

Estudio De La Marca “A Mi Medida” En La Industria De La Moda Con Un Énfasis En Patronaje Industrial Para Personas Meso Tipo Ectomorfo En La Ciudad De Bogotá.

Vivian Daniela Forero Vargas

Laura Julieth Lara Pachón

Marzo 2020.

Corporación Unificada Nacional De Educación Superior CUN

Facultad De Bellas Artes

Trabajo De Grado 2 – Modelos De Innovación

Dedicatoria

Este trabajo ha sido realizado con mucho esfuerzo, voluntad y sacrificio está dedicado con amor, admiración y respeto a Dios, como mejor amigo íntegro y leal a tiempo completo, por habernos llenado de fortaleza para poder alcanzar los propósitos trazados.

A nuestros padres por el apoyo en aquellos momentos de sacrificio y brindarnos apoyo moral e incondicional.

Agradecimientos

Agradecemos este proyecto a Dios, por habernos permitido llegar hasta este momento tan importante de formación profesional.

A nuestros familiares, quienes son el pilar más importante en nuestra vida, agradecemos su cariño, su afecto y su apoyo incondicional.

A todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de este proyecto.

A nuestros docentes Irving Tovar Rivera y Lidia Esperanza Alvira Gomez quienes apoyaron, direccionaron y evaluaron el presente trabajo.

Tabla De Contenido

Resumen

Palabras clave.....Pág. 05

Introducción

Planteamiento del problema.....Pág. 08

Formulación del problema.....Pág. 09

Justificación del problema.....Pág. 10

Objetivos

Objetivo general.....Pág. 11

Objetivos específicos..... Pág. 11

Marco de Referencia

Marco teórico..... Pág. 12

Reflexión..... Pág. 14

Conclusión.....Pág. 16

Prototipo.....Pág. 17

ReferenciasPág. 18

Resumen

La marca “A mi medida” en la industria de la moda textil con un énfasis en diseño antropométrico, por medio de la comparación con otras marcas del sector de moda a nivel mundial, nacional, capital y local, se concluyó que existe déficit de prendas de vestir para mujeres mesotipo ectomorfo, adicionalmente por medio de encuestas de tipo descriptivo realizadas a 25 mujeres mayores de 18 años de clase social media comprendidas entre estudiantes de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN y diferentes entornos laborales del sector moda, se evidencia la importante cantidad de consumidores y la necesidad de encontrar prendas a su gusto, además de interés por la iniciativa del proyecto; posteriormente se clasificó esta información de acuerdo a la clase social, pues este es el elemento más importante del estudio de mercado, sin dejar de lado las respuestas abiertas, que describen al cliente. En conclusión es indispensable pensar en el nicho de mercado de las mujeres mesotipo ectomorfo como un segmento importante e influyente en la ciudad de Bogotá, ya que se evidenció un buen nicho de mercado solamente en la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN que fue el lugar donde se realizaron las primeras encuestas.

Palabras Clave

Antropométrico, mesotipo, ectomorfo, segmento, nicho de mercado.

Introducción

La moda se ha convertido en un hábito indispensable a nivel mundial y existe para satisfacer necesidades, pero también para satisfacer gustos más allá de lo estrictamente necesario del vestir, es importante recordar que no todas las marcas de diseñador, ni las marcas de cadena trabajan en pro de cada persona, pues geográficamente y generacionalmente la diversidad es algo que nos identifica, pero la moda al ser un interés de volúmenes para muchos no permite que esta diversidad sea protagonista. Las personas latinoamericanas por genética somos de estatura más baja que las personas del resto del mundo, pero es de obviar que esta condición no es general, pues existen excepciones a la regla que nos recuerdan el importante principio de diversidad.

En la ciudad de Bogotá se encuentra un grupo de personas que cumplen la condición de ser altos en comparación con el promedio de las personas, a estas personas se identifican genética y estructuralmente con un mesotipo ectomorfo, las cuales suelen ser altas, delgadas, por lo general con extremidades largas y hombros estrechos, la razón es que tienen un metabolismo increíblemente rápido que les permite comer todo lo que quieran sin ganar peso, ni masa muscular.(Anon n.d.) este grupo de personas que son alrededor de un 27% de la población pertenecen a un nivel socioeconómico de nivel 3 y 4, lo que nos permite concluir que estas personas están en capacidad económica de adquirir prendas de vestir a un precio público medio-alto.

Es por esto que nace la idea de crear un proyecto que dedica tiempo completo al estudio del perfil de sus clientes mesotipo ectomorfo, realizando estudios iniciales en la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior – CUN y sus alrededores. Dicho proyecto inicia con la

creación y posterior comercialización de prendas de vestir para este nicho de mercado, puesto que consideramos que dicho estudio genera valor agregado a las colecciones, lo que las lleva a ser pioneras en la industria de la moda según la morfología de sus consumidores mesotipo ectomorfo.(Anon n.d.)

