

ESTE LIBRO ES PROPIEDAD
DE LA BIBLIOTECA EN CASO DE
PERDIDA O MAL USO SERA
PENADO POR LA LEY



**PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DEL ECUADOR
SEDE AMBATO**
SERÉIS MIS TESTIGOS

ESCUELA DE DISEÑO INDUSTRIAL

TÍTULO:

ROPA PARA MUJERES ADULTAS CON OBESIDAD GRADO II
DE LA CIUDAD DE AMBATO

**DISERTACIÓN DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO EN DISEÑO INDUSTRIAL – MODAS**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

ESTRATEGIA DE MERCADO PARA EMPRENDER EMPRESA
DE CONFECCIÓN

AUTOR:

PAÚL ESTRADA ROMERO

DIRECTOR:

DIS. LCDA. AYDA RICO



Ambato-Ecuador
Diciembre 2011

Nº de ingreso: 006609
Precio: \$80,00
canje: Donación: Compra.
Fecha de factura:
Fecha de ingreso: 15/12/2011

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE
AMBATO**

ESCUELA DE DISEÑO INDUSTRIAL

HOJA DE APROBACIÓN

Tema:

ROPA PARA MUJERES ADULTAS CON OBESIDAD GRADO II DE LA
CIUDAD DE AMBATO

Línea de Investigación:

Estrategia de mercado para emprender empresa de confección.

Autor:

Paúl Estrada Romero

Ayda Rico, Dis. Lcda.

DIRECTOR DE DISERTACIÓN

f. 

Fernando Altamirano, Lcdo.

CALIFICADOR

f. 

Gabriel Núñez, Ing.

CALIFICADOR

f. 

Daniel Acurio, Ing.

**DIRECTOR ESCUELA DE DISEÑO
INDUSTRIAL**

f. 

Hugo Altamirano, Dr.

**SECRETARIO GENERAL PROCURADOR
PUCE SEDE AMBATO**

f. 



**SECRETARIA GENERAL
PROCURADURIA**

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, PAÚL ESTRADA ROMERO, portador de la cédula de ciudadanía No. 060275732-0, declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo la obtención del título de Ingeniero en Diseño Industrial - Modas son absolutamente originales, auténticos y personales.

En tal virtud, declaro que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del trabajo propuesto de investigación y luego de redacción de este documento son y serán de mi sola y exclusiva responsabilidad legal y académica.



Paúl Estrada Romero
CI. 060275732-0

AGRADECIMIENTO

Agradezco a toda mi familia y a todas aquellas personas cuyo apoyo y motivación han hecho finalizar este trabajo.

A los funcionarios de la Pontificia Universidad Católica Sede Ambato que me ha dado la oportunidad de aprender valores duraderos y principios de calidad y conducta, a todos mis maestros por los conocimientos compartidos y enseñados para mi desarrollo profesional, en especial a la Dis. Lcda. Ayda Rico por su paciencia y orientación para el desarrollo de este proyecto.

DEDICATORIA

La fe, la voluntad y el optimismo dedicado a lo largo de los años de estudio, son también el fruto de todos aquellos que creyeron en mí, apoyándome incondicionalmente, es por eso que este trabajo más que a una persona va dedicado a la situación que me ha formado como ser humano.

A mi hija lo más bello que me ha dado la vida, todo en cuanto pienso y siento, mi fuerza, mi fe.

Es mi dedicación también a los amigos que se han ido, a la emoción y a la pasión del diseño.

RESUMEN

Este proyecto se realizó con el objetivo de elaborar prendas de vestir para mujeres adultas de la ciudad de Ambato con una estatura de 1.50 – 1.70m. y con un índice de masa corporal de 35 – 39,9 Kg./m² (Grado II), considerando al vestuario como un objeto indispensable dentro de la parte sociocultural, de esta forma las mujeres con obesidad grado II pueden reflejarse y desarrollarse en sus diferentes prácticas sociales. En el proceso de investigación se manifiesta que la obesidad en la infancia y adolescencia en el Ecuador es un factor pronóstico de la obesidad en el adulto. Así, se estima que el 80% de los adultos con obesidad tenían obesidad durante la adolescencia. De acuerdo al INEC, 51,5% está representado por el género femenino (170.026) de la población total de Ambato y según la OMS el 55,5% de mujeres mayores de 25 años en el Ecuador sufren de prevalencia de obesidad y sobrepeso (IMC >25Kg/m²), esta información desprende los valores que representan la prevalencia de la obesidad en la ciudad de Ambato, 0,84% (33.753) en relación al Ecuador. La expresión tiene una dimensión simbólica en esta investigación, cuando un 88% de la mujeres con obesidad no conocen un lugar donde puedan adquirir prendas en tallas grandes, y un 60% de almacenes asegura que sus proveedores no consideran dentro de su producción prendas en tallas grandes. Es evidente que la industria de la ropa en la ciudad de Ambato no maneja el concepto de tallas grandes sin embargo existe el camino, entregando una propuesta de ropa que hagan sentir a las mujeres con obesidad igual a las demás.

ABSTRACT

This project was made with the objective of producing clothing for adult women in the Ambato city, with a height of 1.50 – 1.70 mts. with a BMI of 35 – 39.9 kg/m² (Grade II), considering the clothing as a necessary object within the sociocultural part. In this way, women with grade II obesity can be reflected and developed in different social practices. In the research process we state that obesity in childhood and adolescence in Ecuador is a predictor of obesity in Adults. It is estimated that 80% of adults who are obese were also obese during. According to INEC, 51.5% is represented by the female (170.026) of the total population of Ambato and OMS says 55.5% of women older than 25 years in Ecuador suffer from obesity and overweight prevalence (BMI >25Kg/m²), this information shows the values that represent the prevalence of obesity in Ambato City, 0.84% (33.753) compared to Ecuador. The expression has a symbolic dimension in this study, when 88% of obese women do not know where they can buy clothes in large sizes, and a 60% of stores ensure that its suppliers do not believe in garment production in large sizes. It is evident, the apparel industry in Ambato City does not handle the concept of large sizes but there is a way, submitting a proposal of clothes that makes feel obese women like everyone else.

TABLA DE CONTENIDOS

PRELIMINARES

CARÁTULA.....	i
HOJA DE APROBACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
TABLA DE CONTENIDOS.....	viii

CAPITULO I

1 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	
1.1 TEMA	1
1.2 LUGAR DE LA REALIZACIÓN.....	1
1.3 ANTECEDENTES.....	1
1.4 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.5 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.6 PREGUNTAS DIRECTRICES.....	4
1.7 JUSTIFICACIÓN.....	4
1.8 OBJETIVOS.....	6
1.8.1 OBJETIVO GENERAL.....	6
1.8.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6

CAPITULO II

2 MARCO TEÓRICO	
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	7
2.2 CATEGORIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	9
2.2.1 SUPERORDINACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE.....	9
2.2.2 SUPERORDINACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE.....	9
2.2.3 SUBORDINACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE	10
2.2.4 SUBORDINACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE.....	10
2.3 LA ROPA	11
2.3.1 ROPA PARA MUJERES OBESAS	11
2.3.2 LA INDUSTRIA DE LA ROPA.....	16
2.3.2.1 INDUSTRIA DE LA ROPA EN TALLAS GRANDES	16
2.3.2.2 LAS TALLAS GRANDES	17
2.3.2.3 TIENDAS DE ROPA DE TALLAS GRANDES.....	19
2.3.3 DISEÑO DE ROPA	22
2.4 LA MODA.....	23
2.4.1 CONCEPTO.....	23
2.4.2 LA MODA Y LA OBESIDAD.....	24
2.4.3 IDEAS PARA MUJERES CON OBESIDAD	26

2.4.4 COMBINAR LA ROPA PARA MUJERES CON OBESIDAD	29
2.5 SILUETAS	31
2.5.1 TRAPECIO	31
2.5.1.1 CARCATERÍSTICAS	32
2.5.1.2 VENTAJAS	32
2.5.1.3 PARA REALZAR Y EQUILIBRAR LA SILUETA TRAPECIO	33
2.5.2 DIAMANTE	33
2.5.2.1 CARCATERÍSTICAS	34
2.5.2.2 VENTAJAS	34
2.5.2.3 PARA REALZAR Y EQUILIBRAR LA SILUETA DIAMANTE	35
2.5.3 TRIÁNGULO	35
2.5.3.1 CARCATERÍSTICAS	36
2.5.3.2 VENTAJAS	37
2.5.3.3 PARA REALZAR Y EQUILIBRAR LA SILUETA TRIÁNGULO	37
2.5.4 RECTÁNGULO	38
2.5.4.1 CARCATERÍSTICAS	38
2.5.4.2 VENTAJAS	39
2.5.4.3 PARA REALZAR Y EQUILIBRAR LA SILUETA RECTÁNGULO	39
2.5.5 ÓVALO	40
2.5.5.1 CARCATERÍSTICAS	40
2.5.5.2 VENTAJAS	41
2.5.5.3 PARA REALZAR Y EQUILIBRAR LA SILUETA ÓVALO	41
2.5.6 RELOJ DE ARENA	42
2.5.6.1 CARCATERÍSTICAS	42
2.5.6.2 VENTAJAS	43
2.5.6.3 PARA REALZAR Y EQUILIBRAR LA SILUETA RELOJ DE ARENA	44
2.5.7 TRIÁNGULO INVERTIDO	44
2.5.7.1 CARCATERÍSTICAS	45
2.5.7.2 VENTAJAS	45
2.5.7.3 PARA REALZAR Y EQUILIBRAR LA SILUETA TRIÁNGULO INVERTIDO	46
2.5.8 OCHO	46
2.5.8.1 CARCATERÍSTICAS	47
2.5.8.2 VENTAJAS	48
2.5.8.3 PARA REALZAR Y EQUILIBRAR LA SILUETA TRIÁNGULO	48
2.6 TEXTILES	49
2.6.1 CLASIFICACIÓN DE LOS TEJIDOS	50
2.6.2 ESQUEMA DE LOS DIFERENTES TIPOS DE TEJIDO	51
2.6.3 TELAS: CARACTERÍSTICAS	51
2.6.4 TELAS ESTAMPADAS	55
2.7 PATRONAJE Y MEDIDAS	56
2.7.1 PATRÓN	56
2.7.1.1 NORMAS EN EL TRAZO DE MOLDES	57
2.7.2 TOMA DE MEDIDAS	59
2.7.2.1 MARGEN MÍNIMO DE TOLERANCIA	61
2.7.2.2 MEDIDAS ANATÓMICAS Y MEDIDAS DEDUCIDAS	62
2.7.2.2.1 MEDIDAS ANATÓMICAS	62

2.7.2.2 MEDIDAS DEDUCIDAS.....	63
2.7.2.3 TABLA DE EQUIVALENCIA DE MEDIDAS	63
2.8 COLOR	64
2.8.1 EL ESTILISMO Y EL COLOR	64
2.9. EL VISAJISMO.....	67
2.9.1 CONCEPTO.....	67
2.9.2 ESTRUCTURA.....	68
2.9.3 EFECTO VISUAL EN LOS CORTES.....	68
2.10 INTERRELACIÓN DE FORMAS.....	70
2.11 LA OBESIDAD	72
2.11.1 CONCEPTO.....	72
2.11.2 HISTORIA	72
2.11.3 CLASIFICACIÓN.....	75
2.11.3.1 SEGÚN EL ORIGEN.....	75
2.11.3.2 SEGÚN SU INICIO	75
2.11.4 ASPECTOS Y CONSECUENCIAS	76
2.11.5 CAUSAS	78
2.11.5.1 ESTILO DE VIDA.....	78
2.11.5.2 LA COMIDA ACTUAL.....	79
2.11.5.3 GENÉTICO	80
2.11.5.4 ENFERMEDADES MÉDICAS.....	81
2.11.6 DIFERENCIA ENTRE SOBREPESO Y OBESIDAD.....	82
2.11.6.1 DATOS DEL SOBREPESO Y LA OBESIDAD	83
2.11.7 TAZA DE OBESIDAD EN EL MUNDO.....	84
2.11.8 ÍNDICE DE MASA CORPORAL Ó IMC	85
2.11.8.1 CALCULAR EL IMC	86
2.11.8.2 CLASIFICACIÓN DEL IMC	87
2.11.9 OBESIDAD GRADO II.....	87
2.11.9.1 PROBLEMÁTICA DE LA OBESIDAD GRADO II EN EL MUNDO	88
2.11.9.2 PROBLEMÁTICA DE LA OBESIDAD GRADO II EN EL ECUADOR..	89
2.11.10 PREVALENCIA DE LA OBESIDAD EN EL ECUADOR.....	91
2.11.11 CAUSAS DE LA OBESIDAD EN EL CENTRO DEL ECUADOR	95
2.12 LA ADULTEZ	98
2.12.1 ADULTEZ TEMPRANA.....	99
2.12.2 ADULTEZ MEDIA	99
2.12.3 ADULTEZ TARDÍA.....	100

CAPITULO III

3 METODOLOGÍA DEL TRABAJO	
3.1 ENFOQUE	101
3.2 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	101
3.2.1 METODOLOGÍA DESCRIPTIVA.....	102
3.2.2 METODOLOGÍA DEDUCTIVA.....	102
3.3 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	102
3.4 FUENTES DE INFORMACIÓN.....	104
3.4.1 POBLACIÓN Y MUESTREO	104

3.4.2 FÓRMULA PARA CALCULAR LA MUESTRA.....	109
3.4.3 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	110
3.4.3.1 VARIABLE DEPENDIENTE.....	110
3.4.3.2 VARIABLE INDEPENDIENTE.....	110
3.4.4 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	111
3.5 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	113
3.5.1 TABULACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA AL CLIENTE.....	113
3.5.2 TABULACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA AL COMERCIALIZADOR.....	120

CAPITULO IV

4 PROPUESTA	
4.1 TEMA.....	127
4.2 DATOS INFORMATIVOS.....	127
4.3 ANTECEDENTES.....	127
4.4 IDENTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD.....	129
4.5 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	130
4.5.1 PRINCIPALES VARIABLES EN LA SEGMENTACIÓN DE MERCADO	130
4.6 CONCEPTUALIZACIÓN DE LA PROPUESTA.....	131
4.7 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA.....	131
4.7.1 INSPIRACIÓN.....	132
4.7.1.1 CONCEPTO.....	132
4.7.1.2 INSPIRACIÓN DE LA PROPUESTA.....	132
4.7.2 ESTILO.....	133
4.7.2.1 CONCEPTO.....	133
4.7.2.2 ESTILO DE LA PROPUESTA.....	133
4.7.3 TIPOS DE PRENDAS Y MATERIALES.....	134
4.7.4 VISAJISMO.....	135
4.7.5 COLOR Y ESTAMPADO.....	136
4.8 BRIEF.....	136
4.8.1 MARCA.....	136
4.8.1.1 SLOGAN.....	137
4.8.1.2 CONCEPTO.....	137
4.8.1.3 MISIÓN.....	138
4.8.1.4 FILOSOFÍA.....	138
4.8.1.5 DESARROLLO DE LA MARCA.....	139
4.8.1.6 HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN.....	139
4.8.2 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.....	140
4.8.3 TARGET.....	140
4.8.4 OBJETIVOS.....	141
4.8.4.1 OBJETIVO GENERAL.....	141
4.8.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	141
4.9 TALLAJE.....	141
4.10 ELEMENTOS DE LA COLECCIÓN.....	143
4.10.1 CARTA DE MATERIALES Y COLORES.....	143

4.10.2 COLLAGE	146
4.10.3 REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE LA PROPUESTA.....	147
4.10.4 FICHAS TÉCNICAS	148

CAPITULO V

CONCLUSIONES.....	178
RECOMENACIONES.....	179
BIBLIOGRAFÍA	180
GLOSARIO	181
ANEXSOS.....	182

TABLA DE GRÁFICOS

GRÁFICOS

GRÁFICO 2.1 - VD.....	9
GRÁFICO 2.2 - VI.....	9
GRÁFICO 2.3 - VD.....	10
GRÁFICO 2.4 - VI.....	10
GRÁFICO 2.5 - TRAPECIO	32
GRÁFICO 2.6 - DIAMANTE.....	34
GRÁFICO 2.7 - TRIÁNGULO.....	36
GRÁFICO 2.8 - RECTÁNGULO.....	38
GRÁFICO 2.9 - ÓVALO	40
GRÁFICO 2.10 - RELOJ DE ARENA.....	42
GRÁFICO 2.11 - TRIÁNGULO INVERTIDO	44
GRÁFICO 2.12 - OCHO.....	47
GRÁFICO 2.13 - LAMINIFORMES	50
GRÁFICO 2.14 - FILIFORMES.....	51
GRÁFICO 2.15 - TIPOS DE TEJIDO	51
GRÁFICO 2.16 - TELAS ESTAMPADAS.....	55
GRÁFICO 2.17 - SÍMBOLOS DE PATRONAJE	58
GRÁFICO 2.18 - TOMA DE MEDIDAS	59
GRÁFICO 2.19 - PRISMA.....	64
GRÁFICO 2.20 - CORTE VERTICAL.....	68
GRÁFICO 2.21 - CORTE HORIZONTAL.....	69
GRÁFICO 2.22 - CORTE DIAGONAL.....	69
GRÁFICO 2.23 - DISTANCIAMIENTO.....	70
GRÁFICO 2.24 - TOQUE.....	70
GRÁFICO 2.25 - SUPERPOSICIÓN.....	70
GRÁFICO 2.26 - PENETRACIÓN.....	70
GRÁFICO 2.27 - UNIÓN	71
GRÁFICO 2.28 - SUSTRACCIÓN.....	71
GRÁFICO 2.29 - INTERSECCIÓN.....	71

GRÁFICO 2.30 - COICIDENCIA	71
GRÁFICO 2.31 - OBESIDAD SEGÚN SU ORIGEN	75
GRÁFICO 3.1 - RESULTADOS DEL VI CENSO DE POBLACIÓN 2010	105
GRÁFICO 3.2 - AMBATO, VI CENSO DE POBLACIÓN 2010	105
GRÁFICO 3.3 - MUESTRA A1	113
GRÁFICO 3.4 - PORCENTAJE A1	113
GRÁFICO 3.5 - MUESTRA A2	114
GRÁFICO 3.6 - PORCENTAJE A2	114
GRÁFICO 3.7 - MUESTRA A3	115
GRÁFICO 3.8 - PORCENTAJE A3	115
GRÁFICO 3.9 - MUESTRA A4	116
GRÁFICO 3.10 - PORCENTAJE A4	116
GRÁFICO 3.11 - MUESTRA A5	117
GRÁFICO 3.12 - PORCENTAJE A5	117
GRÁFICO 3.13 - F1	118
GRÁFICO 3.14 - F2	118
GRÁFICO 3.15 - F3	119
GRÁFICO 3.16 - F4	119
GRÁFICO 3.17 - MUESTRA B1	120
GRÁFICO 3.18 - PORCENTAJE B1	120
GRÁFICO 3.19 - MUESTRA B2	121
GRÁFICO 3.20 - PORCENTAJE B2	121
GRÁFICO 3.21 - MUESTRA B3	122
GRÁFICO 3.22 - PORCENTAJE B3	122
GRÁFICO 3.23 - MUESTRA B4	123
GRÁFICO 3.24 - PORCENTAJE B4	123
GRÁFICO 3.25 - MUESTRA B5	124
GRÁFICO 3.26 - PORCENTAJE B5	124
GRÁFICO 3.27 - F5	125
GRÁFICO 3.28 - F6	125
GRÁFICO 3.29 - F7	126
GRÁFICO 3.30 - F8	126
GRÁFICO 4.1 - BOTRA	137
GRÁFICO 4.2 - DESARROLLO MARCA	139
GRÁFICO 4.3 - COLLAGE	146
GRÁFICO 4.4 - REPRESENTACIÓN GRÁFICA	147

FOTOGRAFÍAS

FOTOGRAFÍA 1.1 - MUJERES OBESAS POR EL ARTE	1
FOTOGRAFÍA 2.1 - A GORDURA ES BELLA	11
FOTOGRAFÍA 2.2 - 48 Y MÁS	20
FOTOGRAFÍA 2.3 - KIYONNA	20
FOTOGRAFÍA 2.4 - ANGELA ANDREA	21
FOTOGRAFÍA 2.5 - DAPHNE	22
FOTOGRAFÍA 2.6 - MODA Y OBESIDAD	24

FOTOGRAFÍA 2.7 - BETH DITTO	26
FOTOGRAFÍA 2.8 - LA REDOUTE.....	29
FOTOGRAFÍA 2.9 - COLOR NEGRO.....	65
FOTOGRAFÍA 2.10 - GAMA.....	66
FOTOGRAFÍA 2.11 - MONOCOLOR.....	66
FOTOGRAFÍA 2.12 - INTENSIDAD.....	67
FOTOGRAFÍA 2.13 - HISTORIA DE LA OBESIDAD.....	73
FOTOGRAFÍA 2.14 - SEDENTARISMO.....	78
FOTOGRAFÍA 2.15 - COMIDA CHATARRA.....	79
FOTOGRAFÍA 2.16 - GENÉTICO.....	81
FOTOGRAFÍA 2.17 - MÉDICO.....	82
FOTOGRAFÍA 2.18 - ADULTEZ.....	99

TABLAS

TABLA 2.1 - EQUIVALENCIA DE MEDIDAS.....	63
TABLA 2.2 - OBESIDAD EN EL MUNDO 2010.....	84
TABLA 2.3 - INTERPRETACIÓN DE LA OBESIDAD.....	85
TABLA 2.4 - TIPOS DE OBESIDAD.....	87
TABLA 2.5 - ESTADO NUTRICIONAL DE LOS ADOLSCENTES DE AMBOS SEXOS DE 12 A < 19 AÑOS, HABITANTES DEL ÁREA URBANA.....	94
TABLA 2.6 - PREVALENCIA DE SOBREPESO Y OBESIDAD EN ADOLESCENTES SEGÚN SEXO, REGIÓN GEOGRÁFICA.....	95
TABLA 3.1 - RANGOS POR EDAD Y GÉNERO.....	106
TABLA 3.2 - PREVALENCIA DE LA OBESIDAD EN EL ECUADOR.....	107
TABLA 3.3 - INTERPRETACIÓN DE LA FÓRMULA.....	109
TABLA 3.4 - VARIABLE DEPENDIENTE.....	111
TABLA 3.5 - VARIABLE INDEPENDIENTE.....	112
TABLA 3.6 - PREGUNTA A1.....	113
TABLA 3.7 - PREGUNTA A2.....	114
TABLA 3.8 - PREGUNTA A3.....	115
TABLA 3.9 - PREGUNTA A4.....	116
TABLA 3.10 - PREGUNTA A5.....	117
TABLA 3.11 - PREGUNTA B1.....	120
TABLA 3.12 - PREGUNTA B2.....	121
TABLA 3.13 - PREGUNTA B3.....	122
TABLA 3.14 - PREGUNTA B4.....	123
TABLA 3.15 - PREGUNTA B5.....	124
TABLA 4.1 - SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA.....	130
TABLA 4.2 - SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA.....	130
TABLA 4.3 - SEGMENTACIÓN DE COMPORTAMIENTO.....	130
TABLA 4.4 - CUADRO DE MEDIDAS.....	142
TABLA 4.5 - PESO TALLA.....	142
TABLA 4.6 - ELEMENTOS COLECCIÓN.....	143

FICHAS TÉCNICAS

TRAJE 1	
REPRESENTACIÓN GRÁFICA Z1.....	148
FICHA DE DISEÑO ADMINISTRATIVA Z1	149
FICHA DE PATRONAJE Y DESPIECE	150
TRAJE 2	
REPRESENTACIÓN GRÁFICA Z2.....	151
FICHA DE DISEÑO ADMINISTRATIVA Z2	152
FICHA DE PATRONAJE Y DESPIECE	153
TRAJE 3	
REPRESENTACIÓN GRÁFICA Z3.....	154
FICHA DE DISEÑO ADMINISTRATIVA Z3	155
FICHA DE PATRONAJE Y DESPIECE	156
TRAJE 4	
REPRESENTACIÓN GRÁFICA Z4.....	157
FICHA DE DISEÑO ADMINISTRATIVA Z4	158
FICHA DE PATRONAJE Y DESPIECE	159
TRAJE 5	
REPRESENTACIÓN GRÁFICA Z5.....	160
FICHA DE DISEÑO ADMINISTRATIVA Z5	161
FICHA DE PATRONAJE Y DESPIECE	162
TRAJE 6	
REPRESENTACIÓN GRÁFICA Z6.....	163
FICHA DE DISEÑO ADMINISTRATIVA Z6	164
FICHA DE PATRONAJE Y DESPIECE	165
TRAJE 7	
REPRESENTACIÓN GRÁFICA Z7.....	166
FICHA DE DISEÑO ADMINISTRATIVA Z7	167
FICHA DE PATRONAJE Y DESPIECE	168
TRAJE 8	
REPRESENTACIÓN GRÁFICA Z8.....	169
FICHA DE DISEÑO ADMINISTRATIVA Z8	170
FICHA DE PATRONAJE Y DESPIECE	171
TRAJE 9	
REPRESENTACIÓN GRÁFICA Z9.....	172
FICHA DE DISEÑO ADMINISTRATIVA Z9	173
FICHA DE PATRONAJE Y DESPIECE	174
TRAJE 10	
REPRESENTACIÓN GRÁFICA Z10.....	175
FICHA DE DISEÑO ADMINISTRATIVA Z10	176
FICHA DE PATRONAJE Y DESPIECE	177

CAPÍTULO I

1 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Tema:

Ropa para mujeres adultas con obesidad grado II de la ciudad de Ambato.

1.2 Lugar de realización:

El estudio se realizará dentro del perímetro de la ciudad de Ambato.

1.3 Antecedentes:



Fotografía 1.1 - Mujeres obesas por el arte. Fuente:
silverspock.files.wordpress.com/2010/04/foto_14433-gordas-bellas-nimoy4.jpg?w=637&h=441

La belleza es fuerza de voluntad, por lo tanto, la mujer es bella cuando decide y aprende a serlo, el cuerpo de una mujer con obesidad es tan bello como cualquiera, para verse bien se debe saber qué comprar y cómo combinarlo. La obesidad ya ha alcanzado el rango de epidemia mundial. Los

últimos cálculos de La Organización Mundial de la Salud (OMS) indican que en el 2008 había en todo el mundo aproximadamente 1600 millones de adultos con sobrepeso y al menos 400 millones de adultos obesos. Además calcula que en el 2015 habrá aproximadamente 2300 millones de adultos con sobrepeso y 700 millones con obesidad. Aunque antes se consideraba un problema exclusivo de los países de altos ingresos, el sobrepeso y la obesidad van en aumentando espectacularmente en los países de ingresos bajos y medios, sobre todo en el medio urbano.

Actualmente, de acuerdo con estadísticas mundiales, la mujer promedio entre los 25 y los 50 años pesa unos 59 Kg. (130 lb.), su talla está entre la 40 y 42 en el sistema Europeo. La situación biológica y antropométrica del cuerpo medio de la mujer, a la que se le añade la realidad de las ventas ha hecho que en diferentes países ya se rebelen contra las tallas dominantes. Un 35% (en alza) de las mujeres en Europa viste por encima de la talla 46 en relación a la talla 36 reinante, así las mujeres con sobrepeso han logrado superar el suplicio a la hora de comprar ropa y en donde ser una mujer con sobrepeso no sea sinónimo de vestirse anticuadamente porque es lo único que hay en su talla. Estados Unidos por ejemplo, tiene una talla promedio de 14, sin embargo, los diseñadores de moda generalmente no hacen nada más grande que la talla 12.

Aproximadamente el 40% de todas las ventas de la ropa para mujeres con sobrepeso en Latinoamérica, creció por el 43% entre 2003 y 2008, que representa en dólares alrededor de \$33.3 mil millones a \$49.1 mil millones.

Tomando en cuenta que en la ciudad de Ambato se encuentra la necesidad de ofertar más ropa en tallas grandes, aprovechando el amplio campo de producción de vestimenta que se encuentra en ésta ciudad , es posible hacer parte de la producción la ropa de tamaño grande, para todas aquellas mujeres con obesidad que necesiten o deseen vestirse con una talla a su medida, y puedan encontrar una alternativa válida para poder comprar ropa combinando una moda con la comodidad más absoluta.

1.4 Definición del problema

¿Cómo incide la ropa en la imagen de mujeres adultas con obesidad grado II de la ciudad de Ambato?

1.5 Delimitación del problema

Campo: Ingeniería en Diseño Industrial.

Área: Diseño Industrial.

Aspecto: Diseño de Modas.

Tema: Ropa para mujeres adultas con obesidad grado II de la ciudad de Ambato.

Problema: Falta de ropa para mujeres adultas con obesidad II de la ciudad de Ambato.

Delimitación Espacial: Esta investigación se realizará en la ciudad de Ambato dirigida a mujeres que tengan una estatura entre 1.50 – 1.70 m.

Delimitación Temporal: La presente investigación tendrá un tiempo de duración de 8 meses a partir de la fecha de su aprobación.

Unidad de Observación: Mujeres adultas con obesidad grado II (IMC >35, ≥ 39.9)

1.6 Preguntas directrices

¿Cuándo es una mujer considerada con obesidad grado II?

¿Qué tallas van dirigidas a las mujeres con obesidad grado II?

¿Cuáles son los colores que favorecen a las mujeres con obesidad?

¿Qué tipo de siluetas son las más adecuadas para las mujeres con obesidad?

¿Qué prendas se recomienda para mujeres con obesidad?

¿En qué clase de textiles se confecciona para que contribuya a una buena imagen en mujeres con obesidad?

¿Cuáles son los accesorios ideales que complementan la buena imagen en mujeres con obesidad?

1.7 Justificación

En la ciudad de Ambato la sociedad ha evidenciado el tema de escasez de comodidad y de una buena imagen en mujeres adultas con obesidad grado II, un problema que las afecta en el día a día. La necesidad de brindarles

una imagen cómoda y más importante aún, mostrar que una mujer con obesidad tiene actitud, puede sentirse bella y reflejar seguridad, ha hecho surgir este proyecto.

Generalmente la ropa para mujeres con obesidad es muy difícil de conseguir, en donde la poca variedad que se encuentra tienen como idea ponerlas algo que no posea concepción y que permita descubrir lo femenino de la mujer que lo usa, sino más bien de cubrirlas perdiendo el sentido de hacer una prenda bonita que resalte algo femenino de cada mujer, más allá de su peso que manifieste personalidad y estilo. Las personas con obesidad en la sociedad latinoamericana cada día cubren un porcentaje más alto debido a factores como: una menor actividad física, malos hábitos alimenticios adoptados de culturas sedentarias, es por eso necesario tomar en cuenta este mercado.

La propuesta del presente proyecto es encontrar diseños que destaquen la belleza femenina de las mujeres con obesidad grado II y permitirles disfrutar de prendas confortables con alternativas de elección, resultado de la relación entre persona, cultura, generación que pese a sus diferencias, compartan una especial sensibilidad por la moda en tallas grandes, en una marca de ropa para la mujer dinámica y moderna que aún siendo de talles especiales podrá lucir espléndida.

1.8 Objetivos

1.8.1 Objetivo general

Elaborar ropa para mujeres adultas con obesidad grado II de la ciudad de Ambato.

1.8.2 Objetivos específicos

- Analizar la moda, colores y siluetas.
- Investigar el mercado existente para mujeres adultas con obesidad grado II.
- Investigar la obesidad en mujeres adultas.
- Proponer una colección para mujeres adultas con obesidad grado II.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes investigativos

Autor: Pilar Urvina Rodríguez

Tema: Diseño de vestuario femenino en la línea Casual-Informal para persona con sobrepeso tipo I entre los 18-25 años de la ciudad de Ambato

Resumen de la tesis de investigación: El contenido del proyecto radica de forma esencial en el desarrollo creativo de una colección de prendas elaboradas en tela Jean enfocada a mujeres con sobrepeso grado I, denominada TIPO I, en el que se presenta diferentes argumentos, procesos y representaciones concernientes a la tarea del diseño de modas de facilitar el un vestuario que ayude a la estilización de la figura, la mejor conformación en la estructura y el correcto uso de la gama cromática en cada una de las prendas.

Autor: Fernando Carrasco, Manuel E. Baldeón

Tema: Prevalencia de sobrepeso y obesidad en estudiantes adolescentes ecuatorianos del área urbana

Resumen: Se trata del primer estudio nacional para establecer la prevalencia de sobrepeso y obesidad en estudiantes adolescentes en Ecuador. La muestra estudiada fue de 2.829 estudiantes, 1.461 mujeres y 1.368 varones, entre 12 y < 19 años. De estos, 1.435 estudiantes estuvieron matriculados en 60 colegios públicos y privados de las seis principales ciudades de la Costa y 1.394 estuvieron matriculados en 60 colegios de las seis principales ciudades de la Sierra. A los participantes se les midió el peso y la talla y se calculó el Índice de Masa Corporal (IMC). Los resultados indican que el exceso de peso afecta al 21,2% de los adolescentes: sobrepeso, 13,7% y obesidad 7,5%. El exceso de peso fue significativamente mayor en los adolescentes de colegios privados, 25.3% que de colegios públicos 18.9%, y fue mas común en las mujeres que en los hombres (21.5% versus 20.8%, respectivamente).

Autor: Rodrigo Yépez

Tema: Obesidad

Resumen: Trata el nuevo problema de salud en la población Ecuatoriana, la obesidad y menciona la importancia de conocer sobre este tema dentro de nuestra sociedad, lo que puede probocar física y emocionalmente, además de realizar una investigación sobre la obesidad en el país, sus características y causas.

