



Variables decorativas para la construcción de una camisa

Autora

Ornella Bersani

Profesor Guía

Sergio Donoso

Memoria para optar al título de Diseñadora Industrial

Santiago de Chile, 2016

1. INTRODUCCIÓN	6 - 11
1.1 Contextualización.....	7
1.2 Problema de diseño.....	8
1.3 Objetivos.....	9
1.4 Campo de investigación.....	10
1.5 Muestra.....	11
2. ANTECEDENTES	12 - 52
2.1 La vestimenta y sus funciones.....	13
2.2 Materia prima: Tela.....	13
2.2.1 Clasificación de las telas.....	13 - 14
2.2.2 Tipos de cortes de las telas.....	14 - 15
2.2.3 La industria textil y la revolución industrial.....	15
2.2.3.1 La industria textil en Chile.....	15 - 16
2.2.3.2 Situación actual.....	16
2.3 Tallaje.....	16 - 17
2.3.1 Normativa del área de vestuario.....	17
2.3.2 Estándares utilizados en Chile.....	17- 18
2.4 Moda versus estilo.....	18
2.5 Taxonomía de indumentaria.....	19 - 37
2.6 Partes y piezas de una camisa.....	38
2.7 Descripción de una camisa.....	39 - 46
2.8 El vestuario, nuestra conexión con el medio.....	47 - 48
2.9 Diseño de moda y diseño de autor.....	49- 50
2.10 Referentes.....	51 - 52
3. ESTUDIO DEL PERFIL DE USUARIO	53 - 59
3.1 Perfil del usuario.....	54 - 59
4. ESTUDIO DE TALLAJE	60 - 65
4.1 Tipologías corporales.....	60 - 65
5. EXPERIMENTACIÓN DE CAMPO	66 - 89
5.1 Dimensiones para el desarrollo de muestras para focus group de opinión	68 - 70
5.2 Variables decorativas.....	71 - 75
5.3 Imágenes probetas.....	76 - 81
5.4 Resultados Focus Group.....	82 - 83
5.5 Posibles combinatorias en camisas.....	84 - 91
6. CONCLUSIONES	92 - 94
7. ANEXOS	95 - 111
8. BIBLIOGRAFÍA	112 - 114

Figura 1. Mapa lugares recurrentes por el usuario.....	10
Figura 2. Tejido plano.....	14
Figura 3. Tejido de punto.....	14
Figura 4. Partes y cortes de la tela.....	15
Figura 5. Taxonomía generalizada de posibilidades de indumentaria.....	19
Figura 6. Taxonomía de ropa interior.....	20
Figura 7. Taxonomía de poleras.....	21
Figura 8. Taxonomía de pantalones.....	22 - 23
Figura 9. Taxonomía de camisas.....	24
Figura 10. Taxonomía de chalecos.....	25
Figura 11. Taxonomía de chaquetas.....	26 - 28
Figura 12. Taxonomía de corbatas.....	29
Figura 13. Taxonomía de zapatos.....	30
Figura 14. Taxonomía de suspensores.....	31
Figura 15. Taxonomía de sombreros.....	32 - 33
Figura 16. Taxonomía de lentes.....	34
Figura 17. Indumentaria de mayor consumo masculino en España.....	35
Figura 18. Gráfico de indumentaria mas significativa para el segmento.....	37
Figura 19. Gráfico de problema de tallaje y preocupación por los detalles del segmento en estudio.....	37
Figura 20. Partes de una camisa.....	38
Figura 21. Cortes de una camisa.....	40
Figura 22. Cuellos de una camisa.....	41 – 42
Figura 23. Puños de una camisa.....	43
Figura 24. Tipos de tejido para una camisa.....	44
Figura 25. Mapa conceptual sobre tejido plano.....	45
Figura 26. Tabla proceso de diseño de autor, versus diseño de producto.....	49
Figura 27. Lookbook hombre Mo Store.....	50
Figura 28. Camisas diseñadas por Jil Sander.....	51
Figura 29. Camisa marca Balenciaga.....	52
Figura 30. Perfil de usuario.....	54
Figura 31. Ambiente en el que se mueve el usuario.....	56
Figura 32. Estilo del usuario.....	57
Figura 33. Marcas que consume el usuario.....	58
Figura 34. Categorías de somatotipos.....	61
Figura 35. Tabla antropométrica creada por Apud y Gutiérrez en 1997.....	62
Figura 36. Mediciones básicas de una camisa.....	63
Figura 37. Tabla resultados medición antropométrica.....	64
Figura 38. Tabla medidas de una camisa S/XL.....	64
Figura 39. Tabla y medidas de tallaje norteamericano.....	64
Figura 40. Medidas cuello camisa.....	65
Figura 41. Tabla de muestras de variables decorativas, botones.....	76
Figura 42. Tabla de muestras de variables decorativas, cierres.....	77
Figura 43. Tabla de muestras de variables decorativas, vivo cordón.....	78
Figura 44. Tabla de muestras de variables decorativas, vivo tela.....	79
Figura 45. Tabla de muestras de variables decorativas, costuras.....	80
Figura 46. Tabla de muestras de variables decorativas, telas en contraste.....	81

Este proyecto de tipo experimental cualitativo de percepción, aborda un problema en el vestuario masculino, especialmente en adultos provenientes de profesiones liberales y que tiene su origen en dos aspectos, cuantitativos, que finalmente y en su conjunto, los afectan de manera emocional, siendo los mas relevantes para este caso de estudio, la poca variedad de detalles en vestuario y un tallaje inadecuado. Este segmento es muy sensible a los detalles y tienen muy desarrollado el lado femenino de su personalidad.

El usuario, corresponde a un hombre, de contextura delgada y altura media, el cual utiliza ropa de tallaje mediano y de acuerdo a sus posibilidades económicas, generalmente compra sus prendas en el retail o ropa usada. Sin embargo en nuestro país no hay un sistema de regularización de tallas, en su mayoría norteamericanas u orientales y estas no tienen relación con las medidas del Chileno. Por otro lado tampoco encuentran prendas con detalles decorativos que los representen y debido a estos dos problemas se ve afectada su autoimagen.

A lo largo del proyecto se conoció al usuario a través de diferentes recursos como entrevistas, etnografía y finalmente grupo focal. Gracias a los hallazgos proporcionados por estos métodos, se determinó que la prenda mas significativa para el segmento es la camisa, ya que es una de las mas compradas y usadas. Además se establecieron dimensiones y variables, para la construcción de muestras para focus group de opinión.

Las dimensiones establecidas para la construcción de las muestras fueron el concepto del minimalismo, asociado a elementos diferenciadores que aumenten la percepción de exclusividad. También se incluyó el material, tomando en cuenta el gramaje adecuado para la confección de una camisa, los materiales 'considerados como "nobles", como telas con alto porcentaje de algodón o fibras naturales e idealmente que no generen arrugas y se consideró una paleta de colores de acuerdo al segmento.

El carácter perceptual de las muestras fue estudiado mediante métodos para indagar la opinión, teniendo gran aceptación las telas con mayor porcentaje de fibras naturales y dejándose llevar por lo tradicional en cuanto a los detalles.

Sin duda, los hallazgos de esta investigación, podrían dar pie a líneas de vestuario e incluso fortalecer el diseño de autor, haciéndolos conscientes de los gustos e intereses de un nicho que ha sido poco explorado, creando colecciones de vestuario diferenciadoras, bajo el concepto CheapChic urbano.

1. INTRODUCCIÓN

1.1 CONTEXTUALIZACIÓN

La vestimenta es considerada como un sistema no verbal de comunicación, con ella las personas pueden construir una identidad; aquello que desean demostrarle al resto y a si mismos. Además podemos expresar identidad a través de nuestro corte de pelo, accesorios, tatuajes y hasta con el perfume que usamos.

Como menciona (Lurie, A. 1994), a través del vestuario se puede saber la edad, sexo, profesión, estado de ánimo, clase social, incluso la personalidad, gustos y deseos sexuales de una persona, sin siquiera hablar con ella.

“La ropa o los adornos son uno de los medios mediante los cuales los cuerpos se vuelven sociales y adquieren sentido e identidad. El acto individual y muy personal de vestirse es un acto de preparar el cuerpo para el mundo social, hacerlo apropiado, aceptable, de hecho, hasta respetable y posiblemente incluso deseable”. (Rojas, M. 2005)

La acción de vestirse es algo que se realiza desde el inicio de los tiempos. Es algo común en todas las culturas, la necesidad de cubrir el cuerpo surge como algo completamente funcional, era utilizado para protegerse de las inclemencias del clima, sin embargo con el paso del tiempo, va adquiriendo otro significado. El vestuario comienza a representar diferenciación entre una persona y otra, ya sea social, a través de colores y tipos de telas que sólo podían mantener en óptimas condiciones los mas adinerados o podía diferenciar género, a través de detalles y cortes que destacaban la feminidad o masculinidad, según fuera necesario.

Hasta el día de hoy la distinción se puede ver, quizás no tanto por estatus social, sino por las preferencias y gustos de la gente, por la necesidad de pertenecer a un grupo que los represente.

En la actualidad existen variadas comunidades las cuales poseen una identidad común, que las diferencian de otras y estas a su vez están compuestas por individuos, que comparten

intereses y valores. Para este caso de estudio se analizó un segmento de hombres chilenos, jóvenes pertenecientes al mundo universitario y laboral, que se desempeñan o tienen inclinación por el ámbito artístico y las experiencias culturales, donde la estética y lo emocional, son elementos importantes, por sobre la funcionalidad. Para ellos es muy importante el cómo se ven, cómo se sienten y la imagen que proyectan. Además suelen tener dificultades a la hora de escoger su indumentaria, muchas veces no encuentran prendas de calidad, con los detalles que a ellos les dan significado. Para ellos la oferta se limita al retail, ropa usada o ventas por internet, lo cual acarrea consecuencias, ya que estas prendas responden a tallajes europeos, asiáticos o norteamericanos, lo que no corresponde a la antropometría del chileno y especialmente a la contextura del segmento, la que suele ser delgada. Como consecuencia su imagen se ve afectada directamente y esto no les permite sentirse cómodos con lo que usan.

En este proyecto se categorizará en forma generalizada, la indumentaria masculina existente, además de entrevistar a usuarios y vendedores, a fin de escoger una prenda significativa. En el trabajo de campo se conocerán los gustos e intereses del nicho, se realizará un estudio antropométrico para determinar las medidas a la hora de confeccionar, y finalmente se experimentará con detalles y elementos decorativos.

La idea principal del proyecto es indagar y experimentar la percepción en relación a determinadas variables decorativas, a fin de obtener resultados que nos permitan entrecruzar información, para diseñar prendas superiores y posteriores colecciones, que satisfagan las necesidades de nuestro usuario.

1.2 PROBLEMA DE DISEÑO

El problema del vestuario masculino, que se aborda en este trabajo, especialmente en adultos provenientes de profesiones liberales, es complejo y tiene su origen en al menos dos aspectos, cuantitativos, que finalmente y en su conjunto, los afectan de manera emocional:

- La poca variedad de detalles en vestuario
- Un tallaje inadecuado.

Estos jóvenes, sensibles a los detalles, que además tienen muy desarrollado el lado femenino de su personalidad, provienen usualmente de disciplinas creativas y se interesan por lo estético y las experiencias. A este segmento la oferta de vestuario que el mercado pone a disposición, tiende a la uniformidad o si se busca específicamente algo distinto, se recurre a la ropa usada, lo cual no los deja conformes. Esta situación se ve agravada, porque además el vestuario disponible responde a un tallaje absolutamente inadecuado a la contextura de estos. Esto último no es menor, ya que el estilo de vida de estos jóvenes, apela al consumo crítico, bienestar del cuerpo y en general a valores de autorrealización, que no se refleja en el vestuario disponible. Su búsqueda por los detalles y la calidad, en relación al precio, buscando diferenciación en su indumentaria, resulta compleja y manifiestan frustración.

De esta problemática se formula la siguiente hipótesis:

“Si se modifica el patronaje de determinadas prendas de vestuario y se incorporan variables decorativas, acorde a la contextura del segmento, se sentirán cómodos con lo que usan y satisfechos con la imagen que proyectan.”

1.3 OBJETIVOS

Objetivo general:

Identificar variables decorativas diferenciadoras, para la elaboración de colecciones de vestuario masculino, de acuerdo a la antropometría y gustos de adultos jóvenes, sensibles a lo estético.

Objetivos específicos:

1. Determinar prenda más significativa del segmento, para definir variables.

- Actividad 1: Identificar taxonomía de Indumentaria masculina.
Tarea: Búsqueda bibliográfica
- Actividad 2: Entrevista para Determinar prenda más significante y mostrar las partes que la conforman.
Tarea: Entrevista a vendedores de tiendas y usuarios.
- Actividad 3: Elaborar tabla antropométrica del segmento.
- Tarea: relevamiento de antropometría chilena
Tarea: Realizar mediciones al segmento.

2. Identificar el perfil etnográfico de los usuarios.

- Actividad 4: Observación etnográfica de campo.
- Actividad: Entrevistas a informantes clave.
- Actividad : Relevamiento de referentes visuales y culturales
- Tarea: Realizar Etnografía, Moodboard y Brandboard.

3. Identificar variables decorativas de la prenda seleccionada.

- Actividad 5: Identificar zonas de mayor interés
Tarea: Realizar Focus Group.
- Actividad: 6: Identificar variables atractivas para ellos, visual y táctil
- Tarea: Focus Group.

1.4 CAMPO DE INVESTIGACIÓN

Ciudad de Santiago

La investigación se limita a la ciudad de Santiago y a los lugares o barrios que frecuenta el segmento seleccionado, de acuerdo a sus intereses.

Estos barrios son; Barrio Italia, El golf, Lastarria, Providencia y Barrio Yungay. Estos se caracterizan por tener una arquitectura variada, con tendencia francesa de fines del siglo XIX y principios del XX. A fines del siglo pasado, se comenzaron a restaurar muchos inmuebles y se conservaron calles y equipamiento urbano. Algunas de las construcciones y los barrios mismos, son consideradas patrimoniales, como por ejemplo el barrio Yungay. En sus orígenes, eran barrios de los

sectores más acomodados de la sociedad y en la actualidad muchos de estos lugares son habitados por artistas y personas de diversos orígenes, que incluso acoge a una gran cantidad de profesionales inmigrantes, lo que ha permitido que se destaque la cultura como un eje distintivo.

Acá existe gran variedad de restaurantes y bares con una amplia oferta gastronómica, que va desde platos más sencillos, hasta preparaciones gourmet, con gran presencia de sándwiches y productos catalogados como artesanales. Además se encuentran lugares de esparcimiento como cines, galerías de artes, teatros y tiendas principalmente de indumentaria, mueblerías y objetos de decoración. Estos lugares son una importante vitrina para el Diseño nacional.

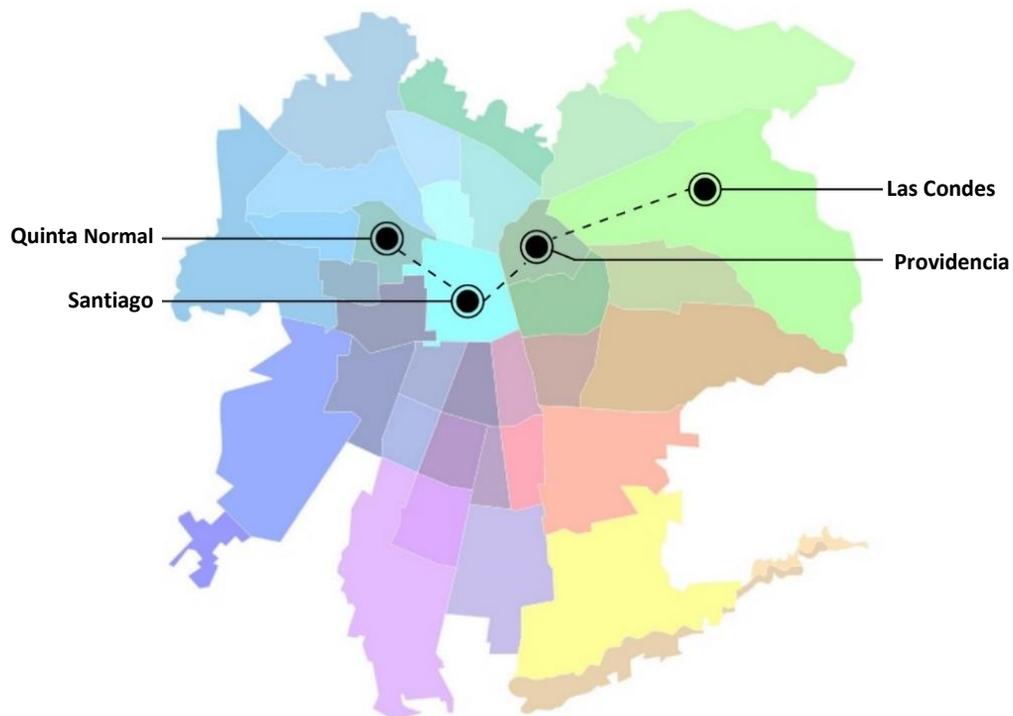


Figura 1: Mapa lugares recurrentes por el usuario
Fuente: Elaboración propia

1.5 MUESTRA

Selección detallada de hombres entre 25 – 40 años, de contextura delgada y donde lo estético es de gran importancia, siendo más importante aún que la funcionalidad. Además les preocupa bastante cómo se muestran, es decir la imagen que proyectan, entre sus pares. Hombres con poder adquisitivo medio, que viven solos o en pareja, homosexuales o heterosexuales. Sensibles a los detalles y que tienen muy desarrollado el lado femenino de su personalidad

más adecuadas, de acuerdo a las necesidades y deseos del segmento escogido.

Objeto de estudio:

Indumentaria para hombres que se desempeñan o son sensibles a lo artístico y las experiencias, donde la estética y lo emocional, son elementos importantes, por sobre la funcionalidad.

Criterios de inclusión:

- Hombres sensibles a lo estético y a lo artístico.
- Hombres preocupados por su imagen y lo que proyectan.
- Hombres que buscan indumentaria con detalles que marquen la diferencia y que posean una relación coherente entre precio y calidad.
- Hombres de contextura delgada.
- Capacidad económica para adquirir prendas a su gusto.

Criterios de exclusión:

- Hombres que no se preocupan por su apariencia, imagen.
- Hombres que no les interese lo artístico o lo estético.
- Hombres a los cuales no les complica comprar en el retail o estar a la moda.
- Hombres de contextura gruesa.
- Hombres sin poder adquisitivo

Tipo de trabajo de titulación

Esta investigación será de tipo experimental cualitativo, donde las muestras se someterán a estudios cualitativos, para encontrar las variables

2. ANTECEDENTES

2.1. LA VESTIMENTA Y SUS FUNCIONES

Según Laver, J. (1932) (citado por Lurie, A, 1994), nos vestimos para vivir y trabajar de manera más fácil, para representar nuestra identidad y para atraer la atención de los demás. A estos motivos los llama función de utilidad, jerárquica y de seducción.

1. Función de utilidad: este puede tener una utilidad de protección, como se mencionaba anteriormente, por ejemplo sobre el mal clima, o de alguna mala fuerza (por ejemplo los ornamentos con cruces).
2. Función jerárquica: de separación entre géneros, religiones, estrato social, roles que se ejercen en la sociedad (uniformes).
3. Función de seducción: utilizando accesorios y ornamentos para llamar la atención de otros, o modificar el cuerpo para tener una apariencia mas deseable por otros.

Además, Rojas, N. (2005) agrega el uso de la vestimenta por:

1. Pudor: esencialmente al cuerpo desnudo. Como menciona la Biblia, cuando Adán y Eva se dan cuenta que están desnudos, se cubren el cuerpo con hojas.
2. Diferenciación simbólica: para expresar el individualismo, diferenciarse del resto de las personas y grupos.

Expresar modernidad: utilizar prendas que estén a la moda. También forma parte del principio jerárquico, ya que se utiliza para formar parte de un grupo social.

La indumentaria forma parte de un contexto, no por si sola. *“Como ocurre con el habla, el significado de cualquier prenda. de vestir depende de las circunstancias. No se habla en un vacío, sino en un espacio y tiempo específicos, cuyo significado puede verse alterado por cualquier cambio que se produzca en ellos”* (Lurie, A. 1994).

Al momento de proyectar una prenda, es necesario tener en cuenta que tipo de función cumplirá, y el lenguaje que busca expresar, ya que, cosas como el contexto o actividad que realice el usuario, serán determinantes al momento de diseñar.

2.2. MATERIA PRIMA: TELA

Para comenzar con un proyecto de diseño de indumentaria, es necesario conocer la materia prima con la que se trabaja: la tela. Este material es el elemento compositivo de la indumentaria con el que se busca cubrir la figura humana, generando un envoltorio para el cuerpo y entregándole una nueva silueta. La tela se puede ver como la extensión de la epidermis (capa externa de la piel), que actúa como conexión entre el cuerpo y el medio ambiente.

Para comenzar, es necesario entender la manera en que funcionan los distintos tipos de tela, como se deben cortar para que envuelva el cuerpo de la manera deseada y considerar las características que presentan. El textil debe responder a funciones de protección, resistencia, aislamiento, impermeabilidad, entre otras, dependiendo de la prenda que se busque hacer y el contexto en que se utilizará. Estas características definirán el proyecto.

2.2.1 CLASIFICACIÓN DE LAS TELAS

La clasificación general de las telas se hace según la forma en que están entrelazados sus hilos. Existen dos tipos: las telas tejidas y las de punto. La primera consiste en hilos verticales, llamados urdiembre que luego son entrelazados por hilos horizontales, llamados trama. En este tipo de tela, la trama es la que cede, mientras que la urdimbre suele ser mas fuerte, por lo que para lograr un efecto elástico es necesario utilizar fibras elásticas en la trama. En cambio, la tela de punto esta compuesta por un hilo continuo con el que se crean lazadas que están entrelazadas con la siguiente. Este tipo de tela presenta mayor flexibilidad que la tejida (Chunman Lo, D. 2011).

Además existen los no tejidos o aglomerados, los que corresponden a estructuras elaboradas a base de fibras aglomeradas y prensadas entre si como lo son las entretelas. Estas estructuras textiles, se logran uniendo o entrelazándolas fibras con método mecánico, químico o térmicos, utilizando disolventes o combinando los métodos anteriores. Siendo los principales sistemas, la unión con resina y la unión de fibras termo plásticas

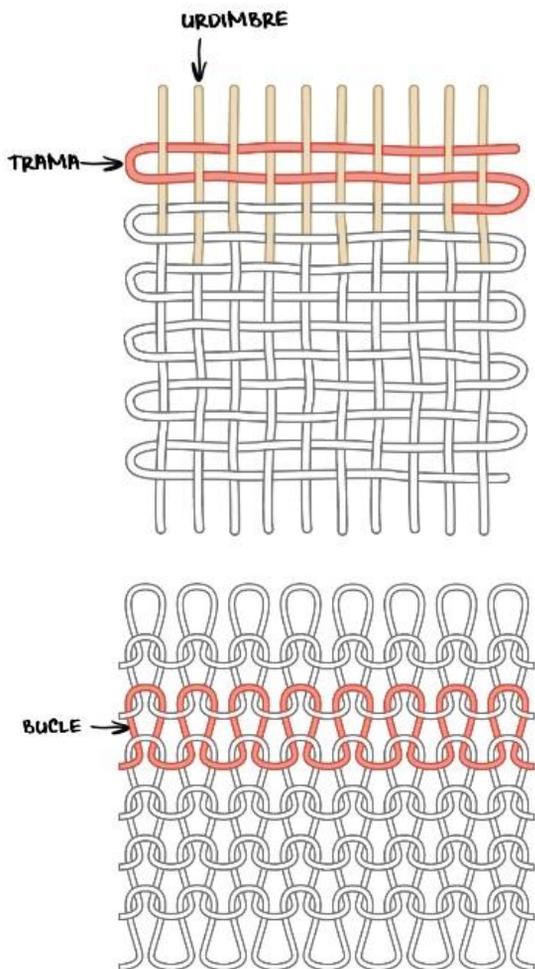


Figura 2: Tejido plano.

Figura 3: Tejido de punto

Fuente:

<https://es.pinterest.com/pin/188517934377891850/>

2.2.2 TIPOS DE CORTE DE LAS TELAS

El tipo de corte que se le realiza a la tela para confeccionar una prenda define la caída de esta cuando se lleva puesta. Según Chunman Lo, D., existen tres tipos de corte dependiendo de la dirección de los hilos:

El corte en dirección a los hilos rectos, son aquellos que son paralelos al orillo de la tela, es decir, los hilos son paralelos al centro delantero o al de la espalda, del molde de una prenda. Los hilos de la urdimbre son lo que aportan la estabilidad mientras que la trama proporciona elasticidad, lo que permite que la prenda tenga un mejor calce con el cuerpo. La mayoría de las prendas se cortan en esta dirección, por ejemplo: faldas, pantalones y camisas.

El corte en dirección a los hilos horizontales o al través, es el corte perpendicular al orillo de la tela, es decir, la dirección del hilo esta a 90° del centro delantero o al de la espalda. Los puños y canesús de las camisas son cortadas en esta dirección, para que esa zona sea rígida y proporcione estabilidad. También se utiliza en telas estampadas para generar un impacto visual, por ejemplo, en los bolsillos.

El corte en dirección con los hilos al bias, es aquel en que la dirección de los hilos esta a 45° con respecto al centro delantero o al de espalda. Este corte aporta elasticidad a la prenda, haciendo que se ajuste al cuerpo. Además, existen otros dos aspectos importantes en la tela al momento de confeccionar una prenda: la gravedad y la supresión. La gravedad es importante por como cae la tela sobre el cuerpo y por como esta se mueve cuando el cuerpo esta en movimiento. La gravedad es la encargada de que la tela baje, por lo que es importante conocer las zonas que permiten suspender la prenda para evitar que caiga por completo, por ejemplo los hombros, la cintura y la parte alta de las caderas.

Por otra parte Chunman Lo, D. menciona que existe la supresión, aquella que permite ajustar la prenda al cuerpo. El recurso más utilizado es la pinza. Se hace necesaria en las prendas confeccionadas con telas tejidas ya que presentan menor elasticidad.

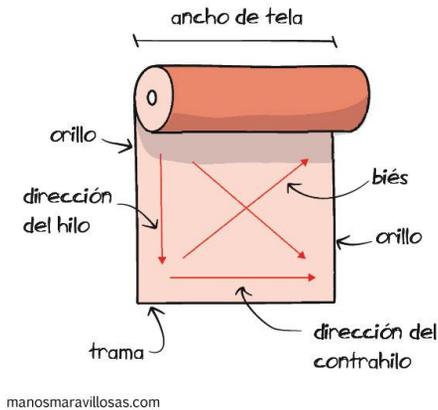


Figura 4: Partes y cortes de la tela

Fuente:

https://www.manosmaravillosas.com/index.php/ejercicios/labores_61/Costura:-Partes-de-un-tejido_591

2.2.3. LA INDUSTRIA TEXTIL Y LA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL

En sus inicios el hombre elaboraba sus textiles de forma manual, utilizando principalmente el telar, sin embargo en la revolución industrial la incorporación de máquinas a la producción sustituyó este trabajo y los tradicionales sistemas de fabricación por otros nuevos. El trabajo se trasladó desde los talleres artesanales con un reducido número de operarios a las fábricas.

La industria del algodón, pasó a ser la actividad principal en esta época. Incorporando diversas innovaciones a los procesos de tejido e hilado, desplazó en magnitud a la de la lana. Hubo hechos que incentivaron esta situación, la intensificación de la mecanización adquirió un ritmo cada vez más rápido en la industria textil. El

desarrollo técnico textil ejerció también su influencia en ramas anexas como las del blanqueo, el tinte la impresión. La sustitución de la energía humana por la maquinaria favoreció la extensión del sistema fabril en las hilaturas.

2.2.3.1 LA INDUSTRIA TEXTIL Y CONFECCIÓN EN CHILE

Antiguamente los pueblos originarios de Chile, elaboraban sus textiles con lanas teñidas de forma natural con hierbas. Posteriormente con la llegada de los conquistadores se perfeccionaron las técnicas de hilado, pero los resultados no eran muy buenos, por lo cual se procedió a importar telas y ropas desde España. Es así como en el período republicano se desarrolló un activo comercio de importación, de productos textiles con orígenes europeos. Esto provocó un freno en la expansión de la industria textil en Chile durante el siglo XIX, donde solo se desarrollaron pequeñas fábricas, siendo la más importante de estas la Fábrica de Paños Bellavista de Tomé.

A comienzos del siglo XX, se produjo una notable expansión de la industria del vestuario y del calzado nacional. Cientos de talleres y fábricas elaboraban todo tipo de vestimentas, sin embargo las materias primas como telas y paños, seguían siendo importadas desde Europa. Tras la Gran Depresión del año 1930, se produjo una gran crisis financiera y las nuevas políticas económicas impulsaron la expansión de una industria textil moderna. Surgieron así fábricas textiles en manos de inmigrantes extranjeros, especialmente de origen árabe e italiano, como por ejemplo Yarur Manufacturas Chilenas de Algodón, Manufacturas Sumar, Caffarena y Molleto hermanos, entre otras.

