



# **Trabajo final de grado: Proyecto de diseño adaptado al usuario.**

Lencería para mujeres con sobrepeso.

Licenciatura en Diseño de Indumentaria y Textil

Alumna: María Octavia Carrizo – Legajo: IND01277

Profesora: Ana Cubeiro

Córdoba, Junio de 2020

## Indice general

<b>RESUMEN .....</b>	<b>3</b>
<b>CAPITULO 1 .....</b>	<b>4</b>
Definición estratégica del problema.....	4
1. Alcance y objetivos .....	7
1.1 Hipótesis .....	7
1.2 Justificación .....	7
<b>CAPITULO 2 .....</b>	<b>11</b>
Marco teórico.....	11
2. Introducción.....	11
2.1 Sobrepeso y obesidad .....	12
2.1.1 Mujeres con sobrepeso en Argentina.....	13
2.1.2 Ley de talles en Córdoba .....	15
2.2 Necesidades .....	17
2.2.1 Necesidades específicas de una mujer con sobrepeso. ....	18
2.2.2 Comportamiento de consumo .....	21
2.3 Lencería .....	22
2.3.1 Tipologías .....	23
2.3.2 Materiales, avíos y moldería para la producción de lencería. ....	24
<b>CAPITULO 3 .....</b>	<b>27</b>
3. Metodología de la investigación .....	27
<b>CAPITULO 4 .....</b>	<b>33</b>
4.1 Análisis de resultados .....	33
<b>Análisis a entrevista de vendedor.....</b>	<b>36</b>
<b>Análisis de entrevistas a diseñadora 1 y 2.....</b>	<b>37</b>
4.2 Concepto de diseño .....	38
4.3 Programa de diseño .....	39
4.4 Cronograma de trabajo .....	41
<b>Capítulo 5.....</b>	<b>41</b>
5.1 Alternativas de diseño .....	41
Propuestas de diseño .....	44
<b>5.2 Propuesta final de diseño .....</b>	<b>51</b>
Definición técnica .....	51

Cuadro de constantes y variables .....	71
Carta de tejidos y materiales .....	72
Prototipo .....	76
Etiquetaría y packaging .....	84
5.3 Análisis de costos .....	87
5.4 Conclusiones .....	94
<b>Referencias bibliográficas .....</b>	<b>96</b>
<b>Referencias de figuras .....</b>	<b>98</b>
<b>Referencias de tablas: .....</b>	<b>102</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>102</b>

## RESUMEN

Con este proyecto se propuso desarrollar una marca local de lencería adaptada al usuario, (mujeres con sobrepeso u obesidad). En ella, las prendas satisfacen las necesidades principales de las usuarias a través de materiales, avíos y moldería.

Debido a la falta de variedad existente en este mercado, se creó una colección inspirada en el concepto "Belleza curvilínea", que incorporó la sensualidad y el confort en sus productos, a través de sus diseños.

Se logró satisfacer la necesidad de diseño, variedad y funcionalidad específica que tienen estas mujeres, ya que las usuarias a través de una encuesta realizada, brindaron datos sumamente valiosos para alcanzar dicho objetivo. Algunos datos relevantes se refirieron a sus preferencias, gustos y deseos en cuanto a prendas de lencería.

También se realizaron entrevistas a profesionales, en las cuales surgieron datos importantes como el de las falencias que existen en la moldería. Estos ayudaron a mejorar y crear una tabla de talles propia, que trabaje con medidas antropométricas de estas mujeres en particular.

**Palabras clave:** *Diseño Universal, Sobrepeso, Obesidad, Lencería, Funcionalidad.*

## ABSTRACT

With this project, it was proposed to develop a local brand of lingerie adapted to the user, (women with overweight or obesity). In it, the garments satisfy the main needs of the users through materials, accessories and moldings. Due to the lack of variety existing in this market, a collection was created inspired by the concept "Curvilinear Beauty", which incorporates sensuality and comfort in its products, through its designs. If they manage to satisfy the need for design, variety and specific functionality that these women have, since the users through a survey carried out, they provide extremely valuable data to achieve this objective. Some relevant data related to their preferences, tastes and wishes regarding lingerie. Professionals, in any surgical surgery, can also be interviewed with important data such as the shortcomings that exist in the mold. These help to improve and create a table of their own sizes, which works with anthropometric measurements of these women in particular.

**Key words:** *Universal Desing, Overweight, Obesity, Lingerie, Functionality.*

## CAPITULO 1

### Definición estratégica del problema

Actualmente en la ciudad de Córdoba – Argentina existen empresas que satisfacen parcialmente necesidades tanto físicas como estéticas que tienen mujeres con sobrepeso, o que simplemente deben utilizar lencería de talles grandes debido a su contextura. Según la OMS “La **obesidad** y el **sobrepeso** se definen como una acumulación anormal o excesiva de grasa que puede ser perjudicial para la salud.”(OMS, 2020, parr.1)

Algunas marcas existentes, hacen énfasis en una necesidad más que en otras, lo que genera que se dejen de lado a mujeres que quieren verse sensuales y lindas sin tener que renunciar a la comodidad del día a día, o tener que usar algo demasiado erótico.

Frustración, enojo, sufrimiento, tristeza e impotencia son algunos de los sentimientos que surgen en quienes se ven obligados a "peregrinar" de local en local en busca de una prenda deseada; recorrido que, muchas veces, acaba con las manos vacías o con la compra de un producto que no era el que se quería, pero que sí el que les "entraba". (ONG AnyBody, 2017, parr.10)

Como se menciona en el artículo de la ONG AnyBody, estas mujeres se sienten discriminadas debido a que no encuentran productos que se ajusten a sus gustos o necesidades, existen leyes que las amparan y protegen, pero no un control estricto que regule correctamente los talles en Córdoba.

Además el hecho de que no sólo se dejan de lado a estas mujeres con marcas de fácil acceso para el público común, sino también hay discriminación por grandes marcas a mujeres reconocidas a nivel mundial como Beyoncé, Ashley Graham, Kim Kardashian, entre otras.

Desde AnyBody, explican que no hay que mezclar la problemática de la falta de talles con la salud. "Muchas veces se lo reduce a un problema de los gordos, y

no es así: la realidad es que los talles son cada vez más reducidos y elitistas...

(Fernández, 2017, parr.13)

El propósito principal de este proyecto, es lograr encontrar un equilibrio entre prendas de lencería erótica y prendas de uso cotidiano, así generar productos que hagan sentir a las mujeres bellas y femeninas, sin renunciar a la comodidad o funcionalidad, satisfaciendo sus necesidades específicas. Ahora bien primero debiéramos intentar definir qué se entiende por necesidad.

Parece que uno de los criterios básicos y generales para definir las necesidades es considerar que éstas consisten en una «falta de» o en una «carencia». Sin embargo, resulta posible tratar de definir las necesidades con independencia de que aquí y ahora se carezca de ellas o no. No obstante, aun cuando la necesidad no esté conceptualmente relacionada con una carencia es cierto que a menudo la implica. Es decir, que una forma primaria de entender la necesidad sería independiente de la carencia y una forma secundaria se daría allí donde se describe una necesidad como carencia de aquello que se necesita. Thomson señala, que las necesidades pueden ser aquellas situaciones o cosas que necesitamos tanto si carecemos de ellas como si no, pero pueden ser aquellas cosas de las que carecemos y necesitamos. Desde luego, una de las ideas básicas que se ponen de relieve en la noción de necesidad es la de privación de aquello que puede ser básico e imprescindible. (De Luca y Añon, 1990, pág.2)

A lo largo de la historia de la moda, la figura femenina considerada ideal, fue variando en tamaño, formas y atributos. Dentro de esta evolución, también fue mutando la lencería, de ser una pieza principal como lo era el corsé que aplanaba, estrechaba e incluso elevaba, pasamos a lo que actualmente se utiliza que son dos piezas conocidas como corpiño y bombacha.

A partir del amplio abanico de productos que surgieron a lo largo de la historia, se pueden distinguir distintos tipos de lencería, que se encuentran en relación al contexto social, y las tecnologías aplicadas, las cuales marcaron nuevos usos y formas que distinguen a un producto específico como tal. (Gulayin y Ungaro, 2019, p. 5)

El corpiño es la pieza que debe brindar mayor soporte, ser flexible y cómodo, para que su uso no se vuelva una odisea para la usuaria. El avance en la investigación de textiles de los últimos años, ha generado una gran evolución para lograr que las fibras sean más transpirables, hipo alergénicas, extra suaves, más resistentes, entre otras cosas.

No hay que dejar de lado a la bombacha, que constituye la prenda inferior en el conjunto de lencería, ya que esta tiene un contacto mucho más directo con el cuerpo, y necesita tener cualidades técnicas específicas, para no incomodar o generar lesiones.

En pocas palabras tanto la bombacha como el corpiño son piezas que a lo largo del tiempo desde su surgimiento, han ido mutando para volverse cada vez de mejor calidad, complejidad y a veces hasta protagonistas en el vestir; a su vez estas dos prendas pertenecen a una “segunda piel”, por su estrecha relación con el cuerpo.

Con toda esta información, se pueden formular algunas preguntas que desglosen el problema para lograr una resolución de calidad.

- ¿Qué necesidades específicas tienen mujeres de 20 a 40 años, con sobrepeso en Córdoba?
- ¿Qué se considera sobrepeso u obesidad?
- ¿Qué materiales, avíos y moldería son los mejores para producir las prendas?
- ¿Existen marcas a nivel local que satisfagan este tipo de consumidor?
- ¿Cómo se puede desarrollar una marca que ofrezca productos de calidad y con valor agregado para estas mujeres?

## 1. Alcance y objetivos

Una vez planteadas estas preguntas, podemos plantear el siguiente **objetivo principal** para comenzar a responderlas:

-Desarrollar una marca local de lencería para mujeres de 20 a 40 años, con sobrepeso o de contextura grande, que satisfaga sus necesidades tanto estéticas como de confort.

Del objetivo anterior, podemos derivar en **sub-objetivos** que serían los siguientes:

- Definir sobrepeso, sus causas y efectos en mujeres que lo padecen.
- Describir las necesidades específicas principales que tienen las mujeres con sobrepeso u obesidad, con el fin de adaptar mejor los diseños a ellas.
- Identificar los textiles, avíos y tipologías más apropiados para satisfacer las necesidades detectadas.
- Analizar el mercado de lencería en Córdoba, para definir con detalle el público objetivo de la marca.

### 1.1 Hipótesis

El desarrollo de una marca de lencería que incluya no solo talles más grandes para mujeres con sobrepeso, sino que proponga diseños y tipologías acordes a ellas a través de la moldería, lograría una inclusión en el mercado y atendería a usuarias que no encuentran satisfactoriamente prendas para ellas.

### 1.2 Justificación

En el país encontramos que “El 61,6% de los argentinos tiene exceso de peso, en una proporción de 36,2% de personas con sobrepeso y 25,4% con obesidad, según datos resultantes de la 4° Encuesta Nacional de Factores de Riesgo 2018.” (Secretaría de Gobierno y Salud e INDEC, 2018, parr. 1)

Debido a esto, podríamos decir que existe un gran mercado viable de mujeres que necesitan prendas que se adapten a sus necesidades específicas.



Los beneficios que se pueden encontrar al generar una marca que incorpore talles más grandes, van desde el aumento de la autoestima hasta un cambio en el consumo y en la forma de ver los talles grandes.

Una encuesta realizada por la ONG AnyBody nos muestra que “Los talles femeninos más difíciles de encontrar, que concentran el 53,65% de la totalidad de las respuestas, son: 48 (14,61%); 46 (14,37%); 44 (13,82%) y 50 (10,85%).” (Haywood, 2019, parr. 9)

Esto se traslada al sector de la lencería, que presenta una gran dificultad para potenciales clientas que no ven satisfechas sus necesidades o gustos por las ofertas que están disponibles, puesto que los talles grandes son más difíciles a la hora de conseguir.

En Córdoba según el último CENSO, hay un total de 1.087.541 mujeres de entre 15 y 64 años, este dato incluye mujeres con peso aceptable, y con sobrepeso u obesidad. (INDEC, 2010, archivo: Población total por sexo y grupo de edad, según provincia)

Actualmente existen marcas en el mercado local, que satisfacen medianamente las necesidades y deseos que tiene este grupo de mujeres, ya que ellas desean poder acceder fácilmente a prendas lindas y a que se adapten a sus medidas especiales sin sentirse discriminadas.

Hablamos de una satisfacción a medias, debido a que las marcas como Euforia o Rouxurie, no adaptan al 100% la moldería, sino que solo agrandan los moldes y diseños existentes para que las mujeres “entren” dentro de la variedad de talles, además no incorporan modelos que pudieran ser utilizados en el día a día, o por mujeres de más de 25 años aproximadamente, ya que son excesivamente sensuales y eróticos en algunos casos.

Rouxurie es una marca local de lencería, que se dedica a fabricar y vender productos de calidad, diseño y variedad de talles, es decir puede usarlo una mujer con o sin

sobrepeso, pero su limitación está en el estilo. Trabajan un estilo muy sensual, no apto quizás para todos los días, ni para todas las mujeres.

Euforia es otra marca local de lencería, que intenta cambiar estereotipos de belleza, ofreciendo cursos, sesiones de fotos en los cuales fomentan el amor propio y más además de los conjuntos. El mensaje se transmite correctamente, y su tabla de talles es mucho más amplia, pero su estilo es también demasiado sensual, lo que limita su llegada a otras mujeres que no necesariamente quieren ese tipo de conjuntos, pero necesitan una marca que tenga sus talles.

El diseñador textil sabe adaptarse a una demanda específica, en función del cliente, el tipo de producto, el mercado y de las tendencias del momento.

Finalmente, a lo largo de su experiencia, el diseñador textil acumula conocimientos sobre los distintos mercados existentes. (Noel M.C. y Cailloux M., 2015, p.12)

Con lo dicho anteriormente apuntamos a demostrar que el diseñador como buen conocedor tanto de su entorno como de su cliente objetivo, debiera poder lograr un diseño que se adapte lo mejor posible a las necesidades que pudiera tener este.

Entonces con esta información recabada, se refuerza la hipótesis y da un fundamento para intentar una acción superadora que implique la creación de una marca de lencería, que adapte la moldería al cuerpo de las mujeres con sobrepeso, no solo escalando los moldes, sino aplicando cambios en su forma, que trabaje diseños tanto sensuales como cotidianos, y sobre todo abarque un rango etario un poco más amplio. Todo esto podría lograrse en el mercado local, y a nivel nacional, ya que esto no es una problemática solo de la ciudad de Córdoba, sino también a nivel país.

En el tiempo, muchas personas han realizado trabajos e investigaciones, para mejorar o eliminar esta problemática, pero a pesar de estos intentos no ha sido posible darle una solución efectiva o satisfactoria.

Esto se debe al gran cambio social que debe realizarse. Los estereotipos de la mujer están muy arraigados, aun cuando hubo evolución en el tiempo, no hemos llegado a incorporar talles grandes como algo “común” y aceptar que estos cuerpos existen y deben poder vestirse de forma adecuada, sin renunciar a lo estético.

Más allá de la moda y la tentación por satisfacer expectativas varoniles relacionadas con la lencería femenina, las mujeres de nuestra época, deben buscar comodidad y ajuste perfecto. La ropa interior en la talla apropiada hará lucir mucho mejor en ella y también en su ropa de calle. (Lisette, et al, p.103)

Las autoras antes citadas, nos muestran como no es solo importante la forma en que nos veamos para los otros, sino también como nos veamos nosotros mismos. Además ellas buscan a través de su propuesta de marca, enseñar que se debe usar el talle correcto de ropa interior, ya que de lo contrario, pueden aparecer formas “extrañas” en nuestros cuerpos que no se ven bien, y generan una incomodidad y malestar en la usuaria de estas prendas.

A lo largo de su trabajo estas autoras han intentado descifrar las necesidades, preferencias y falencias que existen en el mercado de Ecuador, sus premisas, objetivos y resultados de investigación pueden ser muy útiles para guiarnos a través de este proyecto, que busca integrar a las tallas grandes en un mercado pequeño en cuanto a variedad en estos talles, como el de Córdoba Argentina.

Para la realización de este Proyecto de Diseño, se tuvieron en cuenta como antecedentes, guía y ejemplo, los siguientes trabajos académicos e investigaciones:

- Lisette C, Cedeño R., Lida A., Maldonado P., Stefanie J., Semiglia Solórzano, (2011). Proyecto para la creación de una empresa destinada al diseño, fabricación y comercialización de línea de ropa interior para mujeres con sobrepeso en la ciudad de Guayaquil. Proyecto de tesis de grado. Escuela superior politécnica del litoral facultad de economía y negocios
  - ONG Any Body Argentina, (2020). Ley de talles. Investigación y campaña.
  - Montoya Huayta, L. A., Olaya Pérez, L. O., Ortega Villanueva, M. E., & Velasquez Vera, R. E. (2017). Comercialización de lencería personalizada para damas. Trabajo de Investigación de Grado. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
  - Giraldo Beltran J., (2018). Fenómeno plus size y moda. El concepto de talla grande y sus implicaciones para el diseño de vestuario en Medellín. Trabajo de Grado. Universidad Pontificada Boliviana.
- 

## **CAPITULO 2**

### **Marco teórico**

#### **2. Introducción**

En el siguiente proyecto se tratará la problemática que tienen mujeres con sobrepeso a la hora de encontrar prendas de lencería en talles apropiados para ellas en Córdoba. El objetivo es despejar dudas en cuanto lo que es considerado sobrepeso y como afecta esta enfermedad a las personas que la padecen, definir tejidos, avíos y moldería óptimos para su confección, y por último detectar que necesidades pueden tener estas mujeres a la hora de comprar y encontrar productos que les sean tanto de su agrado como funcionales, a través de su comportamiento de consumo.

## 2.1 Sobrepeso y obesidad

“El sobrepeso y la obesidad se definen como una acumulación anormal o excesiva de grasa que puede ser perjudicial para la salud” (OMS, 2020, parr.2).

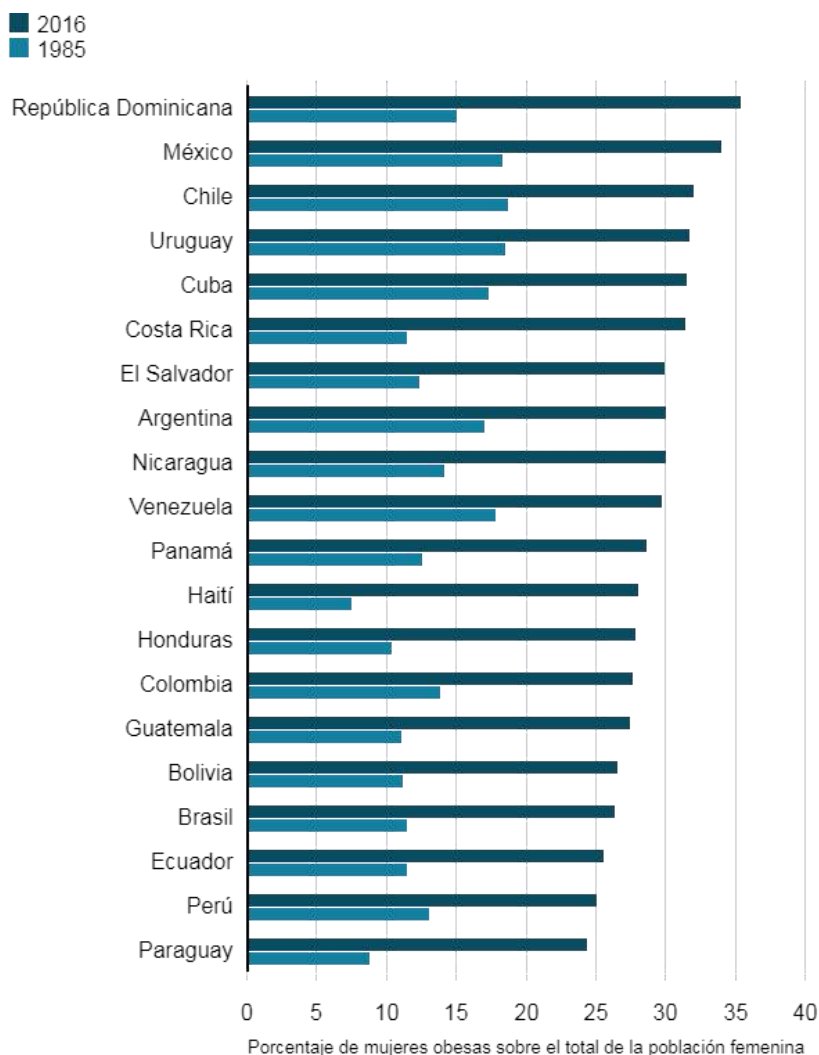
Esta enfermedad cuyo porcentaje de afectados está en aumento en los últimos años, “Entre 1975 y 2016, la prevalencia mundial de la obesidad se ha casi triplicado” (OMS, 2020, parr.10), afecta tanto a mujeres y hombres adultos, como a los niños. Su gran desventaja a pesar de ser una enfermedad que pareciera fácil de superar y tratar, es que genera un impacto y desgaste muy elevado en nuestro cuerpo y organismo.

Muchas personas que decidieron empezar dietas y hacer ejercicio para combatir esta enfermedad, lograron bajar de peso, pero les han quedado secuelas como pueden ser hipertensión, diabetes, problemas en articulaciones, disminución en la capacidad pulmonar, entre otros.

