

**CREACIÓN DE EMPRESA, ROPA DE MATERNIDAD PARA MUJERES MAYORES
DE 35 AÑOS EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE DE GESTACIÓN**

FOR MY LOVE (PARA MI AMOR)

MATERIA

OPCIÓN DE GRADO 1

GRUPO 10110

DOCENTE

MIGUEL ANGEL RUBIO PEÑA

ALUMNOS

JULIETH ALEJANDRA PALACIOS JIMENEZ

BRYAN ARIZA ARANGO

CARLOS CARDENAS

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR CUN

BOGOTÁ

2017

NOTA DE ACEPTACIÓN

Nombre del Presidente

Nombre del Jurado

Nombre del Jurado

Bogotá, Mayo de 2017

DEDICATORIA

A nuestros padres, familiares y amigos por mostrarnos su firme e incondicional y relevante apoyo que nos brindaron durante el proceso de esta maravillosa carrera; culminando un paso importante en nuestras vidas.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por permitirnos culminar una de las muchas etapas de nuestras vidas. Nuestros padres, familiares y amigos que han sido pilares para salir adelante y llevar a cabo este proceso de crecimiento integral e intelectual.

A todos los docentes que gracias a sus conocimientos adquiridos durante sus años de experiencia, nos transmiten esa calidad y profesionalismo que son muy relevantes a tener en cuenta para nuestro crecimiento humano.

CONTENIDO

CONTENIDO	5
Introducción	6
1. Justificación y Objetivos.....	8
1.1 Planteamiento del Problema	8
1.2 Formulación del problema.....	9
1.3 Objetivos.....	10
1.3.1 Objetivo General.....	10
1.3.2 Objetivo Específicos.....	10
1.4 Justificación	12
1.5. Marcos de Referencia	13
1.5.1. Marco Teórico	13
2. MERCADO (Perfil del Consumidor)	19
CONCLUSIONES	23
BIBLIOGRAFIA	26

INTRODUCCIÓN

Es el embarazo una de las etapas más especiales e importantes de la vida y aunque las mujeres sufren cambios físicos, y son un poco más grandes de lo normal, ellas pueden lucir hermosas. Este es un aspecto fundamental para que su moral se mantenga en alto y no haya posibilidad de depresión, la cual puede afectar mucho al bebé que lleva dentro. La ropa de las futuras mamás debe cumplir fundamentalmente con el principio de la comodidad; en general, se recomiendan las prendas holgadas, frescas y de fibras naturales que no causen alergias y que permitan que la piel respire, ya que la gravidez hace que el cuerpo pierda oxígeno para dárselo al bebé.

La maternidad cambia la forma en que se vemos a la mujer y al estar esperando un hijo hace que luzca radiante. Esto se puede lograr usando la ropa ideal, pues no hay razón para creer que la embarazada no puede ser atractiva o llamativa. Aunque no se crea, estar embarazada no significa que no puedan usar pantalones o que sólo puedan ponerse ropa maternal. Hoy en día, se hacen pantalones con elásticos en la cintura que se expanden según la necesidad y esto puede ser útil durante el embarazo y posterior a él.

En cuanto a tonalidades, no hay nada escrito y lo mejor que se puede hacer es usar aquellos colores que realmente sean del gusto de las mujeres, sin pensar necesariamente en que hay que usar los colores pasteles que tradicionalmente se utilizan, se aconseja los colores oscuros ya que tienen la ventaja de hacer ver la figura más estilizada. Con el pasar de los años se ha visto como la moda evoluciona y es ahí donde el Diseñador de Modas puede aportar ideas e inspiración a este mundo tan multicultural.

En este proyecto de grado que se presenta a continuación se quiere retomar ese grupo de clientas que muchas veces los diseñadores no tienen en cuenta por su estado natural; embarazo

no significa enfermedad, es ver a la mujer más femenina, fresca, y que sea participe de este mundo de moda que cambia en cada temporada del año.

Esta inspiración va más allá de lo que se puede mostrar, su finalidad es marcar en estas futuras mamás un sentimiento de júbilo, son un conjunto de prendas funcionales y doble faz que darán a esta mujer la tranquilidad de poder llevarlas en toda ocasión incluso después del parto.

1. JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS

1.1 Planteamiento del Problema

La maternidad es un hecho social muy importante y es pautado por unas reglas y con unos condicionamientos en la forma de vestir, se debe propiciar romper el paréntesis que se venía suponiendo para la mujer embarazada, salirse de estas pautas y crear su propio estilo.

Por medio de los síntomas, causas y pronósticos de una mujer gestante se realizó el planteamiento del problema, el cual comprende la descripción y solución del mismo, determinando las necesidades de la población objetivo.

1.2 Formulación del problema

Para llevar a cabo este proyecto se parte de tres interrogantes que plantea el problema a solucionar:

- ¿Se puede asegurar que en una Mujer Embarazada cuando requiere comprar ropa para su nueva etapa encuentra lo que realmente quisiera vestir?
- ¿Simplemente debe conformarse con lo que le ofrece el mercado?
- ¿Más aún son atuendos a la moda, que le ofrezcan versatilidad, sensualidad, feminidad, y sobre todo vitalidad?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Realizar una colección de prendas que se ajusten a la Mujer Embarazada de la actualidad, a la Mujer Embarazada Vanguardista, que no quiera perder su identidad ni su esencia, rescatar con estas prendas su feminidad y su sensualidad, presentar a esta futura mamá como un icono de la moda en su categoría, que se admire y vista como una mujer, y que esté lista siempre y en cada momento.

1.3.2 Objetivo Específicos

- Aplicar Diseños a esta colección con las actuales tendencias de moda y parámetros establecidos por la temporada en que se ofrece el producto.
- Realizar prendas coloridas y funcionales, aptas para su uso en cualquier ocasión.
- Confeccionar prendas con bases textiles y siluetas acordes a los cambios físicos y emocionales de la mujer gestante.
- Conservar la identidad de cada mujer que porte esta colección, permitirle mostrarse plenamente conservando su feminidad y sensualidad.
- Ofrecer a este cliente productos de calidad, que cumplan con las exigencias del mercado

y que al mismo tiempo nos permita ser competitivos en el mercado nacional.

- Brindarle a la mujer embarazada una mejor comodidad y elegancia en el vestido.
- Implementar nuevas tendencias para la mujer moderna.

1.4 Justificación

Con el estudio del problema se han logrado plantear una serie de argumentos teóricos, prácticos y de diseño que permiten demostrar que tan importante y aplicable es este proyecto.

Su finalidad es demostrar que los diseños son frescos y acordes a las necesidades de la mujer Gestante que quiere conservar su feminidad y sensualidad a flor de piel.

Mostrar con una colección que la mujer ha seguido la moda siempre y que para estos fines no puede permitirse ningún abandono porque su cuerpo tome forma de embarazo, al contrario deberá hacer un esfuerzo por mantener y conservar su identidad.

Se utilizaran bases textiles que permitan a esta mujer sentirse acorde a su estado, flexible, práctica y lista para cada ocasión y su impacto será tal, que estas prendas lograrán posicionarse en este grupo de clientes y así ver la ropa Pre-Mamá como un nuevo universo de vestuario lleno de moda.

Experimentar es de diseñadores, combinar y plantear contrastes también lo es. Con esta propuesta se dará una mirada a rescatar la esencia y el sentimiento de estar embarazada, combinar prendas entre sí, darles funcionalidad y mostrar otro perfil de consumidor.

1.5. Marcos de Referencia

1.5.1. Marco Teórico

Se denomina **Gestación, Embarazo o Gravidéz** (del latín gravitas) al período que transcurre entre la implantación en el útero del óvulo fecundado y el momento del parto. Comprende todos los procesos fisiológicos de crecimiento y desarrollo del feto en el interior del útero materno, así como los significativos cambios fisiológicos, metabólicos e incluso morfológicos que se producen en la mujer encaminados a proteger, nutrir y permitir el desarrollo del feto, como la interrupción de los ciclos menstruales, o el aumento del tamaño de las mamas para preparar la lactancia.

El embarazo humano dura unas 40 semanas desde el primer día de la última menstruación o 38 desde la fecundación (aproximadamente unos 9 meses). El primer trimestre es el momento de mayor riesgo de aborto espontáneo; el inicio del tercer trimestre se considera el punto de viabilidad del feto (aquel a partir del cual puede sobrevivir extra útero sin soporte médico).

El estado de embarazo modifica la corporalidad femenina no solo en el plano fisiológico, en el aspecto externo, con los cambios de volumen del propio cuerpo, sino también en el estado emocional y psicológico y en la relación con los demás. A lo largo de la gestación la mujer embarazada va teniendo modificaciones en su cuerpo, que se hacen más notables a medida que su estado avanza.



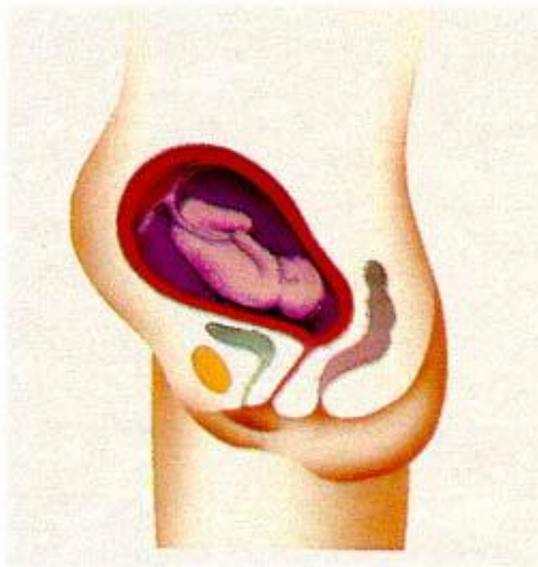
Embarazo de 6 semanas. Tamaño de Embrión 1cm

El embarazo significa sobrecargar el organismo con unos kilos de más de lo que nuestro esqueleto está acostumbrado a transportar. Este equilibrio está repartido en la rodilla, los glúteos, los antebrazos, y sobre todo en el útero que provoca por un lado la traslación del centro de gravedad y por otro lado una serie de presiones en órganos vecinos.

Durante el embarazo el equilibrio asciende y se adelanta sin salirse de la base, lo que imposibilita conservarlo. Es por ello que para conservarlos la mujer embarazada dobla su columna vertebral hacia atrás, deformándola muchas veces y causando dolores de espalda.

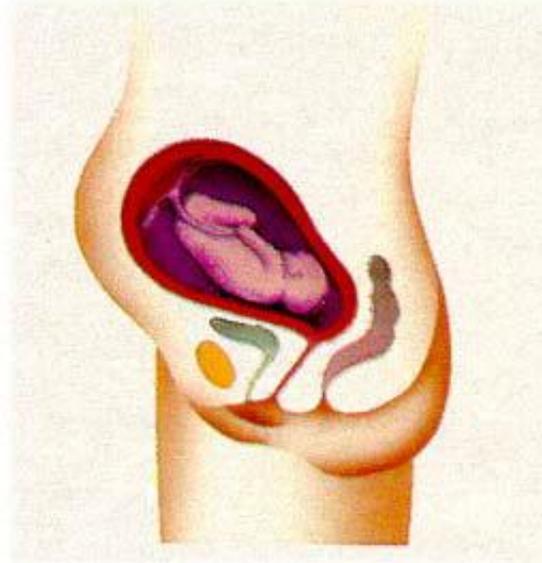


A las 24 semanas el embarazo comienza a hacerse evidente; el volumen del útero abulta ya



el bajo vientre y está por encima del Ombligo de la embarazada.

6 meses de Embarazo. Ya el feto casi formado en su totalidad. Aumenta el tamaño del abdomen.

