



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE ARQUITECTURA, ARTES Y DISEÑO
CARRERA DE DISEÑO DE MODAS**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN DISEÑO DE MODAS**

**Diseño de una línea sportswear que brinde
comodidad y ajuste para mujeres con cirugías
corporales.**

MARÍA BELÉN RUEDA REYES

DIRECTORA: DIS. IRINA BLOJINA

QUITO-MARZO 2012

AUTORÍA

Yo, María Belén Rueda Reyes, declaro bajo juramento que el proyecto de grado titulado: “Diseño de una línea sportswear que brinde comodidad y ajuste para mujeres con cirugías corporales”, es de mi propia autoría y no es copia parcial o total de algún otro documento u obra del mismo tema. Asumo la responsabilidad de toda la información que contiene la presente investigación.

Atentamente

María Belén Rueda Reyes

DEDICATORIA

A Dios, fuente de inspiración y fortaleza en mis momentos de angustia, dedicación, aciertos y reveses, alegrías y tristezas que caracterizaron el transitar por este camino que hoy veo realizado.

A mi madre, Zarina Reyes que me acompañó día y noche en este proceso, con su apoyo, empuje y amor.

Belén Rueda

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Tecnológica Equinoccial por abrirme sus puertas y darme la oportunidad de adquirir nuevos conocimientos y formarme como profesional.

A mis maestros quienes me impartieron sus conocimientos y enseñanzas a lo largo de mi carrera.

A Aníbal Villacís quien fue un pilar dentro de este proceso de formación tanto profesional como personal.

A mi mentor del UTE innova Daniel Sánchez, gracias por su ayuda y apoyo en todo momento como maestro y como un gran amigo.

A María Fernanda Morán, amiga, gracias por tu apoyo y por darme tu cariño como una hermana.

GRACIAS

RESUMEN

Con el presente proyecto, se planteará una línea de prendas sportswear, de mantenimiento postoperatorio, para satisfacer las necesidades de mujeres con cirugías corporales abdominales; observando y analizando lo que se empleará para proponer los diseños y su posterior producción.

Por parte de algunos diseñadores, ha existido poca atención en el diseño de vestuario con innovación. Los diseños se enfocan en ser prendas internas sin uso urbano ni con un valor agregado para ser producto moda.

En este tipo de prendas, no se toman en cuenta colores, tendencias, detalles y formas de la moda actual. No se consideran las necesidades del cliente al momento de realzar su seguridad y autoestima, luego de ser intervenidas en una operación.

Es por ello que mediante el uso de encuestas y conversaciones realizadas a un grupo de personas especializadas en el tema, se llegó a obtener resultados evidentes de las necesidades que presentan las usuarias; sus preferencias, el precio estimado a pagar y ciertos factores importantes como: comodidad, diseño, color, y facilidad de adquisición de dichas prendas.

Dando como resultado un proyecto de aplicación práctica para el sector de Cumbayá, dado que estas prendas postoperatorias de mantenimiento no abastecen a este sector del mercado.

ABSTRACT

The present project is intended to plan a line of fashion sportswear clothes for post operative maintenance to satisfy the women's needs with corporal abdominal surgeries, observing and analyzing the related ones that will be used to propose the designs and its later production.

On the part of some designers there is a lack of attention to the design of underclothing with innovation and according to the new trends. The designers focus only on underwear clothes without local use not even giving them the worth as modern articles, details that are present in the gangplanks and on international markets.

That's why by means of the use of surveys and interviews made to a group of persons specialized in the topic I manage it to obtain true results of the needs of these kind of patients, his preferences, the price estimated to be paid and on certain important factors as comfort, design, color, and facility of being acquired. It's giving like a proved project of practical application for Cumbaya valley, provided that these post operative articles of maintenance does not supply to this sector of the market.

Contenido

INTRODUCCIÓN.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
OBJETIVOS	3
OBJETIVO GENERAL	3
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
CAPÍTULO I	5
1.1 GENERALIDADES DE LA MODA.....	5
1.1.1 MODA	5
1.1.2 EL ESTILO.....	7
1.1.3 UNIVERSOS Y PERFILES DE LA MODA	8
1.1.3.1 PRÊT-À-PORTER.....	9
1.1.3.2 CASUAL.....	9
1.1.3.3 FORMAL.....	10
1.1.3.4 ALTA MODA.....	10
1.1.3.5 SPORTSWEAR	11
1.1.3.6 PRINCIPALES MARCAS Y DISEÑADORES INFLUYENTES DEL SPORTSWEAR.....	12
1.1.4 UNIVERSO DE LA MODA SPORTSWEAR.....	15
1.1.4.1 ACTIVEWEAR:.....	16
1.1.4.2 SPORTSWEAR:	18
1.1.4.3 SLEEPWEAR	20
1.1.4.4 SWIMMWEAR	22
1.1.4.5 JEANSWEAR	23
1.1.4.6 BODYWEAR	24
1.2 INDUSTRIA TEXTILERA EN EL ECUADOR	25
1.3 TEXTILES ESPECIALIZADOS PARA PRENDAS DE CONTROL CORPORAL.....	27
1.4 MAQUINARIA INDUSTRIAL EMPLEADA EN LA CONFECCIÓN DE PRENDAS POSTOPERATORIAS	30
1.5 ESTUDIO DE LA CIENCIA DE LAS MEDIDAS DEL CUERPO: LA ANTROPOMETRÍA	34
1.5.1 LA ANTROPOMETRÍA COMO HERRAMIENTA BÁSICA DE ASESORES DE IMAGEN, DISEÑADORES, MODISTOS.....	39
1.6 ANÁLISIS SOBRE LOS PROCEDIMIENTOS QUIRÚRGICOS CORPORALES FEMENINOS	40
1.6.1 PROCEDIMIENTO QUIRÚRGICO DEL ABDOMEN	43
CAPITULO II.....	52
2.1 ESTUDIO DE MERCADO	52
2.1.2 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	52
2.1.3 SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA	52
2.1.4 SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA.....	53
2.1.3 UNIVERSO DE ESTUDIO.....	53
2.1.4 TAMAÑO DE LA MUESTRA	54

2.2 METODOLOGÍA DE APLICACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN	56
2.2.1 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	56
2.2.1.1 LA OBSERVACIÓN	56
2.2.1.2 ENCUESTAS	56
2.3 TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS.....	57
2.4 OFERTA	71
2.4.1 DETERMINACIÓN DE LA OFERTA	71
2.4.2 OFERTA ACTUAL	72
2.4.3 OFERTA PROYECTADA.....	73
DE ACUERDO A LOS DATOS OBTENIDOS SE PUEDE DETERMINAR QUE LA OFERTA FUTURA SERÁ: . 73	
2.5 DEMANDA	74
2.5.1 DEMANDA HISTÓRICA.....	74
2.5.2 DEMANDA ACTUAL.....	74
2.5.3 DEMANDA FUTURA	75
2.6 MIX DE MARKETING	76
2.6.1 EL PRODUCTO	77
2.6.2 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.....	77
2.6.2.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES	77
2.6.3 PRECIO	78
2.6.4 PUNTO DE VENTA	78
2.7 PROMOCIÓN Y MERCADEO	79
2.7.1 PROMOCIÓN.....	79
2.7.1.1 VENTA DIRECTA	79
2.7.1.1.1 PUBLICIDAD	79
2.7.1.1.2 VOLANTES PUBLICITARIOS:.....	80
2.7.1.1.3 RADIO:	80
2.7.1.1.4 PROMOCIÓN.....	80
2.8 COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN.....	81
2.8.1 COMERCIALIZACIÓN	81
2.8.2.1 CANALES DE DISTRIBUCIÓN	81
2.8.2.2 PREVENTA.....	81
2.8.2.3 POSTVENTA	82
CAPITULO III	83
3.1 ESTUDIO TÉCNICO	83
3.1.1 INTRODUCCIÓN	83
3.1.2 UBICACIÓN DEL PROYECTO.....	83
3.1.2.1 MACRO LOCALIZACIÓN	83
3.1.2.2 MICRO LOCALIZACIÓN	84
3.2 DISEÑO TÉCNICO DEL PROYECTO	85
3.2.1 DISEÑO DE LA PLANTA.....	85
3.2.2 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.....	85
3.2.3 ESPACIO FÍSICO DEL LOCAL Y OBRAS CIVILES	86
3.3 REQUERIMIENTO DE LOS PUESTOS DE TRABAJO	88
3.4 ESTRUCTURACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	92

3.4.1 INVERSIÓN TOTAL.....	92
3.4.2 PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS.....	93
3.4.3 COSTOS DE OPERACIÓN	93
3.4.3.1 COSTOS DIRECTOS	93
3.4.3.2 COSTOS INDIRECTOS.....	94
3.4.3.3 SUELDOS Y SALARIOS OPERARIOS	94
3.4.3.4 SERVICIOS BÁSICOS.....	94
3.5 AMORTIZACIÓN Y DEPRECIACIÓN.....	95
3.5.1 AMORTIZACIONES	95
3.5.2 DEPRECIACIONES	96
3.6 INGRESOS.....	97
3.7 IMAGEN CORPORATIVA	97
3.7.1 IMAGEN DE LA MARCA	98
3.7.2 PAPELERÍA.....	99
3.7.2.2 HOJAS MEMBRETADAS Y SOBRES	99
3.7.2.3 BOLSAS	100
3.7.3 HANGTAGS, ETIQUETAS Y MARQUILLAS DE PRENDA	101
3.7.3.1 HANGTAG DE PRENDAS	101
3.7.3.2 ETIQUETAS TEXTILES	102
3.7.3.3 MARQUILLAS DE COMPOSICIÓN E INSTRUCCIÓN DE LAVADO.....	103
CAPITULO IV.....	104
4.1 PROCESO ESTILÍSTICO.....	104
4.3 TENDENCIAS DE MODA	105
4.3.1 TENDENCIA REMIX.....	107
4.3.2 TENDENCIAS SYNTHESIZE	108
4.3.3 TENDENCIA MYRIAD.....	109
4.4 TENDENCIAS DE LA MODA ACTUAL:	110
4.4.1 TENDENCIA EN COLORES DE MODA 2012.....	113
4.4.2 TENDENCIAS DE MODA OTOÑO INVIERNO 2012.....	116
4.4.3 TENDENCIAS MODA VERANO 2012	117
4.5 DESARROLLO DE COLECCIONES.....	118
4.6 INSPIRACIÓN PARA LA COLECCIÓN	118
“LOS AÑOS 50”	118
4.7 COLECCIÓN AUDREY HEPBURN	120
4.7.1 FILOSOFÍA DE LA COLECCIÓN	121
4.7.2 <i>COLLAGE DE AMBIENTACIÓN</i>	122
4.7.3 CARTA DE COLORES	123
4.7.4 <i>CARTA DE TEJIDOS</i>	124
4.7.5 <i>DISEÑOS</i>	125
4.7.6 BOARD DE COLECCIÓN	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
4.8 COLECCIÓN LIZ TAYLOR.....	127
4.8.1 FILOSOFÍA DE LA COLECCIÓN	128
4.8.2 COLAGE DE AMBIENTACIÓN.....	129

4.8.3 CARTA DE COLORES	130
4.8.4 CARTA DE TEJIDOS.....	131
4.8.5 DISEÑOS.....	132
4.8.5 BOARD DE COLECCION	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
4.9 COLECCIÓN BRIGITTE BARDOT	134
4.9.1 FILOSOFÍA DE LA COLECCIÓN	135
4.9.2 COLLAGE DE AMBIENTACIÓN	136
4.9.3 CARTA DE COLORES	137
4.9.4 CARTA DE TEJIDOS.....	138
4.9.5 DISEÑOS.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
4.9.6 BOARD DE COLECCIÓN	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
4.10 COLECCIÓN MARILYN MONROE	141
4.10.1 FILOSOFÍA DE LA COLECCIÓN	142
4.10.2 COLLAGE DE AMBIENTACIÓN	143
4.10.3 CARTA DE COLORES.....	144
4.10.4 CARTA DE TEJIDOS	145
4.10.5 DISEÑOS	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
4.10.6 BOARD DE COLECCIÓN	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
4.11 FICHAS TÉCNICAS	148
FICHAS TÉCNICAS DE DISEÑO:	148
FICHAS DE PATRONAJE:	148
ORDEN OPERACIONAL:	148
FICHA DE ORDEN DE CORTE:	148
FICHAS TÉCNICAS DE COSTOS E INSUMOS:	148
CONCLUSIONES	175
RECOMENDACIONES	177
BIBLIOGRAFÍA	178

INDICE DE IMAGENES

IMAGEN Nº 1 REVISTA JOURNAL DES DAMES ET DES MODES	7
IMAGEN Nº 2 FASHION STYLE	8
IMAGEN Nº 3 LE STYLE SPORTSWEAR	12
IMAGEN Nº 4 PUMA	13
IMAGEN Nº 5 ADIDAS BY STELLA MCCARTNEY	14
IMAGEN Nº 6 ACTIVEWEAR	16
IMAGEN Nº 7 ATIV'N FRESH	18
IMAGEN Nº 8 ADIDAS SPORTSWEAR	20
IMAGEN Nº 9 SLEEPWEAR	21
IMAGEN Nº 10 BATHSUIT	22
IMAGEN Nº 11 LEVIS JEANS	24
IMAGEN Nº 12 BODYWEAR	25
IMAGEN Nº 13 MÁQUINA DE RECTA	31
IMAGEN Nº 14 MÁQUINA DE COSER 20U	32
IMAGEN Nº 15 MAQUINA OVERLOCK	33
IMAGEN Nº 16 MAQUINA FLATSEAMER	33
IMAGEN Nº 17 HOMBRE DE VITRUVIO	35
IMAGEN Nº 18 BIOMECÁNICA DEPORTIVA	37
IMAGEN Nº 19 TIPOS DE CUERPO	38
IMAGEN Nº 20 ÍNDICE DE MASA CORPORAL	39
IMAGEN Nº 21 TIPOS DE CUERPO	40
IMAGEN Nº 22 CORPORAL	41
IMAGEN Nº 23 CIRUGÍA DE CONTORNO CORPORAL	42
IMAGEN Nº 24 CIRUGÍA DE ABDOMEN	44
IMAGEN Nº 25 ABDOMINOPLASTIA	46
IMAGEN Nº 26 ABDOMEN FEMENINO	49
IMAGEN Nº 27 LOGOTIPO	97
IMAGEN Nº 28 IMAGEN ADICIONAL DE LA MARCA	98
IMAGEN Nº 29 FACTURA "EVA"	99
IMAGEN Nº 30 HOJA MEMBRETADA Y SOBRE "EVA"	100
IMAGEN Nº 31 BOLSA	101
IMAGEN Nº 32 HANGTAG	102
IMAGEN Nº 33 ETIQUETA INTERNA DE MARCA	102
IMAGEN Nº 34 ETIQUETA INTERNA DE TALLA	103
IMAGEN Nº 35 ETIQUETA INTERNA	103

IMAGEN Nº 36	ARMANI EXCHANGE	106
IMAGEN Nº 37	TENDENCIA REMIX	107
IMAGEN Nº 38	TENDENCIA REMIX	107
IMAGEN Nº 39	TENDENCIA SYNTHESISE	108
IMAGEN Nº 40	TENDENCIA SYNTHESISE	108
IMAGEN Nº 41	TENDENCIA MYRIAD	109
IMAGEN Nº 42	TENDENCIA MYRIAD	109
IMAGEN Nº 43	TENDENCIAS 2012	110
IMAGEN Nº 44	TENDENCIAS 2012	112
IMAGEN Nº 45	TENDENCIAS COLORES 2012	114
IMAGEN Nº 46	TENDENCIAS COLORES 2012	114
IMAGEN Nº 47	TENDENCIAS COLORES 2012	115
IMAGEN Nº 48	CAMPAÑA TENDENCIAS 2012	118
IMAGEN Nº 49	VUELVEN LOS AÑOS 50	120

INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO Nº 1 DE TABULACIÓN	57
GRÁFICO Nº 2 DE TABULACIÓN	58
GRÁFICO Nº 3 DE TABULACIÓN	59
GRÁFICO Nº 4 DE TABULACIÓN	60
GRÁFICO Nº 5 DE TABULACIÓN	61
GRÁFICO Nº 6 DE TABULACIÓN	62
GRÁFICO Nº 7 DE TABULACIÓN	63
GRÁFICO Nº 8 DE TABULACIÓN	64
GRÁFICO Nº 9 DE TABULACIÓN	64
GRÁFICO Nº 10 DE TABULACIÓN	65
GRÁFICO Nº 11 DE TABULACIÓN	65
GRÁFICO Nº 12 DE TABULACIÓN	66
GRÁFICO Nº 13 DE TABULACIÓN	67
GRÁFICO Nº 14 DE TABULACIÓN	68
GRÁFICO Nº 15 DE TABULACIÓN	68
GRÁFICO Nº 16 DE TABULACIÓN	69
GRÁFICO Nº 17 DE TABULACIÓN	70
GRÁFICO Nº 18 DE TABULACIÓN	70
GRÁFICO Nº 19 DE TABULACIÓN	71
GRÁFICO N ° 20 OFERTA	73
GRÁFICO N ° 21 DEMANDA	76
GRÁFICO Nº 22 UBICACIÓN DE LA PLANTA	84
GRÁFICO N ° 23 DIBUJO PLANTA.....	87

INDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1 SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA	53
CUADRO N° 2 SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA	53
CUADRO N° 3 DEFINICIÓN DEL UNIVERSO	54
CUADRO N° 4 ANÁLISIS DE LA PREGUNTA PILOTO HECHA A PERSONAS QUE CUENTAN CON CIRUGÍAS ESTÉTICAS	55
CUADRO N° 5 OFERTA HISTÓRICA	72
CUADRO N° 6 OFERTA ACTUAL	72
CUADRO N° 7 OFERTA PROYECTADA.....	73
CUADRO N° 8 DEMANDA HISTÓRICA.....	74
CUADRO N° 9 DEMANDA ACTUAL	75
CUADRO N° 10 DEMANDA PROYECTADA	75
CUADRO N° 11 REQUERIMIENTO DE LOS PUESTOS DE TRABAJO	88
CUADRO N° 12 PERÍODOS DE MANTENIMIENTO	91
CUADRO N° 13 PERÍODOS DE PERSONAL.....	91
CUADRO N° 14 ROL DE PAGOS	93
CUADRO N° 15 ROL DE PAGOS ÁREA OPERATIVA	94
CUADRO N° 16 SERVICIOS BÁSICOS.....	94
CUADRO N° 17 AMORTIZACIONES.....	95
CUADRO N° 18 DEPRECIACIÓN	96

INTRODUCCIÓN

El escenario actual, caracterizado por la globalización, gestión del conocimiento, tecnología y los sistemas de información y comunicación, una competencia más agresiva y consumidores más exigente dentro del cual se encuentra el segmento de mercado que busca proyectar una buena imagen a través de su estética, demanda que se diseñe y se produzca productos novedosos y de utilidad práctica, para que respondan a los requerimientos y demandas de esta clientela.

Es un enfoque, micro empresarial, cuyo objetivo fundamental es el diseño de una faja para el mantenimiento postoperatorio, que constituye una alternativa estratégica, para preservar la salud de las mujeres en recuperación de una cirugía abdominal; además, contribuyen para mantener a las mujeres estéticamente y proyectar de esta manera una imagen acorde a sus expectativas.

De acuerdo a la investigación realizada, en el Ecuador no se encuentra este tipo de prendas y las que se comercializan provienen de otros países; además no son atractivas, y es necesario realizar los pedidos de este tipo de prendas con un cierto periodo de anticipación.

Este emprendimiento: “Diseño de una línea sportswear que brinde comodidad y ajuste para mujeres con cirugías corporales” servirá para atender la demanda de las personas que se encuentren en periodo de mantenimiento postoperatorio, como una alternativa generadora de ocupación laboral, con lo cual se procura mejorar y contribuir a disminuir el desempleo existente en el país.

En esta tesis en el primer capítulo, se describe el marco teórico que fundamenta los temas a tratarse.

En el segundo capítulo, se presenta el estudio de mercado, en el cual se da a conocer los requerimientos del cliente, la oferta, demanda y segmento de mercado.

El tercer capítulo, constituye el estudio técnico del proyecto, donde se encuentra la macro y micro localización, el proceso de producción y la imagen corporativa.

El cuarto capítulo, integra el proceso estilístico, donde se presentan las colecciones y la propuesta de los diseños.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las prendas de mantenimiento postoperatorio, no cumplen con las necesidades que tienen las pacientes intervenidas en operaciones abdominales; el diseño de estas prendas, se realizan para ser usadas como prenda interna, mas no para el uso urbano y como producto moda.

Los diseños son convencionales y carecen de estilo y de colores diferenciadores.

Estas prendas, existentes en el mercado mantienen un diseño poco innovador y por lo tanto no están dirigidas hacia un mercado de usuarias con los requerimientos y gustos específicos, sin valores añadidos.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera se diseñaría una línea sportswear que brinde comodidad y ajuste para mujeres con cirugías corporales abdominales?

JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

Estas prendas, responden a un grupo de mujeres que requieren de un producto que les brinde seguridad y contribuyan a su bienestar corporal y que se encuentre a su alcance económico y que sea de fácil adquisición; de acuerdo a sus gustos y necesidades.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Diseñar una línea sportswear para que brinde comodidad y ajuste para mujeres con cirugías corporales, considerando las necesidades

del mantenimiento postoperatorio abdominal de las pacientes mediante la innovación de diseños.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercado para conocer oferta, demanda y las características demográficas.
- Determinar la macro y micro localización y el proceso productivo del proyecto.
- Presentar el proceso estilístico de las prendas postoperatorias.

CAPÍTULO I

Este capítulo, describe temas relacionados a la moda, la industria textil en el Ecuador, el estudio de las medidas del cuerpo, el tipo de maquinaria especializada para estas prendas y procedimientos postoperatorios abdominales.

1.1 GENERALIDADES DE LA MODA

“La moda no sólo estaba hecha para embellecer a las mujeres, sino también para darles seguridad y confianza, y permitirles asumirse.”

Yves Saint Laurent

(wikiquote, 2012)

Involucrarse en el mundo de la moda, es asociarse con varios temas y agentes que conlleva este amplio tema.

La moda se ha generalizado en el tema de la indumentaria, con la ayuda de las tendencias y revistas de moda, se ha puesto todo esto a nuestro alcance y lo ha convertido en un tema que inevitablemente no se puede ocultar. La moda es ese componente sutil, que hace emerger a la vez lo conocido y lo desconocido de cada persona y lo lleva a un mundo de oportunidades, de emprendimiento y genera alternativas por descubrir.

1.1.1 MODA

“Uso, modo o costumbre que está vigente y se sigue de manera pasajera, tendencias de las prendas de vestir o complementos”

(Diccionario Estudiantil Círculo, 2009)

El tema de la moda, expresa lo actual, lo moderno, lo que se lleva. Esto se aplica en muchos factores, sobre todo a la vestimenta, que será el aspecto que aquí se tomará en cuenta.

En la moda existen factores de: comodidad, funcionalidad, estética y estilo ornamental que son detalles que marcan épocas o lugares; en especial aquellos relacionados con el vestir o adornar nuestros cuerpos.

La moda como tal es mutable, en la moda se puede encontrar tendencias, que se van dando a través del tiempo, prendas de vestir, accesorios y condiciones de vida que van marcando un paso fuerte en el diario vivir. La moda se desarrolla por el gusto masivo, impuesto o adquirido, presente en la ropa, los perfumes, las gafas, los colores, las formas y todo lo que se relaciona con la belleza, que no solo está ligado a las preferencias femeninas sino que el público masculino también, se ve atraído con más fuerza a esta tendencia.

Es así que, la moda, es todo lo que se considera actual. Lo que se está utilizando en un tiempo determinado, antiguamente, se mantenía por más tiempo, su cambio no era tan acelerado, a lo contrario, que hoy en día cambia constantemente.

Actualmente la moda no es eterna ni permanente, por lo que constantemente cambian las tendencias y estilos. La moda, existe como tal desde la antigüedad, ya que era usada por nuestros antepasados que cubrían sus cuerpos con pieles de animales, para protegerse de las inclemencias del tiempo.

A través del transcurso del tiempo la moda y sus estilos se han ido perfeccionando, refinando sus detalles y haciéndose más lujosa y sus accesorios más deseados.

(misrespuestas.com, 2012)

Según el <http://fashiontrends-l.blogspot.com/2011/08/las-primeras-revistas-de-moda.html> “El primer caso en el que apareció un contenido de moda en una revista, fue en 1672 en la revista: “Le Mercure Galant”, que fue una

revista de entretenimiento y de contenidos variados, entre ellos el de la moda. Pero la primera revista ilustrada y especializada fue: “Le Journal Des Dammes Et Des Modes”, creada en 1797. Ya a finales del siglo XIX, con la modernización de las técnicas de impresión, aparecieron varias de las cabeceras míticas. Tales como: “Harper's Bazaar” en 1867, “Vogue” en 1892. Y es así, como a finales del siglo XVIII, aparecen las primeras revistas de moda, que se dedicaban a investigar y mostrar todo lo relacionado a las tendencias, moda y estilo de vida de la mujer actual.

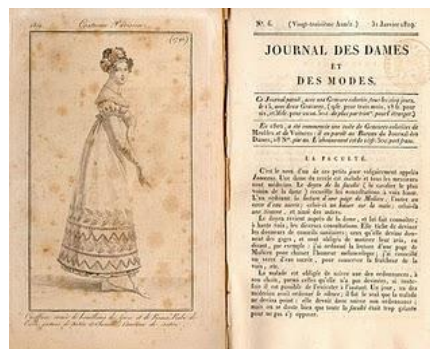


Imagen Nº 1 REVISTA JOURNAL DES DAMES ET DES MODES
Fuente: <http://lulucentral.blogspot.com/2010/02/costume-parisien-journal-des-dames-et.html>
Autor: lubrusca

1.1.2 EL ESTILO

“La moda pasa, el estilo es eterno”.

Yves Saint Laurent

(wikiquote, 2012)

Según el Diccionario Estudiantil Círculo, el estilo significa: “uso, modo, costumbre. Elegancia, clase, personalidad”

(Diccionario Estudiantil Círculo, 2009)

El estilo en la moda, es la forma de expresión más importante y preponderante en una época. Pretender estudiar el estilo en la moda no es fácil, ya que las personas son versátiles y llena de cambios. No obstante, en este mundo de la moda se puede definir una línea como un estilo a la elegancia, la distinción, el gusto y la personalidad, que irán de la mano a la imagen que se proyectará y la impresión que se causará. La importancia de conocer el cuerpo servirá para estar conscientes de la figura y de las formas que conviene llevar, para desenvolverse en la vida cotidiana de manera cómoda, natural y segura. La delicadeza, la elegancia en las formas y los detalles que se llevará en las prendas harán sobresalir con desenvoltura, ya sea usando accesorios, formas y colores que vayan con la personalidad.

**“FASHION FADES
STYLE IS ETERNAL”**

Imagen Nº 2
Fuente:
Autor:

FASHION STYLE
<http://weheartit.com/entry/3859737>
Miss

1.1.3 UNIVERSOS Y PERFILES DE LA MODA

Actualmente, la moda contiene varias categorías que se han ido desarrollando y corrigiendo a lo largo del tiempo, existen artículos como accesorios y prendas que hacen que cada categoría se la reconozca.

Los universos o categorías de la moda son:

1.1.3.1 Prêt-à-porter

El Prêt-à-porter es una categoría de la moda que existe en el mercado y gracias al ingenio de reconocidos diseñadores, se encuentran diseños reconocidos por sus marcas. Una de las características del prêt-à-porter se basa en los terminados, en la calidad de las telas, y aunque la producción es masiva la calidad no se ve desestimada. Son prendas de moda que se producen en serie con patrones que se repiten en función de la demanda; con diferentes calidades y precios. Aún así, hay también un prêt-à-porter de lujo que se produce por numerosas firmas de prestigio, como Yves Saint Laurent y Chanel.

La moda prêt-à-porter es producida en grandes cantidades con tallas en su mayoría estándar, a precios asequibles, haciéndose accesible al mercado de las multitudes.

(wikipedia, 2012)

1.1.3.2 Casual

La moda casual es la que se usa a diario, para pasar la mayor parte del tiempo con ella, por lo tanto es ropa cómoda, que sea casual no es sinónimo de desarreglado. Son las prendas que se utiliza para ir de compras, al trabajo, a la universidad; incluso para estar en casa. Los colores que más se usarán dependerán de la estación del año; por ejemplo, para el invierno se preferirá colores fríos y en verano colores cálidos.

Se utilizan vestuarios básicos, combinados con algunas prendas de moda, como pantalones, jeans, jersey de punto, chaquetas, chompas, zapatos, bolsos y sombreros adecuados, que se empleará también para asistir a fiestas informales, o para salir por la noche. El vestuario que más se usa son los jeans, la camisa y chaqueta, zapatos elegantes, combinando piezas no convencionales, dándole un toque de estilo y diferenciación ya sea en el color o la forma.

(answers.yahoo.com, 2007)

1.1.3.3 Formal

La moda formal, consiste en usar prendas, o trajes que principalmente se componen de pantalones que combinen con chaqueta. Los colores que priman son los oscuros como el gris, azul oscuro, marrón o negro. El ropaje adecuado es una camisa de manga larga y una corbata en el caso de los hombres. Para las mujeres la ropa formal sigue el modelo masculino con una chaqueta, falda, o pantalón con una blusa, también hay otras formas de usar las prendas formales que son aceptables donde se desarrolle un ambiente formal.

La ropa formal que actualmente se usa, es considerada conservadora, es adecuada para casi todos los contextos serios que requieren de corbata o lazo. Por ejemplo, es usado comúnmente en los eventos religiosos, funerales, gobierno, escuelas y otros ámbitos que sean necesarios usar ropa formal.

(wikipedia.org, 2012)

1.1.3.4 Alta Moda

La alta costura, o alta moda es la creación de una prenda con un diseño exclusivo, realizado a mano en su mayoría y que ha ganado popularidad y demanda en las clases altas. Las mujeres sofisticadas son los principales clientes de los productos de alta costura. Estos artículos se elaboran bajo pedido para un cliente en particular y con sus medidas. La palabra está muy relacionada con el famoso diseñador de moda Charles Frederick Worth. Él es el hombre que fundó la primera casa de alta costura en París, con el nombre de "Casa de Worth". Fue fundada a mediados del siglo XIX. Últimamente algunos de los artículos de alta costura más admiradas incluyen las siguientes marcas: "Giorgio Armani Haute Couture", "Christian Dior Haute Couture", "Givenchy Haute Couture".

La categoría de Alta moda es el arte de crear prendas distinguidas con telas finas y delicadas, un trabajo de arte y dedicación. Se usan diferentes tipos

de agujas para su confección. Los lienzos que se usan para la elaboración de estos diseños son el eje principal, para su resultado final y con el uso de piedras preciosas, los especiales acabados y bordados darán como resultado final el vestido soñado del cliente.

(es.wikipedia.org, 2012)

1.1.3.5 Sportswear

La ropa sportswear es ropa deportiva, casual, tiene un estilo relajado y se lo puede llevar fácilmente, es versátil y está compuesta de prendas frescas y un sinnúmero de colores, es una línea fresca, cómoda y funcional, de este universo se desglosan el activewear, sportswear sleepwear, swimwear y bodywear.

La moda sportswear, ha evolucionado y su exhibición es un recordatorio de lo lejos que el ojo colectivo ha llegado la hora de revelar el cuerpo.

La ropa sportswear, es el término que indica el vestido usado para los deportes. Las prendas de ropa deportiva, generalmente incluyen shorts, bermudas, camisetas, sudaderas, polos y zapatillas. En muchos casos, la ropa deportiva también se adopta en la moda informal. El estilo de ropa deportiva o sportswear es más que apariencia: es una forma de vida. Es sinónimo de recreación, bienestar y relajación de las mujeres en las zonas urbanas y modernas.

Para los aficionados de la moda, podemos decir, que la moda sportswear es más que un estilo, es una filosofía, ropa deportiva adaptable, como el ajuste que debe ser cómodo y resistente al caminar, no debe existir problemas para disfrutar de su uso.

Para centrarse en la comodidad, no solo se usa pantalones jeans sino que el sportswear ofrece ropa especialmente diseñada para dar la sensación de flexibilidad y libertad de movimiento. Pero el estilo y ritmo de la moda deportiva también puede rimar con elegancia, como se refleja en las

creaciones de marcas como Lacoste y Napapijri. Hay que tener en cuenta también que en los últimos años, las marcas, como Adidas y Nike están haciendo importantes esfuerzos para hacer que sus líneas de ropa deportiva sean más atractivas. Y Adidas utiliza regularmente a la famosa diseñadora Stella McCartney.

Para garantizar la comodidad de la ropa de estilo, la moda sportswear en el momento de la compra, hay que verificar que la talla y tamaño no sea demasiada apretada. En las recomendaciones para saber si la prenda se ajusta perfectamente es probando, agachándose y tocando el suelo, mientras que la prenda permanezca en su lugar sin oprimir, la prueba es correcta.

(plurielles.fr, 2008)



Imagen Nº 3 Le style sportswear
Fuente: <http://www.plurielles.fr/mode/astuces/style-sportswear-3717161-402.html>
Autor: Plurielles

1.1.3.6 PRINCIPALES MARCAS Y DISEÑADORES INFLUYENTES DEL SPORTSWEAR

Las famosas marcas como Nike, Adidas o Puma han entrado ampliamente en el mundo de la moda y los deportes. Sus zapatos y prendas de vestir han dejado definitivamente el uso específicamente en los gimnasios y los estadios y ahora son la estrella de la calle y de la pasarela.

Los zapatos deportivos y las sudaderas se han convertido en piezas imprescindibles. Esta tendencia combina la última tecnología en producción y materiales con el rescate de estilos y diseños del pasado que llamamos vintage. Puma lleva casi diez años de crecimiento ininterrumpido de los pedidos y cerró el año 2005 con el quinto récord consecutivo de beneficios. Adidas crece un 9%, y su división de moda urbana: Originals, un 42%.

Alexander McQueen lanzó en el 2006 su primera colaboración con Puma una colección para hombres y mujeres. Por otro lado la marca Nike presentó un récord en el último trimestre con aumento de los ingresos en un 8% y crecimiento de los pedidos futuros en un 11%. Esta tendencia consolida grandes marcas y también ha permitido el resurgir de otras que habían quedado atrás en la carrera. Pero no vale cualquier prenda deportiva para estar a la moda, y ahí está el negocio.

El nuevo mercado potencial, que abre esta moda sportswear es enorme y se observa rápidamente cómo ha cambiado en su distribución, estas marcas ya no se venden sólo en tiendas de deporte, pero tampoco se conforman con las tiendas convencionales, sino que triunfan en las tiendas de moda más fashion. Y también son las propias firmas de deporte las que en estos momentos están abriendo las tiendas más innovadoras del mundo.



Imagen Nº 4 Puma
Fuente: www.plussixfive.com/2010/01/25/puma-x-da-mouth-campaign-contest/
Autor: Puma

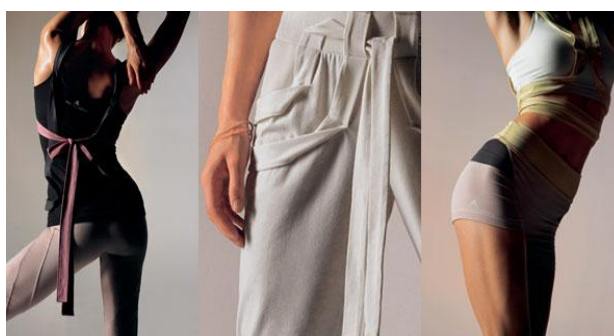
Adidas ha presentado una colección para su división Performance precisamente la que está pensada para la práctica de deporte firmada por Stella McCartney. La línea del grupo que más crece es la de moda urbana, inspirada en prendas del pasado.

Adidas y Stella McCartney han entendido que ejercitarse no debe matar lo femenino, muy por el contrario, han entregado una colección funcional para las mujeres activas, que trabajan, que tienen una vida social agitada y mantienen sus cuerpos en forma y que también buscan prendas prácticas y cómodas que reflejen estilo y sean sensuales.

Este verano, los colores y diseños que parecen surgir directamente de la naturaleza están de moda. El diseñador Jeremy Scott ha estado trabajando en las colecciones con Adidas para las últimas cuatro temporadas, se han realizado algunos diseños excéntricos como ropa deportiva que ahora cuentan con lentejuelas y lunares, materiales como plásticos y taches.

McCartney ha creado 7 líneas distintas, llenas de actitud y personalidad: Yoga, Studio, Golf, Tennis, Winter Sports, Running y Weekender, todas con un aspecto sofisticado, limpio y moderno.

(todayzaman, 2011)



adidas by STELLA McCARTNEY

Imagen Nº 5

Fuente:
Autor:

Adidas by Stella McCartney

<http://www.clubdelosexpertos.com/estilo-de-vida/moda/stella-mccartney-disena-para-adidas.html>

Adidas

También tiene una división propiamente fashion, denominada: “Y3”, que es el resultado de la colaboración con el japonés Yohji Yamamoto. Puma acumula también una larga lista de colaboradores de diseño, destaca el éxito de la marca Nuala, firmada por la top model Christy Turlington, pensada para yoga y actividades de cuerpo-mente.

(lultimomagazine, 2011)

El diseño de prendas sportswear es un proceso complicado y más cuando el diseño es para un evento deportivo. Con retos como estos, los diseñadores tendrán que centrarse principalmente en crear prendas aptas para el rendimiento, sin dejar de lado al estilo y la moda. Existe una dificultad en el diseño de ropa deportiva y es cuando la moda tiene que armonizar y coincidir con la funcionalidad y el rendimiento que la prenda requiera. La ropa deportiva es una industria lucrativa, y los diseñadores que están detrás de ella son cada vez más preparados. Antes del milenio, los diseñadores de ropa deportiva fueron por lo general anónimos, y los únicos nombres reconocidos fueron grandes marcas como Nike, Adidas y Puma. La última década, se ha visto una serie de colaboraciones en la moda con Alexander McQueen quien ha diseñado para Puma, Hussein Chalayan, Kim Jones, quien ayudó a elevar el perfil de Umbro, Stella McCartney ha tenido su colección en Adidas, su colección para los deportes desde el año 2004 y el japonés Comme des Garçon que ha diseñado para Speedo y Northface.

(artslondonnews, 2011)

1.1.4 UNIVERSO DE LA MODA SPORTSWEAR

Un diseñador de moda, deberá tener en claro lo que quiere proyectar, para que sus diseños aporten con comodidad, seguridad y autoestima a quien lo use, hay que entender que el cuerpo necesita moverse con libertad para

realizar las diferentes actividades, es por eso que en la actualidad las prendas son más ligeras y vienen con estas características.

El diseño, la tela, el corte y la confección deberán trabajarse en conjunto para producir vestuarios que sean acordes con las necesidades que el consumidor busca.

Existen categorías en el sportswear tales como:

1.1.4.1 Activewear:

El activewear, es una categoría de prendas diseñadas para realizar deportes, éstas están propuestas para efectuar distintas actividades que varían de acuerdo a las condiciones y actividades que se realice.

Está diseñada para el deportista a la hora de hacer ejercicio, las prendas se identifican tanto por los materiales, por la tecnología utilizada en sus textiles, en el diseño, mismas que proporcionarán al deportista comodidad, seguridad y un mayor rendimiento.