El proyecto maneja en una misma prenda dos tallas, se basa en largos y contornos de las personas de estatura alta, con el fin de convertirse en el cómplice ideal de un estilo innovador; una compañía confiable y a la vanguardia, por medio de un grupo de diseñadores especializados, es la encargada de vestir su cuerpo y su esencia entregando propuestas de diseños únicos y favorables para la silueta y a gusto del público. (Anon n.d.)

Finalmente se descubre la importancia de cubrir dicha necesidad en el mercado, debido a la falta de oferta de prendas con las características de “A mi medida“ entre las que se encuentra la implementación de doble tallaje en una misma prenda, diseños innovadores y proponentes, partiendo del estudio específico en personas, más puntualmente en mujeres mesotipo ectomorfo. Adicionalmente se descubre una gran fortaleza de esta propuesta que es la falta de oferta en el mercado dedicada a este cliente, lo que nos deja a la vista la posibilidad de una expansión internacional prometedora.

Planteamiento Del Problema

La industria de la moda avanza a un ritmo ascendente y su comercio crece de manera dinámica y globalizada, es por esto que día a día las necesidades de los consumidores aumentan. Una de sus falencias es la falta de concentración en el campo del patronaje y sus tallas, puesto que se evidencia una fuerte inconformidad en las personas. Uno de los casos se ve en el consumidor de estatura alta de mesotipo ectomorfo, un nicho de mercado que busca conformidad a la hora de vestir su silueta antropométricamente, sin embargo no encuentra un referente de la moda que cumpla a cabalidad sus expectativas.

En el sector moda, el patronaje y confección funcionan de manera estandarizada tanto las tallas como las medidas, debido al trabajo en masa para un solo prototipo de cuerpo, generalizando las formas y ofertando una sola serie de tallas. (XS-S-M-L-XL), en consecuencia el proyecto trabaja nuevas alternativas de patronaje para cuerpos mesotipo ectomorfo y así manejar en una misma prenda dos tallas:

Largo M(10) – Contorno S(8)

Largo L(14) – Contorno M(10)

Largo XL(18) – Contorno L(14) etc.

En definitiva para el proyecto a realizar, es importante analizar el desafío para la industria del vestir femenino, diferenciar productos, encontrar nichos de potencial competitivo y adoptar estrategias de atención al cliente.

Con lo anterior y teniendo en cuenta que, cuando se llega a una tienda de ropa exterior femenina encontramos las prendas distribuidas por tipo de prenda y color sin importar la talla, se requiere entonces entrar a incursionar con la confección de prendas que ofrezcan un servicio personalizado, generando competitividad por medio del valor en bienes satisfactorios, pues esto permite generar percepción de la marca.

Formulación Del Problema

¿Cómo la marca “**A MI MEDIDA**” en la industria de la moda textil satisface la necesidad de los cuerpos mesotipo ectomorfo en la ciudad de Bogotá?

Justificación Del Problema

El presente proyecto surge debido a lo que se interioriza en el diagnóstico y diseño del sector moda textil, encontrando problemáticas significativas en la población mesotipo ectomorfo, debido a que a la hora de vestir, se presentan situaciones de no satisfacción al encontrar prendas de largos insuficientes, contornos exagerados y/o siluetas desproporcionadas, debido a esto se decide analizar la población.

Partiendo del análisis de datos con respecto a la estatura promedio de las mujeres en la ciudad de Bogotá, dentro de los principales hallazgos se encontró que la talla promedio de la mujer colombiana es de 1.60 cm, y se considera normal en un rango entre los 1.55 y 1.71 cm.

En relación a lo anterior se implementó como estrategia, la creación de una idea que decide fusionar tal necesidad y el nuevo modelo de patronaje, tanto en contornos como largos, en consecuencia fue necesario vestir cuerpos antropométricamente manejando dos tallas en una misma prenda.

Objetivos

Objetivo General

Implementar la marca “A mi medida” en la industria de la moda textil con un énfasis en diseño antropométrico.

Objetivos Específicos

1. Analizar el déficit del mercado respecto a la implementación de prendas de vestir según su estructura y morfología.
2. Identificar tabla de tallaje para personas mesotipo ectomorfo.
3. Seleccionar el patronaje adecuado para ser complementado con las siluetas, hormas y propuestas que impone la tendencia.

Marco Referencial

Marco Teórico

Analizar el déficit en el mercado respecto a la implementación de prendas de vestir según su estructura y morfología. (Anon n.d.) Décadas atrás, las personas acudían con mayor frecuencia a la modista o el sastre para confeccionar prendas de acuerdo a las medidas propias de cada cuerpo, esto permitía que tuvieran en su guardarropa piezas prácticamente únicas y entalladas. (Anon n.d.)

