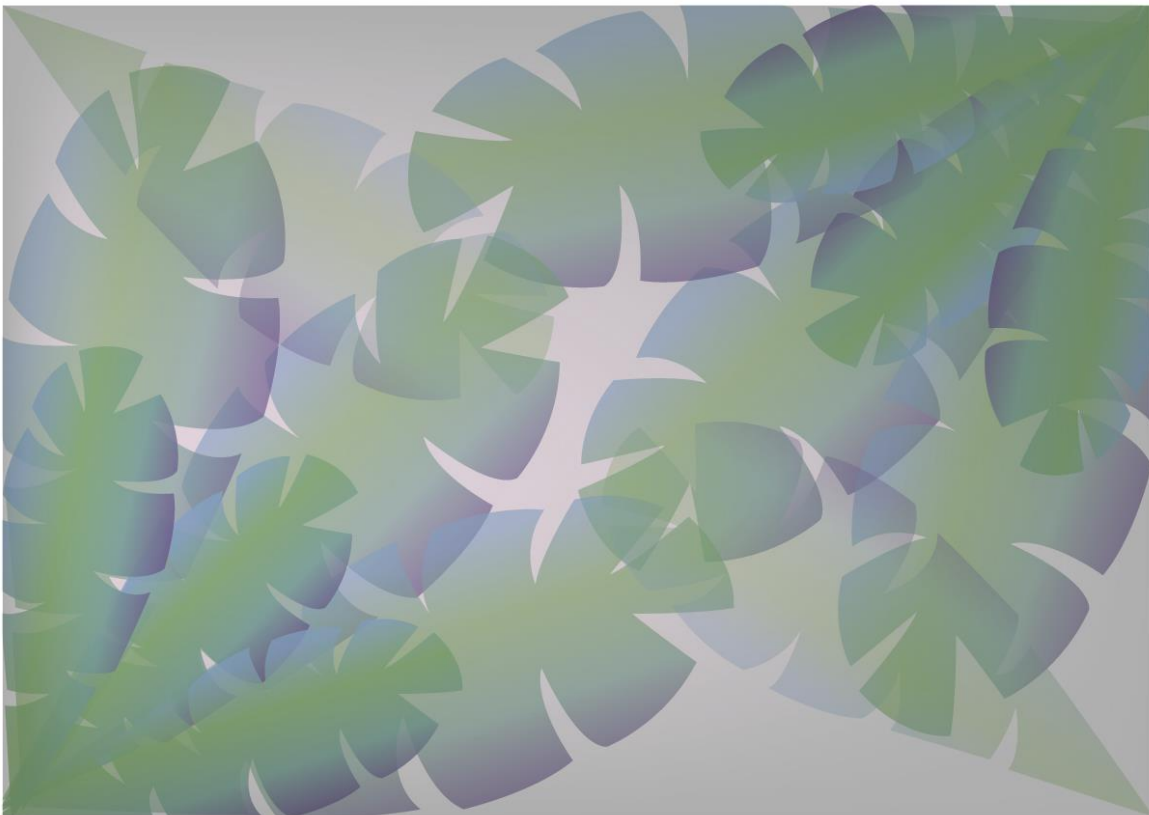


Imagen: Textura Guacamayo Verde.

Paleta de colores Estampa Guacamayo Verde.



4.2.5 Estampa Yaguareté.

La estampa del Yaguareté está directamente relacionada al pelaje del animal, con respecto a sus colores y formas.

Una de las estampas más orgánicas de la colección; está compuesta por formas que se transforman en manchas de diferentes texturas a lo largo y ancho de la estampa; formando una imagen gradual en semicírculo, que va desde lo externo hasta lo interno.

La estampa del Yaguareté connota lo terrenal y lo salvaje. Dinamismo, movimiento, versatilidad. Es una de las imágenes que mayor sensación de camuflaje brindan hacia el ambiente exterior, posibilitándola para los terrenos más complicados en dónde mantenerse en sintonía con la naturaleza puede llegar a ser un factor primordial.

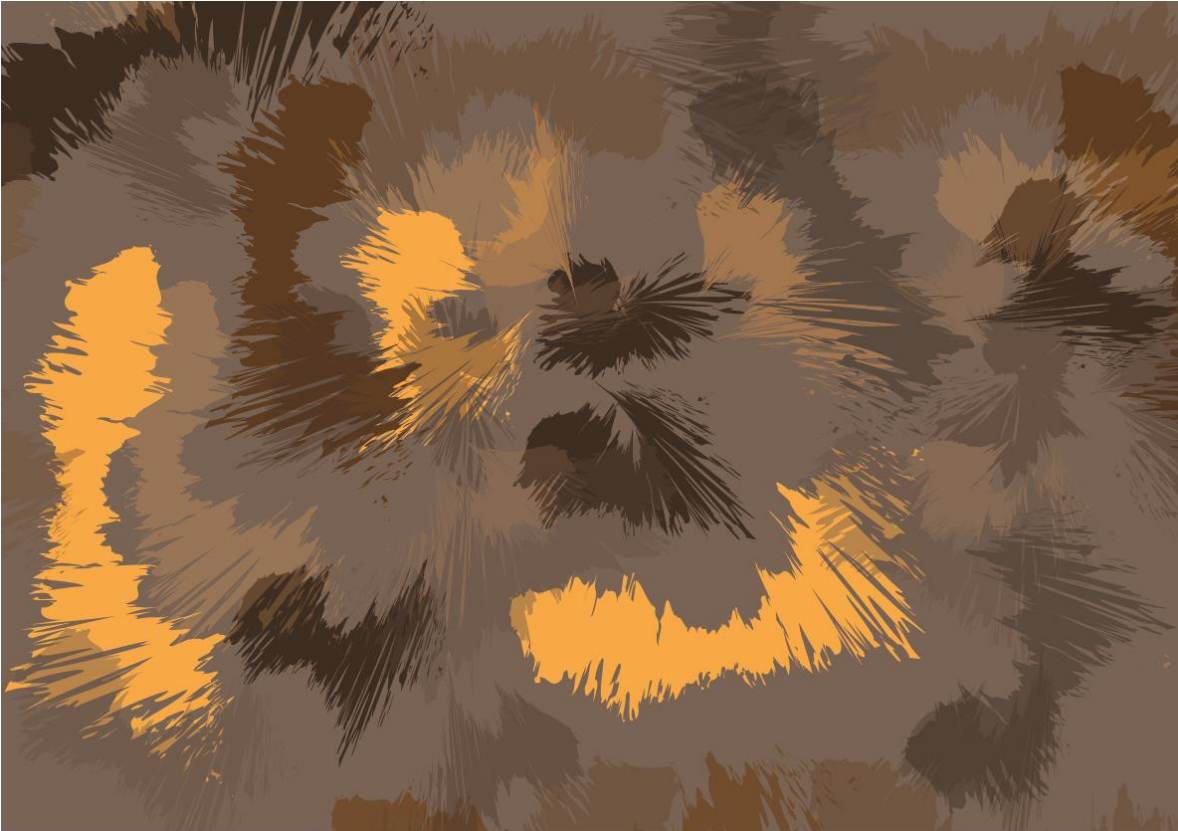


Imagen: Estampa Yaguareté.

Paleta de colores Estampa Yaguareté.



4.3 Proceso de Diseño.

Una vez realizadas las estampas, se procederá con el proceso de diseño.

El diseño de la colección no se realizará desde la perspectiva tradicional de “otoño-invierno, primavera-verano”; sino que las prendas englobarán todas ellas, a modo de que el usuario no se encuentre limitado a ningún tipo de clima y terreno dependiendo de las estaciones de año.

De esta manera, se quebrará con lo convencional, y las series se encontrarán divididas según terrenos, climas y las necesidades funcionales que cada actividad según su espacio requiere.

Las series se encontrarán determinadas según un espacio geográfico de la Argentina; nuevamente promoviendo la concientización, esta vez, acerca del país en donde vive el usuario y en donde se diseñan y confeccionan las prendas. Pero su principal función, es la de separar cada serie en un espacio geográfico argentino diferente, ya que cada uno de ellos posee características, temperaturas y terrenos, propios de cada lugar.

Los mismos no serán seleccionados al azar, sino que se pretenderá que cada zona geográfica elegida, posea características determinantes a la hora de brindarle al usuario las opciones necesarias para el espacio en donde pretende realizar los distintos tipos de actividades.

De esta manera, se estarán enlazando prendas, zonas geográficas y especies animales, según el lugar geográfico al cual estarán abocadas.

4.3.1 Mapa Proceso de Diseño.

En el mapa que se exhibirá a continuación, se pretenderá explicar de un modo simplificado y unificado el proceso de diseño.

En el mismo se apela a los motivos que reúnen el diseño de cada prenda con sus respectivos conjuntos. Determinando el motivo de inspiración de las prendas y sus estampas, como así la relación con el espacio geográfico, que determina no solamente un lugar, sino sus condiciones climáticas y propiedades del terreno.

De esta manera, cada animal representa un espacio particular geográfico de la Argentina; a través de las anteriores investigaciones, se identificó qué animal pertenece a cada área. Una vez adjudicado un animal a un área en particular, y por ende, una estampa por cada uno; resulta apropiado continuar con el desarrollo de la colección, en la cual, cada conjunto estará identificado según un espacio geográfico, el cual determina tipo de terreno, clima y actividades a realizar.

Una vez realizadas tales asociaciones; cada conjunto será diseñado en base a la posibilidad de adaptación a la zona geográfica que se le adjudicó. De esta manera, las prendas estarán

confeccionadas en base a la tecnología apropiada para cada ambiente y a su adaptación con el mismo para maximizar sus propiedades y rendimiento.

A su vez, este procedimiento facilitará la decisión del usuario; a quien se le brindará una explicación específica con respecto a las condiciones climáticas y geográficas para las cuales está diseñada cada prenda.

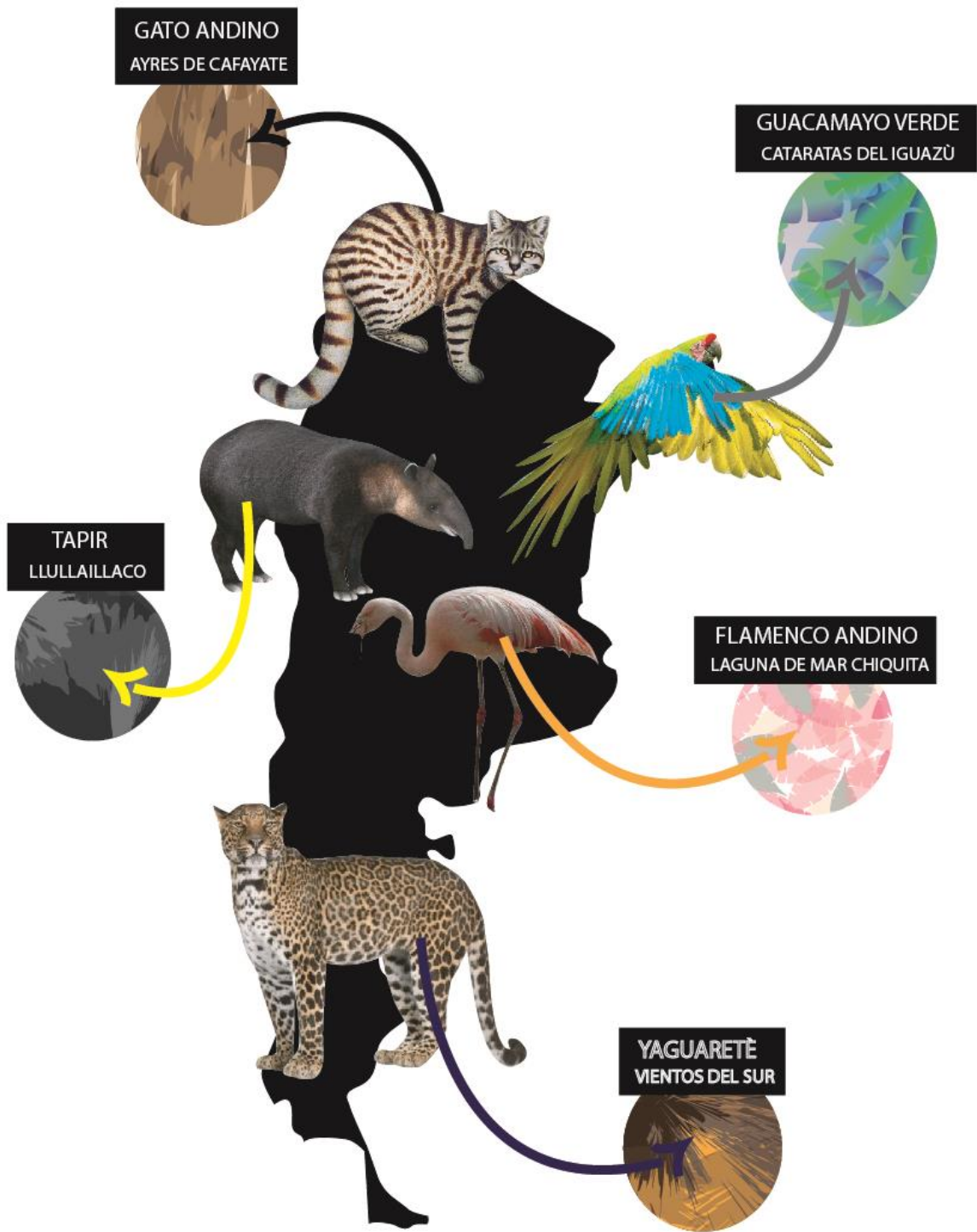


Imagen: Mapa de proceso de diseño.

4.4 Desarrollo de la colección.

Una vez esquematizados los elementos que se utilizarán para desarrollar la colección, resulta apropiado comenzar con el proceso de diseño de la colección.

La misma estará desarrollada, como se dijo anteriormente, a partir de las estampas diseñadas y cada conjunto representará una zona geográfica de la Argentina, según las características geográficas y climáticas para las cuales estarán preparadas.

Las colección estará basada en cinco series; la primera corresponderán a la “Laguna de Mar Chiquita”, y la estampa será la del Flamenco Andino, ya que es allí en dónde habita el animal. La segunda recibirá el nombre de “Ayres de Cafayate” y estará representada por el Gato Andino. La siguiente será nombrada “Lullailaco” y la representará el Tapir; la cuarta será “Cataratas del Iguazú”; estampada por el Guacamayo Verde. Y por último, “Vientos Patagónicos”, representada por el Yaguareté.

Las mismas tendrán cada una tres conjuntos, y estarán divididas en “conjuntos de hombre” y en “conjuntos de mujer”.

4.4.1 Serie “Laguna de Mar Chiquita”.

4.4.1.2 Breve introducción de la Laguna de Mar Chiquita.

La laguna de Mar Chiquita es una enorme laguna endorreica de elevada salinidad, que se encuentra en la Provincia de Córdoba, en el centro de Argentina.

Su superficie variable, que puede rondar los 8000 km cuadrados, lo convierte en uno de los lagos salados más extensos de los hemisferios sur y occidental. Además, es la mayor superficie lacustre de la Argentina, el 4º lago salado endorreico más grande del planeta, y el 4º lago de planicie más extenso del mundo.

La mayor parte de este mar interior forma parte del área natural protegida denominada “Bañados del Río Dulce”.

El clima de la laguna Mar Chiquita es templado cálido subtropical con estación seca en invierno. En invierno no suele hacer mucho frío. La temperatura promedio suele ser entre 27º C a 28º C. Estas temperaturas hacen que el agua de la laguna se evaporen, este es el único medio por el cual la laguna pierde agua.

En cuanto a las lluvias no son frecuentes y las heladas caen entre los meses de junio y julio y duran de 25 a 30 días al año.

4.4.1.3 Dibujos Técnicos y Geométrales de serie “Laguna de Mar Chiquita”

Serie para mujer.

Dibujos técnicos y Geométrales “Camisa larga Flamenco Andino”

La siguiente camisa fue diseñada para un clima templado, y el textil que se eligió fue “gabardina” y “acetato calado”. La gabardina fue elegida por su durabilidad, resistencia y ligereza, mientras que el acetato calado por su frescura y sus propiedades anti-transpirantes.

La misma es una prenda suelta, de caída rectangular a evasé. No posee pinzas, por lo que su comodidad y amplitud permiten llevar prendas por debajo con total libertad.

Será completamente estampada por el diseño de Flamenco Andino. Tendrá una importante suma de bolsillos, tanto internos como externos, para promover la comodidad y seguridad de la usuaria.

Por dentro estará forrada por red poliéster, para brindar frescura y ligereza y un tacto ameno con la piel.

Las vistas serán de color rosa, haciendo juego con la estampa que posee en su mayoría esas tonalidades y los botones serán metálicos para brindar una calidad óptima.

En las mangas se encontrará la posibilidad de ajuste, brindando la opción de acortarlas o alargarlas y en las mismas también habrán bolsillos y botamangas rosas haciendo juego con el resto de las prendas.

El cuello será clásico, sujeto de dos botones metálicos en la parte de adelante.

En la parte de la espalda habrán 3 cortes brindando una mayor adaptación a la anatomía del usuario.

La amplitud y ligereza de la prenda es ideal para circular en terrenos templados y en donde la humedad puede jugar en contra del usuario.

SERIE: "LAGUNA DE MAR CHIQUITA" PARA MUJER

TERRENO: LLANURAS

TEMPERATURA: TEMPLADO (MAYOR A 20°)

MATERIALES:

EXTERIOR: Gabardina Anti-Desgarro
Acetato calado

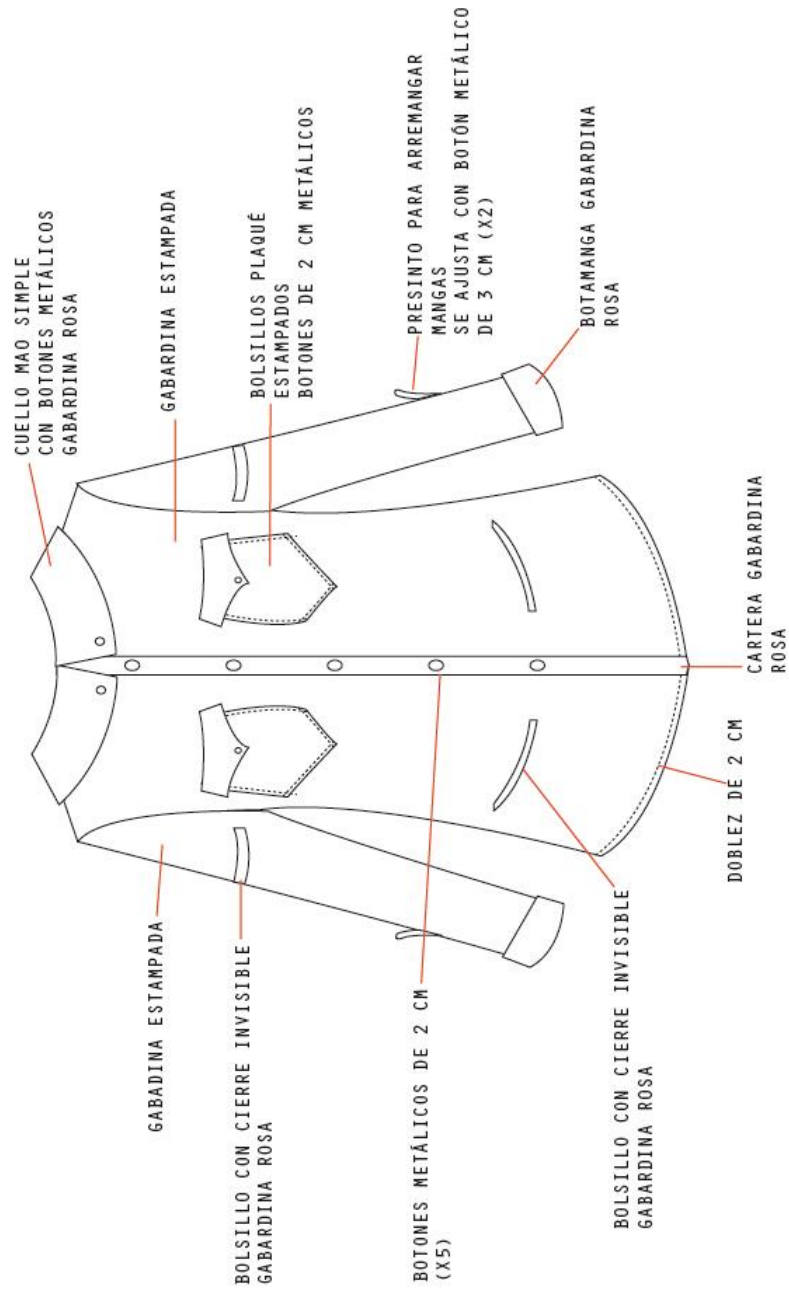
AVIOS:

Cierres invisibles
Cierres visibles plásticos
Hilo blanco
Hilo rosado
Botones metálicos de 2 cm

CAMISA

DELANTERO

INTERIOR: Red Poliéster



SERIE: "LAGUNA DE MAR CHIQUITA" PARA MUJER

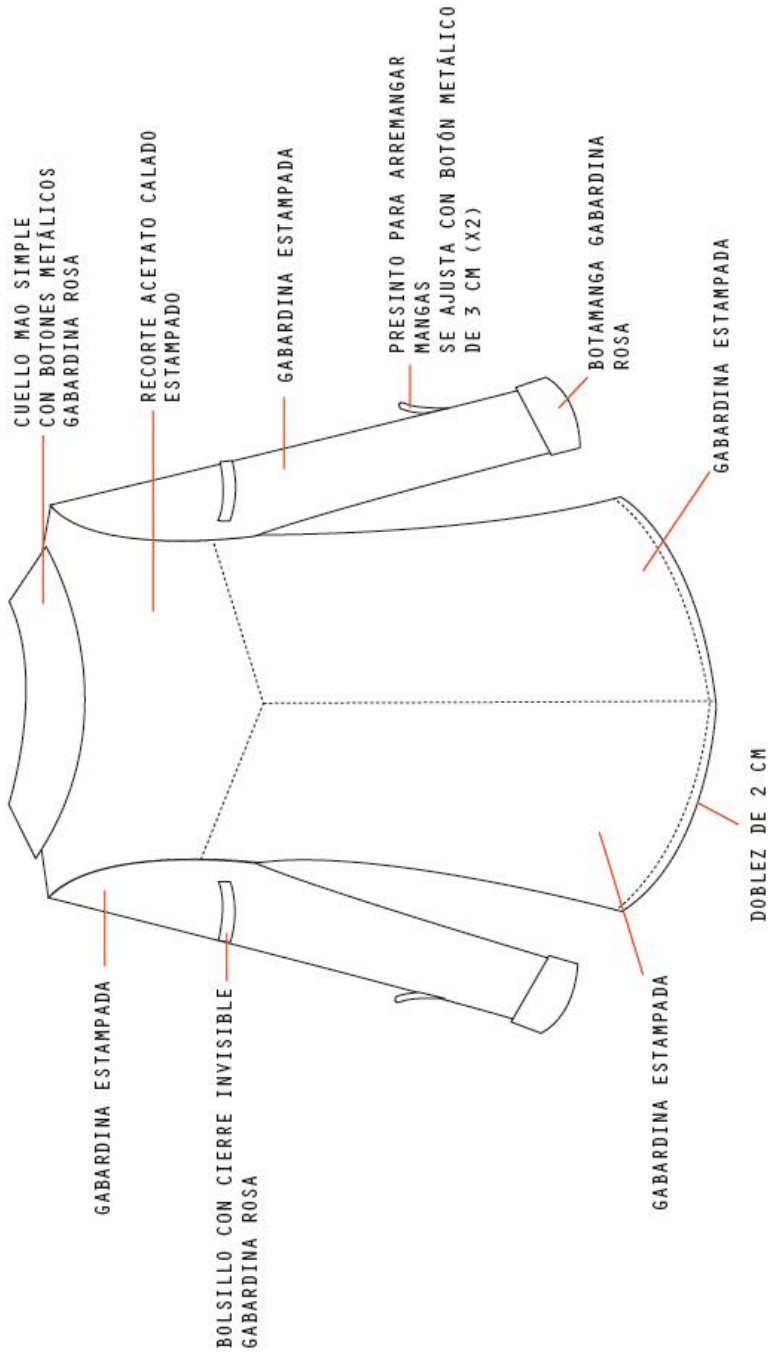
TERRENO: LLANURAS
TEMPERATURA: TEMPLADO (MAYOR A 20º)

CAMISA
ESPALDA

MATERIALES:
EXTERIOR: Gabardina Anti-Desgarro
Acetato calado

INTERIOR: Red Poliéster

AVIOS:
Cierres invisibles
Cierres visibles plásticos
Hilo blanco
Hilo rosado
Botones metálicos de 2 cm



SERIE: "LAGUNA DE MAR CHIQUITA" PARA MUJER

TERRENO: LLANURAS

TEMPERATURA: TEMPLADO (MAYOR A 20º)

CAMISA
INTERIOR

MATERIALES:

EXTERIOR: Gabardina Anti-Desgarro
Acetato calado

INTERIOR: Red Poliester

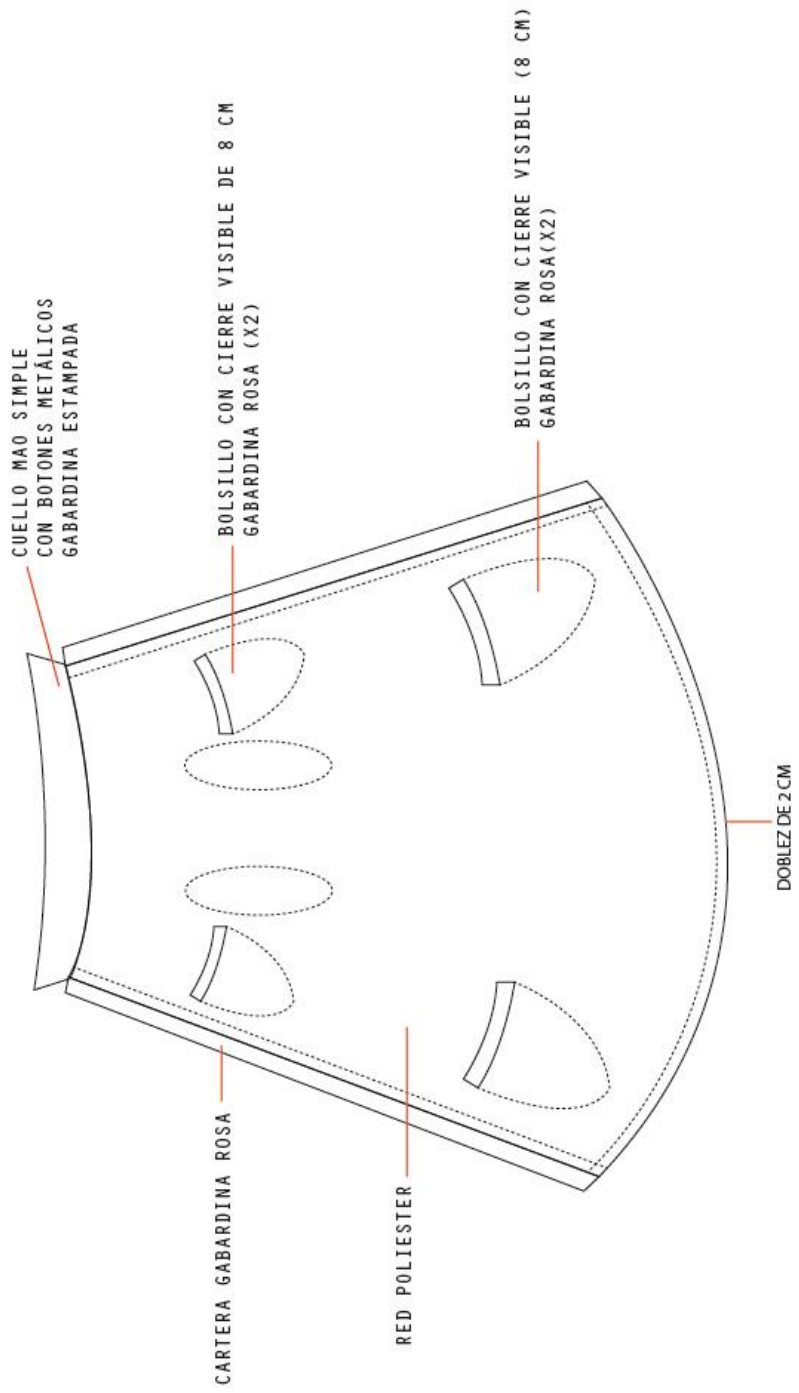
AVIOS:

Cierres invisibles
Cierres visibles plásticos

Hilo blanco

Hilo rosado

Botones metálicos de 2 cm



Dibujos técnicos y Geométrales “Campera Flamenco Andino”.

La siguiente prenda, también pertenece a la serie “Laguna de Mar Chiquita” y será representada por el Flamenco Andino.

La misma es una campera de Acetato Frizado, pretendiendo llevar el conjunto a un modo urbano, que cumpla las funciones de templar la temperatura pero a su vez quebrar con las prendas pertenecientes al mismo conjunto que implican mayor tecnicismo.

El textil elegido fue Acetato Frizado, que provee de abrigo en un clima templado, es suave al tacto, adaptable y no se reduce tras los lavados. A su vez, tendrá recortes de Acetato Calado en las zonas laterales llegando hasta las axilas, para la evaporación de líquidos y brindar mayor frescura.

Por dentro, estará recubierta por red poliéster, utilizada por su frescura y agradable al tacto con el cuerpo.

Tendrá bolsillos en las mangas, en la zona pectoral y un bolsillo canguro con cierres en la parte inferior.

En su interior tendrá cuatro bolsillos más, promoviendo comodidad y seguridad al usuario.

El cuello es alto, brindando abrigo y protección. Las zonas de las extremidades tendrán puños, acercando al abrigo con el cuerpo y no permitiendo el paso de frío entre espacios libres.

Se pensó en la posibilidad de campera con cierre para apertura, ya que de esta manera brinda mayor amplitud y comodidad para superponer prendas.

Las combinaciones de colores variarán entre el estampado de Flamenco, hasta las tonalidades rosas y grises..

El abrigo posee botones y cierres metálicos haciendo juego con las prendas anteriores.

Es una prenda de diseño sofisticado, urbana, confortable y que a su vez cumple con los requerimientos técnicos para el clima y terreno en el que se propone utilizar.

COLECCIÓN: "LAGUNA MAR CHIQUITA"

SERIE: FLAMENCO ANDINO PARA MUJERES

TERRENO: LLANURAS

TEMPERATURA: TEMPLADO (MAYOR A 20°)

CAMPERA
DELANTERO

MATERIALES:

EXTERIOR: Acetato Frizado
Acetato calado

INTERIOR: Red Polliester

AVIOS:

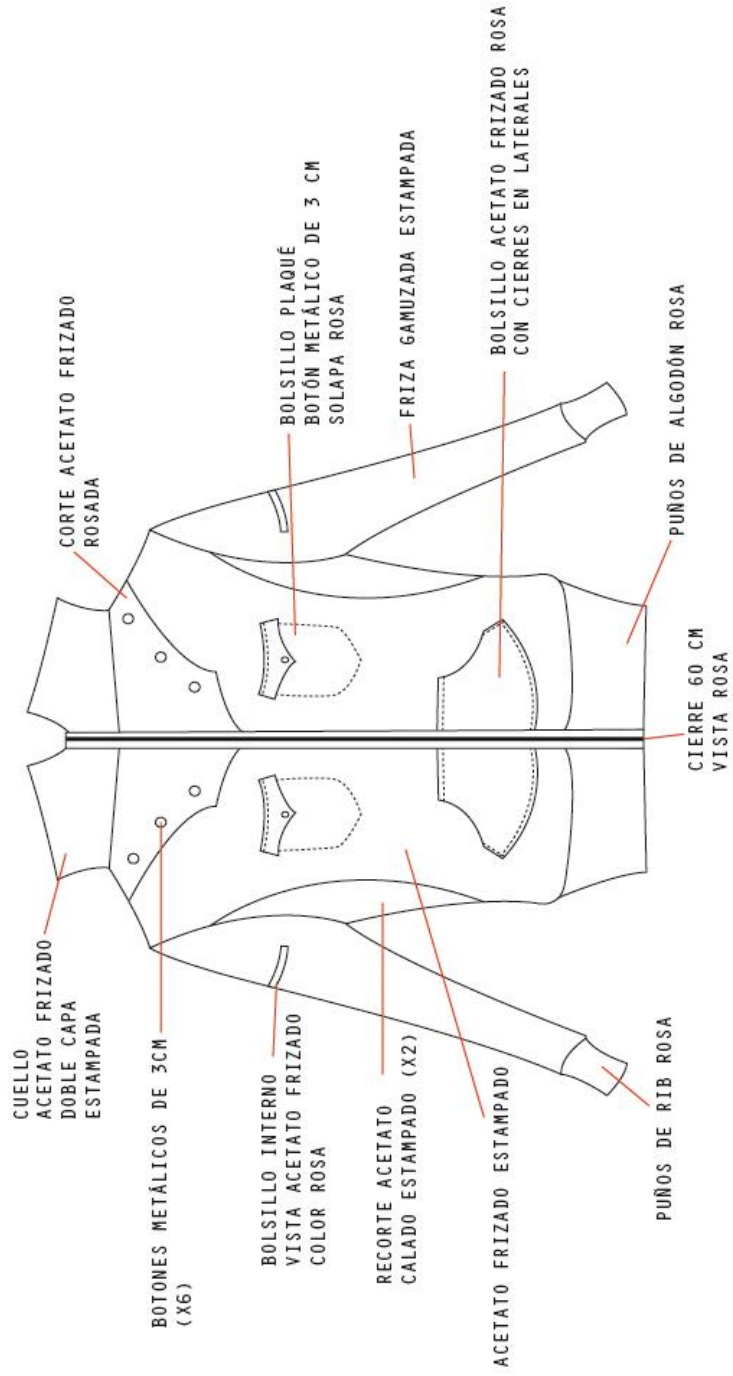
Cierres invisibles

Cierre visible metálico

Hilo blanco

Hilo rosado

Botones metálicos de 2 cm



COLECCIÓN: "LAGUNA MAR CHIQUITA"

SERIE: FLAMENCO ANDINO PARA MUJERES

TERRENO: LLANURAS

TEMPERATURA: TEMPLADO (MAYOR A 20°)

CAMPERA:
ESPALDA

MATERIALES:

EXTERIOR: Acetato Frizado
Acetato calado

INTERIOR: Red Poliester

AVIOS:

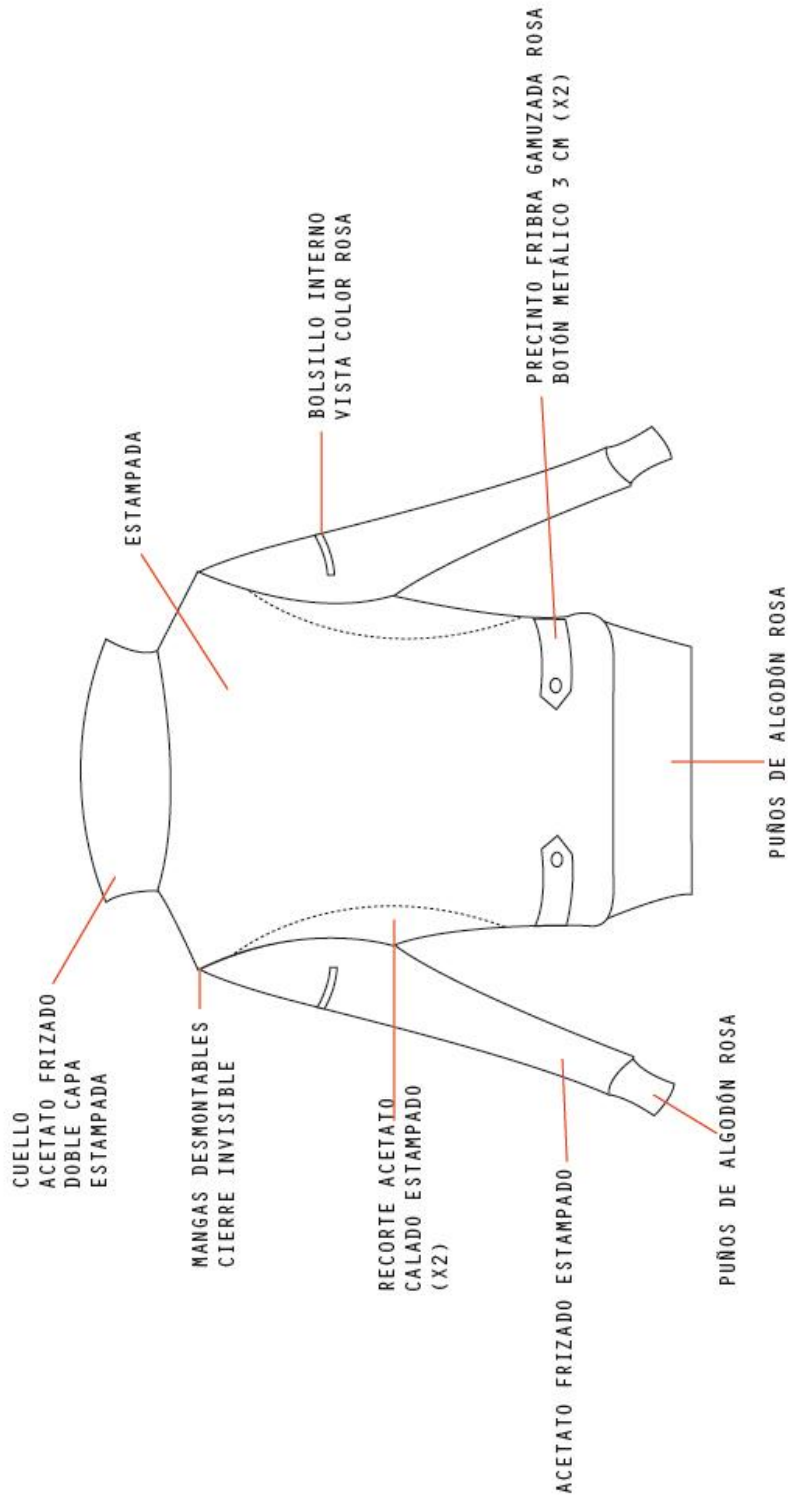
Cierres invisibles

Cierre visible metálico

Hilo blanco

Hilo rosado

Botones metálicos de 2 cm



COLECCIÓN: "LAGUNA MAR CHIQUITA"

SERIE: FLAMENCO ANDINO PARA MUJERES

TERRENO: LLANURAS

TEMPERATURA: TEMPLADO (MAYOR A 20º)

CAMPERA
INTERIOR

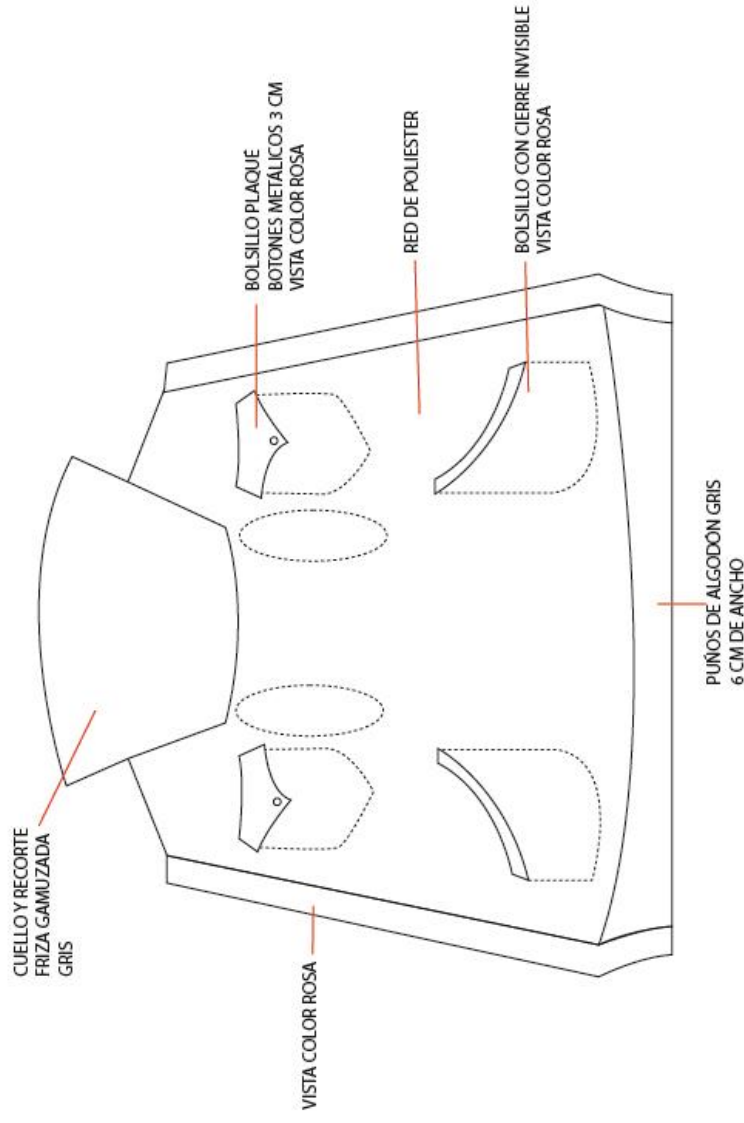
MATERIALES:

EXTERIOR: Acetato Frizado
Acetato calado

INTERIOR: Red Poliéster

AVIOS:

Cierres invisibles
Cierre visible metálico
Hilo blanco
Hilo rosado
Botones metálicos de 2 cm



Dibujos técnicos y Geométrales “Calza ¾ Flamenco Andino”.

El diseño de la siguiente prenda propone comodidad, ligereza, rápido secado y adaptabilidad.

La misma es una calza ¾, diseñada para un clima templado, en donde el usuario posiblemente introduzca parte de sus extremidades dentro del agua.

Para la confección de la prenda, se eligió elastano de seda, acorde a las propiedades que se proponían en el diseño de la misma.

Se utilizarán las tonalidades rosas y grises combinando con los diseños propuestos para la serie.

Es una prenda confortable y adaptable a cualquier prenda que se le superponga. De cintura alta, garantiza comodidad y la protección de las partes lumbares del usuario.

Posee numerosas cantidades de bolsillos, promoviendo comodidad y seguridad.

Es una alternativa, para aquellas usuarias a quienes les gusta desplazarse con comodidad y ligereza durante el día, y durante la noche pueden colocarse otra capa de prendas por encima de la misma.

COLECCIÓN: "LAGUNA MAR CHIQUITA"

SERIE: FLAMENCO ANDINO PARA MUJERES

TERRENO: LLANURAS

TEMPERATURA: TEMPLADO (MAYOR A 20°)

MATERIALES:

EXTERIOR: Elastano de Seda

CAIZA 3/4
DELANTERO

INTERIOR: Relleno de Poliamida

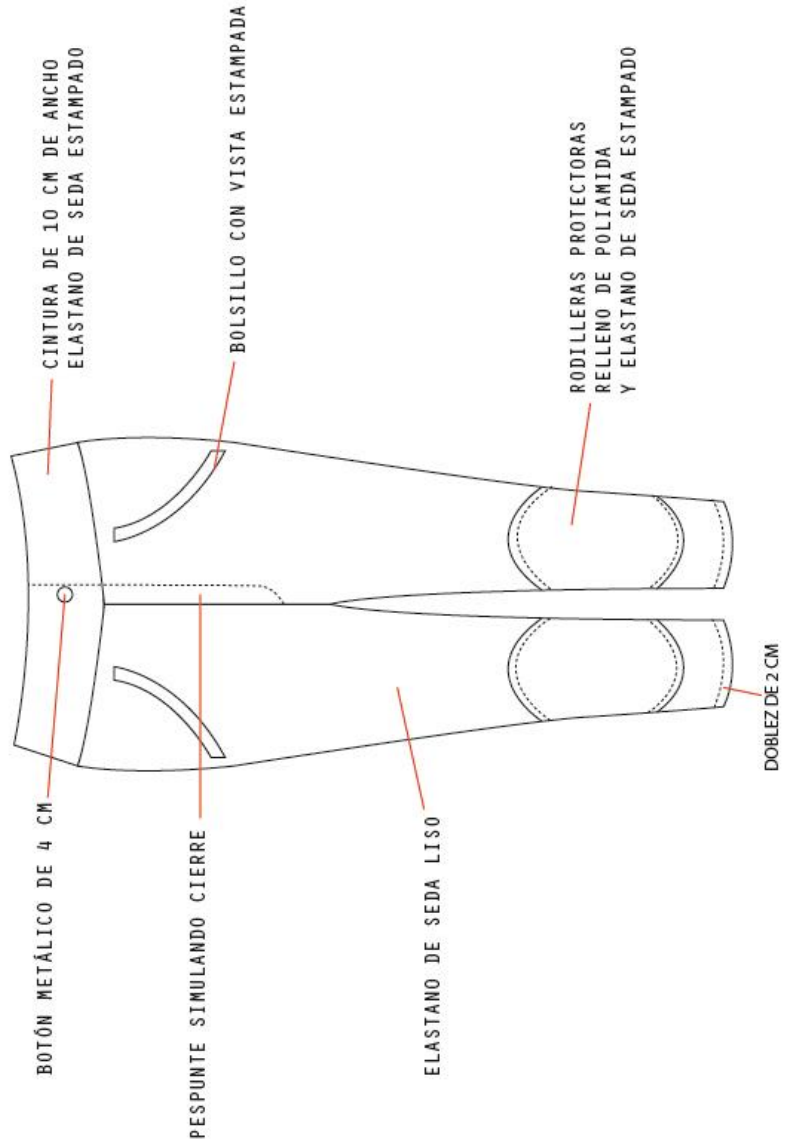
AVIOS:

Cierre visible metálico

Hilo blanco

Hilo rosado

Botones metálicos de 2 cm



COLECCIÓN: "LAGUNA MAR CHIQUITA"

SERIE: FLAMENCO ANDINO PARA MUJERES

TERRENO: LLANURAS

TEMPERATURA: TEMPLADO (MAYOR A 20°)

CAIZA 3/4

ESPALDA

AVIOS:

Cierre visible metálico

Hilo blanco

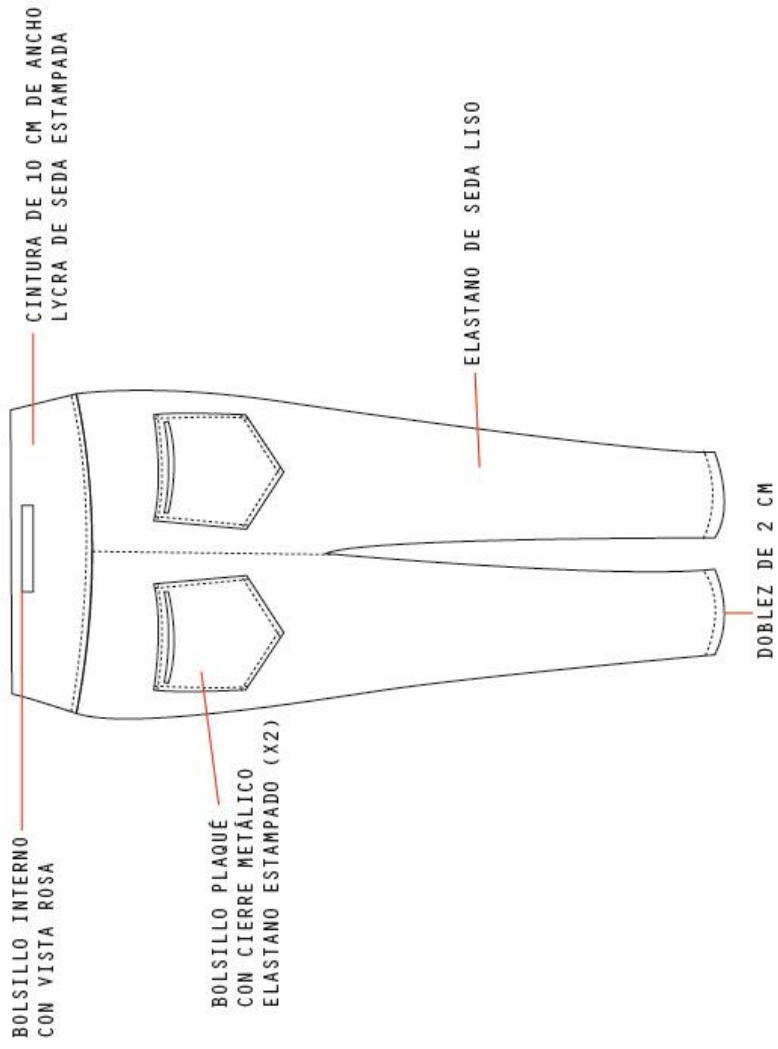
Hilo rosado

Botones metálicos de 2 cm

MATERIALES:

EXTERIOR: Elastano de Seda

INTERIOR: Relleno de Poliámida



Serie “Laguna de Mar Chiquita” hombre.

A continuación se presentará la serie “Laguna de Mar Chiquita” en su versión para hombres.

La misma plantea sofisticación y elegancia, pero a su vez confort y urbanismo. Proporciona los requerimientos técnicos necesarios para ser utilizado en un terreno templado; en donde mayormente el calor azota de día, pero el frío puede intervenir por las noches.

Sigue la línea urbana, en el cual los conjuntos se dividen en prendas desde más técnicas hasta más urbanas, promoviendo el uso de las mismas en diferentes situaciones, tanto en los viajes como en la vida cotidiana.

Dibujos técnicos y Geométrales “Camisa larga Flamenco Andino”

La siguiente camisa fue diseñada para un clima templado, y el textil que se eligió fue “gabardina” y “acetato calado”. La gabardina fue elegida por su durabilidad, resistencia y ligereza, mientras que el acetato calado por su frescura y sus propiedades anti-transpirantes.

La prenda representa urbanismo y sofisticación pero también comodidad y tecnicismo. Por eso mismo es una prenda amplia, con un cierre metálico en el centro que le brinda facilidad de apertura y la posibilidad de colocar capas de prendas por dentro en momentos de bajas temperaturas.

Combina las tonalidades del flamenco, rosados y grises, pero en este caso el tono primordial es el gris, adaptando un diseño mayormente femenino a uno masculino; a su vez estará compuesto por detalles en estampados.

Tendrá numerosos bolsillos con cierres, tanto internos como externos; brindando la seguridad y el confort necesario, posibilitando el cargamento de diferentes artefactos en el momento de realizar una aventura.

Por dentro estará forrado por red de poliéster, textil que maximiza la frescura, el aireamiento del cuerpo con sus fluidos y un tacto agradable al cuerpo.