(wikipedia.org, 2011)

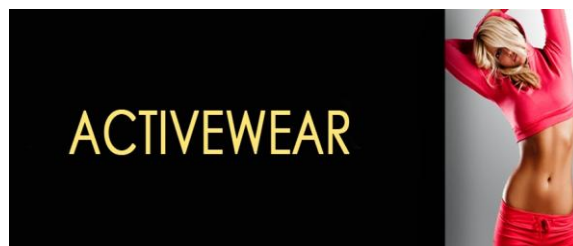


Imagen Nº 6 Activewear

Fuente: http://www.apparelshowroom.com/Activewear_s/26.htm

Autor: Apparels

En el activewear, existe un sinnúmero de prendas, que se ha generalizado para el uso exclusivo del deporte; existen camisetas, polos, pantalones cortos, trajes de baños, mallas, lycras, ropa interior, sujetadores deportivos, tops, y ropa de lluvia. Para el calzado deportivo, en el mercado existe una amplia gama de variedades para el fútbol, tenis, baloncesto, ciclismo, atletismo, carreras, etc., ofreciendo comodidad, para realizar estas

actividades. Para algunos deportes es necesario utilizar protección extra como guantes, cascos, tobilleras, coderas, suspensorios y almohadillas. Hay ciertas características que las prendas activewear deben tener:

- **Transpirabilidad:** Es necesario que las prendas deportivas permitan respirar al cuerpo y sean capaces de transferir el sudor hacia el exterior alejándolo de la piel.
- **Secado:** Las prendas deben ser de secado rápido, tanto para la humedad proveniente del exterior, ya sea por la lluvia, como la que se origina por sudor, para lo cual debe emplearse tejidos que absorban poca humedad.
- **Impermeabilidad:** Para practicar deporte bajo la lluvia, es necesario que las prendas tengan la función de ser impermeables, pero deben emplearse tejidos que sean a la vez transpirables para evitar la concentración del sudor.
- **Comodidad:** En el activewear, la comodidad es importante a la hora de practicar deporte. Existen algunos deportes como el golf, el tenis donde es necesario la ropa amplia y holgada, mientras que en otros como el ciclismo o el patinaje se utilizan prendas elásticas muy ajustadas por motivos de aerodinámica.
- **Aislamiento térmico:** Para la práctica deportiva, en invierno o en tiempo de frío, se emplean tejidos con capacidad aislante, que a la vez sean ligeros y transpirables.
- **Ligereza:** Una característica que debe tener las prendas activewear, es la ligereza, para no sobrecargar al usuario con peso innecesario.
- **Estética:** Dada la popularidad que tiene actualmente el deporte, en el mundo, la estética es un factor fundamental a la hora de diseñar ropa de deporte.

- **Polivalencia:** En el activewear, se puede encontrar prendas específicas para un deporte que no permitirá otro uso, como las mallas de ciclismo o el gorro de natación, pero hay prendas que si son apropiadas y se puede emplear casi en cualquier ocasión, como camisetas, zapatos de baloncesto, que se han convertido en un icono cultural más allá de la práctica deportiva, dando lugar a estilos de vestir como la ropa casual, informal o sport.

(Articulos.es, 2011)



Imagen Nº 7
Fuente:
Autor:

Ativ'n Fresh
<http://www.equarea.com/ES/>
Equarea

1.1.4.2 Sportswear:

La ropa sportswear, es en la actualidad un producto de gran consumo y se ha puesto de moda, ya que su uso, no solo se centra para la práctica deportiva, sino para un uso urbano. En la actualidad las empresas de moda han apostado para que su uso sea casual o informal, alcanzado en ciertos casos el estatus de icono cultural y de moda.

La ropa deportiva, de moda, se ha convertido en tendencia, se ha presentado en las semanas de la moda de Nueva York, Londres y Paris y algunos países de Sudamérica.

Además, los consumidores, están a la espera de ver más prendas diseñadas, que puedan ser usadas tanto dentro como fuera del gimnasio,

con los elementos y formas de buen gusto. Lo que indica que el 78% de las mujeres, se visten con ropa de entrenamiento para otros fines que el ejercicio. Hoy en día, la moda deportiva, refleja el enfoque formal que se ha añadido al estilo de ropa, las prendas que han sido diseñadas para las actividades cotidianas y para el ejercicio, han dado un giro de tendencia, usando chaquetas con capucha, sweaters, jerseys, pantalones cortos y el regreso de pantalones largos.

Varios famosos diseñadores, se lucieron en 10 temporadas, para el período del año 2010/2011 de otoño/invierno y primavera/verano, llevando sus colecciones a las pistas deportivas, inspiradas en las Semanas de la Moda; deportes como el surf, buceo, y fútbol americano, parecían estar entre las influencias más destacadas.

Alexander Wang's para la primavera/verano 2010, inspirado en el fútbol americano universitario, mostró en la Semana de la Moda de Nueva York chaquetas y calcetines influenciados en este deporte; mientras que en Milán, los modelos de Bottega y Venetta llevaban cintas blancas que combinan el tema de karate y tenis.

Gucci, continuó este tema con su estilo de buceo en la colección "Resort" en la Semana de la Moda, que combinaba con las indumentarias de los deportes. Con un creciente número de diseñadores, que buscan el mercado activo para la inspiración, la influencia de la ropa deportiva en las pasarelas se hace más evidente cada temporada, una tendencia que seguirá creciendo.

Con la colaboración de diseñadores de renombre que se han empoderado en la moda deportiva, inspirada en los rangos del deporte, ha habido un aumento sustancial en el número de marcas sportswear. Cada deporte tiene prendas que se adaptan a las funciones del deportista, lo que garantiza un confort óptimo y un nivel de estilo. Teniendo un efecto positivo en la industria, fomentando un ascenso en la ropa deportiva de moda.

En conclusión la ropa de deporte, ha dejado de ser para lo que en un principio fue constituida y ahora es algo más que un conjunto de prendas prácticas.

Los diseñadores y las colaboraciones de las marcas deportivas, han visto en el sportswear, alcanzar un nivel de estilo diseñado para ser usado en el día a día. Es así, el claro ejemplo de empresas de alto rango que con la ayuda de los diseñadores, han ejecutado sus colecciones, con tal cuidado, que la mezcla del deporte y la moda, se conviertan verdaderamente en una tendencia, extendiendo su propósito mucho allá del ejercicio.

(just-style, 2010)



Imagen Nº 8 Adidas Sportswear
Fuente: http://www.catwalkqueen.tv/2009/10/first_look_ppq.html
Autor: Grazia

1.1.4.3 Sleepwear

La ropa para dormir, o sleepwear, es el conjunto más usado, se lo conoce como pijamas, es una prenda utilizada para la hora del sueño. Por lo general, consta de dos piezas: una chaqueta y pantalones. A veces es usado con medias, pero sobre todo con los pies descalzos. Para los niños y especialmente los bebés, puede consistir en una sola pieza también llamada rana o mono.

Históricamente, los pijamas fueron utilizados para el aire libre y se usaba en la playa, en la década de 1920, tras la moda del bronceado, iniciada por Coco Chanel.

Luego, poco a poco, se desempeñó como prenda interior antes de convertirse en ropa de dormir. Hasta la década de 1940, los hombres prefirieron el camisón y la tendencia se invierte y se convierte en una prenda de vestir más bien masculina. Fue en el año 1970, lo que realmente se convierte en una prenda unisex y sujeta a tendencias de la moda. A partir de ese momento, los pijamas se vuelven menos importantes y en la actualidad muchos hombres duermen en ropa interior o desnuda. Pero aun así las pijamas son prendas indispensables a la hora de dormir, ya que con los nuevos materiales y suavidad con la que son realizadas, la actividad del descanso se vuelve más reconfortante, dándole incluso estilo y elegancia a la hora de dormir, ya sea por los modelos y diseños que cada vez son más delicados y pensados en el gusto y necesidades de las personas que usan pijamas.

(wikipedia.org, 2011)

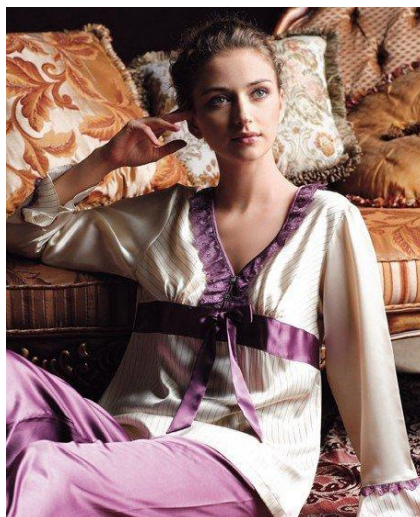


Imagen Nº 9 Sleepwear
Fuente <http://www.aliexpress.com>
Autor: Aliexpress

1.1.4.4 Swimmwear

La moda swimmwear, o más conocida como el traje de baño, es una prenda de vestir para la práctica de la natación, nadar, relajarse en el agua, ya sea en la playa, o en general, cualquier actividad al aire libre.

La historia del swimmwear data de los mosaicos de la Villa Romana del Casale en Piazza Armerina, en Sicilia, que data del siglo III. En la época de los romanos, los baños públicos eran los más populares y las primeras versiones de trajes de baño hacían su aparición. En la Edad Media, las aguas termales y baños de mar, no se consideran saludables ni beneficios para la salud y no se redescubrió hasta el siglo XVIII. A finales de siglo XIX, las mujeres se bañaban con el corsé y pantalones holgados.

En el año de 1920, Coco Chanel puso en marcha como moda el bronceado, donde permanecen desnudos los brazos, las piernas y los hombros. En 1946, aparece el bikini, que realmente se usaría en el año de 1960. Entonces hasta finales de los años 1970, el bikini es topless.

(wikipedia.org, 2011)



Imagen Nº 10 Bathsuit
Fuente http://fr.wikipedia.org/wiki/Maillot_de_bain
Autor: Maillot

1.1.4.5 Jeanswear

Los jeans o pantalones vaqueros son un tipo de pantalones que fueron fabricados en 1872 en Nimes, Francia. El nombre de la tela fue "de Nimes" con el tiempo fue reducido a "denim" o tela de jean. En un principio, este tejido que era importado de Italia, estaba destinado para la fabricación de los uniformes de los marineros, que trabajaban en el puerto de Génova. Estos genoveses, llamados "genes" de los franceses, también terminaron ganando créditos americanos, que lo apodaron "jeans".

Levi Strauss fue el que creó los pantalones vaqueros en los Estados Unidos en 1853, para cumplir con los mineros de California.

Los remaches de refuerzo, fueron patentados en 1873 por Levi Strauss y Jacob David; tachuelas de cobre que se utilizaban para dar una mayor firmeza a los bolsillos, para que resistan el uso constante de estos. Los puntos críticos de los pantalones se han reforzado, haciéndolos más duraderos. Los pantalones jeans han sido en su mayoría fabricados con textiles, cuya materia prima principal es la mezclilla; en la actualidad, los jeans han ido evolucionando con el tiempo y hoy en día, los jeans son más populares e indispensables en el mundo de la moda. Los pantalones vaqueros ganaron una importante diferencia, al incluir en su composición elastano, dando así un ajuste perfecto al cuerpo femenino y exigido por el gusto de las mujeres. Y luego con la inclusión del algodón con el poliéster y el spandex a la mezclilla, aumentaba la comodidad con el brillo del poliéster y el elastano, dando como resultado el pantalón perfecto.

(wikipedia.org, 2011)



Imagen N° 11 Levis Jeans

Fuente <http://tendencias-urbanas.blogspot.com/2010/08/levis-jeans-coleccion-2010.html>

Autor: LEVIS

1.1.4.6 Bodywear

El bodywear, es el tipo de ropa ajustada, como mallas o trajes hechos de tejidos ligeros, para mantener el cuerpo ajustado o moldeado, por lo general son de tejido elastizado y son usados para hacer ejercicio, bailar, o actividades de ocio.

Estas prendas, son conocidas en todo el mundo como un símbolo de diseño y un estilo de vida especial y a la moda. Es un tipo de fajas que son modernas y se refleja en las filosofías de cada colección o inspiración. En la actualidad, gracias a los avances tecnológicos, la calidad de este tipo de ropa, se ha convertido en prendas innovadoras y de alta calidad, dando como resultado prendas para todas las edades y gustos.

(Fashionwear, 2011)



Imagen N° 12 Bodywear
Fuente <http://www.socksfox.com/falke-silk-touch-bodywear-ladies754.html>
Autor: Sockfox

1.2 INDUSTRIA TEXTILERA EN EL ECUADOR

El Ecuador exporta textiles y confecciones anualmente a 70 países del mundo, entre los más importantes: Colombia, Venezuela, EEUU y Perú.

La tasa de crecimiento anual, del sector a nivel mundial (2004–2008) fue del 4,6%. En base a la información del Banco Central, entre el 2005 y 2009 el sector significó 1,11% del PIB Total.

Según la última encuesta publicada por el INEC, (ENEMDU, Junio 2010), el sector textil y de confección genera más de 160 mil empleos directos en un 73% urbano y 27% rural. Según el diagnóstico del Sector Textil y Confecciones, INEC 2010 la actividad textil constituye una importante industria integradora, que requiere insumos de otros sectores como el agrícola, pecuaria, industria de plásticos, industria química, comercial, turística, servicios de publicidad, diseño, logísticos, etc.

A partir del 2010, la industria cuenta con una medida de protección permanente, el arancel mixto que consiste en el pago de 5, 5 dólares por kilo neto importado y un ad-valorem del 10% (prendas de vestir y lencería de hogar). Según el decreto ejecutivo 372 del 28 de mayo del 2010.

La participación del sexo femenino en la industria dedicada a la fabricación de prendas de vestir es del 74,76%.

(Ministerio de Coordinación de la Producción , 2011)

La industria de la moda ecuatoriana, recibe buenas críticas de tiendas departamentales de países vecinos, debido a su calidad. Pero los altos costos de producción, hacen que potenciales compradores foráneos piensen dos veces antes de concretar los negocios. Esta conclusión surgió de Ecuadormoda, evento que congregó a 32 compradores de prendas de vestir, calzado y accesorios fabricados en Ecuador, de los cuales 11 fueron internacionales. Rafael Luezas, gerente de Producto de Estilos, quinta tienda departamental de mayor exportación en Perú, se reunió con más de 20 proveedores ecuatorianos de prendas de vestir y calzado para damas, caballeros y niños. Estilos tiene 11 tiendas en su país. “Las presentaciones no son para nada malas, la calidad del producto se ve buena y tiene buena confección”, resumió en una breve evaluación de sus citas. Pero agregó: “El problema es que los precios son más elevados de lo que puedo conseguir en Perú”. La diferencia llega a superar el 60% en prendas como una camiseta básica de algodón. Rosario Claux, gerente de Suministros y Comercial de Ripley, cree que es posible trabajar con los productores ecuatorianos para que compradores y vendedores ganen en la negociación. “En las siguientes semanas aún podremos revisar bien el tema de precios y ver si podemos firmar los contratos”, dijo. Claux, ejecutiva de una empresa que tiene 17 tiendas en Perú, incluida una virtual, más la matriz en Chile. Aseguró haber quedado “fascinada” con la creatividad de la moda ecuatoriana: desde calzado a base de piel de pescado, hasta coloridos y juveniles sombreros de paja toquilla. Andrea Trujillo, analista de Compras Corporativas de Belcorp, también peruana, explicó que recibió más oferta de prendas femeninas. El problema, dijo, fue que muchos proveedores no estaban en la capacidad de ofrecer el volumen de pedido previsto por Belcorp, que agrupa las firmas L’BEL, Ésika y Cy°Zone. Para esta última es que la empresa buscaba ropa ecuatoriana, para su respectiva venta por catálogo. Por ejemplo, de una pequeña empresa ecuatoriana le gustó un modelo de blusas, pero la compañía interesada requería al menos 10.000

unidades. “Pero aún faltan los procesos de envío de muestras, acuerdos de precios y es posible que firmemos contratos”, indicó. Carlos Jácome visitó una decena de compradores. Para cada cita rodaba su maleta llena de muestras de calzado para damas. Él es gerente de la empresa FragolineShoes, con dos años en Guayaquil. Sandalias bajas y altas, con cierres, cuero sintético, hilos e impresiones forman parte de su portafolio. “He quedado satisfecho, podemos ofrecer hasta 4.000 pares por mes, pero eso puede variar si se concretan las negociaciones”. Rosario Claux, gerenta de la cadena Ripley, destacó la participación del Ministerio de Industrias y Productividad de Ecuador, para orientar a las pequeñas y medianas empresas para que mejoren su competitividad. Dentro de la industria manufacturera, las prendas de vestir, a excepción de prendas a base de piel, mueven USD 368,2 millones al año, según el INEC.

(El Comercio, 2011)

1.3 TEXTILES ESPECIALIZADOS PARA PRENDAS DE CONTROL CORPORAL

En el mercado existen textiles especializados para el uso de prendas post-operatorias o que brinden control. Son telas pensadas precisamente en las necesidades que la paciente va a requerir, como comodidad, ajuste. Una de las telas que comúnmente se utiliza hoy en día en las prendas tipo faja es la lycra, el spandex, y el powernet.

A continuación se enumera las más importantes en el mercado.

- **POWERNET**

Es una malla anatómica, que se amolda al cuerpo perfectamente, tiene una densidad pesada que ayuda para brindar un máximo control, flexibilidad y comodidad. El Powernet es perfecto para las fajas post-operatorias, y otras prendas de control, ya que generalmente una faja hecha con powernet viene acompañada de una capa de algodón. Una faja powernet ayuda a que el

cuerpo respire y ofrece una compresión de nivel alto. Esta tela es más liviana que el látex. El powernet es perfecto para fajas de uso diario, bodies, ropa deportiva, ropa interior femenina y otras prendas de control.

- **MILAGRO**

Tela compuesta por nylon con fibra de lycra, combina el control del powernet. Esta nueva e innovadora tela tiende a conservar la figura del cuerpo manteniendo la comodidad, con este tipo de telas se pueden realizar ternos de baño, porque sigue manteniendo el control, aunque esté mojada, es ideal para fajas de uso diario y prendas livianas, perfectas para hacer bodies y prendas de moda que requieran control corporal.

- **TOUCH**

Esta tela es innovadora, ya que incorpora el control del powernet con un toque suave en el lado del contacto directo a la piel. Este toque elimina la necesidad de forrar la faja o prenda de control. Perfecta para toda clase de fajas; vendas, vendajes y fajas para quemaduras de primer a tercer grado; para prendas de control, bodies, prendas de moda y mucho más.

(Tejidos Gulfer, 2011)

Las prendas postoperatorias o fajas, son artículos específicos usados para modelar el cuerpo. Por lo regular las fajas están elaboradas en poliamida, mono-filamento y elastómero recubierto, o en poliamida, poliéster y látex recubierto, pueden ser transpirables, térmicas con neopreno, auto ajustable con astracán, optimizando al máximo su rendimiento, provocando seguridad al utilizar estas fajas.

El tejido del algodón, mejora la tolerancia de la prenda por su composición de 94% algodón y 6% goma natural, que permite una comodidad al ser utilizada. Existen fajas hechas de neopreno que es un material que ayuda de gran manera a mantener el movimiento que la persona realiza en su

cotidianidad, está hecha de un refuerzo que ayuda a la zona lumbar permitiendo una libertad completa del cuerpo. Está diseñada especialmente para proporcionar compresión, sujeción y retención de calor para prevenir y tratar lesiones. Es ideal para la práctica de cualquier deporte; en el mercado existen varios modelos y marcas de diferentes tipos de materiales como la combinación de lycra, spandex, látex y algodón, entre otros. Estas prendas suelen ser ajustadas mediante cierres de velcro o por costuras a los lados. De igual forma en el mercado se pueden encontrar prendas que moldeen el cuerpo y se adapten a las necesidades que la paciente requiera, siendo las más cotizadas las prendas que brinden ajuste en el abdomen o que se adapten a la zona del torso.

En la actualidad las prendas son realizadas con materiales de poliéster y las hacen lucir cómodas, sin ser un instrumento de suplicio y desgaste físico al usar prendas postoperatorias. Las fajas postoperatorias de mantenimiento son un gran invento, ya que están diseñadas para apretar y desvanecer los rollitos y kilos de más, están pensadas para dar más seguridad a quién las utiliza. Las fajas moldeadoras, se utilizan como cualquier otra prenda. Los materiales y la construcción de las fajas modernas, las hacen casi tan cómodas como cualquier otra prenda de ropa interior. Las fajas o prendas postoperatorias se usan por lo general, para realzar y moldear la figura femenina, son especiales para el uso de las cirugías plásticas, ya que favorecen a la pronta recuperación, en casos de liposucción de abdomen y el postoperatorio de una histerectomía.

En la actualidad las prendas postoperatorias, han revolucionado el mundo de las fajas. Se podría decir que han llegado a tomar un protagonismo y ser tendencia. La mayoría de las marcas internacionales, han apostado por satisfacer las necesidades de las mujeres más modernas y exigentes. Atrás quedó el anticuado concepto de la faja tradicional en favor de una multitud de modelos nuevos e innovadores de prendas postoperatorias. Nuevos modelos, colores y conceptos nos permiten solucionar cualquier tipo de

defecto en nuestra figura. Ya sea para evitar que se nos marque un vestido ceñido o simplemente para reducir hasta dos tallas, la figura lucirá por fin como siempre se ha querido. El pasado, el presente y el futuro de la faja, se dan la mano en las nuevas propuestas de bodywear o prendas sportswear. La confección de prendas postoperatorias o fajas de mantenimiento, deben ser elaboradas en diferentes materiales, bajo un control de calidad, para dar mejor rendimiento a la persona que los va a utilizar. Además de dar la comodidad para su uso.

Pero gracias a los avances tecnológicos, en maquinaria y textilería, se puede optar por el uso de máquinas especializadas para la confección de estas prendas; en la actualidad los procesos se han reinventado, facilitando el diseño y es gracias a los textiles como: powernet, lycra, elastano, poliamida, spandex, entre otros, ya que son materiales fuertes y elásticos, pensados precisamente para el uso de estas prendas; igualmente los hilos son de tipo mercerizado de poliéster recubiertos de algodón y se recomienda el uso del N°100 o 200 que son los más empleados para coser telas elastizadas. De igual forma el uso de las máquinas industriales, se trabaja en puntada zigzag, recta, overlock y flatseamer, en tema de agujas se recomienda las de N° 9, 10,11 que tienen la punta de bola, ya que no daña los textiles con elongación. Y si el proceso, es industrializado, como se trabaja en los países especializados en estas prendas, el proceso comienza desde el teñido del hilo al color deseado y se ingresa por una máquina que trabaja la prenda dejándola lista, su producción es de alta calidad.

(Faja Reductora, 2011)

1.4 MAQUINARIA INDUSTRIAL EMPLEADA EN LA CONFECCIÓN DE PRENDAS POSTOPERATORIAS

En la actualidad, existen varios tipos de máquinas que vienen cargadas de funciones y son de última generación; mismas que nos ayudarán a la confección de estas prendas. Las máquinas actuales, tienen el prénsetelas

adecuado, determinan la tensión del hilo derecho y longitud de la puntada, el tamaño y cosido de un ojal, y automáticamente se corta el hilo.

La máquina de coser, más adecuada, para el usuario es la que mejor se adapte al nivel de habilidades y presupuesto que se tenga. Antes de comprar una máquina de coser, es importante evaluar las necesidades, y el tipo de prendas que se van a confeccionar, ya que hay que considerar también cómo se puede utilizar la máquina y sus funciones. En el mundo de las máquinas de coser existen gran variedad que ayudan a obtener los acabados y que la ropa quede perfecta. Una prenda bien confeccionada, no solo es de habilidad y destreza, sino del uso adecuado de una máquina acorde a las necesidades.

- **MÁQUINAS DE PUNTADA RECTA:**

Este tipo de máquinas realiza la función más básica, coser las prendas en línea recta uniéndolas entre sí, es llamada también de despunte, esta máquina puede coser con 1, 2, 3 agujas, realiza costuras cerradas. Cuando la máquina tiene 2 o 3 agujas se la conocen como plana. Existen máquinas de tipo automática y silenciosa. En la actualidad, con las nuevas funciones, permite que en una máquina recta se adapten nuevas funciones como coser en zigzag, realizar ojales y regular la presión de hilos y tamaño de costuras.



Imagen N° 13 Máquina de recta

Fuente

<http://www.maquinasavenida.com.ar/?web=detalle&idproducto=182>

Autor: Maquinas avenida

- **MÁQUINAS DE COSER 20 U:**

Son máquinas de alto rendimiento, que además de la costura recta también hace zigzag. Una máquina de coser 20u, realiza puntadas utilitarias que son el zigzag, la puntada invisible para dobladillo, ojales, etc. Entre las puntadas están:

Puntadas flexibles: Son las usadas para coser tejidos elásticos como la lycra.

Puntadas decorativas: Son las usadas para decorar o personalizar la ropa.

La 20U, también es usada para colocar resortes en lencería.



Imagen N° 14 Máquina de coser 20u

Fuente <http://tumaquinadecoser.com/esp/index/item/18/maquina-singer-zig-zag-industrial-20u109>

Autor: Tu maquina de coser.com

- **MÁQUINAS OVERLOCK:**

Ésta máquina, también se le conoce como remalladora, esta máquina realiza una puntada especial, que es sobrehilado, evitando que los orillos de la tela se deshilachen. Existen overlock liviana, estándar y pesada para tejidos gruesos, también se dividen en el número de hilos que tiene, unos modelos tienen 3 hilos y 5 hilos, tienen reguladores que prensa los hilos, sus funciones a medida que se ha actualizado la tecnología, ha permitido que tengan enfriador de agujas, lubricación automática, siliconado de hilos, etc. Las que son de 5 hilos nos sirven para tejidos planos, camisas, pantalones y la de 3 hilos, permite confeccionar ropa deportiva, polar y tejido plano.



Imagen N° 15 Maquina overlock
Fuente <http://sangolqui.empleo.com.ec/2-overlock-pegasus-viii-87135-comven02> **Autor:** empleo.ec

- **MÁQUINAS DE COSER FLATSEAMER:**

La maquina “flatseamer” recorta ambos lados del textil, logrando un acabado de calidad en prendas con materiales muy finos. Recubrimiento superior e inferior de 4 agujas y 6 hilos. Es una maquina especial, para costuras de uniones planas en fajas, ropa deportiva, ropa interior, ropa de buceo, etc.



Imagen N° 16 Maquina flatseamer
Fuente http://amexisa.com/siruba_flatseamer.php?iframe=true&width=765&height=420
Autor: AMEXI

(ConsumerReports.org, 2012)

(El costurero de Stella, 2011)

1.5 ESTUDIO DE LA CIENCIA DE LAS MEDIDAS DEL CUERPO: LA ANTROPOMETRÍA

A la antropometría, se le conoce como la ciencia que estudia las medidas del cuerpo humano, con el fin de establecer diferencias entre las personas, grupos, razas, etc. Esta ciencia, encuentra su origen en el siglo XVIII con el desarrollo de estudios de antropometría racial comparativa, por parte de antropólogos físicos; aunque no fue hasta 1870 con la publicación de "Antropometrie", del matemático belga Quetlet, cuando se considera su descubrimiento y estructuración científica. Pero fue a partir de 1940, con la necesidad de datos antropométricos en la industria, específicamente la bélica y la aeronáutica, cuando la antropometría se consolida y desarrolla, debido al contexto bélico mundial.

Las dimensiones del cuerpo humano, varían de acuerdo al sexo, edad, raza, nivel socioeconómico, etc; por lo que esta ciencia, dedicada a investigar, recopilar y analizar estos datos, resulta una directriz en el diseño de los objetos y espacios arquitectónicos, al ser estos contenedores o prolongaciones del cuerpo y que por lo tanto, deben estar determinados por sus dimensiones.

Las dimensiones que se aplican en los estudios de la antropometría son de dos tipos fundamentales: estructurales y funcionales. Las dimensiones estructurales, son las de la cabeza, troncos y extremidades en posiciones estándar. Mientras que las funcionales o dinámicas incluyen medidas tomadas durante el movimiento realizado por el cuerpo, en actividades específicas. Al conocer estos datos, se conocen los espacios mínimos que la persona necesita para desenvolverse diariamente, los cuales deben de ser considerados en el diseño de su entorno, ya sea para espacios físicos o prendas.

Sin embargo; los estudios antropométricos resultan ser un importante apoyo para conocer la relación de las dimensiones del hombre y el espacio que este necesita para realizar sus actividades. La medición del cuerpo humano, ha tenido un largo desarrollo en la historia de la humanidad, y han sido los

artistas, escultores y pintores quienes han desarrollado más los conceptos iniciales de la antropometría. En las pinturas egipcias, el cuerpo humano en pie se dividía en 14 segmentos, correspondientes a determinadas partes de la figura humana.

Los clásicos del Renacimiento pensaron en los cánones de las proporciones humanas, de modo que su arquitectura y obras plásticas reflejen armonía en las relaciones cuerpo humano y entorno.

Muy celebrado es el trabajo de Leonardo Da Vinci con su dibujo del "hombre de Vitruvio" en el que la figura del hombre se circunscribe en un círculo y en un cuadrado. La proporción áurea, es resultado de estudios posteriores de dicho dibujo, en ella el ombligo es el centro de la figura humana. El arquitecto francés Le Corbusier desarrolló "El Modulor": "la armoniosa medida de la escala universal humana, aplicable a la arquitectura y a los mecanismos", obra aceptada universalmente por los arquitectos hasta la fecha, pero poco utilizada en la práctica. Le Corbusier dijo: "la casa es una máquina en la que se vive".

(arqhs, 2011)

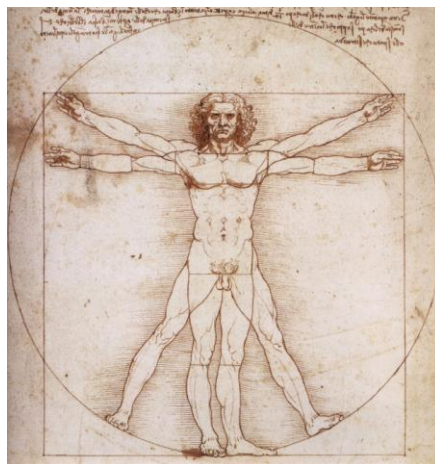


Imagen Nº 17 Hombre de Vitruvio

Fuente <http://seispersonas.blogspot.com/2010/11/el-hombre-del-vitruvio.html>

Autor: María M.

En el siglo I a.C., Vitruvio, que vivió en Roma, se interesó por las proporciones del cuerpo y sus implicaciones metrológicas. En la Edad

Media, Dionisio, monje de Phourna Agrapha, describió el cuerpo humano como “de altura, nueve cabezas”. Cennino Cennini, italiano del siglo XV, describió la altura del hombre como igual a su anchura con los brazos extendidos. La antropometría, no solo es el estudio de las diferentes medidas que se puedan aplicar, sino que llevado a la práctica, estos datos que se han obtenido, se los puede relacionar con su entorno natural y laboral.

Para Croney, “la antropometría, es el estudio empírico del hombre a través de medidas precisas”, “una ciencia dedicada al estudio de las relaciones métricas, operativas de la totalidad y de las diversas partes del cuerpo humano”.

La antropometría no se queda entonces en una mera determinación de parámetros, sino en el estudio de la funcionalidad del hombre a partir de esos parámetros. Al determinar las dimensiones antropométricas de naturaleza estructural, la referencia en las posiciones erguido y de pie da como resultado percentiles del 2,5 y 97,5. Por otro lado, en las dimensiones funcionales se tendrá en cuenta el movimiento del cuerpo y para la determinación numérica se fija en el principio del movimiento y en el final del mismo, tomando como percentiles el 5 y el 95.

Cuando se fija estas medidas antropométricas funcionales, se toma en cuenta que un determinado movimiento, no tiene por qué ser un movimiento exclusivo de una determinada zona del cuerpo, es decir puede tratarse de un movimiento complejo en el que además de moverse la parte concreta, se desplazan otras partes del cuerpo con el fin de asegurarlo. No se debe basar toda la antropometría a unas referencias estáticas sin pensar en las funcionales. McCormick, en este sentido indica: “Aunque las dimensiones estructurales del cuerpo resultan útiles para determinadas finalidades del diseño, las dimensiones funcionales, son probablemente mucho más útiles para la mayoría de los problemas de diseño, ya que en la mayor parte de las circunstancias de la vida nadie permanece inactivo (ni siquiera cuando

duerme). Antes bien en la mayoría de las situaciones laborales o de ocio, las personas están funcionando”.

Pero la antropometría, no es solamente un cálculo de datos bien estructurales o bien funcionales sino que también estudiará la biomecánica del movimiento. Para Taboada y Napoli, la antropometría es el estudio de las medidas del hombre, el alcance de sus miembros, análisis posicional y las características de sus movimientos.

(El ergonomista, 2011)

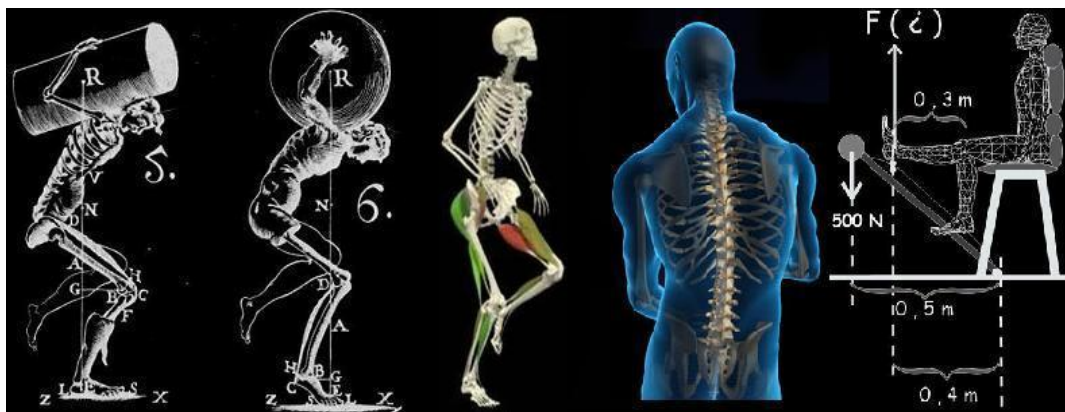


Imagen Nº 18 Biomecánica deportiva
Fuente <http://spartansports.ning.com/group/tafad>
Autor: Guz.

El IMC (índice de masa corporal) es un método sencillo, rápido y bastante útil para catalogar el peso. No obstante, presenta una limitación y es que no permite diferenciar entre el componente graso y el muscular. Se puede encontrar personas que realicen fitness o ejercicios con un IMC mayor a 30, pero nadie diría que están en un estado de obesidad, pues su cuerpo es eminentemente musculoso. No es suficiente con determinar el IMC, se tiene que ir más lejos y determinar el contenido graso, pues es éste el que realmente es perjudicial y predispone a multitud de complicaciones para la salud. Un paso más allá es valorar la distribución de esta grasa corporal, pues no es igual de peligrosa según su ubicación. Así la grasa, que se acumula en la zona abdominal es mucho más peligrosa que la que se almacena en los muslos y glúteos.



Imagen Nº 19 Tipos de Cuerpo

Fuente

<http://saludfiguraybienestar.blogspot.com/2009/10/riesgo-de-salud-segun-el-tamano-de-la.html>

Autor: Marc

De la misma manera no es lo mismo reunir la grasa de manera subcutánea, que es un lugar de mínimo impacto para la salud, que acumular la grasa de manera visceral recubriendo los órganos abdominales, la cual ha sido claramente relacionada con mayor incidencia de diabetes tipo 2 y enfermedades cardiovasculares. De todo lo anterior, se extraen dos nuevos perfiles de persona: los de peso normal, pero metabólicamente obesos (tienen un IMC correcto, aunque un gran depósito de grasa visceral, por lo cual están igual de predispuestos a complicaciones de salud que un obeso) y los obesos metabólicamente sanos aquellos con un IMC elevado, pero que al tener la grasa, principalmente acumulada en forma subcutánea, tienen una predisposición a enfermedades similares a la de una persona delgada). Por último, cada vez se está dando más importancia, sobretodo en edades avanzadas, a mantener un buen porcentaje de masa muscular, pues va a ser muy beneficioso para la salud ya que aumenta el metabolismo basal, aumenta la fuerza, evita lesiones óseas, mantiene la independencia, mejora la respiración, minimiza el riesgo cardiovascular.

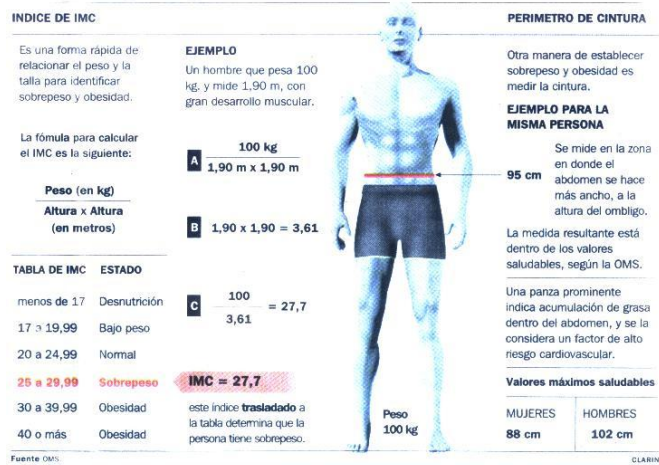


Imagen Nº 20 Índice de masa corporal
Fuente <http://opinionessobrealimentacion.blogspot.com>
Autor: Opiniones sobre alimentación

Con estos resultados, el planteamiento queda más claro, el peso y el IMC no lo son todo cuando se está valorando a una persona. El porcentaje de grasa, y sobretodo donde se acumula ésta, son los mejores marcadores de obesidad y complicaciones para la salud. En cambio, un buen nivel de masa muscular nos va ayudar a prevenir multitud de patologías. (Opiniones sobre Alimentación, 2011)

1.5.1 LA ANTROPOMETRÍA COMO HERRAMIENTA BÁSICA DE ASESORES DE IMAGEN, DISEÑADORES, MODISTOS

La Antropometría, en el mundo de la moda es el estudio de las proporciones y medidas del cuerpo humano, es una de las herramientas básicas que los profesionales de moda e imagen personal manejan habitualmente. Los profesionales de la moda, e imagen personal, manejan la antropometría como una herramienta base de su trabajo con cada uno de sus clientes, ya que es la única manera de realizar un asesoramiento personalizado para que las prendas se ajusten y queden perfectas al cuerpo del cliente. El cuerpo humano tiene diferentes tipos de figura, en los cuales se ven varios factores, como la estatura, estructura ósea, medidas verticales y horizontales y la relación que hay entre ellas, realizando un estudio antropomórfico. La antropometría es estática (mide el cuerpo en diferentes posiciones y sin movimiento.) y dinámica (que considera el cambio de medidas de acuerdo al movimiento.)

Teniendo en cuenta la relación de medidas horizontales y verticales, la estructura ósea y la masa corporal, el cuerpo femenino en este caso puede ser:

Diábolo: proporción simétrica busto-caderas y cintura marcada.

Cilindro: Cintura ancha de proporciones cercanas a hombros y cadera.

Campana: cadera ancha, hombros estrechos y poco busto.

Triángulo invertido: hombros anchos, busto prominente y cadera estrecha.