A la producción masiva de paños y telas de lana y algodón, se sumaron las nuevas fibras sintéticas de rayón y nylon. A fines de 1960 la industria textil y del vestuario logró abastecer el 95 por ciento de la demanda nacional.

En el año 1975 la nueva política liberal dismanteló el régimen proteccionista que había facilitado el desarrollo de la industria textil nacional, obligando a este sector a enfrentarse a la dura competencia externa de los mercados mundiales. Esto produjo que gran parte de las fábricas textiles cerraran sus puertas y sus empresarios se vieron presionados a transformarse en importadores textiles y de vestuario, para poder sobrevivir al interior del mercado nacional e internacional. De esta forma, el futuro de la industria textil nacional estuvo ligado a su capacidad de competir en los nuevos mercados globalizados.

2.2.3.2 SITUACIÓN ACTUAL

En la actualidad estamos inmersos en una sociedad de consumo, donde las casas comerciales, principalmente el retail, ofrece una gran gama de vestuario, sin embargo como el mercado funciona de acuerdo a la ley de “oferta y demanda”, se ofertan productos que la mayoría de los hombres utilizan. Estos, siempre están regidos por la moda quedando fuera los intereses estéticos del segmento específico, que está siendo estudiado. Ellos buscan prendas más originales, en cuanto a texturas, diseños, detalles, cortes y tallaje acorde a sus necesidades y al no encontrar lo que buscan, manifiestan frustración. Algunos de estos, tienen la oportunidad de comprar en el extranjero, ya sea a través de internet o viajando, sin embargo las tallas suelen ser un problema, ya que el tallaje utilizado suele ser el Europeo, el cual no tiene relación con la contextura del Chileno. En definitiva, se busca establecer cómo el diseño industrial puede hacerse cargo, ofreciendo productos que satisfagan a este nicho.

“En Chile la industria de retail ha tenido un fuerte crecimiento, las ventas aumentaron en 2007 un 5%. El crecimiento acumulado en estos últimos años distingue a Chile por liderar las ventas de retail per cápita en América Latina. Sin embargo el informe “Retailing 2015: New Frontiers” (Pérez, 2015) muestra que el escenario mundial en el año 2015 será diferente del actual. El retail en su formato convencional crecerá a una escala mucho menor, ya que se concentrará en ofrecer productos

a consumidores selectivos, en vez de productos masivos, los consumidores buscarán centros comerciales que los identifiquen. De acuerdo a estos datos podemos afirmar que ciertos segmentos, están buscando una oferta en vestuario inexistente, abriéndose un importante nicho de mercado, ya que los grupos que no quieren seguir tendencias van en aumento. Este nicho está compuesto por hombres jóvenes, sensibles a lo estético, que en lo profesional se desarrollan en carreras liberales o tienen afinidad a estos temas, además de ser dinámicos, tolerantes y les gusta diferenciarse del resto.

2.3. TALLAJE

En sus inicios la ropa era hecha a medida, esto a principios del 1800, pero posteriormente de la mano con los procesos de industrialización se crearon los sistemas de tallaje, lo cual facilitaba la producción y venta masiva de vestuario. Para esto se consideraron medidas generales de la población y factores como medición vertical y horizontal del torso, la circunferencia del cuello, la distancia de los hombros y caderas, la línea del busto, largo de los brazos, el tiro y el largo de piernas.

Las tallas masculinas fueron creadas a principios del siglo XIX, lo cual resultó mucho más fácil que la creación de las femeninas, donde las figuras suelen ser muy diferentes.

Para facilitar esta labor, se recurrió a la antropometría, sub rama de la antropología que estudia las medidas del cuerpo del hombre. Principalmente dimensiones y medidas humanas con el propósito de valorar los cambios físicos del hombre y las diferencias entre individuos, grupos y razas. La industria de la moda utiliza estos estudios para asignar tallas.

Las medidas y dimensiones estudiadas por la antropometría se ordenan en tablas, siendo estos datos, tomados directamente del cuerpo humano.

“Las medidas anatómicas se agrupan en dos grupos en función del sentido en el que se toman:

- *Verticales: señalan los largos necesarios para la identificación de la persona. Se toman a lo largo del cuerpo en sentido descendente. La principal medida vertical es la estatura.*
- *Horizontales: son las tomadas al contorno del cuerpo. Se toman en sentido circular determinando el perímetro del cuerpo. La principal medida horizontal está en función del tipo de prenda y del género (hombre, mujer, niño) y son contorno de pecho, de cintura y de cadera” (Fuenmayor, 2015).*

2.3.1 NORMATIVAS DEL ÁREA VESTUARIO

Existe una serie de normativas que ayuda a estandarizar la producción del área textil, normativas en relación al tallaje, forma de lavado, secado y planchado de las prendas, acabados de estas, entre otras, pero las principales, para efectos de este proyecto son dos:

- ISO 3635: 1981: Designación del tamaño de la ropa. Definiciones y procedimiento de medición cuerpo.
- UNE-EN 13402: 2002 – Designación de tallas para prendas de vestir.

En nuestro país utilizamos principalmente esta última, la cual fue aprobada por la Unión Europea, en 2007, esta se basa en las medidas del cuerpo tomadas en centímetros. Estas se han asignado basándose en los datos antropométricos obtenidos de un estudio realizado a la población europea en los años 90 y en estándares internacionales similares.

2.3.2 ESTÁNDARES UTILIZADOS EN CHILE

Como se mencionó anteriormente, en nuestro país el sistema de tallas más utilizado es el europeo y americano. Esta última medición se ha masificado mucho y se pueden encontrar grandes diferencias. Según las tablas de conversión, una talla 42

equivale a una 12 americana, pero en las etiquetas del mercado nacional, podemos apreciar como algunas la clasifican como 42 y otras como 46. Este fenómeno se conoce como *vanity sizing*, y corresponde al aumento deliberado en las medidas de las tallas para que las mujeres se sientan mejor con respecto al número o letra que usan y también es un argumento que se utiliza en contra de la anorexia y los desórdenes alimenticios. Es sin duda una estrategia de marketing que apunta a que las mujeres se sientan más delgadas y felices con su apariencia y se mantengan fieles a cierta marca.

“La inflación de las tallas empezó a masificarse en Estados Unidos, a principios de los ochenta, en Chile también es un hecho que los chilenos y sobre todo las chilenas, hemos aumentado de talla. Así lo confirma el doctor Fernando Vio, académico de la Universidad de Chile y ex director del INTA, quien explica que entre el 2003 y el 2009 la suma entre personas con sobrepeso y obesidad subió en un 6%. “Y en mujeres es mucho mayor que en hombres, con el 30,7 % de obesidad y un 3,34% que se consideran mórbidas” (Stipicic, 2015).

Sin duda lo que permite que existan tantas distorsiones en los tamaños de la ropa es que en nuestro país no existe una norma acerca de las tallas. Nadie regula si la 42 es efectivamente un 42 y no un 44 o un 46. El estándar más común usado en nuestro país es el europeo, particularmente el francés, pero esto nada tiene que ver con nuestras dimensiones y medidas corporales.

“Hoy la mayoría de las tiendas de fabricación en Chile etiquetan su ropa comparándola con la competencia, donde la curva de las tallas también es diferente de acuerdo al perfil de las usuarias, que en una tienda más “popular” puede ser el de una mujer un poco más ancha que en otro. “Buscamos similitudes, pero también las adaptamos a nuestros clientes...”

Sin embargo, incluso si en Chile existiera una norma más precisa, no se pondría fin al problema, ya que mucha de la ropa que llega es importada de mercados, en los que tampoco hay estándares unificados. Es por esto que este proyecto apunta a

la idea de asumirse y conocer la forma de nuestro cuerpo, para lograr que el vestuario sea mas sentador” (Stipicic, 2015).

2.4 MODA VERSUS ESTILO

A través del libro; *Estilo versus moda en un siglo corto* (Echavarren. R. 1998), se postula que la moda no es el camino para la identidad. Se propone, en cambio, la vía del estilo como algo contrapuesto, insurgente y categórico en la propia formación de un carácter individual.

La búsqueda de la identidad siempre ha sido problematizada, la humanidad pretende encontrar claves que lo identifiquen como entidad única e irrepitable, para esto ha buscado en ámbitos como la literatura, el cine y todo medio de expresión cultural.

En la modernidad y más adelante, en la época contemporánea, esta búsqueda por el autoconocimiento se liga a la identificación a través de los mecanismos físicos y discursivos que la propia cultura propuso. La moda nace, entonces, como una forma de diferenciarse de un resto. Echavarren, postula tajantemente que la moda no es el camino para la identidad. Propone, en cambio, la vía del estilo como algo contrapuesto, habla de la moda como una forma de domesticación del estilo por parte de la cultura imperante (esfera mayor) sobre los estilos de las subculturas (esferas menores). Ya que para calmar a las masas disconformes, les da una especie de “placebo” con el cual puedan sentirse integradas. En términos del autor, esto es lo que se consideraría como moda.

2.5 TAXONOMÍA DE INDUMENTARIA

La palabra indumentaria proviene etimológicamente del latín “indumentum”, de “induere” que significa “lo que se lleva puesto sobre el cuerpo, el ropaje”.

La indumentaria comprende tanto el calzado, como prendas de uso interno y externo, para efectos de esta investigación se clasificó según tipos de:



Figura 5: Taxonomía generalizada de posibilidades de indumentaria
Fuente: Elaboración propia

ANTECEDENTES

TIPOLOGÍA DE ROPA INTERIOR

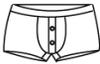
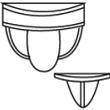
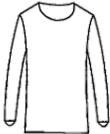
Imagen	Nombre	Descripción	Tipos de corte
	Boxer corto	De tipo deportivo, basa su diseño en los pantalones cortos utilizados por ciclistas profesionales. Se caracterizan principalmente por ser fabricados en textiles de elastano que producen una adhesión completa a la pelvis. Puede tener botones para facilitar la micción.	 Bóxer corto abotonado  Bóxer medio
	Bóxer suelto	Ropa interior, generalmente que se cubre el área pélvica y se extiende sobre una parte del muslo. Su nombre deriva de la similitud que tiene esta prenda con los pantalones cortos utilizados por boxeadores. Suelen ser holgados y con una apertura sobre para facilitar la micción.	
	Slip	No contiene prolongaciones que se coloquen sobre los muslos. Esta prenda interior consta de una concavidad en la parte frontal, diseñada para sostener los genitales y sujetarlos al cuerpo del portador, además de una longitud total trasera que llega hasta el surco horizontal inferior de las nalgas. Contiene una apertura delantera.	 Tanga
	Sutien	Utilizado como implemento deportivo. Popularizado en el siglo XIX y se caracteriza por su principal propósito de brindar soporte a los genitales masculinos en actividades de alto impacto. No tiene un protector en la parte trasera.	
	Calzoncillo largo	El calzoncillo largo es similar a las antiguas calzas, va de la cintura a los tobillos y se ajustan por completo a la pierna. Se usa para combatir el frío.	
	Camiseta manga larga	Polera simple de manga larga que se utiliza como primera capa en la parte superior del cuerpo, suele usarse bajo las camisas y como ropa de cama.	
	Camiseta manga corta	Variantes de la camiseta o playera sin mangas habitualmente utilizada como ropa interior o ropa deportiva.	 Camiseta musculosa
	Calcetín	Prenda para el pie, diseñada con el fin de calentarlo, absorber su sudor, protegerlo de suciedad y rasguños y aliviar el frotamiento con el calzado.	 Tobillero

Figura 6: Tabla taxonomía ropa interior
Fuente: Elaboración propia

ANTECEDENTES

TIPOLOGÍA DE POLERAS

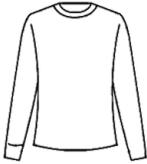
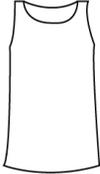
Imagen	Nombre	Descripción	Tipos de corte
	<p>Manga larga de cuello redondo</p>	<p>Prenda de vestir por lo general de mangas cortas, cuello redondo, sin bolsillos y sin botones a lo largo de su parte frontal (este último detalle es el que las distingue de las camisas, aunque pueden tener dos o tres en la parte superior delantera para ampliar la abertura del cuello). Existen diversos diseños, que varían algunas de sus características básicas, por ejemplo, modificando el cuello redondo, por otro en "V" o añadiendo bolsillos. Además de manga corta, las hay de manga larga e incluso sin mangas.</p>	 Manga larga abotonada  Manga larga cuello en V
	<p>Manga corta cuello redondo</p>		 Manga corta cuello en V
	<p>Manga larga tipo polo</p>		 Manga corta tipo polo
	<p>Sin mangas</p>		 Musculosa

Figura 7: Tabla taxonomía poleras
Fuente: Elaboración propia

ANTECEDENTES

TIPOLOGÍA DE PANTALONES

Imagen	Nombre	Descripción	Tipos de corte
	<p>Jeans Vaquero Blue jean Bluyín</p>	<p>Artículo popular de vestimenta casual en todo el mundo. Vienen en muchos estilos y colores; sin embargo, los tejanos son particularmente identificados con la cultura estadounidense. Populares debido a su resistencia y durabilidad.</p>	 Corte recto
	<p>Pantalón de vestir</p>	<p>Se ajusta a la cintura y llega generalmente hasta el tobillo, cubriendo cada pierna separadamente. Suele poseer accesorios tales como bolsillos para guardar elementos personales, cremallera o bragueta en el caso de los varones, para poder vestir más fácilmente aquellos de materiales menos flexibles, y pasa cintos, para poder sostener aquellos que sean holgados de cintura.</p>	 Ajustados  Relajados  Pitillo  Suelos  Tiro alto  Tiro medio

Figura 8: Tabla taxonomía pantalones
Fuente: Elaboración propia

ANTECEDENTES

TIPOLOGÍA DE PANTALONES

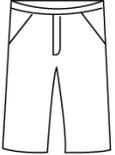
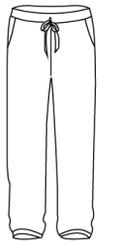
Imagen	Nombre	Descripción	Tipos de corte
	Bermuda	Tipo particular de pantalones cortos, ahora usado extensamente como indumentaria informal. Generalmente llegan 2.5 cm. sobre la rodilla	 Tipo cargo
	Capri	Pantalón corto que se extienden hasta debajo de la rodilla.	 Tiro alto  Tiro medio
	Short	Pantalón corto que se extienden varios centímetros sobre la rodilla. Se utilizan en situaciones informales o para hacer deporte.	
	Buzo	Pantalón utilizado especialmente para realizar deporte, debido a la comodidad de su corte y telas que absorben el sudor	
	Bombacho	Pantalón ancho que se ajusta a la pierna por debajo de la rodilla. Muy cómoda dada su holgura. Se trata de unos pantalones amplios y sueltos en toda la longitud de la pierna y que van ceñidos al tobillo o la parte baja de la pierna por medio de elásticos, hebillas o botones	

Figura 8: Tabla taxonomía pantalones
Fuente: Elaboración propia

ANTECEDENTES

TIPOLOGÍA DE CAMISAS

Imagen	Nombre	Descripción	Tipos de corte
	<p>Camisa manga larga</p>	<p>Cubre el torso y usualmente tiene cuello, mangas largas o cortas y botones en la parte frontal. La última es mucho mas deportiva y definitivamente no está pensada para ser utilizada con corbata, aunque todo depende del cuello.</p> <p>Puede, como no, poseer uno o dos bolsillos en su parte delantera.</p>	 Clásico  Regular Fit
	<p>Camisa manga corta</p>		 Expandido  Tailored Fit  Con botones abajo  Custom Fit  Club  Slim Fit  Superslim Fit

Figura 9: Tabla taxonomía camisas
Fuente: Elaboración propia

ANTECEDENTES

TIPOLOGÍA DE CHALECOS

Imagen	Nombre	Descripción	Tipos de corte
	Cardigan cuello estándar con bolsillos	Tipo de chaleco abierto por delante, y que se puede cerrar con botones o cremallera. Su nombre proviene de Lord Cardigan que durante la guerra de Crimea hizo uso de esta prenda.	 Cardigan cuello estándar sin bolsillos  Cardigan cuello chal
	Cuello redondo	Prenda que cubre el tronco y extremidades superiores. Por su grueso tejido es usado normalmente como prenda de abrigo.	 Chaleco hockey
	Cuello V		
	Suéter	Con iguales características que las del chaleco cuello redondo y en V, su única diferencia es que posee una sección de tejido que cubre el cuello, la cual puede ser mas ancha o ajustada y sus largos varían.	 Cuello de tortuga
	Chaleco de cuello alto		
	Suéter cuello V, sin mangas		
	Suéter o polerón con cierre, sin capucha	Prenda gruesa de algodón que se utiliza principalmente para hacer deporte.	
	Suéter o polerón con cierre, con capucha		
	Suéter o polerón sin cierre, con capucha		

Figura 10: Tabla taxonomía chalecos
Fuente: Elaboración propia

ANTECEDENTES

TIPOLOGÍA DE CHAQUETAS

Imagen	Nombre	Descripción	Tipos de corte
	Chaqueta de jeans o denim	Utilizada para trabajar, debido a la resistencia del material y para salidas de tipo casual	
	Chaqueta aislante	Prenda que cubre el tronco, con la finalidad de abrigar la espalda y el pecho.	
	Chaqueta universitaria	De origen norteamericano, generalmente lleva una letra o insignia en su parte frontal izquierda. Utilizada principalmente por los estudiantes o equipos deportivos, para diferenciarse del resto.	
	Chaqueta de vellón	De uso institucional o para actividades al aire libre, por lo abrigador y cómodo del material, lo que permite moverse sin dificultad. Algunas protegen del viento y del agua.	
	Chaqueta de motociclista	Corta, de tipo acinturada y muy ajustada con correas. Brinda protección a los motociclistas.	
	Chaqueta de corredor	Chaqueta de corte sencillo, de tipo recto pero medianamente ajustado. Posee cuello redondo o mandarín. Cómoda y casual.	
	Chaqueta de aviador	Cazadora utilizada en los años 40 por los aviadores, pero utilizada actualmente en ocasiones casuales	
	Blusón	Generalmente ajustada en la cintura, puede tener capucha, de corte moderno. Se considera que tanto ropa deportiva y ropa civil casual.	
	Chaqueta de lana	Chaqueta que proporciona gran abrigo, impermeable y ajustada en las mangas. Generalmente posee bolsillos con solapa.	

Figura 11: Tabla taxonomía de chaquetas

Fuente: Elaboración propia

TIPOLOGÍA DE CHAQUETAS

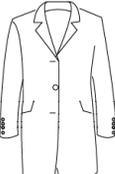
Imagen	Nombre	Descripción	Tipos de corte
	Chaqueta de esquí	Ropa de abrigo técnico, ideal para actividades a la intemperie, proporcionan calor y son muy resistentes a la intemperie, principalmente al viento.	
	Aislada por capas	Suelen estar rellenas con plumas de ganso u otras aves o de material sintético. Utilizadas para abrigarse en situaciones de fríos extremos, pueden o no tener capucha. Algunas llegan hasta la cintura y otras se extienden hasta la rodilla.	
	Chaqueta aislante	Diseñada para proteger del frío, suele tener una capa de material sintético que proporciona aislación térmica. Generalmente llega a mitad de pierna.	
	Chaqueta de algodón cerrada	Chaqueta gruesa, de tipo casual, suele tener botones, bolsillos con solapa y detalles que le quitan formalidad.	
	Chaquetón	Generalmente de uso institucional, suele ser de lana, con solapa grande y doble botón.	
	Muletón o Montgomery	Abrigo hecho de lana o algún material grueso. Debe su popularidad a la Marina Británica. Utilizados también durante la I Guerra Mundial y posteriormente comercializados por su precio asequible.	
	Capa superior	Como su nombre lo dice, se utiliza como capa superior sobre trajes formales y semiformales. Sirve como abrigo, pero principalmente para proteger lo que se lleva debajo.	
	Abrigo	Prenda de vestir que llega por debajo de las caderas y se abrocha al frente con botones y/o cinturón y ayuda a protegerse de las inclemencias climáticas.	

Figura 11: Tabla taxonomía de chaquetas

Fuente: Elaboración propia

ANTECEDENTES

TIPOLOGÍA DE CHAQUETAS

Imagen	Nombre	Descripción	Tipos de corte
	Impermeable	Tipo de gabardina impermeable, principalmente para proteger de la lluvia, hecho de material plastificado o laminado con plástico. Apareció sobre el siglo XIX, en Escocia.	
	Gabardina	Prenda exterior que se utiliza para resguardarse de la lluvia, ya que es impermeable. Su largo es hasta la rodilla, posee botones y solapas muy visibles. Su nombre proviene de Garibaldina, ya que fueron utilizadas por las tropas de Garibaldi en 1861.	
	Parka	Tipo de chaqueta pesada con capucha, inventada por los esquimales. Recubierta a menudo de piel natural o de imitación, para una completa protección de bajas temperaturas y del viento.	
	Blazer o Bléiser	<p>Un blazer es un tipo de chaqueta cruzada, que puede tener distintos tipos de botones . Se origina en la marina y en la indumentaria deportiva, sin embargo también puede ser parte de un atuendo elegante combinado con una corbata y camisa. Se puede llevar asimismo con pantalones oscuros de vestir o con otros más informales como jeans.</p> <p>El blazer parece una chaqueta de vestir pero se diferencia de ella en que tiene un corte más casual y en que a veces lleva accesorios como bolsillos de parche o botones metálicos.</p> <p>Al ser de origen deportivo, es una prenda de larga duración. A menudo, se utiliza como parte de uniformes institucionales de colegios, empresas, compañías aéreas o clubs náuticos o de piragüismo.</p>	 <p>Confort Fit</p>  <p>Regular fit</p>  <p>Slim Fit</p>   <p>Solapa de pico Pico de maleza</p>   <p>Chal Muesca estándar</p>   <p>Muesca estrecha Muesca amplia</p>

Figura 11: Tabla taxonomía de chaquetas

Fuente: Elaboración propia

ANTECEDENTES

TIPOLOGÍA DE CORBATAS

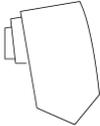
Imagen	Nombre	Descripción	Tipos de corte
	Boxer corto	Complemento de la camisa, que se anuda en el cuello, dejando caer sus extremos, con el fin de tapar los botones.	 Corbata tradicional  Corbata delgada
	Corbata de moño	Cinta de tela atada alrededor del cuello de manera simétrica, donde los extremos opuestos forman dos lazos. Utilizados en la vestimenta formal.	 Cardo o mariposa  Ala de murciélago
	Corbata de lazo Rocheau Corbatón	Prenda de cuello para ceremonias, destinada al novio principalmente.	
	Corbata de bolo o cordón	Pieza de cuerda o cuero trenzado con puntas de metal, asegurados con un cierre ornamental o corredera.	

Figura 12: Tabla taxonomía de corbatas
Fuente: Elaboración propia

ANTECEDENTES

TIPOLOGÍA DE ZAPATOS

Imagen	Nombre	Descripción	Tipos de corte
	Clásico tipo Oxford	Estilo del zapato elegante de cuero. Construidos tradicionalmente en cuero y eran históricamente bastante planos. El diseño del zapato es a menudo liso, pero puede incluir algún ornamento o pequeñas perforaciones como el pespunteado doble a lo largo de la puntera. Se ata con cordones que pasan a través de cinco o seis parejas de orificios.	 Tipo ala
	Mocasín	Tipo de zapato masculino de cuero y suela dura. Se caracterizan por no poseer cordones, hebillas u otra forma de sujeción. Cuentan con una pala ancha cosida al resto que forma una sola pieza y se calzan en un solo gesto. Se utilizan en un contexto sport, ideales para llevar sin calcetines.	 Zapato para conducir
	Correa de monje	Estilo de zapato sin cordones, con cierre de hebilla y correa. Se considera un zapato medianamente formal. Ocasionalmente tiene puntera	
	Zapato de barco o de cubierta	Suelen ser de lona o cuero y suela de goma, para no dejar marcas y proporcionar agarre en la cubierta mojada de un barco. Su construcción en cuero, junto con la aplicación de aceite, está diseñado para repeler el agua; y la costura es muy duradero. Se usan tradicionalmente sin calcetines.	
	Zapatillas deportivas	Diseñadas originalmente para hacer deporte (facilitando esta tarea, por su forma y materiales), aunque hoy en día muchas personas los usan como calzado habitual. Se utilizan con calcetines.	 Zapatillas casuales
	Botín Chealse	Similares a la bota pero estos poseen una caña muy baja, y fueron diseñados en un principio como calzado de trabajo.	 Botín desierto  Chukker
	Sandalias	Tipo de calzado donde los dedos y otras partes del pie quedan al descubierto, ideales para la playa o piscina	

Figura 13: Tabla taxonomía de zapatos
Fuente: Elaboración propia

TIPOLOGÍA DE SUSPENSORES

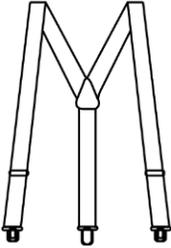
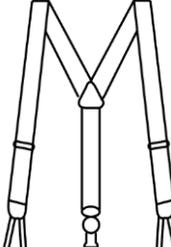
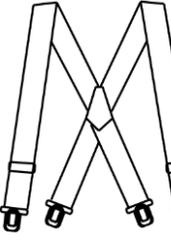
Imagen	Nombre	Descripción	Tipos de corte
	<p>Suspensores de vestir con clip</p>	<p>Los tirantes o suspensores son correas elásticas de tela, que pasan por sobre los hombros para sostener el pantalón. La correa de los tirantes puede ser elástica o sólo al final de este. La mayoría de los tirantes son de tela tejida con unos remates finales de cuero. Las abrazaderas se enganchan habitualmente al pantalón con clips o, menos comúnmente hoy día, con botones. Los suspensores de trabajo suelen ser mas gruesos debido a que deben tener mejor sujeción, ya que son utilizados para labores de gran movimiento, por lo cual el pantalón debe encontrarse muy firme y no caerse para otorgar comodidad.</p>	<p>Delgado</p>  <p>0,5" – 1" De moda</p>
	<p>Suspensores de vestir con botón</p>		<p>Tipo medio</p>  <p>1,25" – 1,5" Casual o para trabajar</p>
	<p>Suspensores de trabajo</p>		<p>Ancho</p>  <p>2" Funcional o para trabajo pesado</p>

Figura 14: Tabla taxonomía de suspensores
Fuente: Elaboración propia

ANTECEDENTES

TIPOLOGÍA DE GORROS

Imagen	Nombre	Descripción	Tipos de corte
	Sombrero Panamá	Sombrero tradicional fabricado con hojas trenzadas de palma	
	Porkie pie	Sombrero de Antonia o fieltro de borde estrecho y corona plana.	
	Clásico Bombín fieltro	Un tipo de sombrero clásico confeccionado en fieltro que se compone de un ala estrecha y una corona redonda. Popular entre el siglo XIX y los primeros años del siglo XX.	 Bombín  Bombín coronado
	Canotier	Fabricado en paja con corona plana. Asociado con los gondoleros de Venecia.	
	Sombrero De copa gris	Confeccionado en fieltro, seda o piel, que se compone de una corona cilíndrica, alta, cima plana y un borde semi-curvo. Popular en la moda masculina entre los siglos XVIII y XX. Actualmente se utiliza solamente con etiqueta de día o conjunto formal de noche.	 Sombrero de copa de seda  Sombrero de obispo
	Homburg	De fieltro con corona pinchada y con una cinta alrededor de la base de la corona, de tipo formal.	
	Sombrero De ópera	Sombrero utilizado para asistir a la ópera, de copa alta, pero se que plegaba para quedar mas pequeño.	
	Sombrero de clérigo	Sombrero utilizado por hombres que han recibido ordenes sagradas, otorgadas por la iglesia cristiana.	
	Birreta	Gorra religiosa hecha de seda, rematada por una borla redonda..	
	Boina	Gorra redonda de corona plana, utilizada frecuentemente como parte del uniforme militar y que cubre únicamente el cuero cabelludo.	
	Gorra De plato	De corona plana que tiene una visera, es regularmente utilizada por militares y policías.	

Figura 15: Tabla taxonomía de sombreros

Fuente: Elaboración propia

ANTECEDENTES

TIPOLOGÍA DE GORROS

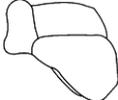
Imagen	Nombre	Descripción	Tipos de corte
	Gorra irlandesa	Abombada de lana con una visera dura, relacionada con las gorras utilizadas por niños de EEUU durante la primera mitad del siglo XX.	 Gorra tweed  Gorra de timonel
	Snapback	Con apertura atrás que permite su adaptación a la cabeza. Famosas en los años 89 y 90 por el merchandising de los equipos de baloncesto, hockey y actualmente béisbol adoptando una visera plana.	
	Gorro pescador	Ideal para el deporte de la pesca y cualquier tipo de deporte al aire libre, por su grande visera y ajuste al cuello. Ligero, fresca, transpirable y con filtro UV.	 Sombrero tropical
	Sombrero explorador	Di solapa ancha para proteger del sol y cuidar de las inclemencias climáticas, elaborado principalmente con tela impermeables, pero que permiten la ventilación..	
	Deerstalker	A prueba de clima utilizado para la práctica de la caza. Popularmente identificado como el sombrero del personaje Sherlock Holmes.	
	Sombrero	Se utiliza específicamente para cubrir del sol, el frío o incluso marcar el estatus social del portador. .	
	Gorro	Diseñado para abrigar y es regularmente tejido.	 Gorro Chilote  Chullo
	Ushanka	Gorra rusa de pelaje que tiene "orejas" o alas laterales.	
	Sombrero De motorista	Sombrero de Chiporro, que cubre oreja mediante alas laterales y parte trasera del cuello.	
	Gorra de chef	Plegable y alto utilizado por chefs.	