COLECCIÓN: "LAGUNA MAR CHIQUITA"

SERIE: FLAMENCO ANDINO PARA HOMBRES

TERRENO: LLANURAS

TEMPERATURA: TEMPLADO (MAYOR A 20°)

MATERIALES:

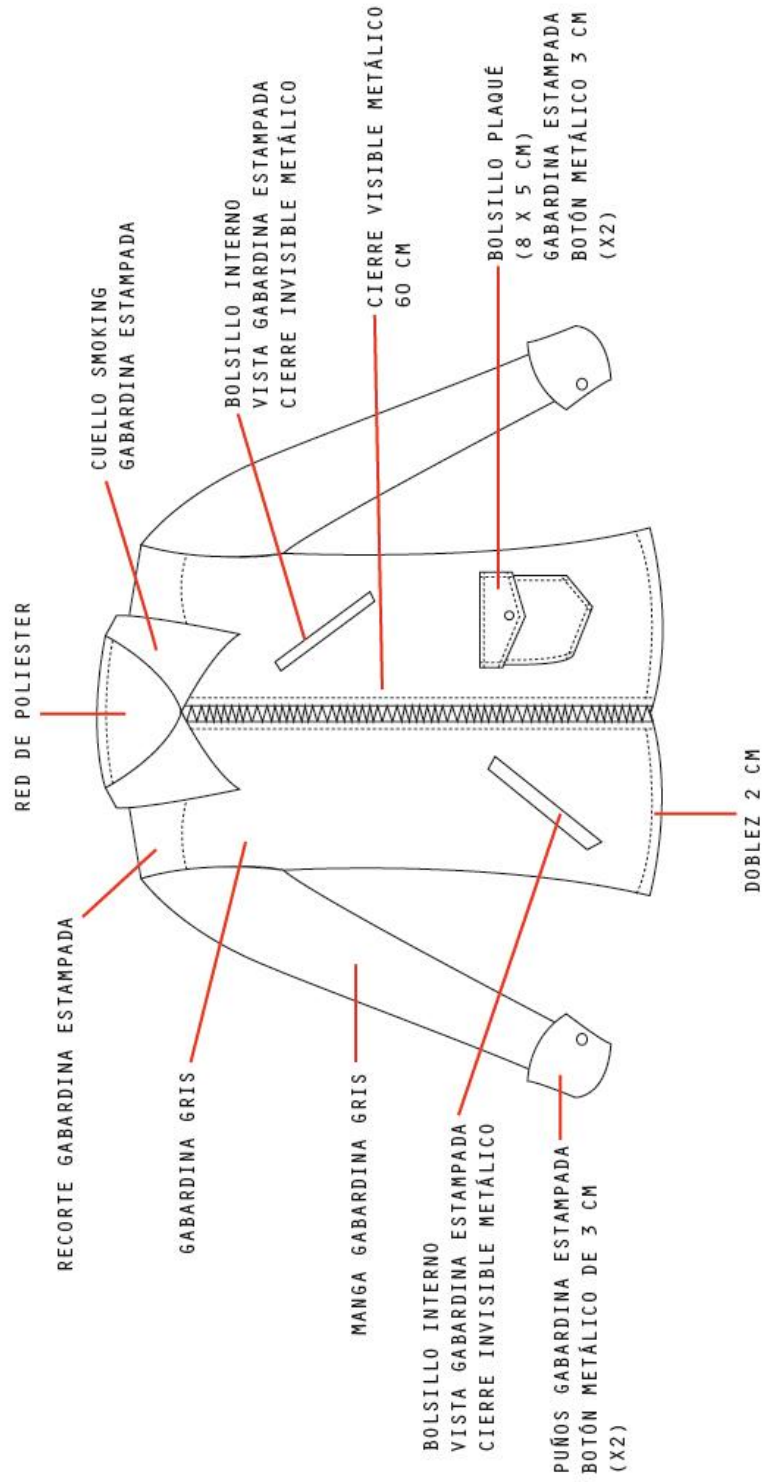
EXTERIOR: Gabardina
Acetato Calado

CAMISA
DELANTERO

INTERIOR: Red Polyester

AVIOS:

Cierres invisibles
Cierre visible metálico
Hilo blanco
Hilo rosado



COLECCIÓN: "LAGUNA MAR CHIQUITA"

SERIE: FLAMENCO ANDINO PARA HOMBRES

TERRENO: LLANURAS

TEMPERATURA: TEMPLADO (MAYOR A 20°)

CAMISA
ESPALDA

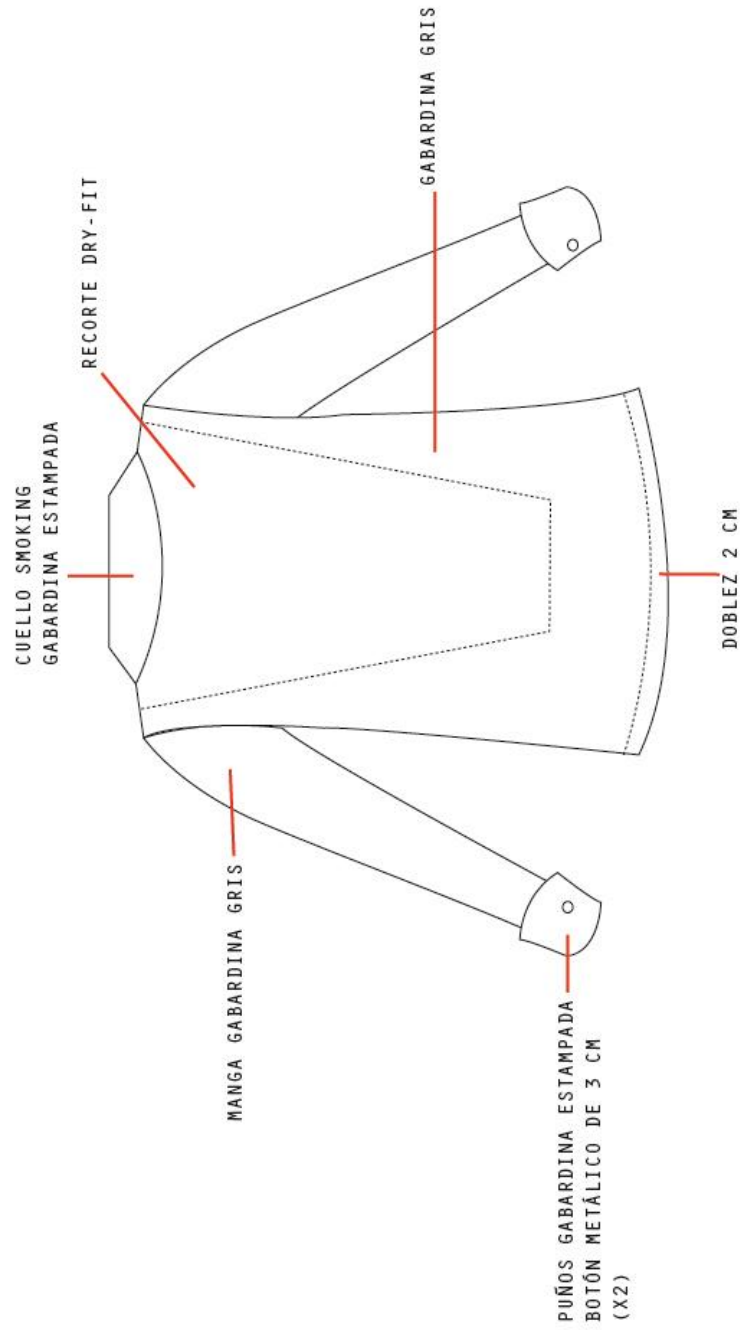
MATERIALES:

EXTERIOR: Gabardina Anti-Desgarro
Dry Fit

INTERIOR: Red Polliester

AVIOS:

Cierres invisibles
Cierre visible metálico
Hilo blanco
Hilo rosado



SERIE: "LAGUNA DE MAR CHIQUITA" PARA HOMBRE

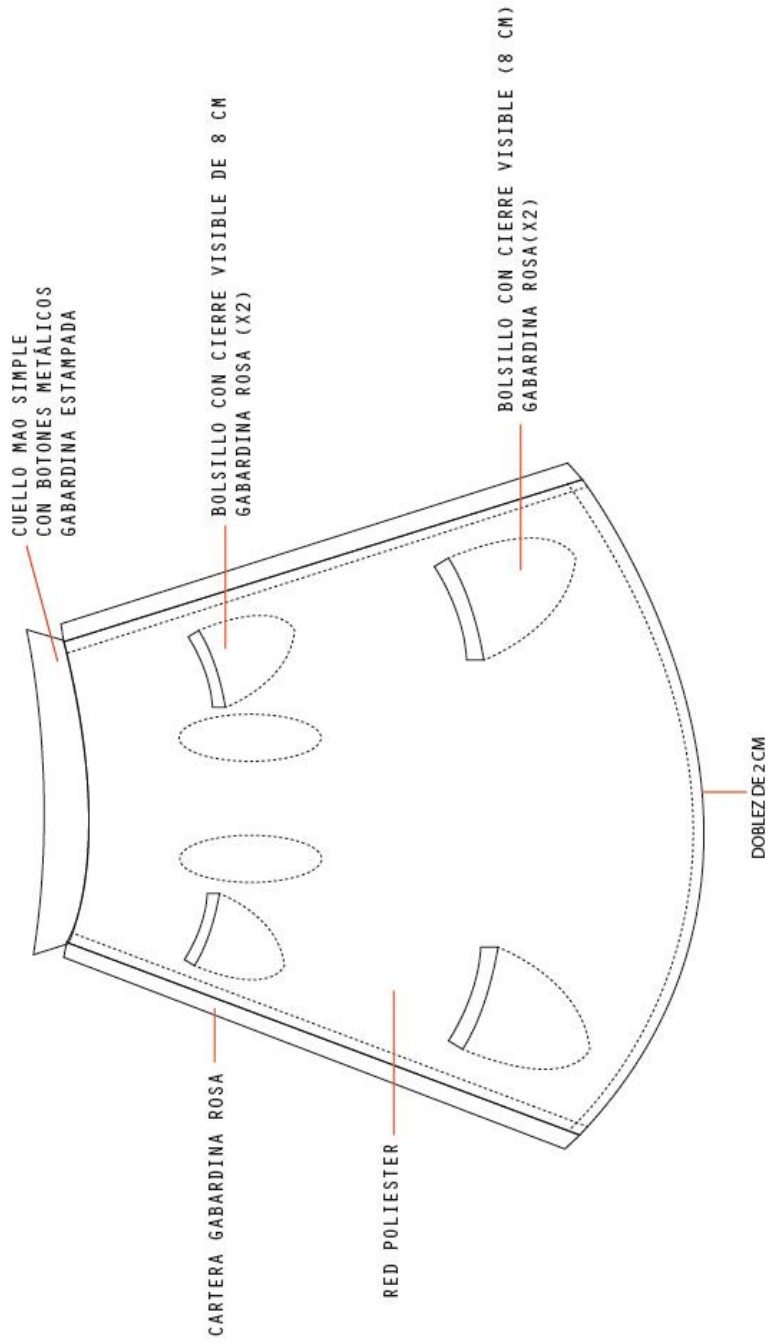
TERRENO: LLANURAS
TEMPERATURA: TEMPLADO (MAYOR A 20°)

**CAMISA
INTERIOR**

MATERIALES:
EXTERIOR: Gabardina Anti-Desgarro
Acetato calado

INTERIOR: Red Poliéster

AVIOS:
Cierres invisibles
Cierres visibles plásticos
Hilo blanco
Hilo rosado
Botones metálicos de 2 cm



Dibujos técnicos y Geométrales “Pantalón pescador Flamenco Andino”

La siguiente prenda, también perteneciente al conjunto “Laguna de Mar Chiquita” para hombres, es un pantalón $\frac{3}{4}$ diseñado para poder ser utilizado en terrenos en donde abundan las zonas húmedas y los terrenos acuáticos.

Para el mismo, se eligió principalmente el textil Friza Gamuzada, por su comodidad, ligereza y calidez. Es una prenda que no ocupa gran tamaño y puede ser transportada fácilmente en una mochila.

Es de tonalidades grises y rosadas y gran parte del mismo está estampado bajo el concepto de “Flamenco Andino”. En su interior está forrado por red de poliéster, debido a su frescura y tacto agradable con el cuerpo.

El mismo posee tiro alto y cintura ancha para una mayor comodidad y sensación de protección y calidez a las zonas medias del cuerpo. Posee numerosos bolsillos con cierre promoviendo seguridad y comodidad a la hora de transportar diferentes instrumentos.

La idea original de un pantalón $\frac{3}{4}$ es que no se humedezca al momento de cruzar terrenos acuáticos y a la vez brinda frescura ante un clima cálido.

COLECCIÓN: "LAGUNA MAR CHIQUITA"

SERIE: FLAMENCO ANDINO PARA HOMBRES

TERRENO: LLANURAS

TEMPERATURA: TEMPLADO (MAYOR A 20°)

PANTALÓN 3/4
DELANTERO

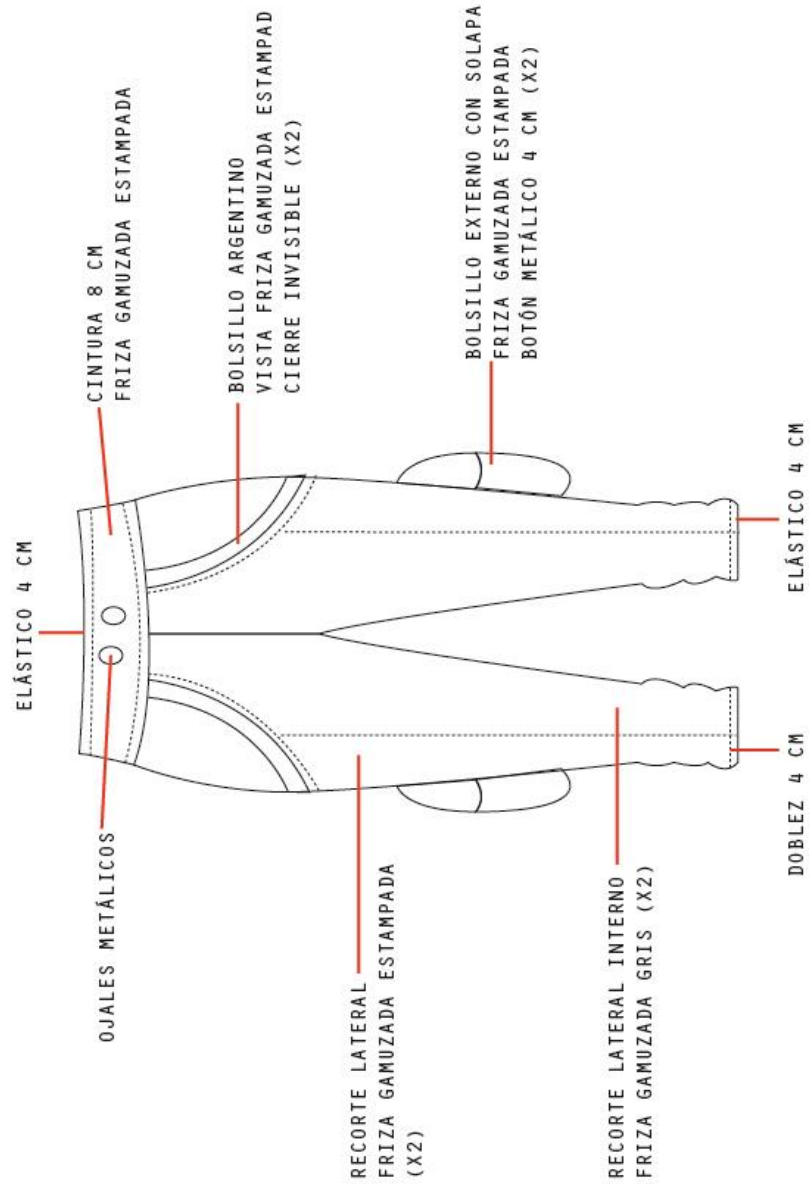
MATERIALES:

EXTERIOR: Friza Gamuzada
Dry Fit

INTERIOR: Red Polyester

AVIOS:

Cierres invisibles
Ojales metálicos
Elástico 4 cm
Botones metálicos
Hilo blanco



COLECCIÓN: "LAGUNA MAR CHIQUITA"

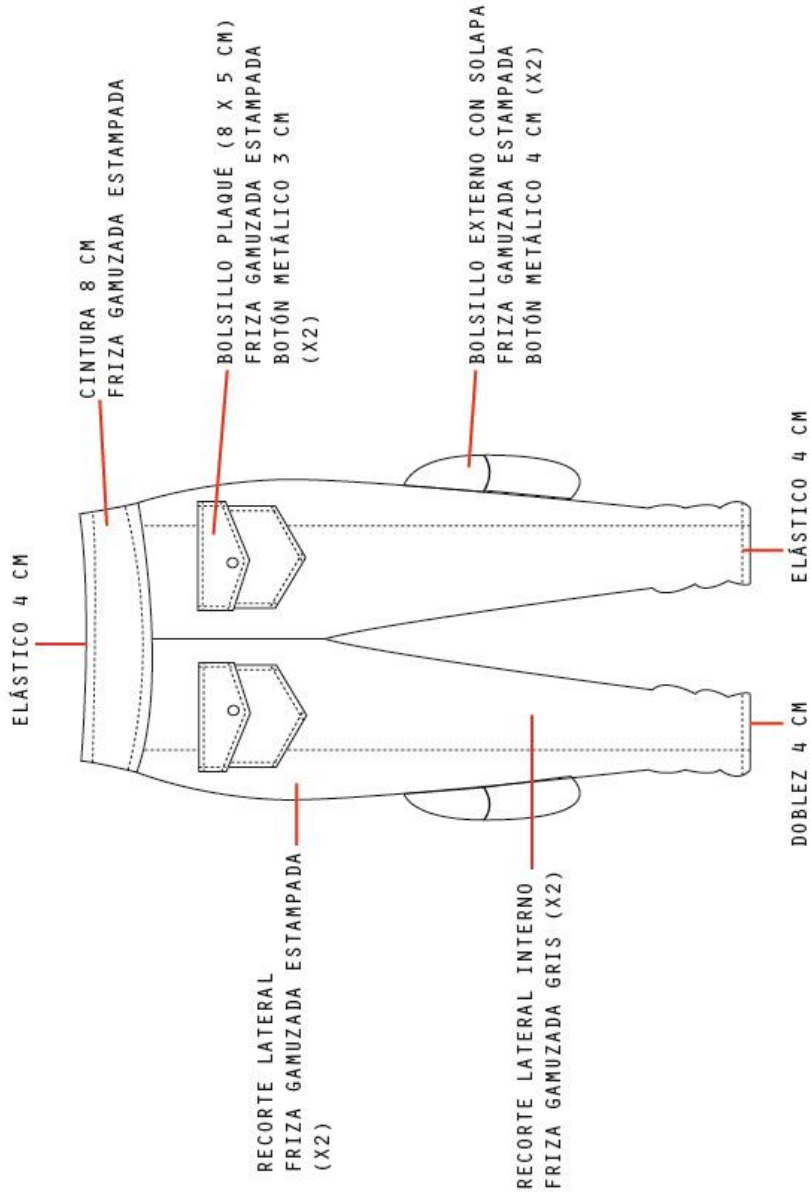
SERIE: FLAMENCO ANDINO PARA HOMBRES

TERRENO: LLANURAS
TEMPERATURA: TEMPLADO (MAYOR A 20°)

MATERIALES:
EXTERIOR: Friza Gamuzada
Dry Fit

PANTALÓN 3/4
ESPALDA

AVIOS:
Cierres invisibles
Ojales metálicos
Elástico 4 cm
Botones metálicos
Hilo blanco



Dibujos técnicos y Geométrales “Sobretudo Flamenco Andino”

El siguiente diseño también pertenece a la serie “Laguna de Mar Chiquita”, y es un sobre todo para hombres.

El mismo plantea un diseño sofisticado y elegante, como así también posee los tecnicismos necesarios para el tipo de terreno y clima, y también un condimento urbano para poder ser utilizado en las tareas cotidianas.

El textil elegido para su exterior fue la Friza Gamuzada. En un diseño amplio, es ideal para ser superpuesta por otras capas internas de prendas. El diseño del mismo, propicia frescura y dinamismo, y a su vez posee numerosos bolsillos tanto internos como externos para garantizar comodidad y seguridad.

De cuello alto, brinda calidez y seguridad. Sus mangas son desmontables para aquellos momentos en dónde la temperatura se eleva.

Sus avíos son metálicos, brindando sofisticación, elegancia y calidad.

Por dentro estará forrado por red de poliéster, para garantizar una temperatura fresca y un tacto agradable con el cuerpo.

En zonas como la espalda y las axilas, estará cubierto por acetato calado, que brinda absorción de líquidos y mantiene el área seca.

COLECCIÓN: "LAGUNA MAR CHIQUITA"

SERIE: FLAMENCO ANDINO PARA HOMBRES

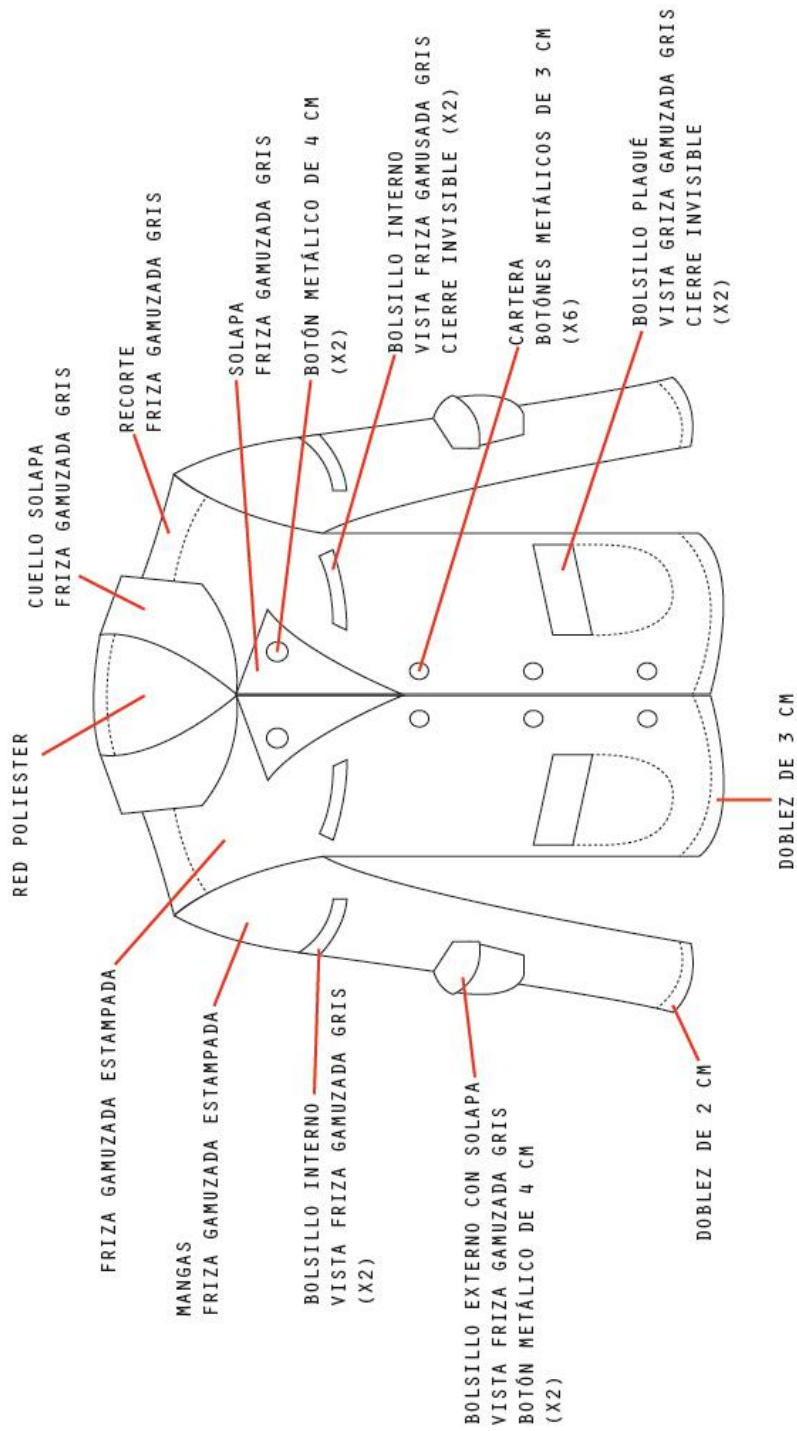
TERRENO: LLANURAS
TEMPERATURA: TEMPLADO (MAYOR A 20°)

MATERIALES:
EXTERIOR: Friza Gamuzada
Dry Fit

AVIOS:
Cierres invisibles
Botones metálicos
Hilo rosa
Hilo gris

CAMPERA
FRENTE

INTERIOR: Red Poliester



COLECCIÓN: "LAGUNA MAR CHIQUITA"

SERIE: FLAMENCO ANDINO PARA HOMBRES

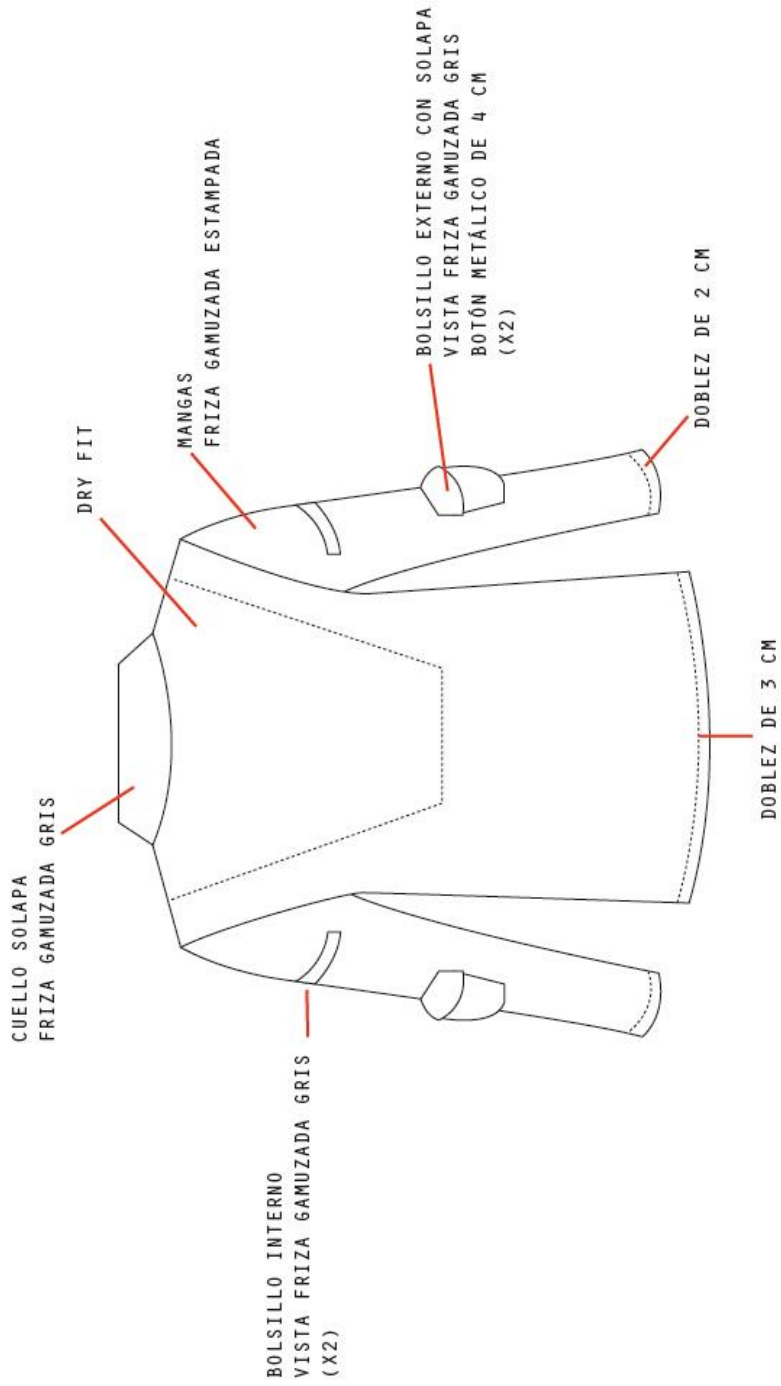
TERRENO: LLANURAS
TEMPERATURA: TEMPLADO (MAYOR A 20°)

CAMPERA
ESPALDA

MATERIALES:
EXTERIOR: Friza Gamuzada
Dry Fit

INTERIOR: Red Polliester

AVIOS:
Cierres invisibles
Botones metálicos
Hilo rosa
Hilo gris



COLECCIÓN: "LAGUNA MAR CHIQUITA"

SERIE: FLAMENCO ANDINO PARA HOMBRES

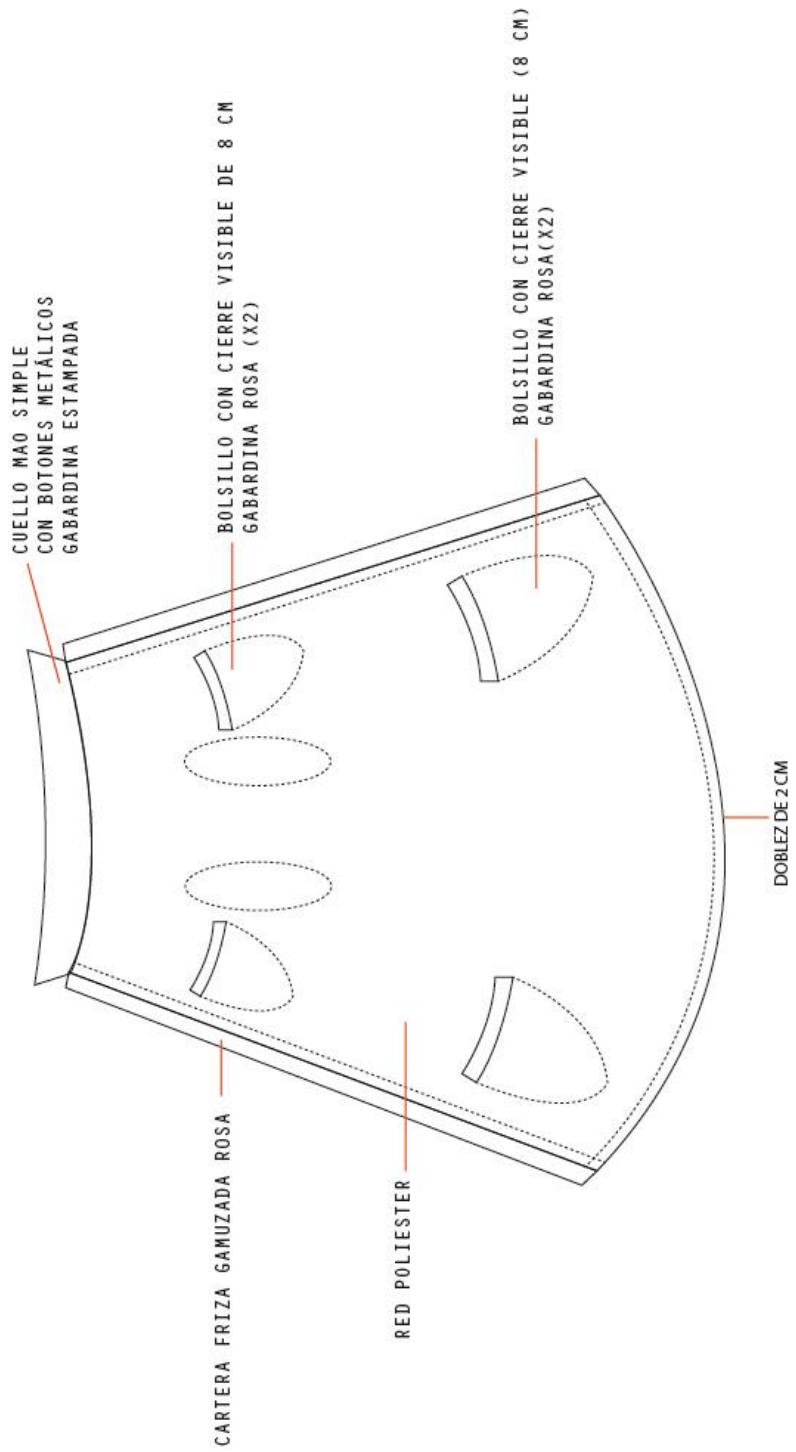
TERRENO: LLANURAS
TEMPERATURA: TEMPLADO (MAYOR A 20°)

MATERIALES:
EXTERIOR: Friza Gamuzada
Dry Fit

AVIOS:
Cierres invisibles
Botones metálicos
Hilo rosa
Hilo gris

CAMPERA
INTERIOR

INTERIOR: Red Poliester



4.4.2 Serie “Ayres de Cafayate”.

4.4.2.1 Breve introducción geográfica de Cafayate.

Cafayate, ubicado en la provincia de Salta, es la ciudad más importante dentro del circuito turístico de los Valles Calchaquíes. Aún conserva las características de su arquitectura colonial; sus calles, su iglesia. Un atractivo particular es el molino de maíz del siglo XVIII, hecho por los Jesuitas.

Cafayate tiene un clima desértico. A lo largo del año, casi no hay precipitaciones. La temperatura media anual se encuentra a 16.2º y las precipitaciones anuales son de 186 mm al año.

El clima es seco y templado, gozando de más de 300 días de sol al año. Existe una gran amplitud térmica entre el día y la noche.

4.4.2.2 Dibujos Técnicos y Geométrales serie “Ayres de Cafayate”.

A continuación se detallarán los geometrales y dibujos técnicos de la serie “Gato Andino” para mujeres.

Dibujos técnicos y Geométrales “Camisola Gato Andino”.

El siguiente diseño pertenece a la colección “Ayres de Cafayate” y está representado por el Gato Andino.

La misma es una camisola de contextura amplia y fresca, con un diseño sobrio y sofisticado.

Esta prenda está preparada para un clima de templado a frío, por lo que se utilizó como principal textil el algodón organdí, por sus propiedades resistentes, de fácil secado y conductor del calor. A su vez no se arruga, por lo que permite que la prenda conserve una mejor presentación por más tiempo.

Es amplia, para posibilitar el uso de capas interiores en momentos de menos temperatura, y para los momentos de mayor calor, posee acetato calado en las zonas de mayor transpiración, para una fácil absorción e impedimento de filtraciones húmedas.

Posee detalles en sus amplias mangas, las cuales estarán estampadas en la parte inferior, al igual que en la parte inferior de la prenda.

Tiene gran número de bolsillos, lo que posibilita un mayor grado de comodidad y seguridad al momento de transportar objetos.

Esta prenda amplia, fresca y sofisticada, es ideal para aquellas mujeres quienes disfrutan de pasar momentos al aire libre protegidas y con estilo. Femeninas, sobrias y delicadas.

COLECCIÓN: "AYRES DE CAFAYATE"

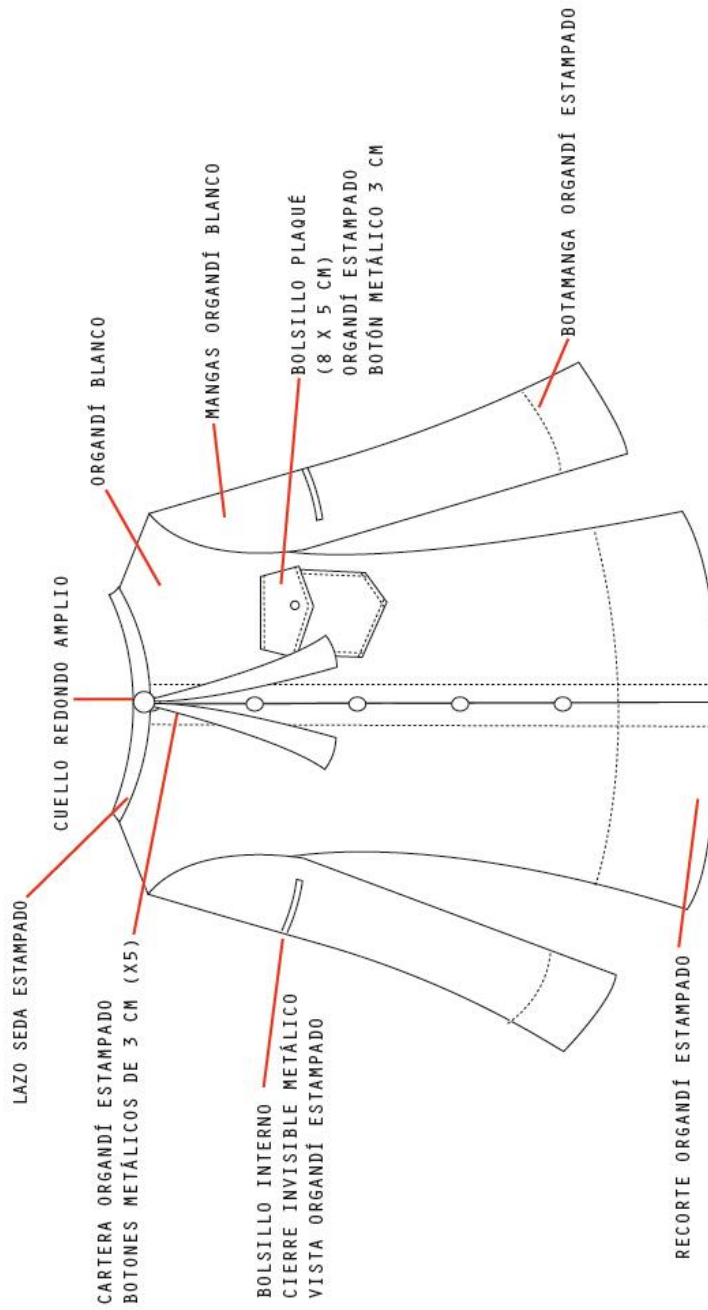
SERIE: GATO ANDINO PARA MUJER

TERRENO: ÁRIDO/MONTAÑOSO
TEMPERATURA: VARIABLE (ENTRE 5° Y 30°)

CAMISA
FRENTE

MATERIALES:
EXTERIOR: Muselina Organdí
Dry Fit

AVIOS:
Cierres invisibles
Botons metálicos
Hilo blanco
Hilo marrón
Lazo de seda



COLECCIÓN: "AYRES DE CAFAYATE"

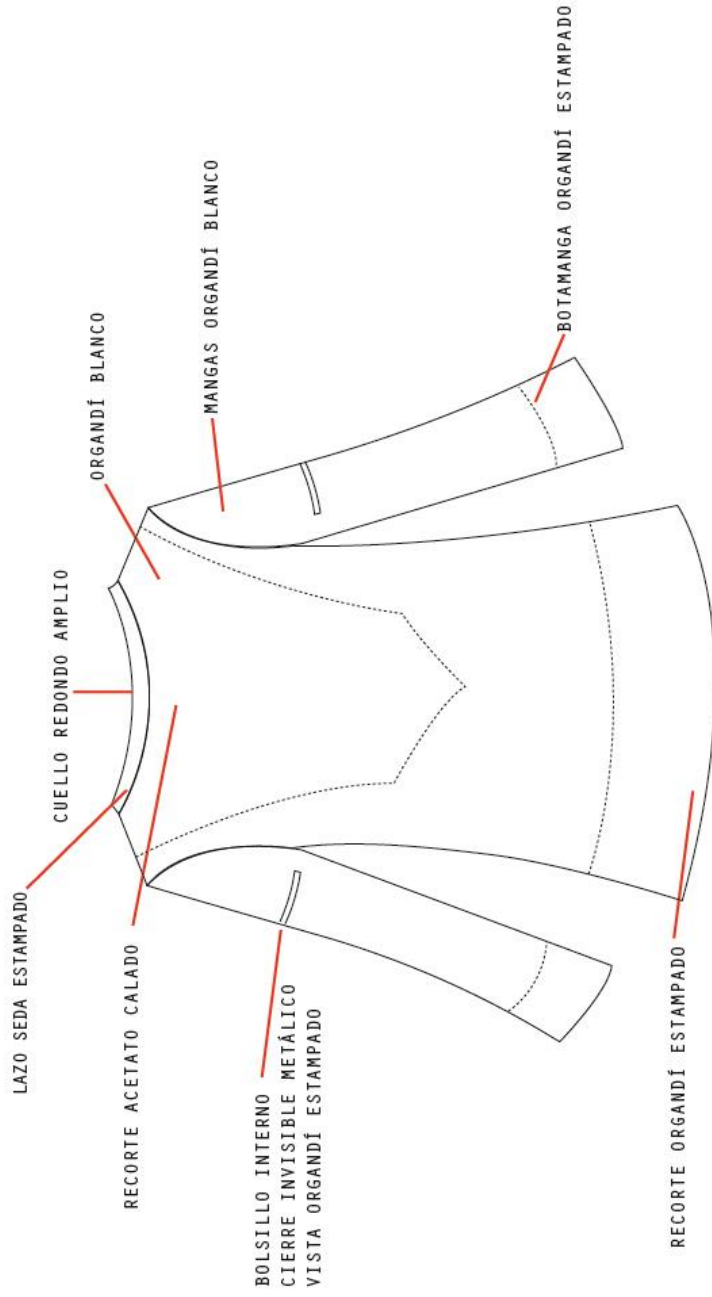
SERIE: GATO ANDINO PARA MUJER

TERRENO: ÁRIDO/MONTAÑOSO
TEMPERATURA: VARIABLE (ENTRE 5° Y 30°)

CAMISA
ESPALDA

AVIOS:
Cierres invisibles
Botons metálicos
Hilo blanco
Hilo marrón
Lazo de seda

MATERIALES:
EXTERIOR: Muselina Organdí
Acetato Calado



Dibujos técnicos y Geométrales “Sobretudo Gato Andino”

La siguiente prenda también pertenece a la colección “Ayres de Cafayate” y está estampada por el Gato Andino.

El mismo es un sobretodo cálido y amplio. Confeccionado por friza gamuzada y algodón frizado para brindar una temperatura agradable al cuerpo en climas fríos, a su vez promueve la fácil movilidad, comodidad y seguridad del usuario.

De interior forrado por acetato calado, brinda fresca y óptimo contacto con el cuerpo.

Posee numerosos bolsillos tanto internos como externos, brindando comodidad y seguridad al usuario.

Es un diseño sofisticado, que continúa con una línea sobria y delicada. Para utilizar en climas de bajas temperaturas, protege las zonas del cuerpo altas, lumbares y bajas; tanto por su largo, como por sus detalles orientados a la protección y óptimo rendimiento.

COLECCIÓN: "AYRES DE CAFAYATE"

SERIE: GATO ANDINO PARA MUJER

TERRENO: ÁRIDO/MONTAÑOSO

TEMPERATURA: VARIABLE (ENTRE 5° Y 30°)

MATERIALES:

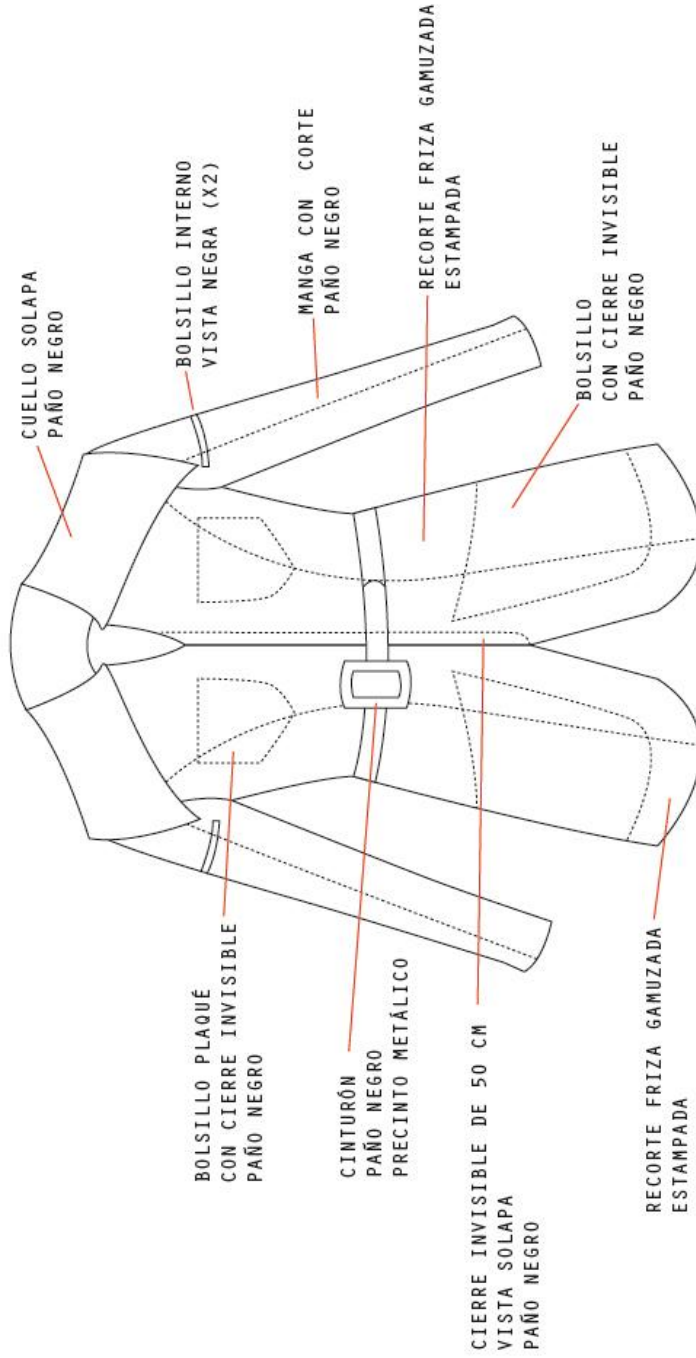
**EXTERIOR: Friza Gamuzada
Paño**

**SOBRETUDO
DELANTERO**

INTERIOR: Red de Poliéster

AVIOS:

Cierres invisibles
Botons metálicos
Hilo blanco
Hilo marrón
Precinto metálico



COLECCIÓN: "AYRES DE CAFAYATE"

SERIE: GATO ANDINO PARA MUJER

TERRENO: ÁRIDO/MONTAÑOSO

TEMPERATURA: VARIABLE (ENTRE 5° Y 30°)

MATERIALES:

EXTERIOR: Friza Gamuzada
Paño

Red de Urdimbre

INTERIOR: Red de Poliéster

AVIOS:

Cierres invisibles

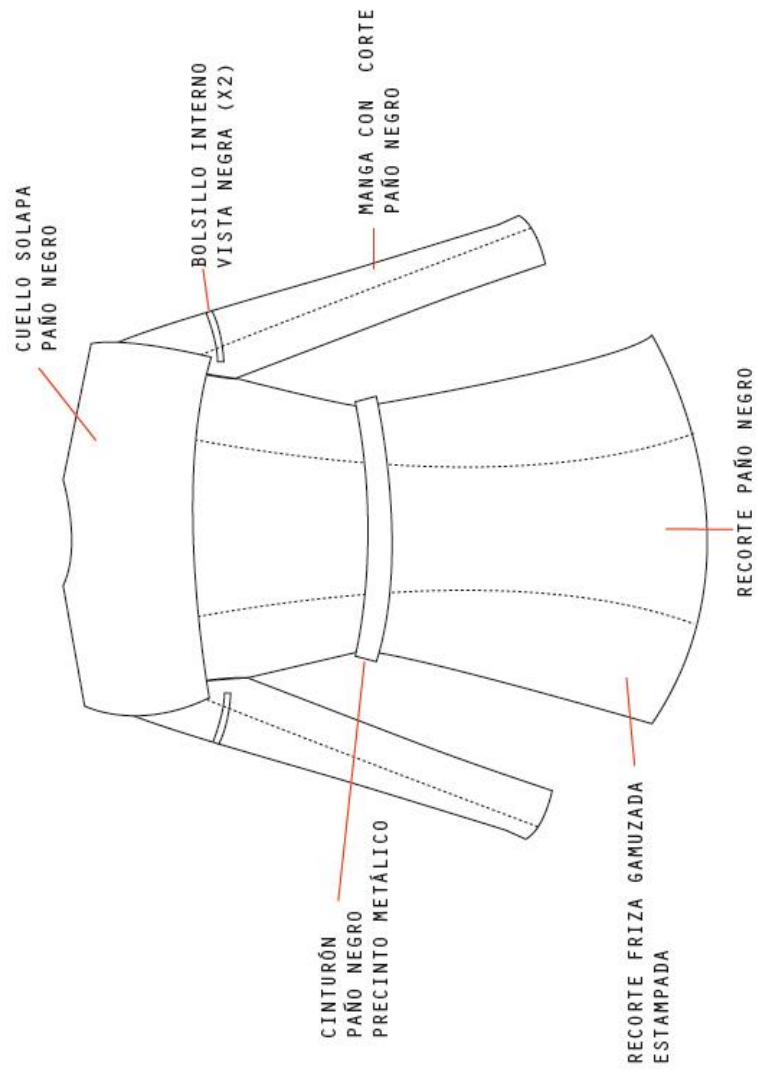
Botons metálicos

Hilo blanco

Hilo marrón

Precinto metálico

SOBRETUDO
ESPALDA



COLECCIÓN: "AYRES DE CAFAYATE"

SERIE: GATO ANDINO PARA MUJER

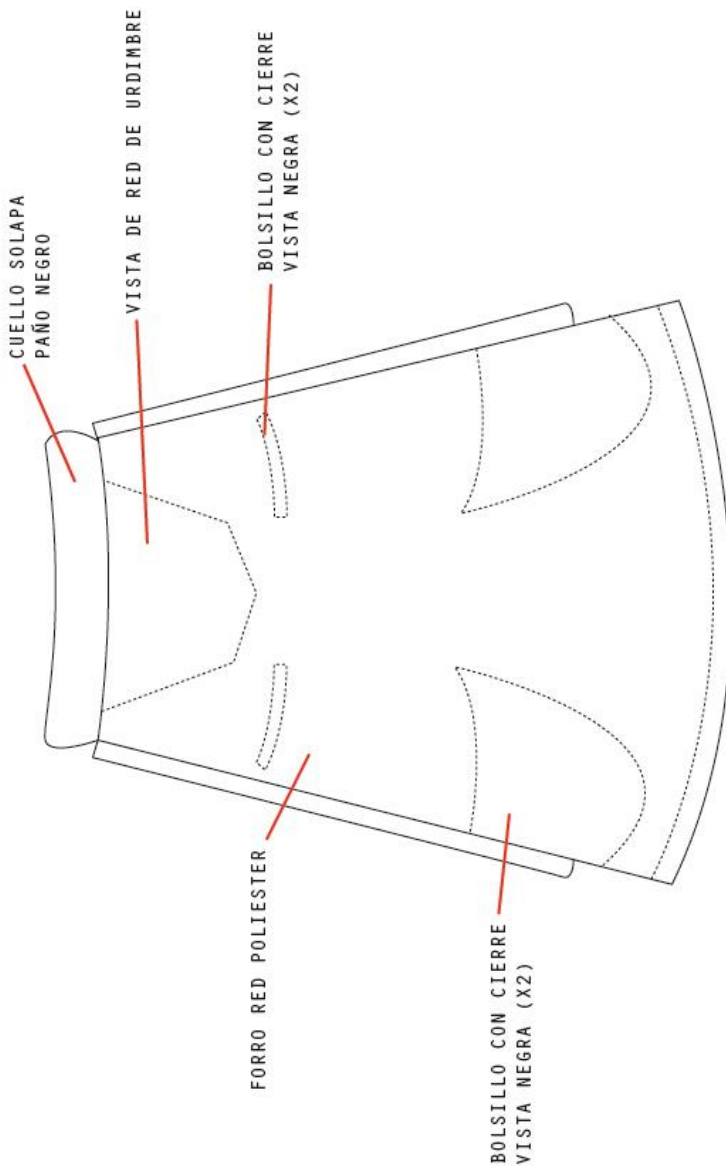
TERRENO: ÁRIDO/MONTAÑOSO
TEMPERATURA: VARIABLE (ENTRE 5° Y 30°)

MATERIALES:
EXTERIOR: Friza Gamuzada
Paño
Red de Urdimbre

AVIOS:
Cierres invisibles
Botons metálicos
Hilo blanco
Hilo marrón
Precinto metálico

SOBRETUDO
VISTA INTERNA

INTERIOR: Red de Poliéster



Dibujos técnicos y Geométrales “Pantalón Gato Andino”

La siguiente prenda pertenece a la serie “Aires de Cafayate” y está representada por el Gato Andino.

Es mismo es un pantalón de bota angosta, diseñado para climas templados a frío. Los textiles utilizados fueron friza gamuzada y acetato frizado, debido a su cualidad térmica que mantiene el cuerpo en agradable temperatura.

Las tonalidades varían del negro al marrón, haciendo juego con los tonos de la estampa del Gato Andino.

Posee numerosos bolsillos, brindando seguridad. Cintura alta para proteger y brindar calor a las zonas lumbares y en su interior está forrado por red de poliéster para brindar una óptima conducción del calor y un agradable contacto con el cuerpo.

Un lazo en la cintura y los detalles en el dobléz del pantalón, hacen de la prenda, un pantalón sofisticado, sobrio y femenino. De fácil camuflaje en el ambiente y óptima capacidad de expansión y movimiento.

COLECCIÓN: "AYRES DE CAFAYATE"

SERIE: GATO ANDINO PARA MUJER

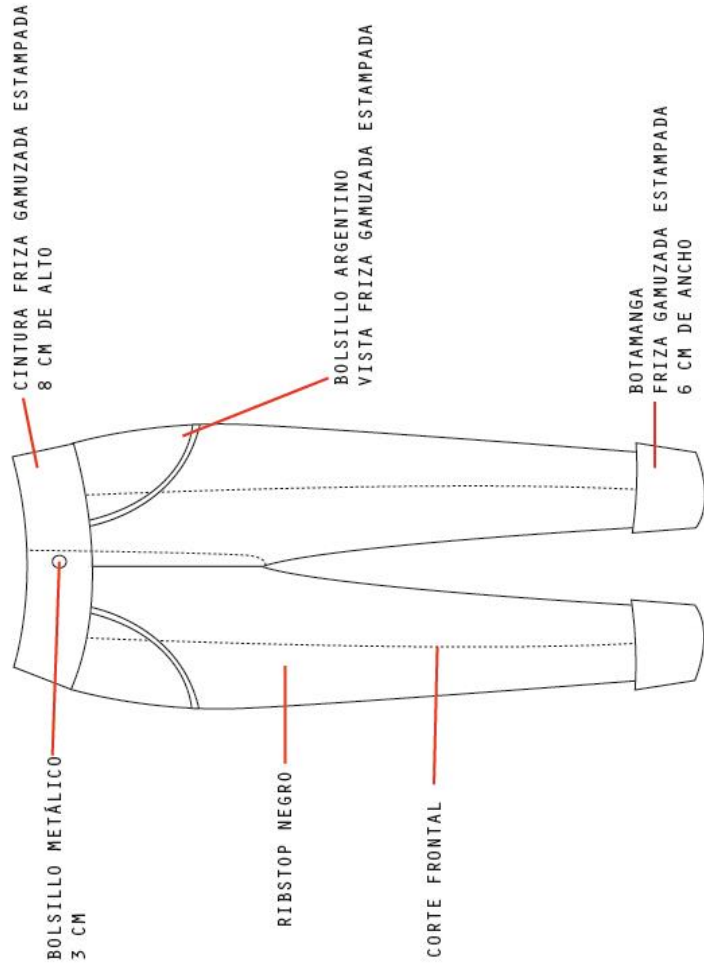
TERRENO: ÁRIDO/MONTAÑOSO
TEMPERATURA: VARIABLE (ENTRE 5° Y 30°)

MATERIALES:
EXTERIOR: Friza Gamuzada
Ribstop

INTERIOR: Red de Poliéster

AVIOS:
Cierres invisibles
Botons metálicos
Hilo blanco
Hilo marrón
Hilo negro

PANTALÓN
DELANTERO



COLECCIÓN: "AYRES DE CAFAYATE"

SERIE: GATO ANDINO PARA MUJER

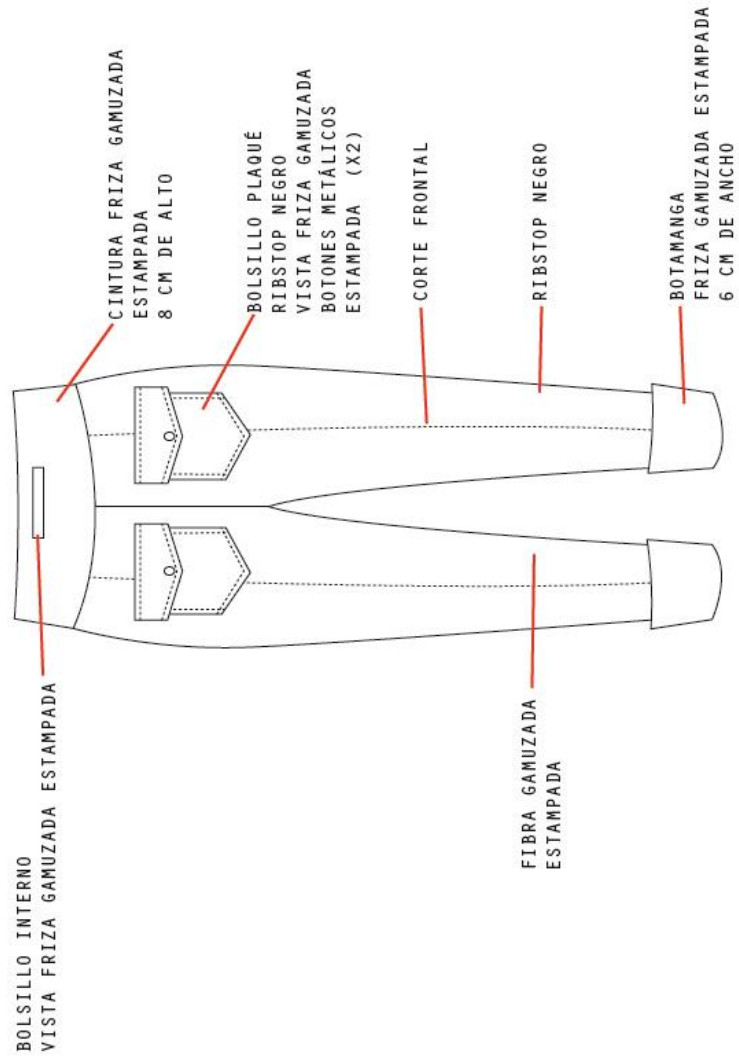
TERRENO: ÁRIDO/MONTAÑOSO
TEMPERATURA: VARIABLE (ENTRE 5° Y 30°)

MATERIALES:
EXTERIOR: Friza Gamuzada
Ribstop

INTERIOR: Red de Poliéster

AVIOS:
Cierres invisibles
Botons metálicos
Hilo blanco
Hilo marrón
Hilo negro

PANTALÓN
ESPALDA



A continuación se detallarán los geometales y dibujos técnicos de la serie “Gato Andino” para hombres.