(Asesor de Imagen Personal, 2011)

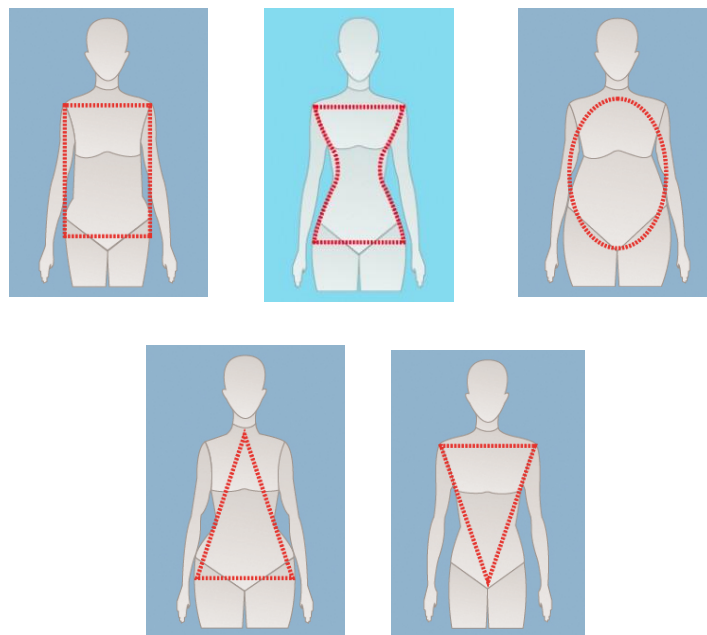


Imagen Nº 21 Tipos de cuerpo

Fuente <http://www.citricmindhosting.com/turevistamujer/?p=63>

Autor: Citricmind

1.6 ANÁLISIS SOBRE LOS PROCEDIMIENTOS QUIRÚRGICOS CORPORALES FEMENINOS

Las figuras esbeltas de hoy en día, reflejan una vida moderna, más dinámica y se traducen a una nueva conciencia de la armonía corporal, por medio de costumbres más saludables, dietas equilibradas y ejercicios físicos.

En la sociedad, cada persona obtiene una imagen de sí mismo, mayormente influenciada por lo que necesita proyectar, según su situación dentro de la

comunidad. Los resultados de la cirugía plástica, con mucha frecuencia proporcionan mayor confianza y seguridad al paciente. La mayoría de procedimientos quirúrgicos estéticos, aplicados a distintas regiones del cuerpo implican el proceso de un tratamiento mayor, que requiere de idoneidad médica y cuidado serio.

La tecnología y capacitación médica ha elevado la práctica quirúrgica a una ciencia mucho más rigurosa, que busca afectar mínimamente la corporeidad del individuo. Una cirugía corporal o estética tiene como finalidad llevar a la normalidad la anatomía y función del cuerpo, reconstruyendo y corrigiendo las deficiencias y en algunos casos deformaciones.

(Plástica Imagen y Juventud Cirugía Corporal, 2011)



Imagen Nº 22 Corporal

Fuente <http://www.rafesteticamedica.com/clinica-cirugia-estetica-tenerife-fotorejuvecimiento-liposucion.htm>

Autor: Clínica Raf

El concepto de cirugía corporal, es un término que se refiere a la integración de las diferentes cirugías estéticas, para dar forma a casi cualquier parte del cuerpo. Anteriormente, la cirugía de contorno corporal, era el último recurso para solucionar aquellas anomalías corporales, que no tenían otra forma de corregirse; pero, actualmente más gente, está recibiendo éste tratamiento, no sólo para modificar defectos corporales de nacimiento que son resultado de una lesión, si no que cada vez son más las personas que se someten a

éste tipo de cirugía, para mejorar su apariencia física y aumentar su autoestima.

(Sants Institut, 2011)

La fisonomía humana y la belleza, han sido temas de preocupación para todas las civilizaciones desde el mismo origen del ser humano. La cirugía estética se ha convertido en uno de los canales actuales más empleados para alcanzar el estándar de belleza de cada una de las culturas del mundo.

(cirugía estética , 2011)



Imagen Nº 23 cirugía de contorno corporal
Fuente http://www.clinicaicer.es/cirugia_corporal/inicio.html
Autor: Clínica Raf

Las cirugías corporales, están destinadas a ciertas partes del cuerpo que necesiten más atención, ya sea por belleza o salud. Los cambios que sufre el cuerpo humano, en su mayoría son provocados por falta de ejercicio, embarazo, cambios en el peso, y por alteraciones hormonales. En cuanto a las partes del cuerpo, que sufren cambios físicos, son los senos, el abdomen, los muslos y los glúteos. Aquí se presentan los casos más comunes de cirugía corporal femenina.

1.6.1 PROCEDIMIENTO QUIRÚRGICO DEL ABDOMEN

Las alteraciones en esta zona, son provocadas por múltiples factores, sedentarismo, embarazo, fluctuaciones de peso, alteraciones hormonales. Cada uno de ellos, por separado o su combinación, asocian una serie de cambios en la anatomía normal del abdomen, que se manifiesta a través de áreas de depósito de grasa (gordos), piel laxa y flácida, estrías, abdomen distendido por alteración en el área muscular. Por esta razón es muy importante hacer historia clínica, un examen riguroso para tener el diagnóstico exacto de las estructuras alteradas en cada paciente, seleccionando la técnica adecuada en cirugía plástica, llegando a tener procedimientos seguros, resultados estéticos y naturales. El abdomen sufre cambios por el peso y embarazos, para esto existe la liposucción y la abdominoplastia. La liposucción es un tipo de cirugía que remodela la silueta extrayendo los depósitos de grasa.

(Asociación española de cirugía plástica , 2011)

La liposucción, también conocida como lipoescultura es una técnica por la que se aspira los depósitos de grasa acumulados, no deseados, en cualquier parte del cuerpo. Esta técnica innovadora, desarrollada por un cirujano francés ha revolucionado la cirugía estética. Es en la actualidad, el procedimiento más practicado en el mundo y la mayor parte de la demanda en cirugía estética. Usando esta técnica, se extraen las células de grasa localizada; estos depósitos de grasa, que se han vuelto resistentes a dietas. La eliminación de algunas pequeñas cantidades de grasa, es suficiente para armonizar las formas de un cuerpo para que sea más elegante.

(doc-esthetique, 2011)

La técnica de la liposucción, fue desarrollada por el Dr. IG Illouz en 1977. Hoy en día, es la operación más practicada en el mundo. La grasa se acumula en el abdomen, las caderas, los senos, raramente en la pelvis y las

piernas. Desde los años cincuenta, la grasa de estos lugares son fijos, con el deporte esto puede cambiar. El embarazo y la menopausia hacen a estos lugares, que inicialmente respondan a la dieta, pero se vuelven resistentes a ellos. Esta grasa entonces toma el carácter de "gen de la grasa". Es en estos casos, la liposucción la solución, mediante la eliminación de la grasa localizada. La liposucción, es para aspirar el exceso de grasa y por lo tanto para afinar y remodelar la silueta en estas áreas resistentes. La grasa extraída no volverá y si el aumento de peso se produce, su distribución será más armoniosa. La liposucción, no es el tratamiento de la celulitis y el efecto piel de naranja. Sin embargo; la descompresión de los tejidos, a veces puede conducir a una mejoría en ella. Los resultados de la técnica de liposucción, también han mejorado como resultado de la innovación técnica. Los "fracasos" se deben a la torpeza y la incompetencia de algunos profesionales.



Imagen Nº 24 Cirugía de abdomen

Fuente <http://drpaloma.blogspot.com/2011/04/en-que-consiste-la-abdominoplastia.html>

Autor: Paloma cirugía

La abdominoplastia es una intervención quirúrgica, que reconstruye el abdomen, retirando exceso de piel, de grasa, obteniendo una remodelación de la cintura.

(denisboucq, 2011)

Se trata de una intervención quirúrgica, que elimina el exceso de grasa y piel y en la mayoría de los casos, restaura los músculos debilitados o separados, creando un perfil abdominal, que es más suave y más firme. Un abdomen plano y bien entonado, es algo que muchas de las pacientes se esfuerzan tener por medio del ejercicio y control de peso. A veces, estos métodos no pueden alcanzar las metas. Incluso los individuos de peso corporal normal y de buena proporción, pueden desarrollar un abdomen que sobresale o está suelto y flácido. Las causas más comunes de esto son:

- Embarazo
- Envejecimiento
- Cambios significativos en el peso
- Herencia

Los resultados de un procedimiento de abdominoplastia, son técnicamente permanentes, el efecto positivo puede ser disminuido en gran medida por las variaciones significativas en el peso. Por esta razón, las personas que están planeando la pérdida de peso sustancial o mujeres que estén considerando futuros embarazos, puede ser aconsejado posponer la cirugía de abdominoplastia.

La recuperación, después de la abdominoplastia, varía desde unas semanas hasta unos meses. Las pacientes, podrán volver a hacer ejercicio y deporte en unas 4 ó 5 semanas. Sin embargo; sabemos que cada paciente es única. (American Society of plastic surgeons, 2011)

Buena parte del éxito de toda cirugía, depende del cuidado postoperatorio. El seguimiento de las instrucciones médicas es vital para lograr los resultados que el médico y el paciente se han planteado. La Dra. *Claudia Nieto González* es médica y cirujana de la Universidad Militar Nueva Granada y del Hospital Militar Central con especialización en Cirugía Plástica

Maxilofacial y de la Mano en el Hospital Clínica San Rafael en Bogotá, Colombia, ella explica que es necesario de manera atenta la evolución de sus pacientes y da algunas indicaciones más importantes para una recuperación postoperatoria. El tiempo de recuperación, que la paciente necesita, responde a su propia condición física. Hay pacientes que suelen necesitar de 1 a 3 semanas antes de retornar a sus actividades normales. Se le indicará que se incorpore y camine tan pronto como le sea posible, con el fin de prevenir la formación de trombos venosos en las piernas. Este ejercicio debe realizarse de forma pausada. El apósito o sostén que se ha colocado luego de la cirugía se usará continuamente por dos semanas. Posterior a la cirugía y cuando el médico dé de alta, la paciente debe dirigirse a su casa y tener una persona que le cuide durante los días de su convalecencia y se aconseja limitar cualquier tipo de actividad hasta durante dos semanas después de la intervención. Al término de dos semanas, el cirujano puede autorizar el regresar a su actividad normal.



Imagen N° 25 Abdominoplastia
Fuente <http://www.cirugiasplasticas.co/técnicas-de-abdominoplastia/>
Autor: Cirugías plásticas Colombia

Este tipo de intervenciones necesita de cuidados postoperatorios de suma atención, para que la paciente pueda regresar a su vida normal. La total recuperación, dependerá de la operación que se haya realizado, ya que se presentará dolor e incomodidad, no deberá realizar ningún esfuerzo en esta

zona. Las cirugías pueden variar en cuanto a la fisonomía y necesidades de las pacientes, pero el cambio en la ergonomía del cuerpo, siempre estará presente y necesitado de recuperación. Pero también existen diagnósticos que provocan una histerectomía, que es una extracción del útero de la mujer (matriz) por presentarse fibromas uterinos que son tumores benignos, es decir no cancerosos, que crecen en el útero de la mujer.

(Todo en Abdominoplastia, 2011)

La mayoría de histerectomías, son causadas por endometriosis, que ocurre cuando el tejido que cubre al interior del útero, comienza a crecer fuera de él sobre órganos contiguos; entonces es cuando se presentan cólicos menstruales muy dolorosos, con sangrado vaginal anormal y en algunas ocasiones puede causar infertilidad. Esto provoca cambios en las partes abdominales.

La mayoría de las pacientes, que se realizan esta intervención quirúrgica, se recuperan por completo de la histerectomía.

Los cuidados que debe tener la paciente son similares al realizarse una abdominoplastia, ya que las partes afectadas se ven en proceso de recuperación y se aconseja lo mismo para la histerectomía.

Otro de los procedimientos a los que se someten algunas mujeres para mejorar su abdomen es la hidrolipoclasia Ultrasónica.

(GeoSalud, 2011)

La hidrolipoclasia Ultrasónica viene del griego hidro, quiere decir agua y lipo que significa grasa. Clasia significa "romper" o "estallar".

Es un procedimiento que elimina sin cirugía en forma fácil y natural la grasa situada en abdomen, cintura, muslos y caderas. El éxito de este tratamiento es que elimina la grasa localizada, sin anestesias riesgosas, es muy efectiva; y no requiere hospitalización.

No tiene riesgos, siempre que se haga en manos expertas y en condiciones de asepsia.

La diferencia de la mesoterapia (intradérmica), el líquido se inyecta en profundidad, directamente en el tejido adiposo, como el tejido adiposo tiene poca inervación, es indolora, según el umbral al dolor de cada paciente. Estas ondas ultrasónicas, en presencia del líquido inyectado previamente, producen una "lisis" (rupturas) de las células grasas que luego el organismo se encarga de eliminar, reduciendo de esta manera el volumen de la adiposidad. Se realiza en ambos sexos. La capacidad física que tiene el ultrasonido de producir termogénesis (calor), cuando sus ondas se difunden en el agua o solución fisiológica estéril, produciendo "cavitación". Esta novedosa técnica está indicada en las adiposidades localizadas, ya que tiene un efecto similar a la de una micro lipoaspiración o liposucción, pero sin intervención quirúrgica.

Primero, al igual que en una liposucción se marcan las zonas a tratar, con un marcador para la piel y se desinfecta la zona, luego se infiltra con soluciones estériles fisiológicas hipotónicas y o soluciones lipolíticas, bien distribuidos en el tejido subdérmico. En el abdomen por ejemplo, se aplica en dos sectores, uno a cada lado del ombligo y la aplicación no dura más de tres a cinco minutos. En la cintura, se aplican de una sola vez y lo mismo pasa en la cara interna de los muslos o en las caderas. También se puede aplicar en zonas menos tradicionales, como la "nuca " o la parte superior de los tobillos, o en los brazos. Finalmente, lo que sigue es el tratamiento en sí, o sea, la aplicación del ultrasonido, un aparato profesional que el paciente solo siente la sensación de recibir masaje en las áreas tratadas. Sin embargo; es la parte más importante ya que es la que "rompe" las células grasas.

La duración de la aplicación de ultrasonido, depende del volumen inyectado, y la región inyectada. Una vez terminada la aplicación del ultrasonido, queda el área tratada un poco inflamada por el líquido, pero éste será eliminado naturalmente en unas 48hs. Los resultados son inmediatos. Algunas mujeres notan una reducción de hasta dos tallas en dos o tres sesiones.

Se pueden optimizar aún más los resultados, asociándola al uso de una sustancia que se utiliza en Francia desde hace varios años que se llama

fosfatidilcolina, que tiene un potente efecto impolítico (emulsiona la grasa intracelular, facilitando la eliminación de la misma).

No existen efectos o contraindicaciones, a menos que sea como el caso de que el paciente tenga una prótesis y solamente en casos aislados. Sin embargo; es importante que el tratamiento lo realice un médico o un fisioterapeuta experimentado. Como efecto indeseable, produce hematomas y es bueno mantenerse fuera de la exposición solar mientras dure el tratamiento.

En la intervención se siente algo como la picadura de alfiler cuando se inyecta el líquido. En la parte del ultrasonido, la sensación es fresca y agradable, que el paciente se puede hasta quedar dormido.

Se puede decir que estas intervenciones si son una solución permanente, de todas maneras, siempre es aconsejable cuidarse con una dieta sana y ejercicios.

(En Femenino, 2011)



Imagen Nº 26 Abdomen femenino

Fuente <http://www.vistamedica.com/main/Ginecologia/enfermedad-inflamatoria-pelvica.html>

Autor: Visita Médica

Según el informe de la Sociedad Internacional de Cirugía Plástica Estética, que reúne a unos mil cirujanos de más de 60 países, Estados Unidos sigue siendo el país en el que más se recurre a la cirugía plástica. Enmarcan la lista: México, Brasil, Canadá y Argentina y los demás países latinoamericanos.

En cuanto a preferencias, las mujeres argentinas solicitan el lifting facial, mientras que en Brasil el procedimiento favorito es la liposucción y en Japón la cirugía de párpados.

En un índice estadístico, se conoce que las mujeres se operan más que los hombres. Por ejemplo, en Egipto el 100% de las pacientes son femeninas. Sin embargo, en otros países hay cada vez más hombres que se ven atraídos por el bisturí, por motivos estéticos, de vanidad y de salud.

Argentina es uno de los países en los que el número de cirugías ha aumentado en los últimos años, por la llegada de pacientes de otros países que encuentran los precios accesibles. Los procedimientos varían de país a país y reflejan la idiosincrasia, la cultura y la tipología de cada paciente. De acuerdo a las estadísticas, las estadounidenses prefieren las inyecciones de botox, mientras que las francesas, recurren sobre todo al implante de mamas y las dominicanas a la reducción de pechos. Las edades también varían, pero, en general, hay un aumento en el porcentaje de pacientes menores de 21 años, que suelen elegir el aumento de mamas y la cirugía de nariz.

Dejando a un lado las frías estadísticas, lo que está en juego va mucho más allá de un levantamiento de los músculos de la cara o de un cambio en la estructura de la nariz, lo fundamental, de acuerdo con el cirujano, es asegurarse de que el paciente encuentre el equilibrio que busca entre lo que ve y lo que siente.

La cirugía plástica es la única especialidad dentro de la medicina, que cuida el alma y el cuerpo, la paciente encuentra el equilibrio con la cirugía, ya que por dentro se siente con un espíritu más activo, más jovial, que lo que le muestra la cara a la que el paso del tiempo ha afectado de forma irremediable.

Las cirugías que las mujeres prefieren son:

España: Implante de mamas.

Estados Unidos: Inyecciones de botox.

Argentina: Lifting facial.

Brasil: Liposucción.

Ecuador: Cirugía de nariz.

Japón: Cirugía de párpados.

México: Inyecciones de Botox.

República Dominicana: Reducción de mamas.

(Terra, 2011)

Según el diario el *"Hoy"*, publicado el 26 de mayo del 2008 explica que en el Ecuador no existen estadísticas sobre el número de cirugías realizadas, ya que las pacientes piden discreción, fue lo que indica Byron Vaca cirujano plástico especializado en Brasil. Pero se estima que la edad de las mujeres que se someten a este tipo de intervenciones quirúrgicas, va entre los 20 a 50 años. Los especialistas hablan de que las cirugías más efectuadas son la lipoescultura y modificaciones en la parte del abdomen, llegando a cumplirse alrededor de 4 operaciones mensuales.

(Hoy.com, 2008)

CAPITULO II

Para conocer la viabilidad del proyecto, fue necesario realizar un estudio de mercado, a través del cual se conoce la potencialidad de la demanda, la oferta, las características de la prenda, productos sustitutos, aspectos demográficos, localización y segmento de mercado, tamaño de muestra y encuestas orientadas a conocer las preferencias del consumidor en cuanto a diseño, precio, colores y demás elementos demandados por el comprador.

2.1 ESTUDIO DE MERCADO

Es importante, tomar en cuenta que para el desarrollo del proyecto es significativo determinar el mercado al cual se va a dirigir, conocer las características que éste busca en cada uno de los productos, de manera que se pueda brindar al cliente artículos que cumplan con sus expectativas, por lo que es necesario realizar una segmentación de mercado.

2.1.2 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Esta estrategia, permite dividir de manera más adecuada al mercado en el que se encuentran los clientes o consumidores, basándose en ciertas características, las cuales ayudan a diferenciarlos.

2.1.3 SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA

La segmentación se realiza, en base a la ubicación, ya que ésta divide a la población en ciudades, regiones donde vive la gente. Para este proyecto fue necesario basarse en datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, lo cual proporciona los siguientes datos:

CUADRO N° 1 SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA

		Número de habitantes
Provincia	Pichincha	2.576.287
Cantón	Quito	2.239.191
Área	Rural	814.420
Sector	Cumbayá	31.463

ELABORADO POR: MARÍA BELÉN RUEDA

FUENTE: INEC POBLACIÓN POR GRUPO DE EDAD Y CONDICIÓN DE ACTIVIDAD 2010

2.1.4 SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA

Este tipo de segmentación, permite conocer al mercado por edad, género, clase social etc. El caso del presente estudio se dirige a mujeres que se encuentran entre los 20 a 50 años, de clase media o media alta.

CUADRO N° 2 SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA

RANGO	Población Mujeres Cumbayá	Población Mujeres Económicamente Activa
20 a 30 años	2.921	1.426
31 a 40 años	2.668	2.161
41 a 50 años	2.208	1.205
Total	7.797	4792

ELABORADO POR: MARÍA BELÉN RUEDA

FUENTE: INEC POBLACIÓN POR GRUPO DE EDAD Y CONDICIÓN DE ACTIVIDAD 2010

2.1.3 UNIVERSO DE ESTUDIO

Para determinar el universo, se tomó en consideración los datos obtenidos a través de la segmentación antes detallada, mismos que están elaborados en base a la información obtenida en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Debido a la característica del producto y a la información proporcionada por el Dr. Diego Proaño, cirujano plástico del Hospital de los Valles, el cual indicó que no hay datos estadísticos de cirugías realizadas, pero se estima que la cantidad de mujeres que se someten a una cirugía estética es del 30%, comprendidas entre las edades de 20 a 50 años.

CUADRO N° 3 DEFINICIÓN DEL UNIVERSO

RANGO	Población Mujeres Económicamente Activa
20 a 30 años	1.426
31 a 40 años	2.161
41 a 50 años	1.205
Total	4.792
30% población que se somete a cirugías en Cumbayá	1.438

ELABORADO POR: MARÍA BELÉN RUEDA

FUENTE: INEC POBLACIÓN POR GRUPO DE EDAD Y CONDICIÓN DE ACTIVIDAD 2010 Y DR. DIEGO PROAÑO

2.1.4 TAMAÑO DE LA MUESTRA

La fórmula para determinar la muestra del mercado es

$$N = \frac{Z^2 P.Q. N}{e^2 (N-1) + Z^2 PQ}$$

Donde:

Z= Margen de confianza (expresado en desviación estándar)

P = Probabilidad que el evento ocurra (expresado por unidad)

Q = Probabilidad que el evento no ocurra (1-P)

e = Error de estimación (máximo error permisible por unidad)

N = Población (universo a investigar)

N-1 = Factor de corrección por finitud

Para el desarrollo del proyecto, se realizó una encuesta piloto a 10 personas, donde se analizó la pregunta filtro ó tamizadora.

A continuación está determinada la pregunta de la encuesta piloto:

¿Le gustaría adquirir una faja para el mantenimiento post-operatorio la cual le brinde, comodidad y ajuste en el abdomen y al mismo tiempo pueda ser usada como una blusa, sin necesidad de dar a conocer que es una faja?

De las mujeres encuestadas 9 respondieron que sí les gustaría adquirir este tipo de prenda, porque pueden usar una faja sin temor a lucir mal, permitiendo de esta manera incrementar su autoestima y además cuidar de su salud; además, manifestaron que esta les ayudaría en el proceso de mantenimiento luego de haber usado una faja ortopédica. Una de ellas respondió que no le gustaría, porque ella prefiere adquirir una faja ortopédica ya que piensa que es mucho más segura.

CUADRO Nº 4 ANÁLISIS DE LA PREGUNTA PILOTO HECHA A PERSONAS QUE CUENTAN CON CIRUGÍAS ESTÉTICAS

Alternativas	PERSONAS QUE CUENTAN CON CIRUGÍAS	
	Frecuencia	%
Si	9	0.9
No	1	0.1
Total	10	1

ELABORADO POR: MARÍA BELÉN RUEDA

FUENTE: ENCUESTA PILOTO REALIZADA EN HOSPITAL DE LOS VALLES CUMBAYÁ

Datos para determinar el tamaño de la muestra

Aplicación de la fórmula:

N = 1.438 habitantes

P = 90% (valor determinado por la encuesta piloto)

Q = 10%

Z = 95% → 1,96

e = 0,05

$$N = \frac{(1,96)^2 (0,90)(0,10)(1438)}{(0,05)^2 \times (1.438 - 1) + (1,96)^2 \times (0,90) \times (0,10)}$$

$$N = \frac{497,179}{3,938}$$

N = 126 personas

La población a la cual se va aplicar la muestra, es de 126 personas, ya que no se cuenta con un número estadístico de la cantidad de mujeres que se someten a este tipo de cirugías, por lo tanto se tomó como un valor referencial. Se aplicó un nivel de confianza (Z) del 95% y un nivel de aceptación (P) del 90% y por ende un nivel de rechazo de (Q) del 20%, valores que se los obtuvo debido a la aplicación de una encuesta piloto.

2.2 METODOLOGÍA DE APLICACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN

2.2.1 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Considerando que existen tres métodos básicos para una investigación, la observación, la experimentación y la encuesta, en el presente proyecto se aplicará: la observación y las encuestas, dado que estos proporcionarán la información necesaria requerida en este trabajo.

2.2.1.1 LA OBSERVACIÓN

Debido a que el proyecto, no cuenta con una competencia nacional, fue necesario valerse de la observación, para investigar en los distintos puntos donde se comercializan este tipo de productos exportados; para así tener una visión más amplia de lo que realizan estas empresas.

2.2.1.2 ENCUESTAS

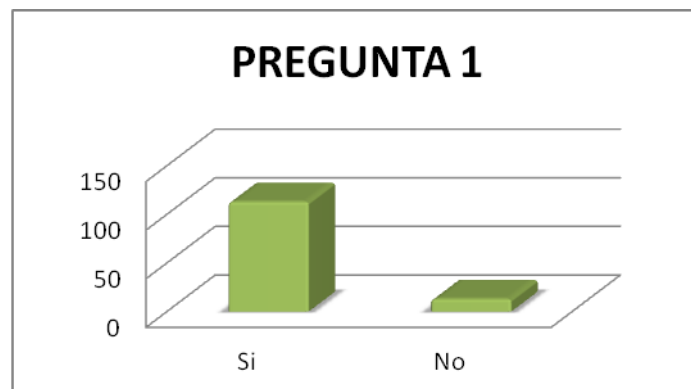
La encuesta aplicada, está conformada por 11 preguntas, entre ellas 10 preguntas son cerradas y una pregunta es abierta, misma que tiene por objeto saber características esenciales que el cliente quisiera en su prenda. Considerando, que con la encuesta se pretende conocer de manera objetiva, los gustos y requerimientos del mercado, se ha profundizado más en aspectos como telas, diseños, colores, comodidad entre otros.

2.3 TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS

1) ¿Usted vería alguna utilidad en utilizar una prenda diseñada para un mantenimiento postoperatorio?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	113	90%
No	13	10%
TOTAL	126	100%

GRÁFICO Nº 1 DE TABULACIÓN



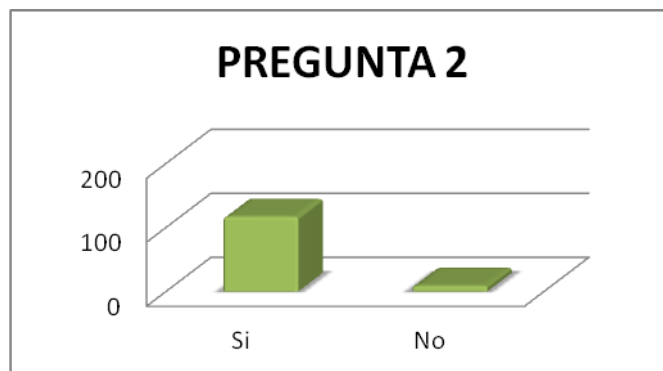
ANÁLISIS

De las personas encuestadas se observa que 113 piensan que es útil utilizar una prenda para el mantenimiento postoperatorio debido a las ventajas y beneficios que esta presta.

2) ¿Estaría usted dispuesta a adquirir una prenda de esta naturaleza?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	117	93%
No	9	7%
TOTAL	126	100%

GRÁFICO Nº 2 DE TABULACIÓN



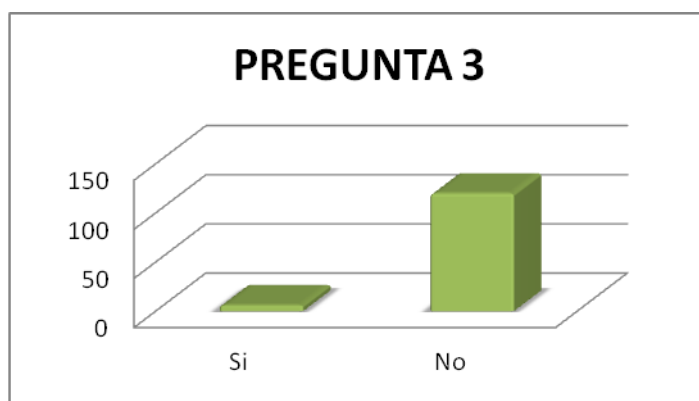
ANÁLISIS

De las personas encuestadas se observa que 117 estarían dispuestas a adquirir una prenda de este tipo.

3) ¿Conoce usted locales en Cumbayá que comercialicen prendas para el mantenimiento postoperatorio?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	6	5%
No	120	95%
TOTAL	126	100%

GRÁFICO Nº 3 DE TABULACIÓN



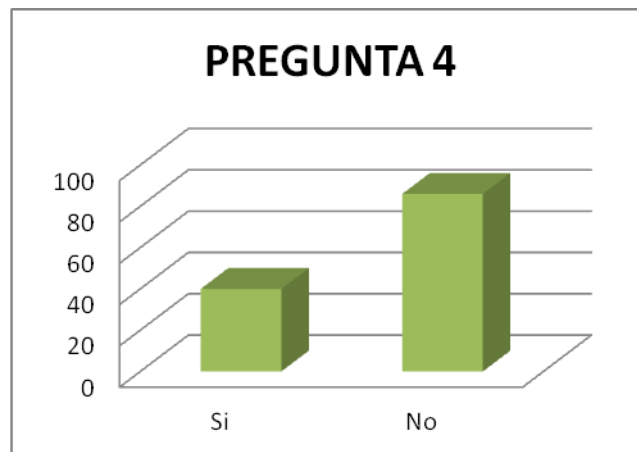
ANÁLISIS

Las mujeres encuestadas manifestaron que no conocen locales donde comercializan este tipo de prendas en Cumbayá, motivo por el cual proporciona una gran ventaja al proyecto.

4) ¿Las prendas que en estos lugares se venden satisfacen sus necesidades?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	40	32%
No	86	68%
TOTAL	126	100%

GRÁFICO Nº 4 DE TABULACIÓN



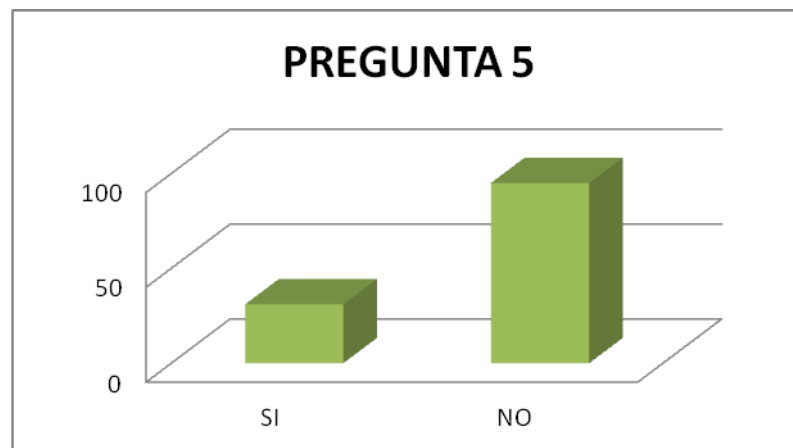
ANÁLISIS

Se puede notar que un 68% de las mujeres encuestadas, no se encuentran satisfechas, con el tipo de prendas que se encuentran en el mercado, ya que no cumplen con sus expectativas, siendo esto un punto a favor del proyecto, en vista de que se busca es ofertar un producto que cumpla con las expectativas del cliente, permitiéndole a este sentirse cómodo con lo que va a usar.

5) ¿Considera que las prendas que ahí se venden son modernas?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	31	25%
NO	95	75%
TOTAL	126	100%

GRÁFICO Nº 5 DE TABULACIÓN



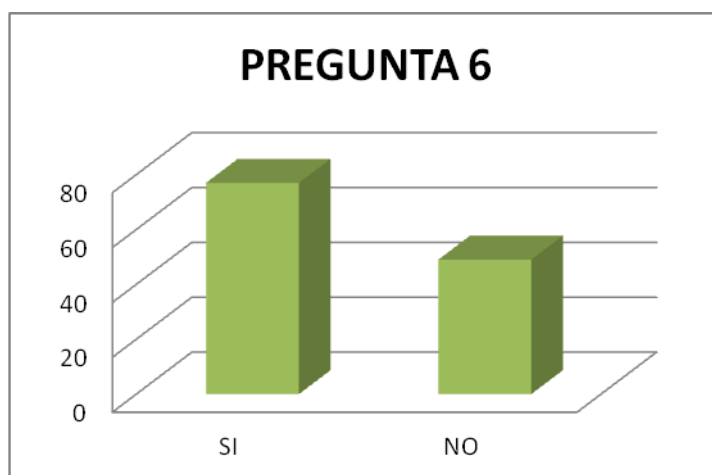
ANÁLISIS

El 75% de las encuestadas manifestaron que las fajas que se encuentran en el mercado, no son modernas, demostrando nuevamente otro punto a favor del proyecto, ya que lo que se ofrecerá es algo moderno y con valor agregado.

6) ¿Está usted de acuerdo con que las prendas para el mantenimiento postoperatorio deban poseer diseño y colores combinables? (En caso de que su respuesta sea afirmativa indique que colores).

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	77	61%
NO	49	39%
TOTAL	126	100%

GRÁFICO Nº 6 DE TABULACIÓN



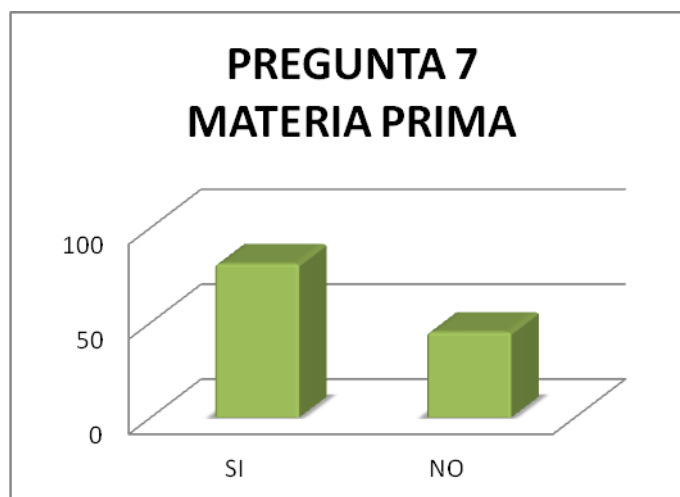
ANÁLISIS

Un 61% de las mujeres encuestadas están de acuerdo que las fajas deban poseer diseño y colores combinables, ya que su objetivo es que no se note que se han sometido a una cirugía. Entre los colores que más prefieren se encuentran el blanco, negro, café, lila fucsia, morado, azul, beige.

7) ¿De las características a continuación presentadas cual considera de mayor importancia en este tipo de producto? (Considerando 5 mayor importancia).

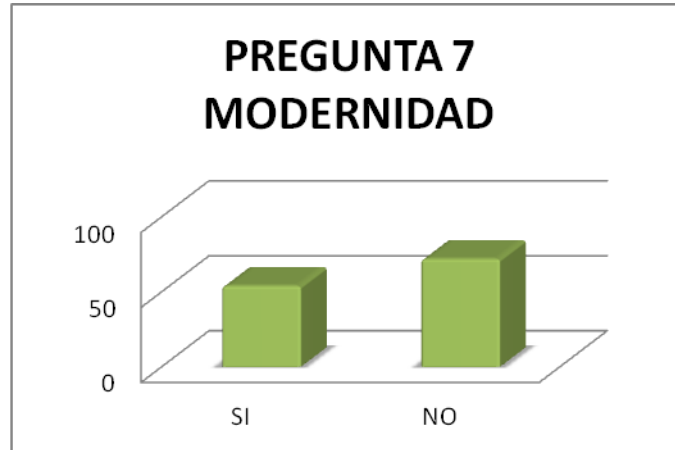
ALTERNATIVAS Materia Prima	FRECUENCIA	%
SI	81	64%
NO	45	36%
TOTAL	126	100%

GRÁFICO Nº 7 DE TABULACIÓN



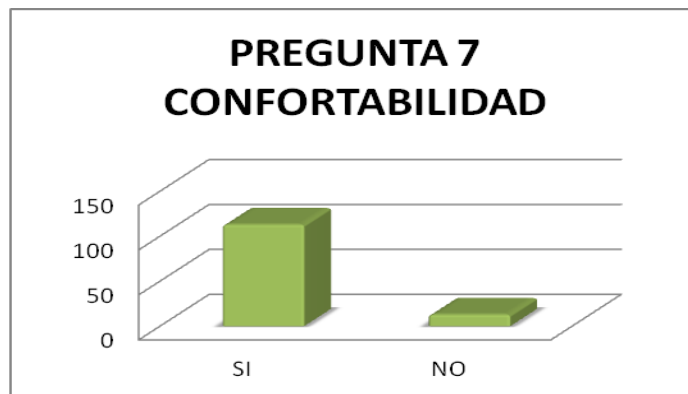
ALTERNATIVAS Modernidad	FRECUENCIA	%
SI	54	43%
NO	72	57%
TOTAL	126	100%

GRÁFICO Nº 8 DE TABULACIÓN



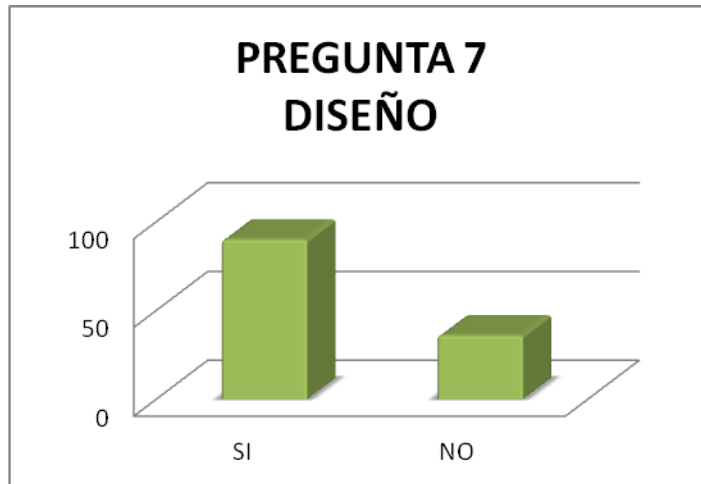
ALTERNATIVAS Confortabilidad	FRECUENCIA	%
SI	113	90%
NO	13	10%
TOTAL	126	100%

GRÁFICO Nº 9 DE TABULACIÓN



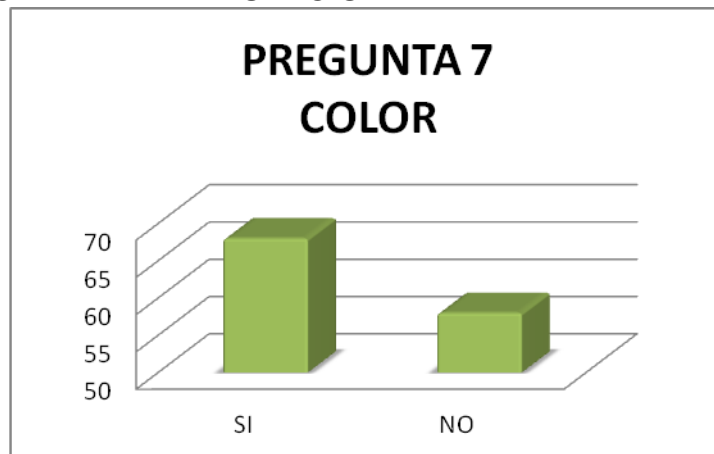
ALTERNATIVAS Diseño	FRECUENCIA	%
SI	90	71%
NO	36	29%
TOTAL	126	100%

GRÁFICO Nº 10 DE TABULACIÓN



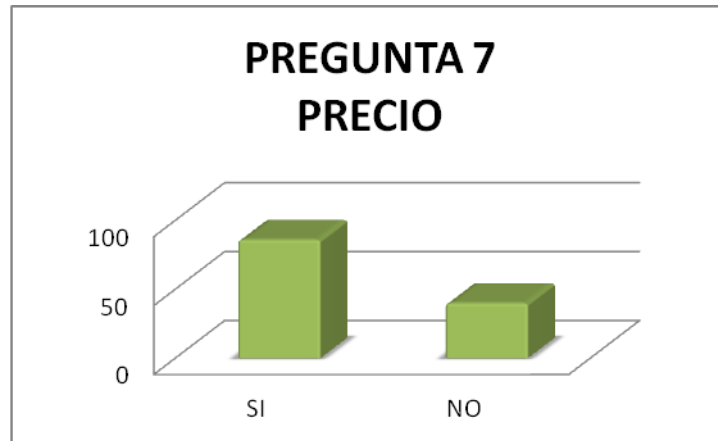
ALTERNATIVAS Color	FRECUENCIA	%
SI	68	54%
NO	58	46%
TOTAL	126	100%

GRÁFICO Nº 11 DE TABULACIÓN



ALTERNATIVAS Precio	FRECUENCIA	%
SI	86	68%
NO	40	32%
TOTAL	126	100%

GRÁFICO Nº 12 DE TABULACIÓN



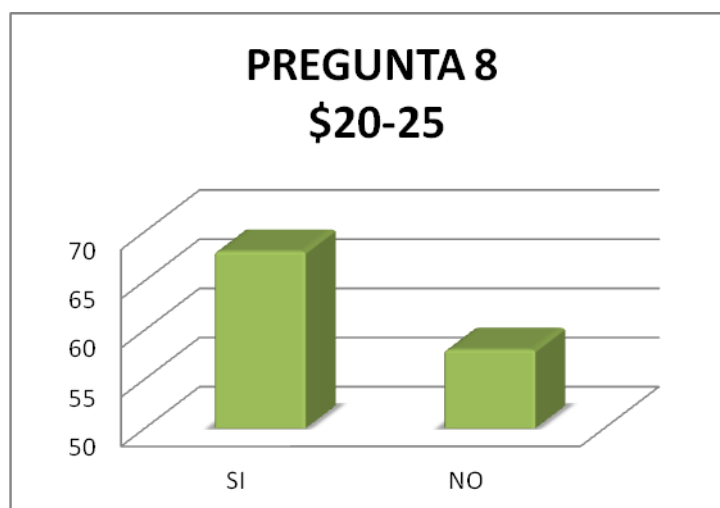
ANÁLISIS

La materia prima, la confortabilidad, el diseño y el color son factores que las mujeres encuestadas consideran de mayor importancia, mientras que el precio y la modernidad ocupan un puesto secundario.