2.2 Categorización de las variables

2.2.1 Superordinación de la Variable Dependiente:

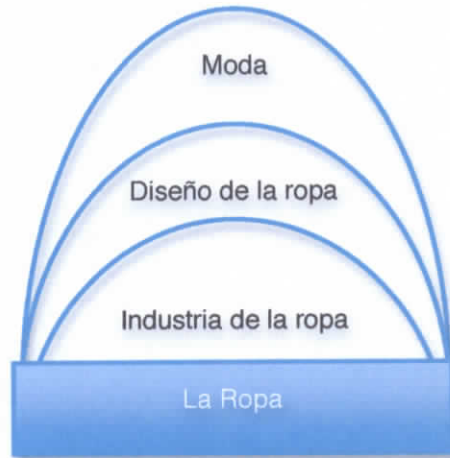


Gráfico 2.1 – VD. Fuente: Investigador

2.2.2 Superordinación de la Variable Independiente:

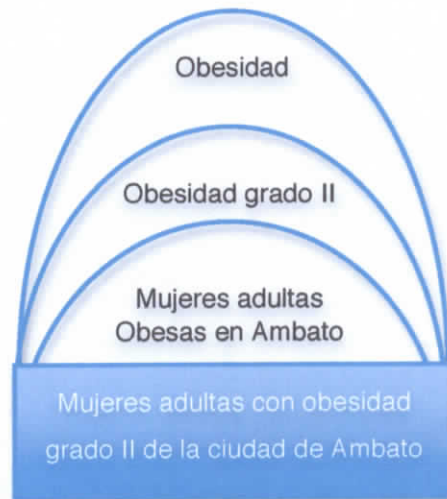


Gráfico 2.2 – VI. Fuente: Investigador

2.2.3 Subordinación de la Variable Dependiente:

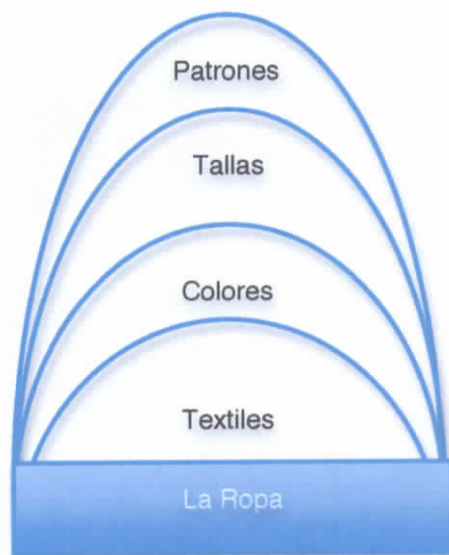


Gráfico 2.3 – VD. Fuente: Investigador

2.2.4 Subordinación de la Variable Independiente:

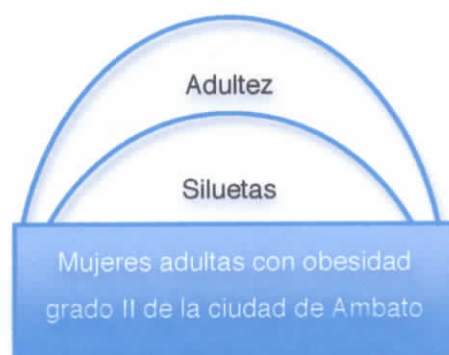


Gráfico 2.4 – VI. Fuente: Investigador

2.3 La ropa

Ropa es el conjunto de prendas o atuendos personales que sirven para vestir y que han sido utilizados en todas las culturas desde la prehistoria. Muchos han sido los factores que determinaron la evolución de la ropa siendo el más importante el clima y también han influido los diferentes estilos o modas, los materiales y tecnologías disponibles, los caracteres sexuales, el enfoque social, los éxodos y las tradiciones de las poblaciones.

2.3.1 Ropa para mujeres obesas



Fotografía 2.1 - La gordura es bella. Fuente: elcandilodelospensamientos.files.wordpress.com/2010/04/59.jpg

La ropa para obesas como para cualquier persona es también llamada **vestimenta**, **atuendo** o **indumentaria** un conjunto de prendas generalmente textiles fabricadas con diversos materiales y usadas para vestirse, protegerse del clima adverso y en ocasiones por pudor (ropa

interior), esta ropa está hecha a la justa medida de todas aquellas consumidoras de talles especiales.

Historia

La ropa para mujeres con obesidad así como la ropa en general, han ido cambiando de acuerdo con las tendencias que siguen las personas durante un período determinado, es decir, de acuerdo con la moda. Los factores más comunes que pueden tener un efecto en la ropa pueden ser: cambios sociales, económicos, políticos, religiosos y artísticos.

Edad antigua

Dentro de esta etapa se encuentra:

Egipto: Con telas de una finura extraordinaria las mujeres egipcias con obesidad llevaban túnicas de grandes escotes que se ceñían al cuerpo transparentando totalmente sus formas. La obesidad en esta cultura se encontraba en mujeres de rango social elevado ya que la dieta de esta época era abundante en calidad y en variedad.

Grecia: En esta cultura el traje de las mujeres en general se caracterizó por carecer de forma propia, pues hombres y mujeres llevaban túnica que sólo se diferenciaban por la longitud. Se trataba de rectángulos de tela de tamaño

variable que se enrollaban o colgaban del cuerpo sin cortar el tejido para ello. Esta prenda se sujetaba a los hombros por medio de alfileres o broches y generalmente se ceñía a la cintura con cinturón o cordón. En la indumentaria griega se usaban motivos decorativos en contraste, excepto la de las clases.

Roma: Las modas romanas imitaron con mucha frecuencia las formas de ataviarse de las griegas, aunque introdujeron bastantes modificaciones. La ropa para mujeres con obesidad estaba compuesta por una túnica que podía ser con mangas y costuras o, simplemente, compuesta de dos piezas de tela rectangulares recogidas en los hombros con broches o fíbulas y ceñida con un cinturón en la cintura. A veces la sujetaban por debajo del busto, por medio de ceñidores, a manera de un "*cruzado mágico*", para mantener erguido el pecho.

Esparta: Los espartanos eran estrictos con respecto a las mujeres obesas. Cada mes revisaban a las jóvenes, y a aquellas que estaban subidas de peso se le obligaba a bajar de peso siguiendo un rígido programa de ejercicios. Sin embargo vestían con tejidos de lana o lino que eran más cómodos. Con ellos se confeccionaban las túnicas que les llegaban desde el cuello hasta los tobillos y que se ceñían al talle por medio de un cinturón. Utilizaban muchos complementos, collares y pendientes de gran tamaño.

Edad media

En la Edad Media, la glotonería era más bien común entre los nobles, que la consideraban un signo tangible de bienestar y los artistas pintaban como algo hermoso un cuerpo obeso.

En la ropa para mujeres obesas y para las demás mujeres se agregó la seda y los ricos bordados en oro y piedras preciosas. Los flecos y adornos predominaban en sus trajes que poco a poco fueron infiltrándose en la zona occidental, por ejemplo con el uso del manto semicircular, agarrado desde el hombro derecho, ya que no tenía ningún agujero para pasar la cabeza. Predominaban las líneas rectas y las mangas ajustadas.

Edad moderna

En esta época como en otras anteriores de la humanidad, el sobrepeso y la obesidad, eran símbolos de fecundidad y atractivo sexual, así como de salud y bienestar

El vestuario para estas mujeres se caracterizó por el escote cuadrado, los bordados de oro y plata. La moda en su evolución dictaba que había que vestirse de negro o gris oscuro. Así en la época del romanticismo las mujeres ensancharon su vestimenta, mangas, falda y busto. El escote, se

adornó con encajes y los hombros se cubrieron con chales. Los cambios, fueron acompañados por la industrialización y el sentido práctico de la moda.

Edad contemporánea

A principios del siglo XIX la moda femenina en general no varió mucho, y era dictada por Francia.

En esta época la obesidad ha sido estigmatizada social y culturalmente. Este hecho ha llevado, como en otras épocas de la historia, una injusta culpabilización del paciente obeso, que aunque se ha intentado combatir racionalmente, persiste en buena parte de la sociedad actual. Pero es en esta misma época en donde surgieron los grandes almacenes, donde se empezaron a comercializar productos para mujeres con obesidad a precios más asequibles; también las revistas de moda comenzaron a desempeñar un papel importante en el desarrollo de la vestimenta para mujeres obesas; por último, la evolución de los transportes, con el consecuente crecimiento de las exportaciones, logró una democratización en el vestir. Una disciplina que está muy relacionada con la ropa en general es el diseño de modas. Este tipo de diseño se dedica a crear prendas y accesorios de acuerdo con las influencias sociales y culturales de un período de tiempo determinado y sumando un cierto porcentaje de adecuaciones posteriores definidas para quienes adquieran estas prendas.

2.3.2 La industria de la ropa

En el sentido más amplio, industria de la ropa es cualquier trabajo que se realiza con ánimo de lucro y que genera puestos de trabajo. Engloba la producción a cualquier escala, desde la local, a veces conocida como industria artesanal, hasta la multinacional o transnacional.

En sentido más limitado, hace referencia a la producción de todo tipo de ropa, sobre todo cuando esta producción se realiza con máquinas adecuadas para la producción de ropa.

2.3.2.1 Industria de la ropa en tallas grandes

La industria de este tipo de ropa abarca todo lo que es vestimenta, marroquinería, calzado, perfumería. Cada uno produce artículos específicos tanto para compañías establecidas como para marcas de poca difusión.

Algo muy frecuente en la industria de la ropa en talles grandes, es que existe un proceso de especialización en un sector determinado, como por ejemplo la confección en talles grandes masculina o femenina. Infantil. caracterizándose en subsecciones como por ejemplo; ropa sport, trajes de noche, lencería.

Este tipo de industria se va imponiendo en muchos sectores puesto que lo más importante es cubrir con esa necesidad de las personas con obesidad que quieren ser parte de la estética dentro de la moda, de sus procesos y

acabados que brindan comodidad total al momento de vestir. Y la captación de mercados es lo que interesa a los que se dedican a esta industria que tiene como prioridad cumplir con las necesidades de personas con obesidad y dar un servicio impecable al cliente, brindando productos con calidad integral, que va desde la materia prima, insumos, control en los procesos y acabados.

2.3.2.2 Las tallas grandes

Se conocen popularmente como tallas especiales y empiezan a partir de la 20 para las mujeres y de la 44 para los hombres. Sin embargo, bien se podría decir que son tallas normales. En los últimos años, muchos diseñadores se han visto obligados a aumentar el tallaje de sus colecciones.

Hay muchos certámenes que potencian la belleza de las mujeres que no responden a los estereotipos sociales. Rompen con su fama de estandarización y disponen de espacios para las personas con necesidades especiales en su vestuario.

Se crean nuevos nichos de mercado abriendo oportunidades detrás de las llamadas tallas especiales. El mundo de la moda sigue ofreciendo oportunidades de negocios muy atractivas para el emprendedor. Coinciden todos los que ya participan en esta industria. Existiendo varios nichos sin

explotar, entre estos, el de las llamadas tallas especiales (ropa para personas obesas, bajitas, embarazadas o de pies muy grandes). Un gran problema en la producción de este tipo de vestuario es que el productor – confeccionista tiene miedo al cambio, al tratar de desarrollar ropa “grande”, un tipo de vestuario no establecido dentro de la competencia, por un lado y por otro los moldes para este tipo de vestimenta obviamente serán mucho más anchos por lo tanto acrecientan el consumo de tela en la realización de las prendas, así como incrementan el porcentaje de desperdicio por la misma razón. Aunque este porcentaje no es grande debido a que en el tendido de tela las partes que quedarían “vacías” se las utilizaría para piezas pequeñas o partes de otro modelo, lo que disminuiría el porcentaje de desperdicio de material.

Otro factor que incide es que dentro de las plantas de producción no existe personal capacitado para la realización del patronaje correspondiente al vestuario enfocado a este grupo de mujeres, lo que no permite trabajar en esta línea de producción.

El costo de producción relativamente subiría porque el consumo de tela sería mayor y también porque un nuevo diseño incrementa el tiempo de producción, pero este costo sería cubierto por las personas (clientes) que necesitarían de estos productos, y que estarían dispuestos a pagar un porcentaje mayor al que pagan por un vestuario que no se adapta a sus

necesidades. Puesto que existen un mercado insatisfecho que demanda un tipo de vestuario moderno y que cumpla los requerimientos de este sector de la sociedad.

2.3.2.3 Tiendas de ropa de tallas grandes

Como cualquier marca de ropa, las que representan al comercio de tallas especiales conciben el diseño como un proceso ligado estrechamente al cliente. Así marchan al paso de la sociedad, vistiendo ideas, tendencias, y gustos que la propia sociedad va madurando. La moda continuamente inventa y reinventa estilos, aunque en ocasiones algunos se parezcan es importante definir uno, éste permitirá integrarnos a la moda, no para establecer diferencias, por el simple hecho de fabricar tallas grandes para mujer. La ropa siempre va acompañada por accesorios llamativos y materiales, como la licra de varios colores, los plásticos y los charoles. Por este motivo, se dice habitualmente que "en la vanguardia, todo vale". La ropa vanguardista rompe las reglas, ya que se presentan camuflajes, brillos y pedrerías, junto con combinaciones de diferentes estampados. A continuación tenemos algunas marcas inclinadas al estilo y a las mujeres con obesidad:

48 y más – España



Fotografía 2.2 - 48 y más. Fuente: vulka.es/imagenes/empresas_fotos/117576_big.jpg

Propone ropa de tallas grandes para mujeres, aquí se encuentra una alternativa válida para poder comprar ropa combinando la moda con la comodidad más absoluta.

Kiyonna - USA



Fotografía 2.3 – Kiyonna. Fuente: dailyvenusdiva.com/wp-content/uploads/2010/06/kiyonna1-575x336.jpg

Tienda de ropa de estilo dirigido a la producción de ropa para las mujeres de talla grandes. Sus diseños con amplia alternativa de elección le permite a las mujeres elegir prendas para el lugar de trabajo o para una salida nocturna.

Angela Andrea – Perú



Fotografía 2.4 - Angela Andrea. Fuente: www.angelaandrea.com

Esta empresa Peruana ofrece además de prendas de vestir de tallas grandes, accesorios para mujeres adolescentes y adultas con obesidad o sobrepeso. En la actualidad cuenta con una tienda principal en Lima y con 12 sucursales en diferentes partes del país.

Daphne - USA



Fotografía 2.5 - Daphne. Fuente: www.daphnelargersizes.com/catalog/dresses/D223/res/id=Picture

Ya sea para comprar moda de mi diseño o algunos de los estilos propuestos por otros diseñadores, todos ellos compatibles con la línea de Daphne. La colección está ordenada en categorías tales como vestidos de tallas grandes, tops y camisas, faldas, pantalones abrigos y chaquetas y accesorios.

2.3.3 Diseño de ropa

El diseñar ropa implica: el diseño, la fabricación y venta de la ropa para los hombres, las mujeres y los niños. El diseño de ropa sugiere que obren recíprocamente con la gente y analicen el ambiente antes de crear un

diseño. Tener conocimiento cuidadoso del producto, capacidad analítica del pensamiento y comprensión del claro del mercado a el cual están abasteciendo.

El arte dedicado al diseño de ropa y accesorios creados dentro de las influencias culturales y sociales de un período específico se denomina Diseño de Modas.

2.4 La moda

2.4.1 Concepto

Es el uso y masificación de un producto que será utilizado en un tiempo determinado. Según la Real Academia de la lengua Española, la palabra moda, que proviene del francés mode y su aparición se remonta al siglo XV derivada del latín modus (modo, medida). Se refiere al 'uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo, o un determinado país con especialidad en los trajes, telas y adornos.

Etimológicamente, según Joan Corominas, la expresión «Moda» aparece hacia 1700 derivada del francés mode, ambas son derivadas del latín modus (o modo español, término utilizado desde 1490. Modus significa «manera, género, medida para medir algo» y también «moderación, límite».

En su sentido más genérico moda sería lo actual, o lo que está en vigor e interesa a una mayoría en un momento determinado. Aplicada a la indumentaria, moda es aquel atuendo, estilo, prenda, color o complemento, que se lleva por parte del grupo socialmente más importante o hegemónico, que es el capaz de influir en los demás.

2.4.2 La moda y la obesidad



Fotografía 2.6 – Moda y Obesidad. Fuente: revistametronomo.com/wordpress/wp-content/uploads/2010/12/ditto_114701a.jpg

La mentalidad respecto a los kilos de más ha cambiado sustancialmente en los últimos años. Antes las mujeres vestían con colores oscuros para disimular su sobrepeso. Sin embargo, hoy en día se están mentalizando afortunadamente de los kilos que pesan, lo que permite acceder a un vestuario cómodo, actual y sin limitaciones.

Afortunadamente existen las tiendas especializadas en tallas extra grandes, negocios muy populares ya en países como Canadá o Estados Unidos y, aunque otros países el concepto está en sus inicios, se están estableciendo en grandes localidades, comercios especializados en este tipo de vestuario.

Es un gran problema que sobrellevan las personas con obesidad el momento de adquirir el vestuario debido a que en el mercado solo existe prendas para personas delgadas, acorde con la imagen que se plantea en todos los medios de publicidad.

El adquirir vestuario se ha convertido en un tipo de castigo para quienes deben hacerlo al no existir tallas apropiadas en el momento de probarse una prenda intentan que ésta se amolde a como de lugar, es un suplicio realmente ver a estas personas forzando, estirando las prendas con el fin de acomodarlas, ya que en cierto sector éstas se adapta al cuerpo y en otro no sucede esto, debido a que no son hechas específicamente en su talla.

Pocos han sido los estudios realizados para la elaboración de un cuadro de tallas, el mismo que pueda ser utilizado en el diseño y patronaje de vestuario para mujeres con obesidad grado II. En nuestro medio es menor aún este tipo de estudios puesto que la elaboración de esta clase de vestuario ha sido

dejado muy de lado por las personas que se dedican a la producción y confección de ropa en sus diferentes variedades.

2.4.3 Ideas para mujeres con obesidad



Fotografía 2.7 – Beth Ditto. Fuente: www.stylenoir.co.uk/new/beth-ditto-large.jpg

A través de la ropa que use, una persona puede demostrar su apoyo o su desacuerdo con la moda del momento. Sin embargo, si los otros miembros del grupo no entienden lo que intenta expresar el mensaje se pierde y la indumentaria no cumple su función de medio informativo. Teniendo en cuenta que las tendencias de la moda pueden afectar el valor y la comodidad de la ropa para mujeres con obesidad, tenemos que pensar en

estas mujeres y su vestimenta para reafirmar su actitud, aquí tenemos algunos puntos de vista convenientes para estas mujeres.

- El color negro mal usado envejece después de cierta edad. Un buen conjunto de colores sobre un excelente corte, logra estilizar la figura y destacar los mejores atributos de una mujer de talle grande. Es importante no centralizarse en el color negro y dar vía al resto de colores.

- No al jean de hombre ni a las bolsas sin forma desde la cintura. Un pantalón con un buen calce en caderas y buenos detalles como bolsillos, cierres, herrajes y bordados, se logra rejuvenecer y estilizar la figura.

- El tiro bajo debe desaparecer de las opciones porque este hace ensanchar las caderas y mostrar "rollitos", además de mostrar una silueta cuadrada y baja. Se aconseja un tiro intermedio que alcance a insinuar la cintura. Esto alarga las piernas, y en consecuencia afina y estiliza, tanto para mujeres obesas altas como para las más bajas.

- Usar faldas largas en telas móbidas, con excelente caída y movimiento, como sedas, gasas, modal, con ruedos irregulares y picos. Que no lleguen al piso. Entre diez y veinte centímetros por encima del tobillo las hará más estilizadas.

- Siempre un buen escote V estiliza e insinúa. El escote bote con hombros descubiertos para las más audaces, siempre con una pequeña manga.
- Los spolverinos en telas suaves, con leggins o pantalones tipo cigarette, son elegantes y favorecen a la mayoría de los cuerpos de mujeres con obesidad.
- Los pantalones en telas elastizadas, son ideales para los talles grandes por su excelente confort y adaptación a los movimientos.
- Las blusas semi-entalladas para las mujeres de talla grane con cintura bien marcada, son muy sentadoras.
- Las blusas muy entalladas para las mujeres con obesidad sin cintura o con mucho abdomen no son recomendadas.
- Evita combinar texturas y estampados, los excesos no van bien.

2.4.4 Combinar la ropa para mujeres con obesidad



Fotografía 2.8 - La Redoute. Fuente: 1.bp.blogspot.com/-W4JK3iKdcOE/TcldrXkhqgl/AAAAAAAAAXY/sHCoiCf0blc/s1600/WN518%252520TR011%252520BD.jpg

Hombros caídos: En este caso lo ideal es usar hombreras rectas. Elimine las telas suaves con mucha caída. Hay que dejar de lado las faldas con gran volumen, porque dan una figura general de pirámide.

Espalda ancha y cadera angosta: Lo fundamental en este caso es lograr el equilibrio entre la parte superior y la parte inferior del cuerpo. Para lograrlo hay que descartar las hombreras y las faldas o pantalones ajustados. Inclínese por los géneros con caída y utilizar tanto en blusas como en camisas. Para la parte inferior usar faldas de largos considerables o pantalones anchos.

Espalda estrecha: Usar hombreras, tratando de que no se noten. Puede adoptar un vestido con breteles bien separados y no descartar el escote bote. Prohibido el uso del escote en V y de los drapeados.

Espalda estrecha y caderas anchas: Lo más conveniente es evitar ropa ajustada al cuerpo. Lo ideal es el uso de la línea trapecio. para ensanchar los hombros y ajustar la cadera, jugar con recortes que alarguen el talle. Las blusas con hombreras y las faldas rectas la harán ver equilibrada y simétrica.

Poco busto y caderas anchas: Usar corpiños armados, o elegir corsage de línea princesa para realzar el busto y las caderas quedan muy bien disimuladas.

Mucho busto: No usar corsage ni cuellos bote. Optar por escotes no muy abiertos, pueden ser en V. El cuello esmoquin en un blazer vendría muy bien, también puede usar suéteres o camisas holgadas.

Mucha estura: No hay ningún problema con la moda, y si además es delgada todas las ventajas están a favor. En cambio la altura va de la mano con los kilos demás, un escote en V con falda plisada, una blusa con un tailleur van muy bien.

Poca estatura: La idea en este caso es alargar el talle, buscar colores oscuros que hacen ver más alta a la persona. Los vestidos semi-ajustados con zapatos de tacón (no demasiado altos) ayudan a que la figura se alargue. No usar botas de caña larga o baja y faldas largas.

Exceso de peso: No usar la ropa demasiado ajustada que marque las formas y tampoco las minifaldas, Optar por ropa suelta, puede ser un suéter largo de lana fina o el clásico tailleur. Otra buena idea para disimular esos kilos de más, es un vestido portafolios o el uso de faldas largas estilizan la silueta. Pantalones estrechos y chaquetas cortas. Se recomienda el uso de escotes en pico, redondo y cuellos pronunciados, sport y con solapa.

En cuanto a mangas se recomienda el uso de mangas cortas y largas con holguras.

2.5 Siluetas

2.5.1 Trapecio

Este tipo de silueta se distingue por la sensualidad que desprende la mujer que tiene este cuerpo. Pero para no caer en lo vulgar hay que darle énfasis a la parte superior, dándole volumen al cabello, usando tacos altos para alargar la figura y así alargarla.

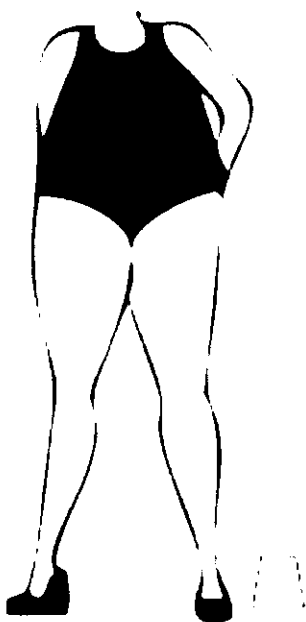


Gráfico 2.5 – Trapecio. Fuente: Investigador

2.5.1.1 Características:

- Cadera amplia
- Los hombros son medianos
- Espalda mediana en relación a las caderas
- Las caderas son mas pronunciadas que el busto

2.5.1.2 Ventajas:

- Cara y el cuello proporcionados
- Cadera con buena forma
- Brazos equilibrados

2.5.1.3 Para realzar y equilibrar la silueta Trapecio:

- Pantalones rectos, para alargar el torso
- Pantalones largos para estilizar la figura
- Los tipo palazzo son ideales para la noche.
- Faldas en línea A y a la rodilla, circulares (para esconder el derriere), vaporosas pero sin vuelos.
- Escote en V
- Prendas con mangas preferiblemente manga 3/4 o larga.
- Chaquetas largas entre cadera y rodilla, a media cadera (si son bajas para no disminuir la altura), rectas, solapas para equilibrar la silueta.

2.5.2 Diamante

Estructura corporal pequeña con hombros y espalda angosta. Busto pequeño o mediano y abdomen ancho, cintura poco definida. La mayor parte del peso se encuentra en el abdomen. A veces la cintura marca la medida más ancha del cuerpo. Las caderas son anchas y los muslos generosos. Las nalgas de poco volumen y la parte inferior de las piernas son delgadas en relación con el resto de tu cuerpo.

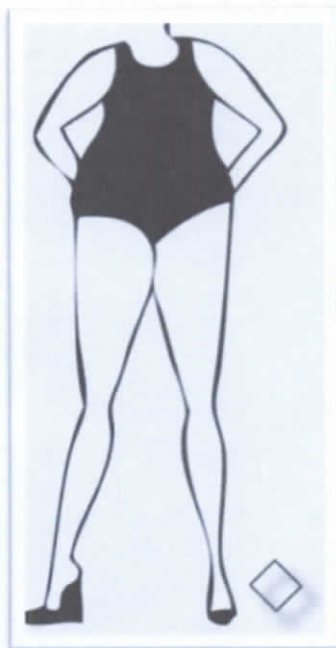


Gráfico 2.6 – Diamante. Fuente: [Investigador](#)

2.5.2.1 Características:

- Los hombros son angostos o medianos.
- La cara es proporcional al cuerpo.
- El cuello está bien definido.
- La caja torácica es mediana.
- El busto es de tamaño pequeño a mediano.
- La cintura es indefinida, con el peso acumulado en el vientre.
- Las caderas son en general medianas o prominentes.
- Los muslos son bastante carnosos.

2.5.2.2 Ventajas:

- Cara, cuello y busto proporcionado.

- Muslos bien marcados.
- Piernas con forma.
- Brazos perfectos.

2.5.2.3 Para realzar y equilibrar la silueta Diamante:

- Usar hombreras bajas y de forma cuadrada para dar mejor forma a los hombros angostos y equilibrar la figura.
- Usar escotes amplios para acentuar el cuello y estilizar el torso.
- No acentuar el abdomen con prendas muy ajustadas.
- Realzar las piernas con faldas a media pierna o pantalones tipo cigarette.
- No realzar las zonas más desfavorecidas del cuerpo (el abdomen, los hombros y el cuello).
- Seguramente las prendas superiores son uno o dos talles más pequeños que las de abajo.
- Se recomienda vestir pantalones elastizados, angostos con camisas largas de seda con buena caída y musculosas de algodón o seda

2.5.3 Triángulo

Cadera y piernas rellenas y carnosas al igual que las nalgas (pero a veces puede ser bastante aplanada). La cara, hombros, brazos, busto y caja

torácica son en general mucho más pequeños en relación a las caderas, y la cintura es definida.



Gráfico 2.7 – Triángulo. Fuente: Investigador

2.5.3.1 Características:

- Los hombros son angostos o medianos.
- La cara es más pequeña en relación al resto del cuerpo.
- El cuello es delgado.
- La espalda es pequeña o mediana y no es carnosa en relación a las caderas.
- El busto es más pequeño que el torso inferior.
- La cintura es bien definida debido a que las piernas y la cadera son pronunciadas.
- Nalgas redondas (a veces tiende a ser aplanada).

- La cadera es en general mucho más ancha que el resto del cuerpo y al ser carnosa, generalmente sobresale hacia delante.
- Los muslos son rellenos y voluptuosos.
- La parte inferior de las piernas es en general proporcionalmente pesada.

2.5.3.2 Ventajas:

- Cara y hombros proporcionalmente delgados.
- Cintura con curvas.
- Cuello y busto con buena forma.
- Brazos relativamente delgados.

2.5.3.3 Para realzar y equilibrar la silueta Triángulo:

- Realzar la parte central del cuerpo y la cintura con prendas semi-entalladas.
- Ensanchar la parte superior del torso con hombreras, ropa de cuello ancho.
- Realzar los hombros, la cara, el cuello y los brazos.
- No destacar los muslos y la cadera con pantalones o faldas anchas.
- Crear una silueta equilibrada compensando la diferencia del talle superior con el inferior, por ejemplo: un jean elastizado angosto con buen calce en la cintura y una remera semi-entallada de modal de corte irregular.
- No al tiro bajo.

2.5.4 Rectángulo

Cuerpo con muchas líneas rectas tanto en la parte superior como en la inferior. El busto es relativamente pequeño o mediano, sin una cintura definida y la cadera es de tamaño mediano. El peso del cuerpo está distribuido uniformemente, ya que tanto el torso superior como el inferior son rellenos.



Gráfico 2.8 – Rectángulo. Fuente: Investigador

2.5.4.1 Características:

- Los hombros están en línea con la cadera.
- La cara es carnosa con mandíbulas marcadas.
- El cuello es corto y más relleno en la parte inferior.
- La caja torácica es amplia y la espalda es ancha.
- El busto es de tamaño moderado en relación al resto del cuerpo.

- La cintura es indefinida, con tendencia
- La cola tiende a ser chata o a tener muy poca forma.
- Los muslos son medianos y mantienen el mismo tamaño tanto en la parte superior como en la inferior.
- Las piernas son delgadas y proporcionales con el resto del cuerpo.

2.5.4.2 Ventajas:

- Cadera proporcionada
- Muslos equilibrados
- Piernas con forma
- Brazos perfectos

2.5.4.3 Para realzar y equilibrar la silueta Rectángulo:

- Crear una ilusión de una cintura más pequeña y definida.
- Dar la impresión de tener curvas femeninas.
- Crear un torso superior proporcionado con camisolas largas semi-entalladas con un buen escote y cinturón ancho tipo lazo marcando el entalle.
- Equilibrar la caja torácica.
- Realzar los muslos, la cadera y las piernas con pantalones ajustados de tela elastizada o faldas tubo largas.

- La cintura es indefinida, la mayor parte del peso corporal se encuentra en la zona estomacal.
- La cadera es esbelta en proporción con el resto del cuerpo.
- Los muslos son relativamente delgados, solo rellenos en la parte superior.
- Las piernas tienen mucha forma y la parte inferior es muy delgada.

2.5.5.2 Ventajas:

- Cadera proporcionada y esbelta.
- Muslos equilibrados.
- Piernas con forma.
- Brazos perfectos.

2.5.5.3 Para realzar y equilibrar la silueta:

- No realzar el abdomen ni los rollitos con prendas muy ajustadas o muy cortas.
- Alargar visualmente el cuello con una blusa escotada.
- Estilizar la parte superior del torso con ornamentos tipo lazos.
- No realzar la espalda usando prendas muy pegadas.
- Realzar los muslos, la cadera y las piernas con pantalones capri o faldas largas, con tajos pronunciados o cortes irregulares.

2.5.6 Reloj de arena

Un cuerpo con muchas curvas y una cintura bien definida. Los hombros, busto y cadera tienen, en general, el mismo ancho. La cintura es aproximadamente un 20% menor al contorno de cadera. La cadera, muslos, abdomen y nalgas son rellenos y redondeados. El busto tiende a ser grande, piernas esbeltas y proporcionalmente delgadas en la parte inferior. Tus brazos son medianos pero bastante carnosos en la parte superior.



Gráfico 2.10 – Reloj de arena. Fuente: Investigador

2.5.6.1 Características:

- Los hombros están en proporción al resto de la silueta y tienen el mismo ancho que las caderas.
- La forma de la cara puede ser ovalada, redonda, rectangular o en forma de corazón.
- El mentón es bien definido y hay una tendencia a desarrollar una papada.

- El cuello es largo y tiende a ser mas relleno hacia la parte inferior del mismo y los hombros.
- La espalda y la caja torácica son medianas.
- El tamaño del busto va de mediano a grande, es relleno y con forma.
- El busto es en general apenas más angosto o del mismo ancho que la cadera.
- La cintura es bien definida y tiene curvas delicadas que terminan en la parte superior de la cadera.
- La cadera es también redondeada y con lindas curvas. Sin embargo, la parte inferior de la cadera representa la parte más ancha del cuerpo.
- Los muslos son rellenos pero están en proporción con el resto del cuerpo y tienen tendencia a engordar hacia los laterales.
- Las piernas son proporcionadas y tienen buena forma.

2.5.6.2 Ventajas:

- Silueta armoniosa
- Busto voluptuoso y sexy
- Cintura femenina
- Cadera proporcionada y con curvas
- Piernas con forma

2.5.6.3 Para realzar y equilibrar la silueta Reloj de Arena:

- Acentuar la cintura con remeras o blusas entalladas realizándola suavemente con un cinturón tipo cadena sin ajustar.
- Marcar las curvas femeninas del busto y la cadera con una remera escotada o una musculosa de lycra debajo de una blusa transparente.
- Acentuar las piernas con pantalón pirata.
- Acentuar la cara, el cuello y la zona del escote usando escotes V pronunciados

2.5.7 Triángulo invertido

La parte superior del cuerpo es robusta con hombros y espalda ancha. El busto es de tamaño mediano a grande. La figura se va angostando hacia la cintura. La cadera, muslos, nalgas y piernas son más pequeñas en relación a la parte superior del cuerpo.

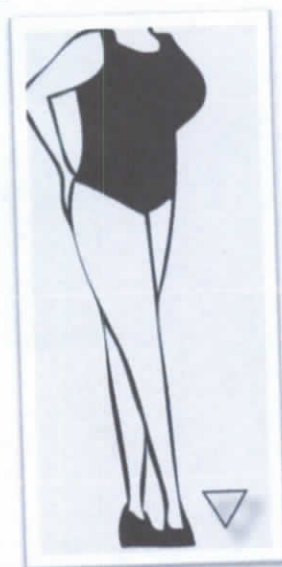


Gráfico 2.11 – Triángulo invertido. Fuente: [Investigador](#)

2.5.7.1 Características:

- Los hombros son anchos.
- La cara es rellena.
- El cuerpo es corto y tiende a ser mas relleno en la parte superior y los hombros.
- La espalda es amplia y carnosa con una caja torácica ancha.
- El busto es grande, generalmente más grande que la cadera.
- La cintura esta casi definida y hay un poco de peso acumulado en el abdomen.
- Las nalgas son aplanadas o de poco volumen.
- La cadera es en general proporcionalmente esbelta.
- Los muslos son relativamente delgados.
- Las piernas tienen mucha forma, la parte inferior es muy delgada en relación al resto del cuerpo.

2.5.7.2 Ventajas:

- Cintura pequeña.
- Cadera proporcionada.
- Muslos equilibrados.
- Piernas con forma.