En el siguiente gráfico podemos observar que la obesidad en mujeres en diferentes países de Latinoamérica, según un ranking presentado por la BBC (2019), Argentina ocupa el décimo tercer lugar de países con mayor aumento de la obesidad entre 1985 y 2016.

Hoy la tasa de obesidad es más alta en las zonas rurales que en las urbanas y esto se debe en primer lugar a la irrupción de los alimentos procesados, listos para consumir, que son altamente sabrosos y aportan gran cantidad de calorías", explica por su parte Catterina Ferreccio, profesora titular de la Pontificia Universidad Católica de Chile. (BBC, 2020, parr.29)

Figura 1- *Los países están ordenados de mayor a menor tasa de obesidad en la actualidad*



Fuente: BBC News Mundo, (2019). Los países de América Latina donde más ha crecido la obesidad.

A simple vista pareciera ser algo llevadero y hasta fácil de tratar, pues se presupone que con el solo hecho de realizar dichas actividades uno debiera bajar de peso y ponerse en forma, pero es muy difícil para la persona que lo padece, alcanzar las metas médicas mientras soporta discriminación, verbal y física.

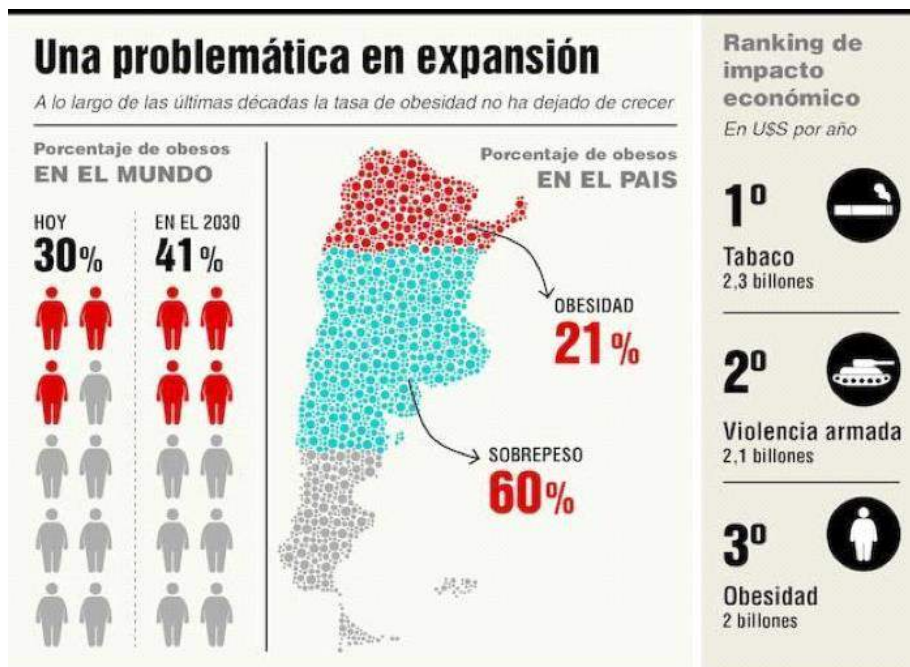
### **2.1.1 Mujeres con sobrepeso en Argentina.**

Más del 50% de la población en Argentina tiene exceso de peso. Esto aumenta el riesgo de tener más de 200 problemas de salud, como por ejemplo: diabetes, hipertensión arterial (presión alta), enfermedades respiratorias crónicas, enfermedad

de los riñones, del hígado y algunos tipos de cáncer. (Ministerio de Salud Argentino, 2020, parr.1)

Como nos muestran estos datos citados, en Argentina existe un número extremadamente alto de personas con sobrepeso, considerando que se dice que las mujeres son más propensas a sufrir esta enfermedad que los hombres (BBC, 2020, parr.26), sería lógico pensar que de este porcentaje de casos con sobrepeso u obesidad la gran mayoría sean mujeres.

Figura 2- Ranking de impacto económico.



Fuente: Fundación Oulton, 2016.

A lo largo de los últimos años la sociedad argentina se ha conducido para el lado de un consumo mayor de bebidas carbonatadas y de carbohidratos como lo son el arroz, pastas, panes, etc.; a eso debemos sumar que disminuyó notablemente la realización de actividad física. Estos cambios se deben a que la inflación ha aumentado, lo que genera una disminución en las opciones a la hora de poder llenar un carrito de compras, y también cambio en las formas de trabajar, ya que se adoptó la modalidad *HomeOffice*.

Todo este cambio de hábitos en las personas genera la posibilidad de desarrollar obesidad y sobrepeso, pero lo crítico de esta situación es que se puede derivar en enfermedades cardiacas, diabetes, hipertensión, entre otros.

Para prevenir que suceda esto, debemos realizar actividad física regularmente, y alimentarnos de manera saludable, ya que de esta forma no solo evitamos el sobrepeso, sino también problemas futuros que pueden ser mucho más graves.

### **2.1.2 Ley de talles en Córdoba**

AnyBody intenta desde el 2010, promover el cumplimiento de una ley de talles.

Actualmente, las Leyes de talles están implementadas por los gobiernos provinciales y municipales y por lo tanto, la ley cambia según la provincia o ciudad, haciéndolo difícil tanto para los consumidores como para las marcas de indumentaria en sí. (AnyBody, 2019, parr.2)

En la ciudad de Córdoba contamos con una ley de talles: LEY N° 10302, que algunas marcas y comercios intentan cumplir, pero les es muy complicado debido a que esta ley tiene vigencia solo en esta ciudad; y en las otras, donde quizás compran su mercadería, no la tienen, o es diferente a ésta.

Los principales artículos que contempla dicha ley son:

**Artículo 1º.-** La presente Ley tiene por objeto evitar situaciones de discriminación y promover la salud de la población, mediante la fabricación y venta de indumentaria -vestimenta y calzado- acorde a las medidas antropométricas según géneros y rangos etarios. . (Ley N°10302, 2015, parr.1)



**Artículo 4º.-** Los comercios que vendan indumentaria en el ámbito de la Provincia de Córdoba, en un todo de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 2º de esta Ley, deben tener en existencia todos los talles correspondientes a las medidas antropométricas -según géneros y rangos etarios- que determine la Autoridad de Aplicación. . (Ley N°10302, 2015, parr.4)

**Artículo 7º.-** La Autoridad de Aplicación elaborará tablas de medidas diferenciadas por géneros y rangos etarios en base a un estudio antropométrico de la población del territorio provincial, que actualizará periódicamente. A tal fin podrá convocar al Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM) y al Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) o a los que en el futuro los reemplacen. (Ley N°10302, 2015, parr.8)

Hay mucha gente que va a comprar ropa, pero no consigue la adecuada para su cuerpo. De ahí surge la necesidad de una ley nacional de talles, y por ese motivo se planteó la importancia de conocer el talle nacional de los argentinos. Asimismo, debido a que se trata del primer estudio antropométrico del país, los datos censales serán útiles además para otras disciplinas, como por ejemplo para definir la medida de los asientos de los trenes, de los subtes o de los automóviles.( INTI, 2017, parr. 3)

Este estudio realizado por el Instituto Nacional Técnico Industrial, se llevó a cabo en Corrientes, Santiago del Estero y Mendoza, y a partir de 400 medidas que se toman a través de cámaras, se genera una imagen del cuerpo de la persona, y así se pueden

obtener datos antropométricos muy útiles para diferentes propósitos en nuestro país, no solo para la industria textil.

Ya que el problema de talles y tamaño de las cosas no es solo en este ámbito, sino en el día a día como en asientos públicos, puertas, etc.

## 2.2 Necesidades

En palabras de los autores De Luca y Añon (1990), las necesidades son la falta o carencia de algo, ya sea material o no, y estas pueden o no estar relacionadas a una carencia, pero generalmente lo están.

Abraham Maslow planteó en 1943 una pirámide en la cual divide las necesidades en cinco tipos diferentes según su importancia, y a medida que una persona logra cumplir y satisfacer uno de los niveles, puede subir al siguiente, pero en algunos casos se puede volver al nivel anterior, ya que la necesidad satisfecha puede volver a surgir más tarde, un ejemplo de esto sería la alimentación.

*Figura 3-Piramide de Maslow*



Fuente: Elaboración propia a partir de la lectura de La pirámide de necesidades de Abraham Maslow (2010).

Como podemos ver en la Figura 3, estas necesidades están jerarquizadas, de abajo hacia arriba, los niveles se complejizan a medida que subimos.

Esta jerarquización nos ayuda a delimitar en qué tipo de necesidades se encuentra el proyecto, éstas son de afiliación, reconocimiento y autorrealización, pasamos a detallar cada una:

- Afiliación, ya que encontrar lencería en el talle correcto haría que estas mujeres satisfagan este nivel desde el punto de vista de la sensualidad, y de su intimidad.
- Reconocimiento, aquí hacemos referencia al autoestima, a la aceptación de los otros en la sociedad y grupo cercano, generar respeto y sentirse exitoso, todo esto derivado a que la persona logra sentirse a gusto y encajar.
- Autorrealización, encontrar en el mercado prendas acordes a sus cuerpos generaría una ruptura en la barrera que actualmente existe para estas mujeres a la hora de comprar indumentaria, precisamente ropa interior.

### **2.2.1 Necesidades específicas de una mujer con sobrepeso.**

La gran mayoría de mujeres que sufren de esta enfermedad tienen limitaciones a la hora de buscar ropa que les sienta correctamente. Cuando hablamos limitaciones hacemos referencia tanto a las interiores, como lo son el autoestima, la pertenencia a grupos de interés, entre otras; como también a las externas, como pueden ser culturales, del entorno, del nivel socioeconómico, etc.

Hablaremos primero de las que consideramos limitaciones internas. Muchos de estos límites se los adjudican consciente o inconscientemente ellas mismas, debido a elementos externos que les afectan.

Dentro de las limitaciones externas, no podemos dejar de lado que existen personas ajenas, que los refuerzan verbal o visualmente, ejemplos de esto serían: conocidos de la mujer que hagan comentarios inoportunos o fuera de lugar, revistas que muestran mujeres con cuerpos casi esqueléticos, locales de ropa que solo trabajan tallas pequeñas, poco control en el cumplimiento de una ley de tallas, entre otros.

Todos estos son factores que van minando tanto a la mujer que sufre esta enfermedad, como a la sociedad en sí, ya que en algunos casos casi sin darnos cuenta fomentamos estereotipos y parámetros de belleza que superan la realidad y se consideran inalcanzables.

En la industria publicitaria, existe un uso a veces poco motivador de estos estereotipos.

Loscertales (2003, Espin López et al., 2006), describe los prototipos sobre la imagen de las mujeres más frecuentes y efectivos en la publicidad. Algunos de estos son:

-La mamá juvenil, responsable y activa. Suele aparecer bella y feliz aunque esté embarazada o tenga uno o dos hijos, casi siempre guapos y poco latosos.

-La mujer objeto (objeto sexual). Es pasiva, se presta a la contemplación y el deseo masculino sin tener opinión.

-La mujer fatal. Anuncian perfumes o productos muy exclusivos y generalmente superfluos.

-La profesional de éxito (a la que se tiende a sumar alguno de los anteriores) pero que no abandona los estereotipos clásicos de la mujer de siempre.

Éstos son algunos ejemplos que podemos encontrar habitualmente en publicidades televisivas, revistas, cartelera urbana, etc. Todos nos muestran una mujer en cierto punto perfecta, pero ninguna muestra la verdadera realidad de las mujeres, y mucho menos nos muestran mujeres de talla grande como protagonistas.

Derivado de estos estereotipos y prototipos de mujer perfecta, suelen aparecer necesidades específicas que tienen las mujeres que sufren esta enfermedad, y de estas derivan ciertos deseos, que buscan satisfacerlas. Según Bodies Endangered (2013, s.p), algunos de estos problemas, necesidades y deseos pueden ser:

-Ocultar celulitis: el 46% de mujeres de 24 años o menos, se siente acomplejada por su celulitis.

- Ser talla más pequeña o entrar en el estándar: a más del 50% le gustaría ser un tamaño de vestido más pequeño.
- Inconformidad con su peso: 55% de las mujeres, se sienten inconformes con su peso.
- Sentimiento de fealdad: el 70% de estas mujeres se sienten horribles con su cuerpo, cuando se prueban ropa.
- Dificultad para encontrar su talla: Aproximadamente el 65% tiene esta dificultad a la hora de comprar.

Figura 4- Causas más frecuentes por las que están infelices con sus cuerpos las mujeres.



Fuente: Bodies Endangered Argentina, 2013.

La ONG AnyBody, está implementando encuestas cada año, que nos muestran cómo impacta en el consumo y en la personalidad de personas que no encajan en estos parámetros de belleza estandarizados comúnmente.

Intentando definir que es el autoestima, podríamos tomar las palabras de Valsamma (en Imagen corporal, funcionamiento sexual y autoestima en mujeres brasileñas con un Índice de Masa Muscular (IMC) elevado, 2015, p.39), “La autoestima requiere que nos asignemos un valor como personas, que va a depender de la forma de juzgarse o rechazarse a sí mismo y que puede dañar al individuo.

Este factor es muy importante tenerlo en cuenta a la hora de diseñar y de pensar en estas mujeres, debido a que gracias a estos estereotipos su autoestima ha ido bajando, y genera problemas a la hora de verse a ellas mismas como lo que realmente son, es decir ven una realidad “alterada”.

### **2.2.2 Comportamiento de consumo**

Comenzaremos definiendo “comportamiento de consumo” o “comportamiento del consumidor”. Según Schiffman y Kanuk (2007) “El estudio del comportamiento del consumidor puede conceptuarse desde una perspectiva amplia como el análisis del conjunto de actos que despliegan los individuos para buscar, comprar, usar, evaluar y disponer de productos, servicios e ideas que esperan satisfagan sus necesidades” (p.19).

Es decir que el comportamiento del consumidor es el conjunto de actividades que realizan las personas a la hora de tomar una decisión de compra, y este se ve afectado por diferentes factores, como pueden ser: socioeconómicos, culturales, contexto, etc.

Además cada persona tiene diferentes parámetros de compra que va adoptando a lo largo de su vida, los mismos se ven afectados por todos estos factores, debido a esto pueden ir mutando dependiendo del tipo de compra que se vaya a realizar.

Existen compras que injieren mayor compromiso por parte de la persona, como lo pueden ser un auto, una casa, un viaje, etc. Todos estos ejemplos llevan al individuo a

realizar una búsqueda detallada y muy fina, para lograr conseguir lo que mejor se adapte a sus gustos y necesidades.

Pero existe otro tipo de compras que no consideramos de tal magnitud, como lo pueden ser la comida, una visita al cine, indumentaria, etc. Aquí las personas asisten a un comercio, observan, se miden y quizás con tan poca información realizan la compra en ese mismo momento.

### **2.3 Lencería**

Las mujeres han usado ropa interior desde los comienzos de la civilización. A veces, abiertamente, otras, en secreto, de acuerdo con los dictados sociales y siempre a los fines de distinguir los cuerpos de acuerdo a su status social y con su status moral. (Lisette, et al., 2011, p.22)

Como podemos observar, a lo largo del tiempo la lencería fue parte de rituales íntimos, fue objeto de lujo, aunque continua siéndolo en algunos casos, y también desde el momento cero tuvo la función de cumplir no solo con la estética del producto, sino también con transformar, moldear, descubrir y esconder el cuerpo de la mujer.

Según la Real Academia Española (2019), ésta es considerada como “ropa interior femenina”. Si bien concretamente se definiría así, a lo largo del tiempo ha ganado gran infinidad de cualidades simbólicas como por ejemplo, libertad, en los años 70, varias mujeres se revelaron quemando sus sostenes en New Jersey, “la idea era deshacerse simbólicamente de lo que ellas consideraban como "objetos de opresión". (BBC, 2018, parr.3)

El brassier “es la prenda de vestir interior que usan las mujeres para ceñir o cubrir el pecho, apoyar, acomodarlo, levantarlo y formar el seno femenino.” (Lisette, et al., 2011, p.93)

La bombacha según estas autoras “Es la prenda interior femenina con dos perneras, que cubre el cuerpo desde la cintura hasta una altura variable de los muslos.” (Lisette, et al., 2011, p.93)

La lencería ha sufrido cambios radicales a lo largo de la historia, desde ser considerada sólo para cubrir y proteger las partes íntimas, a ser la estrella de un conjunto para salir a la calle. Una muestra de toda esta revolución que tuvo este tipo de indumentaria puede ser la marca Mc Cartney, que expresa “Si bien depende de la ocasión, y siempre un básico sirve para toda ocasión, tenés que saber que la ropa interior ya conquistó la calle y desde el año pasado los corpiños han dejado de utilizarse únicamente como ropa interior”. (Mc Carney, 2020, parr.1)

*Figura 5 – Conjunto de lencería Mc Cartney.*



*Fuente: Tienda Online Mc Cartney.*

### **2.3.1 Tipologías**

Dentro de lo que se conoce como ropa interior o lencería, podemos encontrar diferentes prendas. Estas prendas que componen dicho rubro, pueden ser, corpiños, bombachas, *bodys* y camisolines.



Dentro de cada una de estas categorías, podemos encontrar diferentes tipologías:

- Bombachas, tenemos vedetina, colaless, tanga, básica.
- Corpiño o *brassier*, con aro, sin aro, tasa *soft*, triángulo o *push up*.

Los diseños de los sostenes cuentan con características exclusivas, diseñados para mantener cómoda y segura a nuestras clientas: las tiras de los hombros las bandas debajo de los brazos y la sección de la espalda al estilo malla, brindan más soporte que un *brassier* ordinario, sin apretar. (Lisette, et al, 2011, p.93)

Con lo citado anteriormente, hacemos referencia a algunas características básicas que debieran cumplir los corpiños para cumplir con los requerimientos que tienen estas mujeres a la hora del soporte en el busto.

- *Bodys* son mono prendas al estilo de una malla, pero con un broche en la parte de la entrepierna, estos pueden ser mangas largas, sin mangas etc.
- Camisolines, son pequeños camisones que se suelen utilizar en la lencería más erótica.

### **2.3.2 Materiales, avíos y moldería para la producción de lencería.**

Cuando hablamos de producción, debemos entenderla en palabras de Córdoba (en Guilca Mena, Maritza Encarnación, 2012) “Se define como la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación de la tecnología, los materiales y las fuerzas de trabajo”. p. 23.

Una vez definido esto, podemos comenzar a intentar describir los materiales y avíos óptimos para producir lencería.

Los materiales utilizados, debieran ser algodón para la zona del refuerzo en la bombacha, debido a que se debe mantener fresco ese lugar y evitar textiles que generen problemas en la salud.

Este tipo de prendas necesitan textiles preferentemente de punto. Parafraseando a Gladys Quevedo (2005, en Lencería y corsetería), entre los hilos que se usan para formar los tejidos más usados en lencería se encuentra el elastano.

Los materiales más utilizados según esta autora son:

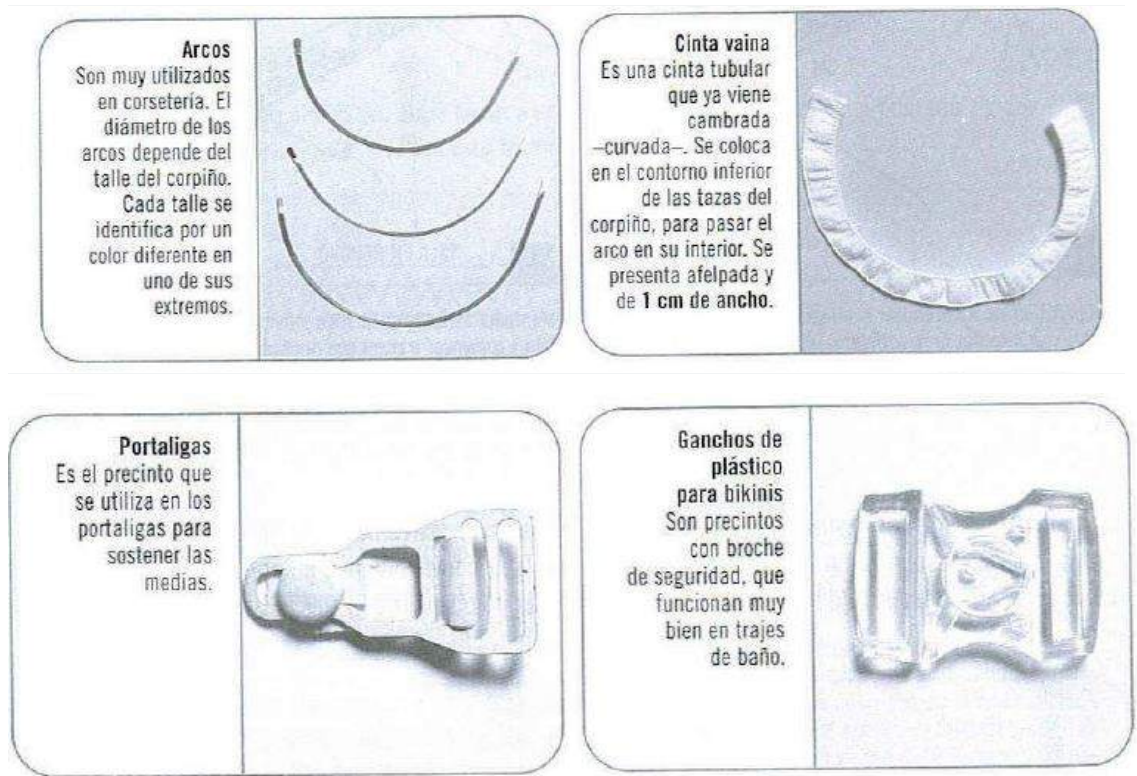
- *Jersey* de algodón con elastano
- Puntillas con elastano
- Tricot con elastano
- Encaje con elastano
- Guata bondeada
- Satén rasado con elastano
- Cristal con elastano
- *Powernet* con elastano

Para crear una moldería que cumpla con los requisitos, necesidades y preferencias de las futuras usuarias, se debe comenzar por tomar correctamente las medidas a sus cuerpos. Esto es muy sencillo, para la bombacha se necesitan la medida de cadera, alto de tiro y medida de la entrepierna. Para el corpiño se deben tener las de contorno de busto, largo de talle de espalda, radio de mama y ancho de espalda. (Gladys Quevedo, 2005, p.26)

Además de los textiles que debemos utilizar para confeccionar estas prendas, existen en el mercado gran variedad de avíos que pueden ser utilizados para esto, dentro de los más comunes encontramos los siguientes:

Figura 6 – Avíos básicos para confeccionar lencería.