Figura 15: Tabla taxonomía de sombreros
Fuente: Elaboración propia

ANTECEDENTES

TIPOLOGÍA DE LENTES

Imagen	Nombre	Descripción	Tipos de corte
	Ojos de gato	Marco angular para agregar definición, populares en los años 50 y 60.	 Steper
	Aviador	Diseñadas originalmente por Bausch & Lomb, pero producidas por la marca Ray-Ban. 1 Estas gafas constan de dos lentes amplios, en forma de "lágrima" que tocan los pómulos.	Oscuros reflejantes
	Rectangulares	Gafas con marco superior o completo, de líneas elegantes, aportan un estilo correcto en cada momento	 Rectangulares
	Ovalados	Gafas de forma amplia que se extienden desde la ceja al pómulo	
	Cuadrados		
	Muse college	Amplias, relacionadas con el ámbito intelectual.	
	Ascendentes	Tienen doble puente, uno adaptado a la curva de la nariz y el otro que une el armazón de ambos lentes de la parte superior. Agregan definición a la mirada	
	Redondos	Marcos redondos vintage son la mezcla perfecta de estilo clásico y moderno.	
	Liviano deportivo	Reflejan la onda cyber de los 80's. Son gafas en forma de tira con uno o dos lentes largos que pueden o no cubrir las cejas.	 Deportivo

Figura 16: Tabla taxonomía de lentes
Fuente: Elaboración propia

Sin duda existe una gran variedad de indumentaria y diversos tipos en algunos de los elementos. Cada elemento posee una forma y materialidad que obedece a un contexto y gracias a la gran gama de elementos existentes, tenemos variadas opciones para elegir.

“En Europa el 91% de los hombres ha comprado alguna vez en Zara, el motivo, “...está claro que la variedad de opciones a la hora de elegir ropa para nosotros es muy inferior respecto a las mujeres...”, además de poseer precios razonables y la estrella en las compras son las camisas” (González, 2015).

Algo similar sucede en nuestro país, se entrevistó a personas encargadas de la venta en diferentes tiendas de ropa (dirigidas al segmento), ubicadas en Barrio Lastarria, Barrio Italia y Drugstore y al consultar que tipo de prendas buscan, nos comentaron que la prenda que se compra con mayor frecuencia, es la camisa, “...tenemos una cartera de clientes cautivos que saben que renovamos prendas

cada seis meses y vienen a buscar nuevas. Buscan principalmente detalles en camisas las que algunas veces son Slim fit y son exclusivas” (Vendedora tienda Zebra, 2016), “... Camisas y trajes ya que hacemos a pedido”, (Vendedora tienda Zarza Dorali, 2016).

Al entrevistar a hombres del segmento, se realizó la pregunta ¿Te gusta comprar ropa, accesorios, zapatos, perfumes o productos de belleza? ¿Dónde sueles comprar? ¿Qué es lo que más te gusta comprar? Donde la respuesta fue la siguiente; *“Me encantan las camisas y es una lata ver a alguien vestido igual que uno, por eso una vez me mandé a hacer camisas y poleras, pero no fue lo que esperaba. Debo tener unas 50 camisas” (Vega, P. 2015).* En general los hombres del segmento indicaron comprar varios elementos de indumentaria, pero al que recurrían con mayor frecuencia era la camisa, encontrándose con el problema de la poca variedad y un tallaje que no responde a sus dimensiones,

hombres

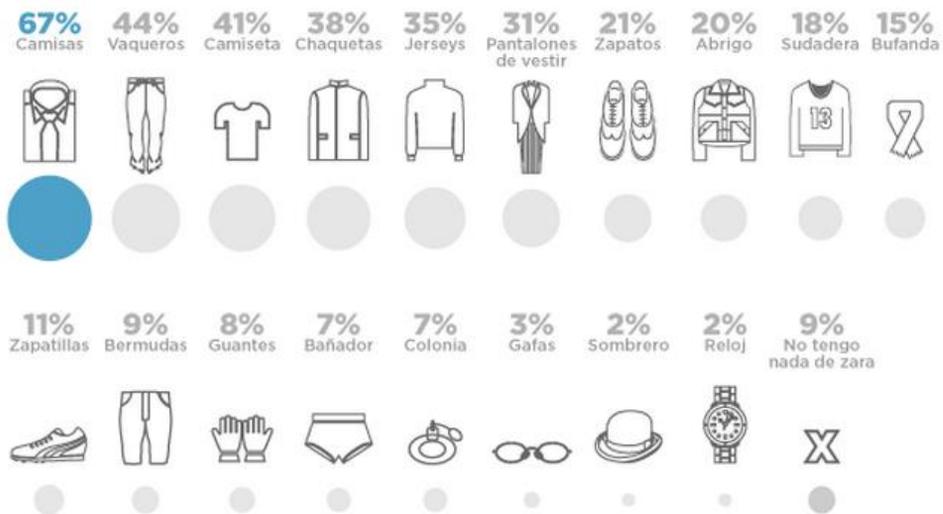


Figura 17: Indumentaria de mayor consumo masculino en España
 Fuente: <http://www.trendenciashombre.com/cajon-de-sastre/por-que-compramos-en-zara-un-estudio-de-mercado-revela-que-el-91-de-los-hombres-ha-comprado-en-zara-alguna-vez>

principalmente por la contextura del segmento. Se preguntó al segmento ¿Existe algún elemento de tu indumentaria, que te cueste mucho encontrar? ¿Por qué razón? *“La mayoría, ya que mi talla (al ser flaco) no es tan común en las ventas de ropa americana, por lo general termino modificando lo que compro para adecuarlo a mi contextura”* (Aranda, J. 2015). Por último se afirma que les gustaría que hubieran diseños en vestuario que tuvieran mas detalles y elementos que los hagan diferentes del resto, al realizar las preguntas ¿Existe algún elemento de tu indumentaria, que te cueste mucho encontrar? ¿Por qué razón? A hombres del segmento, respondieron; *“En verdad no me cuesta encontrar nada, pero me gustaría que hubiera mas variedad de camisas, estampados, colores y de pantalones”* (Ampuero, R. 2015). Al preguntar a vendedores ¿Buscan calidad en las telas y diseños? Respondieron; *“Si pero principalmente diseños mas originales, porque de telas, cortes y costuras los hombres en general no saben mucho, buscan mas que nada algo que les quede bien y con lo que se sientan cómodos”* (Vendedora tienda Zebra, 2016), *“Si sobre todo diseños, algunos saben de telas, ahora los hombres para el verano buscan una tela viscosa, que sea fresca, delgada. Uno los guía un poco, les explica algo sobre las telas y la que mas les convienen y luego ellos vuelven preguntando por eso”* (Vendedora tienda Mo Store, 2016).

Una camisa, es una prenda que puede generar alto impacto en una tenida y lograr distinción. Además es una prenda versátil, ya que se puede utilizar tanto de día, para el trabajo, como para una salida en la noche, teniendo en cuenta los diseños, según el grado de formalidad requerido. Sin embargo la oferta es limitada y los hombres interesados en el tema cuentan que muchas veces terminan comprando camisas nuevas o usadas y arreglándolas, ya que la mayoría busca un calce Slim Fit, que no encuentran en el mercado. La mayoría de los hombres coincidían en que la talla más chica de las tiendas tradicionales les quedaba grande, y los diseños eran fomes, etc. Lo que había en el mercado Slim Fit (Drugstore, Zara, Lastarria y

algunas boutiques especializadas) era poco, caro y a veces demasiado extravagante. Sin embargo existen alternativas como a Troozt, marca internacional que se vende en nuestro país a través de Facebook, donde todos sus productos son de corte Slim Fit, su creadora señala que le objetivo de su negocio es *“vender camisas con ese corte, que evitaren la formación de esas bolsas horribles en la espalda, típicas del corte tradicional”* (Palali, 2015).

La prenda mas significativa para el segmento en estudio resultó ser la camisa, lo que queda en evidencia en la página siguiente, donde se exponen los gráficos de los resultados obtenidos de las entrevistas. Esta prenda, sus detalles y variaciones en elementos como cuellos, puños y bolsillos, entre otros, le permiten ser una prenda versátil que puede ser utilizada en contextos contrastantes. Es por esto que se decidió enfocar el estudio en esta prenda, teniendo en cuenta problemas manifestados como el tallaje y poca variedad en diseños, sin embargo es necesario conocer las partes y piezas que la componen y los contextos en que se pueden utilizar.

Analizando los datos obtenidos a partir de entrevistas tanto a vendedores como a hombres del segmento escogido, presentamos los siguientes gráficos, que nos permiten determinar que la camisa es la prenda mas significativa para el grupo de estudio. Además de evidenciar el problema de tallaje y la preocupación de estos por el diseño y los detalles, en las prendas de vestir.

prenda de mayor significancia

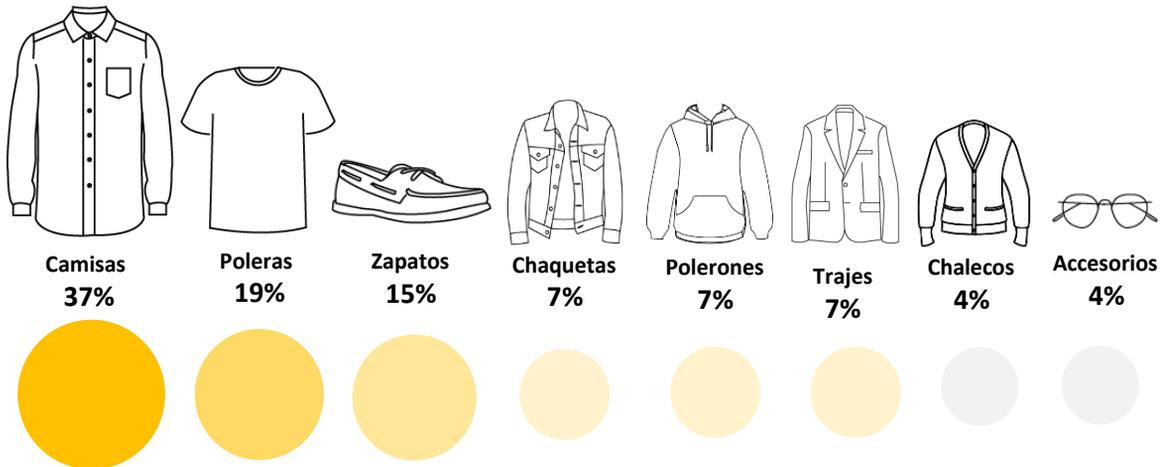
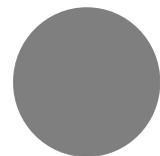


Figura 18: Gráfico indumentaria más significativa para el segmento.
Fuente: Elaboración propia

problema de tallaje

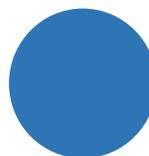
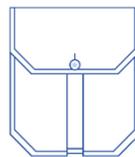


Tiene problemas
75%

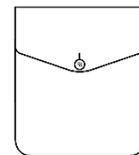


No tiene problemas
25%

preocupación por los detalles



Le preocupan
75%



No le preocupan
25%

Figura 19: Gráfico de problema de tallaje y preocupación por los detalles del segmento en estudio.
Fuente: Elaboración propia

2.6 PARTES Y PIEZAS DE UNA CAMISA

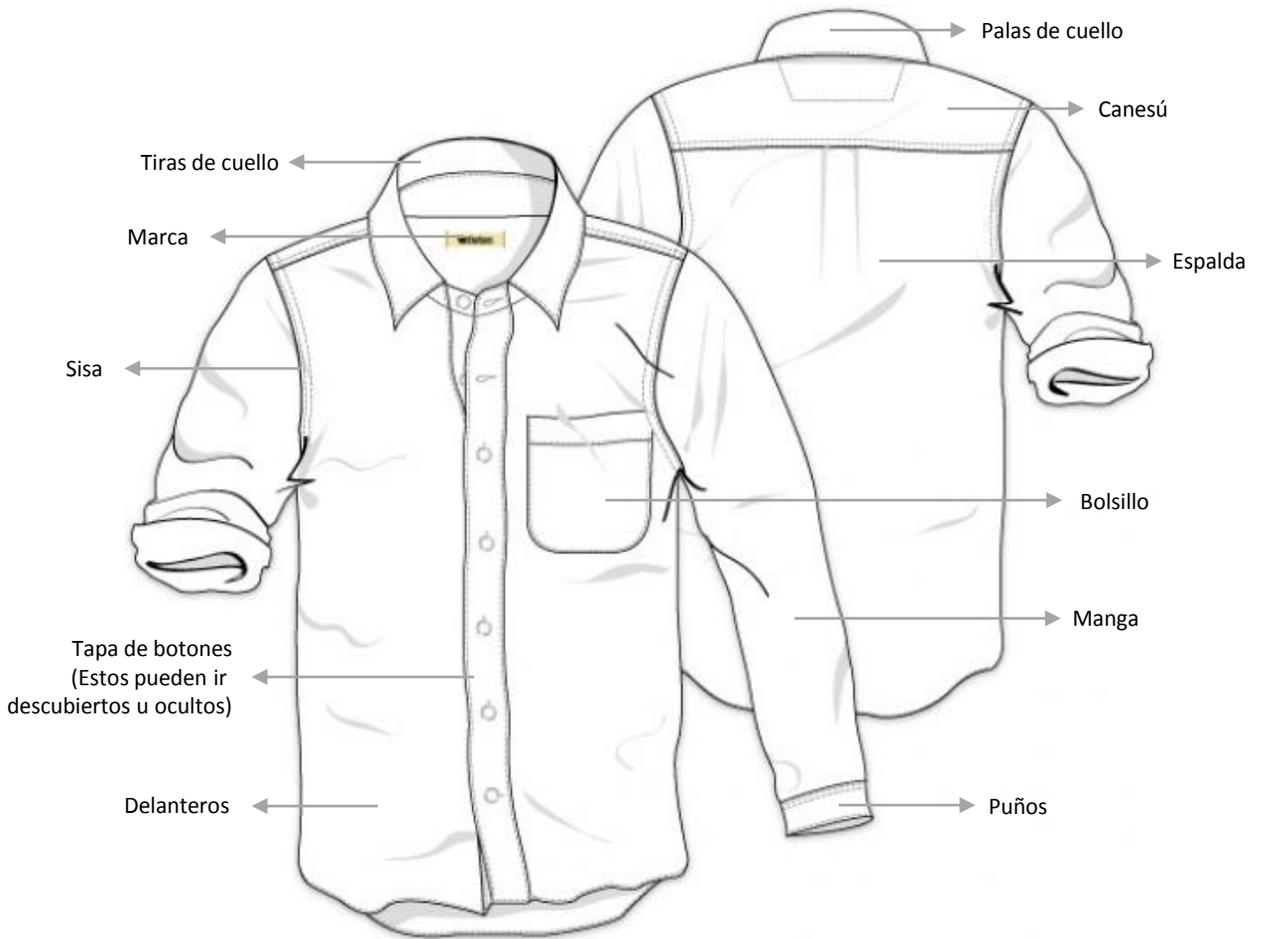


Figura 20: Partes de una camisa
Fuente: Elaboración propia

2.7 DESCRIPCIÓN DE CAMISA

Materialidad:

- Algodón: Para camisas mas deportivas y casuales
- Franela: Para camisas casuales y usadas en climas fríos
- Jeans o mezclilla: Para camisas casuales o de trabajo
- Lino: Para camisas mas casuales
- Oxford: Para camisas de trabajo
- Poliéster: Para camisas más casuales
- Seda: Para camisas formales, elegantes y de etiqueta

Combinación de materiales:

- Algodón + poliéster.
- Algodón + poliéster + elastano.
- Lana + poliéster.
- Jeans o mezclilla + poliéster.

Tipos de tejido:

- Plano

Proceso productivo:

Camisa manga larga

1. El proceso comienza con la selección, compra de la tela y entretela (esta es usada en los puños y cuellos, de forma interna), botones (17 en el caso de llevar dos en el cuello) e hilo.
2. Luego esta se estira y marca según patrones. Se pueden cortar de forma manual o en un ploter de corte. Esto facilita que se aproveche todo el material, dejando un margen para las costuras. Se utilizan 18 piezas de tela y 3 de entretela.
3. Se llevan todas las piezas para ser unidas, a la sala de confección.

3.1 Se comienza con el cuello, uniendo la tela del cuello y entretela con calor, ya que esta segunda presenta un pegamento que bajo esas condiciones queda adherida. Esto permite darle rigidez al cuello.

3.2 Se cose una tela blanca a la parte trasera del cuello, para darle una buena terminación

3.3 Se da vuelta el cuello con una máquina y posteriormente se plancha.

3.4 Posteriormente se marque la posición del bolsillo y se cose a la pieza correspondiente,

3.5 Se continua con los puños, con un proceso similar al del cuello.

3.6 Se monta el canesú a la espalda y se hacen los pliegues, los que ayudan a darle mas comodidad a la prenda.

3.7 Se une el cuello a la parte delantera y trasera.

3.8 Se hacen los ojales y se pegan los botones.

3.9 Se pegan las mangas que ya se encuentran unidas con el puño.

4. Se pasa la prenda por control de calidad.

5. Se plancha la camisa por fuera, primero cuellos , puños y posteriormente el cuerpo. Es doblada y empacada, para ser distribuida.

Cortes

Descripción

Uso



Regular Fit

De corte recto, cómodas, ya que la sisa es amplia, ancho de manga estándar (cubre el brazo sin ceñirlo), al igual que el del pecho. La tela cae recta de la sisa hasta el final de la camisa.

Ideal para todo tipo de cuerpo, solo deben quedar a la medida en los hombros, elegante, pero no realza mucho el cuerpo.



Tailored Fit

Es una regular fit estrechada levemente, se adapta al torso, pero sin marcarlo. Como su propio nombre indica, imita el corte de una camisa hecha a medida, por un sastre (tailor), bien encajada pero sin apretar.

Es cómoda y permite movilidad, ya que la sisa y la manga mantienen el ancho del regular fit. Se estrecha en el tronco para realzar la silueta masculina. Marca bien la línea de los hombros y ayuda a disimular el estómago.



Custom Fit

Mantiene el largo de la camisa, pero todo se reduce: sisa, ancho de manga, contorno de pecho y tronco con el fin de resaltar la figura masculina.

Ideal para gente delgada y alta, ya que consigue un efecto visual que destaca los hombros con respecto a la cintura, dando un aspecto más corpulento.



Slim Fit

El pecho se estrecha y el tronco se acorta. Además, la sisa y el ancho de mangas seguirán siendo ceñidos.

Recomendada para hombres de abdomen plano, ya que debido al corte, te hace parecer mas fornido y es muy pegada al cuerpo.



Superslim Fit

De iguales características que la Slim fit, pero extremadamente ajustada.

Ideal para gente muy delgada, encaja en los hombros y se ajusta como una segunda piel, creando un efecto musculoso.

Figura 21: Cortes de una camisa
Fuente: Elaboración propia

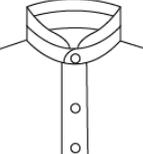
Cuellos	Descripción	Uso
 <p data-bbox="257 511 328 540">Clásico</p>	<p data-bbox="478 367 835 531">El cuello de la camisa más común. Tiene un aspecto limpio. Puede ir armado con ballenas en su interior para dar rigidez.</p>	<p data-bbox="871 367 1213 463">Adecuado tanto para camisas formales y casuales. Puede ser utilizado con corbata.</p>
 <p data-bbox="235 724 342 753">Expandido</p>	<p data-bbox="478 589 835 753">Cuello de camisa con una amplia difusión entre sus puntas, lo que puede dar cabida a un nudo de la corbata voluminosos.</p>	<p data-bbox="871 589 1213 724">Es el cuello más elegante para usar con nudo doble o nudo Windsor, sin corbata no suele verse bien.</p>
 <p data-bbox="199 937 385 966">Con botones abajo</p>	<p data-bbox="478 782 835 917">El cuello de la camisa posee ojales en sus puntas para sujetarlos al cuerpo en la camiseta.</p>	<p data-bbox="871 782 1213 917">Es un cuello muy práctico y bonito para su uso más casual. No es recomendado para el uso con corbata.</p>
 <p data-bbox="264 1149 314 1178">Club</p>	<p data-bbox="478 1004 835 1072">Cuello de camisa con las puntas redondeadas.</p>	<p data-bbox="871 1004 1213 1139">Se usa en las ocasiones más informales o incluso causal. No estaría indicado para trajes de ceremonia o etiqueta.</p>
 <p data-bbox="242 1362 349 1391">Con ojete</p>	<p data-bbox="478 1207 835 1362">Lleva una pequeña trabilla uniendo las dos palas de los cuellos, este efecto hace que la corbata sobresalga de la camisa de forma abultada.</p>	<p data-bbox="871 1207 1213 1265">Ideal para ocasiones formales, debe ser usado con corbata.</p>
 <p data-bbox="242 1593 342 1622">Mandarín</p>	<p data-bbox="478 1429 835 1680">Collar corto desplegado, que inicia en el escote y se levanta y eleva verticalmente 2,5 centímetros. Es la interpretación occidental del vestido usado por las mandarinas en la China imperial.</p>	<p data-bbox="871 1429 1213 1497">Ideal para épocas calurosas y ocasiones informales.</p>

Figura 22: Cuellos de una camisa
Fuente: Elaboración propia

Cuellos

Descripción

Uso



Cuello doble

El cuello de la camisa más común. Tiene un aspecto limpio.

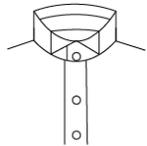
Adecuado tanto para camisas formales y casuales.



Cuello alado

Cuello de camisa con una amplia difusión entre sus puntas, lo que puede dar cabida a un nudo de la corbata voluminosos.

Adecuado para ocasiones formales que requieran uso de corbata.



Alas pequeñas

Estilo de cuello formal, para ser utilizado con esmoquin en eventos de etiqueta.

Ideal para situaciones formales, como bodas.

Figura 22: Cuellos de una camisa
Fuente: Elaboración propia

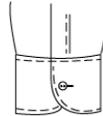
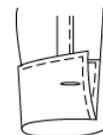
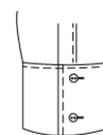
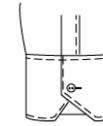
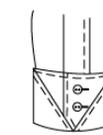
Puños	Descripción	Uso
 <p data-bbox="239 511 342 550">Un botón</p>	<p data-bbox="456 376 856 473">Tipo de puño mas común: el botón se estira en un lado de la brecha y ojal en el otro</p>	<p data-bbox="856 376 1226 473">De uso cotidiano, situaciones formales, semi formales e informales.</p>
 <p data-bbox="239 685 342 724">Redondo</p>	<p data-bbox="456 569 856 608">Puño con bordes redondeados.</p>	<p data-bbox="856 569 1226 608">Para uso informal y relajado.</p>
 <p data-bbox="239 908 342 937">Francés</p>	<p data-bbox="456 763 856 898">Consiste en dos puños tradicionales, el cual se pliega sobre si mismo y se cierra con gemelos.</p>	<p data-bbox="856 763 1226 830">Es uno de los puños mas formales.</p>
 <p data-bbox="239 1120 342 1159">Dos botones</p>	<p data-bbox="456 956 856 1207">Este puño se cierra con botones uno encima del otro, algunas puños tienen la opción de cortar los botones cuando sea necesario para convertir la camisa para un solo botón o cuando estas se ven desgastadas</p>	<p data-bbox="856 956 1226 1052">Para uso cotidiano, ideal para camisas de trabajo o de uso institucional.</p>
 <p data-bbox="239 1371 342 1410">Corte angular</p>	<p data-bbox="456 1246 856 1371">Variación del puño con bordes redondeados, la diferencia es que en vez de ser redondos, los cortes son angulares.</p>	<p data-bbox="856 1246 1226 1284">Para uso informal.</p>
 <p data-bbox="239 1584 342 1622">Napolitano</p>	<p data-bbox="456 1439 856 1593">Puño que posee un pedazo de tela doblada hacia atrás para imitar un manguito francés, se mantiene unido por dos botones.</p>	<p data-bbox="856 1439 1226 1535">Utilizado para coctel e instancias con cierto grado de formalidad.</p>

Figura 23: Puños de una camisa
Fuente: Elaboración propia

Las camisas de calidad deben estar hechas con fibras naturales para que puedan mantener su elegancia original por más tiempo. Las telas de las camisas se pueden diferenciar por tres elementos:

La **composición**, el **hilo** y el **trenzado**.

“Luego del algodón de fibra larga, las fibras naturales más utilizadas son: la seda natural, el lino y la lana fina. También son empleadas fibras sintéticas, como el poliéster para mezclar en proporciones variables con las fibras naturales, como el algodón y la lana. Este hecho hace que la camisa resultante posea mejoras en ciertas características (como el fácil planchado), pero trae aparejada una pérdida de otras tantas (como la absorción de humedad) que hace que su calidad sea inferior con respecto a las de fibras naturales 100%. Esta últimas son sin duda las de máxima calidad (algodón peruano 100% y lino 100%) pero también son las que mayor dificultad tienen al momento de ser planchadas.” (Argentina, 2016).

El hilo de calidad siempre será a dos cabos, dos hilos entrelazados y enrollados entre sí que lo hará más resistente. Una buena tela debe tener la trama y la urdimbre formada por hilos de dos cabos que se señala con el símbolo, 2×2.

El hilo se puede trenzar de muchas formas diferentes para obtener diferentes texturas. Las formas más típicas de trenzado en camisería clásica son:

- Espiga
- Fil a fil
- Oxford
- Pin point
- Popelina
- Twill

Estos tejidos de tipo plano, provienen de los tejidos de Tafetán y Sarga, los cuales se describen en la página siguiente.

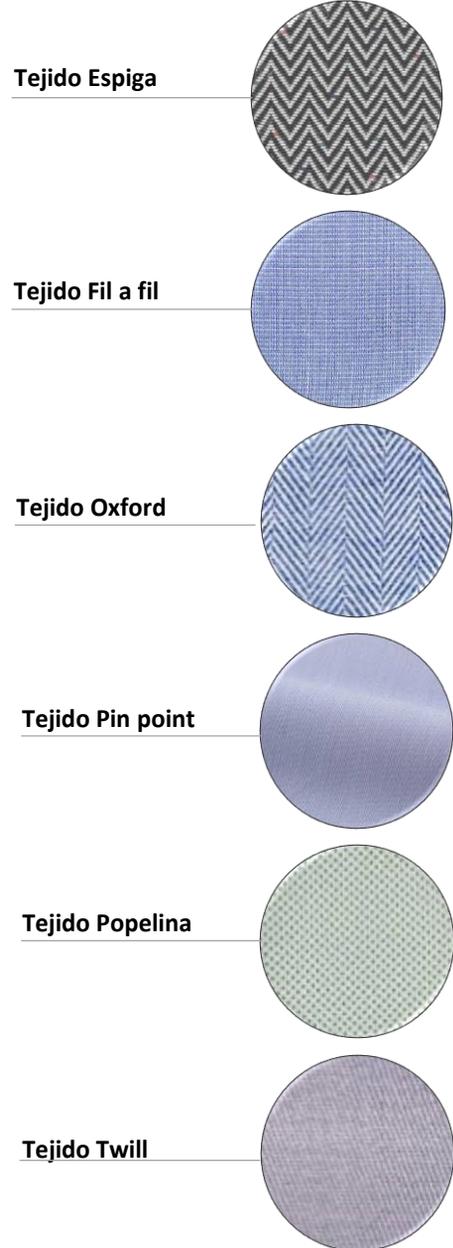


Figura 24: Tipos de tejido para camisa
Fuente: Elaboración propia

Tejido plano

Tafetán: Método básico de tejido, en el que cada hilo de la urdimbre se entrelaza con el hilo de la trama

Sarga: Tejido cruzado se caracteriza por líneas diagonales muy marcadas producidas por entrelazamiento de dos hilos de la urdimbre con un hilo de la trama en filas alternadas. Tejido de gran resistencia.

Raso: De textura más densa que los tejidos cruzados, su principal característica es la suavidad, que es conseguida a expensas de la resistencia. La superficie suave del tejido de satén se logra pasando los hilos de urdimbre encima de unos de cuantos de trama, con un entrelazado mínimo; la exposición de la luz en los hilos libres produce su brillo particular.

Popelina: De tacto sedoso, combina dos hilos de diferentes grosores, más fino en la urdimbre que en la trama, con el doble de hilos verticales que horizontales. Puede construirse con distintas calidades: de algodón, algodón-poliéster, algodón-seda, etc. Es la tela más valorada para las camisas más elegantes.

Fil a Fil: Alterna dos colores de hilo de una forma desigual y aleatoria, o bien de una forma constante y homogénea. Es perfecto para las camisas lisas en colores vivos.