8) ¿En el caso de decidirse por adquirir una prenda que responda a sus requerimientos, cuál es el precio que usted estaría dispuesta a pagar?

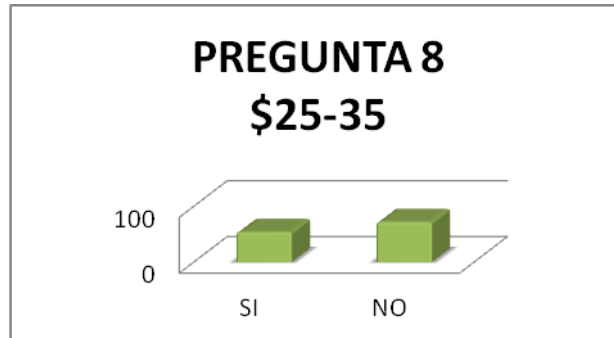
ALTERNATIVAS 20-25	FRECUENCIA	%
SI	68	54%
NO	58	46%
TOTAL	126	100%
TOTAL		

GRÁFICO Nº 13 DE TABULACIÓN



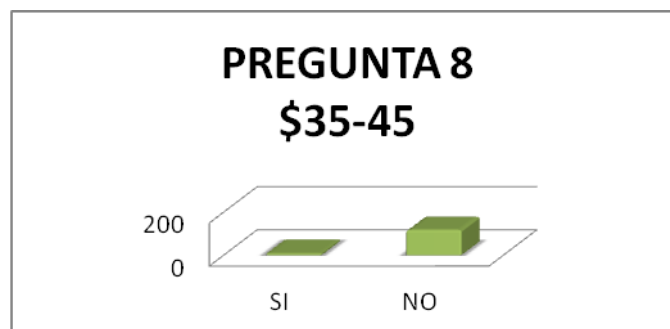
ALTERNATIVAS 25-35	FRECUENCIA	%
SI	54	43%
NO	72	57%
TOTAL	126	100%

GRÁFICO Nº 14 DE TABULACIÓN



ALTERNATIVAS 35-45	FRECUENCIA	%
SI	9	7%
NO	117	93%
TOTAL	126	100%

GRÁFICO Nº 15 DE TABULACIÓN



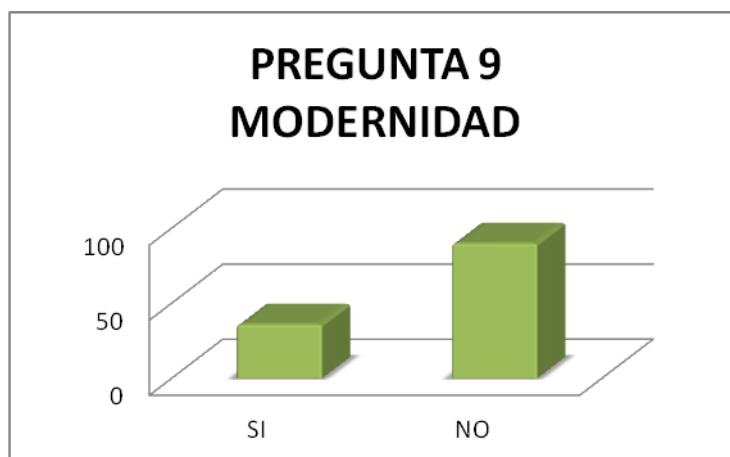
ANÁLISIS

De acuerdo a los datos proporcionados por las encuestas, se puede ver que la mayoría estaría dispuesta a pagar por una faja de esta categoría un valor promedio entre 20 a 25 dólares; mientras que un 43% estarían dispuestas a pagar entre 25 a 35 dólares, y un 7% pagarían de 35 a 45 dólares.

9) ¿Las prendas que están disponibles en el mercado nacional, responden a sus requerimientos, en cuanto a modernidad, diseño, precio, facilidad para adquisición?

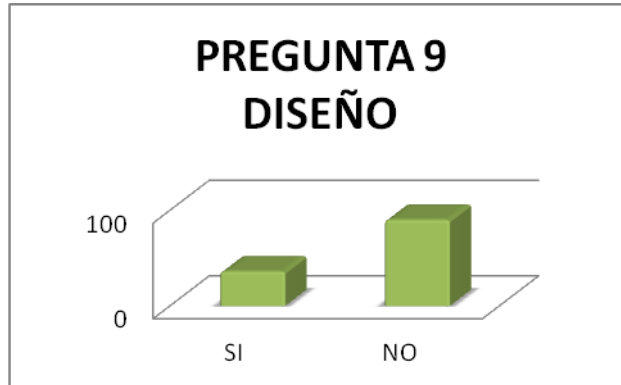
ALTERNATIVAS Modernidad	FRECUENCIA	%
SI	36	29%
NO	90	71%
TOTAL	126	100%

GRÁFICO Nº 16 DE TABULACIÓN



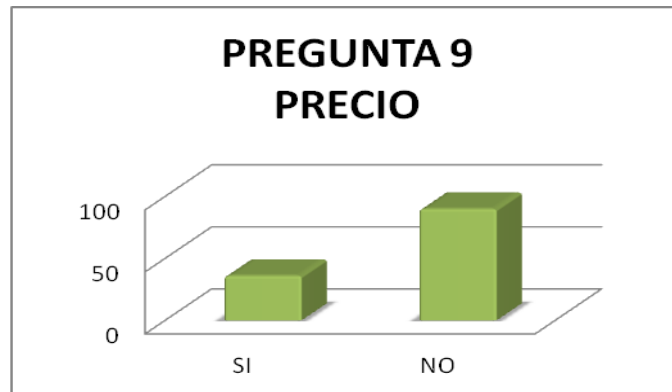
ALTERNATIVAS Diseño	FRECUENCIA	%
SI	36	29%
NO	90	71%
TOTAL	126	100%

GRÁFICO Nº 17 DE TABULACIÓN



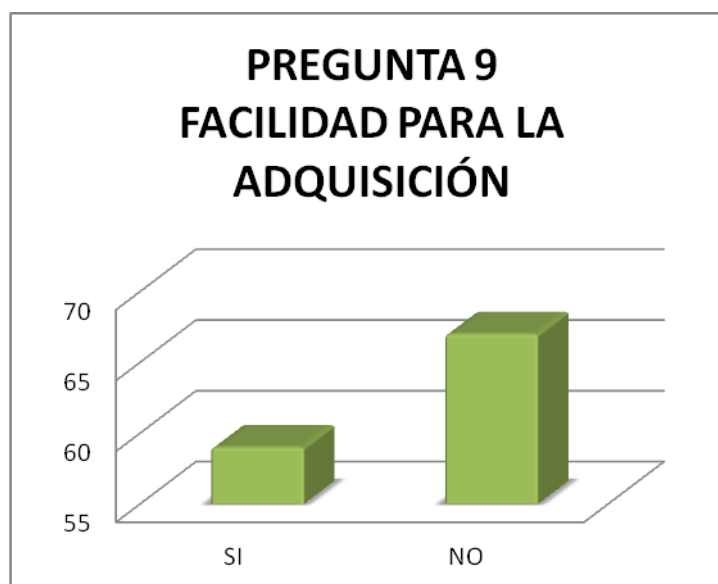
ALTERNATIVAS Precio	FRECUENCIA	%
SI	36	29%
NO	90	71%
TOTAL	126	100%

GRÁFICO Nº 18 DE TABULACIÓN



ALTERNATIVAS Facilidad para la adquisición	FRECUENCIA	%
SI	59	47%
NO	67	53%
TOTAL	126	100%

GRÁFICO Nº 19 DE TABULACIÓN



ANÁLISIS

En los datos obtenidos a través de las encuestas, se puede observar que para las mujeres las prendas que están disponibles en el mercado nacional no son modernas, ni presentan un diseño llamativo; además el precio no está acorde al producto.

2.4 OFERTA

2.4.1 DETERMINACIÓN DE LA OFERTA

Considerando que Cumbayá no cuenta con empresas que oferten un producto similar al determinado en este proyecto, no se puede establecer la oferta exacta, ya que los lugares donde se encuentran, son en farmacias como Fybeca y locales comerciales como Rose, mismos que importan de otros países como Colombia y China. Por lo que fue necesario investigar la cantidad de fajas de iguales características que se importan desde estos

países, siendo esta importación de 3,90 toneladas para el 2011, esta información obtenida de la página del Banco Central del Ecuador, en la partida de consultas de totales por Nandina, como no se cuenta con información exacta de la cantidad de prendas que ingresan a Quito y menos a Cumbayá; el Ing. Guido Merino Ingeniero y consultor en Comercio Exterior, docente de la UTE, indicó que la cantidad estimada de fajas es de 4.680 correspondientes al 30% del total ingresado. (15.600).

Se tomó como dato principal Quito, ya que no se tiene un dato específico de la cantidad de prendas que se comercialicen en Cumbayá.

CUADRO N° 5 OFERTA HISTÓRICA

CANTIDAD	PAÍS TON	QUITO TON
AÑO 2008	6.15	1.845
AÑO 2009	0.73	0.219
AÑO 2010	2,01	0.603
AÑO 2011	3,90	1,17

FUENTE: BANCO CENTRAL COMERCIO EXTERIOR TOTAL NANDINA
ELABORADO POR: MARÍA BELÉN RUEDA E ING. GUIDO MERINO

2.4.2 OFERTA ACTUAL

Al realizar un estudio en Fybeca, Rose y obtener información a través del personal que labora en estos lugares, se pudo determinar que la cantidad de prendas vendidas por la competencia en la actualidad es de:

CUADRO N° 6 OFERTA ACTUAL

CANTIDAD	AÑO 2011 PAÍS TON	QUITO
FAJAS	3,90	1,17

FUENTE: BANCO CENTRAL COMERCIO EXTERIOR TOTAL NADINA Y TRABAJADORES DE FYBECA Y ROSE
ELABORADO POR: MARÍA BELÉN RUEDA Y DR. ANÍBAL VILLACIS

Se debe tener en cuenta que en Cumbayá, existe una mínima cantidad de estas fajas de venta, por lo que es beneficioso para el proyecto, esto proporciona una gran ventaja, ya que la microempresa va a estar ubicada en este lugar.

2.4.3 OFERTA PROYECTADA

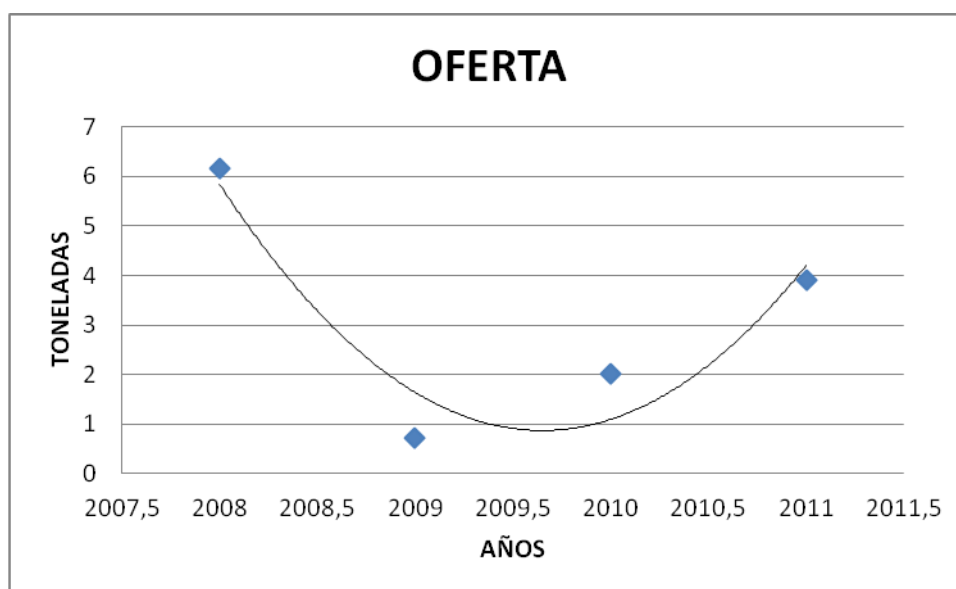
De acuerdo a los datos obtenidos se puede determinar que la oferta futura será:

CUADRO N° 7 OFERTA PROYECTADA

AÑOS	PAÍS TONELADAS	QUITO TONELADAS
2012	5.384	1.6152
2013	6.969	2.0907
2014	8.554	2.5662
2015	10.139	3.0417

FUENTE: BANCO CENTRAL COMERCIO EXTERIOR TOTAL NANDINA
ELABORADO POR: MARÍA BELÉN RUEDA E ING. GUIDO MERINO

GRÁFICO N ° 20 OFERTA



2.5 DEMANDA

La demanda es la cantidad de productos, bienes o servicios, que han sido adquiridos por el cliente, los cuales deben satisfacer sus necesidades y exigencias, en el caso del proyecto, es la cantidad de fajas, que las mujeres consideradas los principales clientes, adquieren en un determinado periodo.

2.5.1 DEMANDA HISTÓRICA

Para poder determinar la demanda histórica, fue necesario realizar una investigación de la cantidad de mujeres económicamente activas que se han sometido a una cirugía y han adquirido una faja para el mantenimiento postoperatorio. Para lo cual se acudió al Hospital de los Valles y se consultó con el Dr. Marcelo Garzón, cirujano plástico, la cantidad de mujeres entre los 20 y 50 años que se han sometido a una operación.

CUADRO N° 8 DEMANDA HISTÓRICA

RANGO	2008	2009	2010	2011
20 a 30 años	1,342	1,370	1,397	1.426
31 a 40 años	2,034	2,075	2,118	2.161
41 a 50 años	1,134	1,157	1,181	1.205
Total	4,510	4,602	4,696	4792
30% población que se somete a cirugías en Cumbayá	1.353	1.381	1.409	1.438

FUENTE: HOSPITAL DE LOS VALLES
ELABORADO POR: MARÍA BELÉN RUEDA Y DR. MARCELO GARZÓN CIRUJANO PLÁSTICO DEL HOSPITAL DE LOS VALLES

2.5.2 DEMANDA ACTUAL

Para determinar la demanda de este tipo de producto dirigido principalmente para las mujeres que se encuentran entre los 20 a 50 años, del sector de Cumbayá, se tomará en cuenta la población de mujeres que se someten a

cirugías abdominales, por un porcentaje de aceptación de las fajas para mantenimiento postoperatorio. (dato obtenido en la encuesta aplicada).

CUADRO N° 9 DEMANDA ACTUAL

AÑOS	DEMANDA ACTUAL
2011	1,438

FUENTE: INFORMANTE CALIFICADO DR. MARCELO GARZÓN CIRUJANO PLÁSTICO DEL HOSPITAL DE LOS VALLES
ELABORADO POR: MARÍA BELÉN RUEDA

2.5.3 DEMANDA FUTURA

CUADRO N° 10 DEMANDA PROYECTADA

AÑOS	DEMANDA FUTURA
2012	1,466
2013	1,494
2014	1,522
2015	1,550

FUENTE: INFORMANTE CALIFICADO DR. MARCELO GARZÓN CIRUJANO PLÁSTICO DEL HOSPITAL DE LOS VALLES
ELABORADO POR: MARÍA BELÉN RUEDA

En consideración de los datos anteriores y el hecho de ser una propuesta innovadora, hasta que gane reconocimiento, confianza y posicionamiento en el mercado, al inicio únicamente se van a satisfacer las necesidades del 45% del universo del mercado meta; por lo tanto si la cantidad de mujeres que se someten a una cirugía es de 1.438 comprendidas entre las edades de 20 a 50 años el valor correspondiente al 45% sería 648 mujeres, siendo este el mercado meta.

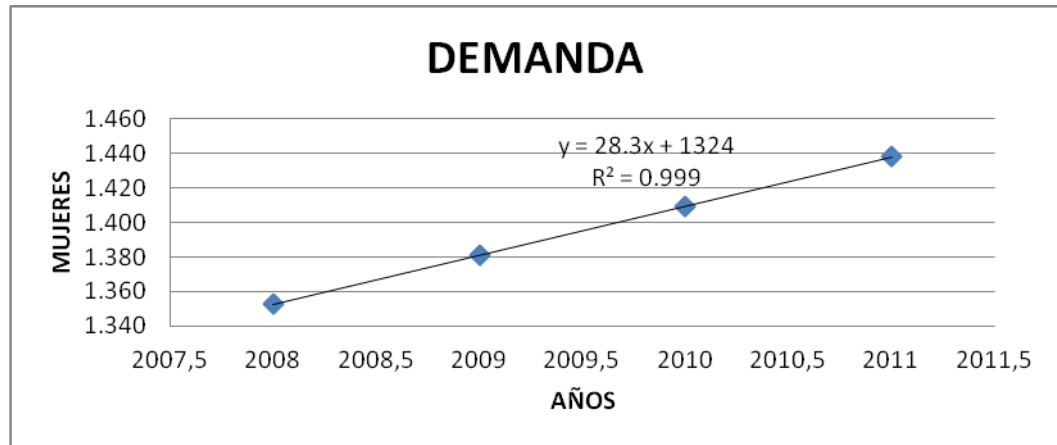
Para calcular la demanda se va a emplear la siguiente fórmula:

Mercado meta X % de aceptación del producto

$$648 \times 93\% = 603 \text{ mujeres}$$

La demanda que actualmente existe en el mercado, para este tipo de productos es de 603 mujeres.

GRÁFICO N ° 21 DEMANDA



2.6 MIX DE MARKETING

Las personas especializadas en marketing, establecen que para lograr los objetivos y metas trazadas para las empresas, es necesario valerse de ciertas variables como son el precio, la plaza, promoción, producto, publicidad, preventa, postventa, etc., elementos importantes que ayudan a determinar el éxito o fracaso de un negocio. Al tener un conocimiento claro de que es lo que el cliente necesita, lo que la competencia ofrece y lo que los proveedores proporcionan (información obtenida a través de las investigaciones realizadas), se puede desarrollar de mejor manera cada uno de los puntos clave que forman parte de este mix, lo cual ayuda a estar más centrados en lo que se quiere lograr.

2.6.1 EL PRODUCTO

El propósito de este proyecto, es el desarrollo de una prenda de vestir que se encuentra dentro del universo sportswear, que brindará comodidad y ajuste y al mismo tiempo servirá como coadyuvante para el mantenimiento postoperatorio, en caso de cirugías corporales abdominales, la cual podrá ser usada como una prenda de vestir sin necesidad que esta sea considerada como una faja; y, a la vez contará con varios diseños, características que le permitan ganar distinción de las prendas existentes en el mercado.

2.6.2 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

Por el hecho de ser una faja destinada para el mantenimiento postoperatorio es necesario detallar características de ella.

2.6.2.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES

- ✓ Producto cómodo y ajustable
- ✓ Variedad en diseños y colores
- ✓ Comprensión del abdomen y cintura
- ✓ Costuras laterales
- ✓ Aberturas en las entrepiernas (para no tener que quitárselas al momento de ir al baño)
- ✓ Materiales compresivos y elásticos
- ✓ Cierres y broches de acero inoxidable
- ✓ Cierre invisible al costado
- ✓ Broches en la parte de abajo

2.6.3 PRECIO

De acuerdo a las investigaciones realizadas existen varias empresas que venden fajas, pero que no cuentan con un estilo que les permita diferenciarse de las demás.

En la fijación del precio, participan muchas variables como los tipos de materiales empleados, el precio establecido por la competencia, costos directos e indirectos, en los cuales se tiene que incurrir un porcentaje de utilidad que se quiera establecer (ganancia) siendo para este caso un 25%, la calidad, la facilidad en que se la pueda encontrar en el mercado, para este proceso, también se considero el precio que se lo obtuvo a través de los datos obtenidos en la encuesta.

Se debe tomar en consideración, que empresas como Ritchi y Cocoon (colombianas) cuentan con una experiencia y especialización en aspectos que les permite contar con precios bajos en el mercado.

En conclusión, el precio estará fijado de acuerdo a las características del producto y al valor agregado que se preste. De acuerdo a esto, el precio a ser establecido será cómodo, lo cual ayudará a llamar la atención del cliente.

2.6.4 PUNTO DE VENTA

Tomando en consideración que la punto de venta o plaza es el lugar donde se comercializa los productos que son ofrecidos, es indispensable tomar en cuenta, que no solo se debe de encontrar cerca de los clientes, sino que también, es importante la cercanía con los proveedores, lo cual ayudará a garantizar materias primas de calidad, las cuales permitan satisfacer de las necesidades del cliente.

2.7 PROMOCIÓN Y MERCADEO

2.7.1 PROMOCIÓN

Para promocionar un producto, se deben tomar en cuenta cuatro elementos importantes que son: la venta directa, publicidad, promoción y las relaciones públicas; estos muy bien aplicados ayudarán a garantizar el éxito en el mercado.

2.7.1.1 VENTA DIRECTA

Los actores fundamentales de esta actividad, son el vendedor y los clientes ya que ambas partes son las encargadas de establecer los puntos clave necesarios para desarrollar un negocio, en este punto, es indispensable tomar en cuenta cada uno de los requerimientos de las partes, aceptar o rechazar los que más les convenga, permitiendo de esta manera proporcionar un ambiente de confianza entre las partes.

Por lo tanto, en el caso del proyecto, el encargado de comercializar los productos que la empresa ofrece, deberá tener un conocimiento de lo que va a vender, para que de esta manera se pueda dar a conocer las diversas características que éste tiene; el valor agregado que lo diferencia de la competencia y cuáles son los beneficios adicionales que se puede brindar al cliente; es decir, brindar una información completa la cual ayude a captar clientes (pedidos).

2.7.1.1.1 PUBLICIDAD

La publicidad a ser aplicada por la empresa se la realizará a través de:

2.7.1.1.2 VOLANTES PUBLICITARIOS:

En los cuales se dará a conocer la información específica de la empresa, los productos. También se realizará convenios con ciertos diarios de circulación nacional a través de los cuales se pueda enviar publicidad, indicando a la ciudadanía la labor que la empresa hace y los productos que ella ofrece.

2.7.1.1.3 RADIO:

La radio es uno de los medios de comunicación más utilizados, se transmite cuñas publicitarias en horarios clave, dando a conocer los aspectos más destacables de los productos que se ofrece. Uno de los problemas de utilizar este medio, es que la persona no puede visibilizar los productos reduciendo de cierta manera el mercado.

2.7.1.1 4 PROMOCIÓN

La promoción a ser utilizada para el proyecto es a través de:

- ✓ Visitas a los posibles clientes, a los cuales se les dará a conocer el producto a ser ofertado, las características que este tiene, lo que lo diferencia de las empresas de la competencia.
- ✓ A través de los volantes, los cuales se entregará con los periódicos de mayor circulación.
- ✓ Dando a conocer a través de la radio sobre la empresa, los productos, la calidad de los mismos y los servicios adicionales que ofrece.

2.8 COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

2.8.1 COMERCIALIZACIÓN

Es aquella actividad que permite desarrollar relaciones comerciales con los clientes, ya que ellos son la fuente primordial para que todo negocio funcione:

- ✓ **Clientes:** mientras que con el desarrollo de relaciones comerciales con el cliente, permitirá conocer cuáles son las especificaciones necesarias; es decir, que es lo que el cliente busca de este tipo de producto y los beneficios adicionales que este puede proporcionar.

2.8.2 DISTRIBUCIÓN

2.8.2.1 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Es importante, tener en conocimiento el canal de distribución que se manejará, ya que este es el que ayuda a que el producto llegue al cliente en el momento, tiempo y lugar exactos.

Por lo tanto, el sistema de distribución escogido es directo, debido a que es necesario estar en contacto directo con las personas que van a adquirir este producto, esto permitirá, que tenga información actualizada acerca de las características que el cliente busca, lo cual evitará una pérdida de tiempo y dinero; además, ayudará a mantener un ambiente de confianza y compromiso entre las partes.

2.8.2.2 PREVENTA

Llamando y visitando a los clientes, donde se les dé información sobre las características más relevantes del producto a ser ofertado y cuáles son las

diferencias significativas que permiten que éste se diferencie de los ofertados por la competencia.

2.8.2.3 POSTVENTA

Se la aplicará a través de visitas y llamadas frecuentes a los clientes para saber el nivel de satisfacción que ellos tienen con respecto al producto, que han adquirido, en caso de presentarse un problema con el producto, permitirá buscar una solución apropiada en la que las dos partes salgan beneficiadas. La preocupación por el cliente es una de las mejores estrategias que ayudan a mantener y captar compradores y a ocupar una buena presencia en el mercado.

CAPITULO III

Los aspectos fundamentales de este capítulo, tiene que ver con la macro y micro localización, ubicación y distribución de la planta, diseño técnico del proyecto, requerimiento de los puestos de trabajo, mantenimiento de la maquinaria, estructuración financiera del proyecto, inversión total, presupuesto de costos y gastos, costos de operación, maquinaria requerida, procesos de producción, servicios básicos, amortizaciones y depreciaciones, ingresos, e imagen corporativa.

3.1 ESTUDIO TÉCNICO

3.1.1 INTRODUCCIÓN

En el capítulo presentado a continuación, se mostrará la imagen corporativa de la microempresa; además, se establecerán los requerimientos técnicos necesarios para el funcionamiento del proyecto, entre los factores a ser analizados, se tomará en cuenta las funciones del personal, las necesidades de equipos y maquinarias.

3.1.2 UBICACIÓN DEL PROYECTO

3.1.2.1 MACRO LOCALIZACIÓN

La macro localización, corresponde a la localización del proyecto, se va a ubicar en la provincia de Pichincha, en forma especial en el cantón Quito, en la parroquia rural de Cumbayá, ya que el proyecto está dedicado a las personas que viven en este sector.

3.1.2.2 MICRO LOCALIZACIÓN

La micro localización determina la ubicación exacta donde el proyecto va a funcionar. Es importante considerar que el proyecto está dirigido para mujeres que viven en Cumbayá, por lo tanto, ha sido elemental que su ubicación sea en los alrededores de este lugar.

Para determinar el lugar, se tomará en consideración varios factores que influyen para el correcto funcionamiento como agua potable, energía eléctrica, vías de acceso, líneas telefónicas, seguridad, competencia y capacidad adquisitiva, parqueadero y costo del local.

Una vez analizados los puntos detallados anteriormente, se determinó que la empresa se debe encontrar ubicada en las calles Chimborazo y Francisco de Orellana. Se ha seleccionado este lugar ya que proporciona grandes ventajas encontrándose entre ellas la cercanía con el cliente y el hecho de contar con factores indispensables como son el agua, la energía eléctrica y las vías de acceso.

GRÁFICO N° 22 UBICACIÓN DE LA PLANTA



FUENTE: GOOGLE EARTH

3.2 DISEÑO TÉCNICO DEL PROYECTO

Este punto, es de suma importancia para la empresa, ya que es aquí donde se determina el diseño, los materiales, herramientas, equipos, personal e implementos adicionales que son requeridos; además los datos obtenidos servirán para cálculos posteriores.

3.2.1 DISEÑO DE LA PLANTA

El diseño de la planta, permite buscar condiciones óptimas las cuales ayuden al mejoramiento de los procesos productivos y a la vez proporcione una situación de seguridad y protección para el trabajador; por lo tanto, hay que tomar en cuenta ciertos principios básicos, como las maquinarias a utilizar. Los espacios necesarios para que las personas que ahí trabajen puedan desenvolverse, la distribución de la planta, los costos de fabricación en los que se tiene que incurrir.

3.2.2 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Por su parte, la distribución de la planta permite establecer una secuencia lógica para cada una de las actividades, lo cual ayuda a reducir tiempo, accidentes, a incrementar eficiencia y a un mejor control de los procesos; por lo tanto, se ha escogido una distribución que proporciona grandes beneficios tales como:

- ✓ Ahorro de tiempo
- ✓ Secuencia de procesos
- ✓ Control de los procesos
- ✓ Seguridad
- ✓ Reducción de problemas

3.2.3 ESPACIO FÍSICO DEL LOCAL Y OBRAS CIVILES

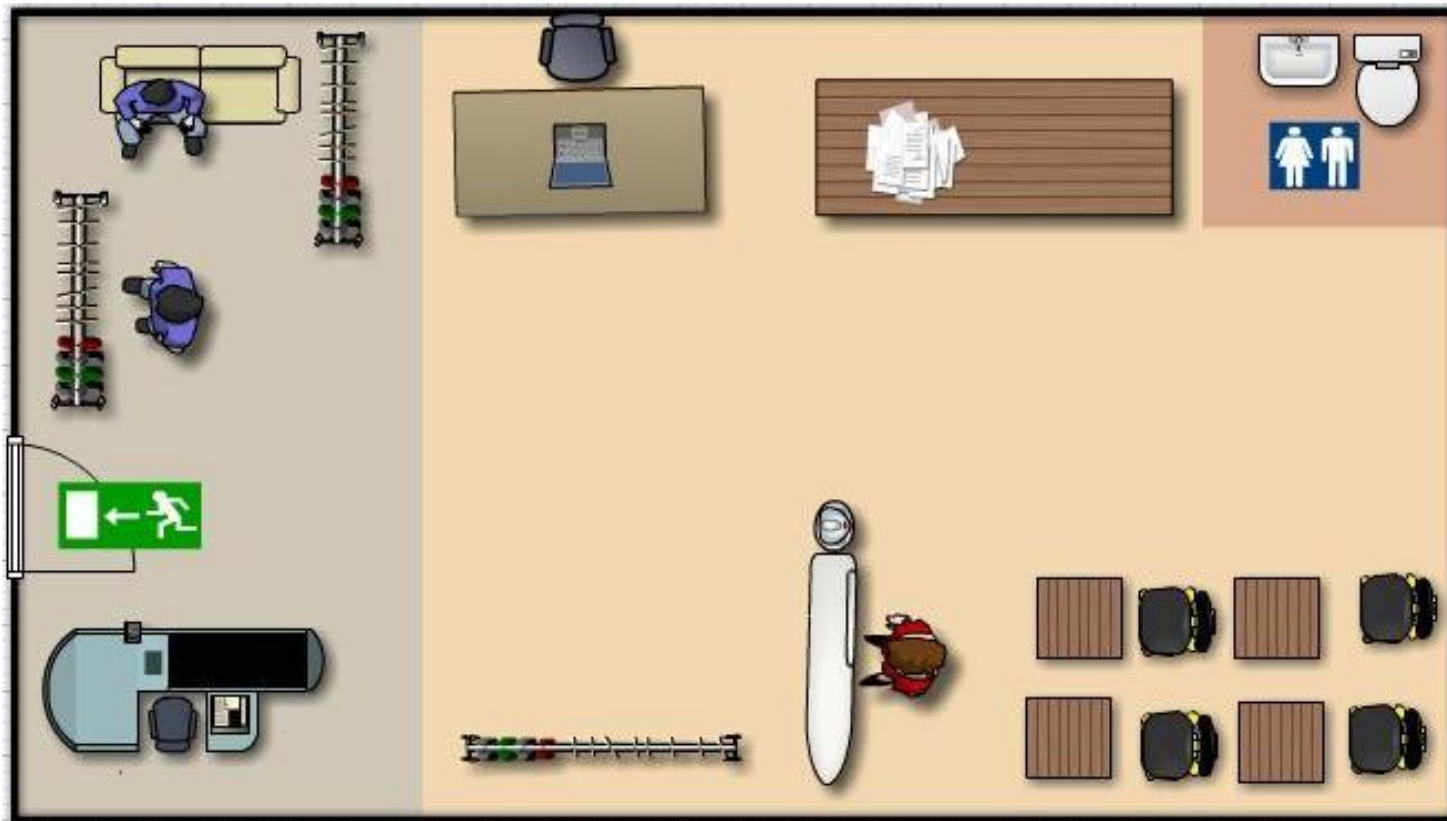
Las dimensiones de la planta son de 80 m² la misma que se encuentra repartida en áreas, las cuales requieren de instalaciones, tanto eléctricas como de agua para su funcionamiento, además es importante tener en consideración ciertos requisitos adicionales:

En cuanto al lugar destinado para el almacenaje:

- ✓ Será lo suficientemente amplio, los separadores a ser empleados serán hechos a base de madera, esto permitirá que haya orden.
- ✓ Será un lugar cubierto y fresco.

Se contará con varios puestos de trabajo, distribuidos de tal manera que se puedan movilizar con normalidad tanto los clientes, empleados y proveedores; por lo tanto, se encontrará repartida de la siguiente manera.

GRÁFICO N ° 23 DIBUJO PLANTA



3.3 REQUERIMIENTO DE LOS PUESTOS DE TRABAJO

Cada uno de los puestos de trabajo requiere contar con equipos, maquinaria, herramientas y personal, elementos indispensables, sin los cuales no se podría desarrollar el proyecto, esta información se la puede encontrar más detallada en el siguiente cuadro.

CUADRO N° 11 REQUERIMIENTO DE LOS PUESTOS DE TRABAJO

(Siguietes páginas)

PUESTOS DE TRABAJO	ELEMENTOS DEL PUESTO	MAQUINARIA EQUIPOS	HERRAMIENTAS	PERSONAL
PT1 Este puesto se encargará del diseño y patronaje	Sillas	Mesas largas Computadora Plotter	Suministros de oficina Reglas	1
PT2 este puesto se encarga del tendido y corte de las prendas		Mesas largas Cortadoras	Tizas Tijeras Mascarillas	1
PT3 este se encarga de Armado de la prenda	Sillas	Máquina overlock, flatseamer, maquina 20U	Mandiles, mascarillas, corta hilos, tijeras, tiza, bobinas, carretes, repuesto de agujas	1
PT4 este servirá para el planchado y almacenaje	Sillas	Mesas, plancha industriales	Mandiles, burros Fundas para empaquetar el producto	1

PT5 se encargará de elaborar la base de datos y de llamadas o visitas además de todo lo relacionado con facturas	Escritorios Sillas Archivador	Computador Impresora Fax Teléfono	Suministros de oficina	1
PT6 esta área es donde venderán los productos	Sillas Estantería	Teléfono	Suministros de oficina	1

ELABORADO POR: MARÍA BELÉN RUEDA

Para mantener el buen funcionamiento del proyecto será necesario realizar un mantenimiento por lo que se ha fijado un 6% anual para el desarrollo de esta actividad, mientras que para la maquinaria y equipo este porcentaje se lo repartirá de acuerdo al siguiente cuadro:

CUADRO N° 12 PERÍODOS DE MANTENIMIENTO

MAQUINARIA	REFACCIONES	MANTENIMIENTO
Cortadora industrial recta	Las refacciones dependerán de los daños que cada maquinaria y equipo	Dos veces al año
Máquina coser overlock		Dos veces al año
Máquina de coser 20U		Dos veces al año
Máquina Flatseamer		Dos veces al año
Plancha industrial		
EQUIPOS		
Equipo de computación		Dos veces al año
Fax		Poco frecuentes
Teléfono		Poco frecuentes

ELABORADO POR: MARÍA BELÉN RUEDA

CUADRO N° 13 PERÍODOS DE PERSONAL

PUESTO DE TRABAJO	PERSONAL	PUESTO
PT1 se encargara realizar los diseños y el patronaje	1	Diseño
PT2 este puesto se encargará del corte de las prendas y tendido.	1	Obreros tengan conocimiento en el manejo de maquinaria y puedan identificar brevemente las piezas de las fajas
PT3, 4 este coserá y planchará	1	Obreros conocimiento
PT5,6,7 se encargará de almacenaje, facturación y venta de prendas y además será el que va a estar en contacto directo con el cliente es decir el proceso de preventa	1	Comercial y Adquisición de la materia prima

ELABORADO POR: MARÍA BELÉN RUEDA

3.4 ESTRUCTURACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

Con el estudio económico-financiero, se pretende identificar los valores reales de inversión y el rendimiento que tendrá este proyecto, para lo cual es necesario valerse de ciertas herramientas financieras para evaluarlo. Es importante realizar un análisis de la inversión total que se requiere para el funcionamiento y puesta en marcha de la microempresa, también es necesario tomar en consideración cual va a ser el comportamiento de los gastos, costos fijos, costos variables y costo total, con la finalidad de demostrar la viabilidad financiera del negocio a ser desarrollado.