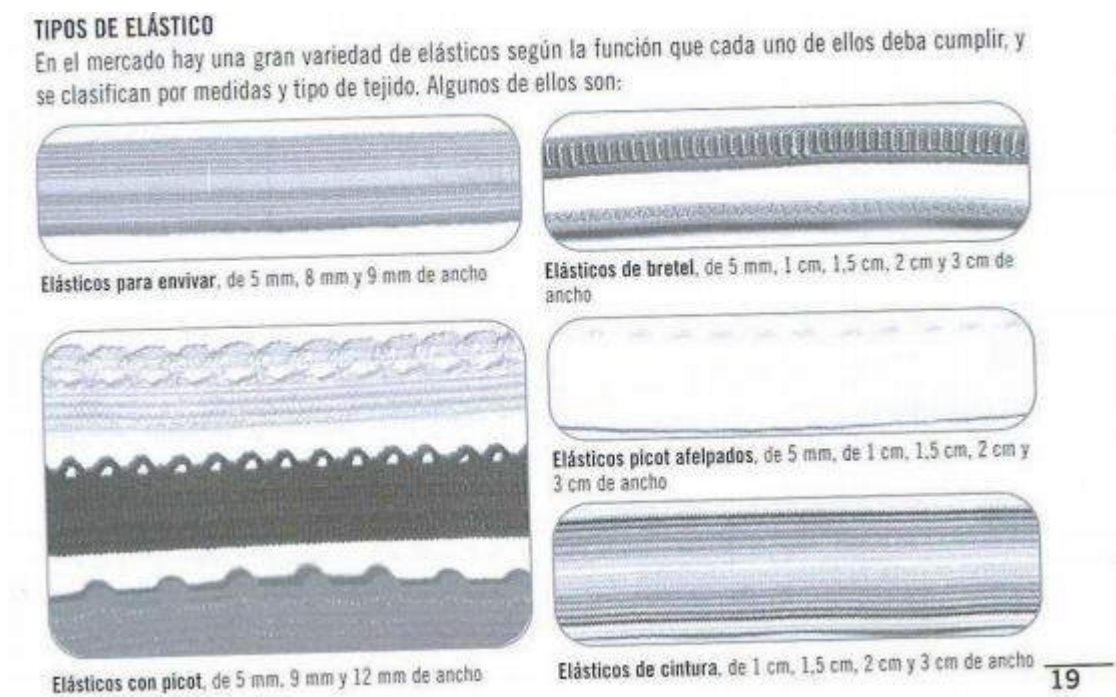




Fuente: Gladys Quevedo, 2005, p.24.

A vez además de todos estos avíos, encontramos en el mercado variedad de elásticos, que sirven para generar soporte, sostén y un acabado a las prendas.

Figura 7 - Tipos de elásticos



Fuente: Lencería y corsetería, 2005, p.19.

A lo largo de este capítulo, hemos dado un repaso por las partes que consideramos más importantes para el desarrollo de este proyecto de diseño. Hemos podido aclarar y definir los materiales y avíos óptimos para confeccionar lencería, datos que nos ayudarán en la siguiente fase que nos pone de cara al diseño de la colección.

Pudimos además, incorporar datos relevantes para generar entrevistas y encuestas coherentes y completas que nos brindaran información valiosa para desarrollar los parámetros y requerimientos que deberán cumplir tanto la marca en cuanto a sus comunicaciones, como las prendas que se comercializaran.

## **CAPITULO 3**

### **3. Metodología de la investigación**

En este proyecto que pertenece a un Trabajo Final de Grado se busca clarificar, recabar y decodificar datos e información relevantes para el desarrollo de una marca de lencería en el mercado local, que incluya talles grandes para mujeres con sobrepeso.

A lo largo del trabajo se trató una problemática que afecta a muchas mujeres en Córdoba que sufren esta enfermedad, debido a esto a través de diferentes técnicas de investigación, buscamos recabar información que nos ayude a satisfacer sus demandas.

La primera técnica que utilizaremos será la entrevista, con ella nos dedicaremos a esclarecer y definir necesidades de estas mujeres a través de los ojos de profesionales del diseño de lencería, como así también vendedores. El propósito es plantear una entrevista abierta, con preguntas en las cuales el entrevistado pueda expresar su punto de vista, que nos lleven a un resultado claro y certero sobre las necesidades, preferencias y falencias que existen en el mercado local de las tallas grandes.

La segunda técnica que aplicaremos será la encuesta, con el objetivo de mostrar de forma anónima, a través de un cuestionario en el cual las mujeres encuestadas puedan brindarnos información relevante para cumplir los objetivos del proyecto.

## ENTREVISTA

Tabla 1

*Ficha técnica entrevista.*

FICHA TÉCNICA ENTREVISTA					
ENFOQUE	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN	MUESTRA CRITERIO MUESTRAL	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS
Cualitativo	Exploratoria	Profesionales del Diseño de Indumentaria/Lencería y vendedores de locales de ropa talla grande, en Córdoba	No probabilístico, por propósitos. 2 profesionales 1 vendedor	Entrevista	Guía de preguntas

Fuente: Elaboración propia

### Guía de preguntas para vendedores

El propósito principal de esta entrevista es descifrar a través de 1 vendedor de local especializado en talles grandes, las necesidades y preferencias a la hora de comprar indumentaria, que pueden tener mujeres que sufren sobrepeso u obesidad.

- ¿Qué clase de prendas comercializa?
- ¿Qué rango de talles utiliza para abastecer su negocio?
- ¿Cree que en Córdoba existe variedad de prendas en talles grandes?
- ¿Qué criterios busca cumplir a la hora de abastecer su negocio?
- ¿Le cuesta encontrar prendas que los cumplan del todo?
- ¿Cree usted que las marcas cumplen con la ley de talles en Córdoba?

- ¿Logra encontrar modelos de prendas que estén a la moda, sean modernos y estéticos?
- ¿Cuáles cree que son las falencias principales en el mercado de indumentaria local, con respecto a los talles grandes?
- ¿Qué características cree que deben tener las prendas, de una marca de indumentaria para tallas grandes?
- Si tuviera que describir a su clienta habitual, ¿Como lo haría?

### **Guía de preguntas para profesionales del Diseño**

A través de esta entrevista realizada a 2 profesionales del diseño de indumentaria, queremos encontrar y definir los materiales, moldería y avíos óptimos para producir lencería de calidad y diseño en tallas grandes. Además encontrar las fallas que pudieran tener prendas que ya se están desarrollando y comercializando en el mercado local actual, para poder evitarlos.

- ¿Cuáles cree que son los errores más comunes que tienen las prendas de lencería en talles grandes?
- ¿La moldería se debe adaptar a las tallas grandes? ¿O cree que solo hay que incluir una progresión más amplia?
- ¿Considera que se cumple con la Ley de talles en Córdoba?
- ¿Cuáles cree que son los materiales óptimos para desarrollar una colección de lencería para mujeres con sobrepeso u obesidad?
- ¿Qué características debería tener un corpiño para que sea funcional y cómodo para estas mujeres?
- ¿Y las características de una bombacha, cuáles serían para usted?

## ENCUESTA

Tabla 2

*Ficha técnica encuesta*

FICHA TÉCNICA ENCUESTA					
ENFOQUE	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN	MUESTRA CRITERIO MUESTRAL	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS
Cuantitativo	Descriptiva	Mujeres con sobrepeso u obesidad en Córdoba, de entre 20 y 40 años.	No probabilístico por propósitos. 73 mujeres	Encuesta	Cuestionario de Google Forms

Fuente: Elaboración propia

### Cuestionario

El objetivo principal de la siguiente encuesta, es que las futuras usuarias y consumidoras de la marca en desarrollo, puedan brindarnos sus preferencias, gustos, necesidades y demandas a través de preguntas simples cerradas con múltiple opción, al último se ofrece responder una pregunta abierta que nos brindara con mayor precisión estos datos específicos. La muestra que se busca realizar es de unas 73 mujeres, de entre 20 y 40 años aproximadamente que vivan en Córdoba.

**-¿Qué talle de corpiño usas?**

Opciones:

- 100
- 105
- 110
- Más de 110

- Menos de 100
- **¿Qué talle de bombacha usas?**  
Opciones:
  - Entre 1 y 2
  - Entre 2 y 3
  - Entre 3 y 4
  - Más de 4
  - No sé
- **¿Te cuesta conseguir prendas que te gusten en tu talle?**  
Opciones:
  - Siempre
  - Frecuentemente
  - A veces
  - Rara vez
  - Nunca
- **¿Qué buscas a la hora de comprar ropa interior? Marca todas las que creas necesarias.**  
Opciones:
  - Sensualidad/Diseño
  - Confort/Comodidad
  - Buena calidad/Variedad
  - Nada en particular
  - Otro (completar)
- **Según tu preferencia, ¿Con cuál de estas bombachas te sentís más identificada del 1 al 4?**  
Opciones:
  - 1-Colaless/Tanga
  - 4-Vedetina/Bombacha clásica
- **Según tu preferencia, ¿Qué materiales preferís? Marca todas las que creas necesarias**  
Opciones:



- Encaje
- Algodón
- Lycra/Poliéster
- **Según tu preferencia ordena del 1al 4 las siguientes características: Comodidad, Sensualidad, Soporte, Estilo, Nada en particular, Otro (¿cuál?)**

Opciones:

- Soporte
- Comodidad
- Estilo
- Nada en particular
- Otro (completar)
- **¿Qué características buscas en una bombacha en cuanto a la comodidad? Marca todas las que creas necesarias**

Opciones:

- Tiro alto
- Ancha para mayor agarre
- Regulable
- Sexy
- Cómoda
- Nada en particular
- Otro (completar)

**¿Cómo encontrás el ir a comprar ropa interior?**

Opciones:

- Muy satisfactoria
- Satisfactoria
- Poco satisfactoria
- Nada satisfactoria
- **¿Cómo sería tu conjunto de lencería perfecto?**

Desarrollo.

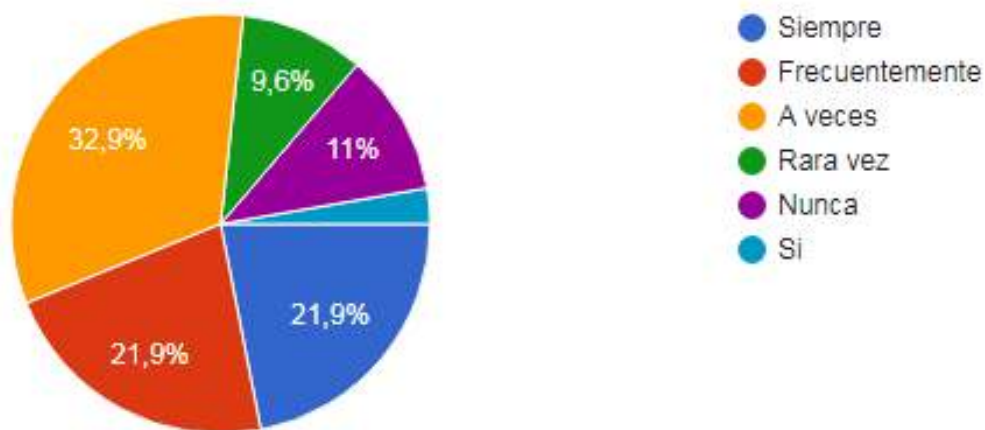
## CAPITULO 4

### 4.1 Análisis de resultados

#### Encuesta

El siguiente gráfico nos muestra como resultado de esta encuesta, que el 32.9% de estas mujeres han respondido que “a veces” les cuesta encontrar prendas, parece un número amplio, pero si sumamos las que respondieron “siempre” ( 21.9%) y “frecuentemente” (21.9%) nos da un total de 43.8%. Este porcentaje es bastante elevado, y nos está indicando que el encontrar prendas que se adapten a los gustos y necesidades de estas mujeres se les complica a menudo.

Figura N° 7 - *¿Te cuesta conseguir prendas que te gusten en tu talle?*



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

A continuación, se puede observar que la mayoría de encuestadas prefiere el algodón para las prendas lenceras. Esta preferencia se relaciona directamente con la comodidad que buscan estas mujeres a través de tejidos cómodos y suaves, que les brinden ajuste y *comfort*.

Tabla 3

*Preferencia de materiales en ropa interior de mujeres con sobrepeso u obesidad.*

Materiales más elegidos por mujeres con sobrepeso, a la hora de comprar ropa interior.	Mujeres
<b>ALGODÓN</b>	60 (82.2%)
<b>POLIÉSTER</b>	26 (35,6 %)
<b>ENCAJE</b>	21 (28,8 %)
<b>TOTAL</b>	100% - 73

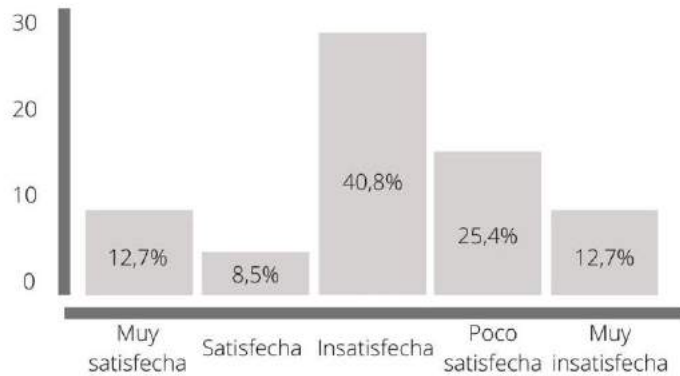
Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

En Córdoba, específicamente en el rubro textil, existe una inclinación hacia lo que como sociedad consideramos inclusión, en la cual personas no podían acceder a prendas que les hagan sentir incluidos, ahora pueden optar por una variedad de marcas que ofrecen sus talles, pero aún así siguen siendo muy pocas sus opciones dentro de la inmensidad que es este rubro.

Debido a esta razón antes mencionada, muchas de estas mujeres sienten que comprar ropa es una actividad poco satisfactoria, e incluso la evitan para no pasar un mal rato, así encontramos que específicamente en Córdoba hay un mercado muy grande que podemos atender a través de una marca de lencería que apunte a incluir este segmento no solo en sus talles, sino también a través de la moldería y diseños.

En el siguiente gráfico, se muestra que el 40.8% de estas mujeres no se sienten ni muy satisfechas, ni muy insatisfechas. Sin embargo, si sumamos los porcentajes de las usuarias que se muestran muy o totalmente insatisfechas (33,1%), es significativamente mayor al de aquellas que se definen como totalmente o muy satisfechas (21,2%).

Figura N° 8- *Sentimiento a la hora de ir de compras en mujeres con sobrepeso u obesidad.*



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta realizada.

Los datos recabados con esta pregunta en particular, dependen de muchos condicionantes, ya que por ejemplo, si una mujer busca un conjunto en talle 100 logra encontrar mayor variedad que una que busque 125, también encontramos que muchas de estas mujeres no conocen bien su talle tanto de corpiño como de bombacha, lo cual incrementa la posibilidad de no disfrutar el momento de compra, debido a que no son prendas que puedan medirse.

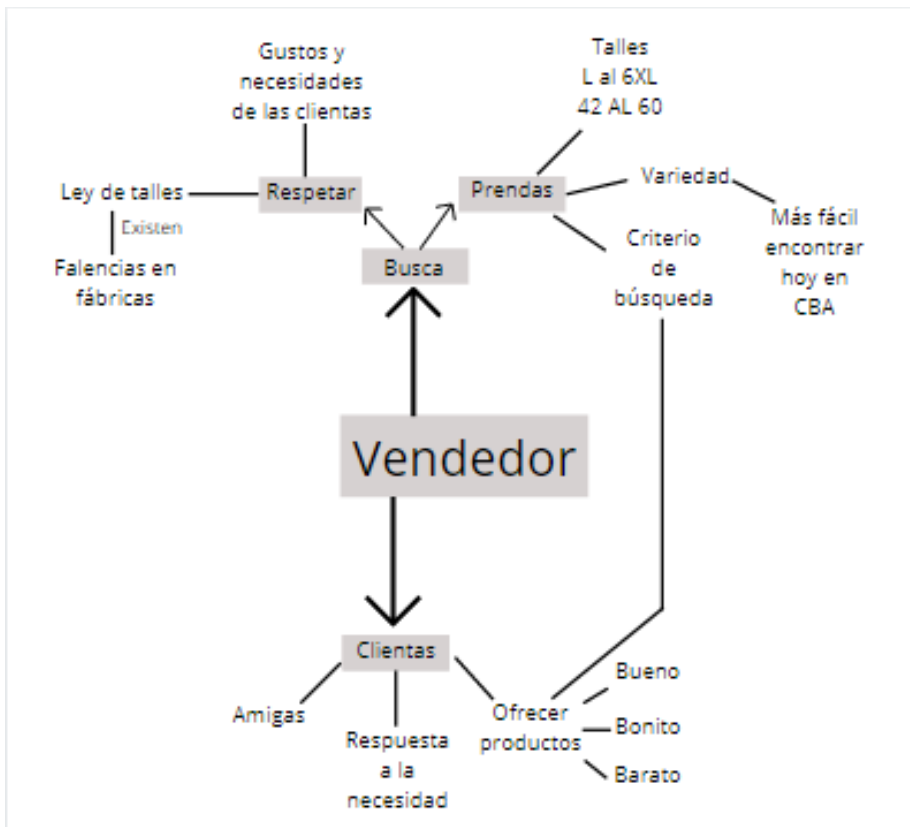
Entonces debido a esta distinción de talles, queda sin ser atendido correctamente un porcentaje amplio de personas con necesidades específicas, en el cual, las mujeres no buscan ninguna prenda fuera de lo normal, según las encuestadas prefieren algo cómodo, lindo, femenino y delicado que esté a la moda.

El comportamiento que tienen estas mujeres a la hora de tomar decisiones de compra, es más detallado, preciso, lento y demandante.

### Análisis a entrevista de vendedor.

En base a las respuestas que obtuvimos en la entrevista realizada a un vendedor de local especializado en tallas grandes del centro, decidimos realizar una red conceptual para un mejor entendimiento de los datos relevantes.

Figura N°9 - Red conceptual entrevista de vendedor.



Fuente: Elaboración propia.

## Análisis de entrevistas a diseñadora 1 y 2.

Figura N° 10 – Red conceptual entrevistas a diseñadora 1 y 2.



Fuente: Elaboración propia.

Gracias a los datos que brindaron estas profesionales del diseño, logramos identificar las fallas principales que existen en las prendas de lencería y las características que éstas necesariamente deben cumplir.

Con esta información podemos plantear los principios que tendrá la colección en cuanto a sus características ergonómicas y estéticas.

En conclusión, a partir de las entrevistas realizadas a profesionales, es posible ver claramente lo que se necesita para diseñar y crear productos adecuados a las

preferencias y necesidades que tienen estas mujeres. En este mercado existente las prendas no ergonómicas, lo integran en su mayoría, lo que se convierte en la preocupación y problemática de ellas. No sólo debemos poner atención a la estética, (que es importante), sino también a lo ergonómico, un diseño así, genera una relación prenda-usuaria, mucho más enriquecida y benéfica para ambos, ya que esta dura más debido a que no realiza esfuerzos inadecuados, y a su vez la usuaria se siente mejor utilizándola, tanto física como anímicamente.

## **4.2 Concepto de diseño**

**Objetivo principal de aplicación:** Desarrollar una colección de lencería, para mujeres con sobrepeso u obesidad de entre 20 a 40 años, que residan en la ciudad de Córdoba, teniendo en cuenta la satisfacción de sus necesidades específicas de comodidad, confort y diseño.

### **Objetivos específicos del diseño:**

- Crear prendas que ofrezcan comodidad y confort a través de materiales y avíos.
- Crear prendas que incorporen materiales cómodos, suaves, resistentes y frescos.
- Incorporar avíos hipo alérgicos que además resulten prácticos para el usuario y generen mayor soporte en zonas específicas de las prendas.
- Crear una colección que contenga diseños que cumplan tanto con las preferencias estéticas como pueden ser estampas, colores, textiles con algodón o poliéster y encajes, como las preferencias ergonómicas que son el soporte, *confort* y comodidad de las usuarias.
- Lograr que las prendas ofrezcan mayor soporte y ajuste a través de avíos y recursos de moldería.
- Proponer una curva de talles más amplia, a partir de la progresión de moldería construida con medidas de cuerpos “reales”, extraídas de las Normas Iram.
- Generar una comunicación cercana con las usuarias, que produzca un cambio positivo en la forma de verse a sí mismas.