Oxford: Trenzado geométrico con igual número de hilos verticales que horizontales. Se suele hacer con hilos gruesos para denotar su típica textura característica de esta tela. Ligeramente más grueso que el popelín, con un hilo de trama de color y una urdimbre blanca. Es un tejido suave y resistente.

Pin Point: Una variedad del Oxford pero con un hilo más fino, lo que ofrece que el aspecto y el tacto sea menos rústico y por tanto se consiguen prendas más de vestir.

Twill o Ribbed twill: Se distingue por una estructura en diagonales, la que puede ser más o menos marcada. Es flexible y sedosa, fácil de planchar..

Espiga o Herringbone twill: Es muy similar al Twill, con estructura en diagonal pero alternando su dirección. El tejido espiga es flexible y sedoso y muy fácil de planchar.

Figura 25: Mapa conceptual sobre tejido plano

Fuente: Elaboración propia

“Con respecto a los hilados, pueden ser de 1 o 2 cabos. En las camisas Prêt-à-Porter standard los hilados tienen títulos entre 50s - 60s. Las de alta calidad poseen hilados a dos cabos retorcidos con títulos 60s - 80s, y las más exclusivas entre 80s – 100s. Una tela para camisería fina de muy alta calidad y exclusividad puede manejar hilados a dos cabos retorcidos con títulos entre 140s - 160s.” (Argentina, 2016).

Cuando se realizaron las entrevistas a hombres del segmento, se indagó en el conocimiento de estos sobre las telas de sus prendas, llegando a la conclusión de que no manejan para nada el tema. La misma respuesta nos dieron las vendedoras de diferentes tiendas, cuando un hombre compra una camisa, se preocupa principalmente de que esta le quede bien, refiriéndonos a entalle y medidas en general, además del diseño, colores y detalles que esta pueda tener. Sin embargo, nos mencionaron detalles importantes y decisivos a la hora de la compra, muchos hombres detestan planchar y aseguran que prefieren comprar una camisa nueva, antes de tener que realizar esta tarea.

Los adelantes en tecnología textil, han permitido la creación de las camisas non iron, las que consisten en lo siguiente; *“... se utilizan resinas vegetales que son mezcladas con telas como el algodón y que reaccionan al calor corporal provocando que las arrugas no se produzcan o bien desaparezcan. Algo similar sucede cuando se usa un porcentaje de lino o seda, además de otorgarle más movimiento, con lo cual la ropa se siente más cómoda y evitando sentirte un maniquí ...”* (Rojas G. , 2016).

Sin duda esta fórmula es perfecta para el ajetreado ritmo de vida del grupo en cuestión, además les permite mantener una imagen limpia y ordenada, a lo largo del día, en todas sus actividades, lo que contribuye a su autoimagen.

Brooks Brothers cuenta con esta tecnología y se encuentra entre las marcas consumidas por el segmento, además de otras como Trial, Rockford, Ferrachini, Troozt, Zebra y Top man. Como el segmento no comprende de textiles, se realizó una búsqueda en estas tiendas, para saber de que están

hechas sus camisas, encontrando materiales similares e incluso los mismos en la mayoría de estas. Teniendo esto en cuenta, problemáticas mencionadas como arrugas y sudoración, además del aspecto que busca el segmento según su estilo, llegamos a los siguientes textiles, los cuales son los ideales para la creación de una camisa:

- Algodón
- Algodón + Poliéster
- Lino + Poliéster
- Lyocell o Tencel
- Rayón
- Rayón + Viscosa
- Rayón + Poliéster

Estos textiles serán tomados en cuenta en la posterior experimentación en detalles, teniendo en cuenta la disponibilidad del mercado nacional. Además cabe destacar, que el segmento busca cierto grado de formalidad, además de verse pulcro y limpio, por lo que los tejidos idóneos corresponden a aquellos de tipo plano, ya que permiten una mayor estructuración y además por su apariencia se logra el objetivo deseado.

2.8 EL VESTUARIO, NUESTRA CONEXIÓN CON EL MEDIO

La camisa según determinados elementos, puede pertenecer a diferentes contextos, situaciones y estilos, los cuales se expondrán a continuación.



Tipo de estilo: Formal

Vestuario pulcro, de colores neutros y dentro del mismo pantone, simétrico, uso de líneas rectas. Se destaca el cuello, espalda, hombros y puños como foco visual.

Posible situación:

Reunión de trabajo, evento formal.



Tipo de estilo: Semiformal

Vestuario pulcro, simétrico, utilización de líneas rectas y los tonos de su indumentaria apagados y tradicionales dentro del vestuario, con variaciones de colores, pero idealmente dentro del mismo pantone. Se destacan hombros, cuello y espalda.

Posible situación:

Trabajo en la oficina y almuerzo de trabajo, evento semiformal.



Tipo de estilo: Casual

Vestuario mas relajado, permite distintas combinatorias de colores, pero que no generen alto contraste, suele utilizarse mucho el contraste de texturas y estampados. No exige estructuración a la hora de vestir, es innecesario el uso de corbata, se pueden usar accesorios. Se utilizan prendas mas entalladas.

Posible situación:

Trabajo, almuerzo, salida con amigos, salida nocturna.



Tipo de estilo: Alternativo

Contraste de colores, formas, texturas, estampados y largos, entre otros. Combinan los accesorios con la indumentaria, generando una imagen que es reflejo de su personalidad extrovertida. Suele destacarse la cintura, que generalmente va entallada, con un corte tipo Slim fit, aunque en este estilo es más relativo. Asimétrico, se permite todo tipo de formas y líneas.

Se suelen utilizar dos o tres elementos como foco visual.

Possible situación:

Trabajo, almuerzo, salida con amigos, salida nocturna.



Tipo de estilo: Cotidiano

Vestuario informal, donde uno de los factores preponderantes es la comodidad, por ende se combinan toda clase de elementos, aunque la vestimenta suele ser más liviana, flexible y confortable. No importa el uso de colores, la presencia de asimetrías y si los cortes son de tipo recto o curvos. Los cortes suelen ser de tipo recto o más sueltos.

Possible situación:

Trabajo, almuerzo, junta con amigos o simplemente quedarse en casa.



Tipo de estilo: Sport

Vestuario relajado, cómodo y fresco, donde se permite tanto la simetría como asimetría, utilización de todo tipo de líneas. Los cortes son más bien rectos o sueltos. Se permite el juego de colores, pero entre las prendas no suele existir gran contraste.

Possible situación:

Almuerzo, salida, junta con amigos o quedarse en casa.

2.9 DISEÑO DE MODA Y DISEÑO DE AUTOR

“Cuando al vestuario se le relaciona con el fenómeno moda entra en los turbios terrenos de la condena social, como bien sabemos a la moda se la sataniza y se le culpa de muchos vicios humanos ligados a su sed de cambio, ya que su leitmotiv es la novedad siempre ha de generar obsolescencia y como consecuencia insatisfacción para los sujetos y desechos para el planeta cuando la producción material del hombre no entra más en sus fugaces categorías estéticas.” (Fernández, 2015).

Si deseamos tener una prenda con mayor

exclusividad, con materiales distintos, quizás nobles y duraderos, que puede estar confeccionada a medida. Donde también nos interesa conocer este proceso, no somos de los que se desprenden de una prenda fácilmente y estamos dispuestos a pagar el valor de esto, sin duda debemos optar por el diseño de autor. Sin embargo si somos de los que renovamos constantemente el closet y preferimos gastar lo mismo pero tener mas variedad o menos productos y desembolsar menos dinero y claramente no nos preocupa que la prenda nos quede a la perfección o ver al de al lado usando lo mismo, debemos optar por el consumo de diseño de moda.

		- Diseño de autor - de pasarela - de indumentaria	- Diseño de producto - de mercado - de moda
Problema	Crear una colección		
SubProblema	Producto diferencial	Bajo precio	
Destinatario	Personas que valoren el diseño	Personas que se quieren vestir a la moda	
Mano de obra	Especializada, artesanal	Se busca la mano de obra mas económica.	
Diseño	Busca innovaciones siguiendo los lineamientos de las tendencias	Respetando las tendencias, lo que se encuentra dentro de las posibilidades técnicas y de costos.	
Creatividad	En el diseño	En conseguir menores precios para la producción de la colección	
Solución	Poca cantidad de prendas a un precio elevado, con un gran valor agregado	Gran cantidad de prendas, a un precio menor.	
Para obtener igual ganancia	Menor cantidad de prendas	Mas cantidad de prendas	

Figura 26: Tabla proceso diseño de autor, versus diseño de producto
 Fuente: http://qepdmoda.blogspot.cl/2013_11_01_archive.html

Como podemos observar en el cuadro creado en el blog Q.E.P.D moda, el diseño de autor tiene bastantes diferencias con el diseño de producto o de moda. El diseño de autor trata de un proceso mas dedicado al diseño de prendas, mas cercano al usuario, mientras que el diseño de moda, se centra en lo económico, en la rentabilidad del producto, en el diseño para masas. Esto no quiere decir que uno sea mejor que el otro, sólo son enfoques distintos y depende de nuestras necesidades a cual de los dos recurriremos.

Sin duda el nicho al cual se esta investigando, tiende a preferir el diseño de autor, ya que les importa la exclusividad, este tiene un alto componente de originalidad e innovación, un relato de identidad propio, expresado en una marca lo que ayuda a contribuir en la economía del país. El segmento no se deja llevar por las opiniones de ciertos grupos, por el retail o el tradicionalismo estético. Son hombres que provienen de nuevas generaciones, que les interesa invertir en su vestuario, buscan diferenciación, un sello personal, por esto se preocupan de los detalles y del calce de la prenda, sin embargo a pesar de que en Chile existen varias tiendas de este tipo, se van por la línea del diseño femenino, habiendo solo unos pocos que se dedican a la confección de indumentaria masculina. Sin embargo podemos encontrar algunos de estas tiendas en Barrio el Golf, Barrio Italia, Barrio Lastarria, Drugstore y otros sectores de Providencia y Santiago centro, siendo los pioneros del siglo XXI, Mo-Store e Ignacio Lechuga.



Figura 27:: Lookbook hombre Mo Store
Fuente: <http://www.mo-store.cl/>

2.10 REFERENTES

JIL SANDER

Diseñadora Alemana de estilo minimalista apodada como "*queen of less*". Diseñó una colección de 150 artículos para la marca Japonesa Uniqlo, donde predominaban las prendas básicas, atemporales, tejidos *Avant – Garde*, siluetas etéreas, puras y limpias. Sin olvidar la prenda icónica de **Jil Sander**: la camisa blanca reinventada en cada una de sus creaciones. Siempre respetando la esencia de la línea y de la propia diseñadora, la pureza: "*Un pasaporte a través del tiempo y el espacio: líneas esculpidas, fluidas y sofisticadas*", (Redacción, 2016).

El diseño de camisas femeninas para esta marca,

presentaba costuras de muy buena factura técnica, manga francesa y una sisa ligeramente curva. Utilizando siempre el blanco y en esta ocasión tonos arena, contrastados con rojos, azul cielo y negro. Además de cortes tipo *Slim fit*, en prendas masculinas, aportando un aire *sport chic*.

Actualmente Rodolfo Paglialunga –director creativo de la firma– está realizando un buen trabajo, en el que captura el espíritu minimalista de la fundadora, quien ha estado de manera intermitente al frente de su firma. Utilizado líneas diagonales, angulares que a veces se cruzaban entre ellas, figuras geométricas y cortes rectos, a podido dar un toque de elegancia moderna a la colección Otoño Invierno 2015 – 2016.



Figura 28: Camisas diseñadas por Jil Sander

Fuente: <http://store.jilsander.com/us/jil-sander/men/shirts-tops>

BALENCIAGA

Fundada en París en 1937, en el número 10 de la avenida George V de París (donde sigue estando la tienda principal) se convirtió pronto en un lugar de referencia para la clase alta de la Ciudad de la Luz.

“El buen hacer con las formas y los volúmenes y su destreza con el uso de la aguja reportaron al modisto una fama más que merecida entre sus colegas de profesión y situaron a la casa entre los referentes de la moda femenina ya desde los años 40. De la primera etapa de la maison destaca el interés de Balenciaga por crear volúmenes insospechados y líneas fluidas,

algo que supo entremezclar a la perfección con la reinterpretación y actualización de prendas propias del folclore como la capa o el ...” (Ghesquiére, 2016)

El modisto se retira en el año 1968, sin embargo la marca recibe muchos colaboradores a lo largo de su trayectoria, entre ellos Alexander Wong (2012 – 2015), quien aporte un aire sport a las colecciones.

Entre las prendas que la casa Balenciaga ofrece, se destacan sus camisas, sencillas, pero con detalles decorativos, como contrastes de colores en cuellos y cierres que marcan la diferencia y las hacen únicas en el mercado.



Figura 29: Camisas marca Balenciaga

Fuente:

http://www.balenciaga.com/cl/shirts_cod38516632lk.html

3.

ESTUDIO DEL PERFIL DE USUARIO

3.1 PERFIL DEL USUARIO

Para determinar gustos e intereses del segmento escogido, se realizó una entrevista a doce hombres, a quienes se les efectuaron preguntas de carácter demográfico tales como; edad, dirección y ocupación y pasatiempos, para determinar si se encuentran en el rango etario establecido en los inicios del proyecto, si se desarrollan en carreras liberales y si pertenecen geográficamente a las zonas mencionadas con anterioridad. Además se les formularon una serie de preguntas.

De acuerdo a las respuestas que estos dieron y temas de conversación que fueron surgiendo a medida que avanzaba la conversación, se realizó un perfil del usuario tipo, donde se exponen sus respuestas y comentarios, de manera anónima. Posteriormente se mostró a través de herramientas gráficas, el ambiente en cual se desenvuelven, su estilo y las marcas que consumen. A través de un Moodboard, Coolboard y finalmente y en el mismo orden, Brand board. Con estas herramientas será mucho fácil construir un escenario sobre el cual trabajar.

<<Soy bien preocupado de mi apariencia en el sentido de estar cómodo con lo que uso y lo que quiero proyectar, que si bien uno proyecta para los demás el “qué dirán” no condiciona mi imagen. Me ocupo de mi físico constantemente, llevándolo al plano de la rutina, movilizándome en bicicleta cuando las distancias lo permiten, o si no en auto y practicando yoga en mis tiempos libres, para ocuparme del plano físico y mental.

Me gusta diferenciarme del resto, aunque en mi ambiente personal la diferenciación es más pequeña ya que uno se mimetiza con el círculo, pero me gusta usar cosas distintas en cuanto a la indumentaria y diferenciarme en los cortes de pelo.

Me gusta comprar ropa reutilizada, primero por un tema medioambiental y de conciencia social, segundo porque existe una relación más coherente, entre precio y calidad y tercero por la gran variedad y piezas únicas que uno puede encontrar y cuarto porque yo armo mis tenidas y no me baso en las tendencias del consumo masivo. También compro harto por internet, en amazon.uk.com, eBay y una infinidad de tiendas online de streetwear. Me gusta la ropa de buena calidad, con preocupación en los detalles



Nombre: **Andrés Bertrán**
 Edad: **27 años**
 Nacionalidad: **Chilena**
 Profesión: **Arquitecto**
 Residencia: **Santiago**

Intereses Generales: Arte, cine, teatro, fotografía, música, literatura, ilustración, moda y viajar para aprender sobre otras culturas y pasarlo bien.
Intereses Musicales: Underground, indie, tech house, música alternativa, pop y electrónica.
Intereses Gastronómicos: Me gusta la comida Peruana, Italiana, India, pero prefiero sándwiches me gustan los jugos naturales, reales no de pulpa y mezclas de sabores.
Forma de desplazamiento: Auto, metro y bicicleta.
Lugares que frecuenta: Barrio Lastarria, Bellavista, Isidora Goyenechea y plaza Ñuñoa.

Figura: 30 Perfil del usuario
 Fuente: Internet

y el diseño, no masiva y ojala muy durable.

Me identifico con un estilo más bien casual, semiformal, que me permita verme bien para trabajar, pero que también pueda salir un rato en la noche y sentirme cómodo, por eso uso harta camisa, no me importa pagar mas por algo que sea de buena calidad y mas exclusivo. A veces también ocupo ropa un poco mas deportiva, dependiendo de lo que tenga que hacer.

Me gustan los accesorios, lentes de sol y collares (en algunas ocasiones) para la noche, gorros, las bufandas y los guantes (sin dedos, son lo mas cómodo), a veces uso pañuelos.

Tuve un cambio de estilo, desde mediados de la época universitaria, con el tiempo lo he ido trabajando, observando principalmente lo que ocurre con las nuevas tendencias de la moda Europea (Londres / Francia / Alemania / Italia y países nórdicos) y norteamericano (específicamente Nueva York). Yo creo que todo va en el círculo en el que uno se relaciona, aunque hay personas que siempre han tenido estilo y hacen mucho con muy poco.

Hablando en general “el chileno es monocromático”, los colores más utilizados son los colores opacos, oscuros. Ahora también existe una unificación en las tendencias ya que este se basa en la oferta de las grandes tiendas y los malls, aunque si muchos jóvenes están tomando la iniciativa y proponiendo cosas nuevas, algunas basadas en tendencias extranjeras. Falta si más personalización de la vestimenta que represente a cada uno, siempre y cuando exista un interés, ya que para muchas personas esto no es tema.>>

Moodboard



Figura 31: Ambiente en el que se mueve el usuario

Fuente: Elaboración propia

Arquitectura: Se puede observar en el *Moodboard* que el segmento de usuarios recorre varios puntos de la ciudad en su día a día y estos suelen estar cargados de historia y riqueza arquitectónica, diversidad cultural y humana.

Decoración: Sus espacios suelen ser despejados, blancos, ya que les gusta la amplitud y este ayuda mucho creando esa ilusión; se preocupan del mobiliario, utilizando materiales nobles, pero generando contraste con pequeños elementos de color, en algunos casos, muebles de diseñadores, apelando a un lenguaje de líneas simples, pulcro y sobrio.

Transporte: Suelen usar diferentes medios, que no dependen solamente de la distancia ya que existen otras variables.

Pasatiempos: Aprecian el arte, el cine y música; y aunque son tradicionalistas, les gusta probar distintos tipos de comidas (aunque prefieren alimentos saludables).

Lugares: Les gusta mucho viajar y suelen estar, además, fuertemente integrados en las redes sociales virtuales, ya sea para exponer ciertas cosas o en la búsqueda de referentes.

Coolboard

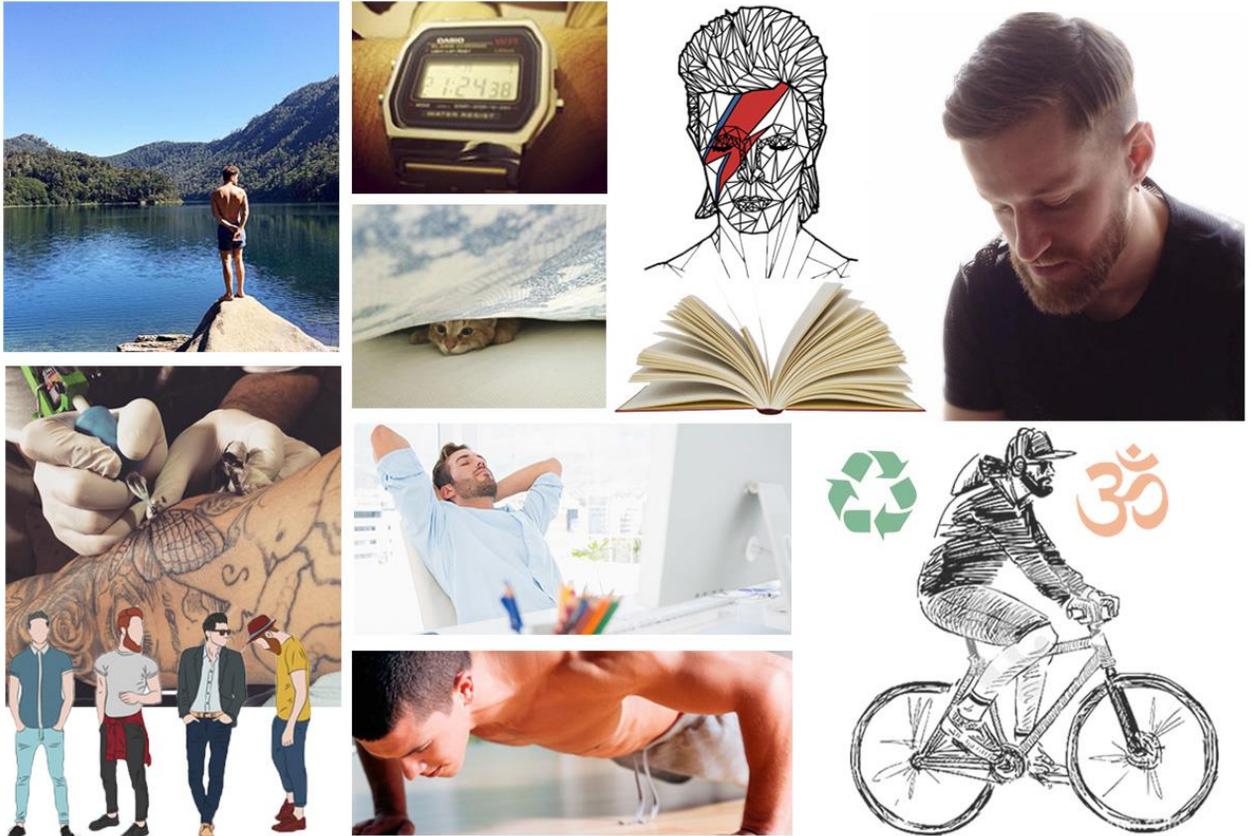


Figura 32: Estilo del usuario
Fuente: Elaboración propia

Vestuario: Se puede observar en el Coolboard, que en cuanto al vestuario les gustan principalmente los colores tendientes a los neutros, negro, azul y blanco, en sus diferentes tonalidades y matices, donde sólo los pequeños detalles tienen colores más saturados. Les gusta la ropa sobria, cómoda, ajustada, que les permita una amplia movilidad y solamente con pequeños detalles contrastantes como colores, diseños o texturas. Prefieren la comodidad en calzado, por eso muchas veces optan por el uso de zapatillas, sin embargo el contexto no siempre lo permite.

Accesorios: En cuanto a los accesorios utilizan

elementos básicos como relojes de modelos deportivos y con correa metálica.

Según ellos, les gusta llevar los accesorios adosados al cuerpo y no sobre este, es por esto que se preocupan del corte de pelo, barba, aros y a muchos les gustan los tatuajes, predominando en escala de grises.

Comportamiento: Suelen ser muy relajados, pero siempre mantienen todo bajo control, les encanta hacer ejercicio y conectarse con la naturaleza. Dentro de sus pasatiempos destacan la lectura, el dibujo, la música, compartir con amigos, salir e incluso “perdersé por la ciudad”.

Brand board

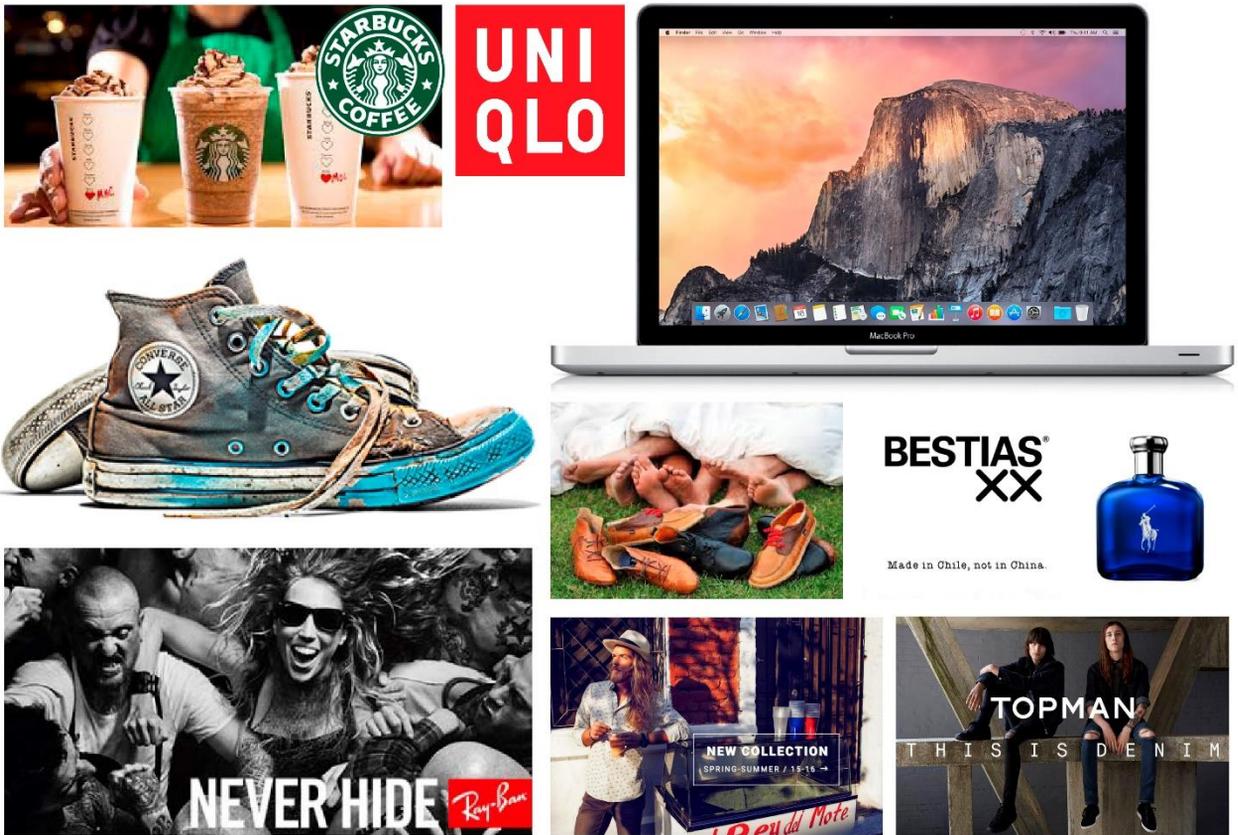


Figura 33: Marcas que consume el usuario
Fuente: Elaboración propia

Marcas: Se destaca el uso de marcas tradicionales como Ray-Ban, Converse y Polo. Les gustan las marcas que innovan en estilo, pero dentro de la convención, aprecian la funcionalidad y las marcas “de culto”, iconoclastas, atemporales y que destacan por su calidad.

Tecnología: En cuanto a tecnología están muy al día, sin embargo prefieren marcas que les permitan compatibilidad e interoperabilidad entre todos sus artefactos, tal como ocurre con la marca Apple. Les gusta destacar con objetos simples, son más una herramienta que un accesorio de moda, son elementos que implican

calidad, determinación y estar “preparados para la acción”.

Vestuario: En cuanto a la ropa buscan elementos tradicionales, no ajenos a la moda, que finalmente son diferenciadores. En cualquier caso mantienen la simpleza de las formas, lo pulcro y lo sutil. Permiten y aceptan los contrastes, están abiertos a experimentar cosas nuevas, pero siempre destacando la silueta, la movilidad y comodidad; lo clásico con detalles “irreverentes”.

Muchas de las marcas y objetos utilizados por el segmento, además de los lugares que frecuentan y el como viven, permiten entender su personalidad, gustos e intereses. Teniendo en cuenta que ellos optan por lo práctico, sencillo, simple, neutro, formas puras, detalles mínimos pero significativos y materiales nobles entre otras cosas, se puede decir que sus gusto se acercan al estilo minimalista. Al respecto, las características principales del minimalismo y que son compartidas por este grupo, son:

- Economía de lenguaje y medios.
- Uso literal de los materiales.
- Austeridad con ausencia de ornamentos.
- Orden.
- Geometría Elemental Rectilínea.
- Precisión en los acabados.
- Reducción y Síntesis.
- Sencillez.
- Abstracción
- Conceptualización
- Ausencia de contenido formal o de estructuras relacionales.
- Contrastes
- Superficies monocromáticas.

De lo minimalista se pueden obtener directrices para la experimentación en detalles, que eventualmente pueden ser aplicados en prendas.

Supuestos de experimentación:

- El diseño debe ser “simple” y “elegante”, que permita el uso casual, con una mirada urbana.
- Re significación de lo clásico desde lo contemporáneo.
- Detalles como diferenciadores.
- Materiales nobles.
- Stock limitado, idealmente proceso artesanal o sastrería.
- Comodidad, funcionalidad y calce.

De esta forma el hombre del segmento:

- Diversificará los arquetipos masculinos.

- Obtendrá indumentaria que le permitirá nuevos estilos y usos.
- Se sentirá conforme con su autoimagen.

4. ESTUDIO DE TALLAJE

4.1 TIPOLOGÍAS CORPORALES

La antropometría es la ciencia que estudia las medidas del cuerpo humano, con el fin de establecer diferencias entre individuos, grupos, razas, etc. La antropometría se divide en dos áreas: antropométrica estática y antropometría funcional. La primera concierne a las medidas efectuadas sobre dimensiones del cuerpo humano en una determinada postura, mientras que la segunda describe los rangos de movimiento de las partes del cuerpo, alcances, medidas de las trayectorias, etc. (Ergomobiliariohuelva, 2015). Sin embargo para efectos de esta investigación, sólo trabajaremos con mediciones antropométricas estáticas.

