



ROPA DEPORTIVA PARA MUJERES DE TALLAS GRANDES EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN

Edison Eduardo Londoño Muñoz

000221132

Universidad Pontificia Bolivariana

Diseño de vestuario

Facultad de Arquitectura y Diseño

Medellín, 2017

Trabajo de grado 2017 – Diseño de vestuario

ROPA DEPORTIVA PARA MUJERES DE TALLAS GRANDES EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN

Edison Eduardo Londoño Muñoz

000221132

Trabajo de grado para optar al título de Diseñador(a) de Vestuario

Asesor de Trabajo de grado: Margarita Baena

Universidad Pontificia Bolivariana



Medellín, 2017

HOJA DE ACEPTACIÓN:

El presente trabajo de grado tiene como título “Ropa deportiva para Tallas Grandes en la ciudad de Medellín”, Presentado por Edison Eduardo Londoño Muñoz, como requisito para optar al título de Diseñador de Vestuario de la Universidad Pontificia Bolivariana. El trabajo de grado fue presentado el día 30 del mes mayo del año 2017.

Para constancia es aceptado por:

Arq. Mag. Mauricio Velásquez

Director de la Facultad de Diseño de Vestuario

D.T. MBM. Margarita María Baena Restrepo

Director de Trabajo de Grado

INTRODUCCIÓN

El motivo por el cual es realizada esta investigación, es para desarrollar un tema que cotidianamente para las personas, diseñadores o (compañías de vestuario) no llega hacer tan relevante y puede llegar hacer tomado como tabú. Las mujeres con cuerpo es diversos o tallas mayores son un público muy poco detallado y con un gran potencial para ser explotado.

Es notable la importancia de llevar una vida sana y saludable pero las mujeres con cuerpos diversos en el mundo del vestuario deportivo no las toman como público potencial ya que se tienen muchos estigmas como: el llevar una alimentación balanceada y el sedentarismo lo que no las hace consumidoras de prendas deportivas. Factores como problemas endocrinos, hormonales y algunos medicamentos son causantes de que los cuerpos tengan un aumento de peso descontrolado y se les dificulte la perdida del mismo, aunque también mujeres que en su ADN pautan una corporalidad de amplias curvas y abundantes carnes nos muestra las diferentes caras del problema.

Las mujeres de tallas grandes están ignoradas por este tipo de marcas. La problemática del diseño deportivo va mas allá de ver mujeres internadas horas en un gym o la contabilidad extrema de la ingesta de calorías. Las mujeres de cuerpos diversos buscan sentirse bien para verse bien y no al contrario, están en la sintonía de hacer deporte por un buen estado físico.

Titulo

Ropa deportiva para Mujeres de Tallas Grandes

TEMA

Ropa deportiva

1. Palabras claves – Glosario

Ropa deportiva, Tallas Grandes, Obesidad, Sobrepeso

Talla

- Instrumento para medir la estatura de las personas.
- Medida convencional usada en la fabricación y venta de prendas de vestir.

Grande

- Que supera en tamaño

Deporte

- Actividad física, ejercida como juego o competición, cuya práctica suponeentrenamiento y sujeción a normas.
- Recreación, pasatiempo, placer, diversión o ejercicio físico, por lo común alaire libre.

Ropa

- Prenda de vestir.

Sobrepeso

- Exceso de peso

Obesidad

- Cualidad de obeso.

Fuente: Diccionario de la Real Academia Española

2. Pregunta del problema

¿Por qué en la Ciudad de Medellín no hay tiendas deportivas para mujer de cuerpos diversos?

3. Objetivo general

Generar los parametros para un ADN de marca de ropa deportiva para mujeres de tallas grandes en Medellín.

4. Objetivos específicos

Conocer el la cantidad de Mujeres y Hombres con problemas de obesidad y sobrepeso del país

Conocer las variables de la obesidad y sus causas.

Conocer competidores y referentes, haciendo un analisis en putos de interes de la marca.

Crear parametros para un ADN de marca de ropa deportiva.