3.4.1 INVERSIÓN TOTAL

En lo que respecta a la inversión total necesaria para la puesta en marcha del proyecto, esta comprende la requerida para la adquisición de los activos fijos, diferidos y todos los elementos necesarios para el funcionamiento. Por lo tanto se requiere de \$11.926,05 cantidad que será cubierta con aportaciones de los accionistas, se debe tomar en cuenta que cada accionista realizará una aportación de \$5.000 dólares.

RESUMEN DE ACTIVOS DEL PROYECTO	
ACTIVOS FIJOS	VALOR TOTAL
ADECUACIONES PLANTA	350,00
EQUIPO DE CÓMPUTO	2.550,00
EQUIPO DE OFICINA	263,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	5.999,00
MENAJE	196,65
MUEBLES Y ENSERES	716,40
RÓTULOS	575,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	10.650,05
ACTIVOS DIFERIDOS	
CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	650,00
PATENTE Y PERMISOS MUNICIPALES	200,00
IMPREVISTOS	426,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	1.276,00
TOTAL ACTIVOS	11.926,05

ELABORADO POR: MARÍA BELÉN RUEDA

3.4.2 PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

Son aquellos que intervienen directa o indirectamente en el procesamiento y venta, por lo cual se tiene que efectuar desembolsos de dinero para el pago de salarios, servicios básicos, suministros de oficina, depreciaciones, amortizaciones, patente, los que toman el nombre de costos fijos y variables son los que intervendrán en procesamiento de la faja.

3.4.3 COSTOS DE OPERACIÓN

Es importante tomar en cuenta, que dentro de los costos de producción se encuentran todos aquellos recursos que intervienen directamente en el proceso productivo y que permiten que cualquier negocio funcione. Es importante tener un conocimiento, cuales son los costos que intervendrán de manera directa o indirecta; por lo tanto, se los dividirá en costos directos e indirectos.

3.4.3.1 COSTOS DIRECTOS

Teniendo en conocimiento, que este tipo de costos va a permanecer constante independientemente del nivel de procesamiento y comercialización, dentro del proyecto se consideran como costos fijos a los sueldos, salarios y suministros que intervienen en el aspecto administrativo, las amortizaciones y depreciaciones, publicidad y arriendo.

CUADRO N° 14 ROL DE PAGOS

CARGOS	Nº	SUELDO BÁSICO	ADICIONALES	TOTAL	
				MENSUAL	ANUAL
ÁREA ADMINISTRATIVA:					
Gerencia	1	400	156.33	556.33	6.675.96
TOTAL ROL DE PAGOS ÁREA ADMINISTRATIVA	1	400	156.33	556.33	6.675.96

ELABORADO POR: MARÍA BELÉN RUEDA

3.4.3.2 COSTOS INDIRECTOS

Son aquellos que interviene de manera directa en el proceso de producción, considerado para este caso patronaje, diseño y comercialización, pero estos van a variar de acuerdo al volumen procesado y comercializado, para este caso estos vienen a ser los sueldos y salarios de los operarios, servicios básicos de la planta.

3.4.3.3 SUELDOS Y SALARIOS OPERARIOS

La tabla presentada a continuación indica el valor a ser cancelado por el concepto de sueldos y salarios a los operarios, con valores adicionales.

CUADRO N° 15 ROL DE PAGOS ÁREA OPERATIVA

CARGOS	Nº	SUELDO BÁSICO	ADICIONALES	TOTAL
				MENSUAL
ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN				
Ejecutivo de ventas	1	350	139,83	489,83
TOTAL ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN	1	350	139,83	489,83
ÁREA OPERATIVA				
Diseño y Patronaje	1	400	156,33	556,33
Obreros con conocimiento y experiencia	2	584	241,39	825,39
TOTAL ÁREA OPERATIVA	3	984,00	397,72	1.281,72
TOTAL ROL DE PAGOS	4	1.334,00	537,55	1.871,55

ELABORADO POR: MARÍA BELÉN RUEDA

3.4.3.4 SERVICIOS BÁSICOS

CUADRO N° 16 SERVICIOS BÁSICOS

DETALLE	VALORES
	ANUAL
Agua	72,00
Luz	621,71
TOTAL	693,71

ELABORADO POR: MARÍA BELÉN RUEDA

3.5 AMORTIZACIÓN Y DEPRECIACIÓN

3.5.1 AMORTIZACIONES

CUADRO N° 17 AMORTIZACIONES

DESCRIPCIÓN	VALOR	AÑOS VIDA ÚTIL	CUOTA ANUAL AMORTIZACIÓN
Gastos de constitución y permisos	850	10	85,00
Imprevistos	426	10	42,60
TOTAL			127.60

ELABORADO POR: MARÍA BELÉN RUEDA

3.5.2 DEPRECIACIONES

CUADRO N° 18 DEPRECIACIÓN

Descripción	Valor Total del Bien	Vida Útil	Depreciación										Depreciación Acumulada
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	
ADECUACIONES PLANTA	350,00	20	17,5	17,5	17,5	17,5	17,5	17,5	17,5	17,5	17,5	17,5	350,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	5.999,00	10	599.90	599.90	599.90	599.90	599.90	599.90	599.90	599.90	599.90	599.90	5.999.00
MENAJE	196,65	3	65,55	65,55	65,55								196,65
MUEBLES Y ENSERES	716,40	10	71,64	71,64	71,64	71,64	71,64	71,64	71,64	71,64	71,64	71,64	716,40
EQUIPO DE COMPUTO	2.550,00	3	850,00	850,00	850,00								2.550,00
EQUIPO DE OFICINA	263,00	10	26,30	26,30	26,30	26,30	26,30	26,30	26,30	26,30	26,30	26,30	263,00
RÓTULO	575,00	5	115,00	115,00	115,00	115,00	115,00						575,00
TOTAL DEPRECIACIONES DE ACTIVOS			1.745.89	1.745.89	1.745.89	830,34	830,34	715,34	715,34	715,34	715,34	715,34	10.650,05

ELABORADO POR: MARÍA BELÉN RUEDA

3.6 INGRESOS

Los ingresos constituyen aquellos valores monetarios que se recibe por la venta de los productos, siendo en este caso por la venta de las fajas, en este punto es importante tomar en cuenta, el precio que debe estar acorde a los requerimientos del cliente y a los lineamientos establecidos en el mercado, es por eso que para el precio fijado, en el estudio de mercado, se ha considerado los fijados por la competencia, motivo por el cual se ha determinado precios razonables con los cuales se estima como ingreso anual \$14.759,83 para el primer año.

3.7 IMAGEN CORPORATIVA

La imagen corporativa de una empresa, es lo que le otorgará la identidad que buscará dar a conocerse dentro del mercado y lograr un posicionamiento.

Dentro de los detalles que se incluyen, son el diseño de un logotipo que muestre una imagen y un mensaje que logre captar el inconsciente del cliente y se sienta atraído a comprar la marca.

El resultado grafico del logo de la empresa es el siguiente:



Imagen Nº 27 LOGOTIPO
Fuente Diseño Propio
Autor: María Belén Rueda

“EVA”, propone una línea de ropa sportswear categoría bodywear para mujeres que se hayan realizado una cirugía abdominal y requieran del mantenimiento postoperatorio, que brinde ajuste y comodidad otorgándole un toque moderno de color y diseño en las prendas.

3.7.1 IMAGEN DE LA MARCA

La marca “EVA” propone una línea de prendas de mantenimiento postoperatorio, las cuales maximizan la feminidad y permitirán que se proyecte seguridad, elegancia y autoestima. Una imagen vale más que mil palabras y el objetivo de presentar la silueta de una mujer es para captar la atención del cliente y se sientan atraídos visualmente por el símbolo de cuerpo femenino y sensualidad.



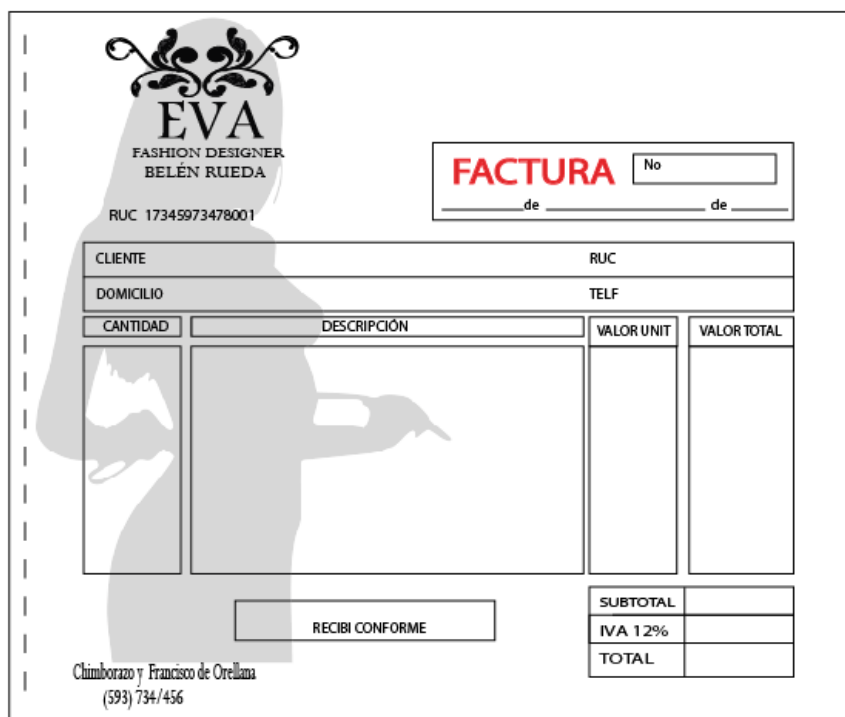
Imagen N° 28 Imagen adicional de la marca
Fuente Diseño Propio
Autor: María Belén Rueda

3.7.2 PAPELERÍA

3.7.2.1 FACTURAS

Las facturas son realizadas en papel químico con copia rosada para el emisor, una verde para impuestos y la original que se entrega al cliente.

Las medidas de la factura serán 15.5 x 10.5 cm



The image shows a template for an invoice (Factura) for 'EVA Fashion Designer'. The form includes a header with the company logo and name, a section for invoice details (number, date), a table for client information (name, address, phone, RUC), a table for items (quantity, description, unit value, total value), a 'RECIBI CONFORME' (Received) box, and a summary table (Subtotal, 12% IVA, Total). The company's contact information is at the bottom left.

EVA
FASHION DESIGNER
BELÉN RUEDA
RUC 17345973478001

FACTURA No
de ____ de ____

CLIENTE	RUC		
DOMICILIO	TELF		
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNIT	VALOR TOTAL

SUBTOTAL	
IVA 12%	
TOTAL	

Chimborazo y Francisco de Orellana
(593) 734/456

Imagen Nº 29 Factura "EVA"
Fuente: Diseño personal
Autor: María Belén Rueda

3.7.2.2 HOJAS MEMBRETADAS Y SOBRES

Hojas de formato INEN con logotipo de la empresa en la parte superior izquierda, los datos de la empresa como dirección, pagina web, y teléfono se ubicarán en la parte central al pie de la pagina.

Los sobres en papel bond con logotipo de la empresa en el borde superior izquierdo, ala del sobre con goma para activar al contacto con humedad. Medidas 24.5 x 11.5 cm



Imagen N° 30 Hoja membretada y sobre “EVA”
Fuente: Diseño personal
Autor: María Belén Rueda

3.7.2.3 BOLSAS

Actualmente la tendencia por cuidar el medio ambiente se ha convertido en una prioridad y para no estar fuera de las exigencias del medio se recurre a bolsas hechas de materiales reciclados y asas con cordón de lana.

Se manejará un solo tamaño de bolsa con el logo de la marca. Las medidas de la bolsa son 30 x 30 cm.



Imagen Nº 31
Fuente:
Autor:

Bolsa
Diseño personal
María Belén Rueda

3.7.3 HANGTAGS, ETIQUETAS Y MARQUILLAS DE PRENDA

Según el Reglamento Ecuatoriano INEN RTE 13: 2006 las prendas que contengan etiquetas técnicas deberán contener la siguiente información:

Número de talla, de acuerdo a las normas que se apliquen ya sea NTE 257; NTE INEN 1 873 y NTE INEN 1 874, porcentaje de fibras o materiales a ser utilizados, razón social del fabricante o importador, país de origen, instrucciones de manejo y conservación.

La etiqueta de marca contiene la siguiente información:

Marca comercial o logotipo, composición textil que deberá expresarse en porcentaje de las diferentes fibras que integran el producto.

3.7.3.1 HANGTAG DE PRENDAS

Elaboradas en cartón grueso de 10cm x 6cm, proporcionan la información de la prenda, la talla y la marca, esta etiqueta tendrá la imagen de la marca con el logotipo, será específicamente para que el consumidor reconozca el producto.

Estas hangtags tendrán la base de cartón negro y encima de la primera cara cubrirá un papel delgado de color blanco con la imagen de la marca y el logo, en la cara posterior se ubicara el logo y el código de barras.



Imagen Nº 32 Hangtag
Fuente: Diseño personal
Autor: María Belén rueda

3.7.3.2 ETIQUETAS TEXTILES

Son colocadas al interior de la prenda, refuerzan la presencia de la marca. Etiqueta superior interna fabricada en tela con marca y logo bordado en el centro, color plateado sobre fondo negro, dimensiones de 5cm de largo x 2cm de ancho, junto a esta etiqueta se encuentra otra de las mismas características de elaboración, donde se mostrará la talla de la prenda, se ubicará en la misma posición que la anterior, debajo de ésta, sus medidas son 8 cm de largo doblada a la mitad y 1 cm de ancho.



Imagen Nº 33 Etiqueta interna de marca
Fuente: Diseño personal
Autor: María Belén Rueda



Imagen Nº 34 Etiqueta interna de talla
Fuente: Diseño personal
Autor: María Belén Rueda

3.7.3.3 MARQUILLAS DE COMPOSICIÓN E INSTRUCCIÓN DE LAVADO

Las marquillas son etiquetas colocadas en el interior de la prenda que proporcionan la información más útil al momento de adquirir una prenda, pues en estas se detallan las especificaciones de lavado y secado, procedencia y fabricación y código de barras.

La etiqueta interna esta realizada en tela blanca estampado con color negro, la marquilla presenta el lugar de procedencia, el logo, la composición, la talla, y en la parte posterior se indicara las instrucciones de lavado.

Se ubica al costado derecho de la prenda, sus dimensiones son 10cm de largo doblado por la mitad y 3cm de ancho.



Imagen Nº 35 Etiqueta interna
Fuente: Diseño personal
Autor: María Belén rueda

CAPITULO IV

Este capítulo contempla los lineamientos del estilo para el desarrollo de las prendas postoperatorias, siendo un proceso estético donde se determinan las tendencias de la moda, el tema de inspiración para el desarrollo de las colecciones, filosofía de la inspiración, collage de ambientación, carta de colores, carta de tejidos, los diseños, board de colección y fichas técnicas.

4.1 PROCESO ESTILÍSTICO

Para desarrollar una colección de moda se comienza por un proceso de conceptualización y estética, de los cuales se podrá diseñar una colección.

Para un correcto proceso estilístico se requiere definir los siguientes pasos:

- Target
- Análisis de tendencias
- Selección del tema de inspiración
- Filosofía de colección
- Collage de ambientación
- Cartas de colores, tejidos
- Ilustración de los diseños
- Board de colección
- Fichas técnicas
- Presentación de las prendas

4.2 GÉNERO Y EDAD

Grupo femenino, entre las edades de 20 a 50 años, a este grupo se lo puede dividir en dos grupos generacionales, el primer grupo por mujeres de edades comprendidas de los 20 a los 30 y el segundo por edades que van desde los 30 a los 50, esta división se la realiza pensando en que ciertos aspectos estéticos son diferentes, pero la propuesta de colección mantiene un estilo versátil de opciones con el objetivo que sea acogido por cualquier grupo.

- **CLIMA:** Templado con variaciones en el tiempo.
- **UBICACIÓN GEOGRÁFICA:** Ciudad de Quito, Cumbayá.
- **NIVEL SOCIAL:** Mujeres de clase media con tendencia a la clase media alta.
- **DETERMINACIÓN:** Dirigido especialmente a mujeres con un pensamiento y filosofía de vida moderna, con una visión de la estética de innovación en cada aspecto que se desarrolle en su vida. Mujeres que se adapten a los cambios que se les presente y lleven con soltura a la versatilidad que se ofrece en el cambiante mundo. Dedicado a mujeres que se han realizado una cirugía corporal en la zona abdominal, que les brinde ajuste y comodidad, que busquen verse y sentirse bellas y saludables en todo momento, encontrando en las prendas, seguridad al realizar sus actividades, mujeres que proyecten su dulzura y feminidad sin perder el encanto propio de sus edades, sin ostentación.

4.3 TENDENCIAS DE MODA

Para proponer una colección de prendas sportswear es importante tomar como punto de referencia lo que dictan las tendencias. En los diferentes medios se presentan estilos, de las cuales se obtendrá una preselección de formas y elementos, igualmente con tipos de prendas que predominarán en las pasarelas.

El sportswear es la categoría de la moda, que con el paso de los años, ha influido, como los grandes diseñadores, entre ellos esta Coco Chanel, Fred Perry, Alexander Wang, entre otros más. La influencia es indudablemente continua y más cuando los Juegos Olímpicos hacen su aparición. En la actualidad, los grandes diseñadores, están colaborando con marcas de ropa deportiva como la diseñadora Stella McCartney & Jeremy Scott, que son dos de los diseñadores más famosos. Antes los diseños eran más para alta moda, muy pocas personas podían acceder a estas prendas tan exclusivas y así, parte el nacimiento del sportswear, que cada vez, sigue tendiendo más influencia en el mundo de la moda, y son los fotógrafos de la calle que con un street visión nos muestran este estilo que va creciendo.

Los WGSN (Fashion Trend Forecasting & Analysis) son los meteorólogos de las tendencias, que saben lo que esta in y out de la moda.

El diseñador Christian Blanken propone estilos sportswear, para su última colección, que se vio influencia por ropa deportiva de todo el mundo. Los editores y las revistas de moda señalan, que existe una gran cantidad de ropa deportiva con estilo urbano.

(afashionablesport, 2011)

El editor Hannah Kane dijo: "La relación se fortalece con los deportistas, como David Beckham, para Armani modelos y los atletas que ya han entrado en el campo del diseño, como la tenista Venus Williams con su colección, y el ex profesional snowboarder Charlotte Dutton con su marca Misticon".



Imagen N° 36 Armani exchange
Fuente <http://www.nadiepuede.com/2009/01/21/posh-y-becks-para-armani-juntos/>
Autor: La sagrada farándula

En el sportswear se presentan tres tendencias principales:
Remix, synthesize y myriad.

4.3.1 TENDENCIA REMIX

La tendencia del Remix es una mezcla de estilos diferentes, que se mezclan con distintos colores, aquí también se conjugan los elementos futuristas con elementos clásicos. Pero todo se basa en mantener una armonía, como la marca Rag & Bone. El mezclar el traje de trabajo con el equipo de deporte sin duda será una composición de los estampados que den la ilusión de combinar perfectamente.



Imagen Nº 37 Tendencia remix
Fuente ohmydior.org/2011/02/sports-trends-autumnwinter-20122013.html
Autor: Ohmydior



Imagen Nº 38 Tendencia remix
Fuente danback2basics.blogspot.com
Autor: Danielle de Barbarac

4.3.2 TENDENCIAS SYNTHESIZE

Otras de las tendencias es la de sintetizar, aquí los diseños se los puede combinar con diferentes colores, texturas y estilos en una sola pieza, actualmente se usa en las T-shirts con estampados de galaxias y estrellas, ciertos estampados en forma psicodélica y de formas variadas haciendo lucir a las prendas con un toque diferente y único.



Imagen Nº 39 Tendencia synthesise
Fuente ohmydior.org/2011/02/sports-trends-autumnwinter-20122013.html
Autor: Ohmydior



Imagen Nº 40 Tendencia synthesise
Fuente danback2basics.blogspot.com
Autor: Danielle de Barbarac

4.3.3 TENDENCIA MYRIAD

Lo que se denomina myriad se puede aplicar a muchos detalles en la ropa y varias opciones, donde se puede manejar con diferentes siluetas como el ejemplo de la marca Jaeger de Londres, que no maneja siluetas tan comunes.



Imagen Nº 41 Tendencia Myriad
Fuente ohmydior.org/2011/02/sports-trends-autumnwinter-20122013.html
Autor: Ohmydior



Imagen Nº 42 Tendencia Myriad
Fuente danback2basics.blogspot.com
Autor: Danielle de Barbarac

Para la moda del sportswear y el bodywear, el diseño va más allá de la estética. Una vez más, la tecnología cumple con la creatividad, como las tendencias de moda más importantes, donde destaca el valor del producto, haciendo hincapié en la innovación y el rendimiento. La innovación, representa la búsqueda de nuevos

descubrimientos y soluciones para las prendas que puedan ser funcionales sin dejar de ser prendas moda. Hoy, las tendencias del sportswear inspiran a la tecnología, con el uso de los materiales correctos y la innovación, sin dejar de ser prendas de lujo, con un toque sensual, flexible, colorido, prendas versátiles, que brinden bienestar y comodidad, confort y protección envolvente.

4.4 TENDENCIAS DE LA MODA ACTUAL:

La globalización, juega un papel importante en la evolución de la moda a través de los medios de comunicación, internet, televisión, revistas y a los grandes recursos como las páginas web. Conseguir una primera plana de los detalles de las próximas tendencias de la moda, ya está al alcance. Si bien, es todavía un poco pronto para predecir qué cambios significativos existirá para el año 2012, hay suficiente información disponible para poder hacerse una idea de lo que vendrá en moda para el siguiente año.



Imagen Nº 43 Tendencias 2012
Fuente Fashionising.com
Autor: Fashionising

Las tendencias Primavera / Verano 2012, marcan una época en que hace hincapié a una existencia más sana. Los consumidores se están adaptando a un nuevo modelo de vida basado en un futuro, que combina la tecnología con un sentido de reflexión y conciencia de la responsabilidad colectiva. Algunas de las nuevas tendencias, se imponen con los estampados, que son grandes éxitos en el próximo año de 2012. De estos, se espera ver un incremento en el estilo de la calle vistiendo kimonos, donde los grabados orientales serán más comunes,

aunque se espera que sea un poco más sutil y floral. La moda que se ha desarrollado en este año seguro no morirá, sino que se irá transformando un poco. Mantener la tendencia clásico moderno, mediante el estilo de una manera minimalista. El énfasis está en la opulencia, el uso de las sedas exóticas, kimonos vintage, todas estas tendencias con inspiración oriental y estampados florales.

Existen diseñadores como Prada, Marc Jacobs, y Louis Vuitton que son considerados diseñadores de gran trayectoria, que proponen las nuevas tendencias de la moda. Prada para re-mezclar sus clásicos, Jacobs con su inspiración vintage en sus estilos.

Con la influencia de las celebridades, así como el de algunos de los diseñadores famosos, puede intervenir mucho en qué dirección debe seguir la moda.

Los diseñadores trabajan sus diseños, cinco a seis meses previos a la temporada, la prensa y los editores de revistas famosas asisten a los desfiles de moda, donde se presentan las colecciones de los destacados diseñadores, los medios de comunicación, realizan la cobertura editorial de las tendencias que piensan que a sus lectores les interese. Celebridades y otros líderes de opinión de la alta sociedad, suelen ser los primeros en el adquirir las prendas, así estimulan la compra pública para que acepten las nuevas tendencias. Así que cada uno de los diseñadores de renombre son los principales en influir en la compra de las nuevas tendencias. Pero en última instancia, es el consumidor, quien decidirá lo que mejor se adapta al estilo de vida y personalidad.

Últimamente las tendencias recorren las pasarelas de moda de los diseñadores de renombre. Varios diseños se presentan para la temporada, como la moda otoño que es completamente diferente de la moda de invierno. Las mujeres también son consientes de sus accesorios de moda, como bolsos, hasta la joyería; la moda se impone como algo más que un solo escenario de las pasarelas. La moda femenina siempre está avanzando en las tendencias manteniéndose un paso más allá, es así que en el año 2011 se pudo encontrar colecciones del 2012. Considerando que la meca de la moda es París, el tema de la moda de vanguardia, se puede apoyar en las pasarelas francesas. En las tendencias de lencería 2012 que se presentaron en la Lingerie International Fair de Paris 2011,

en su desfile Primavera Verano 2011-2012. Los modelos del 2012 regresan a los cortes básicos y clásicos como el corte bikini, que se ha mantenido a lo largo de las temporadas. Otros detalles que se incorporan son el encaje, con detalles predominantes en rojo y negro que nunca pasarán de moda en las prendas internas. Las telas con transparencia sugieren pero no muestran del todo, y ese detalle será una tendencia que se viene con fuerza en el año 2012. También regresan las bragas, o calzones estilo *quadro* que con estilo muy a los 50, aseguran un vientre plano.

(Moda Reinas, 2011)



Imagen Nº 44 Tendencias 2012
Fuente Fashionising.com
Autor: Fashionising

Las principales tendencias de moda, se puede descubrir gracias a las Semanas de La Moda de París, Milán, Madrid y Nueva York y se puede apreciar para este año 2012, las colecciones de temporada como la Moda Otoño / Invierno, Primavera / Verano.

Las tendencias de Moda 2012 presentan prendas con no muchos cambios a lo que respecta al anterior año 2011. Destacan las tendencias como la aplicación del color, que favorecerá a que las colecciones se vuelvan más vistosas. Otra tendencia primavera/verano 2012, que conquistará serán las transparencias, que se las verá con mucha fuerza en las pasarelas. Así también los colores como dorados y plateados, serán también tendencia, la moda de los jeans o vaqueros

desgastados, el regreso de los chalecos, los sombreros de grandes tamaños y los estampados muy llamativos serán considerados como tendencias para el 2012. Las tendencias en el bodywear para el verano del 2012, ponen en relieve las innovaciones y que mejor se adapte a estas tendencias con el bienestar y el confort. La tendencia representa un estilo vintage, renovado con tejidos de calidad fina, con un toque natural. El enfoque está en la ligereza y la suavidad de las telas que ofrecen, la comodidad y ajuste de forma excelente.

(fashionising, 2011)

4.4.1 TENDENCIA EN COLORES DE MODA 2012

Los colores que una vez más hacen su aparición en los desfiles son el negro y el blanco. Es común que en la temporada de invierno la moda se pinte de colores oscuros y opacos, como suelen presentar los diseñadores Viktor & Rolf en sus looks. El gris hace su aparición, junto con la alternativa de un azul que se presentó en el desfile de Isabel el Marant. El color azul se muestra en una versión oscura y gana posiciones para la casa Valentino. Para la casa de moda de Nina Ricci, en cambio el color azul se trasladó a ser un tono pastel.

Por otro lado Haider Ackermann se dejó inspirar hacia el color verde, mientras que los colores tierra protagonizaron la colección de Akris. El tono *nude* y el color beige se disputan sus lugares junto al color camel en las colecciones de Lanvin. Los diseños de Elie Saab proponen pequeños toques de rojo y el color malva predomina para la casa de moda de Alexander McQueen.

Para Miu Miu el color que destaca es el amarillo, siendo el naranja y los colores florales la tendencia y para los desfiles de Hermes y por último Balmain, tiende hacia colores dorados.

(andorraining, 2011)



Imagen Nº 45 Tendencias colores 2012
Fuente <http://missikandi.blogspot.com/2012/01/springsummer-2012-colour-trends.html>
Autor: Kandi



Imagen Nº 46 Tendencias colores 2012
Fuente <http://missikandi.blogspot.com/2012/01/springsummer-2012-colour-trends.html>
Autor: Kandi



Imagen Nº 47 Tendencias colores 2012

Fuente <http://missikandi.blogspot.com/2012/01/springsummer-2012-colour-trends.html>

Autor: Kandi

La paleta de colores que se presentan, son los colores de moda verano 2012, tanto para usarlo en vestidos, ropa casual, ropa de playa, lencería, etc. Son los colores que estarán presentes en toda la temporada y en los desfiles más importantes. Se dividen en tres categorías: una se trata de colores claros y pálidos, como los pasteles; otros colores que también se unen a la temporada son los colores térreos, como los ocre, naranjas, cobre y por último, los tonos florales, que se inspiran en los colores de la naturaleza y son los preferidos. Entre los colores que se usarán para la moda de invierno 2012, serán principalmente los grises, así como los negros; que se incorporaran en los trajes que serán usados para la mujer ejecutiva trabajadora.

Los tonos en rojos y naranjas son una tonalidad que suele regresar de temporada en temporada pero que veremos mucho en el invierno de 2012 y se incluye en abrigos.

(estilobedoya, 2011)

4.4.2 TENDENCIAS DE MODA OTOÑO INVIERNO 2012

Para las tendencias de moda de otoño invierno, las grandes firmas de moda, han presentado ya en las pasarelas, de todo el mundo, las que serán propuestas para el otoño-invierno 2012.

La moda se va a identificar por la composición de tejidos, como la lana, el cuero y paño, llevar los hombros acentuados, algo que ya se notó con el uso de las hombreras. También estarán los tejidos metalizados y brillantes que serán una tendencia para la moda de invierno de 2012, algunas casas de moda, como Balmain, Marc Jacobs, Calvin Klein, o Louis Vuitton, se han visto reflejadas en esta tendencia y lo aplican en vestidos, camisetas y pantalones, que empiezan a tener un importante lugar, se posicionan los pantalones acampanados y de talle alto, y por otro lado la tendencia los pantalones tubo o tipo pitillo seguirán de moda.

Será una moda que resaltará algunas de las tendencias que muchas casas de moda ya han optado como propias y deleitan la moda y el estilo de décadas pasadas.

La moda para el otoño 2012, introduce algunas tendencias en cierta forma nuevas y que están por llegar a la temporada. Una de las populares firmas que ya ha presentado antes que cualquiera su propuesta de moda, para el otoño de 2012, es Zara, que siempre está a la vanguardia con prendas y colecciones a la moda. Es así que se afirma, que esta marca no se equivoca en las tendencias. Las prendas que no van a faltar en la Moda de Otoño 2012, son las gabardinas ya que van a ser uno de los elementos más importantes que se va a encontrar, desde las más sencillas hasta las más elaboradas y con detalles únicos para las mujeres, que se atreven a usar prendas únicas. Las gabardinas son una de las prendas más fáciles de combinar, ya que van con cualquier atuendo, un pantalón, falda, independientemente de su forma y estilo.

Los estampados son variados, tendremos el animal print que estará de vuelta para el próximo otoño, a este también se suman los detalles de flores y lunares, que ya

en verano son más comunes. Las minifaldas se apuntan a ser de cuero, será una de las prendas de la temporada, ya que el cuero será tendencia y más si se lo lleva en las faldas más cortas, combinadas con camisas blancas.

(modafashionpolice, 2011)

4.4.3 TENDENCIAS MODA VERANO 2012

Para la temporada del verano, existen prendas imprescindibles como los vestidos y las faldas, ya que en el verano se usan prendas más frescas y cortas. Los shorts son otro complemento que se combinará con blusas y camisetitas, que si bien son básicas, con tirantes, serán la esencia femenina del verano.

Para la moda de los ternos de baño el que reclama protagonismo en las pasarelas es el bikini. Para los accesorios están los bolsos grandes, los sombreros y gafas de sol.

Los colores que no podrán faltar en la moda de verano en ningún año, son las tonalidades como el rojo, el azul o el fucsia, combinándolas con blanco, o con prendas en otros colores vivos y así apuntar a la moda del color *block* que consiste en llevar dos prendas, como una blusa y falda, en colores que aparentemente no combinan, como puede ser un lila con un naranja; otro tipo de tendencias que se están dando para el verano, son las transparencias que principalmente se las lleva con vestidos o en camisas. Además; que a esta tendencia se le agrega las aberturas, sobre todo en los vestidos largos que se suelen usar en la noche y se abren hasta la zona del muslo o en la zona del escote.

(modavestidos, 2011)



Imagen Nº 48 Campaña tendencias 2012

Fuente <http://www.deyane.com/?p=2053-primavera-verano-2012>

Autor: Kandi

4.5 DESARROLLO DE COLECCIONES

En el proceso del desarrollo de las colecciones, se pone en práctica todos los conocimientos, tanto estéticos, conceptuales y estilísticos de la moda. Se desenvuelve mediante un nivel teórico y técnico donde se muestra de manera visual la propuesta de las colecciones, en base a la inspiración y estilo del diseñador.

4.6 INSPIRACIÓN PARA LA COLECCIÓN

“LOS AÑOS 50”

Durante los años 50, las mujeres celebraron el fin de la guerra y se valieron de modelos espléndidos para mostrar su “vuelta a la felicidad”. La sencillez y austeridad propia de los años 40, comenzó a quedar atrás. El fin de los conflictos bélicos mundiales, supuso todo un reacomodamiento de la rutina en el hogar, el cual, entre otras cosas, empujó a las mujeres a salir de sus casas y comenzar a forjar una cotidianidad más social, cimentada en las salidas y reuniones. Para esto la mujer necesitaba lucir glamorosa y femenina. Con el fin de la guerra, se volvieron a valorizar las curvas femeninas. También el lujo. Se produjo la adopción del sujetador sin breteles y muchos vestidos *strapless*. La forma del cuerpo era voluptuosa. Pechos más grandes, fueron pensados para ser socialmente atractiva. La cintura de avispa se mantiene, pero las caderas se destacan más, con el uso de enormes faldas largas forradas y talles estrechamente modelados. Los zapatos

con tacón aguja y anchos sombreros fueron fundamentales en la construcción de esta nueva apariencia.

Sin duda, uno de los grandes referentes de la década en cuanto a la moda fue el diseñador Christian Dior, quien impuso el llamado “*new look*”, con el clásico traje de falda y chaqueta al cuerpo. También Chanel marcó su regreso con las faldas angostas, su nuevo traje de chaqueta ribeteada y los bolsos con cadenas. Durante los años 50, la moda estuvo también influenciada por los artistas y personajes famosos del momento, como Elvis Presley, Marlon Brando, Marilyn Monroe y Brigitte Bardot.

Los peinados de la época oscilaban entre las imitaciones al look Elizabeth Taylor, más bien de estilo corto y algo ondulado, con arreglos recogidos y con flequillo. Modelos propios de esta década, son los vestidos hasta la rodilla, de hombros anchos y cinturas bien sujetadas, tipo “*avispá*”, que pretendían dejar a la vista las curvas armoniosas de la mujer. Una mujer que quiere dejar en manifiesto sus curvas, pero sin ser muy provocativa.

Ante todo está el recato y el buen gusto. Las mujeres que más destacaron en esta década están:

Anita Ekberg, Marilyn Monroe, Evita Perón, Gina Lollobrigida, Grace Kelly, Liz Taylor, Brigitte Bardot y Audrey Hepburn. Para las colecciones se tomará en cuenta a las mujeres más representativas de esta época como: Marilyn Monroe, Liz Taylor, Brigitte Bardot y Audrey Hepburn. Usando las formas, colores y siluetas donde se destacan sus curvas, el buen gusto y ese toque de femineidad, con el toque de glamour tan característico en sus estilos.

(comotodovuelve, 2011)



Imagen Nº 49 Vuelven los años 50

Fuente <http://www.imujer.com/2007/07/02/vuelven-los-anos-cincuenta>

Autor: [imujer.com](http://www.imujer.com)

4.7 COLECCIÓN AUDREY HEPBURN

Fue una actriz de origen holandés y británico, fue también modelo y bailarina. Su belleza, su elegancia natural y su estilo la convirtieron, no sólo en una estrella de Hollywood, sino también en icono de la moda, el símbolo de mujer refinada pero sencilla, con un estilo fresco y espontáneo. En sus últimos años dedicó gran parte de sus esfuerzos a tareas humanitarias.

Su peculiar belleza, no pasó desapercibida para los agentes de modelos, que la contrataron en varias ocasiones. Sus ojos de gato, la pequeña cintura que poseía y por toda la clase que derrochaba a cada paso.

Fue una mujer sumamente elegante, sencilla y natural, nunca abusaba del maquillaje o accesorios, siempre iba discreta pero con una imagen impecable, por eso fue y es hasta hoy día, uno de los grandes iconos de la moda.

Pasan los años y siempre está presente, su estilo que inspira actualmente tanto a la mujer común como a famosas.

Le gustaba mucho llevar vestidos de corte recto, largos y cortos, guantes largos, los pantalones estilo capri, solía utilizar mucho las bailarinas, los grandes sombreros, gafas grandes y oscuras, faldas con vuelo, utilizaba prendas con

encaje y puntilla, amaba las perlas, le gustaba cubrir su cabeza con pañuelos, adoraba los abrigos trench.

Es el fiel ejemplo de que menos es más, elegancia y sencillez van de la mano siempre. La belleza natural que tenía esta mujer, junto con el de Marilyn Monroe, son únicos e inolvidables, que con el paso del tiempo son recordadas mayormente por eso.

Pero en resumen era una mujer súper femenina, que no necesitaba de mucho para estar preciosa, su elegancia y clase eran innatas.

4.7.1 FILOSOFÍA DE LA COLECCIÓN

Sofisticación a flor de piel, sin llegar a ostentaciones. La silueta femenina se rodea de glamour, al mejor estilo de las celebridades de Hollywood, de los años 50.

La elegancia innata que representa a las mujeres delicadas y femeninas. Siempre con un aire de glamour, sencillez, naturalidad y un estilo propio muy chic.

- **LÍNEA.-** Ultra femenina, sin dejar de destacar las formas femeninas, manteniendo el glamour de la época, características que realzan el estilo adecuado de los años 50.
- **TEJIDOS.-** Telas elásticas, con nylon y spandex, continúan en las prendas para destacar sus formas, tejidos que se fusionan con las prendas para los complementos.
- **COLORES.-** Colores blanco, negro, fucsia y rosa, inspiración del estilo tan delicado y femenino y sofisticado de la mujer que cautivó los ojos de Hollywood.
- **SILUETAS.-** Absolutamente modeladas a las formas femeninas guardando el look natural y tierno de la mujer.