Dibujos técnicos y Geometales “Camisola Gato Andino”.

La siguiente prenda corresponde a la serie “Ayres de Cafayate” y está representada por el Gato Andino.

La misma es una camisola amplia y fresca, confeccionada por textil organdí, el cual tiene propiedades resistentes, de secado rápido y brinda una temperatura cálida y agradable al cuerpo. A su vez es de contextura amplia, brindando la posibilidad de colocar capas internas de prendas en momentos de menores temperaturas.

Posee detalles estampados en puños y en la zona inferior de la prenda; sin embargo, prioriza la sobriedad y sofisticación.

En las partes de mayor vulnerabilidad en cuanto a humedad y transpiración, posee recortes de acetato calado, brindando una máxima absorción y secado rápido de la prenda.

Es una prenda ideal para temperaturas que varían de cálidas a frías y posee una óptima adaptación al ambiente.

COLECCIÓN: "AYRES DE CAFAYATE"

SERIE: GATO ANDINO PARA HOMBRES

TERRENO: ÁRIDO/MONTAÑOSO

TEMPERATURA: VARIABLE (ENTRE 5° Y 30°)

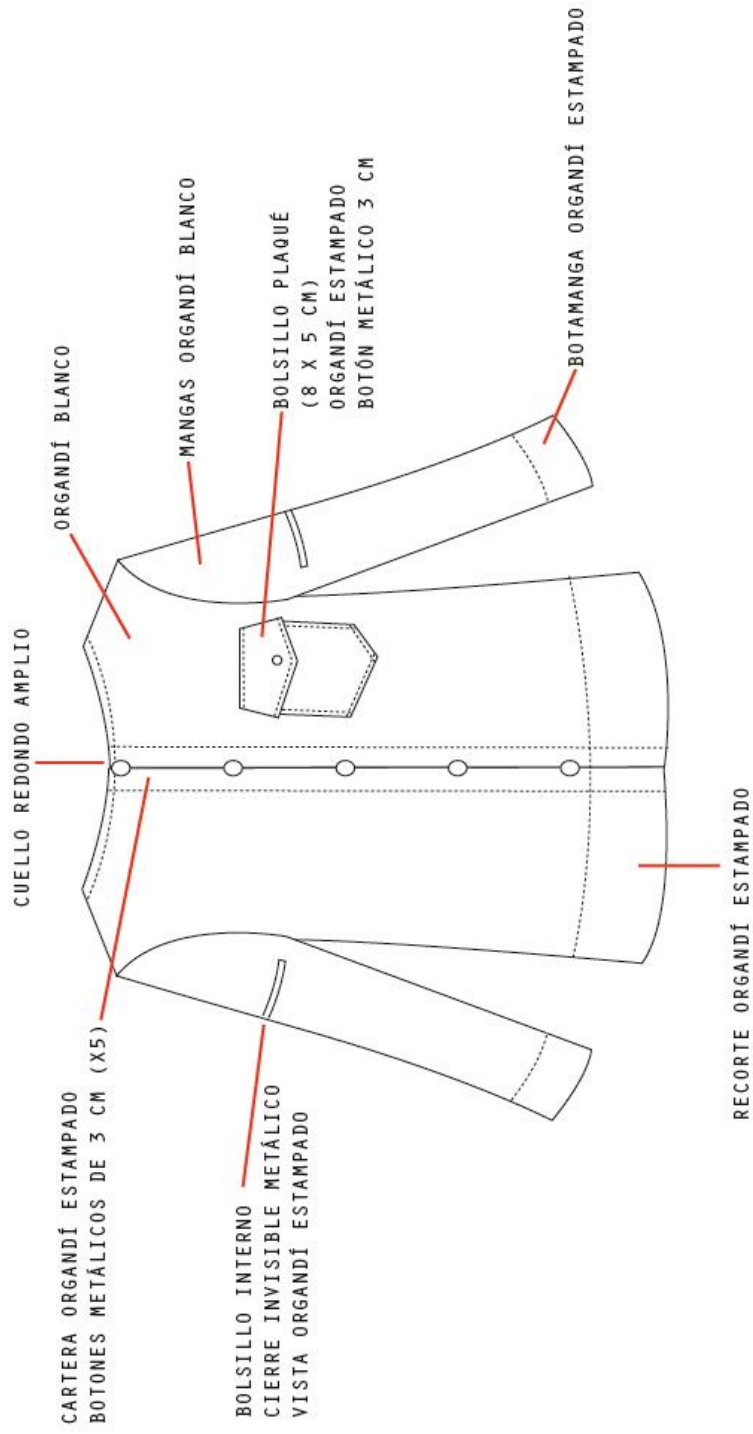
CAMISA
FRENTE

MATERIALES:

EXTERIOR: Muselina Organdí
Dry Fit

AVIOS:

Cierres invisibles
Botons metálicos
Hilo blanco
Hilo marrón



COLECCIÓN: "AYRES DE CAFAYATE"

SERIE: GATO ANDINO PARA HOMBRES

TERRENO: ÁRIDO/MONTAÑOSO
TEMPERATURA: VARIABLE (ENTRE 5° Y 30°)

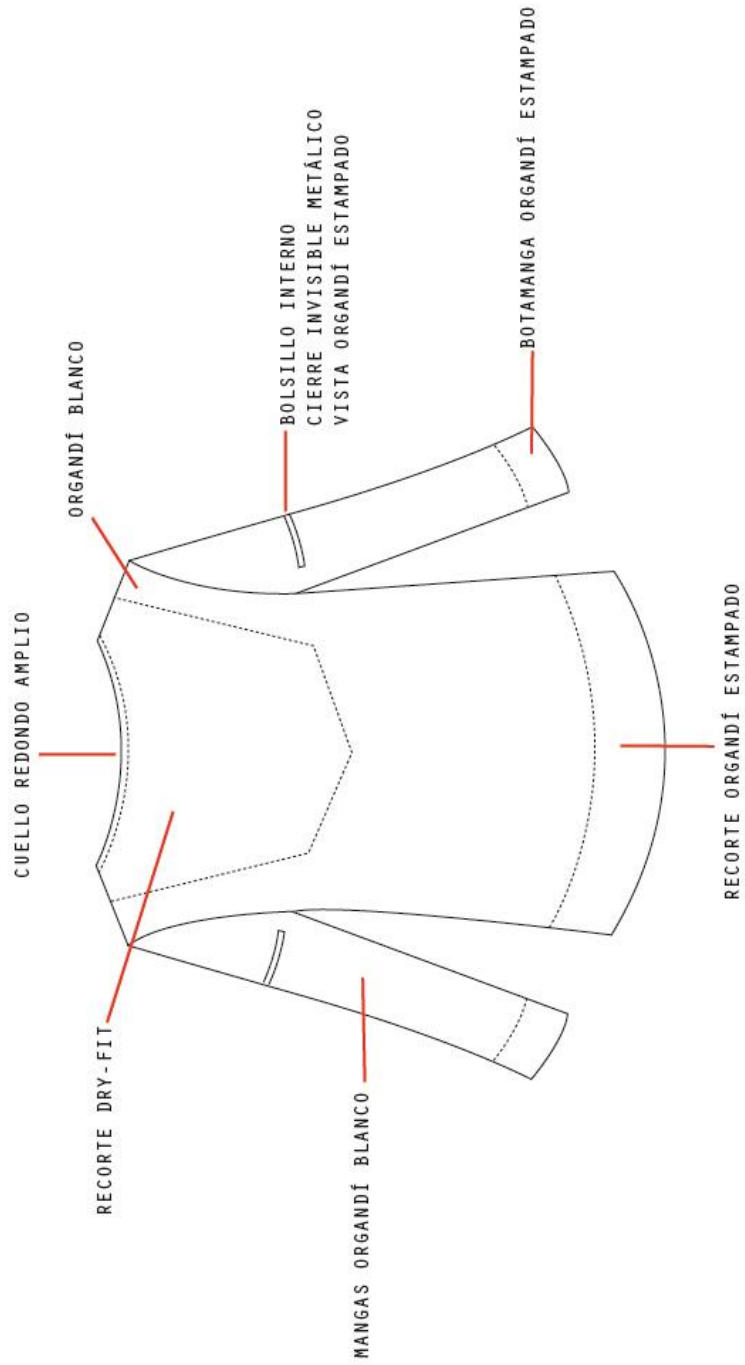
CAMISA
ESPALDA

MATERIALES:

EXTERIOR: Muselina Organdi
Dry Fit

AVIOS:

Cierres invisibles
Botons metálicos
Hilo blanco
Hilo marrón



Dibujos técnicos y Geométrales “Buzo Gato Andino”.

La siguiente prenda corresponde a la serie “Ayres de Cafayate” y está representada por el Gato Andino.

El mismo es un buzo de friza de algodón, brindando una agradable temperatura, resistencia y secado rápido ante temperaturas de cálidas a frías.

Por dentro se encuentra forrado por acetato calado, evadiendo la humedad y promoviendo un tacto agradable con el cuerpo.

En el centro de la misma, es la única prenda que llevará la técnica de bordado; el cual será la figura del Gato Andino.

De confección sencilla pero respetando las normas que se requieren para estos tipos de terrenos, el buzo del Gato Andino, pretende ser de óptima utilización; amplio para colocar capas de prendas internamente, de fácil guardado para no ocupar excedentes de lugar, cómodo y urbano.

COLECCIÓN: "AYRES DE CAFAYATE"

SERIE: GATO ANDINO PARA HOMBRES

TERRENO: ÁRIDO/MONTAÑOSO
TEMPERATURA: VARIABLE (ENTRE 5° Y 30°)

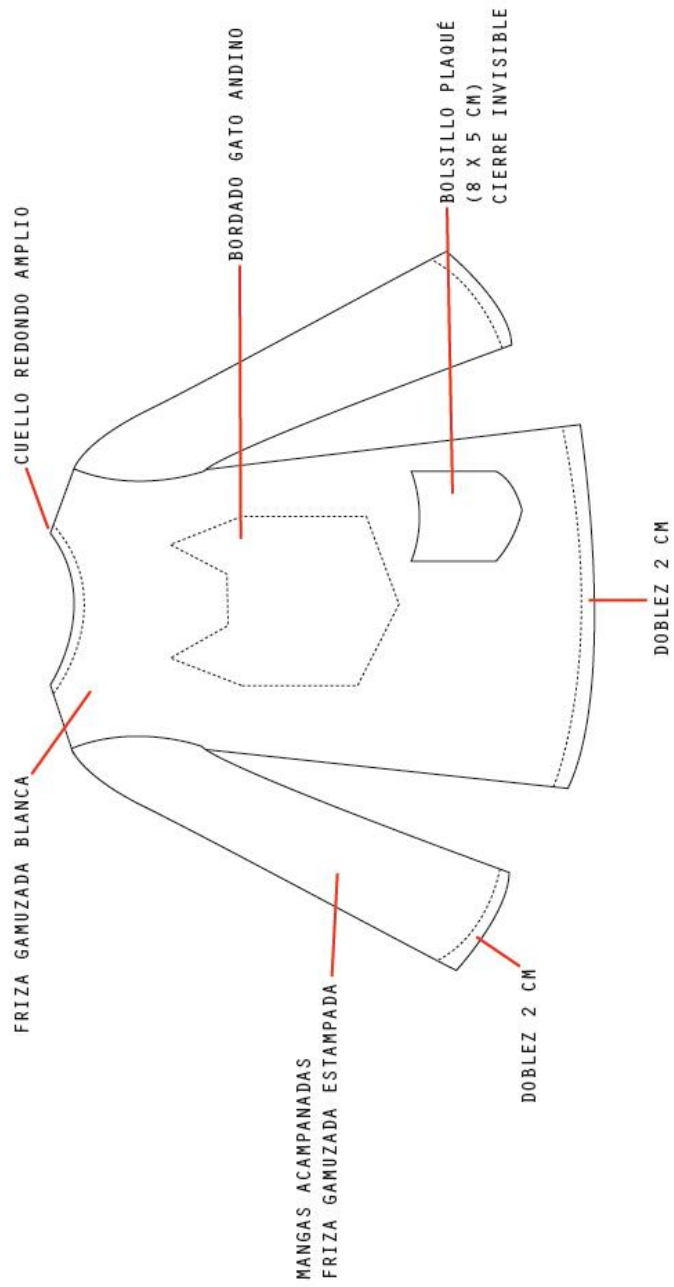
**BUZO
DELANTERO**

MATERIALES:

EXTERIOR: Friza Gamuzada

INTERIOR: Red Polyester

AVIOS:
Cierres invisibles
Hilo blanco
Hilo marrón



COLECCIÓN: "AYRES DE CAFAYATE"

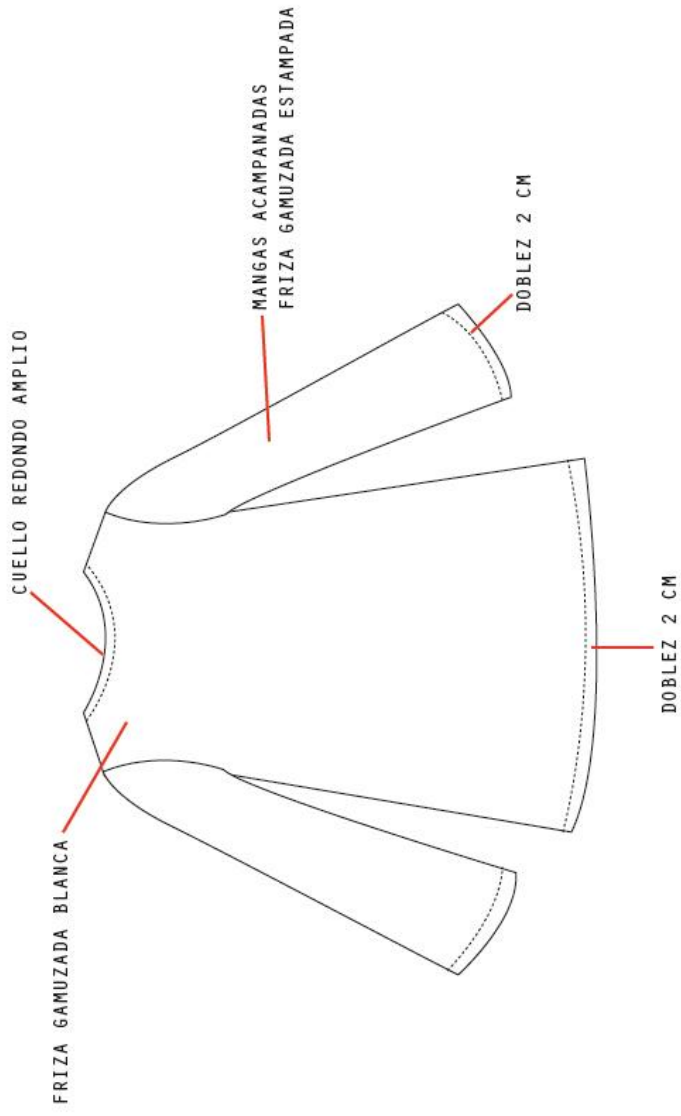
SERIE: GATO ANDINO PARA HOMBRES

TERRENO: ÁRIDO/MONTAÑOSO
TEMPERATURA: VARIABLE (ENTRE 5° Y 30°)

MATERIALES:
EXTERIOR: Friza Gamuzada
INTERIOR: Red Poliéster

AVIOS:
Cierres invisibles
Hilo blanco
Hilo marrón

BUZO
ESPALDA



Dibujos técnicos y Geométrales “Pantalón Gato Andino”.

La siguiente prenda es la última correspondiente a la serie “Ayres de Cafayate” y está representada por el Gato Andino.

El mismo es un pantalón, de confección amplia y fresca, diseñada para su optimización en terrenos irregulares, promoviendo la fácil movilización y dinamismo. Está confeccionada por friza gamuzada, brindando protección ante agentes externos; fácil secado y guardado sin ocupar excedentes de espacio.

Por dentro está forrado por red de poliéster, brindando frescura y un agradable contacto con el cuerpo.

Es una prenda holgada, sencilla, apta para diferentes tipos de actividades y brindando la opción de colocar capas de prendas internas. Posee gran cantidad de bolsillos, otorgando comodidad y seguridad al usuario.

Una prenda urbana, sofisticada y pensada especialmente para promover el movimiento y agilidad en las actividades que el usuario practique.

COLECCIÓN: "AYRES DE CAFAYATE"

SERIE: GATO ANDINO PARA HOMBRES

TERRENO: ÁRIDO/MONTAÑOSO

TEMPERATURA: VARIABLE (ENTRE 5° Y 30°)

PANTALÓN
DELANTERO

MATERIALES:

EXTERIOR: Friza Gamuzada

INTERIOR: Red Poliéster

AVIOS:

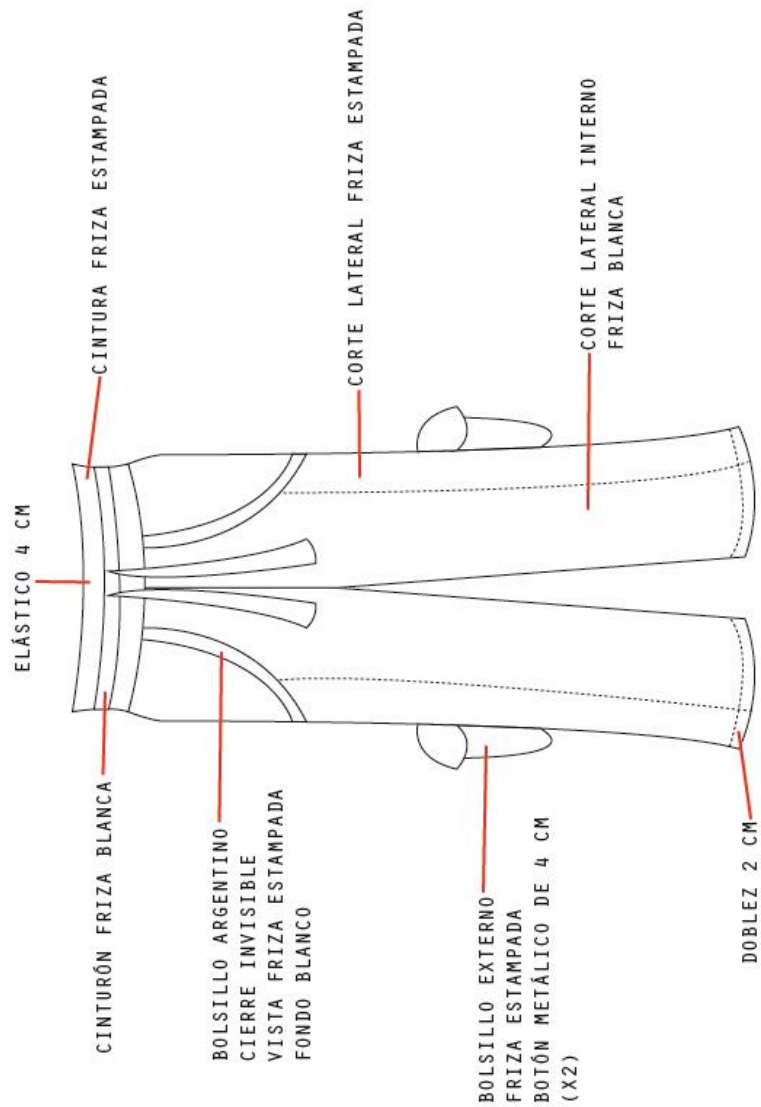
Cierres invisibles

Elástico

Botons metálicos

Hilo blanco

Hilo marrón



COLECCIÓN: "AYRES DE CAFAYATE"

SERIE: GATO ANDINO PARA HOMBRES

TERRENO: ÁRIDO/MONTAÑOSO

TEMPERATURA: VARIABLE (ENTRE 5° Y 30°)

PANTALÓN
ESPALDA

MATERIALES:

EXTERIOR: Friza Gamuzada

INTERIOR: Red Poliéster

AVIOS:

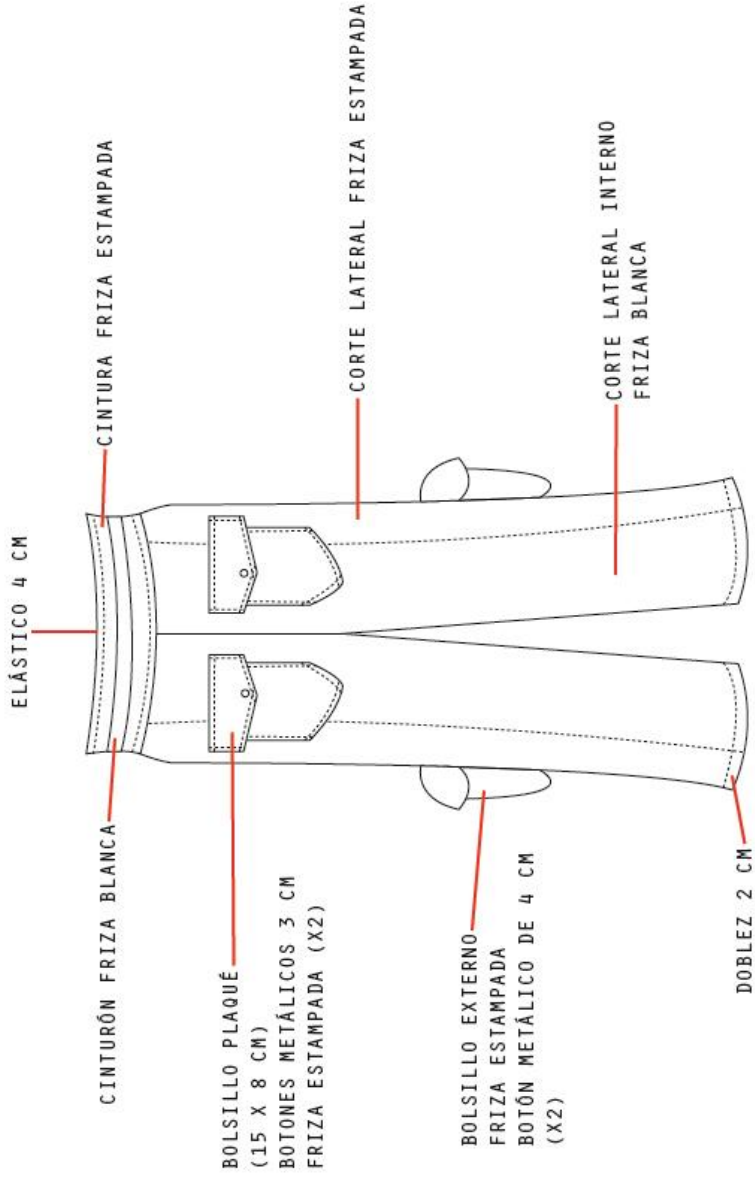
Cierres invisibles

Elástico

Botons metálicos

Hilo blanco

Hilo marrón



4.4.3 Serie “Llullaillaco”.

4.4.3.1 Breve introducción geográfica del Volcán Llullaillaco.

El Llullaillaco es un estratovolcán ubicado en la Cordillera de los Andes, dentro de la Puna de Atacama, en la frontera entre la provincia de Salta (Argentina) y la región de Antofagasta (Chile). Es considerado el segundo volcán activo más alto del mundo, y su última erupción ocurrió en 1877.

El clima es desértico con características de tundra debido a la altitud y a la acción de la “corriente fría de Humboldt”, que también contribuye a bajar las temperaturas.

Durante el verano, las lluvias que se originan del otro lado de la cordillera alcanzan a llegar en ocasiones, pero ya muy débiles, debido a la cantidad de cordones montañosos que frenan su paso. Durante el invierno pueden ocurrir vientos blancos, que son tormentas similares a las que ocurren en la Antártida. Sobre los 5700 msnm existen nieves eternas, las que se conservan producto del frío.

4.4.3.2 Dibujos Técnicos y Geométrales serie “Ayes de Cafayate”.

Desarrollo del Conjunto “Tapir”.

El siguiente conjunto estará inspirado en el “Tapir”, por lo cual sus estampas se adecuarán a las diseñadas anteriormente con respecto al animal nombrado. Está diseñado para condiciones climáticas de frío, lluvia y nieve. La tecnología aplicada es de materiales específicos para que la supervivencia sea efectiva y placentera para el usuario.

El mismo está compuesto por una campera, un body para no dejar al descubierto zonas emblemáticas como la espalda y un pantalón largo.

Dibujos técnicos y Geométrales “Campera Tapir” para mujer.

Para el desarrollo y confección de la “Campera Tapir”, se utilizarán textiles como el “Circus”, el cual es impermeable y cumple la función de rompevientos. A su vez, la misma estará compuesta

por un relleno aislante, el cual se denomina “Poliamida”. En la parte interna, se utilizará otro textil aislante e impermeable que recibe el nombre de cubierta “Traker”.

Se utilizará “Fibra Gamuzada” en partes internas y en contacto con la piel directa, para que contribuya al calor corporal y que el tacto sea ameno.

Por otro lado, el textil neón será indispensable para facilitar la visibilidad de quien lleve puesta la prenda.

La campera “Tapiir” posee alto grado de tecnicismo, ya que al pertenecer a la línea de lluvia y nieve, la exposición del usuario es extrema. Por lo que una prenda acorde a la situación podría preservar una vida en contacto con la naturaleza de estas condiciones.

Los cortes en la cintura y pinzas, brindan al usuario la adaptación a la silueta, estilizada y amoldada al cuerpo.

Posee capucha desmontable, la misma colocada por un cierre en la parte posterior y botones en el frente. Así mismo, la capucha contiene un elástico para que el usuario la amolde a su contextura.

En el interior posee dos bolsillos de seguridad. Y al final de la campera, otro elástico que permita al usuario preservar el calor corporal.

El cierre hasta el final del cuello permite al usuario recubrirse todo su cuerpo, y luego los abrojos para brindar mayor efectividad al cierre.

COLECCIÓN: "LLULLAILLACO"

SERIE: TAPIR PARA MUJER

TERRENO: NIEVE/LLUVIA
TEMPERATURA: FRIO (MENOR A 10°)

CAMPERA
ESPALDA

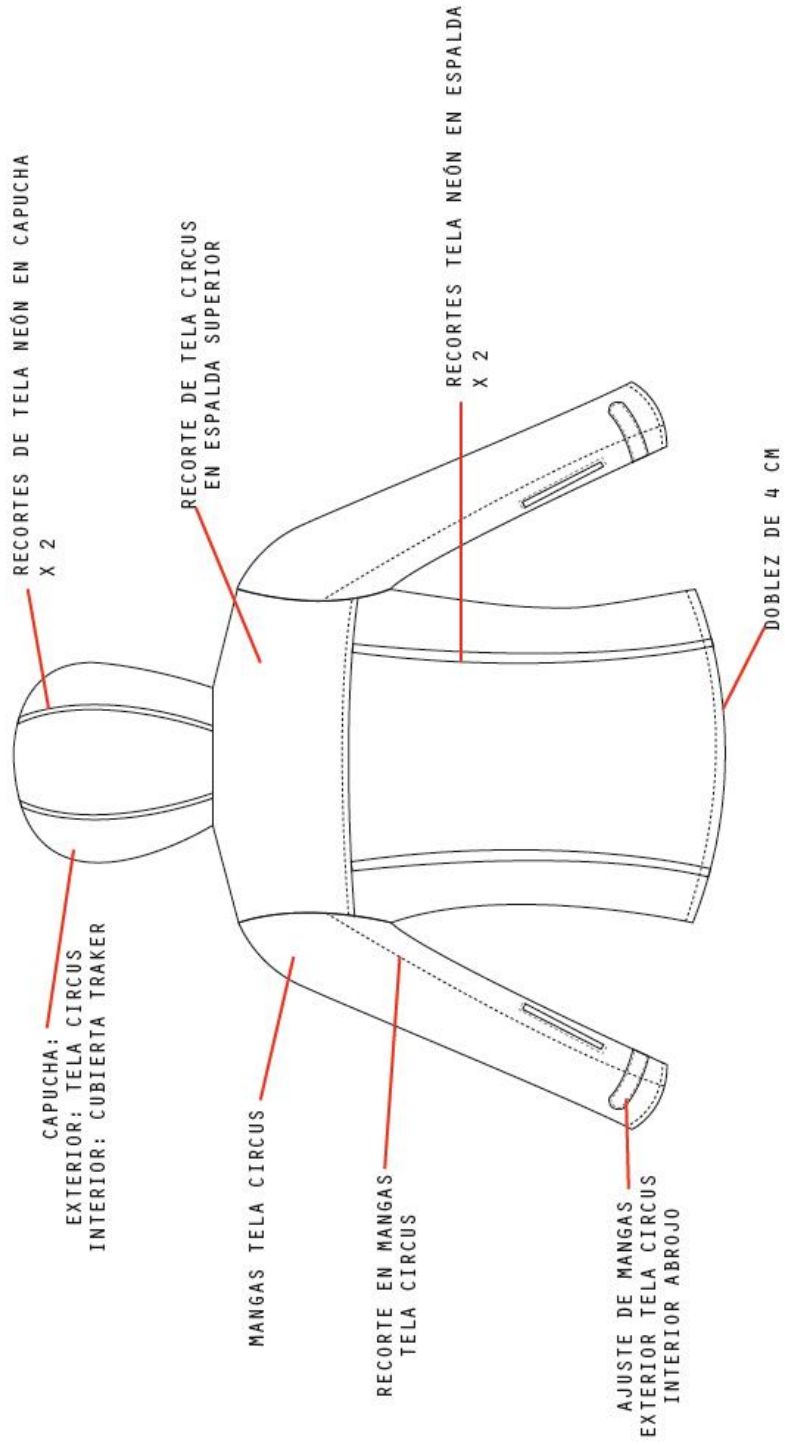
MATERIALES:

EXTERIOR: Circus Impermeable
Tela Neon

INTERIOR: Relleno de Poliamida
Cubierta de Traker
Fibra Gamuzada (cuello y bolsillos)

AVIOS:

Cierres Invisibles
Botones a presión
Abrojos
Elásticos
Hilo gris



COLECCIÓN: "LLULLAILLACO"

SERIE: TAPIR PARA MUJER

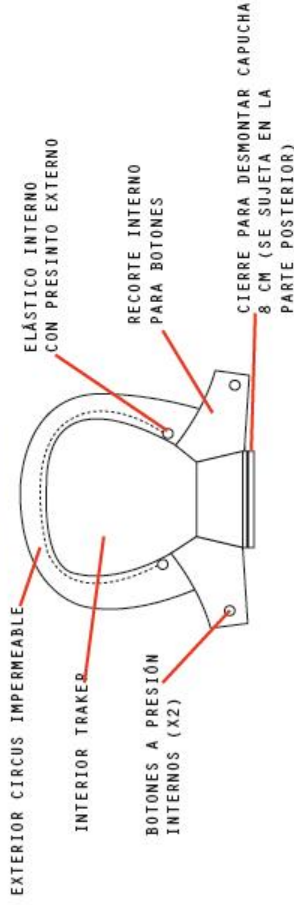
TERRENO: NIEVE/LLUVIA
TEMPERATURA: FRIO (MENOR A 10°)

CAMPERA
VISTA INTERNA

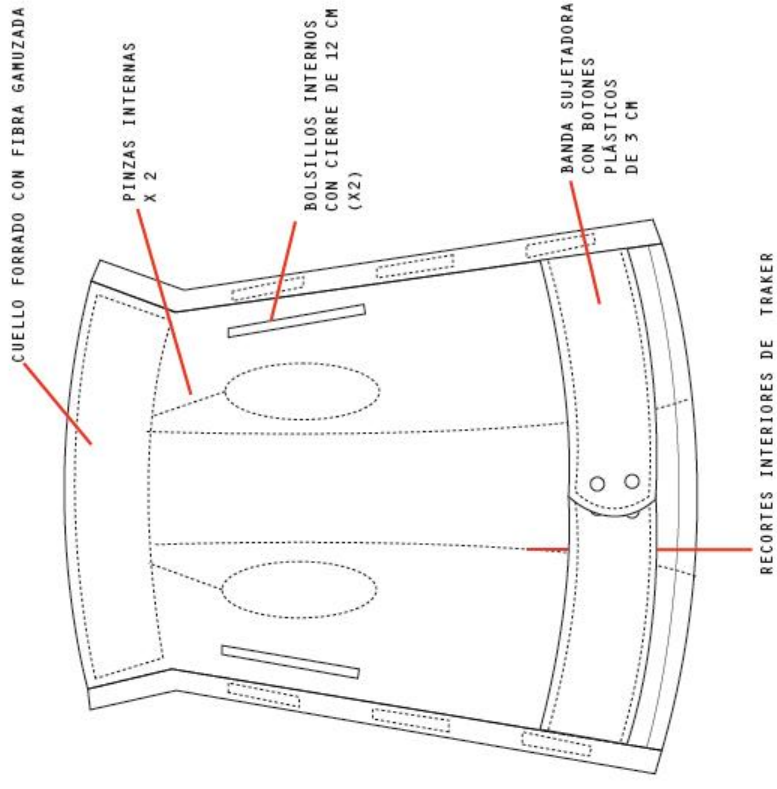
MATERIALES:
EXTERIOR: Circus Impermeable
Tela Neon
INTERIOR: Relleno de Poliámid
Cubierta de Traker
Fibra Gamuzada (cuello y bolsillos)

AVIOS:
Cierres Invisibles
Botones a presión
Abrojos
Elásticos
Hilo gris

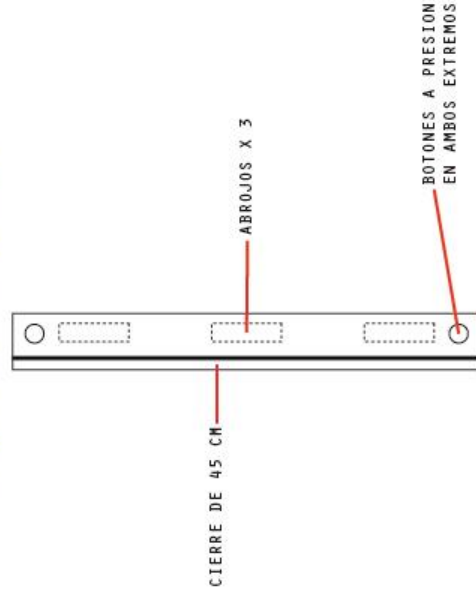
VISTA CAPUCHA



VISTA INTERNA CAMPERA



VISTA INTERNA RECORTE CIERRE X 2



Dibujos técnicos y Geométrales “Body Tapir” para mujer.

La siguiente prenda perteneciente al conjunto “Tapir” de la serie “Llullaillaco” es un body.

El mismo cumple la funcionalidad de abarcar todas las partes posibles del cuerpo, a modo de no dejar al descubierto zonas fácilmente sometidas al frío, pero aun así se dejan al descubierto piernas para no dificultar la movilidad del usuario.

Se utilizará para la confección de la prenda, el textil “Muselina”. El mismo es resistente al agua y posee una membrana transpirable. Brinda mayor resistencia al agua y una excelente transmisión del vapor para maximizar el rendimiento en los climas más húmedos. A su vez posee millones de poros microscópicos que permiten evacuar el vapor, manteniendo las zonas secas y confortables.

Se decidió no mezclar textiles en esta prenda, ya que se consideró que el elegido posee todas las características necesarias para maximizar su utilidad.

Por otro lado, el mismo poseerá tazas internas en la zona del busto, que se pueden extraer fácilmente, a modo de que la usuaria femenina elija de qué manera se siente más a gusto.

Los recortes en la zona de la cintura pretenden connotar delicadeza y afinar la silueta.

COLECCIÓN: "LLULLAILLACO"

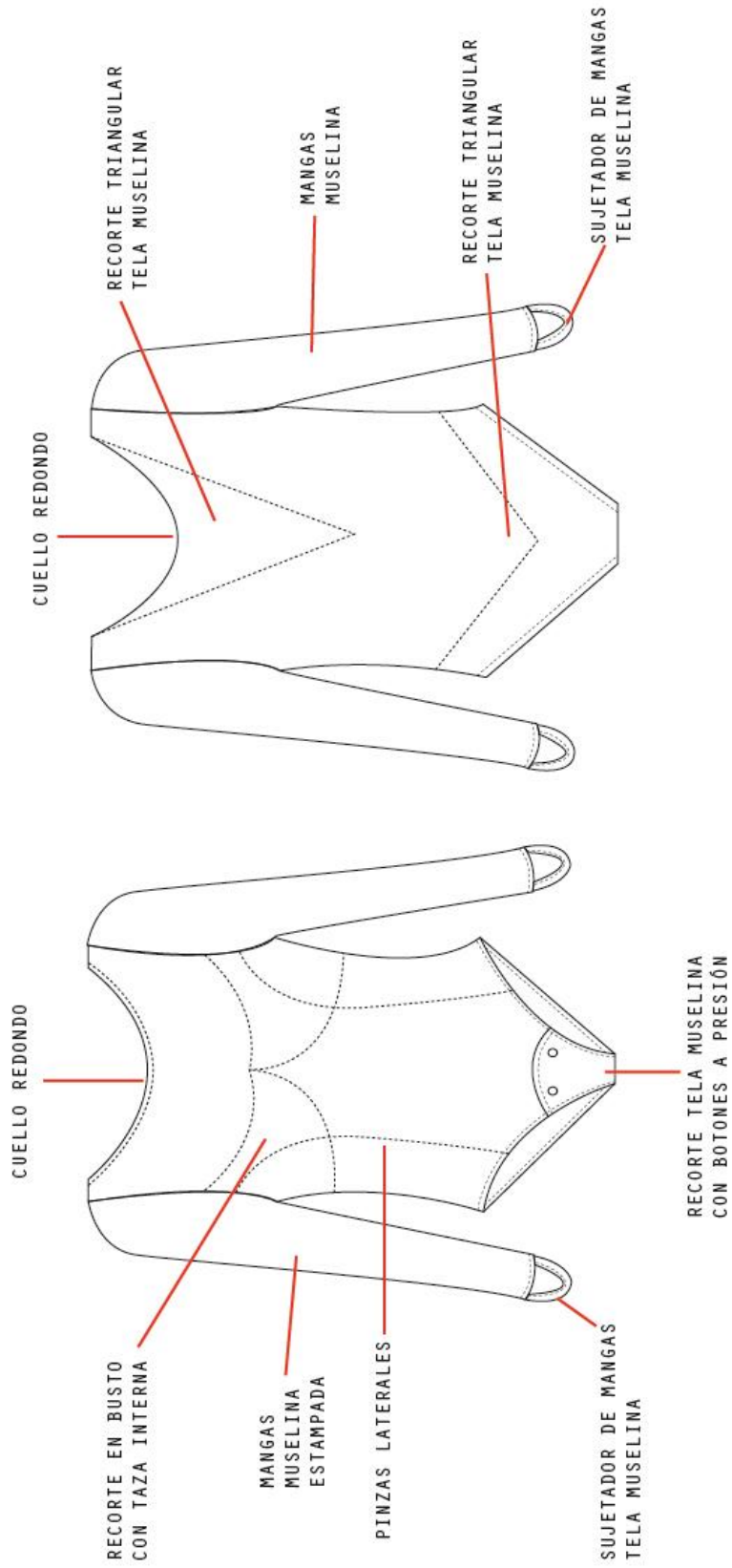
SERIE: TAPIR PARA MUJER

TERRENO: NIEVE/LLUVIA
TEMPERATURA: FRIO (MENOR A 10°)

AVIOS:
Tazas corpiño
Elásticos
Hilo gris

MATERIALES:
EXTERIOR: Muselina

BODY
DELANTERO Y ESPALDA



Dibujos técnicos y Geométrales “Pantalón Tapir para mujer”.

La siguiente prenda perteneciente al conjunto “Tapir” de la serie “Lullailaco” es un pantalón recto.

El desarrollo del pantalón, continúa con la línea para nieve y lluvia que representa a esta serie.

Los textiles a utilizar son “Circus” para el exterior del mismo, brindando así impermeabilidad y protección contra el viento al usuario.

La cintura es alta, promoviendo así la comodidad y a su vez recubrir el torso inferior del usuario. Y por dentro estará forrado por fibra gamuzada, a modo de brindar calor y suavidad al contacto con la piel. Los botones son a presión, con el objetivo de otorgar facilidad y agilidad para la colocación. Estará relleno con “Poliamida” para una mayor temperatura interna y aislante con el exterior. Y luego, recubriendo el interior con “Cubierta Traker”.

Los recortes tanto en la parte exterior como interior del pantalón, continúan brindando al usuario una silueta estilizada amoldada al cuerpo.

Posee cierres en la parte superior-media de las piernas, permitiendo que el pantalón se transforme en pantalón corto.

COLECCIÓN: "LLULLAILLACO"

SERIE: TAPIR PARA MUJER

TERRENO: NIEVE/LLUVIA
TEMPERATURA: FRIO (MENOR A 10°)

PANTALÓN
DELANTERO

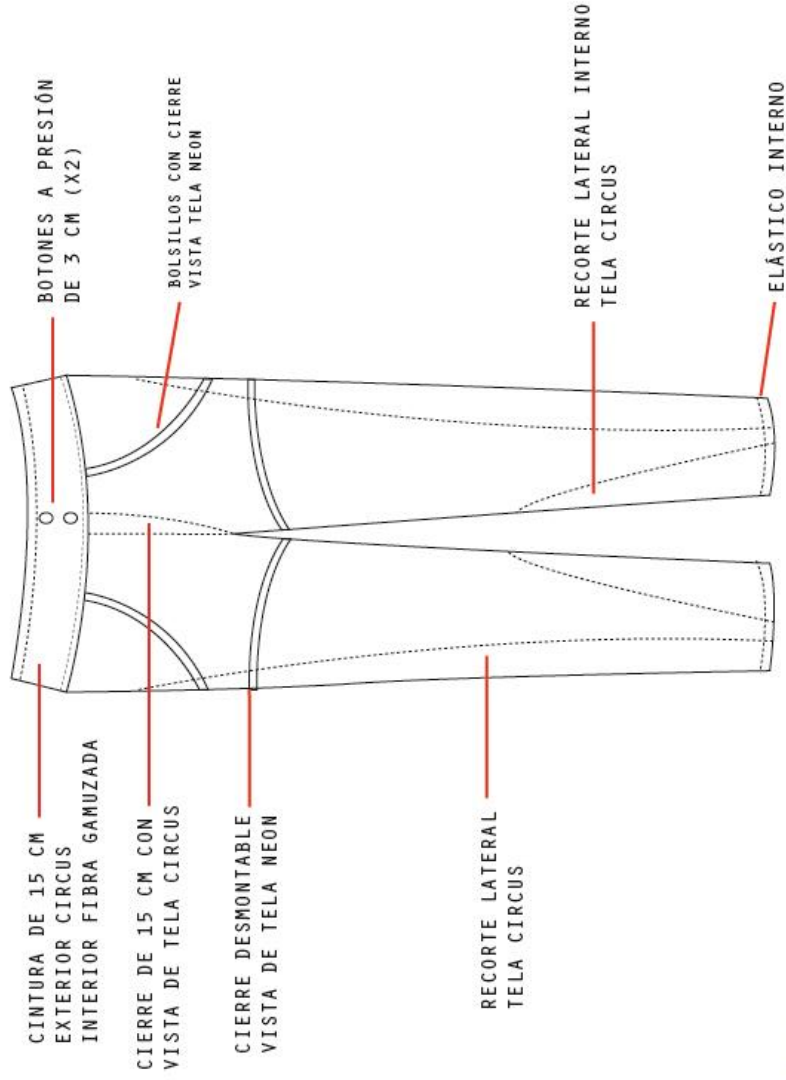
MATERIALES:

EXTERIOR: Circus Impermeable
Tela Neon

INTERIOR: Relleno de Poliámid
Cubierta de Traker
Fibra Gamuzada (cuello y bolsillos)

AVIOS:

Cierres Invisibles
Botones a presión
Abrojos
Elásticos
Hilo gris



RELLENO DE POLIAMIDA (INTERNO)
Y EN LA PARTE INTERNA RECUBIERTO DE TRAKER

COLECCIÓN: "LLULLAILLACO"

SERIE: TAPIR PARA MUJER

TERRENO: NIEVE/LLUVIA

TEMPERATURA: FRIO (MENOR A 10°)

**PANTALÓN
ESPALDA**

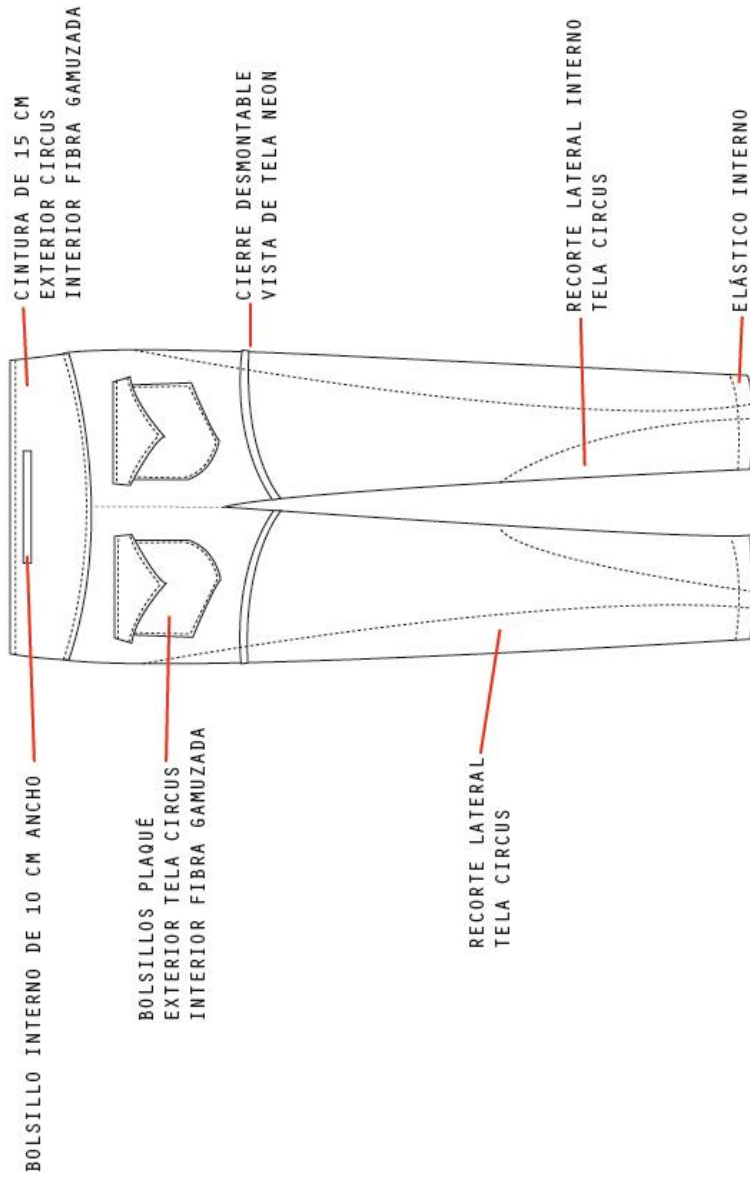
MATERIALES:

EXTERIOR: Circus Impermeable
Tela Neon

INTERIOR: Relleno de Poliámida
Cubierta de Traker
Fibra Gamuzada (cuello y bolsillos)

AVIOS:

Cierres Invisibles
Botones a presión
Abrojos
Elásticos
Hilo gris



**RELLENO DE POLIAMIDA (INTERNO)
Y EN LA PARTE INTERNA RECUBIERTO DE TRAKER**

A continuación se detallarán los geometales y dibujos técnicos de la serie “Tapir” para hombres.

Dibujos técnicos y Geometrales “Campera Tapir” para hombres.

La siguiente prenda corresponde a la serie “Lullaillaco” y está representada por el Tapir.

Como ya se dijo anteriormente, esta es la serie más técnica de la colección. Se valoró lo estético, para continuar la línea que trabaja la marca, pero en este caso es el tecnicismo lo primordial.

La siguiente campera está diseñada para que el usuario practique actividades normalmente en climas extremadamente fríos y lluviosos, es por eso, que se decidió utilizar textiles acordes a tales condiciones climáticas.

El exterior de la campera está confeccionado por textil “Circus”; el mismo posee propiedades aislantes e impermeables. En su interior está relleno por “Relleno Poliamida”, generando un aislante entre el cuerpo y el exterior, preservando la temperatura corporal y evitando filtraciones de frío. Por último, la capa interna de la campera, está confeccionada por cubierta de traker, una vez más, brindando aislamiento y un agradable contacto con el cuerpo.

La campera posee numerosos bolsillos, tanto internos como externos, brindando comodidad y seguridad en el usuario.

En las partes más sensibles de contacto con el cuerpo, está forrada por fibra gamuzada, otorgando una sensación suave y cálida al usuario.

Las mangas poseen elásticos para un máximo contacto corporal y evitar filtraciones de frío y humedad, al igual que la parte inferior de la campera, en donde una banda sujeta a la prenda con el cuerpo, maximizando la calidez.

Posee capucha desmontable, el cuello es alto, cubriendo la mayor parte del cuerpo posible. Tiene cinta neón tanto en la parte anterior como posterior, brindando seguridad y visibilidad ante situaciones de oscuridad.