5. Vigilancia tecnológica

Titulo Publicación	Referencia	Datos relevantes	Conclusiones	Bibliografía adicional
1. Textiles for Sportswear	Autores: 1 Watson's textile design and colour Seventh edition Edited by Z. Grosicki 2 Watson's advanced textile design Edited by Z. Grosicki 3 Weaving Second edition P. R. Lord and M. H. Mohamed 4 Handbook of textile fibres Volume 1: Natural fibres J. Gordon Cook 5 Handbook of textile fibres Volume 2: Man-made fibres J. Gordon Cook 6 Recycling textile and plastic waste Edited by A. R. Horrocks 7 New fibers Second edition T. Hongu and G. O. Phillips 8 Atlas of fibre fracture and damage to textiles Second edition	11.6 Designing for the future The goals for sporting codes and levels of professionalism have been shown to be different. In highly regulated sports such as ski jumping and slalom, changes in suit design will have to have safety as the main driver and then be presented to the FIS for consideration. One exception is cross-country skiing where there appears to be little regulation, as in many freestyle events. In cross-country skiing, there may be efforts to improve the suit, but the aim is generally to maintain an optimum skin temperature. In freestyle, it may be possible to decrease the weight of clothing and alter the	11.7 Conclusions Textile apparel for skiing should be designed and chosen to suit the environment and the skier's capabilities and style. Venting features can enable the skier to remain comfortable for a longer period of time without removing layers, but, for big changes in activity levels and temperature, adding or removing layers provides the best thermal buffering solution. Research and efforts will continue in smart textiles, which can change their thermal resistance and breathability with fluctuations in environmental temperatures, skin/local	Allen, E.J.B., 2012. Historical Dictionary of Skiing. Scarecrow Press, Lanham, MD. Brownlie, L., et al., 2010. Factors affecting the aerodynamic drag of alpine skiers. Procedia Eng. 2 (2), 2375–2380. Burtscher, M., et al., 2012. Effects of lightweight outdoor clothing on the prevention of hypothermia during low-intensity exercise in the cold. Clin. J. Sport Med. 22, 6. Fanger, P.O., 1972. Thermal Comfort. Danish Technical Press, Copenhagen. Federation Internationale de ski, 2012. Specifications for Competition Equipment and Commercial Markings: Edition 2012/2013. Oberhofen. Gaber, O., Kunzel, K.-H., 1998. Man from the hausbjoch. Exp. Gerontol. 33 (7–8), 655–660. Havenith, G., Nilsson, H.O., 2004. Correction of clothing insulation for movement and wind effects, a meta-analysis. Eur. J. Appl. Physiol. 92, 636–640. Huntford, R., 2009. Two Planks and a Passion: The Dramatic History of Skiing.

	J. W. S. Hearle, B. Lomas and W. D. Cooke 9 Ecotextile '98 Edited by A. R. Horrocks 10 Physical testing of textiles B. P. Saville	aerodynamic properties of the suit to allow for more freedom of movement and increased height during aerial moves. The use of regulations in this code of skiing, however, should exist to preserve the origins and the culture of the sport. Two interesting areas for future design are mass customisation and smart materials. Mass customisation involves dividing a product into modules, for example, a skiing jacket could be divided into the various panels—namely, arms, chest, back, hood, etc. Each module is then ordered to a specific requirement for the consumer. This may be a design consideration, but the more interesting aspect is designing a garment that fits the wearer better, not only in sizing but also in specific technical aspects, for	temperatures and humidity. Changes in clothing for competitive sports will remain governed by the rules and regulations of the sport; however, manufacturers and researchers should continue to look for any extra advantage over the competition, as the sporting disciplines looked at in this chapter are all highly competitive and any edge could provide the winning margin. The steps taken in textiles research to date appear quite conservative, with focus on comfort, strength, design and surface properties. With significant advances in other sectors such as electronics, materials and processing, it is the author's belief that draw- ing on	Bloomsbury Academic, London, UK. Hussey, E., 2007. History of Skiing. Fé de' ration internationale de ski (FIS). Available from: http://history.fis-ski.com/ (accessed 07.10.13.). Keatinge, W.R., Donaldson, G.C., 2001. Mortality related to cold and air pollution in London after allowance for effects of associated weather patterns. Environ. Res. 86, 209–216.
--	---	--	---	---

		example, the wearer might have poor circulation and would prefer better insulation on the sleeves, or an older wearer might have reduced dexterity and might want longer zip toggles. This method of retail has previously been challenging but is becoming more viable due to the rapid growth of Internet shoppers, not only in numbers but also in the ability and understanding of the shoppers to operate web-based tools.	these sectors can help push the ambitions of textile research, especially in the sports and snow sports sector. Focus may be on fully smart textiles that understand their environment and adapt autonomously to regulate comfort and protect the wearer. Also of interest for the manufacturing sector is the growing method of mass customi- sation in which manufacturers can provide the mass market with bespoke products that will suit the needs of individuals.	
2.What Size Am I? Decoding Women's Clothing Standards.	Autores: Kennedy, Kate kate_kennedy@optusnet.com.au Fuente: Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture. Dec2009, Vol. 13 Issue 4,	This article critiques the system of size codification for women's clothing sold in Australia. It is broadly accepted that the fit of women's clothing is inconsistent and does not conform to a size standard.	Ashdown, Susan P. 1998. "An Investigation of the Structure of Sizing Systems: A Comparison of Three Multidimension al Optimized Sizing Systems Generated from Anthropométrie	This article has presented a comparative and historical analysis of women's apparel size data that demonstrates the arbitrary nature of the designation of size. This has been shown to be attributable to a range of factors including erroneous data, subjective