4.7.2 COLLAGE DE AMBIENTACIÓN




4.7.3 CARTA DE COLORES

Carta de Colores


AUDREY HEPBURN ICON 50' s




PANTONE 2113PC



PANTONE PROCESS BLACK PC



PANTONE 176PC



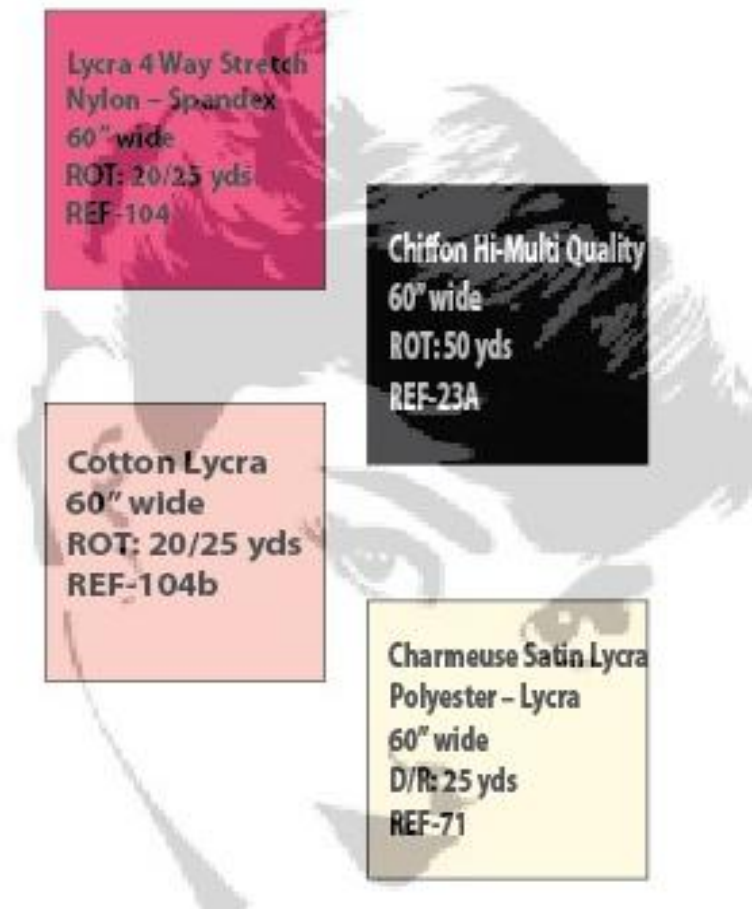
PANTONE 7499PC

CODIGOS DEL SISTEMA PANTONE SOLID TO PROCESS ADI™

4.7.4 CARTA DE TEJIDOS

Carta de Tejidos

AUDREY HEPBURN ICON 50' s



**Lycra 4 Way Stretch
Nylon – Spandex
60" wide
ROT: 20/25 yds
REF-104**

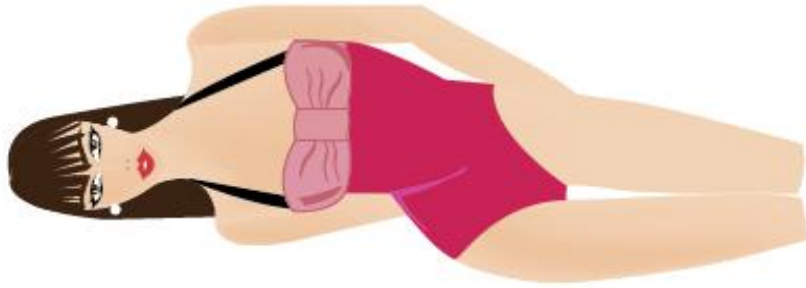
**Chiffon Hi-Multi Quality
60" wide
ROT: 50 yds
REF-23A**

**Cotton Lycra
60" wide
ROT: 20/25 yds
REF-104b**

**Charmeuse Satin Lycra
Polyester – Lycra
60" wide
D/R: 25 yds
REF-71**

CODIGOS DE Olazabal & CO.Inc

4.7.5 DISEÑOS



4.7.6 BOARD DE COLECCIÓN

FIGURA 1
MODELO 1
REF: MB1

COLORES

TELA

CUERPO

BUSA

Colora lycra 40" wide NOT 2025 yds REF: 104B

Colora lycra 40" wide NOT 2025 yds REF: 104B

BOARD DE COLECCIÓN
COLECCIÓN: AUDREY HEPBURN
DISEÑO: MBRR

FIGURA 4
MODELO 4
REF: MB4

COLORES

TELA

CUERPO

BUSA

Colora lycra 40" wide NOT 2025 yds REF: 104B

Colora lycra 40" wide NOT 2025 yds REF: 104B

Colora lycra 40" wide NOT 2025 yds REF: 104B

Colora lycra 40" wide NOT 2025 yds REF: 104B

AUDREY HEPBURN ICON 50's

FIGURA 1
MODELO 1
REF: MB1

COLORES

TELA

CUERPO

BUSA

Colora lycra 40" wide NOT 2025 yds REF: 104B

Colora lycra 40" wide NOT 2025 yds REF: 104B

Colora lycra 40" wide NOT 2025 yds REF: 104B

Colora lycra 40" wide NOT 2025 yds REF: 104B

FIGURA 3
MODELO 3
REF: MB3

COLORES

TELA

CUERPO

BUSA

Colora lycra 40" wide NOT 2025 yds REF: 104B

Colora lycra 40" wide NOT 2025 yds REF: 104B

FIGURA 5
MODELO 5
REF: MB5

COLORES

TELA

CUERPO

BUSA

Colora lycra 40" wide NOT 2025 yds REF: 104B

Colora lycra 40" wide NOT 2025 yds REF: 104B

Colora lycra 40" wide NOT 2025 yds REF: 104B

4.8 COLECCIÓN LIZ TAYLOR

Elizabeth "Liz" Taylor fue una de las grandes intérpretes de Hollywood. Fue condecorada por la reina Isabel II con el título de Dama.

Entre las películas más destacadas de su carrera como actriz, se encuentran Cleopatra, gracias a estas interpretaciones se convirtió en uno de los grandes mitos del cine clásico. Tras las primeras interpretaciones en películas, donde actuó junto a grandes de la industria como James Dean y Rock Hudson llegaron sus primeras nominaciones al premio Oscar.

Ojos violetas, perfumes deliciosos y un sentido de la moda que nos hace recordar la sofisticación de una emperatriz. Por todo esto y más Elizabeth, es un icono. La actriz hizo de los escotes una de las señas de identidad de su look. La actriz siempre apostó por los tonos pastel y las líneas sugerentes.

Elizabeth Taylor, fue una de las mujeres más impactantes de Hollywood por su belleza y estilo.

Una mujer que demostró como la inteligencia, belleza y buen gusto pueden ir juntos. Más allá de las pieles, joyas y grandes peinados, su exitoso estilo siempre demostró su fuerte personalidad. Uno de sus más emblemáticos atuendos fue el que usó en la película Cleopatra de 1963, en ella, Liz se caracterizó por usar cientos de joyas en el cuerpo, grandes turbantes y un maquillaje muy recargado. Con peinados innovadores y poco vistos para la época, la actriz sorprendió con su excelente papel. Cabe recordar que durante la filmación, Elizabeth Taylor encantó a Richard Burton, con quien coprotagonizaba el film.

En un evento en Londres, la actriz usó un vestido tipo corsé que dejaba ver su diminuta cintura y resaltaba su busto. Tenía un físico tan potente que era mucho más que cualquier atuendo.

Era como Marilyn Monroe, ambas fuerzas naturales que iban más allá de cualquier moda.

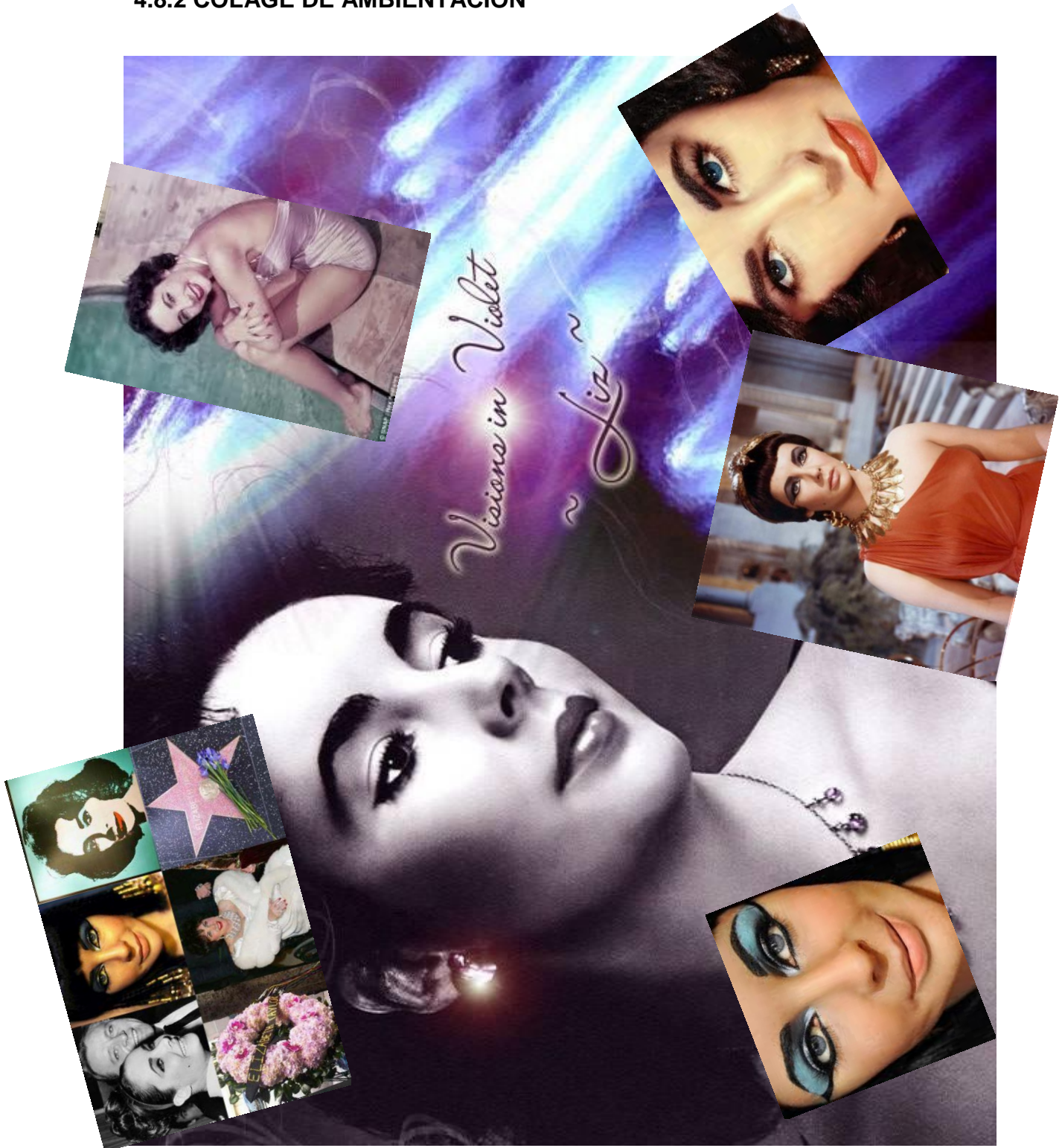
4.8.1 FILOSOFÍA DE LA COLECCIÓN

Detalles que evocan el estilo de otro de los iconos de los 50, en la moda como en la belleza, marca el movimiento inspirado en la cintura marcada como accesorio de distinción y de atracción, detalles que manejan el sex appeal de la diva de los años dorados del cine.

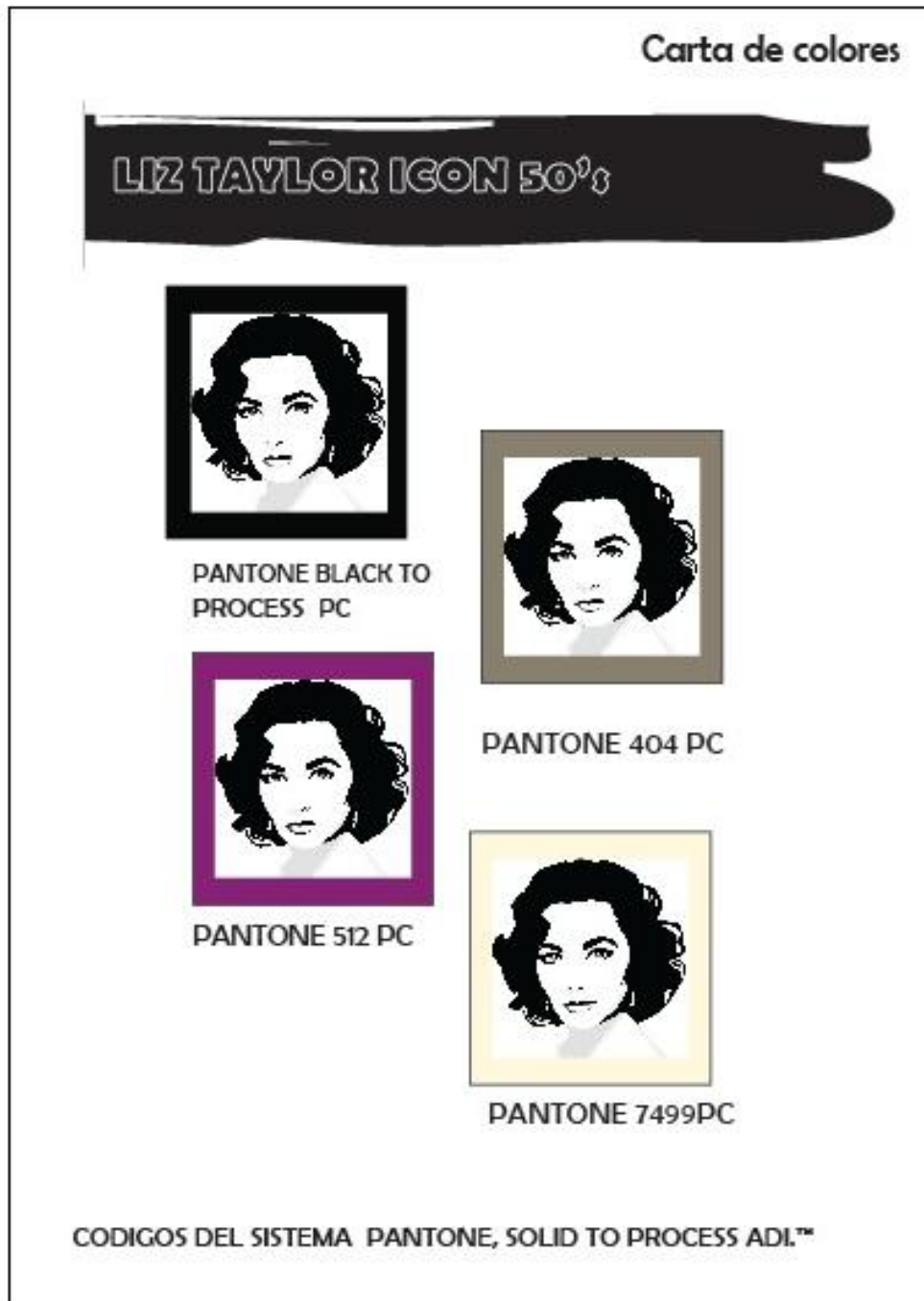
Complementos y formas que resaltan a la mujer, rescatándola de sus orígenes ultra femeninos, dándole los complementos que le servirán para demostrar su dulzura y encanto.

- **LÍNEA.-** Muy femenina, con curvas y destacan las formas a su máximo esplendor.
- **TEJIDOS.-** El uso de telas elásticas se mantiene. Igualmente detalles femeninos con telas de seda o chiffones que serán aplicados en los detalles de las prendas para que mantengan el look femenino.
- **COLORES.-** Tonos fuertes, como su personalidad, en tono básico negro, el violeta como sus ojos, el gris y el blanco, sin quitar el protagonismo femenino y exótico, clásico de la época y sello de Liz Taylor, colores que denotan su dulzura sin dejar de lado la sensualidad y atrevimiento sin ostentación.
- **SILUETAS.-** Totalmente entalladas que se adaptan a las formas del cuerpo femenino, manteniendo la filosofía clásica de la época.

4.8.2 COLAGE DE AMBIENTACIÓN



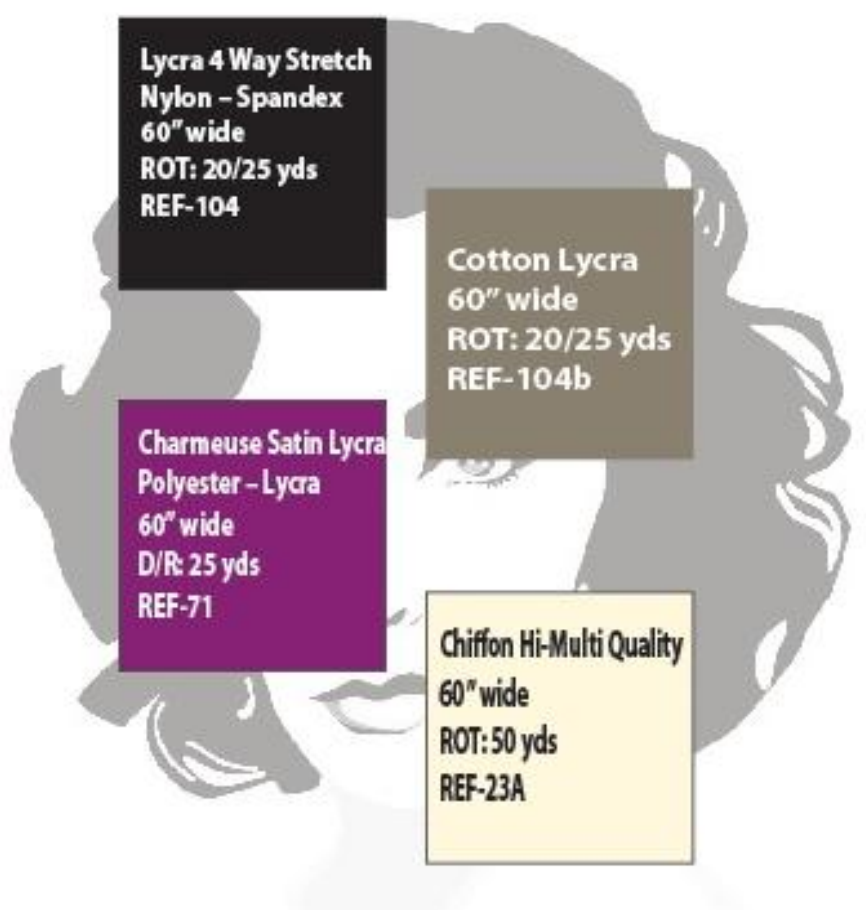
4.8.3 CARTA DE COLORES



4.8.4 CARTA DE TEJIDOS

Carta de Tejidos

LIZ TAYLOR 50's



**Lycra 4 Way Stretch
Nylon – Spandex
60" wide
ROT: 20/25 yds
REF-104**

**Cotton Lycra
60" wide
ROT: 20/25 yds
REF-104b**

**Charmeuse Satin Lycra
Polyester – Lycra
60" wide
D/R: 25 yds
REF-71**

**Chiffon Hi-Multi Quality
60" wide
ROT: 50 yds
REF-23A**

CODIGOS DE Olazabal & CO.Inc

4.8.5 DISEÑOS



4.8.5 BOARD DE COLECCIÓN LIZ TAYLOR

FIGURA 1
MODELO 1
REF: MBRR

COLORES

TELAS

Super Soft Stretch
Super - Stretch
100% 100% Spun
100-110

Charmeé Light Touch
Prestige - Light
100% 100% Spun
100-110

CUERPO

BLUSA

BOARD DE COLECCION
COLECCION: LIZ TAYLOR
DISEÑO: MBRR

FIGURA 4
MODELO 4
REF: MBRR

COLORES

TELAS

Super Soft Stretch
Super - Stretch
100% 100% Spun
100-110

Charmeé Light Touch
Prestige - Light
100% 100% Spun
100-110

CUERPO

BLUSA

FIGURA 2
MODELO 2
REF: MBRR

COLORES

TELAS

Super Soft Stretch
Super - Stretch
100% 100% Spun
100-110

Charmeé Light Touch
Prestige - Light
100% 100% Spun
100-110

CUERPO

BLUSA

FIGURA 3
MODELO 3
REF: MBRR

COLORES

TELAS

Super Soft Stretch
Super - Stretch
100% 100% Spun
100-110

Charmeé Light Touch
Prestige - Light
100% 100% Spun
100-110

CUERPO

BLUSA

FIGURA 5
MODELO 5
REF: MBRR

COLORES

TELAS

Super Soft Stretch
Super - Stretch
100% 100% Spun
100-110

Charmeé Light Touch
Prestige - Light
100% 100% Spun
100-110

CUERPO

BLUSA

LIZ TAYLOR ICON 50's

4.9 COLECCIÓN BRIGITTE BARDOT

Brigitte Bardot es sinónimo de sexualidad. Tanto su "moderna" belleza como su estilo contribuyeron al nacimiento del mito erótico europeo.

Conocida como BB, Bardot es considerada la personificación del mito erótico de los años 50. Su belleza y sensualidad natural comenzaron a mostrarse en la adolescencia, realizando su primera aparición en las pantallas en 1952, a la edad de 18 años. Sus rasgos armoniosos proyectaban ingenuidad y exuberancia. Fue una auténtica "lolita", una niña-mujer, agraciada con un cuerpo atlético y bien formado el cual mantuvo intacto durante toda su carrera.

Su forma de vestir juvenil y bohemia fue imitada por todas las jovencitas de la época. Sus estilismos dejaban entrever sus esbeltas y sensuales curvas. BB insinuaba, no enseñaba, y su femenina y provocadora indumentaria extendió su fama e imagen de *femme-fatale*. Además, fue toda una privilegiada pues fueron muchos los diseñadores consagrados los que la vistieron: Pierre Balmain, Chanel, Givenchy, Dior, Balenciaga, Paco Rabanne.

Con una impecable versatilidad, supo llevar como nadie las últimas tendencias y por ello, durante toda su carrera se pueden admirar muchos estilos: *folk*, *glam*, *casual*, *hippie chic*. Un sello propio de la Bardot fueron los mini shorts con los cuales lucía sus maravillosas piernas, y las bailarinas. También era propio de ella el uso de ajustados cinturones en sus vestidos, quedando así muy bien marcada su finísima cintura. Otras de las prendas que popularizó, fueron las botas mosqueteras combinadas con minifaldas o mini vestidos, estilismo el cual hace unos años se puso de moda de nuevo. Las gabardinas de corte inglés, las chaquetas "french coat", las camisas marina francesa, los sombreros de ala ancha caída, los corsets, los leggings, los pantalones capri (estrechos y cortados por encima de los tobillos), las faldas vaporosas... son una muestra de lo anticipada que estuvo Brigitte Bardot.

4.9.1 FILOSOFÍA DE LA COLECCIÓN

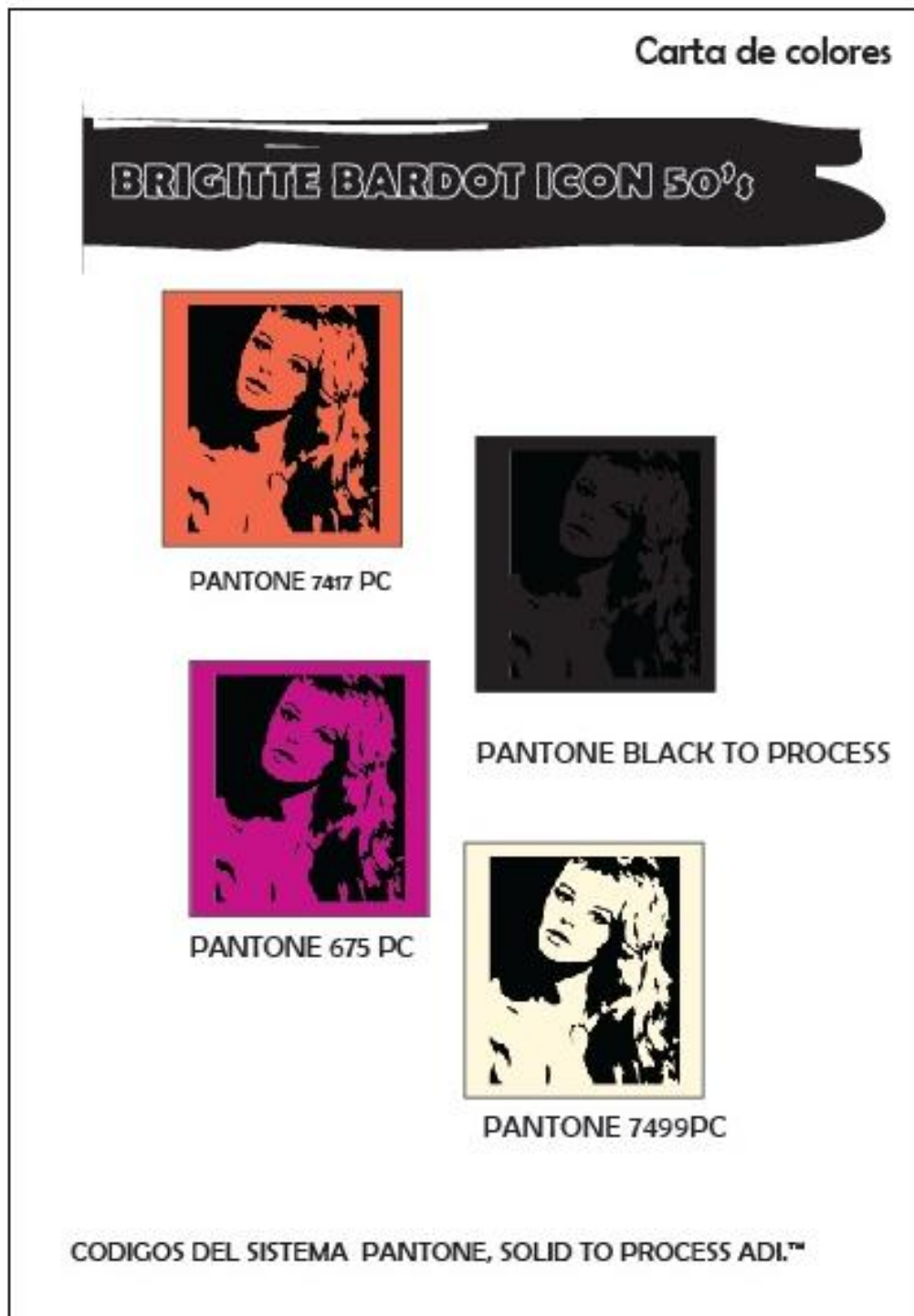
Un look bohemio lleno de dulzura y sin dejar de lado la feminidad y esa voluptuosidad característica de la época, la fuerza, la inocencia, el exotismo. Muchos estilos con un denominador común: una belleza que nunca pasará de moda.

- **LÍNEA.-** Femenina, con un toque de bohemia, con detalles florales sin dejar de destacar las curvas tan características de los años 50 que eran el mejor protagonista de las mujeres iconos.
- **TEJIDOS.-** El uso de telas elásticas siguen siendo el eje principal de las prendas para resaltar sus formas, chiffones que dan el aire y el movimiento característico bohemio. Tejidos de punto que se conjugan con las prendas para los complementos.
- **COLORES.-** Colores en anaranjado y con el fucsia y los básicos tonos de blanco y negro, detalles y complementos con flores clásicos en sus picaros vestidos coloridos, inspiración del estilo característico bohemio y florido de Brigitte Bardot.
- **SILUETAS.-** Plenamente moldeadas al cuerpo femenino conservando la ética conocida de la época por las curvas femeninas.

4.9.2 COLLAGE DE AMBIENTACIÓN




4.9.3 CARTA DE COLORES



4.9.4 CARTA DE TEJIDOS

Carta de Tejidos

BRIGITTE BARDOT ICON 50's



Chiffon Hi-Multi Quality
60" wide
ROT: 50 yds
REF-23A

**Lycra 4 Way Stretch
Nylon - Spandex**
60" wide
ROT: 20/25 yds
REF-104

Charmeuse Satin Lycra
Polyester - Lycra
60" wide
D/R: 25 yds
REF-71

Cotton Lycra
60" wide
ROT: 20/25 yds
REF-104b

CODIGOS DE OLazabal & CO Inc.

4.9.5 DISEÑOS



4.3.6 BOARD DE COLECCIÓN BRIGITTE BARDOT

FIGURA 1
MODELO 1
REF: MB01

COLORS

TELAS
Luzon & Mar Spanish
40" wide
REF: 2025-96
REF: 116

CONTRASTES
40" wide
REF: 2025-96
REF: 116

LUZON & MAR SPANISH
40" wide
REF: 2025-96
REF: 116

CORPO

BUSA

FIGURA 2
MODELO 2
REF: MB02

COLORS

TELAS
Luzon & Mar Spanish
40" wide
REF: 2025-96
REF: 116

CONTRASTES
40" wide
REF: 2025-96
REF: 116

LUZON & MAR SPANISH
40" wide
REF: 2025-96
REF: 116

CORPO

BUSA

BOARD DE COLECCION
COLECCION: BRIGITTE BARDOT
DISEÑO: MBRR

FIGURA 4
MODELO 4
REF: MB04

COLORS

TELAS
Luzon & Mar Spanish
40" wide
REF: 2025-96
REF: 116

CONTRASTES
40" wide
REF: 2025-96
REF: 116

LUZON & MAR SPANISH
40" wide
REF: 2025-96
REF: 116

CORPO

BUSA

BRIGITTE BARDOT ICON 50's

FIGURA 3
MODELO 3
REF: MB03

COLORS

TELAS
Luzon & Mar Spanish
40" wide
REF: 2025-96
REF: 116

CONTRASTES
40" wide
REF: 2025-96
REF: 116

LUZON & MAR SPANISH
40" wide
REF: 2025-96
REF: 116

CORPO

BUSA

FIGURA 5
MODELO 5
REF: MB05

COLORS

TELAS
Luzon & Mar Spanish
40" wide
REF: 2025-96
REF: 116

CONTRASTES
40" wide
REF: 2025-96
REF: 116

LUZON & MAR SPANISH
40" wide
REF: 2025-96
REF: 116

CORPO

BUSA

4.10 COLECCIÓN MARILYN MONROE

Marilyn Monroe fue el símbolo del glamour de Hollywood, por excelencia. Su inmenso atractivo fue capaz de conquistar el mundo, con su belleza seductora y sus curvas voluptuosas.

Marilyn fue mucho más que un símbolo sexual de los años 50. La aparente inocencia de su mirada junto a su innata sensualidad hizo de su imagen un ícono de admiración internacional por más de un siglo.

Su vida fue el reflejo de su pasión y lucha personal. Hoy su espíritu brilla junto al prestigio de su inigualable imagen de legendaria diva de Hollywood.

Luego de aparecer como un rostro bonito en varios filmes, Marilyn comenzó a prepararse para dejar su imagen de "rubia despampanante" y dedicarse a la actuación de alto nivel, fue aclamada como la estrella más popular del mundo reafirmando su fama y reconocimiento internacional.

Marilyn Monroe apareció en 30 filmes dejando uno de ellos, "Something's Got to Give", sin ser completado. Pero ella fue mucho más que una estrella del cine. Su popularidad la transformó en un mito y leyenda de inmensa admiración.

Actualmente el nombre e imagen de Marilyn Monroe son símbolos de belleza y glamour. Su espíritu sirve de inspiración para aquellos que luchan durante su vida en busca de la grandeza.

4.10.1 FILOSOFÍA DE LA COLECCIÓN

Detalles de feminidad, de sensualidad y de descubrimiento de las formas del cuerpo femenino, un disfrute de una juventud que va más allá de lo simple.

La colección exhibe una propuesta sensual donde el mayor eje es lo femenino destacando sus formas y detalles únicos de la mujer.

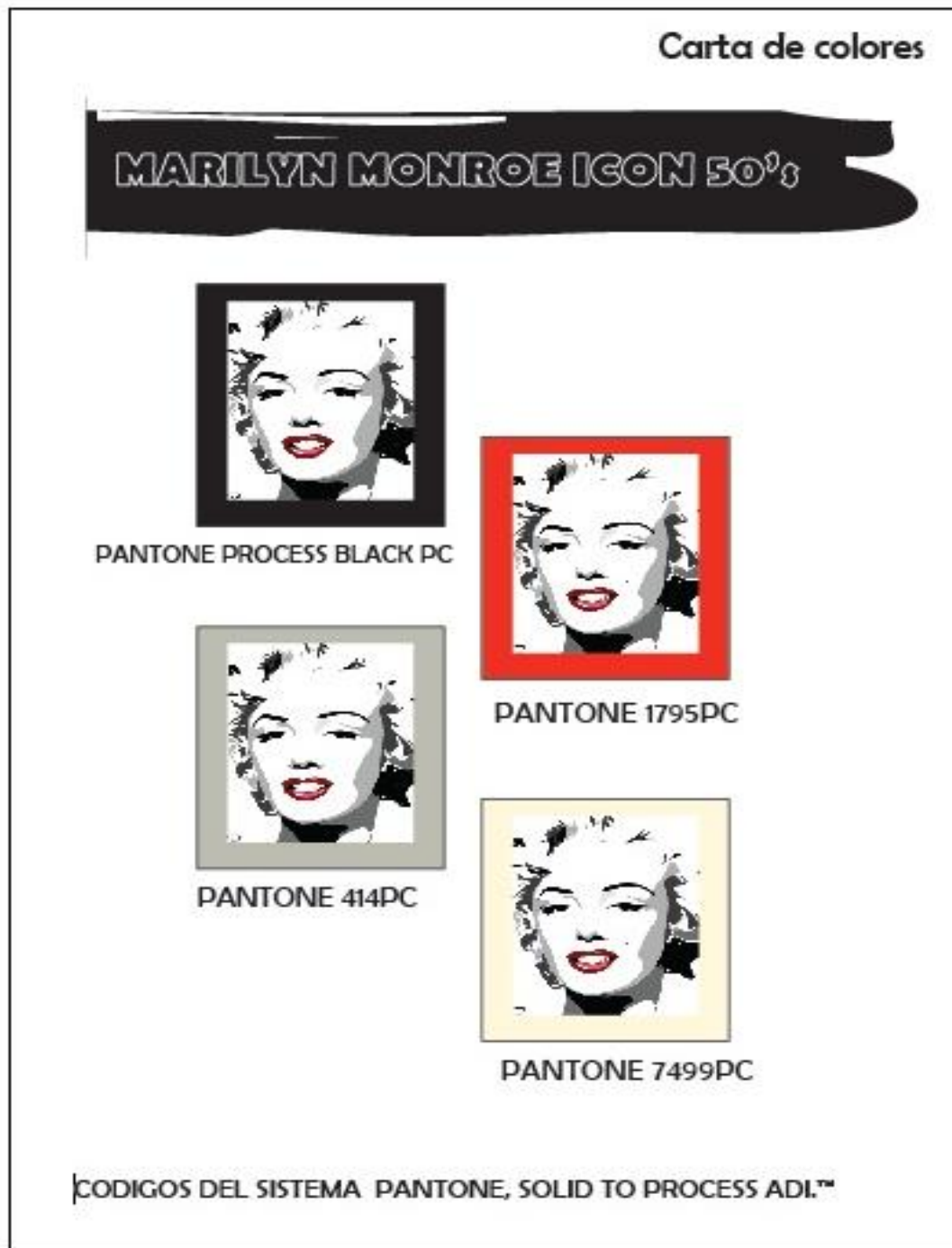
Encontrarse con los orígenes femeninos dignos de Marilyn Monroe, con ese espíritu de encanto.

- **LÍNEA.-** Femenina, regresan las siluetas, se adaptan a las formas del cuerpo y resaltan las curvas.
- **TEJIDOS.-** la aplicación de telas con elasticidad, tejidos complementarios para los detalles que expresarán el lado femenino y delicado propio de la época.
- **COLORES.-** Se destaca el negro el blanco y el rojo, siendo la tonalidad de sus labios, los que simbolizan su icono de pasión, siendo ella su mayor protagonista, colores que realzan la femineidad inspirada para una colección que eleva la sensualidad de mujer.
- **SILUETAS.-** Prendas que entallan el cuerpo, que dan forma y resaltan la silueta femenina, realzando sus formas y destacando su línea, prendas que sacan partido al cuerpo femenino.

4.10.2 COLLAGE DE AMBIENTACIÓN



4.10.3 CARTA DE COLORES



4.10.4 CARTA DE TEJIDOS

Carta de Tejidos

MARILYN MONROE ICON 50's

**Lycra 4 Way Stretch
Nylon - Spandex
60" wide
ROT: 20/25 yds
REF-104**

**Tafetan stretch
60" wide
ROT: 20/25 yds
REF-104b**

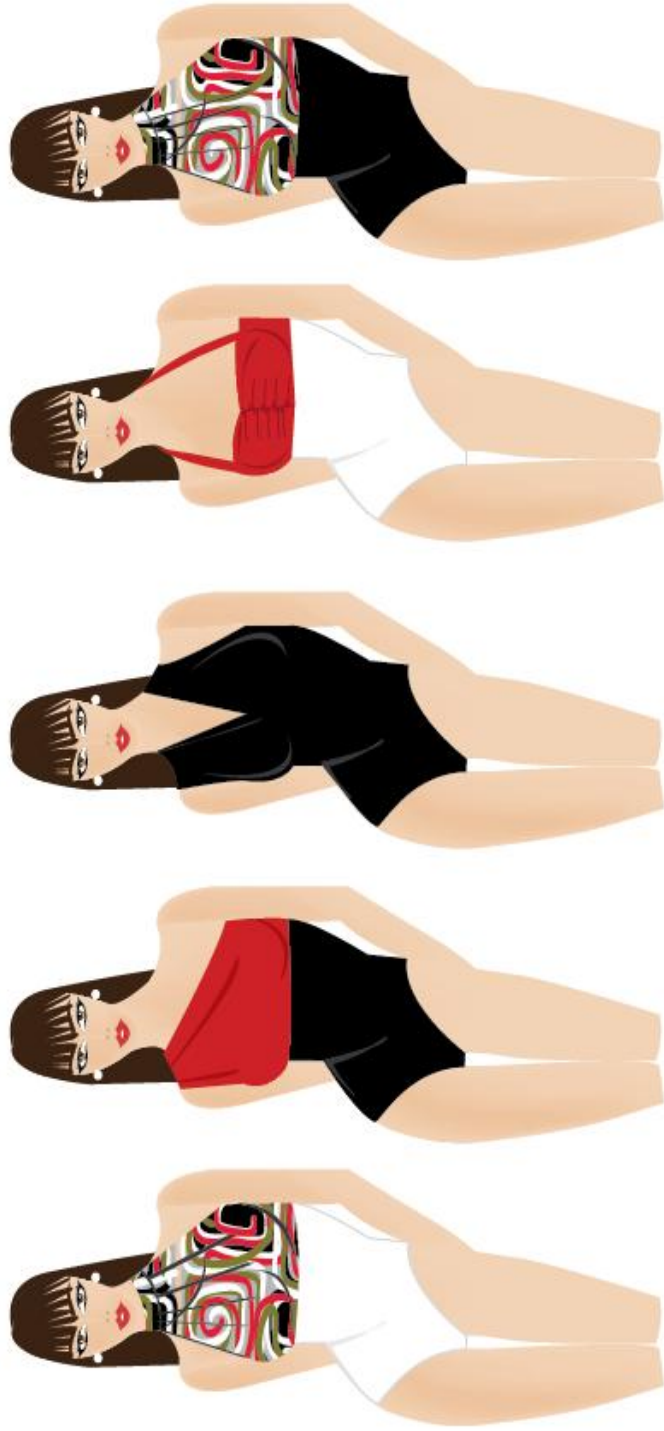
**Charmeuse Satin Lycra
Polyester - Lycra
60" wide
D/R: 25 yds
REF-71**

A stylized, high-contrast black and white graphic of Marilyn Monroe's face, looking slightly to the right. The image is used as a background for the fabric information boxes.

A small logo consisting of a stylized 'O' and 'C' intertwined.