COLECCIÓN: LLULLAILLACO

SERIE: TAPIR PARA HOMBRES

TERRENO: NIEVE/LLUVIA

TEMPERATURA: FRIO (MENOR A 10°)

MATERIALES:

EXTERIOR: Circus Impermeable

INTERIOR: Acetato Frizado

Relleno de Poliámid

Cire

AVIOS:

Cinta Neón

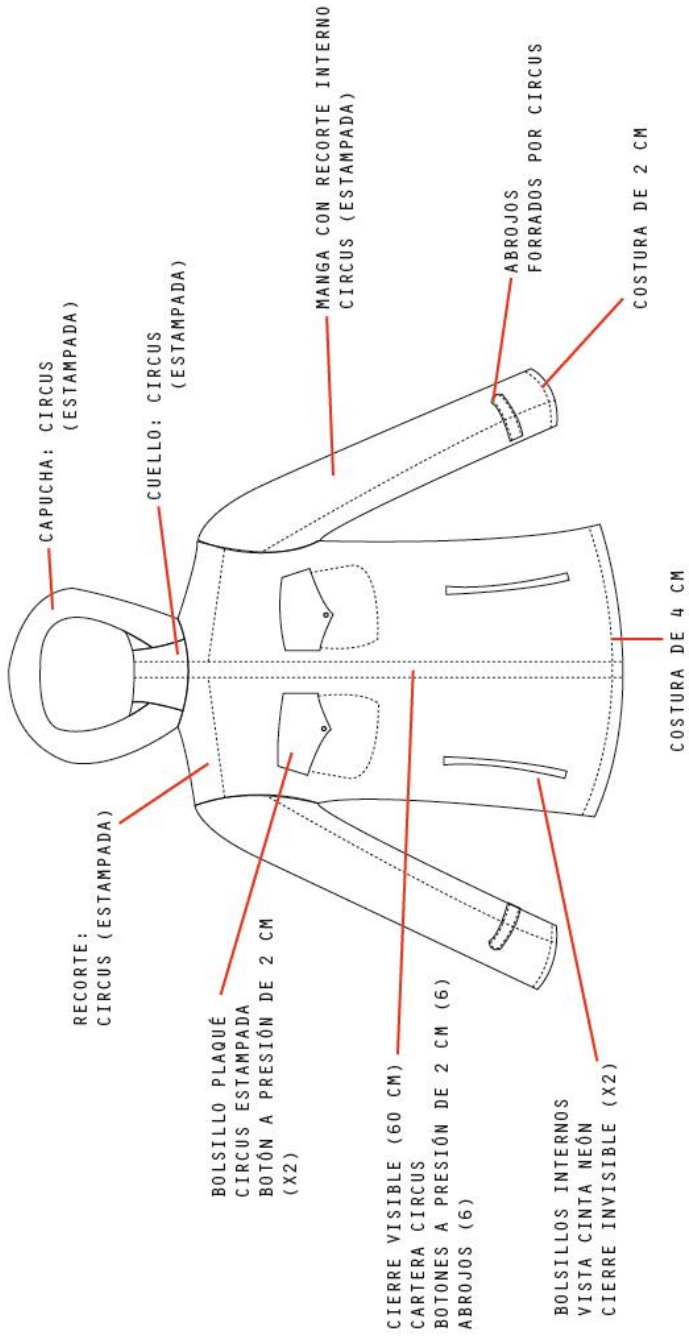
Botones negros a presión

Cierres visibles negros

Abrojos

Elasticos

DELANTERO



COLECCIÓN: LLULLAILLACO

SERIE: TAPIR PARA HOMBRES

TERRENO: NIEVE/LLUVIA

TEMPERATURA: FRIO (MENOR A 10°)

MATERIALES:

EXTERIOR: Circus Impermeable

INTERIOR: Acetato Frizado

Relleno de Poliámid

Cire

AVIOS:

Cinta Neón

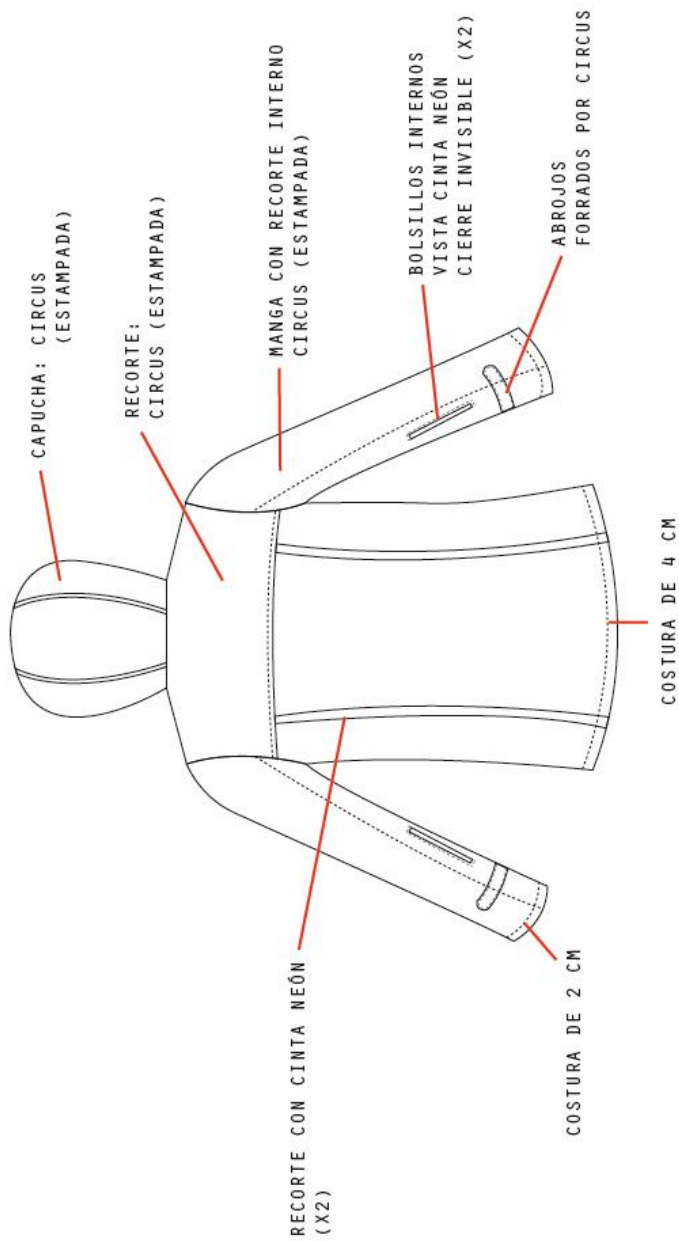
Botones negros a presión

Cierres visibles negros

Abrojos

Elasticos

ESPALDA



COLECCIÓN: "LULLAILLACO"

SERIE: TAPIR PARA HOMBRE

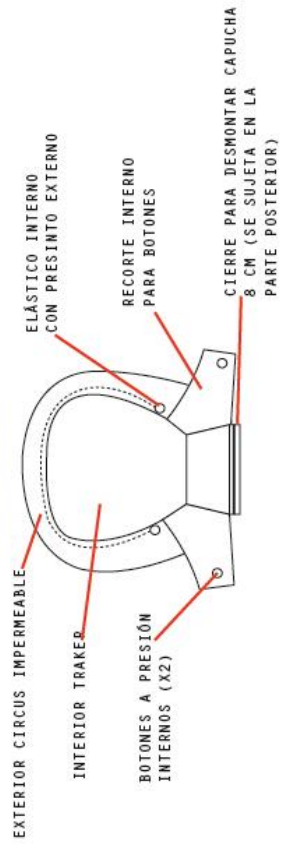
TERRENO: NIEVE/LLUVIA
TEMPERATURA: FRIO (MENOR A 10°)

CAMPERA
VISTA INTERNA

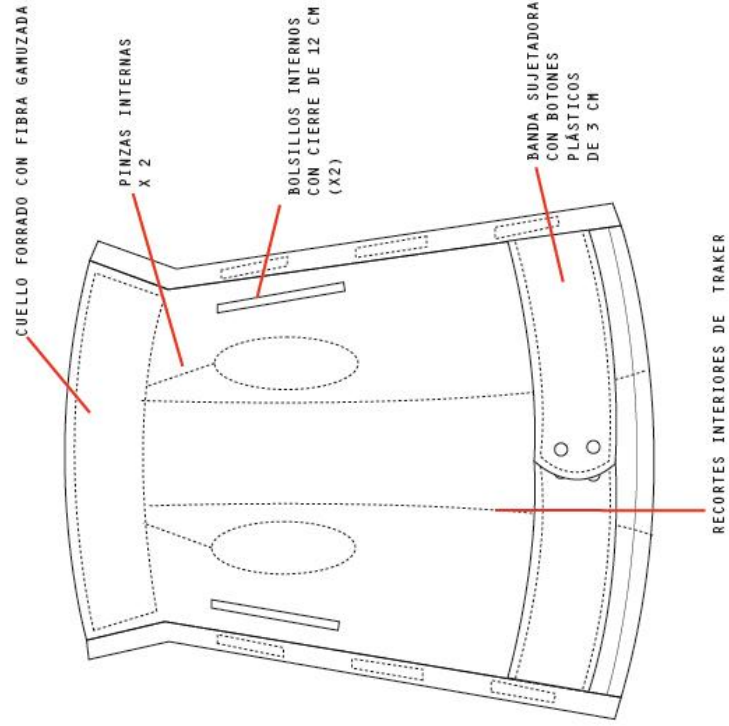
MATERIALES:
EXTERIOR: Circus Impermeable
Tela Neon
INTERIOR: Relleno de Poliámid
Cubierta de Traker
Fibra Gamuzada (cuello y bolsillos)

AVIOS:
Cierres Invisibles
Botones a presión
Abrojos
Elásticos
Hilo gris

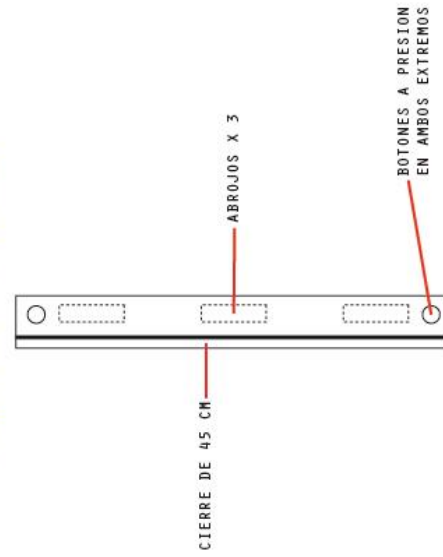
VISTA CAPUCHA



VISTA INTERNA CAMPERA



VISTA INTERNA RECORTE CIERRE X 2



Dibujos técnicos y Geométrales “Camisa Tapir”.

La siguiente prenda corresponde a la serie “Lullaillaco” y está representada por el Tapir.

La prenda exhibida a continuación, es una camisa diseñada para superar condiciones extremas climáticas de grados bajo cero, lluvia y nieve.

La misma es una camisa confeccionada por gabardina anti-desgarro; elegida por su resistencia, durabilidad y propiedades aislantes.

Posee mangas desmontables, para poder ser utilizada en momentos en los que se eleva la temperatura. Está confeccionada con numerosos bolsillos, tanto internos como externos. En la zona interna está forrada por red de poliéster, pensada para funcionar como aislante y generar un agradable contacto con el cuerpo.

En las zonas de mayor vulnerabilidad en cuanto a humedad y fluídos, está confeccionada por acetato calado, brindando aislamiento y fácil secado.

COLECCIÓN: LLULLAILLACO

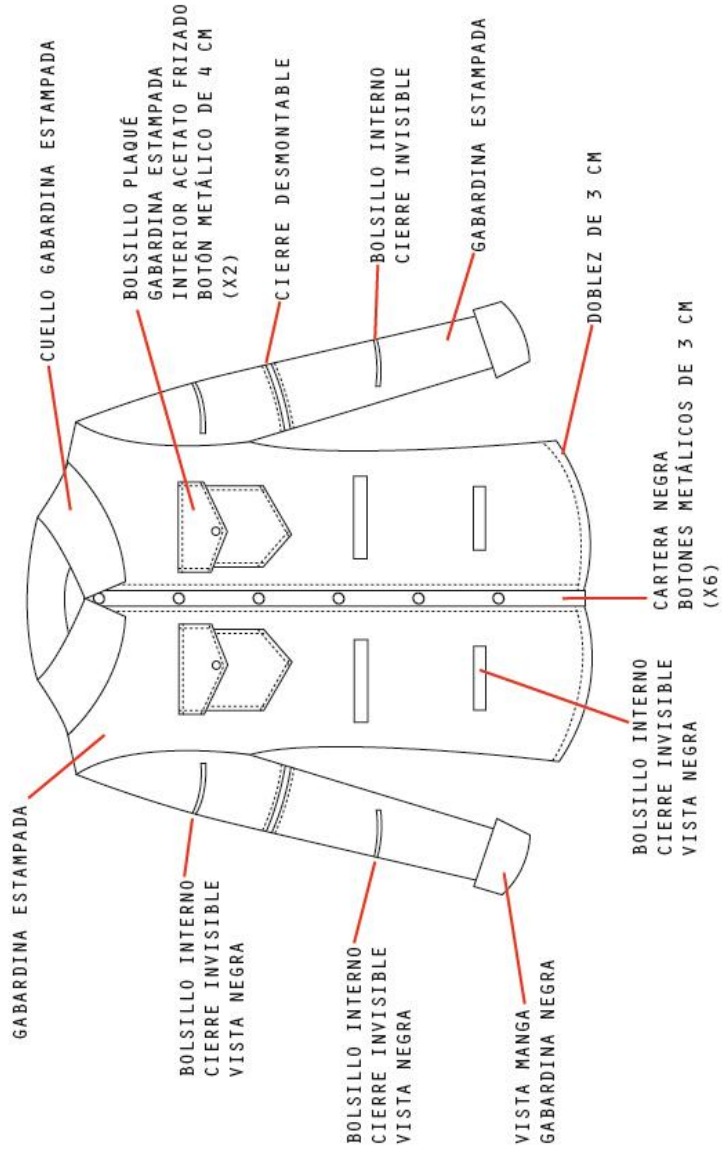
SERIE: TAPIR PARA HOMBRES

TERRENO: NIEVE/LLUVIA
TEMPERATURA: FRÍO (MENOR A 10º)

MATERIALES:
EXTERIOR: Gabardina Anti-Desgarro
Acetato Calado
INTERIOR: Red Polliester

AVIOS:
Botones Metálicos
Cierres visibles metálicos
Cierres invisibles

DELANTERO



COLECCIÓN: LLULLAILLACO

SERIE: TAPIR PARA HOMBRES

TERRENO: NIEVE/LLUVIA

TEMPERATURA: FRIO (MENOR A 10º)

MATERIALES:

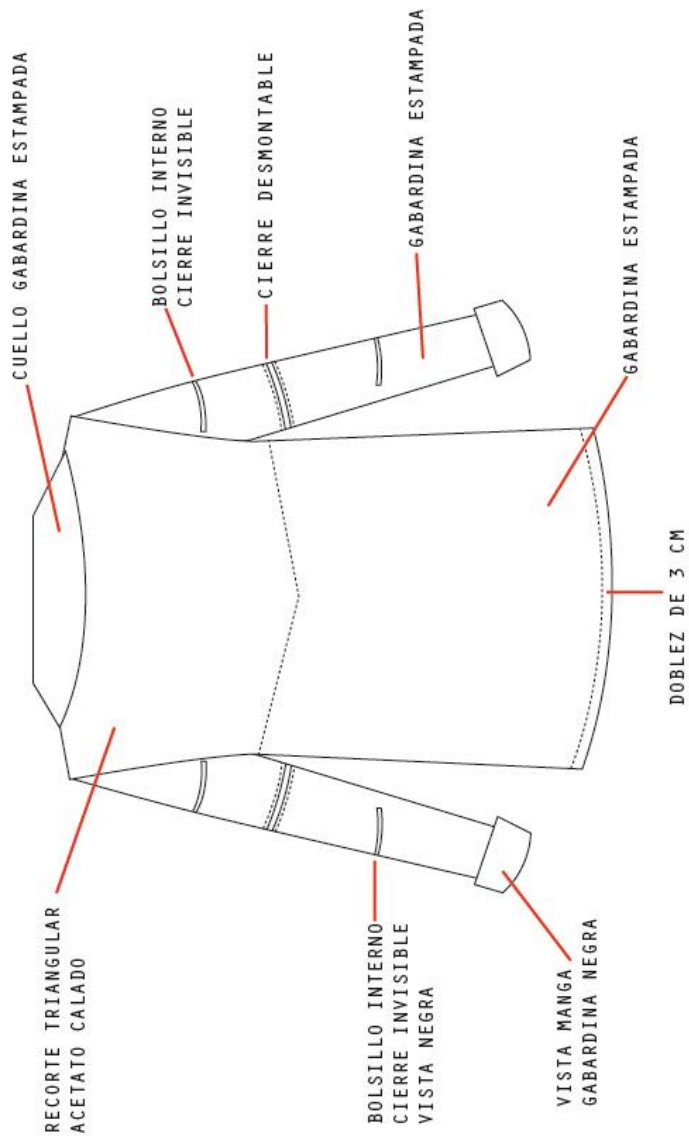
EXTERIOR: Gabardina Anti-Desgarro
Acetato Calado

INTERIOR: Red Pollester

AVIOS:

Botones Metálicos
Cierres visibles metálicos
Cierres invisibles

ESPALDA



Dibujos técnicos y Geométrales “Pantalón Tapir para hombre”.

La siguiente prenda perteneciente al conjunto “Tapir” de la serie “Lullailaco” es un pantalón recto.

El desarrollo del pantalón, continúa con la línea para nieve y lluvia que representa a esta serie.

Los textiles a utilizar son “Circus” para el exterior del mismo, brindando así impermeabilidad y protección contra el viento al usuario.

La cintura es alta, promoviendo así la comodidad y a su vez recubrir el torso inferior del usuario. Y por dentro estará forrado por fibra gamuzada, a modo de brindar calor y suavidad al contacto con la piel. Los botones son a presión, con el objetivo de otorgar facilidad y agilidad para la colocación. Estará relleno con “Poliamida” para una mayor temperatura interna y aislante con el exterior. Y luego, recubriendo el interior con “Cubierta Traker”.

Los recortes tanto en la parte exterior como interior del pantalón, continúan brindando al usuario una silueta estilizada amoldada al cuerpo.

Posee cierres en la parte superior-media de las piernas, permitiendo que el pantalón se transforme en pantalón corto.

COLECCIÓN: LLULLAILLACO

SERIE: TAPIR PARA HOMBRES

TERRENO: NIEVE/LLUVIA

TEMPERATURA: FRIO (MENOR A 10°)

MATERIALES:

EXTERIOR: Gabardina Anti-Desgarro

INTERIOR: Acetato Frizado

Red Poliester

AVIOS:

Cinta Neón

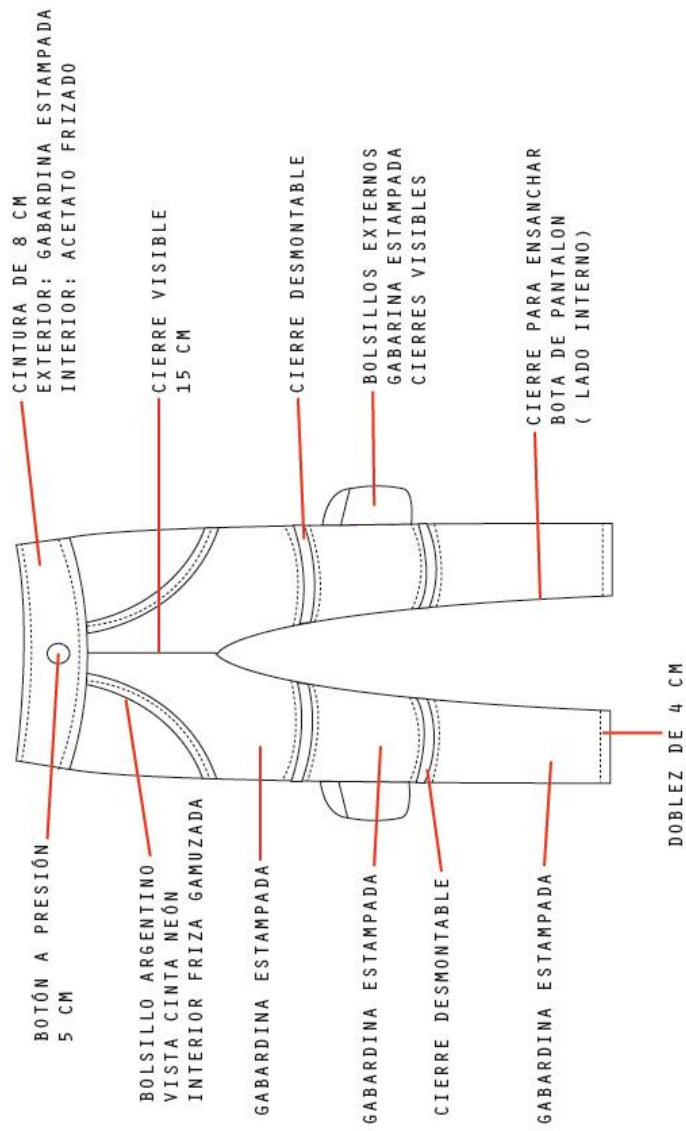
Botones negros a presión

Cierres visibles negros

Abrojos

Elásticos

DELANTERO



COLECCIÓN: LLULLAILLACO

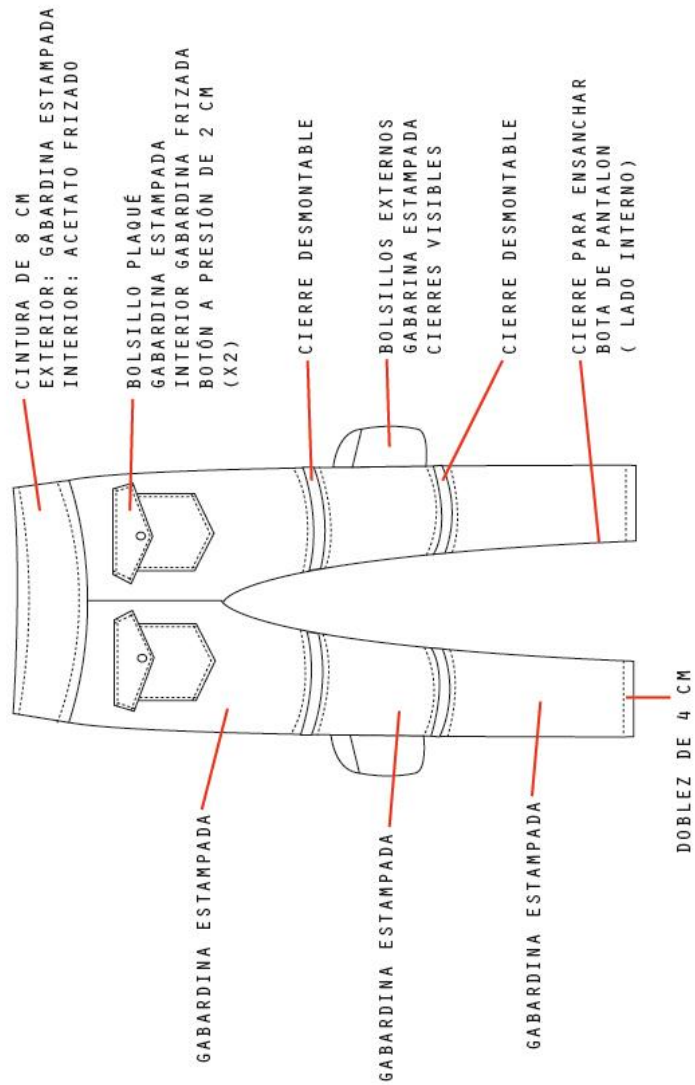
SERIE: TAPIR PARA HOMBRES

TERRENO: NIEVE/LLUVIA
TEMPERATURA: FRIO (MENOR A 10°)

MATERIALES:
EXTERIOR: Gabardina Anti-Desgarro
INTERIOR: Acetato Frizado
Red Pollester

AVIOS:
Cinta Neón
Botones negros a presión
Cierres visibles negros
Abrojos
Elásticos

ESPALDA



4.4.4 Serie “Cataratas del Iguazú”.

La siguiente serie está inspirada en las Cataratas del Iguazú, diseñadas para un clima húmedo y caluroso. Y será el Guacamayo Verde el animal representativo para el conjunto explicado a continuación.

4.4.4.1 Breve introducción geográfica de las Cataratas del Iguazú.

Las Cataratas del Iguazú son un conjunto de cataratas localizadas sobre el río Iguazú, en el límite entre la provincia de Misiones y el estado brasileño de Paraná. Están totalmente insertadas en áreas protegidas; el sector de la Argentina se encuentra dentro del Parque Nacional Iguazú. Fueron elegidas como una de las “Siete Maravillas Naturales del Mundo”.

Con respecto al clima, si bien poseen un clima subtropical, en invierno hay días fríos (cuando sopla el viento sur).

Durante el verano suelen haber días extremadamente calurosos, en donde las precipitaciones también son frecuentes.

4.4.4.2 Dibujos Técnicos y Geométrales serie “Cataratas del Iguazú”.

Dibujos técnicos y Geométrales “Capa Rompevientos Guacamayo Verde” para mujer.

La siguiente capa, posee la funcionalidad de preservar al cuerpo contra la humedad y los vientos, diseñada para un clima en donde el usuario está en contacto directo con el agua, las lluvias, los vientos y altas temperaturas. A su vez, no posee materiales que fomenten la temperatura corporal, por lo que es en sí una prenda de protección ante los agentes externos, y no brindadora de calor.

Se eligió como material adecuado al textil “Sylver”, utilizado por su gran eficacia en cuanto a la protección de líquidos y humedad, y a su vez es un material fresco, que no influye en la temperatura corporal del usuario.

Para promover una mayor frescura y un tacto ameno con el cuerpo, estará recubierto en su interior por una red de poliéster.

Posee bolsillos externos e internos, fomentando la comodidad y seguridad del usuario. Tiene capucha, brindando protección también en la zona superior.

Se utilizó un diseño fresco y juvenil, debido al ancho del mismo, es apto para ser colocado por encima de otras prendas.

COLECCIÓN: "CATARATAS DEL IGUAZÚ"

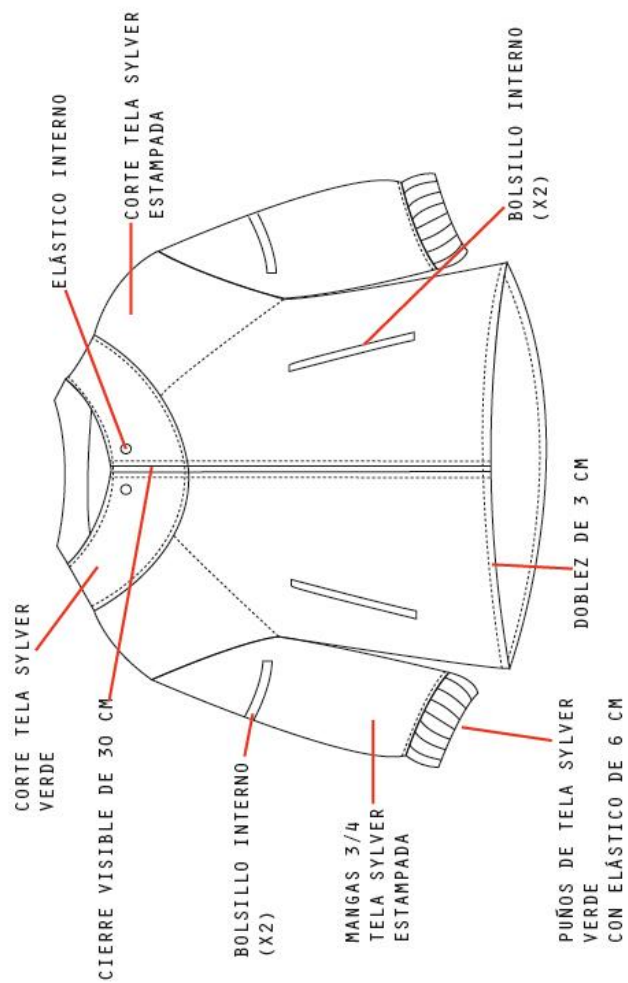
SERIE: GUACAMAYO VERDE

TERRENO: HUMEDAD/LLUVIA
TEMPERATURA: CALOR (MAYOR A 25°)

ROMPEVIENTOS
DELANTERO

MATERIALES:
EXTERIOR: Sylver
INTERIOR: Red Poliéster

AVIOS:
Elásticos
Hilo verde
Hilo azul
Botones metálicos
Abrojos
Cierres visibles



COLECCIÓN: "CATARATAS DEL IGUAZÚ"

SERIE: GUACAMAYO VERDE

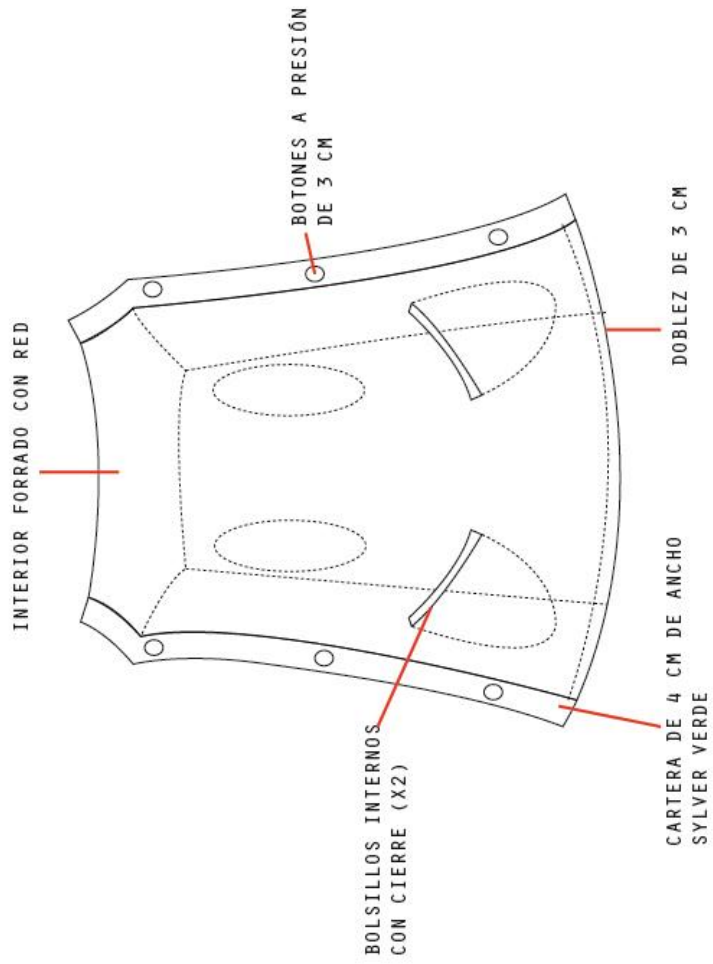
TERRENO: HUMEDAD/LLUVIA
TEMPERATURA: CALOR (MAYOR A 25°)

MATERIALES:
EXTERIOR: Sylver

AVIOS:
Elásticos
Hilo verde
Hilo azul
Botones metálicos
Abrojos
Cierres visibles

ROMPEVIENTOS
INTERIOR

INTERIOR: Red Poliéster



COLECCIÓN: "CATARATAS DEL IGUAZÚ"

SERIE: GUACAMAYO VERDE

TERRENO: HUMEDAD/LLUVIA

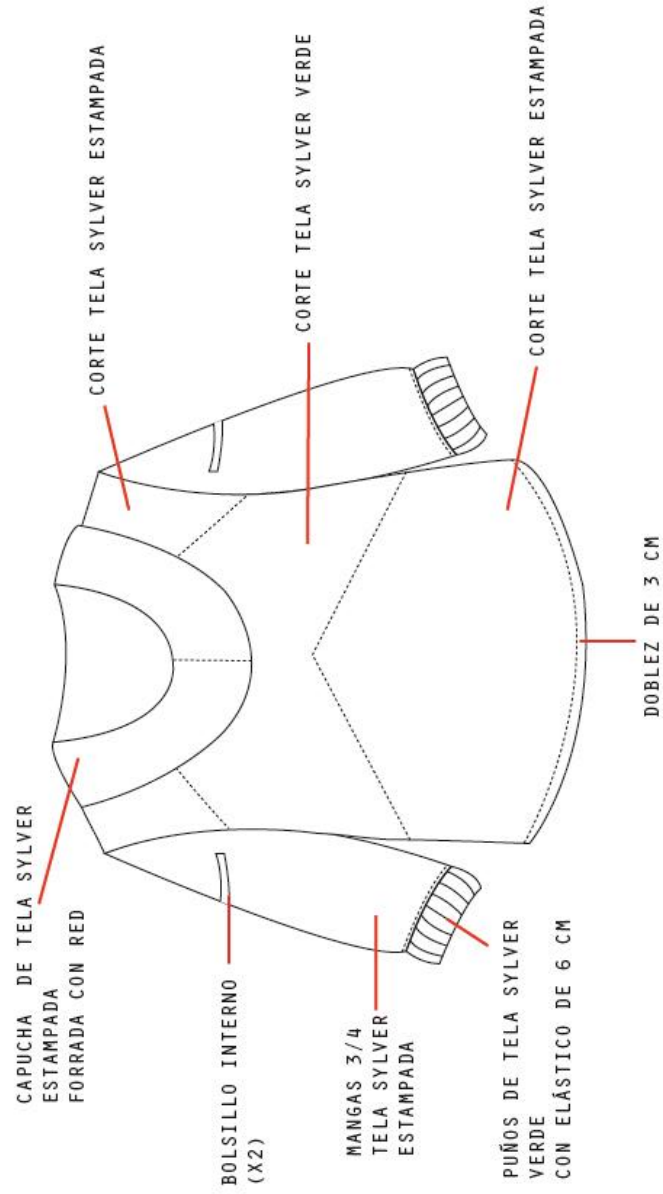
TEMPERATURA: CALOR (MAYOR A 25°)

MATERIALES:
EXTERIOR: Sylver

INTERIOR: Red Poliéster

AVIOS:
Elásticos
Hilo verde
Hilo azul
Botones metálicos
Abrojos
Cierres visibles

ROMPEVIENTOS
ESPALDA



Dibujos técnicos y Geométrales “Pantalón Rompevientos Guacamayo Verde” para mujer.

La siguiente prenda, es un pantalón que continúa con lo representado anteriormente con la capa impermeable.

Será representado por el Guacamayo verde, haciendo conjunto con la capa. El mismo estará confeccionado por tela “Sylver” promoviendo frescura y protección y por dentro estará forrado por tela de red (poliéster).

El mismo tendrá elástico en la parte de la cintura, brindando comodidad, amplitud de movimientos y una optimización al momento de la colocación.

Es de tiro alto, ya que el mismo garantiza mayor comodidad y cubre la mayor parte de la espalda posible.

Sus cortes laterales brindan una adaptación a la silueta y la estilizan de manera tal que la usuaria se sienta satisfecha llevando el mismo. A su vez, posee un cierre en el lateral interno, posibilitando la apertura de la bota, transformándolo en un pantalón amplio, brindando la opción de utilizarlo de la manera mayor óptima posible.

Para generar una mayor posibilidad de aprovechamiento de la prenda, la misma se transforma en pantalón corto a través de la apertura de cierres que posee en la parte superior de las piernas.

Posee bolsillos diseñados para la seguridad y comodidad del usuario, tanto en la parte delantera, como en la espalda.

COLECCIÓN: "CATARATAS DEL IGUAZÚ"

SERIE: GUACAMAYO VERDE

TERRENO: HUMEDAD/LLUVIA

TEMPERATURA: CALOR (MAYOR A 25°)

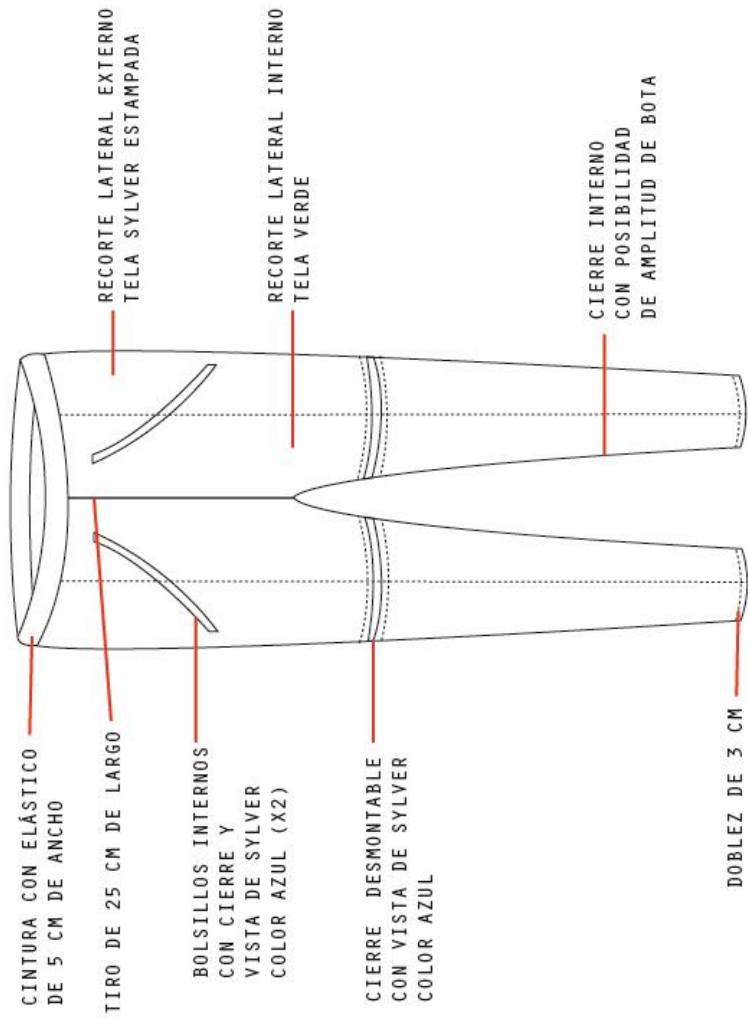
PANTALÓN
DELANTERO

MATERIALES:

EXTERIOR: Sylver

INTERIOR: Red Poliéster

AVIOS:
Elásticos
Hilo verde
Cierres visibles
Botones metálicos
Abrojos
Cierre desmontable



INTERIOR FORRADO CON RED (POLIÉSTER)

COLECCIÓN: "CATARATAS DEL IGUAZÚ"

SERIE: GUACAMAYO VERDE

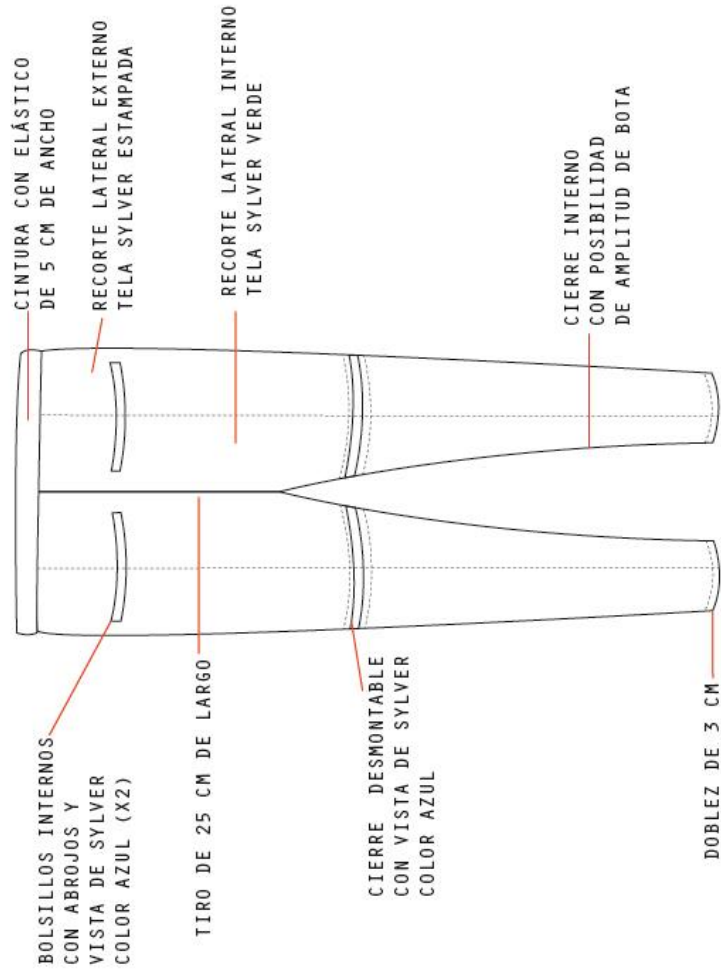
TERRENO: HUMEDAD/LLUVIA
TEMPERATURA: CALOR (MAYOR A 25°)

MATERIALES:
EXTERIOR: Sylver

AVIOS:
Elásticos
Hilo verde
Cierres visibles
Botones metálicos
Abrojos
Cierre desmontable

INTERIOR: Red Poliéster

PANTALÓN
ESPALDA



INTERIOR FORRADO CON RED (POLIESTER)

Dibujos técnicos y Geométrales “Musculosa Guacamayo Verde” para mujer.

La siguiente prenda pertenece a la misma serie inspirada en las “Cataratas del Iguazú” y está inspirada en el Guacamayo Verde.

Para promover la frescura, elasticidad y resistencia se eligió utilizar el textil elastano de seda.

La misma será una prenda de gran comodidad y fresca, de espalda descubierta y sujeta por elásticos, no solamente es apta para el ambiente que se indica, sino que posee estilo y sensualidad. Siempre con el objetivo, de que las prendas no solamente cumplan su función técnica, sino agregarles un valor con respecto a los diseños exclusivos.

En la zona del pecho, se colocará una doble capa de elastano, protegiendo el busto de la usuaria.

COLECCIÓN: "CATARATAS DEL IGUAZÚ"

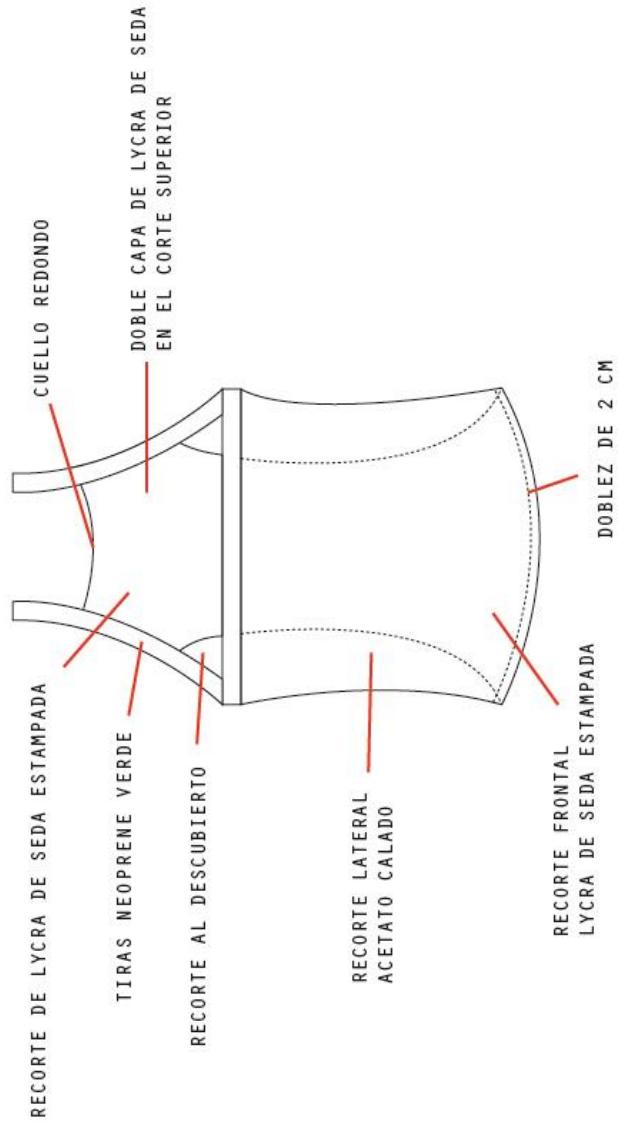
SERIE: GUACAMAYO VERDE

TERRENO: HUMEDAD/LLUVIA
TEMPERATURA: CALOR (MAYOR A 25º)

MATERIALES:
EXTERIOR: Lycra de seda
Neoprene
Acetato Calado

AVIOS:
Elásticos
Hilo verde
Hilo azul

MUSCULOSA
DELANTERO



COLECCIÓN: "CATARATAS DEL IGUAZÚ"

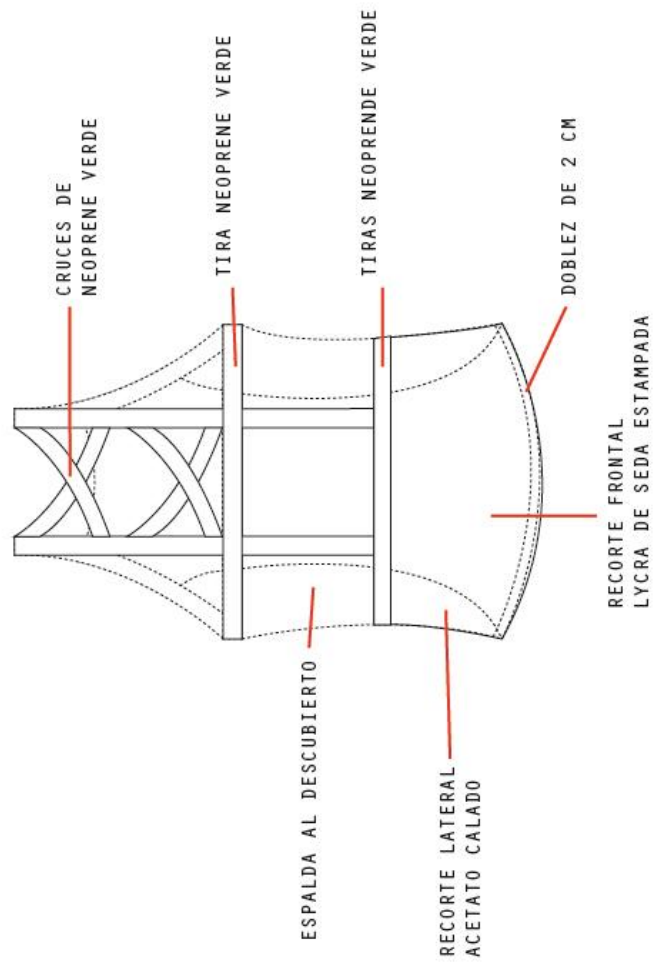
SERIE: GUACAMAYO VERDE

TERRENO: HUMEDAD/LLUVIA
TEMPERATURA: CALOR (MAYOR A 25º)

MATERIALES:
EXTERIOR: Lycra de seda
Neoprene
Acetato Calado

AVIOS:
Elásticos
Hilo verde
Hilo azul

MUSCULOSA
ESPALDA



A continuación se presentará la serie “Guacamayo Verde” para hombres.

Dibujos técnicos y Geométrales “Capa Rompevientos Guacamayo Verde” para hombre.

La siguiente capa, posee la funcionalidad de preservar al cuerpo contra la humedad y los vientos, diseñada para un clima en donde el usuario está en contacto directo con el agua, las lluvias, los vientos y altas temperaturas. A su vez, no posee materiales que fomenten la temperatura corporal, por lo que es en sí una prenda de protección ante los agentes externos, y no brindadora de calor.

El Rompevientos está confeccionado principalmente por Sylver, con propiedades aislantes de la humedad, brindando protección ante la lluvia y humedad. A su vez, las mangas están confeccionadas por neoprene, repeliendo al agua y protegiendo ante agentes frecuentes en la zona como insectos y vegetación.

Por dentro, está forrada por acetato calado, brindando frescura y un suave contacto con el cuerpo. Posee numerosos bolsillos tanto internos como externos, otorgando comodidad y seguridad al usuario.

Es una prenda cómoda, amplia y fresca, ideal para climas calurosos y húmedos. Posee un diseño urbano y de fácil camuflado con el ambiente.

COLECCIÓN: CATARATAS DEL IGUAZÚ

SERIE: GUACAMAYO VERDE PARA HOMBRES

TERRENO: HUMEDAD/LLUVIA

TEMPERATURA: CALOR (MAYOR A 25º)

**ROMPEVIENTOS
DELANTERO**

MATERIALES:

EXTERIOR: Sylver

Neoprene

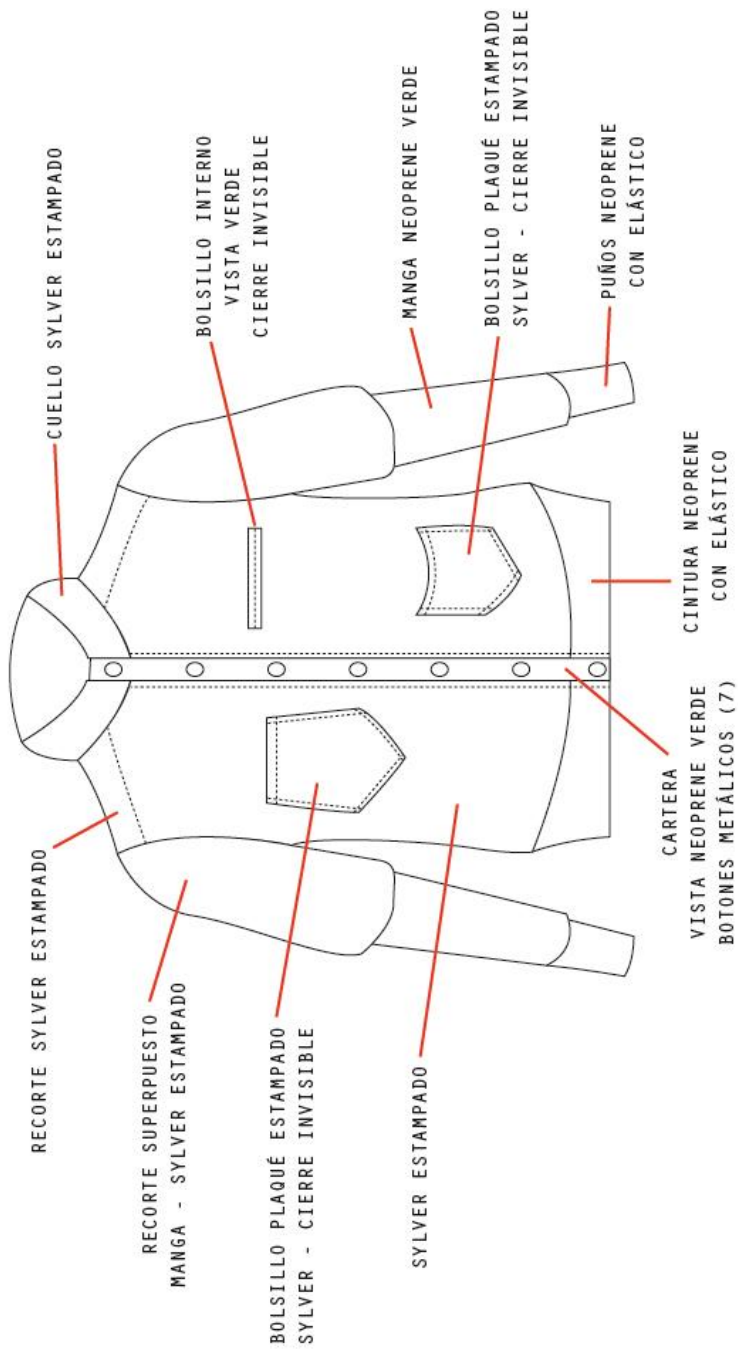
INTERIOR: Red Poliéster

AVIOS:

Botones Metálicos

Cierres invisibles metálicos

Elástico



COLECCIÓN: "CATARATAS DEL IGUAZÚ"

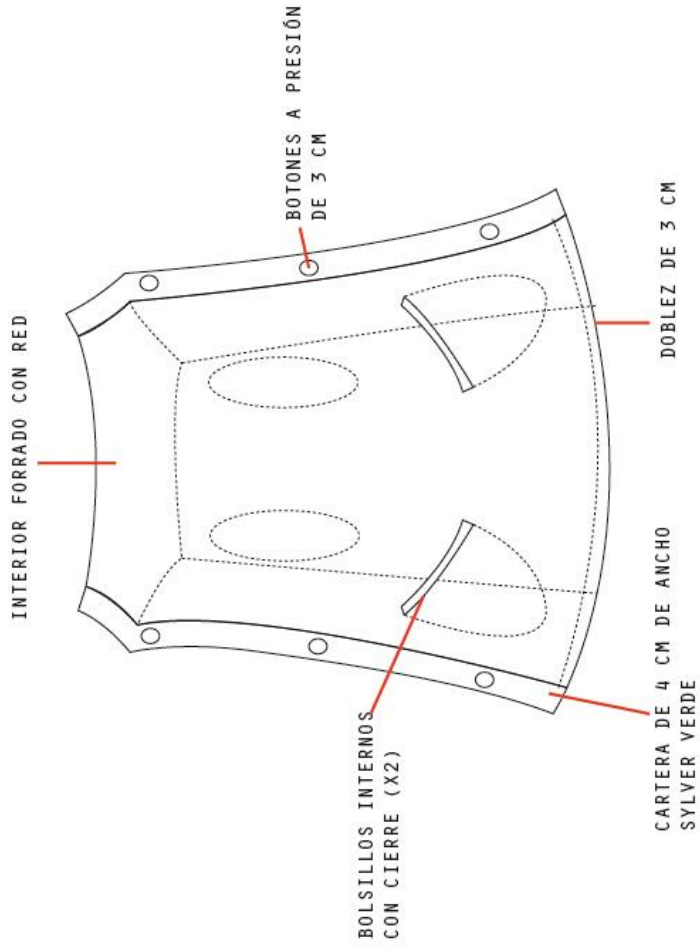
SERIE: GUACAMAYO VERDE

TERRENO: HUMEDAD/LLUVIA
TEMPERATURA: CALOR (MAYOR A 25°)

MATERIALES:
EXTERIOR: Sylver
INTERIOR: Red Poliéster

AVIOS:
Elásticos
Hilo verde
Hilo azul
Botones metálicos
Abrojos
Cierres visibles

ROMPEVIENTOS
INTERIOR



COLECCIÓN: "CATARATAS DEL IGUAZÚ"

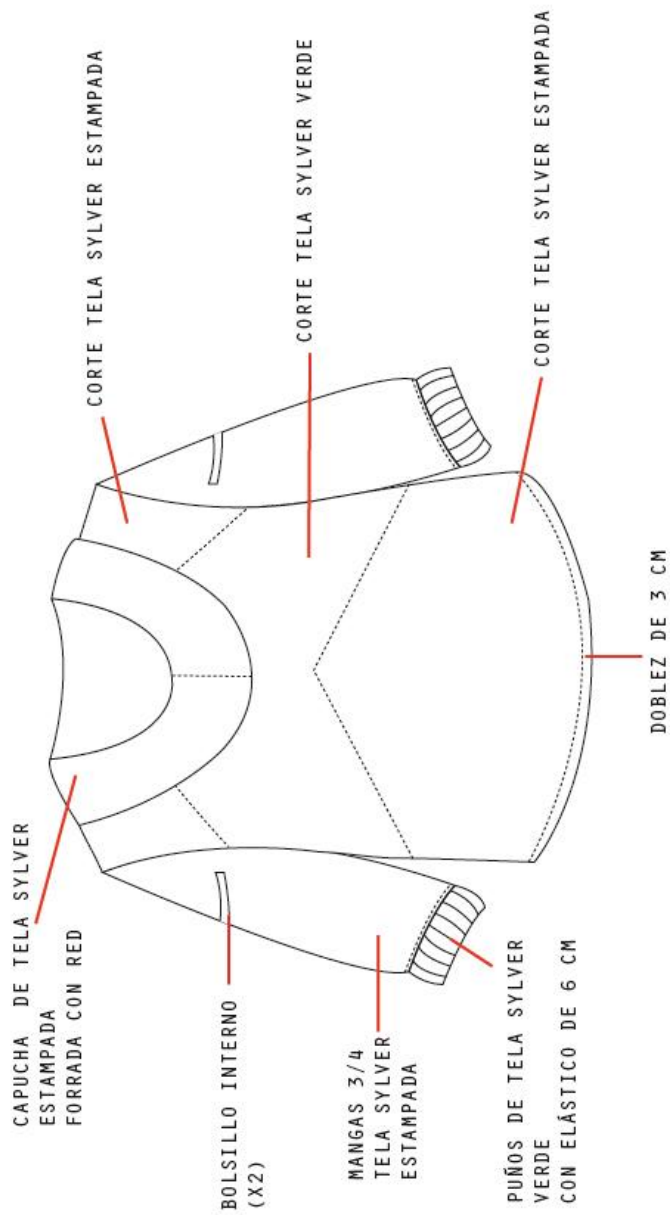
SERIE: GUACAMAYO VERDE

TERRENO: HUMEDAD/LLUVIA
TEMPERATURA: CALOR (MAYOR A 25°)

ROMPEVIENTOS
ESPALDA

MATERIALES:
EXTERIOR: Sylver
INTERIOR: Red Poliéster

AVIOS:
Elásticos
Hilo verde
Hilo azul
Botones metálicos
Abrojos
Cierres visibles



Dibujos técnicos y Geométrales “Pantalón Rompevientos Guacamayo Verde” para hombre..

La siguiente prenda, es un pantalón que continúa con lo representado anteriormente con la capa impermeable.

Será representado por el Guacamayo verde, haciendo conjunto con la capa. El mismo estará confeccionado por tela “Sylver” promoviendo frescura y protección y por dentro estará forrado por tela de red (poliéster).

El mismo tendrá elástico en la parte de la cintura, brindando comodidad, amplitud de movimientos y una optimización al momento de la colocación.

Es de tiro alto, ya que el mismo garantiza mayor comodidad y cubre la mayor parte de la espalda posible.

Sus cortes laterales brindan una adaptación a la silueta y la estilizan de manera tal que la usuaria se sienta satisfecha llevando el mismo. A su vez, posee un cierre en el lateral interno, posibilitando la apertura de la bota, transformándolo en un pantalón amplio, brindando la opción de utilizarlo de la manera mayor óptima posible.

Para generar una mayor posibilidad de aprovechamiento de la prenda, la misma se transforma en pantalón corto a través de la apertura de cierres que posee en la parte superior de las piernas.

Posee bolsillos diseñados para la seguridad y comodidad del usuario, tanto en la parte delantera, como en la espalda y hacia los costados.