p511-530. 20p. Tipo de documento: Article Descriptores: *Women's clothing *Clothing & dress *Fashion design *Fashion -- Psychological aspects Size perception Body size Standardization Textiles -- Study & teaching Self-perception Social surveys Australia -- Social life & customs Términos geográficos: Australia Palabras clave proporcionadas por el autor: anthropometric body scanning clothing size standards fashion figure types	But why, what size are we really, and what influences our perception of size? An ad hoc system has evolved, that labels clothing size as defined in Standards Australia; AS1344-1997: Size coding scheme for women's clothing, but disregards the specified measurement data. Identified during research undertaken for a Masters of Textiles, this article examines factors that have influenced this evolution, in particular by the use of a codified rather than a representative system. Given that the consumer perception of size has been distorted by industry non-compliance to AS1344-1997, this article examines data from "The Real Australia Woman", a survey by the Research Institute	Data with the ASTM Standard D5585-94." International Journal of Clothing Science & Technology 10(5): 324-41 Henneberg, M. and Veitch, D. 2003. "National Size and Shape Survey." Kinanthreport: Newsletter of the International Society for the Advancement of Kinanthropometry 16: 34-9. Instituto Nacional del Consumo Anthropométrie Study. 2008. http://www.consumo-inc.es/Noticias/Notasdeprensa/2008/tallasIngles.htm, accessed August 30, 2008 La Bat, K. 2007. "Sizing Standardization." In S. Ashdown (ed.) Sizing in Clothing. Cambridge: Woodhead Publishing.	interpretations, and dubious methodology. Methodological confusion exists due to the difference in performance requirements associated with the constructed and the unconstructed body. It has also questioned whether a standard can ever be a statistically correct anthropométrie reference, or whether it should simply provide a consumer policy framework, supported by localized size charts and specifications developed according to market demographics from relevant anthropométrie data. There is little question that AS1344-1997 is an irrelevant reference for women's size and shape, that is unless women reclaim girdles. It is hard to justify why this misinformed document remains a saleable product for Standards Australia, except that is to maintain a (size) myth. Ad hoc sizing further supports this myth.
---	--	---	--

		for Gender and Health, University of Newcastle, to identify this perception.	National Bureau of Standards (NBS). 1971. Body Measurement for the Sizing of Women's Patterns and Apparel: Voluntary Product Standard PS 42-70 (catalog no. C13.20/42-70). Washington, DC: US Government Printing Office	
3. A review of research and innovation in garment sizing, prototyping and fitting.		Sports Textile is one of segment of Technical Textile. Customization of sporting products to meet the particular needs and wants of individual user is emerging as the new frontier in the sports industry and global market in general. Light weight and safety features of Sportech have become important in their substitution by other materials. Today's advanced	Now a day's sophisticated technology are used in technical textiles to produce sports wear. Wearable sports trainers built upon sensor systems recognizing the activities performed by its users. The use of composites in sports equipment depends on its purpose. Sports wear and comfort for physiological	Technical Textiles, vide en.wikipedia.org/wiki/technical-textile . Sports Textiles Business Co-ordination House, vide www.beh.in/sports-textiles . SPORTTECH, Sports Textiles, vide en.wikipedia.org/wiki/technical-textile . The Indian Textile Journal, "Textiles in Sports and Leisure", www.indiantextilejournal.com , February, 2013. Introduction of Sports Textile, vide textilelearner.blogspot.com Design and Manufacture of Textile Composite, edited by A C Long, http://www.elsavier.com

		systems are so ingenious that professional clubs, amateur clubs, coaches and athletes now openly express their preference for synthetic turf, provided, it is top quality. Sports wear manufacturers have intensified competition in the pursuit of functions and the demand of the items in functions with comfort in mind. This paper describes the application of Sportech in various sports related activities.	behavior also get the top most priority in the market. Today's sports demand high performance equipment and apparel. Sports textiles have versatile use. Sports textiles have many important properties like, comfort with light weight, good perspiration fastness, superior strength, durable and better heat conductivity. Fibers with special brand names and fabrics from different trade marks are used in the sports wear and active wear. Synthetic grass turfs manufactured by various companies are used in hockey and foot ball grounds, especially in the World Cup tournaments. Research expertise covers textile fibers, and yarns,	/ and textile-composite. Waqas Younus Paracha, textile Institute of Pakistan, "Textile Composite", http://www.slideshow.net/waqasyounus/textile-composites. Sports equipment, Fibrenamics at Peru, 07.11.2013. Sports and Outdoor, Innovation in Textiles, www.innovationtextiles.com/sports-outdoor. Performance and Sports Apparel Textiles, School of Fashion and Textiles, RMIT University, url:http://www.mitdu.au/fashion-textiles/performance-sports-apparel. Textiles in Sports, http://www.elsavier.com/books/textiles-in-sports/..... Invista positions new performance denim as active wear, sportstextiles.com www.fibre2fashion.com: February 05, (Australia), January 28, 2014 (USA), January 20, 2014 (USA), January, 09, 2014 (Netherlands). Thomas Holleczeck, Alex Riiegg, Holger Harms And Gerhard Troster, "Textiles for Sports Applications", dms.ife.ee.ethz.ch/index.php/attachments/Single/849. F. Michahelles and B. Schiele, "Sensing and Monitoring Professional Skiers", IEEE, Pervasive
--	--	--	--	---