Para diseñar indumentaria se deben tener consideraciones básicas con respecto al tipo de cuerpo del usuario para el cual vamos a diseñar, como la masa muscular y estado físico. En la antropometría a esas características morfológicas se les conoce con el nombre de somatotipos y están agrupados en tres categorías:

1. Ectomorfismo: Se caracteriza por ser delgados, de extremidades largas, articulaciones estrechas, poca grasa corporal y músculos, además de escasas curvas.
2. Mesomorfismo: Se caracterizan principalmente por su complexión robusta, de media o baja talla, cortas extremidades y fuertes. Suelen tener un gran tórax y más hombros que caderas.
3. Endomorfismo: Sus extremidades son mas cortas que las dos anteriores, caderas mas anchas, articulaciones mas grandes, mayor grasa y la tendencia a engordar fácilmente.

“Los ectoformorfos, mesomorfos y endomorfos en cada uno de sus características del modelo de segmentación anatómico en hombres y mujeres de una región son propios y definitivos y permite establecer estrategias de diferenciación encaminadas a establecer ventajas competitivas que exceda el grado de conformidad del consumidor.



Figura 34: Categorías de somatotipos

Fuente:

<https://musculacionyfitness.wordpress.com/tag/mesomorfo/>

En la construcción de los datos antropométricos, las medidas del cuerpo humano identificadas en el perfil del consumidor, se establecen dos tipos: las medidas anatómicas y las medidas industriales o estandarizadas para confección de prendas por lotes de producción. Las medidas se identifican como vertical, horizontal y de doble sentido, es decir, que al tomar las medidas sobre el cuerpo se da el sentido vertical y horizontal. Existen medidas de doble sentido que algunos autores la identifican como mixta, entre estas encontramos el tiro total y largo del brazo, el cual se toma con el brazo formando un ángulo con el codo, para darle versatilidad a la medida, no es correcto tomar la medida con el brazo extendido porque le resta movilidad a la prenda” (Barrios, A. 2010).

En este proyecto, el usuario es de contextura tipo ectomorfa. Para poder establecer una relación coherente entre la confección de prendas y un tallaje adecuado con respecto a la antropometría del Chileno, se realizó una búsqueda, siendo el resultado mas aceptable y también el mas conocido, la tabla de Apud y Gutiérrez, en el año 1997. Estas mediciones fueron tomadas a la población de 17 a 60 años de edad, sin embargo la población ha sufrido algunos cambios con el paso de los años.

DIMENSIONES ANTROPOMETRICAS	HOMBRES		PERCENTILES	
	PROMEDIO	D.E.	5	95
POSICION DE PIE				
PESO	69,3	11	51,1	87,4
1 ESTATURA	168,8	6,7	157,8	179,8
2 ALT OJOS SUELO	158,4	6,7	147,3	169,4
3 ALT. HOMBRO SUELO	139,2	6	129,3	149
4 ALT. CODO SUELO	104,5	4,9	96,4	112,5
5 ALT. NUDILLO SUELO	74,2	4,5	66,7	81,6
6 ALCANCE FRONTAL	75	4,5	67,7	82,4
7 ANCHO DE HOMBROS	41,4	3,2	36,2	46,6
8 ANCHO ENTRE CODOS	51,9	4,9	43,9	59,9
9 ANCHO DE CADERAS	34,4	2,9	29,7	39,2
POSICION SENTADO				
1 ESTATURA SENTADO	89,7	3,5	83,9	95,5
2 ALT. OJOS ASIENTO	79,4	4,2	72,5	86,3
3 ALT. ASIENTO HOMBRO	60,2	3,8	54	66,4
4 ALT. CODO ASIENTO	25,4	4	18,9	31,9
5 ALT. MUSLO ASIENTO	14	1,8	11,2	16,90
6 PROF. ABDOMEN	25,6	4	19,1	32,2
7 ALT. POPLITEA	40,1	2,8	35,5	44,8
8 DIST. GLUTEO-POPLITEA	46	3,1	41	51
9 DIST. GLUTEO-ROTULAR	57,5	3,6	51,6	63,4
10 ALCANCE ANTEBRAZO	42,2	2,4	38,3	46,1

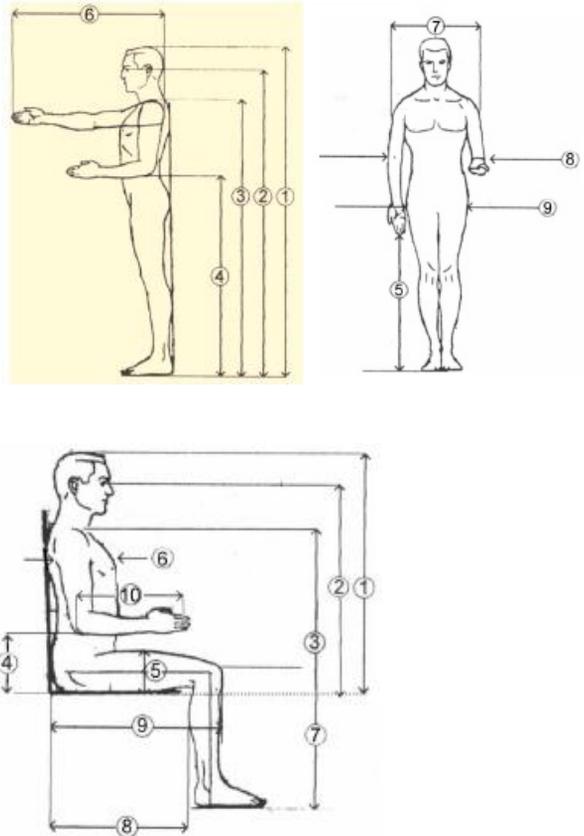
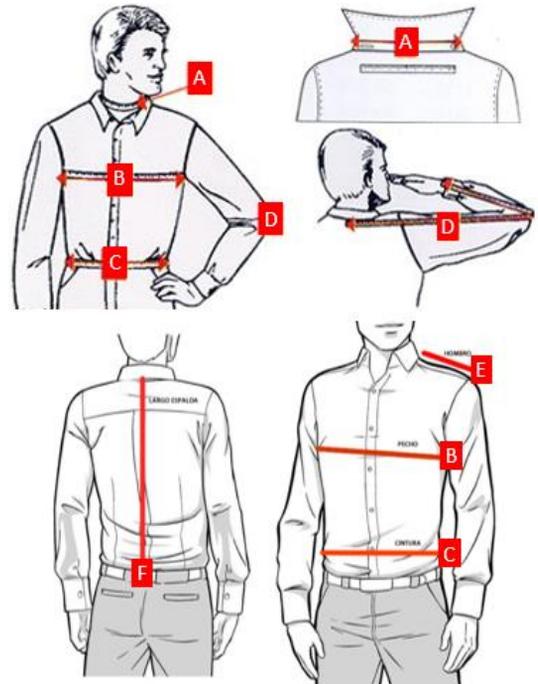


Figura 35: Tabla antropométrica creada por Apud y Gutiérrez en 1997
 Fuente: <http://pt.slideshare.net/gusoto/dimensiones-antropomtricas>

Como hemos visto existen relaciones entre diferentes partes del cuerpo y que las diferentes dimensiones tienen una forma establecida de medirse. Con estos datos se han elaborado tablas, las cuales se han utilizado con diferentes objetivos, uno de estos es establecer tablas de tallajes. El tallaje corresponde a una serie de medidas del individuo que hacen referencia principalmente a la altura, medida de ropa o de calzado necesario para sus dimensiones corporales. Sin embargo estas suelen estar hechas y orientadas en las medidas de asiáticos, norteamericanos y europeos. Con estas dimensiones, se manufacturan la mayoría de las prendas, entre estas la gran mayoría que se importa a nuestro país, donde claramente poseemos una contextura completamente diferente y por ende, es muy difícil encontrar una prenda que nos quede bien.

Podríamos utilizar las tablas de Apud y Gutiérrez para diseñar tablas de tallaje acorde a nuestra antropometría, sin embargo estos estudios corresponden a décadas pasadas y no cabe duda de que el cuerpo de los Chilenos ha ido variando. La población a sufrido cambios físicos con el pasar de los años, como se mencionó anteriormente, hemos aumentado en cuanto a masa, entre otras cosas. Mas adelante se elaboraran nuevas tablas de medición, para poder confeccionar de forma óptima, para nuestro usuario tipo.

Haciendo referencia a los estudios antropométricos realizados por Apud y Gutiérrez, tomaremos algunas medidas fundamentales, correspondientes al torso y extremidades superiores, para poder elaborar tablas que nos ayuden a establecer medidas promedio de nuestro usuario tipo. Además de medidas básicas que se deben tener en cuenta, para que una camisa tenga las proporciones correctas, las que se muestran en la imagen. A partir de estos datos se diseñó una tabla que fue aplicada a diez hombres del segmento escogido.



- A: Cuello
- B: Pecho
- C: Cintura
- D: Manga
- E: Hombro
- F: Largo espalda

Figura 36: Mediciones básicas de una camisa
 Fuente:
http://conexionmoda.com/noticias/79_toma-de-medidas-del-hombre

De estas mediciones, se obtuvieron los siguientes resultados, tras promediar las medidas de diez hombres de similares características al perfil del usuario:

	Dimensiones antropométricas	Medida en cm.
	Posición de pie	
1	Estatura	1,75 cm
6	Alcance frontal	64,6 cm
7	Ancho de hombros	40,9 cm
8	Ancho entre codos	53,5 cm
9	Ancho de caderas	34,1 cm
	Posición sentado	
3	Altura asiento hombro	63,1 cm
6	Profundidad abdomen	22 cm
10	Alcance antebrazo	25,7 cm

Edad	26 años
Peso	75 Kg.

	Dimensiones camisas	Medida en cm.
	Posición de pie	
A	Cuello	39,4 cm
B	Pecho	98,1 cm
C	Cintura	86 cm
D	Manga	83,2 cm
E	Hombro	15,1 cm
F	Largo espalda	54,8 cm

Figura 37: Tabla resultados de medición antropométrica
Fuente: Elaboración propia

SL	Medida	S	M	L	XL
A	LARGO TOTAL	67	66	69	70
B	ANCHO DE HOMBROS	43	45	46	48
C	ANCHO PECHO	48	49	50	51
D	LARGO DE MANGA	65	67	68	69

Figura 38: Tabla medidas de camisas S/XL
Fuente: Internet



CM	S	M	L	XL	XXL	XXXL
Pecho	92 - 100	100 - 108	108 - 116	116 - 124	108 - 116	132 - 140
Cintura	72 - 80	80 - 88	88 - 96	96 - 104	88 - 96	112 - 120
Caderas	84 - 92	92 - 100	100 - 108	108 - 116	100 - 108	124 - 132
Largo de piernas	78 - 80	80 - 82	82 - 84	84 - 85	82 - 84	85 - 86

Figura 39: Tabla y medidas de tallaje norteamericano
Fuente: Internet

Medida CASUAL	Medida ITALIANA en cm	Medida ANGLOSAJONA en pulgadas
S	37-38 cm	15"
M	39-40 cm	15 1/2" – 15 3/4"
L	41-42 cm	16" – 16 1/2"
XL	43-44 cm	17" – 17 1/2"
XXL	45-46 cm	18" – 18 1/2"
3XL	47-48 cm	19"
4XL	49-50 cm	20"

Figura 40: Medidas cuellos camisa

Fuente: <https://www.kamiceria.es/sugerencias/medida-cuello-camisa>

Si se comparan los datos obtenidos con una tabla de tallaje de camisa norteamericana, podemos observar que las variables parecen ser mínimas, sin embargo algunos centímetros más o menos significan mucho y pueden determinar que el usuario se sienta cómodo y libre en cuanto a sus movimientos o se sienta frustrado. Por ejemplo si comparamos el largo de la manga con la medición de alcance frontal (medidas equivalentes), existe una diferencia de 2,4 cm y si comparamos el largo total con el largo de espalda, existen 11, 2 cm de diferencia. El cuerpo del chileno y sobre todo de contextura ectomorfa, es mucho más pequeño que el de un norteamericano de talla mediana, es por esto que debería regular el tema del tallaje en nuestro país, ya que los hombres y general todo tipo de personas, se están teniendo que adaptar a lo ofrecido en el mercado y no es realmente lo que necesitan.

5. ESTUDIO DE CAMPO

De acuerdo a los resultados de las etapas anteriores en la investigación, se pudo obtener una serie de antecedentes que permitieron situar la camisa como prenda de mayor significancia para el segmento en estudio. Además luego de conocer los gustos, intereses y entorno de estos, pudimos entender su estilo, la implicancia que tiene para ellos la indumentaria y que desean a la hora de vestir, además de conocer que tipo de detalles decorativos buscan a la hora de escoger una prenda u objeto para su hogar.

Se determinó que su estilo se acerca al minimalismo, donde predomina el color blanco, ya que se valora mucho la luz dentro de los espacios, los materiales nobles, los contrastes de materiales, la ausencia de ornamentos, la geometría, entre otras características. Además posterior al estudio etnográfico, se determinó una paleta de color que predomina en espacio e indumentaria de los hombres entrevistados, siendo los colores preponderantes, el blanco, seguido del negro y escala de grises, azul marino y celeste, ambos en diferentes tonalidades, detalles en café, amarillo y metalizados acerado y bronceado.

Por otro lado con respecto a la camisa, luego de entrevistar tanto al usuario como a vendedores de tiendas y sastrerías, se conoció que buscan a la hora a de comprar y cuánto “entienden” de textiles. Con respecto a esto último la respuesta fue que conocen muy poco de telas, pero saben como quieren que su prenda se vea, en general buscan algo que se vea natural, ligero, con movimiento, que sea fresco, pero que no se arrugue con facilidad, ya que se encuentran en constante movimiento. Además buscan algo tradicional y con pequeños detalles, en algunos casos casi ocultos y que sólo ellos conozcan. En cuanto al corte, buscan que la camisa tenga los largos apropiados y que sea relativamente ajustada, acercándose al corte Slim Fit.

Teniendo en consideración todos los hallazgos mencionados, se diseñaron tablas con las **“dimensiones a trabajar para el desarrollo de muestras para focus group de opinión”**. Dentro de

de estas dimensiones, se señalan los elementos a considerar en la construcción de muestras, los cuales se van desglosando y explicando en cada tabla. Se señala que no se trabajará con las variables del **Cuerpo**, movimiento, uso, calce, ajuste, pero que se deja pendiente para una etapa posterior, donde finalmente se construya una prenda. Sin embargo se consideran los estudios de tallaje realizados con anterioridad.

En relación a las telas utilizadas, se seleccionaron cuatro, para fabricar las muestras, y de acuerdo a los resultados de entrevistas, como se mencionó anteriormente. Estas telas fueron:

- Viscosa algodón, por su alto contenido de algodón, lo que aporta un aspecto natural, fresca y ligereza.
- Lino, con mezcla de poliéster, ya que es una fibra natural, lo que aporta fresca y ligereza, sin embargo, al poseer mezcla de poliéster, favorece que no se creen tantas arrugas en la tela.
- Oxford, ya que sus fibras de algodón también aportan un aspecto natural.
- Popelina, con un pequeño porcentaje de algodón, ya que es una tela económica, frecuentemente utilizada en el diseño de camisas y que casi no se arruga.

Todos los tejidos escogidos son planos, ya que buscan que sus prendas se vean prolijas, pulcras.

Como elementos diferenciadores, se tomaron en cuenta características principales del minimalismo y se utilizaron elementos de condecoración básicos en la construcción de prendas, tradicionales y de fácil acceso. Además se jugó con el contraste de colores en tela, otro recurso sencillo con el que se pueden crear detalles diferenciadores. Para esto se utilizó la Popelina, siendo esta, una de las pocas telas para confección de camisas, con variedad de colores y estampados en el limitado mercado nacional.

Una vez construidas las muestras se sometieron a opinión, para posteriormente crear una serie de posibilidades y consultar nuevamente, llegando al resultado mas optimo para el usuario.

5.1 DIMENSIONES PARA EL DESARROLLO DE MUESTRAS PARA FOCUS GROUP DE OPINIÓN

Concepto	Cuerpo	Material	Colores
Minimalismo	Movimiento	Gramaje	(Según paleta de colores del segmento)
Diferenciador	Uso	Materiales nobles	
Exclusividad	Calce	Sin arrugas	
	Ajuste		

Consideraciones de diseño:

- Diseño “simple y elegante”, que permita el uso en contexto casual, con una mirada urbana.
- Re significación de lo clásico desde lo contemporáneo.
- Detalles como diferenciador de estilo personal.
- Stock limitado, idealmente proceso artesanal, sastrería.

Usuario conforme con su autoimagen

Se tomarán en cuenta los conceptos resultantes de la investigación de perfil de usuario, para la experimentación decorativa.

En cuanto a la dimensión “cuerpo”, estas variables se deben tener en cuenta en una etapa posterior, para la confección de una prenda. Sin embargo han sido objeto de estudio algunas medidas antropométricas del segmento, lo que facilita el calce y ajuste de una prenda superior, al cuerpo.

En cuanto a la dimensión “material”, se debe tener en cuenta el gramaje, ya que se relaciona con la “caída” de la tela, en tanto los materiales nobles representan el gusto del grupo de estudio, pero que a pesar de ser naturales,.

deben tener una proporción de fibras sintéticas, porque que deben verse “planchados”; sin arrugas

Con respecto a los colores, se deben considerar aquellos que permitan al usuario sentirse cómodo y diferenciarse. Para lo cual se identificó una paleta de colores, tomando en cuenta elementos y lugares importantes para estos.

Si se tienen en cuenta los resultados del focus group referido a estas dimensiones, se podrían elaborar colecciones que permitan satisfacer las expectativas del usuario, en cuanto a la imagen proyectada.

Dimensión Concepto

Minimalismo	Diferenciador	Exclusividad
<p>Economía de lenguaje y medios. Uso literal de los materiales. Austeridad de ornamentos. Orden. Geometría Elemental rectilínea. Precisión en los acabados. Sencillez. Contrastes Superficies enfáticas monocromáticas.</p>	<p>Cordonería. Botones, vivos, cierres. Contrastes. Telas, estampados y texturas Costuras. Hilos, colores</p>	<p>Proceso mas ligado al diseño de autor. Bajo nivel de producción. Preocupación por tallaje adecuado.</p>

La tabla precedente, presenta consideraciones de diseño a tener en cuenta en cada dimensión. De manera complementaria, estas consideraciones se relacionarán también con características del minimalismo, en la experimentación con variables decorativas.

Los detalles diferenciadores serán objeto de experimentación, según las categorías establecidas; Cordonería, contrastes y costuras. , con elementos que permiten su realización, de acuerdo a parámetros

establecidos, como resultado de la investigación de usuario, entrevistas a tiendas y búsqueda de referentes.

La exclusividad debe ser considerada en una etapa posterior de confección de prendas y colecciones, sin embargo, se realizó un estudio antropométrico (a la parte superior del cuerpo) que permitió obtener un tallaje, adecuado a la contextura del segmento, en relación a la prenda en estudio.

Dimensión Cuerpo

Movimiento	Uso	Ajuste	Calce
<p>Considerar en una etapa posterior de confección de prendas o colección</p>			<p>Consideración de estudio de tallaje</p>

Dimensión Material

Gramaje

- Telas
- Popelina
 - Lino + Poliéster
 - Oxford (Algodón)
 - Viscosa algodón
- 120 gramos

Materiales nobles

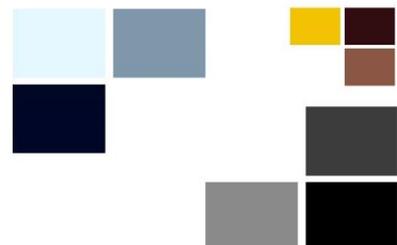
- Telas con alto porcentaje de algodón
- Elementos diferenciadores
- Madera
 - Metal
 - Madreperla
- Elementos pequeños en plástico

Sin arrugas

- Se permiten porcentajes de poliéster

Dimensión Colores

Paleta de colores utilizada por el segmento



5.2 VARIABLES DECORATIVAS

Dentro de los elementos de cordonería presentes en el mercado nacional y que pueden ser elemento de experimentación decorativa, para camisas del segmento tenemos;

1. Botones

Según su materialidad:

- Plásticos, tradicionales y otros emulando materiales como la madera.
- Cuero
- Metálicos (generalmente en aluminio y estaño), con acabado Acerado y Bronceado
- Madera
- Mineral de sílice o rocas ornamentales: madreperla, nácar o jade.
- Semillas
- Tela, mas bien son forrados en telas de diferente tipo.
- Vidrio
- Forrados

Según la fijación

- A presión o pata (se componen de dos piezas, una se fija por detrás de la prenda y la otra por la cara delantera, a presión)
- Canal; Dos piezas, una superior, que vendría siendo la cara superior y una pieza trasera, por donde se fija el botón a la prenda, mediante costura.
- Cuatro orificios
- Dos orificios

Además existen infinidad de tamaños, colores, formas y texturas en botones.

Para esta experimentación utilizaremos el botón tradicional utilizado en camisería, de tamaño pequeño, en materiales como el plástico, metálicos y madreperla, con dos y cuatro orificios.

2. Cierres

- Plásticos de colores en diferentes medidas y en diferentes grosores
- Metálicos, con acabado Acerado y Bronceado, en un grosor medio y en diferentes medidas.

En cuanto a los cierres, se utilizarán plásticos de grosor pequeño y metálicos en un grosor medio.

3. Vivo al bias

- Cordón de tejido en Poliéster que se utiliza para decorar, marcar o diferenciar partes y piezas de una prenda. Se cose generalmente entre dobladillos de tela. Existen de muchos colores y algunos con acabado reflectante.
- Con tela; También se puede crear el efecto de vivo, colocando un dobladillo de tela, entre dos partes o piezas.

Para la experimentación se utilizarán ambos tipos de vivo al bias.

4. Hilos

Podemos encontrar una gran gama de colores de hilos, materialidades, grosores y acabados.

- De Seda
- 100% Algodón
- 100% Poliéster; Mara (100 – 11 rPET).
- Elásticos; Maraflex 120 - 80 (PTT) especiales para costuras de respunte y de cadeneta en tejidos altamente elásticos.
- Lyocell; 120 – 70. Solución para el teñido de prendas de vestir hechas de algodón o de fibras de celulosa.
- Poliamida; Son muy suaves y con un gran efecto de cobertura. Han sido desarrollados especialmente para aplicaciones muy concretas.
- Texturizado; Para acabados de bordado que tienen que ser especialmente suave: hilos de coser con acabado texturizado, hilados voluminosos.

5. Costuras

Con los hilos podemos realizar diferentes tipos de costuras:

- Zig-zag, con motivos geométricos.
- Costuras gruesas y acordonadas, otras mas finas, etc.

Las costuras se pueden ir regulando según el largo de la puntada y grosor del hilo. Por otra parte existen costuras que se realizan a mano como el pespunte.

Utilizaremos hilo de poliéster y costuras como pespunte, costura gruesa, zigzag y otro motivo geométrico.

6. Acabados textiles

Existen diferentes tipos de acabados textiles según la característica que modifique:

Estético.
Funcional.
Estético–funcional.

Según su duración:
Permanente.
Temporal.
Renovable.

Según la acción que lo origine:
Físico.
Químico.
Químico – Físico.

6.1 Acabado de desempeño

- **Antiestático:** Las prendas no se adhieren al cuerpo ya que las sustancias químicas que contienen adsorben la humedad y reducen la electricidad estática.
- **Antiséptico:** Evitan el mal olor ya que los agentes químicos que contiene la tela, evitan la proliferación de bacterias que lo producen.
- **Resistente a las arrugas:** Telas que se resisten a las arrugas, pero que hacen la prenda más rígida y menos absorbente.
- **Ignífuga:** La tela se resiste a quemarse.
- **Planchado permanente:** Es un proceso de fijación por calor que proporciona resistencia a las arrugas durante su uso y el lavado. Los pliegues y las tablas pueden "fijarse".

- **Pre-encogido:** Control de encogido de la prenda.
- **Repelente al agua:** Tela tratada con silicones para hacerla resistente al agua. Con éste método el acabado no es permanente pero puede volver a aplicarse.

6.2 Acabados de textura:

- **Calandrado Satinado:** La tela pasa entre dos rodillos calientes que alisan la tela y mejoran su brillo.
- **Glaseado:** Mediante el proceso de Calandrado satinado, se aplica una resina para producir un alto brillo en la superficie de la tela.
- **Afelpado o Napping:** Cepillos de alambre rotativos para levantar las fibras cortas y crear una superficie suave y cubierta de pelos muy finos.
- **Aplanado:** Se realiza para rellenar tejido y agregar lustre.
- **Reducción de brillo:** Las fibras o telas se tratan con sustancias químicas para reducir su brillo.
- **Brillado:** La tela se trata con presión y calor para agregarle brillo.
- **Repujado:** Se crean diseños en relieve, al calandrar con rodillos que presentan el diseño.
- **Encerado ciré:** Acabado muy brillante, se obtiene mediante la aplicación de cera u otra sustancia antes del proceso de calandrado.
- **Aumento de cuerpo, sizing:** Se añaden almidones o resinas a la tela para darle mas cuerpo.

6.3 Acabado de diseño y color

Teñido:

- Teñido de las fibras
- Teñido de la materia prima
- Teñido en solución
- Teñido de las telas.
- Teñido de las piezas.

6.4 Estampado:

- Por remoción: La tintura es removida químicamente, para crear un diseño blanco en una tela de color.
- Por rotación: Láminas de color rotativas por color de los componentes de diseño
- A prueba de tintura: La tela se estampa, utilizando un químico a prueba de tintura y luego la tela se tiñe.
- Serigrafía: Malla tensada con un marco, en donde se bloquean por medio de una emulsión o barniz, los lugares donde no habrá imagen.
- Sublimación: Similar a la estampación, pero sólo puede realizarse en telas con un mínimo de 75% de poliéster.
- Transfer: Transferencia de una imagen en papel a una base textil, por medio de calor y presión.
- Digital: Estampación por medio de una impresora por inyección.

No se aplicarán acabados de ningún tipo a los textiles utilizados, aunque cabe destacar, que el segmento prefiere telas resistentes a las arrugas, por lo que en una posterior construcción de prendas, se podría aplicar un proceso que facilite el aspecto “planchado”. Por otra parte, por la condición de los textiles que son de su preferencia, muchas veces es necesario teñirlos, para lograr el color y tono deseado.

Telas	Variables decorativas : Cordonería			Consideraciones minimalistas
	Botones	Cierres	Vivo	
Popelina	<u>Plásticos</u> Colores contrastantes. Blanco, negro, azul, café, amarillo y transparente.	<u>Delgado</u> Colores contrastantes Negro, azul marino, celeste, gris y amarillo.	<u>Colores contrastantes</u> Gris, celeste, negro y amarillo.	Economía de lenguaje y medios. Uso literal de los materiales. Austeridad de ornamentos. Orden. Geometría Elemental rectilínea. Precisión en los acabados. Sencillez. Contrastes Superficies enfáticas monocromáticas.
Oxford				
Viscosa Algodón	<u>Medio</u> Acerado Bronceado	<u>Telas de colores y estampados contrastantes</u>		
Rayón			<u>Tradicional transparente con costuras en contraste</u> Negro, azul marino, celeste, gris, café y amarillo.	
	<u>Plásticos</u> imitación Madera			
	<u>Metálicos</u> Acerado Bronceado			
	<u>Madreperla</u>			

Telas	Variables decorativas : Costuras y bordados	Consideraciones minimalistas
	Hilos (Poliéster)	
Popelina	<u>Colores contrastantes</u> Blanco, negro, café, gris, amarillo y celeste.	Economía de lenguaje y medios. Uso literal de los materiales. Austeridad de ornamentos. Orden. Geometría Elemental rectilínea. Precisión en los acabados. Sencillez. Contrastes Superficies enfáticas monocromáticas.
Oxford		
Viscosa Algodón	<u>Formas y grosores de costuras</u> Pespunte, costura gruesa, zig-zag y forma geométrica.	
Rayón		

Telas	Variables decorativas : Textiles		Consideraciones minimalistas
	Telas estampadas	Telas en contraste	
Popelina	<u>Lunares pequeños</u> Tela azul marino con lunares blancos	<u>Colores</u> Negro , celeste, azul marino, gris, café y amarillo.	Economía de lenguaje y medios. Uso literal de los materiales. Austeridad de ornamentos. Orden. Geometría Elemental rectilínea. Precisión en los acabados. Sencillez. Contrastes Superficies enfáticas monocromáticas.
Oxford			
Viscosa Algodón	<u>Rayas finas</u> Tela blanca con rayas azul marino		
Rayón			

5.3 IMÁGENES PROBETAS

Variable cordonería Botones	Telas							
	Viscosa Algodón		Oxford		Lino		Popelina	
Transparente / Blanco								
Amarillo/ Café								
Azul/ Negro								
Madre perla/ Imitación madera								
Bronceado/ Acerado								
Costuras de colores								

Figura 41: Tabla de muestras de variables decorativas, botones
Fuente: Elaboración propia

Variable cordonería cierres	Telas			
	Viscosa Algodón	Oxford	Lino	Popelina
Negro				
Azul marino				
Celeste				
Gris				
Amarillo				
Acerado				
Bronceado				

Figura 42: Tabla de muestras de variables decorativas, cierres
Fuente: Elaboración propia

Variable cordonería Vivo	Telas			
	Viscosa Algodón	Oxford	Lino	Popelina
Celeste				
Gris				
Negro				
Amarillo				

Figura 43: Tabla de muestras de variables decorativas, vivo de cordón
Fuente: Elaboración propia

Variable cordonería Vivo en tela	Telas				
	Popelina				
Colores					
	Gris	Celeste	Amarillo	Café	Negro
Estampados					
	Blanco con Rayas azul marino	Azul marino Con lunares blancos			

Figura 44: Tabla de muestras de variables decorativas, vivo de tela
Fuente: Elaboración propia

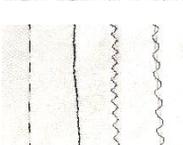
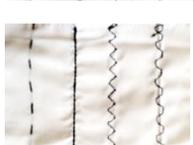
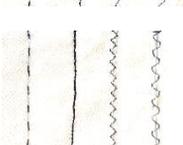
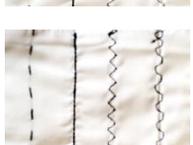
Variable cordonería Costuras	Telas			
	Viscosa Algodón	Oxford	Lino	Popelina
Blanco				
Amarillo				
Café				
Celeste				
Gris				
Azul marino				
Negro				

Figura 45: Tabla de muestras de variables decorativas, costuras
Fuente: Elaboración propia

Variable Telas en contraste	Telas
	Popelina
Colores	<div style="display: flex; flex-wrap: wrap; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>Gris</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Celeste</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Amarillo</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Negro</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Azul marino</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Café</p> </div> </div>
Estampados	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>Fondo blanco Rayas azul marino</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Fondo azul Lunares blancos</p> </div> </div>

Figura 46: Tabla de muestras de variables decorativas, telas en contraste
Fuente: Elaboración propia

5.4 RESULTADOS FOCUS GROUP

Una vez elaboradas las muestras textiles, se realizó un Focus Group, donde se preguntó acerca de las distintas dimensiones experimentadas, donde las respuestas fueron las siguientes:

Dimensión: Textiles

- ¿Los textiles seleccionados son de su agrado?