COLECCIÓN: CATARATAS DEL IGUAZÚ

SERIE: GUACAMAYO VERDE PARA HOMBRES

TERRENO: HUMEDAD/LLUVIA

TEMPERATURA: CALOR (MAYOR A 25°)

**PANTALÓN ROMPEVIENTOS
DELANTERO**

MATERIALES:

EXTERIOR: Sylver

Neoprene

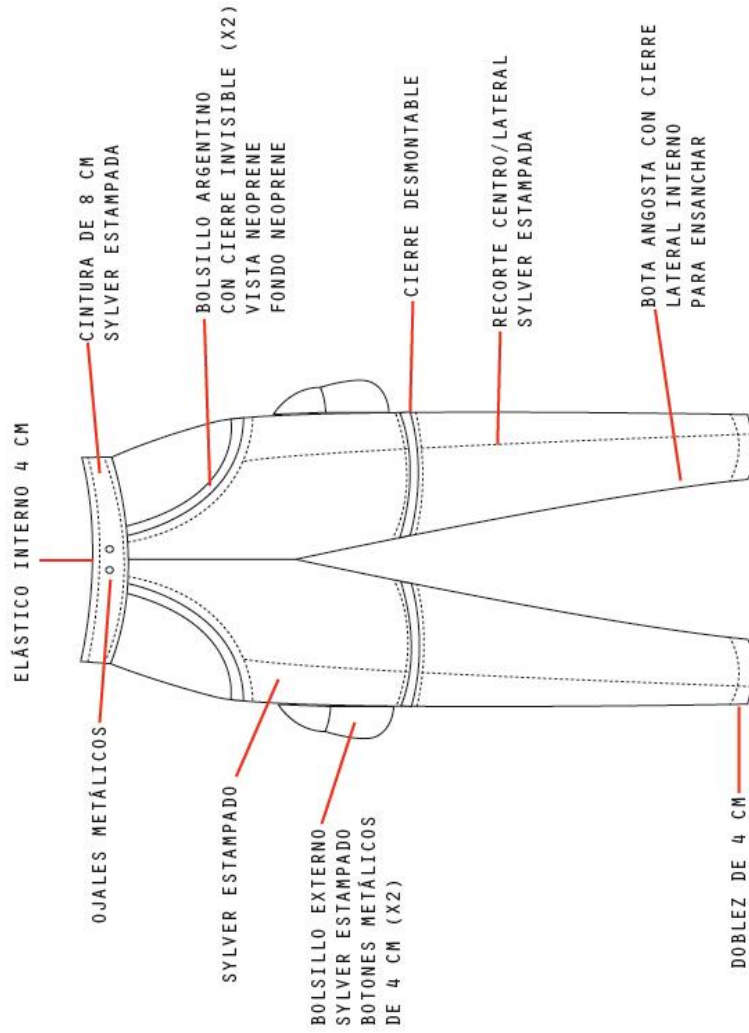
INTERIOR: Red Pollester

AVIOS:

Botones Metálicos

Cierres invisibles metálicos

Elástico



COLECCIÓN: CATARATAS DEL IGUAZÚ

SERIE: GUACAMAYO VERDE PARA HOMBRES

TERRENO: HUMEDAD/LLUVIA

TEMPERATURA: CALOR (MAYOR A 25°)

PANTALÓN ROMPEVIENTOS
ESPALDA

MATERIALES:

EXTERIOR: Sylver

Neoprene

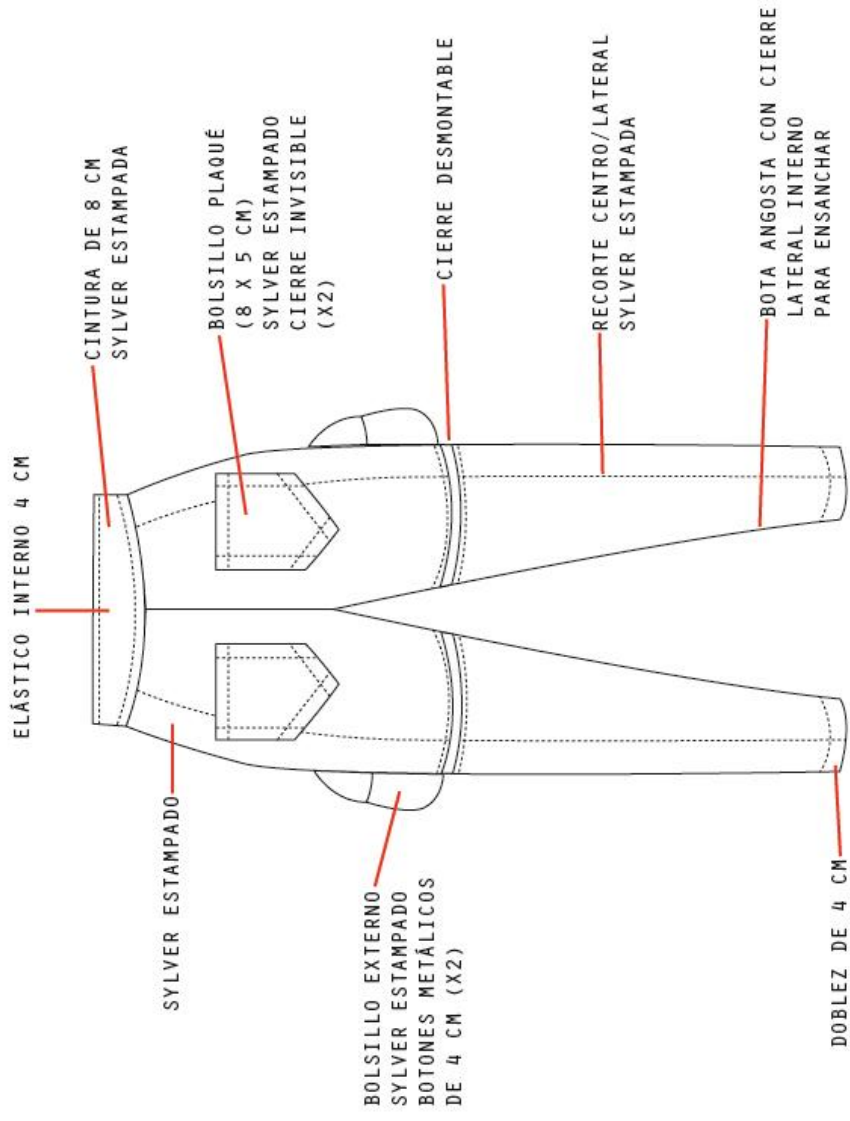
INTERIOR: Red Polliester

AVIOS:

Botones Metálicos

Cierres invisibles metálicos

Elástico



Dibujos técnicos y Geométrales “Remera Guacamayo Verde” para hombre.

La siguiente prenda, corresponde a la serie “Cataratas del Iguazú” y está representada por el Guacamayo Verde.

La misma está diseñada para adaptarse y brindar un óptimo desempeño en terrenos húmedos y calurosos, otorgando al usuario repelencia al agua y una comfortable temperatura corporal.

La prenda es una remera confeccionada por elastano de algodón y acetato calado en las zonas de mayor humedad corporal, manteniendo al usuario seco y cómodo.

Es una prenda adaptable al cuerpo, protegiendo lo máximo posible al usuario, y posibilitándolo de llevar capas externas en caso de descenso de la temperatura. Posee bolsillos y el cuello es medio para brindar protección sin incrementar la temperatura.

Es una prenda urbana, cómoda, y no requiere de gran espacio para ser transportada.

COLECCIÓN: CATARATAS DEL IGUAZÚ

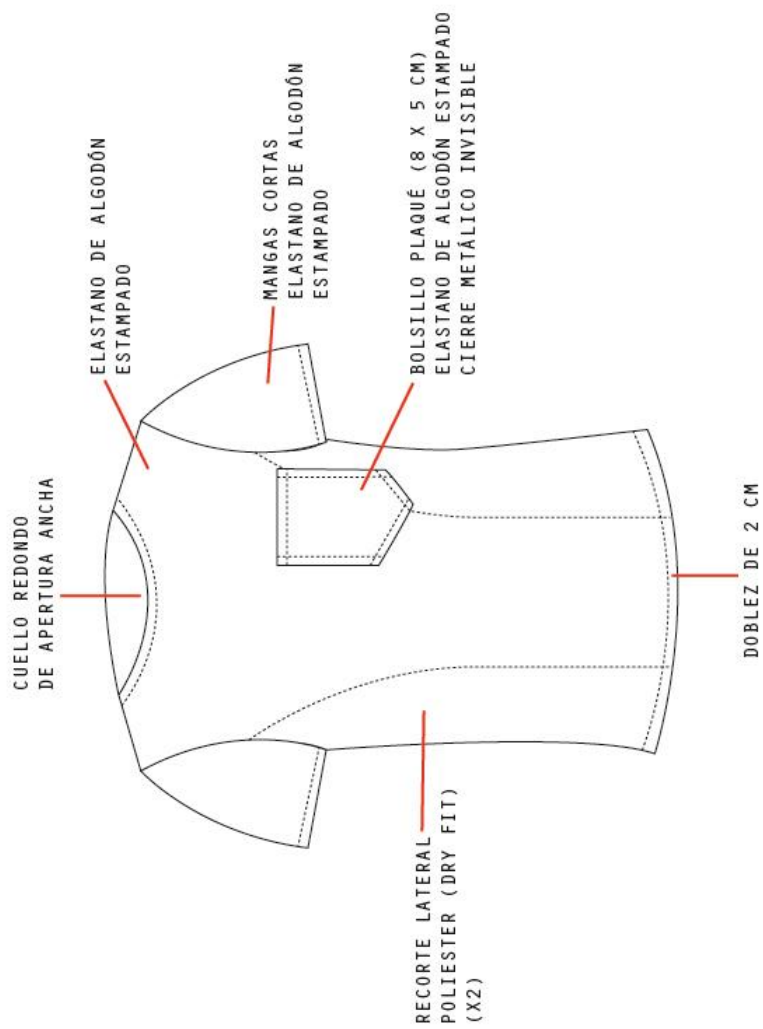
SERIE: GUACAMAYO VERDE PARA HOMBRES

TERRENO: HUMEDAD/LLUVIA
TEMPERATURA: CALOR (MAYOR A 25°)

MATERIALES:
EXTERIOR: Elastano de Algodón
Poliester (Dry-Fit)

AVIOS:
Hilo verde
Hilo blanco
Cierre invisible

REMERA
DELANTERO



COLECCIÓN: CATARATAS DEL IGUAZÚ

SERIE: GUACAMAYO VERDE PARA HOMBRES

TERRENO: HUMEDAD/LLUVIA

TEMPERATURA: CALOR (MAYOR A 25°)

REMERA
ESPALDA

MATERIALES:

EXTERIOR: Elastano de Algodón

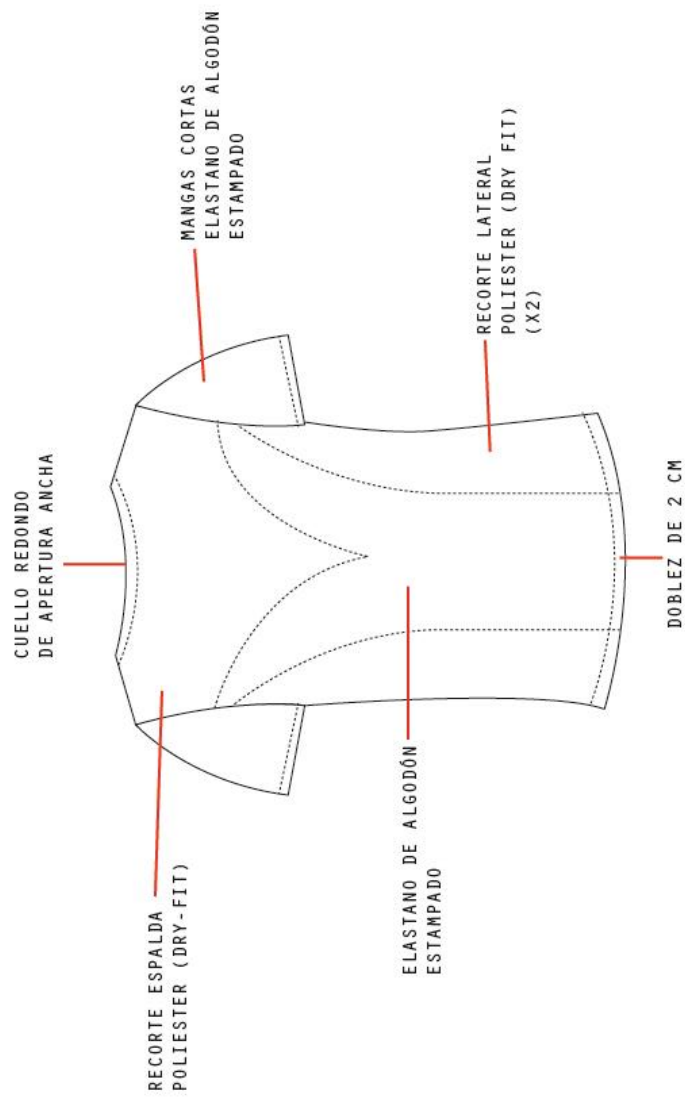
Poliester (Dry-Fit)

AVIOS:

Hilo verde

Hilo blanco

Cierre invisible



4.4.5 Serie “Vientos Patagónicos”.

La siguiente serie está inspirada en la Patagonia Argentina, y está representada por el Yaguareté.

4.4.5.1 Breve introducción de la Patagonia Argentina.

La Patagonia es una de las regiones por las cuales está dividida la Argentina. La región patagónica se subdivide según dos criterios; Patagonia Norte (Rio Negro, Neuquén y la Pampa) y la Patagonia Sur (Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego).

El viento patagónico es fuerte, frío, persistente. Surge sobretodo del sudoeste y sopla sin frenos sobre esa fina lengua de tierra entre dos océanos que es la Patagonia. El viento atraviesa más de 100 km por hora, en la zona de montañas es cuando más calma alcanza, y eso implica grandes cambios de temperatura.

En épocas de nevadas nace el viento blanco, que puede dejar sepultado todo lo que encuentra a su paso.

4.4.5.2 Dibujos Técnicos y Geométrales serie “Vientos Patagónicos”.

Dibujos técnicos y Geométrales “Chaleco Yaguareté” para mujer.

El siguiente chaleco, cumple el propósito de mantener una temperatura corporal confortable y a su vez la de proteger al cuerpo contra la erosión del viento.

Los materiales elegidos para la confección del mismo son “Set de Poliéster”, utilizado para abrigos que serán rellenos ya sea natural o sintéticamente. Posee una terminación suave al tacto y posibilita la libertad de movimientos. A su vez es ancho, por lo cual está diseñado para ser colocado por encima de otras prendas.

En su interior estará recubierto por traker, manteniendo el calor corporal y la impermeabilidad, y en las zonas que rozan al cuerpo, se utilizará la fibra gamuzada para un tacto más suave.

Posee numerosos bolsillos tanto externos como internos, promoviendo la seguridad y comodidad del usuario.

Estará completamente estampado por la estampa “Yaguareté”, exceptuando las vistas que serán de color negro.

Es un diseño clásico, pero pensado para que el usuario le otorgue uso con frecuencia.

COLECCIÓN: VIENTOS DEL SUR

SERIE: YAGUARETÉ PARA MUJER

TERRENO: VIENTO/LLUVIA
TEMPERATURA: FRIO (MENOR A 20°)

MATERIALES:

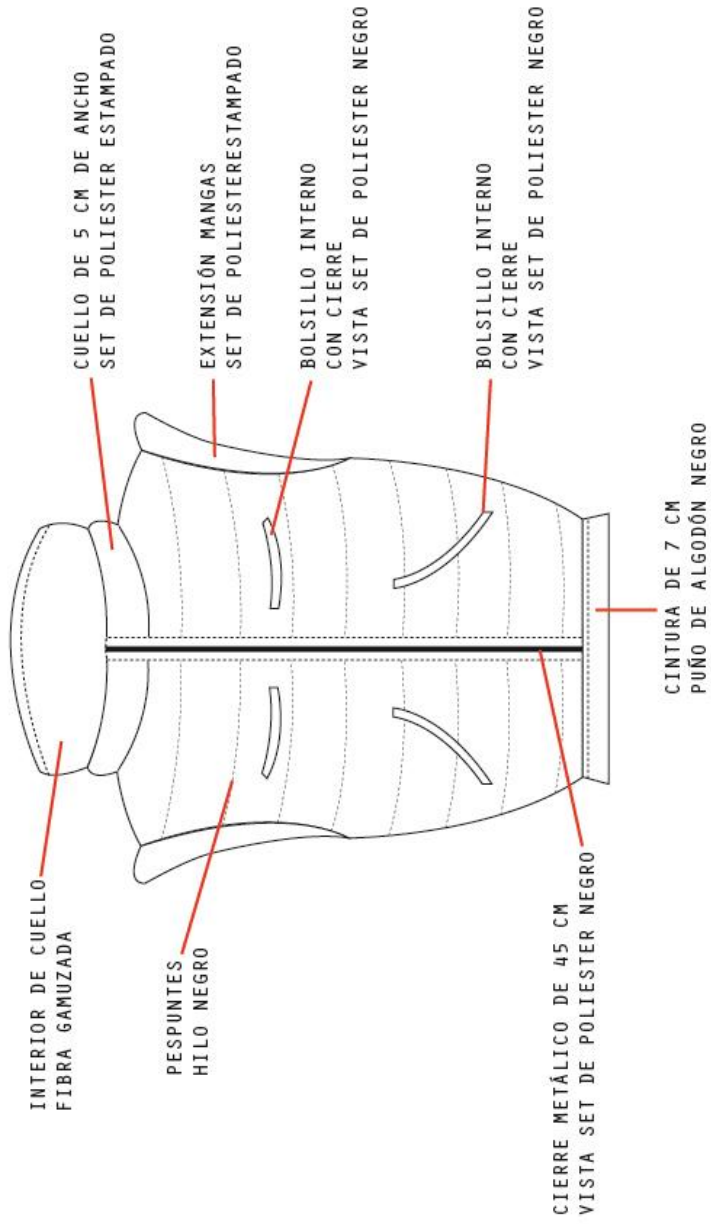
EXTERIOR: SET DE POLIESTER
PUÑOS DE ALGODÓN

INTERIOR: RELLENO DE POLIAMIDA
CUBIERTA DE TRAKER
FIBRA GAMUZADA (CUELLO Y BOLSILLOS)

AVIOS:

Precinto plástico
Botones metálicos
Cierres metálicos
Botones a presión
Hilo negro

CHALECO
FRENTE



COLECCIÓN: VIENTOS DEL SUR

SERIE: YAGUARETÉ PARA MUJER

TERRENO: VIENTO/LLUVIA
TEMPERATURA: FRIO (MENOR A 20°)

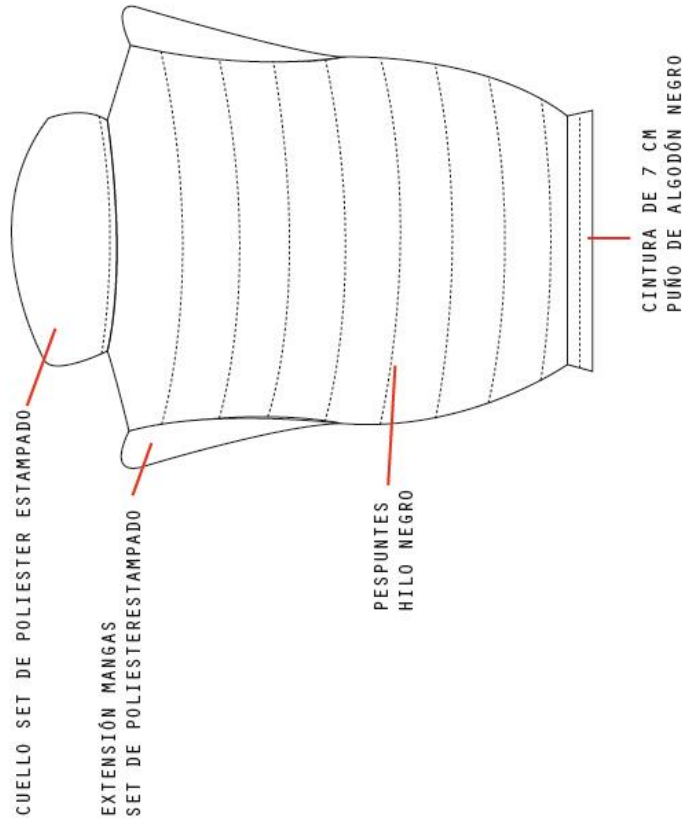
CHALECO
ESPALDA

MATERIALES:

EXTERIOR: SET DE POLIESTER
PUÑOS DE ALGODÓN

INTERIOR: RELLENO DE POLIAMIDA
CUBIERTA DE TRAKER
FIBRA GAMUZADA (CUELLO Y BOLSILLOS)

AVIOS:
Precinto plástico
Botones metálicos
Cierres metálicos
Botones a presión
Hilo negro



CHALECO RELLENO CON POLIAMIDA

COLECCIÓN: VIENTOS DEL SUR

SERIE: YAGUARETÉ PARA MUJER

TERRENO: VIENTO/LLUVIA

TEMPERATURA: FRIO (MENOR A 20°)

CHALECO
INTERIOR

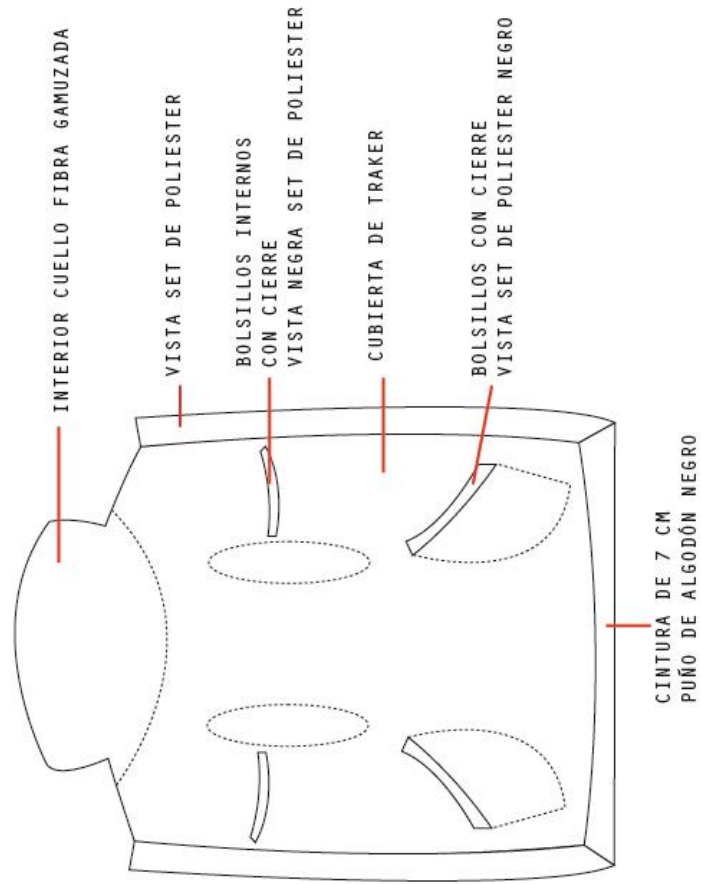
MATERIALES:

EXTERIOR: SET DE POLIESTER
PUÑOS DE ALGODÓN

INTERIOR: RELLENO DE POLIAMIDA
CUBIERTA DE TRAKER
FIBRA GAMUZADA (CUELLO Y BOLSILLOS)

AVIOS:

Precinto plástico
Botones metálicos
Cierres metálicos
Botones a presión
Hilo negro



Dibujos técnicos y Geométrales "Enterito Yaguareté" para mujer.

La siguiente prenda pertenece a la serie "Patagonia", y será representada por el Yaguareté.

La misma se trata de un enterito de ribstop. Textil elegido por su resistencia, ligereza, durabilidad y protección anti desgarro. Ideal para la montaña o travesías con riesgos de plantas espinosas, rocas agudas o cualquier actividad en general que requiera contacto con la naturaleza.

Se trata de un enterito debido a la comodidad que brinda el mismo, permitiendo al usuario realizar diferentes tipos de actividades sin la necesidad de preocuparse por la caída o el desplazamiento de la prenda. Se utilizó el método desmontable, para que pueda ser aprovechado durante las diferentes etapas del día. Posee gran cantidad de bolsillos, tanto delanteros como en la espalda, y a su vez se le sumaron bolsillos laterales de mayor dimensión.

El diseño del mismo es más angosto en las botamangas, llevándolo a una prenda femenina y continuando con la silueta de la usuaria.

Se utilizarán precintos de metal en las tiras del tórax, mientras que en la de cintura, de plástico para que no afecte el roce con la usuaria.

El enterito estará completamente estampado por la estampa Yaguareté, exceptuando las vistas que serán de color negro.

COLECCIÓN: VIENTOS DEL SUR

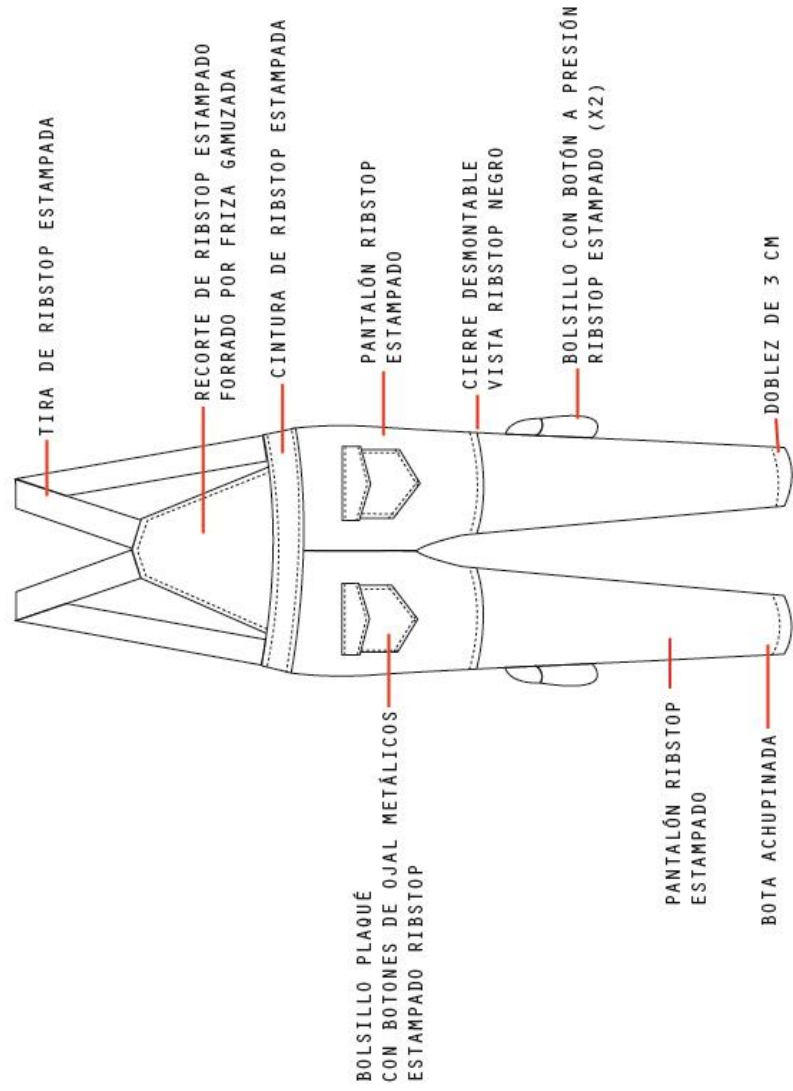
SERIE: YAGUARETÉ PARA MUJER

TERRENO: VIENTO/LLUVIA
TEMPERATURA: FRIO (MENOR A 20°)

AVIOS:
Precinto plástico
Botones metálicos
Cierres metálicos
Botones a presión
Hilo negro

MATERIALES:
EXTERIOR: SET DE POLIESTER
PUÑOS DE ALGODÓN
INTERIOR: RELLENO DE POLIAMIDA
CUBIERTA DE TRAKER
FIBRA GAMUZADA (CUELLO Y BOLSILLOS)

PANTALÓN ENTERITO
ESPALDA



Dibujos técnicos y Geométrales “Camiseta térmica Yaguareté” para mujer.

La siguiente prenda pertenece a la serie “Vientos del Sur” y estará representada por el Yaguareté.

La misma es una camiseta térmica. Especialmente pensada para la protección contra los fríos vientos y el mantenimiento de la temperatura corporal.

La prenda está confeccionada totalmente por Dry Tec, textil tecnológico que regula la temperatura corporal y evita el paso del frío. Liviana, adaptable y de rápido secado.

En su interior posee tazas de corpiño, con la opción de extracción, para que la usuaria decida que es lo que le resulta más confortable según el momento.

Los cortes laterales continúan la silueta, estilizándola y modelando el cuerpo.

COLECCIÓN: VIENTOS DEL SUR

SERIE: YAGUARETÉ PARA MUJER

TERRENO: VIENTO/LLUVIA
TEMPERATURA: FRIO (MENOS A 20°)

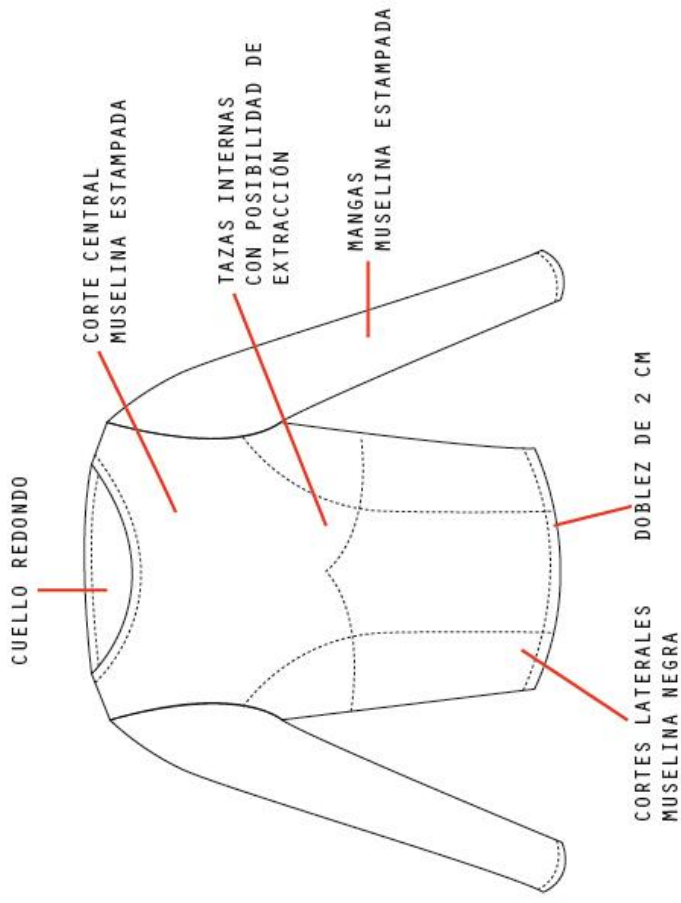
REMERA TÉRMICA
FRENTE

MATERIALES:

EXTERIOR: Muselina (Dry-Tec)

AVIOS:

Tazas Corpiño
Elastico



COLECCIÓN: VIENTOS DEL SUR

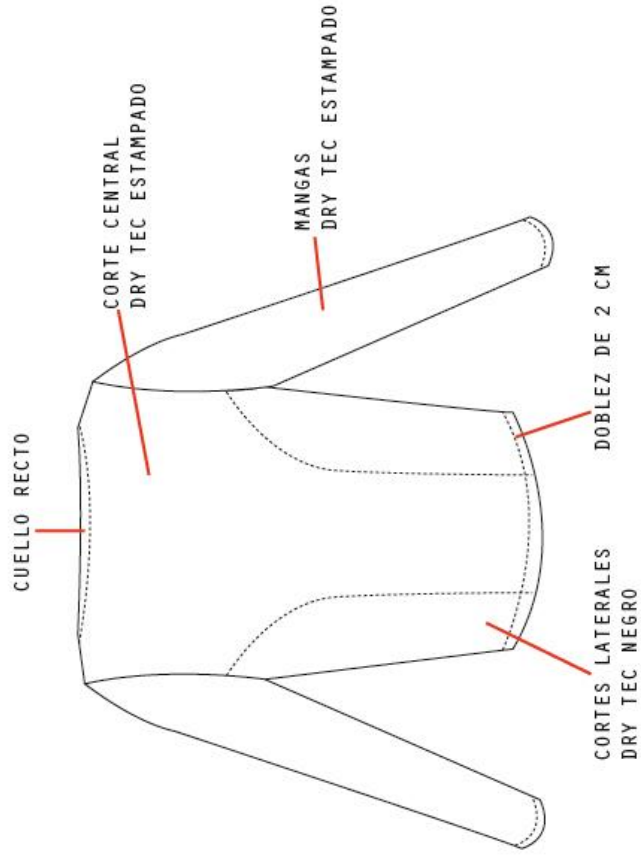
SERIE: YAGUARETÉ PARA MUJER

TERRENO: VIENTO/LLUVIA
TEMPERATURA: FRIO (MENOS A 20°)

MATERIALES:
EXTERIOR: Muselina (Dry-Tec)

AVIOS:
Tazas Corpiño
Elástico

REMERA TÉRMICA
ESPALDA



A continuación se presentará la serie “Yaguareté” para hombres.

Dibujos técnicos y Geométrales “Campera Yaguareté” para hombre.

La siguiente prenda pertenece a la serie “Vientos del Sur” y estará representada por el Yaguareté.

La misma es una campera de diseño sofisticado y elegante, adaptado a las condiciones para sobrevivir ante un clima de frío extremo y viento.

La campera está materializada en su exterior por Truker, textil elegido por su resistencia, durabilidad, impermeabilidad y conductor del calor, brindando una sensación de bienestar en el usuario. A su vez, posee detalles en gamuza, generando sofisticación y masculinidad.

En las partes en donde existe un mayor contacto con zonas delicadas del cuerpo, está forrada por fibra gamuzada, brindando un agradable contacto con el cuerpo y manteniendo las zonas en una temperatura agradable.

En su interior, está forrada por relleno de poliamida, siendo este aislante del frío y conservando la temperatura humana de manera agradable. Por último, la capa en contacto con el cuerpo está forrada por “Cire”, textil de tacto agradable y conductor del calor.

Posee numerosos bolsillos tanto externos como internos.

La excelencia de la campera, está desempeñada por sus numerosos detalles en gamuza y avíos metálicos que hacen de la misma, una prenda sofisticada y urbana; y a su vez está especialmente equipada con tecnologías de última generación para soportar climas extremos.

Es amplia, lo cual permite colocar capas de prendas internas con facilidad.

COLECCIÓN: VIENTOS DEL SUR "PATAGONIA"

SERIE: YAGUARETE PARA HOMBRES

TERRENO: VIENTO/LLUVIA
TEMPERATURA: FRIO (MENOR A 20°)

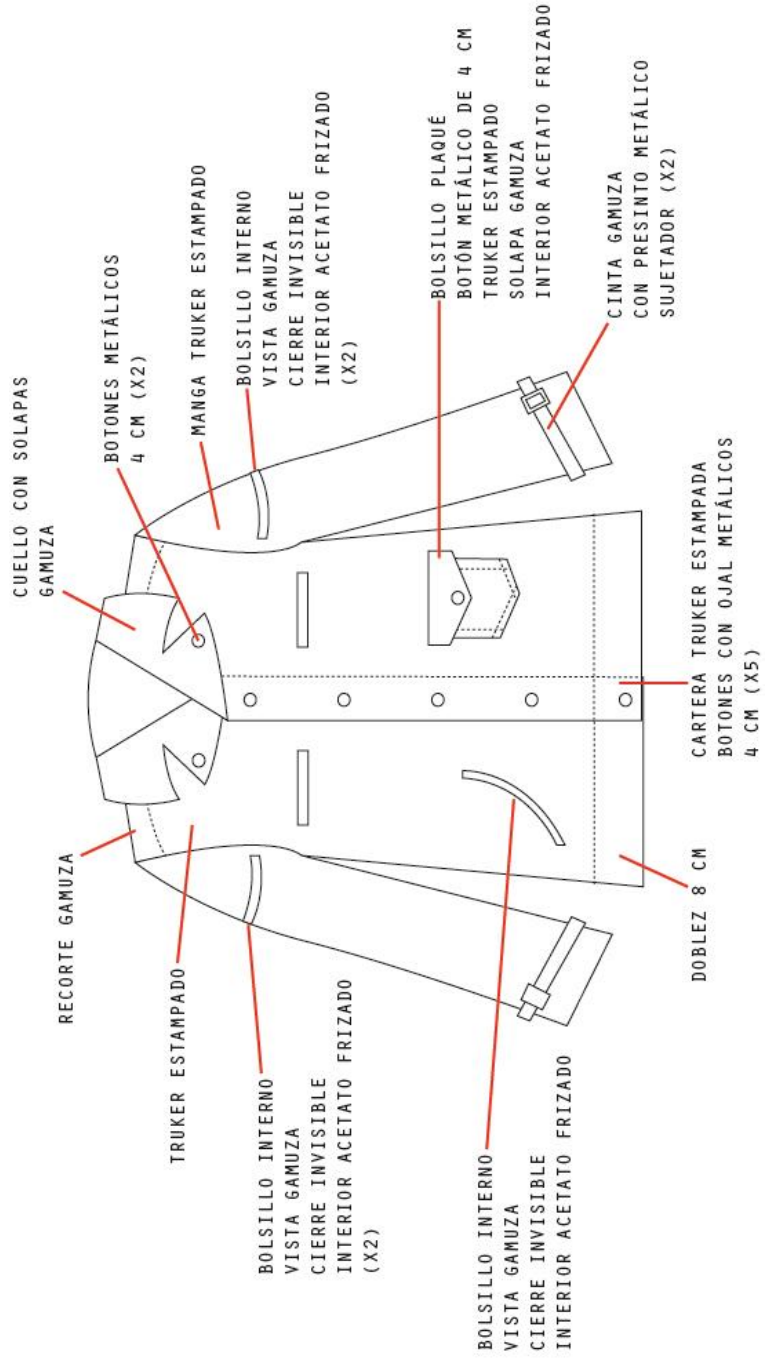
CAMPERA
DELANTERO

MATERIALES:

EXTERIOR: Truker
Acetato Frizado
Gamuza

INTERIOR: Relleno de Poliámida
Cire

AVIOS:
Cierres invisibles
Botones metálicos
Precinto metálico
Elásticos



COLECCIÓN: VIENTOS DEL SUR "PATAGONIA"

SERIE: YAGUARETÉ PARA HOMBRES

TERRENO: VIENTO/LLUVIA
TEMPERATURA: FRIO (MENOR A 20°)

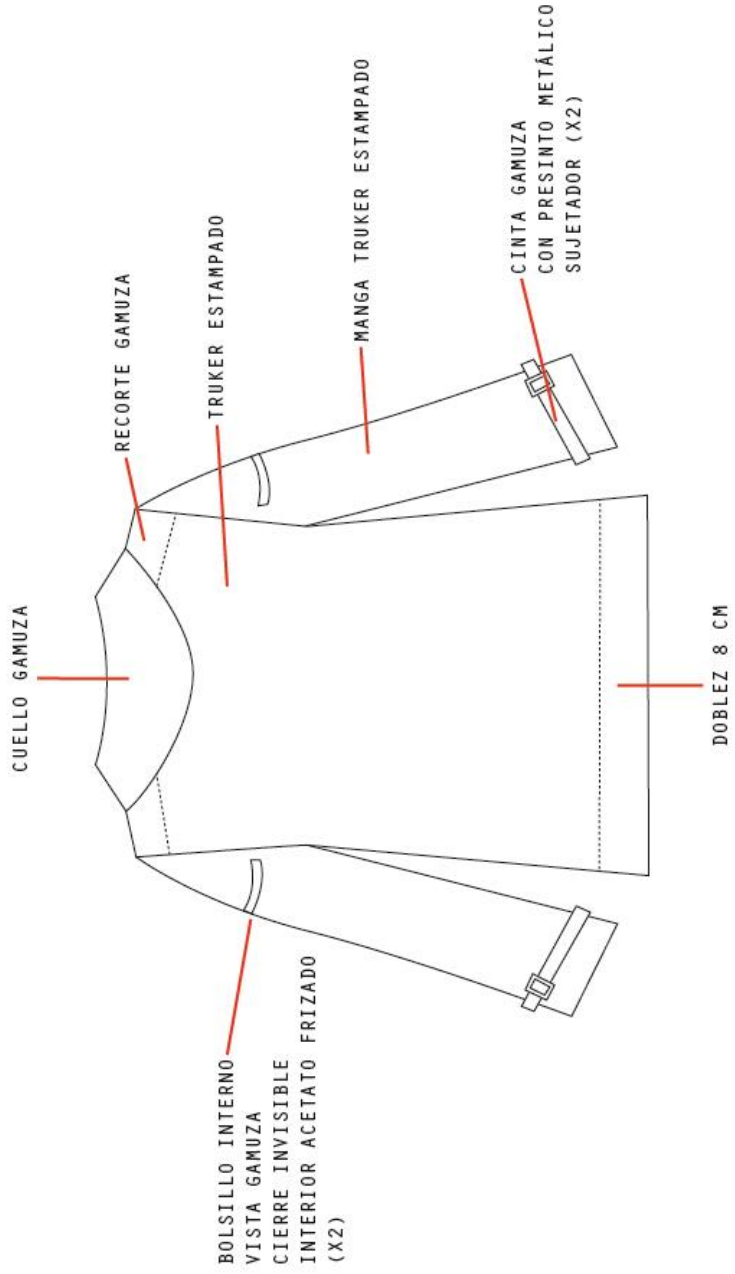
CAMPERA
ESPALDA

MATERIALES:

EXTERIOR: Trucker
Acetato Frizado
Gamuza

INTERIOR: Relleno de Poliámida
Cire

AVIOS:
Cierres invisibles
Botones metálicos
Precinto metálico
Elásticos



Dibujos técnicos y Geométrales "Enterito Yaguareté" para hombre.

La siguiente prenda pertenece a la serie "Patagonia", y será representada por el Yaguareté.

La misma se trata de un enterito de ribstop. Textil elegido por su resistencia, ligereza, durabilidad y protección anti desgarro. Ideal para la montaña o travesías con riesgos de plantas espinosas, rocas agudas o cualquier actividad en general que requiera contacto con la naturaleza.

Se trata de un enterito debido a la comodidad que brinda el mismo, permitiendo al usuario realizar diferentes tipos de actividades sin la necesidad de preocuparse por la caída o el desplazamiento de la prenda. Se utilizó el método desmontable, para que pueda ser aprovechado durante las diferentes etapas del día. Posee gran cantidad de bolsillos, tanto delanteros como en la espalda, y a su vez se le sumaron bolsillos laterales de mayor dimensión.

El diseño del mismo es más angosto en las botamangas, llevándolo a una prenda sofisticada y continuando con la silueta del usuario.

Se utilizarán precintos de metal en las tiras del tórax, mientras que en la de cintura, de plástico para que no afecte el roce con la usuaria.

El enterito estará completamente estampado por la estampa Yaguareté, exceptuando las vistas que serán de color negro.

COLECCIÓN: VIENTOS DEL SUR "PATAGONIA"

SERIE: YAGUARETÉ PARA HOMBRES

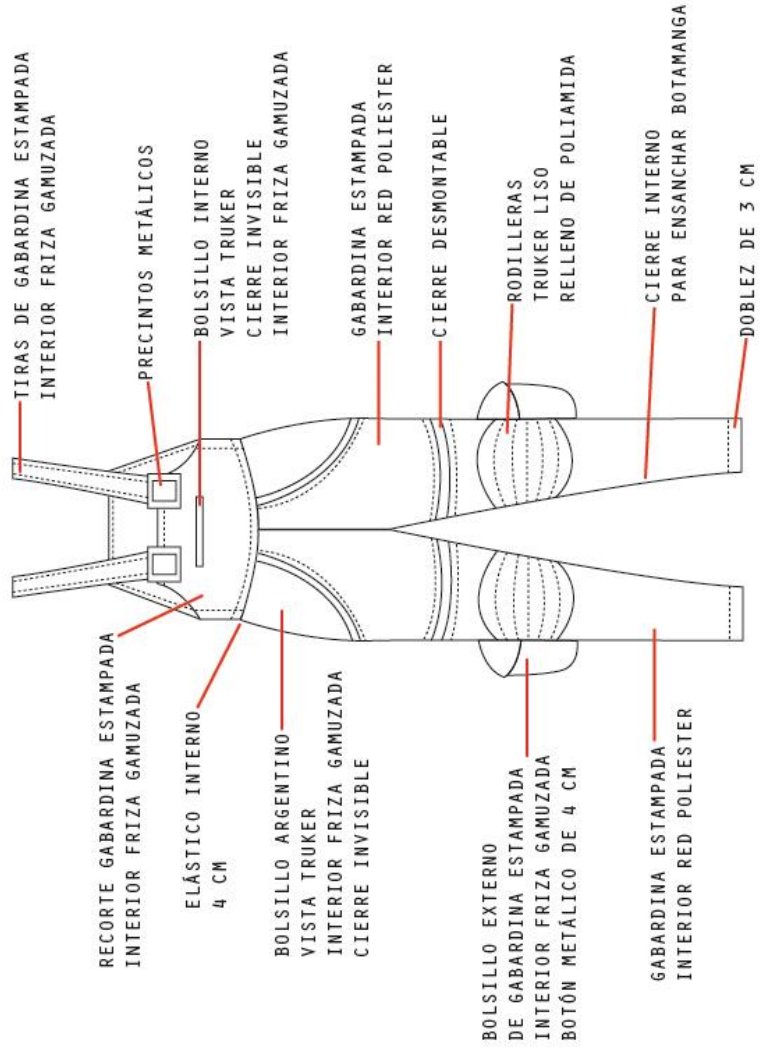
TERRENO: VIENTO/LLUVIA
TEMPERATURA: FRIO (MENOR A 20º)

ENTERITO
DELANTERO

MATERIALES:
EXTERIOR: Gabardina estampada
Truker

INTERIOR: Red Poliéster
Relleno de Poliámida
Friza Gamuzada

AVIOS:
Cierres invisibles
Botones metálicos
Precinto metálico
Elástico



COLECCIÓN: VIENTOS DEL SUR "PATAGONIA"

SERIE: YAGUARETÉ PARA HOMBRES

TERRENO: VIENTO/LLUVIA

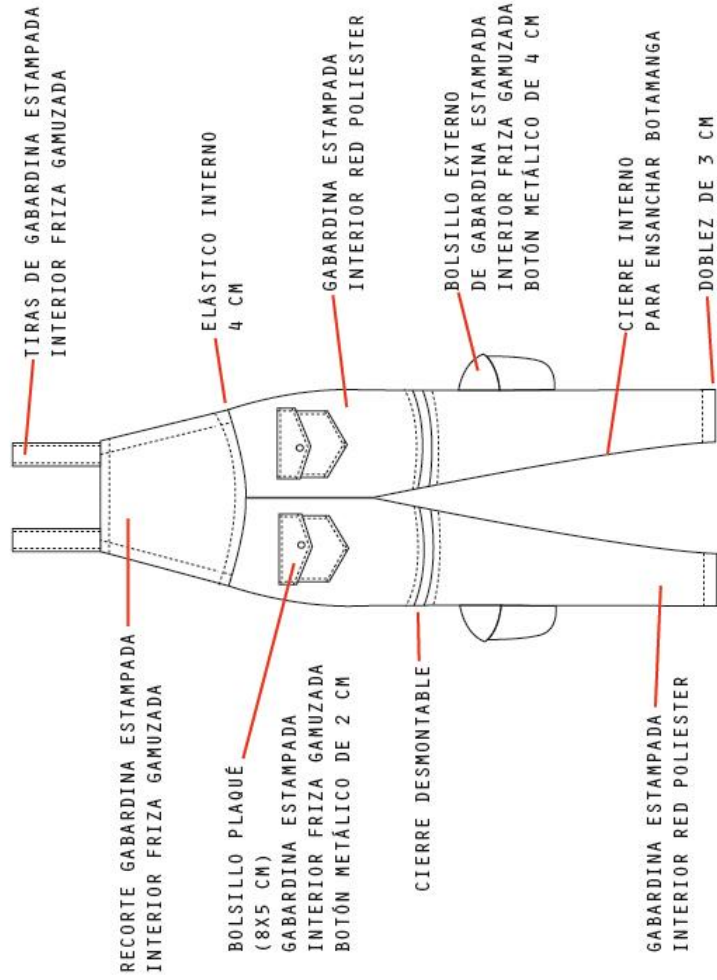
TEMPERATURA: FRIO (MENOR A 20º)

ENTERITO
ESPALDA

MATERIALES:
EXTERIOR: Gabardina estampada
Truker

INTERIOR: Red Poliéster
Relleno de Poliámida
Friza Gamuzada

AVIOS:
Cierres invisibles
Botones metálicos
Precinto metálico
Elástico



Dibujos técnicos y Geométrales “Camiseta térmica Yaguareté” para hombre.

La siguiente prenda pertenece a la serie “Vientos del Sur” y estará representada por el Yaguareté.

La misma es una camiseta térmica. Especialmente pensada para la protección contra los fríos vientos y el mantenimiento de la temperatura corporal.

La prenda está confeccionada totalmente por Dry Tec (muselina), textil tecnológico que regula la temperatura corporal y evita el paso del frío. Liviana, adaptable y de rápido secado.

Al ser una prenda de contacto inmediato con el cuerpo, brinda la opción de colocar numerosas capas de prendas por encima, fomentando el calor corporal.