- Proponer un sistema en el que las usuarias armen sus conjuntos “a la medida”, es decir, un talle de bombacha y otro de corpiño, para adaptarse mejor a sus necesidades.

### 4.3 Programa de diseño

Se trabajaran algunos estampados a través de sublimaciones, para crear efectos visuales interesantes, que logren un atractivo diferente en las prendas.

El punto de partida para la elección de los tejidos principalmente son las necesidades de soporte que tienen estas mujeres, pero también esto se puede cubrir a través de la moldería, y avíos que lo generen.

Podemos generar recortes en las piezas para crear entalles en las prendas, y éstos logren dar mayor soporte a la usuaria, al agregar elástico en zonas específicas también podemos lograr esto. Los recursos utilizados dependerán del modelo de corpiño o bombacha.

En cuanto a las estampas y colores que se usaran para la colección, son derivados del concepto seleccionado como inspiración, “Belleza curvilínea”.

Este concepto intenta mostrar cuerpos reales de mujeres que viven en nuestra ciudad, fomentar la aceptación propia, motivar a estas mujeres a que se quieran a sí mismas, y se sientan cómodas con su propio cuerpo.

Tabla 4

*Condicionantes, requerimientos y premisas.*

Condicionantes	Requerimiento	Premisas
Desarrollar una colección para mujeres de 20 a 40 años que cumpla con sus preferencias estéticas, a través de diseños sensuales y femeninos.	Crear una colección con diseños y materiales, que cumplan con el objetivo.	Crear diseños femeninos, aptos para el día a día que además sean sensuales, utilizando tanto encaje como textiles de algodón ( <i>Interlock</i> ) o poliéster (polisap). Se incorporaran estampas



		sublimadas, detalles de ajuste regulables y avíos hipoalergénicos.
Desarrollar prendas que ofrezcan mayor soporte, confort y comodidad.	Proponer diseños ergonómicos y funcionales a través de algunos avíos hipoalergénicos y recursos de moldería que agreguen soporte y comodidad a las prendas.	Premisa ergonómica: Diseñar prendas funcionales y cómodas, que se adapten a los cuerpos de las usuarias, a través de recursos de moldería como pueden ser recortes y pinzas, además agregando elástico en zonas específicas de los corpiños.
Desarrollar una colección que integre talles más grandes.	Proponer una tabla de talles propia acorde a las medidas reales, extraídas de las Normas Iram.	Generar moldes y sus respectivas progresiones de forma coherente con dichas medidas.
Mostrar un compromiso con el medioambiente.	Desarrollar partes del packaging reutilizables.	Utilizar red para crear bolsas en las que vendrá el conjunto, y luego se puede utilizar para que éste sea lavado.
Comunicar el compromiso de la marca con “Romper estereotipos”, y cercanía con el usuario.	Desarrollar etiquetas que refuercen este compromiso. Generar comunicación en redes como Instagram y Facebook.	Mostrar frases motivadoras y siluetas de una mujer “con curvas” en redes, fomentar el amor propio. En etiquetas colgantes se mostrará ésta frase “Estas prendas fueron creadas para hacerte sentir única y aún más bella” para crear un vínculo cercano con la usuaria y aumentar su autoestima.
Ofrecer una experiencia de compra agradable y placentera para la usuaria.	Diseñar una tienda online con atención virtual que ofrezca asesoramiento personalizado.	A través del asesoramiento personalizado de vendedores, las usuarias aprenderán qué prendas elegir, cómo cuidarlas y utilizarlas.

## 4.4 Cronograma de trabajo

Tabla 5

*Grafica de Gantt.*

ENTREGABLE		TP2			TP3			TP4		
Semana		4	5	6	7	8	9	10	11	12
Actividades	Recolección de datos									
	Análisis de resultados									
	Desarrollo del programa de diseño/requerimientos									
	Definición del concepto de diseño									
	Desarrollo de colección (alternativas de diseño)									
	Elección y prueba de materiales									
	Desarrollo de fichas técnicas									
	Prototipado									
	Diseño y desarrollo de packaging y etiquetas									
	Análisis de costos									
	Verificación y conclusiones									

Fuente: Elaboración propia.

## Capítulo 5

### 5.1 Alternativas de diseño

En este capítulo podremos observar el tema de inspiración, la carta de materiales, avíos, etc; para la creación de la colección principal que tendrá esta marca de lencería.

Figura N°11 – *Moodboard Conceptual.*



Fuente: Elaboración propia.

Este *moodboard*, en el que se muestra el concepto "Belleza curvilínea", hace referencia a que no importa como sea el cuerpo de la mujer, ésta puede ser femenina, sexy y muy imponente. Nos transmite color, y las formas orgánicas de las flores que influyen en futuras estampas que pudiéramos crear.

La paleta de color seleccionada a partir de este panel, es la siguiente:

Figura N°12 – Paleta de colores

*Paleta de colores*

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 13 - Moodboard Usuario.



Fuente: Elaboración propia.

Como podemos ver en la imagen hacemos referencia a las principales características que tienen nuestras futuras clientas y usuarias.

Estas mujeres podemos utilizarlas como referencia para diseñar prendas adecuadas a sus necesidades y cuerpos.

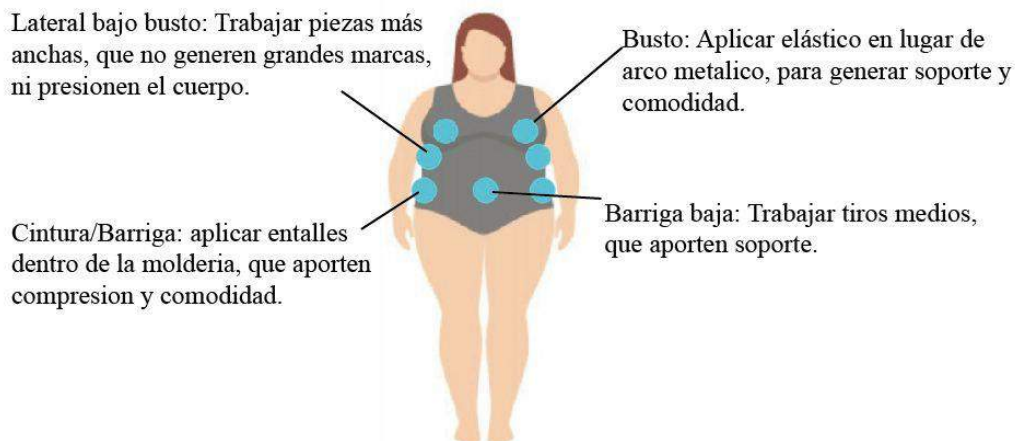
## Propuestas de diseño

Figura N° 14 - *Tabla de talles, Normas Iram.*

TALLES	38	40	42	44	46	48	50	52	54
	2XS	XS	S	M	L	XL	2XL	3XL	4XL
	0	0/1	1/2	2/3	3/4	4/5	5/6	6/7	7
BUSTO	82	86	90	94	98	102	108	114	120
CINTURA	60	64	68	72	76	86	90	92	98
CADERA	86	90	94	98	102	106	106	118	124
TIRO	52	52/55	55/58	58/61	61/64	64/67	67/70	70/73	73/76

Fuente: Elaboración propia, a partir de la lectura de Norma Iram 75305 (1998)

Figura N°15- *Puntos de tensión en el cuerpo de las mujeres con sobrepeso u obesidad.*



Fuente: Elaboración propia.

Cada uno de los siguientes diseños fue pensado a partir de las características que nos brindaron las mujeres que completaron la encuesta, la tabla de talles según Normas IRAM, y la tabla de puntos de tensión. Se eligió un corte y forma de prendas en específico, sin arco ya que son las más apropiadas para sus cuerpos, y las que con mayor frecuencia elijen estas mujeres. La decisión de no utilizar arco metálico, se justifica, debido a que un elástico en lugar de este elemento rígido, genera el mismo sostén en el pecho, sin la molestia e incomodidad que puede producir el tener una pieza metálica en el bajo busto.

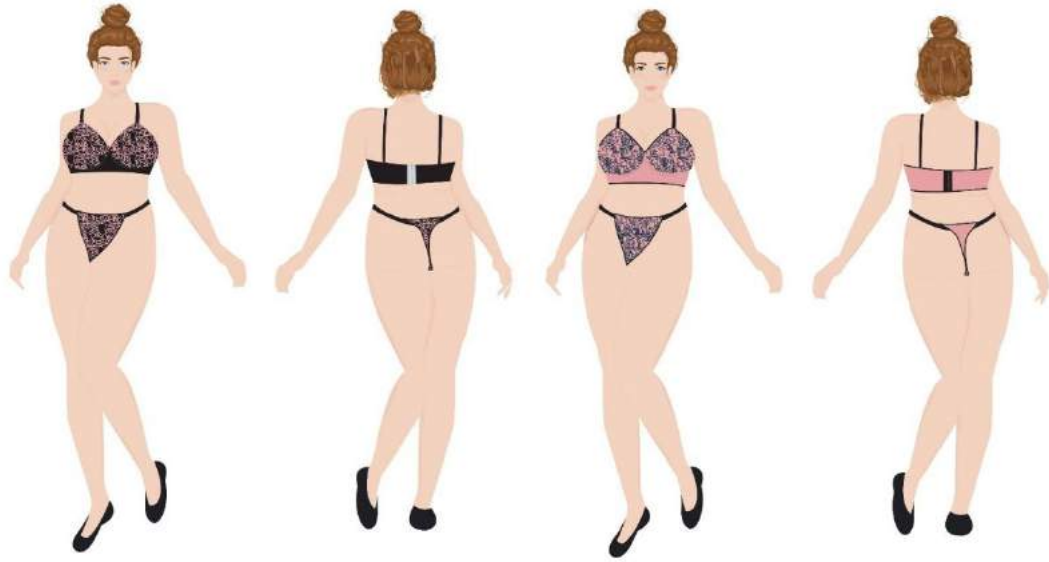


Los recursos como las estampas, los bordados y el encaje influyen a la hora de que un diseño sea diferente de otro, a su vez nos permiten generar un interés visual que logre atraer a clientas insatisfechas con lo que existe actualmente en el mercado.



RECTOR

ANOMALIA



---

OPCIÓN REGULABLE



### CONJUNTO 1

Conjunto de corpiño doble tira, con elástico en lugar de arco.

Materiales: Polispap sublimado, encaje elastizado y tricot de algodón.

Bombacha tipo vedetina con recortes en el frente.  
Talles del 100 al 120.

---



### CONJUNTO 2

Body con elástico en lugar de arco, y ajuste en la parte trasera.

Materiales: Polispap sublimado y tricot de algodón.  
Talles del 100 al 120.

---



**CONJUNTO 3**

Conjunto de corpiño con elástico en lugar de arco.  
Materiales: Polisap sublimado y tricot de algodón.  
Bombacha tipo vedetina con ajuste en lateral sup.  
Talles del 100 al 120.

---

**CONJUNTO 4**

Conjunto de corpiño con elástico en lugar de arco.  
Materiales: Polisap sublimado y tricot de algodón.  
Bombacha tipo vedetina con recortes en el frente  
y trasero.  
Talles del 100 al 120.

---

**CONJUNTO 5**

Conjunto de corpiño con elástico en lugar de arco.  
Materiales: Polispap sublimado y tricot de algodón.  
Bombacha tipo vedetina con ajuste en ambos laterales superiores.  
Talles del 100 al 120.

---

**CONJUNTO 6**

Conjunto de corpiño con elástico en lugar de arco.  
Materiales: Polispap sublimado y tricot de algodón.  
Bombacha tipo vedetina.  
Talles del 100 al 120.

---

**CONJUNTO 7**

Body con elástico en lugar de arco, regulador en el frente y detalle de tiras en la espalda.  
Materiales: Polispap sublimado y tricot de algodón.  
Bombacha tipo vedetina.  
Talles del 100 al 120.

---

**CONJUNTO 8**

Conjunto de corpiño con elástico en lugar de arco.  
Materiales: Polispap sublimado, encaje elastizado y tricot de algodón.  
Bombacha tipo vedetina con recorte en el frente.  
Talles del 100 al 120.

---



Alumna: Carrizo Maria Octavia	Marca: MUSHKA	Colección: Primavera- Verano	Línea: Belleza curvilínea	Nº de ficha: 03	Hoja Nº: 01/01
Descripción: Corpiño con refuerzo interno, realizado en polisap sublimado.				Fecha: 28/06/20	Artículo: 003

Avios	Consumo	Muestra	Observaciones:	Material	Consumo	Muestra	
Elástico partido 2cm	2mts		Curva de talles	Polisap Sublimado	0,30mts		
Elástico bretel 2cm	2mts						
Elástico de embutir 1,5cm	0,50mts						
Gancho de 3 color piel	x1			100   105   110   115 120   X   X   X	Interlock blanco	0,30	
Corredera plástica de 2cm	x2						
Gancho plástico de 2cm	x2						
Etiqueta	x1						

Alumna: Carrizo Maria Octavia	Marca: MUSHKA	Colección: Primavera- Verano	Línea: Belleza curvilínea	Nº de ficha: 02	Hoja Nº: 01/04
Descripción: Body, realizado en polisap sublimado y tricot. Acceso por arriba.				Fecha: 28/06/20	Artículo: 002

Avios	Consumo	Muestra	Observaciones:	Material	Consumo	Muestra	
Elástico partido 2cm	2mts		Curva de talles	Polisap sublimado liso azul	1mts		
Elástico bretel 2cm	2mts						
Elástico de embutir 1,5cm	0,50mts						
Gancho de 3cm	x1			100   105   110   115 120   X   X   X	Polisap sublimado con estampa	0,30mts	
Corredera plástica de 2cm	x2						
Gancho plástico de 2cm	x2						
Etiqueta	x1						
				Interlock	0,20mts		





Alumna: Carrizo Maria Octavia	Marca: MUSHKA	Colección: Primavera- Verano	Linea: Belleza curvilinea	Nº de ficha: 06	Hoja Nº: 01/02
Descripción: Corpiño con refuerzo interno, realizado en polisap sublimado e interlock.				Fecha: 28/06/20	Artículo: 006

Avios	Consumo	Muestra	Observaciones:				Material	Consumo	Muestra
Elástico partido 2cm	2mts		Curva de talles				Polisap sublimado	0,30mts	
Elástico bretel 2cm	2mts								
Elástico de embutir 1,5cm	1,50mts								
Gancho de 3 Negro	x1		100	105	110	115	Interlock	0,30mts	
Corredera plástica de 2cm	x2		120	X	X	X			
Gancho plástico de 2cm	x2								
Etiqueta	x1								

Alumna: Carrizo Maria Octavia	Marca: MUSHKA	Colección: Primavera- Verano	Linea: Belleza curvilinea	Nº de ficha: 08	Hoja Nº: 01/02
Descripción: Corpiño con refuerzo interno, y detalle de tiras, realizado en polisap sublimado, encaje e interlock				Fecha: 28/06/20	Artículo: 008

Avios	Consumo	Muestra	Observaciones:				Material	Consumo	Muestra
Elástico partido 2cm	2mts		Curva de talles				Polisap sublimado liso	0,30mts	
Elástico bretel 2cm	2mts								
Elástico de embutir 1,5cm	0,50mts								
Gancho de 3 Negro	x1		100	105	110	115	Interlock	0,30mts	
Corredera plástica de 2cm	x2		120	X	X	X			
Gancho plástico de 2cm	x2						Encaje	0,30mts	
Etiqueta	x1								

Alumna: Carrizo Maria Octavia	Marca: MUSHKA	Colección: Primavera- Verano	Linea: Belleza curvilinea	Nº de ficha: 08	Hoja Nº: 01/02
Descripción: Body, realizado en polisap sublimado e interlock. Abertura en bajo busto y breteles cruzado en la espalda.			Fecha: 28/06/20		Artículo: 008

**Elástico de bretel 2 cm de ancho, poliéster.**

**Corredera plástica de 2cm.**

**Aplicar elástico para embutir de 1,50cm, con Collareta, Hilos al tono.**

**Atraque con R1A, a 20cm del final del bretel. Elástico de bretel 0,6cm, poliéster. Separación de 1,5cm.**

**Atraque de bretel con R1A, a 5cm del centro.**

**Gancho plástico, atracar con R1A, Hilos al tono. Terminación para colocar gancho de bretel.**

**Unión de planos con OV2H1F, Hilos al tono.**

**Material 1 polisap sublimado liso bordó**

**Pisar costura de unión con R1A, hilos al tono.**

**Abertura de ajusto, de 14cm, con 12 ojales de elástico partido. Aplicar con R1A, atracando. Hilos al tono Separación de 3cm**

**Broche de 3 ganchos, color negro. Aplicar con R1A, atracando. Pieza trasera engancha sobre delantera. Hilos al tono.**

**Elástico partido de 2cm, poliéster. Aplicar con Collareta 2 agujas. Hilos al tono.**

**Terminación con elástico partido de poliéster 2cm de ancho. Aplicar con collareta 2 agujas. Hilos al tono. Aplicar etiqueta en el mismo paso en el lateral.**

**Zoom elástico partido**

**Zoom**

Avios	Consumo	Muestra	Observaciones:	Material	Consumo	Muestra
Elástico partido 2cm	2mts		Curva de talles	Polisap sublimado liso negro	1mts	
Elástico de embutir 1,5cm	1,50mts			Polisap sublimado liso rojo	0,30mts	
Broche plástico 1cm	x3			Interlock	0,20mts	
Corredera plástica de 2cm	x2					
Gancho plástico de 2cm	x2					
Etiqueta	x1					

Alumna: Carrizo Maria Octavia	Marca: MUSHKA	Colección: Primavera- Verano	Linea: Belleza curvilinea	Nº de ficha: 09	Hoja Nº: 01/02
Descripción: Veditina de polisap sublimado liso, y detalle de encaje en el frente.			Fecha: 28/06/20		Artículo: 009

**Elástico partido de 2cm, poliéster. Aplicar con Collareta 2 agujas. Hilos al tono. Zoom elástico partido**

**Aplicar etiqueta en el mismo paso al centro. Zoom**

**Material 3 Encaje elastizado negro**

**Refuerzo en Material 1 y 2 Polisap sublimado liso Interlock Color Blanco**

**Zoom armado del refuerzo**


**Material 1 Polisap Sublimado liso**

Avios	Consumo	Muestra	Observaciones:	Material	Consumo	Muestra
Elástico partido 2cm	2mts		Curva de talles	Polisap sublimado liso	0,30mts	
Etiqueta	x1			Interlock	0,20mts	
				Encaje elastizado	0,20mts	



Alumna: Carrizo Maria Octavia	Marca: MUSHKA	Colección: Primavera- Verano	Linea: Belleza curvilínea	Nº de ficha: 14	Hoja Nº: 02/02
Descripción: Culoteless de polisap sublimado con estampa .				Fecha: 28/06/20	Artículo: 013

**FICHA DE SUBLIMACIÓN**



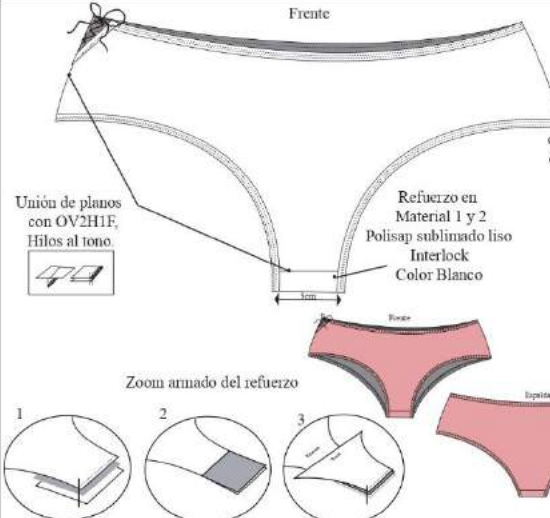
Muestra

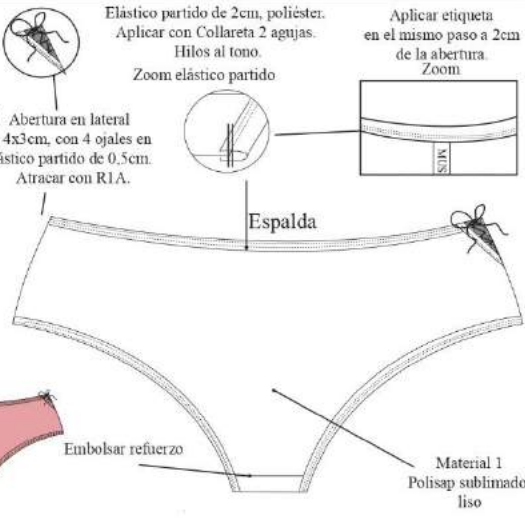
Sublimar la totalidad de la tela para luego cortar las piezas correspondientes.