CODIGOS DE Olazabal & CO.Inc

4.10.5 DISEÑOS



COLECCIÓN MARILYN MONROE

4.10.6 BOARD DE COLECCIÓN MARILYN MONROE

MODELO 1
MODELO 1
MBR-1001

COLORS

TILAS

Upper Body Stretch
Main - Spandex
60" x 60"
RPT 2022 yds
RSE-104

Chassis Stretch
60" x 60"
RPT 2022 yds
RSE-104

CUERPO

BUSA

**BOARD DE COLECCION
COLECCION: MARILYN MONROE
DISEÑO: MBRR**

MODELO 4
MODELO 4
MBR-1004

TILAS

Upper Body Stretch
Main - Spandex
60" x 60"
RPT 2022 yds
RSE-104

Chassis Stretch
60" x 60"
RPT 2022 yds
RSE-104

CUERPO

BUSA

MARILYN MONROE ICON 50's

MODELO 2
MODELO 2
MBR-1002

COLORS

TILAS

Upper Body Stretch
Main - Spandex
60" x 60"
RPT 2022 yds
RSE-104

Chassis Stretch
60" x 60"
RPT 2022 yds
RSE-104

CUERPO

BUSA

MODELO 3
MODELO 3
MBR-1003

COLORS

TILAS

Upper Body Stretch
Main - Spandex
60" x 60"
RPT 2022 yds
RSE-104

Chassis Stretch
60" x 60"
RPT 2022 yds
RSE-104

CUERPO

BUSA

MODELO 5
MODELO 5
MBR-1005

COLORS

TILAS

Upper Body Stretch
Main - Spandex
60" x 60"
RPT 2022 yds
RSE-104

Chassis Stretch
60" x 60"
RPT 2022 yds
RSE-104

CUERPO

BUSA

4.11 FICHAS TÉCNICAS

Las fichas técnicas, se desarrollan con el objetivo de exponer los procedimientos al momento de la elaboración de cada una de las prendas que conforman la colección.

A continuación la descripción de las fichas usadas en la colección presentada:

FICHAS TÉCNICAS DE DISEÑO:

Presentan las prendas gráficamente en delantero y posterior, explica brevemente las características de la prenda y medidas estandarizadas para las prendas terminadas.

FICHAS DE PATRONAJE:

Se expone el número de piezas, sentido del corte, cantidad de veces que se deben cortar las piezas.

ORDEN OPERACIONAL:


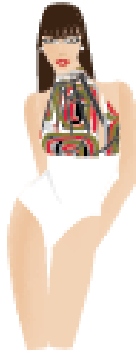


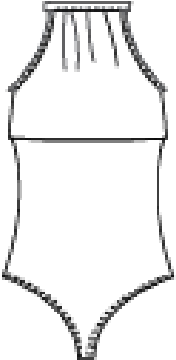
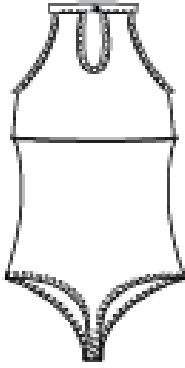
Se describe la secuencia que se debe tener en el proceso de confección, la maquinaria necesaria y los tiempos estimados para cada actividad.

FICHA DE ORDEN DE CORTE:

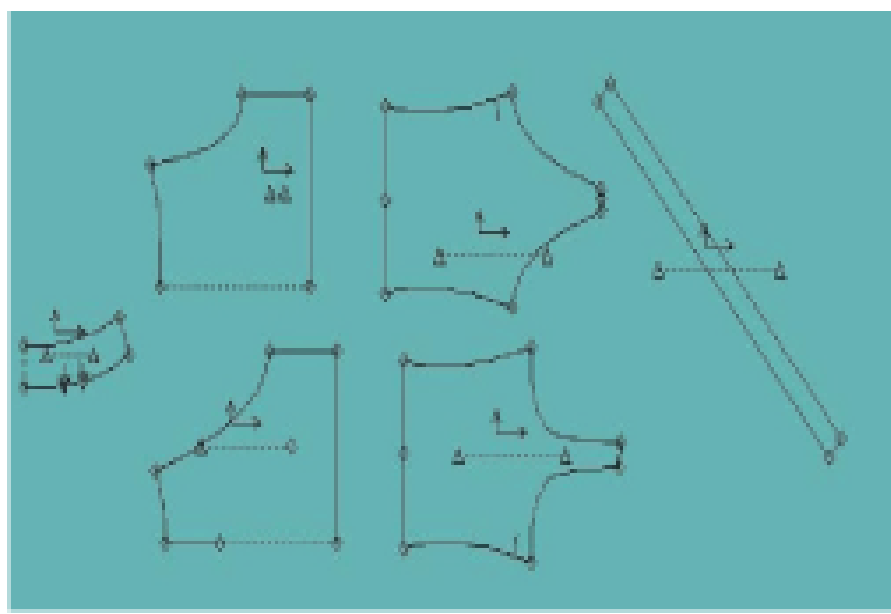
Indica la cantidad de prendas que se van a cortar por cada color y talla, el promedio de tela y los metros de tela a utilizar.

FICHAS TÉCNICAS DE COSTOS E INSUMOS:

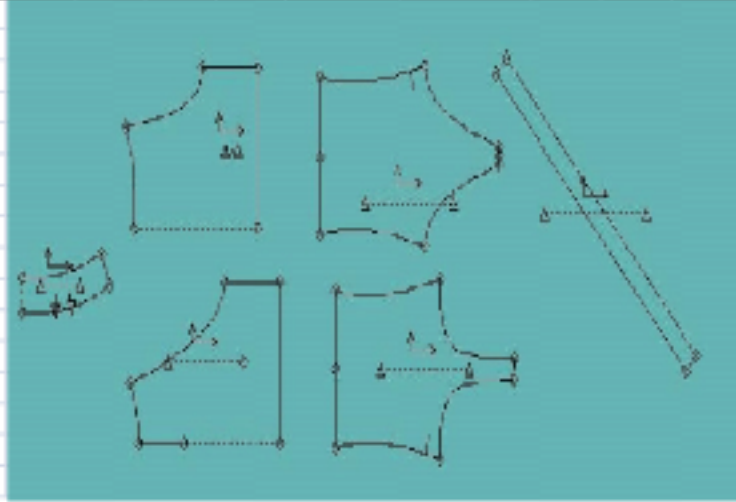
Incluyen todos los datos que contiene la prenda hasta su distribución y posterior venta, en las fichas se determina los costos directos y los indirectos, el valor unitario y el valor de venta al público, de igual forma se establece el margen de utilidad. Especificaciones de los materiales e insumos necesarios para desarrollar la colección, con su respectivo valor.

		FICHA TÉCNICA DE DISEÑO			
		COLECCIÓN: MARILYN MONROE		MODELO 1 REF: FJ001	
MODELO  COLORES  PANTONE PROCESS BLACK PC  PANTONE 7699 PC	DELANTERO 	POSTERIOR 		DESCRIPCIÓN Prenda de vestir exterior con faja en abdomen, cierre invisible al costado escote cerrado, calzón tipo tanga con broches.	
	TABLA DE MEDIDAS (Medidas en centímetros)				
	TALLA	S	M	L	XL
	BUSTO	87-89	90-94	95-100	100-105
	CONTORNO (Debajo del busto)	68-73	73-78	78-83	83-88
	CINTURA	67-73	74-78	79-85	85-93
	CADERA	91-98	99-104	104-110	110-115
	TALLE DELANTERO	31	32	33	34

	FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE	
	COLECCIÓN: MARILYN MONROE	FRENDA: 1 NI COELO 1 REF: MM01
	LINEA: BODY EXTERIOR	



Nº	Nombre	Descripción	Cantidad	Orientación
1	TOP DEL	DELANTERO	1XT	Al hilo
2	TOP POST	POSTERIOR	1XT	Al hilo
3	FAJA	FAJA	2XT	Al hilo
4	CLIFF	CUELLO	1XT	Al hilo
5	SESGOS	SESGOS	1XT	Al traves

FICHA DE PATRONAJE			
		COLECCIÓN MARYLIN MONROE	
PRENDA: FAJA 001			
TALLA: M	T/S - T/M - T/L T/XL		
			
ORDEN OPERACIONAL			
OPERACIÓN	MAQUINA	T. SEG.	
PROCESO			
Amar corpiño y sisa	recta	400	
Unir costados	overlock	30	
Poner cierre	recta	300	
Unir corpiño con faja	overlock	120	
Poner elástico	flatseamer	300	
Poner broches	20U	300	
Corte hilos	tijera	200	
Planchar	plancha	200	
TOTAL		1850	SEGUNDOS
		30,83	MINUTOS (D)
TIEMPO REAL:		33	MINUTOS -130 Segundos
TIEMPO REAL:			33
5 % + por error de cronometraje			34,65
85% x capacidad de producción			29,4525
11% + suplementos			32,692275
TIEMPO ESTANDAR			32,69
		NOMBRE: MARÍA BELÉN RUEDA	

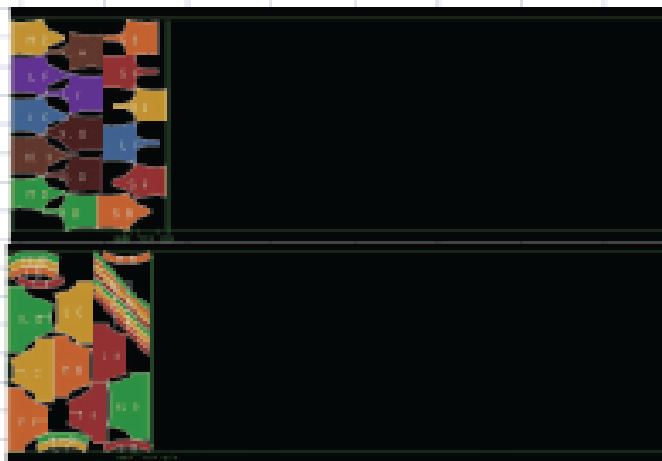
FICHA TÉCNICA DE CORTE

REFERENCIA : FJ001

Tallas: S / M / L / XL

Orden de corte :

PROPORCION: TS/1 - TM/1 - TL/1 - TXL/1



TELA PRINCIPAL	1
ANCHO TELA	1,47 MTS

TELA SECUNDARIA	2
ANCHO TELA	1,47 MTS

CANTIDAD PEDIDO	144 UNIDADES	CANT POR COLOR	48 Unds.
-----------------	--------------	----------------	----------

INFORMACION TRAZO

TELA PRINCIPAL (1)		T/S	T/M	T/L	TXL					TOTAL
A	BLANCO	12	12	12	12					48
B	ROJO	12	12	12	12					48
C	NEGRO	12	12	12	12					48
TOTAL		36	36	36	36	0	0	0	0	144
TELA SECUNDARIA COMPLEMENTO (2)		T/S	T/M	T/L	TXL					TOTAL
A	BLANCO	12	12	12	12					48
B	ROJO	12	12	12	12					48
C	NEGRO	12	12	12	12					48
TOTAL		36	36	36	36	0	0	0	0	144


# TRZ.	TERMINO	LONGITUD	COLOR	CANT. UNID.	CANT. TELA COLOR	%	PROMEDIO UNIT.
1	abierto	1,14 Mts.	BLANCO	12	13,68	Mts.	0,285
			ROJO	12	13,68	Mts.	0,285
			NEGRO	12	13,68	Mts.	0,285
			CANT. TOTAL TELA		41,04	Mts.	
2	abierto	1,13 Mts.	BLANCO	12	13,56	Mts.	0,2825
			ROJO	12	13,56	Mts.	0,2825
			NEGRO	12	13,56	Mts.	0,2825
			CANT. TOTAL TELA		40,68	Mts.	

CONSUMO UNITARIO

REF.	TELA PRINC	TELA SECUND
FAJ005	0,285 mts.	0,2825 mts.

Elaborado por: Maria Belén Rueda

FICHA DE COSTOS FAJA 001				
CALCULO COSTO MINUTO MANO DE OBRA DIRECTA				
COSTO MANO DE OBRA DIRECTA MENSUAL	\$	1871.55		
INDICES DE PRODUCCIÓN	\$			
Operarios	\$	4		
Semanas de producción al mes	\$	4		
Días / Semana	\$	5		
min / Día	\$	480		
Eficiencia esperada	\$	90%		
MINUTOS ESTANDAR PRODUCIDOS MENSUAL	\$	30720.00		
COSTO MINUTO MANO DE OBRA DIRECTA	\$	0.0609		
CALCULO COSTO MINUTO MANO DE OBRA INDIRECTA				
Sueldo personal administrativo	\$	556.33		
TOTAL	\$	556.33		
COSTO MINUTO MANO DE OBRA INDIRECTA	\$	0.02		
CALCULO COSTO MINUTO GASTOS GENERALES				
SERVICIOS BASICOS	\$	57.81		
PAPELERIA	\$	45.25		
HIGIENE	\$	40.00		
TOTAL	\$	143.06		
COSTO MINUTO	\$	0.006		
COSTOS DE PATRONAJE Y CORTE				
PLOTEO	\$	60.00		
CORTE	\$	450.00		
TOTAL	\$	510.00		
COSTO MINUTO	\$	0.0166		
INSUMOS FAJA				
INSUMOS	cant	unidad	valor unit	consumo
HILO	20.00	m	0.35	7.00
ETIQUETA MARCA	1.00	u	0.10	0.10
ETIQUETA TALLA	1.00	u	0.05	0.05
ETIQUETA DE REGISTRO Y CUIDADO	1	u	0.10	0.10
TELA ELASTANO	0.60	cm	6.00	3.60
TELA BLUSA	0.60	cm	5.08	3.05
ELASTICO	0.50	cm	1.50	0.75
BROCHE	2.00	u	0.05	0.10
TOTAL				14.76
	VALOR MIN.	SAM	TOTAL	
M.O.D	0.0609	32.69	1.99	
M.O.I	0.02	32.69	0.59	
COSTOS GENERALES	0.00	32.69	0.15	
PLOTEO Y CORTE	0.0166	32.69	0.54	
TOTAL			3.28	
COSTO UNITARIO		VALOR		
INSUMOS	\$	14.75		
M.O.D.	\$	1.99		
M.O.I.	\$	0.59		
COSTOS GENERALES	\$	0.15		
PLOTEO Y CORTE	\$	0.54		
TOTAL COSTO UNITARIO	\$	17.48		
COSTO UNITARIO	\$	17,48		
26% UTILIDAD	\$	4,37		
SUBTOTAL		21,85		
12% Iva	\$	2,62		
P.V.P.	\$	24,48		

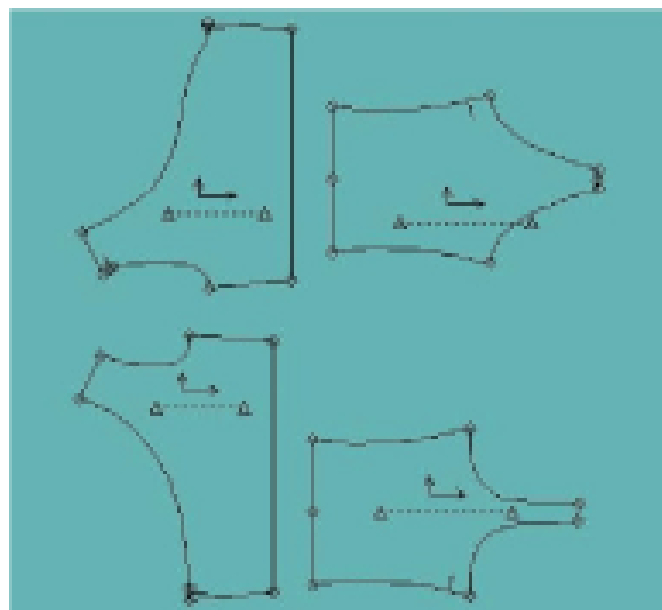
	FICHA TÉCNICA DE DISEÑO	
	COLECCIÓN: MARILYN MONROE	MODELO2 REF: FJ002

MODELO	DELANTERO	POSTERIOR
		
COLORES		
 		
PANTONE PROCESS BLACK PC	DESCRIPCIÓN Prenda de vestir exterior con faja en abdomen, cierre invisible al costado escote diagonal, calzón tipo tanga con broches.	

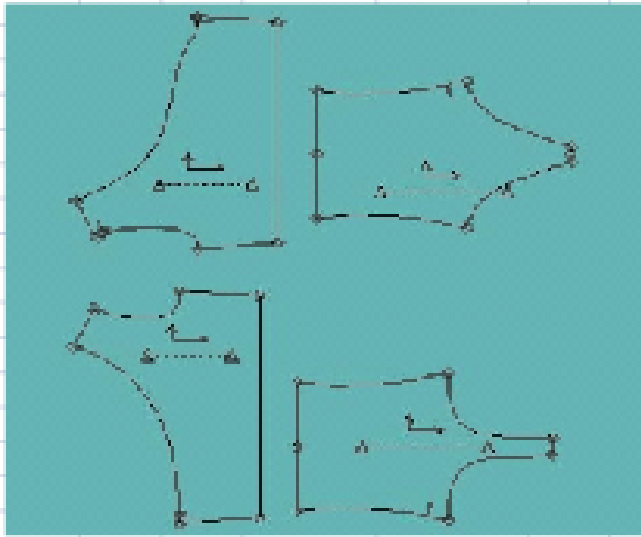
TABLA DE MEDIDAS (Medidas en centímetros)

TALLA	S	M	L	XL
BUSTO	87-89	90-94	95-100	100-105
CONTORNO (Debajo del busto)	68-73	73-78	78-83	83-88
CINTURA	67-73	74-78	79-85	85-93
CADERA	91-98	99-104	104-110	110-115
TALLE DELANTERO	31	32	33	34

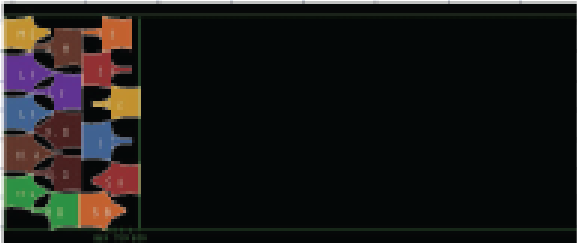
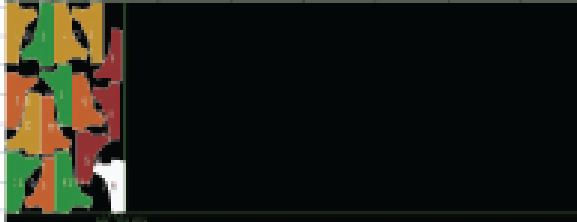
	FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE	
	COLECCIÓN: MARILYN MONROE	PREMIA: 2 MODELO 2 REF: MM02
	LINEA: BODY EXTERIOR	



Nº	Nombre	Descripción	Cantidad	Orientación
1	TOP DEL	DELANTERO	2XT	Al hilo
2	TOP POST	POSTERIOR	2XT	Al hilo
3	FAJA	FAJA	1XT	Al hilo

FICHA DE PATRONAJE				
		COLECCIÓN MARYLIN MONROE		
PRENDA: FAJA 002				
TALLA: M		T/S - TM - T / L T / XL		
				
ORDEN OPERACIONAL				
OPERACION	MAQUINA	T. SEG.		
PROCESO				
Amar corpiño	recta	500		
Unir costados	overlock	30		
Poner cierre	recta	300		
Unir corpiño con faja	overlock	120		
Poner elástico	flatseamer	300		
Poner broches	20U	300		
Corte hilos	tijera	200		
Planchar	plancha	200		
TOTAL		1950	SEGUNDOS	
		32,50	MINUTOS (D)	
TIEMPO REAL:		33	MINUTOS	-30 segundos
TIEMPO REAL:				33
5 % + por error de cronometraje				34,65
85% x capacidad de producción				29,4525
11% + suplementos				32,692275
TIEMPO ESTANDAR				32,69
		NOMBRE MARÍA BELÉN RUEDA		

FICHA TÉCNICA DE CORTE

REFERENCIA : FJ002		Tallas: S / M / L / XL					
Orden de corte :		PROPORCION: TS/1 - TM/1 - TL/1 - TXL/1					
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: right;">TELA PRINCIPAL</td> <td style="text-align: center;">1</td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">ANCHO TELA</td> <td style="text-align: center;">1,47 MTS</td> </tr> </table>		TELA PRINCIPAL	1	ANCHO TELA	1,47 MTS
TELA PRINCIPAL	1						
ANCHO TELA	1,47 MTS						
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: right;">TELA SECUNDARIA</td> <td style="text-align: center;">2</td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">ANCHO TELA</td> <td style="text-align: center;">1,47 MTS</td> </tr> </table>		TELA SECUNDARIA	2	ANCHO TELA	1,47 MTS
TELA SECUNDARIA	2						
ANCHO TELA	1,47 MTS						
CANTIDAD PEDIDO		144 UNIDADES	CANT POR COLOR				
			48 Unds.				

INFORMACION TRAZO

TELA PRINCIPAL (1)		T/S	T/M	T/L	T/XL					TOTAL
A	BLANCO	12	12	12	12					48
B	ROJO	12	12	12	12					48
C	NEGRO	12	12	12	12					48
TOTAL		36	36	36	36	0	0	0	0	144
TELA SECUNDARIA/COMPLEMENTO (2)		T/S	T/M	T/L	T/XL					TOTAL
A	BLANCO	12	12	12	12					48
B	ROJO	12	12	12	12					48
C	NEGRO	12	12	12	12					48
TOTAL		36	36	36	36	0	0	0	0	144


# TRZ.	TORCADO	LONGITUD	COLOR	CANT. POR COLOR	CANT. TELA COLOR	% de tela	PROMEDIO UNIT.
1	abierto	1,14 Mts.	BLANCO	12	13,68 Mts.	27%	0,285 Mts.
			ROJO	12	13,68 Mts.	27%	0,285 Mts.
			NEGRO	12	13,68 Mts.	27%	0,285 Mts.
			CANT. TOTAL TELA		41,04 Mts.		
2	abierto	1,85 Mts.	BLANCO	12	22,20 Mts.	26%	0,4625 Mts.
			ROJO	12	22,20 Mts.	26%	0,4625 Mts.
			NEGRO	12	22,20 Mts.	26%	0,4625 Mts.
			CANT. TOTAL TELA		66,60 Mts.		

CONSUMO UNITARIO

REF:	TELA PRINC	TELA SECUND
FJ002	0,285 mts.	0,4625 mts.


Elaborado por: María Belén Rueda

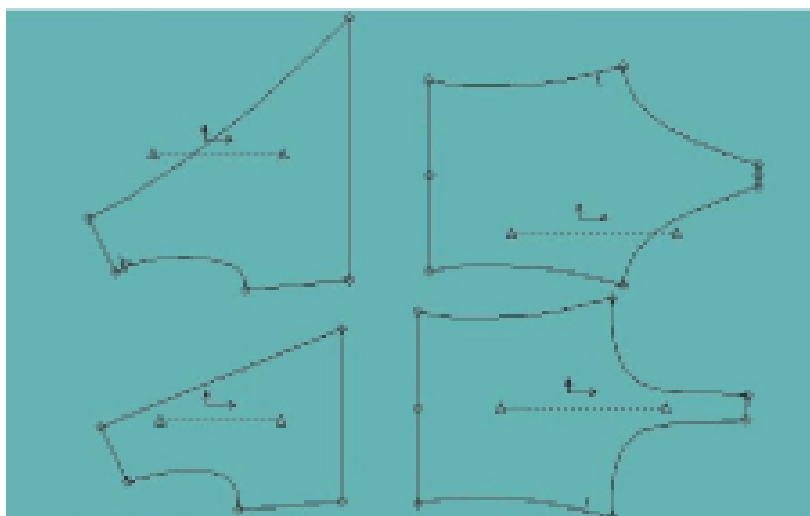
FICHA DE COSTOS FAJA 002				
CALCULO COSTO MINUTO MANO DE OBRA DIRECTA				
COSTO MANO DE OBRA DIRECTA MENSUAL	\$ 1871.55			
INDICES DE PRODUCCIÓN	\$			
Operarios	\$ 4			
Semanas de producción al mes	\$ 4			
Días / Semana	\$ 5			
min / Día	\$ 450			
Eficiencia esperada	\$ 80%			
MINUTOS ESTANDAR PRODUCCION MENSUAL	\$ 30720.00			
COSTO MINUTO MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 0.0609			
CALCULO COSTO MINUTO MANO DE OBRA INDIRECTA				
Sueldo personal administrativo	\$ 556.33			
TOTAL	\$ 556.33			
COSTO MINUTO MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ 0.02			
CALCULO COSTO MINUTO GASTOS GENERALES				
SERVICIOS BASICOS	\$ 57.81			
PAPELERIA	\$ 45.25			
HIGIENE	\$ 40.00			
TOTAL	\$ 143.06			
COSTO MINUTO	\$ 0.005			
COSTOS DE PATRONAJE Y CORTE				
PLOTEADO	\$ 60.00			
CORTE	\$ 450.00			
TOTAL	\$ 510.00			
COSTO MINUTO	\$ 0.0166			
INSUMOS FAJA				
INSUMOS	cant	unidad	valor unit	consumo
HLO	20.00	m	0.35	7.00
ETIQUETA MARCA	1.00	u	0.10	0.10
ETIQUETA TALLA	1.00	u	0.05	0.05
ETIQUETA DE REGISTRO Y CUIDADO	1	u	0.10	0.10
TELA ELASTANO	0.60	cm	6.00	3.60
TELA BLUSA	0.60	cm	5.08	3.05
ELASTICO	0.50	cm	1.50	0.75
BROCHE	2.00	u	0.05	0.10
TOTAL				14,76
	VALOR MIN.	SAM	TOTAL	
M.O.D	0.0609	32.69	1.99	
M.O.I	0.02	32.69	0.59	
COSTOS GENERALES	0.00	32.69	0.15	
PLOTEADO Y CORTE	0.0166	32.69	0.54	
TOTAL			3.28	
COSTO UNITARIO	VALOR			
INSUMOS	\$ 14.76			
M.O.D.	\$ 1.99			
M.O.I	\$ 0.59			
COSTOS GENERALES	\$ 0.15			
PLOTEADO Y CORTE	\$ 0.54			
TOTAL COSTO UNITARIO	\$ 17.98			
COSTO UNITARIO	\$ 17,48			
26% UTILIDAD	\$ 4,37			
SUBTOTAL	21,85			
12% Iva	\$ 2,62			
P.V.P.	\$ 24,48			

	FICHA TÉCNICA DE DISEÑO	
	COLECCIÓN: MARILYN MONROE	MODELO3 REF: FJ003

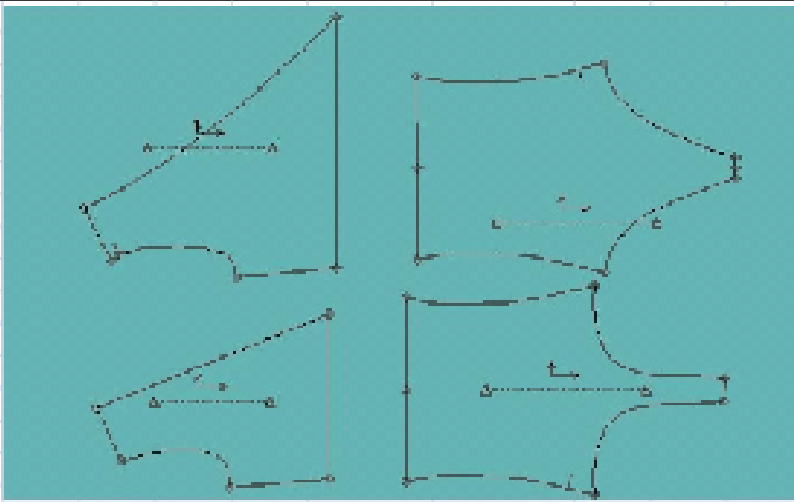
MODELO	DELANTERO	POSTERIOR
		
COLORES	DESCRIPCIÓN	
 PANTONE PROCESS BLACK PC	Prenda de vestir exterior con faja en abdomen, cierre invisible al costado escote diagonal, calzón tipo tanga con broches.	
 PANTONE 7699 PC		

TABLA DE MEDIDAS (Medidas en centímetros)					
TALLA	S	M	L	XL	
BUSTO	87-89	90-94	95-100	100-105	
CONTORNO (Debajo del busto)	68-73	73-78	78-83	83-88	
CINTURA	67-73	74-78	79-85	85-93	
CADERA	91-98	99-104	104-110	110-115	
TALLE DELANTERO	31	32	33	34	

	FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE	
	COLECCIÓN: MARILYN MONROE	PRENDA: 3 MODELO 3 REF: M M03
	LINEA: BODY EXTERIOR	



Nº	Nombre	Descripción	Cantidad	Orientación
1	TOP DEL	DELANTERO	2XT	Al hilo
2	TOP POST	POSTERIOR	2XT	Al hilo
3	FAJA	FAJA	1XT	Al hilo

FICHA DE PATRONAJE			
		COLECCIÓN MARYLIN MONROE	
PRENDA: FAJA 003			
TALLA: M		T/S - T/M - T/L T /XL	
			
ORDEN OPERACIONAL			
OPERACIÓN	MAQUINA	T. SEG.	
PROCESO			
Amar corpiño y sisa	recta	500	
Unir costados	overlock	30	
Poner cierre	recta	300	
Unir corpiño con faja	overlock	120	
Poner elástico	flatseamer	300	
Poner broches	20U	300	
Corte hilos	tijera	200	
Planchar	plancha	200	
TOTAL		1950	SEGUNDOS
		32,50	MINUTOS (D)
TIEMPO REAL:		33	MINUTOS -30 segundos
TIEMPO REAL:			33
5 % + por error de cronometraje			34,65
85% x capacidad de producción			29,4525
11% + suplementos			32,692275
TIEMPO ESTANDAR			32,69
		NOMBRE: MARÍA BELÉN RUESA	

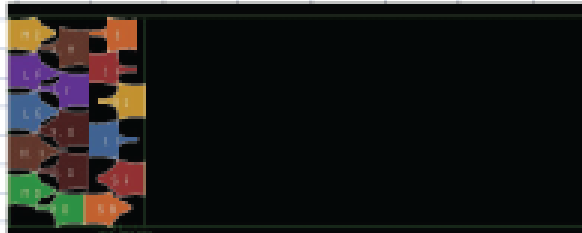
FICHA TÉCNICA DE CORTE

REFERENCIA : FJ003

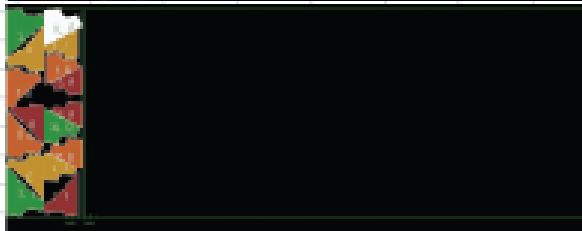
Tallas: S / M / L / XL

Orden de corte :

PROPORCION: TS/1 - TM/1 - TL/1 - TXL/1



TELA PRINCIPAL 1
ANCHO TELA 1,47 MTS



TELA SECUNDARIA 2
ANCHO TELA 1,47 MTS

CANTIDAD PEDIDO	144 UNIDADES	CANT POR COLOR	48 Unids.
-----------------	--------------	----------------	-----------

INFORMACION TRAZO

TELA PRINCIPAL (1)		TS	TM	TL	TXL					TOTAL
A	BLANCO	12	12	12	12					48
B	ROJO	12	12	12	12					48
C	NEGRO	12	12	12	12					48
TOTAL		36	36	36	36	0	0	0	0	144
TELA SECUNDARIA COMPLEMENTO (2)		TS	TM	TL	TXL					TOTAL
A	BLANCO	12	12	12	12					48
B	ROJO	12	12	12	12					48
C	NEGRO	12	12	12	12					48
TOTAL		36	36	36	36	0	0	0	0	144

# TRZ.	TEJIDO	LONGITUD	COLOR	CANT. UNID.	CANT. TELA COLOR	% desperd.	PROMEDIO UNIT.
1	abierto	1,14 Mts.	BLANCO	12	13,68 Mts.	27%	0,285 Mts.
			ROJO	12	13,68 Mts.	27%	0,285 Mts.
			NEGRO	12	13,68 Mts.	27%	0,285 Mts.
			CANT. TOTAL TELA		41,04 Mts.		
2	abierto	0,67 Mts.	BLANCO	12	8,04 Mts.	22%	0,1675 Mts.
			ROJO	12	8,04 Mts.	22%	0,1675 Mts.
			NEGRO	12	8,04 Mts.	22%	0,1675 Mts.
			CANT. TOTAL TELA		24,12 Mts.		

CONSUMO UNITARIO

REF.	TELA PRINC	TELA SECUND
FJ003	0,285 mts.	0,1675 mts.

Elaborado por: María Belén Rueda

FICHA DE COSTOS FAJA 003				
CALCULO COSTO MINUTO MANO DE OBRA DIRECTA				
COSTO MANO DE OBRA DIRECTA MENSUAL	\$	1871.55		
INDICES DE PRODUCCIÓN	\$			
Operarios	\$	4		
Semanas de producción al mes	\$	4		
Días / Semana	\$	5		
min / Día	\$	480		
Eficiencia esperada	\$	80%		
MINUTOS ESTANDAR PRODUCIDOS MENSUAL	\$	30720.00		
COSTO MINUTO MANO DE OBRA DIRECTA	\$	0.0609		
CALCULO COSTO MINUTO MANO DE OBRA INDIRECTA				
Sueldo personal administrativo	\$	556.33		
TOTAL	\$	556.33		
COSTO MINUTO MANO DE OBRA INDIRECTA	\$	0.02		
CALCULO COSTO MINUTO GASTOS GENERALES				
SERVICIOS BASICOS	\$	67.81		
PAPELERIA	\$	45.25		
HIGIENE	\$	40.00		
TOTAL	\$	143.06		
COSTO MINUTO	\$	0.005		
COSTOS DE PATRONAJE Y CORTE				
PLOTEO	\$	60.00		
CORTE	\$	450.00		
TOTAL	\$	510.00		
COSTO MINUTO	\$	0.0166		
INSUMOS FAJA				
INSUMOS	cant	unidad	valor unit	consumo
HILO	20.00	m	0.35	7.00
ETIQUETA MARCA	1.00	u	0.10	0.10
ETIQUETA TALLA	1.00	u	0.05	0.05
ETIQUETA DE REGISTRO Y CUIDADO	1	u	0.10	0.10
TELA ELASTANO	0.60	cm	6.00	3.60
TELA BLUSA	0.60	cm	5.08	3.05
ELASTICO	0.50	cm	1.50	0.75
BROCHE	2.00	u	0.05	0.10
TOTAL				14,76
	VALOR MIN.	SAM	TOTAL	
M.O.D	0.0609	32.69	1.99	
M.O.I	0.02	32.69	0.59	
COSTOS GENERALES	0.00	32.69	0.15	
PLOTEO Y CORTE	0.0166	32.69	0.54	
TOTAL			3.28	
COSTO UNITARIO	VALOR			
INSUMOS	\$	14.75		
M.O.D.	\$	1.99		
M.O.I	\$	0.59		
COSTOS GENERALES	\$	0.15		
PLOTEO Y CORTE	\$	0.54		
TOTAL COSTO UNITARIO	\$	17.48		
COSTO UNITARIO	\$	17,48		
25% UTILIDAD	\$	4,37		
SUBTOTAL		21,85		
12% Iva	\$	2,62		
P.V.P.	\$	24,48		

	FICHA TÉCNICA DE DISEÑO	
	COLECCIÓN: MARILYN MONROE	MODELO 4 REF: FJ004






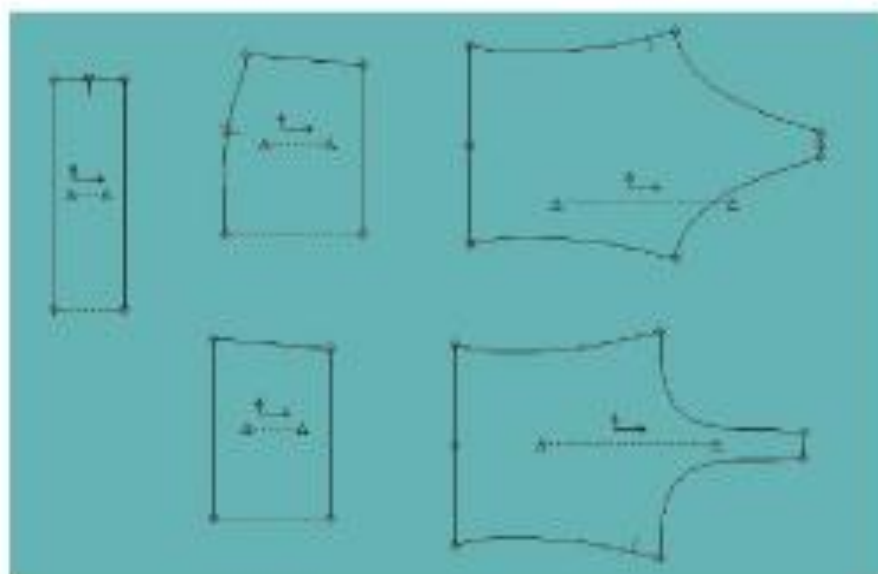
MODELO  COLORES  <small>PANTONE 1915PC</small>  <small>PANTONE 7603C</small>	DELANTERO 	POSTERIOR 
	DESCRIPCIÓN Prenda de vestir exterior con faja en abdomen, cierre invisible al costado escote corazón, tirantes, calzón tipo tanga con broches.	

TABLA DE MEDIDAS (Medidas en centímetros)

TALLA	S	M	L	XL
BUSTO	87-89	90-94	95-100	100-105
CONTOURNO (Debajo del busto)	68-73	73-78	78-83	83-88
CINTURA	67-73	74-78	79-85	85-93
CADERA	91-98	99-104	104-110	110-115
TALLE DELANTERO	31	32	33	34

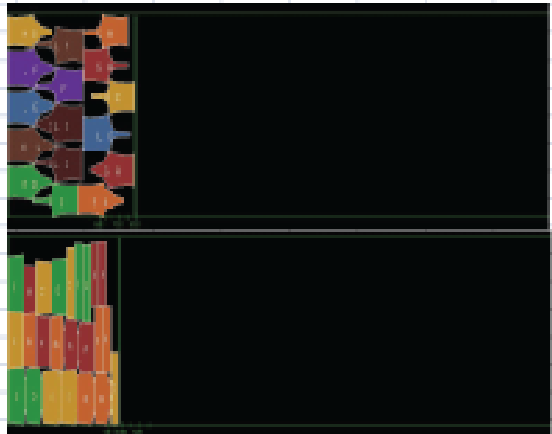
	FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE	
	COLECCIÓN: MARILYN MONROE	FRENDA: 4 MODELO 4 REF: NMD4
	LINEA: BODY EXTERIOR	



Nº	Nombre	Descripción	Cantidad	Orientación
1	TOP DEL	DELANTERO	2XT	Al hilo
2	TOP POST	POSTERIOR	2XT	Al hilo
3	FAJA	FAJA	1XT	Al hilo
4	TIRA	TIRA	1XT	Al hilo

FICHA DE PATRONAJE				
		COLECCIÓN MARYLIN MONROE		
PRENDA: FAJA 004				
TALLA: M		T/ S - TM - T/L T /XL		
ORDEN OPERACIONAL				
OPERACIÓN	MAQUINA	T. SEG.		
PROCESO				
Amar corpiño y tirante	recta	800		
Unir costados	overlock	30		
Poner cierre	recta	300		
Unir corpiño con faja	overlock	120		
Poner elástico	flatseamer	300		
Poner broches	20U	300		
Corte hilos	tijera	200		
Planchar	plancha	200		
TOTAL		2050	SEGUNDOS	
		34,17	MINUTOS (D)	
TIEMPO REAL:		33	MINUTOS	70 Segundos
TIEMPO REAL:				33
5 % + por error de cronometraje				34,65
85% x capacidad de producción				29,4525
11% + suplementos				32,692275
TIEMPO ESTANDAR				32,69
		NOMBRE MARÍA BELÉN RUEDA		

FICHA TÉCNICA DE CORTE

REFERENCIA : FJ004	Tallas: S / M / L / XL				
Orden de corte :	PROPORCIÓN: TS/1 - TM/1 - TL/1 - TXL/1				
					
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">TELA PRINCIPAL</td> <td style="width: 20%;">1</td> </tr> <tr> <td>ANCHO TELA</td> <td>1,47 MTS</td> </tr> </table>		TELA PRINCIPAL	1	ANCHO TELA	1,47 MTS
TELA PRINCIPAL	1				
ANCHO TELA	1,47 MTS				
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">TELA SECUNDARIA</td> <td style="width: 20%;">2</td> </tr> <tr> <td>ANCHO TELA</td> <td>1,47 MTS</td> </tr> </table>		TELA SECUNDARIA	2	ANCHO TELA	1,47 MTS
TELA SECUNDARIA	2				
ANCHO TELA	1,47 MTS				
CANTIDAD PEDIDO	144 UNIDADES				
CANT POR COLOR	48 Unds.				