COLECCIÓN: VIENTOS DEL SUR "PATAGONIA"

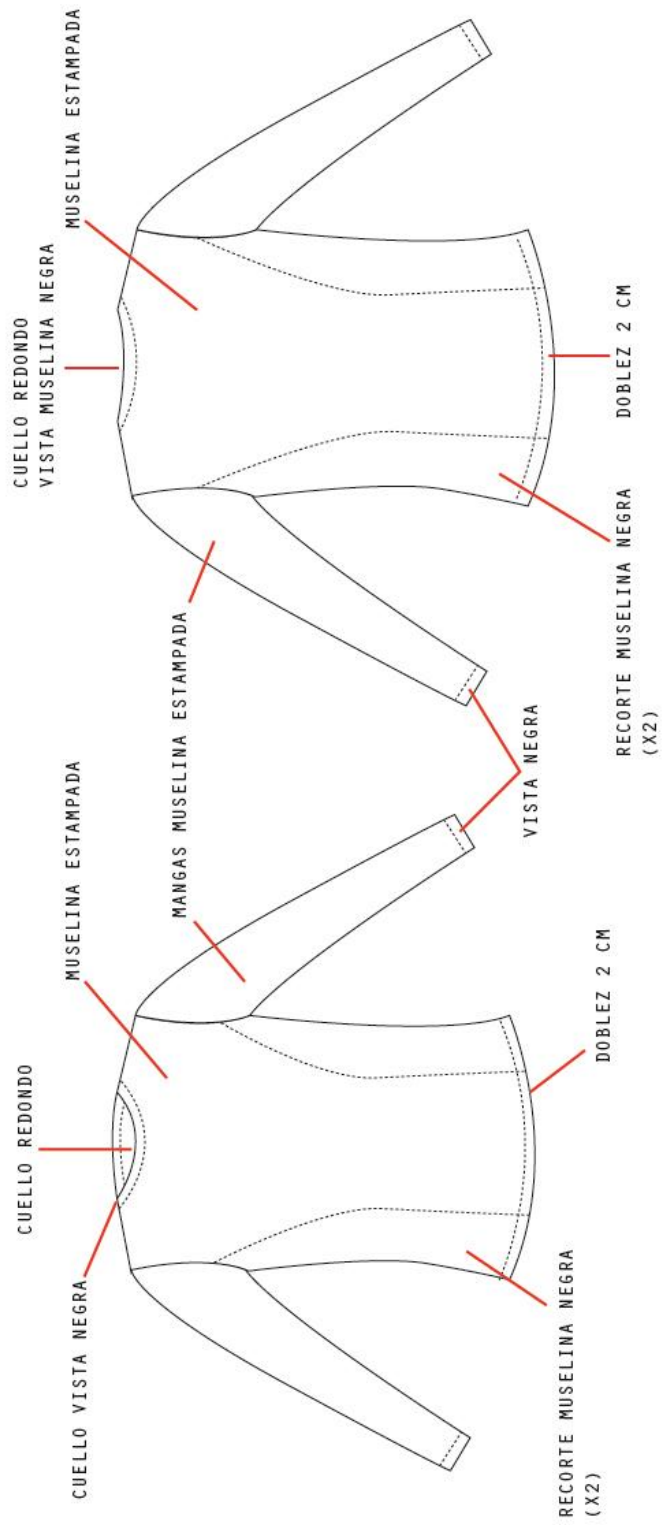
SERIE: YAGUARETÉ PARA HOMBRES

TERRENO: VIENTO/LLUVIA
TEMPERATURA: FRIO (MENOR A 20°)

REMERA TÉRMICA
FRENTE Y ESPALDA

MATERIALES:
EXTERIOR: Muselina

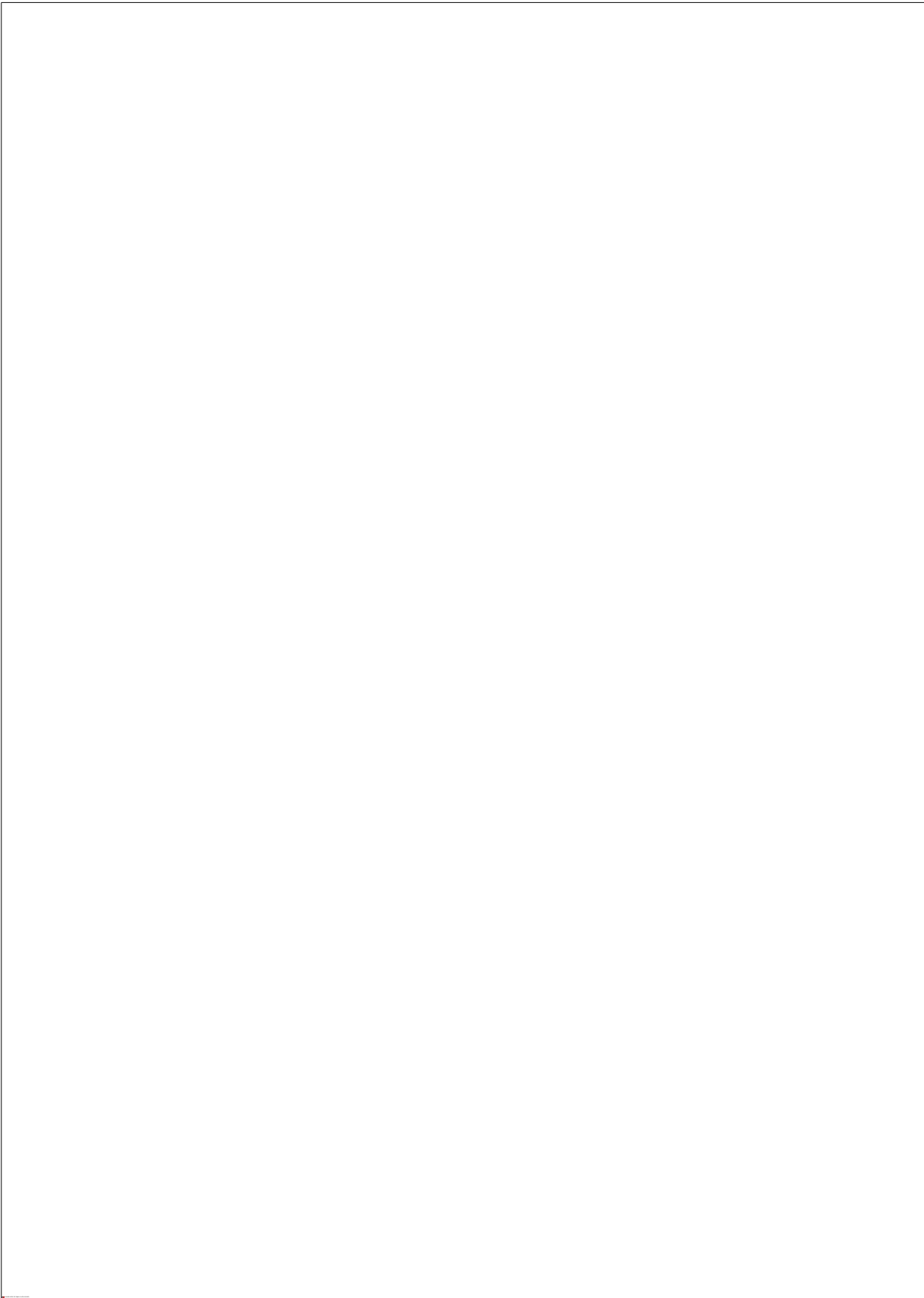
AVIOS:
Elástico
Hilo marrón
Hilo negro

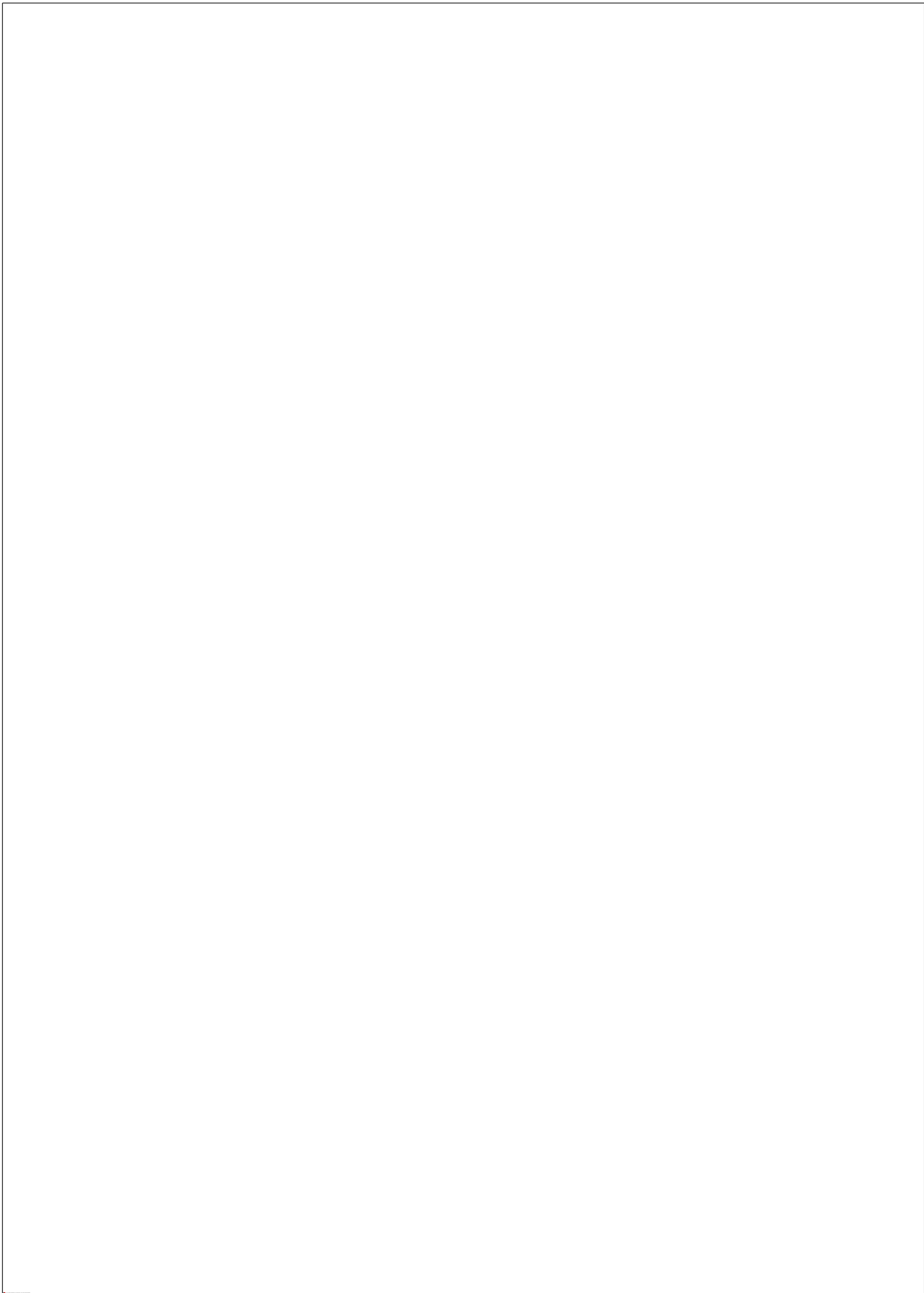


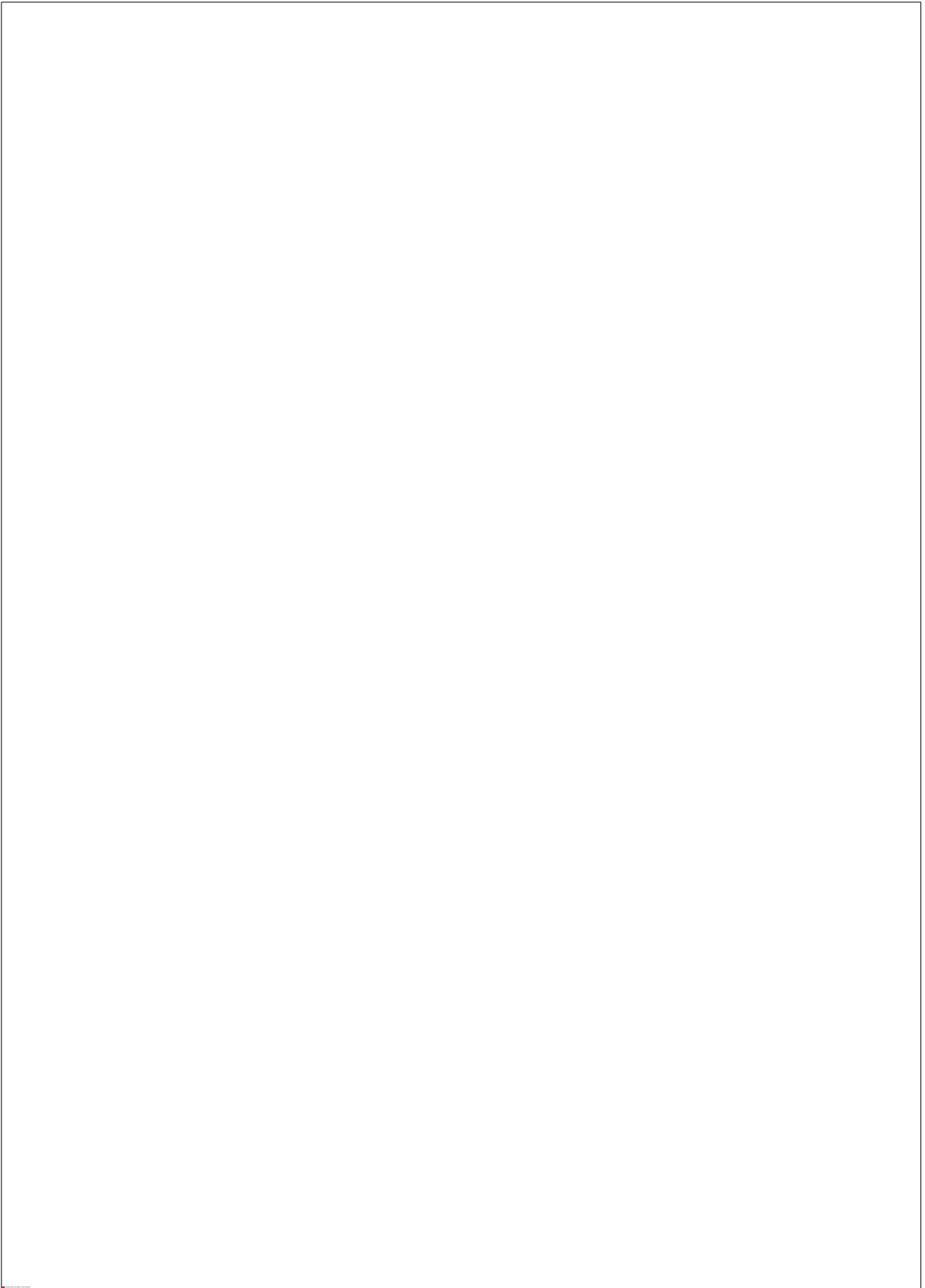
4.5 Figurines.

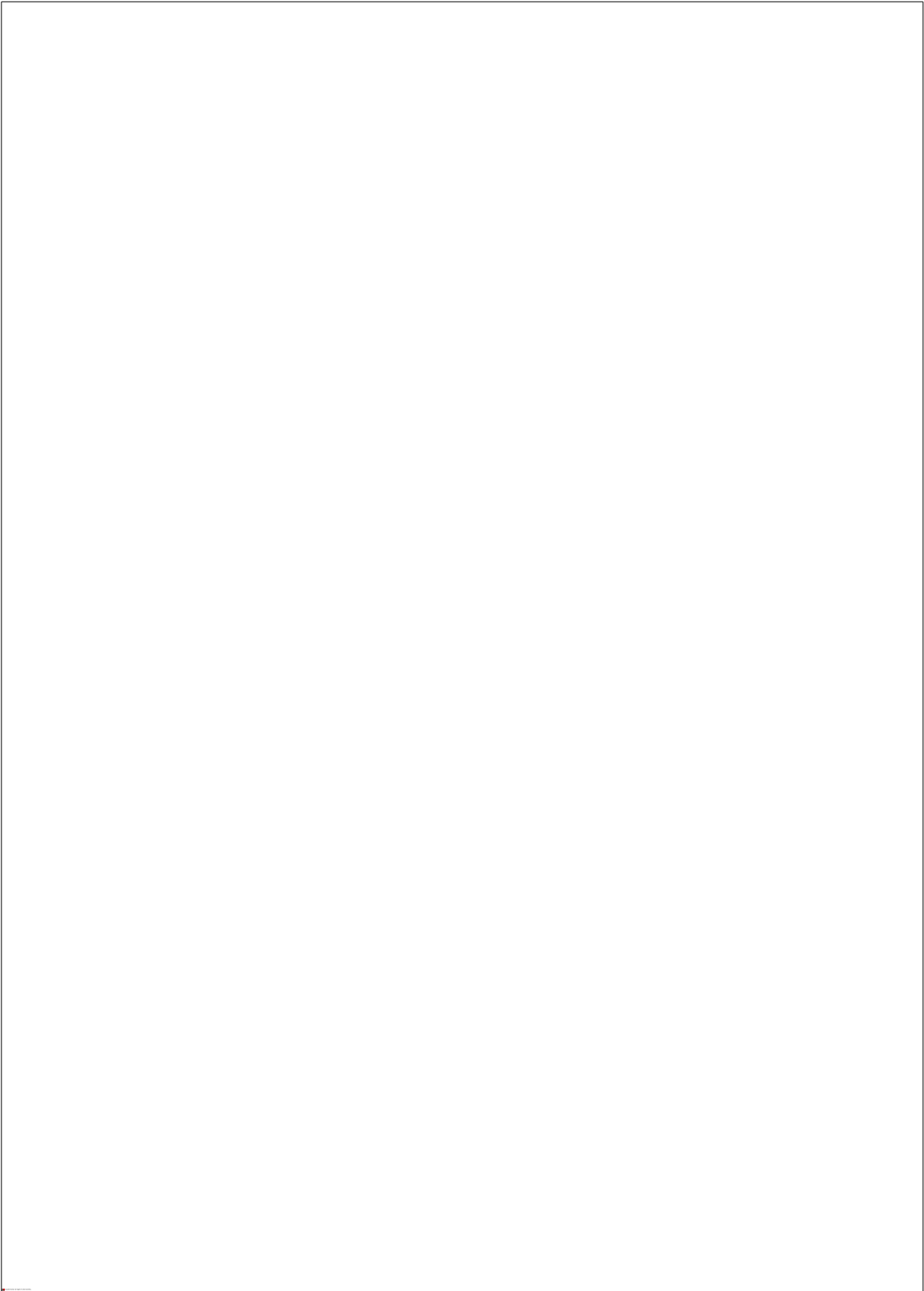
Luego de la elección de texturas a utilizar, y tras la realización de geometrales y dibujos técnicos de las prendas; se procederá al desarrollo de los figurines, que representarán de la manera más exacta posible como continuará el desarrollo y confección de la colección.

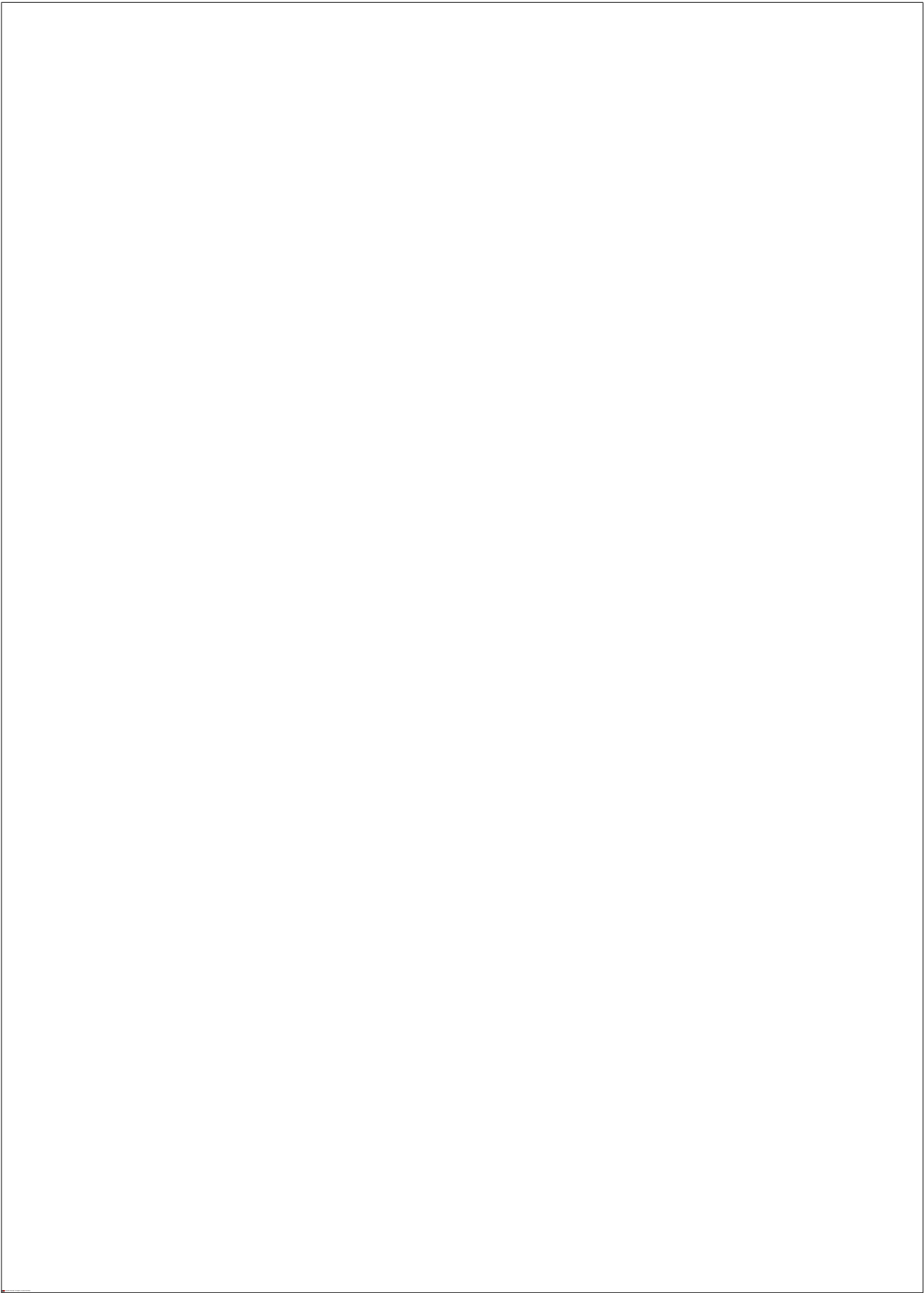
Se presentarán primero los conjuntos de mujer, según la serie que corresponda de frente y espalda, y luego las de hombre de la misma manera.

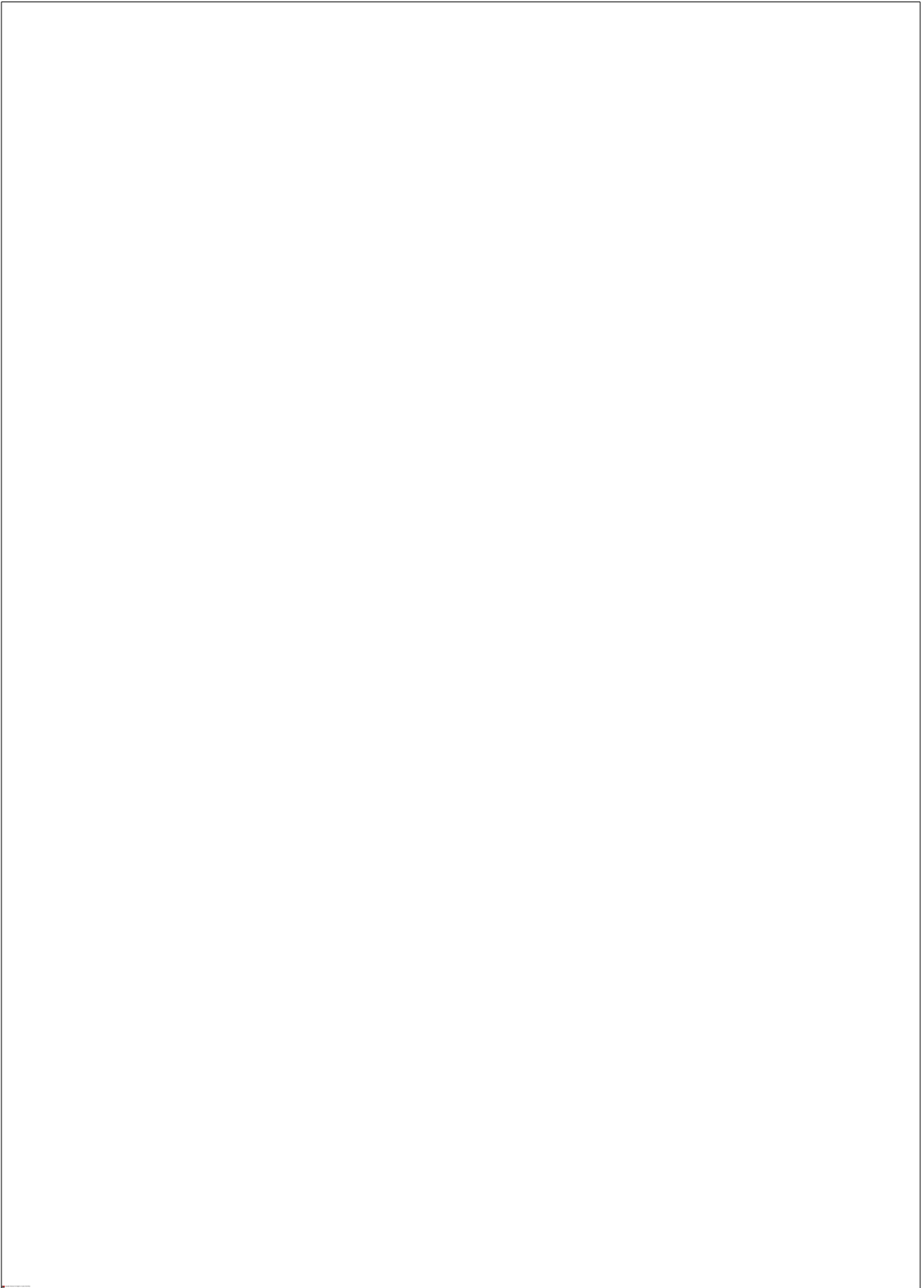


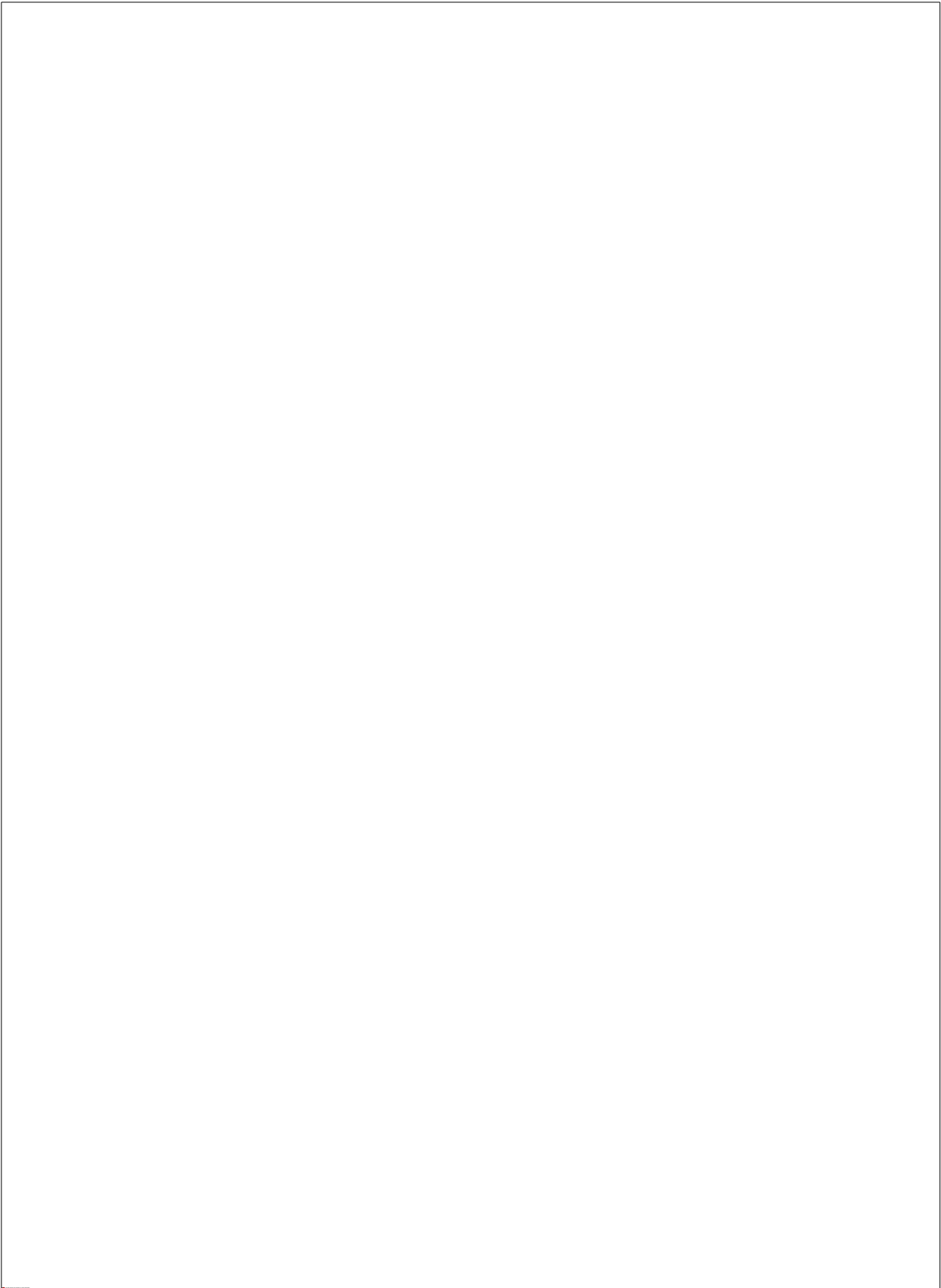


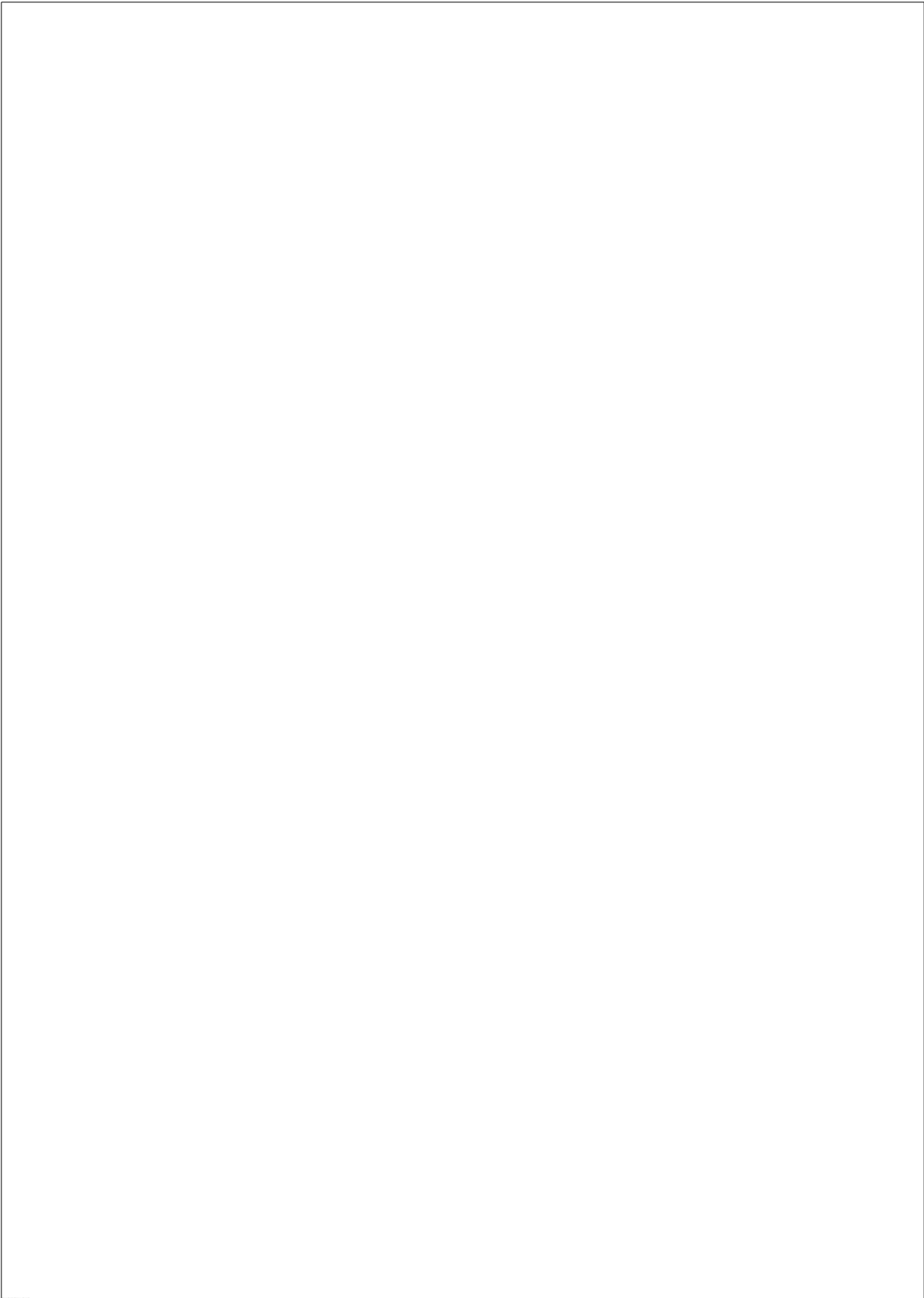


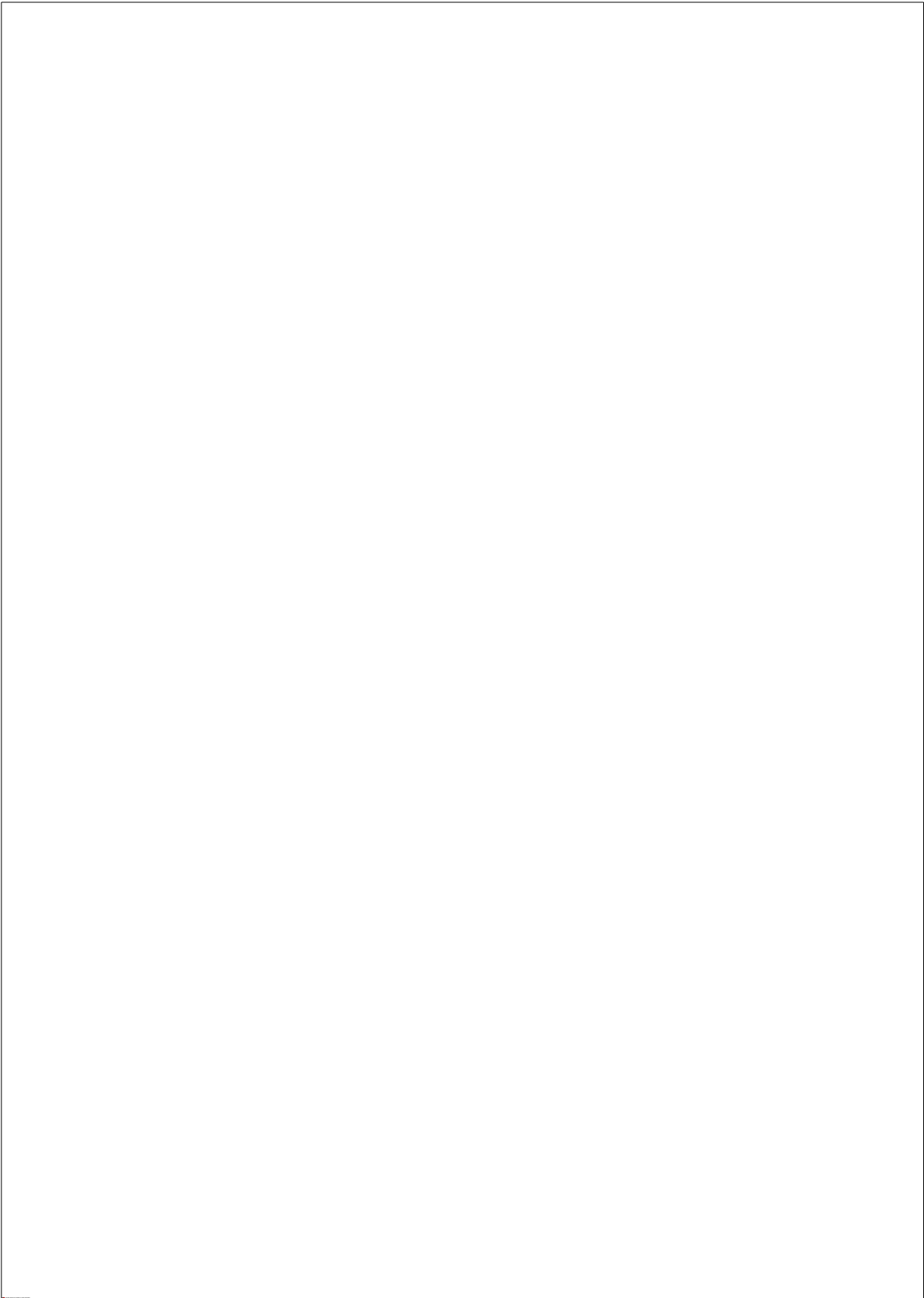


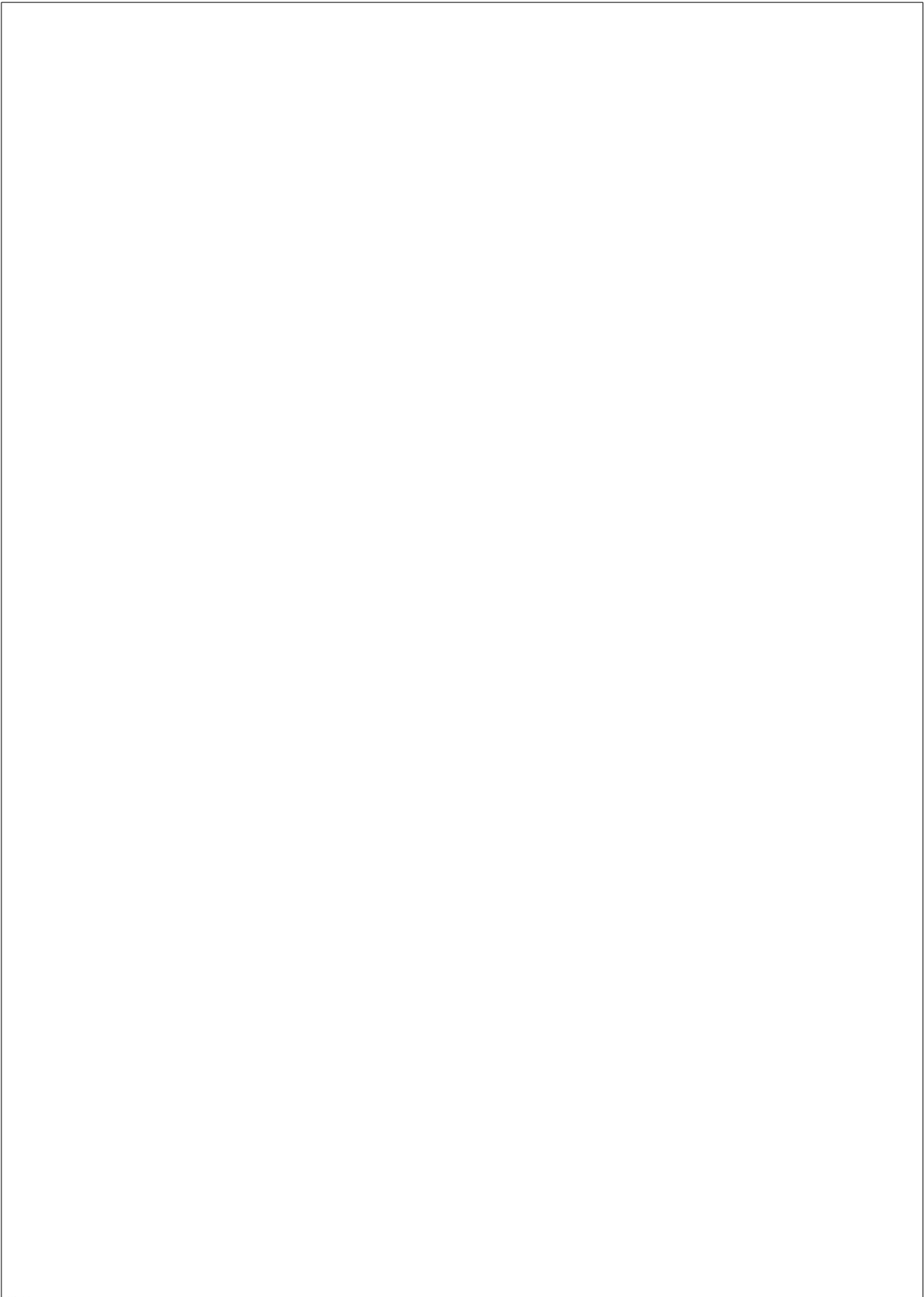












4.6 Fichas Técnicas.

A continuación se presentarán las fichas técnicas de los conjuntos elegidos para llevar a cabo la materialización.

Los mismos son; “Laguna de Mar Chiquita” en la serie para mujer. Luego “Cataratas del Iguazú” para mujer; y por último “Vientos del Sur” para hombre.

Las mismas cumplen la función de llevar a cabo de manera precisa y exacta lo que se pretende de las prendas, desde un formato digital hasta el prototipo real.

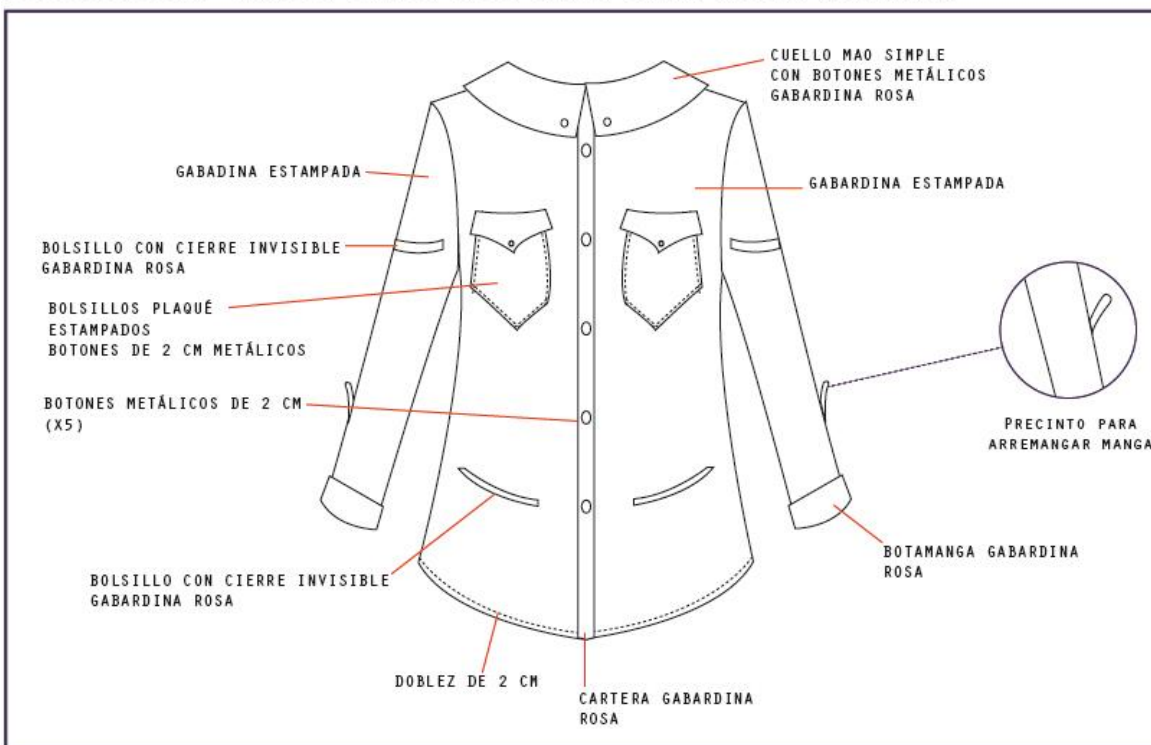
Se detallará temporada, textiles a utilizar y sus composiciones, paleta de color y texturas, tipo de hilo, máquina de coser y tipos y números de avios que se requieren.

MARCA: CARDINAL

LÍNEA: PRET A PORTER

SERIE: FLAMENCO ANDINO	OPCIONES DE COLOR:  Estampa Flamenco Andino  Magenta CMYK C=87%
REFERENCIAS: CAMISA LARGA PARA CLIMA TEMPLADO	
TELA: GABARDINA ELASTIZADA	
CIMPOSICIÓN: 80% ALGODÓN 20% POLIÉSTER	
TELA: RED DE POLIÉSTER	
COMPOSICIÓN: 100% POLIÉSTER TALLE: 42 (M)	

DESCRIPCIÓN: CAMISA LARGA ABOTONADA PARA MUJER (FRENTE)



MUESTRA AVÍOS: OVERLOCK 3 AGUJAS Y RECTA: HILO ALGODÓN A TONO

AVÍOS	DESCRIPCIÓN Y TAMAÑO	CANTIDAD	USO Y UBICACIÓN
TIPO:	BOTÓN METÁLICO REDONDO 2 CM	8	MANGAS CUELLO CARTERA
	CIERRE PLÁSTICO 8 CM	10	BOLSILLOS EXTERNOS E INTERNOS

MARCA: CARDINAL

LÍNEA: PRET A PORTER

SERIE: FLAMENCO ANDINO

REFERENCIAS: CAMISA LARGA PARA CLIMA
TEMPLADO

TELA: GABARDINA ELASTIZADA

CIMPOSICIÓN: 80% ALGODÓN
20% POLIÉSTER

TELA: RED DE POLIÉSTER

COMPOSICIÓN: 100% POLIÉSTER

TALLE: 42 (M)

OPCIONES DE COLOR:

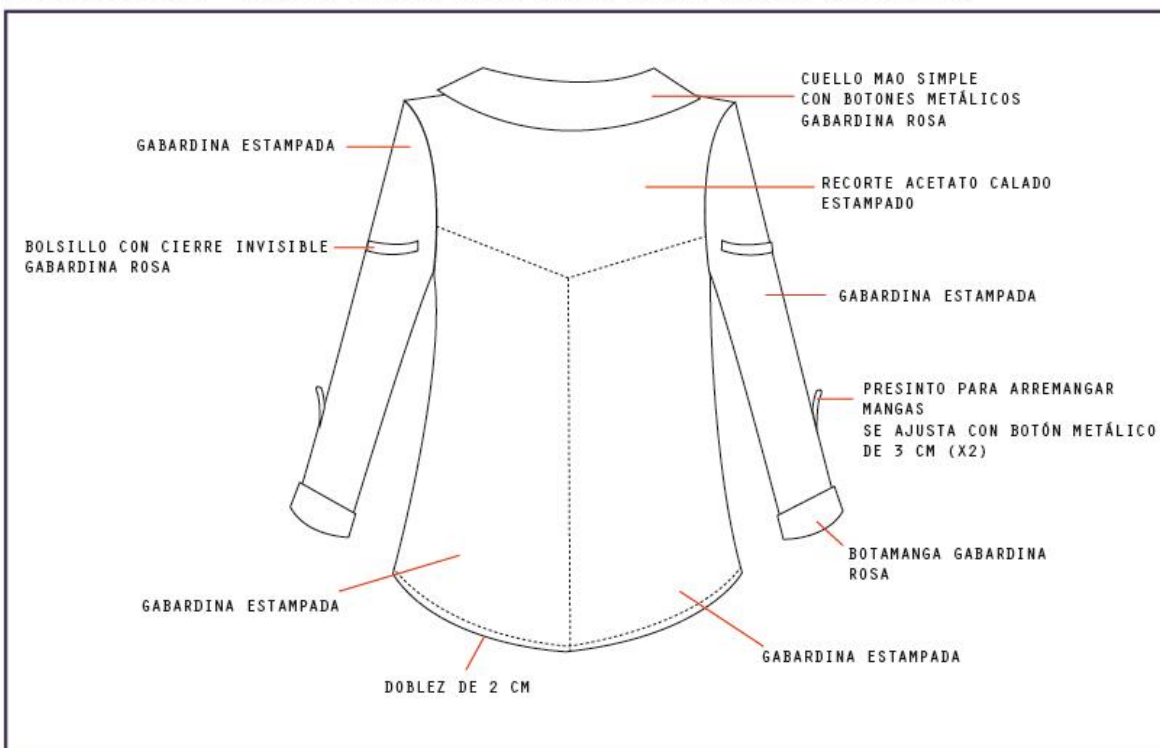


Estampa Flamenco
Andino



Magenta CMYK
C=87%

DESCRIPCIÓN: CAMISA LARGA ABOTONADA PARA MUJER (ESPALDA)



MUESTRA AVÍOS: OVERLOCK 3 AGUJAS Y RECTA: HILO ALGODÓN A TONO

AVÍOS	DESCRIPCIÓN Y TAMAÑO	CANTIDAD	USO Y UBICACIÓN
TIPO:	BOTÓN METÁLICO REDONDO 2 CM	8	MANGAS CUELLO CARTERA
	CIERRE PLÁSTICO 8 CM	10	BOLSILLOS EXTERNOS E INTERNOS

MARCA: CARDINAL

LÍNEA: PRET A PORTER

SERIE: FLAMENCO ANDINO

REFERENCIAS: CALZA 3/4 CON
RODILLERAS

TELA: ELASTANO DE SEDA

COMPOSICIÓN: 70% ELASTANO
30% POLIÉSTER

TELA: RELLENO DE POLIAMIDA

COMPOSICIÓN: 100% POLIÉSTER

TALLE: 42 (M)

OPCIONES DE COLOR:

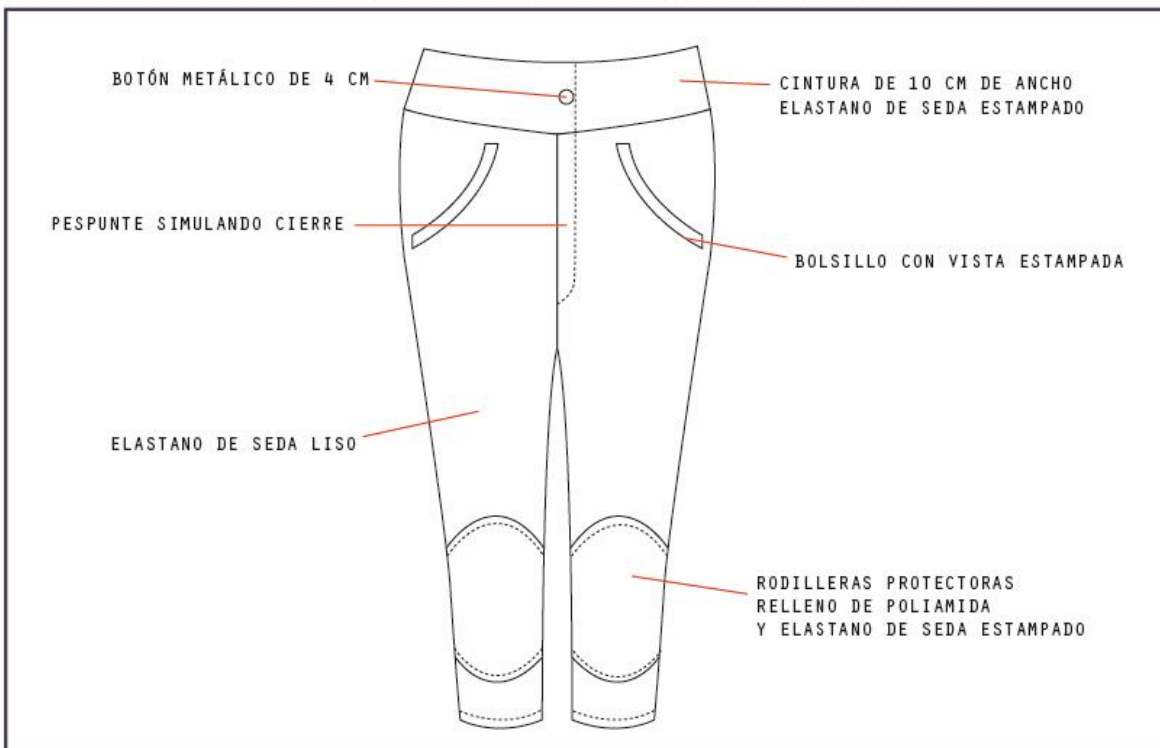


Estampa Flamenco
Andino



Magenta CMYK
C=87%

DESCRIPCIÓN: CALZA 3/4 CON RODILLERAS PARA MUJER (FRENTE)



MUESTRA AVÍOS: OVERLOCK 3 AGUJAS Y RECTA: HILO ALGODÓN A TONO

AVÍOS	DESCRIPCIÓN Y TAMAÑO	CANTIDAD	USO Y UBICACIÓN
TIPO:	BOTÓN METÁLICO REDONDO 2 CM	1	CINTURA
	CIERRE PLÁSTICO 8 CM	2	BOLSILLOS ESPALDA

MARCA: CARDINAL

LÍNEA: PRET A PORTER

SERIE: FLAMENCO ANDINO

REFERENCIAS: CALZA 3/4 CON
RODILLERAS

TELA: ELASTANO DE SEDA

COMPOSICIÓN: 70% ELASTANO
30% POLIÉSTER

TELA: RELLENO DE POLIAMIDA

COMPOSICIÓN: 100% POLIÉSTER

TALLE: 42 (M)

OPCIONES DE COLOR:

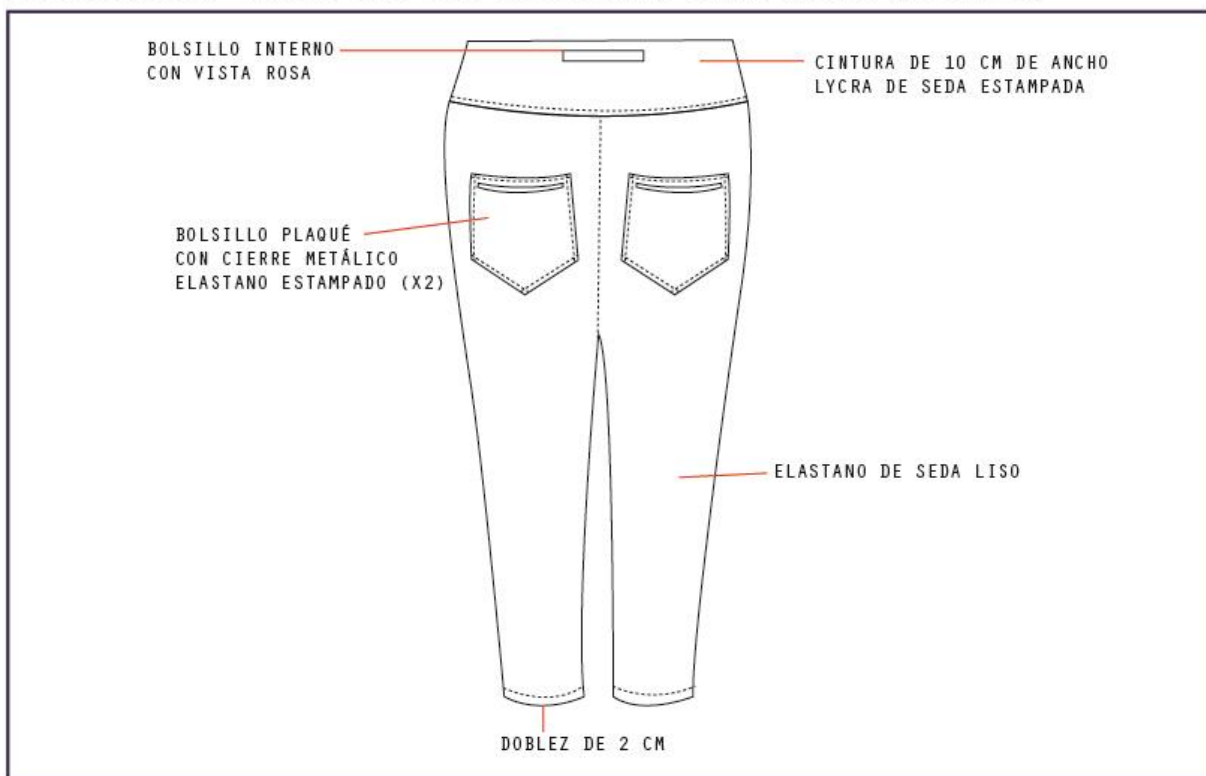


Estampa Flamenco
Andino



Magenta CMYK
C=87%

DESCRIPCIÓN: CALZA 3/4 CON RODILLERAS PARA MUJER (ESPALDA)




MUESTRA AVÍOS: OVERLOCK 3 AGUJAS Y RECTA: HILO ALGODÓN A TONO

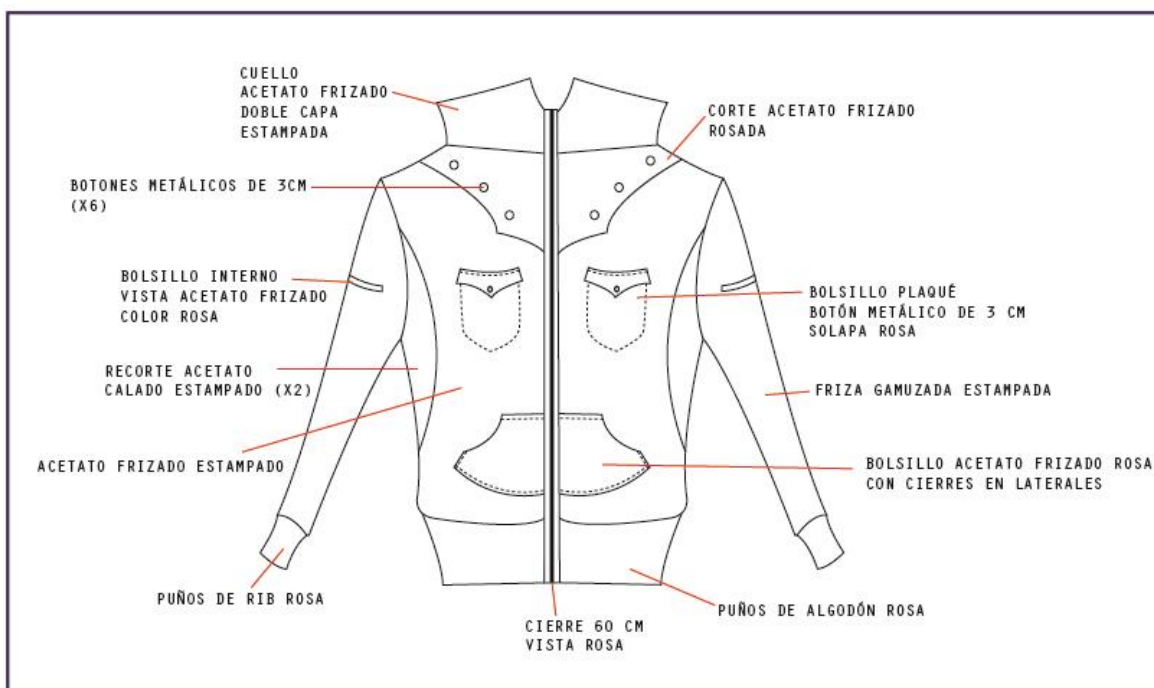
AVÍOS	DESCRIPCIÓN Y TAMAÑO	CANTIDAD	USO Y UBICACIÓN
TIPO:	BOTÓN METÁLICO REDONDO 2 CM	1	CINTURA
	CIERRE PLÁSTICO 8 CM	2	BOLSILLOS ESPALDA

MARCA: CARDINAL

LÍNEA: PRET A PORTER

SERIE: FLAMENCO ANDINO	OPCIONES DE COLOR:  Estampa Flamenco Andino  Magenta CMYK C=87%
REFERENCIAS: CALZA 3/4 CON RODILLERAS	
TELA: ACETATO FRIZADO	
COMPOSICIÓN: 60% ALGODÓN 40% POLIÉSTER	
TELA: ACETATO CALADO	
COMPOSICIÓN: 100% POLIÉSTER	
TELA: RED POLIESTER COMPOSICIÓN: 100% POLIÉSTER	
TALLE: 42 (M)	