2.5.7.3 Para realzar y equilibrar la silueta Triángulo Invertido:

- Equilibrar el torso superior e inferior usando colores claros en la parte inferior y escotes discretos.
- Hacer que los hombros y el busto parezcan esbeltos con prendas largas para compensar el torso corto.
- No realzar la espalda ancha.
- Acentuar los muslos, la cadera y las piernas con forma, con una falda recta larga o pantalones rectos de cintura bien marcada.
- Alargar visualmente el cuello y la cara usando escotes V no muy pronunciados.

2.5.8 Ocho

El cuerpo comparte muchas características vistas en las descripciones individuales de los otros tipos de cuerpo. Hay muchas curvas con este tipo de silueta que con el cuerpo Reloj de Arena. Sin embargo, es más pesado en la parte inferior y las nalgas son bien redondeada y los muslos rellenos como en la silueta Triángulo. Cintura definida pero no tiene curvas muy marcadas y tienden a aparecer algunos rollitos. Abdomen un poco caído y pronunciado, similar al cuerpo Óvalo.



Gráfico 2.12 – Ocho. Fuente: Investigador

2.5.8.1 Características:

- Los hombros están en proporción con toda la silueta.
- La forma de la cara puede ser ovalada, redonda, rectangular o en forma de corazón.
- El mentón es bien definido y hay una tendencia a desarrollar una papada.
- El cuello es largo y tiende a ser mas relleno hacia la parte inferior del mismo y los hombros.
- La espalda es amplia y tiende a ser carnosa.
- El busto es de tamaño mediano o grande, tiene buena forma y es voluminoso, generalmente es más pequeño que la cadera.

- La cintura está definida y es propensa a desarrollar algunos rollitos laterales.
- Abdomen bastante pronunciado.
- Las nalgas son carnosas y voluminosas
- La cadera esta en general muy bien definida, es redondeada, rellena y con buenas curvas.
- Los muslos son rellenos pero están en proporción con el resto del cuerpo y tienen tendencia a engordar hacia los laterales.
- Las piernas tienen mucha forma, la parte inferior es muy delgada en relación al resto del cuerpo.

2.5.8.2 Ventajas:

- Busto y cintura proporcionada.
- Escote voluptuoso.
- Brazos esbeltos.
- Piernas con forma.

2.5.8.3 Para realzar y equilibrar la silueta Ocho:

- No realzar el torso medio y la espalda.
- Marcar las curvas femeninas del busto y la cadera cubriéndolos con sacos o blusas no muy ajustadas y largas hasta la cadera baja.

- Para estilizar la silueta, recomendamos un conjunto en composé de estampado superior con falda ó pantalón liso.
- No realzar las nalgas.
- Acentuar las piernas con un pantalón recto angosto.
- Acentuar la cara, el cuello y la zona del escote usando cuellos amplios y escotes V.

2.6 Textiles

Todas las telas que usan como materia prima fibras entramadas o tejidas, reciben el nombre de textiles.

Una vez obtenida la materia prima ya sea de las plantas, animales o producidas por la industria química o petroquímica, viene el proceso de hilado para transformar las fibras o hilos, que en ciertos casos se tejen, antes de convertirlos en telas. Luego sobreviene el proceso de tintura y acabado; y finalmente viene la confección de la ropa. Es muy importante el aporte de la ingeniería textil, desde la fabricación de máquinas, su reparación y mantenimiento, hasta la producción de las fibras sintéticas y el tratamiento de las fibras naturales y su coloración.

2.6.1 Clasificación de los tejidos

La industria textil se desarrollo desde ser una artesanía hasta convertirse con la revolución Industrial de los siglos XVIII y XIX en una producción masiva mecanizada. En el siglo XX se crean las fibras artificiales, hilos con textura, nuevos métodos de fabricación, más tipos de acabados. Hay un nuevo concepto de comercialización que consiste en otorgar mayor variación para generar mayores ventas. Gracias al avance científico se logran imitar fibras y materiales naturales a un menor costo, pieles artificiales, simil-cuero y otros. Así los textiles cambian conforme a la moda y para hacer frente a las necesidades del estilo de vida variable de las personas.

Esta clasificación corresponde a los diferentes métodos de fabricación y generación del textil.

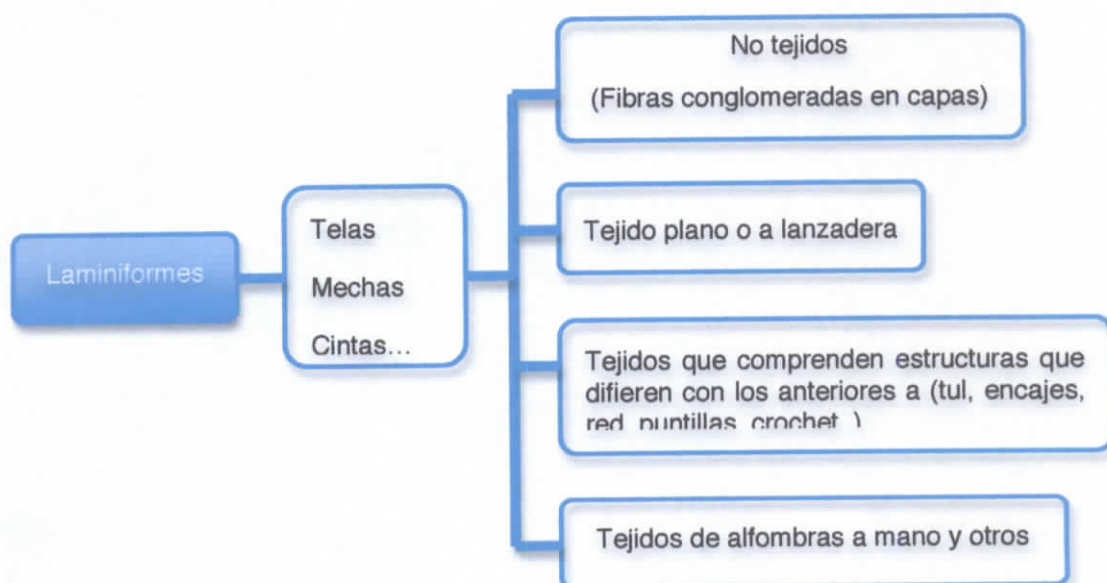


Gráfico 2.13 – Laminiformes. Fuente: [Investigador](#)



Gráfico 2.14 – Filiformes. Fuente: [Investigador](#)

2.6.2 Esquema de los diferentes tipos de tejido

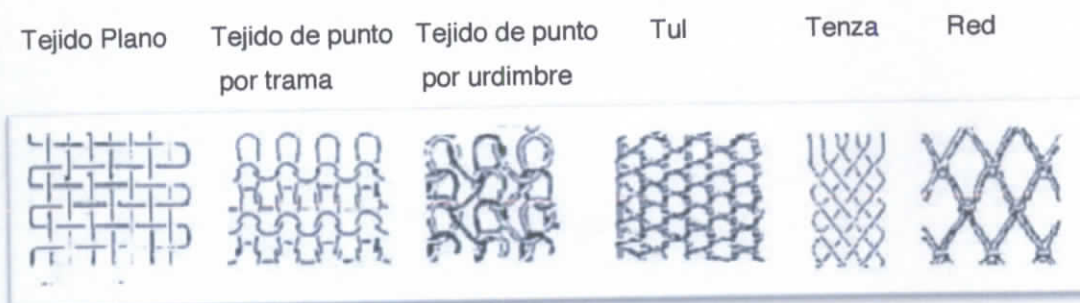


Gráfico 2.15 – Tipos de tejido. Fuente: es.scribd.com/doc/51500893/1-Clasificacion-de-los-tejidos

2.6.3 Telas: características

Acetato: Tela artificial con apariencia de seda, fabricada con hilos de fibra de acetato de celulosa. No encoge, no destiñe, no se arruga.

Acrílicos: Tela artificial que semeja al tejido de lana. Colores nítidos. Reemplaza a la tela de lana natural en cualquier tipo de prenda.

Alpaca: Tela fabricada con fibras de lana de Alpaca. Tejido fino, sedoso y liviano.

Angora (Mohair): Lana de cabra, suave, brillante, pelos rígidos.

Cabra de Angora: Lana de pelo largo, sedoso y fino que se obtiene de la

cabra, originaria de Ankora, nombre antiguo de la capital de Turquía. Suave, resistente y lustrosa.

Cachemira: Suave, sedosa y muy liviana.

Castor: Suave con brillo sedoso.

Chalís: Tela ligera de lana, suave y muy liviana.

Chifón o Tul (Velo, Gasa de Seda): Liviana y semi-transparente.

Conejo Angora: Lanilla fina, peso bajo, abrigadora.

Crepé: Tela delgada y liviana de seda o algodón. y otros tipos de tejidos. De apariencia áspera y arrugada.

Damasco(Damask): Reversible con patrones ondulados.

Douploni: Superficie irregular. Se imita en rayón y otros materiales sintéticos.

Dril: Tela firme de algodón, similar a la mezclilla. Con líneas de refuerzo más cercanas y planas que la gabardina.

Dry Feet: Para ropa deportiva anti traspirante.

Franela (Lanilla): Suave, con la superficie satinada que casi anula la textura del tejido. Terminación deslucida. Encoge si no es tratada.

Sarga reforzada: Terminación nítida, tejido denso, durable, resistente al desgaste. Difícil de planchar, brilla con el uso.

Gasa: Semi-transparente y liviana.

Georgette: Seda sintética, nítida, delgada, muy buena duración.

Ipora: Similar al Gorotex, tela impermeable que permite la respiración.

Lona: Tela áspera y resistente de hilos de algodón puro o mezclado con poliéster.

Mezclilla (Dril de algodón o azul de Vergara): Azul, café o gris oscuro, tejido de alta torsión, para ropa de trabajo. Grueso, delgado y crudo.

Nailon o Nilón (Nylon): Tela de material sintético resistente a la abrasión y acción de químicos. Es elástica, fácil de lavar, de aspecto lustroso. Recupera su forma con facilidad, no es absorbente, seca rápido y admite algunos tipos de teñido.

Organdí (Organdie): Tela liviana de algodón semi-transparente. Fabricada con hebras de alta torsión, buena rigidez temporal que se consigue con aprestos o rigidez permanente conseguida con químicos. Al to porcentaje de encogimiento salvo que sea tratada.

Oxford: Fabricada con hilados de algodón cien por ciento o mezclado con poliéster.

Paño: Tejido denso y textura suave.

Pelo de Camello: Poco peso, suave y brillante.

Pie de Pool (Pata de gallo, estrellado.): Tejido disperejo que forma estrellas de cuatro puntas.

Polléster: Tela liviana, no encoge ni estira, resistente al moho, polillas y abrasión. Lavable, no la afecta la luz solar ni el clima.

Pongee: Seda sintética fabricada en poliéster, peso bajo y medio.

Punto Espiga (Tweed): Normalmente de lana y diferentes calidades.

Quick Dry: Secado ultra rápido.

Raso o Satín: Tela suave, usualmente presenta una cara lustrosa y la otra deslucida. Se fabrica en diversos colores, pesos, calidades y rigidez.

Rayón (Viscosa):Seda artificial, suave, acepta teñido, tiende a encogerse. Resiste temperaturas altas, aprestos y químicos.

Rip Stop: Construida con amarres entre cada sección. Resistente al roce y rajaduras.

Satén (Sateen): Algodón o lino brillante. El de alta calidad es mercerizado para obtener brillo nítido.

Seda Natural(Tussah): Tela áspera, resistente, tejido disparejo.

Supplex: Tela sintética de nilón, liviana, con textura más suave que el algodón. Permite la ventilación de la piel a través de sus fibras.

Tafetán: Tela delgada de seda sintética muy tupida y de superficie lustrosa.

Tela Elástica (Spandex): Liviana, flexible y durable, resistente a la transpiración, cremas corporales y detergentes.

Terciopelo (Velvet): Tejida, con hebras adicionales desviadas. Tela delicada, resistente al agua y arrugas. Se limpia en seco y debe plancharse sobre tabla. Los terciopelos finos son de algodón 100%.

Vellón: Resistente al encogimiento. Se renueva con la humedad.

Velur (Velour): Tela parecida a la felpa, de diferentes espesores. Hilado sintético normalmente de poliéster, de algodón o similar.

2.6.4 Telas estampadas

Hay gran diversidad, pero hay que conocer su efecto óptico y poner especial cuidado en combinarlos acertadamente con los demás elementos del diseño.

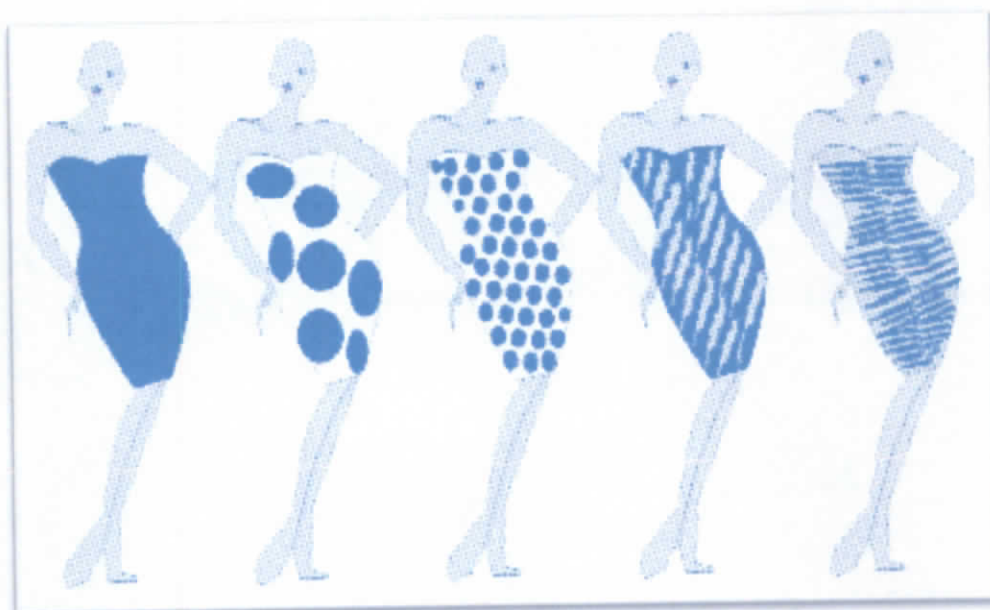


Gráfico 2.16 – Telas estampadas. Fuente: [Investigador](#)

Siendo los dibujos principalmente combinaciones de colores, su utilización debe regirse por las mismas normas aplicables a los colores lisos. Así los contrastes muy acentuados y los tonos más encendidos componen formas y volúmenes aparentemente más grandes que las que se obtienen con combinaciones sutiles o colores más tenues. Sin embargo los tejidos con dibujos tienen sobre los lisos la ventaja de permitir la elección de los colores que por sí solos no resultan favorecedores. Cuando un estampado o dibujo posee varios colores, el que predomina sobre los demás que es

generalmente el que ocupa el fondo, es el que debe tomarse como referencia a la hora de contrastar el tejido en cuestión con el color de la tez, el cabello o los ojos. Hay que tener presente que las rayas, los cuadros o cualquier otro dibujo posean sus propias líneas y éstas deben ser armoniosas con el tipo de compleción física de la persona que utilizará esas prendas.

Por último, hay que contrastar el dibujo con la figura de la persona, una desproporción muy marcada entre ambos acentúa siempre cualquier característica de la estura o los volúmenes que preferiblemente debería pasar desapercibida. Se debe disponer de dibujos con vista siempre a acentuar o disimular respectivamente los aspectos del físico. Una cenefa estampada en el bajo de un vestido contribuye a desviar la atención del pecho y las caderas, dirigiéndola hacia las piernas; las rayas y los cuadros muy marcados sólo deben situarse sobre zonas físicas bien proporcionadas, y no colocar motivos dominantes sobre el busto o la parte posterior de las caderas.

2.7 Patronaje y medidas

2.7.1 Patrón

El patrón es una pieza de una prenda de vestir del cuerpo humano. Estas piezas son figuras geométricas planas.

Cada una de estas piezas puede copiarse en serie y reproducirse en escala.

- Los patrones básicos son patrones del cual podemos desarrollar modas, ampliaciones, transformaciones.
- Los patrones básicos se trazan con las medidas anatómicas del cuerpo de la persona de la cual se va a confeccionar una prenda de vestir o con medidas deducidas.
- Cuando se traza el patrón utilizando las medidas anatómicas, representa el cuerpo de la persona a la que se le tomó las medidas.
- Cuando se traza el patrón utilizando un cuadro de tallas, representa una talla en particular, Se puede deducir las medidas y tener un propio cuadro de tallas.

2.7.1.1 Normas en el trazo de moldes:

Todos los moldes antes de colocarlos en la tela deben tener unos símbolos indispensables para cortar y cose bien. Estos son:

- a. A lo largo de la tela:** Cuando en un molde o patrón se encuentra una flecha con esta leyenda "Al hilo de la tela " , el molde debe ser colocado sobre la tela cuidando que el sentido de la flecha quede en la misma dirección del largo de la tela. De igual forma si se va a cortar al sesgo se debe colocar la flecha inclinada, que significa al sesgo.
- b. Sobre el dobléz de la tela:** Cuando en el borde de un molde aparece una línea recta con las flechas hacia abajo, quiere decir que este borde del molde debe ser colocado en la parte doblada de la tela.

- c. Líneas puntadas seguidas:** Por ese sitio debe hacerse costuras.
- d. Piquete:** En los bordes de los moldes aparecen unas figuras que indican que en ese sitio se debe hacer un pequeño corte con las tijeras. También para indicar donde se harán los pliegues.
- e. Perforaciones:** Son pequeños orificios que indican el lugar donde se debe unir otra pieza de tela.
- f. Corte:** Línea continua en un molde, indica que al colocarla sobre la tela se debe cortar en dicho lugar.
- g. Abertura:** Cuando dos líneas terminan en pequeñas rayas, indica donde se deben hacer los ojales, bolsillos u otra abertura.

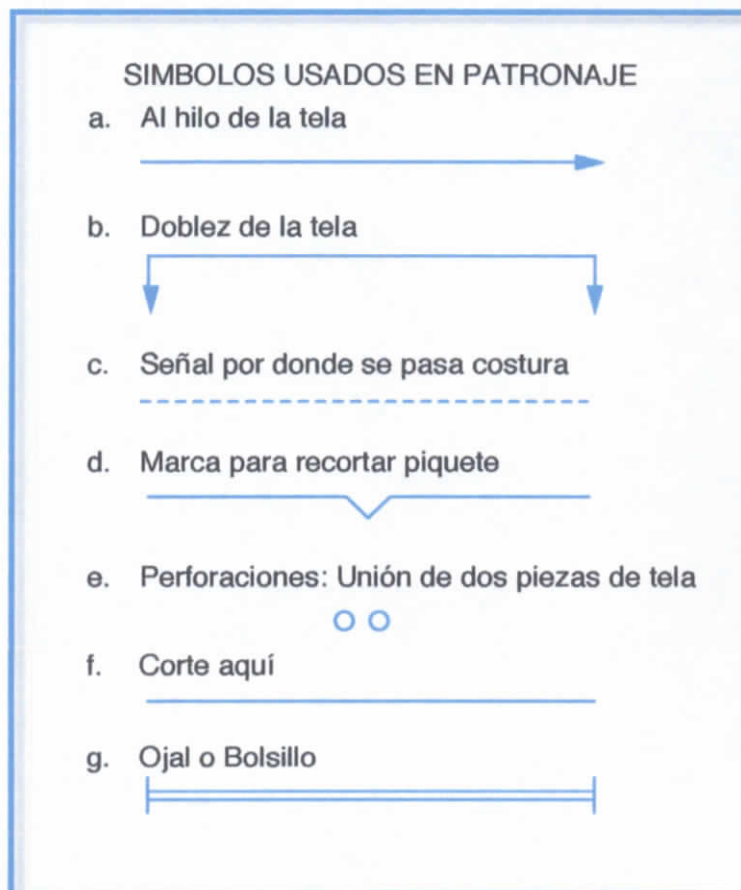


Gráfico 2.17 – Símbolos de Patronaje. Fuente: [Investigador](#)

2.7.2 Toma de medidas:

Precisamente de la capacidad de prestar atención a la **toma de medidas** y de **trasladarlas al patrón de papel** dependerá parte importante del resultado final.

Además de las siguientes medidas se pueden tomar muchas más; dependiendo del diseño de la prenda que estemos confeccionado.

Partiendo de la base del siguiente esquema para la toma de medidas a continuación la definición de cada medida.

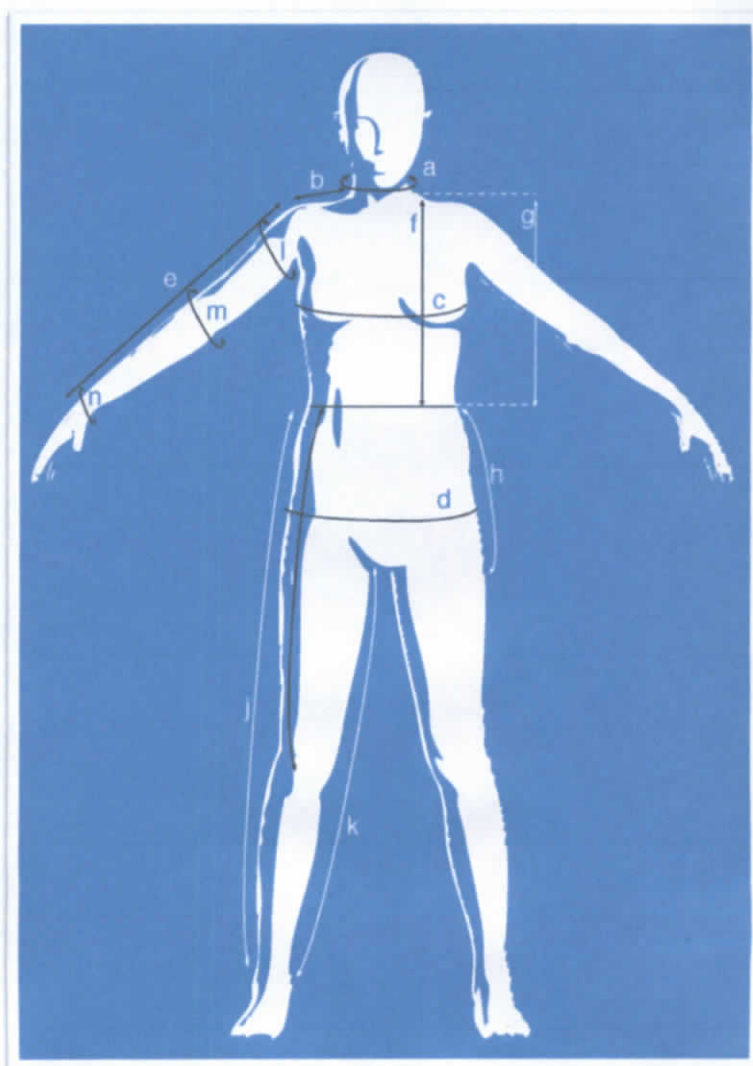


Gráfico 2.18 – Toma de Medidas. Fuente: Investigador

- a. **Contorno de cuello:** Es la medida alrededor del cuello.

- b. **Largo de hombro:** Es la medida tomada desde el inicio o base del cuello hasta el final del hombro.

- c. **Contorno de pecho:** Se mide alrededor del cuerpo, por debajo de las axilas, pasando por la parte más prominente del busto, también en línea horizontal.

- d. **Contorno de cadera:** Se mide alrededor del punto más ancho de las maderas.

- e. **Largo de brazo:** Desde el hombro, pasando por el codo, con el brazo ligeramente doblado, y hasta la muñeca.

- f. **Largo talle delantero:** Se mide desde el punto donde se encuentran hombro y cuello hacia abajo, pasando por el pezón hasta la cintura.

- g. **Largo talle espalda:** Por la espalda, se mide desde la nuca hasta la cintura.

- h. **Altura de cadera:** Desde la cintura, siguiendo el costado, hasta la parte más saliente de la cadera; allí dónde empieza la pierna.

- i. **Altura de rodilla:** Mide la distancia entre la cintura y la rodilla.
- j. **Largo de pierna:** Distancia entre la cintura hasta el suelo o la parte exterior del tobillo.
- k. **Largo de entrepierna:** Distancia entre la entrepierna hasta el suelo o la parte interior del tobillo.
- l. **Contorno de brazo:** Colocando la cinta métrica alrededor de la parte superior del brazo.
- m. **Contorno de codo:** Colocando la cinta métrica alrededor de la parte más ancha del codo.
- n. **Contorno de muñeca:** Colocando la cinta métrica alrededor de la parte más ancha de la muñeca.

2.7.2.1 Margen mínimo de tolerancia:

En las medidas de los patrones se incluye un margen de tolerancia, que es la diferencia de tamaño entre las medidas corporales y las de las piezas del patrón. Varía según el estilo de la prenda y debe tenerse en cuenta al ajustarla.

Los mínimos de tolerancia de una prenda ajustada serían los siguientes:

- Contorno del pecho 7,5 cm
- Contorno de cintura 2,5 cm
- Contorno de caderas 5,0 cm
- Tiro 1,5 cm
- Largo de tiro delantero 1,5 cm
- Largo de tiro de espalda 1,5 cm

2.7.2.2 Medidas anatómicas y medidas deducidas

2.7.2.2.1 Medidas anatómicas: Son usadas especialmente por las personas que trabajan una prenda a la vez. Se dividen en:

Medidas horizontales: tomadas al contorno del cuerpo o en sentido horizontal.

Medidas verticales: tomadas a lo largo del cuerpo de arriba hacia abajo.

Estas medidas no deben tomar ni justas ni anchas, sino exactas si deseamos la prenda justo al cuerpo y si deseamos hacer el molde holgado, a la medida que tomamos el aumento para la holgura. De la toma correcta de las medidas depende mucho el molde.

2.7.2.2 Medidas deducidas: como su nombre lo indica son medidas que se deducen o se sacan de otra medida aplicando formulas ya estudiadas y comprobadas con anterioridad.

Para la deducción las medidas más utilizadas son las medidas del contorno de busto y la medida de estatura total. Con estas medidas deducimos las otras consiguiendo un cuadro de tallas completo.

- Si a la medida total de una persona le restamos 20 cm, deducimos la medida de la séptima vertical, que es el primer hueso que sobresale en la columna vertebral practicamente ubicado en la base del cuello, nos da la estatura de la persona sin contar con la cabeza.

2.7.2.3 Tabla de equivalencia de medidas

**TABLA
EQUIVALENCIAS**

PAISES	TALLAS EQUIVALENTES									
	ESPAÑA	38	40	42	44	46	48	50	52	54
FRANCIA	36	38	40	42	44	46	48	50	52	
ITALIA	40	42	44	46	48	50	52	54	56	
ALEMANIA	34	36	38	40	42	44	46	48	50	
REINO UNIDO	8	10	12	14	16	18	20	22	24	
		X							XG	XG
		S	S	M	L	XL	XXL	XGL	G	G
COLOMBIA	8	10	12	14	16					

Tabla 2.1 – Equivalencia de medidas. Fuente:
1.bp.blogspot.com/_6H88Eiopta0/ScF96tFTjsI/AAAAAAAAACko/NLqfBuQzIzc/s1600-h/equivalencias+en+tallas.bmp

2.8 Color

El color puede tener un efecto significativo (positivo o negativo) al comunicar ideas al usuario. Utilizando la coordinación correcta de color se pueden enriquecer los datos que están siendo presentados al añadirles otra dimensión o canal de información. Además, la coordinación de color enriquece la conceptualización a través de agrupar y traer elementos a la atención del usuario por asociación con modelos mentales existentes.



Gráfico 2.19- Prisma. Fuente:

http://1.bp.blogspot.com/_zfv7hEB3osw/S7vd8IFDyZI/AAAAAAAAAL8/TFVPUK2SUhE/s1600/prisma.jpg

2.8.1 El estilismo y el color

Uno de los principales errores es pensar que solo pueden verse esbeltas las mujeres altas y delgadas, de cuerpos perfectos y medidas envidiables. Sin embargo, la esbeltez no entiende de tallas sino de proporciones. Es decir, lograr armonizar la figura es la clave para verse esbelta y estilizada.

Negro

Sin duda el negro es el color por excelencia para estilizar la figura. Este básico no solo combina con todo sino que ayuda a neutralizar esos inestetismos. Sin embargo no debemos encerrarnos en este color.



Fotografía 2.9 - Color Negro. Fuente: 3.bp.blogspot.com/-G-uNDX2wmAg/TcbdZ39bdUI/AAAAAAAAAWs/I8TCRjaOArM/s1600/fquin2.jpg

Gama

Otra forma de estilizar la figura es mediante los colores en gama. Si el caso es marrón se puede pobrar a combinar distintas tonalidades de este mismo color. Los colores claros lejos de disimular resaltarán esas zonas que se intenta camuflar.



Fotografía 2.10 - Gama. Fuente: 1.bp.blogspot.com/-DAVVnRQKE/Tcbdh3rAWUI/AAAAAAAAAW4/ohmAJ_T8lo/s1600/leogl8.jpg

Monocolor

Se logra un efecto visual de verticalidad que ayudará a verse más esbelta. Optar por tonos oscuros, los claros aportarán más amplitud.



Fotografía 2.11 - Monocolor. Fuente: 1.bp.blogspot.com/-w_WeIWY6GDE/TcbdjAzrEmI/AAAAAAAAAW8/IDU_Ob10YvE/s1600/pinblu2.jpg

Intensidad

Se puede combinar colores de la misma intensidad. Evitar que unos resalten más que otros. Optar por las tonalidades oscuras como el marrón chocolate, el azul noche.



Fotografía 2.12 - Intensidad. Fuente: 1.bp.blogspot.com/UYVJy8dvPBU/Tcbdqitm_Pi/AAAAAAAAAXU/JOSzyFoveYQ/s1600/WN516%252520WN521%252520BD.jpg

2.9 El Visajismo

2.9.1 Concepto

Término que hace referencia al arte de corregir y acentuar los rasgos de forma correcta tratando de disminuir partes por medio del correcto uso de las formas y los colores.

2.9.2 Estructura

Se estructura en base a estudios realizados para mejorar la silueta en una persona, los mismos que permiten obtener datos concretos que deben ser usados en la ejecución de prendas, a hacer uso de materiales textiles diferentes de acuerdo a cada ocasión, así como el uso de colores que favorecen según la figura y contextura propias de cada persona.

A la vez que permite adornar y ensalzar la feminidad, sus principales cualidades. Y resalta el uso de accesorios como complementos de vestuario.

2.9.3 Efecto visual en los cortes

Los distintos cortes producen un efecto visual:

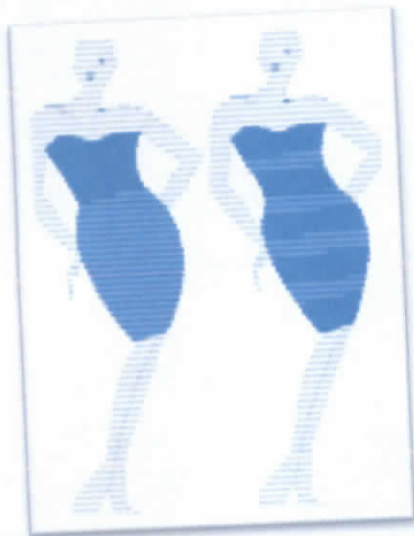
Cortes verticales



Siempre ayudan a estilizar. Aumenta la estatura, da un marcado clásico y hace parecer más altas y delgadas a las personas. Si se utiliza un color más oscuro en los costados, afina la figura y aumenta el busto. En caso contrario, aumenta la cadera.

Gráfico 2.20 – Corte Vertical. Fuente: [Investigador](#)

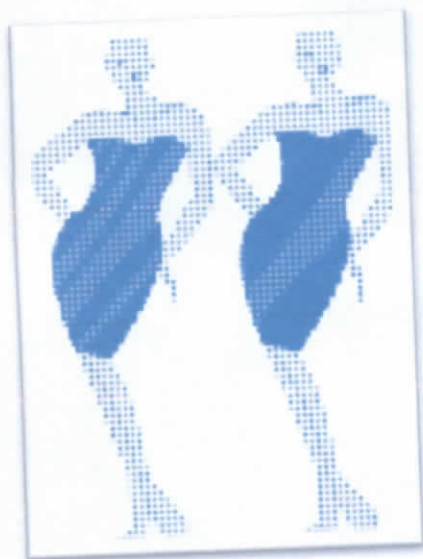
Cortes Horizontales



Siempre ensanchan la figura. Sobre todo cuando la fragmentación es en el talle. Y cuando se emplean en pares, hay que evitar su uso sobretodo en las partes más prominentes del cuerpo.

Gráfico 2.21 – Corte Horizontal. Fuente: Investigador

Cortes en diagonal



Resultan más agradables cuando van de izquierda a derecha, participan de cierta suavidad en la elegancia de la prenda como las rectas y curvas.

Gráfico 2.22 – Corte Diagonal. Fuente: Investigador

2.10 Interrelación de formas

Las formas pueden encontrarse entre sí de diferentes maneras. Se ha demostrado que cuando una forma se superpone a otra, los resultados no son tan simples como se pudo haber creído.

Pueden distinguirse ocho maneras diferentes para su interrelación:

a. Distanciamiento:



Gráfico 2.23 – Distanciamiento. Fuente: Investigador

b. Toque:



Gráfico 2.24 – Toque. Fuente: Investigador

c. Superposición:



Gráfico 2.25 – Superposición. Fuente: Investigador

d. Penetración:



Gráfico 2.26 – Penetración. Fuente: Investigador

e. Unión:

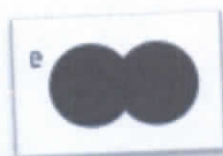


Gráfico 2.27 – Unión. Fuente: Investigador

f. Sustracción:



Gráfico 2.28 – Sustracción. Fuente: Investigador

g. Intersección:



Gráfico 2.29 – Intersección. Fuente: Investigador

h. Coincidencia:



Gráfico 2.30 – Coincidencia. Fuente: Investigador

Las diversas clases de interrelaciones deben siempre ser exploradas cuando se organizan formas dentro de un diseño.