- Delantero  
- Trasero

Avios	Consumo	Muestra	Observaciones:	Material	Consumo	Muestra
Elastico partido 2cm	1,5mts			Polisap sublimado estampado	0,30mts	
Etiqueta	xi					
			Curva de talles	Interlock	0,20mts	
				S M L XL		
			2XL 3XL 4XL X			

Alumna: Carrizo Maria Octavia	Marca: MUSHKA	Colección: Primavera- Verano	Linea: Belleza curvilínea	Nº de ficha: 10	Hoja Nº: 01/02
Descripción:Vedetina de polisap sublimado liso y ajuste en lateral izquierdo.				Fecha: 28/06/20	Artículo: 010

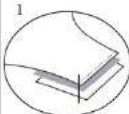
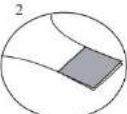





Elástico partido de 2cm, poliéster. Aplicar con Collareta 2 agujas. Hilos al tono. Zoom elástico partido

Aplicar etiqueta en el mismo paso a 2cm de la abertura. Zoom

Zoom armado del refuerzo

- 1 
- 2 
- 3 

Avios	Consumo	Muestra	Observaciones:	Material	Consumo	Muestra
Elastico partido 2cm	2 mts			Polisap sublimado liso	0,30mts	
Etiqueta	xi					
Cinta de raso 0,5cm	0,50mts		Curva de talles	Interlock	0,20mts	
				S M L XL		
			2XL 3XL 4XL X			

Alumna: Carrizo María Octavia	Marca: MUSHKA	Colección: Primavera-Verano	Linea: Belleza curvilínea	Nº de ficha: 11	Hoja Nº: 01/02
Descripción: Culoteless de polisap sublimado liso y recorte en el frente y espalda.				Fecha: 28/06/20	Artículo: 011

**Frente**

Elástico partido de 2cm, poliéster. Aplicar con Collareta 2 agujas. Hilos al tono. Zoom elástico partido

Aplicar etiqueta en el mismo paso a 2cm de la abertura. Zoom

Unión de planos con OV2H1F. Hilos al tono.

Reforzo en Material 1 y 2 Polisap sublimado liso Interlock Color Blanco

Pisar con Collareta 2 Agujas, hilos a tono

**Espalda**

Embolsar refuerzo

Material 3 Polisap sublimado estampado

Material 1 Polisap sublimado liso

Zoom armado del refuerzo

1 2 3

Avios	Consumo	Muestra	Observaciones:	Material	Consumo	Muestra	
Elástico partido 2cm	2mts			Polisap sublimado liso	0,30mts		
Etiqueta	xi			Interlock	0,20mts		
				Curva de talles	Polisap sublimado estampado	0,20 mts	
			2XL 3XL 4XL X				

Alumna: Carrizo María Octavia	Marca: MUSHKA	Colección: Primavera-Verano	Linea: Belleza curvilínea	Nº de ficha: 12	Hoja Nº: 01/02
Descripción: Culoteless de polisap sublimado liso y recorte de encaje elastizado en cintura.				Fecha: 28/06/20	Artículo: 014

**Frente**

Elástico partido de 2cm, poliéster. Aplicar con Collareta 2 agujas. Hilos al tono. Zoom elástico partido

Aplicar etiqueta en el mismo paso al centro. Zoom centro.

Unión de planos con OV2H1F. Hilos al tono.

Material 3 Encaje Negro

Reforzo en Material 1 y 2 Polisap sublimado liso Interlock Color Natural

Pisar con Collareta 2 agujas. Hilos a tono

**Espalda**

Embolsar refuerzo

Material 1 Polisap Sublimado

Zoom armado del refuerzo

1 2 3


Avios	Consumo	Muestra	Observaciones:	Material	Consumo	Muestra	
Elástico partido 2cm	2mts			Polisap sublimado liso	0,30mts		
Etiqueta	xi			Interlock	0,20mts		
				Curva de talles	Encaje elastizado	0,20mts	
			2XL 3XL 4XL X				

Alumna: Carrizo María Octavia	Marca: MUSHKA	Colección: Primavera- Verano	Línea: Belleza curvilínea	Nº de ficha: 13	Hoja Nº: 01/02
Descripción: Culoteless de polisap sublimado estampado, con ajustes laterales.				Fecha: 28/06/20	Artículo: 012

Avios	Consumo	Muestra	Observaciones:	Material	Consumo	Muestra			
Elástico partido 2cm	2mts			Polisap sublimado	0,30mts				
Etiqueta	xi			Interlock	0,20mts				
Cinta de raso de 0,5cm	0,60mts								
			Curva de talles	S	M	L	XL		
				2XL	3XL	4XL	X		


Alumna: Carrizo María Octavia	Marca: MUSHKA	Colección: Primavera- Verano	Línea: Belleza curvilínea	Nº de ficha: 14	Hoja Nº: 01/02
Descripción: Culoteless de polisap sublimado con estampa				Fecha: 28/06/20	Artículo: 013


Avios	Consumo	Muestra	Observaciones:	Material	Consumo	Muestra			
Elástico partido 2cm	2mts			Polisap sublimado estampado	0,30mts				
Etiqueta	xi			Interlock	0,20mts				
			Curva de talles	S	M	L	XL		
				2XL	3XL	4XL	X		


Alumna: Carrizo María Octavia	Marca: MUSHKA	Colección: Primavera- Verano	Línea: Belleza curvilínea	Nº de ficha: 14	Hoja Nº: 02/02					
Descripción: Culoteless de polisap sublimado con estampa				Fecha: 28/06/20	Artículo: 014					
FICHA DE SUBLIMACIÓN										
10cm										
Muestra										
Sublimar la totalidad de la tela para luego cortar las piezas correspondientes. -Recorte inferior delantero y trasero										
Avios	Consumo	Muestra	Observaciones:		Material	Consumo	Muestra			
Elástico partido 2cm	1,5mts				Polisap sublimado estampado	0,30mts				
Etiqueta	xi		Curva de talles	S	M	L	XL	Interlock	0,20mts	
				2XL	3XL	4XL	X			


Alumna: Carrizo María Octavia	Marca: MUSHKA	Colección: Primavera- Verano	Línea: Belleza curvilínea	Nº de ficha: 01	Hoja Nº: 02/02					
Descripción: Corpiño triángulo, con refuerzo interno y detalle de tiras, realizado en polisap sublimado, encaje e interlock				Fecha: 28/06/20	Artículo: 001					
FICHA DE SUBLIMACIÓN										
10cm										
Muestra										
Sublimar la totalidad de la tela para luego cortar las piezas correspondientes. - Bajo busto										
Avios	Consumo	Muestra	Observaciones:		Material	Consumo	Muestra			
Elástico partido 2cm					Polisap sublimado	0,30mts				
Elástico bretel 1,5cm			Curva de talles	100	105	110	115	Interlock	0,30mts	
Elástico bretel 1cm				120	X	X	X	Encaje elastizado	0,20mts	
Elástico de embutir 0,5cm										
Gancho de 3 color piel	xi									
Corredera plástica de 2cm	x2									
Gancho plástico de 2cm	x2									
Etiqueta	xi									



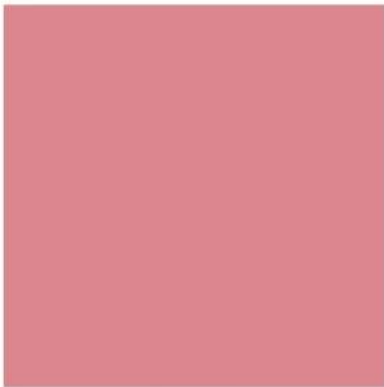
Alumna: Carrizo María Octavia	Marca: MUSHKA	Colección: Primavera- Verano	Línea: Belleza curvilínea	Nº de ficha: 02	Hoja Nº: 02/02				
Descripción: Corpiño triángulo, con refuerzo interno, realizado en polisap sublimado e interlock.				Fecha: 28/06/20	Artículo: 002				
FICHA DE SUBLIMACIÓN									
10cm				Sublimar la totalidad de la tela para luego cortar las piezas correspondientes. - Tasas					
10cm									
Muestra									
Avios	Consumo	Muestra	Observaciones:				Material	Consumo	Muestra
Elástico partido 2cm			Curva de talles				Polisap sublimado	0,30mts	
Elástico bretel 1,5cm									
Elástico de embutir 1,5cm									
Gancho de 3 color piel	x1		100	105	110	115	Interlock	0,30mts	
Corredera plástica de 2cm	x2						Polisap sublimado liso	0,20mts	
Gancho plástico de 2cm	x2		120	X	X	X			
Etiqueta	x1								


Alumna: Carrizo María Octavia	Marca: MUSHKA	Colección: Primavera- Verano	Línea: Belleza curvilínea	Nº de ficha: 04	Hoja Nº: 02/02				
Descripción: Corpiño triángulo, con refuerzo interno, realizado en polisap sublimado e interlock.				Fecha: 28/06/20	Artículo: 004				
FICHA DE SUBLIMACIÓN									
10cm				Sublimar la totalidad de la tela para luego cortar las piezas correspondientes. - Tasas					
10cm									
Muestra									
Avios	Consumo	Muestra	Observaciones:				Material	Consumo	Muestra
Elástico partido 2cm			Curva de talles				Polisap sublimado	0,30mts	
Elástico bretel 1,5cm									
Elástico de embutir 1,5cm									
Gancho de 3 color piel	x1		100	105	110	115	Interlock	0,30mts	
Corredera plástica de 2cm	x2								
Gancho plástico de 2cm	x2		120	X	X	X			
Etiqueta	x1								

Alumna: Carrizo Maria Octavia	Marca: MUSHKA	Colección: Primavera- Verano	Línea: Belleza curvilínea	Nº de ficha: 05	Hoja Nº: 02/02				
Descripción: Corpiño triángulo, con refuerzo interno, realizado en polisap sublimado e interlock.				Fecha: 28/06/20	Artículo: 003				
FICHA DE SUBLIMACIÓN									
10cm									
Muestra									
		10cm							
Sublimar la totalidad de la tela para luego cortar las piezas correspondientes.									
- Tasas									
- Bajo busto									
Avios	Consumo	Muestra	Observaciones:				Material	Consumo	Muestra
Elástico partido 2cm			Curva de talles				Polisap sublimado	0,30mts	
Elástico bretel 1,5cm									
Elástico de embutir 1,5cm									
Gancho de 3 color piel	x1		100	105	110	115	Interlock	0,30mts	
Corredera plástica de 2cm	x2		120	X	X	X			
Gancho plástico de 2cm	x2								
Etiqueta	x1								

Alumna: Carrizo Maria Octavia	Marca: MUSHKA	Colección: Primavera- Verano	Línea: Belleza curvilínea	Nº de ficha: 06	Hoja Nº: 02/03				
Descripción: Corpiño triángulo, con refuerzo interno, realizado en polisap sublimado e interlock.				Fecha: 28/06/20	Artículo: 005				
FICHA DE SUBLIMACIÓN									
10cm									
Muestra									
		10cm							
Sublimar la totalidad de la tela para luego cortar las piezas correspondientes.									
- Tasas									
Avios	Consumo	Muestra	Observaciones:				Material	Consumo	Muestra
Elástico partido 2cm			Curva de talles				Polisap sublimado	0,30mts	
Elástico bretel 2cm									
Elástico de embutir 1,5cm									
Gancho de 3 color piel	x1		100	105	110	115	Interlock	0,30mts	
Corredera plástica de 2cm	x2		120	X	X	X			
Gancho plástico de 2cm	x2						Polisap sublimado liso	0,20mts	
Etiqueta	x1								




Alumna: Carrizo María Octavia	Marca: MUSHKA	Colección: Primavera- Verano	Línea: Belleza curvilínea	Nº de ficha: 11	Hoja Nº: 02/02			
Descripción: Culoteless de polisap sublimado liso y detalle de ajuste en el lateral.				Fecha: 28/06/20	Artículo: 010			
FICHA DE SUBLIMACIÓN								
10cm								
10cm								
Sublimar la totalidad de la tela para luego cortar las piezas correspondientes. -Delantero -Trasero -Refuerzo								
MUESTRA								
Avios	Consumo	Muestra	Observaciones:			Material	Consumo	Muestra
Elastico partido 2cm	1,5mts					Polisap sublimado listo	0,30mts	
Etiqueta	xi					Interlock	0,20mts	
Cinta de raso de 0,5cm	0,30mts		Curva de talles	S	M	L	XL	
				2XL	3XL	4XL	X	

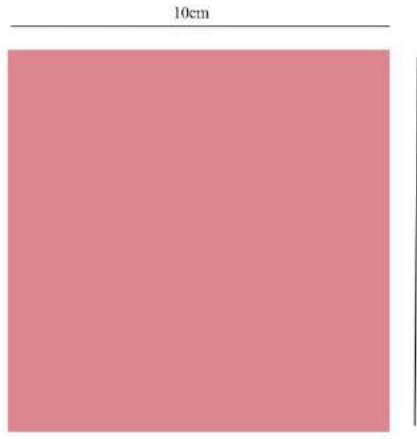
Alumna: Carrizo María Octavia	Marca: MUSHKA	Colección: Primavera- Verano	Línea: Belleza curvilínea	Nº de ficha: 13	Hoja Nº: 02/02			
Descripción: Culoteless de polisap sublimado estampado				Fecha: 28/06/20	Artículo: 012			
FICHA DE SUBLIMACIÓN								
10cm								
10cm								
Sublimar la totalidad de la tela para luego cortar las piezas correspondientes. - Delantero -Trasero -Refuerzo								
Muestra								
Avios	Consumo	Muestra	Observaciones:			Material	Consumo	Muestra
Elastico partido 2cm	1,5mts					Polisap sublimado	0,30mts	
Etiqueta	xi					Interlock	0,20mts	
			Curva de talles	S	M	L	XL	
				2XL	3XL	4XL	X	

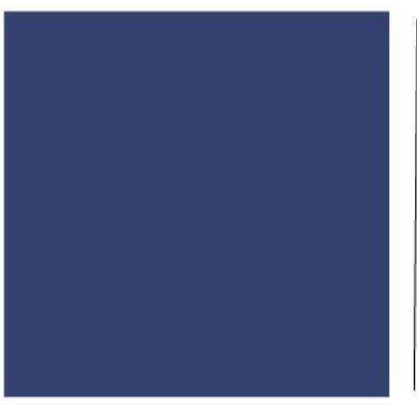


Alumna: Carrizo María Octavia	Marca: MUSHKA	Colección: Primavera-Verano	Línea: Belleza curvilínea	Nº de ficha: 09	Hoja Nº: 02/02					
Descripción: Vedetina de polisap sublimado liso, y detalle de encaje en el frente.				Fecha: 28/06/20	Artículo: 009					
FICHA DE SUBLIMACIÓN										
10cm										
10cm										
<p>Sublimar la totalidad de la tela para luego cortar las piezas correspondientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Recorte delantero</li> <li>-Trasero</li> <li>-Refuerzo</li> </ul>										
MUESTRA										
Avios	Consumo	Muestra	Observaciones:			Material	Consumo	Muestra		
Elástico partido 2cm	2mts					Polisap sublimado liso	0,30mts			
Etiqueta	x1		Curva de talles	S	M	L	XL	Interlock	0,20mts	
				2XL	3XL	4XL	X	Encaje elastizado	0,20mts	

Alumna: Carrizo María Octavia	Marca: MUSCHA	Colección: Primavera-Verano	Línea: Belleza curvilínea	Nº de ficha: 08	Hoja Nº: 02/03					
Descripción: Body, realizado en polisap sublimado y tricot. Abertura en bajo busto y breteles cruzado en la espalda. Acceso por arriba.				Fecha: 28/06/20	Artículo: 008					
FICHA DE SUBLIMACIÓN										
10cm										
10cm										
<p>Sublimar la totalidad de la tela para luego cortar las piezas correspondientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Delantero y trasero</li> </ul>										
Muestra										
Avios	Consumo	Muestra	Observaciones:			Material	Consumo	Muestra		
Elástico partido 1cm						Polisap sublimado liso negro	1mts			
Elástico bretel 1,5cm			Curva de talles	100	105	110	115	Polisap sublimado liso rojo	0,30mts	
Elástico de embutir 0,5cm				120	X	X	X	Interlock	0,20mts	
Broche plástico 1cm	x3									
Corredera plástica de 2cm	x2									
Gancho plástico de 2cm	x2									
Etiqueta	x1									



Alumna: Carrizo María Octavia	Marca: MUSHKA	Colección: Primavera- Verano	Línea: Belleza curvilínea	Nº de ficha: 12	Hoja Nº: 03/03					
Descripción: Culoteless de polisap sublimado liso y detalle estampado en cintura.				Fecha: 28/06/20	Artículo: 011					
FICHA DE SUBLIMACIÓN										
										
Sublimar la totalidad de la tela para luego cortar las piezas correspondientes. -Recorte inferior delantero -Recorte inferior trasero -Refuerzo										
Avios	Consumo	Muestra	Observaciones:			Material	Consumo	Muestra		
Elástico partido 2cm	1,5mts					Polisap sublimado listo	0,30mts			
Etiqueta	x1									
			Curva de talles	S	M	L	XL	Interlock	0,20mts	
				2XL	3XL	4XL	X	Polisap sublimado	0,20mts	

Alumna: Carrizo María Octavia	Marca: MUSCHA	Colección: Primavera- Verano	Línea: Belleza curvilínea	Nº de ficha: 01	Hoja Nº: 02/02				
Descripción: Corpiño triángulo, con refuerzo interno y detalle de tiras, realizado en polisap sublimado, encaje y tricot.				Fecha: 28/06/20	Artículo: 001				
FICHA DE SUBLIMACIÓN									
									
Sublimar la totalidad de la tela para luego cortar las piezas correspondientes. - Bajo busto									
Avios	Consumo	Muestra	Observaciones:			Material	Consumo	Muestra	
Elástico partido 2cm						Polisap sublimado	0,30mts		
Elástico bretel 1,5cm									
Elástico bretel 1cm			Curva de talles			Interlock	0,30mts		
Elástico de embutir 0,5cm									
Gancho de 3 color piel	x1		100	105	110	115	Encaje elastizado	0,20mts	
Corredera plástica de 2cm	x2		120	X	X	X			
Gancho plástico de 2cm	x2								
Etiqueta	x1								



Alumna: Carrizo Maria Octavia	Marca: MUSHKA	Colección: Primavera- Verano	Linea: Belleza curvilinea	Nº de ficha: 021	Hoja Nº: 01/02
Descripción: Colaless, regulable				Fecha: 28/06/20	Artículo: 021

**Fronte**

Corredera plástica de 2cm.

Unión de planos con OVZHIF, Hilos al tono.

Reforzo en Material 2 Interlock Color Blanco

Arandela plástica de 2cm, aplicar doblando 1,5cm el borde de elástico partido.

3cm

**Zoom armado del reforzo**

1 2 3

**Elástico partido de 2cm, poliéster. Aplicar con Collareta 2 agujas. Hilos al tono.**

**Zoom elástico partido**

Aplicar etiqueta en el mismo paso al centro.

**Zoom**

**Espalda**

Abracar con RIA, Hilos a tono

Material 1 Polisap Sublimado

Avios	Consumo	Muestra	Observaciones:	Material	Consumo	Muestra		
Elástico partido 2cm	2mts		Curva de talles	Interlock	0,20mts			
Etiqueta	x1							
Elástico afelpado 2cm	1mt							
Corredera plástica 2cm	x2							
Arandela plástica 2cm	x2							
			S	M	L	XL		
			2XL	3XL	4XL	X		

Alumna: Carrizo Maria Octavia	Marca: MUSHKA	Colección: Primavera- Verano	Linea: Belleza curvilinea	Nº de ficha: 020	Hoja Nº: 01/02
Descripción: Colaless, regulable				Fecha: 28/06/20	Artículo: 020

**Fronte**

Corredera plástica de 2cm.

Unión de planos con OVZHIF, Hilos al tono.

Reforzo en Material 2 Interlock Color Blanco

Arandela plástica de 2cm, aplicar doblando 1,5cm el borde de elástico partido.

3cm

**Zoom armado del reforzo**

1 2 3

**Elástico partido de 2cm, poliéster. Aplicar con Collareta 2 agujas. Hilos al tono.**

**Zoom elástico partido**

Aplicar etiqueta en el mismo paso al centro.


**Zoom**


**Espalda**

Abracar con RIA, Hilos a tono

Material 1 Polisap Sublimado

Avios	Consumo	Muestra	Observaciones:	Material	Consumo	Muestra		
Elástico partido 2cm	2mts		Curva de talles	Interlock	0,20mts			
Etiqueta	x1							
Elástico afelpado 2cm	1mt							
Corredera plástica 2cm	x2							
Arandela plástica 2cm	x2							
			S	M	L	XL		
			2XL	3XL	4XL	X		

Alumna: Carrizo María Octavia	Marca: MUSHKA	Colección: Primavera-Verano	Línea: Belleza curvilínea	Nº de ficha: 021	Hoja Nº: 02/02							
Descripción: Colaless regulable			Fecha: 28/06/20		Artículo: 021							
FICHA DE SUBLIMACIÓN												
10cm												
			10cm  Sublimar la totalidad de la tela para luego cortar las piezas correspondientes. - Delantero y trasero									
Muestra												
Avios	Consumo	Muestra	Observaciones:			Material	Consumo	Muestra				
Elástico partido 2cm			Curva de talles			Polisap sublimado	0,30mts					
Elástico bretel 2cm												
Corredera plástica de 2cm	x2					M	L	XL	XXL	Interlock	0,30mts	
Arandela plástica de 2cm	x2					3XL	4XL	X	X			
Etiqueta	x1											

Alumna: Carrizo María Octavia	Marca: MUSHKA	Colección: Primavera-Verano	Línea: Belleza curvilínea	Nº de ficha: 020	Hoja Nº: 02/02						
Descripción: Colaless regulable			Fecha: 28/06/20		Artículo: 020						
FICHA DE SUBLIMACIÓN											
10cm											
			10cm  Sublimar la totalidad de la tela para luego cortar las piezas correspondientes. - Delantero y trasero								
Muestra											
Avios	Consumo	Muestra	Observaciones:			Material	Consumo	Muestra			
Elástico partido 2cm			Curva de talles			Polisap sublimado	0,30mts				
Elástico bretel 2cm											
Corredera plástica de 2cm	x2					M	L	XL	XXL	Interlock	0,30mts
Arandela plástica de 2cm	x2					3XL	4XL	X	X	Polisap sublimado liso	0,20mts
Etiqueta	x1										



FICHA DE MEDIDAS																																
Marca: MUSHKA	Alumna: MARIA OCTAVIA CARRIZO	Fecha: 28/06/20																														
<p>Medidas avios breteles</p>	<p>Medidas avios gancho de tela</p>	<p>TABLA DE MEDIDAS TAZA SEGÚN TALLE</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>A</th> <th>B</th> <th>C</th> <th>D</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>TALLE 100</td> <td>9CM</td> <td>28CM</td> <td>17CM</td> <td>1CM</td> </tr> <tr> <td>TALLE 105</td> <td>10CM</td> <td>29CM</td> <td>18CM</td> <td>1CM</td> </tr> <tr> <td>TALLE 110</td> <td>11CM</td> <td>30CM</td> <td>19CM</td> <td>1,2CM</td> </tr> <tr> <td>TALLE 115</td> <td>12CM</td> <td>31CM</td> <td>20CM</td> <td>1,2CM</td> </tr> <tr> <td>TALLE 120</td> <td>13CM</td> <td>32CM</td> <td>21CM</td> <td>1,5CM</td> </tr> </tbody> </table>		A	B	C	D	TALLE 100	9CM	28CM	17CM	1CM	TALLE 105	10CM	29CM	18CM	1CM	TALLE 110	11CM	30CM	19CM	1,2CM	TALLE 115	12CM	31CM	20CM	1,2CM	TALLE 120	13CM	32CM	21CM	1,5CM
	A	B	C	D																												
TALLE 100	9CM	28CM	17CM	1CM																												
TALLE 105	10CM	29CM	18CM	1CM																												
TALLE 110	11CM	30CM	19CM	1,2CM																												
TALLE 115	12CM	31CM	20CM	1,2CM																												
TALLE 120	13CM	32CM	21CM	1,5CM																												
<p>Zoom medias bretel</p>	<p>Zoom medias tazas</p>	<p>TABLA DE MEDIDAS CONTORNO SEGÚN TALLE</p> <table border="1"> <tbody> <tr> <td>TALLE 100</td> <td>76CM</td> </tr> <tr> <td>TALLE 105</td> <td>78CM</td> </tr> <tr> <td>TALLE 110</td> <td>80CM</td> </tr> <tr> <td>TALLE 115</td> <td>82CM</td> </tr> <tr> <td>TALLE 120</td> <td>84CM</td> </tr> </tbody> </table>	TALLE 100	76CM	TALLE 105	78CM	TALLE 110	80CM	TALLE 115	82CM	TALLE 120	84CM																				
TALLE 100	76CM																															
TALLE 105	78CM																															
TALLE 110	80CM																															
TALLE 115	82CM																															
TALLE 120	84CM																															

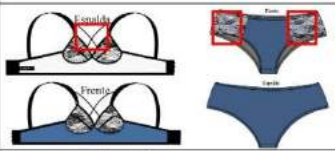



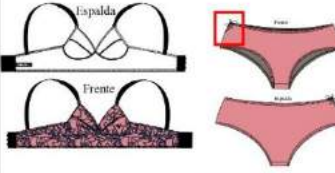

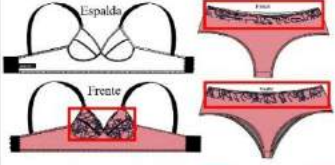

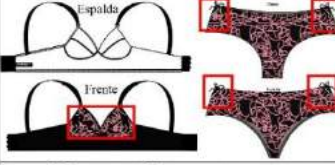

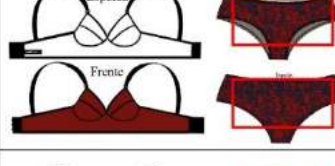

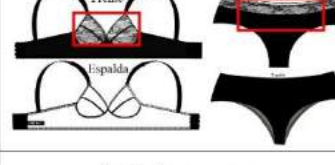



FICHA DE MEDIDAS												
Marca: MUSHKA	Alumna: MARIA OCTAVIA CARRIZO	Fecha: 28/06/20										
<p>Medidas avios breteles</p>	<p>Medidas avios bretel frente</p>	<p>TABLA DE MEDIDAS ELÁSTICO SEGÚN TALLE</p> <table border="1"> <tbody> <tr> <td>TALLE 100</td> <td>80CM</td> </tr> <tr> <td>TALLE 105</td> <td>82CM</td> </tr> <tr> <td>TALLE 110</td> <td>84CM</td> </tr> <tr> <td>TALLE 115</td> <td>86CM</td> </tr> <tr> <td>TALLE 120</td> <td>88CM</td> </tr> </tbody> </table>	TALLE 100	80CM	TALLE 105	82CM	TALLE 110	84CM	TALLE 115	86CM	TALLE 120	88CM
TALLE 100	80CM											
TALLE 105	82CM											
TALLE 110	84CM											
TALLE 115	86CM											
TALLE 120	88CM											

Fuente: Elaboración propia

### Cuadro de constantes y variables

A través del siguiente cuadro, se puede ver como los recursos van mutando y moviendo por la colección, para lograr comunicar y generar impacto en el futuro usuario.

Figura N°16 – Cuadro constantes y variables.

	VARIABLES	CONSTANTES	VARIABLES	VARIABLES
CONJUNTO	PUNTOS DE TENSIÓN	MATERIAL	ESTAMPA Y COLOR	PRINCIPIO DE DISEÑO
CONJUNTO 1		-ENCAJE -POLISAP -TRICOT		-ARMONIA -SIMETRIA
CONJUNTO 2		-POLISAP -TRICOT		-ARMONIA -SIMETRIA -EQUILIBRIO
CONJUNTO 3		-ENCAJE -POLISAP -TRICOT		-ARMONIA -DESEQUILIBRIO
CONJUNTO 4		-ENCAJE -POLISAP -TRICOT		-ARMONIA -EQUILIBRIO -SIMETRIA
CONJUNTO 5		-POLISAP -TRICOT		-ARMONIA -CONTRASTE -SIMETRIA
CONJUNTO 6		-POLISAP -TRICOT		-ARMONIA -DESEQUILIBRIO
CONJUNTO 7		-POLISAP -TRICOT		-ARMONIA -SIMETRIA -EQUILIBRIO
CONJUNTO 8		-POLISAP -TRICOT		-ARMONIA -SIMETRIA -EQUILIBRIO



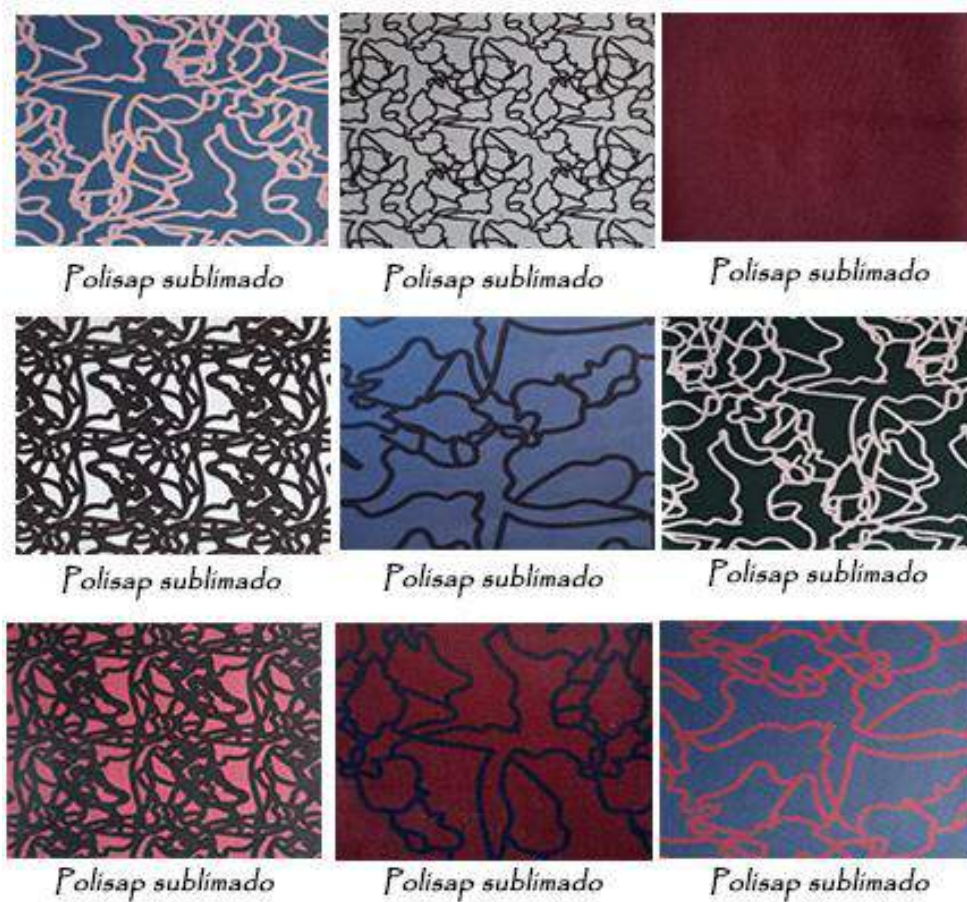
Fuente: Elaboración propia

## Carta de tejidos y materiales

Los tejidos utilizados para la colección son Polisap que es de poliéster y genera gran soporte, es fresco y transpirable, para la forrería se utilizará interlock y en detalles de decoración encajes elastizados, o bordados.

Cada uno de estos materiales fue seleccionado en base a las necesidades y preferencias que tienen estas mujeres.

Figura N°17 – Muestrario de tejidos





*Interlock negro*



*Interlock natural*



*Encaje elastizado rosa*



*Encaje elastizado rojo*



*Encaje elastizado negro*



*Encaje elastizado fucsia*



*Encaje elastizado celeste*



*Polisap rosa*



*Polisap azul*



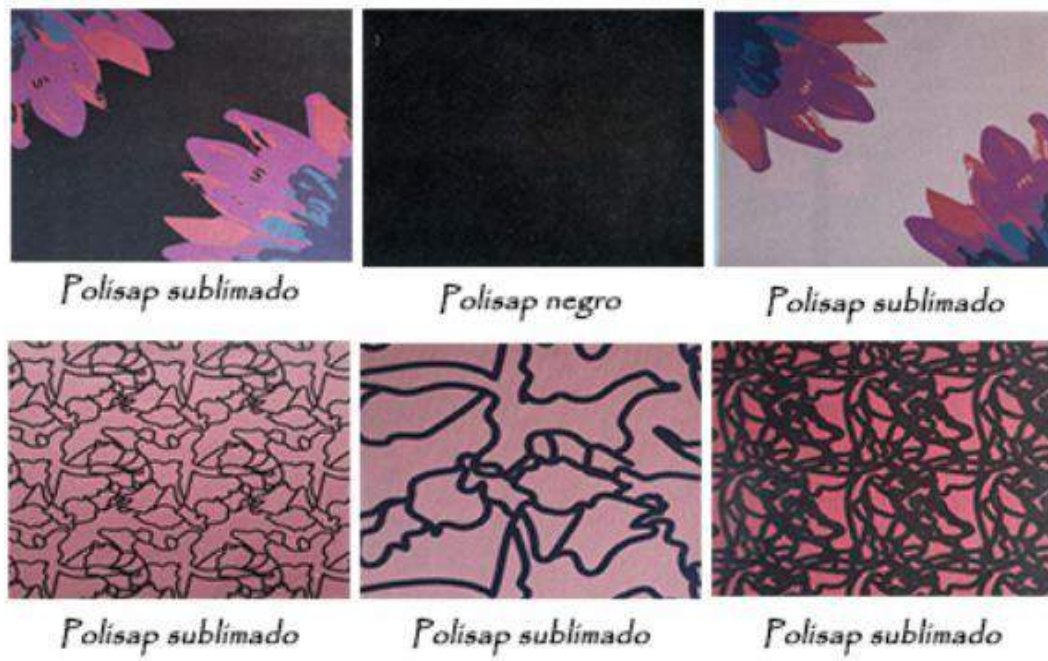
**POLISAP BORDADO CON FLOR GRANDE**



**POLISAP BORDADO CON FLORES PEQUEÑAS**



**POLISAP BORDADO CON FLORES PEQUEÑAS**



Fuente: Elaboración propia.

Figura N°18 – Muestrario de avíos.



FICHA DE AVIOS				
Marca: MUSHKA		Alumna: MARIA OCTAVIA CARRIZO		Fecha: 28/06/20
NOMBRE	MEDIDAS	PROVEEDOR	COLOR	IMAGEN
GANCHO CORPIÑO	6CM	MERCERIA MAYORISTA LICAM	BLANCO Y NEGRO	
CORREDERA	2CM	MERCERIA MAYORISTA LICAM	NEGRO	
ARANDELA	2CM	MERCERIA MAYORISTA LICAM	BLANCO Y NEGRO	
BRETEL	2CM	MERCERIA MAYORISTA LICAM	NEGRO Y BLANCO	
CINTA DE RASO	0,5CM	MERCERIA MAYORISTA LICAM	NEGRO	
CINTA DE RASO	0,5CM	MERCERIA MAYORISTA LICAM	BLANCO	
ELÁSTICO DE EMBUTIR	1,5CM	MERCERIA MAYORISTA LICAM	BLANCO	
ELÁSTICO PARTIDO	2CM	MERCERIA MAYORISTA LICAM	NEGRO	
ELÁSTICO PARTIDO	2CM	MERCERIA MAYORISTA LICAM	BLANCO	

Fuente: Elaboración propia.

**Prototipo**

El prototipo realizado, fue seleccionado debido a que este conjunto N°6, incorpora estampa y las aberturas laterales que generan ajuste en la prenda.

Figura N°19 – *Conjunto N°5 colección “Belleza curvilínea”.*



Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 20 – *Corpiño, conjunto N°5.*



Fuente: Elaboración propia.



Figura N°21 – *Espalda corpiño, conjunto N°5.*



Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 22– *Detalle bombacha, conjunto N°5.*



Fuente: Elaboración propia.



Figura N°23 – Conjunto N°4.



Fuente: Elaboración propia.

Figura N°24 – *Conjunto N°5.*



Fuente: Elaboración propia.

Figura N°25 – *Conjunto N°2.*



Fuente: Elaboración propia.

Figura N°26 – Conjunto N°7.



Fuente: Elaboración propia.

Figura N°27 – Conjunto N°5.



Fuente: Elaboración propia.

### **Etiquetaría y packaging**

El nombre de la marca es una abreviación del nombre “Mamushka”, que son una muñeca dentro de una muñeca, dentro de otra muñeca y así sucesivamente. Su figura es curvilínea y femenina. Además son consideradas objetos de deseo, lo que nos lleva a intentar generar en nuestras usuarias que ellas se sientan así.

Cada una de estas figuritas para nosotros representa un rasgo oculto que puede tener la mujer, como puede ser su sensualidad, su femineidad, etc.

Así surge el nombre “Mushka”, representando a la mujer con curvas y orgullosa de ello.



La paleta de color seleccionada y la tipografía, buscan generar distinción, y un sentimiento de exclusividad en la usuaria, que a la hora de comprar nuestros productos vea y sienta que son pensados para su cuerpo.

Las etiquetas colgantes serán impresas en cartón de 3mm, de 10x6cm. Tendrán el nombre de la marca en el frente, y una frase en el revés, para su agarre en la prenda, habrá un ojal por el cual pasará un cordón dorado, con un alfiler de gancho dorado.

Figura 28 – *Etiqueta colgante*



Fuente: Elaboración propia.

La etiqueta interna llevará la marca y el talle de la prenda, será realizada en cinta de raso negra impresa. Medidas 1x4cm.

Figura 29 – Etiqueta interna



Fuente: Elaboración propia.

El fasco será de 2x3cm, sublimado en cinta de raso blanca.

Figura 30 – Fasco de cuidados



Fuente: Elaboración propia.

## Packaging

El empaque estará formado por 2 piezas, el primario, será una bolsa de red de poliéster, de 30x25 cm, con un regulador color dorado en la parte superior, la cual se podrá utilizar luego para el lavado de las prendas.

El empaque secundario será una bolsa de papel madera tipo misionero, (es más fácil su reciclado), de unos 300gr, impreso con la marca en el frente, y además tendrá sus cintas iguales a las del regulador de la bolsa de red. Sus medidas serán 30x30 cm.

Figura 31 – *Packaging*

Fuente: Elaboración propia.

### 5.3 Análisis de costos

En las siguientes imágenes, se analizarán los costos totales de fabricación para una bombacha y un corpiño de esta colección.

La estrategia de ventas, será “Desarrollo de nuevos mercados”, que consiste en identificar y desarrollar nuevos segmentos de mercado para productos existentes.

En este caso el nuevo segmento sería el de las mujeres con sobrepeso u obesidad que esta desatendido en Córdoba, Capital, y la línea de productos existente se modifica para crear un posicionamiento mejor del mismo.

Figura 32 – *Costos de fabricación.*



MATERIA PRIMA						
CORPIÑO ART.001	POLISAP	1	M	\$ 500,00	0,3	\$ 150,00
	ENCAJE ELASTIZADO	1	M	\$ 300,00	0,3	\$ 90,00
	INTERLOCK	1	M	\$ 400,00	0,3	\$ 120,00
	ELÁSTICO PARTIDO	1	M	\$ 15,00	2	\$ 30,00
	ELÁSTICO BRETTEL	1	M	\$ 25,00	2,5	\$ 62,50
	GANCHO BRETTEL	1	U	\$ 5,00	2	\$ 10,00
	CORREDERA PLÁSTICA	1	U	\$ 6,00	2	\$ 12,00
	GANCHO PARA CORPIÑO	1	U	\$ 45,00	1	\$ 45,00
	ETIQUETA RASO	1	U	\$ 1,60	2	\$ 3,20
	ETIQUETA COLGANTE	1	U	\$ 10,00	1	\$ 10,00
	SUBLIMACIÓN	1	M	\$ 170,00	0,3	\$ 51,00
				COSTO M.P	\$ 582,10	

COSTOS DIRECTOS FABRICACIÓN	COSTO
MATERIA PRIMA	\$ 582,10
MANO DE OBRA	\$ 180,00
TOTAL	\$ 762,10

COSTOS INDIRECTOS	COSTO
PACKAGING- BOLSA DE RED	\$ 25,00
PACKAGING - BOLSA DE PAPEL	\$ 30,00
TOTAL	\$ 55,00

COSTO TOTAL	\$ 817,10
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$ 500,00
TOTAL	\$ 1.317,10

MATERIA PRIMA						
CORPIÑO ART.002	POLISAP	1	M	\$ 500,00	1	\$ 500,00
	INTERLOCK	1	M	\$ 400,00	0,3	\$ 120,00
	ELÁSTICO PARTIDO	1	M	\$ 15,00	3	\$ 45,00
	ELÁSTICO BRETTEL	1	M	\$ 25,00	2	\$ 50,00
	GANCHO BRETTEL	1	U	\$ 5,00	2	\$ 10,00
	CORREDERA PLÁSTICA	1	U	\$ 6,00	2	\$ 12,00
	CINTA DE RASO	1	M	\$ 5,00	1	\$ 5,00
	ETIQUETA RASO	1	U	\$ 1,60	2	\$ 1,60
	ETIQUETA COLGANTE	1	U	\$ 10,00	1	\$ 10,00
	SUBLIMACIÓN	1	M	\$ 170,00	1	\$ 170,00
					COSTO M.P	\$ 923,60

COSTOS DIRECTOS FABRICACIÓN	COSTO
MATERIA PRIMA	\$ 923,60
MANO DE OBRA	\$ 200,00
TOTAL	\$ 1.123,60

COSTOS INDIRECTOS	COSTO
PACKAGING- BOLSA DE RED	\$ 25,00
PACKAGING - BOLSA DE PAPEL	\$ 30,00
TOTAL	\$ 55,00

COSTO TOTAL	\$ 1.178,60
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$ 600,00
TOTAL	\$ 1.778,60

MATERIA PRIMA						
CORPIÑO ART.003	POLISAP	1	M	\$ 500,00	0,3	\$ 150,00
	INTERLOCK	1	M	\$ 400,00	0,3	\$ 120,00
	ELÁSTICO PARTIDO	1	M	\$ 15,00	2	\$ 30,00
	ELÁSTICO BRETEL	1	M	\$ 25,00	2	\$ 50,00
	GANCHO BRETEL	1	U	\$ 5,00	2	\$ 10,00
	CORREDERA PLÁSTICA	1	U	\$ 6,00	2	\$ 12,00
	GANCHO PARA CORPIÑO	1	U	\$ 45,00	1	\$ 45,00
	ETIQUETA RASO	1	U	\$ 1,60	2	\$ 1,60
	ETIQUETA COLGANTE	1	U	\$ 10,00	1	\$ 10,00
	SUBLIMACIÓN	1	M	\$ 170,00	0,3	\$ 51,00
					COSTO M.P	\$ 479,60