Con el correr del tiempo y a través de la evolución de la moda y expansión hacia nuevos mercados se desarrollaron las tallas o medidas que ahora conocemos como estándar (S, M, L, XL, XXL o de numeración), que son una norma utilizada en la confección de prendas en serie que actualmente representa el más alto porcentaje de la vestimenta que conocemos. (Anon n.d.)

Una pieza ajustada a la medida en puntos específicos según el cuerpo de la persona que la vestirá hace de esa “prenda estándar” una “pieza personalizada”. (Anon n.d.) Algo que debemos tener en cuenta es la caída de las telas, un material que se deforma cuando la usamos resta elegancia a nuestra imagen. (Anon n.d.) La industria de la moda y la indumentaria técnica se dirige a segmentos de población cada vez más específicos, con exigencias de adaptación crecientes y características antropométricas muy diferenciadas. La forma y las dimensiones del cuerpo pueden variar mucho en función de diferentes parámetros como la edad, el género o el origen geográfico. (Anon n.d.)

Conocer las dimensiones y la forma del cuerpo humano permite establecer un patronaje y tallaje más precisos para la ropa y los complementos y, por tanto, conseguir una mejor adaptación a los consumidores. (Anon n.d.) Segmentos de mercado según el consumo textil de acuerdo a temporadas, preferencias y propuestas. La moda se manifiesta a través de la ropa y los complementos, que queda plasmado de forma continua, durante un periodo de tiempo, en un lugar concreto.

La tendencia en moda implica ser original, diferente y exclusivo, en el momento que una tendencia se alarga en el tiempo se convierte en obsoleta dando lugar a otra nueva. La palabra final siempre la tiene el público, un diseñador puede proponer ideas pero si el público no las emplea y no se ven en la calle estas no funcionan.

De ahí la importancia en la actualidad del Street style (estilo de la calle). Los nuevos medios de comunicación propician que las tendencias evolucionan de una forma muy rápida. Como resultado las tendencias en moda suelen ser muy efímeras; en épocas anteriores sólo se encontraban referentes de estilo en las personas relevantes que aparecían en los medios de comunicación. En la actualidad el internet facilita el hecho de que los referentes de estilo ya no sean las personas famosas sino la gente normal.

Reflexión

Como resultado del análisis e investigación que se realizó con énfasis en diseño antropométrico para la industria textil en la ciudad de Bogotá y los resultados de tipo cuantitativos como la encuesta, se pudo comprobar que es necesaria y viable la creación de la marca A MI MEDIDA generando emprendimiento dada la inexistencia de otras empresas que cumplan con las expectativas planteadas en el proyecto, se decide solucionar una problemática en el sector moda debido al notable déficit en el mercado del patronaje y manejo de tallas; problemáticas que tienen los consumidores altos y de contextura muy delgada para adaptarse a prendas que cumplan con sus medidas proporcionales y cuerpo, además que los haga lucir estéticamente bien y sentirse cómodos generando estrategias por medio del diseño de prendas con innovación que cuenten con 2 tallas en un solo producto tanto en contornos como largos, se logra gracias a los conocimientos, estrategias, conceptos y habilidades obtenidos hasta el momento. Abarcar una necesidad particular y real que evidencia la individualidad, el estilo y la apariencia física y estética de las mujeres mediante prendas generadas a la medida de sus cuerpos, lo que permite la diversificación de mercados y la formación de competitividad no solo a nivel nacional sino internacional; esto se menciona también porque la necesidad que evidenciamos al realizar el estudio en diversas mujeres de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN con las condiciones físicas que estudiamos - meso tipo ectomorfo notamos la necesidad que hay en el mercado local nacional de prendas tanto básicas como de moda y con esto al mismo tiempo de marcas extranjeras entrantes, es por esto que la visión de expansión internacional a futuro busca suplir no solo la necesidad de la cliente colombiana

sino también buscar esta misma necesidad conquistando con nuestra propuesta innovadora mujeres en otros países con esta misma necesidad.

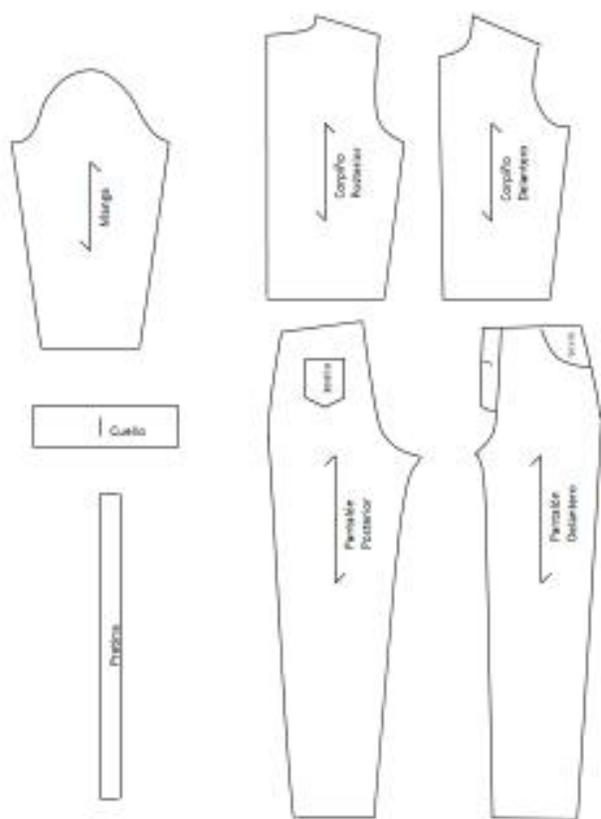
Conclusiones

La importancia de crear nuevos estilos, con diseños enriquecidos de actualidad, elegancia, juveniles, versátiles, diferentes, pero sobretodo útiles, es irrelevante sobre todo cuando hablamos de un nicho de mercado como lo son las personas que tienen un cuerpo clasificado dentro de los meso tipo ectomorfo a los cuales por manifestación propia les es casi imposible encontrar prendas a la moda, que se ajusten con precisión a su cuerpo, esta oferta que se descubrió además de comentarse entre las personas ha pasado a ser entendida dentro del mercado de la moda, además reconociendo los talentos en innovación y creatividad que en Colombia se generan.(Anon n.d.)

Además de estas condiciones favorables para el presente proyecto, otra realidad que nos impulsa a llevarlo a cabo es la ausencia de empresas que trabajen con un patronaje diferente al habitual que resulta ser el promedio de los colombianos, lo que lleva a concluir porque no se considera un espacio importante para este nicho de mercado conocido como mesotipo ectomorfo, de la misma manera que se realizó con las personas que tenían más peso de lo normal consideradas entonces como obesas, de esta forma se considera que este nicho de mercado debe ser progresivo, pues apenas tenemos conocimiento de esta necesidad y con seguridad creemos que a medida que se extienda la idea de negocio, llegan más clientes que incluso ni ellos sabían de su necesidad por estas prendas.

Se plantea la idea de construir un patronaje con base en algunas medidas estándar que ya se conocen en el mercado, lo que también brinda la posibilidad de experimentar y buscar cada vez un mejor patrón que llegue a la perfección de la necesidad del cliente de “A mi medida”.(Anon n.d.)

Prototipo



Referencias

- Anon. n.d. “Bogotá Fashion Week 2019: Crecimiento de La Moda Colombiana | ELESPECTADOR.COM.” Retrieved April 22, 2020a (<https://www.elespectador.com/economia/disenos-originales-la-clave-del-crecimiento-de-la-moda-colombiana-articulo-848754>).
- Anon. n.d. “La Antropometría Garantía Para Un Correcto Ajuste de La Ropa.” Retrieved April 21, 2020b (<http://www.biomecanicamente.org/item/270-rb-sizing-sudoe.html>).
- Anon. n.d. “La Morfología Humana | La Guía de Biología.” Retrieved April 21, 2020c (<https://biologia.laguia2000.com/anatomia-animal/la-morfologia-humana>).
- Anon. n.d. “Marcas de Vaqueros Para Mujeres Altas.” Retrieved April 21, 2020d (<https://desdelasalturas.com/marcas-de-vaqueros-para-mujeres-altas/>).
- Anon. n.d. “MESOTIPOS - Lo Que Realmente Quieres Saber | Nutrición y Entrenamiento.” Retrieved April 21, 2020e (<https://nersport.com/blog/nutricion/mesotipos-lo-que-realmente-quieres-saber>).
- Anon. n.d. “Renovación Turística: Viajes Hechos a La Medida | El Economista.” Retrieved April 21, 2020f (<https://www.eleconomista.net/economia/Renovacion-turistica-viajes-hechos-a-la-medida-20191114-0017.html>).
- Anon. n.d. “Tipos de Cuerpo | Cuerpos Ectoformo, Endomorfo, Mesoformo.” Retrieved April 21, 2020g (<https://www.myprotein.es/thezone/entrenamiento/ectoformo-endomorfo-mesoformo/>).
- Anon. n.d. “Tipos de Patronaje o Métodos Para Hacer Moldes de Ropa - Laura Páez.” Retrieved April 21, 2020h (<https://laurapaez.com/tipos-de-patronaje-o-metodos-para-hacer-moldes/>).