La Viscosa algodón y el Lino (fibra vegetal-poliéster) fueron las telas que más gustaron, la primera porque tiene un aspecto muy natural, debido a su alto porcentaje de algodón y la segunda por su efecto satinado. La Popelina (algodón-poliéster) no gustó ya que es considerado por estos, como una *“tela de mala calidad, que se trasluce”* y el Oxford tampoco, ya que aseguran *“es de ropa corporativa”*. Afirman que *“me gusta que se vea sólido, que no se trasluzca”, además me gusta que se vean arrugas, pero no tanto”, “el celeste y blanco son lo más lindos”*.

- ¿Utilizarían una camisa, confeccionada de los textiles seleccionados?

Si, de Viscosa algodón o Lino, de acuerdo a lo mencionado anteriormente. *“El Oxford da mucho calor”*.

- ¿Les parecen atractivos los colores y se encuentran dentro de la paleta de sus posibilidades?

Donde afirmaron lo siguiente; *“Color celeste súper combinable, aunque en Oxford parece saco de papa. El gris es súper fashion y la Popelina no se ve de buena calidad. La que más me gusta es la Viscosa”*

Dimensión: Cordonería

- ¿Que les parecen las variables de cordonería utilizadas, botones, cierres y vivos?

A lo que respondieron; *“Si aunque el vivo es muy grueso y se ve feo, además los cierres tampoco me*

gustan”, “los botones me gustan, me recuerdan a una camisa Levis que tuve a los quince, que no me acuerdo si tenía todos los botones de distintos colores o los hilos de los botones de diferentes colores”. “Una leñadora con botones de madera se vería bien”. “Me gustaría algo así como el vivo, pero de tela, que se vea más plano”

- ¿Consideran que los colores utilizados son apropiados (dentro de la paleta de colores que utilizarían)

“Si me gustan los colores”, “me gusta mucho la combinación del negro con botones plateados”, “el gris con botones negros o café también se ve bien”, “también podría ser una camisa blanca, con botones negros e hilo blanco”

- ¿Cuan atractivo resulta el contraste de colores, entre materiales y las costuras de estos?

“Me gusta mucho, sobre todo si fuera un hilo con una costura de cada color, como acá, el hilo horizontal se ve mejor que el cruzado”.

- ¿Consideran innovador el uso de elementos de cordonería en la confección de prendas, como detalles diferenciadores. (Puede ser que la innovación no sea lo que están buscando)?

“Si pero igual dentro de lo tradicional, por ejemplo lo de los botones se ve bien, pero no muchas cosas” (haciendo referencia al tema de los hilos con costura horizontal y de colores). *“Los cierres plásticos no, quizás los metálicos pero no mucho la verdad”, “el vivo se podría usar para la tapa de los botones, puños o para la parte de la espalda, pero también creo que de tela, ese cordón es muy feo”*.

Dimensión: Contrastes

- ¿Resulta atractivo el contraste de colores?

“Si pero como algo piola”.

- ¿Sería más atractivo otro tipo de contraste, ya sea de textura, materiales u otros?

“En otras prendas si, quizás en polerones o chaquetas podrían haber detalles en plástico, pero en camisas, así esta bien”

- ¿Resulta atractivo el contraste de estampados?

“Contraste para detalles como en cuello, puños, tiras de manga, tapa botones”, “mes gusta mas liso o rayas”. En este ítem, el estampado de lunares no tuvo aceptación.

Dimensión: Costuras

- ¿Que les parecen los tipos de costuras seleccionadas para esta prueba?

“Están súper choras, todas me gustan”. “Me gustan harto, son un detalle súper original y piola”

- ¿Consideran que los colores de hilos utilizados, son apropiados?

“Si hay combinaciones muy buenas, como el gris con amarillo o gris con café”. “También me gustan las combinaciones celeste gris, gris con café y gris con negro”

- ¿Consideran una costura como un elemento diferenciador dentro de la prenda?

“Costuras en contraste queda choro y en forma decorativa también es atractivo”.

Dimensión: Zona de interés

En este ítem, se utilizó material de apoyo, se le proporcionó a cada integrante, un dibujo de una camisa, su parte delantera y trasera, que ellos podían intervenir dibujando.

- ¿Qué zona, parte o pieza de la camisa, consideran más atractiva?
- ¿Qué zona, parte o pieza de la camisa, considera que debería ser un foco llamativo en cuanto a detalles?
- ¿En qué zona, parte o pieza de la camisa, situarían los elementos anteriormente vistos (cordonería, contrastes, costuras y bordados)?

En general los lugares mas achurados, pintados o intervenidos de otras formas, fueron puños, cuellos, canesú, tapas de botones, tiras de cuello, botones, costuras y tiras de manga.

- ¿Qué zona, parte o pieza de la camisa, considera que no debería ser un foco llamativo en cuanto a detalles?

Para esto mencionaron que no les agradarían detalles en la parte delantera o trasera que fueran grandes o llamativos. Sólo se aceptaron en esa zona, algún tipo de costura, pero sin duda la prefieren sin intervención.

Dimensión: Observaciones finales

- ¿Existen elementos que puedan sugerir, para crear detalles diferenciadores en sus prendas (camisas)?

Los participantes del Focus Group, se encontraban cansados y no opinaron en esta última pregunta.

Gracias a los datos proporcionados en el primer grupo focal, se elaboraron distintas combinatorias, simulando los textiles escogidos, Lino y Viscosa algodón, para poder consultar una segunda opinión, además se realizaron muestras con vivos de tela, como declararon preferir. Las combinatorias, están expuestas en la página siguiente.

5.5 POSIBLES COMBINATORIAS DE VARIABLES DECORATIVAS EN CAMISAS

Propuesta, camisa gris en tela Lino, mezcla poliéster.

Costuras de colores



Costura en Zig-zag



Contraste con tela negra y vivos en tela

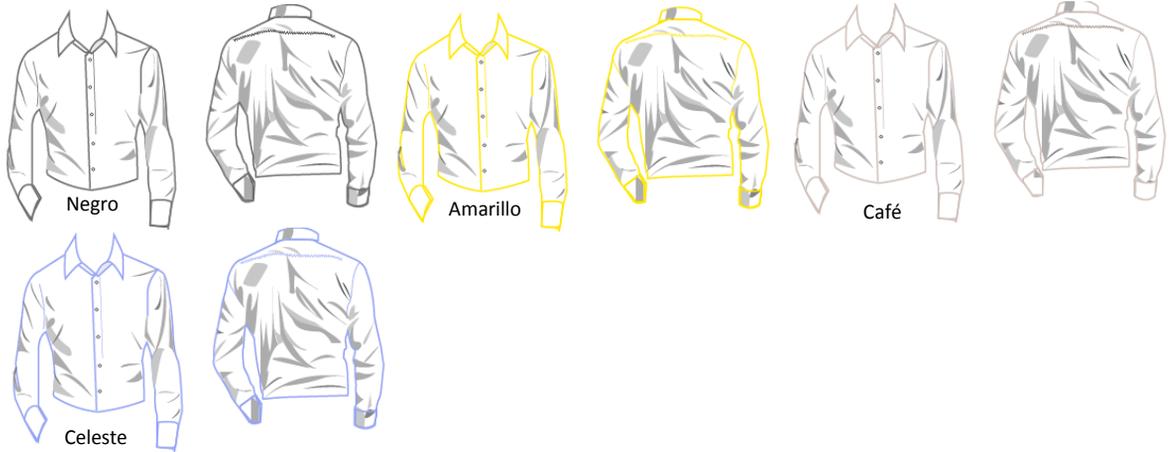


Contraste con botones de diferentes colores y materialidades

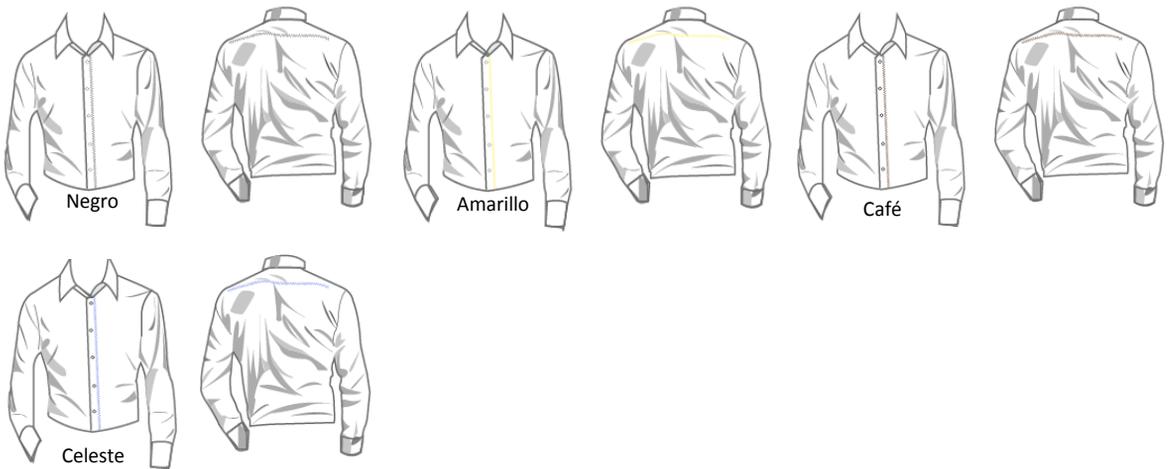


Propuesta, camisa blanca en tela Viscosa algodón.

Costuras de colores



Costura en Zig-zag



Contraste con botones de diferentes colores y materialidades



Contraste con tela negra y vivos en tela



Contraste con tela café y vivos en tela



Contraste con tela celeste y vivos en tela



Contraste con tela gris y vivos en tela



Contraste con tela estampada, blanca con rayas azul marino y vivos en tela



Propuesta, camisa celeste en tela Oxford.

Costuras de colores



Costura en Zig-zag



Contraste con tela blanca y vivos en tela

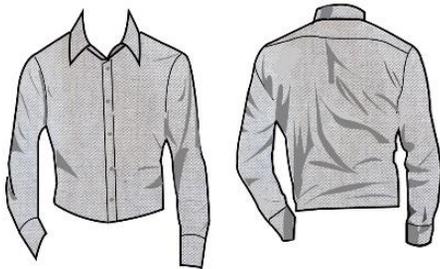


A pesar de que la tela no tiene aprobación, en el Focus Group, algunos indican que el color les gusta mucho y sobre todo si se combina con blanco. Es por esto que de igual forma, se realizó una propuesta, para ver su aprobación en una segunda instancia.

Luego de someter a opinión las posibles combinatorias de variables decorativas en camisas, las que tuvieron mayor aprobación fueron las siguientes:

Combinatorias propuesta camisa gris en tela Lino, mezcla poliéster:

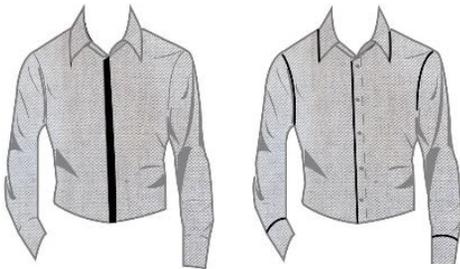
Costuras de color negro



Costuras en zig-zag en color amarillo



Contrastes con tela negra y vivos en tela



Contraste con botones de color negro



Combinatorias propuesta camisa blanca en tela Viscosa algodón:

Costuras en zig-zag en gris y café



Contraste con botones de color negro



Contraste con tela negra y vivos en tela



Contraste con tela café y vivos en tela



Contraste con tela gris y vivos en tela



Contraste con tela estampada, blanca con rayas azul marino y vivos en tela



Combinatorias propuesta camisa celeste en tela Oxford:

A pesar de que la tela no tuvo aceptación, el color sí, muchos mencionaron que les gustaría una camisa celeste pero en Lino, es por esto que de todas maneras se considero y se probó el contraste mas comentado.



No cabe duda de que los textiles que presentan mayor porcentaje de fibras naturales tuvieron gran aceptación por el segmento, aquel con mayor porcentaje de fibra sintética, fue descrito como “de mala calidad”, además de indicar que se traslucía y que eso generaba incomodidad y los textiles pesados, les recuerdan el vestuario corporativo. El segmento considera la apariencia y fluidez de la tela, sin embargo valoran la pulcritud, por lo cual es importante, tener en cuenta que se debe trabajar con tejidos planos, con un porcentaje de fibras sintéticas o acabados a fin, para lograr un aspecto de “planchado”, en sus camisas.

Los colores, para crear detalles decorativos que mas gustaron fueron el negro, gris, café y amarillo y dentro de los estampados, lo que mas les atrajo, fueron las rayas azul marino. Sin duda estos están dentro de la paleta de colores que les permiten sentirse cómodos. Con respecto a los detalles, gustaron ya que se enmarcan dentro de elementos tradicionales en la confección de prendas, además de ser discretos. Sin embargo la mayoría señala que los detalles en costuras deben ser sutiles y que es muy interesante el contraste de colores en puños,

cuello, tiras de cuello, tapas de botones y tiras de mangas. Estas corresponden a sus zonas de interés, además indicaron, que no se pueden utilizar todos estos recursos en una misma prenda. Aprecian lo tradicional dentro de la confección de una camisa.

Con los resultados de esta investigación se pueden obtener directrices para la posterior confección de camisas, para el segmento en estudio, considerando que el producto final tendrá gran aprobación. Sin embargo se debe considerar que estas respuestas responden a los gustos de este segmento en específico y a un momento determinado, aunque se acercan a un estilo, estos se pueden ver influenciados por las tendencias y probablemente algunos elementos podrían variar posteriormente. Por otra parte, hay condiciones de tipo permanente como lo son los elementos decorativos utilizados, y la zonas que les interesan intervenir, ya que a pesar de las tendencias, suelen ser bastante tradicionales, lo cual permite establecer una constante en la confección de sus prendas.

6. CONCLUSIONES

A lo largo de esta investigación y a través de distintos métodos aplicados, se pudo enfrentar de forma óptima la problemática descrita en los inicios de la investigación.

- La poca variedad de detalles en vestuario
- Un tallaje inadecuado.

El mercado ofrece productos categorizados en un sistema de tallas que no está regularizado y que en su mayoría no corresponde a las medidas antropométricas del hombre Chileno. Tomando en cuenta esto, se podrían ofrecer prendas que tengan una relación coherente, en cuanto a dimensiones, con el usuario final, permitiendo la conformidad con su autoimagen. Siendo la camisa, la prenda de mayor significancia para ellos; la oferta de vestuario tampoco ofrece mucha variedad en detalles decorativos y aunque existen tiendas especializadas en esta tarea, como sastrerías, no todos pueden acceder a ellas.

Los resultados obtenidos permiten afirmar que algunos pequeños elementos decorativos, aplicados en una cantidad limitada en la construcción de la prenda, pueden producir cambios radicales en la percepción de la imagen personal. Creemos que esto mismo puede ocurrir con otras prendas, siempre que el público objetivo sea similar, pues hemos comprobado que la percepción estética y el entendimiento del concepto de “detalle”, varían notablemente en un grupo social, aún del mismo rango etario y habitando un mismo territorio. Esto quedó en evidencia, al estudiar el ambiente donde estos se mueven, su estilo y lo que consumen, de esta forma, se conoció su personalidad, gustos e intereses, lo que permitió establecer directrices, para probar distintas variables decorativas, las que posteriormente se sometieron a opinión. Las propuestas fueron aceptadas por el segmento, quedando demostrada la pertinencia del estudio de campo realizado.

Los usuarios valoraron los textiles conformados en mayor porcentaje por fibras naturales, aprecian la movilidad, ya que les permiten realizar todas sus actividades sin problema. Por otra parte

consideran el mayor porcentaje de poliéster, como de mala calidad y los textiles “pesados”, les recuerdan el vestuario corporativo. Sin embargo buscan una imagen pulcra en su vestir, por lo que aprecian que sus camisas tenga un efecto de “planchado”, es por esto que se deben buscar tejidos planos, que presenten un equilibrio entre fibras naturales y artificiales. Además valoraron muchos de los detalles decorativos expuestos, ya que se enmarcan dentro de elementos tradicionales en la confección de prendas, además de ser discretos como sutiles. Los colores sin duda están dentro de lo que ellos utilizan y dijeron que las combinatorias sencillas, con pocos elementos, les permitían sentirse cómodos, afirmando que no se podían incorporar todos los elementos en una misma prenda. Además nos permitieron conocer que partes y piezas, son importantes de intervenir para ellos, siendo los más ocultos, los más importantes, como tiras de cuellos, tapa de botones, tiras de manga y algunas costuras.

A pesar de especular en los inicios de la investigación, que el segmento tendría una forma extravagante de vestir, resultó ser bastante tradicional, ya sea en colores, telas, acabados y detalles y aunque dicen mantenerse al margen de la moda, pareciera que es imposible sustraerse de ella, por ser actores sociales interesados en pertenecer a algún grupo; por tanto deben “codificarse” de alguna manera y la indumentaria es una de ellas. Sin duda el trabajo investigativo realizado, permitió tomar buenas decisiones para la construcción de las muestras, que se vieron reflejadas en su grado de aprobación y se comprobó que los detalles cobran real significancia para el grupo en estudio.

Buscan una moda más selectiva, no siguen al retail, pero sí a determinados autores de moda, por tanto, son relativamente conservadores, pero en un circuito alternativo. Son muy gregarios y a la vez excluyentes, por tanto buscan un estilo grupal que los unifique, pero que los distinga de manera sobria. Por lo tanto, la búsqueda de distinción tiene límites marcados y traspasarlos, implica abandonar el grupo.

Los códigos de la forma, tienden a originarse en sus historias personales, en los hitos que han construido sus identidades. Sin embargo la comodidad y la satisfacción con lo que proyectan, no pretende generar una imagen de vanguardia, ya que justamente buscan distinguirse en la discreción. En consecuencia, la hipótesis se comprueba parcialmente, ya que si bien buscan detalles significativos, no están dispuestos a adoptarlos todos.

Desde el punto de vista del Diseño industrial, se ha visto que el acercamiento hacia este segmento, basado por ejemplo en el estereotipo de “hipster”, reduce en exceso la realidad y puede llevar a la elaboración de propuestas que resulten incluso ofensivas para el grupo.

Por otra parte, estos usuarios no son ajenos a la moda, como podría pensarse en un inicio, lo que implica que también para ellos la industria del vestuario, puede generar propuestas de diseño, que como sabemos, también son paramétricas y basadas en normas. Esto último es un desafío pendiente para la industria del vestuario chilena, el sistema de investigación nacional y los diseñadores, cuyos intereses parecen ser poco convergentes; en términos generales, la industria replica, los diseñadores sólo crean y la universidad no investiga en profundidad el sector del vestuario, desde el punto de vista de la producción.

Las variables culturales condicionan la aceptación de vestuario fuera del circuito de la moda masiva, en amplios sectores de la población. Sin embargo generaciones chilenas actuales, son más receptivas, menos prejuiciosas, lo que abre un campo fructífero para la innovación en la concepción misma de las prendas.

Para finalizar y teniendo en cuenta los resultados expuestos, con respecto a la hipótesis mencionada al comienzo del proyecto; ***“Si se modifica el patronaje de determinadas prendas de vestuario y se incorporan variables decorativas, acorde a la***

contextura del segmento, se sentirán cómodos con lo que usan y satisfechos con la imagen que proyectan”. Podemos afirmar que las variables decorativas, aplicadas a determinadas partes y piezas de una camisa, tienen alto grado de incidencia en la aprobación, lo que favorece la auto proyección del usuario. No obstante, todo trabajo es perfectible y diversos hallazgos pueden ser el inicio de otras investigaciones.

Sin duda, las dimensiones y variables decorativas establecidas, podrían dar pie a líneas de vestuario e incluso fortalecer el diseño de autor, haciéndolos conscientes de los gustos e intereses de un nicho que ha sido poco explorado, creando colecciones de vestuario diferenciadoras, bajo el concepto *CheapChic* urbano. Además consideramos que esta metodología se puede extender a otras prendas e incluir la identidad de género como otra variable. Sin embargo dados los alcances de esta investigación queda abierta la posibilidad a un próximo desarrollo.

7. ANEXOS

Pauta de observación para realizar etnografía y perfil de usuario

Hogar

- Arquitectura (colores, texturas, baño, habitación, cocina, living)
- Barrio
- Equipamiento urbano (mobiliario, como es y en qué lugares compra estos elementos)
- Estilo (indumentaria) de la persona dentro de ese contexto
- Música que escucha (En que formato se encuentra esta, Cd, vinilos, archivos pc, celular, etc.)
- Closet (Como esta ordenado este y de que elementos se conforma)
- Alimentos que consume (Cuales son y donde los compra)

Trabajo (o lugar de estudio)

- Arquitectura (Puesto de trabajo y del lugar en general)
- Barrio
- Equipamiento urbano
- Estilo (indumentaria) de la persona dentro de ese contexto
- Música que escucha
- Alimentos que consume

Ocio

- Arquitectura
- Barrio
- Equipamiento urbano
- Estilo de la persona dentro de ese contexto
- Música que escucha
- Pasatiempos
- Alimentos que consume
- Deportes
- El discurso
- Temas de conversación
- Gestos
- Posturas

Objetos

- Accesorios personales
- Vestuario
- Zapatos
- Objetos
- Movilización
- Conductas
- Códigos
- Ritos
- Grupos etarios
- Comportamiento

Estética

- Aspecto personal
- Contextura
- Códigos visuales
- Referentes visuales
- Combinación de ropa, estilo
- Elementos de belleza

Mascotas y plantas

- Animal y raza
- Tipos de plantas y como las cuida

Entrevista realizada a Matías Améstica:

Edad: 26

Comuna en la que vive: Santiago

1. Ocupación y pasatiempos:

R: Estudiante de Diseño Gráfico, trabajo, gimnasio y salir con mis amigos.

2. ¿Te preocupa tu apariencia y el qué dirán?

R: Sí, pero más que nada el sentirme bien, sentir que me veo bien y que me guste eso.

3. ¿Te preocupas por tu físico?

R: Sí, voy a crossfit o entrenamiento funcional, a veces me complica por el trabajo y porque ahora estoy con título y trabajando, pero si trato de hacerlo y de comer bien. Además ya no carreteo tanto, intento mejorar mi estilo de vida.

4. ¿Te gusta diferenciarte del resto, en cuanto a cómo te vistes, peinas, etc.?

R: Sí, pero en verdad me preocupo más de ser yo, me encanta hacerme cortes de pelo, etc. Pero soy muy consciente de lo que me queda bien y trato de ocupar eso.

5. ¿Qué tipo de cosas dentro de la indumentaria te gusta comprar y compras? ¿Dónde lo haces?

R: Me gusta comprar camisas y poleras, mas las camisas por la pega y después siempre me quedo con la misma ropa para salir. Me gustan mucho los básicos, siento que demuestran un poco mas de personalidad, siento que es un poco mas real y que se transmite mas la esencia de la persona. También creo que hay que tener algo con mas estampado o con detalles, pero onda la camisa, como para algo muy especial. Compró en Top Man, Foster, PumaLab, tengo estos pantalones que los compré en una tienda de skater y me encantan y también compro hartas cosas cuando viajo, en H&M de España hay cosas maravillosas. Me gustan los lentes Ray-Ban, son sagrados pa' mi y me gustan también los gorros, tengo ese nike amarillo fluor que es mi regalón.

6. ¿Existe algún elemento de tu indumentaria, que te cueste mucho encontrar, referente al tallaje? ¿Por qué razón?

R: Si creo que debería existir una talla prudente en camisas porque a veces te quedan muy englobadas, y largas, a veces soy talla M cuando estoy mas flaco y la L me queda gigante. Me gustan entalladas, pero jamás tan ajustadas, porque no tengo el cuerpo.

7. ¿Qué opinas con respecto a los precios de la ropa, zapatos, indumentaria en general? ¿Lo consideras una limitante?

R: Por ejemplo me encanta Top Man, es muy caro eso si, pero siempre me quedan bien, es como una por otra. Tengo unas chalas que me costaron carísimas, pero son tan cómodas, privilegio eso ante todo.

8. ¿Qué opinas sobre la calidad y su relación con respecto al precio?

R: Considero que es razonable, eso si afuera encuentras cosas bacanes y a buen precio.

9. ¿Qué tipo de ropa es la que más te gusta (Deportiva, casual, formal, semi formal, etc.?)

R: Me gusta mas andar de jeans y polera, pero en la pega me exigen ir un poco mas formal, por el cargo que tengo, eso es de camisa. Igual puedo ir de camisa y polerón o zapatillas y para mi eso es mas cómodo, pero en la casa me gusta andar ojalá en pijama, lo más cómodo posible. Los jeans jamás anchos, tienen que ser cómodos para andar en bici.

10. ¿Con que tipo de ropa te sientes más cómodo?

R: Con la ropa semiformal y mas deportiva. Oséa no ando con buzo siempre, sólo para entrenar y cuando estoy en la casa me encanta estar cómodo, pero me gustan mucho las poleras y zapatillas y camisas pero abiertas.

11. ¿A qué lugares te gusta ir a comer, carretear, pasear y vacacionar?

R: Salgo a ver cosas con una amiga, en bici, vamos a Yungay a la peluquería francesa, vamos a ver exposiciones. Vamos a ver películas, busco inspiración en lo que hago o voy directamente a carretear, me gusta tomar en una casa y después ir a bailar a Mamba, en Bellavista... que me encanta, la Diana, Sarita Colonia, me gusta ir a lugares bonitos, azotea Matilde.

12. ¿Qué opinas de la indumentaria del Chileno y de como se ve, en cuanto a su apariencia?

R: Son muy tradicionales, pero no pesco mucho, odio eso si el estilo ingeniero Dockers, lo encuentro muy latero.

13. ¿Qué tipo de música escuchas?

R: Javiera Mena, Gepe...

14. ¿Qué medio de transporte usas?

La bici y si no se puede metro.

15. ¿Qué colores te identifican?

R: Me voy siempre a lo oscuro, ahora como que me saturaron los estampados, me gusta el estilo leñador, me gustan los puntos pero muy piola, chiquititos, ojalá que pasen desapercibido. Me gustan los bolsillitos, los colores claros, básicos, la líneas horizontales me encantan, sobre todo estilo marinero. Me encantan los colores azul marino y celeste clarito, el negro infaltable, gris, café en los bototos, las converse blancas básicas típicas.

Entrevista realizada a Gonzalo Ignacio

Edad: 32

Comuna en la que vive: San Miguel

1. Ocupación y pasatiempos: Abogado y running.

2. ¿Te preocupa tu apariencia y el qué dirán?

R: Si pero mas que nada por la pega.

3. ¿Te preocupas por tu físico?

R: Si trato por eso hago running

4. ¿Te gusta diferenciarte del resto, en cuanto a cómo te vistes, peinas, etc.?

R: Si me preocupan los diseños y verme bien.