INFORMACION TRAZO

TELA PRINCIPAL (1)		T/S	T/M	T/L	TXL					TOTAL
A	BLANCO	12	12	12	12					48
B	ROJO	12	12	12	12					48
C	NEGRO	12	12	12	12					48
TOTAL		36	36	36	36	0	0	0	0	144
TELA SECUNDARIA COMPLEMENTO (2)		T/S	T/M	T/L	TXL					TOTAL
A	BLANCO	12	12	12	12					48
B	ROJO	12	12	12	12					48
C	NEGRO	12	12	12	12					48
TOTAL		36	36	36	36	0	0	0	0	144

# TRZ.	TIPO	LONGITUD	COLOR	CANT. UNID.	CANT. TELA COLOR	%	PROMEDIO UNIT.
1	abierto	1,14 Mts.	BLANCO	12	13,68 Mts.	27%	0,285 Mts.
			ROJO	12	13,68 Mts.	27%	0,285 Mts.
			NEGRO	12	13,68 Mts.	27%	0,285 Mts.
			CANT. TOTAL TELA		41,04 Mts.		
2	abierto	1,07 Mts.	BLANCO	12	12,84 Mts.	18%	0,2675 Mts.
			ROJO	12	12,84 Mts.	18%	0,2675 Mts.
			NEGRO	12	12,84 Mts.	18%	0,2675 Mts.
			CANT. TOTAL TELA		38,52 Mts.		

CONSUMO UNITARIO

REF.	TELA PRINC	TELA SECUND
FJ004	0,285 mts.	0,2675 mts.

Elaborado por: María Belén Rueda

FICHA DE COSTOS FAJA 004		
CALCULO COSTO MINUTO MANO DE OBRA DIRECTA		
COSTO MANO DE OBRA DIRECTA MENSUAL	\$	1871.55
INDICES DE PRODUCCIÓN	\$	
Operarios	\$	4
Semanas de producción al mes	\$	4
Días / Semana	\$	5
min / Día	\$	480
Eficiencia esperada	\$	80%
MINUTOS ESTANDAR PRODUCIDOS MENSUAL	\$	30720.00
COSTO MINUTO MANO DE OBRA DIRECTA	\$	0.0609

CALCULO COSTO MINUTO MANO DE OBRA INDIRECTA		
Sueldo personal administrativo	\$	556.33
TOTAL	\$	556.33
COSTO MINUTO MANO DE OBRA INDIRECTA	\$	0.02

CALCULO COSTO MINUTO GASTOS GENERALES		
SERVICIOS BASICOS	\$	57.81
PAPELERIA	\$	45.25
HIGIENE	\$	40.00
TOTAL	\$	143.06
COSTO MINUTO	\$	0.005

COSTOS DE PATRONAJE Y CORTE		
PLOTE0	\$	60.00
CORTE	\$	450.00
TOTAL	\$	510.00
COSTO MINUTO	\$	0.0166



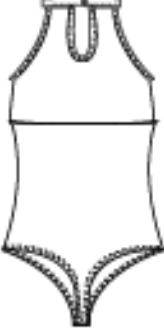
INSUMOS FAJA				
INSUMOS	cant	unidad	valor unit	consumo
HILO	20.00	m	0.35	7.00
ETIQUETA MARCA	1.00	u	0.10	0.10
ETIQUETA TALLA	1.00	u	0.05	0.05
ETIQUETA DE REGISTRO Y CUIDADO	1	u	0.10	0.10
TELA ELASTANO	0.60	cm	6.00	3.60
TELA BLUSA	0.60	cm	5.08	3.05
ELASTICO	0.50	cm	1.50	0.75
BROCHE	2.00	u	0.05	0.10
TOTAL				14,76

	VALOR MIN.	SAM	TOTAL
M.O.D	0.0609	32.69	1.99
M.O.I	0.02	32.69	0.59
COSTOS GENERALES	0.00	32.69	0.15
PLOTE0 Y CORTE	0.0166	32.69	0.54
TOTAL			3.28

COSTO UNITARIO	VALOR
INSUMOS	\$ 14.75
M.O.D.	\$ 1.99
M.O.I	\$ 0.59
COSTOS GENERALES	\$ 0.15
PLOTE0 Y CORTE	\$ 0.54
TOTAL COSTO UNITARIO	\$ 17.68

COSTO UNITARIO	\$	17,48
25% UTILIDAD	\$	4,37
SUBTOTAL		21,85
12% Iva	\$	2,62
P.V.P.	\$	24,48

	FICHA TÉCNICA DE DISEÑO	
	COLECCIÓN: MARILYN MONROE	MODELO 5 REF: FJ005

MODELO	DELANTERO	POSTERIOR
		

COLORES



PANTONE PROCESS BLACK PC




PANTONE 7499 PC

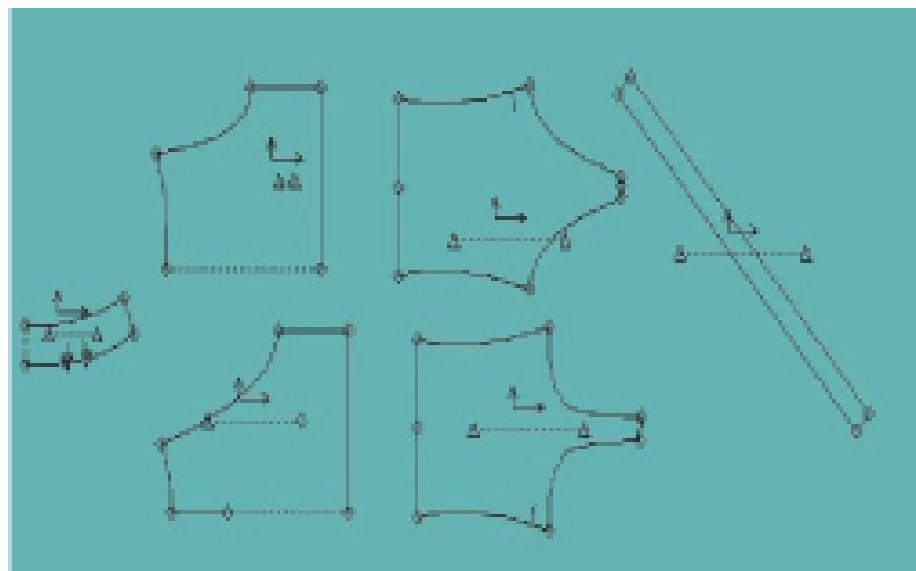
DESCRIPCIÓN

Prenda de vestir exterior con faja en abdomen, cierre invisible al costado
escote cerrado, calzón tipo tanga con broches.

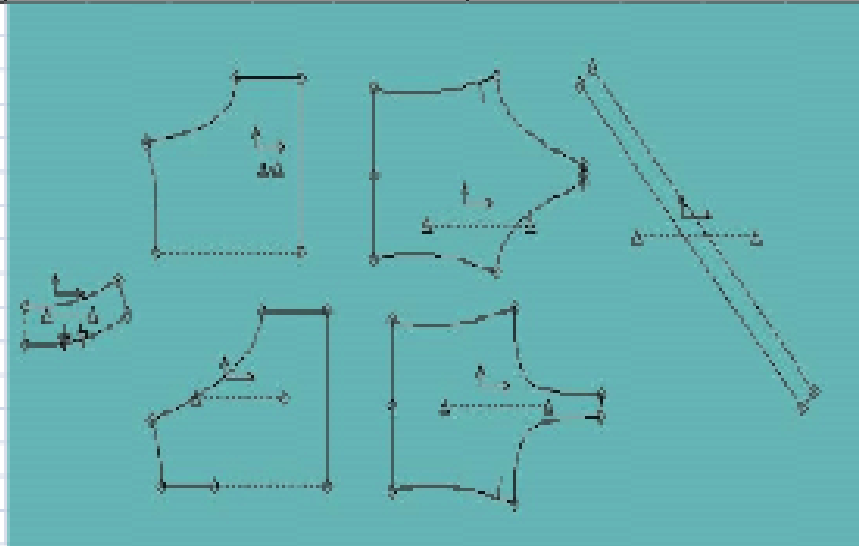
TABLA DE MEDIDAS (Medidas en centímetros)

TALLA	S	M	L	XL
BUSTO	87-89	90-94	95-100	100-105
CONTORNO (Debajo del busto)	68-73	73-78	78-83	83-88
CINTURA	67-73	74-78	79-85	85-93
CADERA	91-98	99-104	104-110	110-115
TALLE DELANTERO	31	32	33	34

	FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE	
	COLECCIÓN: MARILYN MONROE	FRENCHA: 5 MODELO 5 REF: M MDS
	LINEA: BODY EXTERIOR	



Nº	Nombre	Descripción	Cantidad	Orientación
1	TOP DEL	DELANTERO	1XT	Al hilo
2	TOP POST	POSTERIOR	1XT	Al hilo
3	FAJA	FAJA	2XT	Al hilo
4	CLIFF	CUELLO	1XT	Al hilo
5	SESGOS	SESGOS	1XT	Al traves

FICHA DE PATRONAJE				
		COLECCIÓN MARYLIN MONROE		
PRENDA: FAJA 005				
TALLA: M		T/S - TM - T/L T/XL		
				
ORDEN OPERACIONAL				
OPERACIÓN	MAQUINA	T. SEG.		
PROCESO				
Amar corpiño y sisa	recta	400		
Unir costados	overlock	30		
Poner cierre	recta	300		
Unir corpiño con faja	overlock	120		
Poner elástico	flatseamer	300		
Poner broches	2DU	300		
Corte hilos	tijera	200		
Planchar	plancha	200		
TOTAL		1850	SEGUNDOS	
		30,83	MINUTOS (D)	
TIEMPO REAL:		33	MINUTOS	-130 segundos
TIEMPO REAL:				33
5 % + por error de cronometraje				34,65
85% x capacidad de producción				29,4525
11% + suplementos				32,692275
TIEMPO ESTANDAR				32,69
		NOMBRE: MARÍA BELEN RIVERA		

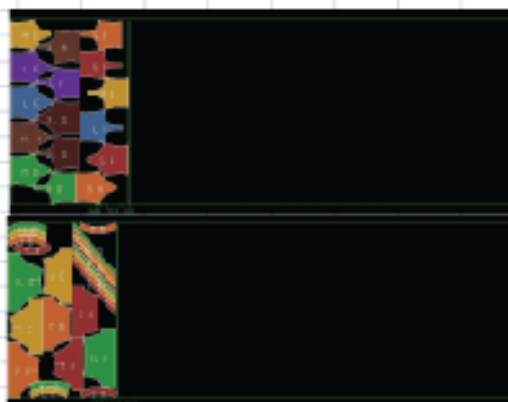
FICHA TÉCNICA DE CORTE

REFERENCIA : FJ005

Tallas: S / M / L / XL

Orden de corte :

PROPORCION: TS/1 - TM/1 - TL/1 - TXL/1



TELA PRINCIPAL 1
ANCHO TELA 1,47 MTS

TELA SECUNDARIA 2
ANCHO TELA 1,47 MTS

CANTIDAD PEDIDO 144 UNIDADES CANT POR COLOR 48 Unds.

INFORMACION TRAZO

TELA PRINCIPAL (1)		T/S	T/M	T/L	TXL					TOTAL
A	BLANCO	12	12	12	12					48
B	ROJO	12	12	12	12					48
C	NEGRO	12	12	12	12					48
TOTAL		36	36	36	36	0	0	0	0	144
TELA SECUNDARIA COMPLEMENTO (2)		T/S	T/M	T/L	TXL					TOTAL
A	BLANCO	12	12	12	12					48
B	ROJO	12	12	12	12					48
C	NEGRO	12	12	12	12					48
TOTAL		36	36	36	36	0	0	0	0	144

# TRZ.	TENDIDO	LONGITUD	COLOR	CANT. O COLOR	CANT. TELA COLOR	% Representa	PROMEDIO UNIT.
1	abierto	1,14 Mts.	BLANCO	12	13,68 Mts.	27%	0,285 Mts.
			ROJO	12	13,68 Mts.	27%	0,285 Mts.
			NEGRO	12	13,68 Mts.	27%	0,285 Mts.
CANT. TOTAL TELA				41,04 Mts.			
2	abierto	1,13 Mts.	BLANCO	12	13,56 Mts.	28%	0,2825 Mts.
			ROJO	12	13,56 Mts.	28%	0,2825 Mts.
			NEGRO	12	13,56 Mts.	28%	0,2825 Mts.
CANT. TOTAL TELA				40,68 Mts.			

CONSUMO UNITARIO

REF.	TELA PRINC	TELA SECUND
FAJ005	0,285 mts.	0,2825 mts.

Elaborado por: Maria Belén Rueda

FICHA DE COSTOS FAJA 005

CALCULO COSTO MINUTO MANO DE OBRA DIRECTA

COSTO MANO DE OBRA DIRECTA MENSUAL	\$	1871.55
INDICES DE PRODUCCIÓN	\$	
Operarios	\$	4
Semanas de producción al mes	\$	4
Días / Semana	\$	5
min / Día	\$	480
Eficiencia esperada	\$	80%
MINUTOS ESTANDAR PRODUCIDOS MENSUAL	\$	30720.00
COSTO MINUTO MANO DE OBRA DIRECTA	\$	0.0609

CALCULO COSTO MINUTO MANO DE OBRA INDIRECTA

Sueldo personal administrativo	\$	556.33
TOTAL	\$	556.33
COSTO MINUTO MANO DE OBRA INDIRECTA	\$	0.02

CALCULO COSTO MINUTO GASTOS GENERALES

SERVICIOS BASICOS	\$	57.81
PAPELERIA	\$	45.25
HIGIENE	\$	40.00
TOTAL	\$	143.06
COSTO MINUTO	\$	0.005

COSTOS DE PATRONAJE Y CORTE

PLOTEO	\$	60.00
CORTE	\$	450.00
TOTAL	\$	510.00
COSTO MINUTO	\$	0.0166

INSUMOS FAJA

INSUMOS	cant	unidad	valor unit	consumo
HILO	20.00	m	0.35	7.00
ETIQUETA MARCA	1.00	u	0.10	0.10
ETIQUETA TALLA	1.00	u	0.05	0.05
ETIQUETA DE REGISTRO Y CUIDADO	1	u	0.10	0.10
TELA ELASTANO	0.60	cm	6.00	3.60
TELA BLUSA	0.60	cm	5.08	3.05
ELASTICO	0.50	cm	1.50	0.75
BROCHE	2.00	u	0.05	0.10
TOTAL				14.76

	VALOR MIN.	SAM	TOTAL
M.O.D	0.0609	32.69	1.99
M.O.I	0.02	32.69	0.59
COSTOS GENERALES	0.00	32.69	0.15
PLOTEO Y CORTE	0.0166	32.69	0.54
TOTAL			3.28

COSTO UNITARIO

VALOR

INSUMOS	\$	14.75
M.O.D.	\$	1.99
M.O.I	\$	0.59
COSTOS GENERALES	\$	0.15
PLOTEO Y CORTE	\$	0.54
TOTAL COSTO UNITARIO	\$	17.48

COSTO UNITARIO	\$	17,48
25% UTILIDAD	\$	4,37
SUBTOTAL		21,85
12% Iva	\$	2,62
P.V.P.	\$	24,48



FICHA TÉCNICA DE TELAS

COLECCIÓN: MARILYN MONROE

Lycra 4 Way Stretch

Nylon – Spandex

60" wide

ROT: 20/25 yds

REF-104

Puede ser estirado hasta un 60% sin que se rompa. Se puede estirar gran número de veces y éste volverá a tomar su forma original.

Ligero, suave, liso y flexible.

Brinda a las prendas elaboradas con estos materiales libertad de movimiento, dejando ver las siluetas ceñidas mas no apretadas.

Tafetan Strech

60" wide

ROT: 20/25 yds

REF-104

Textura suave y brillante, amplia variedad de colores.

Tejido de seda, resistente a la acción de los ácidos diluidos. No es resistente al cloro, por lo tanto su lavado con este producto, está restringido. Se usa especialmente para prendas finas de uso exterior, logrando un tacto muy suave y agradable, resaltando las características propias de cada material.

Construcción: Tejido de seda, formado por un entrecruzamiento de los hilos pares 

Charmeuse Satin Lycra

Polyester – Lycra

60" wide


D/R: 25 yds

REF-71

COMPOSICIÓN: 80% Polyester 20% Lycra

Poliester: De fibra Sintética, polímero termoestable, adecuada para combinar con lana y algodón, trajes, camisas, vestidos.

Se adapta muy bien en mezclas con fibras naturales, contribuyendo al fácil cuidado. En 100% PES imitan también las naturales. Resistencia a la absorción muy buena. Producen carga electroestática. Poseen baja absorbencia de humedad.

En mezclas producen mucho pilling. 

CONCLUSIONES

- ✓ La planificación de la investigación y la ejecución del proyecto, cuenta con el asesoramiento y apoyo de docentes de la Universidad Tecnológica Equinoccial -UTE-, que están actualizados con la enseñanza y la técnica para la ejecución de un proyecto de esta naturaleza.
- ✓ Aún cuando en sus inicios, este proyecto, no se encontraba estructurado técnicamente, mereció la aprobación y fue premiado con el Primer Lugar en el 5to Concurso de Emprendimiento e Investigación UTEINNOVA, en la categoría A: Propuestas de Innovación.
- ✓ Se trata de un proyecto inédito, creativo, de utilidad práctica para las mujeres que se someten a cirugías estéticas y requieren de cuidados y mantenimiento postoperatorio, comprendidas entre las edades de 20 a 50 años.
- ✓ Se enfoca en un estilo y/o diseño, que a más de tener el propósito de servir para proteger la salud es estético.
- ✓ Este trabajo es producto de una investigación teórica y práctica que guarda intrínseca relación con las tendencias de moda.
- ✓ Considerando, que en la actualidad existe una gran cantidad de mujeres entre las edades de los 20 a 50 años, que se someten a una cirugía abdominal, se estableció la necesidad de desarrollar una faja que sea elaborada en el país; la cual les permita verse y sentirse bien, sin necesidad de que esta prenda sea considerada como una faja, permitiéndoles de esta manera, que estas mujeres, puedan desarrollar sus actividades cotidianas de manera natural y segura.

- ✓ Con este producto, lo que se busca es que las mujeres se sientan más seguras de sí mismas y cómodas con el producto que están usando.
- ✓ En la actualidad, se pueden observar, gran cantidad de fajas que son importadas de Colombia y China, pudiendo implementar en el país una empresa, que se dedique a la elaboración de este producto, sería beneficioso para generar nuevas fuentes de empleo y lograr que la industria de manufacturas alcancen un nivel internacional.
- ✓ Lo que se propone en estas fajas es un estilo innovador, lo cual le permita a la mujer que la utilice sentirse más segura y con una mayor confianza en sí misma.
- ✓ El precio fijado es por colección, debido a que los insumos utilizados son básicamente los mismos.
- ✓ La ciudad de Quito y la parroquia de Cumbayá no cuentan con un establecimiento de las características del que se está planteando en el proyecto, motivo por el cual sería un plan productivo.

RECOMENDACIONES

- ✓ Llevar a cabo este proyecto, como una actividad, que a más de servir para poner en práctica los conocimientos recibidos en la Universidad Tecnológica Equinoccial -UTE-, será generador de empleo y de mejoramiento de la economía de sus involucrados.
- ✓ Se debe continuar realizando un estudio de mercado para identificar segmentos importantes en los que se podría ofertar este tipo de productos.
- ✓ Ecuador es un país, que en los últimos años, debido a las políticas gubernamentales, tiene más posibilidades de desarrollo de empresas, pero debido al incremento de medidas legales, las personas tienden a dejar por el olvido el desarrollo de proyectos micro empresariales, por lo cual es necesario capacitar a las personas y darles mayores beneficios para que de esta manera sus proyectos se puedan llevar a cabalidad.
- ✓ Se recomienda evaluar constantemente la percepción del comprador y la conformidad de los resultados con el producto utilizado, para de esta manera, ganar la confianza del cliente.
- ✓ Incentivar que los proyectos, que se propongan en programas o concursos se mantenga como una oferta vigente y que con la ayuda de autoridades y de personas especializadas, se de atención a ciertas propuestas para poder implementar el talento humano y proveer de plazas de trabajo.

Bibliografía

Afashionable sport. (16 de Marzo de 2011). Obtenido de Afashionable sport: <http://www.afashionablesport.com/style/trend-forecast-sportswear>

All fashion all style. (20 de Septiembre de 2010). Obtenido de <http://allfashionallstyle.es>: <http://allfashionallstyle.es/2010/09/20/alta-costura-pret-a-porter-y-pronto-moda-%C2%BFque-son/>

American Society of plastic surgeons. (22 de Abril de 2011). Obtenido de American Society of plastic surgeons: <http://www.plasticsurgery.org/cosmetic-procedures/tummy-tuck.html>

answers.yahoo.com. (2007). Obtenido de answers.yahoo.com: <http://es.answers.yahoo.com/question/index?qid=20070714164420AA5YY05>

arqhys. (10 de Abril de 2011). Obtenido de arqhys: <http://www.arqhys.com/articulos/antropometria.html>

Articulos.es. (26 de Noviembre de 2011). Obtenido de Articulos.es: <http://www.articulos.es/deportes/que-es-la-ropa-de-deporte.html>

artslondonnews. (17 de Febrero de 2011). Obtenido de artslondonnews: <http://www.artslondonnews.co.uk/20110216-fasion-in-sport>

Asesor de Imagen Personal. (24 de Abril de 2011). Obtenido de Asesor de Imagen Personal: <http://asesordeimagenpersonal.blogspot.com/2008/04/antropometra-herramienta-bsica-de.html>

Asociación española de cirugía plástica. (22 de Abril de 2011). Obtenido de Asociación española de cirugía plástica : <http://www.aecip.es/cirurgia-estetica.html>

cirugía estética. (20 de Abril de 2011). Obtenido de cirugía estética : <http://www.cirurgiasestetica.com/>

ConsumerReports.org. (2 de Abril de 2012). Obtenido de ConsumerReports.org: <http://www.consumerreports.org/cro/sewing-machines/buying-guide.htm?pn=1>

denisboucq. (22 de Abril de 2011). Obtenido de denisboucq: <http://www.denisboucq.com/dossiers-chirurgie-esthetique/liposuccion-quoi.htm>

doc-esthetique. (22 de Abril de 2011). Obtenido de doc-esthetique: <http://www.doc-esthetique.com/Pages/Lipoaspiration.htm>

El Comercio. (18 de Septiembre de 2011). Obtenido de El Comercio: http://www.elcomercio.com/negocios/industria-textil-ecuatoriana-calidad-costos_0_556144505.html

El costurero de Stella. (5 de Abril de 2011). Obtenido de El costurero de Stella: <http://www.elcosturerodestellablog.com/2008/05/tipos-de-mquinas-de-coser.html>

El ergonomista. (10 de Abril de 2011). Obtenido de El ergonomista: <http://www.elergonomista.com/antropometria.htm>

En Femenino. (17 de Julio de 2011). Obtenido de En Femenino: http://blog.enfemenino.com/blog/see_215864_1/Mesoterapia-e-Hidrolipoclasia-Tecnicas-de-Reduccion-de-Grasa-Corporal

es.wikipedia.org. (11 de Junio de 2012). Obtenido de es.wikipedia.org: http://es.wikipedia.org/wiki/Alta_costura

Faja Reductora. (31 de Marzo de 2011). Obtenido de Faja Reductora: <http://www.fajareductora.com/>

Fajitex. (30 de Marzo de 2011). Obtenido de Fajitex.
fashionising. (6 de Junio de 2011). Obtenido de fashionising: <http://www.fashionising.com/trends/b--spring-2012-fashion-trends-summer-2012-fashion-5585.html>

Fashionwear. (12 de Mayo de 2011). Obtenido de Fashionwear: <http://www.fashionwear24.ch/fr/marques/puma-bodywear/>

Femeninas. (20 de Julio de 2011). Obtenido de Crea tu propio estilo: <http://www.femeninas.com/kenzo-coleccion-verano-2012.asp>

GeoSalud. (23 de Abril de 2011). Obtenido de GeoSalud: <http://www.geosalud.com/ginecologia/histerectomia.htm>

Hoy.com. (26 de Mayo de 2008). Obtenido de Hoy.com: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/mejorar-la-apariencia-es-cuestion-de-salud-296390.html>
Humberto, S. G. (1996). Planeación y Gestión Estratégica. En S. G. Humberto,

Planeación y Gestión Estratégica (pág. 8). Colombia: Editorial Legis.

just-style. (7 de Abril de 2010). Obtenido de just-style: http://www.just-style.com/comment/the-blurring-of-fashion-and-sportswear_id107356.aspx
(2009). Diccionario Estudiantil Círculo. En C. d. Lectores, *Diccionario EstuCdiantil Círculo* (págs. 640-641). Bogotá: Planeta Colombia S.A.

loultimomagazine. (6 de Mayo de 2011). Obtenido de loultimomagazine: <http://www.loultimomagazine.com/zapatos/marcas-deportivas-dictan-la-moda>

Ministerio de Coordinación de la Producción . (05 de Julio de 2011). Obtenido de Ministerio de Coordinación de la Producción : <http://www.slideshare.net/mcpec1/pmc-textil-y-confecciones>

misrespuestas.com. (6 de Febrero de 2012). Obtenido de misrespuestas.com: <http://www.misrespuestas.com/que-es-la-moda.html>

Modareinas. (10 de Julio de 2011). Obtenido de Modareinas: <http://modareinas.com/Conjuntos-de-Lenceria-2012/197>

Oh my Dior. (05 de Marzo de 2011). Obtenido de Oh my Dior: <http://www.ohmydior.org/2011/02/sports-trends-autumnwinter-20122013.html>

Opiniones sobre Alimentación. (11 de Abril de 2011). Obtenido de Opiniones sobre Alimentación: <http://opinionessobrealimentacion.blogspot.com/2011/06/antropometria-el-peso-no-lo-es-todo.html>

Plástica Imagen y Juventud Cirugia Corporal. (20 de Abril de 2011). Obtenido de Plástica Imagen y Juventud Cirugia Corporal: <http://cirugiaplasticacorporal.com/>

plurielles.fr. (15 de Octubre de 2008). Obtenido de plurielles.fr: <http://www.plurielles.fr/mode/astuces/style-sportswear-3717161-402.html>

Sants Institut. (20 de Abril de 2011). Obtenido de Sants Institut: http://www.santsinstitut.com/cirugia-de-contorno-corporal_esp.html

Tejidos Gulfer. (30 de Marzo de 2011). Obtenido de Tejidos Gulfer: <http://www.tejidosgulfer.com/>

Terra. (25 de Abril de 2011). Obtenido de Terra: <http://mujer.terra.es/muj/articulo/html/mu28520.htm>

todayzaman. (17 de Marzo de 2011). Obtenido de todayzaman: <http://www.todayzaman.com/news-238390-fashion-designers-put-their-sights-on-a-sporty--look-for-summer-2011.html>

Todo en Abdominoplastia. (23 de Abril de 2011). Obtenido de Todo en Abdominoplastia: <http://www.claudianiето.com/especialidades/abdominoplastia/recomendaciones.html>

wikipedia. (22 de Abril de 2012). Obtenido de wikipedia: <http://es.wikipedia.org/wiki/Pr%C3%AAt-%C3%A0-porter>

wikipedia.org. (11 de Junio de 2011). Obtenido de wikipedia.org: http://es.wikipedia.org/wiki/Ropa_de_deporte

wikipedia.org. (20 de Mayo de 2011). Obtenido de wikipedia.org: <http://fr.wikipedia.org/wiki/Pyjama>

wikipedia.org. (18 de Mayo de 2011). Obtenido de wikipedia.org: http://fr.wikipedia.org/wiki/Maillot_de_bain

wikipedia.org. (9 de Mayo de 2011). Obtenido de wikipedia.org: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Jeans>

wikipedia.org. (21 de Enero de 2012). Obtenido de wikipedia.org: http://en.wikipedia.org/wiki/Informal_attire&usg=ALkJrhgYrDx3dstkGCZU9J8pEpDU8H3CFQ

wikiquote. (1 de Febrero de 2012). Obtenido de wikiquote: http://es.wikiquote.org/wiki/Yves_Saint_Laurent

ANEXOS

Los anexos que se presentan aquí, son los resultados del concurso UTEINNOVA 2011 realizado en la Universidad Tecnológica Equinoccial.

El proceso de clasificación de proyectos duró aproximadamente un mes hasta su premiación, el 30 de junio del 2011, realizado en el Auditorio Álvaro Trueba.

Alcanzando el **Primer Lugar en Categoría Propuestas de Innovación**, con el tema de:

“Diseño de una línea sportswear que brinde comodidad y ajuste para mujeres con cirugías corporales.”





UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

Confiere el presente Certificado a:


MARÍA BELÉN RUEDA REYES

Por haber obtenido el **PRIMER LUGAR** en el 5to. Concurso de Emprendimiento e Investigación “UTE INNOVA” en la Categoría A: PROPUESTAS DE INVESTIGACIÓN, con el proyecto: “**DISEÑO PRENDAS POSTOPERATORIAS FEMENINAS**”.

Quito, 27 de junio del año 2011



Ing. José Julio Cevallos
Vicerrector General Académico



Ing. Rodrigo Gallegos
Director Investigación y
Transferencia de Tecnologías

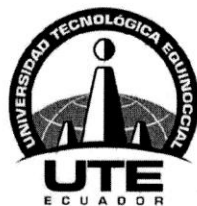


Dr. Vicente Arcos Zapata
Secretario General Procurador (E)



**SECRETARÍA GENERAL
PROCURADURÍA**

457//EL



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍAS

Confiere al Proyecto

MÁS DESTACADO

en la Categoría Propuestas de Innovación

Conformado por:

María Belén Rueda Reyes

Los siguientes premios de sus auspiciantes:

Mención en vidrio

1 MAESTRÍA valorada en \$6000 otorgada por POSGRADOS UTE

1 incubación por 4 meses en CONQUITO

1 proyector otorgado por 3M

1 Pantalla de proyección otorgado por LUMENS

Taller experiencial en el Campamento Atanor otorgado por Facultad de Ciencias Económicas UTE

1 libreta de ahorro por \$100 otorgado por la Cooperativa 29 de Octubre

Asesoría en planes de negocios otorgado por CINA E - UTE

DIPLOMA UTE

Lo certifica,


Ing. Rodrigo Gallegos Riofrío. M.Sc. MBA

DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍAS



INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA
TECNOLÓGICA
ITT

Quito, 30 de marzo de 2011

Estimados
Ganadores "Propuesta de Innovación"
Estudiantes UTE
Presente.-

Reciba cordiales saludos de quienes hacemos la **Fundación Junior Achievement Ecuador**.


Junior Achievement es la organización en educación empresarial con mayor trascendencia a nivel mundial. Su misión es formar jóvenes emprendedores, a través de sus programas y concursos educativos empresariales que se desarrollan en las principales instituciones educativas a nivel nacional.

Por la presente queremos felicitar a los ganadores de la "Propuestas de Innovación, para estudiantes UTE.". La Fundación Junior Achievement otorgará una beca de participación en la 12ª. Edición de Marketing Challenge.

El objetivo de esta competencia es desarrollar en los estudiantes habilidades y destrezas para interpretar los diferentes mercados y sus consumidores. Entre las actividades que realizan los participantes se encuentra análisis situacional, la creación de una marca, la elaboración de estudios de mercado, plan de lanzamiento de marca y la ejecución de estrategias ATL y BTL (Below the Line) de Marketing.

Agradeciendo la atención que se sirva dar a ala presente me despido.

Saludos Cordiales,



Ing. Hernán Vélez
Gerente de Programas
Fundación Junior Achievement Ecuador



D.M.QUITO 03 DE JUNIO DE 2011

EMPREDIMIENTO GANADOR

5to CONCURSO UTE INNOVA 2001

Por medio del presente quiero hacerles llegar un afectuoso saludo y a la vez felicitarles por haber sido reconocidos como ganadores del Primer Lugar en este 5to. CONCURSO UTE INNOVA 2011, organizado por la Dirección de Investigación y Transferencia de Tecnologías- ITT de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

El Gobierno de la Provincia de Pichincha quiere reconocer el sacrificio y trabajo de los jóvenes emprendedores, dotándoles de un espacio físico en la Incubadora de Empresas del Centro de Desarrollo de PYMES ubicado en el CAPEIPI (Centro de Exposiciones Quito), en este espacio de Incubación los ganadores podrán hacer uso durante tres meses sin ningún costo de las instalaciones, equipamiento, tecnología y sus servicios empresariales con la finalidad de que su idea o emprendimiento pueda consolidarse y promocionarse en el ámbito empresarial.

Los ganadores deben contactarse con el Centro de Desarrollo de PYMES del Gobierno de la Provincia de Pichincha, ubicado en Centro de Exposiciones Quito. Av. Amazonas y Atahualpa, teléfono. 2459 493 presentando el certificado de reconocimiento.

Cordiales saludos y éxitos a los futuros empresarios

ECO. GUSTAVO BARBOSA NARVAEZ.

PREFECTO DEL GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA



RECONOCIMIENTO

Al Emprendedor

Por tu arduo esfuerzo demostrado en el 5to CONCURSO UTE INNOVA 2011, organizado por la Universidad Tecnológica Equinoccial; CONQUITO Agencia de Desarrollo Económico, te hace la entrega de:

Un espacio gratis en la incubadora de empresas, por 4 meses

Atentamente,



Ing. Sergio Ochoa Romero
DIRECTOR EJECUTIVO

Semillero

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL (UTE)

EL EMPRENDIMIENTO SE MIDE CON INNOVACIÓN

68 propuestas se presentaron en el concurso semillero de la UTE. Nueve proyectos ganaron. La premiación se realizó el pasado 30 de junio.

REDACCIÓN QUITO

redaccion@revistalideres.ec

Vino de maracuyá, fajas posoperatorias, sistemas radiofónicos y hasta un sistema de transporte para las ciudades fueron los proyectos ganadores en el 5° Concurso UTE Innova 2011.

En mayo pasado, la Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE) recibió 68 propuestas de sus alumnos y de las estudiantes del Colegio María Angélica Idrobo. En una segunda fase se seleccionaron a 32 y finalmente 9 fueron las ganadoras.

Rodrigo Gallegos, director de Investigación y Transferencia de Tecnología de la UTE, destaca que los criterios de selección que se aplicaron fueron: la creatividad, para la categoría colegios; la oportunidad de negocio, para quienes presentaron sus ideas para innovación y emprendimiento; y rigurosidad metodológica, para los proyectos de investigación.

Andrés Realpe, alumno de octavo nivel de Ingeniería Mecatrónica, trabajó junto



Paúl Rivas / LÍDERES

María Belén Rueda y Daniel Sánchez fueron los ganadores en innovación.

a 15 estudiantes más para desarrollar un sistema de movilidad electromagnética.

Esta innovación puede ser usada en transportes como los trenes. El ganador afirma que este mecanismo se asemeja al Metro, pero con la diferencia que la tecnología que usa es más avanzada. "La inversión inicial es más alta, pero el ahorro se lo puede ver a largo plazo. Este sistema usa energías alternativas, el ruido es casi nulo y el tiempo de transportación es me-

Sobre el concurso

Los premios. Dinero en efectivo, cuentas de ahorro e incubación de empresas, fueron parte de los premios que recibieron los ganadores.

Categoría colegios. Aunque se invitó a más instituciones solo participó el María Angélica Idrobo.

nor que en otros vehículos", explica.

Para realizar la primera fase, es decir el estudio de aplicación de este modelo en una ciudad específica, la inversión asciende a USD 5 millones.

Otros ganadores fueron Leslie Cevallos y Gabriel Narváez quienes desarrollaron una bebida fermentada de maracuyá. Ambos estudiantes de sexto semestre de la carrera de Agroindustrias del campus de Santo Domingo, ya producían este vino inspirado en la cultura tsáchila.

Aunque ya tenían la idea de realizar esta bebida, el concurso les impulsó a dar los últimos detalles al modelo de negocio y a participar. En un inicio elaboraron 15 litros que fueron vendidos en su totalidad, por lo cual incrementaron la producción a 25 litros. Ambos estudiantes tienen como meta aprovechar bien sus vacaciones, ya que este tiempo lo usarán para establecerse como empresa. El objetivo es incrementar la producción a 250 botellas de vino al mes, una vez que logren conseguir un crédito a través del Banco Nacional de Fomento (BNF).

Otra experiencia ganadora fue la de María Belén Rueda. Ella es estudiante de último año de la carrera de Diseño de Modas. Decidió diseñar su propia línea de ropa para mujeres que recientemente sufrieron intervenciones quirúrgicas. "Estas son prendas posoperatorias pero no se ven como tales. Son estéticas y ortopédicas", destaca esta alumna. Para iniciar la producción necesita una inversión de USD 55 000, aunque primero tiene planes de realizar una maestría.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE ARQUITECTURA ARTES Y DISEÑO
CARRERA DE DISEÑO DE MODAS

ENCUESTA

Objetivo.- La presente encuesta tiene por objeto conocer el grado de aceptación de las fajas para el mantenimiento post quirúrgico y determinar las preferencias y tendencias del consumidor. Por lo que agradezco por su sincera respuesta

1) ¿Usted vería alguna utilidad en utilizar una prenda diseñada para un tratamiento post operatorio?

SI ()
NO ()

2) ¿Estaría usted dispuesta a adquirir una prenda de esta naturaleza?

SI ()
NO ()

3) ¿Conoce usted locales en Cumbayá que comercialicen prendas para el mantenimiento post operatorio?

SI ()
NO ()

4) ¿Las prendas que en estos lugares se venden satisfacen sus necesidades?

SI ()
NO ()

5) ¿Considera que las prendas que allí se venden son modernas?

SI ()
NO ()

6) ¿Está usted de acuerdo con que las prendas para el mantenimiento post quirúrgico deban poseer diseño y colores combinables? (Encaso de que su contestación sea afirmativa indique que colores)

SI ()

NO ()

Porque_____

7) ¿De las características a continuación presentadas cual considera de mayor importancia en este tipo de producto? (5 mayor importancia)

Materia Prima ()

Modernidad ()

Confortabilidad ()

Diseño ()

Color ()

Precio ()

8) ¿En el caso de decidirse por adquirir una prenda que responda a sus requerimiento cual es el precio que usted estaría dispuesta a pagar ?

\$20 – \$25 ()

\$25 – \$35 ()

\$35 – \$45 ()

9) Las prendas que están disponibles en el mercado nacional responden a sus requerimientos en cuanto a

Modernidad ()

Diseño ()

Precio ()

Facilidad para la adquisición ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN