Diseño y producción de camisas para hombres jóvenes de contextura delgada en la ciudad de Bogotá

Andrés Felipe Forero Sedano

Noviembre 2019

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

Escuela de Comunicación y Bellas Artes

Opción de Grado III

Dedicatoria

Este trabajo de grado está dedicado a Irlanda, ahora que me acompaña en la distancia, Rafael y Alexandra, siempre presentes en cada paso (finally I did it), papá y abuela, un pilar incondicional.

Agradecimientos

El desarrollo total del presente trabajo es resultado de las sugerencias, opiniones, críticas y orientaciones de los distintos docentes y compañeros que se cruzaron en el camino durante mi formación profesional, siendo amables y mostrando una amable disposición ante alguna duda que surgiera durante la realización del estudio.

Resumen

Este proyecto de investigación tiene como objetivo principal dar una solución eficaz a una de las problemáticas con menos atención o con poco tratamiento dentro del vestuario masculino de la ciudad de Bogotá, específicamente en los hombres jóvenes que poseen una contextura delgada, dicha problemática es la dificultad que se presenta a la hora de adquirir una prenda, específicamente se habla de camisas, dentro del ámbito comercial en cuanto al universo informal, se evidencia la ausencia de una talla que logre adaptarse de forma óptima a su morfología y tipología corporal, por ende este se convierte en el eje central del trabajo investigativo a desarrollar. Por medio de las herramientas adquiridas en el área de producción como el patronaje, escalado y confección; y en el área creativa como el proceso de diseño y su conceptualización y metodología de la investigación dada dentro del área interdisciplinar que en este caso la materia de opción de grado está dentro de la misma, se quiere tener como resultado una prenda con estándares de calidad que satisface o solucione dicha necesidad y a su vez se tiene la intención de ser una nueva alternativa de vestuario masculino dentro del sector moda de la ciudad capitalina.

Abstract

The main objective of this research project is to provide an effective solution to one of the problems with less attention or with little treatment within the male wardrobe of the city of Bogotá, specifically in young men who have a thin body, the problem is the difficulty that is presented at the time of acquiring a garment, specifically it is referred to as shirts, within the commercial scope regarding the informal universe, it is evident the absence of a size that manages to adapt optimally to its morphology and body type. Therefore, this becomes the central axis of the research work to be developed. By means of the tools acquired in the production area such as pattern making, scaling and making; and in the creative area as the design process and its conceptualization and methodology of the research given within the interdisciplinary area that in this case the subject of option of degree is within it, you want to have as a result a garment with quality standards that satisfies or solves this need and at the same time is intended to be a new alternative for men's clothing within the fashion sector of the capital city.

Tabla de contenido

Capítulo 1:Introducción en información general **11**

1.1 Introducción **11**

1.2 Antecedentes **14**

1.3 Planteamiento del problema **17**

1.4 Formulación del problema **19**

1.5 Objetivos **20**

1.5.1 Objetivo general 20

1.5.2 Objetivos específicos 20

1.6 Justificación **21**

Capítulo 2: Marco teórico **24**

Capítulo 3: Diseño metodológico **32**

3.1 Instrumentos 35

3.1.1 Análisis de somatipos y siluetas masculinas 35

3.1.2 Proceso creativo 42

3.1.3 Producción 57

Capítulo 4: Resultados y conclusiones **66**

Referencias **72**

Anexos **81**

Lista de figuras

Figura 1.Silueta trapezoidal masculina 27

Figura 2.Silueta triangular masculina 28

Figura 3. Silueta triangular invertida masculina 28

Figura 4.Silueta rectangular masculina 29

Figura 5.Silueta ovalada masculina..... 29

Figura 6. Mapa de la localidad de Chapinero 33

Figura 7. Toma de medida contorno de cuello..... 36

Figura 8. Toma de medida contorno de pecho 37

Figura 9. Toma de medida de hombro 37

Figura 10. Toma de medida de espalda..... 38

Figura 11. Toma de medida de manga 38

Figura 12. Toma de medida largo camisa 39

Figura 13.Toma de medida cadera 39

Figura 14. Logotipo SEDANO 42

Figura 15. Moodboard SEDANO 43

Figura 16.Mapa de empatía SEDANO 45

Figura 17.Estilo de vida SEDANO 46

Figura 18. Moodboard consumidor SEDANO..... 47

Figura 19. Bocetos prototipos primera parte..... 48

Figura 20. Bocetos prototipos segunda parte 49

Figura 21. Print #1 colección 50

Figura 22.Print #2 colección 50

Figura 23. Print #3 colección 51

Figura 24. Alessio - Lafayette 52

Figura 25. Queen - Lafayette 52

Figura 26. Metro LC - Lafayette 52

Figura 27. Fountain - Sutex 53

Figura 28. Holly - Sutex 53

Figura 29. Lino 2000 – Sayme 54

Figura 30. Oxford – Sayme 54

Figura 31. Ficha técnica Queen 55

Figura 32. Ficha técnica Queen 56

Figura 33. Dibujo plano prototipo 1 57

Figura 34. Dibujo plano prototipo 2 58

Figura 35. Dibujo plano prototipo 3 59

Figura 36. Orden de producción prototipo 1 60

Figura 37. Orden de producción prototipo 2 61

Figura 38. Orden de producción prototipo 3 62

Figura 39. Moldes y tendido prototipo 1 63

Figura 40. Moldes y tendido prototipo 2 64

Figura 41. Moldes y tendido prototipo 3 65

Figura 42. Fotografía prototipo 1 68

Figura 43. Fotografía prototipo 2 69

Figura 44. Fotografía prototipo 3 70

Figura 45. Fotografía comercial prototipos 71

Lista de tablas

Tabla 1. Clasificación antropométrica adultos entre 18 y 64 años 27

Tabla 2. Características tipos somáticos 35

Tabla 3. Identificación antropométrica 40

Tabla 4. Cuadro de tallas ectomorfo en centímetros..... 41

Tabla 5. Proporción escalado cuadro de tallas 41

Tabla 6.Segmentación de mercado SEDANO 44

Tabla 7. Costos prototipos 81

Capítulo 1

Introducción en información general

1.1 Introducción

El siguiente proyecto tiene como fin exponer la necesidad que posee el joven de contextura delgada de la ciudad de Bogotá, respecto al tema de tallaje, puesto que, en el área comercial, las tallas existentes no son las adecuadas a su contextura. Así que, entrando en materia, en este proyecto investigativo se abarcan secciones como los antecedentes que contiene la argumentación necesaria para la realización del presente escrito, por medio de referentes o estudios previos a esta investigación, se desea evidenciar la importancia de dar solución a una problemática existente, con un enfoque claro, teniendo en cuenta que se pueda desarrollar dentro de un contexto real.

La siguiente sección es el planteamiento del problema, en donde se delimita de forma clara y precisa del objeto de la investigación; así que dicho planteamiento es que hoy en día el joven de contextura delgada no encuentra en el mercado del sector moda una prenda adecuada a su morfología y tipología corporal, es decir el tallaje existente no puede adaptarse a ese tipo de silueta masculina. En este caso se habla de camisas, al presentarse esto el joven recurre a realizarle entalles de manera excesiva en zonas focales a la prenda como hombros, espalda cintura o mangas provocando daños en la estructura de la prenda, o también se opta por la solución de realizar sus prendas sobre medidas, pero los costos son más elevados, el diseño, el material textil y la carta cromática son limitados y los tiempos de entrega suelen ser prolongados.

Por lo tanto, esta es la gran debilidad que se presenta en el mercado de la moda, específicamente en el mercado masculino, no se tiene en cuenta la morfología del joven delgado al momento de crear una colección para su comercialización.

Continuando con el hilo conductor de este texto introductorio, se habla ahora de la formulación del problema donde se estructura formalmente la idea del proyecto; en este caso la idea de investigación es cómo será el diseño y la producción de camisas para hombres jóvenes de contextura delgada de la ciudad de Bogotá, con este enunciado se muestra el contexto y las variables que se tendrán en cuenta para el desarrollo del mismo, a su vez, se encuentra la delimitación o limitantes de la investigación, donde se realiza de forma espacial o geográfica, que especifica el área donde se desarrollará el trabajo investigativo, como segundo ítem es la delimitación temporal, en la cual el periodo de tiempo a utilizar se esclarece, y por último la delimitación teórica encierra de forma precisa los contenidos a analizar o utilizar dentro del trabajo de grado.

Teniendo en cuenta los parámetros anteriores, se puede tener una base para el desarrollo y ejecución del trabajo investigativo, por lo que se procede a establecer los objetivos, tanto generales como específicos, ambas categorías apuntan a la intención real de la investigación, y a su vez son la dirección para el surgimiento del proyecto.

Posterior a los objetivos, la justificación, la cual, dentro de las escribillas, posee información acerca de la importancia de la realización del proyecto, basado en temas como la pertinencia social y como el diseño de moda puede solucionar una problemática existente dentro del sector.

La siguiente sección dentro del documento es el marco teórico, que dentro de su composición contiene toda la referencia conceptual en la cual se explica de forma más micro el planteamiento del problema y se evidencia la necesidad de realizar el estudio, desde un punto de vista teórico y práctico. La temática comprendida dentro de esta parte del escrito inicia desde la definición de somatipos, clasificaciones antropométricas, tipos de siluetas masculinas y patronaje.

Al finalizar el marco teórico, se encuentra el diseño metodológico, que define las herramientas o instrumentos a utilizar para la captación de información respecto al perfil de cliente o población a analizar, a su vez, con el fin de cumplir los objetivos propuestos.

Previo a esto, se detalla el tratamiento de los datos recolectados. Con lo anterior se da paso a los resultados, donde de forma deliberada, se hace la manipulación de la información, sea de carácter cualitativo o cuantitativo, para así discutir la veracidad de los datos analizados y conocer si el estudio realizado y su propósito se ha logrado con cabalidad.

1.2 Antecedentes

Para iniciar este trabajo de investigación, es necesario conocer referentes relacionados con el objeto de estudio, para así tener un punto de partida y de antemano, conocer el estado de este. Siendo así, en cuestiones teóricas este tema tiene como eje de inicio la trayectoria del diseñador Hedi Slimane, diseñador de moda francés, a inicios de la década de los 2000, Slimane revoluciona el vestuario masculino, se convierte en el director creativo de Dior Homme, en donde "atrapó la imaginación de la prensa de moda con su combinación de una silueta radicalmente delgada, confección precisa y estilo andrógino florece" (McCauley, 2015).

Gracias a su estilo irreverente, e impulso por dar un nuevo giro a la casa de moda Dior, se enfoca en estilizar la figura masculina por medio de entalles, frescura y sensualidad, dejando de lado las tendencias de moda dejadas por la década de los noventa, hombros amplios y siluetas rectas, influenciadas por el movimiento del hip hop, da vida a la silueta Slim, proveniente de su apellido Slimane. La influencia de Slimane comenzó a ejercerse fuertemente entre diseñadores y marcas del mercado que adoptaron siluetas mucho más delgadas y se centraron más en la confección y antropometría de los clientes. (McCauley, 2015)

Entrando a un contexto local, Lina Cantillo, diseñadora de vestuario masculino encaja dentro de este trabajo de grado, su éxito se basa en la adaptación de las tendencias europeas, en este caso una silueta ajustada dentro del vestuario del hombre colombiano, dicha adaptación es alcanzada gracias al trabajo sartorial que conlleva la creación de sus prendas, a pesar de su fuerte en el área de sumisura o sobremedida, en el ready to wear las prendas poseen un tallaje para su perfil de cliente, que no logra adaptarse a un joven de contextura delgada, de igual forma su trabajo dentro del sistema moda es un referente dentro de la investigación.

Continuando con el hilo conductor del texto el análisis e investigaciones de mercado realizados por María Emma Lombana, psicóloga especializada en estudio del consumidor de la Fundación Universitaria Konrad Lorenz, (Colciencias) afirma que el mercado masculino de la ciudad de Bogotá está adaptando de forma rápida la tendencia de la silueta slim fit, a pesar de que no conozca su origen y no haya gran documentación. (Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, 2013).

Hablando en un panorama más macro, marcas como Arturo Calle han implementado este tipo de silueta en sus pantalones y chaquetas, Santiago Romero diseñador de moda egresado de la Fundación Universitaria del Área Andina, fue el encargado de este proceso creativo durante su instancia en el cargo de diseñador de producto (Linkedin, 2016) gracias a su investigación de tendencias y moda desarrollado en la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, dicha silueta fue totalmente aceptada en el mercado.

Ahora, en cuanto a siluetas masculinas este tema es desarrollado porque Paul Schilder, psicoanalista austríaco – americano (EcuRed) en su libro Imagen y apariencia del cuerpo humano: estudios sobre las energías constructivas de la psique afirma que la "imagen corporal es la imagen que forma nuestra mente de nuestro propio cuerpo; es decir, el modo en que nuestro cuerpo se nos manifiesta" (Schilder, 1983), con esto se puede concluir que las personas ven el tema de la morfología como relevante ya la estimación de su tamaño corporal puede definir aspectos como sentimientos y en este caso forma de vestir, así que es importante ya que al momento de crear una prenda el perfil antropométrico juega un papel bastante importante porque determina como será las caracteristicas del producto, para así cumplir una demanda, porque hoy en día se puede denotar que los consumidores cada día son más exigentes.

Para Dong-hyun Kim and Jeong-ah Jang, expertos en moda masculina pertenecientes a la asociación coreana de la industria de la confección y textiles. Han hecho varios estudios referentes a la silueta slim fit, a pesar de que los estudios han sido realizados en dicho país, se tiene como referente ya que la conducta de este tipo de silueta se da de la misma forma a nivel mundial

1.3 Planteamiento del problema

El sector de la moda masculina en un contexto global y nacional sea en ciudades intermedias o ciudades capitalinas, en este caso se hablaría de Bogotá, ha tenido una evolución a través de los años, igual que otros aspectos que nos rodean como la economía, política, salud, tecnología y demás. Dicha evolución propone cambios también en cuestiones de percepción, psicología, tendencias de consumo, dichas permutas incitan a la creación de nuevos perfiles de consumidor mucho con un alto nivel de exigencia y conocimiento, que va más allá de una compra de producto, buscan saciar una necesidad en específico, innovación de diseño o producto o nuevas experiencias de compra.

En la década de los noventa, el auge de marcas dedicada al vestuario masculino como Arturo Calle, Carlos Nieto y Kosta Azul, el comienzo de diseñadores de moda como Lina Cantillo y Ricardo Pava , sumado a la llegada de marcas internacionales como Hugo Boss y Le Collezione es el reflejo de la progreso del mercado masculino, es decir ya hay una demanda que está en la contante búsqueda de nuevas opciones en cuanto a asesoría, nuevas propuestas de diseño en temas específicos como diseños y accesorios.

Al seguir avanzando los años, por medio de la masificación de medios de comunicación como la televisión, prensa e internet, la inmediatez al acceso de la información es un hecho cotidiano. Ahora esto permite que los hombres conozcan de forma verídica temas macro como tendencias de moda, diseñadores emergentes y eventos de moda, y en un ámbito micro, el uso adecuado de una paleta cromática, nuevas siluetas y uso de textiles, esto se convierte en un reto

para la industria de la moda, ya que el consumidor tiene más herramientas a la hora de la decisión de compra.

Gracias a todo el flujo constante de información respecto a la moda masculina en nuestro país, y de forma específica en Bogotá, hoy, el joven adulto de contextura delgada no encuentra en el mercado del sector moda una prenda adecuada a su morfología y tipología corporal, es decir el tallaje existente no puede adaptarse a ese tipo de silueta masculina, por motivos de estandarización de tallas o uso de siluetas convencionales.

En este caso se habla de camisas, al presentarse esto el joven recurre a realizarle entalles de manera excesiva en zonas focales a la prenda como hombros, espalda cintura o mangas provocando daños en la estructura de la prenda, o también se opta por la solución de realizar sus prendas sobre medidas, pero los costos son más elevados, el diseño, el material textil y la carta cromática son limitados y los tiempos de entrega suelen ser prolongados. Por lo tanto, esta es la gran debilidad que se presenta en el mercado de la moda, específicamente en el mercado masculino, no se tiene en cuenta la morfología del joven delgado al momento de crear una colección para su comercialización.

Por consiguiente, el planteamiento se desarrollará en la ciudad de Bogotá, en la localidad de Chapinero, específicamente desde la calle 85 hasta la calle 57 comprendiendo desde la carrera 7 hasta la carrera 19, dentro de un periodo de 6 meses, iniciando desde el mes de Agosto del 2019 hasta el mes de Noviembre del mismo año. Dicho planteamiento para su solución abarca desde un espacio temas más específico como tipos de morfología, ergonomía, antropometría, patronaje y escalado

1.4 Formulación del problema

¿Cómo diseñar y producir camisas que se adapten a la contextura delgada de los hombres jóvenes de la ciudad de Bogotá?

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

- Diseñar y producir tres prototipos de camisa para hombres jóvenes de contextura delgada de la ciudad de Bogotá.

1.5.2 Objetivos específicos

- Analizar los distintos tipos de silueta y de somatipos masculinos por medio de un cuadro comparativo con el fin de identificar la relación que existen entre el uso de las prendas y su adaptación al cuerpo.
- Registrar el proceso creativo y de los prototipos por medio de ilustraciones, bocetos, cartas textiles y desarrollo de estampados con el fin de tener un registro ordenado, claro y concreto de la información.
- Utilizar el patronaje y escalado como herramientas para crear patrones que se adapten de forma óptima a la silueta y morfología delgada de los hombres jóvenes de la ciudad capitalina

1.6 Justificación

Los conceptos o conocimientos explorados dentro de este trabajo investigativo se desarrollarán en un espacio social, el cual busca la aceptación de la denominada silueta delgada dentro del sector masculino moda en la ciudad de Bogotá, dicho rechazo se basa en la construcción de la cultura occidental, es decir, se da por entendido que la delgadez está relacionada con alguna enfermedad, o un trastorno alimenticio, como evidencia de esto, Laura Acuña y Diana González en su investigación científica llamada "Asignación de etiquetas de talla a terceros en función de las características sociodemográficas del observador" afirman lo siguiente

> En culturas occidentales, los preceptos culturales de ciertos subgrupos sociales (principalmente de personas de nivel socioeconómico bajo o de aquellas que no se adhieren a los valores de la cultura occidental) favorecen tallas corporales gruesas y sus integrantes tienden a reaccionar positivamente hacia los obesos y negativamente hacia los delgados (Acuña & González, 2014)

Al avanzar el articulo científico, realizan un cuestionario con el fin de evidenciar las actividades respecto a las distintas tallas corporales tanto masculinas como femeninas, en el análisis de los resultados, da la siguiente conclusión: "Tanto los hombres delgados (i.e. siluetas 1 y 2) como los de peso normal (i.e. siluetas 3 y 4) fueron considerados físicamente en forma y saludables. No obstante, también fueron designados no amigables, aburridos, estúpidos, incompetentes, desordenados y, el más delgado, no saludable." (Acuña & González, 2014)

Dentro de las discusiones de resultados y conclusiones, arrojan este enunciado, que resulta relevante para el investigador: "Aún más, las siluetas delgadas de hombres y mujeres recibieron más nominaciones negativas que las de peso normal. En consecuencia, se puede

afirmar que no existe una aceptación social indiscriminada de la delgadez, ni un rechazo social absoluto de la obesidad" (Acuña & González, 2014)

Siguiendo dentro de un contexto psicológico, la silueta delgada se estigmatiza y se evidencia de forma gigante dentro de la comunidad LGBTIQ, específicamente entre los gay u homosexuales, de hecho, se categoriza como *"twink"* que tiene como definición lo siguiente: "Hombre homosexual joven y delgado que tiene facciones delicadas" (Ambrocio, 2016)

En un contexto local, ya en la ciudad de Bogotá el término *twink* se transforma en floripondio, que se define como "Hombre homosexual que muestra mucha delicadeza en sus maneras y un aspecto femenino" (Gagné & Alejandro)

Dentro de la comunidad gay, sea por un trasfondo histórico o cultural, la delgadez está relacionada con un patrón de feminidad y delicadeza, caso contrario de una silueta robusta y marcada, que tiene una connotación de virilidad y rudeza, aunque lo último también se evidencia entre lo heterosexuales, un hombre delgado puede llegar a tener la misma virilidad que uno con silueta "aceptable". Ambos términos son bastantes usados dentro de la comunidad, y son términos válidos, gracias al uso de aplicación para citas como Grindr, que, dentro de su herramienta de creación de perfil, solicita llenar información acerca de la categorización existente entre los homosexuales.

Dicha aplicación es criticada, ya que sus usuarios discriminan la feminidad dentro de la comunidad, Iván Gómez, en su escrito "Grindr y la masculinidad hegemónica: aproximación comparativa al rechazo de la feminidad" afirma:

Sin embargo, a pesar de que esta subcultura visibiliza el cuerpo de un hombre maduro, rudo, velludo y no musculoso, no debe obviarse que lo hace a modo de resistencia al estereotipo feminizado y narcisista de lo gay -especialmente del "*twink*"- y del cuerpo enfermo y delgado

vinculado al VIH/sida, también conocido como “cáncer gay” a lo largo de los años ochenta (Gómez, 2019)

Continuando, dentro de un contexto estético, las prendas al no ser la correctas para el tipo de silueta o somatipo que sea, deriva un significado semiótico y de estilo, y como evidencia de esto, Blanca Miriam Callisaya en su trabajo de grado para optar como licenciada en informática, donde discute los sistemas de identificación de tallas afirma:

> Estas prendas tienen efectos visuales que transmiten como es la persona, un ejemplo en el ámbito profesional, si un empleado de una empresa luce una prenda de vestir descuidada o mal ajustada puede comunicar mensajes completamente erróneos como ser que la persona no pone atención a los detalles, que es perezosa o descuidada, todo esto puede transmitir sin decir ni una sola palabra. Es muy importante ponerle especial atención a la talla de ropa que usamos independientemente del peso, el objetivo es que se logre transmitir una imagen adecuada y elegante utilizando la talla correcta a nuestro cuerpo. (Callisaya, 2017)

Teniendo como base los referentes anteriores, las consecuencias de dicha estigmatización puede ser trastornos alimenticios y mentales, poca autoestima, o ansiedad social, ya que, de cierta forma, el hombre de silueta delgada no está dentro de los estereotipos de belleza ideal de la sociedad.

En esta parte, el diseño de moda quiere desempeñar un papel fundamental en este tema, ya que por medio de las herramientas que posee esta área del diseño, busca contrarrestar el rechazo de la silueta delgada masculina, es decir, una prenda no se compone sólo de un textil, va más allá de un item de moda, en cierta parte se considera como la segunda piel de los seres humanos, y, además de brindar protección, su uso refleja una identidad personal, también una tendencia o un punto de vista frente a alguna situación

Capítulo 2

Marco teórico

En cuanto a cuestiones teóricas, la investigación o estudio por parte de otros autores sirve de apoyo para el desarrollo de este proyecto, así que, para dar inicio con el marco teórico se hará con el tema de siluetas masculinas, en nuestro dia a día, determinamos si una persona es delgada a simple vista, sin conocer su masa corporal, peso, tipo de alimentación o constitución. este hecho se conoce como insprección visual, y autores como Carmelo Velardo and Jean–Luc Dugelay dan válidez a este fenómeno en su escrito Weight estimation from visual body appearance (Velardo, 2010) , esto nos orienta a que puede existir una aceptación o rechazo social frente a este tipo de personas, la delgadez suele relacionarse con transtornos alimenticios u otro tipo de enfermedad, por ende se concluye que una persona delgada no puede verse bien ó como bien lo dice Diana Alejandra Gónzalez en su recopilación de documentación sobre talla corporal en la Revista Mexicana de Psicología, “las reacciones hacia la delgadez pueden ser negativas, asociándola con frivolidad, vanidad y pobreza” (González-García, 2014) así que para dar una conclusión apresurada primero se debe se debe conocer sobre talla corporal, esto se refiere a la estructura física completa de una persona, es decir, a la proporción, extensión y longitud de su cuerpo (Farrell, 2005) por lo que es necesario tener aspectos de medición. UNIR

Ahora, para tener el desarrollo de una silueta o un patrón en especifico, es necesario hablar de un concepto clave para su desarrollo, la ergonomía y antropometría juegan un papel fundamental, para entrar en contexto, María Sánchez Obregón, en su libro Fundamentos de Ergonomía, afirma:

> “La ergonomía es la disciplina científica que trata de las interacciones entre los seres humanos y otros elementos de un sistema, así como la profesión que aplica teoría, principios, datos y métodos al diseño con el fin de optimizar el bienestar del ser humano” (Sánchez Obregón, 2016)

Teniendo en cuenta el concepto de ergonomía y basándonos dentro de la industria de la moda, existe una relación válida, Audaces es un software de patronaje digital, usado por grandes empresas de moda por su sofisticación y constante innovación. Dentro de su página web, posee un espacio de investigación, donde está alojado un artículo llamado “Ergonomia en la vestimenta: los desafios de su aplicabilidad”, dentro de su cuerpo afirma que la producción de las prendas se debe basar en tres pilares: cualidades técnicas, estéticas y ergonómicas, párrafo de interés que se cita a continuación:

> “Las cualidades ergonómicas se refieren a la compatibilidad de movimientos, adaptación antropométrica, confort y seguridad que ofrece la ropa. Es difícil dar sentido al concepto de confort en ergonomía de la vestimenta, pues ella no solo se liga a aspectos físicos como temperatura, sensación térmica, medidas corporales de los usuarios y formas que proporcionen confort durante el uso de la ropa, como también, exige una serie de adaptaciones antropométricas que incluyen facilidades en el manejo, uso, seguridad y versatilidad de la prenda.” (Audaces, 2015)

De la anterior definición y de los anteriores referentes se desprende el concepto de antropometría, que en su definición dada por Margarita Vergara en su libro Antropometría aplicada al diseño de producto es: “La antropometría es la ciencia que estudia las dimensiones y proporciones del cuerpo humano. Los datos antropométricos son necesarios para establecer las dimensiones de los productos y espacios de trabajo. Se aplica en todos los ámbitos del diseño” (Vergara, 2015)

Dado que el cuerpo humano se convierte en una especie de plano para el desarrollo de un producto, con el fin de generar una adaptación bi y tridimensional, existen en el caso de la

industria de la moda, sistemas estandarizados, en este tema sería un cuadro de tallas, pero este término no es confiable del todo, Alberto Cruz en su libro “Ergonomía aplicada” indica que estos sistema crean un promedio para ser utilizado como referente, pero los parámetros creado no involucran a una parte de la población, y dicha parte excluida suele convertirse en nuevos nichos de mercado poco explorados. (Cruz, 2010)

Siendo así, la antropometría y la moda deben ir unidas y así lo demuestra Astrid Barrios, diseñadora de modas egresada de la Fundación Universitaria del Área Andina e Ingeniera Industrial de la Universidad Autónoma del Caribe (Colciencias) que gracias a su línea de investigación denominada Mercadeo de la Moda, estipula que al crear un producto enfocado a un tipo de morfología o silueta permite establecer estrategias de diferenciación y así se tienen más ventajas en el mercado. (Universidad de Palermo, 2009)

Así que, para medir la talla corporal se requiere de medidas antropométricas, que es la medición de circunferencias o anchos del cuerpo, en este caso los indicadores antropométricos varían en cada país, en Colombia el Ministerio de Salud y Protección Nacional crea la resolución 2465 del 2016 que estipula la clasificación antropométrica de adultos de 18 a 64 años. (Ministerio de Salud y Protección Social, 2016)

Entonces para catalogar de forma antropométrica a los adultos entre 18 y 64 años de edad se instaura el Índice de Masa Corporal (IMC) Este indicador corresponde el peso con la talla del individuo e identifica si está en delgadez, peso normal y exceso de peso. A continuación se muestra la clasificación antropométrica según el IMC, y se calcula dividiendo los kilogramos de peso por el cuadrado de la estatura en metros (IMC = peso [kg]/ estatura [m2])

Tabla 1. Clasificación antropométrica adultos entre 18 y 64 años

CLASIFICACIÓN IMC Kg/m^2	
Delgadez	< 18,5
Normal	≥18,5 a <25
Sobrepeso	≥25 a < 30
Obesidad	≥30

Fuente: Tomado de Serie de Informes Técnicos 894

En cuanto al tema de las siluetas o tipologías corporales masculinas existen 5 tipos de siluetas según Raquel Alguacil, personal shopper y asesora de imagen. En su libro Imagen Personal da definición a cada tipo de silueta existente:

Silueta trapezoide: Se considera el tipo de figura “ideal” es favorable a todo tipo de prenda y se toma como referente para corregir otros tipos de siluetas.

Figura 1.Silueta trapezoidal masculina

Fuente: Tomado de Rachel´s Fashion Room

Silueta triangular: Se caracteriza por tener los hombros más angostos en comparación de la cadera,en este caso se debe enfocar en dar volumen en la parte inferior para equilibrar la figura. El uso de prendas como chaquetas con hombreras o pantalones de bota recta y de tonos oscuros ayudan a mejorar la figura en forma visual.

Figura 2.Silueta triangular masculina

Fuente: Tomado de Rachel´s Fashion Room

Silueta triángulo invertido: Se considera una silueta atlética,ya que los hombros son anchos y la cadera es mucho más pequeña,en este caso se debe suavizar los hombros para dar dinamismo a la figura.

Figura 3. Silueta triangular invertida masculina

Fuente: Tomado de Rachel´s Fashion Room

Silueta rectangular: Los hombros y la cadera tienen el mismo tamaño,y se da la sensación de una figura recta,para favorecer esta figura es necesario dar volumen a los hombros y acentuar la figura. Prendas de tonos claros para la parte inferior son la recomendación más óptima.

Figura 4.Silueta rectangular masculina

Fuente: Tomado de Rachel´s Fashion Room

Silueta ovalada: se identifica porque los hombros son redondeados,con poca definición de los mismo y de cintura, y la cadera suele ser ancha,en este caso lo más adecuado para dar equilibrio es tonos oscuros, acentuar la cintura y no utilizar prendas rectas.

Figura 5.Silueta ovalada masculina

Fuente: Tomado de Rachel´s Fashion Room

Conociendo los tipos de siluetas se puede deducir qué tipo de tipología se va a enfocar, pero antes de tener dicha conclusión es necesario hablar de somatipos, según The Heath-Carter Anthropometric Somatotype este término se puede definir como una expresión de la conformación del cuerpo bajo criterios cuantitativos, (Carter, 2003) en palabras más sencillas es la clasificación en función a la forma o características corporales.

Ahora bien, existen tres tipos somáticos, esta clasificación fue dada por William H. Sheldon, psicólogo americano que se especializó en el estudio de la morfología y el desarrollo de la personalidad (Bernard, 2014), en este caso los tres tipos somáticos son:

Endomorfismo: Los ganar peso. Su metabolismo es acelerado, aprovechando muy poco de los alimentos ingeridos. (Benito, 2014)

Mesomorfismo: En este grupo la característica más relevante es estructura oseo-muscular sólida, con torso largo y pecho desarrollado. Son ser personas fuertes, musculosas y atléticos .Es el típo somático ideal para el culturismo y casi cualquier deporte que implique fuerza y musculatura: aún entrenando sin demasiada constancia y siguiendo una dieta regular, obtendrán unos buenos músculos. (Benito, 2014)

Ectomorfismo: Este tipo somático se caracteriza por la delgadez y por dificultad para aumentar el volumen de la masa corporal, ya que posee un metabolismo rápido. (Benito, 2014)

Analizando los referentes teóricos, se puede deducir que el perfil de cliente contemplado para este proyecto de investigación posee una silueta triangular y a su vez cumple con el requisito de ser una persona con tipo somático ectomórfico y debe cumplir con la clasificación antropométrica de delgadez, vale aclarar en este punto que el índice de IMC no debe ser menor de 13,5, ya que este rango indica mal nutrición o cuadros clínicos como anorexia nerviosa.

Ahora, dentro del contexto del sector moda, existen distintos conceptos que soportan a la ejecución sea de un proyecto o acontecimiento en especial ya sea el proceso creativo de una colección, la creación de una empresa, la producción de prendas, o como en este caso un proyecto de investigación. Variables como el patronaje que en su definición viene siendo el sistema por el cual se empieza la construcción de una prenda de vestir partiendo de un diseño determinado teniendo en cuenta las dimensiones del cuerpo, (Aplicadas, 2013) entonces el patronaje es la parte esencial dentro del desarrollo de una prenda ya que es la base desde la cual se parte, sin ella no es posible su creación. Por ende, dentro del patronaje existen aspectos como el tallaje, aunque primero se debe saber qué es talla y es una medida convencional usada en la fabricación y venta de prendas de vestir. (Real Academia Española, 2014), ahora tallaje es la reunión de varias tallas.

Ahora esto tiene gran importancia dentro del patronaje, ya que en esta área se observa el cuerpo como un plano a trazar, por lo que las medidas dan la pauta de cómo desarrollar un patrón base para su futura reproducción.

Conociendo que es patronaje, y su desarrollo, en este momento es necesario conocer sobre tipos de cortes que se aplican dentro de un patrón o modelo, en este caso el más nombrado es el slim fit y su descripción es el ajuste o entalle que se realiza en el pecho y en el tronco con el fin de hacerlos más estrechos y hacer una mejor adaptación al cuerpo. (Girela, 2015). En esta parte es necesaria una aclaración respecto a otro concepto perteneciente a tipos de corte, el tipo skinny, este consiste en realizar ajustes para que la prenda quede más ceñida al cuerpo, como una segunda piel, y no es la intención en este proyecto, sino de crear una prenda que sea ergonómica, y estética en cuanto a la adaptación de un hombre de contextura delgada.

Capítulo 3

Diseño metodológico

Al tener el conocimiento del entorno en que se dará el progreso del proyecto, se puede hablar del diseño metodológico, el cual cumple con el papel de estrategia a seguir para generar la información que el proyecto requiere. En este caso el proyecto de investigación se adapta al tipo de estudio de *design thinking*, puesto que está relacionado con el desarrollo, diseño y producción de un producto o servicio, con el fin de realizar una mejora o en el mejor de los casos una innovación, y es aplicable en cualquier ámbito.

A su vez, este diseño metodológico se compone de fases o pasos técnicos, de igual forma el diseño de moda, fases a grandes rasgos son las siguientes:

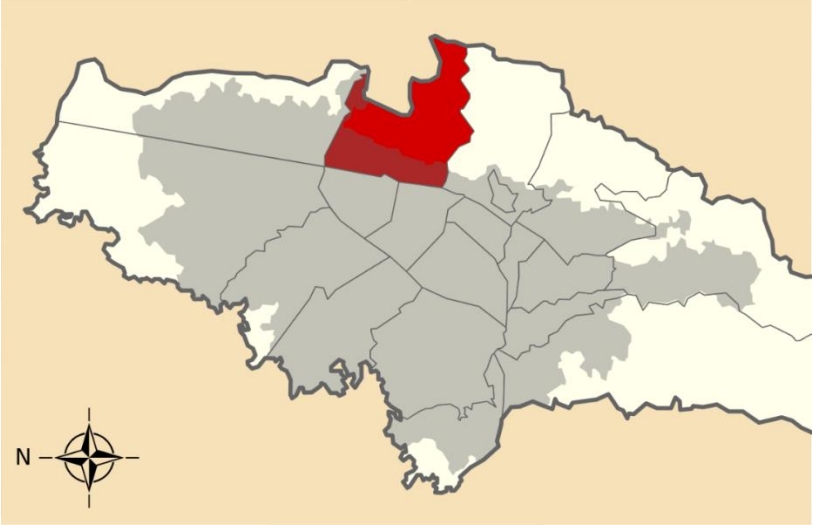
- Punto de inspiración
- Concepto
- Moodboard
- Bocetación
- Fichas técnicas
- Confección
- Control de calidad

Además de lo anterior, se debe tener en cuenta variables que tengan repercusión tales como comportamientos, preferencia de prendas y de consumo y motivación de compra.

Teniendo en cuenta el tipo de estudio previamente seleccionado, el eje central es el método de estudio de observación, ya que es el procedimiento más acertado para llegar a abordar el tema de investigación, puesto que a partir de la observación se puede crear una muestra representativa de hechos o fenómenos existentes dentro de un contexto.

Entonces, aterrizando el método de observación al contexto del proyecto de investigación es aplicado para delimitar el problema o situación a observar el cual la ausencia de una talla adecuada en prendas como camisa para jóvenes de contextura delgada de la ciudad de Bogotá, por lo que después de la observación, se procede a seleccionar el grupo determinante que son individuos que posean silueta triangular o figura somática de ectomorfo para así escoger primero el lugar de observación, dicho lugar será la localidad de Chapinero, entre la calle 85 hasta la calle 57 comprendiendo desde la carrera 7 hasta la carrera 19 y como siguiente paso la selección los medios o técnicas de recogida de información para una captura de información óptima.

Figura 6. Mapa de la localidad de Chapinero



Fuente: Tomado de Wikipedia

Después de seleccionado el lugar de observación y el grupo a evaluar, se habla acerca del método de recolección de datos y las fuentes de información, ya que son parte fundamental dentro de una investigación ya que dan un soporte verídico del tema a solucionar, así que es necesario conocer la proveniencia de esta información.

En cuanto a la información de fuente primaria, que es la recolectada por el mismo investigador, en esta clasificación se encuentra la observación. Teniendo como base al autor José Ignacio Ruiz con su libro Metodología de la Investigación Cualitativa, existen dos modalidades de observación, no participante o simple y la participante, (Ruiz, 2012) conociendo las funciones de cada una se opta por la observación directa ya que el investigador pertenece al mismo grupo de investigación y en este caso se tiene en cuenta la experiencia personal, con la aclaración total de que no se debe intervenir de ninguna forma dentro de la observación.

3.1 Instrumentos

Teniendo en cuenta el diseño metodológico, se habla ahora de los instrumentos, que servirán como elementos para cumplir con cabalidad la finalidad del proyecto.

3.1.1 Análisis de somatipos y siluetas masculinas

El primer instrumento es el cuadro comparativo de los distintos tipos de siluetas y somatipos masculinos, para identificar las relaciones que existen entre el uso de prendas y su adaptación al cuerpo.

Ahora bien, dentro del marco téorico se encuentra los distintos tipos de somatipos y su concepto, así que, conociendo la definición de cada tipo somático es necesario conocer las caracteristicas distintivas para saber más a fondo sus diferencias.

Tabla 2. Características tipos somáticos

	Endomorfo	Ectomorfo	Mesomorfo
Aspecto general	Blandura del cuerpo	Fragilidad y delicadeza del cuerpo	Dureza en el cuerpo
Tórax	Hombros altos	Hombros angostos y caídos e inclinados hacía adelante	Toráx más desarrollado,abdomen más ancho
Abdomen	Más voluminoso que el tórax	Caderas anchas y abdomen plano y corto	
Extremidades	Cortas,puntiagudas	Largas y extremadamente delgadas,	
Rostro	Cara redonda con cuello robusto	Cara delagada con cuello delgado y fino	Cara ancha y definida cuello musculoso
Musculatura	Poco relieve muscular	Músculos ligeros	Musculatura prominente
Esqueleto	Huesos ligeros	Huesos pequeños y delicados	Huesos salientes
Peso	Facilidad para ganar peso	Dificultad para ganar peso	Gana musculatura

Fuente: Tomado de la sección del libro los tres componentes fundamentales de Sheldon (Universidad Autónoma de Nuevo León)

Observando detalladamente las cualidades de cada somatipo, se puede deducir a grandes rasgos las diferencias, en características relevantes como la musculatura, anatomía esquelética y longitud de extremidades, por lo tanto, esta es la evidencia de que las prendas deberían ser

creadas con estas especificaciones, ya que un patrón o denominado molde estándar, no lograría una ergonomía óptima en las personas, de aquí se desencadena la problemática analizada dentro del trabajo de investigación.

A partir de la relación de las prendas respecto a las siluetas y somatipos, el paso a seguir es crear un patrón para el somatipo ectomorfo, para así, lograr con cabalidad la adaptación idónea de las prendas, así que el siguiente instrumento a utilizar es una identificación antropométrica, con el propósito de crear un cuadro de tallas preciso y obtener los tamaños adecuados en la producción de los prototipos.

Dicha identificación consta de una toma de medidas principales del cuerpo, la cuáles a continuación se lista con la información gráfica para realizarlo:

Contorno del cuello: El metro debe pasar por la base del cuello, es decir donde inicia y no debe estar totalmente apretado, con el fin de dar un poco de holgadez para mayor comodidad.

Figura 7. Toma de medida contorno de cuello

Fuente: Tomado de sitio web de Apposta

Contorno pecho: El metro debe pasar por todo el pecho, por debajo de las axilas y no debe estar totalmente apretado, con el fin de dar un poco de holgadez para mayor comodidad.

Figura 8. Toma de medida contorno de pecho

Fuente: Tomado de sitio web de Apposta

Hombro: Esta medida se toma desde el acromio, es decir el nacimiento del hombro, es un hueso notorio en esta parte, hasta la base del cuello, o donde inicia.

Figura 9. Toma de medida de hombro

Fuente: Tomado de sitio web de Apposta

Espalda: Esta medida va de acromio a acromio, es decir del nacimiento del hombro derecho al hombro izquierdo, el metro no debe estar templado, debe reposar sobre el cuerpo.

Figura 10. Toma de medida de espalda

Fuente: Tomado de sitio web de Apposta

Largo manga: Inicia desde el acromio o nacimiento del hombro, hasta el inicio de la muñeca, el metro debe estar lo más recto posible.

Figura 11. Toma de medida de manga

Fuente: Tomado de sitio web de Apposta

Largo camisa: Esta medida inicia en la base del cuello hasta la cadera, con el fin de obtener un largo de camisa proporcional.

Figura 12. Toma de medida largo camisa

Fuente: Tomado de sitio web de Apposta

Contorno cadera: Esta medida es similar al contorno de pecho, el metro debe pasar por la parte más prominente de la base o cadera (nalgas e inicio de muslos) y debe estar al asiento, es decir debe estar ajustada, más no apretada, se debe retirar todos los objetos de los bolsillos para no modificar la medida.

Figura 13.Toma de medida cadera

Fuente: Tomado de sitio web de Apposta

Contorno puño: El metro se debe colocar alrededor de la muñeca y debe estar al asiento, es decir no debe estar holgado, ya que la amplitud se aplica en el momento de crear el patrón.

Fuente: Tomado de sitio web de Apposta

Ahora, al conocer la forma correcta de tomar las medidas para la identificación antropométrica, el siguiente instrumento para continuar con el diseño metodológico es la tabla de tabulación de datos, en la cual se apuntará las medidas resultantes de la identificación, más peso y estatura, que, con la ecuación de IMC, (IMC = statura [m2]) arrojará si el participante está dentro del rango de delgadez (< 18,5)

Tabla 3. Identificación antropométrica

PESO	TALLA	IMC	CUELLO	ESPALDA	PECHO	HOMBRO	CADERA	MANGA	LARGO CAMISA	PUÑO	REF TALLA

Fuente: Elaboración del autor

La población o muestra a analizar, son 50 jóvenes entre los 21 y 28 años, y por medio del método de observación, se deduce que su somatipo es ectomorfo con silueta triangular, apto para

la identificación antropométrica. Después de la tabulación de datos y de una estandarización de las medidas recolectadas, se genera el cuadro de tallas detallado a continuación:

Tabla 4. Cuadro de tallas ectomorfo en centímetros

TALLA	CUELLO	ESPALDA	PECHO	HOMBRO	CADERA	MANGA	LARGO CAMISA	PUÑO
S	34,5	40	86	14,5	88	60,5	69	21
M	36	40,5	90	15	92	62	70	22,2
L	37,5	41	94	15,5	96	63,5	71	23,4
XL	39	41,5	98	16	100	65	72	24,6

Fuente: Elaboración por parte del autor

El set de tallas completas es completado por medio del escalado, que, en el diseño de moda, es un proceso por el cual se crea una proporción, es decir, una diferencia entre la talla anterior y la siguiente, con el fin de no alterar las medidas y crear una armonía entre piezas. Dicha proporción se puede analizar de la siguiente forma:

Tabla 5. Proporción escalado cuadro de tallas

MEDIDA	PROPORCIÓN
Cuello	+ 1,5CM -
Espalda	+ 0,5 CM -
Hombro	+ 0,5 CM -
Pecho	+ 4 CM -
Cadera	+ 4 CM -
Largo manga	+1,5 CM -
Largo camisa	+1 CM -
Puño	+1,2 CM -

Fuente: Elaboración por parte del autor

3.1.2 Proceso creativo

Para iniciar la creación de los prototipos en temas de diseño, se selecciona un punto de inspiración o concepto, en este caso se elige tema la marca SEDANO, la cual está ligada al desarrollo de investigación, dicha marca tiene como valores el minimalismo como referente de diseño, la autoaceptación, la debida atención al detalle y la sofisticación.

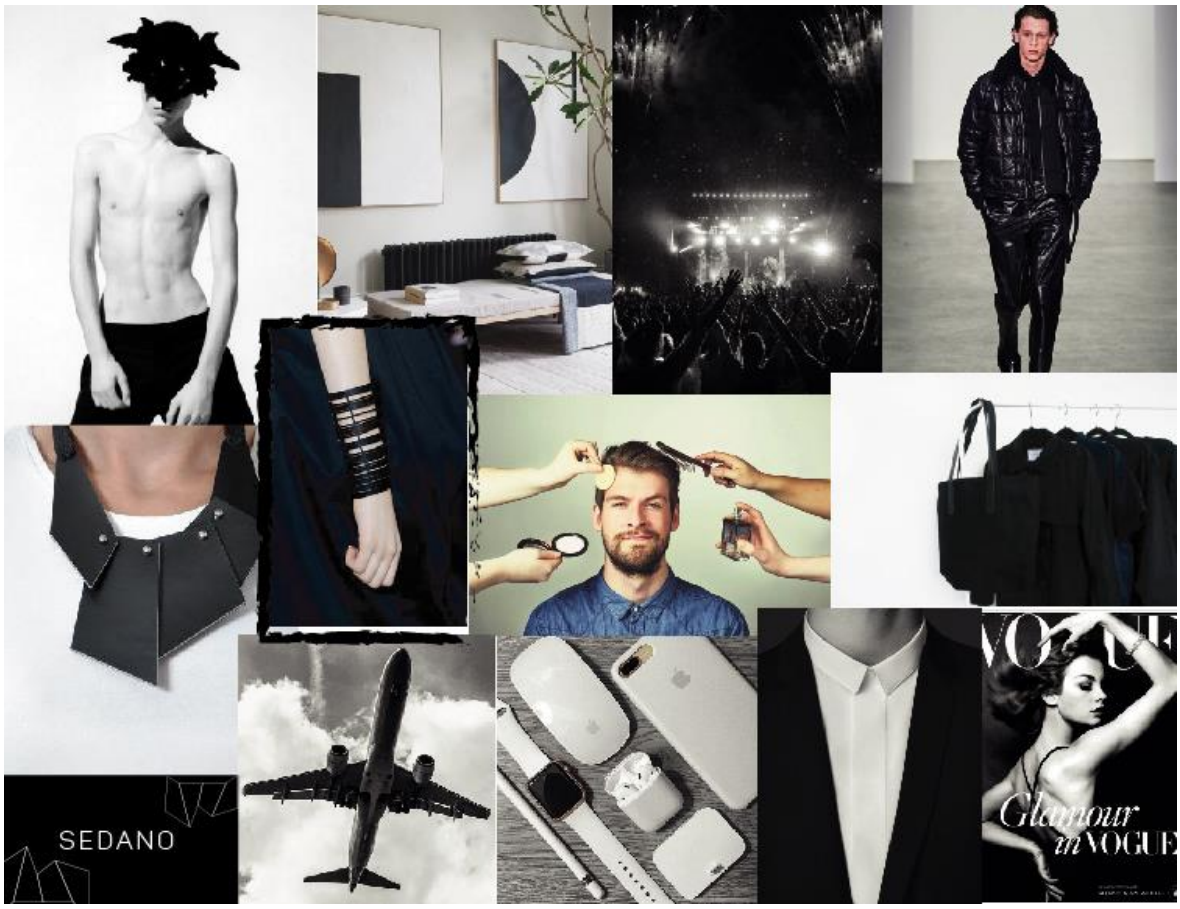
Figura 14. Logotipo SEDANO

Fuente: Elaboración por parte del autor

Al momento de seleccionar el tema, se debe tener en cuenta otros aspectos como la temporada, en este caso se trabajará Otoño – Invierno 2019/2020, periodo en el cual se despliega el presente trabajo. Para continuar con el proceso de diseño, se crea un moodboard, pieza gráfica que reúne elementos para crear una atmosfera y así ejemplificar el concepto a plasmar en la colección, y así tener referencias claras y no tener desviaciones o ruidos en la bocetación. En este

caso, al ser una marca, se toman elementos del minimalismo y del perfil de consumidor, que será explicado en detalle en el siguiente párrafo.

Figura 15. Moodboard SEDANO



Fuente: Elaboración por parte del autor

Ahora, acerca del perfil de consumidor contemplado para este trabajo investigativo y de SEDANO, se realiza la siguiente segmentación:

Tabla 6.Segmentación de mercado SEDANO

CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS	
Edad	21 a 28 años
Sexo	Masculino
Núcleo familiar	Sin hijos
Educación	Universidad culminada, o a terminar
Ámbito laboral	Desarrolla actividades relacionadas a su carrera profesional, utiliza herramientas digitales en su entorno, su éxito se basa en crear nuevas relaciones interpersonales.
Nivel socioeconómico	Devenga de 1 smlv a 3sml
CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS	
Necesidades	Autoaceptación, estabilidad laboral e independencia, (económica, vivienda)
Personalidad	Extrovertido, analítico, impulsivo, busca destacar entre los demás
Percepción	alta, ya que es un usuario habitual del producto, se debe priorizar lo visual, ya que este es el sentido que utiliza para dicha percepción
Preferencias de compra	Por su ritmo de vida, y su contacto con lo digital, adquiere productos de forma online