5. ¿Qué tipo de cosas te gusta comprar y compras? ¿Dónde lo haces?

R: Cuando tengo audiencias especiales, me gustan mandar a hacerme ternos, me gustan harto las corbatas fuertes con camisas mas piola, blancas porque combina con todo o a rayas en tonos azules. Compro en retail y para cosas especiales en Londress, ahí tengo mi propia diseñadora.

6. ¿Existe algún elemento de tu indumentaria, que te cueste mucho encontrar, referente al tallaje? ¿Por qué razón?

R: Igual soy flaco, a veces las cosas me quedan largas de manga, pero para eso tengo a mi diseñadora.

7. ¿Qué opinas con respecto a los precios de la ropa, zapatos, indumentaria en general? ¿Lo consideras una limitante?

R: No, para nada.

8. ¿Qué opinas sobre la calidad y su relación con respecto al precio?

R: Creo que la relación es coherente, uno paga por algo que te quede bien y que salga de lo común.

9. ¿Qué tipo de ropa es la que más te gusta (Deportiva, casual, formal, semi formal, etc.)?

R: Me gusta mas semiformal.

10. ¿Con que tipo de ropa te sientes más cómodo?

R: Jeans camisa, pero me encanta andar de terno.

11. ¿A qué lugares te gusta ir a comer, carretear, pasear y vacacionar?

R: Me gusta mucho viajar a ciudades, playas y comer, probar lo que mas se pueda. Vamos a casas, barrio Brasil, comida Japonesa.

12. ¿Qué opinas de la indumentaria del Chileno y de como se ve, en cuanto a su apariencia?

R: Luto permanente

13. ¿Qué tipo de música escuchas?

R: De todo pero más de tendencia actual

14. ¿Qué medio de transporte usas?

R: Auto

15. ¿Qué colores te identifican?

R: Blanco y azul, para los detalles naranja y turquesa.

Entrevista realizada a Javier Aranda:

Edad: 25

Comuna en la que vive: Las Condes

1. Ocupación y pasatiempos: Estudiante de Diseño Industrial, Ilustrador, Pintura, Yoga, Viajes, lectura, artes visuales y moda.

2. ¿Te preocupa tu apariencia y el qué dirán?

R: Soy bien preocupado de mi apariencia en el sentido de estar cómodo con lo que uso y lo que quiero proyectar, que si bien uno proyecta para los demás el "que dirán" no condiciona mi imagen.

3. ¿Te preocupas por tu físico?

R: Sí, me ocupo de mi físico constantemente, llevándolo al plano de la rutina, movilizándome en bicicleta y practicando yoga en mis tiempos libres. Para ocuparme del plano físico y mental.

4. ¿Te gusta diferenciarte del resto, en cuanto a cómo te vistes, peinas, etc.?

R: Sí, en Chile sobretodo se nota la diferencia cuando uno propone nuevas formas de vestimentas que quizás son algo ajeno a la idiosincrasia país, visto con el general de

las personas. En mi ambiente personal la diferenciación es más pequeña ya que uno se mimetiza con el círculo. Me gusta diferenciarme en los cortes de pelo.

5. ¿Qué tipo de cosas dentro de la indumentaria te gusta comprar y compras? ¿Dónde lo haces?

R: Me gusta comprar ropa reutilizada, primero por un tema medioambiental y de conciencia social, segundo porque es más económico, tercero por la gran variedad y piezas únicas que uno puede encontrar y cuarto porque yo armo mis tenidas y no me baso en las tendencias del consumo masivo.

Por lo general compro en Santiago y en la VII Región donde hay un punto de venta de ropa reutilizada de gran tamaño, aparte que estoy aportando económicamente a pequeños vendedores y no a grandes tiendas.

6. ¿Existe algún elemento de tu indumentaria, que te cueste mucho encontrar, referente al tallaje? ¿Por qué razón?

R: La mayoría, ya que mi talla (al ser flaco) no es tan común en las ventas de ropa americana, por lo general termino modificando lo que compro para adecuarlo a mi textura.

7. ¿Qué opinas con respecto a los precios de la ropa, zapatos, indumentaria en general? ¿Lo consideras una limitante?

R: Efectivamente el precio es un limitante (cuando compro en tiendas de retail) por lo cual no lo hago muy frecuente, razón por la cual, como lo mencioné anteriormente compro en ventas de ropa para reutilizar. Muchos precios están excesivamente elevados, lo que responde al nivel de consumo del país.

8. ¿Qué opinas sobre la calidad y su relación con respecto al precio?

R: En muchos casos no se corresponden, he comprado prendas que tienen un valor un poco más elevado del común y no me han durado tanto.

9. ¿Qué tipo de ropa es la que más te gusta (Deportiva, casual, formal, semi formal, etc.)?

R: Dependiendo del contexto suelo mezclar las tendencias, lo deportivo con lo casual o lo formal, no tengo un tipo definido, lo veo más en el conjunto armado.

10. ¿Con que tipo de ropa te sientes más cómodo?

R: Con la ropa casual y deportiva.
Lo formal (como su nombre lo dice) requiere de mayor prolijidad, limpieza y orden (algo alejado a mi

personalidad). Zapatillas deportivas, jeans y camisa o polera es mi combinación perfecta, en los pies necesito tener algo a prueba de todo, por las actividades que realizo a diario.

11. ¿A qué lugares te gusta ir a comer, carretear, pasear y vacacionar?

R: Comer me gustan las picadas BBB (bueno bonito y barato) como el mercado, sobre todo por las personas que están alrededor, no me gustan los restaurantes más "pitucos" no me siento cómodo. Para carretear me gustan los lugares underground, de música alternativa, pop, electrónica, etc. Donde el grupo de gente se adecua a mi personalidad, por lo general son lugares donde no exista mucha prohibición y las personas actúen de forma más natural, cómodas y no aparentando mucho. Me gusta carretear en lugares donde la diversidad de personas sea el principal factor, ya sea de nacionalidades, de tendencias, etnias, genero, etc. En el día (aparte del espacio académico) me gusta ir a lugares donde el arte sea un factor importante. Barrios como bellas artes, Lastarria, bellavista, (aparte que geográficamente es el barrio donde frecuento, por la ubicación de la Universidad) ya que voy muchos museos, galerías de artes, bibliotecas, ferias, bares, clubes, etc. Aparte de los lugares ciudadanos, frecuento ir al campo (mi lugar de procedencia), trato de ir por lo menos dos veces al mes como mínimo.

12. ¿Qué opinas de la indumentaria del Chileno y de como se ve, en cuanto a su apariencia?

R: Hablando en general y tomando como referencia lo que me dijo un amigo extranjero "el chileno es monocromático" y efectivamente si uno transita por el transporte público los colores más utilizados son los colores opacos, como negros, grises, café oscuro, azul oscuro, etc. Ahora también existe una unificación en las tendencias ya que el consumo general se basa en las ofertas de las grandes tiendas y los malls, aunque si muchos jóvenes están tomando la iniciativa y proponiendo nuevas prendas, nuevos estampados y combinaciones innovadoras y algunas basadas en tendencias extranjeras. Falta si más personalización de la vestimenta que represente las personalidades de cada uno, siempre y cuando exista un interés en la apariencia física claramente, ya que para muchas personas esto no es tema. Otro punto a favor que ocurre en Chile que se está dando a conocer más el diseño de moda actual generando un estilo y marca chilena que de a poco va marcando peso en el extranjero. Diseñadores como Matías Hernán, A de Antonio, Pola Thomson, Paulo Méndez, Sebastián del Real Ossa, entre otros se están dando a conocer y se le está dando más cabida en la

prensa nacional (lo que condiciona mucho el actuar de varios).

13. ¿Qué tipo de música escuchas?

R: Mmmm de todo un poco dentro de lo bueno, mucho indie, tech house, reggaetón para no quedarme dormido en la pega, escucho de todo.

14. ¿Qué medio de transporte usas?

R: Metro, micro, bici...Dependiendo del lugar al que tengo que ir y la distancia.

15. ¿Qué colores te identifican?

R: Azul marino, negro, gris, colores mas bien neutros.

Entrevista realizada a Adolfo Correa

Edad: 28

Dirección: Pedro de Valdivia, Providencia.

1. Ocupación y pasatiempos: Diseñador gráfico, dibujar y viajar.

2. ¿Te preocupa tu apariencia y el qué dirán?

R: Si, pero principalmente me gusta que apariencia hable de quien soy.

3. ¿Te preocupas por tu físico?

R: Si, a veces me gustaría tener un cuerpo mas tonificado, pero aún no me ocupo de eso. A veces me siento muy flaco.

4. ¿Te gusta diferenciarte del resto, en cuanto a cómo te vistes, peinas, etc.?

R: Si.

5. ¿Qué tipo de cosas te gusta comprar y comprar? ¿Dónde lo haces?

R: Me gusta la ropa de buena calidad, con preocupación en los detalles y el diseño, no masiva y ojala muy durable, generalmente compro camisas y poleras. Suelo comprar mucho en amazon.uk.com, eBay y una infinidad de tiendas online de streetwear, tienen políticas años luz con los consumidores, responden de inmediato con cambio o envío duplicado gratis sin preguntar cuál fue el problema. Mucho mejor atención post venta q en cualquier tienda en Chile. Mi ropa favorita es Supreme, lo malo que es muy cara. Pero también me gusta Topman, Uniqlo, Urban outfitters, Purificacion Garcia, Hype, nose son muchas... Más que marcas me mueven los diseños. Perfumes uso Polo Black y Blue Eternamente. No soy de comprar cremas pero últimamente empecé con ese tema

y tengo varias, ni idea las marcas solo se q son muy caras las cremas, exfoliantes astringentes y todo eso. Me gustan los zapatos bestias, z&d, nike airmax, converse, cat, timberland etc. Mis colores favoritos para vestirme son negro, blanco, burdeo, y celeste mezclilla, y toda la gama de grises

6. ¿Existe algún elemento de tu indumentaria, que te cueste mucho encontrar, referente al tallaje? ¿Por qué razón?

R: Zapatos definitivamente y chaquetas por la espalda.

7. ¿Qué opinas con respecto a los precios de la ropa, zapatos, indumentaria en general? ¿Lo consideras una limitante?

R: Es bastante difícil encontrar ropa de calidad en Chile sin ser extremadamente costosa, por eso prefiero comprar lo que más puedo por internet, buena calidad y precios bajos comparados al mercado nacional y obvio cuando viajo me traigo todo lo interesante que encuentre

8. ¿Qué opinas sobre la calidad y su relación con respecto al precio?

R: H&M es una mierda de calidad, igual q Zara, Topman es mucho mejor, en NYC ir a H&M es como ir a corona. Debería haber mejor ropa a buen precio y con diseño, tiendas exclusivas no, la exclusividad es una mierda, porque la exclusividad se basa en dejar al resto fuera... Las ropas pueden ser de nivel muy similar a otras marcas, incluso hechas donde mismo... Pero el costo se cuadruplica solo por llevar un logo exclusivo, por ejemplo Diesel, una mierda de ropa con precios altísimos, puro marketing. En cambio es diferente cuando es ropa de autor... Precios altos, calidad buena pero ahí existe un valor agregado de diseño que se paga caro no tanto por la marca y el marketing.

9. ¿Qué tipo de ropa es la que más te gusta (Deportiva, casual, formal, semi formal, etc.)?

R: No uso ropa deportiva, encuentro q es lo más latero del mundo, odio la gente q se viste con ropa deportiva hasta para ir a trabajar.

10. ¿Con que tipo de ropa te sientes más cómodo?

R: Me acomoda la ropa catalogada como streetwear, ropa casual de día a día pero que también funciona para ir a una fiesta, al trabajo o a una cita.

11. ¿A qué lugares te gusta ir a comer, carretear, pasear y vacacionar?

R: Muchos restaurantes y muchos bares, los que más pueda jaja... Sipo conociendo los que más pueda. José

Ramón de Lastarria es calidad! Y la gloria siempre está en mi mente jajaja, sandwichería la gloria. Me gusta la comida Peruana, Italiana, India, pero prefiero sándwiches me gustan los jugos naturales reales no de pulpa y mezclas de sabores, los jugos de la junta en Lastarria 90 son calidad, el mix berries ñooooom... Sino cervezas artesanales, Kroos lupulus mi favorita, Gulden draak, o Kunstman torobayo.

12. ¿Qué opinas de la indumentaria del Chileno y de como se ve, en cuanto a su apariencia?

R: Creo que somos lo más aburrido y pacatos del mundo para vestirnos, es cosa de caminar por Pedro de Valdivia donde están todas las universidades privadas y todos los weones se visten iguales, el estilo perrito zorrón se apodero de la vestienta y el q se viste original es como un bicho raro, eso es súper penoso y tercermundista. Otros se están dando a conocer y se le está dando más cabida en la prensa nacional (lo que condiciona mucho el actuar de varios). No sé yo creo q chile está lleno de trancas y la sociedad también todos los aspectos, incluso la ropa. Si estas en una ciudad como NYC al tope de la moda, te das cuenta de cuanta riqueza visual y creatividad se esparce por las calles, lo q genera una atmosfera de tolerancia y de originalidad total.

13. ¿Qué tipo de música escuchas?

R: Mmmm de todo un poco dentro de lo bueno, mucho indie, tech house, reggaetón para no quedarme dormido en la pega, escucho de todo.

14. ¿Qué medio de transporte usas?

R: Auto.

15. ¿Qué colores te identifican?

R: Burdeo, grises, azules, negro, blanco y verde musgo.

Entrevista realizada a Alfredo Lillo

Edad: 27

Dirección: Av. calera de tango paradero 18 1/2 parcela d6. Calera de tango

1. Ocupación y pasatiempos: Música y películas.

2. ¿Te preocupa tu apariencia y el qué dirán?

R: Si

3. ¿Te preocupas por tu físico?

R: Si

4. ¿Te gusta diferenciarte del resto, en cuanto a cómo te vistes, peinas, etc.?

R: Si

5. ¿Qué tipo de cosas te gusta comprar y compras? ¿Dónde lo haces?

R: Generalmente compro camisas, poleras, chalecos y polorones. Generalmente compro en la ropa americana.

6. ¿Existe algún elemento de tu indumentaria, que te cueste mucho encontrar, referente al tallaje? ¿Por qué razón?

R: A veces las camisas me quedan muy anchas.

7. ¿Qué opinas con respecto a los precios de la ropa, zapatos, indumentaria en general? ¿Lo consideras una limitante?

R: Son muy altos y si los considero una limitante.

8. ¿Qué opinas sobre la calidad y su relación con respecto al precio?

R: Existe una correlación entre la calidad y el precio, pero en cuanto a que los productos baratos tienen mala calidad, no así los productos caros que tienen la misma calidad que los medianamente caros.

9. ¿Qué tipo de ropa es la que más te gusta (Deportiva, casual, formal, semi formal, etc.)?

R: Casual

10. ¿Con que tipo de ropa te sientes más cómodo?

R: Mmm camisa, jeans y zapatos (no formales)

11. ¿A qué lugares te gusta ir a comer, carretear, pasear y vacacionar?

R: Donde vendan pastas, generalmente carreteo en casa de amigos y vacacionar al sur, puerto varas.

12. ¿Qué opinas de la indumentaria del Chileno y de como se ve, en cuanto a su apariencia?

R: No es muy variada, muy conservadora.

13. ¿Qué tipo de música escuchas?

R: Rock psicodélico

14. ¿Qué medio de transporte usas?

R: Auto, micro y metro.

15. ¿Qué colores te identifican?

R: Verde, marrón y color ladrillo.

Entrevista realizada a Pablo Vega

Edad: 26

Dirección: Comuna de la Cisterna

1. Ocupación y pasatiempos: Abogado y pasatiempo Dj.

2. ¿Te preocupa tu apariencia y el qué dirán?

R: Mmmm sí.

3. ¿Te preocupas por tu físico?

R: Si voy al gimnasio casi todos los días.

4. ¿Te gusta diferenciarte del resto, en cuanto a cómo te vistes, peinas, etc.?

R: Si, en como me visto.

5. ¿Qué tipo de cosas te gusta comprar y compras? ¿Dónde lo haces?

R: Ropa, electrónica, libros, música, chocolates, tragos, zapatos, lentes de sol... En el mall. En marcas me gustan mmm Calvin Klein, Zara, top man, paco Rabanne, la Martina, polo, penguin y en zapatos solo Aldo. Perfume uso Dior Home. Me encantan las camisas y es una lata ver a alguien vestido igual que uno, por eso una vez me mandé a hacer camisas y poleras, pero no fue lo que esperaba. Debo tener unas 50 camisas.

6. ¿Existe algún elemento de tu indumentaria, que te cueste mucho encontrar, referente al tallaje? ¿Por qué razón?

R: En ropa por ejemplo...camisas me cuesta mucho y zapatos que sean de mi gusto, más que con las tallas, con el tipo de camisas y los diseños y aparte las tallas claro no siempre son iguales. E en zapatos no hay NADA de variedad, sólo hay para mujeres.

7. ¿Qué opinas con respecto a los precios de la ropa, zapatos, indumentaria en general? ¿Lo consideras una limitante?

R: Existe una relación razonable.

8. ¿Qué opinas sobre la calidad y su relación con respecto al precio?

R: La calidad no siempre es buena, por eso prefiero pagar un poco más por algo mejor.

9. ¿Qué tipo de ropa es la que más te gusta (Deportiva, casual, formal, semi formal, etc.)?

R: La que más me gusta es la formal.

10. ¿Con que tipo de ropa te sientes más cómodo?

R: Con la ropa casual y siento que el estilo que más representa es el semiformal.

11. ¿A qué lugares te gusta ir a comer, carretear, pasear y vacacionar?

R: A comer pueden ser varios lugares, al alto, Isidora, Lastarria, etc., A carretear, sala gente, W, Ómnium, casa piedra, de todo la verdad y vacaciones playa obvio, puede ser chile o el extranjero.

12. ¿Qué opinas de la indumentaria del Chileno y de como se ve, en cuanto a su apariencia?

R: Pésimo, es poca la gente que se viste bien, pero conozco gente que con muy poco se ve bien, la gente no se preocupa.

13. ¿Qué tipo de música escuchas?

R: Escucho de todo, pero principalmente la que yo creo, a través de mezclas, pero harta electrónica.

14. ¿Qué medio de transporte usas?

R: Auto.

15. ¿Qué colores te identifican?

R: Me gustan los colores, pero en la semana uso colores mas neutros y el fin de semana, uso mas colores y estampados.

Entrevista realizada a: Rodrigo Ampuero

Edad: 28

Dirección: Providencia

1. Ocupación y pasatiempos: Ingeniero, dibujo y lectura.

2. ¿Te preocupa tu apariencia y el qué dirán?

R: Si me preocupa pero por verme como quiero y no por el que dirán, eso no me importa.

3. ¿Te preocupas por tu físico?

R: Si, trato de alimentarme bien , camino harto, ando en bicicleta y antes hacia natación.

4. ¿Te gusta diferenciarte del resto, en cuanto a cómo te vistes, peinas, etc.?

R: Si, ósea no me gusta andar como la masa, siempre trato de tener algún detalle que me diferencie.

5. ¿Qué tipo de cosas te gusta comprar y compras? ¿Dónde lo haces?

R: Me gusta comprar todo, pero sobre todo camisas y chaquetas, encuentro que cambiándotelas, creas un look completamente nuevo. Compró donde me guste algo la verdad, mall, persas, ropa usada, donde vea que me

guste y pueda comprarlo lo hago. También compro accesorios y cremas para después de afeitarse, para la cara y las compro en la farmacia.

6. ¿Existe algún elemento de tu indumentaria, que te cueste mucho encontrar, referente al tallaje? ¿Por qué razón?

R: En verdad no me cuesta encontrar nada, pero me gustaría que hubiera mas variedad de camisas, estampados, colores y de pantalones.

7. ¿Qué opinas con respecto a los precios de la ropa, zapatos, indumentaria en general? ¿Lo consideras una limitante?

R: Mmmm hay cosas caras, eso es obvio, pero a veces uno tiene que darse un gusto y es mejor comprar algo mas caro, que será de mejor calidad, a muchas cosas chinas.

8. ¿Qué opinas sobre la calidad y su relación con respecto al precio?

R: Yo creo que es algo que se mantiene en equilibrio.

9. ¿Qué tipo de ropa es la que más te gusta (Deportiva, casual, formal, semi formal, etc.)?

R: La casual y a veces unas cosas alternativas, medias locas, para jugar un poco.

10. ¿Con que tipo de ropa te sientes más cómodo?

R: Con la ropa casual, sin duda.

11. ¿A qué lugares te gusta ir a comer, carretear, pasear y vacacionar?

R: A Lastarria, o donde haya algo novedoso, rico y natural. No me gusta mucho la comida chatarra, pero esto abierto a probar de todo, así que trato de ir a lugares nuevos siempre... siempre hay algún amigo que fue a un lugar y te lo recomienda. Transito hartito por providencia y trato de carretear por acá, para ir caminando o en taxi, a veces voy a bellavista.

12. ¿Qué opinas de la indumentaria del Chileno y de como se ve, en cuanto a su apariencia?

R: Es bastante plana, encuentro que el chileno se ve fome, pero no se preocupa tampoco, quizás ahora están usando un poco mas de color en poleras por ejemplo o atreviéndose mas con zapatos y zapatillas, pero les falta atreverse.

13. ¿Qué tipo de música escuchas?

R: Electro, rock, jazz... Tenga gran variedad de gustos musicales.

14. ¿Qué medio de transporte usas?

R: Auto y metro.

15. ¿Qué colores te identifican?

R: Azules en todas su tonalidades, grises, burdeo, negro, a veces café pero mas para zapatos o chaquetas, blanco... eso creo.

Entrevista realizada a: Francisco De Sarratea

Edad: 31

Dirección: Las Condes

1. Ocupación y pasatiempos: Abogado y hacer deporte

2. ¿Te preocupa tu apariencia y el qué dirán?

R: Lo necesario para darme cuenta si estoy ocupando algo muy ridículo o fuera de contexto.

3. ¿Te preocupas por tu físico?

R: Si, hago deporte, voy a correr o a anda en bici al cerro Manquehue, San Cristóbal.

4. ¿Te gusta diferenciarte del resto, en cuanto a cómo te vistes, peinas, etc.?

R: Me da igual

5. ¿Qué tipo de cosas te gusta comprar y compras? ¿Dónde lo haces?

R: Zapatos, poleras y hartas camisas por la pega y compro en todo tipo de lugar, me es indiferente si es un mall o una galería de tiendas.

6. ¿Existe algún elemento de tu indumentaria, que te cueste mucho encontrar, referente al tallaje? ¿Por qué razón?

R: Me cuesta encontrar cosas como accesorios, onda pañuelos, hay pocos en el mercado y los que hay muchos no son de mi gusto. En cuanto a las tallas, yo no soy muy alto y soy flaco, por eso a veces las cosas me quedan o largas de mangas o anchas.

7. ¿Qué opinas con respecto a los precios de la ropa, zapatos, indumentaria en general? ¿Lo consideras una limitante?

R: Encuentro que son de mercado, no considero que estén abultados los precios. Para algunas marcas si lo considero una limitante.

8. ¿Qué opinas sobre la calidad y su relación con respecto al precio?

R: Considero que es aceptable ya que hay ropa de todos los precios y de distintas calidades. Puede que la calidad mínima sea bajo el estándar que uno como consumidor espera.

9. ¿Qué tipo de ropa es la que más te gusta (Deportiva, casual, formal, semi formal, etc.)?

R: En el trabajo con traje, formal y el fin de semana jeans y polera mas relajado.

10. ¿Con que tipo de ropa te sientes más cómodo?

R: Semiformal y casual, como que uno se acostumbra a cierto grado de formalidad igual.

11. ¿A qué lugares te gusta ir a comer, carretear, pasear y vacacionar?

R: Voy a bares y lugares para bailar (pero mucho menos). Me gusta Lastarria, Provi, Las Condes, a veces me voy a dar una vuelta a Vitacura.

12. ¿Qué opinas de la indumentaria del Chileno y de como se ve, en cuanto a su apariencia?

R: Sobre la indumentaria del chileno la verdad no me fijo mucho. Sí me doy cuenta y me llama la atención cuando alguien se ve realmente mal.

13. ¿Qué tipo de música escuchas?

R: La verdad escucho de todo pero entre mis bandas favoritas está Pearl jam, Postal service y Javiera Mena.

14. ¿Qué medio de transporte usas?

R: Metro y bici pero las menos.

15. ¿Qué colores te identifican?

R: Azul y amarillo.

Entrevista realizada a: Claudio Ramírez

Edad: 31

Dirección: San Miguel

1. Ocupación y pasatiempos: Consultor de negocios y andar en moto de paseo.

2. ¿Te preocupa tu apariencia y el qué dirán?

R: Me gusta verme bien, pero no el qué dirán.

3. ¿Te preocupas por tu físico?

R: Sí, voy al gimnasio, aunque últimamente no he podido, estoy en recuperación, tuve un accidente en moto.

4. ¿Te gusta diferenciarte del resto, en cuanto a cómo te vistes, peinas, etc.?

R: Me da igual

5. ¿Qué tipo de cosas te gusta comprar y compras? ¿Dónde lo haces?

R: Zapatos, poleras y hartas camisas por la pega y compro en Brooksbrothers, Trial, Ferrachinie, Armani, Floord hains (costanera), Bandain, en búsqueda de camisas que no planchan. Como accesorio uso lentes de sol, el smartwtach y teléfono con lápiz para anotar.

6. ¿Existe algún elemento de tu indumentaria, que te cueste mucho encontrar, referente al tallaje? ¿Por qué razón?

R: En general no tengo problema, compro hartas camisas Slim o súper Slim y esas me quedan bien.

7. ¿Qué opinas con respecto a los precios de la ropa, zapatos, indumentaria en general? ¿Lo consideras una limitante?

R: Creo que el precio es correcto según la segmentación, hay variedad suficiente, para todos los niveles.

8. ¿Qué opinas sobre la calidad y su relación con respecto al precio?

R: La calidad es importante y creo que el precio es proporcional a esta, para mi es un tema el planchado, prefiero comprarme una camisa, antes de comprar una, pero en Brooksbrothers, compro las non iron y con esas no tengo problema.

9. ¿Qué tipo de ropa es la que más te gusta (Deportiva, casual, formal, semi formal, etc.)?

R: Formal, da otro nivel.

10. ¿Con que tipo de ropa te sientes más cómodo?

Formal.

11. ¿A qué lugares te gusta ir a comer, carretear, pasear y vacacionar?

R: Cuando estoy trabajando compro generalmente en Starbucks, aunque intento llevar alimentos de la casa como frutas, para ser mas saludable. Y así como lugares que frecuento son Bellavista, Lastarria y Costanera Center, porque me queda cerca del trabajo.

12. ¿Qué opinas de la indumentaria del Chileno y de como se ve, en cuanto a su apariencia?

R: No me gusta, creo que usan muchos colores oscuros y en general la masa no se preocupa. Creo que existe una relación con tu pareja y la dificultad de conseguir citas. Esto último lo leí.

13. ¿Qué tipo de música escuchas?

R: Metal progresivo, jazz, electrónica.

14. ¿Qué medio de transporte usas?

R: Auto o taxi.

15. ¿Qué colores te identifican?

R: En la ropa colores mas neutros, azul, negro y blanco, pero en objetos como el auto, me gustan de colores prendidos, ojalá azul eléctrico.

Entrevista realizada a: Maximiliano Leiton

Edad: 27

Dirección: San Miguel

1. Ocupación y pasatiempos: Ingeniero y de ves en cuando jugar a la pelota.

2. ¿Te preocupa tu apariencia y el qué dirán?

R: Si ósea me gusta verme bien, ordenado, andar con un perfume rico de intensidad media, pero mas por mí, que por el que dirán. No soy mucho de cremas.

3. ¿Te preocupas por tu físico?

R: La verdad no mucho, aunque igual trato de cuidarme en las comidas.

4. ¿Te gusta diferenciarte del resto, en cuanto a cómo te vistes, peinas, etc.?

R: Sí me gusta tener mi estilo personal, en cuanto a la vestimenta, colores mas sobrios que estrafalarios o "brillantes". En cuanto al corte no mucho, solo mantener un largo adecuado.

5. ¿Qué tipo de cosas te gusta comprar y compras? ¿Dónde lo haces?

R: Camisas, chalecos, chaquetas. Compro harto en Rockford y voy harto al paseo Quilín. En accesorios solo uso reloj, tipo sport.

6. ¿Existe algún elemento de tu indumentaria, que te cueste mucho encontrar, referente al tallaje? ¿Por qué razón?

R: No tengo problema en encontrar cosas que me gustan en mi talla.

7. ¿Qué opinas con respecto a los precios de la ropa, zapatos, indumentaria en general? ¿Lo consideras una limitante?

R: Si vas a las tiendas directamente si, pero yo tengo mis

picas, en el paseo Quilín y ahí compro en tiendas tipo outlet y son mucho mas baratas, este chaleco me costo veinticinco y costaba como cien.

8. ¿Qué opinas sobre la calidad y su relación con respecto al precio?

R: Claramente una camisa buena o cualquier cosa buena que son un poquito mas caras, te durarán mucho mas, las telas no se ponen feas, etc.