			woven and knitted performance fabrics, emerging textile technology, functional performance apparel design and construction. Wearable sports trainers are built upon sensor systems recognizing the activities performed by its users.	Computing, 4(3): 40- 45, 2005. J. Schoch, "A Wearable Monitoring System for Snowboarding", Master's Thesis, ETH, Zurich, 2010. R. Primes, Snowboard, Swiss Snowboarding Training Association (SSBS), 2007. J. Hollezck, C. Zysset, Brtmrich, D. Roggen and G. Troster, "Towards an Interactive Snowboarding Assistance System", In Proceedings of the 13th IEEE International symposium on Wearable Computers (ISWC 2009), P147- 148, Linz Austria, 2009, IEEE computer Society. R. Shishoo, Textiles in Sports. Knit Americans, fall 2004, temperature- Regulating fabrics. Asian Textile Business, Date: Tuesday, July 2003, Sports Wear Changing Aim from exercise to Comfort Functions. S. C, Hrrocks, "Handbook of Technical Textiles", The Textile Institute, Woodhead publishing Ltd, 2000. http://www.textileroadmap.com http://www.technitex.org .
4. Advanes in sports textiles.	Rajeshkumar, S.1 srk3rajesh@gmail.com Sakthivel, J. C.1	The article discusses usage of technological advancements in manufacturing of sports textiles by		.

		textile industry. Topics discussed include manufacturing of ultra-breathable fabrics for sports fabrics that have heat and moisture management properties; use of traditional apparel textile; and factors that contribute to aerodynamic performance such as sports garments and equipments.		
5. Active Knit Fabrics - Functional Needs of Sportswear Application .	Kanakaraj, P.1 Ramachandran, R.1	Sports textiles are the important arena for the new product development to impart the functional characteristics. The knitted fabric is highly suitable for next to the skin wear, while under low loading conditions it acquires high extensibility which allows it to fit snugly and without discomfort on any form on which it is pulled. With these unique features, the knitted goods are mostly preferred than other fabrics. The	Conclusion The utility attributes of knitted sports clothing, the above mentioned transmission characteristics are influenced by the various aspects in fiber, fabrics and technologies involved during manufacturing. So the selection of knit fabrics for the new design/development of sports products in this field of sports textiles involves technological approach. The layered knit fabric provides	Saville, B P (1999) Physical Testing of Textile, The Textile Institute, Woodhead Publishing Limited, England. Lubos, H & Ludmila, H (2004) Textile Fabric, in Particular Single-layer Fabric and a Textile Product with Such Fabric, European Patent No. 1467008 A2. Miller, RA & Cravotta, JB (2006) Knitted Fabric Construction with Improved Moisture Management, US Patent No: 6986270 B2. Bivainyte, A & Mikucioniene, D (2011) 'Investigation on the Dynamic Water Absorption of Double-Layered Weft Knitted Fabrics', Fibres & Textiles in Eastern Europe, vol. 19, no. 6 (89), pp. 64-70.

		sports garments and its protective accessories/wear s manufactured from the knitted fabrics have higher functional properties. If there is a change in the wearer's physical activity and external environment, the functional clothing creates a stable microclimate next to the skin of the sports person. The balancing of such a climate is achieved by means of textile structure also. The layered knit fabrics are suitable for functional and technical applications rather than single layer knit fabrics. The double and multi layered knit fabrics are used in sports for their unique transmission characteristics such as water vapor permeability, air permeability, thermal conductivity and moisture management property.	exclusive comfort to the spots persons and evolves rapidly.	Geraldes, MJ, Lubos, H, Araújo, M, Belino, NJR & Nunes, M.F (2008) 'Engineering design of the thermal properties in smart and adaptive knitting structures' Autex Research Journal, vol. 8, no.1, pp. 30-34. Devanand Uttam, (2013) 'Active Sportswear Fabrics', International Journal of IT, Engineering and Applied Sciences Research (IJIEASR), vol. 2, no. 1, pp. 34-40. Singh, KVP, Chatterjee, A & Das, A (2010), 'Study on physiological comfort of fabrics made up of structurally modified friction-spun yarns: Part I- Vapor transmission', Indian Journal of Fiber & Textile Research, vol. 35, pp. 31-37. Elena Onofrei, (2010) 'The Properties of Knitted Fabrics for bio-functional textiles', Buletinul Institutului Politehnic Din Iasi, vol. LVI (LX), no. 2, pp. 75-83.
--	--	--	--	---

		[ABSTRACT FROM AUTHOR] Copyright of Journal of Textile & Apparel Technology & Management (JTATM) is the property of North Carolina State University, Office of Technology Transfer and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use. This abstract may be abridged. No warranty is given about the accuracy of the copy. Users should refer to the original published version of the material for the full abstract. (Copyright applies to all Abstracts.)		
6. Specialty fibers in sports and leisure textiles.	Kumar, R. Senthil1	The article emphasizes the different specialty fibers used in the design and		

		creation of sports textiles. Some of the attributes of functional sportswear and leisure wear include absence of dampness, good air and water vapor permeability, and easy care. Hygra by Unitika, Ltd. is a sheath-core bicomponent filament yarn with fiber made from water-absorbing polymer and polyamide. Dacron by Advansa GmbH is a fiber engineered to hasten the evaporation of perspiration.		
7. Wool In sports textiles.	Samanta, Achintya Kr.1 author.colourage@gmail.com Bhute, Aniket1	The technical developments in the sports clothing industry have resulted in the use of engineered textiles for highly specialized performances in different sports. People are increasingly looking for 'value added' textiles and functional design in sportswear. For achieving high level of	Conclusion Contrary to common belief, wool is an extremely technical fibre and is far from being a fibre used merely for knitting big bulky scratchy cardigans. In its finest form it is extremely soft and comfortable on the skin and a performance fibre. Natural characteristics	1. Brzezinski S., Malinowska G., Nowak T., Fihns & T Textiks In Eastern Europe, 13 (12) 90,(2005). Figueiras A ., //FTR, 34 (3), 64,(2009). Fanguiero R., IJFTK, 34 (12), 315,(2009). http://sites.google.com/site/viveklpm/wool/physical-and-chemical-properties-of-wool 6. http://www.biotechlearn.org.nz/focus_stories/wool_innovations/wool_fibre_properties 7. http://www.csiro.au/files

		performance, sportsmen are looking for such type of clothing which will provide both functional property as well as comfort property. The slow-to-dry and cold- when-wet characteristics of cotton make this material unsuitable in conditions in which there are high levels of moisture either perspiration or precipitation and where the ambient temperature is low. Due to some of its unique properties, application of wool in sports textile brings a new era in new age sportswear. [	of wool fibre allow it to create the perfect environment around the wearer body while practicing sport. Wool is comfortable to wear in both warm and cool climates because wool is an absorbent fiber. When the atmosphere is cool and damp, the wool absorbs moisture and keeps a layer of dry insulating air next to the skin. When it is warm, that same absorption capacity takes up perspiration and keeps insulating layer of dry air next to skin, which makes the body's natural cooling system work better. So application of wool in sports clothing helps, to control the body temperature and keeps the wearers skin dry, this makes the garment	/files/p9ti.pdf 8. Brojeswari D., Das A., Kothari V. K., Fanguero R. aiul do Araújo M., AUTEX Research journal, 7 (9), 315,(2007). 9. http://www.csiro.au/hygroscopicbehaviourofwool. 10. www.impressionablecareerwear.com/sportswear.asp
--	--	---	---	--

			comfortable during incendve acdon. Also provides a pleasant look to the wearer due to its good drape ability and gives easy care property. The excellent moisture wicking and comfort properdes make the wool fiber suitable for the sportswear.	
8. Standard Terminolog y Relating to /titleprefix title Textiles		1.1 This standard is the compilation of all terminology developed by Committee D13 on Textiles. 1.1.1 This terminology, consists mostly of definitions, which are specific to the textile industry. Meanings of the same terms used outside the textile industry can be found in other compilations or in dictionaries of general usage. 1.1.2 The specific D13 subcommittee (SC) which has jurisdictional responsibility for every item is the		D2050 Terminology Relating to Fasteners and Closures Used with Textiles D3136 Terminology Relating to Care Labeling for Apparel, Textile, Home Furnishing, and Leather Products D3888 Terminology for Yarn Spinning Systems D3990 Terminology Relating to Fabric Defects D4391 Terminology Relating to The Burning Behavior of Textiles D4845 Terminology Relating to Wool D4848 Terminology Related to Force, Deformation and Related Properties of Textiles D4849 Terminology Related to Yarns and Fibers D4850 Terminology Relating to Fabrics and Fabric Test Methods

		first attribution noted after the definition. The SC terminology standard in which all the terms and definitions appear is listed by number after the jurisdiction for the term. The wording of an entry cannot be changed without the approval of the subcommittee which has jurisdiction. Users of this compilation should also review the SC terminology standard listed for more details or interpretations of these terms and their use by the SC having jurisdiction. 1.2 In addition to being a specialized dictionary, Terminology D123 is also a tool for managing the committee's terminology. This includes finding, eliminating, and preventing redundancies, that is, where two or more terms relating the same concept are		D4920 Terminology Relating to Conditioning, Chemical, and Thermal Properties D5219 Terminology Relating to Body Dimensions for Apparel Sizing D5253 Terminology Relating to Floor Coverings and Textile Upholstered Furniture D5646 Terminology Relating to Seams and Stitches Used in Home Sewing D5684 Terminology Relating to Pile Floor Coverings D6477 Terminology Relating to Tire Cord, Bead Wire, Hose Reinforcing Wire, and Fabrics D6798 Terminology Relating to Flax and Linen
--	--	--	--	--

		defined in different words. Redundancies can also occur when one definition is used for two or more terms. 1.3 While the review for clarity and form are the responsibility of the terminology subcommittee, the concept of managing terminology is the broad responsibility of every writer of standards, specifically the task group leader and subcommittee chairman. 1.4 Subsequent to a listing of specific subcommittee compilations, this standard is comprised of the following sections that are listed in the order in which they appear. 1.4.1 Alphabetical listing of terms with definitions followed by SC attribution in brackets and SC terminology standard. 1.4.2 Annex A1 Terms Relating to the Hand of		
--	--	--	--	--

		Fabrics. 1.4.3 Annex A2 Industry Accepted Synonyms. 1.4.4 Annex A3 Terminology Taken From D13 Standards That Have Been Withdrawn. 1.4.5 Annex A4 Terminology Relating to Leather. 1.4.6 Annex A5 Terminology Revision Procedures. 1.4.7 Appendix X1 Other Sources of Textile Terminology.		
9. Heat Transfer Characteristics of Sports Apparel	Jing Zuo ¹ and Elizabeth A. McCullough ²	The protective clothing and equipment required for certain sports may inhibit heat loss from the body and contribute to potentially harmful heat stress injuries. This study measured the thermal resistance (insulation) and evaporative resistance of a variety of sports ensembles worn for football, basketball, baseball, soccer, track, tennis, golf, and cycling. The	Implications Sports uniforms that cover a large portion of the body surface or provide impact protection substantially reduce heat loss from the body. There is a need for quantitative information that exercise scientists, coaches, team physicians, and athletic trainers can use to prevent heat related injuries and deaths associated with certain sports. Mathematical	[1] Murphy, R. J., "Heat Illness in the Athlete," American Journal of Sports Medicine, Vol. 12, No. 4, 1984, pp. 258–261. [2] Adams, W. C., Fox, R. H., Fry, A. J., and MacDonald, I. C., "Thermoregulation During Marathon Running in Cool, Moderate and Hot Environments," Journal of Applied Physiology, Vol. 38, No. 6, 1975, pp. 1030–1037. [3] Shephard, R. J., "Minimizing the Practical Problems of World-Wide Soccer Competition: Management of Heat Exposure and a Shift in Circadian Rhythms," Science and Sports, Vol. 14, No. 5, pp. 248–253. [4] Murphy, R. J., "Heat Problems in the Tennis

		thermal resistance was measured with a heated sweating manikin in an environmental chamber according to ASTM F 1291. The intrinsic insulation values (R_{cl}) ranged from a low of 0.018 m².0 C/W for running/aerobic ensemble consisting of a sports bra and compression shorts to 0.152 m².0 C/W for a football uniform. The intrinsic evaporative resistance values (R_{ccl}) ranged from 0.004–0.028 m²kPa/W for the same ensembles, respectively. Sports uniforms that cover a large portion of the body surface or provide impact protection substantially reduced heat loss from the body. The data presented in this paper can be used in the solution of heat balance equations to predict physiological	models for estimating the heat exchange between the body and the environment are widely available, and user-friendly computer programs could be developed. The data presented in this paper can be used in the solution of heat balance equations to predict physiological responses of athletes when wearing uniforms under different conditions.	Players," Clinics in Sports Medicine, Vol. 7, No. 2, 1988, pp. 429–434. [5] Cunningham, C., "Bicycling Injuries & Safety," Emergency, Vol. 28, No. 5, 1996, pp. 34–37. [6] McCullough, E. A., Jones, B. W., and Huck, J., "A Comprehensive Database for Estimating Clothing Insulation," ASHRAE Transactions, Vol. 91, 1985, pp. 29–47. [7] McCullough, E. A., Jones, B. W., and Tamura, T., "A Data Base for Determining the Evaporative Resistance of Clothing," ASHRAE Transactions, Vol. 95, Pt. 2, 1989, pp. 316– 328. [8] ISO, "ISO 7793 Hot Environments: Analytical Determination and Interpretation of Thermal Stress Using Calculation of Required Sweat Rate," International Organization for Standardization, Geneva, 1995, pp. 1–20. [9] ASTM Standard D1777-96 (2002): Test Method for Thickness of Textile Materials, Annual Book of ASTM Standards, ASTM International, West Conshohocken, PA, 2002. [10] ASTM Standard F 1291: Test Method for Measuring Thermal Resistance of Clothing Using a Heated Manikin, Annual Book of ASTM Standards, ASTM International, West
--	--	---	---	---

		responses of athletes when wearing uniforms under different conditions.		Conshohocken, PA, 2002. [11] ISO, "ISO 9920, Ergonomics of the Thermal Environment: Estimating of the Thermal Insulation and Evaporative Resistance of a Clothing Ensemble," International Organization for Standardization, Geneva, 1995, pp. 1–54. [12] Woodcock, A. H., "Moisture Transfer in Textile System, Part I," Textile Research Journal, Vol. 32, 1962, pp. 628–633.
Flame-retardant finishing of different textiles.	Vladimirtseva, E.1 elvladmirtseva@mail.ru Smirnova, S.1 Odintsova, O.1 Vinokurov, M.2 vimifi@yandex.ru	The main methods of flame-retardant finishing of different-purpose textiles (technical textiles, home textiles, clothing and decorative fabrics, etc.) were overviewed. The flammability data for the textiles of different chemical nature were presented.		1. Analiz obstanovki s pozharemi i posledstviy ot nikh na territorii Rossiiskoi Federatsii: Departament nadzornoj deyatel'nosti i profilakticheskoi raboty (Analysis of the Situation with Fires and Their Consequences on the Territory of the Russian Federation: Department of Supervisory Activities and Preventive Work), Moscow: MChS Rossii, 2014. 2. Konstantinova, N.I., Tekst. Khim., 1999, no. 1(16), pp. 42–44. 3. Kitaev, E.S. and Kiryukhin, S.M., Izv. Vyssh. Uchebn. Zaved., Tekhnol. Tekst. Promsti, 2008, no. 3, pp. 13–15. 4. Sachkov, O.V., Cand. Sci. (Tech.) Dissertation, Ivanovo, 2011. 5. Krupa, O.I., OOO "Pozhtekhnika Ukraina," 2012, no. 5 (59), pp. 58–

				60. 6. NBS National BIM Report, www.thenbs.com/. 2014, http:// 7. Zubkova, N.S., Bolod'yan, G.I., Konstantinova, N.I., and Tereshina, N.A., Tekst. Prom-st', 2002, no. 10, pp. 19–21. 8. Bolod'yan, G.I., Pozharobezopasnost', 2003, no. 1, pp. 24–24. 9. Protective Clothing: Electronic Catalog of "Textime" Firm, http://www.textime.ru/. 10. GOST (State Standard) ISO 9001–2011: The Quality Management Systems: Requirements, Moscow: STANDARTINFORM, 2011.
Improving service quality within the supply chain: an Australian study.	Pery ^[sup1] , Marcia Sohal ^[sup2] , Amrik	Presents a study which focused on the improvement of service quality within the supply chain for the textiles, clothing and foot wear industries in Australia. Discussions of the Quick Response Pilot Programme of the Australian government; Procedure for the Quick Response Pilot Programme; Quality interactive processes.	A significant finding was that retail sales increased over the 3 years of the project, indicating better product/service quality. Furthermore, average manufacturing sales also increased dramatically from US\$1.1 million to US\$2.1 million. This result confirmed the findings of Blackburn	ANDERSEN CONSULTING (1989) Quick Response: A Study of Costs and Benefits to Retailers of Implementing Quick Response and Supporting Technologies, known as the VICS Report (Arthur Andersen & Company), pp. 1± 16. BAILEY, J., SCHERMERHORN, J., HUNT, J. & OSBORN, R. (1991) Managing Organisational Behaviour, 2nd ed., pp. 259± 263. BLACKBURN, J.D. (1991) Time-based Competition: The Next Battleground in American Manufacturing, The Business One/APICS Series in Production