Fuente: Elaboración por parte del autor

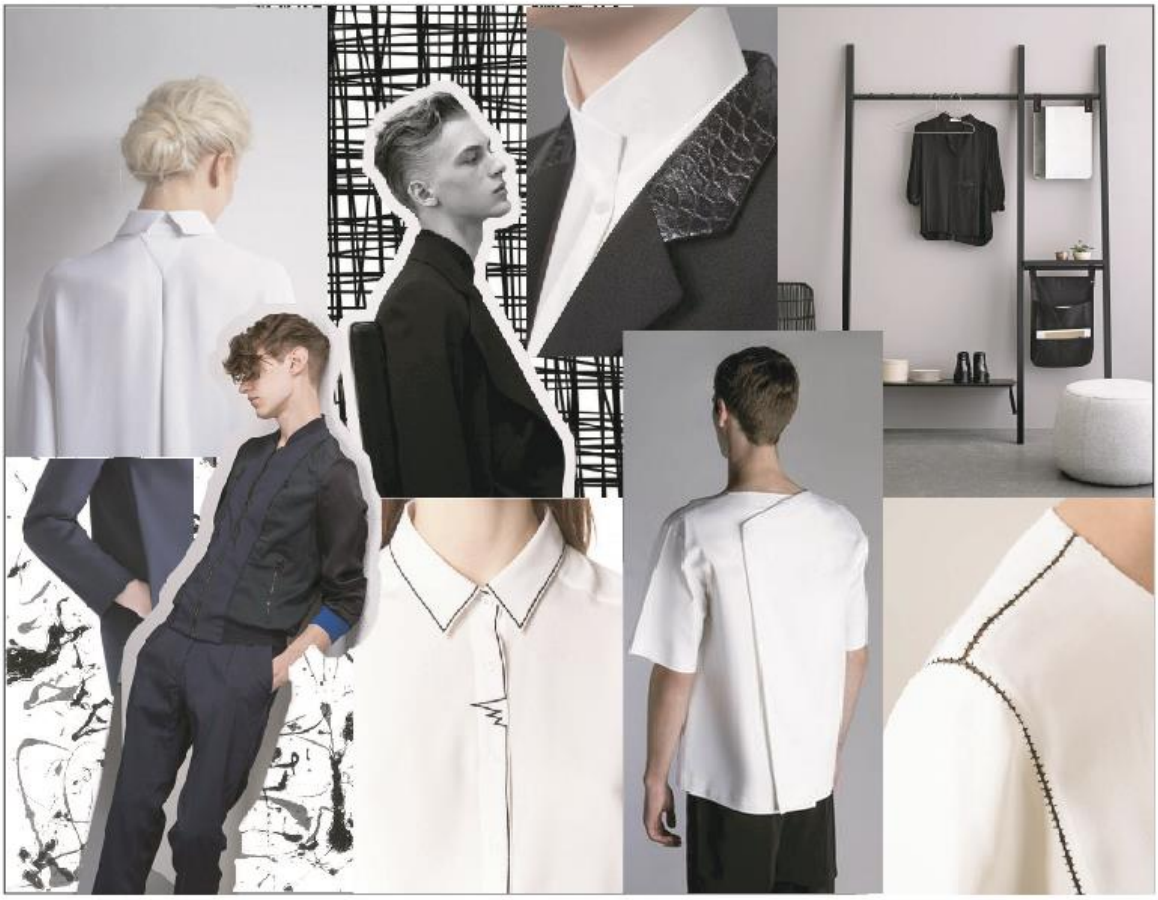
Figura 16.Mapa de empatía SEDANO

Fuente: Elaboración por parte del autor

Figura 17.Estilo de vida SEDANO

Fuente: Elaboración por parte del autor

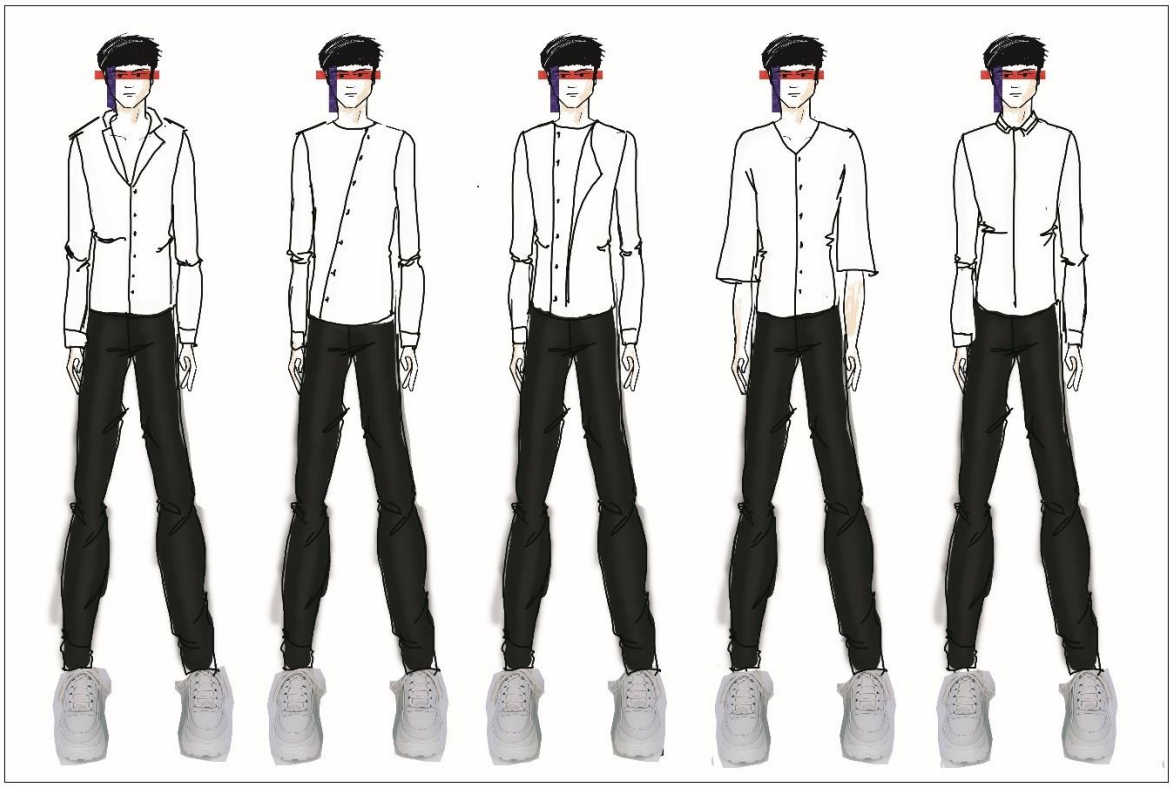
Figura 18. Moodboard consumidor SEDANO



Fuente: Elaboración por parte del autor

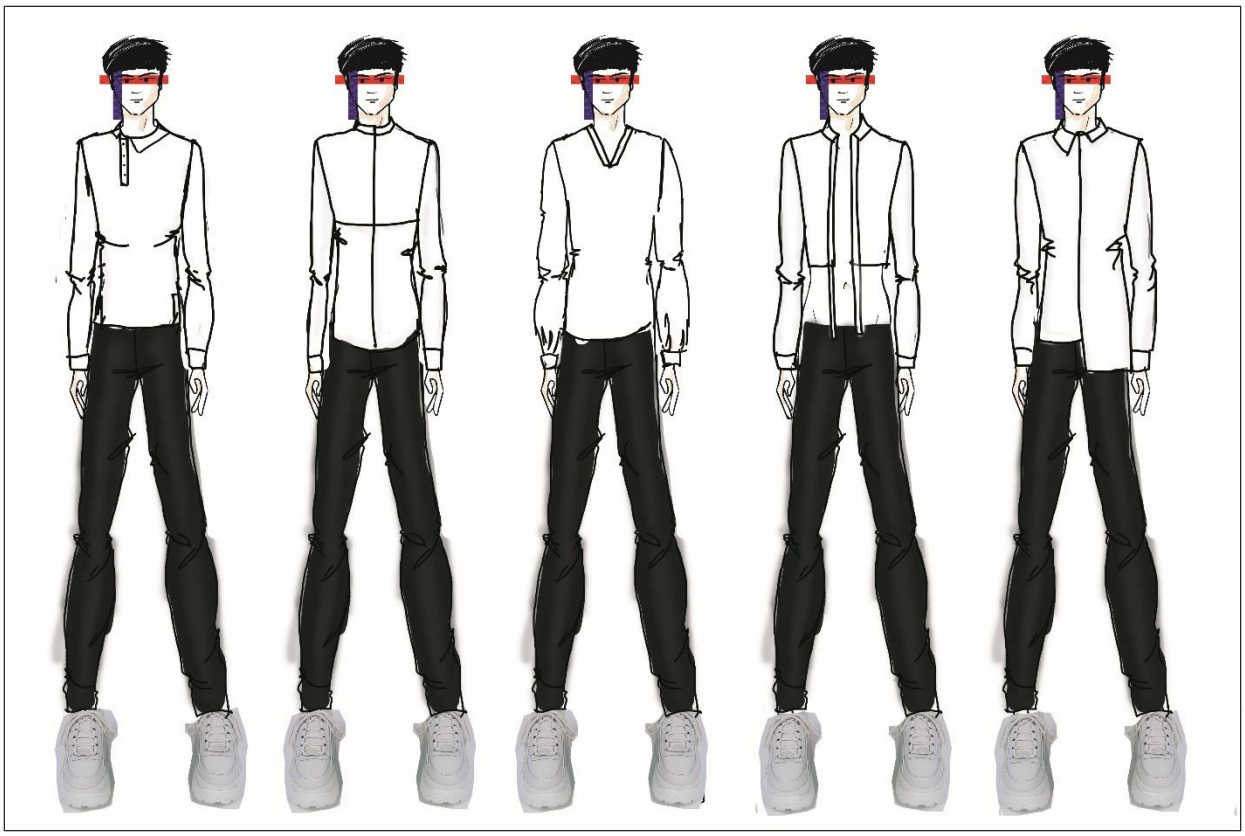
El siguiente paso dentro del proceso creativo es seleccionar la tipología del producto, en este caso se enfocará en el casual wear, con dicha selección se da inicio a la bocetación o creación de sketches, aquí se toman en cuenta elementos como silueta, paleta de color, textiles, insumos, con el fin de crear un hilo conductor.

Figura 19. Bocetos prototipos primera parte



Fuente: Elaboración por parte del autor

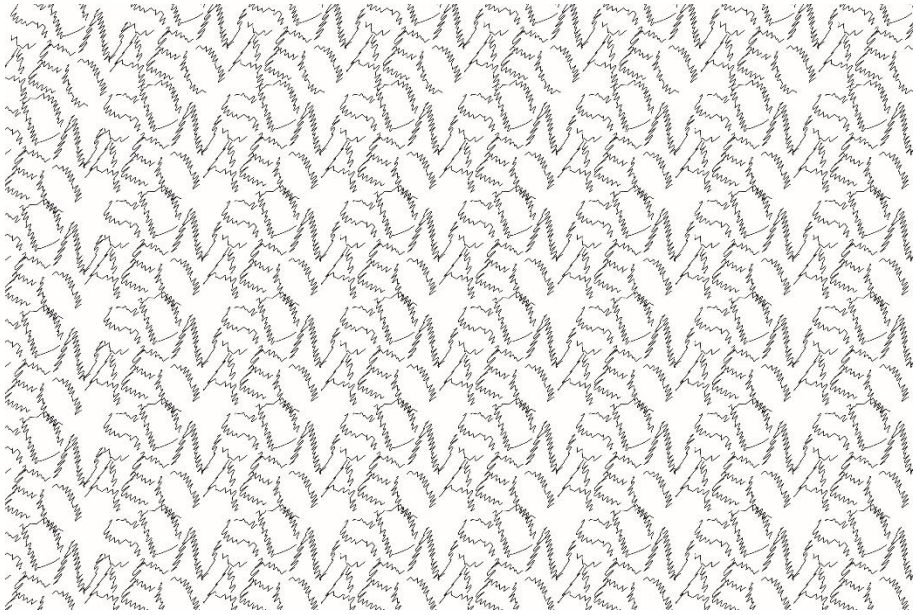
Figura 20. Bocetos prototipos segunda parte



Fuente: Elaboración por parte del autor

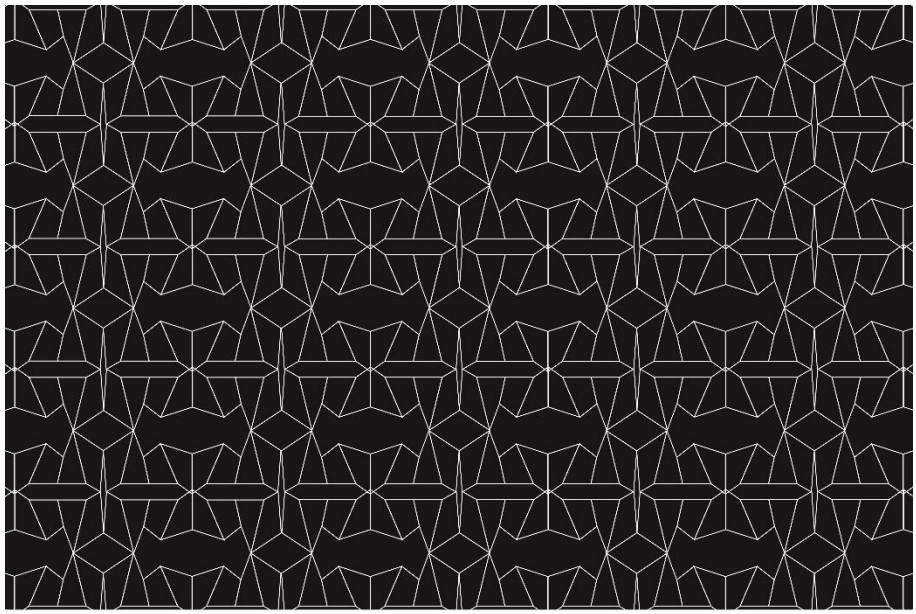
Luego de la bocetación, se inicia con el desarrollo de los estampados o prints que llevará la colección, el concepto utilizado en esta parte es la desconstrucción de SEDANO en el logotipo, con el fin de crear patrones de repetición. Esto se logró por medio de elementos de diseño como reflejo, contraste, modulación, entre otros, y de apoyo de herramientas digitales como Adobe Illustrator y Adobe Photoshop, sumado a pruebas de impresión en papel para revisión de colorimetría y proporciones, los prints seleccionados se muestran a continuación:

Figura 21. Print #1 colección



Fuente: Elaboración por parte del autor

Figura 22.Print #2 colección



Fuente: Elaboración por parte del autor

Figura 23. Print #3 colección

Fuente: Elaboración por parte del autor

Seguidamente, se eligen tres diseños, los cuáles serán los prototipos por realizar, así que el siguiente paso es la selección de textiles, en este caso, el método de exploración o búsqueda facilita la compra del textil. Se seleccionaron proveedores con textiles aptos para sublimación, (Sutex, Sayme y Lafayette) ya que es el método comercial para para imprimir estampados de forma digital a una base textil, y a su vez, prestan este servicio dentro de su portafolio.

Las opciones más recomendadas para esta técnica son las nombradas a continuación:

Figura 24. Alessio - Lafayette

Fuente: Tomado de sitio web de Lafayette

Figura 25. Queen - Lafayette

Fuente: Tomado de sitio web de Lafayette

Figura 26. Metro LC - Lafayette

Fuente: Tomado de sitio web de Lafayette

Figura 27. Fountain - Sutex

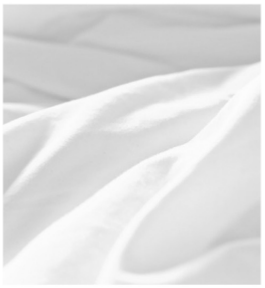
REFERENCIA FOUNTAIN CONDICIÓN: NUEVO PRODUCTO

FOUNTAIN

Enviar a un amigo

Fuente: Tomado de sitio web de Sutex

Figura 28. Holly - Sutex



REFERENCIA HOLLY CONDICIÓN: NUEVO PRODUCTO

HOLLY

Enviar a un amigo

Fuente: Tomado de sitio web de Sutex

Figura 29. Lino 2000 – Sayme

Fuente: Sitio web - Sayme

Figura 30. Oxford – Sayme

Fuente: Sitio web - Sayme

Después de analizar los textiles, en aspectos como peso, aspecto visual, composición, tacto, capacidad de protección frente a cambios climáticos, cuidados, peeling, y resistencia a tintes, y de antemano, se tiene en cuenta la experiencia personal del investigador respecto a estos textiles, la referencia Queen (en stock se referencia como Venetta Plus) de Lafayette es la más idónea para la realización de los prototipos, por lo tanto, se adjunta ficha técnica del textil.