DESCRIPCIÓN: CAMPERA CANGURO FORRADA DE RED PARA MUJER (FRENTE)



MUESTRA AVÍOS: OVERLOCK 3 AGUJAS Y RECTA: HILO ALGODÓN A TONO

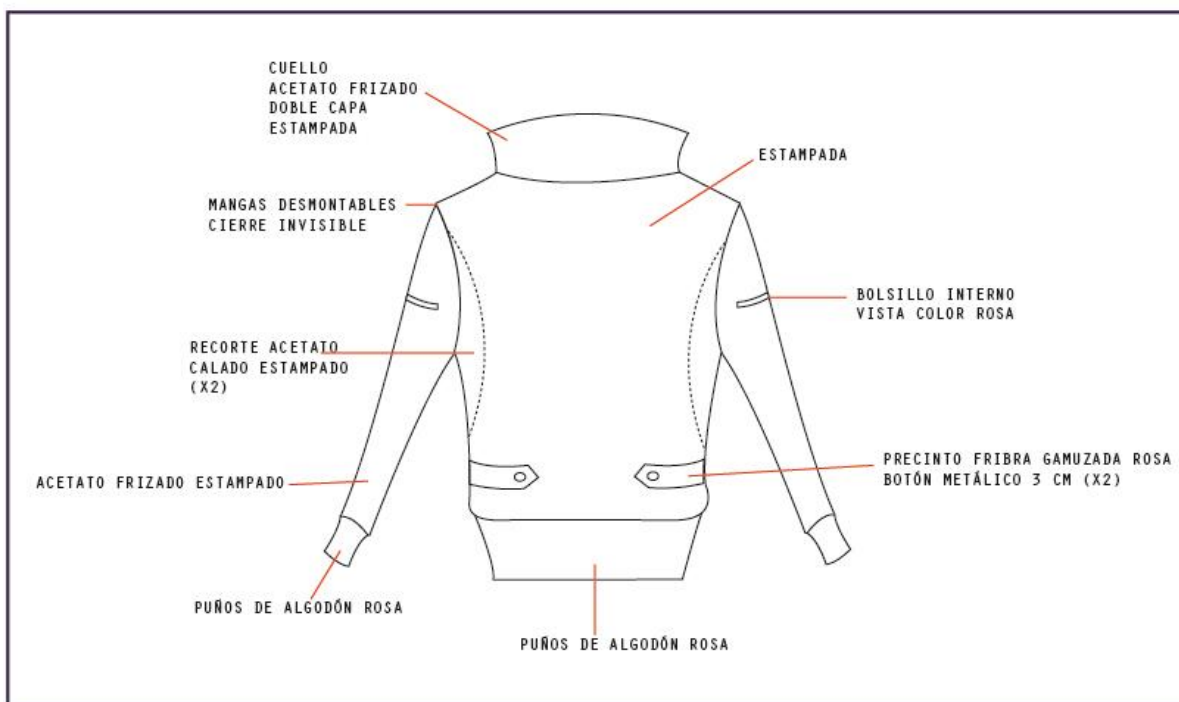
AVÍOS	DESCRIPCIÓN Y TAMAÑO	CANTIDAD	USO Y UBICACIÓN
TIPO:	BOTÓN METÁLICO REDONDO 2 CM	8	CUELLO BOLSILLOS
	CIERRE PLÁSTICO 8 CM	2	BOLSILLOS MANGAS
	CIERRE METÁLICO 60 CM	1	CARTERA

MARCA: CARDINAL

LÍNEA: PRET A PORTER

SERIE: FLAMENCO ANDINO	OPCIONES DE COLOR:  Estampa Flamenco Andino  Magenta CMYK C=87%
REFERENCIAS: CALZA 3/4 CON RODILLERAS	
TELA: ACETATO FRIZADO	
COMPOSICIÓN: 60% ALGODÓN 40% POLIÉSTER	
TELA: ACETATO CALADO	
COMPOSICIÓN: 100% POLIÉSTER	
TELA: RED POLIESTER	
COMPOSICIÓN: 100% POLIÉSTER	
TALLE: 42 (M)	

DESCRIPCIÓN: CAMPERA CANGURO FORRADA DE RED PARA MUJER (FRENTE)



MUESTRA AVÍOS: OVERLOCK 3 AGUJAS Y RECTA: HILO ALGODÓN A TONO

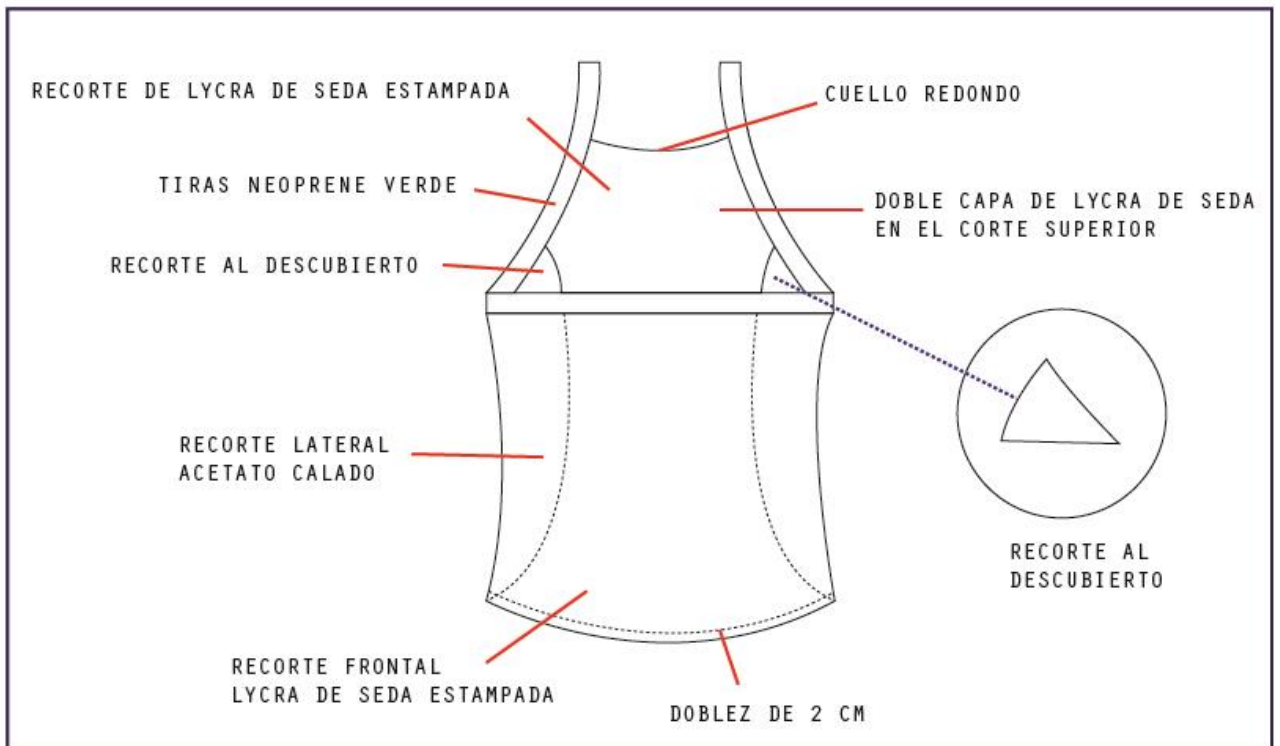
AVÍOS	DESCRIPCIÓN Y TAMAÑO	CANTIDAD	USO Y UBICACIÓN
TIPO:	BOTÓN METÁLICO REDONDO 2 CM	8	CUELLO BOLSILLOS
	CIERRE PLÁSTICO 8 CM	2	BOLSILLOS MANGAS
	CIERRE METÁLICO 60 CM	1	CARTERA

MARCA: CARDINAL

LÍNEA: PRET A PORTER

SERIE: GUACAMAYO VERDE	OPCIONES DE COLOR:  Color: 248255 C: 85% Y: 66% M: 10% K: 10%  Estampa Guacamayo Verde
REFERENCIAS: MUSCULOSA CON TIRAS DE NEOPRENE	
TELA: ACETATO DE SEDA	
COMPOSICIÓN: 20% ALGODÓN 80% POLIÉSTER	
TELA: NEOPRENE	
COMPOSICIÓN: 85% POLIÉSTER, 15% ALGODÓN	
TELA: ACETATO CALADO	
COMPOSICIÓN: 100% POLIÉSTER	
TALLE: 42 (M)	

DESCRIPCIÓN: MUSCULOSA DE ESPALDA DESCUBIERTA PARA MUJER (FRENTE)



MUESTRA AVÍOS: OVERLOCK 3 AGUJAS Y RECTA: HILO ALGODÓN A TONO

MARCA: CARDINAL

LÍNEA: PRET A PORTER

SERIE: GUACAMAYO VERDE

REFERENCIAS: MUSCULOSA CON TIRAS DE NEOPRENE

TELA: ACETATO DE SEDA

COMPOSICIÓN: 20% ALGODÓN
80% POLIÉSTER

TELA: NEOPRENE

COMPOSICIÓN: 85% POLIÉSTER, 15% ALGODÓN

TELA: ACETATO CALADO

COMPOSICIÓN: 100% POLIÉSTER

TALLE: 42 (M)

OPCIONES DE COLOR:



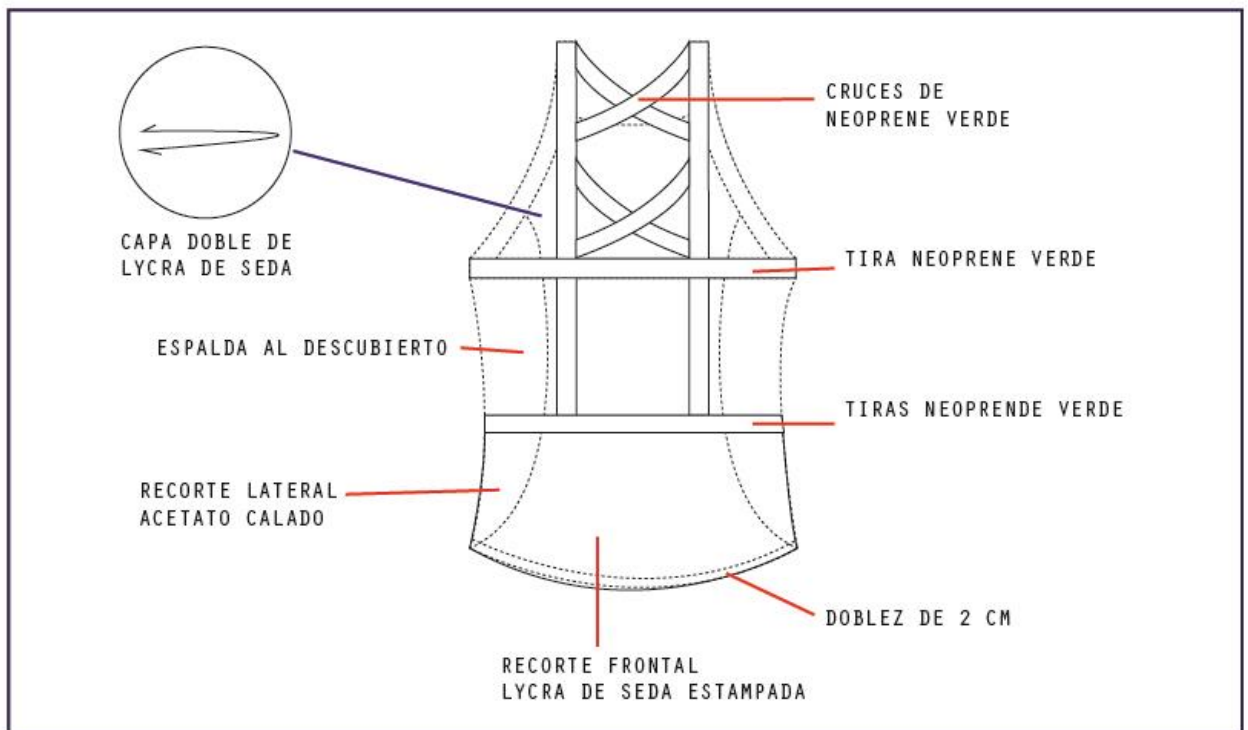
Color: 248255

C: 85% Y: 66%
M: 10% K: 10%



Estampa Guacamayo Verde

DESCRIPCIÓN: MUSCULOSA DE ESPALDA DESCUBIERTA PARA MUJER (ESPALDA)



MUESTRA AVÍOS: OVERLOCK 3 AGUJAS Y RECTA: HILO ALGODÓN A TONO

MARCA: CARDINAL

LÍNEA: PRET A PORTER

SERIE: GUACAMAYO VERDE
REFERENCIAS: PANTALÓN ROMPEVIENTOS
TELA: SYLVER
COMPOSICIÓN: 100% NYLON
TELA: RED DE POLIÉSTER
COMPOSICIÓN: 100% POLIÉSTER
TALLE: 42 (M)

OPCIONES DE COLOR:



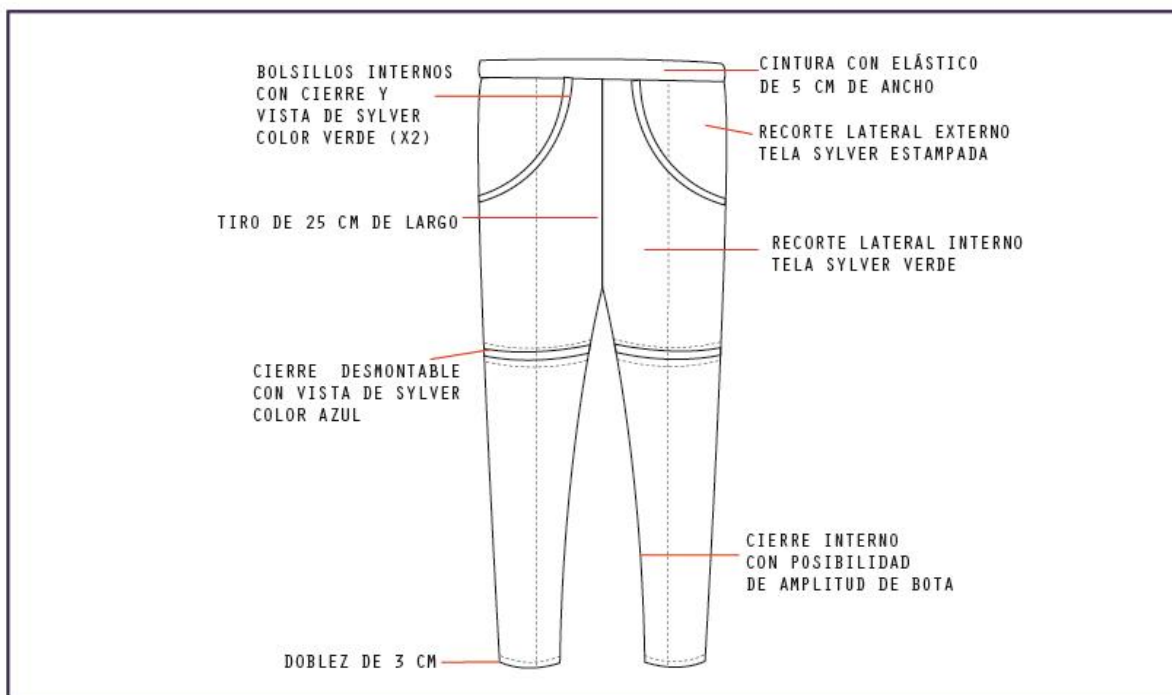
Color: 248255

C: 85% Y: 66%
M: 10% K: 10%



Estampa Guacamayo Verde

DESCRIPCIÓN: PANTALÓN CHUPÍN ROMPEVIENTOS PARA MUJER (FRENTE)



MUESTRA AVÍOS: OVERLOCK 3 AGUJAS Y RECTA: HILO ALGODÓN A TONO

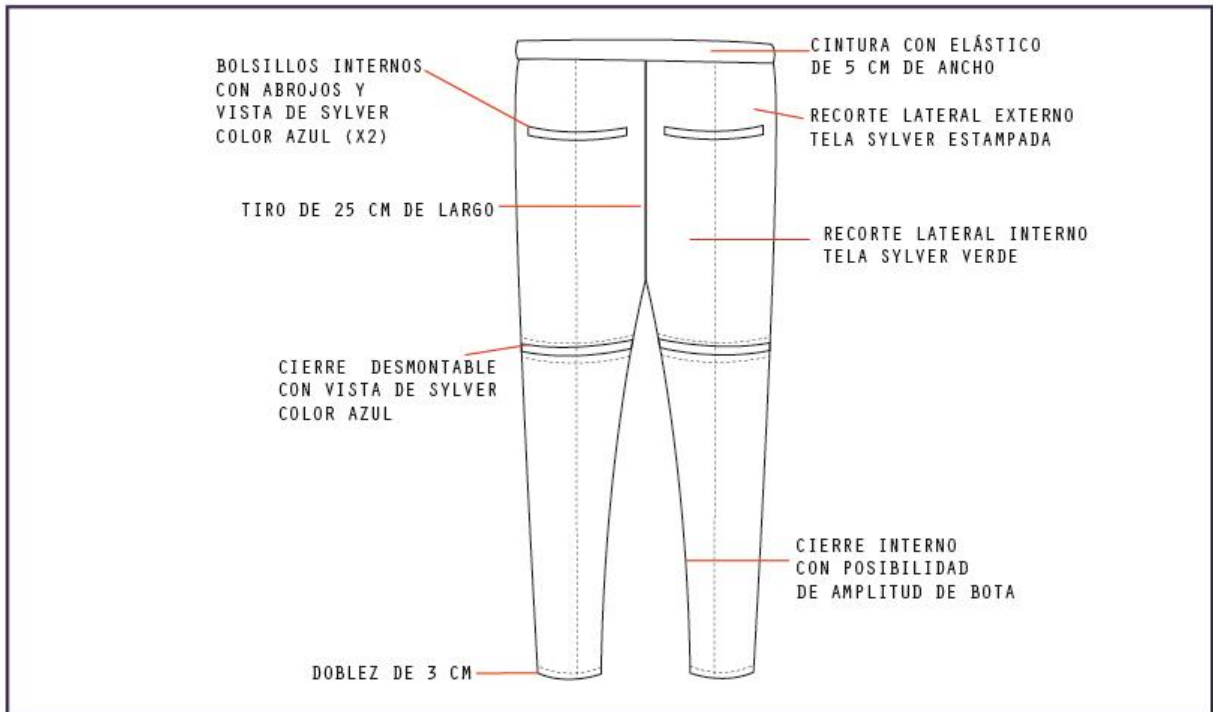
AVÍOS	DESCRIPCIÓN Y TAMAÑO	CANTIDAD	USO Y UBICACIÓN
TIPO:	CIERRES DESMONTABLES PLÁSTICO (50 CM)	4	BOTA PANTALÓN
	CIERRE PLÁSTICO 8 CM	4	BOLSILLOS
	ELÁSTICO 5 CM ANCHO	1	CINTURA

MARCA: CARDINAL

LÍNEA: PRET A PORTER

SERIE: GUACAMAYO VERDE	OPCIONES DE COLOR:  Color: 248255 C: 85% Y: 66% M: 10% K: 10%  Estampa Guacamayo Verde
REFERENCIAS: PANTALÓN ROMPEVIENTOS	
TELA: SYLVER	
COMPOSICIÓN: 100% NYLON	
TELA: RED DE POLIÉSTER	
COMPOSICIÓN: 100% POLIÉSTER	
TALLE: 42 (M)	

DESCRIPCIÓN: PANTALÓN CHUPÍN ROMPEVIENTOS PARA MUJER (ESPALDA)



MUESTRA AVÍOS: OVERLOCK 3 AGUJAS Y RECTA: HILO ALGODÓN A TONO

AVÍOS	DESCRIPCIÓN Y TAMAÑO	CANTIDAD	USO Y UBICACIÓN
TIPO:	CIERRES DESMONTABLES PLÁSTICO (50 CM)	4	BOTA PANTALÓN
	CIERRE PLÁSTICO 8 CM	4	BOLSILLOS
	ELÁSTICO 5 CM ANCHO	1	CINTURA

MARCA: CARDINAL

LÍNEA: PRET A PORTER

SERIE: GUACAMAYO VERDE
REFERENCIAS: PANTALÓN ROMPEVIENTOS
TELA: SYLVER
COMPOSICIÓN: 100% NYLON
TELA: RED DE POLIÉSTER
COMPOSICIÓN: 100% POLIÉSTER
TALLE: 42 (M)

OPCIONES DE COLOR:



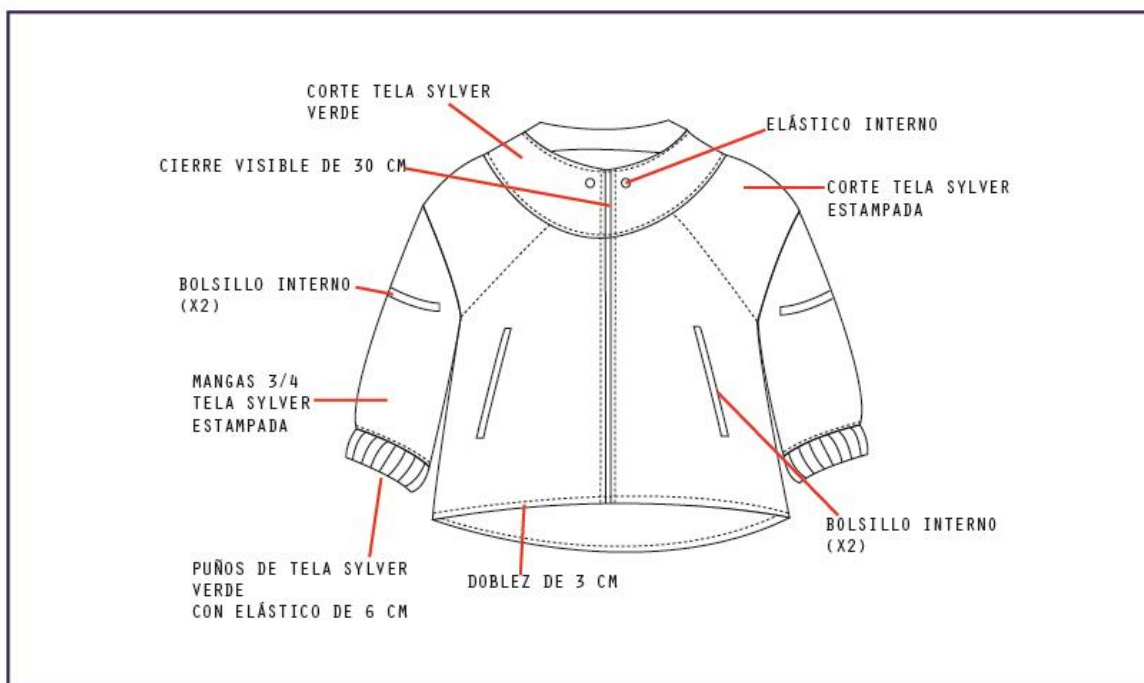
Color: 248255

C: 85% Y: 66%
M: 10% K: 10%



Estampa Guacamayo Verde

DESCRIPCIÓN: CAPA ROMPEVIENTOS (FRENTE)



MUESTRA AVÍOS: OVERLOCK 3 AGUJAS Y RECTA: HILO ALGODÓN A TONO

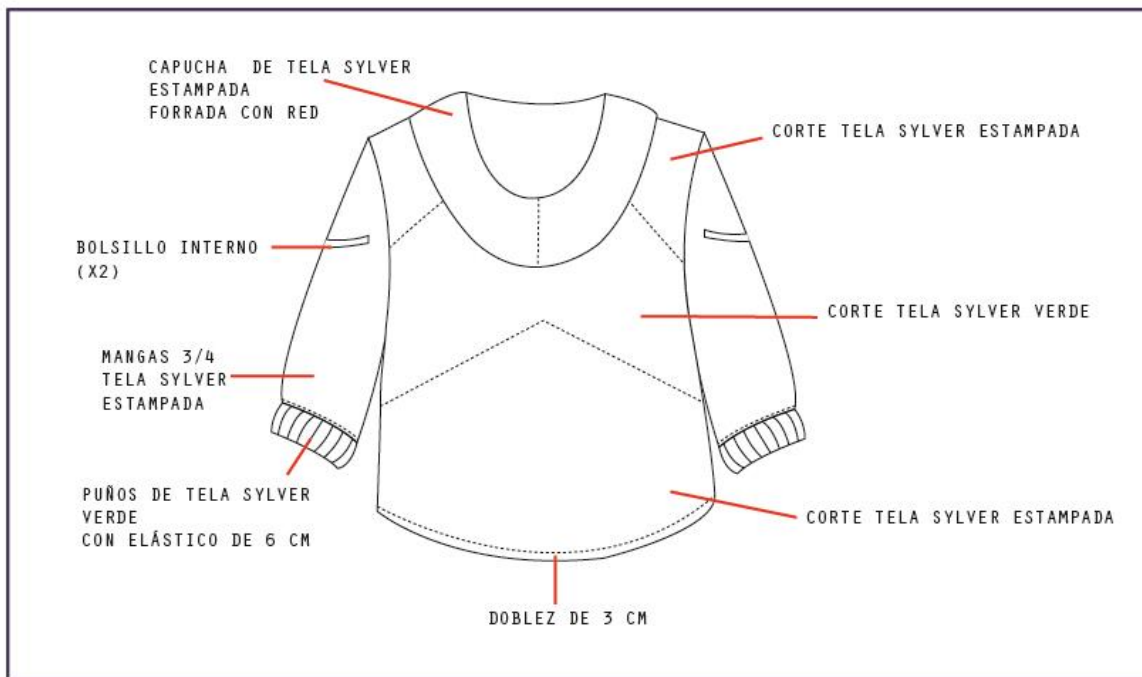
AVÍOS	DESCRIPCIÓN Y TAMAÑO	CANTIDAD	USO Y UBICACIÓN
TIPO:	OJALES METÁLICOS	2	RECORTE SUPERIOR
	CIERRE PLÁSTICO 8 CM	4	BOLSILLOS
	ELÁSTICO 3 CM ANCHO	1	PUÑOS

MARCA: CARDINAL

LÍNEA: PRET A PORTER

SERIE: GUACAMAYO VERDE	OPCIONES DE COLOR:  Color: 248255 C: 85% Y: 66% M: 10% K: 10%  Estampa Guacamayo Verde
REFERENCIAS: PANTALÓN ROMPEVIENTOS	
TELA: SYLVER	
COMPOSICIÓN: 100% NYLON	
TELA: RED DE POLIÉSTER	
COMPOSICIÓN: 100% POLIÉSTER	
TALLE: 42 (M)	

DESCRIPCIÓN: CAPA ROMPEVIENTOS (ESPALDA)



MUESTRA AVÍOS: OVERLOCK 3 AGUJAS Y RECTA: HILO ALGODÓN A TONO

AVÍOS	DESCRIPCIÓN Y TAMAÑO	CANTIDAD	USO Y UBICACIÓN
TIPO:	OJALES METÁLICOS	2	RECORTE SUPERIOR
	CIERRE PLÁSTICO 8 CM	4	BOLSILLOS
	ELÁSTICO 3 CM ANCHO	1	PUÑOS

MARCA: CARDINAL

LÍNEA: PRET A PORTER

SERIE: YAGUARETÉ

REFERENCIAS: CAMISETA FRÍO

TELA: MUSELINA

COMPOSICIÓN: 70% ALGODÓN, 30% POLIÉSTER

TALLE: 42 (M)

OPCIONES DE COLOR:



Color: 4C1F03

C: 40% Y: 100%

M: 70% K: 50%

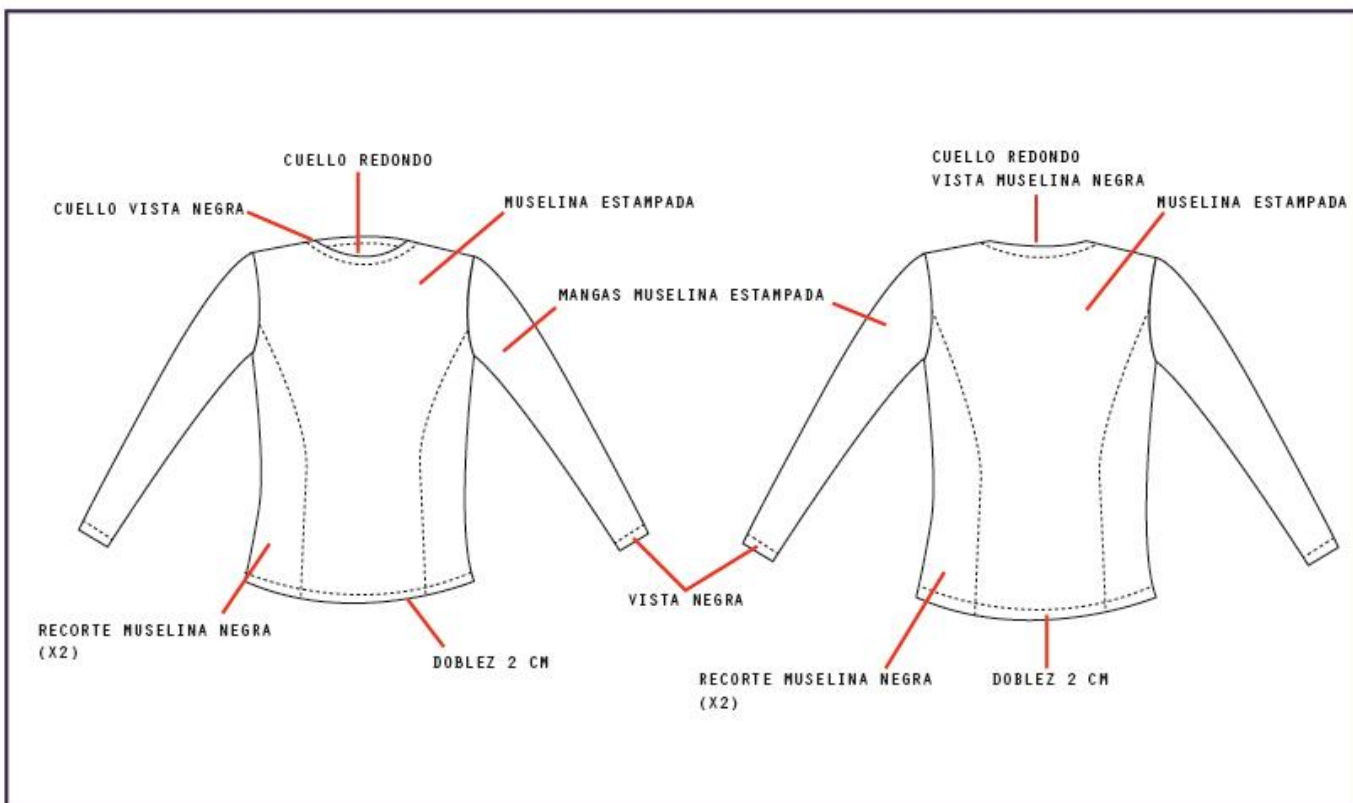


K: 100%



Estampa Yaguareté



DESCRIPCIÓN: CAMISETA TÉRMICA PARA HOMBRES (FRENTE Y ESPALDA)



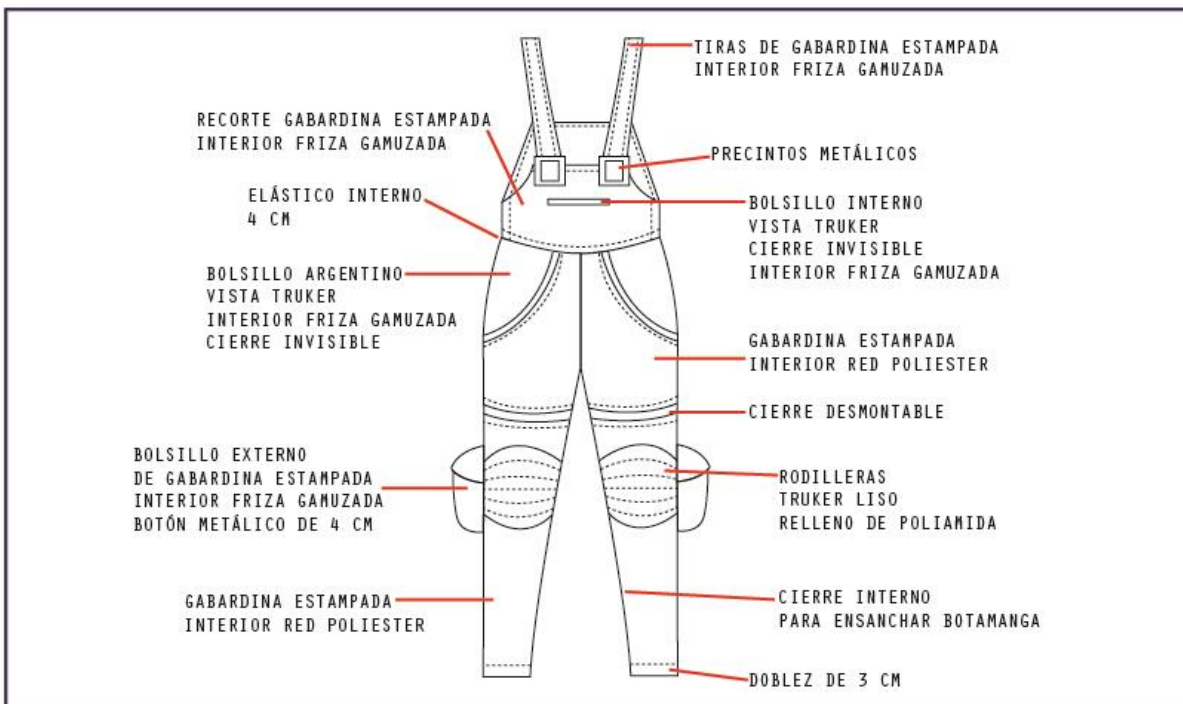
MUESTRA AVÍOS: OVERLOCK 3 AGUJAS Y RECTA: HILO ALGODÓN A TONO

MARCA: CARDINAL

LÍNEA: PRET A PORTER

SERIE: YAGUARETÉ	OPCIONES DE COLOR:  Color: 4C1F03 C: 40% Y: 100% M: 70% K: 50%  Estampa Yaguareté
REFERENCIAS: ENTERITO FRÍO	
TELA: TRUCKER	
COMPOSICIÓN: 100% POLIÉSTER	
TELA: ACETATO FRIZADO	
COMPOSICIÓN: 60% ALGODÓN, 40% POLIÉSTER	
TELA: GAMUZA	
COMPOSICIÓN: 60% ALGODÓN, 40% POLIÉSTER	
TELA: RELLENO POLIAMIDA	
COMPOSICIÓN: 100% POLIÉSTER	
TELA: CIRE	
COMPOSICIÓN: 100% POLIÉSTER	
TALLE: 42 (M)	

DESCRIPCIÓN: PANTALÓN ENTERITO PARA HOMBRES (FRENTE)





MUESTRA AVÍOS: OVERLOCK 3 AGUJAS Y RECTA: HILO ALGODÓN A TONO

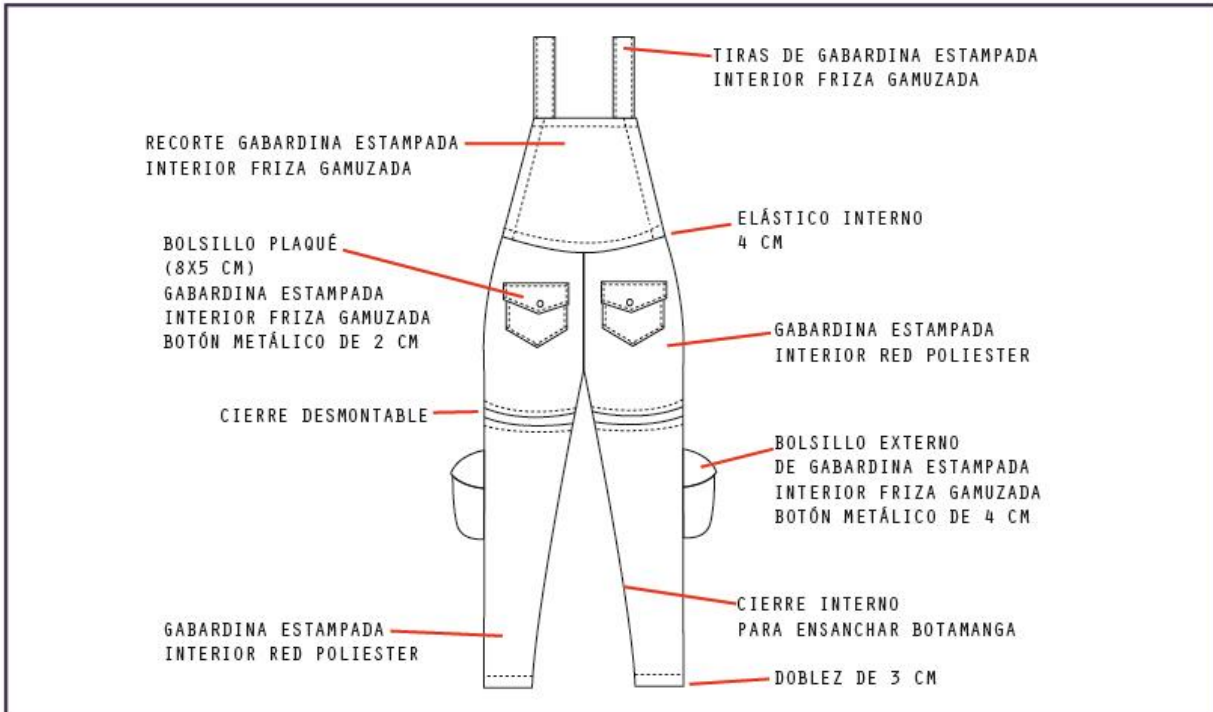
AVÍOS	DESCRIPCIÓN Y TAMAÑO	CANTIDAD	USO Y UBICACIÓN
TIPO:	CIERRES DESMONTABLES 40 CM	2	BOTAMANGA PANTALÓN
	CIERRE PLÁSTICO 8 CM	4	BOLSILLOS
	PRECINTOS METÁLICOS	2	TIRAS SUPERIORES

MARCA: CARDINAL

LÍNEA: PRET A PORTER

SERIE: YAGUARETÉ	OPCIONES DE COLOR:  Color: 4C1F03 C: 40% Y: 100% M: 70% K: 50%  Estampa Yaguareté
REFERENCIAS: ENTERITO FRÍO	
TELA: TRUCKER	
COMPOSICIÓN: 100% POLIÉSTER	
TELA: ACETATO FRIZADO	
COMPOSICIÓN: 60% ALGODÓN, 40% POLIÉSTER	
TELA: GAMUZA	
COMPOSICIÓN: 60% ALGODÓN, 40% POLIÉSTER	
TELA: RELLENO POLIAMIDA	
COMPOSICIÓN: 100% POLIÉSTER	
TELA: CIRE	
COMPOSICIÓN: 100% POLIÉSTER	
TALLE: 42 (M)	

DESCRIPCIÓN: PANTALÓN ENTERITO PARA HOMBRES (ESPALDA)





MUESTRA AVÍOS: OVERLOCK 3 AGUJAS Y RECTA: HILO ALGODÓN A TONO

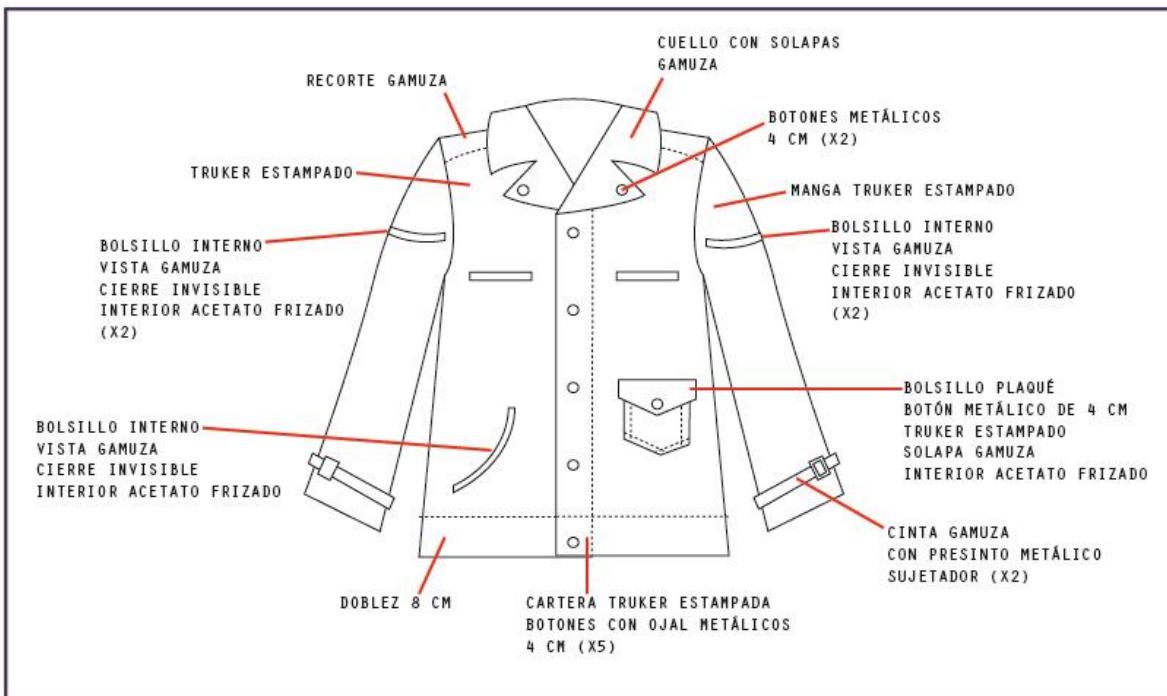
AVÍOS	DESCRIPCIÓN Y TAMAÑO	CANTIDAD	USO Y UBICACIÓN
TIPO:	CIERRES DESMONTABLES 40 CM	2	BOTAMANGA PANTALÓN
	CIERRE PLÁSTICO 8 CM	4	BOLSILLOS
	PRECINTOS METÁLICOS	2	TIRAS SUPERIORES

MARCA: CARDINAL

LÍNEA: PRET A PORTER

SERIE: YAGUARETÉ	<p>OPCIONES DE COLOR:</p>  Color: 4C1F03 C: 40% Y: 100% M: 70% K: 50%  Estampa Yaguareté
REFERENCIAS: CAMPERA FRÍO	
TELA: TRUCKER	
COMPOSICIÓN: 100% POLIÉSTER	
TELA: ACETATO FRIZADO	
COMPOSICIÓN: 60% ALGODÓN, 40% POLIÉSTER	
TELA: GAMUZA	
COMPOSICIÓN: 60% ALGODÓN, 40% POLIÉSTER	
TELA: RELLENO POLIAMIDA	
COMPOSICIÓN: 100% POLIÉSTER	
TELA: CIRE	
COMPOSICIÓN: 100% POLIÉSTER	
TALLE: 42 (M)	

DESCRIPCIÓN: SOBRETUDO PARA HOMBRES (DELANTERO)





MUESTRA AVÍOS: OVERLOCK 3 AGUJAS Y RECTA: HILO ALGODÓN A TONO

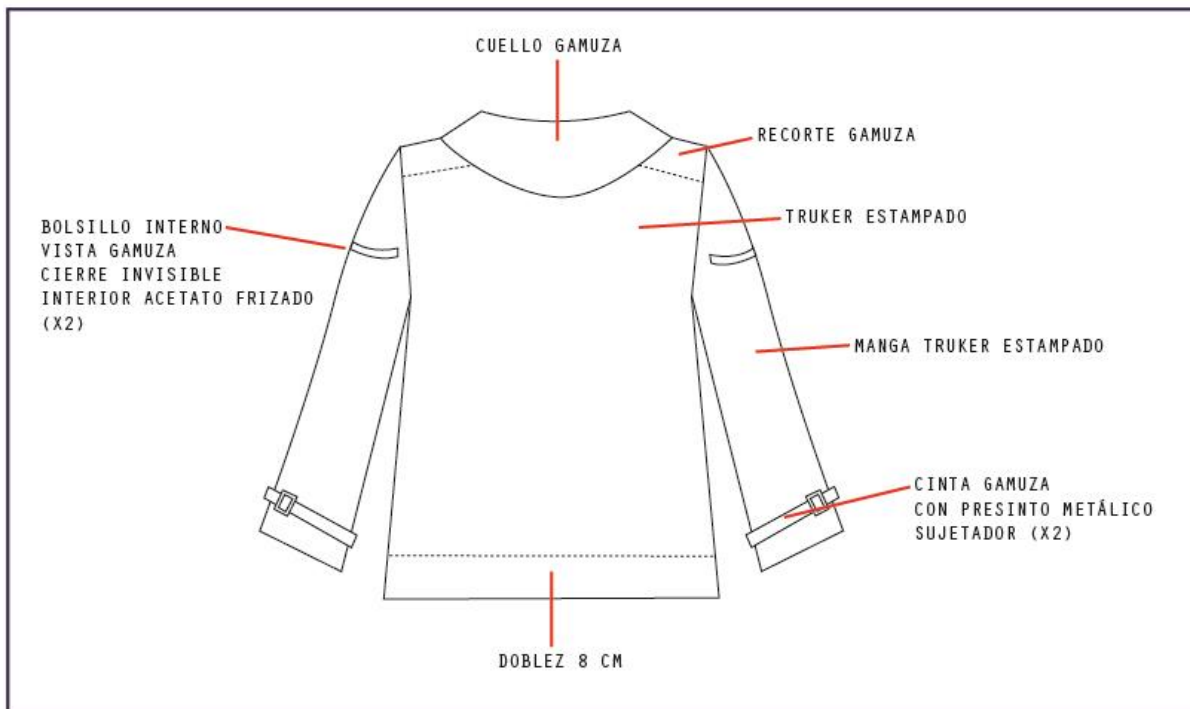
AVÍOS	DESCRIPCIÓN Y TAMAÑO	CANTIDAD	USO Y UBICACIÓN
TIPO:	BOTONES METÁLICOS	8	CUELLO - CARTERA BOLSILLOS
	CIERRE PLÁSTICO 8 CM	5	BOLSILLOS
	PRECINTOS METÁLICOS	2	MANGAS

MARCA: CARDINAL

LÍNEA: PRET A PORTER

SERIE: YAGUARETÉ	OPCIONES DE COLOR:  Color: 4C1F03 C: 40% Y: 100% M: 70% K: 50%  Estampa Yaguareté
REFERENCIAS: CAMPERA FRÍO	
TELA: TRUCKER	
COMPOSICIÓN: 100% POLIÉSTER	
TELA: ACETATO FRIZADO	
COMPOSICIÓN: 60% ALGODÓN, 40% POLIÉSTER	
TELA: GAMUZA	
COMPOSICIÓN: 60% ALGODÓN, 40% POLIÉSTER	
TELA: RELLENO POLIAMIDA	
COMPOSICIÓN: 100% POLIÉSTER	
TELA: CIRE	
COMPOSICIÓN: 100% POLIÉSTER	
TALLE: 42 (M)	

DESCRIPCIÓN: SOBRETUDO PARA HOMBRES (ESPALDA)



MUESTRA AVÍOS: OVERLOCK 3 AGUJAS Y RECTA: HILO ALGODÓN A TONO

AVÍOS	DESCRIPCIÓN Y TAMAÑO	CANTIDAD	USO Y UBICACIÓN
TIPO:	BOTONES METÁLICOS	8	CUELLO - CARTERA BOLSILLOS
	CIERRE PLÁSTICO 8 CM	5	BOLSILLOS
	PRECINTOS METÁLICOS	2	MANGAS

CAPITULO V

CONCLUSIONES

5.1 Conclusiones generales.

A raíz de las anteriores investigaciones, recopilación de datos y tras las interacciones con usuarios del “outdoor”, se pueden llegar a unir ciertos aspectos e hipótesis que en un principio parecían totalmente aislados e imposibles de conectar.

En un primer lugar, la conexión entre el arte y el viajar.

Tras diferentes lecturas y testimonios recopilados, cabe destacar que para numerosas personas que viajan, y entre ellos destacados intelectuales que se explayaron en el tema como filósofos, escritores, etc. El viajar representa un arte propiamente dicho. La expansión de la mente y el contacto con la belleza extrema, acarreada por momentos de tristeza y desolación, como así de un éxtasis explosivo; crean en la mente y en el andar del viajero este sentimiento artístico del que tanto se hizo alusión anteriormente. No es en vano que desde tiempos remotos, referentes como Baudelaire o Nietzsche, entre otros; hayan dedicado ensayos enteros dedicados al tema, y al día de hoy la incógnita acerca de la demanda y la necesidad descomunal que atraviesan ciertas personas por conocer el mundo, se puede relacionar con la pasión de un artista en búsqueda continua de experiencias y sensaciones nuevas.

En segundo lugar, otros asuntos planteados que parecían no alcanzar un nexo, son el consumo excesivo contemporáneo en conexión con la austeridad. ¿De qué manera podría plantearse eso?

Tras investigaciones con motivo de conocer acerca de tales conceptos en profundidad, y analizarlos desde una visión contemporánea y abocada al mercado de consumo actual, se pudo encontrar un nexo entre ambos, mediante la intervención de un factor que parecía no entrar en tema en un principio, tal como los animales en peligro de extinción, en este caso, en Argentina.

De esta manera, la marca que evidentemente incita al consumo, ya que está pensada y diseñada para ofrecer productos al mercado, tenga como principal énfasis en dar a conocer los problemas severos que atraviesa la flora y fauna argentina, motivados principalmente por el ser humano; y que a menos que se produzca un cambio en la mente de los consumidores, la situación será irreversible. Por ende la conclusión ante tal ítem, es que se puede consumir pero de manera consciente, ya que no es sólo una premisa del proyecto, sino que los mismos consumidores del

“outdoor”, como amantes de la naturaleza que se denominan, sienten la necesidad de realizar un cambio urgente.

Y es así como el último ítem a analizar puede alcanzar su conclusión, que planteaba de qué manera se pueden unir el arte, el viajar y la austeridad, con el diseño de indumentaria, y es de esta manera como nace la marca que se planteará a continuación.

Una marca apasionada por el “outdoor”, lo que inevitablemente se asocia con el amor y cuidado por la naturaleza; y a su vez, enfocada en realizar diseños originales, urbanos, sofisticados, pero sin perder la calidad y funcionalidad que requieren las prendas para dichas actividades.

5.2 Análisis de datos.

Tras los resultados obtenidos a partir de las entrevistas realizadas, se puede recabar cierta información destacable al momento de crear el proyecto empresarial.

- En primer lugar, el 100% de los entrevistados, estuvo de acuerdo en que es realmente necesario el equipamiento adecuado al momento de practicar “outdoor”. Y que es una inversión constante, ya que es imposible o difícil realizar tales actividades sin las prendas específicas.
- Por otro lado, coincidieron en que la mayoría de las marcas posicionadas en el mercado, han alcanzado su fase de madurez, o al menos han llegado al punto de poder ofrecer gran cantidad de productos de alta tecnología, y que los usuarios pueden elegir entre una marca u otra según sus preferencias.

Sin embargo, una de las hipótesis planteadas se resolvió tras las respuestas de los usuarios que afirmaban que el diseño era algo que aún debía evolucionar, ya que la mayoría posee interés en el diseño de sus prendas; sin embargo no lo han encontrado o al menos no usarían las prendas en su vida cotidiana (post viajes).

- Otro eslabón importante a tener en cuenta, fue la importancia que los usuarios le brindan al cuidado y protección de medio ambiente. En todos los casos coincidieron que no todos los viajeros poseen un fuerte vínculo con la naturaleza; sin embargo los usuarios del outdoor parecen tener una conexión y respeto absoluto por el mismo.

Coincidieron en que brindar un mensaje de respeto por la naturaleza y conservación del medio ambiente, sería un hincapié importante a considerar al momento de consolidar una marca.

CAPITULO VI

GESTIÓN ESTRATÉGICA DE COMERCIO

6.1 Proyecto Empresarial.

Nombre de marca: CARDINAL.

CARDINAL es una marca que ofrece prendas y productos para “outdoor”, es decir, diseñadas para el contacto con el medio ambiente, lo cual implica amplitud de temperaturas y terrenos. El contacto con el cuerpo, la funcionalidad y la comodidad son factores esenciales en sus prendas, sin embargo su punto fuerte es la exclusividad de sus diseños.

Se destaca principalmente por su sofisticación y originalidad, y por su mensaje de cuidado y respeto por la naturaleza.

Vestirse por CARDINAL, significa transportarse a los lugares más inhóspitos, sentir el viento, el sol, la lluvia y aun así sentirse como en casa, debido a la funcionalidad y comodidad que esta representa.

CARDINAL encontró un nicho en cuanto a las personas que realizan “outdoor” y a la escasez de diseños originales y exclusivos que hoy en día se encuentran en el mercado. Es por eso que el enfoque se encuentra allí, en crear productos diferentes, apasionados. Que los usuarios puedan llegar a enamorarse de lo que llevan puesto.

CARDINAL se apasiona por viajar y respeta la naturaleza en todos sus ámbitos. Por ello, su principal mensaje, es que todos los usuarios puedan identificarse y generar una fuerte conciencia medioambiental.

6.1.1 Significación de marca.

El nombre “CARDINAL”, proviene de los puntos cardinales.

Los mismos son los cuatro sentidos que conforman un sistema de referencia cartesiano para representar la orientación en un mapa o en la propia superficie terrestre. Estos puntos cardinales son el Este, que viene señalado por el lugar aproximado donde sale el Sol cada día; el Oeste, el punto indicado por la puesta del Sol en su movimiento aparente, y si a la línea Este-Oeste se la considera como el eje de las abscisas en un sistema de coordenadas geográficas, el eje de las

coordenadas estaría descrito por la línea Norte-Sur, que se corresponde con el eje de la rotación terrestre.

6.2 Inspiración: Animales en Amenaza de Argentina.

RUBRO: Indumentaria femenina y masculina para jóvenes y adultos que practican “outdoor”.

TIPOLOGÍA: Camiseta, camisa, remera, pantalón, calza, campera, chaleco, buzo.

MATERIALES: Muselina, gabardina elastizada, trucker, ribstop, circus, gamuza, acetato calado, acetato frizado, red de poliéster, sylver.

PALETA DE COLOR:



SILUETA: Silueta de triángulo o V invertida y de H o recta. En la colección se tomarán estos dos tipos de siluetas, en dónde generalmente serán siluetas rectas.