2.11 La obesidad

2.11.1 Concepto

El término obesidad proviene del latín *obesitas* que significa "a causa de que yo como". La obesidad es una enfermedad que se caracteriza por un aumento de la masa grasa y en consecuencia por un aumento de peso. Existe, pues, un aumento de las reservas energéticas del organismo en forma de grasa. Se presenta cuando el índice de masa corporal en el adulto es mayor de 30 kg/m² según la Organización Mundial de la Salud (OMS).

Debido a los malos hábitos dietéticos, la frecuencia de pacientes con obesidad aumenta cada día, trayendo consigo un importante número de complicaciones asociadas a esta enfermedad. También hay efectos negativos de índole social y psicológico. Las personas con obesidad a menudo son objeto de burlas y esto conlleva a problemas emocionales no expresados fácilmente por lo cual sufren.

2.11.2 Historia

En varias culturas humanas, la obesidad estuvo asociada con atractivo físico, fuerza y fertilidad. Algunos de los primeros artefactos culturales conocidos, como las figuritas de Venus, son estatuas tamaño bolsillo representando una figura femenina obesa.



Fotografía 2.13 – Historia de la obesidad. Fuente: <http://www.muydelgada.com/obesidad.jpg>

La obesidad fue considerada un símbolo de riqueza y estrato social en culturas apegadas a la escasez de comida o hambrunas. Esto fue visto también de la misma manera en el período moderno temprano en las culturas europeas, pero cuando la seguridad alimentaria fue realizada, sirvió más como una muestra visible de "lujuria por la vida", apetito e inmersión en el reino del erótico.

El tipo de comida, la cantidad y la manera en la cual está servida están entre los criterios importantes de clase social. En la mayoría de las sociedades tribales, inclusive aquellas con un sistema social altamente estratificado, todo el mundo, la realeza y los plebeyos, comían la misma clase de

alimentos y si hubo una hambruna todo el mundo estuvo hambriento. Con la siempre creciente diversidad de elementos, la comida se ha convertido no solamente en un asunto de estatus social, sino también una marca de la personalidad y el gusto individual.

En las culturas occidentales modernas, la forma del cuerpo obeso es ampliamente considerado no atractivo y muchos estereotipos negativos están comúnmente asociados con la gente obesa. Los niños, adolescentes y adultos obesos también pueden enfrentar un pesado estigma social. Los niños obesos son frecuentemente el blanco de amenazas y son con frecuencia rechazados por sus pares. Aunque las tasas de obesidad se están incrementando entre todas clases sociales en el mundo occidental, la obesidad es frecuente vista como un signo de estatus socioeconómico bajo. La mayoría de la gente de esa ha experimentado pensamientos negativos acerca de su imagen corporal, y algunos de ellos toman medidas drásticas para tratar de cambiar su forma incluyendo la dieta, el uso de medicamentos inclusive la cirugía. No todas las culturas contemporáneas desapruaban la obesidad. Existen muchas culturas las cuales tradicionalmente aprueban más (en diversos grados) la obesidad, incluyendo algunas culturas africanas, árabes hindúes y en las islas del pacífico. Especialmente en décadas recientes, la obesidad ha comenzado a ser vista más como una condición médica en la cultura occidental moderna inclusive tiene referida como una epidemia.

Recientemente ha emergido un pequeño pero ruidoso movimiento de aceptación a la gordura que busca cuestionar la discriminación basada en el peso. Los grupos de apoyo y aceptación de la obesidad, han iniciado un litigio para defender los derechos de las personas obesas y para prevenir su exclusión social.

2.11.3 Clasificación

2.11.3.1 Según el origen

Se puede establecer un índice de obesidad, definido como la relación entre peso real e ideal (o referencia).

Se clasifica en los siguientes tipos:

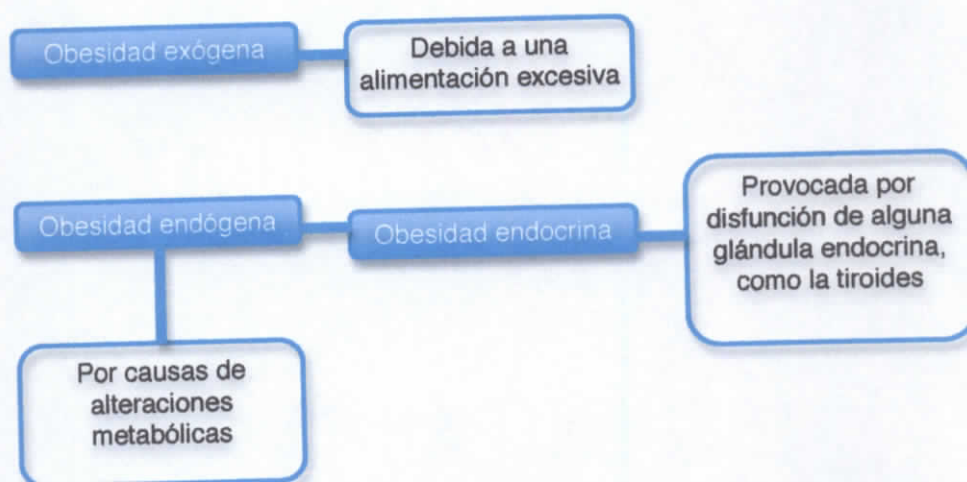


Gráfico 2.31 – Obesidad según su origen. Fuente: Investigador

2.11.3.2 Según su inicio

Se clasifica como obesidad de la infancia o del adulto, considerando la

distribución del exceso de grasa corporal en obesidad del tronco y hombros y obesidad de tronco y caderas.

Esta clasificación es subjetiva, personas con obesidad clase I refieren síntomas de la clase III y presentan sus complicaciones, mientras otros que han sido diagnosticados como clase III, no los tienen, este último ejemplo está muy relacionado con la edad, sucede comúnmente entre gente joven, una vez que el sobrepeso y obesidad han aparecido, es solo cuestión de tiempo, esta es la razón por la que cada caso debe ser diagnosticado y estudiado de forma individual, el pronóstico debe ser explicado al paciente así como las opciones de tratamiento.

2.11.4 Aspectos y consecuencias

- El 15% de la población dedica más de 2 horas diarias a ver la televisión, y coincide con el porcentaje que posee un Índice de Masa Corporal mayor
- El 82% considera que está peor vista socialmente una mujer obesa que un hombre en la misma situación
- Un 65% opina que una persona delgada lo tiene más fácil a la hora de encontrar un trabajo que una persona con obesidad

- Un 72%, tanto hombres como mujeres, cree que la obesidad es un impedimento a la hora de encontrar pareja sentimental
- De la población en general nos encontramos con un 16% que no realiza ningún tipo de actividad, ni habitual ni esporádica
- De todos los que desean perder peso, cerca del 40% lo hace motivado por cuestiones estéticas y no de salud
- De las personas con obesidad, sólo el 57% ha intentado solucionar su problema y de todas ellas, menos del 6% aconsejaría a alguien de su entorno que acudiera al médico a solucionar un problema similar. De los que desean adelgazar, el 87% opta por lo natural y lo sencillo, y prefiere tratarse con productos naturales y no con fármacos. Pese a ello:

El 92% copiaría el método que ha funcionado con alguien conocido

Sólo el 20% acudiría al médico para adelgazar y, siempre, como último recurso

El 51% confiesa que ha intentado perder peso haciendo algo que podría poner en peligro su salud

2.11.5 Causas

La mayoría de los investigadores han concluido que la combinación de un consumo excesivo de nutrientes y el estilo de vida sedentaria son la principal causa de la rápida aceleración de la obesidad en la sociedad en el último cuarto del siglo XX.

Otras causas incluyen factores tales como la herencia genética; el comportamiento del sistema nervioso, endocrino y metabólico.

2.11.5.1 Estilo de vida

A pesar de la amplia disponibilidad información nutricional en escuelas, consultorios, Internet y tiendas de comestibles, es evidente que el exceso en el consumo de comida rápida continúa siendo un problema sustancial. Por ejemplo, la confianza en la comida rápida densa en energía, se ha triplicado entre 1977 y 1995, y el consumo de calorías se ha cuadruplicado en el mismo periodo.



Fotografía 2.14 – Sedarismo. Fuente:
<http://www.yocondiabetes.com/prevencion/images/stories/prevencion/sedentaria.jpg>

Sin embargo, el consumo de alimento por sí mismo es insuficiente para explicar el incremento fenomenal en los niveles de obesidad en el mundo industrializado durante los años recientes. Un incremento en el estilo de vida sedentaria también tiene un rol significativo que jugar. Cuestiones como el descenso en la actividad física como resultado de esta misma naturaleza sedentaria de muchas formas de trabajo, de los nuevos modos de desplazamiento y de una creciente urbanización.

Si se ingiere mayor cantidad de energía de la necesaria ésta se acumula en forma de grasa. Si se consume más energía de la necesaria se utiliza la grasa como energía. Por lo que la obesidad se produce por exceso de energía.

2.11.5.2 La comida actual

La comida actual ha cambiado pero nuestro sistema digestivo permanece igual desde hace por lo menos cien mil años.



Fotografía 2.15 – Comida chatarra. Fuente: <http://www.1p-negocios.com/wp-content/uploads/2010/07/Burger-king.jpg>

Necesitamos aprender a escoger la comida que consumimos entre esa inmensa diversidad de productos en los centros de abastos en donde hay cientos de diferentes variedades. El comer tiene dos objetivos básicos primordiales:

- Suministrar la energía necesaria para todas nuestras actividades.
- Suministrar los elementos necesarios para reparar y renovar todas las células y tejidos de nuestro organismo.

Existe un claro aumento en la ingesta de alimentos hipercalóricos que son ricos en grasa, sal y azúcares pero pobres en vitaminas, minerales y otros micronutrientes. Incluso los hábitos alimenticios son confusos, mientras algunas personas obesas ingieren cantidades importantes de comida durante todo el día, otros no, algunos son afectados por la cantidad de alimento que consumen y otros por la calidad. La industria alimentaria ha efectuado cambios sustanciales desde el cultivo y la preparación hasta la presentación en los centros de abastos.

2.11.5.3 Genético

La herencia tiene un papel importante, tanto que de padres obesos el riesgo de sufrir obesidad para un niño es 10 veces superior a lo normal. En parte es debido a tendencias metabólicas de acumulación de grasa, pero en parte se debe a que los hábitos culturales alimentarios y sedentarios contribuyen a repetir los patrones de obesidad de padres a hijos.



Fotografía 2.16 – Genético. Fuente: www.abc.es/20100720/ciencia/escucha-impresionante-sonido-nuestro-201007201125.html

A nivel poblacional, la hipótesis del gen ahorrador, que postula que ciertos grupos étnicos pueden ser más propensos a la obesidad que otros y la habilidad de tomar ventaja de raros períodos de abundancia y usar esta abundancia para almacenar energía eficientemente, pueden haber sido una ventaja evolutiva, en tiempos cuando la comida era escasa. Individuos con reservas adiposas mayores, tenían más posibilidades de sobrevivir la hambruna. Esta tendencia a almacenar grasas es probablemente una inadaptación en una sociedad con un abastecimiento estable de alimentos.

2.11.5.4 Enfermedades médicas

Ciertas enfermedades físicas y mentales y en particular sustancias farmacéuticas pueden predisponer a la obesidad.



Fotografía 2.17 – Médico. Fuente: guidogirardi.cl/wp-content/uploads/2010/09/obesidad-199x300.jpg

Las enfermedades médicas que incrementan el riesgo de obesidad incluyen varios síndromes congénitos raros, hipotiroidismo, síndrome de Cushing, deficiencia de la hormona de crecimiento.

2.11.6 Diferencia entre Sobrepeso y Obesidad

El planeta está experimentando el problema del sobrepeso y de la obesidad en todas las regiones, los distintos sectores socioeconómicos, hombres y mujeres, zonas urbanas, rurales y todas las edades.

El **sobrepeso** es el hecho de pesar demasiado con relación a la estatura que tiene el individuo. Éste es el primer paso hacia la obesidad, si no se tiene el manejo adecuado. Un factor importante para el sobrepeso es el Índice de Masa Corporal (IMC), cuando es de 25 kg/m² a 29.9 kg/m² se está hablando de que existe un grado de sobrepeso.

Por otro lado, la **obesidad** es una enfermedad caracterizada por el exceso de grasa corporal o tejido adiposo. Se determina la existencia de obesidad en adultos cuando existe un IMC mayor de 30 kg/m^2 , la cual se debe a la ingestión de energía en cantidades mayores a las que se gastan, acumulándose el exceso en el organismo en forma de grasa

2.11.6.1 Datos del sobrepeso y la obesidad

A continuación se presentan algunas estimaciones mundiales de la OMS:

- Desde 1980, la obesidad se ha más que doblado en todo el mundo
- 1500 millones de adultos de 20 y más años tienen sobrepeso
- De esta cifra, más de 200 millones de hombres y cerca de 300 millones de mujeres son obesos
- En general, más de una de cada 10 personas de la población adulta mundial son obesos
- En 2010, alrededor de 43 millones de niños menores de cinco años de edad tenían sobrepeso
- En los países en desarrollo cerca de 35 millones de niños tienen sobrepeso, mientras que en los países desarrollados esa cifra es de 8 millones.
- En los países de ingresos bajos y medianos actualmente están experimentando un aumento brusco en los factores de riesgo de contraer

enfermedades no transmisibles como la obesidad y el sobrepeso, en particular en los entornos urbanos.

2.11.7 Taza de obesidad en el mundo

Tasa de obesidad (>25 Kg. / m ²) en el mundo - 2010 (%)		
País	Masculino	Femenino
Micronesia	93.1	91.1
Estados Unidos de América	80.5	76.7
Argentina	77.7	71.2
Australia	75.7	66.5
Venezuela	74.4	67.3
México	73.6	73.0
Chile	68.4	73.3
Reino Unido	67.8	63.8
Canadá	66.9	59.5
Colombia	62.6	61.1
Perú	60.9	70.1
España	57.9	49.8
Italia	55.0	40.0
Francia	48.0	36.9
Rusia	46.5	51.7
China	45.0	32.0
Ecuador	44.0	55.0
Botswana	41.6	53.5
Japón	29.8	16.2
Lesoto	29.5	70.8
India	20.1	18.1
Etiopía	8.6	3.7
Bangladesh	8.4	6.7

Tabla 2.2 – Obesidad en el mundo 2010. Fuente:
http://www.cienciapopular.com/n/Medicina_y_Salud/Obesidad/Obesidad.php

2.11.8 Índice de Masa Corporal ó IMC

Para determinar el sobrepeso u obesidad en una persona se requiere sacar el Índice de Masa Corporal (IMC), esto es la medida que relaciona el peso y estatura de una persona, con el fin de calcular si la persona se encuentra dentro de su peso normal o si tiene sobrepeso u obesidad.

Este cálculo se realiza mediante una fórmula sencilla, misma que es dividir el peso entre la estatura al cuadrado:

$$\text{IMC} = \frac{\text{Peso (Kg.)}}{\text{Estatura}^2 \text{ (m.)}}$$

Fórmula para calcular el IMC

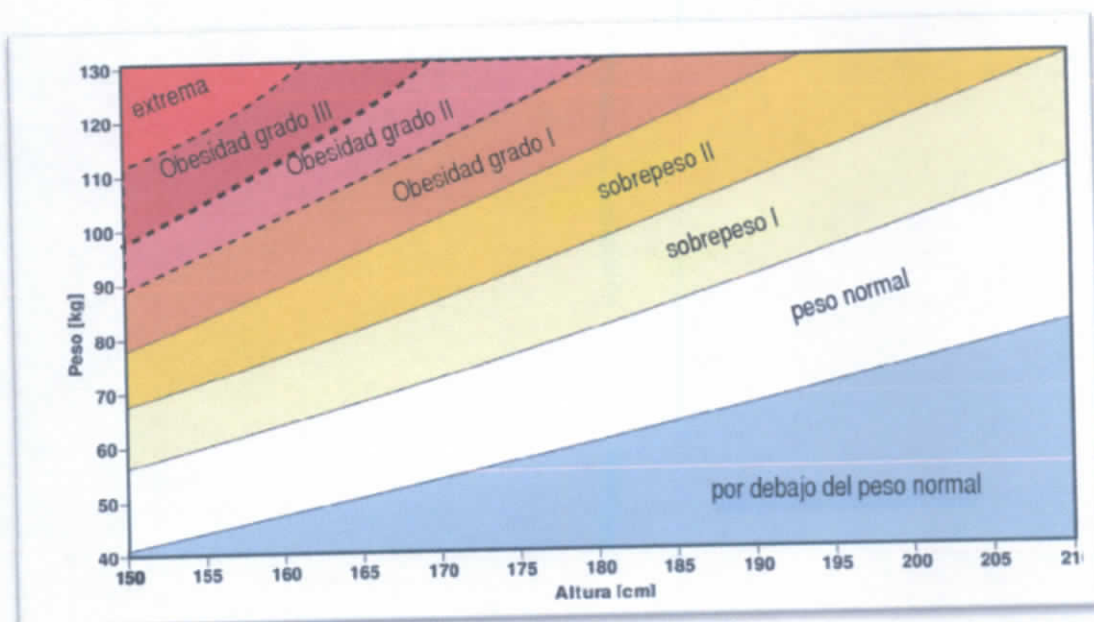


Tabla 2.3 - Interpretación de la Obesidad. Fuente: www.ritmodominicano.com/wiki.php?title=Obesidad

2.11.8.1 Calcular el IMC

El IMC se obtiene a partir de dividir el peso del individuo en kilogramos (Kg) sobre la estatura en metros al cuadrado (m^2), así:

$$\text{Peso} = 80 \text{ kg.}$$

$$\text{Estatura} = 1.58 \text{ m.}$$

$$\text{IMC} = \frac{\text{Peso (Kg.)}}{\text{Estatura}^2 \text{ (m.)}}$$

$$\text{IMC} = \frac{80 \text{ Kg.}}{1.58^2 \text{ m.}}$$

Como la estatura es en m^2 se multiplica así: $1.58 \text{ m} \times 1.58 \text{ m} = 2.49 \text{ m}^2$

Entonces:

$$\text{IMC} = \frac{80 \text{ Kg}}{2.49 \text{ m}^2} = 32 \text{ Kg/m}^2$$

2.11.8.2 Clasificación del IMC

Rangos e interpretación de clasificación para el IMC en adultos según la

OMS

Clasificación	Interpretación
IMC de 18,5 - 24,9	peso normal
IMC de 25 - 26,9	sobrepeso I
IMC de 27 - 29,9	sobrepeso II (pre obesidad)
IMC de 30 - 34,9	obesidad grado I
IMC de 35 - 39,9	obesidad grado II
IMC de 40 - 49,9	obesidad grado III (mórbida)
IMC de > 50	IMC de > 50 obesidad grado IV (extrema)

Tabla 2.4 – Tipos de Obesidad. Fuente: Investigador

2.11.9 Obesidad grado II

Este tipo de obesidad puede manifestarse en cualquier etapa de la vida. Es frecuente que los adolescentes que son obesos mantengan esta condición en la edad adulta. Es más habitual en el sexo femenino, en el que existe mayor riesgo en el periodo postparto y en la etapa postmenopáusicas. Hay colectivos raciales en los que la frecuencia es superior a la de otras poblaciones. Existe un componente genético que se hace especialmente manifiesto en los estudios realizados en gemelos. No obstante, las influencias externas, entre las que destacan los hábitos alimentarios y de actividad física, juegan también un papel esencial. Por todo ello, tanto el componente genético como el ambiental juegan un papel significativo en el desarrollo de la obesidad.

Si el IMC se encuentre entre 35 y 39,9 es obesidad grado II. Existen otros métodos más sofisticados para estimar la masa grasa, lo que permite establecer con mayor precisión la existencia de obesidad. Entre ellos se encuentran la estimación de pliegues adiposos, la impedancia bioeléctrica, pletismografía de desplazamiento de aire y la absorciometría fotónica. Para establecer las características de la obesidad es necesario proceder al estudio de sus posibles complicaciones.

2.11.9.1 Problemática de la obesidad grado II en el mundo

En el Reino Unido, la encuesta de salud para Inglaterra predice que más de 12 millones de adultos y un millón de niños serán obesos grado II o más al 2011 si no se toman acciones.

Los Estados Unidos es un país que tiene una de las tasas más altas de obesidad II en el mundo desarrollado. Desde 1980 al 2002 la obesidad se ha duplicado en adultos y la prevalencia de sobrepeso se ha criticado en niños y adolescentes. De 2003 a 2004. En los niños y adolescentes en edades comprendidas entre 2 y 19 años, 17,1% tuvieron sobrepeso y el 32,2% de los adultos de 20 años y mayores fueron obesos en grado I,II,III.La prevalencia en los Estados Unidos continúa en aumento.

En China, el ingreso promedio se incrementó debido al boom económico, la población de China ha iniciado recientemente un estilo de vida más

sedentario y al mismo tiempo empezó a consumir alimentos más ricos en calorías. Desde 1991 al 2004 el porcentaje de adultos con obesidad se incrementó desde el 12,9% al 27,3%.

Este repentino aumento en la prevalencia de obesidad es atribuido a factores del medio ambiente y de la población más que aun comportamiento individual y biológico debido al aumento rápido y continuo en el número de individuos con obesidad.

2.11.9.2 Problemática de la obesidad grado II en el Ecuador

En el Ecuador la obesidad no fue un tema de interés de la salud pública sino hasta finales del siglo XX. En épocas anteriores, los casos individuales estuvieron en manos de los médicos clínicos, nutriólogos, endocrinólogos y nutricionistas. Una revisión de las tesis de grado en las Facultades de Medicina del país y de los artículos originales publicados en las escasas revistas científicas nacionales durante la segunda mitad del siglo XX, demuestra que la obesidad estuvo virtualmente ausente como tema científico.

Es a partir del 2000 que se realizan en el Ecuador los primeros estudios de carácter nacional para establecer específicamente la prevalencia del sobrepeso y la obesidad en escolares y en adolescentes. El estudio en

escolares se hizo en el 2001 en una muestra representativa nacional de 1.866 escolares de ambos sexos, habitantes de área urbana y de 8 años de edad en promedio.

Los resultados principales son:

- Prevalencia de la obesidad 6%
- Es mayor en las mujeres (15,4%) que en los varones (12,2%)
- En los adolescentes de la muestra, la obesidad superó a la desnutrición con un 16,8%

El estudio en adolescentes se realizó en el 2006 en una muestra nacional representativa de 2.829 adolescentes de ambos sexos, de 12 a 18 años, habitantes de área urbana. Los resultados principales son:

- Prevalencia de la obesidad: 22,2%
- Es mayor en los varones (23,1%) que en las mujeres (21,5%)
- Es más frecuente en la costa (26,3%) que en la sierra (17,7%)
- Afecta más a los adolescentes de colegios privados (26,1%) que de públicos (19,4%);
- En los adolescentes de la muestra, la obesidad superó a la desnutrición

Otro estudio de nivel nacional fue realizado como tesis de graduación por maestrantes en alimentación y nutrición de la Universidad Central. La muestra, de 1.866 escolares habitantes del área urbana y de 8 años de edad

en promedio, dio estos resultados: el sobrepeso y la obesidad afectan a un 13,9% de los niños; es mayor en las mujeres (15,4%) que en los varones (12,2%); es más frecuente en la costa (15,9%) que en la sierra (11,0%), y mucho más en Guayaquil (16,6%) que en Quito (9,6%).

La obesidad incide especialmente en los niños de las escuelas privadas (20,6%), pero también está presente en las escuelas públicas (10,4%). Es impactante el hecho de que el sobrepeso y la obesidad alcanzó prácticamente la misma magnitud (13,9%) que el retardo del crecimiento (15,6%) en los 1.866 niños de la muestra.

2.11.10 Prevalencia de la Obesidad en el Ecuador

En el Ecuador, 14 de cada 100 escolares de 8 años tuvo exceso de peso en el 2001. Se ha demostrado que un tercio de los pre-escolares y la mitad de los escolares con obesidad tendrán obesidad en su adultez. De manera que la obesidad en la infancia y adolescencia es un factor pronóstico de la obesidad en el adulto. Así, se estima que el 80% de los adultos con obesidad severa tenían obesidad durante la adolescencia.

El estudio más importante sobre la prevalencia de sobrepeso y obesidad se realizó durante los años 2.006 - 2.007. El universo de estudio estuvo constituido por 503.488 alumnos matriculados en 1.268 colegios de doce ciudades del país. La muestra nacional, representativa, se conformó con

2.829 adolescentes de ambos sexos: 1.368 varones y 1.461 mujeres, entre los 12 y 19 años de edad, habitantes del área urbana de seis ciudades de la Costa, capitales provinciales o cabeceras cantonales: Esmeraldas, Guayaquil, Machala, Manta, Portoviejo y Quevedo y seis de la Sierra: Ambato, Cuenca, Ibarra, Loja, Riobamba y Quito.

Los adolescentes de la Costa, matriculados en 60 colegios públicos y privados, sumaron 1.435 y los matriculados en otros 60 colegios de la Sierra, igualmente públicos y privados, sumaron 1.394.

La muestra se conformó a partir de la información del Censo de Planteles Educativos del Sistema Nacional de Estadísticas Educativas que registra a todos los alumnos matriculados en los planteles educacionales del país. Los dominios de estudio, representativos, fueron las regiones naturales del país: Costa y Sierra. No se incluyó a las regiones Amazónica e Insular puesto que estas captan tan solo al 4% de los adolescentes ecuatorianos, de manera que las inferencias estadísticas nacionales no resultaban afectadas. Los conglomerados urbanos de la Costa y Sierra seleccionados lo fueron en razón de su elevado porcentaje de matrícula de adolescentes, confiable y suficiente para hacer inferencias y obtener representatividad nacional. La muestra se calculó utilizando las fórmulas del muestreo aleatorio simple, con un 95% de confiabilidad y un margen de error máximo posible del 2%.

Las medidas antropométricas, peso y talla, se tomaron y registraron siguiendo las conocidas normas internacionales de la Organización Mundial de la Salud (OMS), con los adolescentes descalzos y vistiendo ropa interior.

Los instrumentos fueron calibrados por el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN). El peso se registró en kilogramos y la talla en centímetros. Las mediciones antropométricas fueron hechas por 5 médicos, estudiantes de postgrado de la Maestría de Alimentación y Nutrición de la Universidad Central del Ecuador, previamente entrenadas. El coeficiente de variación entre mediciones fue menor al 3%.

Para el diagnóstico del estado nutricional se utilizó el Índice de Masa Corporal (IMC). Los adolescentes cuyo IMC estuvo entre los percentiles 85 y < 95 se diagnosticaron con sobrepeso y aquellos con IMC igual o mayor que el percentil 95, con obesidad. Por otro lado, los adolescentes cuyo IMC estuvo por debajo del percentil 5 fueron diagnosticados con desnutrición.

Resultados

En la tabla 2.5 se resumen los resultados del estado nutricional de los estudiantes adolescentes ecuatorianos valorados de acuerdo a su IMC, según las características de Región, sexo, edad y tipo de colegio. Los datos demuestran que el 38% de la población estudiada tiene algún grado de malnutrición mientras que el resto tuvo valores de IMC dentro de los rangos considerados normales. Así, el 16.8% tuvieron un IMC por debajo del

percentil 5, esto es, bajo peso indicativo de desnutrición crónica. Por otro lado, el 21,2% de los adolescentes presentaron exceso de peso: 13,7% tuvieron sobrepeso y 7,5% obesidad como se muestra en la Tabla 2.5. En la Tabla 2.6 se indica que el exceso de peso fue más frecuente en la región de la Costa que en la Sierra, 24,7% versus 17,7%, respectivamente ($P < 0.001$); que el exceso de peso fue más común entre los adolescentes matriculados en colegios particulares que en aquellos que asistían a colegios fiscales 25.3% versus 18.9%, respectivamente ($P < 0.001$) y que en relación al género, el exceso de peso fue más común en las mujeres que en los hombres.

Región		TOTAL	%	Sexo		Edad			Tipo de colegio			
				Costa	Sierra	Hombre	Mujer	12-14 años	15-16 años	17-18 años	Fiscal	Particular
Estado nutricional	Bajo peso	472	16.8	262	210	270	202	285	118	69	319	153
	Normal	1755	62.0	818	937	813	942	1035	444	276	1135	620
	Sobre peso	391	13.7	199	192	163	228	243	95	53	229	162
	Obesidad	211	7.5	156	55	122	89	132	56	23	110	101
Total		2829		1435	1394	1368	1461	1695	713	421	1793	1036

Tabla 2.5 – Estado nutricional de los adolescentes de ambos sexos, de 12 a < 19 años, habitantes de área urbana. Fuente: <http://www.bvsde.ops-oms.org/texcom/nutricion/ecuatorianos.pdf>

Variable	%	P<	O.R.	I.C. 95%
Sexo Femenino	21,5 (1 461)	0.02	1.24	1.03-1.50
Sexo Masculino	20,8 (n=1 368)			
Región Costa	24,7 (1 435)	0.000	1.48	1.23-1.79
Región Sierra	17,7 (1 394)			
Colegio Privado	25,3 (1 036)	0.000	1.46	1.21-1.76
Colegio Público	18,9 (1 793)			

O.R. = razón de productos cruzados I.C. = intervalo de confianza

Tabla 2.6 - Prevalencia de sobrepeso y obesidad en adolescentes según sexo, región geográfica en que habitan y tipo de colegio al que asisten. Fuente: <http://www.bvsde.ops-oms.org/texcom/nutricion/ecuatorianos.pdf>

2.11.11 Causa de la obesidad en el centro del Ecuador

El sedentarismo un hecho identificado con la urbanización. En las ciudades predominan las ocupaciones sedentarias. El transporte es motorizado. Hay ascensores en casi todos los edificios públicos y cada vez más escaleras eléctricas en los centros de consumo. Abundan decenas de dispositivos que ahorran actividad física en el lugar de trabajo y en el hogar.

El tiempo del ocio se articula al internet, los video- juegos y la televisión con control remoto. El 97% de familias ecuatorianas, incluyendo a las más

pobres, disponen de un televisor y atan sus horas de descanso a los programas televisivos.

Plazas, parques y jardines, calles y veredas, son lugares inseguros que hace mucho dejaron de ser sitios de esparcimiento. En relación con el otro ingrediente de la receta de la obesidad, el consumo de alimentos densamente energéticos, el cambio hay que atribuirlo a razones estructurales, socio- culturales y del mercado de alimentos. Un sector de la población asumió los estilos de vida de quienes son su referencia: los estadounidenses.

Como resultado, en cuanto a su alimentación, privilegian las hamburguesas, los hot-dogs, las pizzas y la Coca-Cola. La mayoría empobrecida quedó presa en las orientaciones de las empresas de alimentos que segmentaron la oferta y comercializaron para los sectores de menores ingresos productos baratos, de baja calidad nutritiva y alto contenido en grasas y azúcares, pero que satisfacen el apetito, "rellenan el estómago" y, además, cosa muy importante, son productos que se integran a sus patrones de consumo.

La población empobrecida sabe que su alimentación debe ser inocua, equilibrada y nutritiva, pero está forzada a basar su consumo en aquellos alimentos que le permiten obtener el mayor rendimiento posible de sus

escasos ingresos. Escasean en la mesa de la mayoría de la población ecuatoriana las proteínas, los minerales y las vitaminas: carnes rojas y blancas, leche, quesos, huevos, frutas, legumbres y verduras.

En cambio, sobran los carbohidratos y las grasas: arroz, harinas y fideos, papas, plátanos y yuca, mantecas, margarinas y grasas saturadas.

Para nadie es desconocido que la creciente urbanización resultante de la migración del campo a las ciudades, a consecuencia de la conversión de la hacienda en unidad empresarial, agrícola y ganadera, desplazó a los trabajadores del campo y los trasladó a los cinturones de miseria de las ciudades. Tampoco se ignora que el desarrollo industrial agropecuario se centra en un número reducido de productos muy lucrativos a la vez que desestima el cultivo de granos, tubérculos y otros productos de carácter autóctono.

A medida que aumenta la eficiencia de la tecnología y la producción, bajan los precios y aumenta la demanda. Esto ha sido demostrado en productos que son materia de nuestra preocupación, entre otros, los fideos, los aceites vegetales y las bebidas gaseosas azucaradas, con el agravante de que las bebidas gaseosas fomentan el consumo energético reduciendo el control del apetito, además de que sustituyen a bebidas muy nutritivas, en particular a la leche. Es indispensable destacar que los pobres en el Ecuador están malnutridos por déficit alimentario, pero también lo están por exceso. Esta

alarmante simbiosis de desnutrición y obesidad en la pobreza, tiene que ver con el consumo, pero especialmente con el acceso a los alimentos.

Súmese a esto su falta de acceso a actividades físicas recreativas y la percepción de sus cuerpos como herramientas desvalorizadas, para comprender que el gasto energético que realizan es ligero o apenas moderado. Así, no resulta extraño que esas mujeres conformen el grupo de población que exhibe los niveles más altos de sobrepeso y obesidad. Situación muy distinta de las mujeres que "se cuidan": aquellas de los sectores altos de la sociedad, que hacen dieta y van al gimnasio, pero no son solamente las mujeres las afectadas, también lo son los niños. Los niños de las escuelas públicas que reciben raciones alimenticias complementarias (desayuno/almuerzo escolar) tienen una prevalencia mayor de sobrepeso y obesidad (11%) que los mismos niños pobres de las escuelas públicas que no reciben tales raciones (5,0%).

2.12 La adultez

Se dice que una persona adulta es aquella que ha alcanzado un estado de madurez físico, psicológico, social y cultural. Tomando en cuenta que la expectativa de vida ha crecido significativamente, el enfoque psicológico considera tres tipos de adultez:



Fotografía 2.18 – Adultez. Fuente: <http://www.bellezapura.com/wp-content/uploads/2010/03/anti-envejecimiento.jpg>

2.12.1 Adultez temprana

De los 20 a los 45 años

Fase de importantes cambios sociales en los ámbitos de la vida profesional y familiar. La vida del individuo gira en torno de dos polos fundamentales: la familia y el trabajo. Es una fase en la que se hace especialmente presente la tensión entre la concepción de lo joven y lo viejo.

2.12.2 Adultez media

De los 40 a los 65 años

Se trata de gran productividad, especialmente en la esfera intelectual y artística. Es la etapa de la productividad y la creatividad, de los importantes logros intelectuales, de las mayores contribuciones en los ámbitos de la política, la diplomacia, el pensamiento, el arte. Es el periodo en el que se consigue la plena autorización.