Figura 31. Ficha técnica Queen

LAFAYETTE

FICHA TÉCNICA

VENETA PLUS

PART. ARAN. UNICOLOR : 54.07.92.00.00.
PART. ARAN. ESTAMPADO : 54.07.94.00.00.

INFORMACIÓN TÉCNICA			
BASE : 22900		TEJIDO :	Tejido Plano
ANCHO:	153 ± 3	cm	ASTM D3774
ANCHO CORTABLE:	150 ± 3	cm	ASTM D3774
PESO (MASA/UNIDAD DE AREA):	125 ± 6	g/m2	ASTM D3776 OPC. C
CERTIFICADO DE ORIGEN CUMPLE:	e		VER BENEFICIOS*
COMPOSICIÓN :	15.00 % ALGODON 85.00 % FILAMENTO DE POLIESTER		

TECNOLOGÍA

NOMBRE	DESCRIPCION	NORMA
ALGODÓN	Tecnología que brinda la **frescura** y la **naturalidad** del algodón.	
PROTECCIÓN SOLAR	Tecnología que **evita el paso de los rayos UV,** actuando como un escudo protector de la piel.	AATCC 183

USOS

BLUSAS, BATAS	
BLUSAS, CAMISAS	

BENEFICIOS

* CUMPLE CON REQUISITOS DE ORIGEN PARA EXPORTACIONES DESDE
- COLOMBIA A BOLIVIA, ARGENTINA, CANADA, CHILE, COSTA RICA, ECUADOR, EEUU, MEXICO, PERU, UNION EUROPEA, VENEZUELA.
- Excelente apariencia y toque
- Tela fresca y de buen toque.

INSTRUCCIONES DE CUIDADO

- Las prendas de color blanco se deben lavar separadamente
- Lavar con colores similares.
- Lavar a máquina, temperatura máxima 30 grados Celsius, proceso delicado.
- No adicionar acondicionador de telas

LAFAYETTE UNI FOR ME

- La información aquí estipulada es válida a la fecha de emisión de ésta ficha 06/11/2019. Ficha con vigencia de 90 días.
- Textiles Lafayette S.A.S se reserva el derecho de hacer modificaciones sin previo aviso dentro de su proceso de mejoramiento continuo
- Si este producto es utilizado para usos diferentes a los mencionados en esta ficha será bajo su propia responsabilidad

www.lafayette.com Teléfono: +57(1) 2948880 Oficinas Lafayette : Calle 16 #72-96 Bogotá D.C.

Fuente: Entregado por Lafayette

Figura 32. Ficha técnica Queen

LAFAYETTE

FICHA TÉCNICA

VENETA PLUS

- No remojar
- No retorcer ni exprimir.
- Usar un paño para planchar.
- Limpieza profesional en seco
- No usar blanqueador/No blanquear
- Secado a la sombra.
- Planchar a una temperatura máxima de la base de 110 grados celsius.
- Evite el roce con superficies ásperas o aristas vivas para no generar ganchos en la superficie de la tela.

RECOMENDACIONES DE CORTE Y CONFECCIÓN

Nota: La información consignada en este documento son valores recomendados que pueden variar dependiendo las condiciones y máquinas utilizadas en los diferentes procesos (confección, sublimación, bordado y fusionado). Se recomienda realizar pruebas previas a la producción e identificar las variables y condiciones en cada proceso, garantizando su productividad y las características del textil.

Corte	Desenrollar y reposar mínimo 4 horas, extender sin generar tensión, extender máximo 30 capas utilizar papel entre ellas, trazar mínimo a 1 cm del orillo, Utilizar cuchillas en óptimas condiciones, mantener una velocidad constante y moderada al cortar, darle adecuado manejo a las piezas cortadas.
Costura	Ajustar tensiones en mquinas, utilizar el pie prensatela y el ajuste adecuado para cada operación, acondicionar presión del pie, utilizar aguja recomendada y en óptimas condiciones, manipular el textil según el tejido.Margen de costura mínimo de 1 cm. No se recomienda para prendas ajustadas. **Calibre de Aguja** : 70/10 **Punta de Aguja** : R o RS. **Calibre Hilo** : Tex 24 **Puntadas por Pulgada** : 14 **Tipo de Máquina** : Plana y fileteadora 5 hilos.
Fusionado	Pre-encoger a 140 grados Celsius, 90 psi, por 20 segundos. Utilizar entretela fusionable con características similares al textil, verificar que la temperatura y presión recomendadas se mantengan en toda la base de la plancha, controlar el tiempo de exposición según lo recomendado. **Tiempo** : 10 - 12 s **Temperatura** : 120 - 140 oC **Presión** : 90 psi **Entre Tela** : 100% poliéster, tejido plano,no tejido

LAFAYETTE UNI FOR ME

- La información aquí estipulada es válida a la fecha de emisión de ésta ficha 08/11/2018. Ficha con vigencia de 90 días.
- Textiles Lafayette S.A.S se reserva el derecho de hacer modificaciones sin previo aviso dentro de su proceso de mejoramiento continuo
- Si este producto es utilizado para usos diferentes a los mencionados en esta ficha será bajo su propia responsabilidad
www.lafayette.com Teléfono: +57(1) 2948880 Oficinas Lafayette : Calle 16 #72-86 Bogotá D.C.

Fuente: Entregado por Lafayette

3.1.3 Producción

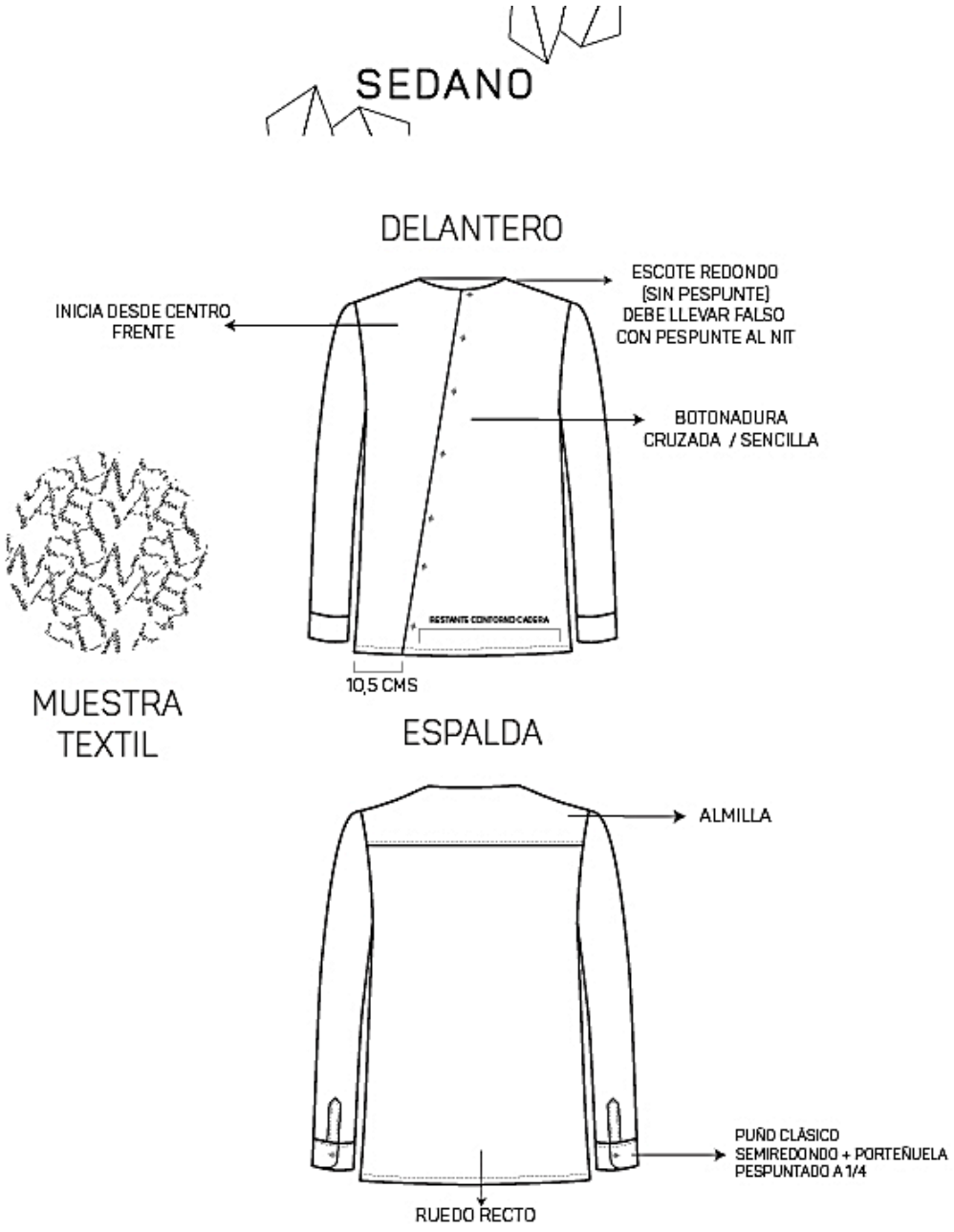
Posterior al proceso creativo, el área de producción es vital para la realización de los prototipos, así que, para suscitar esta sección, se deben realizar los dibujos a plano y fichas técnicas, que contienen de forma detallada, las especificaciones de las prendas, para ejecutar el tendido textil, trazo de patrones, corte y confección

Figura 33. Dibujo plano prototipo 1

.

Fuente: Elaboración por parte del autor

Figura 34. Dibujo plano prototipo 2



Fuente: Elaboración por parte del autor

Figura 35. Dibujo plano prototipo 3

Fuente: Elaboración por parte del autor

Figura 36. Orden de producción prototipo 1

ORDEN #	01
FACTURA #	
CLIENTE	OPCIÓN DE GRADO 3
PROVEEDOR	ALIX
ENTREGA A TALLER	15 NOV
ENTREGA CLIENTE	21 NOV URGENTE
PRENDA	CAMISA HOMBRE
MATERIAL	QUEEN
PROVEEDOR	LAFAYETTE
COLOR	NEGRO / BLANCO
CANTIDAD ENTREGADA	3 MTS
BOTONES	PASTA BLANCOS (8)
PRESILLAS	A TONO
PESPUNTES	A TONO
OTROS INSUMOS	MARQUILLAS

TALLAS	
M	1 UNIDAD

Fuente: Elaboración por parte del autor

Figura 37. Orden de producción prototipo 2

ORDEN #	02
FACTURA #	
CLIENTE	OPCIÓN DE GRADO 3
PROVEEDOR	ALIX
ENTREGA A TALLER	15 NOV
ENTREGA CLIENTE	21 NOV URGENTE
PRENDA	CAMISA HOMBRE
MATERIAL	QUEEN
PROVEEDOR	LAFAYETTE
COLOR	NEGRO / BLANCO
CANTIDAD ENTREGADA	3 MTS
BOTONES	PASTA BLANCOS (10)
PRESILLAS	A TONO
PESPUNTES	A TONO
OTROS INSUMOS	MARQUILLAS

TALLAS	
S	1 UNIDAD

Fuente: Elaboración por parte del autor

Figura 38. Orden de producción prototipo 3

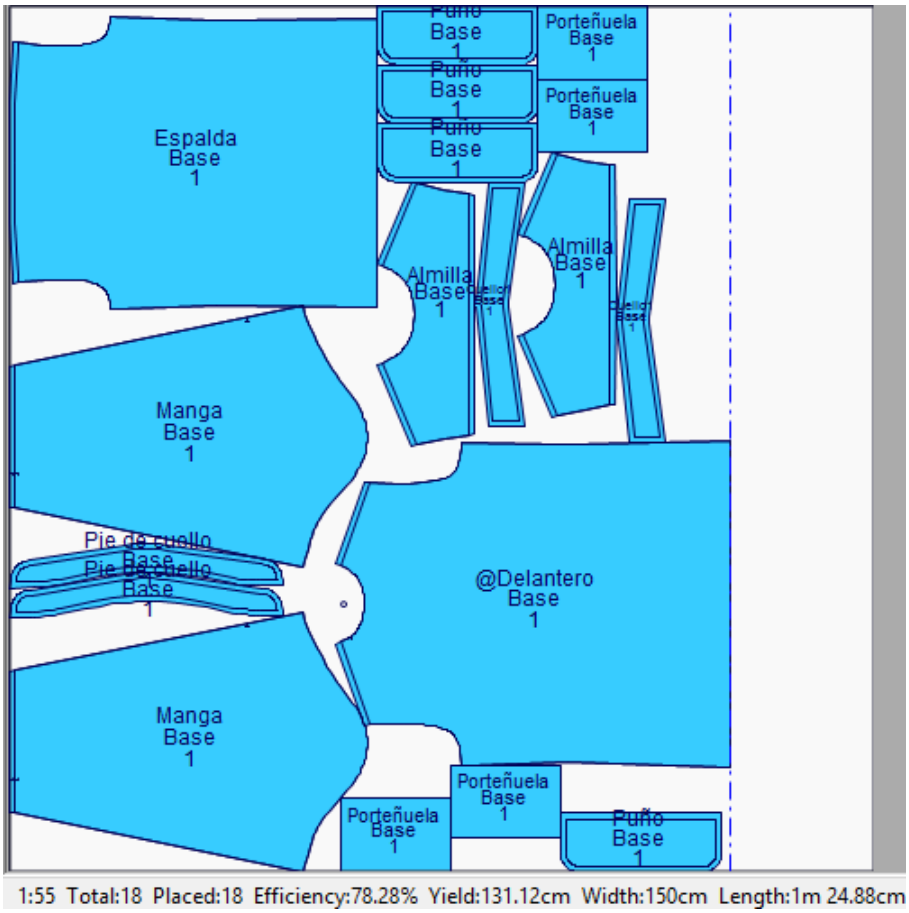
ORDEN #	02
FACTURA #	
CLIENTE	OPCIÓN DE GRADO 3
PROVEEDOR	ALIX
ENTREGA A TALLER	15 NOV
ENTREGA CLIENTE	21 NOV URGENTE
PRENDA	CAMISA HOMBRE
MATERIAL	QUEEN
PROVEEDOR	LAFAYETTE
COLOR	NEGRO / BLANCO
CANTIDAD ENTREGADA	3 MTS
BOTONES	PASTA BLANCOS (10)
PRESILLAS	A TONO
PESPUNTES	A TONO
OTROS INSUMOS	MARQUILLAS

