

**Universidad Siglo 21**



## **TRABAJO FINAL DE GRADO**

**PROYECTO DE DISEÑO**

**CENTRADO EN EL USUARIO**

**“Diseño de indumentaria adaptado a personas con  
Acondroplasia”**

**LICENCIATURA EN DISEÑO DE INDUMENTARIA Y TEXTIL**

**TUTOR: URRERE PON, CANDELARÍA**

**DOCENTE: CUBEIRO, ANA**

**AUTORA: GAGLIARDI, ANTONELLA**

**LEGAJO: IND01124**

**AÑO: 2022**

## **Resumen**

A partir del objetivo general de desarrollar indumentaria de inclusión universal, se analizan a fondo temas que la sociedad tiende a pasar por alto, centrándonos en este caso en el estudio de personas con acondroplasia.

Como parte de la investigación, se recopiló información a través de entrevistas a personas con enanismo. En relación con sus respuestas, estas fueron concisas y reveladoras, señalando que el ámbito de la indumentaria es uno de los aspectos en los que se sienten más excluidos de la sociedad, especialmente debido a la escasa presencia demográfica en determinadas ciudades.

Se logró identificar sus gustos, preferencias y el origen de las prendas que utilizan, las cuales suelen ser adquiridas en tiendas de ropa para niños o confeccionadas por modistas particulares. Esta situación genera insatisfacción en términos de gustos, comodidad y accesibilidad económica. Los pantalones representan la prenda más difícil de obtener, ya que su confección a menudo se asemeja a los prototipos de pantalones infantiles, lo que resulta en la imposibilidad de acceder a opciones clásicas. Su búsqueda se orienta hacia prendas cómodas y sueltas, con el objetivo de evitar roces que puedan causar irritaciones o alergias en su cuerpo.

Las personas con acondroplasia, reconocidas como individuos de talla baja, son el enfoque central del proyecto, que busca crear prendas funcionales y estéticas para ellos. El propósito es proporcionar estilos de diseño que ofrezcan diversas utilidades o usos en una misma prenda, garantizando así la comodidad y funcionalidad necesarias. La finalidad de la colección es incrementar la adaptación de la modistería para personas con acondroplasia, promoviendo la inclusión de prendas para cualquier persona.

El objetivo más amplio es fomentar la inclusión social de nichos de mercado desatendidos, como el mencionado anteriormente, brindando beneficios no solo a este grupo específico, sino también a todas las personas que desean vestirse bien y de acuerdo con sus preferencias.

El logro obtenido se traduce en una satisfacción emocional para los usuarios a quienes se les presentó la propuesta, generando aceptación y conformidad en el uso de la nueva vestimenta. Esto actúa como un incentivo positivo en su vida cotidiana.

**Palabras claves:** Acondroplasia, Inclusión, Identidad, Diseño, Estética.

## **Abstract**

Starting from the general objective of developing universally inclusive clothing, we thoroughly analyze topics that society tends to overlook, focusing in this case on the study of individuals with achondroplasia.

As part of the research, information was gathered through interviews with individuals with dwarfism. In relation to their responses, these were concise and revealing, indicating that the field of clothing is one of the aspects in which they feel most excluded from society, especially due to the limited demographic presence in certain cities.

Their preferences, tastes, and the origin of the garments they use were identified, typically acquired from children's clothing stores or tailored by private seamstresses. This situation leads to dissatisfaction in terms of preferences, comfort, and economic accessibility. Trousers prove to be the most challenging garment to obtain, as their design often resembles prototypes for children's pants, resulting in the impossibility of accessing classic options. Their search is directed towards comfortable and loose-fitting garments, with the aim of avoiding friction that could cause irritation or allergies to their bodies.

Individuals with achondroplasia, recognized as individuals of short stature, are the central focus of the project, aiming to create functional and aesthetic garments for them. The purpose is to provide design styles that offer various utilities or uses within a single garment, ensuring the comfort and functionality they require. The ultimate goal of the collection is to enhance the adaptation of garment patterns for individuals with achondroplasia, promoting the inclusion of clothing for anyone.

The broader objective is to foster social inclusion in underserved market niches, as mentioned earlier, providing benefits not only to this specific group but also to all individuals who wish to dress well and in accordance with their preferences.

The achievement obtained translates into emotional satisfaction for the users to whom the proposal was presented, generating acceptance and conformity in the use of the new clothing. This serves as a positive incentive in their daily lives.

**Keywords:** Achondroplasia, Inclusion, Identity, Design, Aesthetics.

# ÍNDICE

ÍNDICE.....	4
CAPÍTULO 1 .....	6
1. Definición estratégica del proyecto. ....	6
1.1 Tema.....	6
1.2 Problema de diseño.....	7
1.3 Descomposición del problema .....	7
1.4 Alcance y Objetivos .....	7
1.5 Justificación .....	8
CAPÍTULO 2 .....	9
2. Marco Teórico. ....	9
2.1 Identidad. ....	9
2.2 Inclusión social .....	10
2.3 Acondroplasia.....	13
2.4 Antropometría.....	16
2.5 El cuerpo humano y la indumentaria .....	19
CAPÍTULO 3 .....	21
3. Metodología de investigación. ....	21
3.1 Instrumentos de Investigación .....	21
3.2 Ficha de Investigación .....	22
CAPÍTULO 4 .....	25
4. Análisis de los Resultados.....	25
4.1 Análisis de Antecedentes .....	26
CAPÍTULO 5 .....	36
5. Concepto .....	36
5.1 Programa y/o Requerimientos. ....	37
5.2 Cronograma/ Plan de trabajo.....	38
CAPÍTULO 6 .....	39
6. Alternativa de diseño. ....	39
6.1 Moodboard Concepto. ....	39
6.2 Moodboard Usuario. ....	41
6.3 Trendboard.....	42
6.4 Cuadro de constante y variables. ....	43
6.5 Colección .....	47

6.6 Ficha de los conjuntos a materializar .....	56
6.7 Prototipos / maquetas. ....	95
CAPÍTULO 7 .....	98
7. Propuesta final de marca. ....	98
7.1 Identidad de marca / Branding. ....	98
7.2 Estrategia.....	100
7.3 Estrategia Comercial.....	101
7.4 Comunicación.....	102
CAPÍTULO 8 .....	110
8. Análisis de costo .....	110
CAPÍTULO 9 .....	112
9. Conclusión. ....	112
BIBLIOGRAFÍA.....	115
ANEXO .....	117