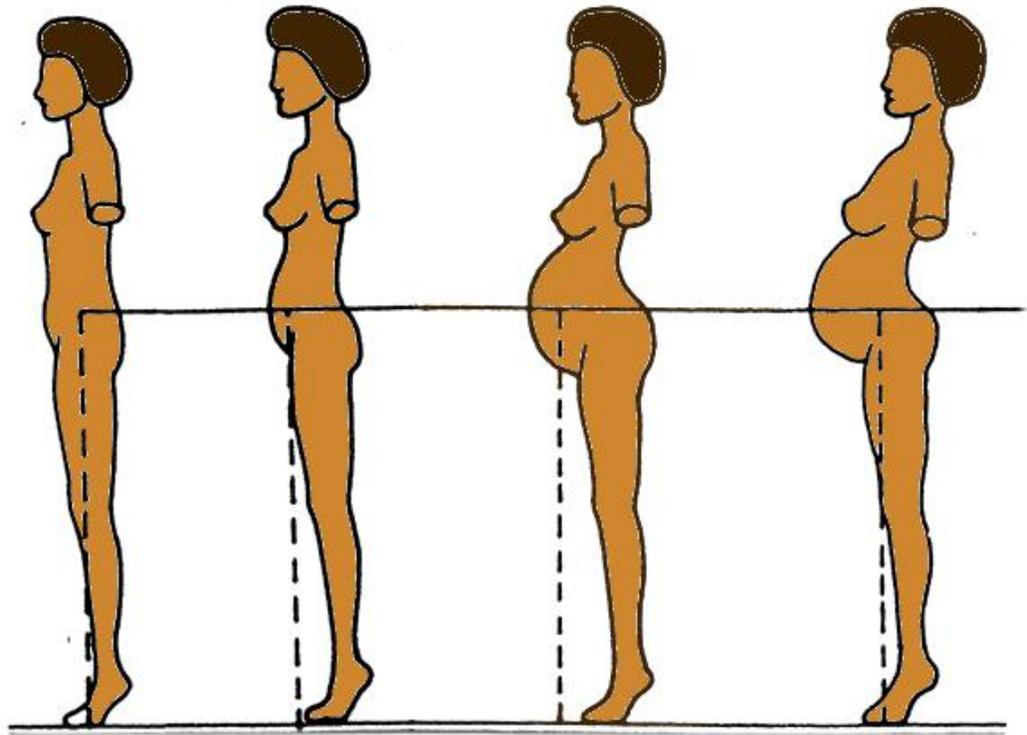


Embarazada a pocos días del parto.

El trabajo que debe realizar el corazón aumenta un 25 por ciento, lo que produce una pequeña congestión nasal y auditiva, dilatación del uréter y de la pelvis renal.

Las articulaciones que unen los huesos pelvianos se reblandecen y pueden hacer sentir un dolor en esa parte del cuerpo. En la piel aparecen oscurecimientos en las zonas pigmentadas: Areolas de las mamas, labios, lunares; aparición de cloasma o paño en la frente, alrededor de la boca o en los márgenes de la nariz. El pecho aumenta de volumen casi desde el principio del embarazo y se vuelve menos turgente y más blando.

Otros cambios que se acusan son: Inapetencia, mareo, vómitos, disminución de fuerzas, sueños excesivos y rechazo a olores fuertes.



Morfología Inicial

20 Semanas

7 Meses

Días antes del Parto

Aspecto psicológico y sociológico:

El embarazo es tan variopinto en su aspecto psicológico como lo es la personalidad de cada mujer; es por tanto muy difícil generalizar al respecto. En lo que a nosotros nos interesa, hay que resaltar que la psicología de la embarazada es muy cambiante, porque así lo es la propia naturaleza del embarazo, una evolución en cada instante, de principio a final, en el parto y el posparto.

Hay tres etapas psicológicas bien diferenciadas que se corresponden cronológicamente con los tres trimestres de la gestación:

- El primer momento psicológico del embarazo, que en buena medida condiciona los dos siguientes, es aquel en que la mujer nota que está embarazada, que ha quedado embarazada. Aquí pueden darse todos los estados de ánimo imaginables.
- El segundo período comienza cuando el embarazo se hace evidente; puede empezar con la apreciación de otra persona que dice: Como esta de gorda... Se ve que está embarazada.
- El tercer período es el de la gestación avanzada y la proximidad del parto.

Por lo general, si los dos anteriores han transcurrido en un estado psicológico y emocional no controlado, en el tercero suelen darse casos de excesivo cuidado o excesiva dejadez.

Por fortuna, hoy día lo más frecuente es que el tener hijos corresponde a un acto voluntario y planificado de antemano; de ello resulta que el embarazo es un hecho deseado, recibido con mucha alegría por la mujer y quienes están en su entorno y, desde la primera noticia hasta el parto, inspira alegría, optimismo y buena esperanza.

Los estados de ansiedad, miedo, desconfianza e incluso rechazo, disminuyen en gran parte si la embarazada sigue los consejos médicos que producen los efectos contrarios: Seguridad, confianza y optimismo.

Hasta seis semanas antes de la fecha probable de parto, la embarazada debe asistir al trabajo para tener derecho a una licencia por maternidad retribuida. Pero, además de su ocupación laboral/profesional, la embarazada y la madre reciente prosiguen con su vida, con su actividad social, de ocio y de entretenimiento, desde las visitas al médico hasta los espectáculos, las fiestas y el deporte.

Es aquí donde el diseño de la moda pre-mamá contempla a la embarazada como mujer en todos los aspectos, en toda su personalidad y en todo momento.

2. MERCADO (Perfil del Consumidor)

Un producto o servicio específico no resulta ser atractivo para todos los consumidores, más aún si se tiene en cuenta el gran número de compradores que hay en un mercado y que cada uno de ellos representa expectativas, esperanzas y necesidades diferentes.

Si bien, generalmente los mercados se segmentan bajo unos criterios básicos, el nivel de ingresos, la edad, el sexo, la ocupación o el lugar de residencia, no hay una única forma que sirva para segmentar cualquier mercado, las diferentes variables se deben examinar y mezclar, para determinar cuáles serán verdaderamente valiosas a la hora de segmentar el mercado.

A continuación segmento el grupo de mis clientes o usuarias finales teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, que tan fieles y seguidoras podría ser a mí marca y la colección ofrecida, y si su estado natural (embarazo) se ubica y satisface las necesidades principales en cuanto a vestir se trata:

Mujer Embarazada, Vanguardista cuyo fin sea verse y sentirse diferente a las demás de su género; su mayor deseo: estar siempre lista para cualquier ocasión y cada lugar; Que entre sus gustos y pasatiempos este leer, estar a la moda, estudiar, bailar, ir al cine, frecuentarse con las amigas más cercanas, ir de compras, trabajar, conservar su feminidad y su sensualidad, querer sentirse amada y deseada por su pareja.

Silueta:

Características físicas del embarazo que condicionan el diseño del traje:

- ♣ Aumento del volumen del útero. (según dibujo explicativo en ‘la Corporalidad del embarazo’’).
- ♣ Aumento del perímetro en: muslos, antebrazos, nalgas.
- ♣ Mayor frecuencia en necesidades de higiene, micciones, etc.

Rasgos definitorios de la prenda

- ♣ Versátil, de múltiples usos, para función familiar, laboral, Representativa y social.

Esta colección presenta siluetas amplias y ajustadas, acordes para el estado natural en que se encuentra el cliente final.

Universo del Vestuario:

Los universos del vestuario son el conjunto de prendas de vestir y accesorios con características similares que se deben presentar agrupadas bajo el mismo concepto. Estas propuestas están determinadas por las ocasiones de uso y son interpretadas de acuerdo a la sensibilidad de la moda de cada perfil de consumidor y su estilo de vida. El universo de vestuario de la colección presentada a continuación es: el CASUAL, un universo que ofrece prendas versátiles y flexibles, que pueden mezclarse entre sí para diferentes ocasiones, incluso para periodos largos y cortos del día a día del cliente final. Para determinar y analizar si la mujer embarazada vanguardista que se escogió se ajusta a este universo de vestuario y sus principales características segmentamos el mercado como se muestra a continuación:

- **Segmentación Demográfica:**

Nacionalidad: colombianas o extranjeras que residan en Colombia,

Estado civil: Indiferente

Sexo: femenino:

Edad: de 20 a 35 años

Estatura: de 1.50 a 1.70

Religión: Preferiblemente católica porque algunas otras religiones no permiten algunas prendas en su guarda ropa.

Ocupación: Estudiantes universitarias y/o Profesionales.

- **Segmentación Pictográfica:**

De personalidad extrovertida, alegre, moderna, con perfil vanguardista, que le guste estar en actividades sociales, mujeres jóvenes e innovadoras, de estrato social entre 4 y 6, abiertas al cambio, querer estar diferentes a las demás mujeres embarazadas, arriesgadas, que quieran sentirse lindas, femeninas y no enfermas.

- **Segmentación Geográfica:**

País: Colombia

Ciudad: Ciudades como Medellín, Barranquilla, Cali, Eje Cafetero,

Clima: Cálido, Costero y Templado.

Tamaño de la Ciudad: Ciudades Grandes y Pequeñas con visión de moda.

- **Segmentación Conductual:**

Actitud hacia el producto: Una actitud clara y necesaria para el estado de Gestación en el que se encuentra, abierta de mente y con una idea clara de la moda actual y de la versatilidad que ofrece la marca. Sensibilidad de precio: Según el estudio realizado a un grupo de mujeres que están o estuvieron embarazadas creen poder comprar las prendas por su valor y por el beneficio que ofrece.

Ocasión de compra: La ocasión para vestir durante los 9 meses de embarazo, incluso después si lo desea.

Beneficios buscados: La mujer cliente final de mi colección, busca como beneficio principal que las prendas sean frescas, sueltas, y que pueda utilizarlas en cualquiera ocasión. A demás debido a que la economía decrece busca la opción de utilizar algunas después de su embarazo.

CONCLUSIONES

Los Diseñadores de Moda cada vez entregan a una mujer looks completos de la cabeza a los pies, pero en el momento no se preguntan si lo que diseñan puede ser útil también para una mujer que está en embarazo y la cuál quiere acceder a toda esa moda que inundan las revistas y medios de comunicación.

Es ahí donde el trabajo como Creativo de Moda entra a jugar un papel importante porque se toma a esta mujer como cliente potencial y se explora en ella todo lo que la moda le puede ofrecer, que defina su figura, rasgos, gustos, estilos, que la muestre como una mujer con toda su feminidad a flor de piel.

Se debe recuperar con esta colección de moda, el placer de vestirse en este estado, darle a esta mujer la importancia que se merece; que lo que lleve puesto le permita descubrirse y expresarse a todo el que la rodea, lograr que sea el centro de atención a miradas de personas que piensan que en embarazo nada luce, no debe renunciar a su sensualidad pues el simple hecho de concebir un hijo la hace mujer y su deseo por estar a la moda es igual de importante que las demás de su género.

STAKEHOLDER INICIAL

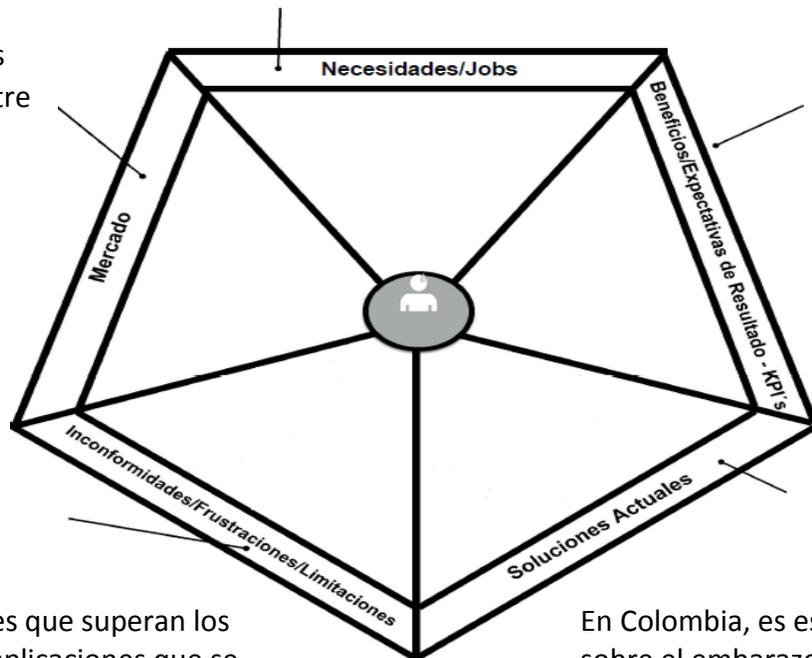
SAM: Colombia –
Cundinamarca

TAM: Bogotá

TOM: Mujeres que
superan los 35 años
en el último trimestre
de gestación.

- Preocupación debido al aumento de complicaciones tanto maternas como fetales
- Los riesgos perinatales y maternos se incrementan a medida que la edad aumenta

- Cuidar de la madre y el bebé tanto en el proceso de gestación como en el postparto.
- Ofrecer productos para esta etapa que hagan más cómodo el embarazo de la madre.



La gestación en mujeres que superan los 35 años, dadas las complicaciones que se asocian al proceso, implica la vivencia de situaciones de especial complejidad

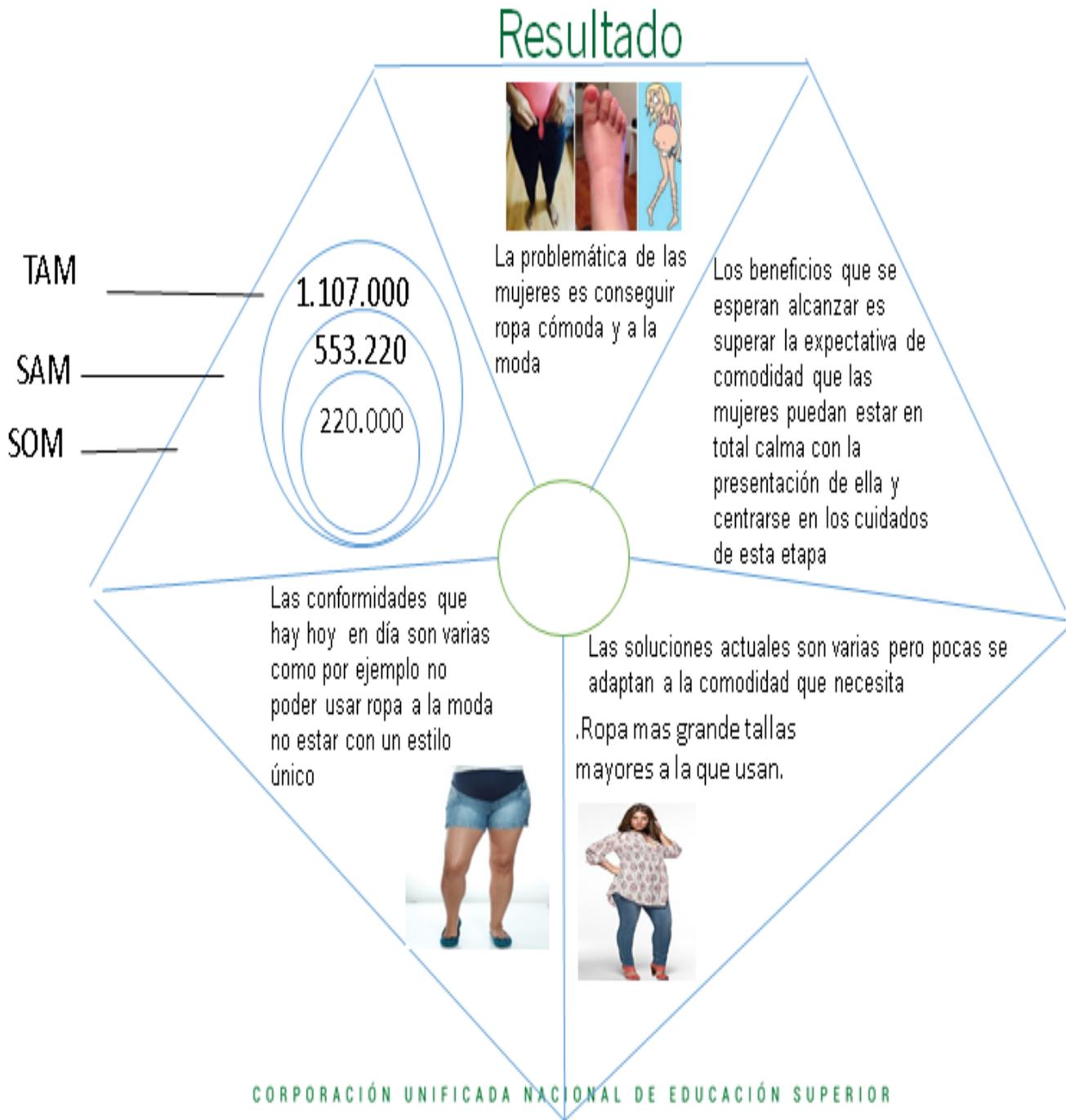
En Colombia, es escasa la investigación sobre el embarazo a edad avanzada. Entre los trabajos sobre el tema figura el realizado en Popayán por Caicedo y colaboradores, quienes buscaron determinar complicaciones maternas y neonatales en mujeres de edades extremas, tanto adolescentes como mayores de 35 años

HIPÓTESIS

La propuesta que teníamos inicialmente es ofrecer un producto para mujeres en estado de embarazado, Luego de realizar las entrevistas a nuestro cliente pudimos concluir que :

- Las mujeres en este estado empieza a utilizar ropa a partir del segundo trimestre de embarazo
- Buscan economía ya que esta ropa no la utilizaran después de que salgan del periodo de embarazo.
- Se identificó que las mujeres en el último trimestre es el ciclo donde tienen más cambios a partir de esto decidimos apuntar a este mercado ya que no hay muchas personas que no ofrezcan este servicio,
- Nuestro stakeholder lo decidimos enfocar a las mujeres que se encuentran en el último trimestre de embarazo en el rango de edad de 35 a 40 años por comodidad y para que se sientan identificadas con una marca que les provee lo que ellas necesitan en los últimos meses de gestación

STAKEHOLDER FINAL



MUESTRA DEL PRODUCTO

PANTALONES:



CHAQUETAS:



BLUSAS:



BIBLIOGRAFÍA

buenastareas. (s.f.). buenastareas. Obtenido de buenastareas: www.buenastareas.com

etejidos. (s.f.). etejidos. Obtenido de etejidos: <http://www.etejidos.com>

hoymoda. (14 de 11 de 2008). hoymoda. Obtenido de hoymoda:

[Http://www.hoymoda.com/2008/11/14/moda-ropa-anos-70/fotos](http://www.hoymoda.com/2008/11/14/moda-ropa-anos-70/fotos)

Infashion, R. (s.f.). Explosión de Color. Revista Infashion Edición Número 57.

Infashion, R. (s.f.). Explosión de Color. Revista Infashion Edición Número 56.

Tcherassi. (s.f.). Elegancia sin Esfuerzo. Tcherassi Editorial Grijalbo.

Zamora, E. (s.f.). Diseño, corte y confección. Enciclopedia tomo 5.