TALLAS	
S	1 UNIDAD

Fuente: Elaboración por parte del autor

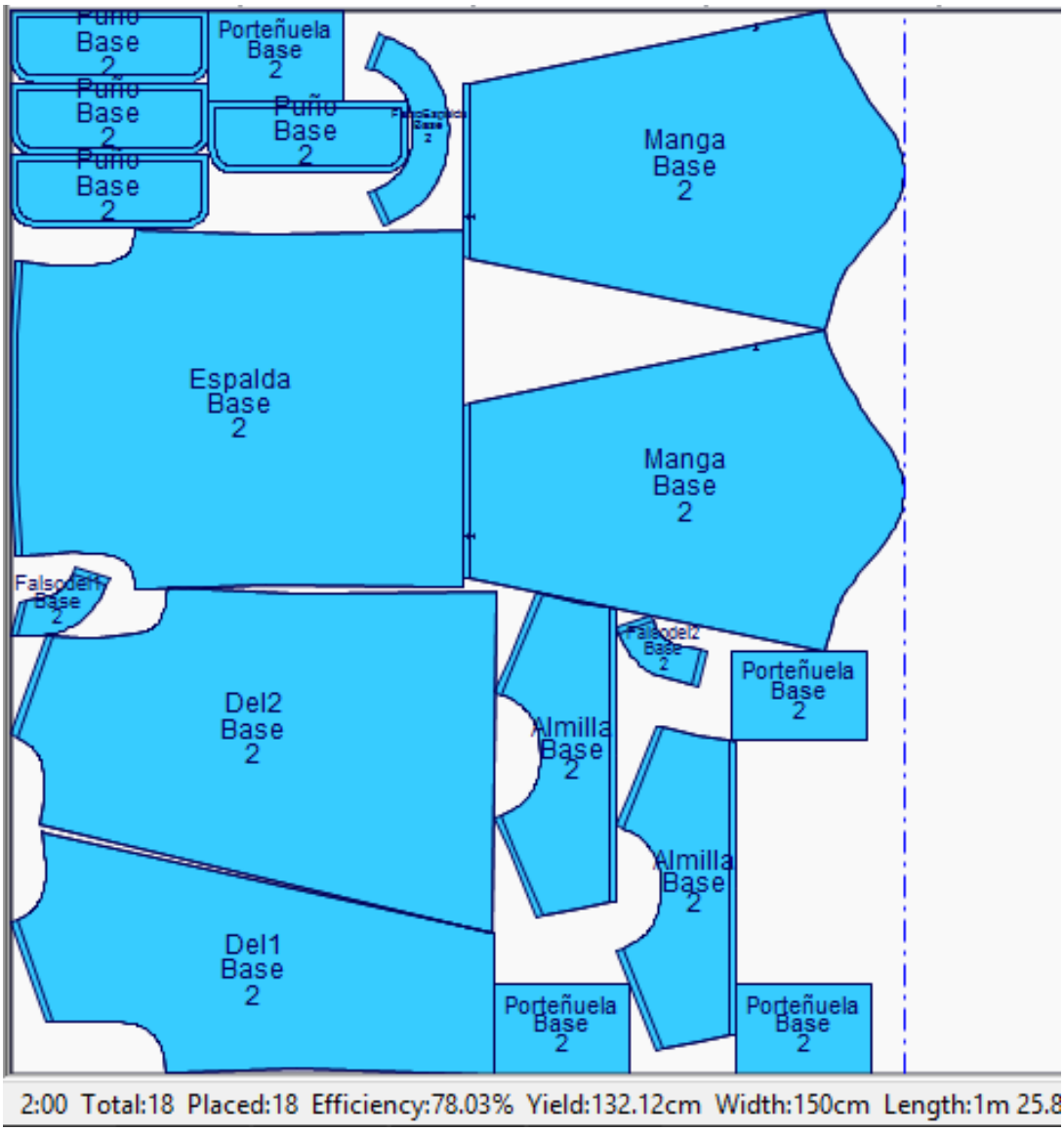
Ahora, en la parte de producción, al tener el cuadro de tallas realizado a partir del estudio antropométrico, se inicia con el proceso de patronaje y escalado, con el fin de desarrollar los patrones base para el desarrollo e interpretación de los prototipos, se realiza la moldería de forma análoga, es decir, con reglas de modistería y papel de trazo, con el fin de tener una mayor exactitud en las medidas, y luego se procede a digitalizarlas en el software digital Optitex, para optimizar tiempo en corte y tendido, y tener un registro digital de este para futuras producciones. A continuación, se listan los moldes y su respectivo tendido con el fin de evidenciar el uso de este instrumento.

Figura 39. Moldes y tendido prototipo 1



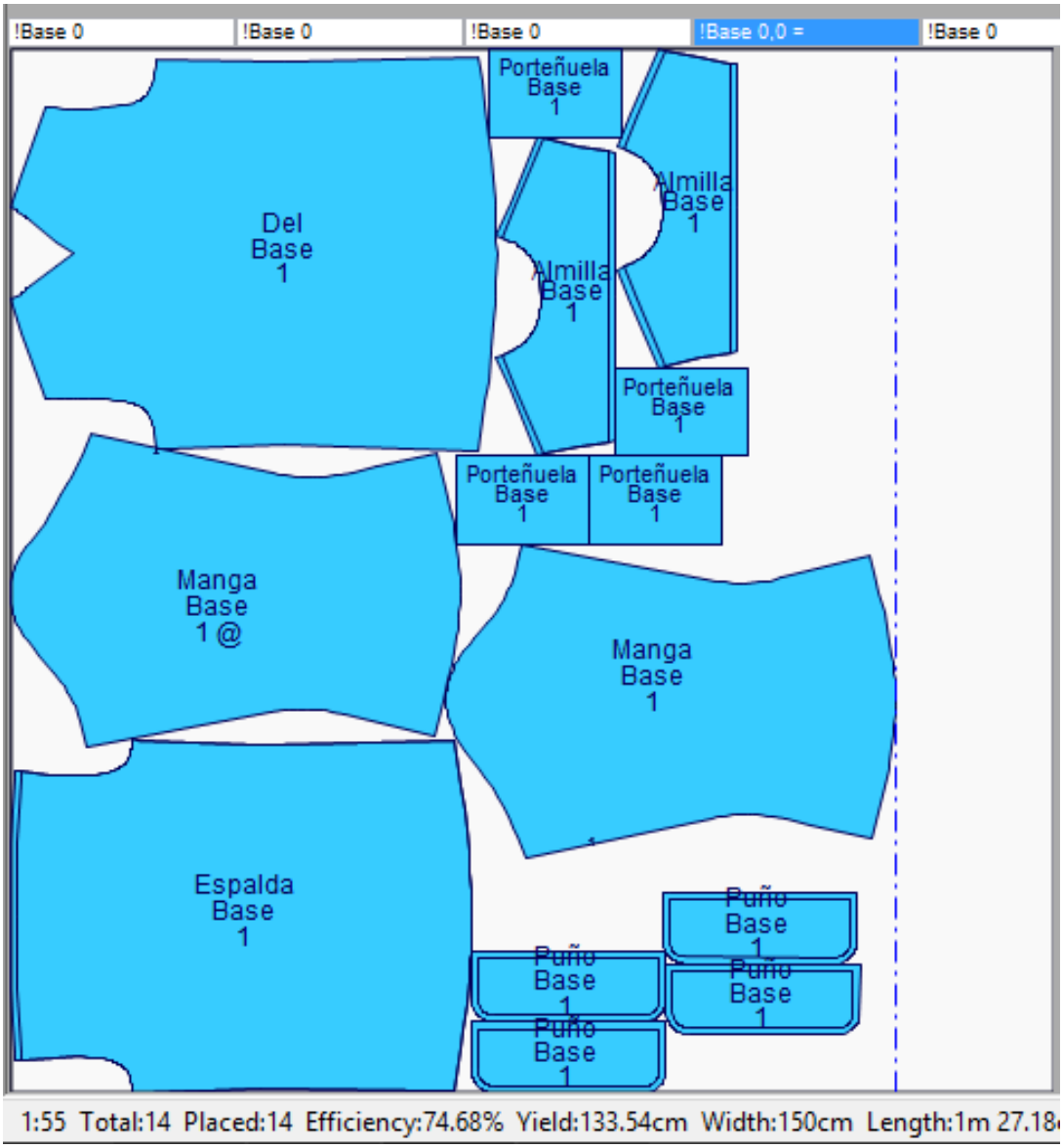
Fuente: Elaboración por parte del autor.

Figura 40. Moldes y tendido prototipo 2



Fuente: Elaboración por parte del autor.

Figura 41. Moldes y tendido prototipo 3



Fuente: Elaboración por parte del autor

Capítulo 4

Resultados y conclusiones

El análisis y discusión de los resultados y sus correspondientes conclusiones parten del diseño y producción de tres prototipos de camisa para hombres jóvenes de contextura delgada de la ciudad de Bogotá, el cual por medio del diseño metodológico y su ejecución, se logra evidenciar por medio de un cuadro comparativo el análisis de los distintos tipos de silueta y de somatipos masculinos por medio de un cuadro comparativo con el fin de identificar la relación que existen entre el uso de las prendas y su adaptación al cuerpo, dando como resultado el argumento necesario para hallar dicha relación, dicho argumento es que si las prendas se crea con un patrón o denominado molde estándar, no lograría una ergonomía óptima en las personas, de aquí se desencadena la problemática analizada dentro del trabajo de investigación.

Continuando con el hilo conductor de este texto, otro resultado relevante es la identificación antropométrica, al tener el conocimiento de una toma de medidas, y de forma pertinente se desarrolla un nuevo cuadro de tallas, los prototipos son probados en jóvenes de contextura delgada, dando un resultado eficaz y certero al estudio antropométrico, es decir, de este punto se desencadena el uso del patronaje y escalado como herramientas para crear patrones que se adapten de forma óptima a la silueta y morfología delgada, donde dicha adaptación es cumplida con cabalidad.

Ahora, dentro del registro del proceso creativo, dentro del proceso creativo y crea una colección cápsula coherente, apoyada de elementos como moodboard, ilustraciones y bocetos. En el segundo ítem, de la selección del textil, esta tela tiene una fijación de color del 85%, es

decir, tonos como el negro tienen cierta opacidad, por lo que con este textil es recomendable usar tonos claros, en cuanto a sus características físicas, posee buen comportamiento al tacto, tiene poca tolerancia al arrugarse, posee gran densidad de hilos, es decir de deshila bastante fácil, por lo que se debe ensamblar una vez terminado el corte, tiene poca resistencia al desgarre por lo que debe ser confeccionada con puntada 2 o 3 pulgadas.

Teniendo en cuenta lo anterior, la sublimación fue óptima excepto por la fijación del color negro, la fijación no es del todo óptima, por ende, se debe revisar el tipo de tinte o de impresión sobre el textil, se recomienda usar impresión directa. Se hará posterior a la realización de los prototipos una segunda prueba de lavado para verificar posibles migraciones de color.

En cuanto a la confección, se posee buenos acabados acorde a la producción de camisería masculina, en el patronaje y escalado se recomienda dar desahogos de 1 cm en contorno para mayor durabilidad y posibles encogimientos.

A continuación, se lista registro fotográfico del producto terminado, para evidenciar el resultado de los prototipos ya realizados.

Figura 42. Fotografía prototipo 1

Fuente: Elaboración por parte del autor

Figura 43. Fotografía prototipo 2

Fuente: Elaboración por parte del autor

Figura 44. Fotografía prototipo 3

Fuente: Elaboración por parte del autor

Figura 45. Fotografía comercial prototipos

Fuente: Elaboración por parte del autor

Referencias

(s.f.). Obtenido de http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001536913

Acuña, L., & González, D. (01 de Enero de 2014). *Revista Mexicana de Psicología.* Obtenido de Aceptación y rechazo social hacia personas de distintas tallas corporales: https://www.redalyc.org/pdf/2430/243033030008.pdf

Ambrocio, J. (06 de Diciembre de 2016). *Academia.edu.* Obtenido de EL LÉXICO DE LA COMUNIDAD LGTB: https://www.academia.edu/37761461/EL_L%C3%89XICO_DE_LA_COMUNIDAD_LGTB

Aplicadas, U. P. (Diciembre de 2013). *Técnicas de patronaje.* Obtenido de Carrera de Diseño y Gestión en la Moda: http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/344592/1/Patronaje-Rep.pdf

Arana, L. (05 de Diciembre de 2013). *Tipos de estrategias de mercadeo*. Obtenido de Gestiopolis: https://www.gestiopolis.com/tipos-de-estrategias-de-mercadeo/

Audaces. (19 de 10 de 2015). *Audaces*. Obtenido de Ergonomía en la vestimenta: los desafios de su aplicabilidad: https://www.audaces.com/es/ergonomia-en-la-vestimenta-los-desafios-de-su-aplicabilidad/

Benito, P. S. (2014). *Alimentación y Nutrición en la vida activa: Ejercicio físico y deporte.* Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.