2.12.3 Adulthood tardía

De los 65 años en adelante

Characterized by a security and love of the self, by the acceptance of the own life cycle as something irrevocable and irreplaceable, in a word, by the integrity of the self and unique self in the face of the despair that can produce an unquestionable end.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DEL TRABAJO

3.1 Enfoque

De tal manera que se pueda desarrollar el proyecto se define con carácter CUALITATIVO, para poder realizar una aproximación global a la situación social de la ropa y la obesidad para explorarla, describirla y comprenderla, permitiendo una nueva tendencia en el diseño de modas que cumpla con aspectos que asegure la satisfacción del cliente.

3.2 Metodología de la investigación

Es innegable la importancia de la metodología de la investigación, porque es la base de toda ciencia. Ella es dinámica porque mediante un conjunto de procedimientos permite descubrir nuevos enfoques científicos y abre nuevos horizontes, manteniendo a la ciencia en constante evolución.

3.2.1 Metodología descriptiva

Tipo de investigación descriptiva, para tratar de obtener información sobre los atributos que se deben desarrollar en contribución con este problema social, a través de la descripción de las actividades, procesos y personas, sin limitarse solamente a la recolección de datos.

La predicción e identificación de los datos exponen la información resumiéndolos y analizándolos a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al proyecto.

3.2.2 Metodología deductiva

En cuanto a la palabra deducción cabe decir, que la etimología de dicha palabra procede del latín deductivo, que significa acción y efecto de deducir.

En el presente trabajo de investigación utilizaremos el método deductivo con el fin de desarrollar un ropa actual e innovadora, en base a los diferentes aspectos generales.

3.3 Técnicas de Investigación

Para la realización del estudio y poder lograr los objetivos planteados, la investigación utilizará distintas vías para la recolección de datos. Las fuentes de información se dividen en dos tipos: primarios y secundarios. Los datos primarios provienen de las fuentes originales, y se recopilan directamente en el campo específico; los datos secundarios se refieren a experiencias de otras personas en cuanto al tema investigado, publicaciones, datos censales, documentos o referencias bibliográficas.

Los datos primarios fueron generados por medio de la aplicación de diferentes instrumentos tales como: La Observación, La Entrevista y La Encuesta.

Observación: se llevará a cabo visitas informales a los almacenes de ropa de la ciudad de Ambato, donde se tomará nota de los aspectos más resaltantes en cuanto a las tendencias de moda y las prendas que comercializan.

Entrevistas: se efectúa esta técnica en los almacenes sujetos a estudio, será a través de entrevista de tipo informal, la misma se utiliza básicamente para intercambiar puntos de vista sobre el tema de tallas grandes, analizado su relación con el mercado actual; además servirá para caracterizar la muestra y justificar la necesidad de diseñar y producir ropa en tallas grandes para alcanzar el objetivo propuesto en la investigación.

Encuestas: estas se aplicarán con el apoyo de una lista de 12 preguntas, relacionados con prendas de vestir, colores, moda, tallas grandes. Con la finalidad de que los comercializadores de ropa y mujeres con obesidad expongan su criterio, necesidades y experiencia sugiriendo lo que les parezca esencial, importante, y deseable.

Datos secundarios:

Documentación: esta alternativa de recopilación de información permite conocer el estado de la obesidad en nuestro país y de las prendas de vestir

en tallas extras. Los instrumentos a utilizar serán la información de bibliografía, páginas Web, trabajos bibliográficos.

3.4 Fuentes de información

3.4.1 Población y muestreo

El estudio se realizará en la ciudad de Ambato enfocado a mujeres adultas con obesidad que frecuenten lugares públicos y que se encuentren dentro de un margen de estatura de 1.50m a 1.70 m, pertenecientes a un grupo social medio, utilizando sus conocimientos e inquietudes como medio de información.

Se complementa con otras fuentes como el Internet y las bibliotecas.

Población por edad y género

Según la información obtenida en el empadronamiento del último Censo de Población, 2010, la provincia de Tungurahua tiene 504.583 habitantes, lo que representa el 3.38% de la población del Ecuador, el mayor número de habitantes de la provincia de Tungurahua son los niños y los jóvenes de hasta 24 años de edad, tanto para el género masculino como para el femenino, representando el 47,19 por ciento del total de habitantes en esta provincia.

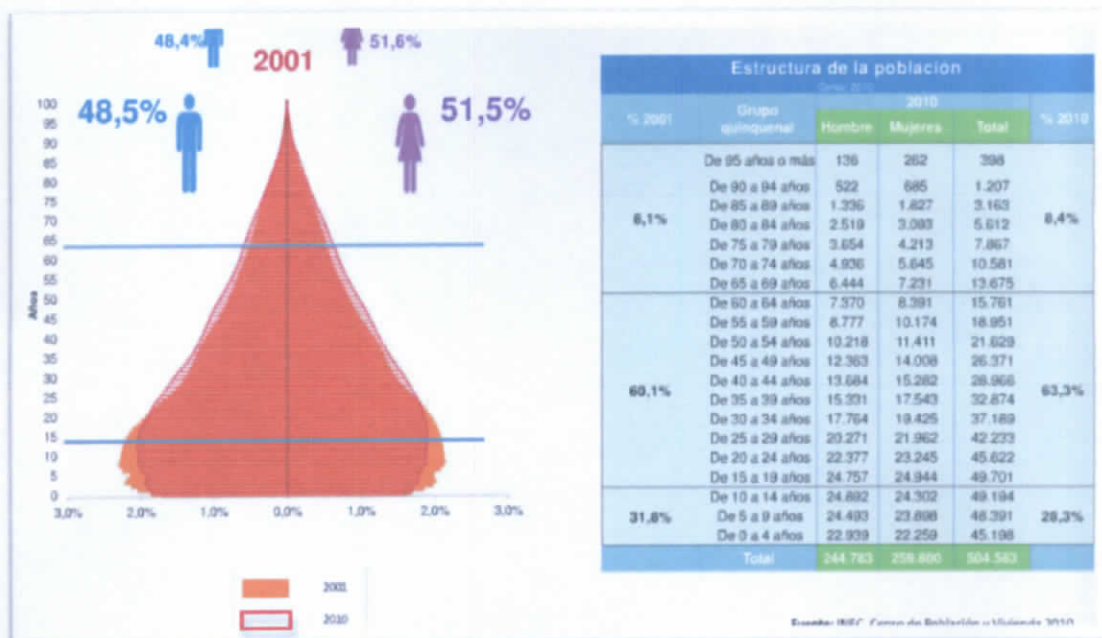


Gráfico 3.1 - Resultados del VI Censo de Población (2010) Fuente: INEC

En la pirámide de población, se presenta la estructura edad – género de los habitantes de la provincia de Tungurahua. La *pirámide de población*, no es más que un histograma donde simultáneamente se observa en el eje horizontal el porcentaje de hombres y mujeres, y en el eje vertical, la edad de los habitantes por género.

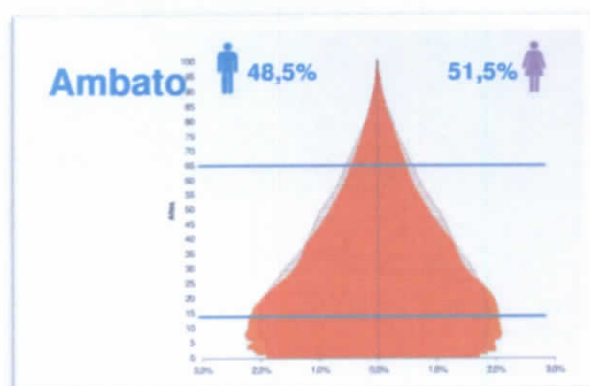


Gráfico 3.2 – Ambato, VI Censo de Población (2010) Fuente: INEC

De acuerdo al INEC, la población de la capital de la provincia de Tungurahua, es de 329.856 habitantes. Ambato, es la novena ciudad más poblada del país. La ciudad de Ambato aumentó de tamaño en un 65,37% en relación con toda la provincia. El 51,5% está representado por el género femenino (170.026) y el 48,5% (159.830) por el género masculino de la Población total de Ambato.

Hombres	Rangos de edad	Mujeres
1736	85 y +	1937
1976	80 - 84	1899
2954	75 - 79	2297
3388	70 - 74	4025
4201	65 - 69	5198
5594	60 - 64	6680
6745	55 - 59	7935
7297	50 - 54	8179
8892	45 - 49	9008
9250	40 - 44	9987
9968	35 - 39	11995
11916	30 - 34	13121
13599	25 - 29	13453
13443	20 - 24	14385
14534	15 - 19	14945
14816	10 - 14.	15244
15728	5 - 9.	15534
13793	0 - 4	14204
159830	TOTAL	170026

Tabla 3.1 – Rangos por edad y género. Fuente: INEC

El porcentaje a estudiar fue el rango de la edad media, seleccionado entre los 25 años hasta los 49 años, que representa también a la mayor parte de

la población femenina económicamente activa de la ciudad de Ambato, obteniendo un total de **61400 mujeres (E.A)**

BMI / overweight / obesity prevalence, Ecuador						
Year	Definition	Sex	Age Group	Sample Size	Prevalence(%)	Survey Code
2010	BMI \geq 25 kg/m ²	Males	30-100		53.9	199999a3
2010	BMI \geq 25 kg/m ²	Males	15-100		54.0	199999a3
2010	BMI \geq 25 kg/m ²	Females	30-100		62.7	199999a3
2010	BMI \geq 25 kg/m ²	Females	15-100		55.5	199999a3
2010	BMI \geq 25 kg/m ²	Both Sexes	15-100		49.8	199999a3
2010	BMI \geq 30 kg/m ²	Males	30-100		10.9	199999a3
2010	BMI \geq 30 kg/m ²	Males	15-100		7.7	199999a3
2010	BMI \geq 30 kg/m ²	Females	30-100		24.9	199999a3
2010	BMI \geq 30 kg/m ²	Females	15-100		19.1	199999a3
2010	BMI \geq 30 kg/m ²	Both Sexes	15-100		13.4	199999a3

Tabla 3.2 – Prevalencia de la obesidad en el Ecuador. Fuente: [World Health Organization](#)

El 55,5% de Mujeres mayores de 25 años en el Ecuador sufren de prevalencia de obesidad y sobrepeso (IMC $>$ 25Kg/m²). Las principales causas de estas cifras tan elevadas en nuestro país son el cambio de hábitos alimenticios (dietas poco saludables) y el abandono de la actividad física. "Se consume una media de un 19 por ciento más de las calorías necesarias y no se realiza actividad física suficiente para consumir este exceso".

Población seleccionada

Para obtener la población seleccionada, se realizarán reglas de tres simples, con los datos antes mencionados:

Cantidad de mujeres con Obesidad en el Ecuador

Datos:

Total de mujeres en el Ecuador: 7'305.816
 Porcentaje de Obesidad en mujeres del Ecuador: 55%

$$\begin{array}{ccc}
 7'305.816 & \swarrow & 100\% \\
 ? & & 55
 \end{array}
 \quad = 7'305.816 * 55 / 100 = \mathbf{4'018.199}$$

La cantidad de mujeres con obesidad en el Ecuador es de **4'018.199**

Porcentaje Mujeres en la Ciudad de Ambato con Obesidad

Datos:

Total de mujeres en obesas el Ecuador (55%): 4018199

Total de mujeres en Ambato: 61.400 mujeres

$$\begin{array}{ccc}
 4018199 & \swarrow & 100\% \\
 61.400 & & ?
 \end{array}
 \quad = 61.400 * 100 / 4018199 = \mathbf{1,52\%}$$

El porcentaje de mujeres en la Ciudad de Ambato, dentro del rango se edad establecido, del total de mujeres obesas del Ecuador está representado por el 1,52%

Cantidad de mujeres con OBESIDAD en la Ciudad de Ambato

Luego de aplicar la fórmula estadística para calcular la muestra, se ha obtenido la cantidad de , tomando en cuenta que este valor no representa al grado de obesidad de investigación ya que no se encuentra clasificado estadísticamente en sus diferentes tipos de obesidad, se reduce a 50 el número que representa las encuestas que se aplicará en la Ciudad de Ambato a clientes y comercializadores de ropa,

3.4.3 Operacionalización de las variables

3.4.3.1 Variable dependiente: La ropa

3.4.3.2 Variable independiente: Mujeres adultas con obesidad grado II de la ciudad de Ambato

3.4.4 Matriz de operacionalización de variables

Variable dependiente: La Ropa

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas de Instrumentos	
La identidad es proyectada a través del vestuario, los accesorios, forma de arreglarse, todo debe tener una efectiva proyección de nuestra identidad y que nos ayude a crear una conveniente imagen considerando la profesión, el estilo, el contexto, la época e incluso, la edad. La vestimenta y el arreglo personal deben ser acordes al tipo de cuerpo que poseemos.	Identidad	Autoestima	¿Cree que la elección adecuada del vestuario mejora su identidad?	Investigación y encuesta a mujeres con obesidad grado II	
	Vestuario	Gala	Apariencia	¿Qué tipo de vestuario la impulsaría a embellecer su apariencia?	Investigación y encuesta a los comercializadores de ropa
		Coctel			
		Formal			
		Casual			
		Deportivo			
	Imagen	Tendencia	¿Existe la necesidad de comprar ropa que haya sido confeccionada adecuadamente a su talla?		
	Estilo	Temporada			
	Época	Proporcional			
	Acorde	Físico			
Cuerpo					

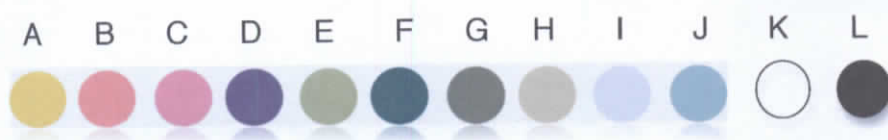
Tabla 3.4 – Variable dependiente. Fuente: Investigador

3.5 Procesamiento de la información

3.5.1 Tabulación de resultados de la encuesta dirigida al cliente

Encuesta realizada a una muestra de 25 mujeres

1. ¿Cuáles son los colores que ud. prefiere al comprar ropa?



ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
A	1	1.6%
B	6	9.6%
C	9	14.5%
D	10	16.1%
E	6	9.6%
F	5	8%
G	2	3.2%
H	4	6.4%
I	6	9.6%
J	9	14.5%
K	2	3.2%
L	2	3.2%
TOTAL	62	100%

Tabla 3.6 – Pregunta A1. Fuente: Investigador



Gráfico 3.3 – Muestra A1. Fuente: Investigador

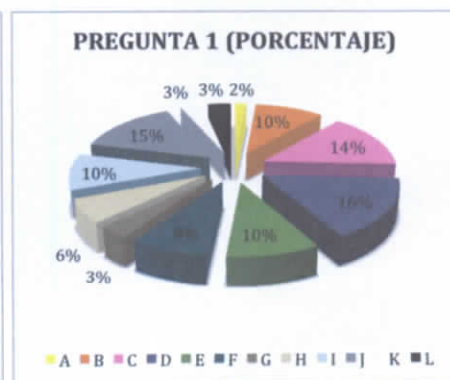


Gráfico 3.4 – Porcentaje A1. Fuente: Investigador

Análisis:

Luego de haber tabulado los resultados en la primera pregunta se concluye que, los colores que prefieren las mujeres adultas con obesidad son: Fucsia (14%), Lila Oscuro (16%), Gris (15%), Naranja (10%), Verde (10%), Celeste (10%), estos colores exponen el interés por la moda ya que han estado en tendencia en las últimas temporadas.

2. ¿Qué prendas de vestir usa más?

- A. Chaqueta B. Abrigo C. Jersey D. Vividi E. Blusa
 F. Falda G. Vestido H. Pantalón I. Camiseta J. Camisa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
A	8	10,8%
B	6	8,1%
C	2	2,7%
D	4	5,4%
E	13	17,5%
F	5	6,7%
G	13	17,5%
H	19	25,6%
I	2	2,7%
J	2	2,7%
TOTAL	74	100%

Tabla 3.7 – Pregunta A2. Fuente: Investigador



Gráfico 3.5 – Muestra A2. Fuente: Investigador

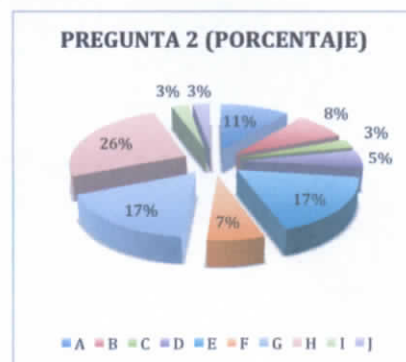


Gráfico 3.6 – Porcentaje A2. Fuente: Investigador

Análisis:

En ésta pregunta se establece que las prendas de vestir que las mujeres con obesidad usan más son: Blusa (17%), Vestido (17%), Pantalón (26%), ésta información orienta el desarrollo de prendas elementales para los clientes, muy utilizadas por éstas mujeres y que deben encontrarse en el mercado.

3. ¿Para cuál de éstas ocasiones ud. compraría ropa?

A. Trabajo B. Casa C. Fiesta D. Deporte E. Cita

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
A	17	35,4%
B	3	6,25%
C	19	39,5%
D	2	4,1%
E	7	14,5%
TOTAL	48	100%

Tabla 3.8 – Pregunta A3. Fuente: Investigador



Gráfico 3.7 – Muestra A3. Fuente: Investigador

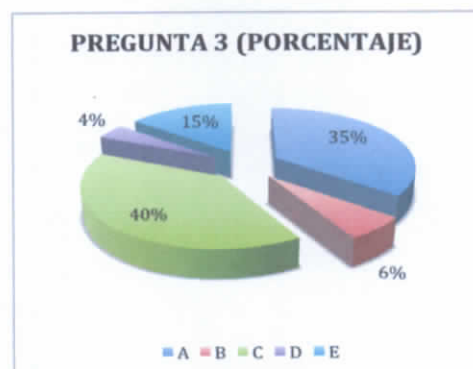


Gráfico 3.8 – Porcentaje A3. Fuente: Investigador

Análisis:

Con ésta pregunta se concluye que para el Trabajo (35%) y para una Fiesta (49%) los clientes buscan en el mercado el vestuario apropiado y funcional que les brinde seguridad y confianza en las diferentes ocasiones.

4. ¿Qué tipos de telas prefiere?

A. Estampadas B. Llanas C. Ambas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
A	0	0%
B	12	48%
C	13	52%
TOTAL	25	100%

Tabla 3.9 – Pregunta A4. Fuente: Investigador

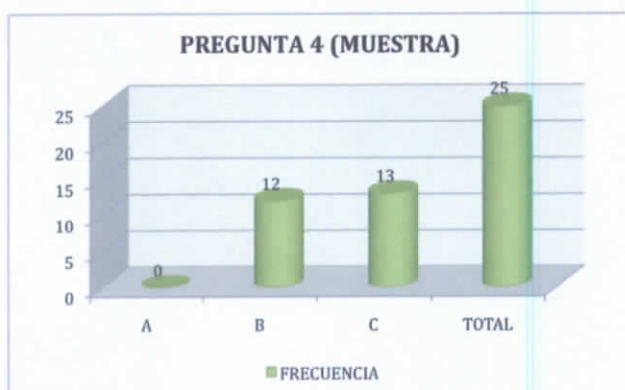


Gráfico 3.9 – Muestra A4. Fuente: Investigador



Gráfico 3.10 – Porcentaje A4. Fuente: Investigador

Análisis:

Los resultados en ésta pregunta proporciona información para poder crear prendas en telas llanas (48%) acordes con las diferentes temporadas, y el 58% manifiesta que siempre es necesario ambos tipos de telas.

5. ¿Conoce ud. si en la ciudad de Ambato hay tiendas de ropa exclusivas para tallas grandes?

A. Sí

B. No

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
A	3	12%
B	22	88%
TOTAL	25	100%

Tabla 3.10 – Pregunta A5. Fuente: Investigador



Gráfico 3.11 – Muestra A5. Fuente: Investigador



Gráfico 3.12 – Porcentaje A5
Fuente: Investigador

Análisis:

Con ésta pregunta establecemos que se necesita brindar al mercado prendas de vestir que sean útiles y apropiadas para mujeres con obesidad, ya que el 88% no conoce un lugar en donde adquirir ropa en tallas grandes.

Mujeres encuestadas



Gráfico 3.13 – F1. Fuente: Investigador



Gráfico 3.14 – F2. Fuente: Investigador

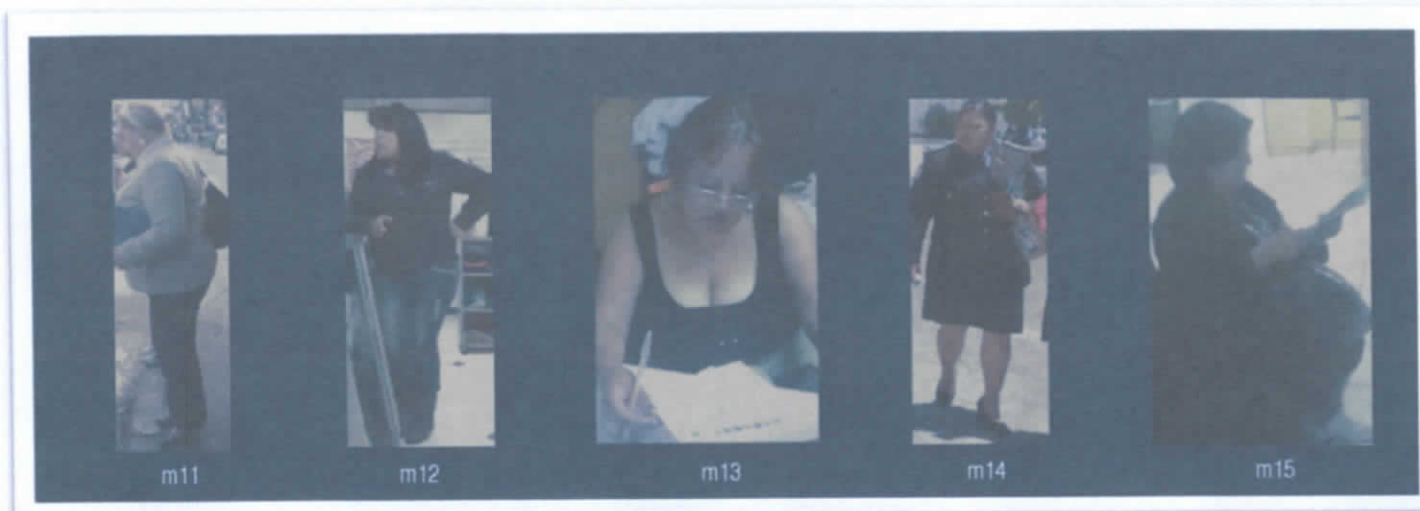


Gráfico 3.15 – F3. Fuente: Investigador



Gráfico 3.16 – F4. Fuente: Investigador

3.5.2 Tabulación de resultados de la encuesta al comercializador

Encuesta realizada a una muestra de 25 almacenes

1. ¿Tiene proveedores que le oferten ropa en tallas grandes?

A. Sí

B. No

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
A	10	40%
B	15	60%
TOTAL	25	100%

Tabla 3.11 – Pregunta B1. Fuente: Investigador



Gráfico 3.17 – Muestra B1. Fuente: Investigador



Gráfico 3.18 – Porcentaje B1. Fuente: Investigador

Análisis:

Con los resultados obtenidos en ésta pregunta se concluye un 60% de almacenes no tienen proveedores de ropa en tallas grandes, por lo que éstas mujeres no pueden encontrar con facilidad este tipo de prendas.

2. ¿La demanda en ventas de ropa de tallas grandes es?

A. Alta B. Media C. Baja

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
A	14	56%
B	3	12%
C	8	32%
TOTAL	25	100%

Tabla 3.12 – Pregunta B2. Fuente: Investigador



Gráfico 3.19 – Muestra B2. Fuente: Investigador



Gráfico 3.20 – Porcentaje B2. Fuente: Investigador

Análisis:

Ésta pregunta nos ayuda a establecer la necesidad que tienen las mujeres con obesidad para adquirir ropa en sus tallas precisas, con 56% de demanda en ventas, es significativo crear vestuario para éstas personas.

3. ¿Qué prendas le recomendaría vestir a una mujer con obesidad?

A. Chaqueta B. Abrigo C. Jersey D. Vividi E. Blusa

F. Falda G. Vestido H. Pantalón I. Camiseta J. Camisa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
A	5	7,3%
B	1	1,4%
C	21	30,8%
D	2	2,9%
E	9	13,2%
F	13	19,1%
G	9	13,2%
H	3	4,4%
I	5	7,3%
TOTAL	68	100%

Tabla 3.14 – Pregunta B4. Fuente: Investigador



Gráfico 3.23 – Muestra B4. Fuente: Investigador

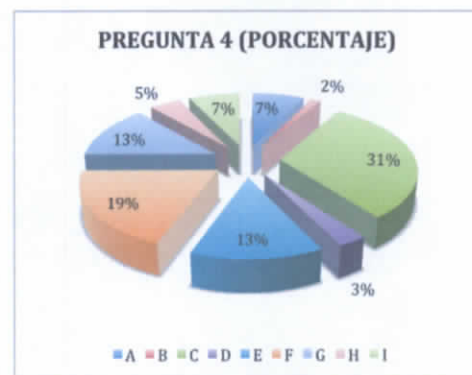


Gráfico 3.24 – Porcentaje B4. Fuente: Investigador

Análisis:

Los resultados en ésta pregunta nos dan información sobre los colores que prevalecen en el mercado y poder realizar un vestuario que esté en las tendencias actuales. Negro (31%), Azul (19%), Gris (13%), Blanco (13%),

5. Escriba el nombre de una marca de ropa que por su estilo le recomendaría utilizar a una mujer adulta con sobrepeso:

- A. Lee B. Chevignon C. Americanino D. Faded Glory

E. Gap F. Niki biki G. Armany H. Top Season
 I. Aeropostale J. Abercrombie K. Tommy

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
A	2	8%
B	5	20%
C	2	8%
D	1	4%
E	5	20%
F	1	4%
G	1	4%
H	1	4%
I	3	12%
J	1	4%
K	3	12%
TOTAL	25	100%

Tabla 3.15 – Pregunta B5. Fuente: Investigador



Gráfico 3.25 – Muestra B5. Fuente: Investigador

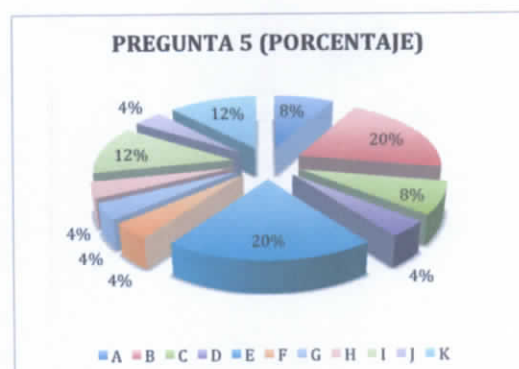


Gráfico 3.26 – Porcentaje B5. Fuente: Investigador

Análisis:

En ésta pregunta, las marcas de ropa, Chevignon (20%) y Gap (20%) se establecieron con el mayor porcentaje, información necesaria para poder involucrarnos en las tendencias, y poder ir paralelamente con marcas ubicadas en el mercado.

Almacenes encuestados



Gráfico 3.27 – F5. Fuente: Investigador



Gráfico 3.28 – F6. Fuente: Investigador



Gráfico 3.29 – F7. Fuente: Investigador



Gráfico 3.30 – F8. Fuente: Investigador

CAPÍTULO IV

4. PROPUESTA

4.1 Tema: Colección Casual – Formal para mujeres adultas con obesidad grado II de la ciudad de Ambato

4.2 Datos informativos

Campo: Ingeniería en Diseño Industrial

Área: Diseño Industrial

Aspecto: Diseño de Modas

Unidad de Observación: Mujeres adultas con obesidad grado II (IMC >35, ≥ 39.9)

Responsable: Paúl Estrada Romero

Tutor: Dis. Lcda. Ayda Rico

4.3 Antecedentes

- La realidad del creciente número de personas obesas que están cansadas de perseguir un ideal porque se sienten mal representadas.

- Siempre se ha batallado para vestir a mujeres con obesidad con prendas de moda y de marca, conformándose con prendas que no están dentro de las tendencias de la moda, pero se puede crear la oportunidad de elegir la

vestimenta entre una variedad de colores, gustos y estilos respaldados por una marca, que ayude a aumentar la confianza en las mujeres con obesidad.

- Las mujeres con obesidad creen que las tallas grandes y el buen estilo pueden ir de la mano.

- Las personas con obesidad desean ampliar la visión de los comerciantes y la de los consumidores, sobretodo en el mundo de la moda.

- El potencial mercado que representa este sector y que permita a las mujeres con obesidad sentirse cómodas con una industria que se ajuste a sus necesidad.

- La pasarela tiene que reflejar lo que es la sociedad. Pues se quiere ver sobre la pasarela ropa que pueda ser comprada por personas de talla grande.

- El Internet es un medio que se ha convertido en una fuente de abastecimiento para personas de talla extra.

Revisando los antecedentes expuestos se toma la decisión de trabajar en éste tema tan importante y se concluye que definitivamente tiene que haber ropa para todo el mundo y dar una respuesta a la necesidad de consumo. Está naciendo una industria específica para satisfacer las necesidades de

mujeres con obesidad, pero es algo que debe tomarse con precaución porque no se quiere enviar un mensaje erróneo, pues no se quiere normalizar ni promover la obesidad, porque estamos conscientes de que ésta viene con muchos problemas médicos, pero entendemos que los individuos que tienen obesidad no deberían ser discriminados y así durante el tiempo que se encuentran en el proceso de conseguir un peso más saludable puedan sentirse cómodos y seguir vistiendo prendas de tallas grandes que mantengan una tendencias actuales.

4.4 Identificación de la necesidad

En la ciudad de Ambato se desarrollo una investigación mediante dos modelos de encuestas dirigidas a los comerciantes y a las posibles clientes potenciales, mujeres adultas con obesidad, que ayudó a la identificación de ésta necesidad junto con la observación, un factor importante que proyecta en nuestras mentes la realidad de la sociedad “ progresiva ” en la que nos desarrollamos las mismas que vienen con necesidades de servicios y productos para personas con obesidad.

Por una parte los comerciantes exponen la escasa producción de ropa en tallas grandes y la gran demanda de mujeres con obesidad que busca ropa adecuada a sus tallas, por otro lado mujeres con obesidad expresan el tipo de prendas que prefieren vestir e informan que no conocen de una marca o lugar que produzca ropa para mujeres con obesidad, como consecuencia se

4.6 Conceptualización de la propuesta

Para el desarrollo del proyecto se tomó en cuenta diferentes aspectos que contribuyan con el cumplimiento del objetivo, de crear ropa como vestidos, blusas y pantalones apropiados a mujeres con obesidad y que vaya acorde a las tendencias de moda, para esto se eligió colores, acabados, cortes, materiales, deseando cumplir con las expectativas de las personas a quienes va dirigido el servicio y el producto que poseen lo necesario en la línea Casual – Formal que necesita pertenecer al guardarropa de una mujer con obesidad para que luzca espléndida. Además se trata de ser admitidos por las clientas para que exista una relación muy estrecha así las demandas e inquietudes se pueden transmitir recíprocamente.

4.7 Justificación de la propuesta

Ante la problemática de una población que adquiere malos hábitos y que su desarrollo se deriva del consumismo, se presentan nuevas realidades en la moda, y la obesidad.

En la investigación de este proyecto se ha realizado un recorrido por diferentes locales comerciales de indumentaria y se ha comprobado que en la gran mayoría de estos no se ofrece ropa en tallas grandes, ni especiales eso ha dado paso al inicio de la propuesta definiendo la talla del vestido integrada de elementos como el visajismo para mejorar la silueta plasmada en telas en las que se aplica rasgos serigrafiados.

4.7.1 Inspiración

4.7.1.1 Concepto

La inspiración en la composición artística se asocia a un brote de creatividad irracional e inconsciente. Literalmente, la palabra significa "recibir el aliento," La inspiración presenta la ilustración sobrenatural que Dios o una fuerza también sobrenatural, que comunica a un individuo, facilitándole la creatividad en el campo de las artes. jamás la misma aparecerá por la voluntad o por medio del esfuerzo, por lo cual se la distingue del entrenamiento y del trabajo.

Si bien como mencionamos recién que la inspiración resulta ser una cuestión espontánea, muchos artistas la ayudan a través de diferentes metodologías para que esta finalmente aparezca. Algunas de las más comunes son: escuchar una determinada música, aromatizar con un olor especial un ambiente, ambientar un espacio, visitar un lugar, viajar a una parte del mundo que goce de una vivencia especial, entre otras.

4.7.1.2 Inspiración de la propuesta

La inspiración nace de dos marcas; Botra, la marca de la ropa que nace de un artista que trabaja con volúmenes en un lienzo en donde la cultura de su país es necesaria en su arte y Candy una fabrica de caramelos, donde sus detalles en las impresiones son colores y formas sumándose a la serigrafía

con rasgos creados vinculados a la creatividad de su diseñador, obtenidos mediante la interrelación de formas.

4.7.2 Estilo

4.7.2.1 Concepto

Término que se ha transformado en su relación con la moda del vestir desde los profundos cambios que el gusto joven y la expansión de la industria de la confección introdujeron en el sistema de la moda durante los años sesenta.

La diversificación y producción masiva, así como la coexistencia de modas y tendencias múltiples propicia la utilización del término estilo más como cualidad individual, en sustitución de la elegancia, que como descripción de las características de una moda define un tiempo concreto.

Pero el tener estilo ya no se refiere, específicamente, a los rasgos originales de una personalidad individual, sino a la capacidad de vestirse de acuerdo con esta o aquella propuesta de la moda, con este o aquel estilo.

4.7.2.2 Estilo de la propuesta

La presente propuesta de ropa para mujeres con obesidad tiene un dirección a lo Casual – Formal.

La moda, es una expresión de lenguaje corporal y una proclamación personal sobre estilo de vida. El cambio radical de estilos de vida en la sociedad ha generalizado el uso de estilos de vestimenta **casual** para ocasiones de la vida diaria. Este modo de vestir hasta hace pocos años estaban confinados a ocasiones de recreo, vacaciones y vida de fin de semana, ahora se han extendido y multiplicado en la actividad diaria.

Nuestras actividades diarias requieren elegancia, reflejada en combinaciones simples de nuestro vestuario, es por eso que se fusionó con la vestimenta formal para poder acceder a las telas que demuestren una constante de elegancia y también una imagen femenina sensual y “chic”.