6.3 Misión, visión y valores de marca.

VISIÓN: Ser la marca nacional pionera en cuanto diseño y creatividad dentro del mercado de prendas de aventura.

MISIÓN:

- Promover el diseño, la exclusividad y creatividad.
- Ser elegidos por los aficionados al turismo de aventura y que se sientan identificados con la marca.
- Crear variedad y generar un estilo propio dentro del rubro.
- Tener un alto grado de tecnicidad, calidad y funcionalidad.

VALORES:

- Calidad, tecnicidad, funcionalidad.
- Creatividad, originalidad, diferenciación.

- Alto grado de promoción y exposición al público.
- Generar conciencia y compromiso medio ambiental.
- Responsabilidad social.

6.4 Matriz Foda.

Fortalezas.

Cuando se trata de viajes que no encajan en lo cotidiano, aislados de la civilización y que se caracterizan por terrenos inhóspitos y temperaturas extremas, sumados a la dificultad en cuanto a la movilidad y en el pequeño espacio en donde se resguardan los elementos de viaje; deben priorizarse ciertas características tales como funcionalidad y optimización. Sin embargo, lo que se plantea junto a CARDINAL es, ¿Qué pasaría si dichas prendas, dejaran de ser solo un elemento propiamente dicho de la actividad, y comenzara a identificarnos como usuarios?

A través de la marca, se pretende unir nexos tales como los viajes de aventura, naturaleza y creatividad. Romper las estructuras planteadas sobre lo que deben ser las prendas “outdoor”, y brindar en las mismas diseños exclusivos, funcionales y acarreados por un mensaje de concientización. De esta manera, CARDINAL no es sólo una marca, sino que aporta desde su llegada al público respeto y conciencia medioambiental, cargada de diseños exclusivos y funcionales, que harán del mercado del “outdoor” algo distinto a lo que los usuarios están acostumbrados.

Oportunidades.

Actualmente, el mercado del “outdoor” se encuentra elevadamente desarrollado e instalado en el mercado. Con prendas altamente funcionales y por más que los precios sean considerablemente altos, los usuarios están dispuestos a acceder a ellos por la utilidad y funcionalidad que ofrecen.

Con CARDINAL se pretende conservar lo que el mercado contemporáneo ofrece, pero instaurando ciertas diferenciaciones que serán las que brindarán diferenciación con respecto a lo ya establecido.

CARDINAL encuentra sus oportunidades en cuanto a los diseños exclusivos y sofisticados que ofrece la marca, la posibilidad de que el usuario se identifique con sus prendas, que elija según sus gustos y no solamente en base a lo que necesita. La marca pensará en el usuario como alguien detallista, contemporáneo, que desea vestirse con estilo y sofisticación. Que no quiere guardar en

un placard sus prendas tras haber concluido su actividad, sino que la misma sea también acorde a la vida cotidiana del usuario.

De esta manera, la marca adquiere un valor agregado, ya que cada uno de sus diseños se basará en una especie en amenaza de la Argentina, no solo generando concientización e información sobre lo que ocurre, sino también un sentimiento de pertenencia con el país en donde se realizan las prendas.

El objetivo es que CARDINAL se destaque de las marcas actualmente instauradas con estos elementos agregados, que tras investigaciones y recopilación de datos, son de gran importancia para los actuales usuarios.

Debilidades.

Las debilidades con las que se puede enfrentar la marca expuesta son numerosas.

En primer lugar la limitación con respecto a materiales altamente tecnológicos, generalmente internacionales, que se dificultan y en el peor de los casos se imposibilita la compra en Argentina. Por lo que se deberá recurrir a los materiales a los que se puedan acceder y probablemente no a los mejores.

En segundo lugar, la elección del mejor método de estampación para los diferentes textiles elegidos, ya que no todas las prendas se pueden sublimar, que es la forma más recurrente. Es así que se debe realizar un minucioso análisis e investigación con respecto a los lugares de estampación en Córdoba y determinar según qué es lo que ofrecen, el método correcto.

Por otro lado, encontrar un taller especializado en este tipo de prendas, que acapare correctamente las funcionalidades, detalles y perfección que se necesita para hacer de la marca algo sobresaliente y a la altura del mercado.

Amenazas.

Con respecto a las amenazas, también se pueden hallar numerosos factores que influyen en el desarrollo del proyecto.

En primer lugar es el creciente y exponencial crecimiento de las marcas de prendas de aventura. Ya que año a año se incrementa la necesidad de las personas de realizar actividades al aire libre,

en busca de conexión con ellos mismos, involucrando la actividad física junto con el disfrute de la naturaleza.

Existen numerosas marcas ya afianzadas en el mercado, que lograron la popularización debido a sus óptimas cualidades técnicas y su alta calidad, lo que garantiza una correcta funcionalidad (factor clave que solicitan quienes practican dichas actividades).

La gran competencia y la creciente popularidad de algunas marcas sobresalientes dentro del rubro, indica tanto la gran cantidad de aficionados en dichas actividades; como así el difícil acceso de una marca que ofrezca lo mismo dentro del mercado.

Otro factor clave a la hora de la realización de las prendas; es la falta de materiales debido a las importaciones. La mayoría de los textiles que hallamos en son de industria argentina, por lo que a la hora de introducirnos en el mercado; puede ocurrir que exista un déficit de calidad, variedad y tecnicidad con respecto a las marcas de la competencia.

La inflación y el creciente aumento dentro de los materiales, mano de obra y luego ventas; puede influir en que los costos sean realmente elevados y se manifieste tanto en la producción como en la posterior compra de los usuarios.

6.5 Propuestas estratégicas de marca.

6.5.1 Competencia.

La marca a desarrollar se encuentra amenazada por el enorme impacto que ya posee la industria del "outdoor" en el mercado. Dejaron de ser tan solo marcas, para convertirse en formas de vida de los usuarios. Hay usuarios quienes ya se sienten fuertemente identificados con determinadas marcas, por lo que será necesario convencerlos de que CARDINAL no solo posee los mismos requerimientos, sino que es algo distinto, original y a la vez funcional dentro del mercado.

6.5.2 Marketing.

El presupuesto otorgado a cada uno de los siguientes ítems, junto a los costos y ganancias se detallará al final de este capítulo.

El Marketing será un elemento fundamental para introducir a CARDINAL dentro del mercado. Con el mismo se deberá convencer al usuario de que encontró al fin la marca que lo representa. Una marca técnica, funcional y a la vez exclusiva, que no solamente viste al cliente acorde a sus preferencias; sino que se implementa un nuevo espacio en donde el diseño es el protagonista. A todas estas características, se suma un valor agregado que es el de concientización del medio ambiente, incluyendo a las especies en amenaza de la Argentina en cada uno de los diseños.

De esta manera, se introduce al usuario en un mundo de funcionalidad, diseño y concientización, sumado al sentimiento de pertenencia dentro de la Argentina, haciendo alusión de que CARDINAL no sólo es una marca que busca generar conciencia medio ambiental, sino que se especifica en el mismo país en donde las prendas son creadas y confeccionadas.

La principal estrategia de Marketing consistirá en hacer alusión a lo anteriormente nombrado. En que la marca es diferente, en que los usuarios serán diferentes, en que se está pensando en cada una de esas personas que no se sienten a gusto llevando prendas solamente funcionales que no los representan.

Un ítem fundamental que será una de las mayores estrategias de Marketing (además de la diferenciación) será la postura ecológica y de concientización que involucrará a la marca en todos sus aspectos. El packaging será de papel reciclado al igual que las etiquetas. Cada una de las prendas tendrá información acerca de la especie que la misma represente, de esta manera el usuario sabrá el peso y la importancia que connota su prenda.

Por otro lado, se brindará información acerca del amor con el que se realizan las prendas, desde su creación hasta las manos que lo producen; y que las mismas están hechas en Argentina. De esta manera se genera no solo conciencia ambiental sino también conciencia social, y que el usuario se encuentre informado acerca del proceso por el cual se llevó a cabo la prenda que está por adquirir.

Los locales comerciales se asemejarán a los paisajes de Argentina, al igual que las cartelerías en la vía pública. Los mismos tendrán testimonios de gente especializada en el rubro, mostrando que llevan puestas las prendas CARDINAL, la calidad de las mismas y a su vez dejando un mensaje de concientización, como la marca lo sugiere.

6.5.3 Estrategias de Comercialización y de Comunicación.

Para comenzar, la marca se instaurará en la ciudad de Córdoba; con el objetivo de llegar a expandirse a lo largo del país, y en un futuro al exterior.

Los locales comerciales se encontrarán en Patio Olmos Shopping, un espacio de gran alcance al público, que brinda a la marca un status de calidad y jerarquía, ya que se encuentra en un mismo espacio que numerosas marcas prestigiosas.

Por otro lado, se abrirá un local comercial en Galería Barrio, barrio Güemes. Ya que es la zona que actualmente tiene mayor auge, en donde las marcas se caracterizan generalmente por ser diseños locales, enfocados en la originalidad y diferenciación. Por esta razón, CARDINAL se adapta perfectamente a lo que el actual mercado que este barrio, y precisamente la galería propiamente dicha sugieren.

Por otro lado, se ofrecerá canje a prestigiosos activistas del rubro “outdoor”, brindando nuestras prendas a cambio de publicidad de ellos mismos; de esta manera, los usuarios se sentirán tanto identificados con quien lleva la prenda, como con la marca.

Se buscará colocar publicidad y ofrecer nuestros productos en espacios en donde se practiquen este tipo de actividades, tales como “Hostel Rupestre” o “Gimnasio Palestra”, líderes en convocar a la mayor parte de escaladores deportivos de Córdoba. Es espacios artísticos en donde se practica fotografía como “La Lumiere”; buscar oficinas de Turismo enfocadas en turismo alternativo como “Alto Rumbo”, entre otros.

La Página Web y redes sociales serán fundamentales para generar una cercanía al público y facilitar la compra/venta. La página web tendrá no solo información acerca de las prendas, sino un “quienes somos”, “como están fabricadas nuestras prendas” y un espacio en donde se publique información sobre las especies en amenaza. Se podrá pagar con tarjeta de crédito y en diferentes cuotas.

Se utilizará Facebook e Instagram, para de esta manera acercarnos de una manera más directa al público. El objetivo no será ser tediosos y monótonos, sino que las redes representen la misma originalidad y diferenciación que la marca propone. Lograr que el usuario se sienta identificado tanto con la marca, como con la imagen de marca.

6.6 Mezcla de Comunicación de Marketing orientada a CARDINAL.

6.6.1 Publicidad.

La publicidad partirá principalmente desde gráficas en la vía pública, en Patio Olmos y en eventos recurrentes en Galería Barrio. En esta última, se invitarán especialistas en el rubro “outdoor” para que los usuarios se interioricen y la misma se verá acompañada con músicos y aperitivos autóctonos; siempre generando un espacio vanguardista, que sea el mismo nexo entre lo clásico que es el “outdoor”, con la diferenciación que la marca propone instaurar.

Como se expresó anteriormente, que diferentes referentes publiciten la optimización de su labor, junto a CARDINAL, y que represente a cada una de las personas que practican tales actividades. A su vez, ocupar espacios en donde frecuentan dichos usuarios, como gimnasios especializados, espacios artísticos, oficinas de turismo, etc.

Las redes sociales y la página web serán el ideal nexo entre el usuario y la marca que busca continuamente transmitir funcionalidad y originalidad, con el valor agregado que es la concientización medioambiental.

6.6.2 Promoción de Ventas.

Para una óptima promoción de ventas, se buscará generar la atención de los usuarios por medio de eventos vanguardistas que representen tanto a la marca, mostrando sus productos, como así a la cultura Argentina y a diferentes especialistas en el rubro “outdoor”.

Se regalarán llaveros con el logo de CARDINAL y los mismos vendrán con cupones anunciando un precio especial en la futura compra.

Una vez al mes, a través de las redes sociales se iniciarán descuentos, a modo de incitar a la compra de productos y a la vez como forma de recordatorio de la marca.

6.6.3 Eventos y Experiencias.

Cada dos meses, CARDINAL será reconocido por sus eventos en donde diferentes aficionados en el rubro “outdoor” y a su vez destacados por la actividad/labor que realizan, convoquen al espacio a generar debates y charlas, acompañados de música y aperitivos autóctonos, generando así experiencias sensoriales.

A su vez se realizarán desfiles al inicio de cada temporada, la música seguirá siendo autóctona aunque vanguardista, al igual que los modelos.

Cada evento que CARDINAL realice, tendrá la pizca de vanguardia y originalidad que caracteriza a la marca, de esta manera enfocándose en un público que busca diferenciarse, y que por primera vez está encontrando un espacio dentro del “outdoor”. Promoverá la cultura y la concientización, y permitirá que el usuario se sienta parte e involucrado con la marca.

6.6.4 Relaciones Públicas y Publicidad.

CARDINAL tiene como principal misión, promover un mensaje de concientización, respeto y consciencia. Es así que este mensaje se lleva a práctica también al momento de relacionarse tanto con el público, como así con las relaciones internas de la empresa y con sus proveedores y empleados. Es decir, promover una excelente comunicación tanto externa como interna.

De esta manera, las publicidades de CARDINAL vendrán acarreadas de vanguardia, diseño pero así también con un mensaje de concientización que plasme la ideología de la marca. Los afiches en las zonas urbanas serán claves, al igual que diferentes eventos relatados en puntos anteriores. Diferentes gráficas de pequeños tamaños para que el usuario pueda llevarse a casa, y de grandes tamaños para que puedan ser notorios con facilidad.

Con respecto a las relaciones internas, de proveedores y empleados, CARDINAL llevará una relación directa con cada uno de ellos. Buscando de esta manera generar confianza y determinar que un trabajo esté no solamente bien hecho, sino saber de dónde proviene y como fue realizado. De esta manera, no solamente se pretende un consumo consciente del producto, que siga una línea que intenta plasmar la marca, sino que a su vez, sea una estrategia de marketing, en donde el consumidor pueda fiarse que no existe trabajo ilegal y todo es sumamente supervisado.

Las gráficas serán una parte muy importante dentro de la marca. Se invertirá ampliamente en diseñadores gráficos y publicistas que puedan promover la imagen que la marca pretende mostrar. Llegar a generar un vínculo directo con el público y lograr que los mismos tengan un sentimiento de pertenencia con la marca.

De esta manera, se logrará mostrar a los usuarios que somos una marca diferente, vanguardista, que rompe con estructuras pero que la funcionalidad sigue intacta. Que promovemos un consumo consciente y de concientización. Que CARDINAL sigue el producto desde su creación hasta la llegada al público y que entiende lo que el usuario quiere y necesita.

6.6.5 *Marketing Directo.*

CARDINAL utilizará el correo electrónico con una base de datos de los clientes e interesados en la marca. En Facebook, Instagram y Twitter, redes sociales por las cuales no solo se ofrece el producto concreto y se muestran las colecciones y promociones, sino que también se pueden utilizar para generar una forma de comunicación entre la marca y el público por medio de gráficas, promociones y mensajes directos (inbox). También se utilizará una tienda online, en donde el cliente elija el producto con una tabla de talles que le indique cual producto es acorde para el mismo; se pueda realizar la compra con diferentes tarjetas de crédito y en cuotas y luego enviarlo a su domicilio. Por ende, tanto por las redes sociales como por la tienda online, se podrán generar marketing de pedidos directos con el cliente.

Estos medios, servirán a su vez para mantener día a día y reforzar la relación con el cliente, demostrándole que estamos presentes para ellos, como ellos para nosotros; dándoles a entender cuan importantes son para la empresa.

De esta manera, reforzaremos nuestra ideología de diferenciación, logrando que los clientes se sientan únicos, generando un marketing especializado en tiempo real, ya que es eficiente sobre los usuarios. También se utilizará el marketing de por vida, por el cual se desarrolla un plan de marketing para los clientes más valiosos, haciendo hincapié en sucesos importantes, como un cumpleaños; en donde se les enviará Boucher de descuentos.

6.7 Usuario.

Los usuarios de CARDINAL son hombres o mujeres de todas las edades. Personas apasionadas por la naturaleza, dedicadas a los deportes extremos, a la fotografía o simplemente a viajar por lugares inhóspitos en busca de nuevas experiencias y encuentros con lo natural como con ellos mismos. Son personas que eligen salir de las comodidades diarias para enfrentarse a nuevos retos, paisajes y climas que los transportan a su esencia como amantes de lo natural.

Cuidan el medio ambiente, lo conocen y lo respetan. Cuidan su bienestar mental y físico, ya que es la mayor herramienta para realizar las actividades por las que se apasionan.

Buscan la mayor comodidad y seguridad dentro de lo más extremo, ya que es lo que les permite mantenerse vivos y sanos en los lugares que habitan.

Muchas marcas globales pensaron en ellos, generando las herramientas para que los usuarios puedan desenvolver sus actividades minimizando los riesgos lo máximo posible. Sin embargo, en los tiempos que corren, la mayoría de los diseños quedaron desactualizados, uniformados y clásicos, y es ahí en donde CARDINAL cumple su rol.

Las personas que eligen CARDINAL lo hacen porque buscan sentirse a gusto con lo que llevan puesto. Por fin encuentran una marca que los representa no solamente funcionalmente, sino que esta vez de acuerdo a sus emociones, gustos y estilo. Son personas que buscan romper con la uniformidad, verse diferentes, sentirse a gusto en la montaña más alta o cruzando un río, con prendas que marquen su personalidad y estilo.

CARDINAL encuentra su brecha ahí. Conectando con el usuario, pensando en el como un ser único y diferente, que su pasión está tanto en los viajes como en el vestir. Que no llegará a su casa y colgará sus prendas “outdoor”, sino que llevará en su vida cotidiana, totalmente a gusto, las prendas que esta marca ofrece.

Quien elige CARDINAL busca romper la gran brecha entre el “outdoor” con lo cotidiano, generando un nexo entre su vida urbana y su vida extrema.

Los usuarios de CARDINAL buscan ser diferentes, vestirse a gusto y a su vez la funcionalidad y excelencia que se requiere para practicar cada una de estas actividades.

6.7.1 Lámina de Usuario.



6.8 Moodboard.

El siguiente moodboard, tiene el fin de representar a través de imágenes las fuentes de inspiración que llevaron a cabo el desarrollo de la colección de Cardinal.



6.9 Comunicación visual.

6.9.1 Logotipo.

El logo de Cardinal pretenderá llegar a la mente del usuario, para ser reconocido con facilidad y no olvidarse jamás.

Simple, concreto, curvo; busca generar por un lado, simplicidad, delicadeza y ligereza; mientras que por otro lado, sugiere fuerza y energía.

Monocromático, ideal para ser colocado en diferentes fondos y estampas.




6.9.2 Packaging.

6.9.2.1 Etiquetas:



Las etiquetas de la marca cumplirán dos funciones. La primera, mostrar la marca; y la segunda, generar conciencia ambiental.

De esta manera, las etiquetas tendrán dos partes; el logo y nombre de la marca, en la parte delantera, plasmados en cartón reciclado. Y en la parte posterior, irá anexo un rectángulo de tela reciclada estampada, en donde contendrá información acerca del animal en amenaza que representa la prenda comprada.

YAGUARETÉ O JAGUAR
Panthera onca

El felino de mayor tamaño del continente americano. Habita en Juruá, Xavá, Guayá y Misiones. Quedan 700 ejemplares en la Argentina. Clasificación: Mammalia, Carnívora, Felidae.

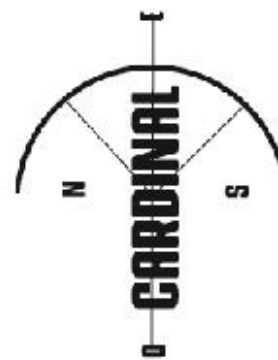

GUACAMAYO VERDE
Aratinga canicularis

Color verde vivo. Habita en los bosques de la zona de la Patagonia. Clasificación: Mammalia, Carnívora, Felidae.



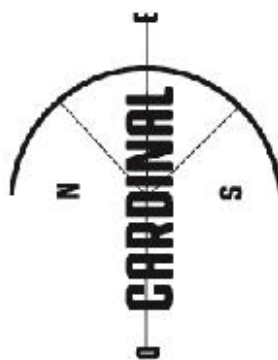


FLAMENCO ANDINO
Phoenicopterus andinus

Aves de color rosa, cuello negro. La única especie de flamenco que habita en la zona andina. Clasificación: Mammalia, Carnívora, Felidae.

GATO ANDINO
Leopardus jelskii

Gracias a su coloración se camufla en la zona de la zona andina. Clasificación: Mammalia, Carnívora, Felidae.

TAPIR
Tapirus

De la familia de los ciervos y reno. Habita en Chile, Brasil, Uruguay, Argentina y México. Clasificación: Mammalia, Carnívora, Felidae.

6.9.2.2 Etiquetas para indicaciones de uso y cuidado de prenda.

Cada prenda, según corresponda, tendrá las indicaciones necesarias para cuidar y proteger las prendas; para que de esta manera, toda la tecnología aplicada en textiles y confección no se vea afectada a través del uso, y que el usuario sea consciente de que manera tratar a la misma a lo largo del tiempo.

 <p>HECHO EN ARGENTINA</p> <p>GABARDINA DE ALGODÓN Composición: 97% Algodón 3% Elastano</p> <p>RED DE POLIESTER Composición: 100% Poliéster</p> <p>CUIDADOS DE PRENDA</p>  <p>*LAVAR A MANO *NO USAR CLORO *PLANCHA SUAVE *NO SECADORA</p>	 <p>HECHO EN ARGENTINA</p> <p>ACETATO FRIZADO Composición: 40% Algodón 60% Poliéster</p> <p>RIP Composición: 85% Algodón 15% Poliéster</p> <p>RED DE POLIESTER Composición: 100% Poliéster</p> <p>CUIDADOS DE PRENDA</p>  <p>*LAVAR A MANO *NO USAR CLORO *PLANCHA SUAVE *NO SECADORA</p>	 <p>HECHO EN ARGENTINA</p> <p>SYLVER Composición: 100% Nylon</p> <p>RED DE POLIESTER Composición: 100% Poliéster</p> <p>CUIDADOS DE PRENDA</p>  <p>*LAVAR A MANO *NO USAR CLORO *PLANCHA SUAVE *NO SECADORA</p>	 <p>HECHO EN ARGENTINA</p> <p>ELASTANO DE SEDA Composición: 86% Poliéster 14% Elastano</p> <p>RED DE POLIESTER Composición: 100% Poliéster</p> <p>CUIDADOS DE PRENDA</p>  <p>*LAVAR A MANO *NO USAR CLORO *PLANCHA SUAVE *NO SECADORA</p>
 <p>HECHO EN ARGENTINA</p> <p>MUSELINA Composición: 46% Algodón 24% Elastano 30% Poliéster</p> <p>CUIDADOS DE PRENDA</p>  <p>*LAVAR A MANO *NO USAR CLORO *PLANCHA SUAVE *NO SECADORA</p>	 <p>HECHO EN ARGENTINA</p> <p>TAFETA Composición: 100% Poliéster</p> <p>TRUCKER Composición: 100% Poliéster</p> <p>GUATA Composición: 100% Poliéster</p> <p>CUIDADOS DE PRENDA</p>  <p>*LAVAR A MANO *NO USAR CLORO *PLANCHA SUAVE *NO SECADORA</p>	 <p>HECHO EN ARGENTINA</p> <p>RIBSTOP Composición: 86% Nylon 14% Poliéster</p> <p>RED DE POLIESTER Composición: 100% Poliéster</p> <p>ACETATO FRIZADO Composición: 40% Algodón 60% Poliéster</p> <p>CUIDADOS DE PRENDA</p>  <p>*LAVAR A MANO *NO USAR CLORO *PLANCHA SUAVE *NO SECADORA</p>	 <p>DESIGNED TO ACCOMPANY</p> <p>ADVANCE TECHNOLOGY</p> <p>SIZE/TALLE M</p>

6.9.2.3 Empaquetamiento.

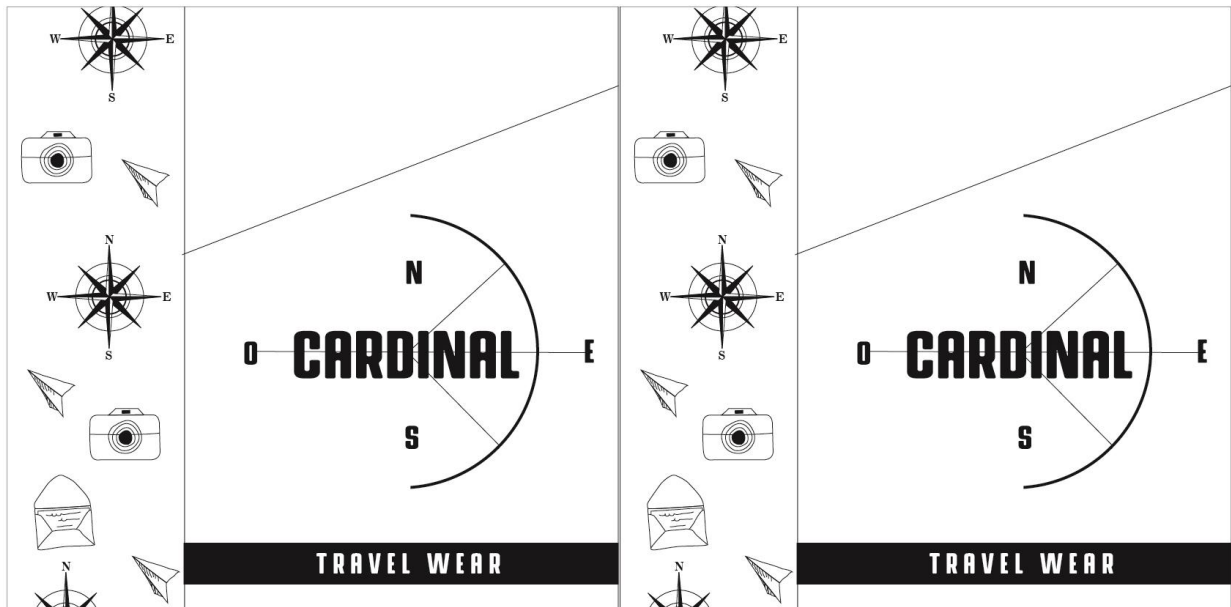
Las bolsas seguirán la línea de lo ecológico y reciclado.

Serán bolsas de papel madera; en el frente tendrán el logo de la marca; en sus costados, estará estampada por diversas imágenes haciendo referencia a los viajes de aventura y en la parte superior tendrá un recorte triangular de papel madera más oscuro.

No tendrá manijas, por lo que la parte superior, al llegar al borde del papel, se doblará; y de esta manera se cerrará la bolsa con un broche de madera, que sujetará la bolsa y a su vez un ramo de hojas y una tarjeta personal de Cardinal.

Se intenta connotar delicadeza, sofisticación y a su vez amor por la ecología. Que el cliente de Cardinal sienta que está en contacto con la naturaleza, desde el momento en que adquiere una prenda de la marca.

Plantilla packaging.



Prototipo packaging.



6.9.3 Comunicación digital.

6.9.3.1 Página Web.

La página web será www.cardinaloutdoor.com, y cumplirá la función de mantener informado y actualizado al usuario en cuanto a los productos, servicios, acerca de cómo es la marca, que valores tiene, y las diferentes novedades que surjan de la misma.

Al ingresar a la web, el usuario sentirá que está sumergido en la naturaleza, le surgirán ganas de formar parte del universo que es Cardinal a través de una página sencilla de entender, graficada y de excelente calidad.

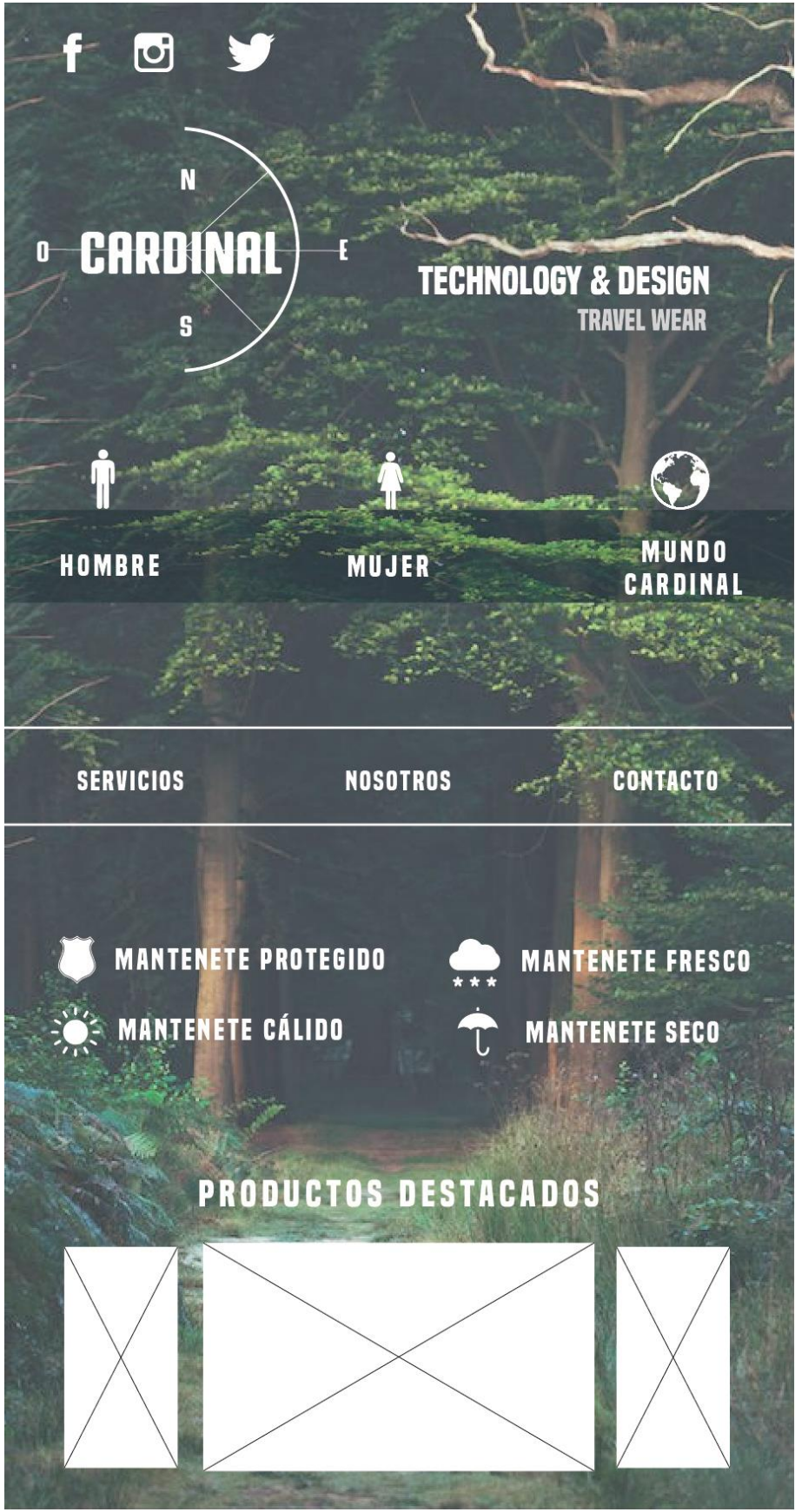
Navegar por la página será como estar embarcando un viaje, en donde se abrirán todas las posibilidades que ofrece la marca.

Estará dividida en diferentes pestañas; las principales serán indumentaria para hombre, para mujer y “Universo Cardinal”, en la cual se contará todo lo necesario para conocer a la marca.

Luego estarán las pestañas de “Servicios”, “Nosotros” y “Contacto”.

Por otro lado, estarán separados por botones fáciles de comprender las diferentes posibilidades que ofrece la marca en cuanto a sus prendas; los mismos señalarán “mantenete protegido”, “mantenete fresco”, “mantenete cálido” y “mantenete seco”, de esta manera, el usuario podrá hallar con mayor facilidad lo que está buscando.

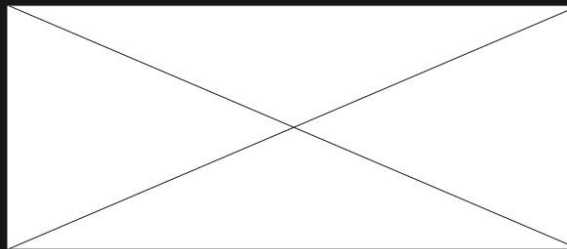
Por último, al final de la página, se encontrará la sección “producto destacados”, en donde se mostrarán aquellos productos nuevos o los favoritos de la temporada.





HOMBRE

CONFORT



TECNOLOGÍA

**TODO EL RENDIMIENTO QUE NECESITAS
PARA DISFRUTAR COMO NUNCA ESTAS VACACIONES**

COLECCIONES 16/17

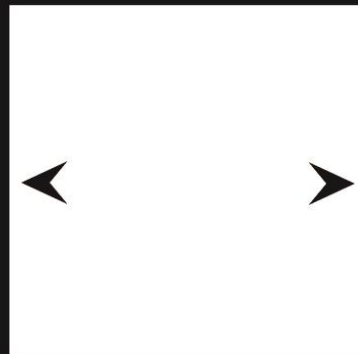
TAPIR

GUACAMAYO VERDE

FLAMENCO ANDINO

GATO ANDINO

YAGUARETÉ



VER MÁS

SERVICIOS

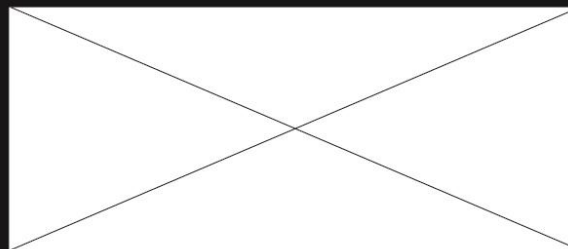
NOSOTROS

CONTACTO



MUJER

CONFORT



TECNOLOGÍA

TODO EL RENDIMIENTO QUE NECESITAS
PARA DISFRUTAR COMO NUNCA ESTAS VACACIONES

COLECCIONES 16/17

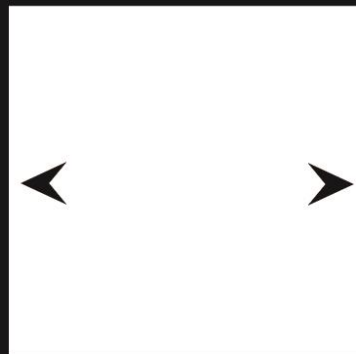
TAPIR

GUACAMAYO VERDE

FLAMENCO ANDINO

GATO ANDINO

YAGUARETÉ



VER MÁS

SERVICIOS

NOSOTROS

CONTACTO



TECHNOLOGY & DESIGN
TRAVEL WEAR



MUNDO CARDINAL

SOMOS

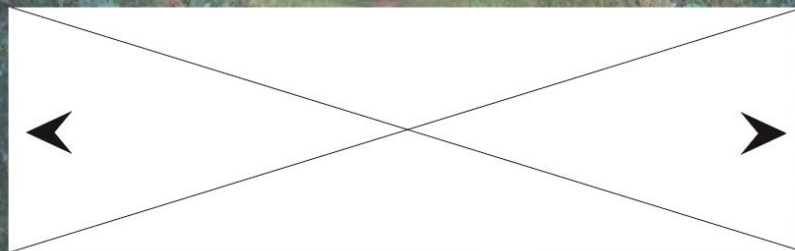
CONTACTO CON EL MEDIO AMBIENTE

SOFISTICACIÓN Y DISEÑO

LUGARES INHÓSPITOS

FUNCIONALIDAD Y CALIDAD

CONCIENCIA



SERVICIOS

NOSOTROS

CONTACTO

6.9.3.2 Otras Herramientas digitales de promoción.

Otra herramienta de comunicación digital será Facebook, www.facebook/cardinalok.com, en dónde se mostrarán todas las novedades y será un medio de contacto directo con el usuario. Se podrán hacer compras y consultas a través de la misma; saldrán las nuevas colecciones y prendas y el cliente las podrá ver de inmediato. A su vez se mostrarán descuentos, liquidaciones y concursos a través de esta.

La siguiente herramienta será Instagram, www.instagram/cardinalok, utilizada para mostrar imágenes de manera inmediata al usuario. Al igual que Facebook, será esencial para generar un contacto directo con el mismo; mostrar nuevas campañas, videos, productos destacados, liquidaciones, concursos, etc.



CARDINAL
@cardinalok

MENSAJE



Te gusta



Compartir



Guardar

Ropa (marca)

INICIO

INFORMACIÓN

FOTOS

VIDEOS

PU

← cardinalok



1526

131k

1011

publicacio... seguidores seguidos

CONTACTO

+ SEGUIR



Cardinal TravelWear

Outdoor Gear/Sporting Goods

#TestedTough since 2016

Share your outdoor adventures with us by tagging

[_//@cardinalok](#) for a chance to be featured!

VER TRADUCCIÓN

youtu.be/XeOy4ssZgmo



6.10 Planta comercial.

De acuerdo con la premisa de diseño que se trabaja en el desarrollo de Cardinal; el cual connota exclusividad, sofisticación, aventura y ecología; se plantea un local de planta libre con grandes dimensiones capaz de albergar un gran número de personas. El mismo estará enfocado en generar un espacio en el cual se puedan realizar exposiciones, lanzamientos y diferentes tipos de eventos para promoción de la marca.

En el mismo, se plantea una fuente interna que será un acuario con peces, de la cual van a flotar dos tensores que cuelgan del techo; y a partir de ellos, se generarán perchas en las cuales se podrán exhibir nuevos modelos. Las mismas poseen iluminación centralizada y por detrás de ella, el sector del mostrador.

Detrás del mostrador, se plantea un cerramiento permeable continuo con articulaciones de madera, las cuales sirven de soporte para albergar una enredadera vegetal. El módulo de este mismo, cambia para generar dos ahuecamientos que señalan los ingresos a los vestidores.

Los percheros se ubicarán a los laterales, los cuales son discontinuos para albergar en el medio de ambos, el cerramiento contenedor de las enredaderas; y de esta manera, poder lograr un continuo espacial verde direccionado linealmente con la fuente de agua.

Arriba de los percheros se encuentra el depósito en donde se guardará la indumentaria no exhibida. El mismo es cerrado por dos placas corredizas, y se pretende que a partir de él, se genere un escalonamiento hacia la vidriera. El objetivo del mismo, es no obstaculizar el vidrio y generar un módulo limpio expositor.

El local cuenta con dos ingresos, los cuales logran una visión total de lo expuesto en vidriera.

Se trabajará con madera tipo nogal oscura y hierro; no tendrá revestimientos y con material a la vista.

Los locales estarán ubicados en Patio Olmos Shopping y en Galería Barrio en Barrio Güemes.







6.11 Estudio Económico Financiero.

A continuación se detallará el Estudio o Análisis Económico – Financiero de CARDINAL. El mismo tiene como objetivo la investigación de operaciones y de las matemáticas y análisis financieros del proyecto. Se encarga de realizar las evaluaciones económicas del proyecto de inversión, para determinar la factibilidad o viabilidad económica. El mismo está concebido desde el punto de vista técnico y espera cumplir con los objetivos que el proyecto plantea.

El E.E.F estudiará si la inversión que pretendemos realizar con CARDINAL será rentable, que tipo de alternativas se deberán tomar según la conveniencia financiera de la empresa de acuerdo a sus políticas.

A partir de este análisis económico se determinará cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta; la cual abarca las funciones de producción, administración y ventas; así como otras son indicadores que servirán de base para la parte final y definitiva de CARDINAL, que es la evaluación económica.

6.11.1 Preparación del local.

Para la preparación de los locales comerciales, ubicados en Patio Olmos Shopping y Galería Barrio (Güemes) , se tendrán en cuenta los siguientes costos:

PREPARACIÓN DEL LOCAL	PATIO OLMOS	GALERÍA BARRIO
Mostrador	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Sillones	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
Luces	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00
Piso	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00
Alfombras	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
Techo	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00
Paredes Internas	\$ 35.300,00	\$ 35.300,00
Estantería	\$ 25.400,00	\$ 25.400,00
Perchero y accesorios	\$ 15.460,00	\$ 15.460,00
Maniqués	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00
Accesorios para vidriera	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Pintura	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00

Seguros	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Costos extras	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
TOTAL	\$ 236.660,00	\$ 236.660,00
TOTAL 2 LOCALES	\$ 473.320,00	

6.11.2 Costos de Fabricación.

Se estima dar inicio a la actividad comercial con un stock de 800 prendas con pronta reposición de productos vendidos. Las ventas de estas 800 prendas se pretenden realizar cada 2 meses.

COSTOS DE FABRICACIÓN GENERAL	
Telas	\$ 30.000,00
Sublimación	\$ 20.000,00
Serigrafía	\$ 18.000,00
Confección	\$ 17.500,00
Mano de obra	\$ 55.725,00
TOTAL	\$ 141.225,00

6.11.3 Packaging.

El packaging, al igual que la producción de las prendas, se realizará cada 2 meses.

PACKAGING	
Bolsas	\$ 50.000,00
Etiquetas	\$ 50.000,00
Tarjetas	\$ 40.000,00
TOTAL	\$ 140.000,00

6.11.4 Personal.

El siguiente cuadro está planteado según el presupuesto por mes por personal del local comercial.

PERSONAL		POR 5 EMPLEADOS
Sueldo por 1 empleado	\$ 13.000	\$ 65.000
Aportes y contribuciones	\$ 3.500	\$ 17.500
TOTAL	\$ 16.500	\$ 82.500

6.11.5 Gastos Generales.

Gastos generales, es un término contable que se refiere a todos los gastos del negocio en curso no incluidos o relacionados con la actividad productiva, materiales directos o gastos de terceros.

El siguiente cuadro está basado en los gastos generales por mes de CARDINAL.

GASTOS GENERALES	
Luz	\$ 8.000,00
Teléfono	\$ 6.300,00
Postnet	\$ 2.500,00
Tasas e Impuestos	\$ 9.000,00
Página Web	\$ 7.000,00
TOTAL	\$ 32.800,00

6.11.6 Marketing.

El siguiente cuadro está basado en el presupuesto a otorgar al Marketing y Logística de la empresa por mes.

Marketing	[\$]
Publicidad	100.000
Logística	10.000

6.11.7 Costos fijos por mes.

A raíz de los detalles anteriores, se pueden determinar los costos fijos por mes que la empresa afrontará.

CÁLCULO DE COSTOS FIJOS MENSUALES	
Alquiler locales	\$ 50.000,00
Gastos Generales	\$ 32.800,00
Personal	\$ 16.500,00
Cuotas préstamos	\$ 28.399,69
TOTAL	\$ 127.699,69

6.11.8 Costos Totales.

A modo de conclusión, con respecto a lo detallado anteriormente, se puede decir que los costos totales del proyecto CARDINAL son los siguientes.

El mismo está estimado en un plazo de hasta diez años.

Costos Directos de Producción	Costos mensuales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Telas	\$ 15.000,00	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000
Sublimación	\$ 10.000,00	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000
Serigrafía	\$ 9.000,00	\$ 216.000	\$ 216.000	\$ 216.000	\$ 216.000	\$ 216.000	\$ 216.000	\$ 216.000	\$ 216.000	\$ 216.000	\$ 216.000
Confeción	\$ 8.750,00	\$ 210.000	\$ 210.000	\$ 210.000	\$ 210.000	\$ 210.000	\$ 210.000	\$ 210.000	\$ 210.000	\$ 210.000	\$ 210.000
Packaging	\$ 27.862,50	\$ 334.350	\$ 334.350	\$ 334.350	\$ 334.350	\$ 334.350	\$ 334.350	\$ 334.350	\$ 334.350	\$ 334.350	\$ 334.350
Mano de obra	\$ 70.612,50	\$ 668.700	\$ 668.700	\$ 668.700	\$ 668.700	\$ 668.700	\$ 668.700	\$ 668.700	\$ 668.700	\$ 668.700	\$ 668.700
TOTAL	\$ 141.225,00	\$ 2.029.050	\$ 2.029.050	\$ 2.029.050	\$ 2.029.050	\$ 2.029.050	\$ 2.029.050	\$ 2.029.050	\$ 2.029.050	\$ 2.029.050	\$ 2.029.050
Costos Indirectos de Producción	Costos mensuales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Logística	\$ 10.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000
Comision por ventas 3%	\$ 14.184	\$ 170.208	\$ 170.208	\$ 170.208	\$ 170.208	\$ 170.208	\$ 170.208	\$ 170.208	\$ 170.208	\$ 170.208	\$ 170.208
Publicidad	\$ 100.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Empleado	\$ 82.500	\$ 214.500	\$ 214.500	\$ 214.500	\$ 214.500	\$ 214.500	\$ 214.500	\$ 214.500	\$ 214.500	\$ 214.500	\$ 214.500
TOTAL	\$ 206.684,00	\$ 1.704.708	\$ 1.704.708	\$ 1.704.708	\$ 1.704.708	\$ 1.704.708	\$ 1.704.708	\$ 1.704.708	\$ 1.704.708	\$ 1.704.708	\$ 1.704.708

6.11.9 Préstamo.

Para llevar a cabo el siguiente proyecto y lograr afrontar los costos anteriormente detallados, será necesario acudir a un préstamo bancario de \$700.000 que se extenderá a un plazo de 3 años.

Plan de pago	
Datos iniciales	
Deuda	700.000
Plazo (años)	3

Tasa efectiva	30%
Frecuencia de pago	Mensual
Variables	
Monto	700.000
N° de pagos/año	12
N° de periodos (cuotas)	36
Tasa periodica	2%
Valor de cuota	\$ 28.399,69

6.11.10 Ingresos.

A modo de simplificar los diferentes artículos expuestos a la venta; a continuación se agruparán los productos en base al tipo de artículo y valor de fabricación del mismo según se estime el costo como alto, medio o bajo.

ARTICULO	TIPO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA	INGRESOS MENSUALES	INGRESOS ANUALES
Camperas	Barato	50	1000	\$ 25.000	\$ 300.000
	Medio	50	2300	\$ 57.500	\$ 690.000
	Caro	50	3000	\$ 75.000	\$ 900.000
Buzos	Barato	50	900	\$ 22.500	\$ 270.000
	Medio	50	1800	\$ 45.000	\$ 540.000
Remeras	Barato	50	400	\$ 10.000	\$ 120.000
	Medio	50	500	\$ 12.500	\$ 150.000
	Caro	50	680	\$ 17.000	\$ 204.000
Calzado	Medio	50	2500	\$ 62.500	\$ 750.000
	Caro	40	3000	\$ 60.000	\$ 720.000
Pantalones	Medios	40	700	\$ 14.000	\$ 168.000
	Caros	45	1300	\$ 29.250	\$ 351.000
Calzas	Barato	40	600	\$ 12.000	\$ 144.000
	Medio	40	800	\$ 16.000	\$ 192.000
Gorros	Barato	20	250	\$ 2.500	\$ 30.000
	Medio	20	350	\$ 3.500	\$ 42.000
Cuellos	Barato	15	80	\$ 600	\$ 7.200

	Medio	15	140	\$ 1.050	\$ 12.600
	Caro	15	200	\$ 1.500	\$ 18.000
Guantes	Barato	20	140	\$ 1.400	\$ 16.800
	Medio	40	200	\$ 4.000	\$ 48.000
TOTAL		800		\$ 472.800	\$ 5.673.600

6.11.11 Capital de trabajo.

A continuación se detallará el Capital de trabajo o Fondo de mano de obra. El mismo, es el “activo circulante”, es decir el capital necesario para iniciar con el proyecto.

Es una medida de la capacidad que tiene CARDINAL para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo.

Capital de trabajo x 2 meses	[\$]
Personal	\$ 82.500,00
Costos de fabricación	\$ 141.225,00
Packaging	\$ 140.000,00
Publicidad	\$ 100.000,00
Cuota primeros 2 meses	\$ 56.799,39
Gastos generales	\$ 65.600,00
TOTAL	\$ 586.124,39

6.11.12 Total de Inversión Inicial.

Para poner en marcha el proyecto, es necesaria una inversión inicial de \$1.176.913,89.

Inversión Inicial	[\$]
Alquileres	\$ 117.469,50
Remodelación	\$ 473.320,00
Capital de trabajo	\$ 586.124,39

TOTAL	\$ 1.176.913,89
--------------	------------------------

6.11.13 Flujo de Caja.

A continuación se detallará el Flujo de Caja para un proyecto estimado a 10 años.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos		\$ 5.673.600	\$ 5.673.600	\$ 5.673.600	\$ 5.673.600	\$ 5.673.600	\$ 5.673.600	\$ 5.673.600	\$ 5.673.600	\$ 5.673.600	\$ 5.673.600
Costos directos e indirectos		\$ -3.733.758	\$ -3.733.758	\$ -3.733.758	\$ -3.733.758	\$ -3.733.758	\$ -3.733.758	\$ -3.733.758	\$ -3.733.758	\$ -3.733.758	\$ -3.733.758
Intereses prestamo		\$ -165.358	\$ -112.726	\$ -51.331							
Utilidad bruta		\$ 1.774.484	\$ 1.827.116	\$ 1.888.511	\$ 1.939.842	\$ 1.939.842	\$ 1.939.842	\$ 1.939.842	\$ 1.939.842	\$ 1.939.842	\$ 1.939.842
Impuesto a la ganancia 35%		\$ -621.069	\$ -639.491	\$ -660.979	\$ -678.945	\$ -678.945	\$ -678.945	\$ -678.945	\$ -678.945	\$ -678.945	\$ -678.945
Utilidad neta		\$ 1.153.415	\$ 1.187.625	\$ 1.227.532	\$ 1.260.897	\$ 1.260.897	\$ 1.260.897	\$ 1.260.897	\$ 1.260.897	\$ 1.260.897	\$ 1.260.897
Inversion inicial	\$ -1.176.914										
Prestamo											
Amortización deuda		\$ -175.439	\$ -228.070	\$ -296.491							
Flujo de caja	\$ -1.176.914	\$ 977.976	\$ 959.555	\$ 931.041	\$ 1.260.897	\$ 1.260.897	\$ 1.260.897	\$ 1.260.897	\$ 1.260.897	\$ 1.260.897	\$ 1.260.897

6.11.14 Conclusiones con respecto al Estudio Económico Financiero.

VAN	\$ 2.567.223
TD	40%
TIR	86%

A raíz de los anteriores cálculos, se pueden estimar algunas conclusiones con respecto al desarrollo del proyecto.

El Valor Actual Neto (VAN), (procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión) de CARDINAL es mayor a 0, por lo que se asume que el proyecto es rentable.

A su vez, se tiene en cuenta la Tasa de Descuento (TD), la cual representa el descuento al flujo de dinero esperado en el futuro. Actualmente el banco ofrece tasas del 28%, por lo cual en el proyecto se calcula un TD del 40% que justifica la inversión en el mismo debido al Riesgo País.

Por otro lado, la tasa interna de Retorno (TIR), que es la máxima tasa que se puede utilizar para el proyecto, es del 86%, lo cual hace que CARDINAL sea rentable.

Una vez obtenidos los anteriores cálculos, se puede utilizar una nueva estrategia de Marketing, que consiste en ofrecer los productos un 20% menor a la competencia, ya que los costos así lo permiten y de esta manera se puede generar un mayor acceso al público inicial.

BIBLIOGRFÍA

- BOURDIEU, P. ("La distinción, criterio y bases sociales del gusto", Madrid, Taurus – 1988).
- MARTÍNEZ, A.T (2007) (Pierre Bourdieu: "Razones y lecciones de una práctica sociológica" – Del estructuralismo genético a la sociología reflexiva, Buenos Aires, Manantial).
- ALONSO, L.E, MARTÍN CRIADO R. Y MORENO PESTAA J.L (Pierre Bourdieu: "Las herramientas del sociólogo", España, Fundamentos. (2004)
- JOAQUÍM SEMPÈRE (L'explosió de les necessitats, Barcelona, 1992)
- JORGE RIECHMANN (De Sociología y Medioambiente, Síntesis, Madrid 2000).
- JOAQUÍM SEMPÈRE ("Mejor con menos" – Editorial Icaria, 2003).
- ALAIN BOTTON (2008) – "El arte de viajar", Editorial Santillán.
- ALAIN BOTTON (2009) – "La arquitectura de la felicidad" – Editorial Lumen.
- ALONSO MONTREAL, C. (2000) "¿Qué es la creatividad?", Biblioteca Nueva – Madrid.
- ROBERTO RIVERA (2010) "La filosofía en relación a la creatividad artística", Chile.
- FLAUBERT (1838) "Memorias de un loco" – Francia.
- WORDSWORTH (1849) "Espíritus Afines" – Reino Unido.
- JAVIER ECHEGOYEN (1997) "Historia de la filosofía" – Volumen III – Filosofía Contemporánea – Editorial Edinumen.
- ENRIQUE LÓPEZ CASTELLÓN (1987) "Las flores del mal", Madrid.
- "THE MOUNTAINEERS BOOK" (1998) – "La libertad de las Cimas" – 1º Edición – Ediciones Desnivel.
- JOSAM LÓPEZ DE PARIZA BERROA (2006) – "Manual de Litografía Artística" – Oviedo.
- F. NIETZSCHE ("Así habló Zaratustra" 1883)
- Eliot, la poésie desdepartí, la poésie des salles d'attente, P.54
- HELEN KELLER ("La historia de mi vida" P.405 – 1903)
- JOSAM LÓPEZ DE PARIZA BERROA, OVIEDO ("Manual de Litografía Artística" – 2006)
- BRUNO MUNARI ("¿Cómo nacen los objetos?" – 1983)
- DIAZ Y OJEDA ("El libro rojo de los Mamíferos de Argentina" – Capítulos II, III y IV – Marsupiales y material de "Los mamíferos de Argentina en Construcción".)

LEYES Y ARTÍCULOS CONSULTADOS:

Ley N° 8802, sancionada el 23/9/99 – Promulgada el 15/10/99. De la creación Artículo 1. , –En el marco de lo dispuesto en el art. 4° de la ley 5457, crease el Registro Provincial de Prestadores del Turismo Alternativo, dependiente de la Secretaria de Turismo de la Provincia de Córdoba o del organismo que en el futuro reemplace. De las modalidades Artículo 2

PÁGINAS WEB Y LINKS CONSULTADOS

IUCN; BirdLife: www.loroweb.com

IUCN; Arkive; Grupo de Conservación Flamencos Altoandinos (GCFA)

IUCN (Cats Red List Workshop 2007)

IUCN; Tapir Specialist Group

www.montagneoutdoors.com.ar

www.columbiasportswear.com

www.suizaoutdoors.com.ar