9. ¿Qué tipo de ropa es la que más te gusta (Deportiva, casual, formal, semi formal, etc.)?

R: Semiformal, siempre he sido así, a la u iba siempre con camisa.

10. ¿Con que tipo de ropa te sientes más cómodo?

R: Semiformal también, no me gusta usar polerones por ejemplo, aunque a veces me gustaría tener uno, pero como que no me nace comprarme.

11. ¿A qué lugares te gusta ir a comer, carretear, pasear y vacacionar?

R: Salgo a comer de todo, he probado con todo, antes comía chatarra ya no porque no tengo la anatomía de hace algunos años, trato de comer mas sano. Y soy un inventor en la cocina y trato de comprar en la feria cosas mas orgánicas, pero por tiempo a veces en el súper.

12. ¿Qué opinas de la indumentaria del Chileno y de como se ve, en cuanto a su apariencia?

R: Es variable, sin embargo el común de los chilenos no sabe combinar los colores o tonalidades (me incluyo). Pero el hombre generalmente compra lo que le queda en su talla, pero no lo que le gusta.

13. ¿Qué tipo de música escuchas?

R: Escucho de todo, pero mas rock noventero.

14. ¿Qué medio de transporte usas?

R: Auto, colectivo y micro.

15. ¿Qué colores te identifican?

R: Colores mas sobrios, camisas blancas, celestes, azules o negras. Pantalones azules, negros o grises. Poleras con diseños mas simples que esas con logos, muchas rayas o dibujos.

Entrevista realizada a: Cristian

Edad: 26

Dirección: Las Condes

1. **Ocupación y pasatiempos:** Arquitecto.

2. **¿Te preocupa tu apariencia y el qué dirán?**

Sí, medianamente

3. **¿Te preocupas por tu físico?**

R: No lo suficiente.

4. **¿Te gusta diferenciarte del resto, en cuanto a cómo te vistes, peinas, etc.?**

R: En lo absoluto, pero, conservando la atingencia a la situación en cuanto a vestimenta, corte de pelo, etc.

5. **¿Qué tipo de cosas te gusta comprar y compras? ¿Dónde lo haces?**

R: Me gustan los zapatos, odio la ropa deportiva de cualquier tipo, especialmente si no estás haciendo deporte. Compro habitualmente en grandes centros comerciales y tiendas de retail.

6. **¿Existe algún elemento de tu indumentaria, que te cueste mucho encontrar, referente al tallaje? ¿Por qué razón?**

R: No, mi estatura y mi calzado están dentro de los estándares más cotidianos.

7. **¿Qué opinas con respecto a los precios de la ropa, zapatos, indumentaria en general? ¿Lo consideras una limitante?**

R: Existen precios para todo tipo de poder adquisitivo, no es limitante.

8. **¿Qué opinas sobre la calidad y su relación con respecto al precio?**

R: Directamente proporcional en la mayoría de los cosas, aún cuando a cierto límite el plus de la exclusividad aumenta los precios considerablemente.

9. **¿Qué tipo de ropa es la que más te gusta (Deportiva, casual, formal, semi formal, etc.)?**

R: Ropa semi-formal.

10. **¿Con que tipo de ropa te sientes más cómodo?**

R: Camisas a rayas o de un color, pantalón de tela en colores claros, zapatos boat.

11. **¿A qué lugares te gusta ir a comer, carretear, pasear y vacacionar?**

R: Barrio Lastarria, Barrio Italia, Patio Bellavista,

Orrego Luco

12. **¿Qué opinas de la indumentaria del Chileno y de como se ve, en cuanto a su apariencia?**

R: Considero que no es una preocupación importante para el chileno promedio, aún cuando existe un fuerte juicio de valor sobre las apariencias.

13. **¿Qué tipo de música escuchas?**

R: Harta música Chilena y también Gringa ... Pero más de la onda de Gepe, Camila Moreno, los búnkeres, los prisioneros, también le encanta Morrissey, The shins cosas de ese estilo.

14. **¿Qué medio de transporte usas?**

R: Metro y bici pero las menos.

15. **¿Qué colores te identifican?**

R: Me atrevo, pero siempre el básico negro.

ENTREVISTA A MARCO JEREZ, BORDADOR

1. **En tus trabajos podemos ver muchos bordados para vestidos de novia y vestidos de fiesta, pero me gustaría saber, ¿Los hombres piden este tipo de trabajo?, de ser así ¿Qué tipo de hombres son los que piden este trabajo (pueden estar ligados al mundo artístico), que cosas te piden?**

R: En general los hombres aún asocian el bordado a la estética femenina, son muy pocos los que piden bordados, casi siempre en camisas y casi todos son del ambiente artístico o de minorías sexuales. Ahora con la aprobación de la unión homosexual me ha tocado bordar chaquetas para ceremonias.

A grandes rasgos los hombres no usan bordados, a diferencia de los europeos. En lo personal he sugerido a diseñadores de ropa masculina, la idea de bordar para hombres, pero no ven rentabilidad en el proyecto. Creo que es un nicho vacío esperando a que alguien se atreva e introduzca la idea al mercado chileno.

ENTREVISTAS A VENEDORES DE TIENDAS

TIENDA LA SASTRERÍA BARRIO LASTARRIAS

1. ¿Qué tipo de público compra en la tienda? Refiriéndonos al área donde se desempeña y rango etario.

R: Gente joven entre 20 a 35 años, aunque también viene gente un poco mayor, pero con mas estilo, mas onda, como que ya lo han dateado. Gente del sector, ejecutivos, arquitectos, diseñadores y hartos músicos y actores que buscan ropa para sus presentaciones.

2. ¿Qué tipo de prendas buscan?

R: Cosas bastantes especiales sobre todo los actores, por ejemplo zapatos amarillos, cosas bien colorinches, llevan hartas poleras y camisas, después vendrían siendo los zapatos.

3. ¿Buscan calidad en las telas y diseños?

R: Algunos sí, pero los que saben mas del tema, por ejemplo el otro día vino a comprar un diseñador Chileno y me hablaba mucho sobre el lino que teníamos en nuestro país y que hay muchas telas que son imitaciones. Así que viene gente que conoce.

4. ¿Pueden confeccionar prendas u objetos de indumentaria a pedido?

R: Al ser sastrería sí, se da esa posibilidad, han venido clientes con fotos de bolsos y zapatos y no han problema.

5. ¿Cuál es el rango de precios, es muy caro?

R: En general no tanto, solo si sale de los patrones convencionales.

6. ¿Los clientes buscan detalles en sus prendas?

R: Algunos son mas exóticos y son meticulosos en el tema de los bolsillos, cuello, algunos buscan que le tape la guata, que no le apriete.

7. ¿Qué tipo de prendas es lo que mas se llevan?

R: Vienen principalmente por e tipo de cuero y por que el amigo de un amigo tiene algo que ellos también quieren, por ejemplo camisas.

8. ¿Los productos son piezas únicas?

R: No para nada, hay prendas iguales, pero son pocas, por ejemplo en zapatos, salen como pares del mismo modelo y los productos se renuevan cada tres meses aproximadamente.

9. ¿La gente busca accesorios?

R: Si hartas pañoletas, lentes y suspensores, esta tienda es muy gay y hípster.

TIENDA DE ZAPATOS BARRIO LASTARRIAS

1. ¿Qué tipo de público compra en la tienda? Refiriéndonos al área donde se desempeña y rango etario.

R: Los tipos de hombres que vienen a comprar son de oficina, bien preocupados de los detalles, se fijan mucho en los zapatos, en los detalles de estos, son mucho mas regodeones que las mujeres. Se fijan en como van cosidas las cosas, si no van cosidas, son súper fijones. Vienen hombres de treinta años mas o menos.

2. ¿Qué tipo de prendas buscan?

R: Buscan el trabajo artesanal, el producto nacional, que llama mucho la atención y que nuestros productos son súper originales y son de alguna forma de edición limitada, por ejemplo, tenemos dos modelos durante todo el año y los demás van saliendo de a poco y son diseños súper exclusivos.

3. ¿Buscan calidad y diseños?

R: Bueno acá todos los zapatos son de cuero, pero en lo que mas se fijan es en los colores, que no sean tan típicos, costuras, salir de lo común.

4. ¿Pueden confeccionar prendas u objetos de indumentaria a pedido?

R: Nos han pedido, pero preferimos trabajar con los diseños de nosotros y tenemos dos fabricantes para eso. Una vez eso si vino pidiendo que Nicolás el dueño de la tienda, hiciera zapatos exclusivos para el, que le Hiciera una línea especial, pero el dijo que no esa su área. El quería zapatos con tachas, hebillas de otros colores, etc. y el es dueño de una zapatería de mujeres, pero le gusta mucho el gusto y como trabaja Nicolás, además iba a empezar a trabajar en la tele, así que quería algo especial.

5. ¿Cuál es el rango de precios, es muy caro?

R: Van desde los 56.990 hasta los 64.990 el más caro y con la ventaja de que es un zapato que te va a durar mucho mas tiempo y es exclusivo.

6. ¿Los productos son piezas únicas?

R: Sí como te comentaba, hay dos modelos que salen durante todo el año y lo demás va saliendo de a poco y también mandan mucho a hacer cosas.

7. ¿La gente busca accesorios?

R: No trabajamos accesorios, ahora sacamos dos modelos de cinturones uno de hombre y otro de mujer y ese modelo está durante todo el año, pero no vienen por los cinturones. Claramente vienen por los zapatos. Se los llevan cuando vienen a hacer un cambio y les sobre plata.

TIENDA DE ROPA ZEBRA BARRIO ITALIA

1. ¿Qué tipo de público compra en la tienda? Refiriéndonos al área donde se desempeña y rango etario.

R: Con poder adquisitivo para poder comprarse algo diferente. Tengo un público entre los 25 y 45 años y vienen cada dos meses mas o menos a comprar prendas nuevas. Hay harto publicista, arquitecto, abogados, médicos...

2. ¿Qué tipo de prendas buscan?

R: Mira tenemos una cartera de clientes cautivos que saben que renovamos prendas cada seis meses y vienen a buscar nuevas. Buscan principalmente detalles en camisas las que algunas veces son Slim fit y son exclusivas.

3. ¿Buscan calidad en las telas y diseños?

R: Si pero principalmente diseños mas originales, porque de telas, cortes y costuras los hombres en general no saben mucho, buscan mas que nada algo que les quede bien y con lo que se sientan cómodos.

4. ¿Pueden confeccionar prendas u objetos de indumentaria a pedido?

R: No, acá todo llega listo para venderse.

5. ¿Cuál es el rango de precios, es muy caro?

R: Tengo camisas entre los 25 y 55 mil pesos.

6. ¿Los clientes buscan detalles en sus prendas?

R: Si acá los botones son de madera, otros pintados a mano o forrados a mano y eso gusta mucho. No se fijan mucho en las costuras

7. ¿Qué tipo de prendas es lo que mas se llevan?

R: Las camisas definitivamente.

8. ¿Los productos son piezas únicas?

R: Cada vez llegan 26 diseños y de cada prenda 22 productos.

9. ¿La gente busca accesorios?

R: Mira acá a veces se llevan una corbata porque combina con alguna camisa, pero esa sería la razón,

además tampoco vendemos mas accesorios.

TIENDA DE ROPA MO STORE, DRUGSTORE.

1. ¿Qué tipo de público compra en la tienda? Refiriéndonos al área donde se desempeña y rango etario.

R: Entre 20 a 35 años. Vienen muchos clientes de oficina.

2. ¿Qué tipo de prendas buscan?

R: Vestones, trajes, camisas y poleras, algo cómodo pero formal, pero siempre están renovando las camisas y los que no las usan para trabajar, vienen por poleras.

3. ¿Buscan calidad en las telas y diseños?

R: Si sobre todo diseños, algunos saben de telas, ahora los hombres para el verano buscan una tela viscosa, que sea fresca, delgada. Uno los guía un poco, les explica algo sobre las telas y la que mas les convienen y luego ellos vuelven preguntando por eso.

4. ¿Pueden confeccionar prendas u objetos de indumentaria a pedido?

R: Si pero cosas específicas como trajes de novios.

5. ¿Cuál es el rango de precios, es muy caro?

R: Es un rango muy asequible.

6. ¿Los clientes buscan detalles en sus prendas?

R: Diseño y funcionalidad.

7. ¿Qué tipo de prendas es lo que mas se llevan?

R: Poleras y camisas.

8. ¿Los productos son piezas únicas?

R: En general hay cuatro de cada modelo.

9. ¿La gente busca accesorios?

R: Si sobre todo los suspensores, están de moda, además se venden algunas humitas, porque no son modelos aburridos.

TIENDA DE ROPA ZARZA DORALI, DRUGSTORE.

1. ¿Qué tipo de público compra en la tienda? Refiriéndonos al área donde se desempeña y rango etario.

R: Adulto entre 25 y 35 años, de oficina pero algunos mas informales.

2. ¿Qué tipo de prendas buscan?

R: Camisas y trajes ya que hacemos a pedido.

3. ¿Buscan calidad en las telas y diseños?

R: Si buscan calidad y diseños entretenidos, pero no manejan las telas, ni cortes, los hombres son los que buscan mas opinión y que los asesoren.

4. ¿Pueden confeccionar prendas u objetos de indumentaria a pedido?

R: Si, pero los trajes principalmente, aunque algunas veces también confeccionamos camisas a pedido y tenemos también zapatos a medida.

5. ¿Cuál es el rango de precios, es muy caro?

R: Hay gran variedad de precios desde los 20 mil aproximadamente.

6. ¿Los clientes buscan detalles en sus prendas?

R: Principalmente diseños y colores.

7. ¿Qué tipo de prendas es lo que mas se llevan?

R: Camisas, por los diseños, colores, estilo, tenemos desde la muy informal, hasta la formal.

8. ¿Los productos son piezas únicas?

R: Dentro de cada prenda hay pocos modelos.

9. ¿La gente busca accesorios?

R: Si algunos, pero acá principalmente vienen por la ropa.

BODEN CAMISERÍA:

1. ¿Cuál es el público o segmento que visita la tienda?

R: El público objetivo son personas que pueden pagar sobre 52 mil pesos por camisas hasta 74 mil, eso incluye todos los detalles que ellos quieran, bolsillos, tipos de puño, cuello, hacemos camisas para smoking, pero eso tiene un cargo adicional.

2. ¿Qué elementos venden?

R: Camisas y corbatas, pero a medida son las camisas y tomamos once medidas, cuellos, pecho, cintura, cadera, manga, puño, bisep, antebrazo, canesú y el largo de la camisa y si son personas gordas, se toma un largo por delante y otro por detrás, para que atrás no le quede como una falda. Los problemas mas frecuentes que traen los clientes del retail, es que les quedan bien de cuello y mal de cuerpo o bien de mangas y mal de cuello. En general en el retail las camisas son para un cuerpo perfecto, que no existe.

3. ¿Reciben pedidos especiales?

R: Si hacemos camisas a pedido y también tenemos algunas hechas, listas para llevar.

4. ¿Qué detalles piden los usuarios en sus prendas?

R: Hay distintos tipos de clientes, algunos mas sport que usan camisas mas llamativas y otros usan cosas mas tradicionales. Por ejemplo en la tienda del centro, tenemos mas abogados que compran camisas lisas, lo mas osado que llevan son líneas azules.

Es complicado cumplir con todos los detalles, pero principalmente buscan que les queden bien, porque si les queda un centímetro grande para ellos influye, el tipo de puño, piden cambiar los colores, el grabado personalizado. Piden cosas distintas en la costura del ojal y botón, pero nosotros trabajamos solo lo tradicional, no nos basamos en las modas. Trabajamos con costura francesa y cortes Europeos.

5. ¿Los clientes saben de telas?

R: Acá ofrecemos camisas de muy buenos algodones y vienen por eso, pero esa es la información que manejan, Aunque ahora tenemos como competencia las camisas Non iron de Brooksbrothers.

SASTRERÍA CUBILLOS:

1. ¿Cuál es el público o segmento que visita la tienda?

R: Llega de todo tipo de personas, mas ABC1, buscando principalmente medidas. Pero también hay público que busca cosas de uso diario o regalos y llevan lo que esta hecho.

2. ¿Qué elementos venden?

R: Trajes, camisas, corbatas y los clientes compran lo que entra a la vista o vienen porque las cosas son a la medida y saben que pagarán algo de calidad.

Lo que viene hecho es estilo italiano, somos como sport clásico.

3. ¿Reciben pedidos especiales?

R: Si tenemos servicio de sastrería y ahí el cliente va armando su camisa o traje, porque todos tienen estilos distintos. Algunos buscan cosas mas ajustadas o para ocasiones especiales y nosotros los orientamos.

4. ¿Qué detalles piden los usuarios en sus prendas?

R: Piden que cambien los botones, las bandas de las camisas, cuellos, las tapetas y puños en otros colores, los tajalí. Nosotros en todo caso aceptamos pedidos, pero dentro de lo tradicional. Hartos buscan personalizar las camisas.

En cuanto a cortes tienes que mantener lo clásico, pero irte innovando.

5. ¿Los clientes saben de telas?

R: No manejan para nada, pero nosotros tenemos lanas nacionales, inglesas, italianas, españolas, para los trajes, tenemos cosas muy buenas.

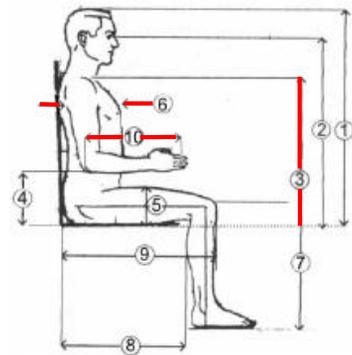
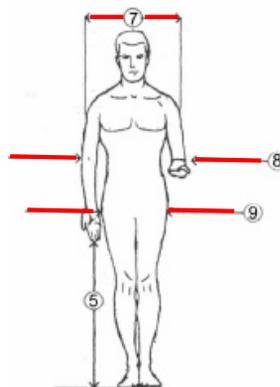
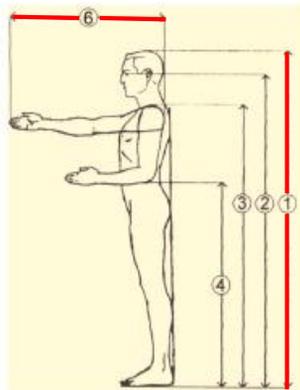
Tabla de medición antropométrica para determinar medidas de tallaje.

Tabla diseñada para medición antropométrica, aplicada a un grupo de diez hombres, clasificados a simple vista como ectomorfo. Esta fue elaborada según medidas básicas a considerar en la confección de una camisa y las realizadas por Apud y Gutiérrez, para su estudio antropométrico de la población.

	Dimensiones antropométricas	Medida en cm.
	Posición de pie	
1	Estatura	
6	Alcance frontal	
7	Ancho de hombros	
8	Ancho entre codos	
9	Ancho de caderas	
	Posición sentado	
3	Altura asiento hombro	
6	Profundidad abdomen	
10	Alcance antebrazo	

Edad	
Peso	

	Dimensiones camisas	Medida en cm.
	Posición de pie	
A	Cuello	
B	Pecho	
C	Cintura	
D	Posterior columna - muñeca	
E	Hombro	
F	Largo espalda	



Pauta para realización de Focus Group

Proyecto: Variables decorativas para la construcción de una prenda superior masculina

Fecha: 26-06-2016,

Lugar: San Miguel.

Variables decorativas para la construcción de una prenda superior masculina “camisa”.

VARIABLES decorativas expuestas para la posterior confección de la prenda en cuestión. Estas consisten en elementos utilizados en el área textil, que permiten generar diferenciación a partir de pequeños detalles, pero de gran relevancia para el usuario.

Objetivo:

Determinar el grado de aprobación, de las variables decorativas para la confección de camisas, expuestas a través de muestrarios.

Dimensión: Textil

Preguntas:

- ¿Los textiles seleccionados son de su agrado?
- ¿Utilizarían una camisa, confeccionada de los textiles seleccionados?
- ¿Les parecen atractivos los colores y se encuentran dentro de la paleta de sus posibilidades?

Dimensión: Cordonería

Preguntas:

- ¿Que les parecen las variables de cordonería utilizadas, botones, cierres y vivos?
- ¿Consideran que los colores utilizados son apropiados (dentro de la paleta de colores que utilizarían)?
- ¿Cuan atractivo resulta el contraste de colores, entre materiales y las costuras de estos?
- ¿Consideran innovador el uso de elementos de cordonería en la confección de prendas, como detalles diferenciadores (Puede ser que la innovación no sea lo que están buscando)?

Dimensión: Costuras

Preguntas:

- ¿Que les parecen los tipos de costuras seleccionadas para esta prueba?
- ¿Consideran que los colores de hilos utilizados, son apropiados?
- ¿Consideran una costura como un elemento diferenciador dentro de la prenda?

Dimensión: Zona de interés

Preguntas:

- ¿Qué zona, parte o pieza de la camisa, consideran más atractiva?
- ¿Qué zona, parte o pieza de la camisa, considera que debería ser un foco llamativo en cuanto a detalles?
- ¿Qué zona, parte o pieza de la camisa, considera que no debería ser un foco llamativo en cuanto a detalles?
- ¿En qué zona, parte o pieza de la camisa, situarían los elementos anteriormente vistos (cordonería, contrastes y costuras)?

Dimensión: Alguna observación

Preguntas:

- ¿Existen elementos que puedan sugerir, para crear detalles diferenciadores en sus prendas (camisas)?

Identificar zona(s) de la prenda más atractiva(s). (Marcar, achurar, dibujar, etc.)

Lugar donde te gustaría que la camisa tuviera algo entretenido, algún diseño, decoración, elemento diferenciador.



8. BIBLIOGRAFÍA

Libros:

Barrios, A. (2010). *La Antropometría en la Moda. Criterios de identificación del consumidor*. Palermo: Encuentro Latinoamericano de Diseño.

Chunman Lo, D. (2011). *Patronaje*. Barcelona, España: Editorial Blume.

Cooper A. (2004). *The inmates are running the asylum*. Indiana: Sams Publishing.

Echavarren, R. (1998). *Arte andrógino: estilo versus moda en un siglo corto*. Buenos Aires: Ediciones Colihue S.R.L.

Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda, una visión sociológica*. Barcelona, España, Editorial Paidós.

Faily S. & Flechais I. (2011). *Persona Case: A Technique for grounding Personas*. Oxford: Oxford University Computing Laboratory.

Fischer, A. (2011). *Manuales de diseño de moda: Construcción de prendas*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gilli.

Laver, J. (1932). *Clothes*. New York, Horizon Press.

Lurie, A. (1994). *El lenguaje de la moda: una interpretación de las formas de vestir*. Buenos Aires: Paidós.

Pruitt, J., & Grudin, J. (2010). *Personas: practice and Theory*. Redmon: One Microsoft Way.

Rivière, M. (1998). *Diccionario de la moda, los estilos del siglo XX*. Editorial Debols!llo.

Rojas, M. (2005). *Moda y comunicación. Taller proyectual Guiado*. Universidad abierta Iberoamericana.

Saltzman, A. (2005). *El cuerpo diseñado: Sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Paidós.

Web:

Argentina, R. t. (10 de Abril de 2016). *Red textil Argentina*. Obtenido de Red textil Argentina: <http://www.redtextilargentina.com.ar/index.php/component/content/article/394-articulos-textiles/561-telas-para-camisas>

Calle, v. l. (4 de febrero de 2016). *Viste la calle*. Obtenido de <http://www.vistelacalle.com/118328/las-tiendas-de-diseno-de-autor-de-vistelaciudad/>

Calvo, S. (20 de Mayo de 2016). *Prezzi*. Obtenido de Prezzi: https://prezi.com/rfa9bnmg5dgg/la-imagen-del-hombre-en-la-moda-de-autor-nacional/#share_embed

cero, E. d. (2 de Abril de 2016). *Elegancia dos punto cero*. Obtenido de Elegancia dos punto cero: <http://www.eleganciadospuncocero.com/2010/07/tipos-de-telas-para-camisas/>

cero, E. d. (22 de Marzo de 2015). *Elegancia dos punto cero*. Obtenido de Elegancia dos punto cero: <http://www.eleganciadospuncocero.com/2010/05/tipos-de-cuellos-de-camisa/>

Conta, L. (19 de Junio de 2015). *Prezzi*. Obtenido de Prezzi: <https://prezi.com/pff41n5l2e1m/caracteristicas-y-propiedades-de-las-fibras-textiles/>

Enérie. (10 de Marzo de 2015). *Enérie*. Obtenido de Enérie: <https://enerie.wordpress.com/2014/04/16/the-ultimate-collar-cuffs-fashion-vocabulary/>

Ergomobiliariohuelva. (25 de Julio de 2015). *Ergomobiliariohuelva*. Obtenido de Ergomobiliariohuelva: <http://ergomobiliariohuelva.blogspot.cl/>

Fernández, C. (15 de Agosto de 2015). *Proyecto Medusa*. Obtenido de: <https://proyectomedussa.com/el-vestuario-como-identidad-del-gesto-personal-al-colectivo/>

Fuenmayor, O. (13 de Junio de 2015). *Moda y tecnología*. Obtenido de Moda y tecnología: <http://www.modaytecnologia.com/tallas-y-medidas-la-importancia-de-la-antropometria/>

Ghesquière, N. (7 de Junio de 2016). *Vogue*. Obtenido de Vogue:

<http://www.vogue.es/moda/modapedia/marcas/balenciaga/113>

Girela, J. (1 de Agosto de 2015). *Revista GQ*. Obtenido de Revista GQ: https://prezi.com/rfa9bnmg5dqg/la-imagen-del-hombre-en-la-moda-de-autor-nacional/#share_embed

González, C. (20 de Abril de 2015). *Slideshare*. Obtenido de Slideshare: <http://es.slideshare.net/caluchagonzalez/antropometra>

González, S. (30 de Mayo de 2015). *Tendencias hombre*. Obtenido de Tendencias hombre: <http://www.tendencias hombre.com/cajon-de-sastre/por-que-compramos-en-zara-un-estudio-de-mercado-revela-que-el-91-de-los-hombres-ha-comprado-en-zara-alguna-vez>

Gutierrez, A. y. (26 de Marzo de 2015). *SlideShare*. Obtenido de SlideShare: <http://pt.slideshare.net/gusoto/dimensiones-antropometricas>

inglés, E. c. (2 de Marzo de 2016). *El corte inglés*. Obtenido de El corte inglés: <https://www.elcorteingles.es/info/guia-de-tallas/#camisas-hombre>

Kamiceria. (12 de Abril de 2016). *Kamiceria*. Obtenido de Kamiceria: <https://www.kamiceria.es/sugerencias/medida-cuello-camisa>

Kamiceria. (22 de Marzo de 2016). *Kamiceria*. Obtenido de Kamiceria: <https://www.kamiceria.es/caracteristicas/tejidos-camisas>

Murcia, A. (3 de Mayo de 2015). *Diario Sur*. Obtenido de Diario Sur: <http://blogs.diariosur.es/theyoutrends/2016/02/16/el-correcto-uso-del-cuello-mao/>

Palali. (6 de Julio de 2015). *The pocket*. Obtenido de The pocket: <http://thepocket.cl/2012/07/donde-compran-su-ropa-los-hombres-chilenos/>

Pérez, C. (15 de Agosto de 2015). *pwc*. Obtenido de pwc: <http://www.pwc.com/cl/es/industrias/retail-y-consumo.html>

pies, V. p. (26 de Mayo de 2015). *Vestirse por los pies*. Obtenido de Vestirse por los pies:

<http://vestirseporlospies.es/el-esplendido-tipo-de-cuello-club-collar-para-la-camisa-del-caballero/>

QEPD. (10 de mayo de 2016). *QEPDmoda*. Obtenido de <http://qepdmoda.blogspot.cl/2013/11/disenode-moda-vs-disenode-autor.html>

Redacción. (15 de Mayo de 2016). *Fantastic Plastic Mag*. Obtenido de Fantastic Plastic Mag: <http://www.fantasticplasticmag.com/hot-hot-hot-jil-sander-para-uniqlo-j-primavera-verano-2011/>

Rojas, G. (6 de Abril de 2016). *Revistaxy*. Obtenido de Revistaxy: <http://www.revistaxy.com/estilo-de-vida/camisas-xla-no-iron-no-necesita-planchado-y-repelen-el-agua/>

Ropa, C. d. (20 de Mayo de 2015). *Confección de ropa*. Obtenido de Confección de ropa: <http://confeccionderopa-mudanza.blogspot.cl/2009/01/mangas.html>

Socks, T. W. (23 de Junio de 2015). *The Wolf Socks*. Obtenido de The Wolf Socks: <http://thewolfsocks.com/una-camisa-para-cada-ocasion-diferentes-tipos-de-telas-para-camisas/>

Stipicic, M. (16 de Septiembre de 2015). *La Tercera*. Obtenido de La Tercera: <http://www.latercera.com/noticia/tendencias/2014/08/6-59-591565-9-38-10-42-m-28-l-una-pesima-talla.shtml>

Tejidos, T. y. (28 de Marzo de 2016). *Textiles y tipos de tejidos*. Obtenido de Textiles y tipos de tejidos: <http://textilasytiposdetejidos.blogspot.cl/2008/02/textiles-y-tipos-de-tejidos>