

Universidad Siglo 21



TRABAJO FINAL DE GRADO

PROYECTO DE DISEÑO

Diseño Adaptado al Usuario

Traje de Baño y Ley de Talles en Argentina

Licenciatura en Diseño de Indumentaria y Textil

Autor/a: VARELA LUANA

Legajo: IND01391

DNI: 41307969

Tutor/a: Ana Cubeiro

Córdoba, Noviembre de 2021

## Índice

<b>Resumen</b> .....	4
<b>Palabras claves</b> .....	4
<b>Abstract</b> .....	4
<b>Keywords</b> .....	5
<b>Introducción</b> .....	6
<b>1. Definición estratégica</b> .....	9
<b>1.1 Problema de diseño</b> .....	9
<b>1.1.1 Subproblemas de diseño</b> .....	9
<b>1.2 Objetivos generales</b> .....	9
<b>1.2.1 Objetivos específicos</b> .....	9
<b>Justificación</b> .....	11
<b>2. Marco teórico</b> .....	12
<b>2.1 La mujer y el traje de baño</b> .....	12
<b>2.1.1 Body Positive</b> .....	13
<b>2.2 Ley de talles</b> .....	15
<b>2.2.1 Ley de talles y salud mental</b> .....	19
<b>2.2.2 Normas IRAM</b> .....	20
<b>2.3 El traje de baño en Argentina</b> .....	21
<b>2.3.1 Problemas que se encuentran al usar traje de baño</b> .....	23
<b>2.4 Conclusión</b> .....	24
<b>3. Información e investigación</b> .....	25
<b>3.1 Ficha técnica del diseño metodológico</b> .....	25
<b>3.2 Análisis de antecedentes, resultados y datos obtenidos de la investigación...</b>	26
<b>3.2.1 Encuesta</b> .....	26
<b>3.2.2 Entrevista</b> .....	30
<b>3.2.3 Referentes de diseño</b> .....	31

<b>3.2.4 Conclusión</b> .....	37
<b>4. Concepto de diseño</b> .....	39
<b>5. Programa de diseño</b> .....	40
<b>6. Cronograma</b> .....	42
<b>7. Alternativas de diseño</b> .....	43
<b>7.1 Moodboard</b> .....	43
<b>7.2 Cuadro de constantes y variables</b> .....	44
<b>7.3 Cuadro de tipologías</b> .....	46
<b>7.4 Colección</b> .....	47
<b>8. Propuesta final de diseño</b> .....	61
<b>8.1 Definición técnica</b> .....	61
<b>8.1.1 Tabla de talles</b> .....	61
<b>8.1.2 Ficha técnica de producto</b> .....	61
<b>8.1.3 Ficha técnica de medidas</b> .....	83
<b>8.1.4 Ficha técnica de materiales</b> .....	105
<b>8.1.5 Ficha técnica de avíos</b> .....	107
<b>8.1.6 Ficha técnica de textura / estampa</b> .....	109
<b>8.1.7 Ficha técnica de combinaciones</b> .....	117
<b>8.2 Etiquetas</b> .....	124
<b>9. Propuesta final de marca</b> .....	126
<b>9.1 Identidad de marca y Branding</b> .....	128
<b>9.2 Estrategias productivas</b> .....	128
<b>9.2.1 Estrategias productivas y cadena de valor</b> .....	128
<b>9.2.2 Estrategias comunicación y/o comercialización</b> .....	128
<b>10. Análisis de costos</b> .....	130
<b>11. Conclusiones</b> .....	142
<b>Referencias</b> .....	143
<b>Anexos</b> .....	146

## **Resumen**

En el proyecto "Traje de Baño y Ley de Talles en Argentina", se abordó la problemática de cómo crear una colección que se adapte a todos los tipos de cuerpos y, además, cumpla la Ley N° 3330 de Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Se realizó una investigación sobre las leyes vigentes actualmente y se llegó a la conclusión de que muy pocas marcas la cumplen. También, se investigó la forma en que el incumplimiento de esta ley afecta, tanto a hombres como mujeres, de forma emocional y física causando problemas de autoestima en las personas.

Se creó una tabla de talles que abarca del talle uno al talle nueve a partir del análisis de tablas de talles ya establecidas. Se diseñó una colección que abarca diferentes tipologías, para los diferentes tipos de cuerpo. Además, todos los conjuntos diseñados se pensaron para que cada mujer pueda adaptarla a sus gustos y necesidades, y es por esto, que cada prenda se pensó para ser confeccionada en los diferentes textiles, texturas y estampas de la colección y así, de esta forma, poder ser intercambiables y que cada usuario elija el traje de baño que más le satisfaga.

**Palabras Claves:** ley de talles, body positive, traje de baño, salud mental, autoestima

## **Abstract**

In the project "Swimwear and Size Law in Argentina", the problem of how to create a collection that adapts to all body types and, in addition, complies with the size law was addressed. An investigation was carried out on the laws currently in force and it was concluded that very few brands comply with them. Also, the way in which non-compliance with this law affects both men and women emotionally and physically was investigated, causing self-esteem problems in people.

A size chart was created that ranges from size one to size nine from the analysis of already established size charts. A collection was designed that encompasses different typologies, for different body types. In addition, all the sets designed were designed so that each woman can adapt it to her tastes and needs, and that is why each garment was designed

to be made in the different textiles, textures and prints of the collection and thus, in this way , to be interchangeable and that each user chooses the swimsuit that best suits them.

### **Keywords**

- Sizes Law
- Body Positive
- Swimwear
- Mental Health
- Esteem

En el presente proyecto titulado, “Traje de Baño y Ley de Talles en Argentina”, se desarrollará la problemática de la discriminación, los estereotipos, los problemas psicológicos y físicos que se llevan a cabo por la falta de unificación de la Ley de Talles en las marcas que se dedican a la producción y comercialización de trajes de baño.

En la actualidad existen muchas mujeres que tienen problemas a la hora de adquirir un traje de baño, muchos de esos problemas están abarcados por el incumplimiento de la ley de talles y muchos otros por la falta de conocimiento sobre las necesidades reales que tienen las mujeres, no solo a lo que estética se refiere, sino a la comodidad, textiles, entre otros. Es importante que las marcas reconozcan estas problemáticas para poder brindar un producto que se adapte a todos los tipos de cuerpos y no solo a unos pocos, entender que todas quieren utilizar prendas que estén de moda y no sentir exclusión y discriminación por parte de las marcas. Comercializar productos que sean aptos para todas es uno de los objetivos que pretende cumplir este proyecto.

Esta tesis, en su desarrollo, esta principalmente enfocada en la Ley N° 3330 de Ciudad Autónoma de Buenos Aires, promulgada en el año 2009 y reglamentada por el Decreto 172/12 el 27 de marzo de 2012. Se utilizará esta ley ya que es muy completa, porque abarca todos los talles, del 36 al 50, tanto de mujeres como de varones, y para todas las edades (Santilli y Pérez, 2009).

También se hará mención de la última ley reglamentada, Ley de Talles N°27.521, la cual se reglamentó el 10 de junio de 2021 a través del decreto 375/2021, “establece la aplicación obligatoria en todo el país del Sistema Único Normalizado de Talles de Indumentaria (SUNITI) que hace a la fabricación, confección, importación y comercialización, tanto presencial como digital, de indumentaria” (Argentina.gob.ar, 2021, párr. 1).

Se analizará, no en profundidad, la Ley de Talles 12.665 de la Provincia de Buenos Aires reglamentada en 2005, la cual, según la ONG Mujeres en Igualdad (M.E.I), el 75% de las marcas no respeta. Esta ley está hecha principalmente para adolescentes que no responden al canon de belleza impuesto por una sociedad que discrimina (Clarín, 2010). Y la Ley de Talles 10.302 de la provincia de Córdoba, promulgada en el año 2015, en la cual

se establece que las industrias que fabriquen y comercialicen indumentaria deberán cubrir todos los talles necesarios (Noticias Gobierno de Córdoba, 2015).

Es importante destacar que el incumplimiento de esta ley ha llevado, no solo a generar problemas físicos en las personas, sino también psicológicos. Puede parecer que una ley de talles no sería una gran solución para mejorar la autoestima de las personas, pero si lo es ya que si esta ley se cumpliría las mujeres que no abarcan los talles como S, M y L no sentirían que sus cuerpos no son parte de la industria.

Los fabricantes de ropa deben cumplir la norma IRAM 75.300 y sus actualizaciones al momento de elaborar indumentaria, en la que se indica el sistema de talles normalizado. El INADI (Instituto Nacional contra la Discriminación, Xenofobia y Racismo) trabaja para sensibilizar a los empresarios sobre una sociedad más igualitaria e inclusiva, y que la ropa pueda ser usada por todos (Gioria, Mesa y Escudero, 2014).

Los medios de comunicación también son un factor importante que influye en la autoestima de las personas. Es por esto, que se abarcará como las marcas intentan mostrar modelos perfectos de mujeres y como la sociedad las estereotipa, de que forma afecta la publicidad y que impacto tiene, por ejemplo, el uso del Photoshop. También, es importante destacar, que a través del movimiento body positive muchas de estas marcas se han ido modificando a los largos de los años.

La representación de los cuerpos en redes sociales y en los medios de comunicación, es a través de modelos hegemónicos. Se propagan estándares de bellezas imposibles de alcanzar y que, la mayoría de las veces, solo representa una parte de la población. El body positive viene a inundar las redes con el objetivo de fomentar la auto aceptación y de mostrar cuerpos reales y comunes, mostrando que existe belleza en todos los tipos de cuerpo (Puntual, 2021).

La sociedad ha evolucionado y cada vez existe mayor inclusión, pero está claro que aún son pocas las marcas que manejan una tabla de talles que se adapte a más de tres tipos de cuerpos. Las mencionadas en este proyecto son algunas de las pioneras en Argentina que

comenzaron a incorporar poco a poco más talles a sus productos. Fomentan la inclusión y la aceptación propia.



## **1. Definición Estratégica**

### **1.1 Problema de Diseño**

¿Cómo diseñar una colección de trajes de baño que cumpla la ley de talles y se adapte tanto a mujeres jóvenes como a mayores?

#### **1.1.1 Subproblemas**

- ¿Qué tipo de textiles se utilizarán?
- ¿Cómo será la metodología para desarrollar todas las tipologías y talles para la colección?
- ¿Qué tabla de talles se utilizará?
- ¿Qué modelos serán los más óptimos para adaptarse a todos los tipos de cuerpo?
- ¿Qué tipos de avíos se utilizarán que sean aptos para el agua?
- ¿A qué tipo de usuario está dirigida la colección? ¿Qué necesidad de uso requiere el usuario?

### **1.2 Objetivo General**

Diseñar una colección de trajes de baño para mujeres de todas las edades y con diferentes tipos de cuerpo, cumpliendo con la Ley de Talles 3330 de Ciudad Autónoma de Buenos Aires, para poder lograr inclusión y que todas puedan tener diseños modernos que se adapten a sus necesidades.

#### **1.2.1 Objetivos específicos**

- Analizar la reglamentación estipulada por la Ley de Talles 3330 de Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Identificar el usuario al que está dirigida la colección.
- Identificar las necesidades y requerimientos del traje de baño.
- Analizar el impacto que tiene el traje de baño en las mujeres y la estereotipación de estas por parte de la sociedad.
- Identificar los requerimientos para realizar todos los talles necesarios.

- Describir que tipo de textil y avíos son aptos para confección de trajes de baño.
- Analizar que tipo de tipología se adapta mejor a cada cuerpo.
- Analizar la confección que se requerirá para la producción.

## Justificación

En el año 2020 la ONG Anybody Argentina, que es parte del movimiento global “Cuerpos en riesgo de extinción”, realizó una encuesta en donde de entre 8025 encuestados un 65% manifestó que tiene problemas para encontrar ropa de su talla. De este porcentaje, el 94,8% usa ropa de mujer y el 5,2% usa ropa de hombre. Más del 80% de los encuestados expreso que encuentran la ropa que desean en talla único siempre (el 38,58%) y frecuentemente (el 43,76%). El 46,9% responde que el no encontrar talles los lleva a cuestionar su cuerpo. El resultado de esta encuesta lleva a la conclusión de que la mayoría de los encuestados tiene problemas, siempre o frecuentemente, para adquirir talla. Esto perjudica tanto la salud mental como la emocional. El sentimiento más recurrente entre estas personas es la tristeza porque el cuerpo no encaja en la ropa deseada (Infobae, 2020).

El objetivo de este proyecto es generar un cambio en la industria de la moda a través de una colección que abarque todos los cuerpos y edades; disminuir la discriminación y exclusión a aquellas mujeres que no entran en los cánones de belleza ya establecidos por la sociedad; intentar que la industria se dirija a usuarios reales y no a aquellos que muestran cánones inalcanzables.

Ya que se trabajará sobre la Ley N° 3330 de Ciudad Autónoma de Buenos Aires, el principal objetivo es poder crear una colección que abarque al menos 8 talles creando una curva de talles tomando como base inicial la Tabla de Medidas utilizadas actualmente en Argentina.

Uno de los aspectos más importantes de este proyecto es generar seguridad en las mujeres a través de campañas publicitarias que muestren diferentes tipos de cuerpo en diferentes tallas, sin ningún tipo de retoque para mostrar que no existe un cuerpo perfecto y que todos son válidos.

Y, por último, crear una colección en donde lo más importante sea el confort y funcionalidad. Además de crear un rango de talles amplios, es importante enfocarse en la modernidad y tener en cuenta las diferentes necesidades del usuario para el desarrollo de esta, generando modelos únicos para cada mujer.

## **2. Marco Teórico**

- **2.1** La mujer argentina y el traje de baño
  - **2.1.1** Body Positive
- **2.2** Ley de talles
  - **2.2.1** Ley de talles y salud mental
  - **2.2.2** Normas IRAM
- **2.3** El traje de baño en Argentina
  - **2.3.1** Problemas que se enfrentan al usar trajes de baño

### **2.1 La mujer argentina y el traje de baño**

En este capítulo se desarrollarán todos los problemas que se encuentran a la hora de elegir un traje de baño en Argentina; así también, la forma en que las marcas fomentan formas de “llegar al verano” y como las mujeres sufren esta presión social.

“¡Prepara tu cuerpo para el verano!” o “Los cuerpos de verano se fabrican en invierno” son frases que, a medida que se acerca la época de usar traje de baño, son muy usadas por las marcas para vendernos que existe un cuerpo de verano.

Tanto en la actualidad como en épocas pasadas, el traje de baño imponía dietas, tratamientos, ejercicios pertenecientes a la “operación bikini”, lo que quiere decir que llegaron los meses de mostrar el cuerpo y debemos estar perfectas. La presión recae sobre hombres y mujeres, pero son ellas quienes más sufren la presión y sobre quienes están puestas todas las miradas. Existe una presión muy grande hacia las mujeres sobre tener cuerpos perfectos. En un periodo corto de tiempo se quieren bajar esos kilos de más y solucionar todo lo que no se hizo durante el año. Vivimos en una sociedad desigual donde la presión esta puesta en los kilos de más, la depilación, la dieta, etc. (El Mundo, 2015).

En una entrevista para El Mundo (2015), María Jesús Girona (presidenta de la Federación de Mujeres Jóvenes de Madrid), menciona que:

En esta época la sociedad se transforma y parecen decirnos "tu belleza importa en el verano", en el sentido de que nos vamos a mostrar y tenemos

que tener una imagen perfecta. Todo tiene una explicación cultural, estructural. Vivimos en una sociedad machista pero, además, hay una potente industria cosmética y farmacéutica que maneja mucho dinero y quiere que los consumidores se muevan al son de sus intereses. (párr. 7).

“Según una encuesta de la UAI, el 64% de las mujeres argentinas queda disconforme en el probador. Y la problemática es más frecuente en verano” (Clarín, 2016, párr. 1).

El INTI (Instituto Nacional de Tecnología Industrial) realizó un estudio a través de un escáner 3D para saber las medidas de la mujer argentina de entre 20 a 24 años de edad. Los resultados que arrojó este trabajo fueron: las mujeres miden 160,6 centímetros y pesan 60,8 kilos; la cintura de las mujeres es de 80,6 centímetros y el contorno de busto es de 95,2 medidas que corresponden al talle M cercanas al talle L, según las normas IRAM (Clarín, 2016).

### **2.1.1 Body Positive**

Body Positive (cuerpo en positivo) es un movimiento que nace en 1996 y tiene como objetivo celebrar el amor propio. Surge para hacer frente a las concepciones de bellezas implantadas por la publicidad y la moda (La Tercera, 2020).

Un pozo de celulitis en primer plano; las estrías que aparecen durante y después del embarazo y que se muestran con orgullo como si fueran la prueba irrefutable de que ese cuerpo albergó una vida. De pronto, los granos, las pecas, las manchas, las ojeras, las arrugas y demás imperfecciones salen del ostracismo y se muestran sin pudor en las redes sociales para hacer visible aquello que desde siempre tanto nos empeñamos en ocultar o combatir en el gimnasio o en el centro de estética y con filtros y Photoshop. (La Nación, 2018, párr. 1).

El movimiento, acompañado de muchas famosas cansadas de aparecer como monumentos a la perfección, surgió como una manera de volver a poner el acento en el cuerpo real. De visibilizar lo que es normal y, al mismo tiempo, normalizarlo (La Nación, 2018).

Las redes sociales permiten que las personas se escondan detrás de una pantalla y con un nombre de usuario cargar y mostrar solo aquello que quieren que los demás vean de ellos. El hecho de utilizar aplicaciones, filtros, Photoshop, ángulos extremos en las poses o intervenciones estéticas, reflejan que eso que circula en redes no es real. La representación de los cuerpos en redes sociales y en los medios de comunicación, es a través de modelos hegemónicos. Se propagan estándares de bellezas imposibles de alcanzar y que, la mayoría de las veces, solo representa una parte de la población. El body positive viene a inundar las redes con el objetivo de fomentar la auto aceptación y de mostrar cuerpos reales y comunes, mostrando que existe belleza en todos los tipos de cuerpo (Puntual, 2021).

El ideal de salud y belleza ha ido cambiando con el tiempo. La preocupación por el peso, que representa a la mayoría de las mujeres, está relacionada con un modelo estético corporal femenino delgado, que se aleja cada vez mas de los cuerpos reales. El ideal de delgadez es un problema, ya que pone a las mujeres en situación de riesgo con respecto a su salud, especialmente si esto se asocia con los Trastornos del Comportamiento Alimentario. Los medios promueven el ideal de delgadez a través de la difusión de patrones de belleza que ejercen un efecto fuerte sobre las mujeres. Se destaca el peso de la televisión en la difusión de valores y patrones relacionados con la estética de la delgadez y la “cultura de lo light”; se enfatiza el lugar que ocupan las revistas femeninas en internet en la construcción de los patrones de belleza; se resalta la incidencia de la publicidad explícita y encubierta, que vende cuerpos delgados para luego promocionar la venta de otros productos. (Bazán y Miño, 2015).

En el país existe una ONG llamada AnyBody Argentina fundada y dirigida por Sharon Haywood, desde donde promueven la diversidad corporal. Cuando la fundadora llegó a Buenos Aires desde Toronto, una de las cosas que le llamaron más la atención fue el culto a la estética de las porteñas. Observó que había una uniformidad en las mujeres, muchas

mujeres parecidas, operadas, con botox y teñidas de rubio. Ella menciona que si es algo que quieren hacer por ellas mismas está bien, pero lo que está mal es que se sientan obligadas a hacer tantas cosas para verse bien con tal de cumplir con un alto estándar de belleza que no es real (La Nación, 2018).

En una entrevista para La Nación (2018), la escritora y psicóloga Beatriz Goldberg, menciona que:

Veo un cambio. Muchas famosas que se muestran sin maquillaje, sin Photoshop. Es una tendencia que baja un mensaje para los demás –dice Goldberg–. Pasaron de la perfección del 90-60-90 a mostrarse al natural, con imperfecciones. Creo que la presión es mucha y que algunas simplemente se cansaron y empezaron el camino de la aceptación –plantea–. Y esto no implica dejadez, sino mirarse desde otro lugar más amable y ver que todas tenemos puntos altos para resaltar. Cuando se pone el acento en lo negativo, en lo que no nos gusta, se vive en un estado de frustración y vacío permanente. (párr. 8).

La mujer está reaccionando. Quiere amar su cuerpo, pero con todas las presiones de la industria de la moda y de la belleza, es una lucha desigual. Es un desafío amar el cuerpo propio y es un proceso que lleva tiempo. Existe una necesidad de amigarse con la propia imagen. Se ve un cambio, por ejemplo, en las famosas al mostrarse sin maquillaje y sin Photoshop. Pasaron de la perfección del 90-60-90 a mostrarse al natural con todas sus imperfecciones (La Nación, 2018).

## **2.2 Ley de Talles**

En este apartado se analizará la Ley N° 3330 de Ciudad Autónoma de Buenos Aires promulgada en el año 2009 y reglamentada por el Decreto 172/12 el 27 de marzo de 2012. Se basará el desarrollo de este proyecto en esta ley ya que es muy completa, en

comparación con las demás leyes provinciales, porque abarca todos los talles, del 36 al 50, tanto de mujeres como de varones, y para todas las edades (Santilli y Pérez, 2009). En la actualidad existe la Ley de Talles Nacional (Ley N° 27521), pero no se hará uso de esta porque todavía no está completamente desarrollado el estudio antropométrico que se necesita para la misma.

Anteriormente a la Ley de Talles N° 27521, la cual abarca a todo el país, cada provincia creó su propia ley de talles para resolver esta problemática. Una de ellas fue la Ley N° 3330 la cual aplica en Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Esta tiene como objetivo garantizar que en todas las marcas o locales de ropa se puedan encontrar talles para todos los tipos de cuerpo y que ninguna persona, tanto mujeres como hombres, se sienta excluida a la hora de adquirir una prenda.

En el artículo N° 1 se explica el objetivo de esta ley el cual es, garantizar a los habitantes la existencia de un mínimo de 8 talles, los cuales corresponden a las medidas corporales normalizadas en las Normas IRAM 75300 y sus actualizaciones, en los comercios cuya actividad principal sea la venta, fabricación o provisión de indumentaria (Santilli y Pérez, 2009).

En el artículo N° 2 se desarrollan las definiciones de los conceptos que se deberán tener en cuenta a la hora de su aplicación. Los conceptos definidos son: indumentaria, talle, establecimientos comerciales de venta de indumentaria, fabricantes de indumentaria, importadores de indumentaria y, por último, tabla de medidas corporales normalizadas (Santilli y Pérez, 2009).

En el artículo N° 3 se mencionan las obligaciones que deben cumplir los comercios de venta de indumentaria, tales como: garantizar un mínimo de 8 talles correspondientes a las medidas corporales normalizadas según el género y rango etario al que se dedican, deben tener a disposición copias de Tablas de Medidas Corporales Normalizadas para poder ser consultadas por el público y, por último, se deben colocar dentro del local comercial carteles explicativos sobre las tablas nombradas anteriormente (Santilli y Pérez, 2009).



En el artículo N° 4 se describen las obligaciones que tienen los fabricantes e importadores de indumentaria. Estos deben producir e importar indumentaria en al menos 8 talles los cuales correspondan a la tabla de medidas corporales normalizadas según el género y en rango etario al que se dediquen. También, deben colocarle a cada prenda los pictogramas con las especificaciones de las medidas primarias y secundarias de acuerdo a las Normas IRAM 75300 y sus actualizaciones (Santilli y Pérez, 2009).

En el artículo N° 5 se describen las sanciones que se aplicaran en caso de no cumplir con esta ley. Este artículo está basado en los Artículos 5.1.12, 5.1.13 y 5.1.14 del libro “De las Faltas en Particular”. Se sancionará con multas de 300 a 10.000 a el/la titular de un establecimiento de comercialización de indumentaria que no disponga en su local o depósito prendas que cumplan con las medidas antropométricas del género y rango etario al que se dedique. En caso de reincidencia se lo sanciona con la clausura de la fábrica o taller por un plazo de hasta 30 días. En el caso de los fabricantes de indumentaria se sancionará con multas de 15.000 a 25.000 unidades fijas a la fábrica o taller que no produzca sus modelos en los talles correspondientes a las medidas antropométricas del género al cual está dirigido la producción. En caso de reincidencia se lo sanciona con la clausura de la fábrica o taller por un plazo de hasta 5 días. Por último, el/la importador/ra de indumentaria que comercialice su mercadería en la Ciudad de Buenos Aires y que no importe sus modelos en los talles que corresponde a las medidas antropométricas del género y rango etario al que está dirigido, será sancionado con una multa de 15.000 a 25.000 unidades fijas. En caso de reincidencia se lo sanciona con una multa de 30.000 a 50.000 unidades fijas (Santilli y Pérez, 2009).

La última ley reglamentada es la Ley de Talles N°27.521, la cual se reglamentó el 10 de junio de 2021 a través del decreto 375/2021, “establece la aplicación obligatoria en todo el país del Sistema Único Normalizado de Talles de Indumentaria (SUNITI) que hace a la fabricación, confección, importación y comercialización, tanto presencial como digital, de indumentaria” (Argentina.gob.ar, 2021, párr. 1). El objetivo de dicha ley es “que la totalidad de la indumentaria destinada a la población a partir de los 12 años de edad deberá ser fabricada, confeccionada y comercializada de conformidad con dicho sistema,

cuyos talles estarán estandarizados según las medidas corporales de la población argentina, surgidas de un estudio antropométrico” (Argentina.gob.ar, 2021, párr. 2).

Para poder definir las formas y dimensiones de los cuerpos que conforman la población argentina se realizó un estudio, Estudio Antropométrico Nacional Argentino (EAAR), el cual consta de la toma de medidas corporales por medio de un escáner 3D, realizando paradas en distintas regiones del país (NOA, NEA, Centro, Cuyo y Patagonia) en donde los individuos pueden acercarse voluntariamente para realizar dicho estudio. Esto dio como resultado la primera Base de Datos Nacional de Medidas Antropométricas lo cual permitirá tener una tabla de medidas corporales de la población. El objetivo de este estudio es encontrar las medidas reales de los habitantes (Infobae, 2020).

La Ley de Talles más antigua es la de Provincia de Buenos Aires, reglamentada en 2005, la cual, según la ONG Mujeres en Igualdad (M.E.I), el 75% de las marcas no respeta. Esta ley está hecha principalmente para adolescentes que no responden al canon de belleza impuesto por una sociedad que discrimina. Como menciona Monique Thiteux-Altschul en una entrevista para Clarín (2010): “Las marcas diseñan para un solo target: la 'mujer ideal', prefieren fabricar pocos talles, entre el 38 y el 42, para que sus modelos 'luzcan'” (párr. 3). Tampoco se cumple con el etiquetado según la norma IRAM 75.310, que dispone como talles obligatorios desde el 38 al 48. (Clarín, 2010).

Pese a la reglamentación de la ley y las sanciones impuestas ante la falta de cumplimiento de esta, la gran mayoría de las marcas solo confeccionan prendas entre el talle 38 y 42. Se excusan en que producir prendas en talles grandes es un gasto económico que no pueden abarcar y resulta en problemas económicos, pero la realidad es que prefieren fabricar en pocos talles para que sus modelos luzcan mejor sus prendas. El gasto económico no es un problema real para la producción de talles grandes ya que existen marcas que fabrican estos talles y mencionan que este no es un factor que influye en la fabricación de indumentaria y que un par de centímetros de mas no hacen una gran diferencia en lo que a precios se refiere. (Clarín, 2010).

El Centro de Estudio, Investigación y Opinión Pública (CEIO) realizó una encuesta en la cual el 90% de las personas entrevistadas aseguró no encontrar prendas de su talla cuando fue de compras. Como solución a esta problemática, la Defensoría propuso cambiar la referencia de la Tabla de Medidas Corporales Normalizadas para que en lugar de utilizarse las normas IRAM se utilicen las medidas, rangos, progresiones y talles resultantes del primer Estudio Antropométrico Nacional que permitirá contar con las medidas propias de los argentinos (Defensoría del Pueblo, 2017).

Ante la gran cantidad de denuncias que recibe la Defensoría del Pueblo, esta propuso realizar campañas de difusión para que los ciudadanos estén al tanto de sus derechos respecto a la ley y, además, se obliga a los comercios a tener en sus vidrieras un cartel que mencione la vigencia de la Ley de Talles y una tabla de medidas corporales estandarizadas junto a un pictograma con especificaciones de medidas en las prendas (Defensoría del Pueblo, 2017).

Vestirse es un derecho y es por esto que la Ley de Talles es tan importante. La exclusión de talles grandes es considerada un acto de discriminación y, además, estas personas también reciben maltratos por parte de las marcas por no ajustarse a sus estándares. Las marcas o locales deben garantizar condiciones de atención y trato digno a todos los consumidores por igual.

### **2.2.1 Ley de talles y salud mental**

Los trastornos de la conducta alimentaria o trastornos alimentarios representan el problema de salud más importante a nivel mundial. La bulimia y la anorexia nerviosa son los más recurrentes y afectan fundamentalmente a las mujeres adolescentes entre los 10 y 19 años de edad. Los factores que generan este tipo de trastornos son: la influencia familiar, evolución psicológica y el aspecto más relevante es el de la presión socio-cultural incentivada por los medios de comunicación que imponen un modelo de mujer, descrito como la “mujer light”, otorgándole mayor importancia a la apariencia física. Se genera la insatisfacción corporal, queriendo alcanzar una silueta adelgazada y esculpida, sin importarles las consecuencias físicas y emocionales que provocan el sometimiento a

innumerables planes alimentarios, dietas de moda, programas de ejercicio, cirugías, etc. El cuerpo delgado es símbolo de triunfo, mientras que el sobrepeso es símbolo de negatividad y desprecio (Gioria, Mesa y Escudero, 2014).

En el año 2008 se sancionó la Ley 26.396 que declara de interés nacional la prevención y control de trastornos alimentarios. Distintas iniciativas abordan el tema, desde diversos ámbitos. Uno de esos ámbitos está relacionado con el diseño y disposición de indumentaria. Los fabricantes de ropa deben cumplir la norma IRAM 75.300 y sus actualizaciones al momento de elaborar indumentaria, en la que se indica el sistema de talles normalizado. El INADI (Instituto Nacional contra la Discriminación, Xenofobia y Racismo) trabaja para sensibilizar a los empresarios sobre una sociedad más igualitaria e inclusiva, y que la ropa pueda ser usada por todos (Gioria, Mesa y Escudero, 2014).

La Ley de Talles es el tema principal en las políticas antidiscriminatorias e inclusión. Esta problemática incide principalmente en adolescentes que no encuentran talles acordes a su tamaño, lo que afecta directamente a jóvenes que aún no han desarrollado un sistema de autoestima maduro e inmune, cayendo así en las patologías nombradas anteriormente (Gioria, Mesa y Escudero, 2014).

Por todo lo dicho, es importante destacar que:

Según los especialistas en salud mental, un sistema de talles acorde a los cuerpos reales y respetuoso de su diversidad es clave para que 'entrar' en un jean no sea una utopía en pos de la cual las personas, especialmente en la adolescencia, vean afectada su autoestima e incluso su bienestar físico. (El Cronista, 2021, párr. 10).

### **2.2.2 Normas IRAM**

Nacidos en el año 1935, IRAM es el Instituto Argentino de Normalización y Certificación. Es una asociación civil privada sin fines de lucro y es el único representante de ISO en la Argentina. El instituto trabaja en el desarrollo de normas técnicas, ofrecen servicios para

certificar su cumplimiento, brindan capacitaciones y son socios estratégicos de las organizaciones. Su objetivo es facilitar, mejorar y hacer más segura la vida de las personas.

Existe una serie de normas IRAM 75300 acerca de la designación de talles para la indumentaria. Estas normas plantean la importancia de que las etiquetas indiquen las medidas corporales y no solo un código como “S, M, L”.

Es necesario que cada persona conozca sus medidas corporales y para saber cómo hacerlo la norma IRAM 75300-1 indica de forma clara y precisa como medir cada parte del cuerpo como la cintura, el tórax, la cadera, entre otros (IRAM, 2020).

La norma IRAM 75300-2 indica que medidas principales y secundarias son más relevantes de acuerdo a los tipos de prenda. Cada tipología tiene sus medidas específicas de identificación por lo cual, a la hora de adquirir, por ejemplo, un pantalón es necesario conocer el contorno de cintura y de cadera (IRAM, 2020).

Y, por último, la norma IRAM 75300-3 la cual brinda las tablas de medidas teniendo en cuenta la flexibilidad en las combinaciones de estas para que poder identificarlas en las etiquetas sea lo más fácil posible. Las variaciones que puede haber en las medidas según las prendas es de 4 a 8 centímetros, pero siempre serán cercanas a las medidas reales de cada cuerpo (IRAM, 2020).

Estas normas tienen como objetivo facilitar la lectura de medidas al usuario volcando estas en las etiquetas de una forma simple y clara, utilizando un pictograma que represente el cuerpo humano.

### **2.3 Trajes de baño en Argentina**

En el siguiente apartado se desarrollará brevemente la historia del traje de baño y, además, lo que significó en la mujer y en Argentina la evolución de este.

A comienzos del siglo XIX nadar se convirtió en una actividad de recreación y saludable, por recomendación médica. Se creía que el agua salada era buena para la salud, pero, sobre todo, para procrear. Todo aquello que estuviese relacionado con la sensualidad estaba

prohibido y es por esto que se evitaba un exceso de tiempo en el agua para no llamar la atención de los hombres (Ministerio de Cultura Argentina, 2019).

A partir de 1910 las personas comenzaban a entrar al agua para mojarse, pero no para nadar ya que los trajes al ser tan pesados no les permitía desarrollar esta actividad, que hasta el momento no era tan común. Las playas eran un destino de recorridos, caminatas y descanso y las personas que si entraban al mar lo hacían con prendas comunes y no aptas para esto (Ministerio de Cultura Argentina, 2019).

Terminando el siglo XIX aparecen las prendas de baño. Las mujeres llevaban un vestido de mangas cortas, con pantalones debajo, medias para no exhibir las piernas y sombrero para evitar broncearse ya que esto era un símbolo de estatus social. Los hombres utilizaban un remerón en la parte superior. Estos diseños eran traídos de Europa (Ministerio de Cultura Argentina, 2019).

Los modelos de trajes de baño solo dejaban ver brazos y pantorrillas, pero a medida que pasa el tiempo los diseños se van acortando y se crean las salidas de baño de toalla. El material utilizado para la confección de estos eran pesados tejidos de punto de lana. A principios de los años 20 se empieza a utilizar el traje de baño enterizo, con escotes más amplios y se dejaban ver las piernas por completo. Aparece el hilado de látex que se incorpora al algodón y en los años 60, con la aparición de fibras elastoméricas, los trajes son anatómicos sobre telas de poliéster o nylon con lycra lo que los hacia más cómodos para su uso y de rápido secado (Ministerio de Cultura Argentina, 2019).

El paso del traje de baño enterizo al bikini se le atribuye al ingeniero mecánico francés Louis Réard, quien estaba a cargo de la empresa de lencería de su madre. Comenzó a observar que las mujeres arremangaban sus trajes enterizos para conseguir un mejor bronceado y es, a partir de esto, que crea un traje de baño de dos piezas que dejaba expuesto el abdomen. Pero quien popularizo el bikini y genero gran polémica fue el diseñador Jacques Heim quién, en mayo de 1946, creó un traje de baño de dos piezas publicitado como “el más pequeño del mundo”. Esto generó gran polémica en todo el mundo ya que no se

consideraba apropiado para la época y, es por esto, que el bikini no se popularizó en todo el mundo hasta veinte años después (Infobae, 2016).

A partir de los años 60 es cuando se empieza a popularizar el uso del bikini. Significó un símbolo de liberación para la mujer ya que, en épocas pasadas, mostrar el cuerpo estaba mal visto por la sociedad y llamaba la atención de los hombres. A medida que el traje de baño evolucionaba, los derechos y libertades de su portador lo hacían también.

Surgieron muchos cambios en la tendencia de la moda, a lo que traje de baños se refiere. En la actualidad triunfa el bikini, se acepta el topless y se utilizan los trajes enteros, ya no por querer tapar el cuerpo a la mirada del otro, sino porque es una prenda que está de moda y muchas mujeres eligen llevarla.

### **2.3.1 Problemas que se enfrentan al usar traje de baño**

Estamos atravesando el momento más diverso en la historia de la moda. Cada vez son más las marcas, tanto de lujo como low cost, que ampliaron sus ofertas de tallas, diseños, y estilos, intentando adaptarse a todos los tipos de mujeres (Harper's Bazaar, 2018).

Pero ¿Existe realmente tanta variedad de talles y estilos como anuncian las marcas? Se reunieron algunos de los problemas más frecuentes a la hora de comprar un traje de baño.

Uno de los principales problemas, que tiene cualquier mujer independientemente del tamaño o forma de su cuerpo, es encontrar la talla adecuada, ya que estas no están unificadas. Cada marca tiene un tallaje distinto y, muchas veces, podemos encontrar diferencias entre los modelos de una misma marca (Harper's Bazaar, 2018).

Buscar corpiños puede ser una tarea muy difícil para las mujeres. Por lo general esta búsqueda suele terminar en marcas muy reconocidas que cuentan con múltiples diseños, pero no siempre tienen diseños que se adapten a todos los tipos de cuerpo. Uno de los problemas más grandes lo tienen las mujeres con mucho pecho, ya que no todas las marcas tienen variedad de talles y si llegan a conseguir su talle no lo hay en diferentes diseños. Aunque se encuentre la talla adecuada surge otro problema, el material. Muchas veces los textiles no se adaptan al cuerpo y tampoco son lo suficientemente resistentes para perdurar

en el tiempo. Las tiras de los corpiños no son reforzadas por lo que, para las mujeres con mucho pecho, esto es un problema ya que no hay un buen sostén del busto y todo el peso recae sobre la espalda (Harper's Bazaar, 2018).

Las mujeres buscan que los trajes de baño sean diseños actuales, que se adapten a sus gustos y, sobre todo, que sean bonitos. Se puede observar entonces, que no todas las marcas cumplen con lo que prometen.

## **2.4 Conclusión**

A partir de la investigación realizada, sobre la Ley de Talles en Argentina, se pudo observar el incumplimiento de la misma en el país y los problemas que trae con ella. Muchas son las marcas que no la cumplen y esto trae un sinnúmero de problemas a las personas que no abarcan los talles establecidos. Se analizó los problemas que esto trae, como problemas físicos y emocionales afectando la autoestima de las personas y su relación con la indumentaria. También, como afecta la publicidad que las marcas y los medios transmiten excluyendo a personas de talles más grandes. Se pudo observar que este problema no afecta solo a mujeres sino también a hombres. Se puede decir que la falta de regulación de talles trae consigo problemas que van más allá de lo estético, afectando así, emocionalmente a las personas.



### 3. Información e investigación

#### 3.1 Ficha técnica del diseño metodológico

FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN					
Enfoque	Tipo de investigación	Población	Muestra	Técnica de recolección de datos	Instrumentos de recolección de datos
Cuantitativa	Descriptiva	Mujeres de 20 – 60 años, Argentina, clase media	70 a 100 personas	Encuesta	Cuestionario

FICHA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN					
Enfoque	Tipo de investigación	Población	Muestra	Técnica de recolección de datos	Instrumentos de recolección de datos
Cualitativa	Exploratoria	Marcas que se realicen a la confección de trajes de baños	1 persona	Entrevistas	Guía de pautas

Para el presente proyecto se realizó una encuesta, utilizando el criterio de muestreo “No probabilístico accidental”, mediante un cuestionario, el cual fue respondido por 87 mujeres de entre 20 a 60 años de diferentes provincias de la Argentina. El resultado que se espera obtener de esta encuesta es recolectar información sobre las tipologías de trajes de baño que prefieren las mujeres a sus distintas edades, con qué frecuencia tienen dificultades para encontrar el talle adecuado, sobre los atributos más relevantes que tienen en consideración cuando compran un traje de baño y que tan importante es que este se adapte a sus necesidades.

También se realizó una entrevista, utilizando el criterio de muestreo “No probabilístico por propósitos”, mediante una serie de preguntas realizada a la marca Mumbai Bikinis. Lo que se espera obtener a través de esta entrevista es información sobre las dificultades que las

marcas enfrentan a la hora de confeccionar en talles grandes y que aspectos ergonómicos tiene en cuenta a la hora de diseñar las prendas.

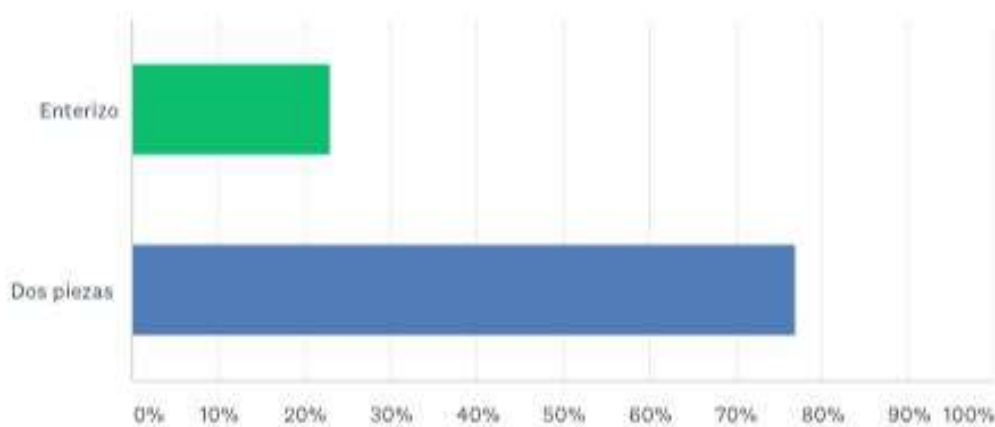
### 3.2 Análisis de antecedentes, resultados y datos obtenidos de la investigación

#### 3.2.1 Encuesta

Se realizó una encuesta a 87 mujeres de entre 20 a 60 años de diferentes puntos de la Argentina en la cual debían responder una serie de preguntas sobre problemas, preferencias, etc. cuando adquieren un traje de baño. Esta dio como resultado que el 80,46% de las mujeres encuestadas se encuentran entre los 20 y 30 años, el 2,30% entre los 30 y 40 años, el 3,45% entre los 40 y 50 años y el 13,79% entre los 50 y 60 años.

#### ¿Qué tipo de traje de baño prefieres?

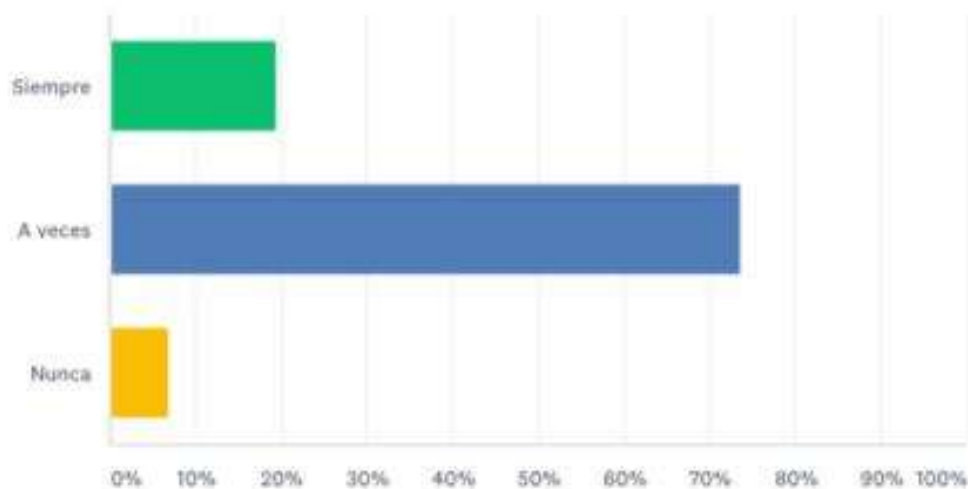
Respondidas: 87 Omitidas: 0



El 22,99% de las mujeres encuestadas prefieren un traje de baño enterizo mientras que el 77,01% de dos piezas.

## ¿Con qué frecuencia encuentras el talle adecuado en un traje de baño?

Respondidas: 87 Omitidas: 0

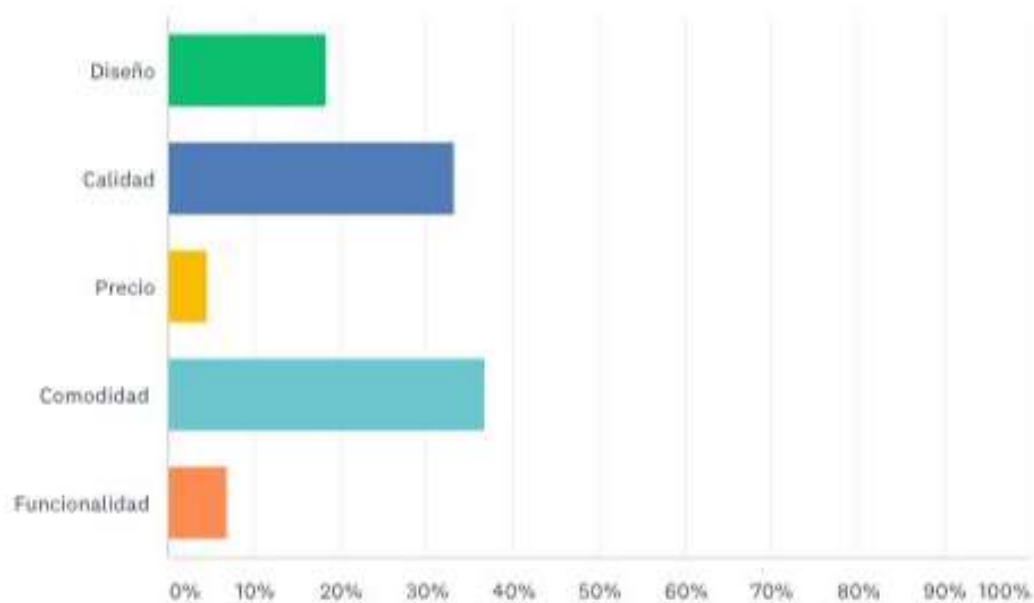


El 19,54% respondió que siempre encuentran el talle adecuado, el 73,56% respondió que a veces lo encuentran y el 6,90% afirmó que nunca lo encuentran. Una mujer comentó que le cuesta conseguir talle que le quede bien arriba y abajo; otra comentó que abajo siempre consigue talle, pero arriba no.

En la encuesta realizada se pedía que respondan preguntas sobre las tipologías elegidas cuando adquieren un traje de baño. El 58,14% prefieren corpiño de estilo triangulo, el 23,26% lo prefieren con arco, el 8,14% prefieren estilo bandeau y el 10,47% lo prefieren estilo top. En cuanto a bombachas el 34,88% respondió colaless, el 24,42% prefiere vedetina, el 24,42% prefiere colaless tiro alto y el 16,28% respondió vedetina tiro alto. Una de las encuestadas respondió que utiliza traje de baño para hombre. Por último, el 48,28% prefiere el traje de baño enterizo cola less, el 28,74% le gusta vedetina, el 16,09% lo prefiere con corpiño con arco, el 3,45% lo prefiere con la espalda cubierta y el 67,82% con la espalda descubierta.

## ¿Qué atributos consideras mas importante en un traje de baño?

Respondidas: 87 Omitidas: 0

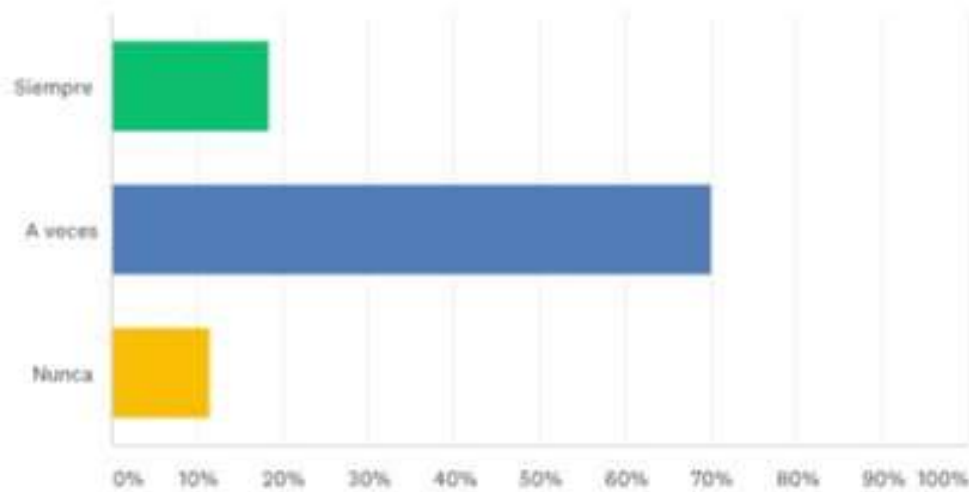


El 18,39% considera más importante el diseño, el 33,33% prefiere la calidad, el 4,60% eligió el precio, el 38,78% la comodidad y el 6,90% la funcionalidad. Una de las mujeres comentó que prefiere diseño y calidad.

En lo que acceso a la prenda se refiere, el 23,26% prefiere bombachas con tiras regulables para atar en la cadera, el 27,91% prefiere corpiños con tiras que puedan atarse en espalda y cuello y el 48,84% prefiere corpiños con hebilla para abrochar por la espalda.

## ¿Encuentras con frecuencia trajes de baño que se adapten a tu cuerpo y necesidades?

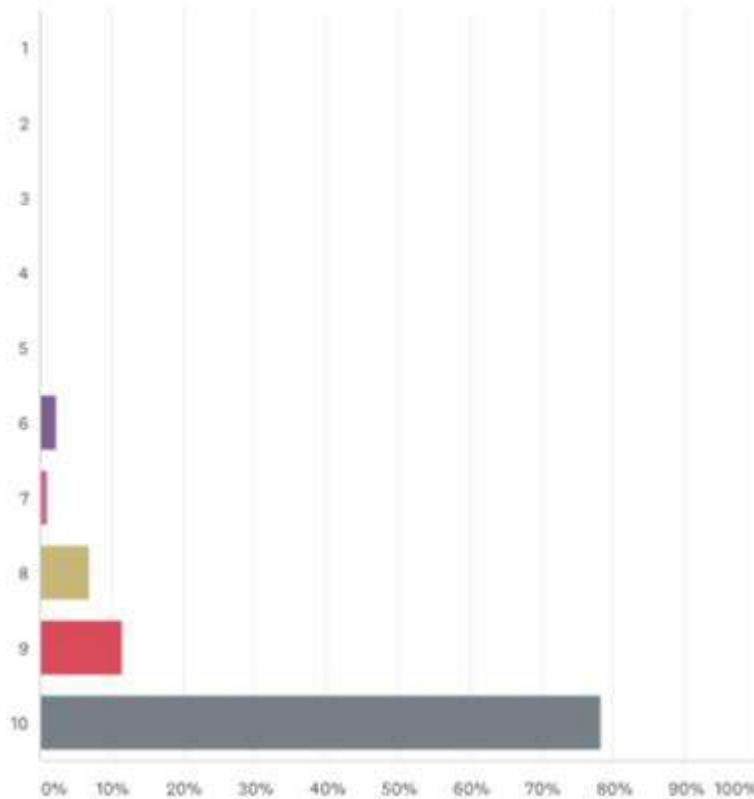
Respondidas: 87 Omitidas: 0



El 18,39% de las mujeres respondió que siempre encuentra trajes de baño que se adapte a sus necesidades, el 70,11% respondió que a veces lo encuentra y el 11,49% respondió que nunca.

Del 1 al 10, siendo 1 el menos importante y 10 el mas importante ¿Qué tan importante consideras que es la comodidad y el calce en un traje de baño?

Respondidas: 87 Omitidas: 0



En una escala del 1 al 10 el 2,30% respondió el 6 como nivel de importancia del calce y comodidad en un traje de baño, el 1,15% eligió el numero 7, el 6,90% respondió el numero 8, el 11,49% el numero 9 y el 78,16% respondió el numero 10 como nivel de importancia.

### 3.2.2 Entrevista

Se realizó una entrevista a Luciana Danduono, creadora y dueña de la marca Mumbai Bikinis, en la cual se realizaron una serie de preguntas que abarcan diferentes temas como las dificultades de crear talles grandes, los aspectos ergonomicos que se tienen en cuenta a la hora de diseñar, los desafios de producción a los que se enfrentan, etc.

A partir de la entrevista realizada se pudo observar que uno de los problemas principales al que se enfrentan a la hora de confeccionar trajes de baño es la falta de insumos de producción nacional y la dificultad que presenta la entrada al país de insumos importados. Luciana comentaba que lo más desafiante para su marca es adaptarse todo el tiempo a los materiales que se encuentran en la temporada y diseñar en base a ellos. También, comentaba que realizar distintos talles fue muy desafiante al principio, ya que, ningún taller con el que la marca trabaja quería duplicar la curva de talles. De a poco fueron convenciendo a los talleres de producir talles más grandes y fue así como llegaron a producir en seis talles.

La creadora de Mumbai Bikinis en la entrevista comentó que lo más importante para la marca es tener en cuenta los diferentes tipos de cuerpos a la hora de diseñar una colección. Cuenta que son muy concientes de que todas las mujeres son distintas y es por eso que su colección está conformada por diferentes modelos diseñados para favorecer determinados tipos de cuerpo, intentan tener moldearías variada para que cada mujer encuentre el bikini que mejor le quede.

Por último, Luciana menciona que la comodidad y el calce de las prendas es lo primordial a la hora de diseñar la colección. Hay trajes de baños que le llevan a la marca más de siete correcciones de moldería hasta llegar al calce perfecto. Algunos modelos los conservan año tras año. La comodidad también es un aspecto clave para la marca, comentan que tienen bikinis de lycra super suave y otra, por ejemplo, de lentejuelas lo que no sería lo más cómodo si es lo que el cliente busca. Es por esto que Mumbai Bikinis cuenta con una amplia colección para que la elección del traje de baño sea según las necesidades y lo que busca el cliente.

### **3.2.3 Referentes de diseño**

Una de las marcas más sonadas en la actualidad es Mumbai Bikinis. Esta marca nace en el año 2014 produciendo 300 unidades, vendiendo sus productos en showrooms. Participaron en la Ley Nacional de Talles en el Congreso de la Nación planteando su deseo de poder fabricar todos sus productos en seis talles. En la actualidad cuentan con más de medio

millón de seguidores en Instagram. La fabricación de todos sus productos es nacional y la materia prima también lo es. Confeccionan sus trajes de baño en seis talles, pero lo que se puede observar es que no cuentan con tipologías que se adapten a los talles más grandes. Además de dedicarse a la producción de trajes de baños, también fabrican lencería, indumentaria deportiva, pijamas, indumentaria casual y accesorios. Apuntan a un público joven y lo que intentan transmitir es la inclusión de todos los cuerpos, esto lo logran utilizando a modelos con diferentes tipos de cuerpos en sus campañas publicitarias y también, no utilizan Photoshop mostrando así a las modelos al natural.

Compañía del Sol es otra de las marcas que más relevancia tiene en el país. Principalmente se dedican a la comercialización de trajes de baño, aunque también, producen ropa deportiva. La marca produce sus productos en cinco talles, y en algunos productos lo hacen en cuatro talles. A diferencia de Mumbai cuentan con más tipologías que se adapten a los talles grandes pero el rango de talles no es muy amplio. Como en Mumbai Bikinis también intentan transmitir la inclusión de todos los cuerpos mediante campañas publicitarias y al no utilizar Photoshop en sus fotos. Compañía del Sol tiene precios más elevados, duplicando los precios de la marca mencionada anteriormente. Cabe destacar que esto es así ya que la materia prima que utilizan para la producción es importada, pero la producción si es realizada en Argentina.

Por último, Bikinis Guadalupe Cid, es otra de las marcas más importante en Argentina. Su creadora, Guadalupe Cid, al terminar sus estudios en los principales centros de moda en Barcelona, New York y Paris crea esta marca con el objetivo de reflejar originalidad, calidad y exclusividad en sus productos. La producción de sus trajes de baño es muy limitada, ya que cada pieza recibe un diseño personalizado con un alto nivel de detalle. La marca no solo tiene como prioridad producir diseños exclusivos, sino que también, tiene un compromiso sustentable con el medio ambiente. Son una marca plastic free (sin plástico) de un uso, la bolsa en la cual envían sus productos es de material compostable e incorporan lycra reciclada, esto quiere decir que recolectan botellas y plásticos del océano y lo transforman en un bikini. Son una industria 100% Argentina. Solo se dedican a la comercialización de trajes de baño los cuales son producidos en cinco talles, pero esta es otra de las marcas que



solo produce tipologías para los talles más pequeños. También fomentan la inclusión de todos los cuerpos mediante campañas publicitarias.

### GRÁFICO N° 1

Grilla de observación de marcas de traje de baño en Argentina					
Marca	Productos	Tipologías	Materiales	Talles	Precio
Bikinis Guadalupe Cid	Conjunto Lady Morley Prince 	Corpiño triangulo fijo con tazas desmontables y breteles regulables. Bombacha en V media vedetina.	Morley	1 – 5	\$8490
Bikinis Guadalupe Cid	Sia Palm 	Enteriza estampada media vedetina con breteles regulabres y tazas desmontables.	Lycra	1 – 5	\$6990

Fig. n°1. Grilla de observación de marcas de traje de baño en Argentina. Fuente: elaboración propia (2021, pag 33).

### GRÁFICO N° 2

Grilla de observación de marcas de traje de baño en Argentina					
Marca	Productos	Tipologías	Materiales	Talles	Precio

<b>Compañía del Sol</b>	<b>Naomi Premium</b> 	Corpiño triangulo invertido. Bombaca colaless con tiras para atar en cadera.	Juaquard premium	1 – 5	\$8598
<b>Compañía del Sol</b>	<b>Nepal Premium</b> 	Enteriza vedetina con breteles fijos, espalda baja, escote redondo y tazas desmontables.	Juaquard premium	1 – 4	\$8599

Fig. n°2. Grilla de observación de marcas de traje de baño en Argentina. Fuente: elaboración propia (2021, pag 34).

### GRÁFICO N° 3

<b>Grilla de observación de marcas de traje de baño en Argentina</b>					
<b>Marca</b>	<b>Productos</b>	<b>Tipologías</b>	<b>Materiales</b>	<b>Talles</b>	<b>Precio</b>
<b>Mumbai Bikinis</b>	<b>Luli Reptil Salmon</b> 	Corpiño triangulo con breteles espagueti con bajo busto con misma tira. Bombacha taparrabo para atar colaless.	Lycra	1 – 6	\$4390




<b>Mumbai</b>  <b>Bikinis</b>	<b>Foxy Reptil</b> 	Enteriza colaless con escote bajo y tiras en cintura para atar.	Tricot 85% poliester – 15% elastano	1 – 6	\$5990
-------------------------------------	---	---	-------------------------------------	-------	--------

Fig. n°3. Grilla de observación de marcas de traje de baño en Argentina. Fuente: elaboración propia (2021, pag 35).

#### GRÁFICO N° 4

Grilla de observación de marcas de traje de baño en Argentina			
Marca	Identidad	Valores	Comunicación
<b>Bikinis</b> <b>Guadalupe Cid</b>		Guadalupe Cid crea esta marca con el objetivo de reflejar originalidad, calidad y exclusividad en sus productos. Cada pieza recibe un diseño personalizado con un alto nivel de detalle. Tiene un compromiso sustentable con el medio ambiente. Son una marca plastic free (sin plástico) de un uso, la bolsa en la cual envían sus productos es de material compostable e	<b>Redes Sociales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram</li> <li>• Facebook</li> <li>• Página web : <a href="https://www.guadalupecid.com/">https://www.guadalupecid.com/</a></li> </ul> <b>Puntos de venta:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Venta online Argentina</li> <li>• Venta online Estados Unidos</li> <li>• Venta online Uruguay</li> <li>• Venta online Chile</li> <li>• Venta online Perú</li> </ul>

		incorporan lycra reciclada, esto quiere decir que recolectan botellas y plásticos del océano y lo transforman en un bikini.	
Compañía del Sol		Compañía del sol esta formada principalmente de mujeres espontaneas, trabajadoras y amigas que juntas crean colecciones únicas donde la calidad y el diseño se fusionan con lo cotidiano y trascienden temporadas. Diseñan prendas con el objetivo de que estas se amolden al cuerpo y para ellas la comodidad es lo primero siempre. Buscan conseguir el mejor calce, la mejor calidad y diseños exclusivos.	<p><b>Redes Sociales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram</li> <li>• Facebook</li> <li>• Pagina web: <a href="https://companiadelsol.com/">https://companiadelsol.com/</a></li> </ul> <p><b>Puntos de venta:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Venta online Argentina</li> <li>• Venta online internacional</li> <li>• Tienda física Olivos, Buenos Aires</li> <li>• Tienda física Palermo, Buenos Aires</li> </ul>


<p><b>Mumbai</b> <b>Bikinis</b></p>		<p>Mumbai nace en el año 2014. Participaron en la Ley Nacional de Talles en el Congreso de la Nación planteando su deseo de poder fabricar todos sus productos en seis talles. Intentan transmitir es la inclusión de todos los cuerpos, esto lo logran utilizando a modelos con diferentes tipos de cuerpos en sus campañas publicitarias y también, no utilizan Photoshop mostrando así a las modelos al natural.</p>	<p><b>Redes Sociales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram</li> <li>• Facebook</li> <li>• Pagina web: <a href="https://www.mumbaibikinis.com/">https://www.mumbaibikinis.com/</a></li> </ul> <p><b>Puntos de venta:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Venta online Argentina</li> <li>• Venta online internacional</li> <li>• Tienda física Palermo, Buenos Aires</li> <li>• Tienda física Villa del Parque, Buenos Aires</li> <li>• Tienda física Olivos, Buenos Aires</li> <li>• Tienda física Pilar, Buenos Aires</li> <li>• Tienda física Lomas de Zamora, Buenos Aires</li> </ul>
---	---	---	---

Fig. n°4. Grilla de observación de marcas de traje de baño en Argentina. Fuente: elaboración propia (2021, pag 37).

### 3.2.4 Conclusión

Las marcas mencionadas anteriormente son las más relevantes en la actualidad. Tienen en común que las tres producen un rango importante de talles, en comparación a otras marcas, y promueven la inclusión de todos los cuerpos. Todas producen a nivel nacional. Las últimas dos nombradas anteriormente son las que tienen precios más elevados debido a la exclusividad de sus diseños y, en el caso de Compañía del Sol, de su materia prima. El problema de estas marcas es que ninguna contempla en su totalidad a todos los cuerpos, ya sea por la falta de talles o por la falta de tipologías según los diferentes cuerpos. Los materiales más utilizados por estas marcas son lycra morley, tricot, lycra lisa y lycra engomada.

#### **4. Concepto de diseño**

- Crear prendas que se adapten a distintos tipos de cuerpo con el desarrollo de diferentes tipologías para que el usuario elija cual se adapta mejor a sus necesidades. Y, además, desarrollar una tabla de medidas que abarque un rango amplio de talles.
- Crear prendas que puedan ser adaptadas según las necesidades y preferencias del usuario, a través de sistemas que sean regulables para así poder adaptar el producto a las necesidades de uso del consumidor.
- Desarrollar prendas que generen sosten en el cuerpo y sean resistentes al paso del tiempo, mediante la confección con textiles de alta calidad.

## 5. Programa de diseño

CONDICIONANTE	REQUERIMIENTO	PREMISAS
<p>Diseñar Indumentaria que sea resistente al paso del tiempo y al uso dado por el usuario.</p>	<p>Desarrollar prendas con materiales resistentes al uso del producto.</p> <p>Reforzar ciertas areas de la prenda para generar mayor resistencia al estirar esta.</p>	<p>Confeccionar las prendas con lycra pesada.</p> <p>Incorporar en breteles de corpiño, bajo busto, tiras de bombacha, cadera y entre pierna elastico embutido para mayor resistencia al estiramiento.</p> <p>Desarrollar los talles mas grandes (6,7,8,9) de manera embolsada, con lycra pesada y lycra tricot, para generar un mayor sosten.</p>
<p>Desarrollar indumentaria que se adapte a las necesidades del usuario.</p>	<p>Diseñar prendas con diferentes tipologías.</p> <p>Desarrollar prendas que permitan la regulación de estas a cada cuerpo.</p>	<p>Crear corpiños con arco y top para generar sosten en mujeres con mucho busto.</p> <p>Desarrollar bombachas vedetinas, media vedetina y colaless para que el usuario elija que opción se adapta mejor a sus necesidades.</p> <p>Incorporar correderas y argollitas de zamak hipoalargenicos en breteles</p>



		<p>de corpiños y tiras de bombachas.</p> <p>Diseñar corpiños y bombachas con tiras para atar en hombros y caderas.</p>
<p>Diseñar indumentaria que genere un buen impacto visual en el usuario.</p>	<p>Desarrollar prendas con colores que se encuentran en tendencia.</p> <p>Utilizar estampas llamativas que atraigan la atención del consumidor.</p>	<p>Utilizar colores como el celeste, nude y rosa fluor para el desarrollo de la colección</p> <p>Desarrollar rapport utilizando imágenes referidas al mar utilizando colores como naranja, celeste, rosa fluor, verde y violeta.</p>

## 6. Cronograma

	ENTREGABLE	TP 1			TP 2			TP 3			TP 4			
	SEMANA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
A C T I V I D A D E S	Elección tipo de TFG, eje y tema	■												
	Planteamiento del problema y objetivos		■											
	Justificación			■										
	Marco teórico		■	■	■									
	Metodología de investigación				■									
	Realización de entrevistas					■								
	Transcripción						■	■						
	Análisis de los resultados de la investigación					■	■							
	Concepto y programa de diseño							■						
	Alternativas de diseño								■					
	Definición técnica y fichas									■	■			
	Análisis de costos											■		
	Prototipado													■
	Organización TP 4												■	
	Fotos y corrección final													■

## **7. Alternativas de diseño**

### **7.1 Moodboard**

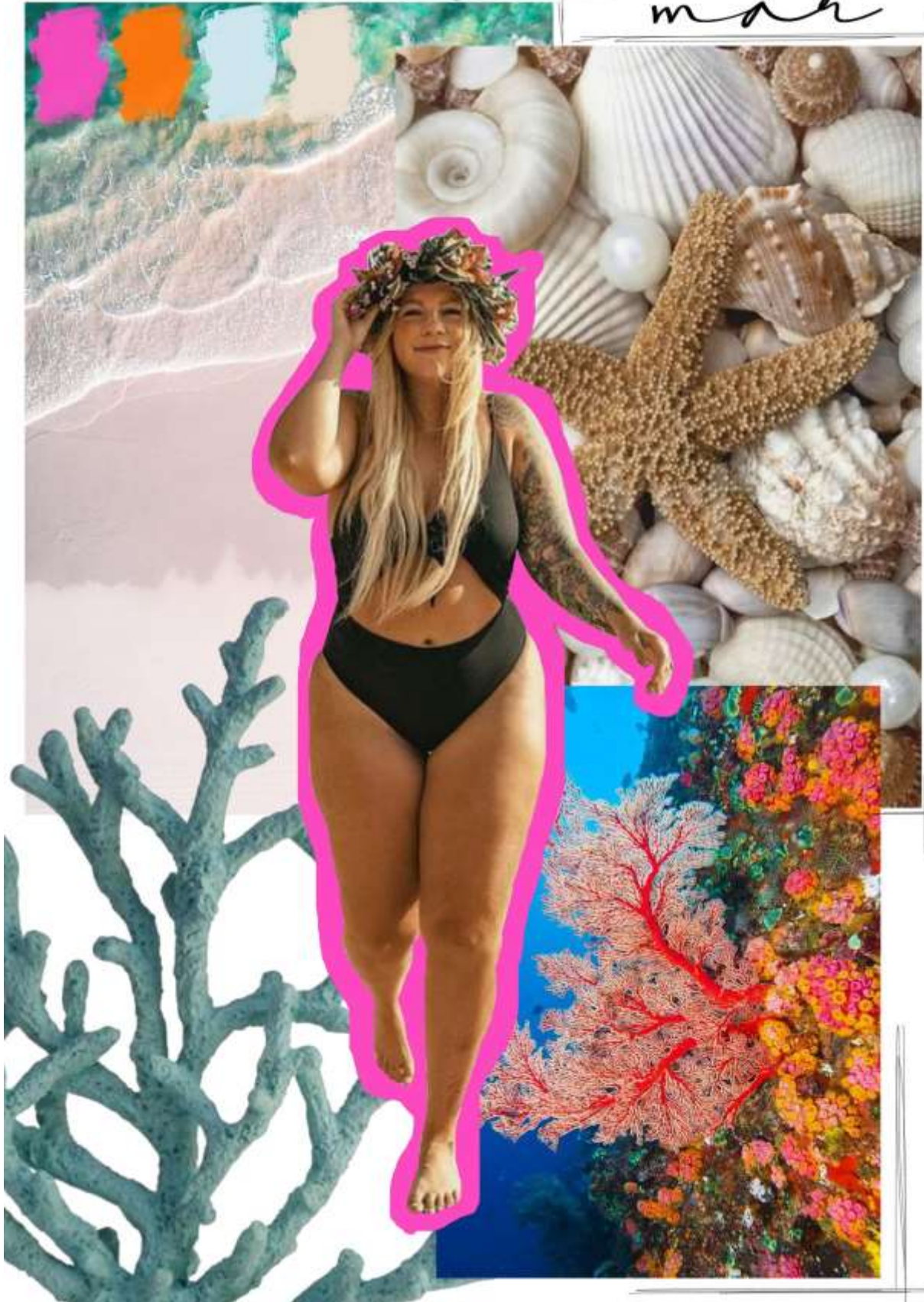
El tema principal de este moodboard es el “Mar”. A partir de este concepto se desglosara toda la colección, utilizando elementos que lo reflejen en cada una de las prendas.

La colección se dividira en dos series, cada una compuesta por seis conjuntos. La serie uno estará inspirada en la superficie del mar, utilizando como recurso mas importante los colores tierra y celestes. También, se intentará plasmar en la colección la tranquilidad y sencillez que refleja el mar.

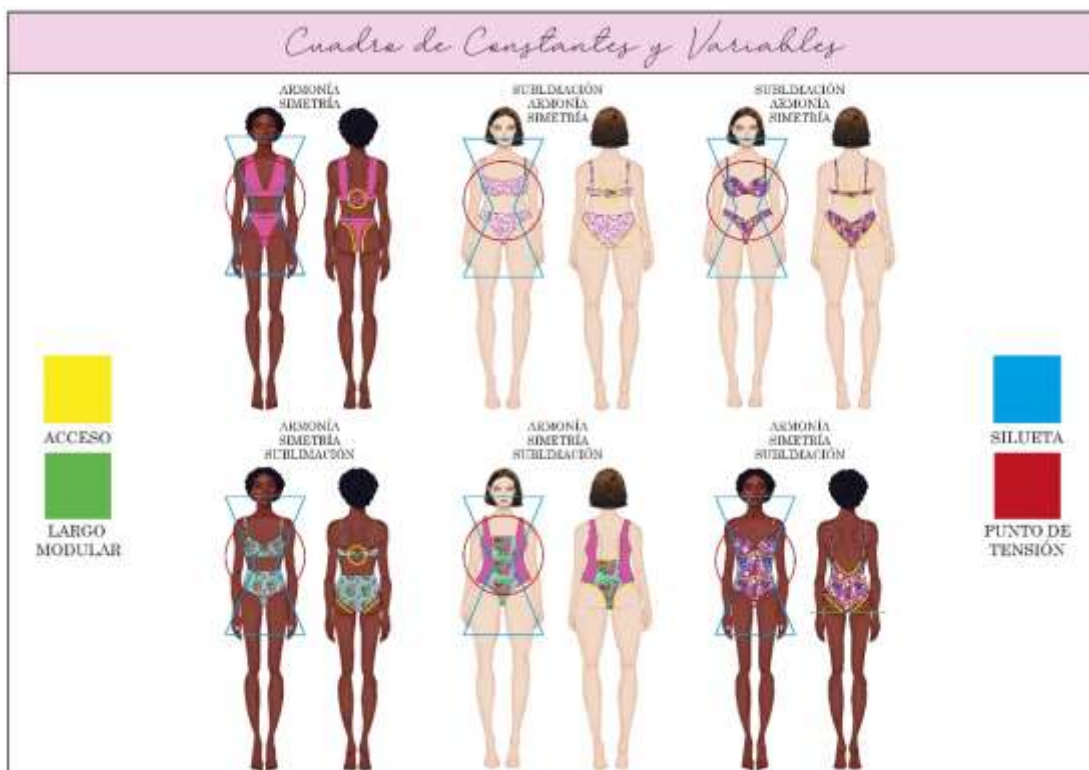
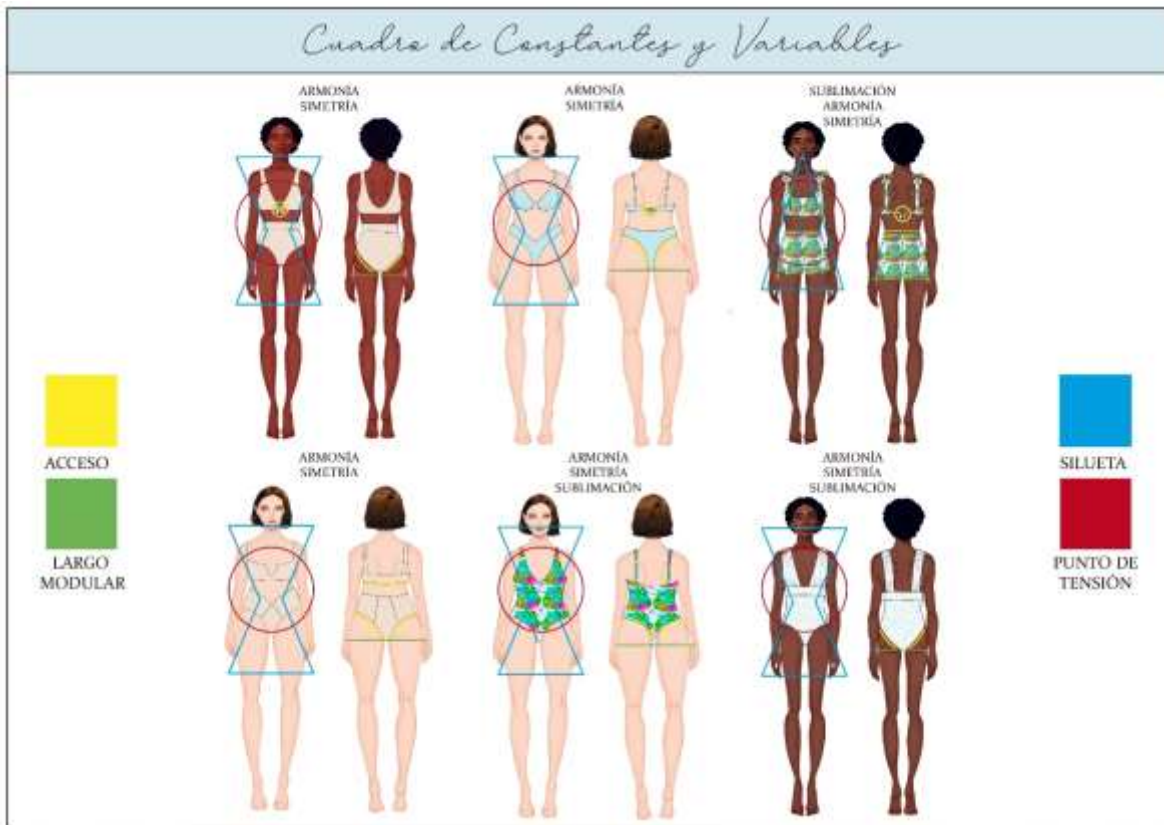
En la serie numero dos se intentará reflejar el fondo del mar a partir del uso de colores fuertes como el fucsia, naranja y turquesa. En esta serie será predominante el uso de estampas, las cuales serán creadas con imágenes que hagan referencia al fondo del mar.

En toda la colección, tanto en serie uno como en serie dos, se utilizaran diferentes modelos de corpiños, bombachas y enterizas pensados en abarcar las necesidades de un gran numero de mujeres. También, dependiendo el talle, algunas prendas se confeccionan de forma diferente a otras.

mar















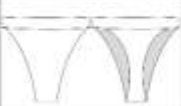


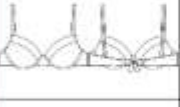





## 7.2 Cuadro de constantes y variables





### 7.3 Cuadro de tipologías

<i>Cuadro de tipología serie 1</i>							
	CORPIÑO CON ARCO	CORPIÑO TOP	ENTERIZA	COLALESS	VEDETINA	MEDIA VEDETINA	SHORT
1							
2							
3							
4							
5							
6							

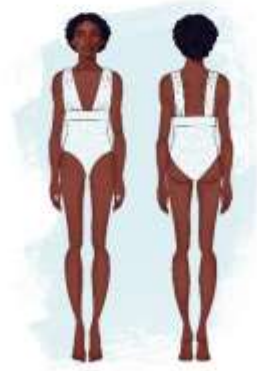
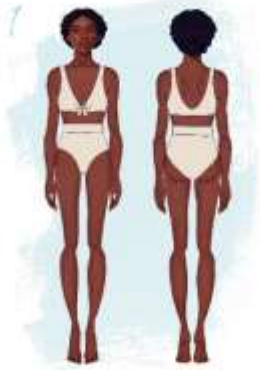
Cuadro de tipología serie 2						
	CORPIÑO CON ARCO	CORPIÑO TOP	ENTERIZA	COLALESS	VEDETINA	MEDIA VEDETINA
1						
2						
3						
4						
5						
6						

#### 7.4 Colección

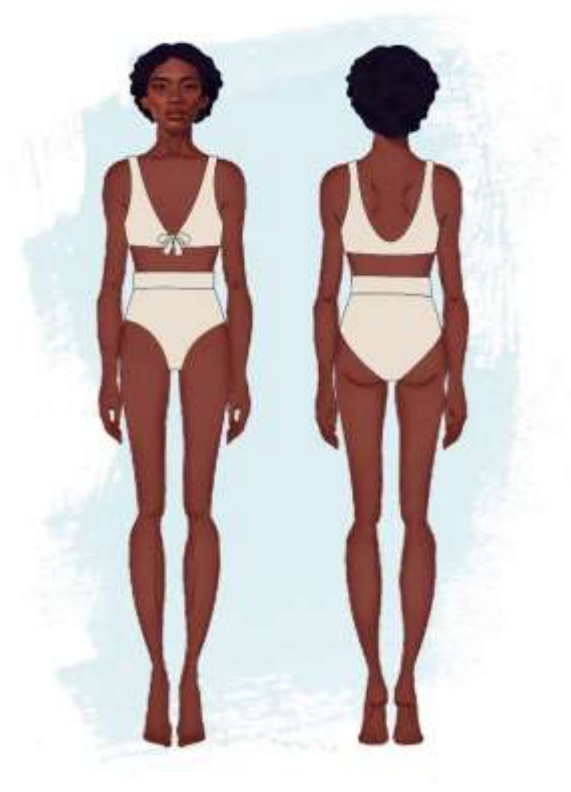
En la colección que se presenta a continuación se tomó como concepto de inspiración el “mar”. Se divide la colección en dos series de seis conjuntos cada una. La primer serie esta inspirada en la superficie del mar, en la arena, las olas, caracoles, etc y se utilizaran colores mas suaves para el desarrollo de esta como el celeste y el nude. La segunda serie esta inspirada en el fondo del mar, en los arrecifes de coral y algunos animales, por esto se utilizarán colores fluor y predomina mas el uso de rapport.

La elección del tema se realizó a partir de la estrecha relación que existe entre el traje de baño y el mar, ya que en Argentina aparecen las prendas de baño por la necesidad de nadar y las prendas que se utilizaban en ese entonces no eran aptas para esto. La costa Argentina es un lugar que recibe miles de turistas cada verano. En siglos pasados la playa eras destinos de recorridos y descansos, pero no para realizar actividades como nadar. Es por esto que a lo largo de la colección se intenta relacionar la comodidad y adaptabilidad de las prendas a lo que conlleva nadar en el mar.

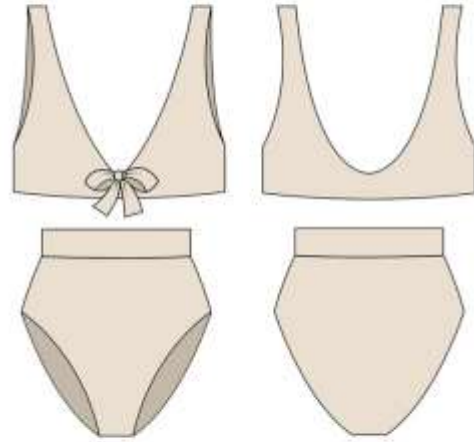
Serie 1



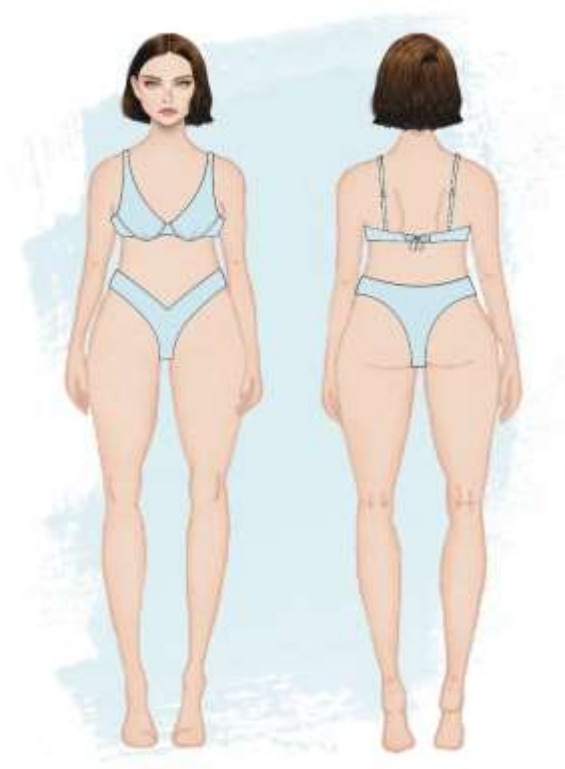




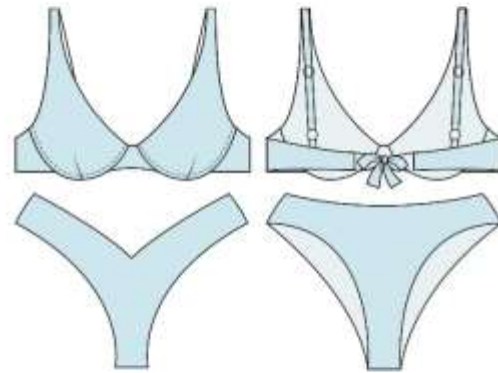
## Conjunto 1



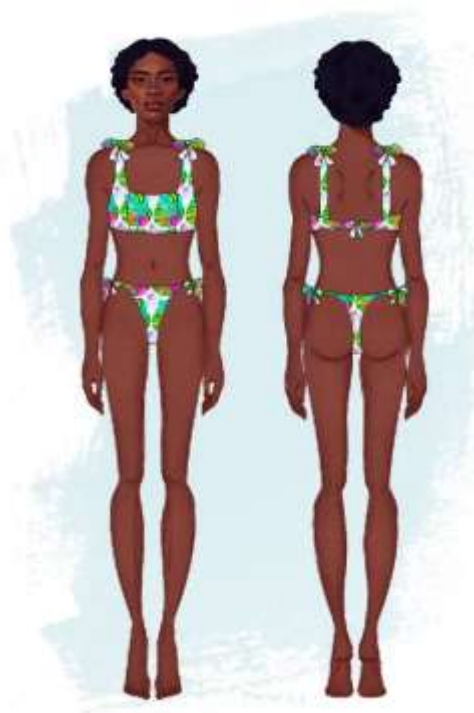
Corpiño tipo top de lycra morley con acceso frontal para atar mediante tiras, forrado con lycra tricot. Bombacha media vedetina tiro alto de lycra morley, forrado con lycra tricot.



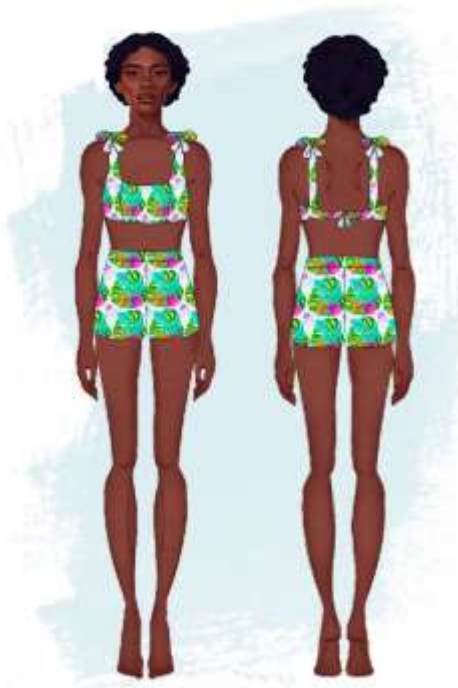
## *Conjunto 2*



Corpiño con arco embolsado de lycra tricot con breteles regulables con correderas y argollitas, sin costuras. Bombacha colaless en V embolsada de lycra tricot, sin costuras.



### Conjuntos 3



### Conjuntos 3

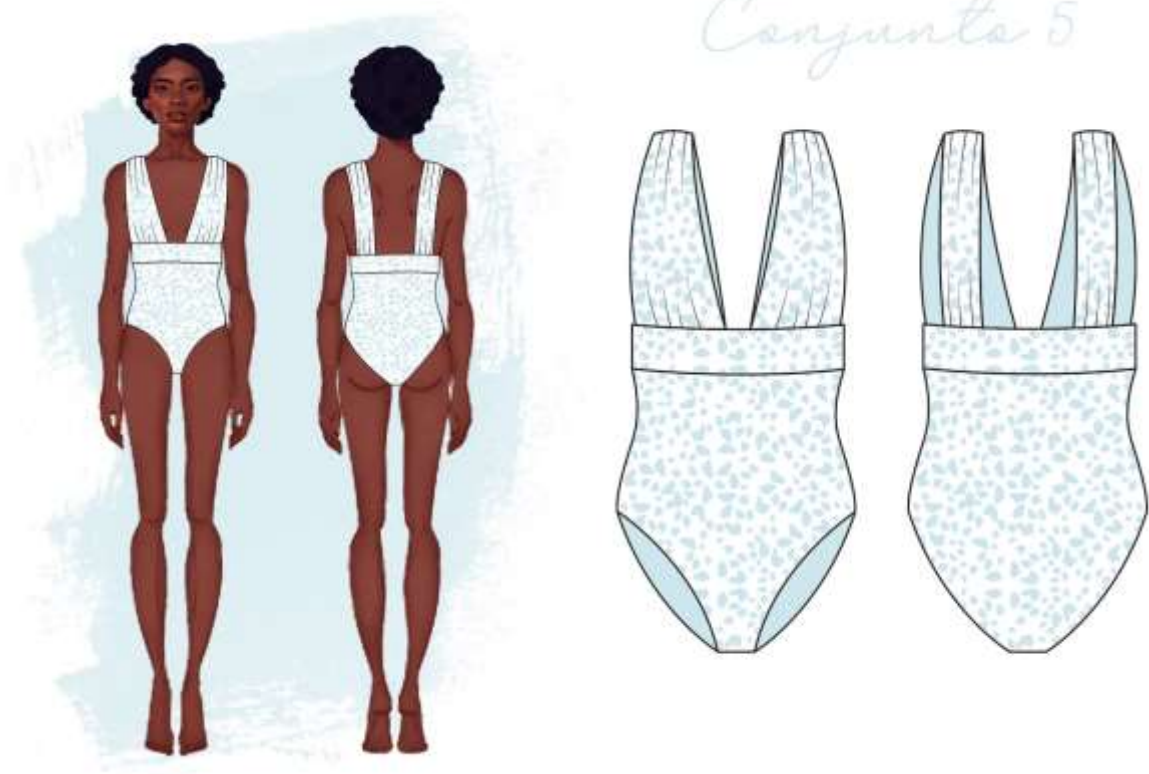


Corpiño tipo top de lycra tricot sublimada con tiras para atar en hombros y espalda, forrado con lycra tricot. Bombacha colaless de lycra tricot sublimada con tiras para atar en la cadera,

forrada con lycra tricot. Short de lycra sublimada con canesú en cintura, forrado con lycra tricot.



Corpiño tipo top embolsado de lycra tricot con pequeño escote en V. Bombacha media vedetina embolsada de lycra tricot con recortes.



Enteriza vedetina de lycra tricot sublimada con escote profundo fruncido, forrada con forro de malla.



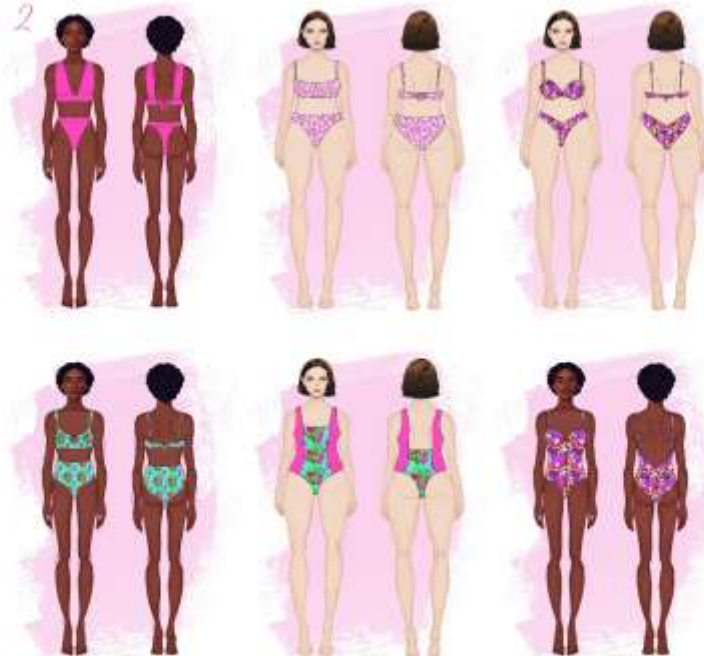


*Conjunto 6*



Enteriza colaless de lycra tricot sublimada, con breteles regulables con correderas y argollitas. Forrada con forro de malla.

*Serie 2*





Corpiño con escote profundo embolasado de lycra tricot con breteles para atar por la espalda. Bombacha embolasada colaless de lycra tricot cavada con canesú en cintura.

## Conjunto 2



Corpiño tipo top de lycra tricot sublimada con breteles regulables con correderas y argollitas de zamak, forrado con forro de malla. Bombacha vedetina sublimada de lycra tricot, forrada con forro de malla.



## Conjunto 3



Corpiño con arco de lycra tricot sublimada, con breteles regulables con correderas y argollitas, tira para atar por espalda, forrado con forro de malla. Bombacha vedetina en V de lycra tricot sublimada, forrada con forro de malla.

## Conjunto 4



Corpiño con arco con pequeño escote en V de lycra tricot sublimada. Broteles regulables con correderas y argollitas, tira para atar en la espalda, forrado con lycra. Bombacha vedetina embolsada de lycra tricot sublimada tiro alto.

## Conjunto 5



Enteriza colaless con escote cuadrado en delantero y espalda de lycra tricot sublimada y lycra tricot lisa. Forrada con forro de malla.

## Conjunto 6



Enteriza vedetina de lycra pesada sublimada con corpiño con arco y breteles regulables con correderas y argollitas. Escote en espalda hasta la cintura. Forrada con lycra pesada.

## 8. Propuesta final de diseño

### 8.1 Definición técnica

#### 8.1.1 Tabla de talles

Esta tabla de talles fue creada a partir de la combinación de dos tablas ya existentes en la industria. La primera referencia fue tomada de la marca Mumbai Bikinis, la cual cuenta con una tabla de seis talles. La segunda referencia fue sacada del libro “Talles Especiales Corte y Confección 2” de Hermenegildo Zampar y María Laura Poratto.

A partir de las referencias tomadas de la marca Mumbai Bikinis se crearon los primeros seis talles de esta nueva tabla modificando, en algunos casos, las medidas. Y con las referencias obtenidas mediante el libro “Talles Especiales Corte y Confección 2”, se crearon los últimos tres talles y, del mismo modo que en el caso anterior, se modificaron algunas medidas.

TABLA DE TALLES	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Contorno de busto	85cm	90cm	95cm	100cm	105cm	110cm	115cm	120cm	125cm
Contorno de cintura	64cm	68cm	72cm	76cm	80cm	84cm	88cm	92cm	96cm
Contorno de cadera	92cm	96cm	100cm	104cm	108cm	112cm	116cm	120cm	124cm
Largo de espalda	41,5cm	42cm	42,5cm	43cm	43,5cm	44cm	44,5cm	45cm	45,5cm
Ancho de espalda	34cm	35cm	36cm	37cm	38cm	39cm	40cm	41cm	42cm
Ancho de hombros	13cm	13,5cm	14cm	14,5cm	15cm	15,5cm	16cm	16,5cm	17cm
Contorno de cuello	34cm	35cm	36cm	37cm	38cm	39cm	40cm	41cm	42cm
Altura de busto	27,45cm	27,75cm	28,5cm	29,25cm	29,55cm	29,85cm	30,15cm	30,45cm	30,75cm
Separación de busto	20,5cm	21cm	21,5cm	22cm	22,5cm	23cm	23,5cm	24cm	24,5cm
Contorno de brazo	34cm	34,5cm	35cm	35,5cm	36cm	36,5cm	37cm	37,5cm	38cm
Contorno de muñeca	15cm	15,5cm	16cm	16,5cm	17cm	17,5cm	18cm	18,5cm	19cm
Largo de manga	60cm	60cm	60cm	60cm	60cm	60cm	60cm	60cm	60cm
Altura de cadera	19,5cm	20cm	20cm	20,5cm	20,5cm	21cm	21cm	21,5cm	21,5cm
Altura de tiro de pantalón	25,8cm	26,4cm	27cm	27,6cm	28,2cm	28,8cm	29,4cm	30cm	30,6cm
Largo de pantalón	104cm	104cm	104cm	104cm	104cm	104cm	104cm	104cm	104cm

Fig. n°5. Tabla de talles. Fuente: elaboración propia (2021, pag 59).

#### 8.1.2 Ficha técnica de producto

UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

LINEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

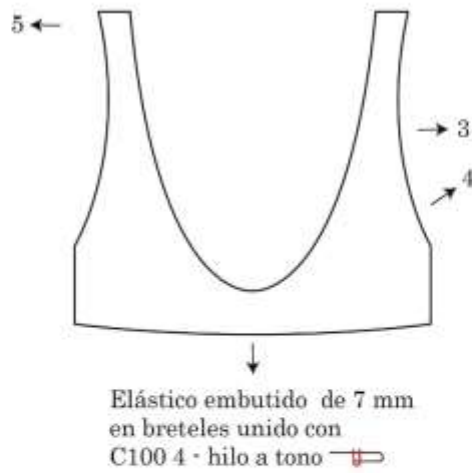
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Corpiño tipo top embolsado con acceso frontal.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 1

MATERIALES

- 1. Lycra pesada
- 2. Elástico de 7 mm

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro

UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

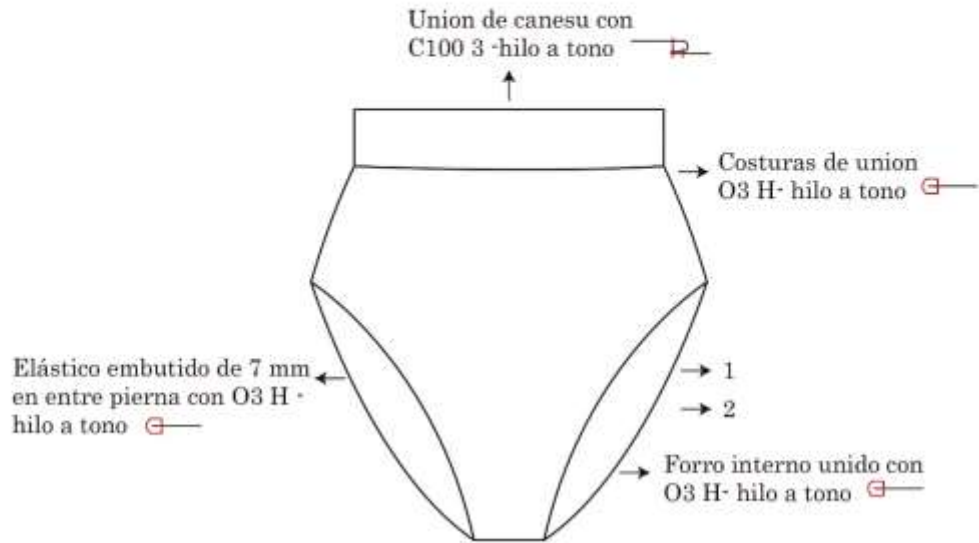
LINEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

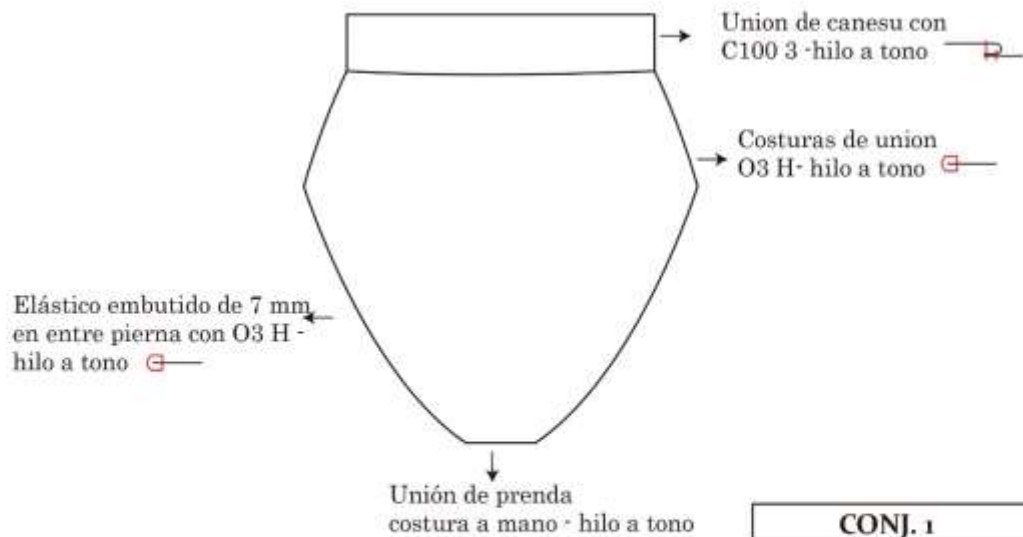
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Bombacha vedetina tiro alto embolasada.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 1

MATERIALES

1. Lycra pesada
2. Elástico de 7 mm

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro



UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

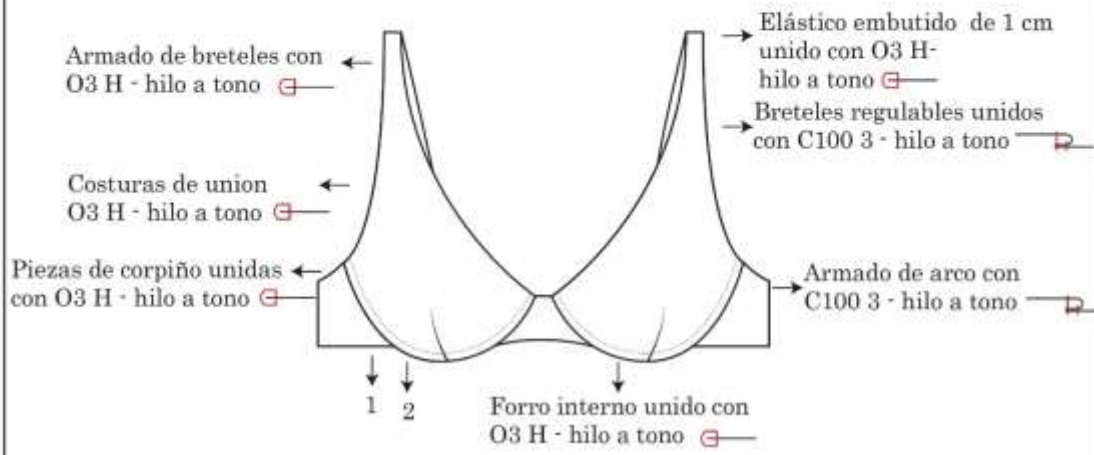
LINEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

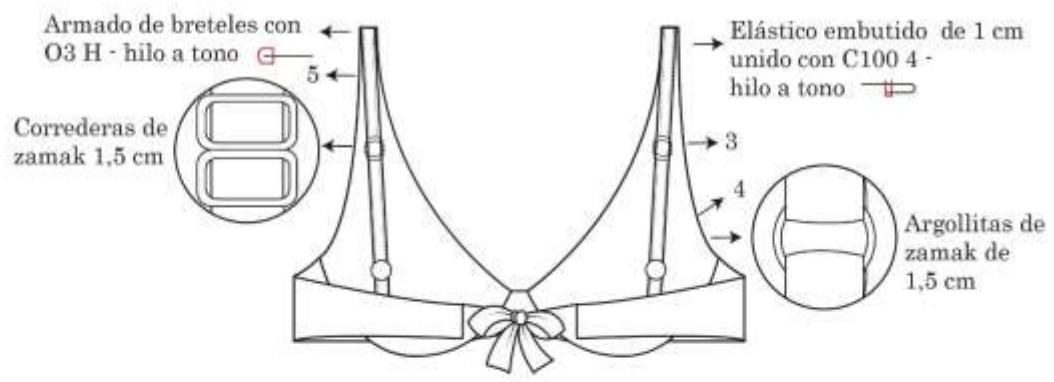
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Corpiño con arco embolsado con textura y breteles regulables.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



<b>CONJ. 2</b>
<b>MATERIALES</b>
1. Lycra
2. Arco
3. Correderas
4. Argollitas
5. Elástico de 1 cm

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro



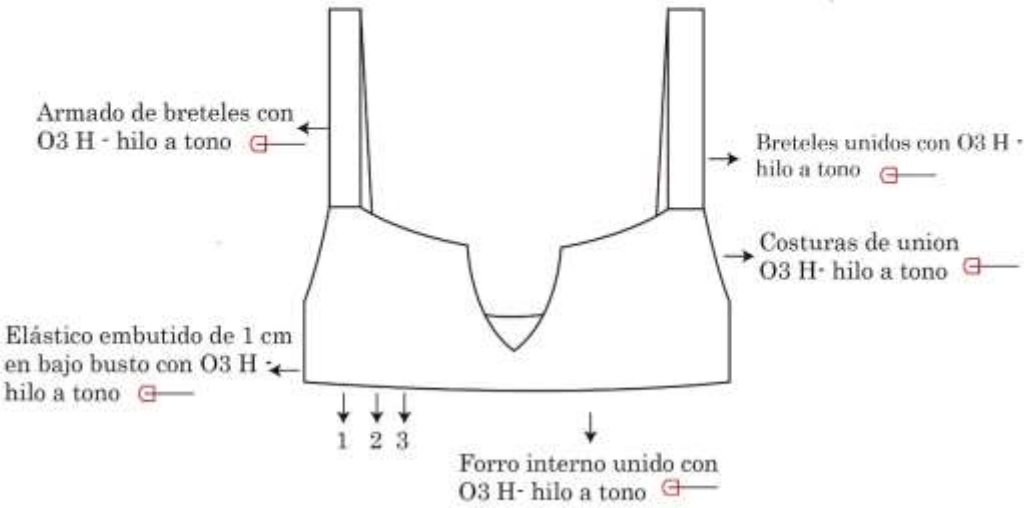
UES 21		FICHA DE PRODUCTO								
MARCA:	Marella	LINEA:	Primavera/Verano	COLECCIÓN:	Marea	TALLE:	2			
DESCRIPCIÓN:		Bombacha colaless embolada.								
D E L A N T E R O										
	E S P A L D A									
		<table border="1"> <tr> <td>CONJ. 2</td> </tr> <tr> <td>MATERIALES</td> </tr> <tr> <td>1. Lycra pesada</td> </tr> <tr> <td>2. Elástico de 1 cm</td> </tr> </table>			CONJ. 2	MATERIALES	1. Lycra pesada	2. Elástico de 1 cm		
CONJ. 2										
MATERIALES										
1. Lycra pesada										
2. Elástico de 1 cm										
ALUMNA: Luana Varela				PROF: Ana Cubeiro						

**UES 21 FICHA DE PRODUCTO**

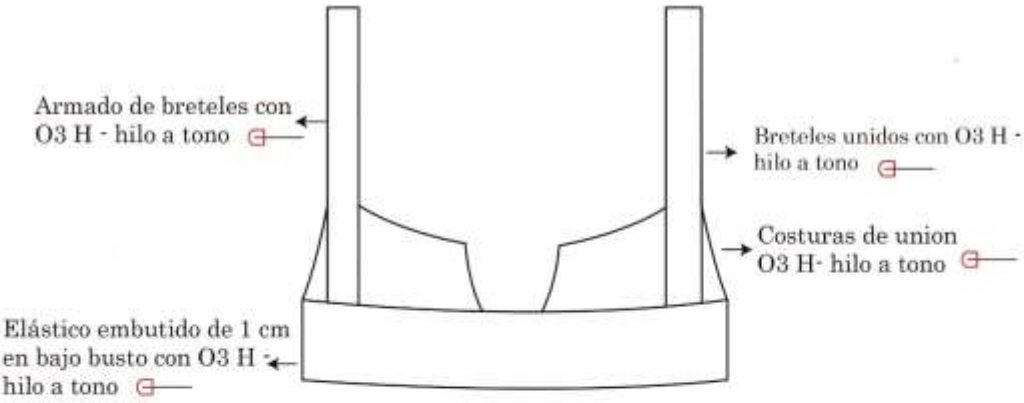
**MARCA:** Marella | **LINEA:** Primavera/Verano | **COLECCIÓN:** Marea | **TALLE:** 2

**DESCRIPCIÓN:** Corpiño tipo top escote V embolsado.

**D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O**



**E  
S  
P  
A  
L  
D  
A**



<b>CONJ. 3</b>
<b>MATERIALES</b>
1. Lvcra pesada
2. Elástico de 1 cm

**ALUMNA:** Luana Varela | **PROF.:** Ana Cubeiro

UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

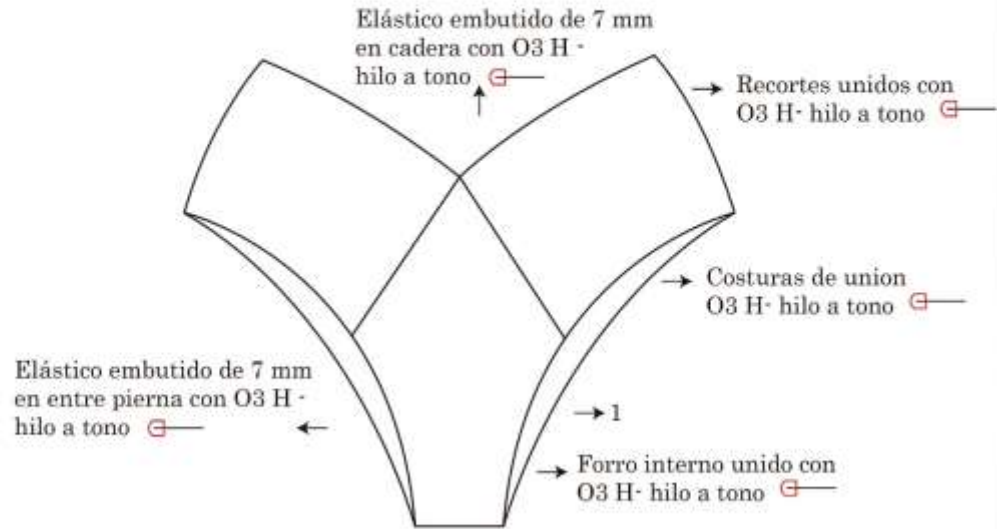
LINEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

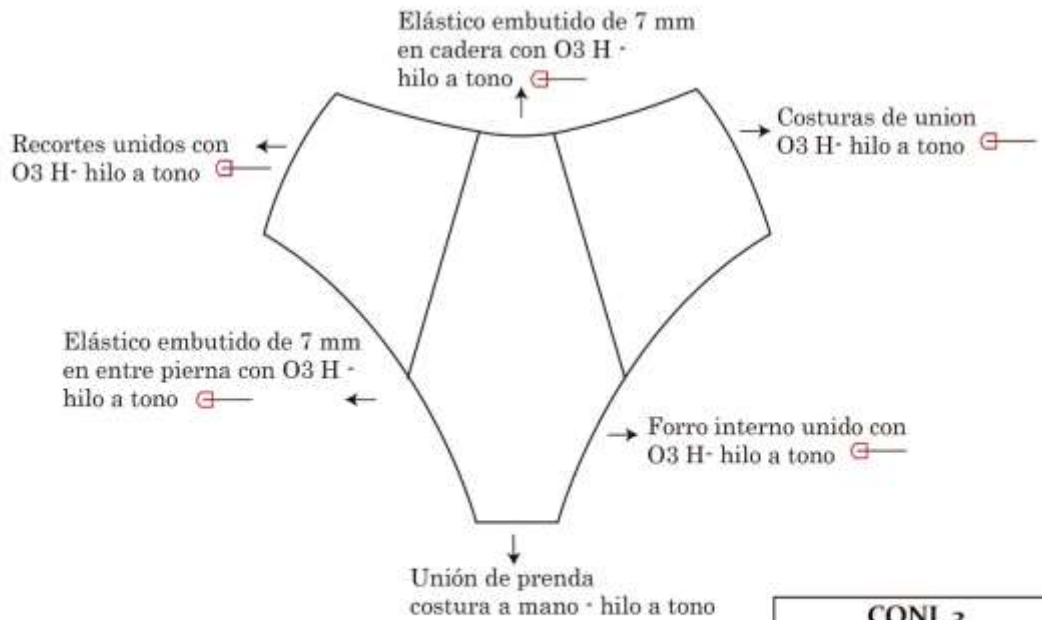
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Bombacha media vedetina embolsada con recortes.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 3

MATERIALES

- 1. Lycra pesada
- 2. Elástico de 1 cm

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro

UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

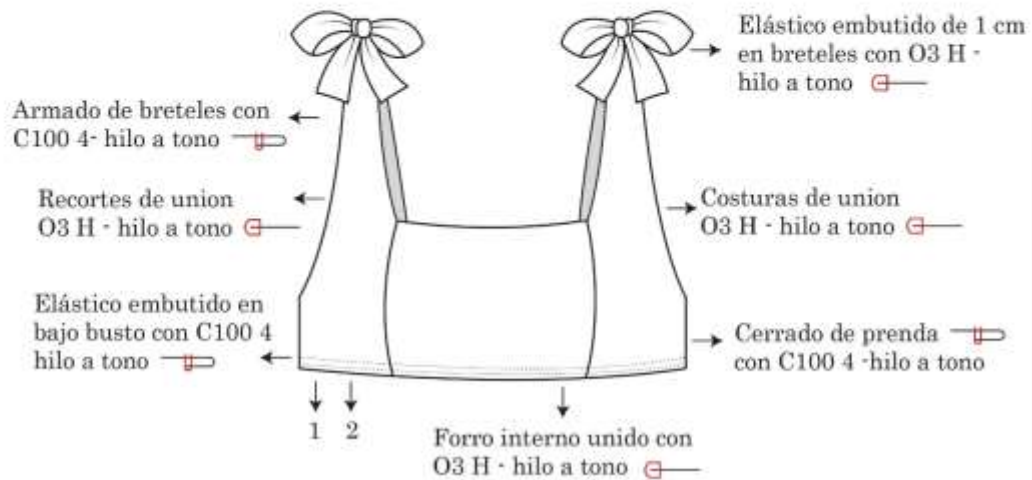
LINEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

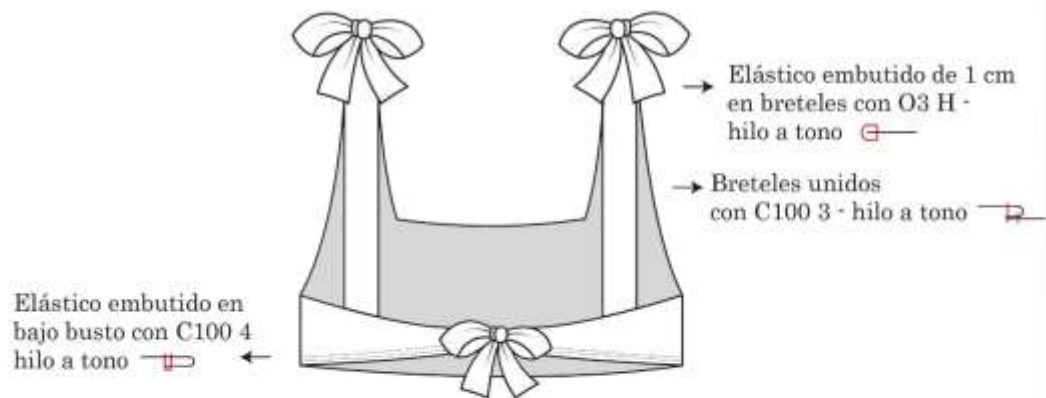
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Corpiño top sublimado con recortes y breteles para atar en hombros.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 4

MATERIALES

1. Lycra pesada
2. Forro lycra retro
3. Correderas
4. Argollitas
5. Elástico de 1 cm

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro

UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

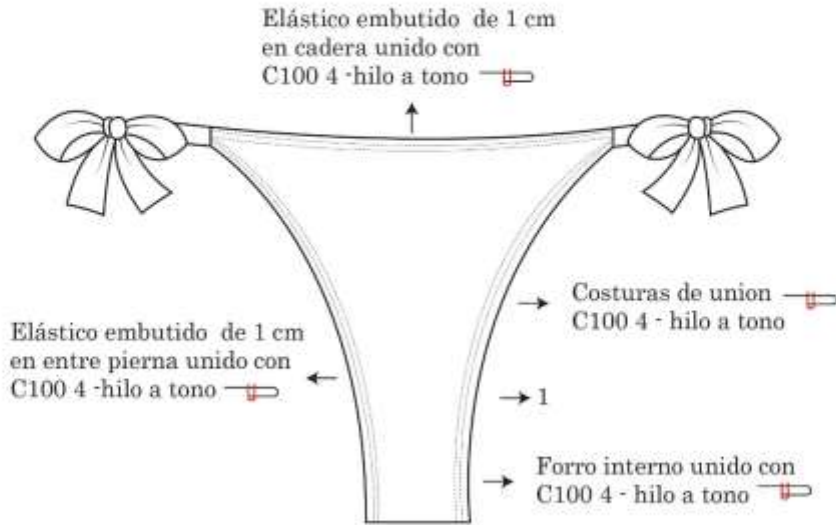
LINEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

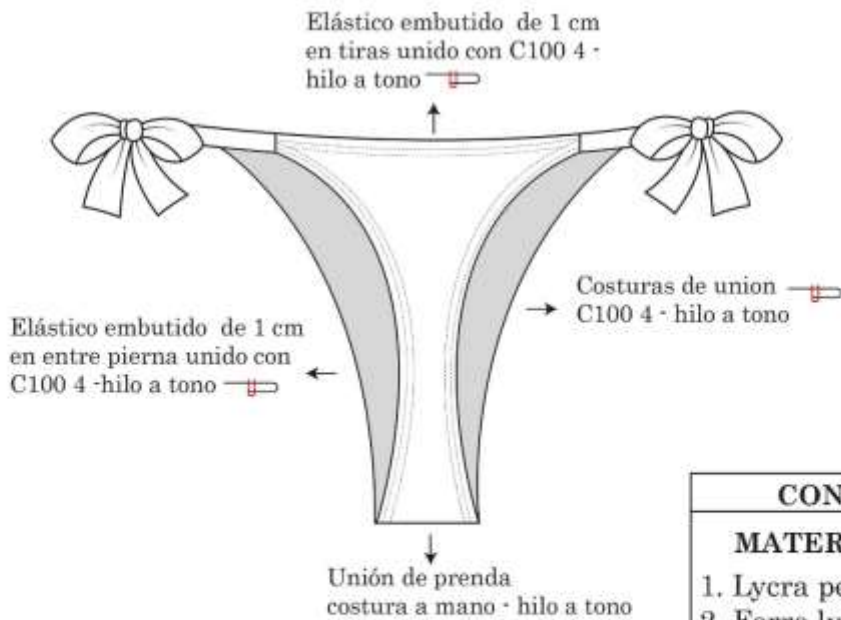
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Bombacha colaless sublimada con tiras para atar en cadera.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 4

MATERIALES

1. Lycra pesada
2. Forro lycra retro
3. Elástico de 1 cm

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro

UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

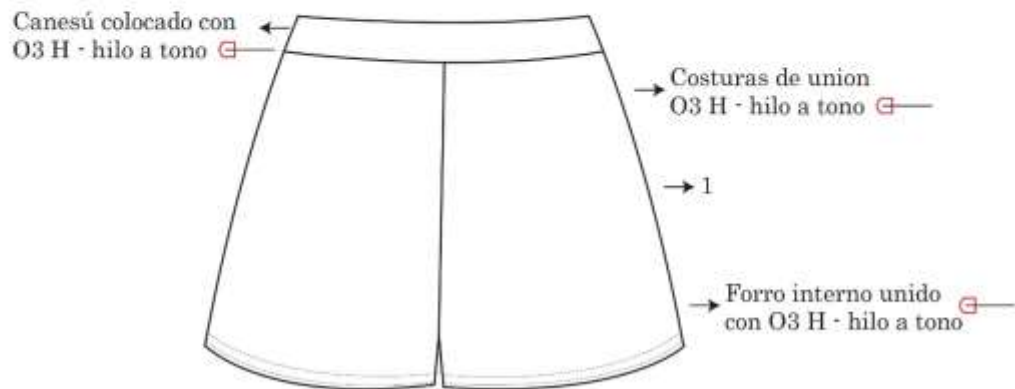
LINEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

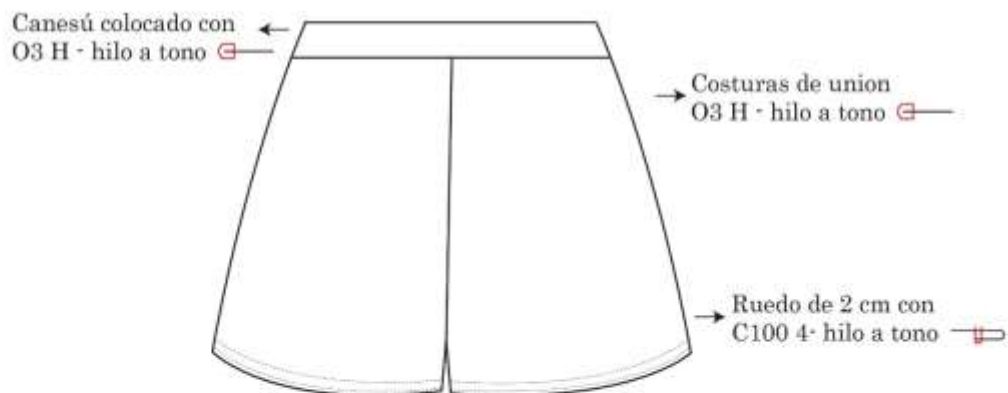
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Short sublimado con canesú.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 4

MATERIALES

- 1. Lycra pesada
- 2. Forro lycra retro

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro



UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

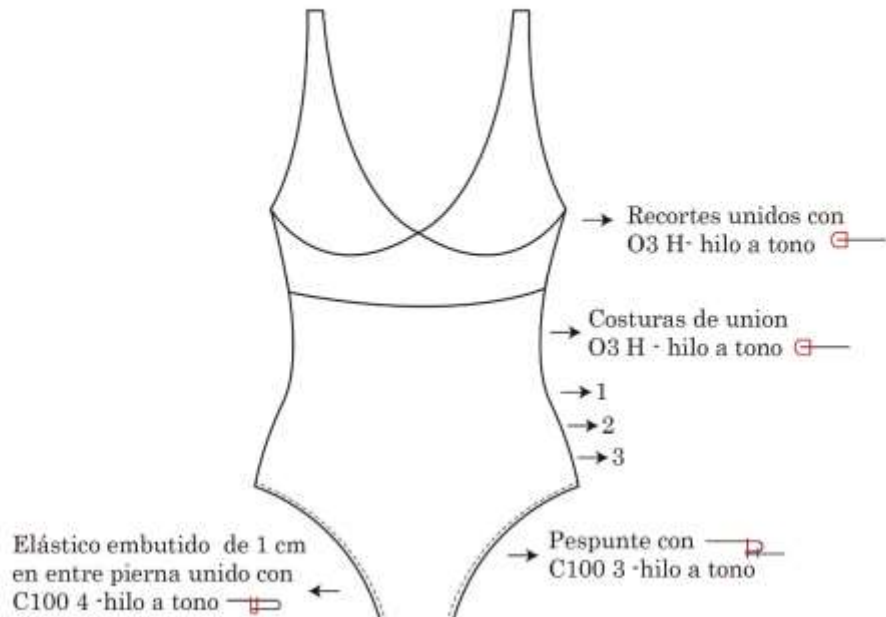
LINEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Enteriza colales con recortes.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 5

MATERIALES

1. Lycra pesada
2. Tope metálico
3. Elástico de 1 cm

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro

UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

LÍNEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Enteriza vedetina sublimada embolsada con corpiño con frunces.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O

Elástico embutido de 1 cm en contorno de corpiño unido con C100 4 -hilo a tono

Frunce cada 2 cm unido con O3 H - hilo a tono



Costuras de union O3 H - hilo a tono

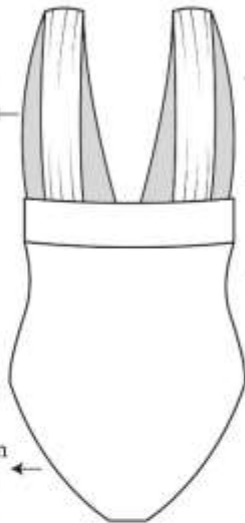
Elástico embutido de 1 cm en entre pierna unido con C100 4 -hilo a tono

Forro interno unido con O3 H - hilo a tono

E  
S  
P  
A  
L  
D  
A

Elástico embutido de 1 cm en tiras de corpiño unido con C100 4 -hilo a tono

Frunce cada 2 cm unido con O3 H - hilo a tono



Costuras de union O3 H - hilo a tono

Forro interno unido con O3 H - hilo a tono

Elástico embutido de 1 cm en entre pierna unido con C100 4 -hilo a tono

CONJ. 6

MATERIALES

1. Lycra pesada

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro



UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

LÍNEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

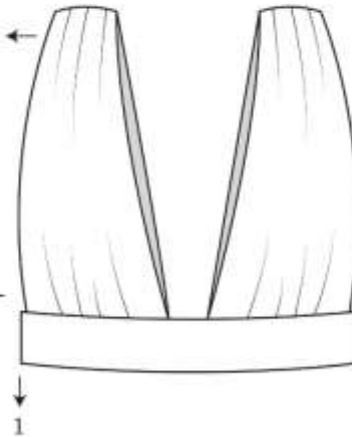
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Corpiño top embolsado con frunces y tira para atar en espalda.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O

Elástico embutido de 1 cm  
en contorno de corpiño  
unido con C100 4  
-hilo a tono

Frunce cada 2 cm  
unido con O3 H ·  
hilo a tono



Costuras de union  
O3 H · hilo a tono

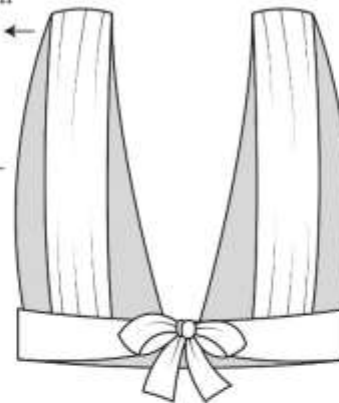
Forro interno unido  
con O3 H · hilo a tono

Elástico embutido en  
bajo busto con C100 4  
hilo a tono

E  
S  
P  
A  
L  
D  
A

Elástico embutido de 1 cm  
en tiras de corpiño  
unido con C100 4  
-hilo a tono

Frunce cada 2 cm  
unido con O3 H ·  
hilo a tono



Costuras de union  
O3 H · hilo a tono

Forro interno unido  
con O3 H · hilo a tono

Elástico embutido en  
bajo busto con C100 4  
hilo a tono

CONJ. 7

MATERIALES

1. Lycra pesada

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro

UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

LÍNEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

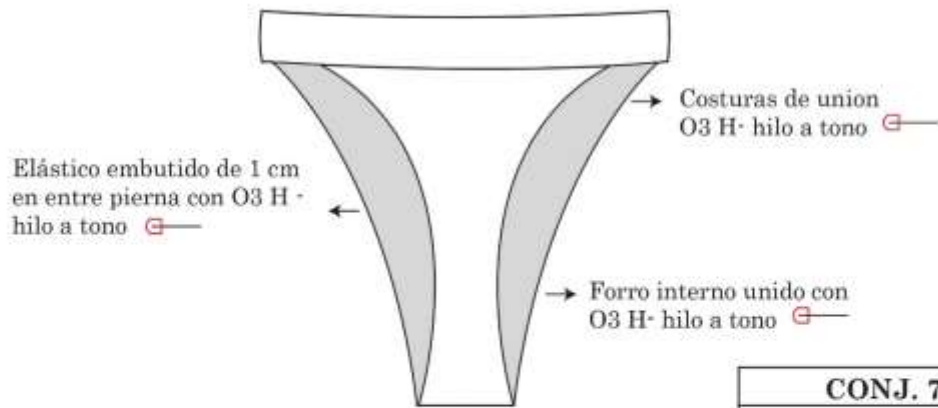
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Bombacha colaless tiro alto embolsada sin costuras.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 7

MATERIALES

1. Lycra pesada

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro

UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

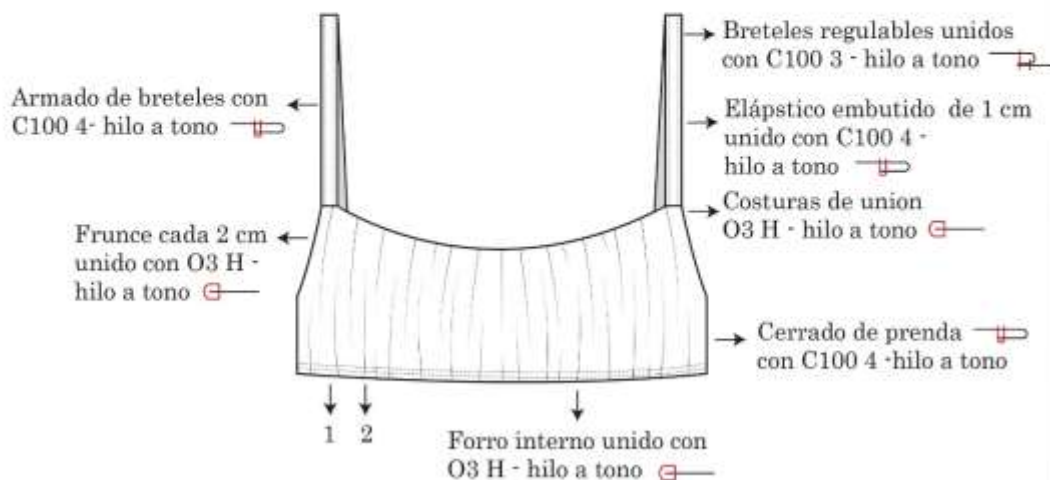
LINEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marela

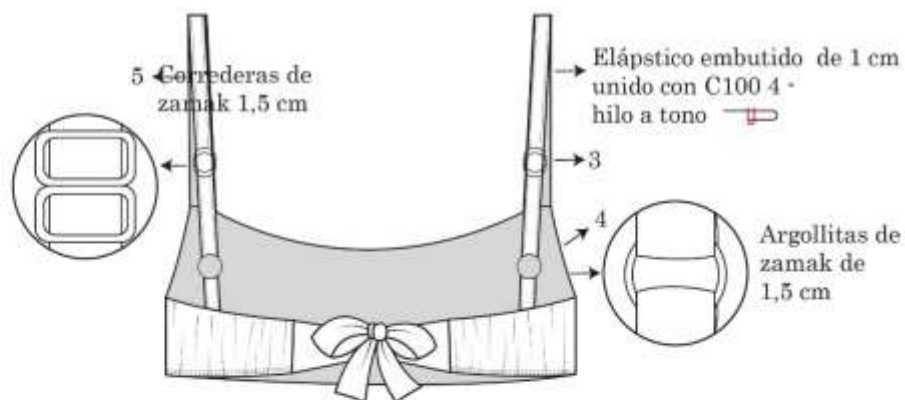
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Corpiño top sublimado con frunces y breteles regulables.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 8

MATERIALES

1. Lycra pesada
2. Forro lycra retro
3. Correderas
4. Argollitas
5. Elástico de 1 cm

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro

UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

LINEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

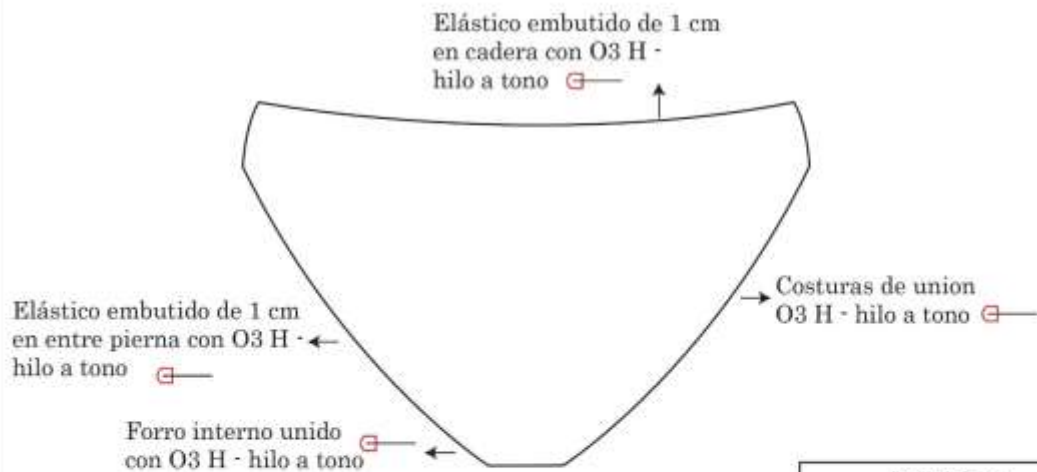
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Bombacha sublimada vedetina embolsada sin costuras.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 8

MATERIALES

- 1. Lycra pesada

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro

UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

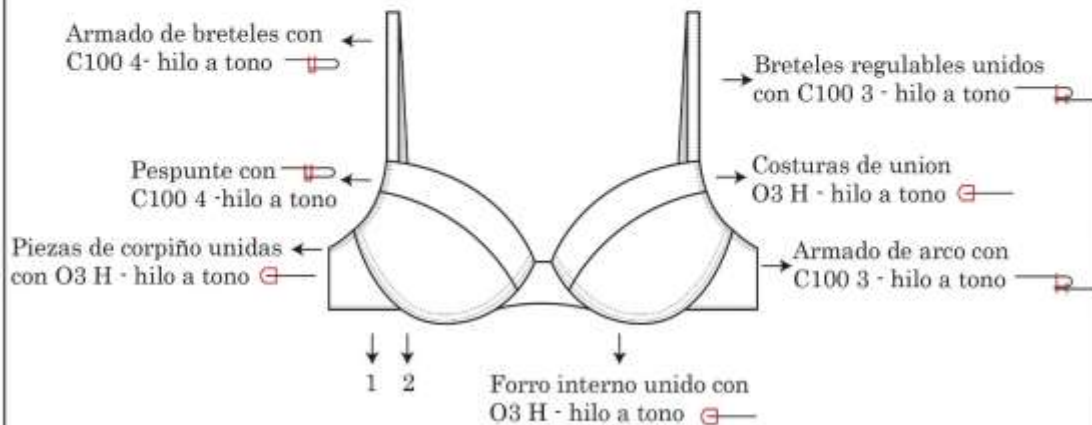
LÍNEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marela

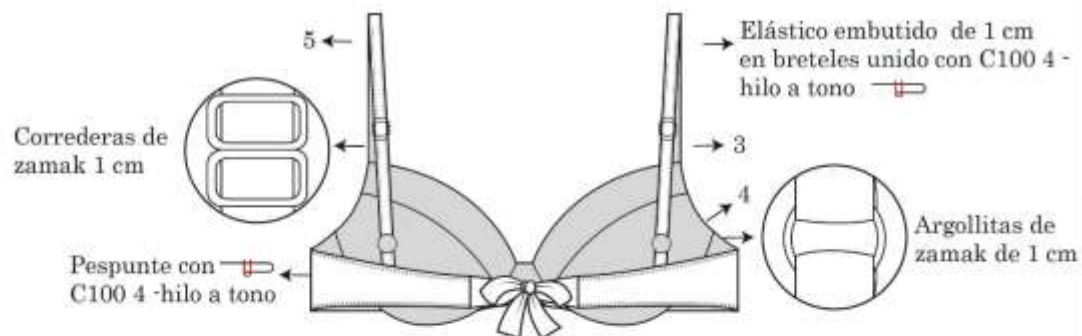
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Corpiño con arco sublimado con breteles regulables.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 9

MATERIALES

1. Lycra pesada
2. Forro lycra retro
3. Correderas
4. Argollitas
5. Elástico de 1 cm

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro

UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

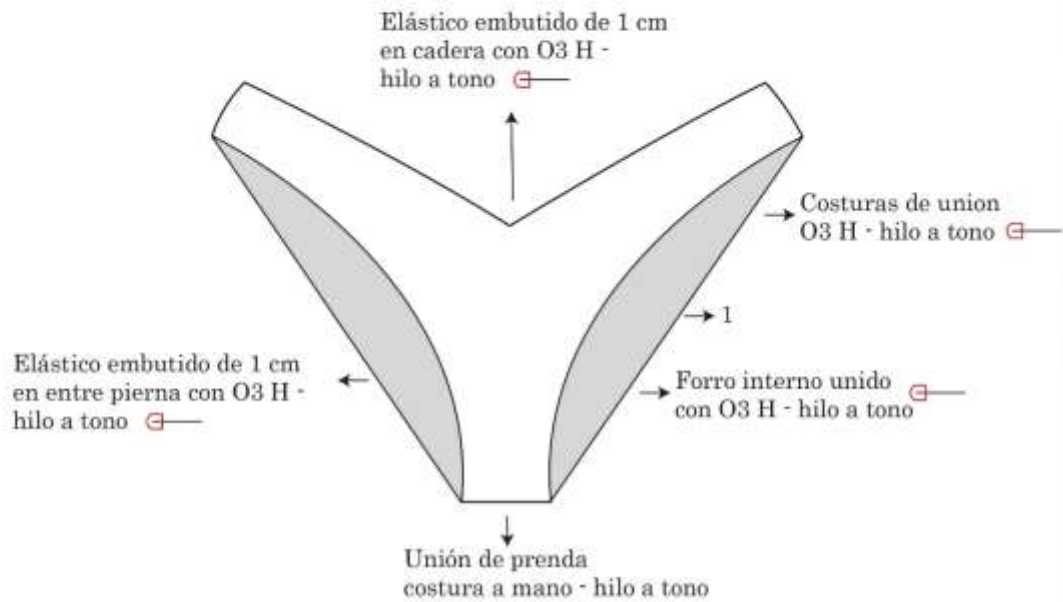
LINEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

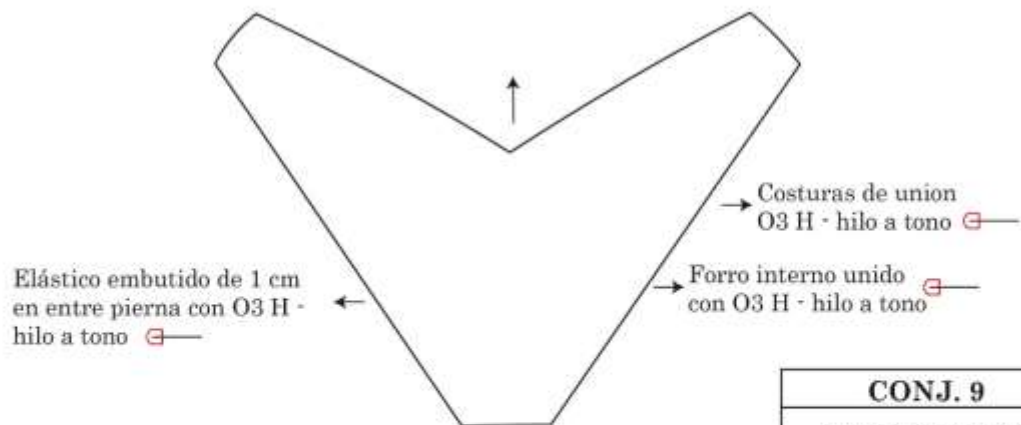
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Bombacha sublimada en V media vedetina embolsada sin costuras.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 9

MATERIALES

- 1. Lycra pesada

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro



UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

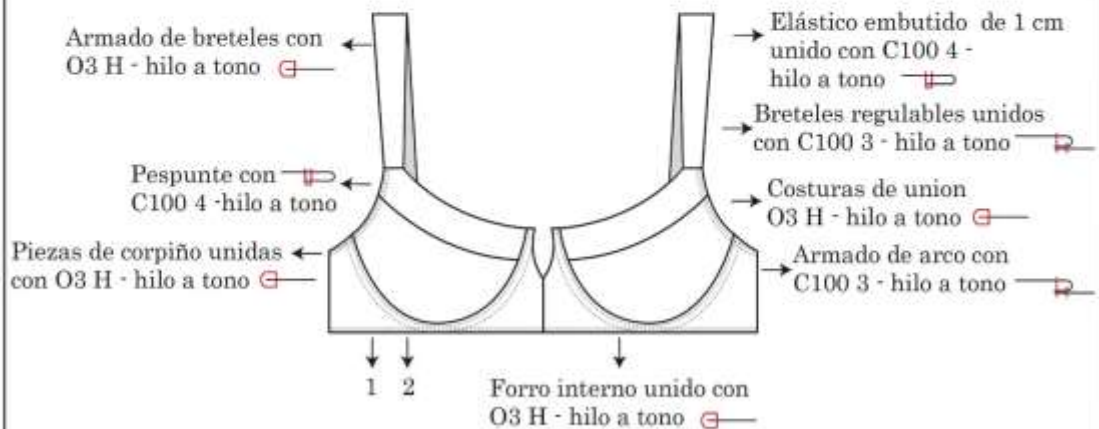
LÍNEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

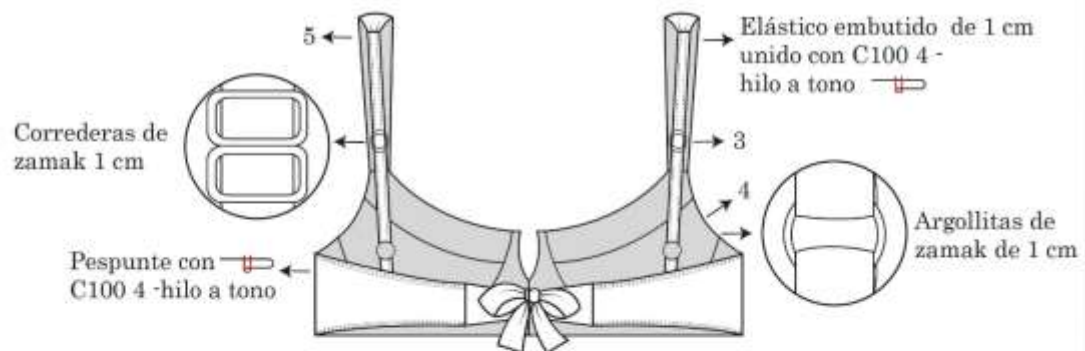
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Corpiño con arco sublimado con breteles regulables.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 10

MATERIALES

1. Lycra pesada
2. Forro lycra retro
3. Correderas
4. Argollitas
5. Elástico de 1 cm

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro

UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

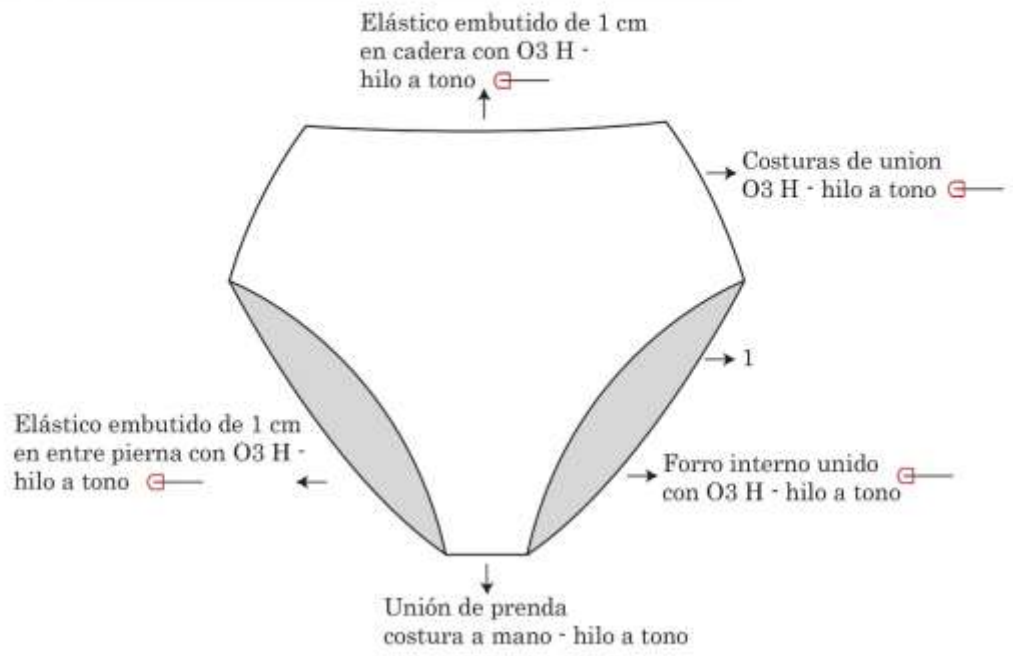
LINEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

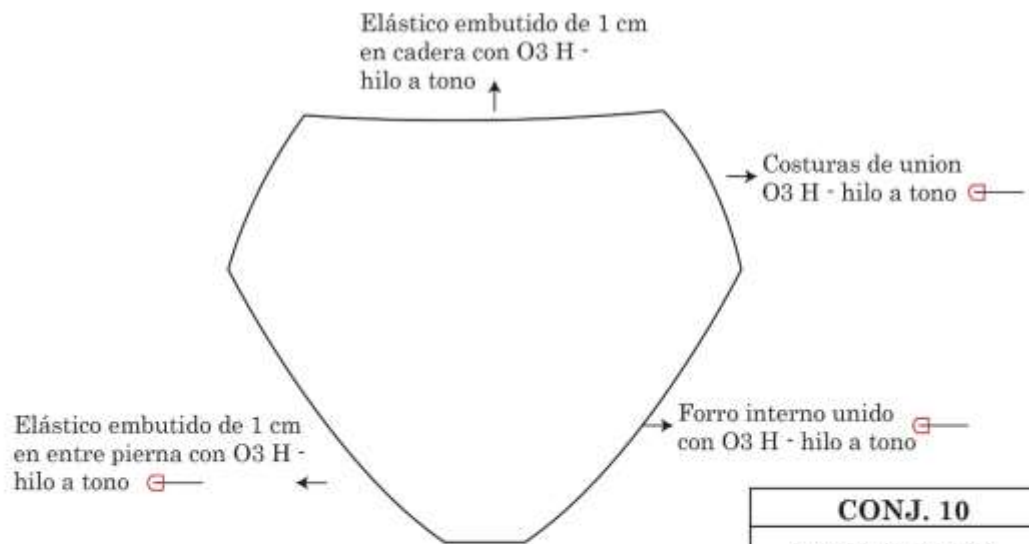
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Bombacha vedetina doble tiro alto sin costuras.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



<b>CONJ. 10</b>
<b>MATERIALES</b>
1. Lycra pesada

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro



UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

LINEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Enteriza colaless embolsada con recortes sublimados.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 11

MATERIALES

- 1. Lycra
- 2. Forro lycra retro

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro

UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

LINEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

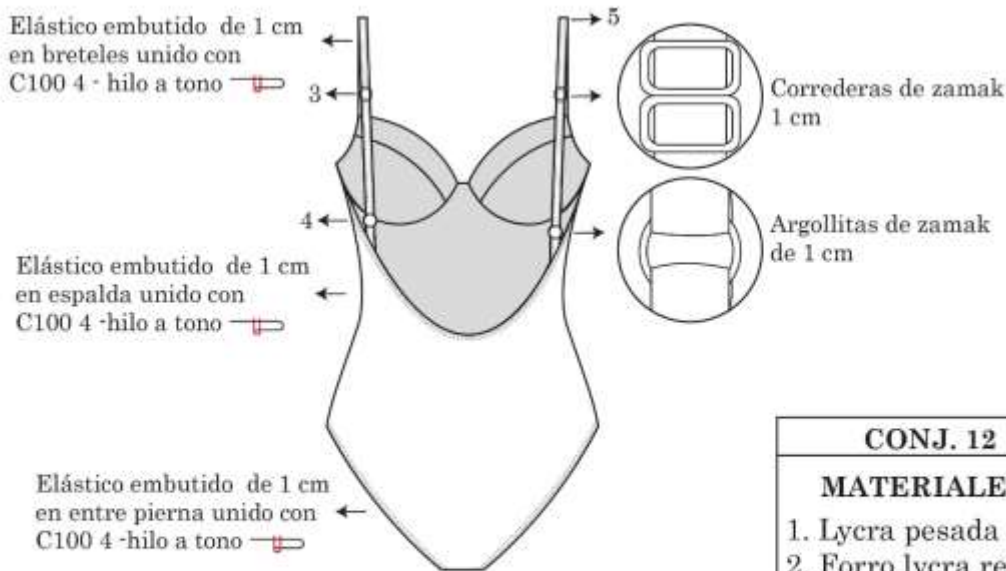
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Enteriza vetetina sublimada con breteles regulables y corpiño con arco.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 12

MATERIALES

1. Lycra pesada
2. Forro lycra retro
3. Correderas
4. Argollitas
5. Elástico de 1 cm

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro

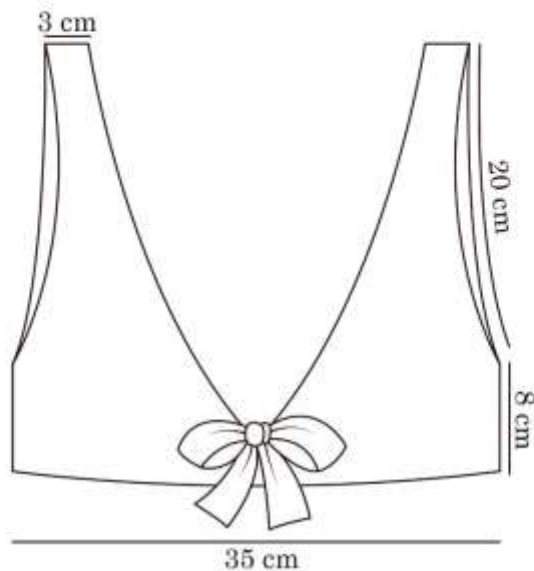
### **8.1.3 Ficha Técnica de Medidas**

**UES 21 FICHA DE MEDIDAS**

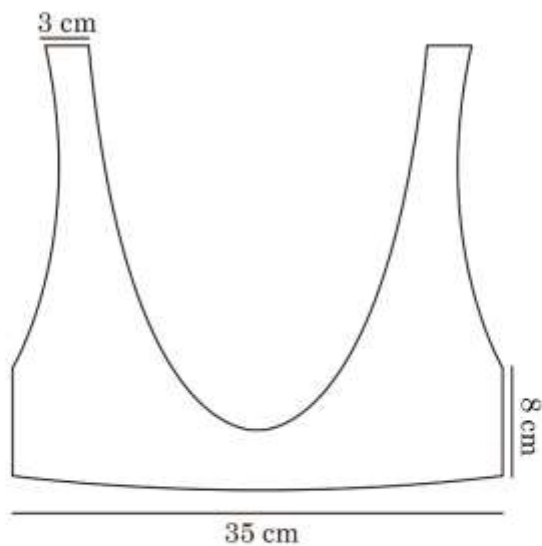
MARCA: Marella | LINEA: Primavera/Verano | COLECCIÓN: Marea | TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Corpiño embolsado tipo top con acceso frontal

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



**CONJ. 1**

- MATERIALES**
1. Lycra pesada
  2. Elástico de 1 cm

ALUMNA: Luana Varela | PROF.: Ana Cubeiro

UES 21		FICHA DE PRODUCTO							
MARCA: Marella	LINEA: Primavera/Verano	COLECCIÓN: Marea	TALLE: 2						
DESCRIPCIÓN: Bombacha vedetina tiro alto embolsada									
D E L A N T E R O									
	E S P A L D A								
ALUMNA: Luana Varela		<table border="1"> <thead> <tr> <th>CONJ. 1</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>MATERIALES</b></td> </tr> <tr> <td>1. Lycra pesada</td> </tr> <tr> <td>2. Elástico de 1 cm</td> </tr> <tr> <td>3. Elástico de 3 cm</td> </tr> </tbody> </table>			CONJ. 1	<b>MATERIALES</b>	1. Lycra pesada	2. Elástico de 1 cm	3. Elástico de 3 cm
CONJ. 1									
<b>MATERIALES</b>									
1. Lycra pesada									
2. Elástico de 1 cm									
3. Elástico de 3 cm									
		<b>PROF.: Ana Cubeiro</b>							

UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

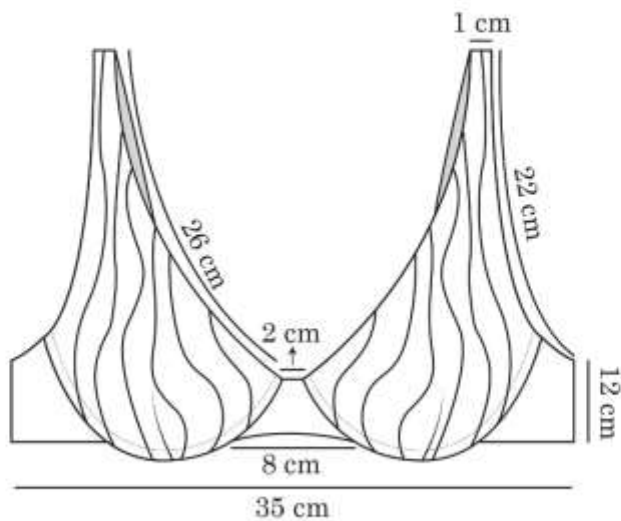
LINEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

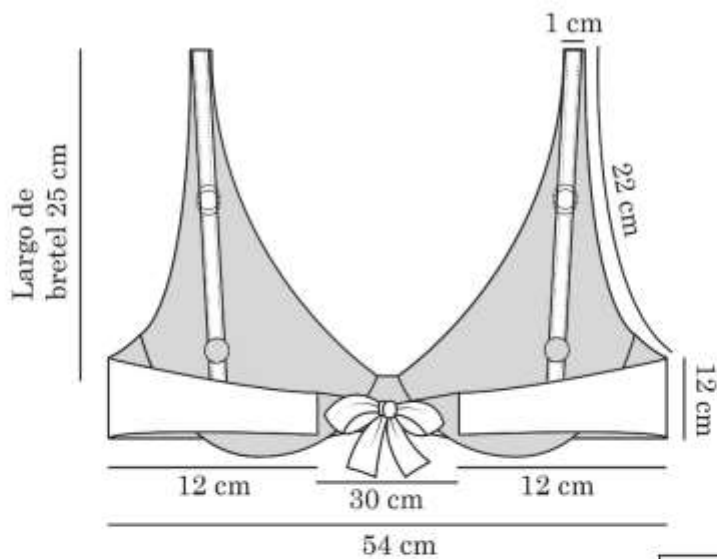
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Corpiño con arco embolsado con textura y breteles regulables.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 2

MATERIALES

- 1. Lycra pesada
- 2. Arco
- 3. Correderas
- 4. Argollitas
- 5. Elástico de 1 cm

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro

UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

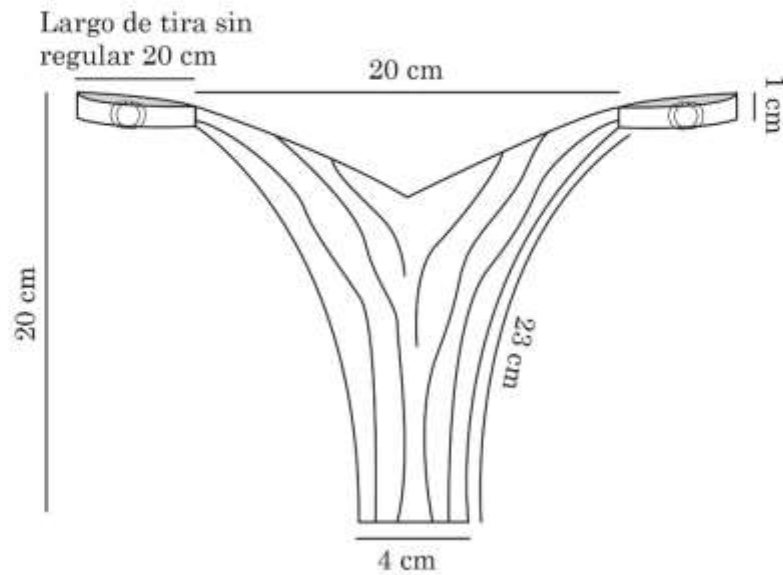
LINEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

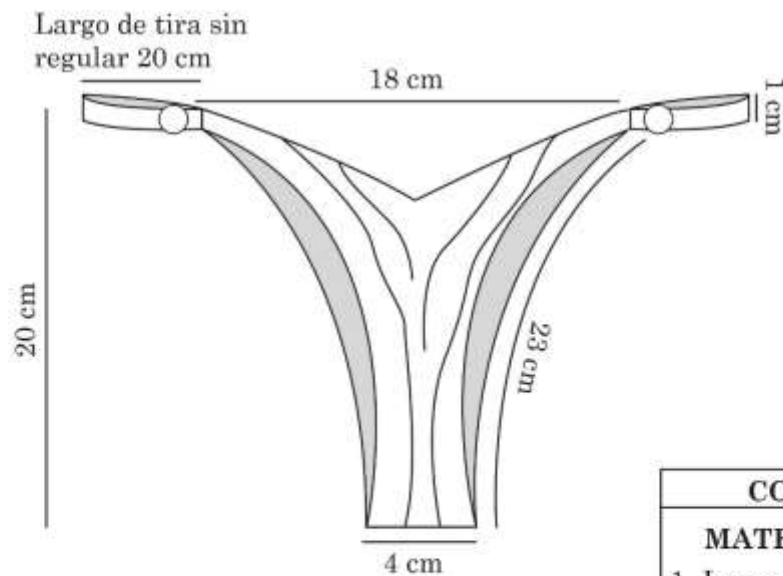
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Bombacha colaless embolada con breteles regulables y textura.

DELANTERO



ESPALDA



CONJ. 2

MATERIALES

- 1. Lycra pesada
- 2. Elástico de 1 cm
- 3. Argollitas
- 4. Correderas

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro

UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

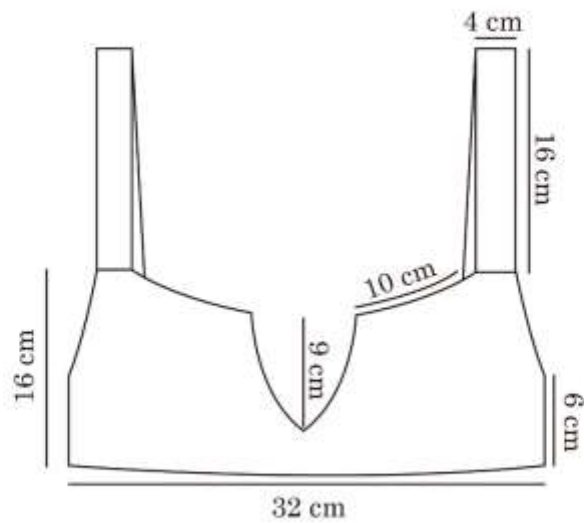
LINEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

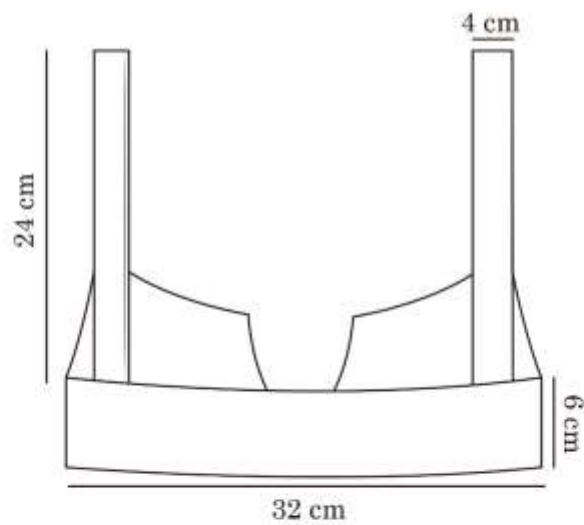
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Corpiño tipo top escote V embolsado.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 3

MATERIALES

- 1. Lycra pesada
- 2. Elástico de 1 cm

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro

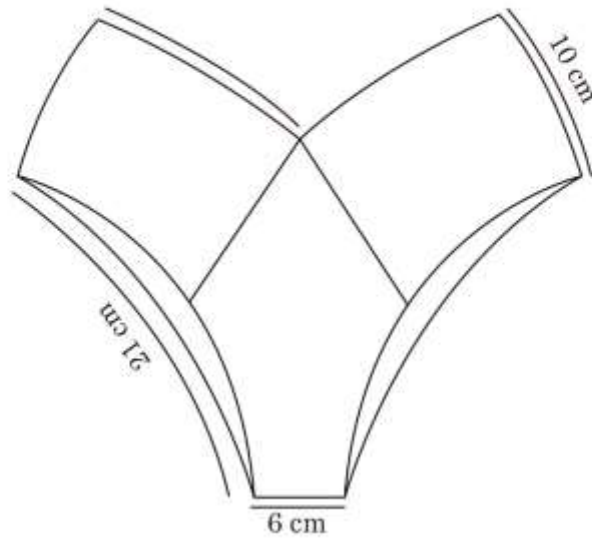


UES 21 FICHA DE PRODUCTO

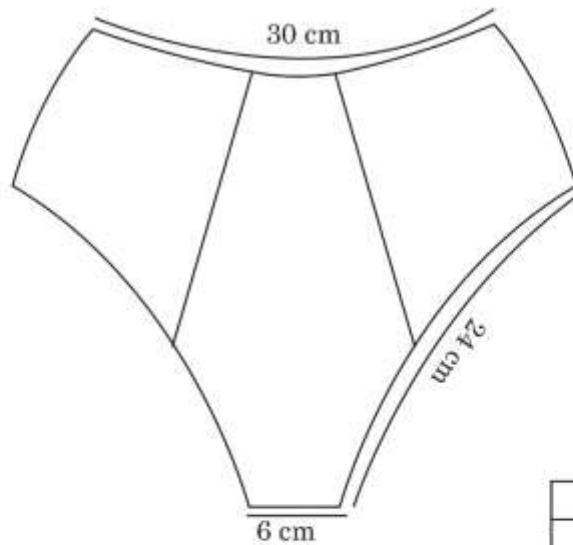
MARCA: Marella LINEA: Primavera/Verano COLECCIÓN: Marea TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Bombacha media vedetina embolsada con textura en cadera.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 3
MATERIALES
1. Lycra pesada
2. Elástico de 1 cm

ALUMNA: Luana Varela

PROF: Ana Cubeiro

UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

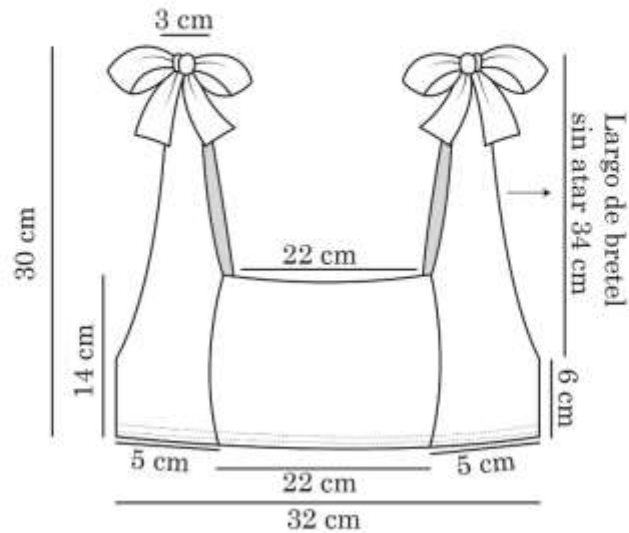
LINEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

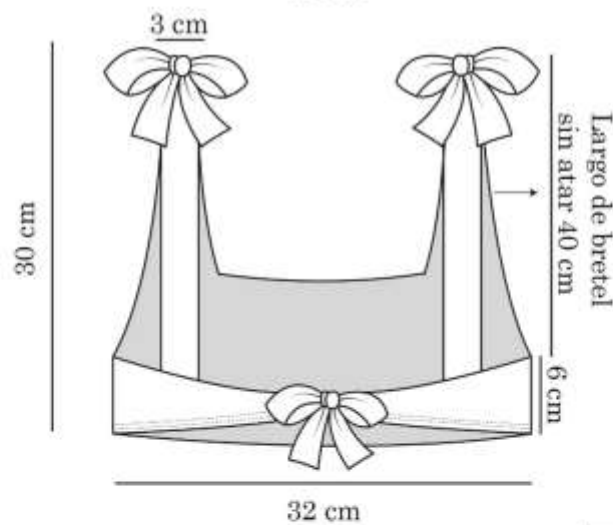
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Corpiño top sublimado con recortes y breteles para atar en hombros.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 4

MATERIALES

1. Lycra pesada
2. Forro de malla
3. Correderas
4. Argollitas
5. Elástico de 1 cm

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro

UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

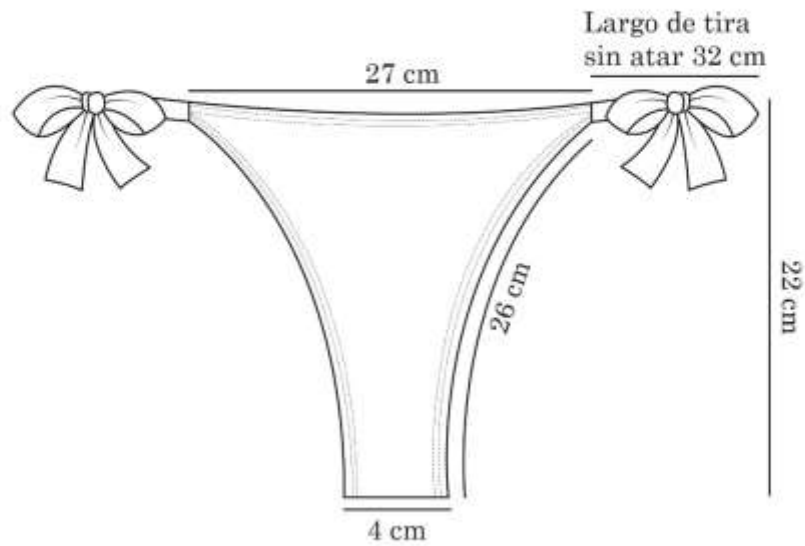
LINEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

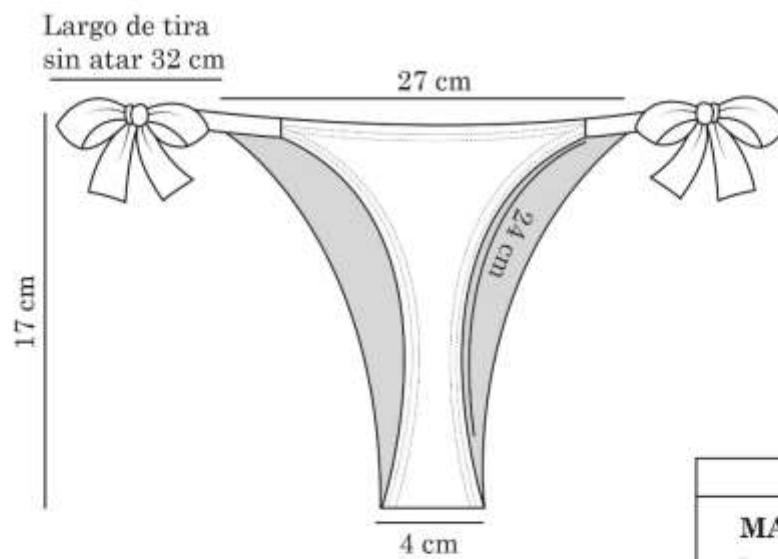
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Bombacha colaless sublimada con tiras para atar en cadera.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 4

MATERIALES

1. Lycra pesada
2. Forro de malla
3. Elástico de 1 cm

ALUMNA: Luana Varela

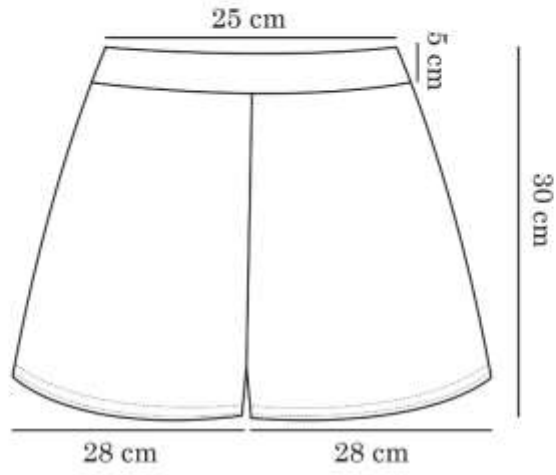
PROF.: Ana Cubeiro

**UES 21 FICHA DE PRODUCTO**

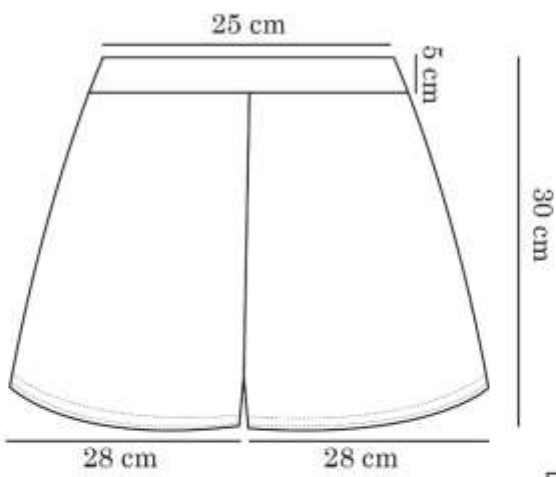
**MARCA:** Marella | **LINEA:** Primavera/Verano | **COLECCIÓN:** Marea | **TALLE:** 2

**DESCRIPCIÓN:** Short sublimado con canesú.

**D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O**



**E  
S  
P  
A  
L  
D  
A**



<b>CONJ. 4</b>
<b>MATERIALES</b>
1. Lycra pesada
2. Forro de malla

**ALUMNA:** Luana Varela | **PROF.:** Ana Cubeiro

UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

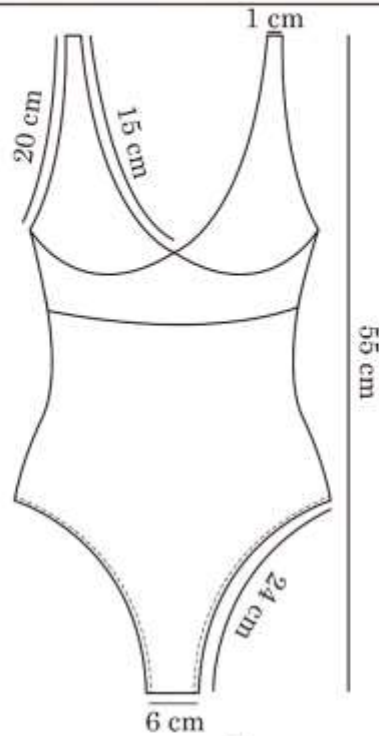
LINEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Enteriza vedetina sublimada doble con corpiño con frunces.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 5

MATERIALES

1. Lycra pesada

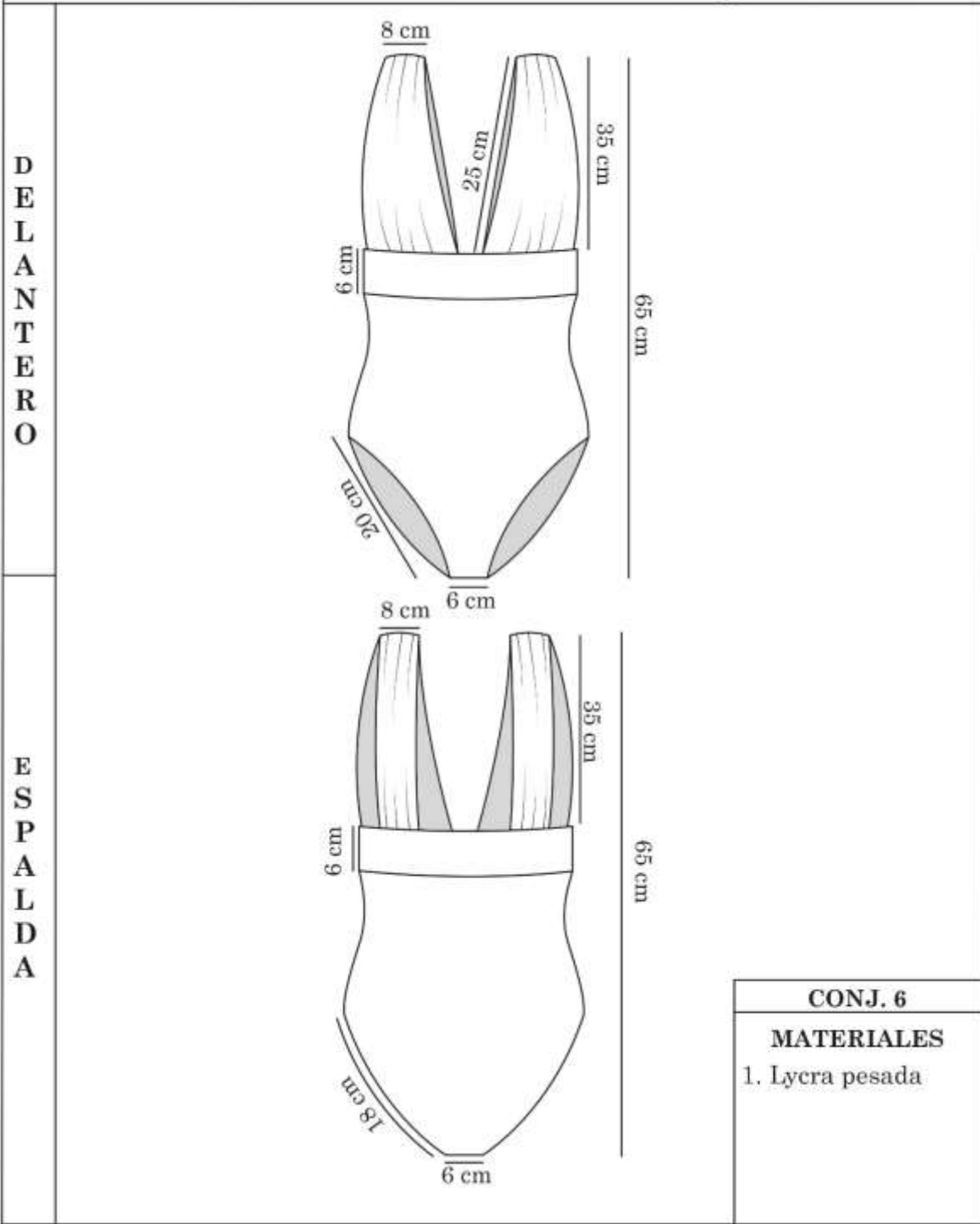
ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro

**UES 21 FICHA DE PRODUCTO**

**MARCA:** Marella **LÍNEA:** Primavera/Verano **COLECCIÓN:** Marea **TALLE:** 2

**DESCRIPCIÓN:** Enteriza vedetina sublimada embolsada con corpiño con frunces.



**CONJ. 6**

**MATERIALES**

1. Lycra pesada

**ALUMNA:** Luana Varela **PROF.:** Ana Cubeiro

UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

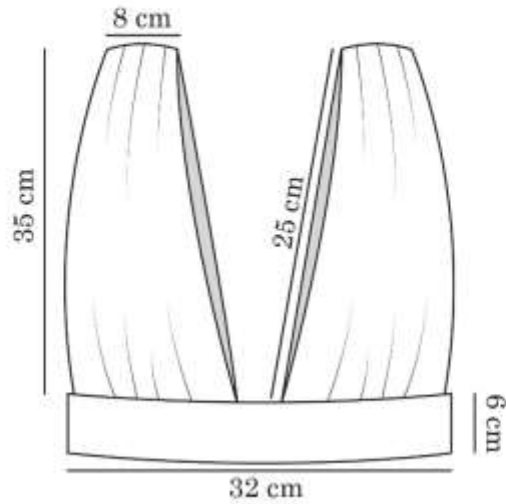
LINEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

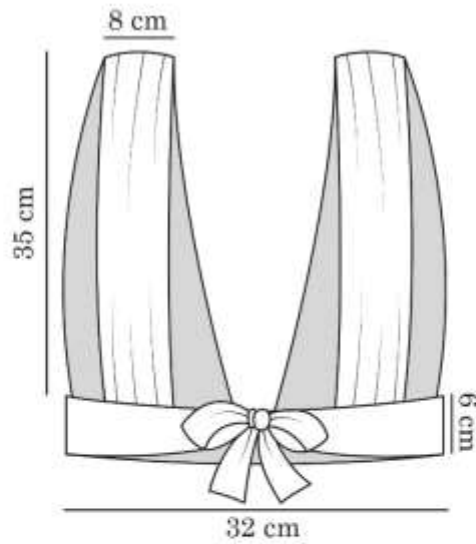
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Corpiño top embolsado con frunces y tira para atar en espalda.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 7

MATERIALES

1. Lycra pesada

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro

UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

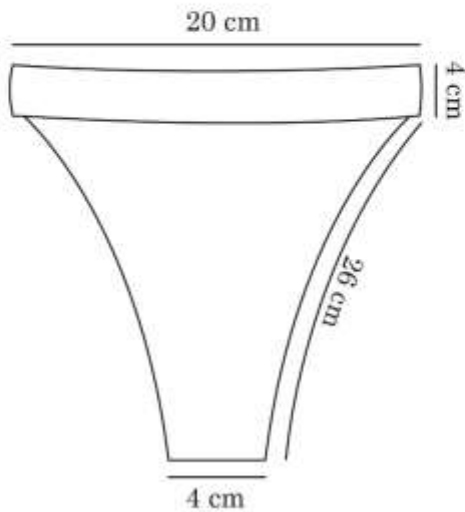
LINEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

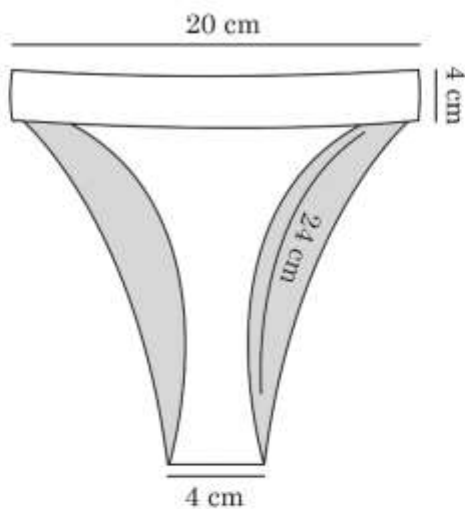
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Bombacha colaless tiro alto embolsada sin costuras.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 7

MATERIALES

1. Lycra pesada

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro



UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

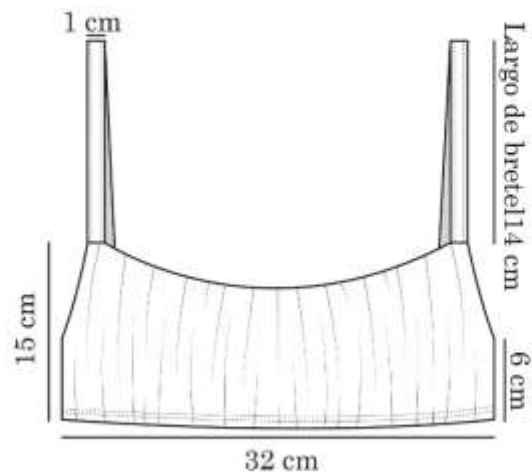
LÍNEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

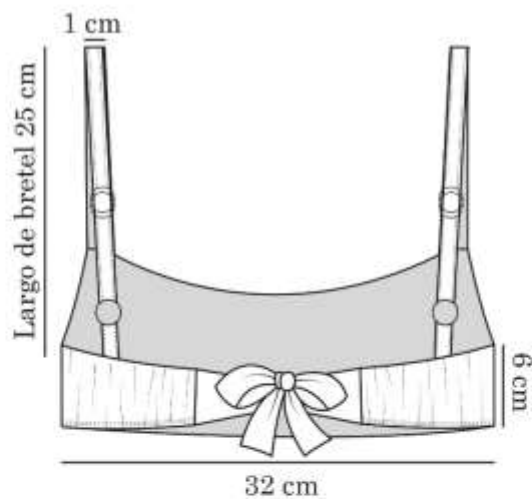
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Corpiño top sublimado con frunces y breteles regulables.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 8

MATERIALES

1. Lycra pesada
2. Forro de malla
3. Correderas
4. Argollitas
5. Elástico de 1 cm

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro

UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

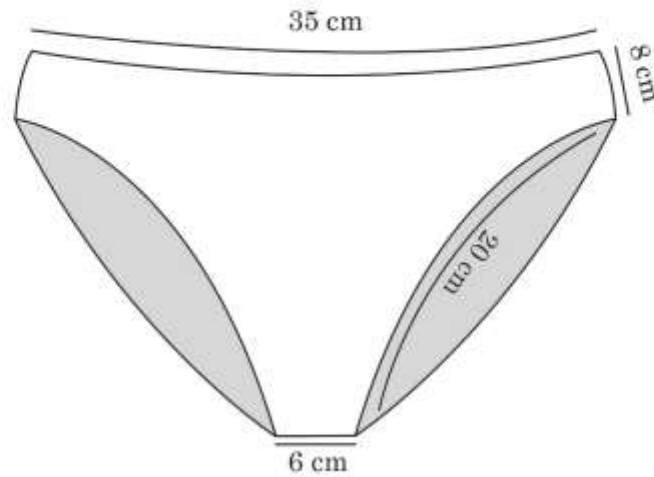
LINEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

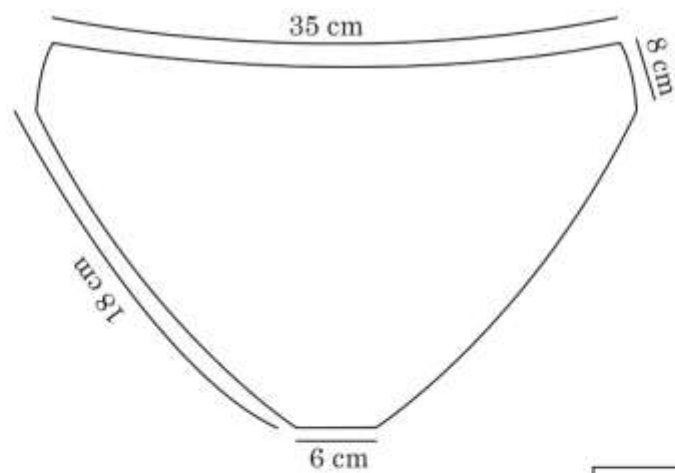
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Bombacha sublimada vedetina embolsada sin costuras.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 8

MATERIALES

1. Lycra pesada

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro

UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

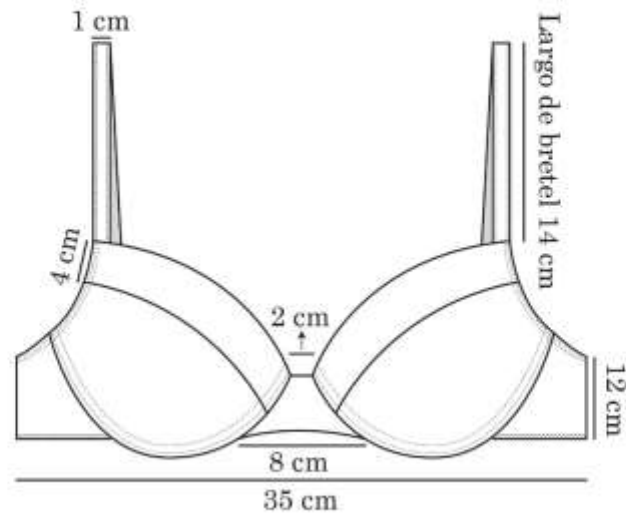
LINEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marela

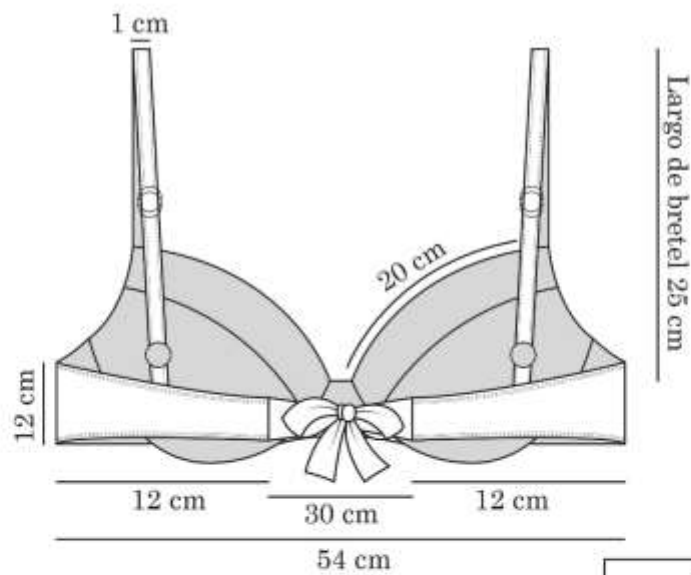
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Corpiño con arco sublimado con bretelles regulables.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 9

MATERIALES

- 1. Lycra pesada
- 2. Forro de malla
- 3. Correderas
- 4. Argollitas
- 5. Elástico de 1 cm

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro

UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

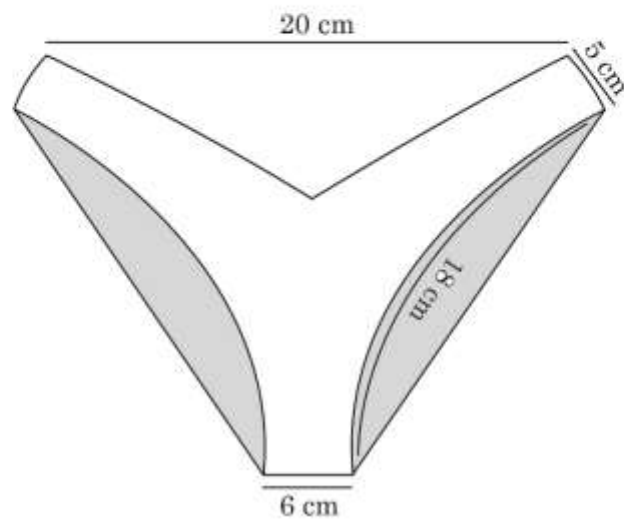
LINEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marela

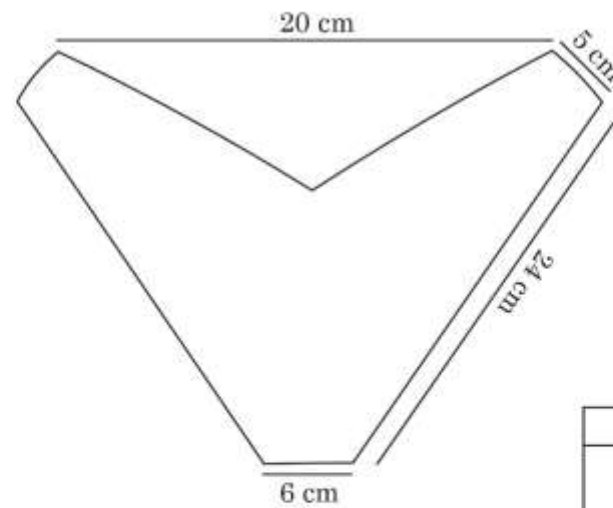
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Bombacha sublimada en V media vedetina embolsada sin costuras.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 9

MATERIALES

1. Lycra pesada

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro

UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

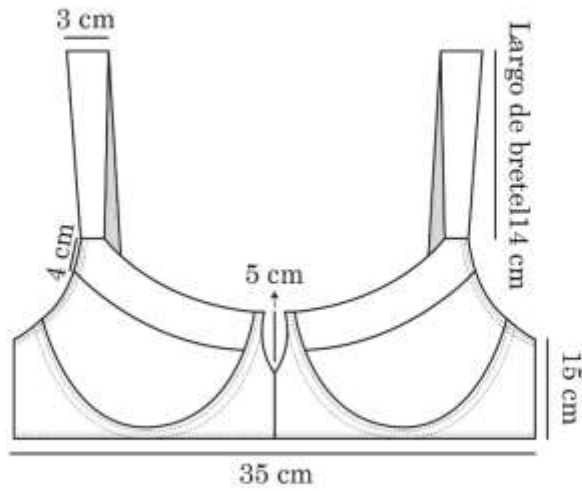
LÍNEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marela

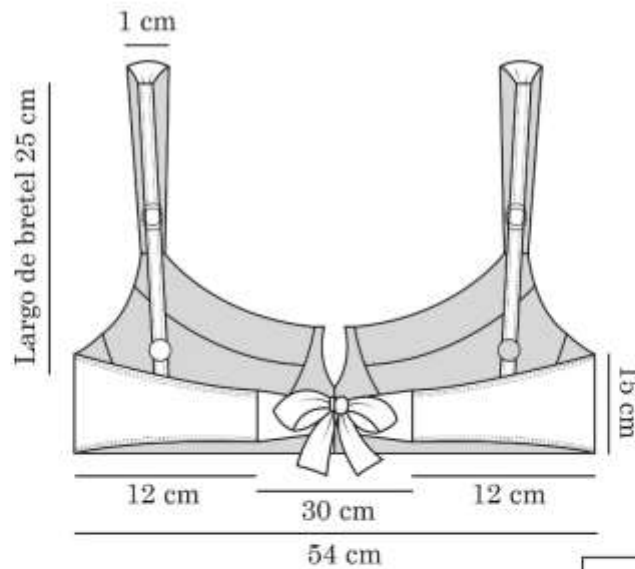
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Corpiño con arco sublimado con bretelles regulables.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 10

MATERIALES

1. Lycra pesada
2. Forro de malla
3. Correderas
4. Argollitas
5. Elástico de 1 cm

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro

UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

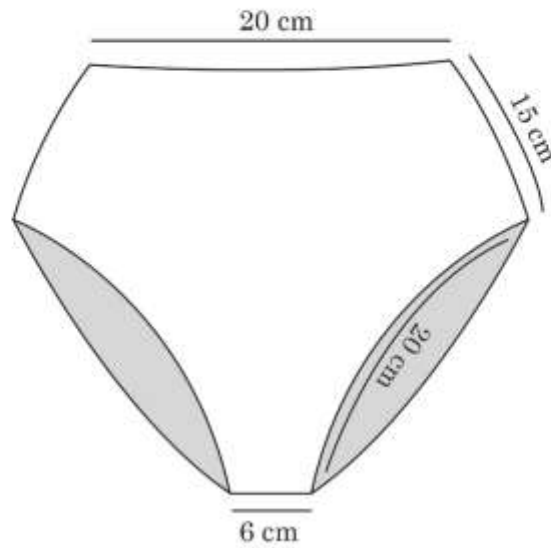
LINEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

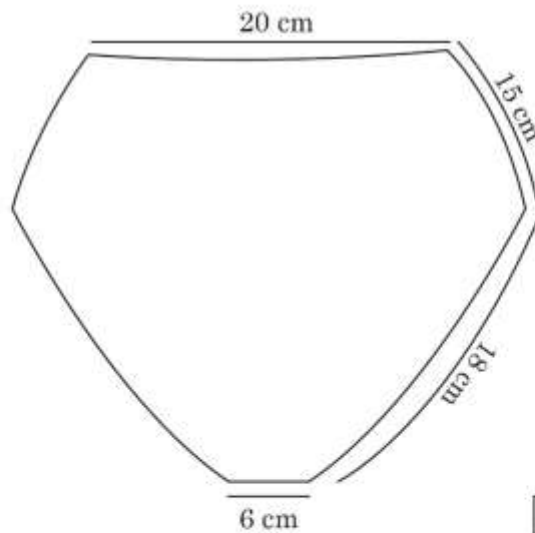
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Bombacha vedetina doble tiro alto sin costuras.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 10

MATERIALES

1. Lycra pesada

ALUMNA: Luana Varela

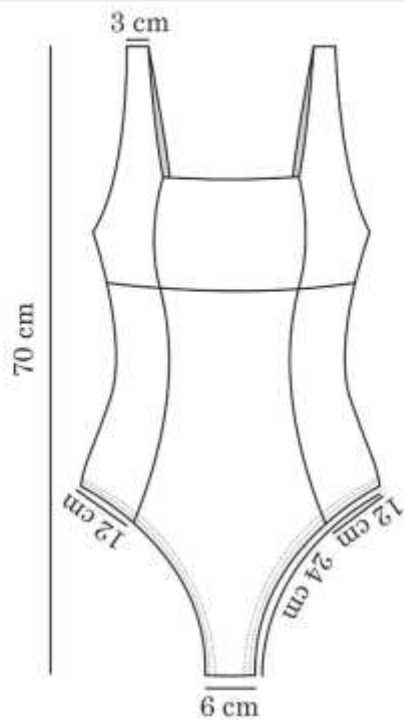
PROF.: Ana Cubeiro

**UES 21 FICHA DE PRODUCTO**

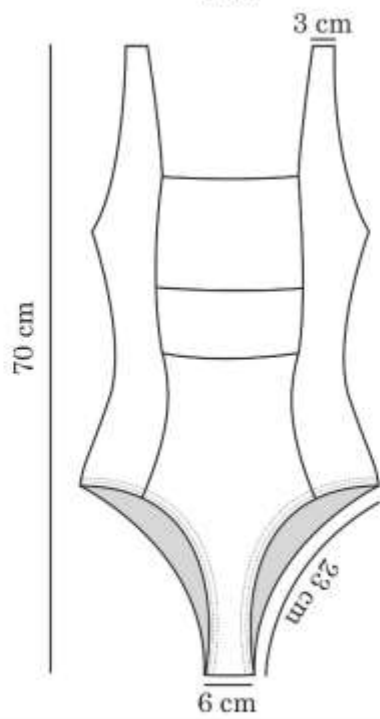
**MARCA:** Marella **LÍNEA:** Primavera/Verano **COLECCIÓN:** Marea **TALLE:** 2

**DESCRIPCIÓN:** Enteriza colaless con recortes sublimados.

**D E L A N T E R O**



**E S P A L D A**



<b>CONJ. 11</b>
<b>MATERIALES</b>
1. Lycra
2. Forro de malla

**ALUMNA:** Luana Varela **PROF.:** Ana Cubeiro

UES 21

FICHA DE PRODUCTO

MARCA: Marella

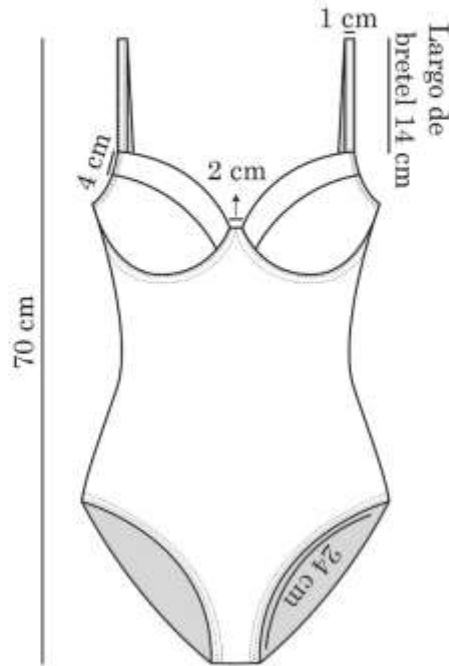
LINEA: Primavera/Verano

COLECCIÓN: Marea

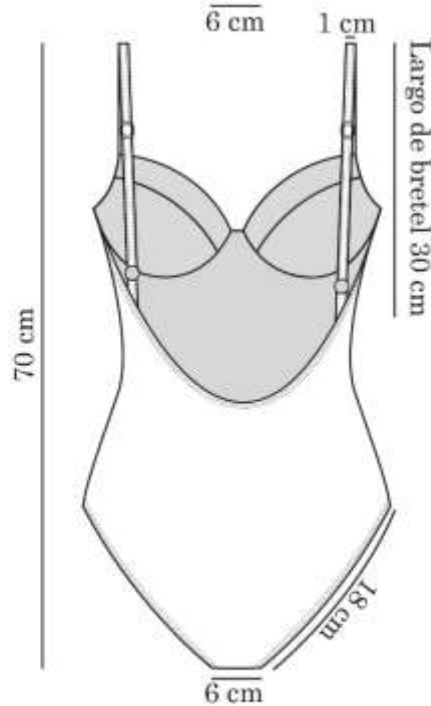
TALLE: 2

DESCRIPCIÓN: Enteriza vetetina sublimada con breteles regulables y corpiño con arco.

D  
E  
L  
A  
N  
T  
E  
R  
O



E  
S  
P  
A  
L  
D  
A



CONJ. 12

MATERIALES

- 1. Lycra pesada
- 2. Forro de malla
- 3. Correderas
- 4. Argollitas
- 5. Elástico de 1 cm

ALUMNA: Luana Varela

PROF.: Ana Cubeiro



### 8.1.4 Ficha técnica de materiales

FICHA TÉCNICA DE TEXTILES		
MARCA:	COLECCIÓN:	
PRENDA	CARACTERÍSTICAS	
	TEXTIL	Lycra
	DESCRIPCIÓN	Lycra pesada con doble rebote
	COMPOSICIÓN	87% polyester - 13% lycra
	COLOR	Blanco
	ANCHO DE TELA	1.60 mts
	PROVEEDOR	Fueltex
	PRECIO POR METRO	\$1700
VARIACIONES DE COLOR		
		

FICHA TÉCNICA DE TEXTILES		
MARCA: Yemayá	COLECCIÓN:	
<b>TEXTIL</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>	
	TEXTIL	Lycra Tricot
	DESCRIPCIÓN	Lycra opaca con doble rebote
	COMPOSICIÓN	82% polyester - 18% elastano
	COLOR	Fucsia
	ANCHO DE TELA	1.50 mts
	PROVEEDOR	Goldie Telas
	PRECIO POR METRO	\$1700
<b>VARIACIONES DE COLOR</b>		
		




FICHA TÉCNICA DE TEXTILES		
MARCA: Yemayá	COLECCIÓN:	
<b>TEXTIL</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>	
	TEXTIL	Lycra Morley
	DESCRIPCIÓN	Lycra Morley con doble rebote
	COMPOSICIÓN	92% polyester - 8% spandex
	COLOR	Blanco
	ANCHO DE TELA	1.50 mts
	PROVEEDOR	Goldie Telas
	PRECIO POR METRO	\$1900
<b>VARIACIONES DE COLOR</b>		
		




### 8.1.5 Ficha técnica de avíos




FICHA TÉCNICA DE AVÍOS			
MARCA:	COLECCIÓN:		
DESCRIPCIÓN: Enteriza vedetina sublimada con breteles regulables, espalda descubierta y corpiño con arco.			
CARACTERÍSTICAS			
DESCRIPCIÓN	Argollita hipoalergénica dorada		
FORMA	Redonda		
MATERIAL	Zamak		
TAMAÑO	1 cm		
COLOR	Dorado		
PRESENTACIÓN COMERCIAL	50 unidades		
PRECIO	\$175		
			
		CARACTERÍSTICAS	
		DESCRIPCIÓN	Corredera hipoalergénica dorada
		FORMA	Cuadrada
		MATERIAL	Zamak
		TAMAÑO	1 cm
		COLOR	Dorado
		PRESENTACIÓN COMERCIAL	50 unidades
PRECIO	\$189		
			

FICHA TÉCNICA DE AVÍOS		
MARCA:		COLECCIÓN:
DESCRIPCIÓN: Enteriza vedetina sublimada con breteles regulables, espalda descubierta y corpiño con arco.		
CARACTERÍSTICAS		
DESCRIPCIÓN	Arco taza entera	
FORMA	Semi círculo	
MATERIAL	Metal	
TAMAÑO	Talle 95	
COLOR	Blanco	
PRESENTACIÓN COMERCIAL	Par	
PRECIO	\$31	
CARACTERÍSTICAS		
DESCRIPCIÓN		
FORMA		
MATERIAL		
TAMAÑO		
COLOR		
PRESENTACIÓN COMERCIAL		
PRECIO		




### 8.1.6 Ficha técnica de textura/estampa

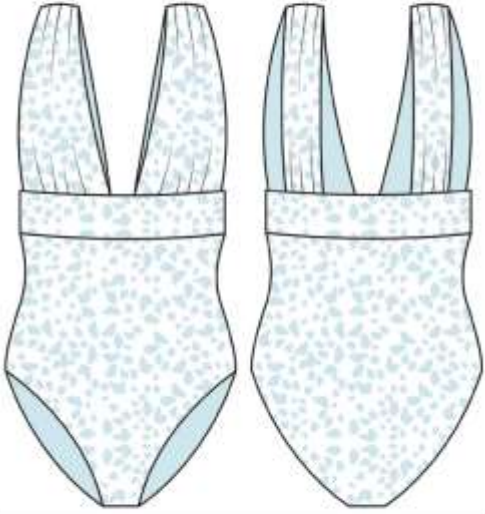


FICHA TÉCNICA DE ESTAMPA / TEXTURA	
MARCA: Marella	COLECCIÓN: Marea
DESCRIPCIÓN: Corpiño top sublimado con recortes y breteles para atar en hombros.	
UBICACIÓN	MEDIDAS DE ESTAMPA
	<p>150 cm</p>  <p>100 cm</p>
	PIEZA A ESTAMPAR
	<p>150 cm</p>  <p>100 cm</p>
TÉCNICA	SOBRE TELA
Sublimación	Lycra pesada
PIEZA CONFECCIONADA:	No



FICHA TÉCNICA DE ESTAMPA / TEXTURA			
MARCA: Marella		COLECCIÓN: Marea	
DESCRIPCIÓN: Bombacha colaless sublimada con tiras para atar en cadera.			
UBICACIÓN		MEDIDAS DE ESTAMPA	
		150 cm  100 cm	
		PIEZA A ESTAMPAR 150 cm  100 cm	
TÉCNICA	SOBRE TELA	PIEZA CONFECCIONADA: No	
Sublimación	Lycra pesada		

FICHA TÉCNICA DE ESTAMPA / TEXTURA			
MARCA: Marella		COLECCIÓN: Marea	
DESCRIPCIÓN: Short sublimado con canesú.			
UBICACIÓN		MEDIDAS DE ESTAMPA	
		150 cm  100 cm	
		PIEZA A ESTAMPAR 150 cm  100 cm	
TÉCNICA	SOBRE TELA	PIEZA CONFECCIONADA: No	
Sublimación	Lycra pesada		



FICHA TÉCNICA DE ESTAMPA / TEXTURA	
MARCA: Marella	COLECCIÓN: Marea
DESCRIPCIÓN: Enteriza vedetina sublimada doble con corpiño con frunces.	
UBICACIÓN	MEDIDAS DE ESTAMPA
	<p>150 cm</p>  <p>100 cm</p>
TÉCNICA	PIEZA A ESTAMPAR
Sublimación	<p>150 cm</p>  <p>100 cm</p>
SOBRE TELA	PIEZA CONFECCIONADA:
Lycra pesada	No

FICHA TÉCNICA DE ESTAMPA / TEXTURA	
MARCA: Marella	COLECCIÓN: Marea
DESCRIPCIÓN: Enteriza vedetina sublimada embolsada con corpiño con frunces.	
UBICACIÓN	MEDIDAS DE ESTAMPA
	
TÉCNICA	PIEZA A ESTAMPAR
Sublimación	
SOBRE TELA	PIEZA CONFECCIONADA: No
Lycra pesada	



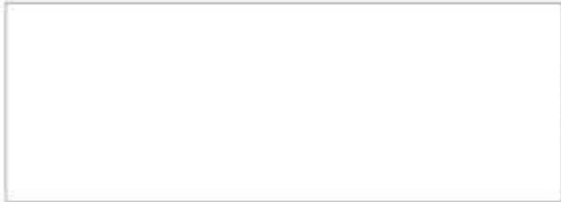
FICHA TÉCNICA DE ESTAMPA / TEXTURA	
MARCA: Marella	COLECCIÓN: Marea
DESCRIPCIÓN: Corpiño top sublimado con frunces y breteles regulables.	
UBICACIÓN	MEDIDAS DE ESTAMPA
	
TÉCNICA	PIEZA A ESTAMPAR
Sublimación	
SOBRE TELA	PIEZA CONFECCIONADA: No
Lycra pesada	









FICHA TÉCNICA DE ESTAMPA / TEXTURA			
MARCA: Marella		COLECCIÓN: Marea	
DESCRIPCIÓN: Bombacha sublimada vedetina embolsada sin costuras.			
UBICACIÓN		MEDIDAS DE ESTAMPA	
			
		PIEZA A ESTAMPAR	
			
TÉCNICA	SOBRE TELA	PIEZA CONFECCIONADA: No	
Sublimación	Lycra pesada		

FICHA TÉCNICA DE ESTAMPA / TEXTURA			
MARCA: Marella		COLECCIÓN: Marea	
DESCRIPCIÓN: Corpiño con arco sublimado con breteles regulables.			
UBICACIÓN		MEDIDAS DE ESTAMPA	
			
		PIEZA A ESTAMPAR	
			
TÉCNICA	SOBRE TELA	PIEZA CONFECCIONADA: No	
Sublimación	Lycra pesada		

FICHA TÉCNICA DE ESTAMPA / TEXTURA			
MARCA: Marella		COLECCIÓN: Marea	
DESCRIPCIÓN: Bombacha sublimada en V media vedetina embolsada sin costuras.			
UBICACIÓN		MEDIDAS DE ESTAMPA	
		<p>150 cm</p>  <p>100 cm</p>	
		PIEZA A ESTAMPAR	
		<p>150 cm</p>  <p>100 cm</p>	
TÉCNICA	SOBRE TELA	PIEZA CONFECCIONADA:	
Sublimación	Lycra pesada	No	

FICHA TÉCNICA DE ESTAMPA / TEXTURA			
MARCAMarella		COLECCIÓNMarea	
DESCRIPCIÓN: Corpiño con arco sublimado con breteles regulables.			
UBICACIÓN		MEDIDAS DE ESTAMPA	
		<p>150 cm</p>  <p>100 cm</p>	
		PIEZA A ESTAMPAR	
		<p>150 cm</p>  <p>100 cm</p>	
TÉCNICA	SOBRE TELA	PIEZA CONFECCIONADA:	
Sublimación	Lycra pesada	No	











FICHA TÉCNICA DE ESTAMPA / TEXTURA			
MARCA: Marella		COLECCIÓN: Marea	
DESCRIPCIÓN: Bombacha vedetina doble tiro alto sin costuras.			
UBICACIÓN		MEDIDAS DE ESTAMPA	
		150 cm  100 cm	
		PIEZA A ESTAMPAR	
		150 cm  100 cm	
TÉCNICA	SOBRE TELA	PIEZA CONFECCIONADA: No	
Sublimación	Lycra pesada		



FICHA TÉCNICA DE ESTAMPA / TEXTURA			
MARCA: Marella		COLECCIÓN: Marea	
DESCRIPCIÓN: Enteriza colaless con recortes sublimados.			
UBICACIÓN		MEDIDAS DE ESTAMPA	
		150 cm  100 cm	
		PIEZA A ESTAMPAR	
		150 cm  100 cm	
TÉCNICA	SOBRE TELA	PIEZA CONFECCIONADA: No	
Sublimación	Lycra pesada		






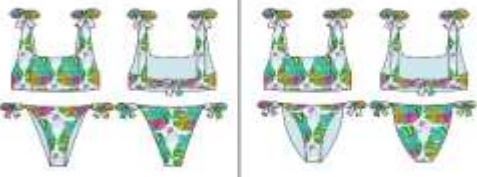
FICHA TÉCNICA DE ESTAMPA / TEXTURA	
MARCA: Marella	COLECCIÓN: Marea
DESCRIPCIÓN: Enteriza vedetina sublimada con breteles regulables, espalda descubierta y corpiño con arco.	
UBICACIÓN	MEDIDAS DE ESTAMPA
	<p>150 cm</p>  <p>100 cm</p>
TÉCNICA	PIEZA A ESTAMPAR
Sublimación	<p>150 cm</p>  <p>100 cm</p>
SOBRE TELA	PIEZA CONFECCIONADA:
Lycra pesada	No

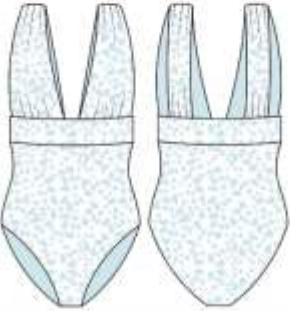
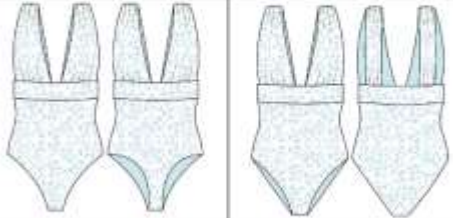
### 8.1.7 Ficha técnica de combinaciones

FICHA TÉCNICA DE COMBINACIONES											
MARCA: Marella		COLECCIÓN: Marea									
DESCRIPCIÓN: Corpiño tipo top con bombacha vedetina tiro alto.											
PRENDA		VARIACIONES DE COLOR / TEXTIL									
		 <table border="1"> <thead> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Fucsia</td> </tr> </tbody> </table>	TELA	COLOR	Lycra Morley Lycra	Fucsia	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Lightblue</td> </tr> </tbody> </table>	TELA	COLOR	Lycra Morley Lycra	Lightblue
TELA	COLOR										
Lycra Morley Lycra	Fucsia										
TELA	COLOR										
Lycra Morley Lycra	Lightblue										
 <table border="1"> <thead> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lycra</td> <td>Nude</td> </tr> </tbody> </table>		TELA	COLOR	Lycra	Nude	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> </tbody> </table>	TELA	COLOR	Lycra	Blanco	
TELA	COLOR										
Lycra	Nude										
TELA	COLOR										
Lycra	Blanco										
VARIACIÓN DE PRENDA		 <table border="1"> <thead> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> </tbody> </table>	TELA	COLOR	Lycra	Blanco	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> </tbody> </table>	TELA	COLOR	Lycra	Blanco
TELA	COLOR										
Lycra	Blanco										
TELA	COLOR										
Lycra	Blanco										
		 <table border="1"> <thead> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> </tbody> </table>	TELA	COLOR	Lycra	Blanco	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> </tbody> </table>	TELA	COLOR	Lycra	Blanco
TELA	COLOR										
Lycra	Blanco										
TELA	COLOR										
Lycra	Blanco										
<p>Vedetina</p>		<p>Colaless</p>									








FICHA TÉCNICA DE COMBINACIONES																									
MARCA: Marella	COLECCIÓN: Marea																								
DESCRIPCIÓN: Corpiño con arco y bombacha colaless embolada.																									
PRENDA	VARIACIONES DE COLOR / TEXTIL																								
	<table border="1"> <tr><td colspan="2" style="background-color: #e91e63;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Fucsia</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #d7ccc8;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Nude</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #c8e6c9;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #e0f2f1;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> </table>			TELA	COLOR	Lycra Morley Lycra	Fucsia			TELA	COLOR	Lycra	Nude			TELA	COLOR	Lycra	Blanco			TELA	COLOR	Lycra	Blanco
TELA	COLOR																								
Lycra Morley Lycra	Fucsia																								
TELA	COLOR																								
Lycra	Nude																								
TELA	COLOR																								
Lycra	Blanco																								
TELA	COLOR																								
Lycra	Blanco																								
VARIACIÓN DE PRENDA																									
	<table border="1"> <tr><td colspan="2" style="background-color: #bbdefb;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Morley Lycra</td> <td>Lightblue</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #c8e6c9;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #e91e63;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #c8e6c9;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> </table>			TELA	COLOR	Morley Lycra	Lightblue			TELA	COLOR	Lycra	Blanco			TELA	COLOR	Lycra	Blanco			TELA	COLOR	Lycra	Blanco
TELA	COLOR																								
Morley Lycra	Lightblue																								
TELA	COLOR																								
Lycra	Blanco																								
TELA	COLOR																								
Lycra	Blanco																								
TELA	COLOR																								
Lycra	Blanco																								
Media vedetina	Vedetina																								

FICHA TÉCNICA DE COMBINACIONES																									
MARCA: Marella	COLECCIÓN: Marea																								
DESCRIPCIÓN: Corpiño top y bombacha media vedetina.																									
PRENDA	VARIACIONES DE COLOR / TEXTIL																								
	<table border="1"> <tr><td colspan="2" style="background-color: #e91e63;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Fucsia</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #d7ccc8;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Morley Lycra</td> <td>Nude</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #c8e6c9;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #e0f2f1;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> </table>			TELA	COLOR	Lycra Morley Lycra	Fucsia			TELA	COLOR	Morley Lycra	Nude			TELA	COLOR	Lycra	Blanco			TELA	COLOR	Lycra	Blanco
TELA	COLOR																								
Lycra Morley Lycra	Fucsia																								
TELA	COLOR																								
Morley Lycra	Nude																								
TELA	COLOR																								
Lycra	Blanco																								
TELA	COLOR																								
Lycra	Blanco																								
VARIACIÓN DE PRENDA																									
	<table border="1"> <tr><td colspan="2" style="background-color: #bbdefb;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Morley Lycra</td> <td>Lightblue</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #c8e6c9;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #e91e63;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #c8e6c9;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> </table>			TELA	COLOR	Morley Lycra	Lightblue			TELA	COLOR	Lycra	Blanco			TELA	COLOR	Lycra	Blanco			TELA	COLOR	Lycra	Blanco
TELA	COLOR																								
Morley Lycra	Lightblue																								
TELA	COLOR																								
Lycra	Blanco																								
TELA	COLOR																								
Lycra	Blanco																								
TELA	COLOR																								
Lycra	Blanco																								
Colaless	Vedetina																								



FICHA TÉCNICA DE COMBINACIONES																															
MARCA: Marella	COLECCIÓN: Marea																														
DESCRIPCIÓN: Corpiño top, bombacha colaless y short de lycra sublimados.																															
PRENDA	VARIACIONES DE COLOR / TEXTIL																														
	<table border="1"> <tr><td colspan="2" style="background-color: #e91e63;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Fucsia</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #d7ccc8;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Nude</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #e0f2f1;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> </table>			TELA	COLOR	Lycra Morley Lycra	Fucsia			TELA	COLOR	Lycra Morley Lycra	Nude			TELA	COLOR	Lycra	Blanco												
TELA	COLOR																														
Lycra Morley Lycra	Fucsia																														
TELA	COLOR																														
Lycra Morley Lycra	Nude																														
TELA	COLOR																														
Lycra	Blanco																														
VARIACIÓN DE PRENDA	<table border="1"> <tr><td colspan="2" style="background-color: #b3e5fc;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Lightblue</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #e0f2f1;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #e0f2f1;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #e0f2f1;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #e0f2f1;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> </table>			TELA	COLOR	Lycra Morley Lycra	Lightblue			TELA	COLOR	Lycra	Blanco			TELA	COLOR	Lycra	Blanco			TELA	COLOR	Lycra	Blanco			TELA	COLOR	Lycra	Blanco
TELA	COLOR																														
Lycra Morley Lycra	Lightblue																														
TELA	COLOR																														
Lycra	Blanco																														
TELA	COLOR																														
Lycra	Blanco																														
TELA	COLOR																														
Lycra	Blanco																														
TELA	COLOR																														
Lycra	Blanco																														
	<table border="1"> <tr><td colspan="2" style="background-color: #e91e63;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Fucsia</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #d7ccc8;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Nude</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #e0f2f1;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> </table>			TELA	COLOR	Lycra Morley Lycra	Fucsia			TELA	COLOR	Lycra Morley Lycra	Nude			TELA	COLOR	Lycra	Blanco												
TELA	COLOR																														
Lycra Morley Lycra	Fucsia																														
TELA	COLOR																														
Lycra Morley Lycra	Nude																														
TELA	COLOR																														
Lycra	Blanco																														
Media vedetina	Vedetina																														


FICHA TÉCNICA DE COMBINACIONES																									
MARCA: Marella	COLECCIÓN: Marea																								
DESCRIPCIÓN: Enteriza vedetina de lycra sublimada con corpiño fruncido.t																									
PRENDA	VARIACIONES DE COLOR / TEXTIL																								
	<table border="1"> <tr><td colspan="2" style="background-color: #e91e63;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Fucsia</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #d7ccc8;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Nude</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #e0f2f1;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> </table>			TELA	COLOR	Lycra Morley Lycra	Fucsia			TELA	COLOR	Lycra Morley Lycra	Nude			TELA	COLOR	Lycra	Blanco						
TELA	COLOR																								
Lycra Morley Lycra	Fucsia																								
TELA	COLOR																								
Lycra Morley Lycra	Nude																								
TELA	COLOR																								
Lycra	Blanco																								
VARIACIÓN DE PRENDA	<table border="1"> <tr><td colspan="2" style="background-color: #b3e5fc;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Lightblue</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #e0f2f1;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #e0f2f1;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #e0f2f1;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> </table>			TELA	COLOR	Lycra Morley Lycra	Lightblue			TELA	COLOR	Lycra	Blanco			TELA	COLOR	Lycra	Blanco			TELA	COLOR	Lycra	Blanco
TELA	COLOR																								
Lycra Morley Lycra	Lightblue																								
TELA	COLOR																								
Lycra	Blanco																								
TELA	COLOR																								
Lycra	Blanco																								
TELA	COLOR																								
Lycra	Blanco																								
	<table border="1"> <tr><td colspan="2" style="background-color: #e91e63;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Fucsia</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #d7ccc8;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Nude</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #e0f2f1;"></td></tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> </table>			TELA	COLOR	Lycra Morley Lycra	Fucsia			TELA	COLOR	Lycra Morley Lycra	Nude			TELA	COLOR	Lycra	Blanco						
TELA	COLOR																								
Lycra Morley Lycra	Fucsia																								
TELA	COLOR																								
Lycra Morley Lycra	Nude																								
TELA	COLOR																								
Lycra	Blanco																								
Colaless	Media vedetina																								







FICHA TÉCNICA DE COMBINACIONES																															
MARCA: Marella	COLECCIÓN: Marea																														
DESCRIPCIÓN: Corpiño con frunces y bombacha colaless tiro alto de lycra embolsada.t																															
PRENDA	VARIACIONES DE COLOR / TEXTIL																														
	<table border="1"> <tr> <td colspan="2" style="background-color: #e91e63;"></td> </tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Morley Lycra</td> <td>Fucsia</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="background-color: #d7ccc8;"></td> </tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Nude</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="background-color: #4db6ac;"></td> </tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="background-color: #e91e63;"></td> </tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="background-color: #e91e63;"></td> </tr> <tr> <th>TELA</th> <th>COLOR</th> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> </table>			TELA	COLOR	Morley Lycra	Fucsia			TELA	COLOR	Lycra Morley Lycra	Nude			TELA	COLOR	Lycra	Blanco			TELA	COLOR	Lycra	Blanco			TELA	COLOR	Lycra	Blanco
TELA	COLOR																														
Morley Lycra	Fucsia																														
TELA	COLOR																														
Lycra Morley Lycra	Nude																														
TELA	COLOR																														
Lycra	Blanco																														
TELA	COLOR																														
Lycra	Blanco																														
TELA	COLOR																														
Lycra	Blanco																														
VARIACIÓN DE PRENDA																															
<table border="1"> <tr> <td>  </td> <td>  </td> </tr> <tr> <td>Colaless</td> <td>Media vedetina</td> </tr> </table>			Colaless	Media vedetina																											
																															
Colaless	Media vedetina																														





FICHA TÉCNICA DE COMBINACIONES																																																			
MARCA: Marella		COLECCIÓN: Marea																																																	
DESCRIPCIÓN: Corpiño con frunces y bombacha vedetina de lycra sublimada.t																																																			
PRENDA		VARIACIONES DE COLOR / TEXTIL																																																	
		<table border="1"> <tr> <td colspan="2">[Pink Solid Color]</td> <td colspan="2">[Lightblue Solid Color]</td> </tr> <tr> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> </tr> <tr> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Fucsia</td> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Lightblue</td> </tr> <tr> <td colspan="2">[Nude Solid Color]</td> <td colspan="2">[Floral Pattern]</td> </tr> <tr> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> </tr> <tr> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Nude</td> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> <tr> <td colspan="2">[Floral Pattern]</td> <td colspan="2">[Lightblue Pattern]</td> </tr> <tr> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> <tr> <td colspan="2">[Floral Pattern]</td> <td colspan="2">[Purple Pattern]</td> </tr> <tr> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> </table>		[Pink Solid Color]		[Lightblue Solid Color]		TELA	COLOR	TELA	COLOR	Lycra Morley Lycra	Fucsia	Lycra Morley Lycra	Lightblue	[Nude Solid Color]		[Floral Pattern]		TELA	COLOR	TELA	COLOR	Lycra Morley Lycra	Nude	Lycra	Blanco	[Floral Pattern]		[Lightblue Pattern]		TELA	COLOR	TELA	COLOR	Lycra	Blanco	Lycra	Blanco	[Floral Pattern]		[Purple Pattern]		TELA	COLOR	TELA	COLOR	Lycra	Blanco	Lycra	Blanco
[Pink Solid Color]		[Lightblue Solid Color]																																																	
TELA	COLOR	TELA	COLOR																																																
Lycra Morley Lycra	Fucsia	Lycra Morley Lycra	Lightblue																																																
[Nude Solid Color]		[Floral Pattern]																																																	
TELA	COLOR	TELA	COLOR																																																
Lycra Morley Lycra	Nude	Lycra	Blanco																																																
[Floral Pattern]		[Lightblue Pattern]																																																	
TELA	COLOR	TELA	COLOR																																																
Lycra	Blanco	Lycra	Blanco																																																
[Floral Pattern]		[Purple Pattern]																																																	
TELA	COLOR	TELA	COLOR																																																
Lycra	Blanco	Lycra	Blanco																																																
VARIACIÓN DE PRENDA																																																			
																																																			
Colaless	Media vedetina																																																		

FICHA TÉCNICA DE COMBINACIONES																																																			
MARCA: Marella		COLECCIÓN: Marea																																																	
DESCRIPCIÓN: Corpiño con arco y bombacha media vedetina de lycra sublimada.																																																			
PRENDA		VARIACIONES DE COLOR / TEXTIL																																																	
		<table border="1"> <tr> <td colspan="2">[Pink Solid Color]</td> <td colspan="2">[Lightblue Solid Color]</td> </tr> <tr> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> </tr> <tr> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Fucsia</td> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Lightblue</td> </tr> <tr> <td colspan="2">[Nude Solid Color]</td> <td colspan="2">[Floral Pattern]</td> </tr> <tr> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> </tr> <tr> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Nude</td> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> <tr> <td colspan="2">[Floral Pattern]</td> <td colspan="2">[Lightblue Pattern]</td> </tr> <tr> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> <tr> <td colspan="2">[Floral Pattern]</td> <td colspan="2">[Purple Pattern]</td> </tr> <tr> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> </table>		[Pink Solid Color]		[Lightblue Solid Color]		TELA	COLOR	TELA	COLOR	Lycra Morley Lycra	Fucsia	Lycra Morley Lycra	Lightblue	[Nude Solid Color]		[Floral Pattern]		TELA	COLOR	TELA	COLOR	Lycra Morley Lycra	Nude	Lycra	Blanco	[Floral Pattern]		[Lightblue Pattern]		TELA	COLOR	TELA	COLOR	Lycra	Blanco	Lycra	Blanco	[Floral Pattern]		[Purple Pattern]		TELA	COLOR	TELA	COLOR	Lycra	Blanco	Lycra	Blanco
[Pink Solid Color]		[Lightblue Solid Color]																																																	
TELA	COLOR	TELA	COLOR																																																
Lycra Morley Lycra	Fucsia	Lycra Morley Lycra	Lightblue																																																
[Nude Solid Color]		[Floral Pattern]																																																	
TELA	COLOR	TELA	COLOR																																																
Lycra Morley Lycra	Nude	Lycra	Blanco																																																
[Floral Pattern]		[Lightblue Pattern]																																																	
TELA	COLOR	TELA	COLOR																																																
Lycra	Blanco	Lycra	Blanco																																																
[Floral Pattern]		[Purple Pattern]																																																	
TELA	COLOR	TELA	COLOR																																																
Lycra	Blanco	Lycra	Blanco																																																
VARIACIÓN DE PRENDA																																																			
																																																			
Colaless	Media vedetina																																																		

FICHA TÉCNICA DE COMBINACIONES																									
MARCA: Marella	COLECCIÓN: Marea																								
DESCRIPCIÓN: Corpiño con arco y bombacha vedetina tiro alto de lycra sublimada.																									
PRENDA	VARIACIONES DE COLOR / TEXTIL																								
	<table border="1"> <tr><td colspan="2" style="background-color: #e91e63;"></td></tr> <tr> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> </tr> <tr> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Fucsia</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #d7ccc8;"></td></tr> <tr> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> </tr> <tr> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Nude</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #9c27b0;"></td></tr> <tr> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> </table>			TELA	COLOR	Lycra Morley Lycra	Fucsia			TELA	COLOR	Lycra Morley Lycra	Nude			TELA	COLOR	Lycra	Blanco						
TELA	COLOR																								
Lycra Morley Lycra	Fucsia																								
TELA	COLOR																								
Lycra Morley Lycra	Nude																								
TELA	COLOR																								
Lycra	Blanco																								
VARIACIÓN DE PRENDA	<table border="1"> <tr><td colspan="2" style="background-color: #bbdefb;"></td></tr> <tr> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> </tr> <tr> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Lightblue</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #e91e63;"></td></tr> <tr> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #bbdefb;"></td></tr> <tr> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #e91e63;"></td></tr> <tr> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> </table>			TELA	COLOR	Lycra Morley Lycra	Lightblue			TELA	COLOR	Lycra	Blanco			TELA	COLOR	Lycra	Blanco			TELA	COLOR	Lycra	Blanco
TELA	COLOR																								
Lycra Morley Lycra	Lightblue																								
TELA	COLOR																								
Lycra	Blanco																								
TELA	COLOR																								
Lycra	Blanco																								
TELA	COLOR																								
Lycra	Blanco																								
	<table border="1"> <tr><td colspan="2" style="background-color: #9c27b0;"></td></tr> <tr> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> </table>			TELA	COLOR	Lycra	Blanco																		
TELA	COLOR																								
Lycra	Blanco																								
Colaless	Media vedetina																								

FICHA TÉCNICA DE COMBINACIONES																									
MARCA: Marella	COLECCIÓN: Marea																								
DESCRIPCIÓN: Enteriza colaless de lycra sublimada con recortes.																									
PRENDA	VARIACIONES DE COLOR / TEXTIL																								
	<table border="1"> <tr><td colspan="2" style="background-color: #e91e63;"></td></tr> <tr> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> </tr> <tr> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Fucsia</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #d7ccc8;"></td></tr> <tr> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> </tr> <tr> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Nude</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #9c27b0;"></td></tr> <tr> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> </table>			TELA	COLOR	Lycra Morley Lycra	Fucsia			TELA	COLOR	Lycra Morley Lycra	Nude			TELA	COLOR	Lycra	Blanco						
TELA	COLOR																								
Lycra Morley Lycra	Fucsia																								
TELA	COLOR																								
Lycra Morley Lycra	Nude																								
TELA	COLOR																								
Lycra	Blanco																								
VARIACIÓN DE PRENDA	<table border="1"> <tr><td colspan="2" style="background-color: #bbdefb;"></td></tr> <tr> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #e91e63;"></td></tr> <tr> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #bbdefb;"></td></tr> <tr> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> <tr><td colspan="2" style="background-color: #e91e63;"></td></tr> <tr> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> </table>			TELA	COLOR	Lycra	Blanco			TELA	COLOR	Lycra	Blanco			TELA	COLOR	Lycra	Blanco			TELA	COLOR	Lycra	Blanco
TELA	COLOR																								
Lycra	Blanco																								
TELA	COLOR																								
Lycra	Blanco																								
TELA	COLOR																								
Lycra	Blanco																								
TELA	COLOR																								
Lycra	Blanco																								
	<table border="1"> <tr><td colspan="2" style="background-color: #9c27b0;"></td></tr> <tr> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> </table>			TELA	COLOR	Lycra	Blanco																		
TELA	COLOR																								
Lycra	Blanco																								
Media vedetina	Vedetina																								

FICHA TÉCNICA DE COMBINACIONES																																																	
MARCA: Marella	COLECCIÓN: Marea																																																
DESCRIPCIÓN: Enteriza vedetina de lycra sublimada con corpiño con arco y espalda descubierta.																																																	
PRENDA	VARIACIONES DE COLOR / TEXTIL																																																
	<table border="1"> <tr> <td colspan="2" style="background-color: #e91e63;"></td> <td colspan="2" style="background-color: #b3e5fc;"></td> </tr> <tr> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> </tr> <tr> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Fucsia</td> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Lightblue</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="background-color: #d7ccc8;"></td> <td colspan="2" style="background-color: #e91e63;"></td> </tr> <tr> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> </tr> <tr> <td>Lycra Morley Lycra</td> <td>Nude</td> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="background-color: #e91e63;"></td> <td colspan="2" style="background-color: #e91e63;"></td> </tr> <tr> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="background-color: #e91e63;"></td> <td colspan="2" style="background-color: #e91e63;"></td> </tr> <tr> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> <td>TELA</td> <td>COLOR</td> </tr> <tr> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> <td>Lycra</td> <td>Blanco</td> </tr> </table>					TELA	COLOR	TELA	COLOR	Lycra Morley Lycra	Fucsia	Lycra Morley Lycra	Lightblue					TELA	COLOR	TELA	COLOR	Lycra Morley Lycra	Nude	Lycra	Blanco					TELA	COLOR	TELA	COLOR	Lycra	Blanco	Lycra	Blanco					TELA	COLOR	TELA	COLOR	Lycra	Blanco	Lycra	Blanco
TELA	COLOR	TELA	COLOR																																														
Lycra Morley Lycra	Fucsia	Lycra Morley Lycra	Lightblue																																														
TELA	COLOR	TELA	COLOR																																														
Lycra Morley Lycra	Nude	Lycra	Blanco																																														
TELA	COLOR	TELA	COLOR																																														
Lycra	Blanco	Lycra	Blanco																																														
TELA	COLOR	TELA	COLOR																																														
Lycra	Blanco	Lycra	Blanco																																														
VARIACIÓN DE PRENDA																																																	
																																																	
Colaless	Media vedetina																																																

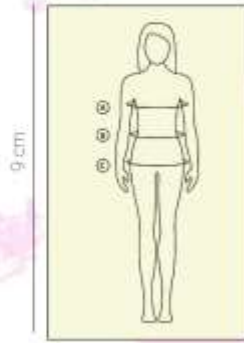
## 8.2 Etiquetería





# Etiqueta colgante

FRONTE



9 cm

5 cm

ESPALDA



→ MATERIAL  
Carulín 300 g

FRONTE



ESPALDA



→ MATERIAL  
Lienzo bobinado de bolsas

→ ESTAMPA  
Serigrafía

## 9. Propuesta final de marca

### 9.1 Identidad de Marca y Branding



# Packaging

FRENTE



LSPALDA



FRNTE



LSPALDA



# Materiales

25 cm



21 cm

**MATERIALES**

- Exterior e interior de Lino  
- Cierre con cordón de algodón

**ESTAMPA**

Serigrafía

Bolsa de tienda

**ESTAMPA**

Serigrafía

20 cm



16 cm

33 cm

25 cm



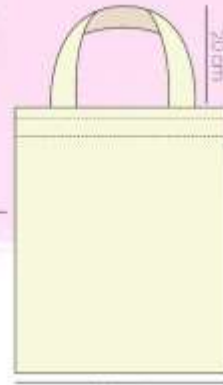
21 cm

Bolsa para viaje de baño

**MATERIALES**

- Exterior e interior de Lino  
- Correas de agarre de Lino

20 cm



16 cm

33 cm

El packaging de tienda esta pensado para, ademas de guardar el producto, poder ser utilizado como una bolsa de playa o cualquier otra utilidad que le de el cliente y asi, de esta forma, alargar su vida util. El packaging que contiene el producto es de lienzo.

## 9.2 Estrategias

- **Misión:** “Brindar prendas de calidad incluyendo a todos los talles”
- **Visión:** “Posicionarse en el mercado argentino como marca lider en la confección de Trajes de Baños, brindando productos para todas las mujeres”
- **Valores:**
  - Transparencia
  - Coherencia
  - Adaptación
  - Diferenciación
  - Empatía
  - Humanidad

### 9.2.1 Estrategias productivas y cadena de valor



### 9.2.2 Estrategias comunicación y/o comerciales

- **Canales de Venta:** Tienda física y online



- **Canales de Comunicación:** Por Instagram y Facebook

## 10 . Análisis de costos

ARTÍCULO	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO POR ARTÍCULO
<b>Corpiño Halí</b>	Tela lycra morley	1	Metro	\$3900	50 cm	\$1950
	Tela lycra tricot	1	Metro	\$3200	50 cm	\$1950
	Hilo	1	Cono	\$1200	60 cm	\$20
	Elástico	1	Metro	\$66	65 cm	\$42
	Etiqueta interna	100	Unidades	\$500	1	\$5
<b>COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Materia Prima						\$3975
Mano de Obra						\$800
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Bolsa Packaging						\$1152
Bolsa para prenda						\$432
Hilo de algodón						\$350
Etiquetas colgantes						\$15
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>						
Cantidad de unidades		1	Costo total			\$6724
Precio de venta		\$10.086	Margen de ganancia			\$3362

ARTÍCULO	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO POR ARTÍCULO
<b>Bombacha Hali</b>	Tela lycra morley	1	Metro	\$3900	40 cm	\$1560
	Tela lycra tricot	1	Metro	\$3200	40 cm	\$1280
	Hilo	1	Cono	\$1200	50 cm	\$600
	Elástico	1	Metro	\$66	55 cm	\$36
	Etiqueta interna	100	Unidades	\$500	1	\$5

**COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN**

Materia Prima		\$3481
Mano de Obra		\$800

**COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN**

Bolsa Packaging		\$1152
Bolsa para prenda		\$432
Hilo de algodón		\$350
Etiquetas colgantes		\$15

**COSTO TOTAL UNITARIO**

Cantidad de unidades	1	Costo total	\$6230
Precio de venta	\$9300	Margen de ganancia	\$3115

ARTÍCULO	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO POR ARTÍCULO
<b>Corpiño Brisa</b>	Tela lycra morley	1	Metro	\$3900	50 cm	\$1950
	Tela lycra tricot	1	Metro	\$3200	50 cm	\$1950
	Hilo	1	Cono	\$1200	60 cm	\$20
	Elástico	1	Metro	\$66	65 cm	\$42
	Etiqueta interna	100	Unidades	\$500	1	\$5

**COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN**

Materia Prima		\$3975
Mano de Obra		\$800

**COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN**

Bolsa Packaging		\$1152
Bolsa para prenda		\$432
Hilo de algodón		\$350
Etiquetas colgantes		\$15

**COSTO TOTAL UNITARIO**

Cantidad de unidades	1	Costo total	\$6724
Precio de venta	\$10.086	Margen de ganancia	\$3362

ARTÍCULO	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO POR ARTÍCULO
<b>Bombacha Brisa</b>	Tela lycra morley	1	Metro	\$3900	40 cm	\$1560
	Tela lycra tricot	1	Metro	\$3200	40 cm	\$1280
	Hilo	1	Cono	\$1200	50 cm	\$600
	Elástico	1	Metro	\$66	55 cm	\$36
	Etiqueta interna	100	Unidades	\$500	1	\$5
<b>COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Materia Prima						\$3481
Mano de Obra						\$800
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Bolsa Packaging						\$1152
Bolsa para prenda						\$432
Hilo de algodón						\$350
Etiquetas colgantes						\$15
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>						
Cantidad de unidades		1	Costo total			\$6230
Precio de venta		\$9300	Margen de ganancia			\$3115

ARTÍCULO	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO POR ARTÍCULO
<b>Corpiño Adara</b>	Tela lycra tricot	1	Metro	\$3200	90 cm	\$2880
	Sublimación	1	Metro	\$4000	45 cm	\$1800
	Hilo	1	Cono	\$1200	60 cm	\$180
	Elástico	1	Metro	\$66	45 cm	\$29
	Etiqueta interna	100	Unidades	\$500	1	\$5
<b>COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Materia Prima						\$4894
Mano de Obra						\$800
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Bolsa Packaging						\$1152
Bolsa para prenda						\$432
Hilo de algodón						\$350
Etiquetas colgantes						\$15
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>						
Cantidad de unidades		1	Costo total			\$7643
Precio de venta		\$10700	Margen de ganancia			\$3057

ARTÍCULO	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO POR ARTÍCULO
<b>Bombacha Adara</b>	Tela lycra tricot	1	Metro	\$3200	50 cm	\$1600
	Sublimación	1	Metro	\$4000	25 cm	\$1000
	Hilo	1	Cono	\$1200	60 cm	\$60
	Elástico	1	Metro	\$66	70 cm	\$46
	Etiqueta interna	100	Unidades	\$500	1	\$5
<b>COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Materia Prima						\$6260
Mano de Obra						\$800
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Bolsa Packaging						\$1152
Bolsa para prenda						\$432
Hilo de algodón						\$350
Etiquetas colgantes						\$15
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>						
Cantidad de unidades		1		Costo total		\$4660
Precio de venta		\$8764		Margen de ganancia		\$2504

ARTÍCULO	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO POR ARTÍCULO
<b>Short Adara</b>	Tela lycra tricot	1	Metro	\$3200	40 cm	\$1280
	Sublimación	1	Metro	\$4000	40 cm	\$1600
	Hilo	1	Cono	\$1200	60 cm	\$60
	Elástico	1	Metro	\$66	40 cm	\$26
	Etiqueta interna	100	Unidades	\$500	1	\$5
<b>COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Materia Prima						\$2971
Mano de Obra						\$800
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Bolsa Packaging						\$1152
Bolsa para prenda						\$432
Hilo de algodón						\$350
Etiquetas colgantes						\$15
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>						
Cantidad de unidades		1		Costo total		\$5720
Precio de venta		\$9152		Margen de ganancia		\$3432

ARTÍCULO	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO POR ARTÍCULO
<b>Corpiño Isla</b>	Tela lycra tricot	1	Metro	\$3200	90 cm	\$2880
	Sublimación	1	Metro	\$4000	45 cm	\$1800
	Hilo	1	Cono	\$1200	60 cm	\$180
	Elástico	1	Metro	\$66	45 cm	\$29
	Etiqueta interna	100	Unidades	\$500	1	\$5
<b>COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Materia Prima						\$4894
Mano de Obra						\$800
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Bolsa Packaging						\$1152
Bolsa para prenda						\$432
Hilo de algodón						\$350
Etiquetas colgantes						\$15
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>						
Cantidad de unidades		1	Costo total			\$7643
Precio de venta		\$10700	Margen de ganancia			\$3057

ARTÍCULO	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO POR ARTÍCULO
<b>Bombacha Isla</b>	Tela lycra tricot	1	Metro	\$3200	50 cm	\$1600
	Sublimación	1	Metro	\$4000	25 cm	\$1000
	Hilo	1	Cono	\$1200	60 cm	\$60
	Elástico	1	Metro	\$66	70 cm	\$46
	Etiqueta interna	100	Unidades	\$500	1	\$5
<b>COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Materia Prima						\$6260
Mano de Obra						\$800
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Bolsa Packaging						\$1152
Bolsa para prenda						\$432
Hilo de algodón						\$350
Etiquetas colgantes						\$15
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>						
Cantidad de unidades		1	Costo total			\$4660
Precio de venta		\$8764	Margen de ganancia			\$2504

ARTÍCULO	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO POR ARTÍCULO
Enteriza Kai	Tela lycra tricot	1	Metro	\$3200	100 cm	\$3200
	Sublimación	1	Metro	\$4000	100 cm	\$4000
	Hilo	1	Cono	\$1200	90 cm	\$90
	Elástico	1	Metro	\$66	80 cm	\$52
	Etiqueta interna	100	Unidades	\$500	1	\$5
<b>COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Materia Prima						\$7347
Mano de Obra						\$800
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Bolsa Packaging						\$1152
Bolsa para prenda						\$432
Hilo de algodón						\$350
Etiquetas colgantes						\$15
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>						
Cantidad de unidades		1	Costo total			\$10096
Precio de venta		\$16153	Margen de ganancia			\$6057

ARTÍCULO	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO POR ARTÍCULO
Enteriza Malia	Tela lycra tricot	1	Metro	\$3200	100 cm	\$3200
	Sublimación	1	Metro	\$4000	100 cm	\$4000
	Hilo	1	Cono	\$1200	90 cm	\$90
	Elástico	1	Metro	\$66	80 cm	\$52
	Etiqueta interna	100	Unidades	\$500	1	\$5
<b>COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Materia Prima						\$7347
Mano de Obra						\$800
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Bolsa Packaging						\$1152
Bolsa para prenda						\$432
Hilo de algodón						\$350
Etiquetas colgantes						\$15
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>						
Cantidad de unidades		1	Costo total			\$10096
Precio de venta		\$16153	Margen de ganancia			\$6057

ARTÍCULO	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO POR ARTÍCULO
<b>Corpiño Moana</b>	Tela lycra tricot	1	Metro	\$3200	80 cm	\$2560
	Hilo	1	Cono	\$1200	50 cm	\$600
	Elástico	1	Metro	\$66	55 cm	\$36
	Etiqueta interna	100	Unidades	\$500	1	\$5
<b>COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Materia Prima						\$2651
Mano de Obra						\$800
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Bolsa Packaging						\$1152
Bolsa para prenda						\$432
Hilo de algodón						\$350
Etiquetas colgantes						\$15
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>						
Cantidad de unidades		1	Costo total			\$5400
Precio de venta		\$9180	Margen de ganancia			\$3780

ARTÍCULO	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO POR ARTÍCULO
<b>Bombacha Moana</b>	Tela lycra tricot	1	Metro	\$3200	60 cm	\$1920
	Hilo	1	Cono	\$1200	50 cm	\$50
	Elástico	1	Metro	\$66	55 cm	\$36
	Etiqueta interna	100	Unidades	\$500	1	\$5
<b>COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Materia Prima						\$2011
Mano de Obra						\$800
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Bolsa Packaging						\$1152
Bolsa para prenda						\$432
Hilo de algodón						\$350
Etiquetas colgantes						\$15
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>						
Cantidad de unidades		1	Costo total			\$4760
Precio de venta		\$8092	Margen de ganancia			\$3332



ARTÍCULO	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO POR ARTÍCULO
<b>Corpiño Naunet</b>	Tela lycra tricot	1	Metro	\$3200	90 cm	\$2880
	Sublimación	1	Metro	\$4000	45 cm	\$1800
	Hilo	1	Cono	\$1200	60 cm	\$180
	Elástico	1	Metro	\$66	45 cm	\$29
	Etiqueta interna	100	Unidades	\$500	1	\$5
<b>COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Materia Prima						\$4894
Mano de Obra						\$800
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Bolsa Packaging						\$1152
Bolsa para prenda						\$432
Hilo de algodón						\$350
Etiquetas colgantes						\$15
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>						
Cantidad de unidades		1	Costo total			\$7643
Precio de venta		\$10700	Margen de ganancia			\$3057

ARTÍCULO	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO POR ARTÍCULO
<b>Bombacha Naunet</b>	Tela lycra tricot	1	Metro	\$3200	50 cm	\$1600
	Sublimación	1	Metro	\$4000	25 cm	\$1000
	Hilo	1	Cono	\$1200	60 cm	\$60
	Elástico	1	Metro	\$66	70 cm	\$46
	Etiqueta interna	100	Unidades	\$500	1	\$5
<b>COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Materia Prima						\$6260
Mano de Obra						\$800
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Bolsa Packaging						\$1152
Bolsa para prenda						\$432
Hilo de algodón						\$350
Etiquetas colgantes						\$15
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>						
Cantidad de unidades		1	Costo total			\$4660
Precio de venta		\$8764	Margen de ganancia			\$2504

ARTÍCULO	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO POR ARTÍCULO
<b>Corpiño Nerea</b>	Tela lycra tricot	1	Metro	\$3200	90 cm	\$2880
	Sublimación	1	Metro	\$4000	45 cm	\$1800
	Hilo	1	Cono	\$1200	60 cm	\$180
	Elástico	1	Metro	\$66	45 cm	\$29
	Etiqueta interna	100	Unidades	\$500	1	\$5
<b>COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Materia Prima						\$4894
Mano de Obra						\$800
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Bolsa Packaging						\$1152
Bolsa para prenda						\$432
Hilo de algodón						\$350
Etiquetas colgantes						\$15
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>						
Cantidad de unidades		1	Costo total			\$7643
Precio de venta		\$10700	Margen de ganancia			\$3057

ARTÍCULO	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO POR ARTÍCULO
<b>Bombacha Nerea</b>	Tela lycra tricot	1	Metro	\$3200	50 cm	\$1600
	Sublimación	1	Metro	\$4000	25 cm	\$1000
	Hilo	1	Cono	\$1200	60 cm	\$60
	Elástico	1	Metro	\$66	70 cm	\$46
	Etiqueta interna	100	Unidades	\$500	1	\$5
<b>COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Materia Prima						\$6260
Mano de Obra						\$800
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Bolsa Packaging						\$1152
Bolsa para prenda						\$432
Hilo de algodón						\$350
Etiquetas colgantes						\$15
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>						
Cantidad de unidades		1	Costo total			\$4660
Precio de venta		\$8764	Margen de ganancia			\$2504

ARTÍCULO	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO POR ARTÍCULO
<b>Corpiño Jazeera</b>	Tela lycra tricot	1	Metro	\$3200	90 cm	\$2880
	Sublimación	1	Metro	\$4000	45 cm	\$1800
	Hilo	1	Cono	\$1200	60 cm	\$180
	Elástico	1	Metro	\$66	45 cm	\$29
	Etiqueta interna	100	Unidades	\$500	1	\$5
<b>COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Materia Prima						\$4894
Mano de Obra						\$800
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Bolsa Packaging						\$1152
Bolsa para prenda						\$432
Hilo de algodón						\$350
Etiquetas colgantes						\$15
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>						
Cantidad de unidades		1	Costo total			\$7643
Precio de venta		\$10700	Margen de ganancia			\$3057

ARTÍCULO	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO POR ARTÍCULO
<b>Bombacha Jazeera</b>	Tela lycra tricot	1	Metro	\$3200	50 cm	\$1600
	Sublimación	1	Metro	\$4000	25 cm	\$1000
	Hilo	1	Cono	\$1200	60 cm	\$60
	Elástico	1	Metro	\$66	70 cm	\$46
	Etiqueta interna	100	Unidades	\$500	1	\$5
<b>COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Materia Prima						\$6260
Mano de Obra						\$800
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Bolsa Packaging						\$1152
Bolsa para prenda						\$432
Hilo de algodón						\$350
Etiquetas colgantes						\$15
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>						
Cantidad de unidades		1	Costo total			\$4660
Precio de venta		\$8764	Margen de ganancia			\$2504

ARTÍCULO	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO POR ARTÍCULO
<b>Enteriza Dayra</b>	Tela lycra tricot	1	Metro	\$3200	100 cm	\$3200
	Sublimación	1	Metro	\$4000	100 cm	\$4000
	Hilo	1	Cono	\$1200	90 cm	\$90
	Elástico	1	Metro	\$66	80 cm	\$52
	Etiqueta interna	100	Unidades	\$500	1	\$5
<b>COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Materia Prima						\$7347
Mano de Obra						\$800
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Bolsa Packaging						\$1152
Bolsa para prenda						\$432
Hilo de algodón						\$350
Etiquetas colgantes						\$15
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>						
Cantidad de unidades		1	Costo total			\$10096
Precio de venta		\$16153	Margen de ganancia			\$6057

ARTÍCULO	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	FORMATO	COSTO	CANTIDAD UTILIZADA	COSTO POR ARTÍCULO
Enteriza Bahari	Tela lycra pesada	1	Metro	\$3900	150 cm	\$5850
	Sublimación	1	Metro	\$4000	75 cm	\$3000
	Hilo	1	Cono	\$1200	90 cm	\$90
	Elástico	1	Metro	\$66	80 cm	\$52
	Etiqueta interna	100	Unidades	\$500	1	\$5
<b>COSTO DIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Materia Prima						\$8997
Mano de Obra						\$800
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN</b>						
Bolsa Packaging						\$1152
Bolsa para prenda						\$432
Hilo de algodón						\$350
Etiquetas colgantes						\$15
<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>						
Cantidad de unidades		1	Costo total			\$11746
Precio de venta		\$16182	Margen de ganancia			\$7185

## 11. Conclusiones

En síntesis, para resolver el problema planteado al principio del desarrollo de este proyecto, el cual planteaba crear una colección que pueda adaptarse a los diferentes tipos de cuerpo y diferentes edades cumpliendo la ley de talles, se creó una colección que tiene como concepto de diseño el mar. Se desarrollaron dos series de seis conjuntos cada una. Se diseñaron prendas con diferentes tipologías para así poder adaptarse a los diferentes cuerpos. Toda la colección se pensó para ser confeccionada en todas las estampas, textiles y texturas que se presentan en la misma para así poder intercambiar las piezas y que cada mujer elija su traje de baño ideal. Además, se creó una tabla de talles que abarca desde el talle uno al talle nueve.

Las fortalezas que se pueden observar en este proyecto son que la mayoría de las prendas son regulables para que así puedan ser adaptadas a los gustos y necesidades de cada persona. Se eligió un amplio rango de tipologías para abarcar los diferentes tipos de cuerpo. Se eligieron textiles y formas de confección que generen resistencia en las prendas. Todos los avíos que se encuentran en el exterior de la prenda son de zamak para así no generar irritaciones en la piel y, además, resistan el uso de la prenda.

Una de las debilidades que se podría mejorar en la propuesta es profundizar aún más en la investigación, en lo que a encuestas y entrevistas se refiere, para así poder abarcar un número mayor de consumidoras junto a las necesidades de las mismas. También, se podría ampliar aún más la colección incluyendo una sección que este dirigida principalmente a talles que superen el último de la tabla de talles presentada, el 9, para así abarcar un mayor número de mujeres.

## Referencias

- Asorey, C. K. (2018). *El Body Positive como fenómeno social a través de Instagram* (Tesis de Master). Universidad Camilo José Cela, Madrid. Recuperada de:  
[https://iddigitalschool.com/wp-content/uploads/2019/06/CRISTINA\\_KNIGHT\\_ASOREY.pdf](https://iddigitalschool.com/wp-content/uploads/2019/06/CRISTINA_KNIGHT_ASOREY.pdf)
- Barreiro, B. L., Di Buccio, S. N. (2019). *Una aproximación al mercado de indumentaria femenina big size en la argentina* (Tesis de grado). Universidad de San Andrés, Buenos Aires. Recuperada de:  
<https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/16997/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.%20L.%20Eco.%20Barreiro,%20Bel%C3%A9n%20Luc%C3%ADa%20y%20Di%20Buccio,%20Sof%C3%ADa%20Nazarena.pdf>
- Bazán, C. I. y Miño, R. (2015). La imagen corporal en los medios de comunicación masiva. *Psicodebate*, volumen (15), pp. 23-42. <file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/Dialnet-LaImagenCorporalEnLosMediosDeComunicacionMasiva-5645337.pdf>
- Blomberg, N. Y. (2018). *El Derecho a Vestirse* (Tesis de grado). Universidad de Palermo, Buenos Aires. Recuperada de:  
[https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectorgraduacion/archivos/4750.pdf](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/4750.pdf)
- Braziulis, Z. (15 de agosto de 2021). Ley de Talles y salud mental: por qué de eso no se habla. *El Cronista*. <https://www.cronista.com/informacion-gral/ley-de-talles-y-salud-mental-por-que-de-eso-no-se-habla/>
- Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria. (s.f). *Ley de Talles por Jurisdicciones*. <http://www.ciaindumentaria.com.ar/camara/ley-de-talles-por-jurisdicciones/>
- Clarín*. (11 de octubre de 2016). Qué pasa con la Ley de Talles. Recuperado de:  
[https://www.clarin.com/entremujeres/wikilengua-castellano\\_0\\_By3PeJcv7x.html](https://www.clarin.com/entremujeres/wikilengua-castellano_0_By3PeJcv7x.html)
- Continente, G. (2018). Cinco problemas a los que se enfrentan las mujeres con mucho pecho al comprar un sujetador. *Harper's Bazaar*, pp.1-1. Recuperado de:

<https://www.harpersbazaar.com/es/moda/compras/a20719042/sujetador-tallas-grandes-problemas-compra-solucion/>

Corcuera, N. (2014). *Belleza femenina en la Publicidad* (Tesis de maestría). Universidad del Salvador, Buenos Aires. Recuperado de: [https://racimo.usal.edu.ar/3106/1/P%C3%A1ginas\\_desdeTesis.pdf](https://racimo.usal.edu.ar/3106/1/P%C3%A1ginas_desdeTesis.pdf)

Cortez, D., Gallegos, M., Jiménez, T., Martínez, P., Saravia, S., Cruzat Mandich, C., Díaz Castrillón, F., Behar, R. y Arancibia, M. (2016). Influencia de factores socioculturales en la imagen corporal desde la perspectiva de mujeres adolescentes. *Revista mexicana de trastornos alimentarios*, volumen (7), 1-1.

[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-15232016000200116](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-15232016000200116)

Defensoría del Pueblo Ciudad Autónoma de Buenos Aires. (7 de julio de 2017). *Por una ley de talles efectiva*. <https://defensoria.org.ar/noticias/por-una-la-ley-de-talles-efectiva/>

Geddes, D. (5 de noviembre de 2016). Salen a medir el cuerpo promedio de los argentinos para mejorar la ley de talles. *Clarín*. Recuperado de:

[https://www.clarin.com/sociedad/salen-promedio-argentinos-mejorar-talles\\_0\\_rk23513le.html](https://www.clarin.com/sociedad/salen-promedio-argentinos-mejorar-talles_0_rk23513le.html)

Gioberchio, G. (20 de noviembre de 2020). Ley de Talles: a un año de su sanción, las prendas aun no tienen las medidas reales de los argentinos. *Infobae*. Recuperado de: <https://www.infobae.com/tendencias/2020/11/20/ley-de-talles-a-un-ano-de-su-sancion-las-prendas-aun-no-tienen-las-medidas-reales-de-los-argentinos/>

Gioria, Y. M., Mesa, M. y Escudero, D. (2014). Ley de Talles en el Contexto de los Trastornos Alimenticios. *DIAETA*, pp.1-7. Recuperado de: <http://www.aadynd.org.ar/descargas/dieta/02-Ley-Gloria.pdf>

Hernández, M. (17 de julio de 2015). La tiranía del bikini. *El Mundo*. Recuperado de: <https://www.elmundo.es/espana/2015/07/16/559d484dca4741a1338b458e.html>



*Infobae*. (1 de julio de 2016). 70 años de la bikini: historia de un icono de la liberación femenina. Recuperado de: <https://www.infobae.com/tendencias/2016/07/01/70-anos-de-la-bikini-historia-de-un-icono-de-la-liberacion-femenina/>

Instituto Argentino de Normalización y Certificación. (20 de agosto de 2020). *Conoces tu cuerpo, conoces tus medidas, conoces tu talla*. <https://www.iram.org.ar/novedades/1347-2/>

Instituto Argentino de Normalización y Certificación. (s.f). *¿Quiénes somos?* <https://www.infobae.com/tendencias/2020/08/27/el-65-de-los-argentinos-sigue-con-problemas-para-encontrar-ropa-de-su-talle/>

Ministerio de Cultura Argentina. (18 de enero de 2019). *La evolución del traje de baño, símbolo de la liberación femenina*. [https://www.cultura.gob.ar/la-evolucion-del-traje-de-bano-simbolo-de-la-liberacion-femenina\\_7029/](https://www.cultura.gob.ar/la-evolucion-del-traje-de-bano-simbolo-de-la-liberacion-femenina_7029/)

Ministerio de Desarrollo Productivo. (10 de junio de 2021). *El Gobierno Reglamentó la Ley de Talles*. <https://www.argentina.gob.ar/noticias/el-gobierno-reglamento-la-ley-de-talles-0>

Ministerio de Desarrollo Productivo. (19 de julio de 2021). *Ley de Talles: comenzó la última etapa del primer estudio antropométrico argentino*. <https://www.argentina.gob.ar/noticias/ley-de-talles-comenzo-la-ultima-etapa-del-primer-estudio-antropometrico-argentino>

Olgún, L. A. (20 de noviembre de 2020). *Body Positive: La belleza de los cuerpos reales. La Tercera*. <https://www.latercera.com/paula/body-positive-la-belleza-de-los-cuerpos-reales/>

Piro, Y. C. L. (2017). *Moda para todo tipo de cuerpos* (Tesis de Grado). Universidad de Palermo, Buenos Aires. Recuperada de : [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectorgraduacion/archivos/4336.pdf](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/4336.pdf)

*Puntal*. (24 de mayo de 2021). *Body Positive, el movimiento que inunda las redes sociales*. Recuperado de: <https://www.puntal.com.ar/body-positive/body-positive-el-movimiento-que-inunda-las-redes-sociales-n139008>

Reina, L. (13 de octubre de 2018). Cuerpos reales: el desafío de aceptarse en plena era del body positive. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/cuerpo-reales-desafio-aceptarse-plena-era-del-nid2181189/>

Santilli, D., y Pérez, C. (3 de diciembre de 2009). *La Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires sanciona con fuerza de Ley*. Cedom. <http://www2.cedom.gob.ar/es/legislacion/normas/leyes/ley3330.html>

Zampar, H., Poratto, M.L (2000). Tabla de Medidas. En M. Isabel Teyes (Ed), *Talles Especiales*, pp. 14-20. Editorial Atlantida

<https://es.scribd.com/document/70446598/Corpino-base-talles-grandes-Hermenegildo-Zampar#>

### Índice de Figuras

<b>Figura 1:</b> Pregunta 2 Survey Monkey .....	26
<b>Figura 2:</b> Pregunta 3 Survey Monkey .....	27
<b>Figura 3:</b> Pregunta 7 Survey Monkey .....	28
<b>Figura 4:</b> Pregunta 9 Survey Monkey .....	29
<b>Figura 5:</b> Pregunta 10 Survey Monkey .....	30

### Índice de Tablas

<b>Tabla 1:</b> Grilla de observación de marcas de traje de baño en Argentina.....	33
<b>Tabla 2:</b> Grilla de observación de marcas de traje de baño en Argentina.....	34
<b>Tabla 3:</b> Grilla de observación de marcas de traje de baño en Argentina.....	35
<b>Tabla 4:</b> Grilla de observación de marcas de traje de baño en Argentina.....	37

### Anexos

Encuesta realizada el día 29 de septiembre de 2021 mediante la plataforma de encuestas Survey Monkey.

4. Cuando compras un corpiño ¿De qué estilo prefieres?



Respondidas: 65 Omitidas: 1

Triangulo	58,14%	50
Con arco	23,26%	20
Bandeau	8,14%	7
Top	10,47%	9
Otro (especifique)		1

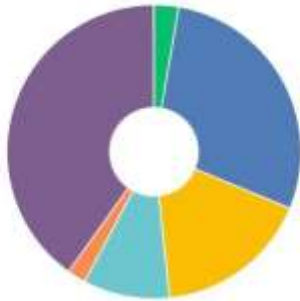
5. Cuando compras una bombacha ¿De qué estilo prefieres?



Respondidas: 86 Omitidas: 1

Cola less	34,88%	30
Vedetina	24,42%	21
Cola less tiro alto	24,42%	21
Vedetina tiro alto	16,28%	14
Otro (especifique)		1

6. Cuando compras un traje de baño enterizo ¿De qué estilo prefieres?



Respondidas: 67 Omitidas: 0

Ninguna de las anteriores	4,6%	4
Cola less	48,28%	42
Vedetina	28,74%	25
Corpiño con arco	16,09%	14
Espalda cubierta	3,45%	3
Espalda descubierta	67,82%	59
Otro (especifique)		0

8. ¿Cómo prefieres que sea el acceso a la prenda?



Respondidas: 66 Omitidas: 1

Bombacha con tiras regulables para atar en la cadera	23,26%	20
Corpiño con tiras para atar en espalda y cuello	27,91%	24
Corpiño con hebilla para abrochar por la espalda	48,84%	42
Otro (especifique)		0

Entrevista realizada el día 29 de septiembre de 2021 a Luciana Danduono dueña y creadora de la marca Mumbai Bikinis.

**1. ¿Cuál fue el problema principal al que se enfrentaron a la hora de confeccionar trajes de baño?**

El principal problema al cual nos enfrentamos es a la falta de insumos de producción nacional, y a la dificultad de la entrada al país de insumos importados, la falta de telas, la falta de maquinarias, Etc.

Creo que lo más desafiante fue todo el tiempo adaptarnos a los materiales que encontrábamos durante la temporada, y diseñar en base a ellos.

Por otro lado, lidiar con los talleres es una tarea súper compleja a la que aun en día, no nos adaptamos, ya que es un trabajo muy estresante.

**2. ¿Consideran que realizar distintos talles es un desafío?**

La verdad es que en un principio si fue muy desafiante. Ningún taller con el que trabajábamos quería duplicar la curva de talles, eso significa hacer más progresiones de mordería, hacer más pruebas, distintas medidas, y cortar los productos de forma diferente. Aun así, nosotros estábamos convencidos de que íbamos a lograrlo, y fue así como de a poco pudimos convencerlos de que nos acompañen en esta aventura. Hoy en día gracias a marcas como la nuestra y muchas más, es más fácil confeccionar con variedad de talles y de a poco se va volviendo más absurdo el talle único.

### **3. ¿Por qué creen que eligen comprar sus productos?**

Nos eligen porque, además de gustarles nuestros diseños, pueden encontrar el talle que más se adapta a su cuerpo y comparten la cultura de nuestra empresa y lo que transmitimos.

### **4. ¿Tienen en cuenta los diferentes tipos de cuerpos a la hora de diseñar la colección?**

Mucho, es lo más importante para nosotros. Toda la colección está conformada por distintos modelos que están diseñados para favorecer a determinado tipo de cuerpo, intentamos tener moldearías variadas para que cada una de nuestras clientas encuentre el bikini que mejor le quede. Somos muy conscientes de que todas las mujeres somos distintas.

### **5. ¿Consideran que sus productos se adaptan a todos los tipos de cuerpo? ¿Por qué?**

Si, totalmente. También hay cosas que trabajar, eso por supuesto. Como conté anteriormente, trabajamos las morderías para poder cumplir la necesidad de todas nuestras clientas, para acompañarlas en cualquier situación que estén pasando de su vida, sin juzgarlas.

### **6. A la hora de diseñar cada colección ¿Tienen en cuenta aspectos como la comodidad y el calce de las prendas?**

Sí, es lo primordial. Hay algunos bikinis que nos llevan más de 7 correcciones de moldearías hasta llegar al calce ideal. Otras que conservamos de otros años, ya que son morderías clásicas que repetimos año a año. La comodidad va variando dependiendo de la prenda, por

ejemplo, tenemos bikinis de lycra súper suaves y también tenemos bikinis de lentejuelas, que, aunque intentamos que sean lo más cómodas posibles, no es el bikini que elegís si quieres estar 100% cómoda. Por eso tenemos una colección grande porque la elección siempre está en que es lo que la clienta espera del bikini o para que ocasión quiere usarla.