COSTOS DIRECTOS FABRICACIÓN	COSTO
MATERIA PRIMA	\$ 479,60
MANO DE OBRA	\$ 180,00
TOTAL	\$ 659,60

COSTOS INDIRECTOS	COSTO
PACKAGING- BOLSA DE RED	\$ 25,00
PACKAGING - CAJA DE CARTÓN	\$ 30,00
TOTAL	\$ 55,00

COSTO TOTAL	\$ 714,60
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$ 500,00
TOTAL	\$ 1.214,60

MATERIA PRIMA						
CORPIÑO ART.004	POLISAP	1	M	\$ 500,00	0,3	\$ 150,00
	INTERLOCK	1	M	\$ 400,00	0,3	\$ 120,00
	ELÁSTICO PARTIDO	1	M	\$ 15,00	2	\$ 30,00
	ELÁSTICO BRETEL	1	M	\$ 25,00	2	\$ 50,00
	GANCHO BRETEL	1	U	\$ 5,00	2	\$ 10,00
	CORREDERA PLÁSTICA	1	U	\$ 6,00	2	\$ 12,00
	GANCHO PARA CORPIÑO	1	U	\$ 45,00	1	\$ 45,00
	ETIQUETA RASO	1	U	\$ 1,60	2	\$ 1,60
	ETIQUETA COLGANTE	1	U	\$ 10,00	1	\$ 10,00
	SUBLIMACIÓN	1	M	\$ 170,00	0,3	\$ 51,00
					COSTO M.P	\$ 479,60

COSTOS DIRECTOS FABRICACIÓN	COSTO
MATERIA PRIMA	\$ 479,60
MANO DE OBRA	\$ 180,00
TOTAL	\$ 659,60

COSTOS INDIRECTOS	COSTO
PACKAGING- BOLSA DE RED	\$ 25,00
PACKAGING - BOLSA DE PAPEL	\$ 30,00
TOTAL	\$ 55,00

COSTO TOTAL	\$ 714,60
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$ 500,00
TOTAL	\$ 1.214,60

MATERIA PRIMA						
CORPIÑO ART.005	POLISAP	1	M	\$ 500,00	0,3	\$ 150,00
	INTERLOCK	1	M	\$ 400,00	0,3	\$ 120,00
	ELÁSTICO PARTIDO	1	M	\$ 15,00	2	\$ 30,00
	ELÁSTICO BRETEL	1	M	\$ 25,00	2	\$ 50,00
	GANCHO BRETEL	1	U	\$ 5,00	2	\$ 10,00
	CORREDERA PLÁSTICA	1	U	\$ 6,00	2	\$ 12,00
	GANCHO PARA CORPIÑO	1	U	\$ 45,00	1	\$ 45,00
	ETIQUETA RASO	1	U	\$ 1,60	2	\$ 1,60
	ETIQUETA COLGANTE	1	U	\$ 10,00	1	\$ 10,00
	SUBLIMACIÓN	1	M	\$ 170,00	0,3	\$ 51,00
					COSTO M.P	\$ 479,60

COSTOS DIRECTOS FABRICACIÓN	COSTO
MATERIA PRIMA	\$ 479,60
MANO DE OBRA	\$ 180,00
TOTAL	\$ 659,60

COSTOS INDIRECTOS	COSTO
PACKAGING- BOLSA DE RED	\$ 25,00
PACKAGING - CAJA DE CARTÓN	\$ 30,00
TOTAL	\$ 55,00

COSTO TOTAL	\$ 714,60
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$ 500,00
TOTAL	\$ 1.214,60

MATERIA PRIMA						
CORPIÑO ART.006	POLISAP	1	M	\$ 500,00	0,3	\$ 150,00
	INTERLOCK	1	M	\$ 400,00	0,3	\$ 120,00
	ELÁSTICO PARTIDO	1	M	\$ 15,00	2	\$ 30,00
	ELÁSTICO BRETEL	1	M	\$ 25,00	2	\$ 50,00
	GANCHO BRETEL	1	U	\$ 5,00	2	\$ 10,00
	CORREDERA PLÁSTICA	1	U	\$ 6,00	2	\$ 12,00
	GANCHO PARA CORPIÑO	1	U	\$ 45,00	1	\$ 45,00
	ETIQUETA RASO	1	U	\$ 1,60	2	\$ 3,20
	ETIQUETA COLGANTE	1	U	\$ 10,00	1	\$ 10,00
	SUBLIMACIÓN	1	M	\$ 170,00	0,3	\$ 51,00
					COSTO M.P	\$ 479,60

COSTOS DIRECTOS FABRICACIÓN	COSTO
MATERIA PRIMA	\$ 479,60
MANO DE OBRA	\$ 180,00
TOTAL	\$ 659,60

COSTOS INDIRECTOS	COSTO
PACKAGING- BOLSA DE RED	\$ 25,00
PACKAGING - BOLSA DE PAPEL	\$ 30,00
TOTAL	\$ 55,00

COSTO TOTAL	\$ 714,60
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$ 500,00
TOTAL	\$ 1.214,60



MATERIA PRIMA						
CORPIÑO ART.007	POLISAP	1	M	\$ 500,00	1	\$ 500,00
	INTERLOCK	1	M	\$ 400,00	0,3	\$ 120,00
	ELÁSTICO PARTIDO	1	M	\$ 15,00	3	\$ 45,00
	ELÁSTICO BRETTEL	1	M	\$ 25,00	4	\$ 100,00
	GANCHO BRETTEL	1	U	\$ 5,00	2	\$ 10,00
	CORREDERA PLÁSTICA	1	U	\$ 6,00	2	\$ 12,00
	CINTA DE RASO	1	M	\$ 5,00	1	\$ 5,00
	ETIQUETA RASO	1	U	\$ 1,60	2	\$ 3,20
	ETIQUETA COLGANTE	1	U	\$ 10,00	1	\$ 10,00
	SUBLIMACIÓN	1	M	\$ 170,00	1	\$ 170,00
					COSTO M.P	\$ 973,60

COSTOS DIRECTOS FABRICACIÓN	COSTO
MATERIA PRIMA	\$ 973,60
MANO DE OBRA	\$ 200,00
TOTAL	\$ 1.173,60

COSTOS INDIRECTOS	COSTO
PACKAGING- BOLSA DE RED	\$ 25,00
PACKAGING - BOLSA DE PAPEL	\$ 30,00
TOTAL	\$ 55,00

COSTO TOTAL	\$ 1.228,60
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$ 600,00
TOTAL	\$ 1.828,60

MATERIA PRIMA						
CORPIÑO ART.008	POLISAP	1	M	\$ 500,00	0,3	\$ 150,00
	INTERLOCK	1	M	\$ 400,00	0,3	\$ 120,00
	ELÁSTICO PARTIDO	1	M	\$ 15,00	2	\$ 30,00
	ELÁSTICO BRETTEL	1	M	\$ 25,00	3	\$ 75,00
	GANCHO BRETTEL	1	U	\$ 5,00	2	\$ 10,00
	CORREDERA PLÁSTICA	1	U	\$ 6,00	2	\$ 12,00
	GANCHO PARA CORPIÑO	1	U	\$ 45,00	1	\$ 45,00
	ETIQUETA RASO	1	U	\$ 1,60	2	\$ 3,20
	ETIQUETA COLGANTE	1	U	\$ 10,00	1	\$ 10,00
	SUBLIMACIÓN	1	M	\$ 170,00	0,3	\$ 51,00
					COSTO M.P	\$ 504,60

COSTOS DIRECTOS FABRICACIÓN	COSTO
MATERIA PRIMA	\$ 504,60
MANO DE OBRA	\$ 180,00
TOTAL	\$ 684,60

COSTOS INDIRECTOS	COSTO
PACKAGING- BOLSA DE RED	\$ 25,00
PACKAGING - BOLSA DE PAPEL	\$ 30,00
TOTAL	\$ 55,00

COSTO TOTAL	\$ 739,60
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$ 500,00
TOTAL	\$ 1.239,60

MATERIA PRIMA						
BOMBACHA ART.009	POLISAP	1	M	\$ 500	0,3	\$ 150,00
	ENCAJE ELASTIZADO	1	M	\$ 400,00	0,3	\$ 90,00
	INTERLOCK	1	M	\$ 400	0,1	\$ 40,00
	ELÁSTICO PARTIDO	1	M	\$ 15	2	\$ 30,00
	ELÁSTICO BRETEL	1	M	\$ 25	0,5	\$ 12,50
	CINTA RASO	1	M	\$ 5	1	\$ 5,00
	SUBLIMACIÓN	1	M	\$ 170	0,3	\$ 51,00
	ETIQUETA RASO	1	U	\$ 2	2	\$ 1,60
	ETIQUETA COLGANTE	1	U	\$ 10	1	\$ 10,00
					COSTO M.P	\$ 390,10

COSTOS DIRECTOS FABRICACIÓN	COSTO
MATERIA PRIMA	\$ 390,10
MANO DE OBRA	\$ 100,00
TOTAL	\$ 490,10

COSTOS INDIRECTOS	COSTO
PACKAGING- BOLSA DE RED	\$ 25,00
PACKAGING- BOLSA DE PAPEL	\$ 30,00
TOTAL	\$ 55,00

COSTO TOTAL	\$ 545,10
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$ 350,00
TOTAL	\$ 895,10

MATERIA PRIMA						
BOMBACHA ART.010	POLISAP	1	M	\$ 500	0,3	\$ 150,00
	INTERLOCK	1	M	\$ 400	0,1	\$ 40,00
	ELÁSTICO PARTIDO	1	M	\$ 15	2	\$ 30,00
	ELÁSTICO BRETEL	1	M	\$ 25	0,5	\$ 12,50
	SUBLIMACIÓN	1	M	\$ 170	0,3	\$ 51,00
	ETIQUETA RASO	1	U	\$ 2	2	\$ 1,60
	ETIQUETA COLGANTE	1	U	\$ 10	1	\$ 10,00
					COSTO M.P	\$ 300,10

COSTOS DIRECTOS FABRICACIÓN	COSTO
MATERIA PRIMA	\$ 300,10
MANO DE OBRA	\$ 100,00
TOTAL	\$ 400,10

COSTOS INDIRECTOS	COSTO
PACKAGING- BOLSA DE RED	\$ 25,00
CAJA DE CARTÓN	\$ 30,00
TOTAL	\$ 55,00

COSTO TOTAL	\$ 455,10
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$ 350,00
TOTAL	\$ 850,10



MATERIA PRIMA						
BOMBACHA ART.013	POLISAP	1	M	\$ 500	0,3	\$ 150,00
	INTERLOCK	1	M	\$ 400	0,1	\$ 40,00
	ELÁSTICO PARTIDO	1	M	\$ 15	2	\$ 30,00
	ELÁSTICO BRETTEL	1	M	\$ 25	0,5	\$ 12,50
	CINTA RASO	1	M	\$ 5	1	\$ 5,00
	SUBLIMACIÓN	1	M	\$ 170	0,3	\$ 51,00
	ETIQUETA RASO	1	U	\$ 2	1	\$ 1,60
	ETIQUETA COLGANTE	1	U	\$ 10	1	\$ 10,00
						COSTO M.P \$ 300,10

COSTOS DIRECTOS FABRICACIÓN	COSTO
MATERIA PRIMA	\$ 300,10
MANO DE OBRA	\$ 100,00
TOTAL	\$ 400,10

COSTOS INDIRECTOS	COSTO
PACKAGING- BOLSA DE RED	\$ 25,00
PACKAGING- BOLSA DE PAPEL	\$ 30,00
TOTAL	\$ 55,00

COSTO TOTAL	\$ 455,10
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$ 350,00
TOTAL	\$ 850,10

MATERIA PRIMA						
BOMBACHA ART.014	POLISAP	1	M	\$ 500	0,3	\$ 150,00
	INTERLOCK	1	M	\$ 400	0,1	\$ 40,00
	ELÁSTICO PARTIDO	1	M	\$ 15	2	\$ 30,00
	ELÁSTICO BRETTEL	1	M	\$ 25	0,5	\$ 12,50
	CINTA RASO	1	M	\$ 5	1	\$ 5,00
	SUBLIMACIÓN	1	M	\$ 170	0,3	\$ 51,00
	ETIQUETA RASO	1	U	\$ 2	2	\$ 1,60
	ETIQUETA COLGANTE	1	U	\$ 10	1	\$ 10,00
						COSTO M.P \$ 300,10

COSTOS DIRECTOS FABRICACIÓN	COSTO
MATERIA PRIMA	\$ 300,10
MANO DE OBRA	\$ 100,00
TOTAL	\$ 400,10

COSTOS INDIRECTOS	COSTO
PACKAGING- BOLSA DE RED	\$ 25,00
PACKAGING- BOLSA DE PAPEL	\$ 30,00
TOTAL	\$ 55,00

COSTO TOTAL	\$ 455,10
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$ 350,00
TOTAL	\$ 850,10

Fuente: Elaboración propia.

## 5.4 Conclusiones

Ante la observación de la falta de lencería que satisficiera necesidades funcionales y estéticas de estas mujeres, surge el propósito de desarrollar una marca que cubriera y contemplara, esas falencias detectadas a través de un proceso de investigación.

Este proyecto demuestra que posible que las tallas grandes puedan ser incluidas en el mercado, generando gran cantidad de posibilidades para el crecimiento a nivel local y nacional, de la marca.

Los primeros prototipos se realizaron de la mejor manera posible en el momento de llevarlas a cabo, con las máquinas a disposición, pero podrían haber quedado aún mejor, en cuanto a las terminaciones que solo una collareta podría lograr, por ejemplo.

En cuanto a la prolijidad y desarrollo de la molderia, estas prendas nos permitieron visualizar y corroborar, si se realizaron de forma correcta, siguiendo los pasos indicados para realizar la molderia básica que nos fueron enseñados a lo largo de la carrera.

Luego de pruebas de calce, se observó que la molderia era correcta, y solo debía mejorarse las terminaciones a través de maquinaria específica, como puede verse en las imágenes.

La colección puede ser enriquecida a futuro, debido al corto plazo con el que se contaba, se buscó cumplir y mostrar de forma completa, como podemos con recursos visuales, formas, tipologías y recursos de molderia, crear prendas que satisfagan eficazmente las necesidades y preferencias de las usuarias.

Las opiniones de las encuestadas fueron clave para el desarrollo de este proyecto, las mismas nos brindaron todo lo necesario para que pudiéramos crear diseños únicos, precisos y específicos para ellas.



## Referencias bibliográficas

- AnyBody Argentina, (2019). *La ley de talles*.  
Recuperado de: [https://buenosaires.endangeredbodies.org/la\\_ley\\_de\\_talles](https://buenosaires.endangeredbodies.org/la_ley_de_talles)
- Anónimo. (8 de Septiembre de 2018), La verdad sobre las feministas que "quemaron" sus sostenes hace 50 años. *BBC News*.  
Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-45411571>
- Cedeño R., Lisette C., Maldonado P., Lida A. , Semiglia S., Stefanie J., (2011), *Proyecto para la creación de una empresa destinada al diseño, fabricación y comercialización de línea de ropa interior de mujeres con sobrepeso en la ciudad de Guayaquil* (Tesis de Grado). Escuela Superior Politécnica del Litoral Facultad de Economía y Negocios. Guayaquil.  
Recuperado de:  
<http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/20604>
- De luca J. y Añon Roig MJ., (1990) *Necesidades, razones, derechos*. Alicante: Doxa.  
Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10045/10819>
- Espin Lopez J. V., Marin Gracia M. A. y Rodriguez Lajo M., (2012). *Las imágenes de las mujeres en la publicidad estereotipos y sesgos*.  
Recuperado de:  
[https://www.researchgate.net/publication/277260383\\_Las\\_imagenes\\_de\\_las\\_mujeres\\_en\\_la\\_publicidad\\_estereotipos\\_y\\_sesgos](https://www.researchgate.net/publication/277260383_Las_imagenes_de_las_mujeres_en_la_publicidad_estereotipos_y_sesgos)
- Gladys Quevedo (2005). *Lencería y corsetería*. Buenos Aires: Editores Utilísima.
- Gulayin L., Ungaro P. M., (2019). *Lencería: cambios sociales y problemática de género la artificialidad naturalizada – relación de la lencería con la mujer objeto*. (Trabajo de Investigación). Facultad de Bellas Artes. La Plata.  
Recuperado de:  
[http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/83761/Documento\\_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/83761/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Anónimo. (29 de Enero de 2019), El 70% de los argentinos tiene dificultad para encontrar ropa de su talle. *Infobae*.  
Recuperado de: <https://www.infobae.com/tendencias/2019/01/29/el-70-de-los-argentinos-tiene-dificultad-para-encontrar-ropa-de-su-talle/>
- Henao J. y Córdoba JF., (2007), *Comportamiento del consumidor, una mirada sociológica*, Vol 3, Colombia, Unilibre Cali.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INDEC), (2010). *Población total por sexo y grupo de edad, según provincia*.  
Recuperado de: <https://www.indec.gov.ar/indec/web/Nivel4-Tema-2-18-77>
- Instituto Nacional Técnico Industrial (INTI), (2017). *Talles a la medida del cuerpo argentino*.  
Recuperado de: <https://www.inti.gov.ar/noticias/21-asistencia-regional/889-talles-a-la-medida-del-cuerpo-argentino>
- Ley N°10302, (2015), Artículos 1,4 y 7.  
Recupera de:  
<http://web2.cba.gov.ar/web/leyes.nsf/85a69a561f9ea43d03257234006a8594/99f2f2f46f21800503257ec80065e4ef?OpenDocument>
- Lencería Mayorista Mc Cartney, s.f, Tienda Online.  
Recuperado de: <https://www.lenceriamccartney.com.ar/tendencias-lenceria-2020/>
- Mena G. y Encarnación M. (2012). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de lencería para mujer en el cantón la Maná provincia de Cotopaxi* (Tesis de grado). Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga.  
Recuperado de: <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/1411/1/T-UTC-0990.pdf>
- Ministerio de Salud, (2020). *Obesidad y sobrepeso*.  
Recuperado de <https://www.argentina.gob.ar/salud/alimentacion-saludable/obesidad>
- Noel M.C., Cailloux M., (2015). *Diseño Textil*, Francia, Promopress.

- Norma Iram 75305, (1998). *Designación de talles para la indumentaria. Prendas interiores y trajes de baño para mujeres y jóvenes.*  
Recuperado de: <https://catalogo.iram.org.ar/#/normas/detalles/6485>
- Organización Mundial de la Salud, (2020). *Obesidad.*  
Recuperado de: <https://www.who.int/topics/obesity/es/>
- Organización Mundial de la Salud (OMS), (2020). *Obesidad y sobrepeso.*  
Recuperado de: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>
- Orgaz C. J. (14 de Mayo de 2019). Los países de América Latina donde más ha crecido la obesidad. *BBC News.*  
Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-48258937>
- Real Academia Española (RAE), (2019). *Definición de Lencería.*  
Recuperado de: <https://dle.rae.es/lencer%C3%ADa>
- Santos Silva A., (2015). *Imagen corporal, funcionamiento sexual y autoestima en mujeres brasileñas con un Índice de Masa Muscular (IMC) elevado.* (Tesis Doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona. Bellaterra.  
Recuperado de:  
<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/310214/ass1de1.pdf?sequence=1>
- Secretaria de Gobierno de Salud e Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INDEC), (2018). *En Argentina aumento el sobrepeso, la obesidad, la diabetes y el sedentarismo.*  
Recuperado de: <https://www.argentina.gob.ar/noticias/en-argentina-aumento-el-sobrepeso-la-obesidad-la-diabetes-y-el-sedentarismo>

## Referencias de figuras

- Figura Nº1 - Los países están ordenados de mayor a menor tasa de obesidad en la actualidad.

Fuente: BBC News Mundo, (2019). *Los países de América Latina donde más ha crecido la obesidad.*

Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-48258937>

- Figura N°2- Ranking de impacto económico.

Fuente: Fundación Oulton, (2016). *Sobrepeso y obesidad.*

Recuperado de: <http://fundacionoultton.com.ar/sobrepeso-y-obesidad/>

- Figura N°3- Pirámide de Maslow

Fuente: Elaboración propia a partir de la lectura de Vasquez Muñoz M. del Pilar, Valbuena de la Fuente F., 2010, *La pirámide de necesidades de Abraham Maslow.*

- Recuperado de:

<http://cleuadistancia.cleu.edu.mx/cleu/flash/PAG/lecturas/poligrafia/Piramide%20necesidades%20Maslow.pdf>

- Figura N°4 - *Causas más frecuentes por las que están infelices con sus cuerpos las mujeres*

Fuente: Bodies Endangered Argentina, (2019). *La ley de talles.*

Recuperado de: [https://buenosaires.endangeredbodies.org/la\\_ley\\_de\\_talles](https://buenosaires.endangeredbodies.org/la_ley_de_talles)

- Figura N°5 – *Conjunto de lencería Mc Cartney.*

Fuente: Tienda online de la marca Mc Cartney.