Bernard, T. (2014). *William Sheldon*. Obtenido de https://www.britannica.com/biography/William-Sheldon

Callisaya, B. (2017). *Repositorio Institucional UMSA.* Obtenido de Sistema experto de identificación en tallas de ropa: https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/16684

Camacho, S. (23 de Julio de 2014). *El Tiempo*. Obtenido de Los diseñadores independientes se toman las calles de Chapinero: http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-14292095

Carter, J. (19 de Marzo de 2003). *THE HEATH-CARTER ANTHROPOMETRIC SOMATOTYPE.* Obtenido de http://www.somatotype.org/Heath-CarterManual.pdf

Colciencias. (s.f.). *Hoja de vida.* Obtenido de http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001536913

Colciencias. (s.f.). *Hoja de vida*. Obtenido de http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000704997

Cruz, A. (2010). *Ergonomía Aplicada.* Ecoe Ediciones.

De Parada, Y. (1999). *RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.* Obtenido de INSTITUTO COLOMBIANO PARA EL FOMENTO: http://www.unilibrebaq.edu.co/unilibrebaq/images/CEUL/mod3recoleccioninform.pdf

De tribus urbanas. (2014). *Tribus urbanas*. Obtenido de Mods: http://www.detribusurbanas.com/mods/

Defensoría del pueblo. (17 de Mayo de 2017). *Defensoría registra aumento significativo de las denuncias por violencia contra población LGBTI*. Obtenido de http://www.defensoria.gov.co/es/nube/noticias/5220/Defensor%C3%ADa-registra-aumento-significativo-de-las-denuncias-por-violencia-contra-poblaci%C3%B3n-LGBTI-LGBTI-conflicto-armado-derechos-humanos-homofobia-Defensor%C3%ADa-del-Pueblo-LGBTI.htm

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2012). *Clasificación Industrial Internacional uniforme de todas las actividades económias.* Obtenido de Clasificación Industrial Internacional uniforme de todas las actividades económias: https://www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/CIIU_Rev4ac.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (03 de Octubre de 2016). *Estadísticas Vitales - EEVV.* Obtenido de Estadísticas Vitales - EEVV: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/bt_estadisticasvitales_2015pre-2016pre.pdf

Doig, S. (10 de Abril de 2017). *The Telegraph*. Obtenido de Dior Homme's decade of dark elegance: Kris Van Assche celebrates 10 years at the helm: http://www.telegraph.co.uk/luxury/mens-style/dior-homme-kris-van-assche-interview/

Echeverri, M. (18 de Abril de 2017). *La República*. Obtenido de Arturo Calle lidera el negocio de ropa para hombres, que vende $5,7 billones:

https://www.larepublica.co/empresas/arturo-calle-lidera-el-negocio-de-ropa-para-hombres-que-vende-57-billones-2497656

EcuRed. (s.f.). *Paul Ferdinand Schilder*. Obtenido de https://www.ecured.cu/Paul_Ferdinand_Schilder

El País. (20 de Agosto de 2017). *Economia*. Obtenido de ¿Por qué el negocio textil colombiano enfrenta su hora más crítica?: http://www.elpais.com.co/economia/por-que-el-negocio-textil-colombiano-enfrenta-su-hora-mas-critica.html

Escobar, M. (16 de Mayo de 2017). *El Colombiano*. Obtenido de ¿Por qué Colombia no ha podido erradicar la desnutrición?: http://www.elcolombiano.com/colombia/salud/panorama-de-la-desnutricion-en-colombia-NX6536096

Farrell, C. L. (2005). *Assessment of body size estimation: A review.*

Fuentes, D. (2015). *Hombre Moderno*. Obtenido de Revolución Slim Fit: http://www.hombremoderno.es/moda/revolucion-slim-fit-b04-1303_1-1305/

Gagné, É., & Alejandro, R. (s.f.). *Academia.eu.* Obtenido de Muestra del vocabulario empleadopor la Comunidad Gay de Bogotá: https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/analisis/article/viewFile/1228/1443

Gherzi Textil Organisation AG. (Diciembre de 2010). *Generación de Capacidad Comercial EFTA.* Obtenido de http://www.procolombia.co/sites/default/files/estudio_prendas_-_efta_parte_2.pdf

Girela, J. (28 de Septiembre de 2015). *Regular fit, tailored fit, custom fit, slim fit... ¿Qué significa cada corte de camisa?* Obtenido de Revista GQ:

http://www.revistagq.com/moda/tendencias/articulos/diferencia-cortes-de-camisa-fit-que-significa/21885

Gómez, I. (24 de Julio de 2019). *Scielo.org.* Obtenido de Grindr y la masculinidad hegemónica: aproximación comparativa al rechazo de la feminidad: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-64422019000100039

González-García, D. A. (2014). Social acceptance and rejection of people with different body size. *Revista Mexicana de Psicología*, 1.

Hickman, M. (20 de Febrero de 2011). *Independent*. Obtenido de Plastic fantastic! Carrier bags 'not eco-villains after all': http://www.independent.co.uk/environment/green-living/plastic-fantastic-carrier-bags-not-eco-villains-after-all-2220129.html

Inexmoda. (Junio de 2017). *Informe Bogotá Junio*. Obtenido de Observatorio Económico: https://www.isci.inexmoda.org.co/observatorio-economico/informe-bogota-junio/81/14045

Inexmoda. (2017). *Observatorio Económico*. Obtenido de Vuelve y Juega: https://www.isci.inexmoda.org.co/observatorio-economico/vuelve-y-juega/78/13912

Inexmoda. (2017). *Vuelve y juega*. Obtenido de Observatorio Económico: https://www.isci.inexmoda.org.co/observatorio-economico/numeros-de-moda/78

Inexmoda. (s.f.). *LA NUEVA VISIÓN DEL CONSUMIDOR DE MODA.* Obtenido de http://docs.wixstatic.com/ugd/f9a82f_163569fee23e4919bc8127d46b0b1f4c.pdf

Infotechusa. (04 de Enero de 2001). *Info Tech Usa*. Obtenido de Pricing Strategies. Several major factors influence the pricing for a product or service:

https://infotechusa.wordpress.com/2010/01/04/pricing-strategies/?_ga=2.109649984.418738926.1504502630-831974277.1504502629

Instituto Nacional de Contadores Públicos. (20 de Febrero de 2017). *Instituto Nacional de Contadores Públicos*. Obtenido de Las empresas están usando más las bolsas ecológicas: https://www.incp.org.co/las-empresas-estan-usando-mas-las-bolsas-ecologicas/

Jiménez, A. (01 de Febrero de 2015). *El financiero*. Obtenido de 15 estrategias para mejorar el servicio al cliente: http://www.elfinancierocr.com/noticias/Antonio_Jimenez-servicio-mercadeo-estrategias_0_674932516.html

Kasriel Alexander, D. (2017). *Las 10 tendencias globales del mundo para 2017.* Obtenido de Euromonitor Intenational: http://go.euromonitor.com/rs/805-KOK-719/images/wpTop10GCT2017SP.pdf

Linkedin. (2016). *Linkedin.* Obtenido de https://www.linkedin.com/in/santiago-romero-r-467a4239/?locale=es_ES

Mall & Retail. (Abril de 2017). *Newspaper*. Obtenido de http://www.mallyretail.com/archivos/Boletin-178-mallyretail.pdf

McCauley, J. (03 de 2015). *Critical Studies in Men's Fashion.* Obtenido de Hedi Slimane and the reinvention of menswear: https://www.researchgate.net/publication/272385540_Hedi_Slimane_and_the_reinvention_of_menswear

Méndez, C. E. (2011). *Metodología, Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales.* Ciudad de México: Limusa.

Ministerio de Industria y Comercio. (2000). *Guía para exportar en Colombia.* Obtenido de Guía para exportar en Colombia.

Ministerio de Salud y Protección Social. (Noviembre de 2016). *Análisis de Situación de Salud. Colombia.* Obtenido de Análisis de Situación de Salud. Colombia: https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/ED/PSP/asis-colombia-2016.pdf

Ministerio de Salud y Protección Social. (14 de Junio de 2016). *RESOLUCIÓN NÚMERO 2465 DE 2016.* Obtenido de http://www.icbf.gov.co/portal/page/portal/PortalICBF/bienestar/nutricion/pnsan/Resolucion%202465%20de%202016.pdf

Mnisterio Comercio, Industria y Turismo. (05 de Junio de 2012). *Definición Tamaño Empresarial Micro, Pequeña, Mediana o Grande*. Obtenido de "LEY 905 DE AGOSTO 2 DE 2004": http://www.mincit.gov.co/mipymes/publicaciones/2761/definicion_tamano_empresarial_micro_pequena_mediana_o_grande

Morales, P. (25 de Mayo de 2011). *La morfología humana*. Obtenido de https://biologia.laguia2000.com/anatomia-animal/la-morfologia-humana

Northern Ireland Assembly. (23 de Febrero de 2011). *Research and Library Service.* Obtenido de Comparison of Environmental: http://www.niassembly.gov.uk/globalassets/documents/raise/publications/2011/environment/3611.pdf

Norton, K. T. (2012). *Antropométrica.* Rosario: Biosystem.

Organización Mundial de la Salud. (Septiembre de 2016). *Centro de Prensa*. Obtenido de Calidad del aire ambiente (exterior) y salud: http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs313/es/

Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española | Edición del Tricentenario*. Obtenido de http://dle.rae.es/?id=YzzJBPM|Z00HtVa|Z00rdTM

Redacción El Tiempo. (05 de Noviembre de 2016). Obtenido de http://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/situacion-de-los-ancianos-en-temas-de-desnutricion-en-colombia-32609

Ruiz, J. I. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa*. Obtenido de https://books.google.es/books?id=WdaAt6ogAykC&printsec=copyright&hl=es#v=onepage&q&f=false

Sánchez Obregón, M. (2016). *Fundamentos de Ergonomía.* Editorial Patria.

Sánchez, A. (31 de Julio de 2014). *Estrategias de promoción dentro de las 4 p*. Obtenido de Gestiopolis: https://www.gestiopolis.com/estrategias-de-promocion-dentro-de-las-4-p/

Schilder, P. (1983). *Image and appearance of the human body.* Paidós.

Servis., R. d. (2016 de Septiembre de 2016). *Estrategias de distribución: ¿cuál se adapta mejor a tu negocio?* Obtenido de Servis: http://tuespaciovende.servisgroup.es/estrategias-de-distribucion-mejor-negocio/

Shapiro, H. (2006). *Historia del Rock y las Drogas.* España: Manon Troppo.

Tamara, G. (26 de Enero de 2017). *Fashion Network*. Obtenido de Colombia: los retos de la industria textil en 2017: http://co.fashionnetwork.com/news/Colombia-los-retos-de-la-industria-textil-en-2017,785909.html#.WchPS7KLTIW

Universidad Autónoma de Nuevo León. (s.f.). *Los tres componentes fundamentales de Sheldon*. Obtenido de http://cdigital.dgb.uanl.mx/la/1020121495/1020121495_023.pdf

Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. (27 de Junio de 2013). *Estudio de Consumidor - Moda en la juventud.* Obtenido de Análisis de la tendencia Slim Fit: http://www.utadeo.edu.co/sites/tadeo/files/collections/documents/field_attached_file/presentacion_slim_fit.pdf?width=740&height=780&inline=true#pdf_reader

Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. (27 de Junio de 2013). *Estudio de Consumidor - Moda en la juventud.* Obtenido de Análisis de la tendencia Slim Fit: http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001536913

Universidad de Palermo. (Julio de 2009). *IV Encuentro Latinoamericano de Diseño.* Obtenido de Actas de diseño: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/147_libro.pdf

Velardo, C. &. (2010). *Weight estimation from visual body appearance.* Obtenido de http://www.eurecom.fr/en/publication/3189/download/mm-publi-3189.pdf

Vergara, M. (2015). *Antropometria aplicada al diseño de producto.* Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions.

Anexos

Tabla 7. Costos prototipos

NOMBRE DEL PRODUCTO	Prototipo camisa			UNIDAD DE COSTEO	1
REFERENCIA	SEDANO01			UNIDAD VENDIDA MES	1
MATERIAS PRIMAS E INSUMOS	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO	
Textil - Queen	Metros	$ 19.900	1,5	$ 29.850	
Botones	Unidad	$ 30	10	$ 300	
Sublimación	Unidad	$ 23.000	1,5	$ 34.500	
TOTAL COSTOS VARIABLES DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS				$ 64.650	
OTROS COSTOS VARIABLES					
OTROS MATERIALES	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO	
Mano de obra	Unidad	$ 30.000	1	$ 30.000	
Empaques	Unidad	$ 2.500	1	$ 2.500	
Transporte (Taller a tienda)	Unidad (Trayecto tienda-local)	$ 10.000	1	$ 10.000	
Etiqueta	Unidad	$ 120	1	$ 120	
Marquillas	Unidad	$ 300	1	$ 300	
TOTAL OTROS COSTOS VARIABLES				$ 42.920	
TOTAL COSTOS VARIABLES				$ 107.570	
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN 30%				$ 32.271	
				$ 139.841	
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN 50%				$ 53.785	
				$ 161.355	

Fuente: Elaboración por parte del autor