Líneas rectas, ligeras y sobre todo descomplicadas. Colores difusos, pero también combinados con algunos contrastantes, tales como el lila .

4.7.3 Tipos de prendas y materiales

La vestimenta ha cumplido en la sociedad siempre una función comunicativa, existiendo tipos de prendas para ciertas ocasiones y para cada personalidad. Para el desarrollo del proyecto, se indagó en diversas modalidades produciendo una interacción entre el diseñador y mujeres con obesidad logrando definir a los vestidos, blusas y pantalones como prendas principales dentro de la colección.

Los materiales con los que la colección de Botera se construye van desde pinturas textiles de bajo relieve que adquiere una dirección conforme a la proposición artística, hasta el principal material textil tradicionalmente echo de seda, el Georgette caracterizado por su textura ligera que fluye mirada, es también excepcionalmente fuerte, el tejido tiene una delicada transparencia, es delgado y ligero parece casi moverse por su cuenta, además la tela Georgette puede se lavada a mano en agua fría y con detergente suave.

4.7.4 Visajismo

Se pretende mantener una armonía del cuerpo mediante la aplicación de ésta técnica en el vestuario, aplicada con método y dotándola de un sentido estético. La colección de Botera cobra un valor añadido cuando se conjugan la composición en la distribución de las formas, movimientos y color. Asimismo, se implantó la armonía no solo en los cortes de las prendas de vestir sino también en la dirección de los estampados logrando crear una ilusión de longitud, al orientar estampaciones verticales y diagonales. Los cortes verticales y diagonales se han seleccionado para suavizar la apariencia de una mujer con obesidad. Hasta los pequeños detalles logran crear una forma mas equilibrada. Se desea generar altura, prestando particular atención a la creación de la ilusión de un silueta con menos volumen.

4.7.5 Color y estampado

Las prendas de la colección adoptan estos colores, el gris, el lila, el verde, y el azul que fueron determinados a través de una condición comunicativa con los comercializadores de ropa y con mujeres con obesidad de la ciudad de Ambato. Botra a través de la cromática convierte su colección en un estado de pensamiento, de ser, de acción y muestra una mujer inmersa en colores. El punto de partida de las impresiones serigráficas son las dos temáticas que sirvieron como base para la creación de esta colección, Botra y Candy, arte y dulces, vinculados a la creatividad y a la imagen del producto, generados por la interrelación de formas.

4.8 Brief

4.8.1 Marca

Esta marca nace con un nuevo concepto de moda para tallas grandes inspirada en Fernando Botero un artista colombiano que se caracteriza por su trabajo con volúmenes en donde las problemáticas humanas y sociales ocupan un lugar prioritario y constituyen a lo largo de su carrera las principales fuentes de inspiración, de una dilatada y variada producción en la que abundan paisajes, retratos y escenas costumbristas.

botra OLIG VF

CARTA DE MATERIALES Y COLORES

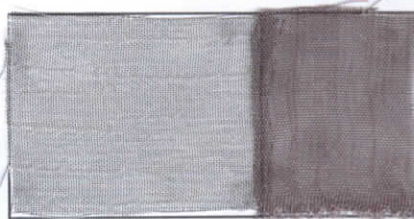
NOMBRE DE LA COLECCIÓN: LA BOTERA		INSPIRACIÓN: Botra y Candy		REFERENCIA: Z1-Z5
RANGO: Femenino	TALLA: XXL	GAMA: Casual-Formal	TENDENCIA: 2011	FECHA: 22/09/11

REFERENCIA: Z1

MUESTRA DE MATERIAL

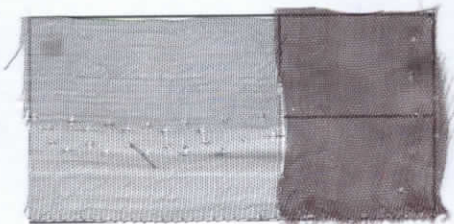


MUESTRA DE COLOR



REFERENCIA: Z2

MUESTRA DE MATERIAL



MUESTRA DE COLOR



REFERENCIA: Z3

MUESTRA DE MATERIAL



MUESTRA DE COLOR



REFERENCIA: Z4

MUESTRA DE MATERIAL



MUESTRA DE COLOR



REFERENCIA: Z5

MUESTRA DE MATERIAL



MUESTRA DE COLOR





CARTA DE MATERIALES Y COLORES

NOMBRE DE LA COLECCIÓN: LA BOTERA INSPIRACIÓN: Botra y Candy REFERENCIA:Z6-Z10
RANGO: Femenino TALLA: XXL GAMA: Casual-Formal TENDENCIA:2011 FECHA: 22/09/11

REFERENCIA:Z6

MUESTRA DE MATERIAL



MUESTRA DE COLOR



REFERENCIA:Z7

MUESTRA DE MATERIAL



MUESTRA DE COLOR



REFERENCIA:Z8

MUESTRA DE MATERIAL



MUESTRA DE COLOR



REFERENCIA:Z9

MUESTRA DE MATERIAL



MUESTRA DE COLOR



REFERENCIA:Z10

MUESTRA DE MATERIAL



MUESTRA DE COLOR



4.10.2 Collage

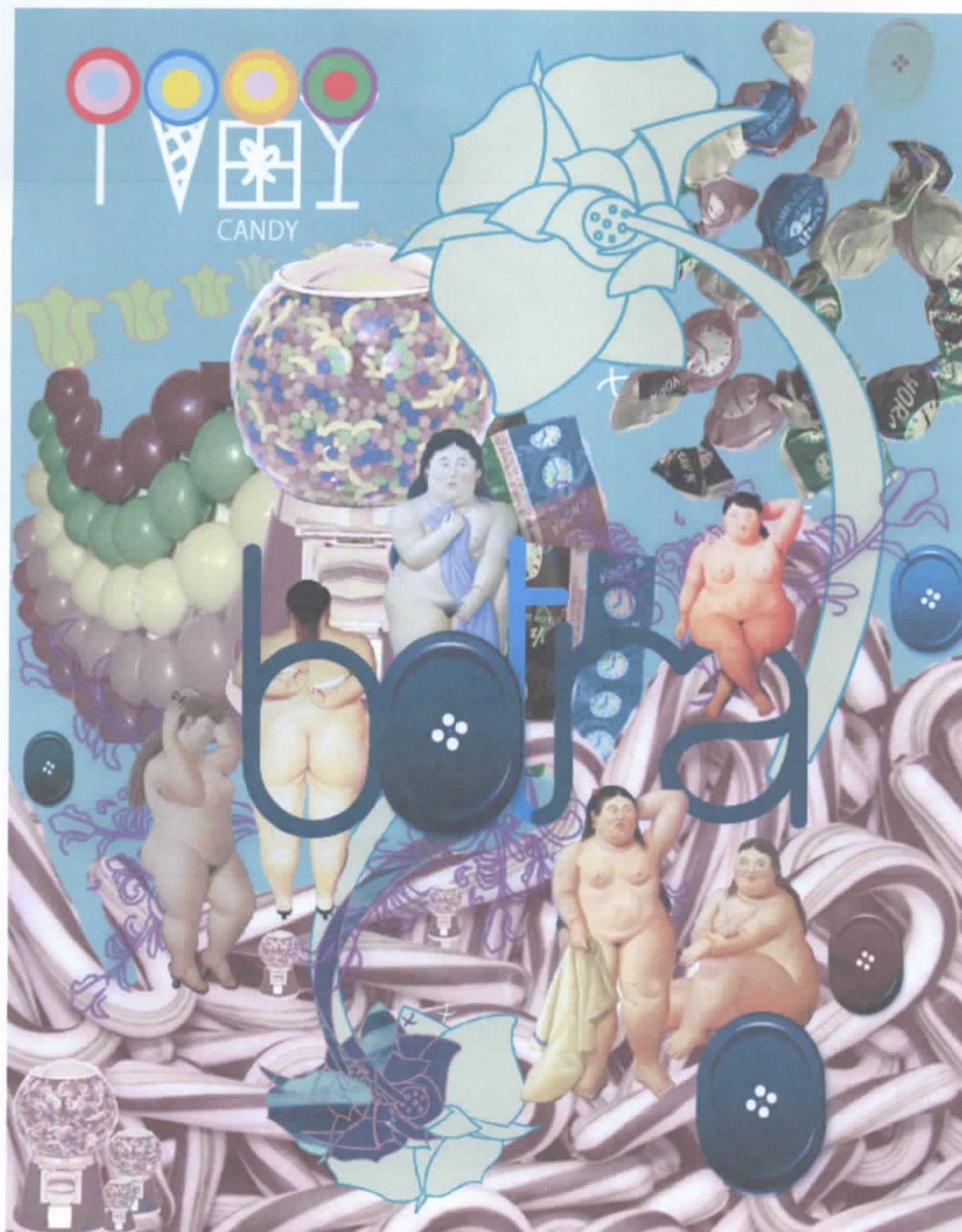


Gráfico 4.3 - Collage. Fuente: Investigador

4.10.3 Representación gráfica



Gráfico 4.4 - Composición gráfica. Fuente: Investigador

4.10.4 Fichas técnicas



FICHA DE DISEÑO ADMINISTRATIVA

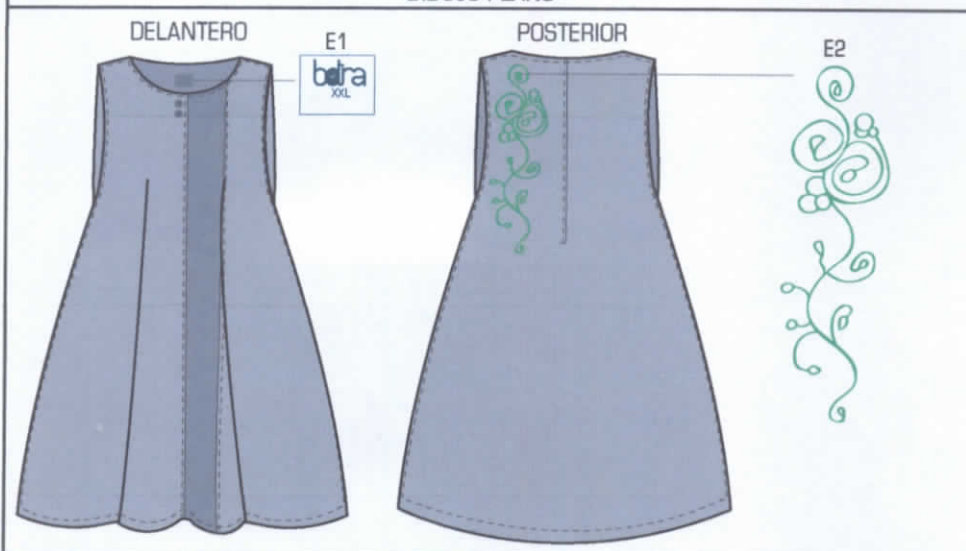
①

NOMBRE DE LA COLECCIÓN: LA BOTERA INSPIRACIÓN: Botra y Candy REFERENCIA: Z1

RANGO: Femenino TALLA: XXL GAMA: Casual-Formal TENDENCIA: 2011 FECHA: 22/09/11

DESCRIPCIÓN: Vestido largo sin mangas con botones de adorno y bolsillos por delante, en 2 tonos grises. Estampado de color verde en el lado izquierdo de la espalda.

DIBUJO PLANO



MATERIALES BÁSICOS

TELA:
FORRO: Kiana (Enagua Entera)
BOTONES: Plástico - Forrado
CIERRE: Nylon
PINTURA: Textil de bajo relieve
MAGUINARIA
RECTA
OVERLOCK
PLANCHADORA
PLANCHADORA
OBSERVACIONES
Estampado en serigrafía E1=Marca de la ropa y talla, E2=diseño.

MATERIALES E INSUMOS

	CANT.	U.	REF.	V. Unitario	V. Total
TELA	2	m.	GC-Z1	\$ 7.00	\$ 14.00
BOTONES	2	u.	B-Z1	\$ 0.15	\$ 0.30
CIERRE	1	u.	C-Z1	\$ 0.45	\$ 0.45
ESTAMPADO	2	u.	E _{1,2}	\$ 1.00	\$ 2.00
HILO	2	u.	H-Z1	\$ 0.30	\$ 0.60
FORRO	1.25	m.	F-Z1	\$ 3.00	\$ 3.75
Subtotal					\$ 21.10

RESUMEN

Materiales e insumos	\$ 21.10
Mano de Obra	\$ 0.80
Herramientas	\$ 0.30
Gastos generales	\$ 0.50
Utilidades 20%	\$ 4.22
IVA 12%	\$ 2.53
Costo Unitario total	\$ 29.45

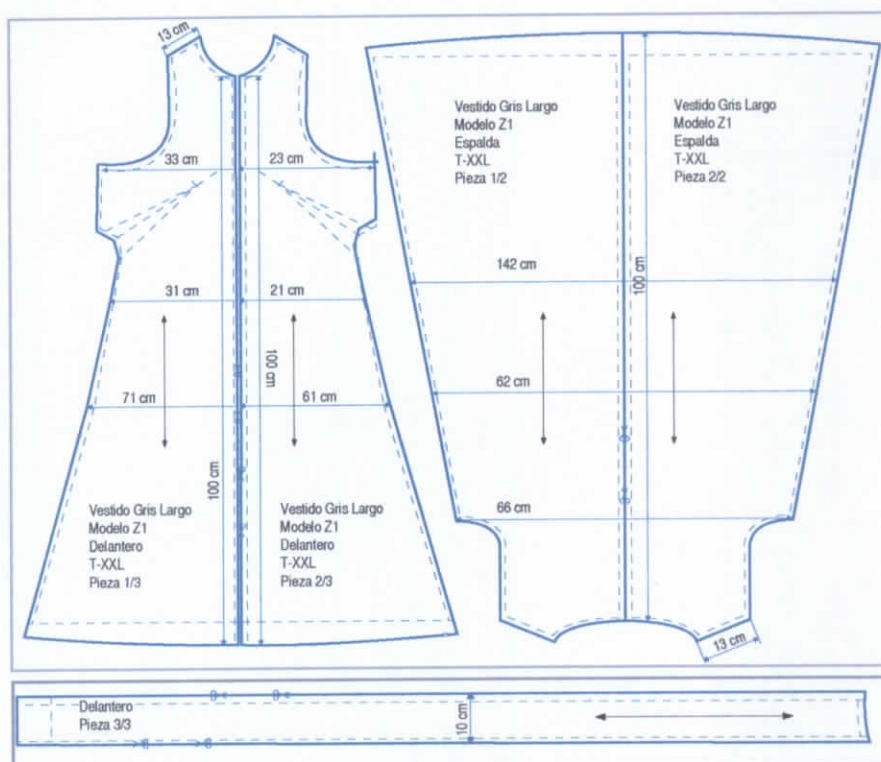
FICHA DE PATRONAJE Y DESPIECE

2

NOMBRE DE LA COLECCIÓN: LA BOTERA INSPIRACIÓN: Botra y Candy REFERENCIA: Z1

RANGO: Femenino TALLA: XXL GAMA: Casual-Formal TENDENCIA: 2011 FECHA: 22/09/11

DESCRIPCIÓN: Vestido largo sin mangas con botones de adorno y bolsillos por delante, en 2 tonos grises. Estampado de color verde en el lado izquierdo de la espalda.



SIMBOLOGÍA

Corte

Costura

Dir. Tela

MATERIAL Y COLOR



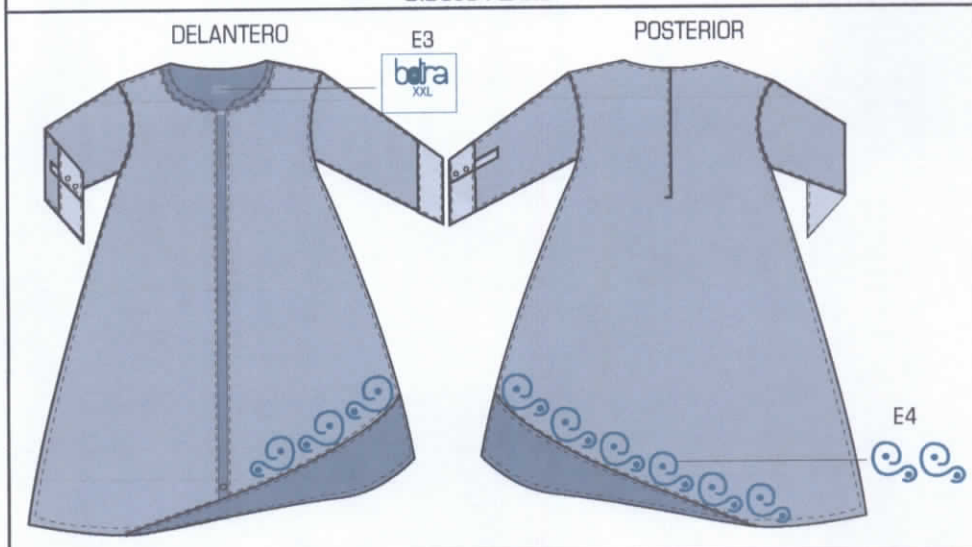


FICHA DE DISEÑO ADMINISTRATIVA

3

NOMBRE DE LA COLECCIÓN: LA BOTERA		INSPIRACIÓN: Botra y Candy		REFERENCIA: Z2
RANGO: Femenino	TALLA: XXL	GAMA: Casual-Formal	TENDENCIA: 2011	FECHA: 22/09/11
DESCRIPCIÓN: Vestido de cuello redondo largo con magas, en 3 tonos grises con corte vertical en la mitad y uno diagonal inferior. Estampado adelante y atrás sobre el corte diagonal.				

DIBUJO PLANO



MATERIALES BÁSICOS

TELA: Georgette
FORRO: Kiana (Enagua Entera)
BOTONES: Plástico - Forrado
CIERRE: Nylon
PINTURA: Textil bajo relieve
MAQUINARIA
Recta
Overlock
Planchadora
Recubridora

OBSERVACIONES

Estampado en serigrafía
E3=Marca de la ropa y talla,
E4=diseño.

MATERIALES E INSUMOS

	CANT.	U.	REF.	V. Unitario	V. Total
TELA	2	m.	GC-Z2	\$ 7.00	\$ 14.00
BOTONES	2	u.	B-Z2	\$ 0.15	\$ 0.30
CIERRE	1	u.	C-Z2	\$ 0.45	\$ 0.45
ESTAMPADO	2	u.	E ₃₋₄	\$ 1.00	\$ 2.00
HILO	2	u.	H-Z2	\$ 0.30	\$ 0.60
FORRO	1.25	m.	F-Z2	\$ 3.00	\$ 3.75
Subtotal					\$ 21.10

RESUMEN

Materiales e insumos	\$ 21.10
Mano de Obra	\$ 0.80
Herramientas	\$ 0.30
Gastos generales	\$ 0.50
Utilidades 20%	\$ 4.22
IVA 12%	\$ 2.53
Costo Unitario total	\$ 29.45



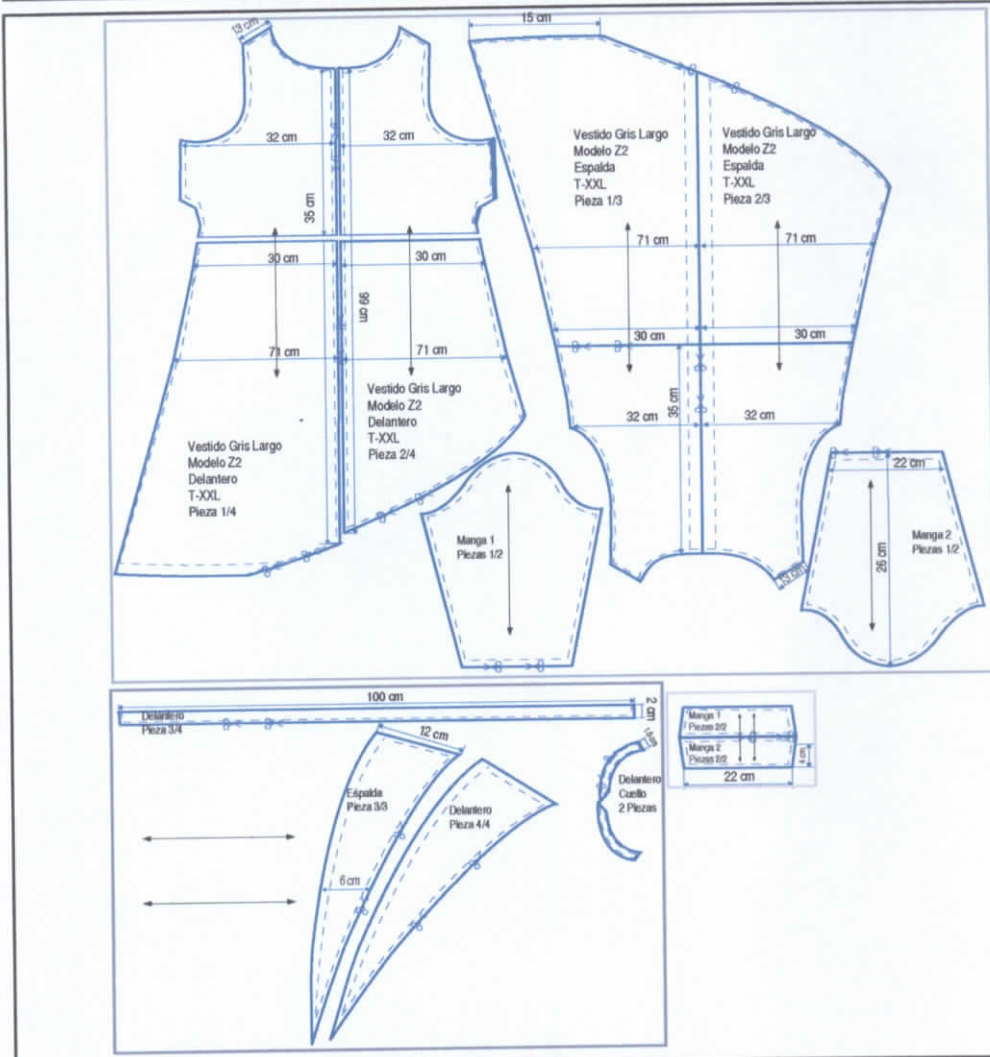
FICHA DE PATRONAJE Y DESPIECE

4

NOMBRE DE LA COLECCIÓN: LA BOTERA INSPIRACIÓN: Botra y Candy REFERENCIA: Z2

RANGO: Femenino TALLA: XXL GAMA: Prêt à Porter TENDENCIA: 2011 FECHA: 22/09/11

DESCRIPCIÓN: Vestido de cuello redondo largo con magas, en 3 tonos grises con corte vertical en la mitad y uno diagonal inferior. Estampado adelante y atrás sobre el corte diagonal.

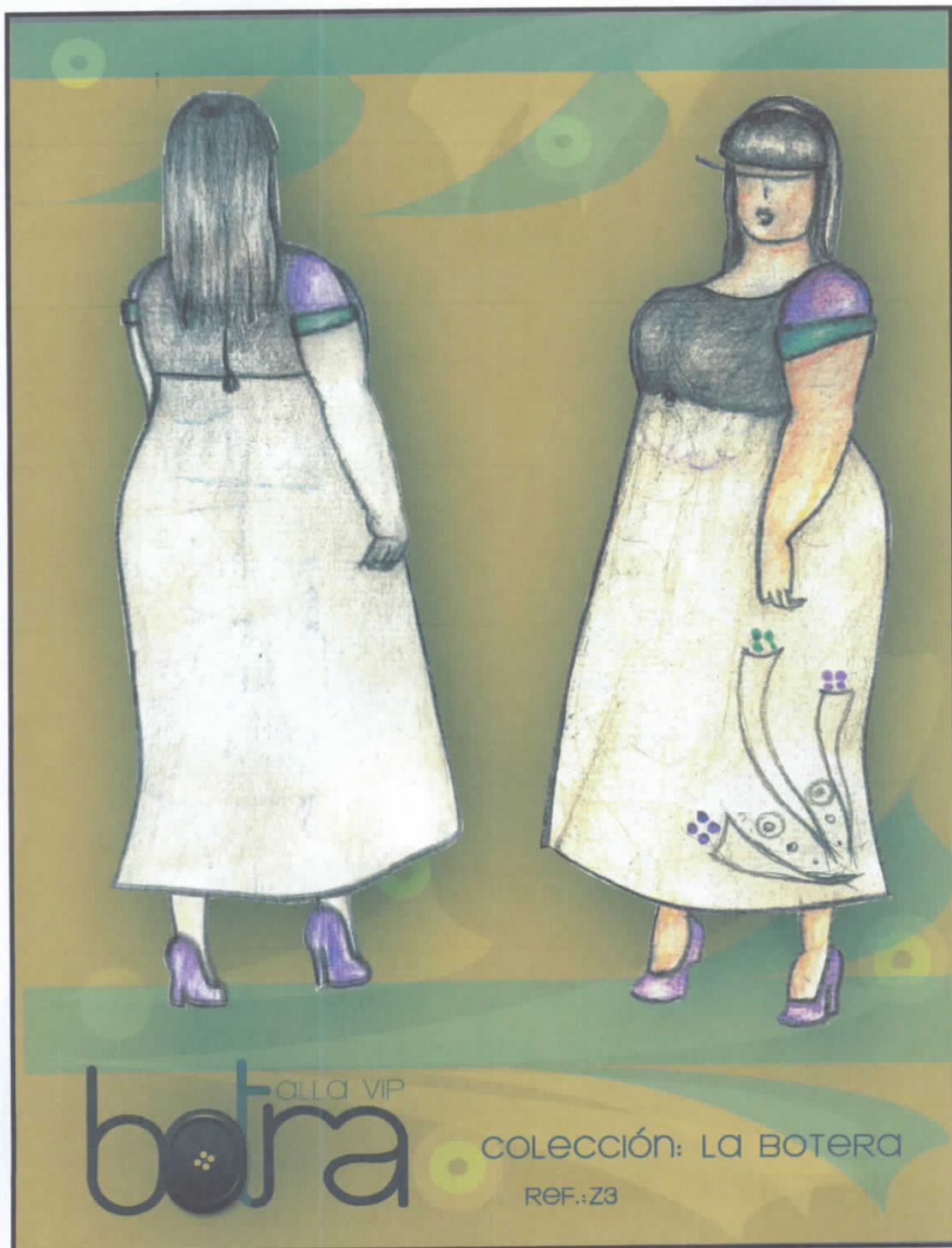


SIMBOLOGÍA

Corte Costura Dir. Tela

MATERIAL Y COLOR







FICHA DE DISEÑO ADMINISTRATIVA

5

NOMBRE DE LA COLECCIÓN: LA BOTERA		INSPIRACIÓN: Botra y Candy		REFERENCIA: Z3
RANGO: Femenino	TALLA: XXL	GAMA: Casual-Formal	TENDENCIA: 2011	FECHA: 22/09/11
DESCRIPCIÓN: Vestido largo, manga corta, cuello redondo y sin bolsillos, en 4 colores con corte debajo del busto. Estampado delantero de 3 colores.				

DIBUJO PLANO



MATERIALES BÁSICOS

TELA: Georgette
FORRO: Kiana (Enagua Entera)
BOTONES: Plástico - Forrado
CIERRE: Nylon
PINTURA: Textil bajo relieve
MAQUINARIA
Recta
Overlock
Planchadora
Recubridora
OBSERVACIONES
Estampado en serigrafía E5=Marca de la ropa y talla, E6=diseño.

MATERIALES E INSUMOS

	CANT.	U.	REF.	V. Unitario	V. Total
TELA	2.25	m.	GC-Z3	\$ 7.00	\$ 15.75
BOTONES	1	u.	B-Z3	\$ 0.15	\$ 0.15
CIERRE	1	u.	C-Z3	\$ 0.45	\$ 0.45
ESTAMPADO	4	u.	E5,6	\$ 1.00	\$ 4.00
HILO	2	u.	H-Z3	\$ 0.30	\$ 0.60
FORRO	1.25	m.	F-Z3	\$ 3.00	\$ 3.75
Subtotal					\$ 24.70

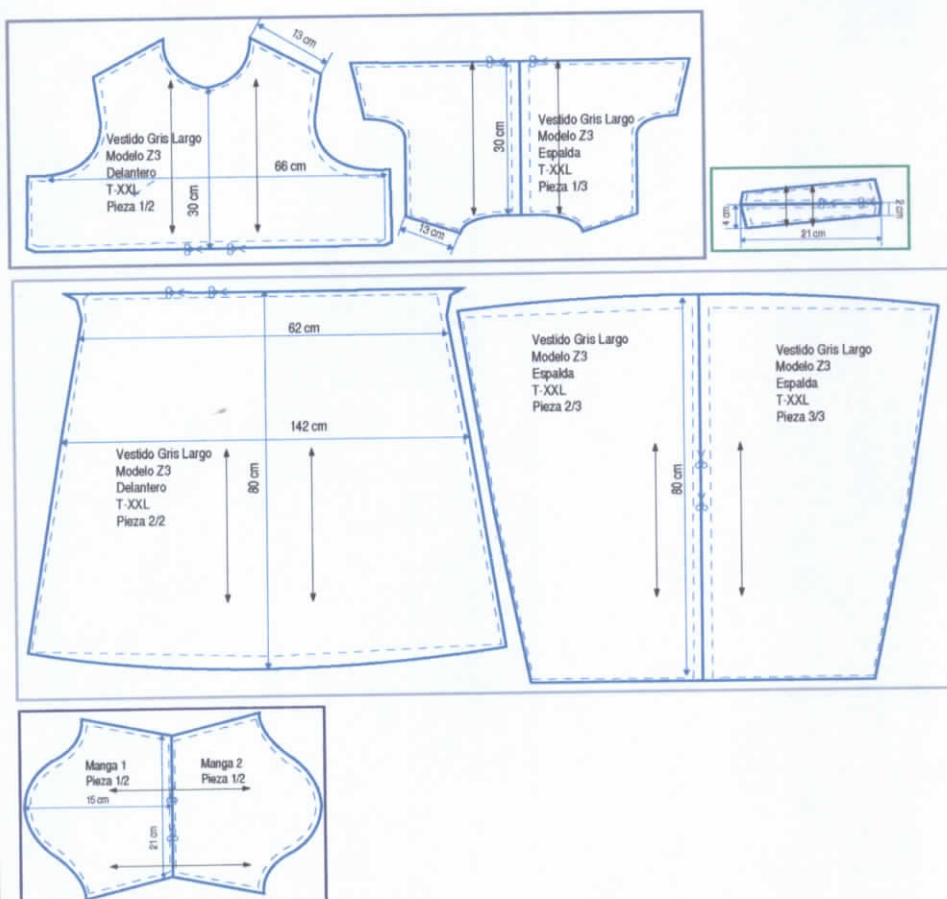
RESUMEN

Materiales e insumos	\$ 24.70
Mano de Obra	\$ 0.80
Herramientas	\$ 0.30
Gastos generales	\$ 0.50
Utilidades 20%	\$ 4.94
IVA 12%	\$ 2.90
Costo Unitario total	\$ 34.14

FICHA DE PATRONAJE Y DESPIECE

8

NOMBRE DE LA COLECCIÓN: LA BOTERA		INSPIRACIÓN: Botra y Candy		REFERENCIA: Z3
RANGO: Femenino	TALLA: XXL	GAMA: Casual-Formal	TENDENCIA: 2011	FECHA: 22/09/11
DESCRIPCIÓN: Vestido largo, manga corta, cuello redondo y sin bolsillos, en 4 colores con corte debajo del busto. Estampado delantero de 3 colores.				



SIMBOLOGÍA

Corte

Costura

Dir. Tela

MATERIAL Y COLOR



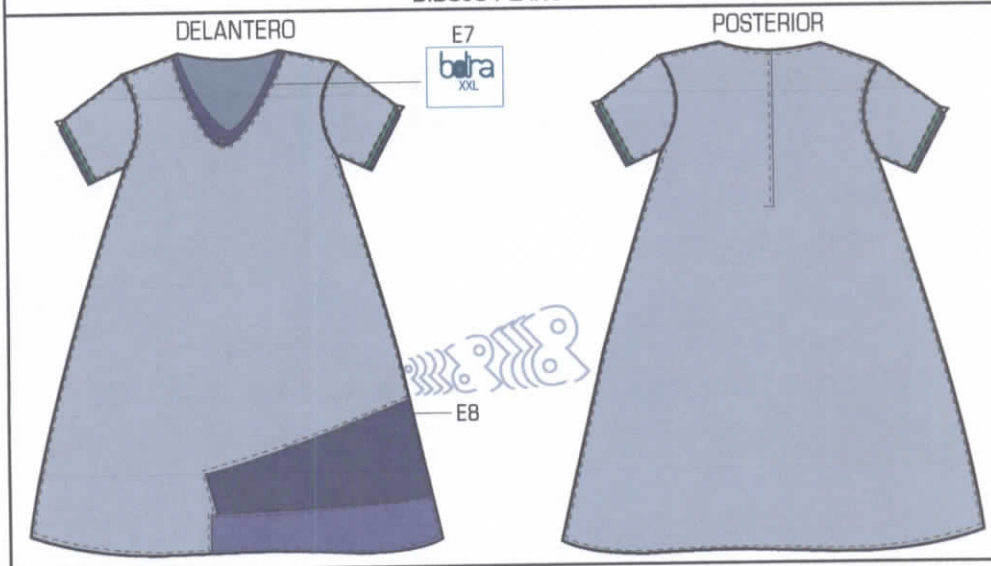


FICHA DE DISEÑO ADMINISTRATIVA

7

NOMBRE DE LA COLECCIÓN: LA BOTERA		INSPIRACIÓN: Botra y Candy		REFERENCIA: Z4
RANGO: Femenino	TALLA: XXL	GAMA: Casual-Formal	TENDENCIA: 2011	FECHA: 22/09/11
DESCRIPCIÓN: Vestido largo con cuello en V y manga corta con combinación de colores en los fillos, sin bolsillos, dos cortes en la pared inferior izquierda. Estampado delantero inferior.				

DIBUJO PLANO



MATERIALES BÁSICOS

TELA: Georgette
FORRO: Kiana (Enagua Entera)
BOTONES: Plástico - Forrado
CIERRE: Nylon
PINTURA: Textil bajo relieve

MAQUINARIA

Recta
Overlock
Planchadora
Recubridora

OBSERVACIONES

Estampado en serigrafía
E7=Marca de la ropa y talla,
E8=diseño.

MATERIALES E INSUMOS

	CANT.	U.	REF.	V. Unitario	V. Total
TELA	2	m.	GC-Z4	\$ 7.00	\$ 14.00
BOTONES	1	u.	B-Z4	\$ 0.15	\$ 0.15
CIERRE	1	u.	C-Z4	\$ 0.45	\$ 0.45
ESTAMPADO	2	u.	E7-8	\$ 1.00	\$ 2.00
HILO	2	u.	H-Z4	\$ 0.30	\$ 0.60
FORRO	1.25	m.	F-Z4	\$ 3.00	\$ 3.75
Subtotal					\$ 20.95

RESUMEN

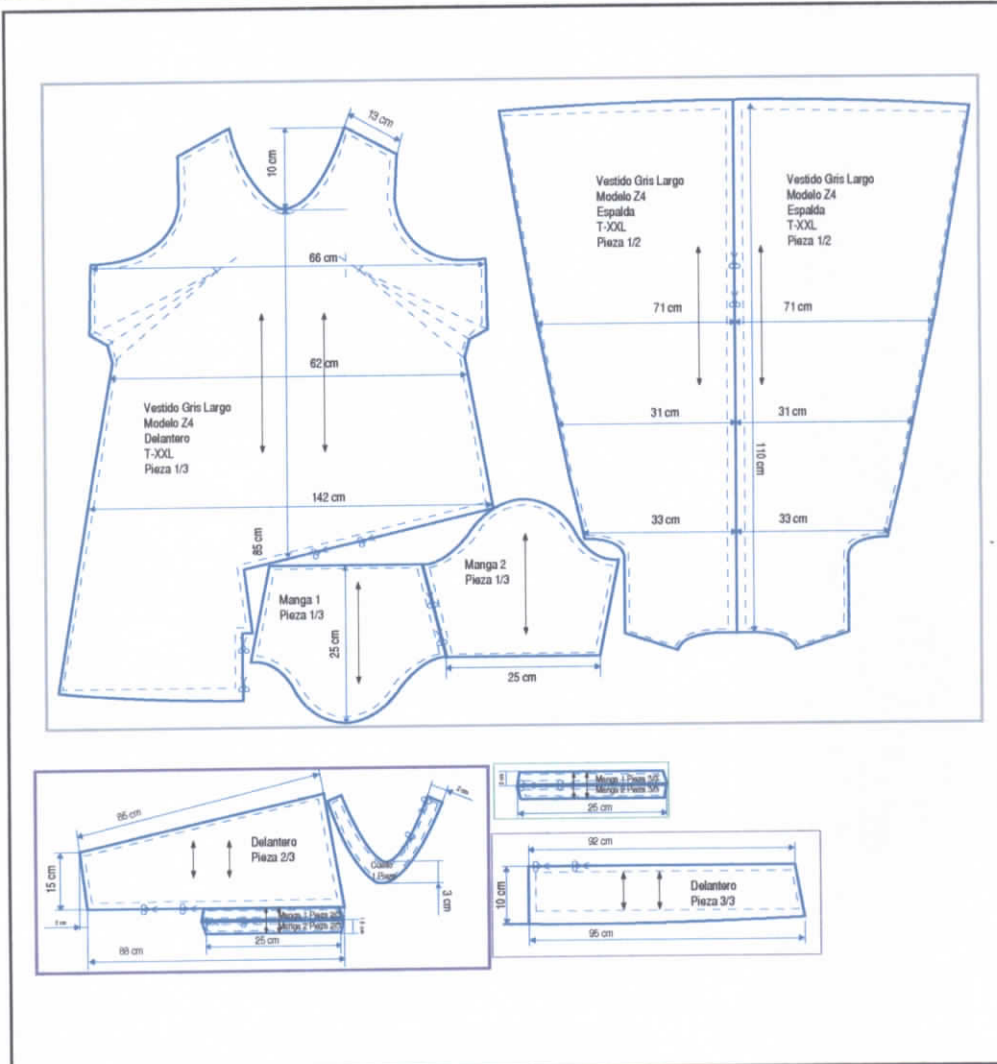
Materiales e insumos	\$ 20.95
Mano de Obra	\$ 0.80
Herramientas	\$ 0.30
Gastos generales	\$ 0.50
Utilidades 20%	\$ 4.19
IVA 12%	\$ 2.50
Costo Unitario total	\$ 29.24



FICHA DE PATRONAJE Y DESPIECE

8

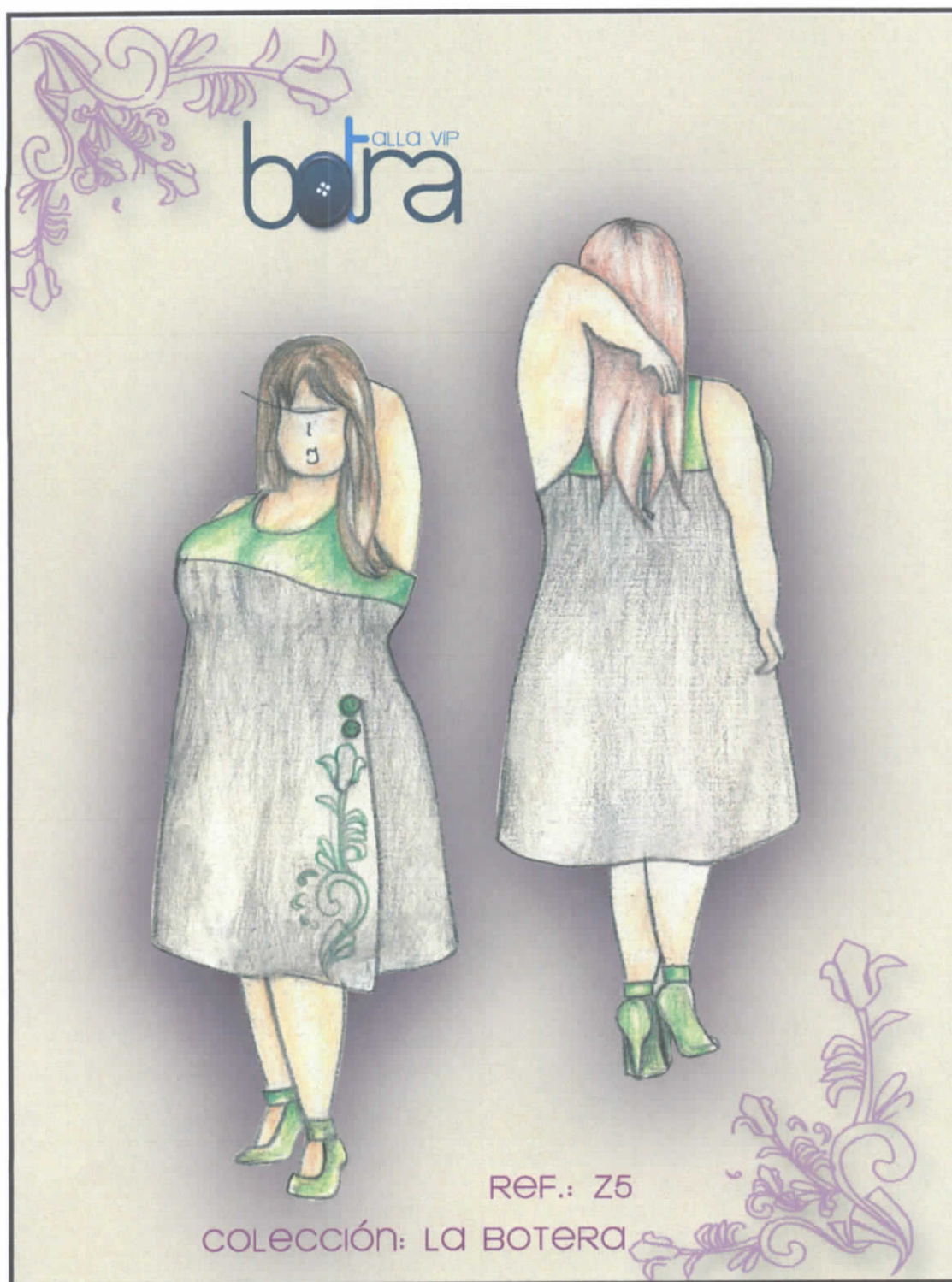
NOMBRE DE LA COLECCIÓN: LA BOTERA		INSPIRACIÓN: Botra y Candy		REFERENCIA: Z4
RANGO: Femenino	TALLA: XXL	GAMA: Casual-Formal	TENDENCIA: 2011	FECHA: 22/09/11
DESCRIPCIÓN: Vestido largo con cuello en V y manga corta con combinación de colores en los filos, sin bolsillos, dos cortes en la pared inferior izquierda. Estampado delantero inferior.				



SIMBOLOGÍA

Corte: Costura: Dir. Tela:

MATERIAL Y COLOR



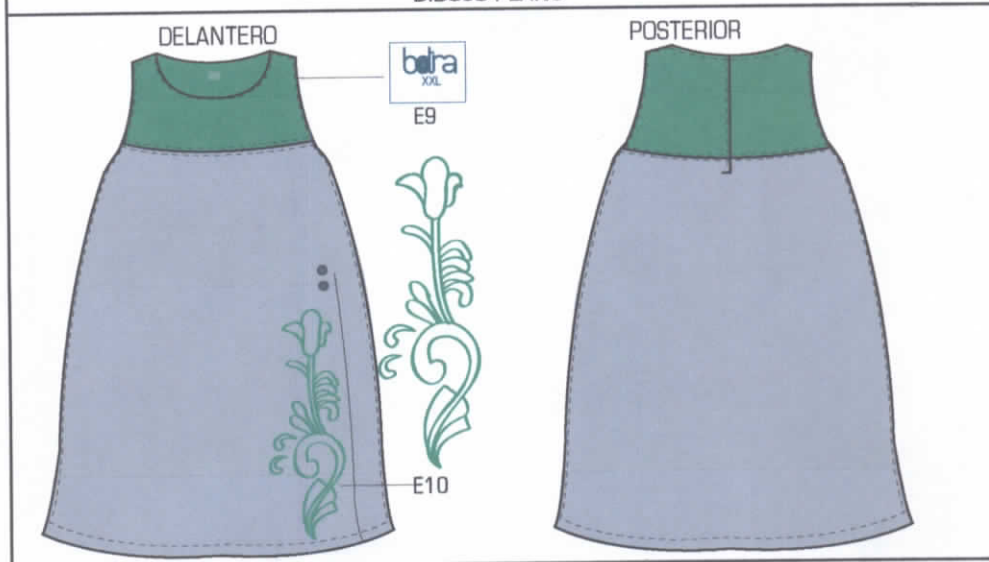


FICHA DE DISEÑO ADMINISTRATIVA

9

NOMBRE DE LA COLECCIÓN: LA BOTERA		INSPIRACIÓN: Botra y Candy		REFERENCIA: Z5
RANGO: Femenino	TALLA: XXL	GAMA: Casual-Formal	TENDENCIA: 2011	FECHA: 22/09/11
DESCRIPCIÓN: Vestido largo sin mangas, cuello redondo, sin bolsillos, corte horizontal a la altura del busto. Estampado verde delantero a lado del corte vertical				

DIBUJO PLANO



MATERIALES BÁSICOS

TELA: Georgette
FORRO: Kiana (Enagua Entera)
BOTONES: Plástico - Forrado
CIERRE: Nylon
PINTURA: Textil bajo relieve

MAQUINARIA

Recta
Overlock
Planchadora
Recubridora

OBSERVACIONES

Estampado en serigrafía
E9=Marca de la ropa y talla,
E10=diseño.

MATERIALES E INSUMOS

	CANT.	U.	REF.	V. Unitario	V. Total
TELA	1.75	m.	GC-Z5	\$ 7.00	\$ 12.25
BOTONES	2	u.	B-Z5	\$ 0.15	\$ 0.30
CIERRE	1	u.	C-Z5	\$ 0.45	\$ 0.45
ESTAMPADO	2	u.	E ₉₋₁₀	\$ 1.00	\$ 2.00
HILO	2	u.	H-Z5	\$ 0.30	\$ 0.60
FORRO	1.25	m.	F-Z4	\$ 3.00	\$ 3.75
Subtotal					\$ 19.35

RESUMEN

Materiales e insumos	\$ 19.35
Mano de Obra	\$ 0.80
Herramientas	\$ 0.30
Gastos generales	\$ 0.50
Utilidades 20%	\$ 3.87
IVA 12%	\$ 2.30
Costo Unitario total	\$ 27.12

bolra CLIC VP

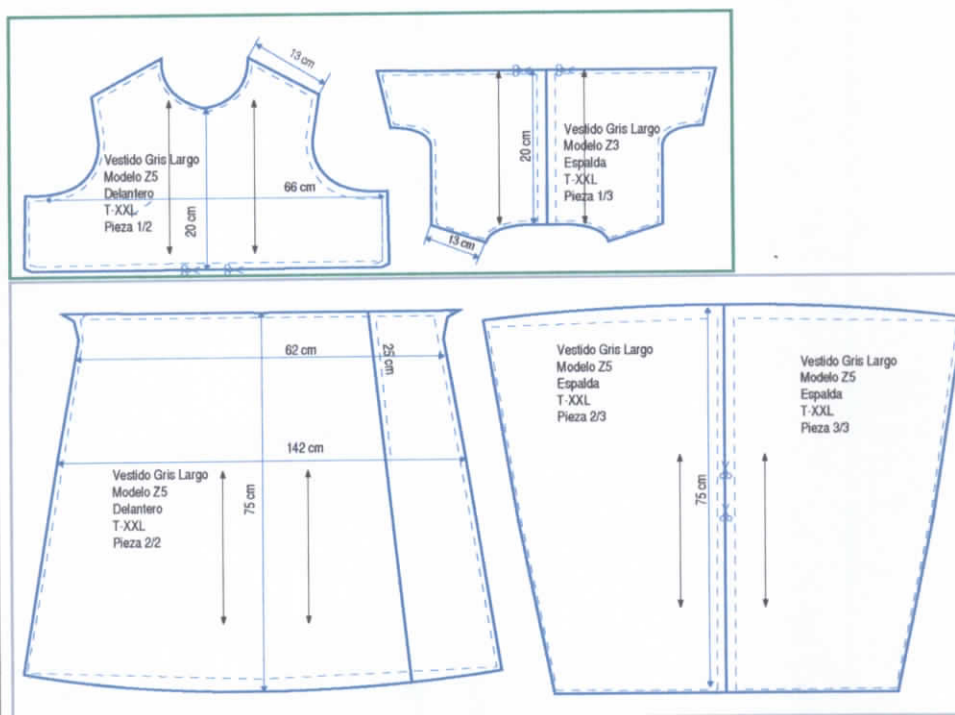
FICHA DE PATRONAJE Y DESPIECE

10

NOMBRE DE LA COLECCIÓN: LA BOTERA INSPIRACIÓN: Botra y Candy REFERENCIA: Z5

RANGO: Femenino TALLA: XXL GAMA: Casual-Formal TENDENCIA: 2011 FECHA: 22/09/11

DESCRIPCIÓN: Vestido largo, manga corta, cuello en V y sin bolsillos, en 4 colores con dos cortes en la pared inferior izquierda. Estampado delantero inferior.



SIMBOLOGÍA

Corte



Costura

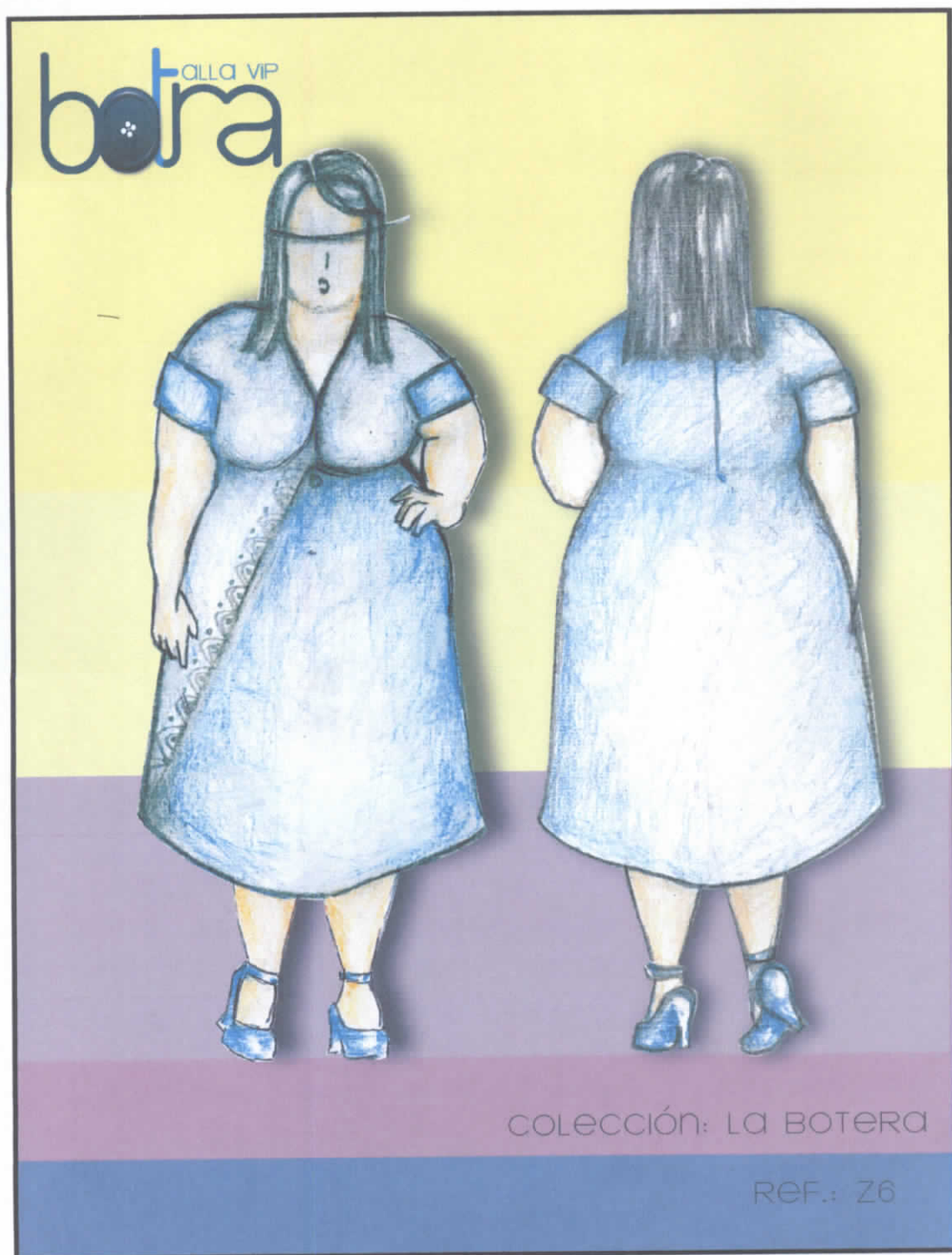


Dir. Tela



MATERIAL Y COLOR





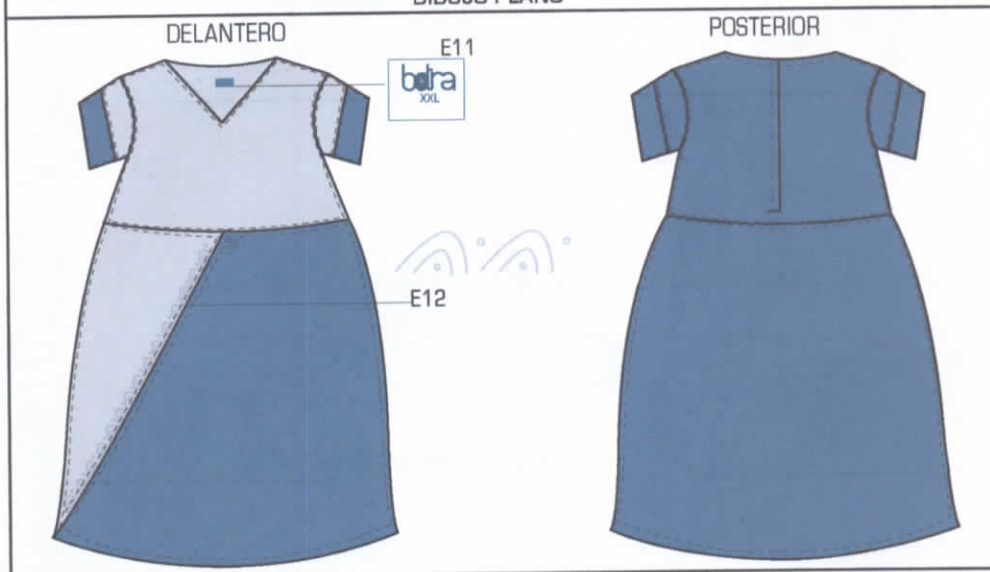


FICHA DE DISEÑO ADMINISTRATIVA

11

NOMBRE DE LA COLECCIÓN: LA BOTERA		INSPIRACIÓN: Botra y Candy		REFERENCIA: Z6
RANGO: Femenino	TALLA: XXL	GAMA: Casual-Formal	TENDENCIA: 2011	FECHA: 22/09/11
DESCRIPCIÓN: Vestido largo de manga corta, en 2 colores con corte diagonal delantero desde la mitad de la cintura hasta el extremo inferior derecho. Estampado diagonal sobre línea de corte.				

DIBUJO PLANO



MATERIALES BÁSICOS

TELA: Georgette
FORRO: Kiana (Enagua Entera)
BOTONES: Plástico - Forrado
CIERRE: Nylon
PINTURA: Textil bajo relieve

MAQUINARIA

Recta
Overlock
Planchadora
Recubridora

OBSERVACIONES

Estampado en serigrafía
E11=Marca de la ropa y la talla,
E12=diseño.

MATERIALES E INSUMOS

	CANT.	U.	REF.	V. Unitario	V. Total
TELA	2	m.	GC-Z6	\$ 7.00	\$ 14.00
BOTONES	2	u.	B-Z6	\$ 0.15	\$ 0.30
CIERRE	1	u.	C-Z6	\$ 0.45	\$ 0.45
ESTAMPADO	2	u.	E ₁₁₋₁₂	\$ 1.00	\$ 2.00
HILO	2	u.	H-Z6	\$ 0.30	\$ 0.60
FORRO	1.25	m.	F-Z6	\$ 3.00	\$ 3.75
Subtotal					\$ 21.10

RESUMEN

Materiales e insumos	\$ 21.10
Mano de Obra	\$ 0.80
Herramientas	\$ 0.30
Gastos generales	\$ 0.50
Utilidades 20%	\$ 4.22
IVA 12%	\$ 2.53
Costo Unitario total	\$ 29.45

botra OLIG VP

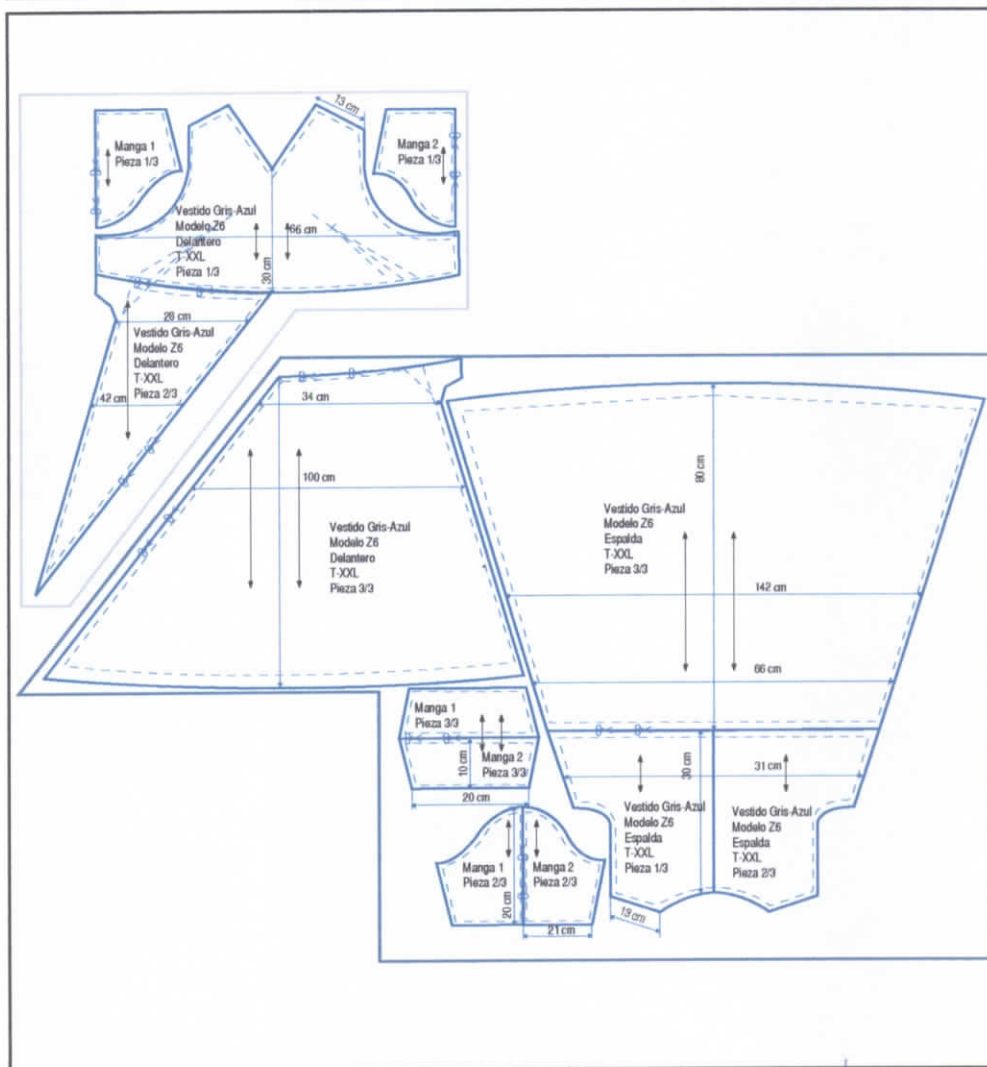
FICHA DE PATRONAJE Y DESPIECE

12

NOMBRE DE LA COLECCIÓN: LA BOTERA INSPIRACIÓN: Botra y Candy REFERENCIA: Z6

RANGO: Femenino TALLA: XXL GAMA: Casual-Formal TENDENCIA: 2011 FECHA: 22/09/11

DESCRIPCIÓN: Vestido largo de manga corta, en 2 colores con corte diagonal delantero desde la mitad de la cintura hasta el extremo inferior derecho. Estampado diagonal sobre línea de corte.



SIMBOLOGÍA

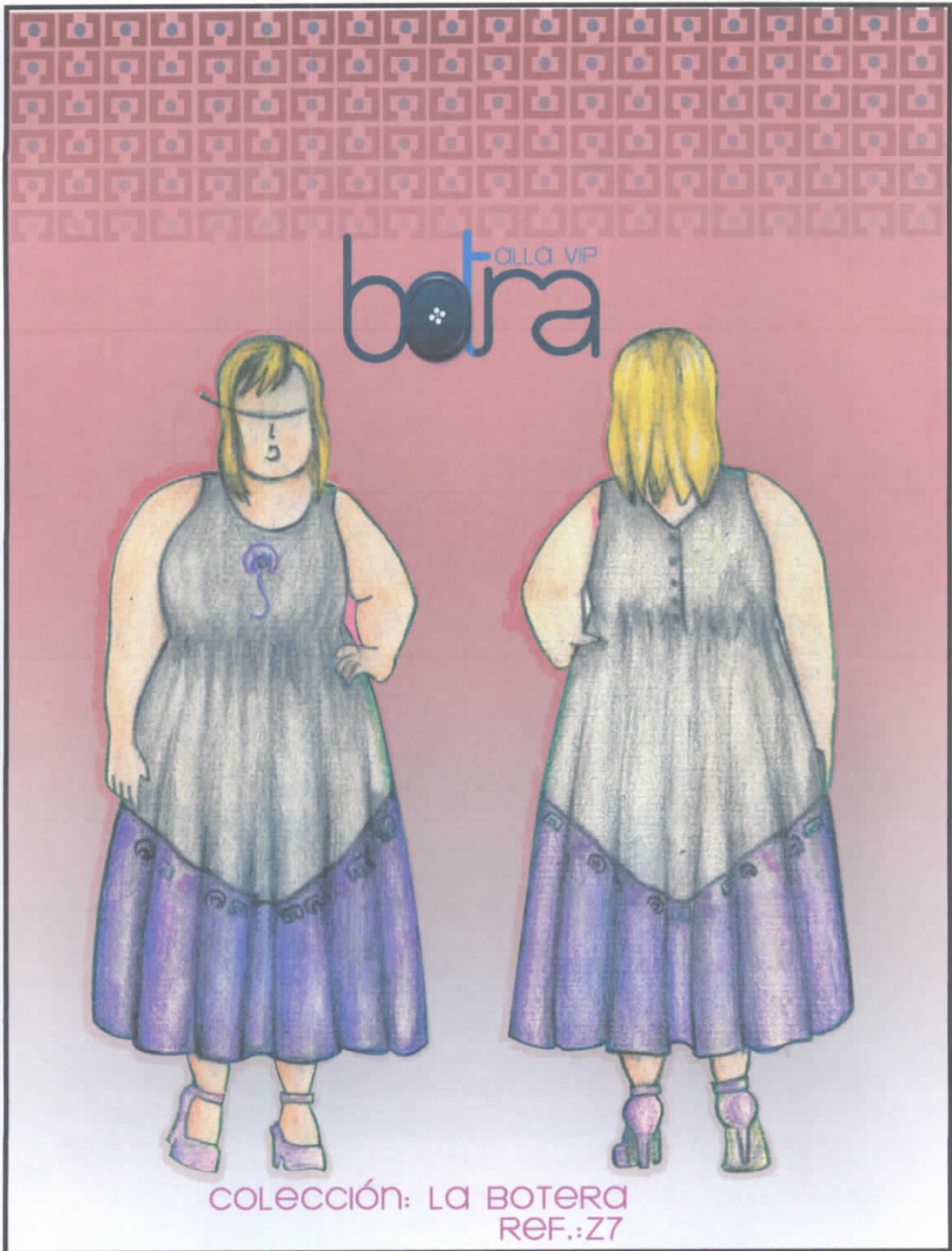
Corte

Costura

Dir. Tela

MATERIAL Y COLOR







FICHA DE DISEÑO ADMINISTRATIVA

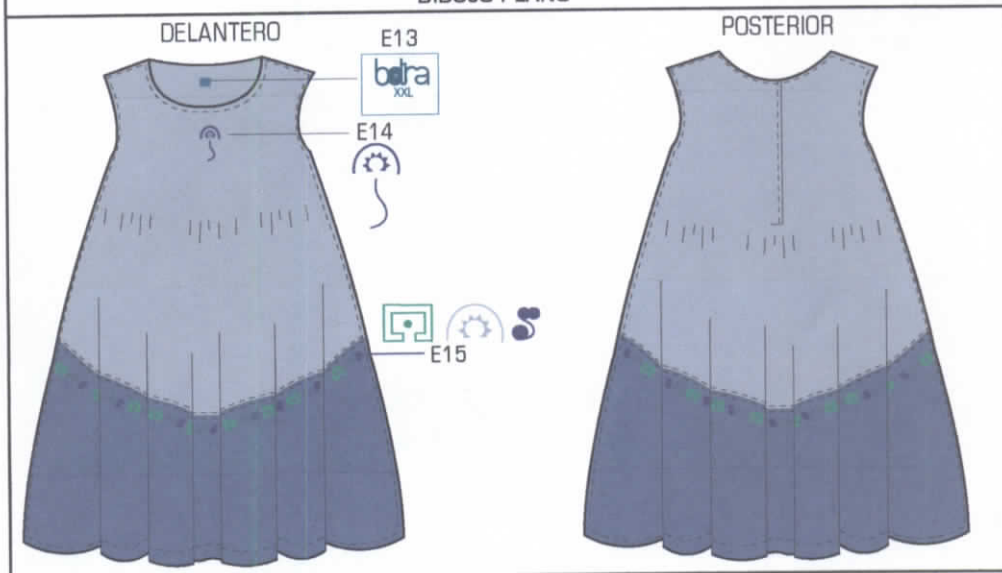
13

NOMBRE DE LA COLECCIÓN: LA BOTERA INSPIRACIÓN: Botra y Candy REFERENCIA: Z7

RANGO: Femenino TALLA: XXL GAMA: Casual-Formal TENDENCIA: 2011 FECHA: 22/09/11

DESCRIPCIÓN: Vestido largo sin mangas, en 2 colores con corte adelante y atrás. Estampado en el pecho y bajo el corte del vestido.

DIBUJO PLANO



MATERIALES BÁSICOS

TELA: Georgette
FORRO: Kiana (Enagua Entera)
BOTONES: Plástico - Forrado
CIERRE: Nylon
PINTURA: Textil bajo relieve

MAQUINARIA

Recta
Overlock
Planchadora
Recubridora

OBSERVACIONES

Estampado en serigrafía
E13=Marca de la ropa y la talla,
E14, E15=diseño.

MATERIALES E INSUMOS

	CANT.	U.	REF.	V. Unitario	V. Total
TELA	2.25	m.	GC-Z7	\$ 7.00	\$ 15.75
BOTONES	1	u.	B-Z7	\$ 0.15	\$ 0.15
CIERRE	1	u.	C-Z7	\$ 0.45	\$ 0.45
ESTAMPADO	4	u.	E13-14-15	\$ 1.00	\$ 4.00
HILO	2	u.	H-Z7	\$ 0.30	\$ 0.60
FORRO	1.50	m.	F-Z7	\$ 3.00	\$ 4.50
Subtotal					\$ 25.45

RESUMEN

Materiales e insumos	\$ 25.45
Mano de Obra	\$ 0.80
Herramientas	\$ 0.30
Gastos generales	\$ 0.50
Utilidades 20%	\$ 5.09
IVA 12%	\$ 3.00
Costo Unitario total	\$ 35.14

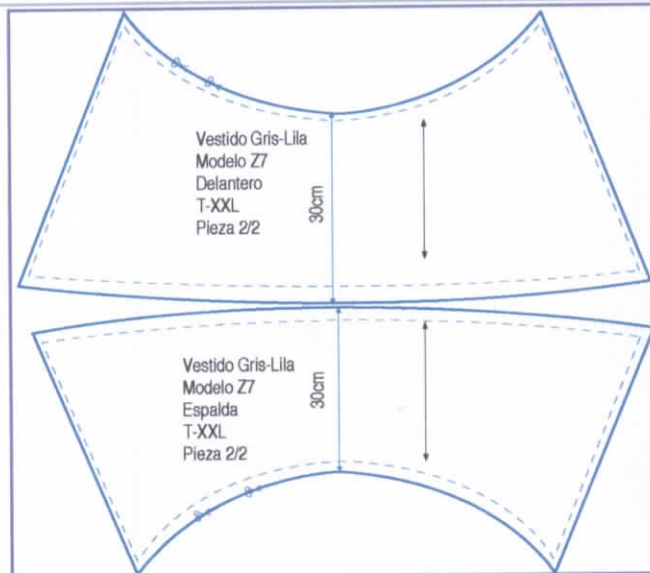
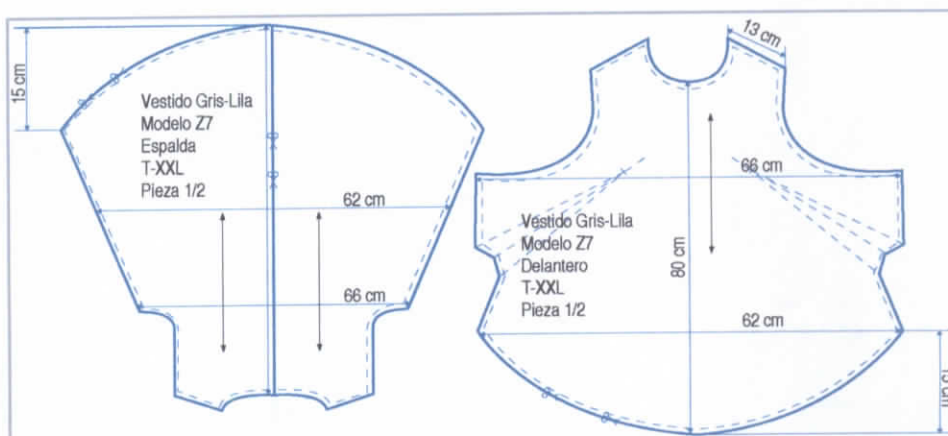
FICHA DE PATRONAJE Y DESPIECE

14

NOMBRE DE LA COLECCIÓN: LA BOTERA INSPIRACIÓN: Botra y Candy REFERENCIA: Z7

RANGO: Femenino TALLA: XXL GAMA: Casual-Formal TENDENCIA: 2011 FECHA: 22/09/11

DESCRIPCIÓN: Vestido largo sin mangas, en 2 colores con corte adelante y atrás. Estampado en el pecho y bajo el corte del vestido.



SIMBOLOGÍA

Corte



Costura



Dir. Tela



MATERIAL Y COLOR



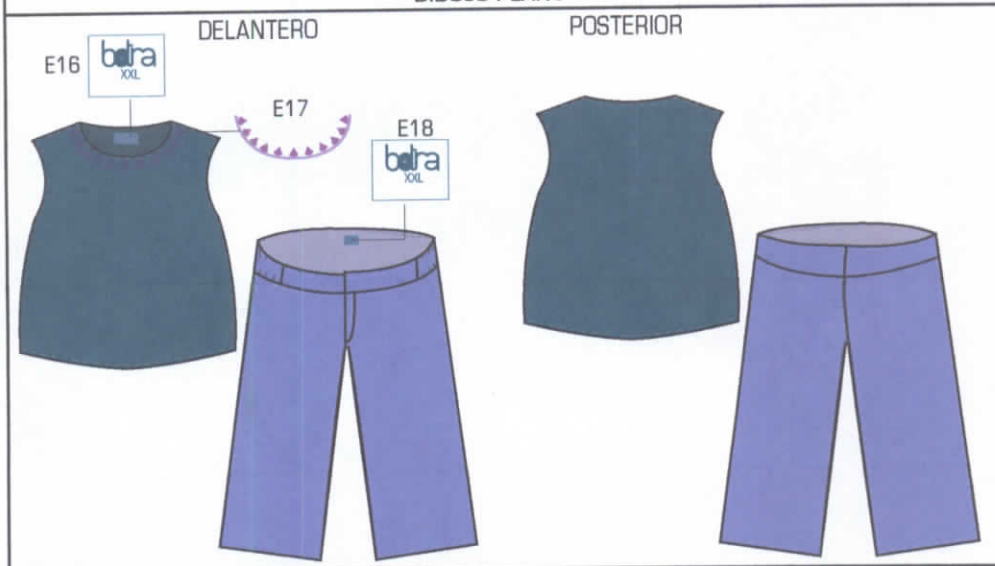


FICHA DE DISEÑO ADMINISTRATIVA

15

NOMBRE DE LA COLECCIÓN: LA BOTERA		INSPIRACIÓN: Botra y Candy		REFERENCIA: Z8
RANGO: Femenino	TALLA: XXL	GAMA: Casual-Formal	TENDENCIA: 2011	FECHA: 22/09/11
DESCRIPCIÓN: Blusa azul sin mangas con estampado alrededor del cuello por delante, pantalón recto con bolsillos y estampado interior en el bolsillo derecho.				

DIBUJO PLANO



MATERIALES BÁSICOS

TELA: Seda Sintética
FORRO: -
BOTONES: Plástico - Forrado
CIERRE: Nylon
PINTURA: Textil bajo relieve
MAQUINARIA
Recta
Overlock
Planchadora
Recubridora
OBSERVACIONES
Estampado en serigrafía E16, 18=Marca de la ropa y talla, E17, E18=diseño.

MATERIALES E INSUMOS

	CANT.	U.	REF.	V. Unitario	V. Total
TELA	3	m.	GC-Z8	\$ 7.00	\$ 21.00
BOTONES	1	u.	B-Z8	\$ 0.15	\$ 0.15
CIERRE	1	u.	C-Z8	\$ 0.45	\$ 0.45
ESTAMPADO	2	u.	E _{16,17,18,19}	\$ 1.00	\$ 2.00
HILO	2	u.	H-Z8	\$ 0.30	\$ 0.60
FORRO	-	-	-	-	-
Subtotal					\$ 24.20

RESUMEN

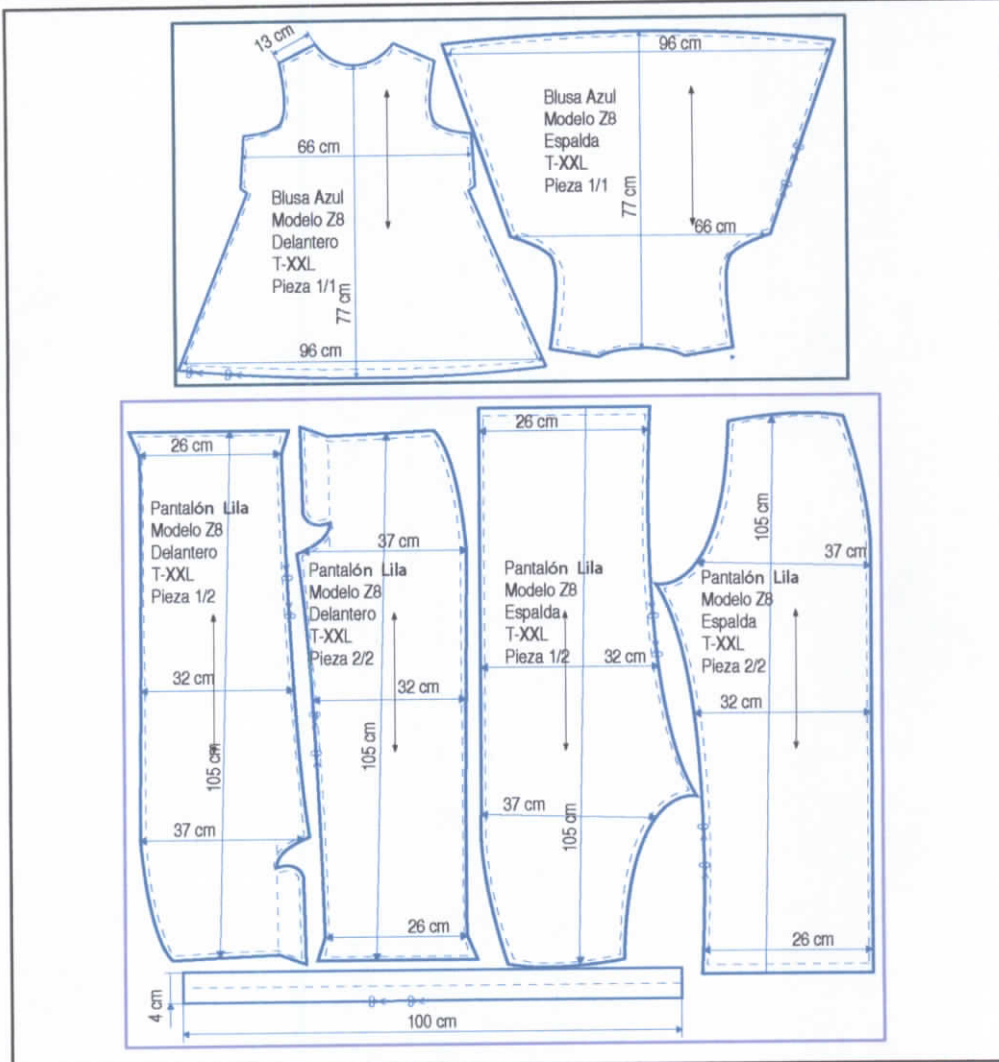
Materiales e insumos	\$ 24.20
Mano de Obra	\$ 0.80
Herramientas	\$ 0.30
Gastos generales	\$ 0.50
Utilidades 20%	\$ 4.84
IVA 12%	\$ 2.90
Costo Unitario total	\$ 33.54



FICHA DE PATRONAJE Y DESPIECE

16

NOMBRE DE LA COLECCIÓN: LA BOTERA		INSPIRACIÓN: Botra y Candy		REFERENCIA: Z8
RANGO: Femenino	TALLA: XXL	GAMA: Casual-Formal	TENDENCIA: 2011	FECHA: 22/09/11
DESCRIPCIÓN: Blusa azul sin mangas con estampado alrededor del cuello por delante, pantalón recto con bolsillos y estampado interior en el bolsillo derecho.				



SIMBOLOGÍA

Corte

Costura

Dir. Tela

MATERIAL Y COLOR



COLLA VIP
botra



COLECCIÓN: LA BOTERA
REF.:Z9

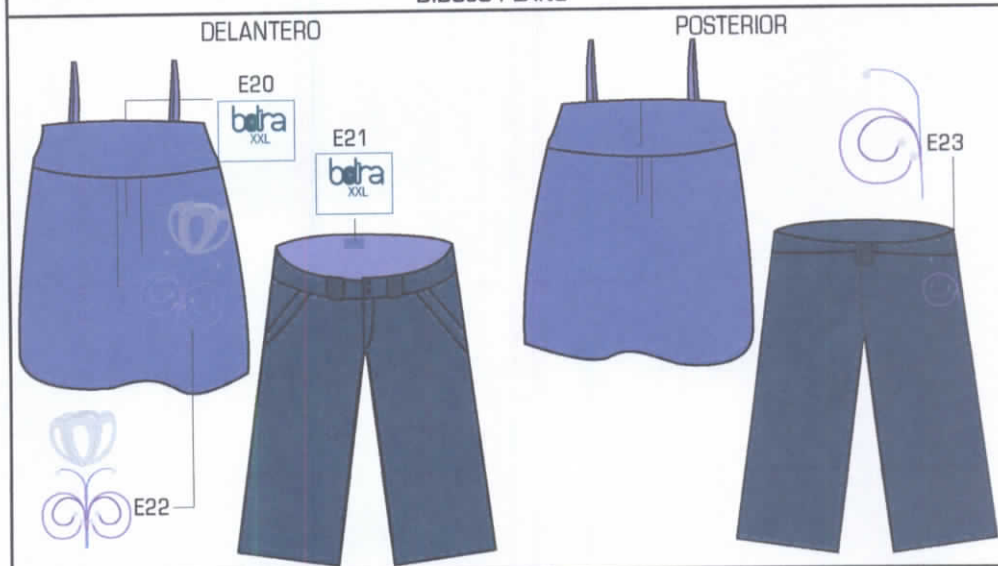


FICHA DE DISEÑO ADMINISTRATIVA

17

NOMBRE DE LA COLECCIÓN: LA BOTERA		INSPIRACIÓN: Botra y Candy		REFERENCIA: Z9
RANGO: Femenino	TALLA: XXL	GAMA: Casual-Formal	TENDENCIA: 2011	FECHA: 22/09/11
DESCRIPCIÓN: Blusa sin mangas con corte bajo el busto y estampado en la parte inferior izquierda, pantalón recto con bolsillos delanteros y estampado atrás.				

DIBUJO PLANO



MATERIALES BÁSICOS

TELA: Seda Sintética

FORRO: -

BOTONES: Plástico - Forrado

CIERRE: Nylon

PINTURA: Textil bajo relieve

MAQUINARIA

Recta

Overlock

Planchadora

Recubridora

OBSERVACIONES

Estampado en serigrafía
E20, E21=Marca de la ropa, E22,
E23=diseño.

MATERIALES E INSUMOS

	CANT.	U.	REF.	V. Unitario	V. Total
TELA	3	m.	GC-Z9	\$ 7.00	\$ 21.00
BOTONES	1	u.	B-Z9	\$ 0.15	\$ 0.15
CIERRE	1	u.	C-Z9	\$ 0.45	\$ 0.45
ESTAMPADO	6	u.	E _{20,21,22,23}	\$ 1.00	\$ 6.00
HILO	2	u.	H-Z9	\$ 0.30	\$ 0.60
FORRO	-	-	-	-	-
Subtotal					\$ 28.20

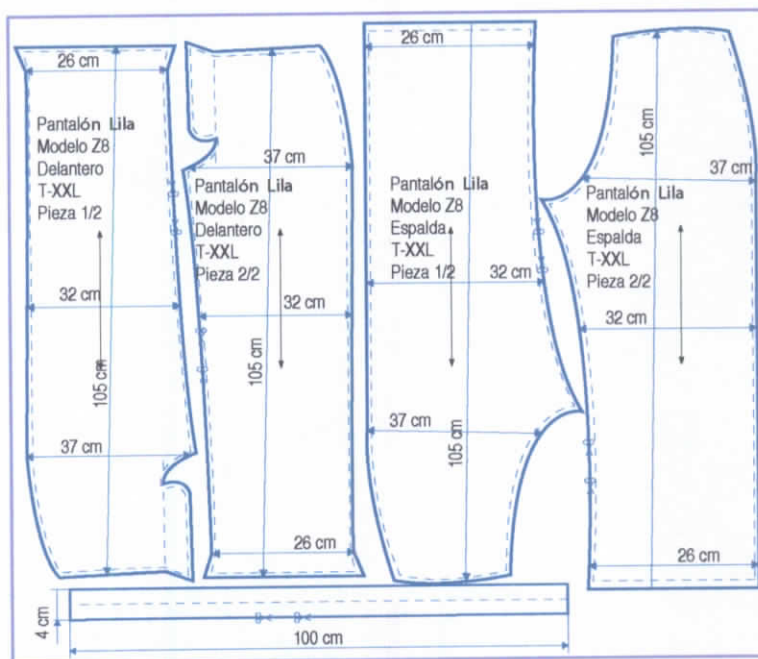
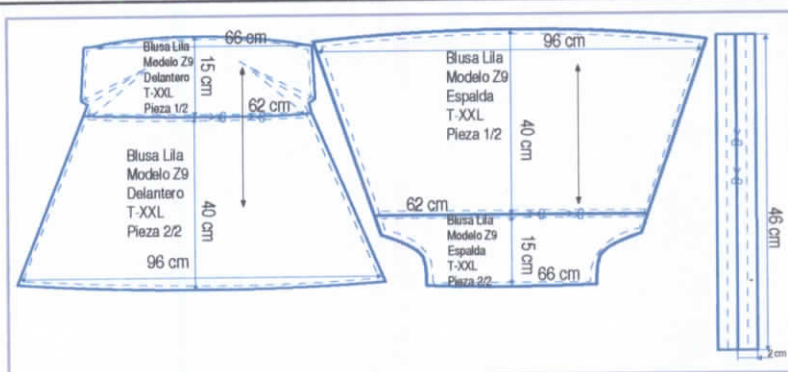
RESUMEN

Materiales e insumos	\$ 28.20
Mano de Obra	\$ 0.80
Herramientas	\$ 0.30
Gastos generales	\$ 0.50
Utilidades 20%	\$ 5.64
IVA 12%	\$ 3.38
Costo Unitario total	\$ 38.82

FICHA DE PATRONAJE Y DESPIECE

18

NOMBRE DE LA COLECCIÓN: LA BOTERA		INSPIRACIÓN: Botra y Candy		REFERENCIA: Z9
RANGO: Femenino	TALLA: XXL	GAMA: Casual-Formal	TENDENCIA: 2011	FECHA: 22/09/11
DESCRIPCIÓN: Blusa sin mangas con corte bajo el busto y estampado en la parte inferior izquierda, pantalón recto con con bolsillos delanteros y estampado atrás.				



SIMBOLOGÍA

Corte

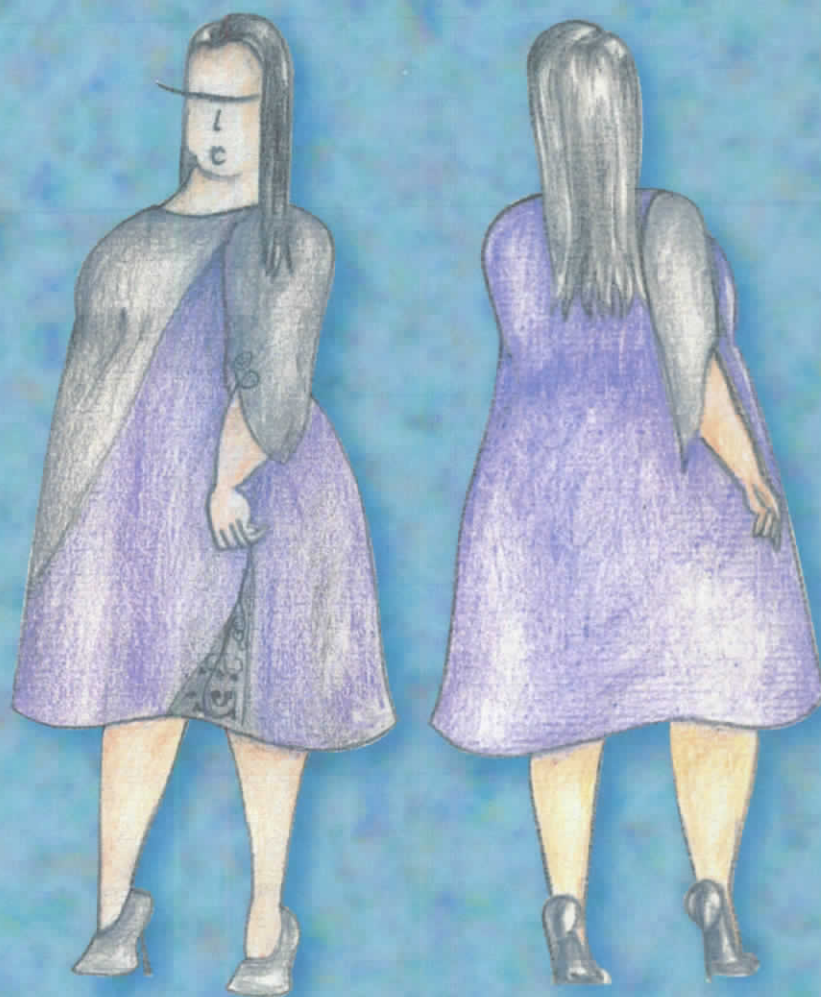
Costura

Dir. Tela

MATERIAL Y COLOR



COLECCIÓN: LA BOTERA
REF.: Z10



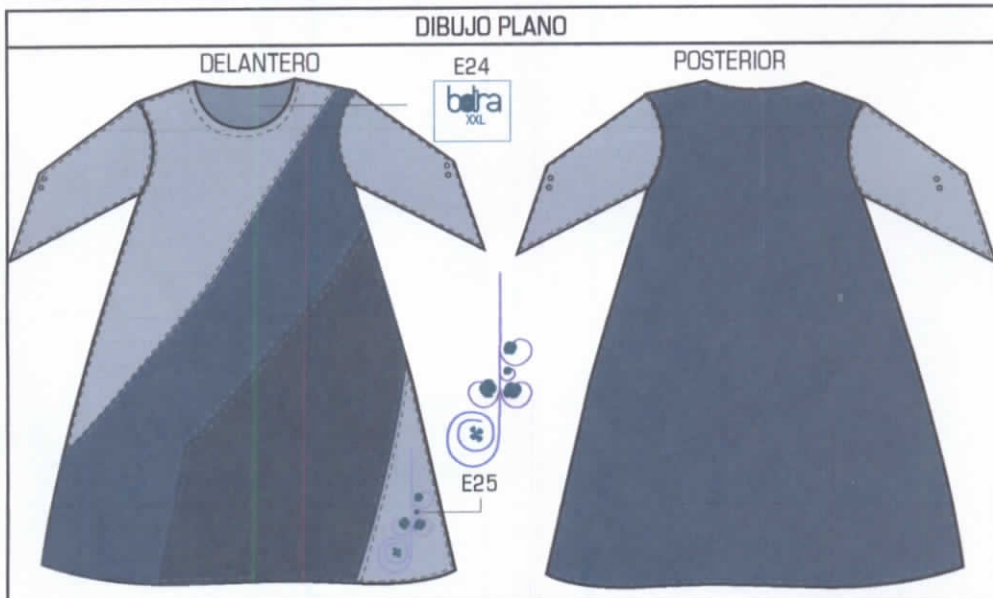
ALLA VIP
bora



FICHA DE DISEÑO ADMINISTRATIVA

19

NOMBRE DE LA COLECCIÓN: LA BOTERA		INSPIRACIÓN: Botra y Candy		REFERENCIA: Z10
RANGO: Femenino	TALLA: XXL	GAMA: Casual-Formal	TENDENCIA: 2011	FECHA: 22/09/11
DESCRIPCIÓN: Vestido largo con tres cortes diagonales adelante, estampado lado izquierdo inferior y mangas con corte diagonal.				



MATERIALES BÁSICOS
TELA: Georgette
FORRO: Kiana (Enagua Entera)
BOTONES: Plástico - Forrado
CIERRE: Nylon
PINTURA: Textil bajo relieve
MAQUINARIA
Recta
Overlock
Planchadora
Recubridora
OBSERVACIONES
Estampado en serigrafía E24=Marca de la ropa y talla, E25=diseño.

MATERIALES E INSUMOS					
	CANT.	U.	REF.	V. Unitario	V. Total
TELA	2	m.	GC-Z10	\$ 7.00	\$ 14.00
BOTONES	4	u.	B-Z10	\$ 0.15	\$ 0.60
CIERRE	1	u.	C-Z10	\$ 0.45	\$ 0.45
ESTAMPADO	2	u.	E _{24, 25}	\$ 1.00	\$ 2.00
HILO	2	u.	H-Z10	\$ 0.30	\$ 0.60
FORRO	1.25	m.	F-Z10	\$ 3.00	\$ 3.75
Subtotal					\$ 21.40

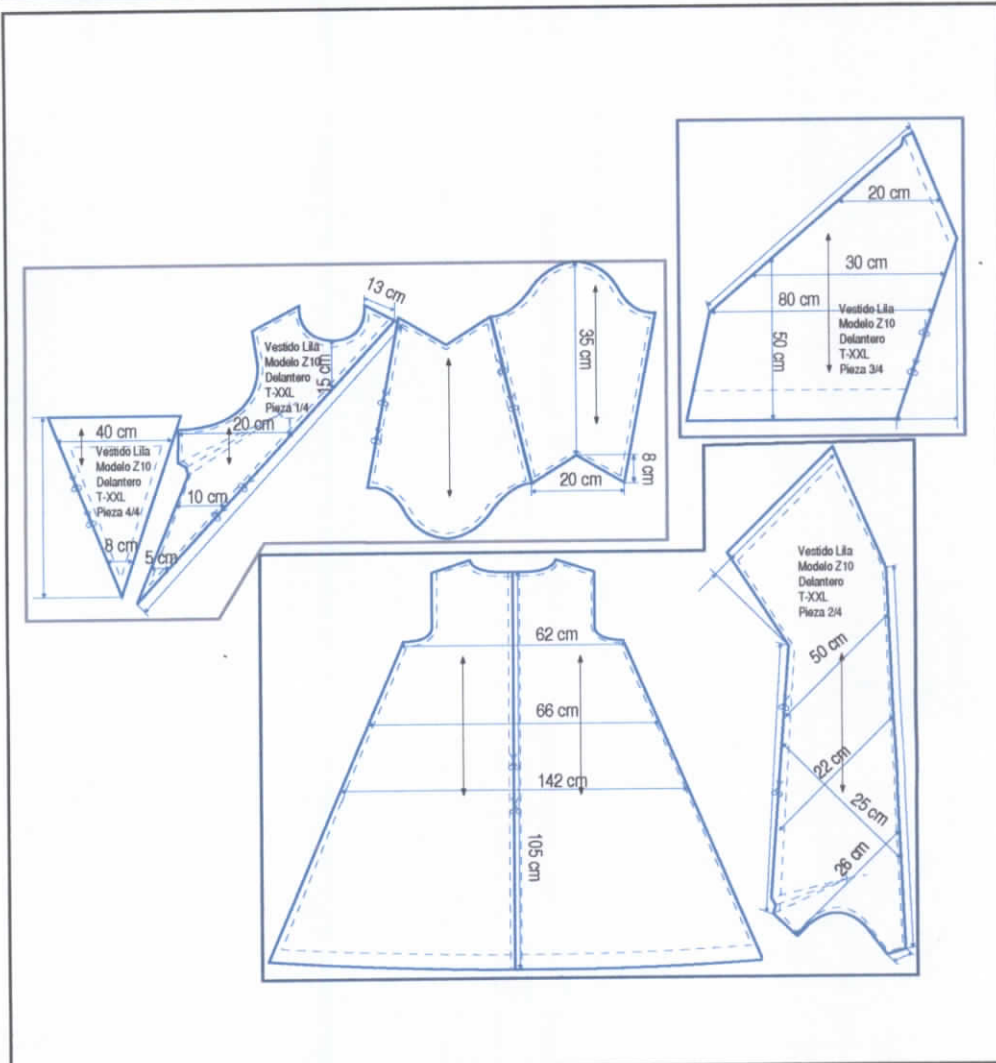
RESUMEN	
Materiales e insumos	\$ 21.28
Mano de Obra	\$ 0.80
Herramientas	\$ 0.30
Gastos generales	\$ 0.50
Utilidades 20%	\$ 4.28
IVA 12%	\$ 2.56
Costo Unitario total	\$ 29.72



FICHA DE PATRONAJE Y DESPIECE

(20)

NOMBRE DE LA COLECCIÓN: LA BOTERA		INSPIRACIÓN: Botra y Candy		REFERENCIA: Z10
RANGO: Femenino	TALLA: XXL	GAMA: Casual-Formal	TENDENCIA: 2011	FECHA: 22/09/11
DESCRIPCIÓN: Vestido largo sin mangas, en 2 colores con corte adelante y atrás. Estampado en el pecho y bajo el corte del vestido.				



SIMBOLOGÍA

Corte Costura Dir. Tela

MATERIAL Y COLOR

CAPITULO V

Conclusiones

Se ha diseñado un prototipo de vestuario femenino, en la línea casual – formal considerando un material textil con buena caída, dirigida a una población femenina comprendida en las edades de 25 a 45 años, que tienen como característica morfofisiológica **obesidad de grado II**. La colección cumplió con parámetros propios del diseño que debe enmarcar condiciones como: cuadro de tallas, utilizando formas y colores que satisfagan a esta población que tiene dificultad para encontrar ropa de su agrado.

Se ha logrado una investigación que cubre importantes definiciones, y conceptos de lo que es la moda para una persona con sobrepeso, la actualidad de colores y diseños que estas personas quieren lucir en sus cuerpos.

Se ha estructurado una colección de prendas representadas por una marca, esta colección nace a partir de una inspiración la misma que esta elaborada con acabados en serigrafía, y se le aplicó el visajismo en la concepción del diseño y estructura de las prendas, guías que permiten manejar formas y gamas de colores buscando mejorar la silueta con el fin de ayudar a la estilización visual de la figura.

Recomendaciones

Principalmente el trato amable hacia las personas que tienen sobrepeso, que son discriminadas cuando acuden a comprar ropa. Se debe orientar a los diseñadores, confeccionistas y comercializadores, ya que esta población también son consumidores por lo tanto merecen un buen trato, además que necesitan encontrar vestuario que satisfaga sus expectativas.

Que cuando se confeccione prendas para este tipo de personas se hagan a partir de medidas que satisfagan al usuario, y con un patronaje preciso que impidan reajustes en la prenda al momento de usar, no solo al confeccionista que por ahorro de materiales e insumos realizan vestuario con tallas incorrectas y que no pueden utilizar las personas con obesidad.

Que las mujeres que inspiraron esta investigación, se sientan orgullosas de lo que son, que prevean metas y objetivos para que se que mantengan en la lucha diaria de ser comprendidas y aceptadas.

Bibliografía

Baldeón Manuel, Fernando Carrasco, Ricardo Checa, Johana Granda, Gabriela Loza, Catherine Paredes y Julieta Robles. El sobrepeso y la obesidad en adolescentes ecuatorianos. Quito SENACYT, 2006.

Gallino, Luciano. Sociología siglo XX. Segunda edición. 2001.

Mingote, Antonio. Historia de la gente. Galaxia Gutember, 1997.

Pacheco, Víctor y Miguel Pasquel. Obesidad en Ecuador: una aproximación a los estudios de prevalencia. Quito. Revista de la Facultad de Ciencias Médicas, 2006.

Toussaint-Samat, Maguelonne; Historia técnica y moral del vestido. México, 2006.

Yépez R. La obesidad en el Ecuador en tempranas edades de la vida. Rev Fac Ciencias Médicas, 2005.

Gutiérrez, Abraham. Métodos de la Investigación. 1994

Halbreichç, Betty. Secretos de una experta del Mundo de la Moda. Barcelona España. 1998.

Herra, Medina, Naranjo. Maestría en gerencia y proyectos. Quito – Ecuador. AFEFCE, 2002.

Lincografía

www.enplenitud.com/belleza/colores.asp

www.protocolo.org

www.monografias.com/trabajos15/obesidad/obesidad.shtml

www.linazeron.com/htm/cultural/atrapadas.html

www.trendencias.com/

www.monografias.com/trabajos65/historia-obesidad/historia-obesidad.shtml

www.ciudadanas.org/HISTORIAVESTIDO/relato.htm

www.mailxmail.com/curso-algunas-enfermedades-comunes/obesidad-2

Glosario

Corpiño.- Prenda de vestir ajustada y sin mangas que cubre hasta la cintura.

Filiformes.- Que tiene forma o apariencia de hilo.

Piquete.- Corte que se realiza en un material textil.

Torácica.- Cavidad esquelética formada por el esternón, las costillas y la columna vertebral dorsal.

Palazzo.- Es un estilo de pantalón confeccionado de tela suave con caídas. Anchos y de corte recto que al caminar.

Derriere.- quiere decir: "detrás de". Proviene del francés.

Vaporosa.- Se aplica al tejido que es ligero, muy fino o transparente

Cigarrete.- Tipo de pantalón, también llamado pitillo.

Esporádica.- Ocasional, que se produce con poca frecuencia y de forma separada.

Endógena.- Que se origina o nace en el interior, como la célula que se forma dentro de otra.

Endócrina.- De las hormonas o las secreciones internas o relacionado con ella.

IMC.- Índice de masa corporal

Síndrome de cushing.- también conocido como hipercortisolismo, es una enfermedad provocada por el aumento de la hormona cortisol.

Hegemónico.- Supremacía que un estado o pueblo ejerce sobre otro.

Éxodo.- emigración de un pueblo o de una muchedumbre de personas con cualquier motivo.

Morfofisiológica.- La palabra morfofisiología etimológicamente procede de las palabras MORFE que significa forma, FYSIS = a naturaleza y LOGOS = discurso

Anexos

ENCUESTA

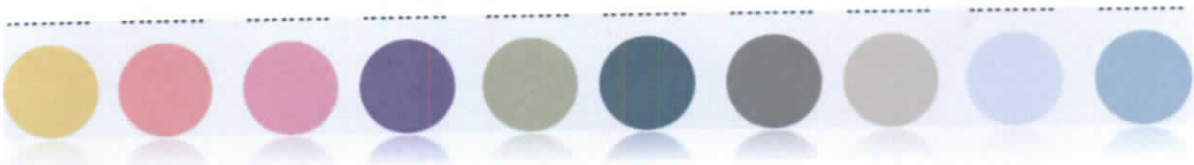


PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO

Instrucciones:

Marque con una X :

1. ¿Cuáles son los colores que ud. prefiere al comprar ropa?



2. ¿Qué prendas de vestir usa más?



3. ¿Para cuál de éstas ocasiones ud. compraría ropa?

Trabajo Casa Fiesta Deporte Cita

4. ¿Qué tipos de telas prefiere?

Estampadas Llanas Ambas

5. ¿Conoce ud. si en la ciudad de Ambato hay tiendas de ropa exclusivas para tallas grandes?

Sí _____ No _____

Por favor responda las siguientes preguntas:

6. ¿Cuál es su Estatura?

7. ¿Cuál es su Talla?

ENCUESTA



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO

Instrucciones:

Marque con una X :

1. ¿Tiene proveedores que le oferten ropa en tallas grandes?

Sí _____

No _____

2. ¿La demanda en ventas de ropa de tallas grandes es?

Alta _____

Baja _____

3. ¿Qué prendas le recomendaría vestir a una mujer con obesidad?

Chaqueta

Abrigo

Jersey

Vividi

Blusa



.....

.....

.....

.....

.....

Falda

Vestido

Pantalón

Camiseta

Camisa



.....

.....

.....

.....

.....

Por favor responda las siguientes preguntas:

4. ¿Cuál o cuáles son los colores que actualmente sus clientas prefieren?

5. Escriba el nombre de una marca de ropa que por su estilo le recomendaría utilizar a una mujer adulta con sobrepeso: _____

Muchas gracias por sus respuestas!