Recuperado de: <https://www.lenceriamccartney.com.ar/tendencias-lenceria-2020/>

- Figura N°6 - *Avíos Básicos para confeccionar lencería.*

Fuente: Lencería y corsetería, (2005). Buenos Aires, Editores Utilisima.

- Figura N°7 - *¿Te cuesta conseguir prendas que te gusten en tu talle?*

Fuente: Elaboración propia.

Recuperado de:

[https://docs.google.com/forms/d/1h0nXOzx52kdj8c0ooJLI\\_dkBMhnSzL0JqZvuvxFWQvY/edit#responses](https://docs.google.com/forms/d/1h0nXOzx52kdj8c0ooJLI_dkBMhnSzL0JqZvuvxFWQvY/edit#responses)

- Figura N°8 – Sentimiento a la hora de ir de compras en mujeres con sobrepeso

Fuente: Elaboración propia

Recuperado de:

[https://docs.google.com/forms/d/1h0nXOzx52kdj8c0ooJLI\\_dkBMhnSzL0JqZvuvxFWQvY/edit#responses](https://docs.google.com/forms/d/1h0nXOzx52kdj8c0ooJLI_dkBMhnSzL0JqZvuvxFWQvY/edit#responses)

- Figura N°9 – Red conceptual entrevista de vendedor.  
Fuente: Elaboración propia.
- Figura N° 10 – *Red conceptual entrevista a diseñadora 1y2*.  
Fuente: Elaboración propia.
- Figura N° 11 – *Moodboard* Conceptual  
Fuente: Elaboración propia.
- Figura N°12 – Paleta de colores  
Fuente: Elaboración propia.
- Figura N°13 – *Moodboard* de usuario.  
Fuente: Elaboración propia.
- Figura N° 14 – Tabla de talles.  
Fuente: Elaboración propia, a partir de la lectura de Norma Iram N°75305, (1998). *Talles para confección de prendas interiores y trajes de baño para mujeres y jóvenes*.
- Figura N° 15 – Puntos de tensión en el cuerpo de las mujeres con sobrepeso u obesidad.  
Fuente: Elaboración propia.
- Figura N° 16– Cuadro de contantes y variables.  
Fuente: Elaboración propia.
- Figura N° 17 – Muestrario de tejidos.  
Fuente: Elaboración propia.
- Figura N° 18 – Muestrario de avíos.  
Fuente: Elaboración propia.
- Figura N° 19 –Conjunto N°6, colección “Belleza curvilínea” .  
Fuente: Elaboración propia.
- Figura N°20 – Corpiño, conjunto N°6.  
Fuente: Elaboración propia.

- Figura N° 21 –Espalda corpiño, conjunto N°5.  
Fuente: Elaboración propia.
- Figura N° 22 – Detalle bombacha, conjunto N°5.  
Fuente: Elaboración propia.
- Figura N° 23 – Conjunto N°4.  
Fuente: Elaboración propia.
- Figura N° 24 – Conjunto N°5.  
Fuente: Elaboración propia.
- Figura N° 25 – Conjunto N°2.  
Fuente: Elaboración propia.
- Figura N° 26 – Conjunto N°7.  
Fuente: Elaboración propia.
- Figura N° 27 – Conjunto N°5.  
Fuente: Elaboración propia.
- Figura N° 28 – Etiqueta colgante.  
Fuente: Elaboración propia.
- Figura N° 29 – Etiqueta interna.  
Fuente: Elaboración propia.
- Figura N° 30 – Fasco de cuidados.  
Fuente: Elaboración propia.
- Figura N° 31 – Packaging.  
Fuente: Elaboración propia.
- Figura N° 32 – Costos de fabricación.  
Fuente: Elaboración propia.

### Referencias de tablas:

- Tabla 1 – Ficha técnica entrevista  
Fuente: Elaboración propia
- Tabla 2 – Ficha técnica encuesta  
Fuente: Elaboración propia
- Tabla 3: Preferencia de materiales en ropa interior de mujeres con sobrepeso u obesidad.  
Fuente: Elaboración propia a partir  
Recuperado de:  
[https://docs.google.com/forms/d/1h0nXOzx52kdj8c0ooJLI\\_dkBMhnSzL0JqZvuvxFWQvY/edit#responses](https://docs.google.com/forms/d/1h0nXOzx52kdj8c0ooJLI_dkBMhnSzL0JqZvuvxFWQvY/edit#responses)
- Tabla 4: Condicionantes, requerimientos y premisas.  
Fuente: Elaboración propia  
Recuperado de:  
[https://docs.google.com/forms/d/1h0nXOzx52kdj8c0ooJLI\\_dkBMhnSzL0JqZvuvxFWQvY/edit#responses](https://docs.google.com/forms/d/1h0nXOzx52kdj8c0ooJLI_dkBMhnSzL0JqZvuvxFWQvY/edit#responses)
- Tabla 5 – Grafica de Gantt.  
Fuente: Elaboración propia

## Anexos

### Entrevista a vendedor

- **¿Qué clase de prendas comercializa?**
- La clase de prendas que por lo general comercializo son informales, estilo jeans, remeritas, buzos, cárdigan, etc.; y de noche, como pueden ser vestidos de fiesta, palazos, entre otras cosas.
- **¿Qué rango de talles utiliza para abastecer su negocio?**
- Los rangos de talle que busco están entre el L al 6xl y en pantalones desde el 42 al 60.
- **¿Cree que en Córdoba existe variedad de prendas en talles grandes?**

- Creo que en Córdoba si hay más variedad, ya que creció la cantidad de locales que se dedican a talles especiales, pero algunos se quedan solo en el talle, y no tanto en lo estético.
- **¿Qué criterios busca cumplir a la hora de abastecer su negocio?**  
El criterio que generalmente busco es tener gran variedad, como para todos los gustos, y que mis clientas no se vayan con las manos vacías, por no conseguir algo que les guste.
- **¿Le cuesta encontrar prendas que los cumplan del todo?**  
Ahora en esta época no me cuesta tanto conseguir lindos modelos de ropa, pero años anteriores sí que era bastante más complicado.
- **¿Cree usted que las marcas cumplen con la ley de talles en Córdoba?**  
La verdad que no, habitualmente veo que hay locales que no cumplen con la ley de talles, y es bastante molesto.
- **¿Logra encontrar modelos de prendas que estén a la moda, sean modernos y estéticos?**  
Si hay variedad de prendas modernas y estéticas, quizás la falta de variedad no está en Buenos Aires que es donde yo voy a comprar, sino acá en Córdoba.
- **¿Cuáles cree que son las falencias principales en el mercado de indumentaria local, con respecto a los talles grandes?**  
Creo que la falencia principal es que no todas las fábricas se animan a confeccionar talles grandes porque los talles únicos o los más pequeños, son los que mayor ganancia les da.
- **¿Qué características cree que deben tener las prendas, de una marca de indumentaria para tallas grandes?**  
Las características es que sean productos lindos, buenos y baratos, en el sentido de que si traigo prendas con un costo muy elevado, debo revenderlas a un precio aun mayor y eso ya no funcionaría bien.
- **Si tuviera que describir a su clienta habitual, ¿Como lo haría?**  
Mis clientas habituales las describiría como si fueran una amiga más a la cual le estoy buscando algo que ponerse para alguna ocasión.



## Entrevista a diseñadora 1

- **¿Cuáles cree que son los errores más comunes que tienen las prendas de lencería en talles grandes?**

Creo que los errores principales son contar con medidas estándar, ya que varían mucho las medidas en los talles grandes (por ahí tienen poco busto y mucha espalda, poca cola y mucha cadera). Tampoco se puede trabajar cada conjunto a la medida de cada clienta, pero si se puede crear una tabla de talles que desdibuje ese límite tan extremo que existe hoy en los talles.

- **¿La moldería se debe adaptar a las tallas grandes? ¿O cree que solo hay que incluir una progresión más amplia?**

Si, definitivamente debería haber una protección más amplia para los diferentes tipos de cuerpos, existen bombachas en el mercado que dicen ser más grandes y cuando las usan se dan con que la parte de la entrepierna es súper finita y no queda ni lindo ni cómodo.

- **¿Considera que se cumple con la Ley de talles en Córdoba?**

Por mi experiencia en lencería para mí no se cumplen las leyes de talles, casi todas mis clientas me buscan por trabajar con medidas reales y a veces hasta hago trabajos exclusivamente a medida.

- **¿Cuáles cree que son los materiales óptimos para desarrollar una colección de lencería para mujeres con sobrepeso u obesidad?**

Los materiales me parece que pueden ser todos, eso va más por el gusto de la persona más que por lo específico. Hay chicas gorditas que aman el encaje, y otras que no, así q eso es indistinto.

- **¿Qué características debería tener un corpiño para que sea funcional y cómodo para estas mujeres?**

Generalmente las chicas con sobrepeso piden que el corpiño les sostenga todo. Pero yo pienso que cualquier modelo que respete su talle les quedaría cómodo.

- **¿Y las características de una bombacha, cuáles serían para usted?**

Y lo mismo pienso de la bombacha, es cuestión de gustos, pero hoy en día las chicas usan de todo sin tantos tabúes como en otros tiempos, asique creo que cualquier bombacha en su debido talle, tiene que quedarle bien al cuerpo.

## Entrevista a diseñadora 2

- **¿Cuáles cree que son los errores más comunes que tienen las prendas de lencería en talles grandes?**

Creo que uno de los errores más comunes, es el talle de espalda, y las proporciones en diseño. Suelen hacer más larga la tira de la cintura, pero dejar de lado las tiras de bretel, o el tamaño de la tasa no es muy proporcionado, todo esto afecta al calce y agarre del corpiño.

- **¿La moldería se debe adaptar a las tallas grandes? ¿O cree que solo hay que incluir una progresión más amplia?**

Considero que el diseño se debe adecuar a los talles grandes dependiendo cual sea la curva que estemos hablando, porque la moldería es un reflejo del diseño y el curva que use la marca.

- **¿Considera que se cumple con la Ley de talles en Córdoba?**

Creo que la ley de talles no se cumple, ya que siempre como usuarios encontramos una curva amplia en numeración pero poca en progresión.

- **¿Cuáles cree que son los materiales óptimos para desarrollar una colección de lencería para mujeres con sobrepeso u obesidad?**

Creo que los materiales deberían ser los mismos, Lycra, encajes, algodón, siempre que cumplan con las funciones de sostener el busto, muchas veces se utilizan recursos en moldería esenciales para un mejor soporte.

- **¿Qué características debería tener un corpiño para que sea funcional y cómodo para estas mujeres?**

Buen agarre, soporte en la parte inferior y los breteles no deben ser finitos, sino más bien gruesos como para soportar el peso del busto grande, de igual modo no es necesario que sea extremadamente ancho.

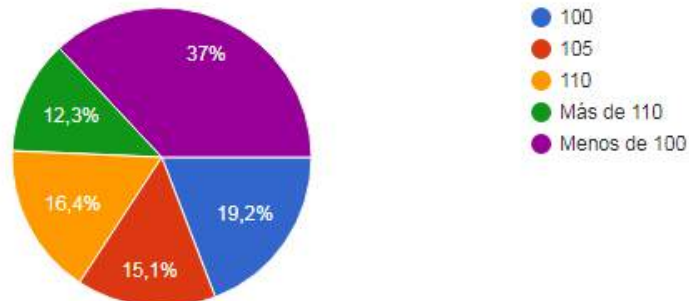
- **¿Y las características de una bombacha, cuáles serían para usted?**

Creo que por cuestión de preferencias en las usuarias, puede llegar a ser algo de algodón para evitar roces y molestias, y el modelo debiera ser más bien anchito, como para que no saque rollitos, deben ser ajustables y anatómicas.

## Encuesta

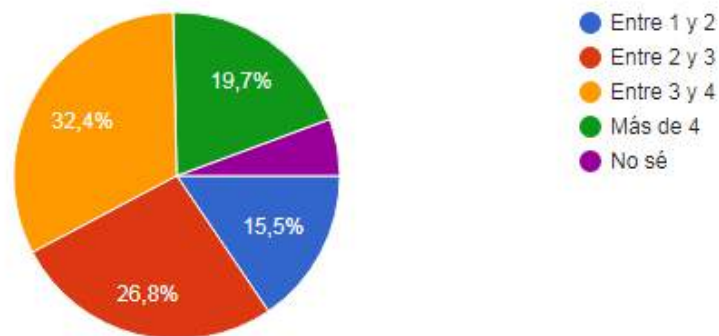
¿Qué talla de corpiño usas?

73 respuestas



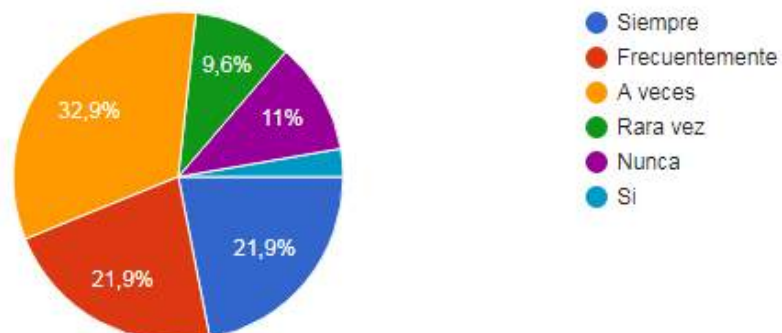
¿Qué talla de bombacha usás?

71 respuestas



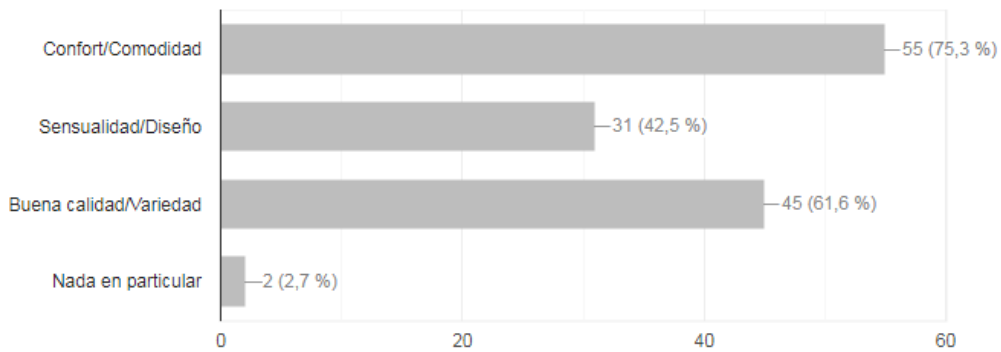
¿Te cuesta conseguir prendas que te gusten en tu talla?

73 respuestas



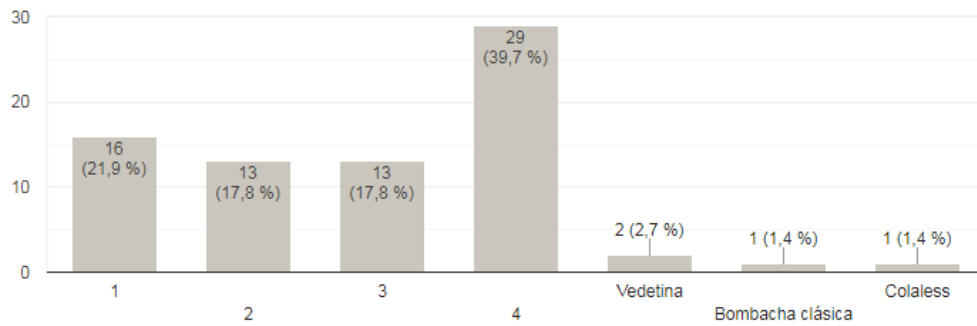
¿Que buscás a la hora de comprar ropa interior? Marca todas las que creas necesarias

0 de 73 respuestas correctas



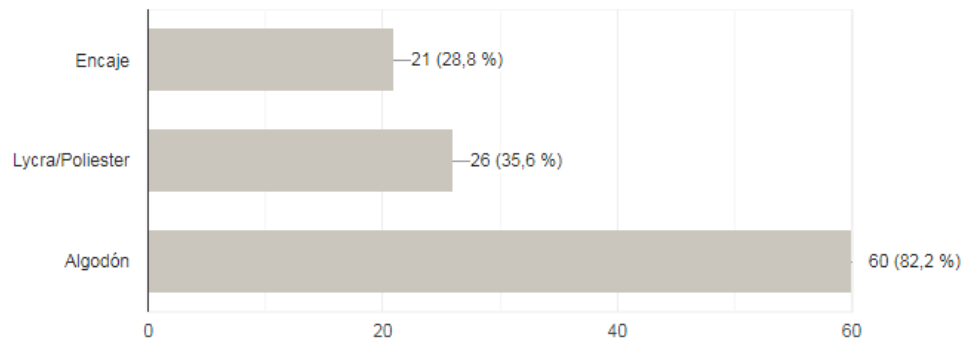
Según tu preferencia, ¿Con cuál de estas bombachas te sentis mas identificada del 1 al 4?

73 respuestas



Segun tu preferencia, ¿ Que materiales preferis? Marca todas las que creas necesarias

73 respuestas



**Según tu preferencia ordena del 1 al 4 las siguientes características: Comodidad, Sensualidad, Soporte, Estilo, Nada en particular, Otro (¿cuál?)**

Principalmente las mujeres ordenaron de la siguiente manera:

Comodidad

Soporte

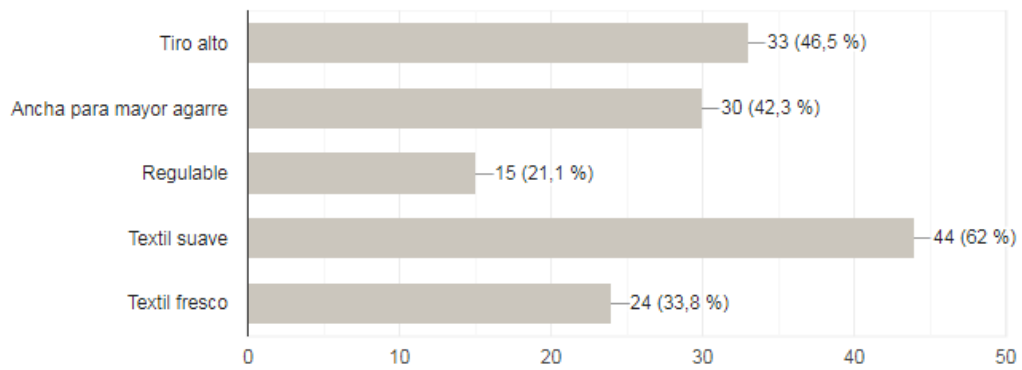
## Estilo

## Sensualidad

Además algunas agregaron, que buscan calidad y variedad en colores y estampas.

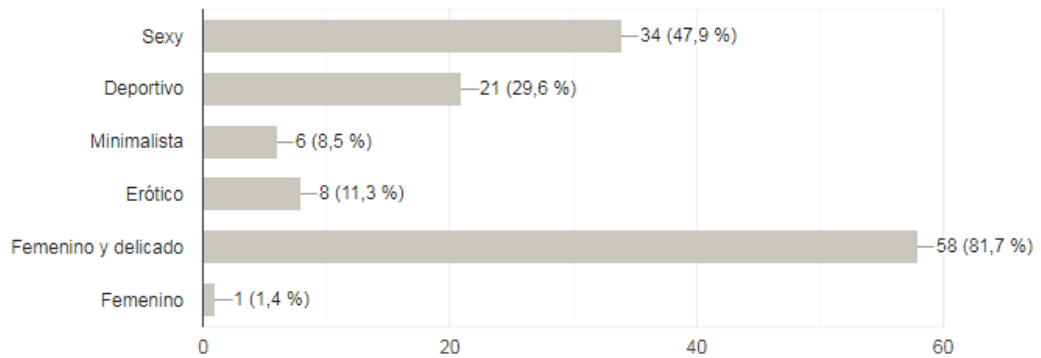
¿Qué características buscas en una bombacha en cuanto a la comodidad? Marca todas las que creas necesarias

71 respuestas



¿Y en cuanto al estilo de la ropa interior, que características buscas? Marca todas las que creas necesarias

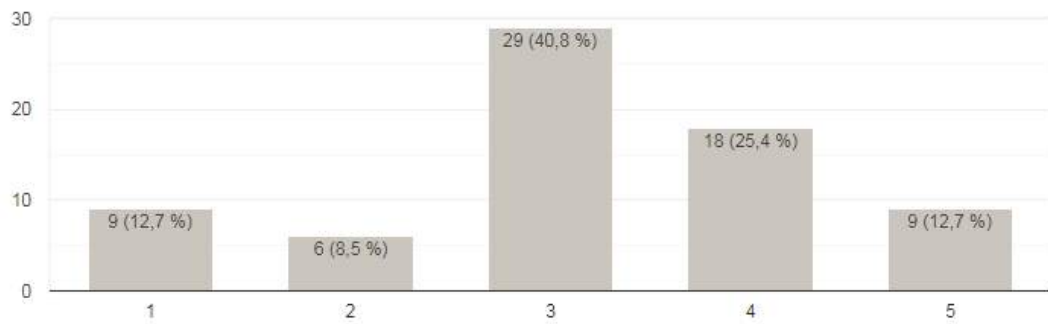
71 respuestas



¿Como encontrarás el ir a comprar ropa interior?



71 respuestas



¿Cómo sería tu conjunto de lencería perfecto?

La mayoría de estas mujeres, opinaron que su conjunto ideal o perfecto sería, sensual, cómodo y delicado, sin arco y anchos para evitar que salgan “rollitos”.