			(1991), Lowson (1995) and Kurt Salmon and Associates (1988), which associated increased sales with quick response activity.	Management, Illinois, pp. 246± 269. HERSEY, P. & BLANCHARD, K.H. (1982) Management of Organisational Behaviour: Utilising Human Resources, 4th Edn. (Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall), pp. 150± 171. JURAN, J.M. (Ed.) (1995) A History of Managing for Quality: The Evolution, Trends and Future Directions of Managing for Quality (Milwaukee, WI, ASQC Quality Press), pp. 640± 641. KOLARIK, W.J. (1995) Creating Quality: Concepts, Systems, Strategies and Tools (New York, McGraw-Hill), pp. 835± 837.
The Investigation of the Iranian Athletics Sport Wears Comparing with European Countries Based on the Design, Form and Applicability.	Pakbin, Sedigheh1 ms pakbin@gmail.com	Each kind of sport needs a special sport wear in order to provide an appropriate condition for sport activities . There are different valid sport brands in European countries that represent fashionable designs and models. The sport wears indicate the nature of the manufacturer country. In Iran,	With respect to that there has not performed any research on sport wear, in the present research, we examined some sport wear of Iranian athlete and we also compared them with European sport wear in terms of design, form and function. As a whole, the results revealed that the sport wear is designed based	Afhami, N. (2010). Sport, Aesthetics and Art History. Ketabe Mahe Honart. 148:90-97. Anvaralkhouli, A. (2001). Sport and the Society. Translated by Hamidreza sheykhi. Qom: Astane Qods Razavi, Tehran: Samt. Azarbani, A. & Kalantari, R. (2006). The Principles of Sport and Physical Education. Tehran: Ayizj. Bastanirad, A. (2007). The History of Sport in Iran. Tehran: Olympic National committee of Iran. Fazeli, H. (2012). Sports and Identity Politics. Iranian Political Science Association; 7(2), 151-

		officials must pay full attention to the sport wears of athletics in both international and national plays. In this regard, the aim of the present study is identifying the sport wears in Iran as well as comparing with European models on the basis of design, form and application. From the viewpoint of view, the present research is applied one and also it is descriptive. The statistical community of the present research is all the producers of sport wears in Tehran. Excel software was also used in this study in order to analyze the data. The results indicate that the form and material of the sport wear is a significance issue among European brands. It is also observed that the factories of sport wear try to enhance their performances. Meanwhile, the	on single-gender type in Iran. That is, women and men sport wear is the same. The design of the sport wear is not an important factor and the pattern of the sport wear is copied and produced from foreign designs even by employing clothing designers. Another pivotal factor of sport wear form is not using proper sport wear for Iranian body size and also not applying standard patterns with proper sewing. Lack of experience and enough knowledge of above mentioned items in manufacturing departments lead to copied products from foreign sport wear. Thus, it is recommended that organizations	174. Kinuthia, L. N.; Mburugu, K. G.; Muthomi, H. N. & Mwhaki, M. (2012). Factors Influencing Brand Loyalty in Sportswear Among Kenyan University Students: The Case of Swimmers. Asian Journal of Social Sciences & Humanities, 1(4). 231-233. Manshahia, M. & Das, A. (2014). High Active Sportswear- A Critical Review, Indian J. of Fiber & textile research, 39,441-449. Monazami, M.; Alam Sh. & Boushehri, N. (2011). The Identification of Effective Factors in the Development of Women's Physical Education and Sport in Islamic Republic of Iran. Journal of Sport Management; 3(10): 151-168.
--	--	--	---	--

		most Iranian producers try to copying these models from the foreign brands. They don't like to produce new and domestic designs. According to the present study, it was indicated that Iranian producers seldom pay attention to the application of these cloths.	should observe the entire above items in sport wear design. Manufacturing units should pay enough attention to staffs training in order to increase their knowledge and subsequently higher quality of the products.	
SMART CLOTHES, IMPERFECT FIT.	DUFFY, JILL	The article evaluates smart gym wear including sports bra by Sporting-Goods and Sports Apparel industry Sensoria, sports shirt by software company Hexoskin, and smart pants by apparel manufacturing company Athos.		
Sensitization to thiourea derivatives among Finnish patients with suspected contact dermatitis.	Liippo, Jussi1 jussi.liippo@utu.fi Ackermann, Leena2 Hasan, Taina3 Laukkanen, Arja4 Rantanen, Tapio5 Lammintausta, Kaija1	Background: Thiourea derivatives in rubber products may induce contact sensitization and allergic contact dermatitis. Sensitization is most often from neoprene rubber, but the multitude of possible sensitizing products has	In conclusion, orthopaedic braces, sports equipment, footwear, and certain gloves comprise a significant risk of thiourea sensitization. Sensitization, however, seems to develop from different patient aid products, and the chance	1. Rietschel R L, Fowler J F Jr. (eds.) Allergy to rubber. In: Fisher's Contact Dermatitis, 5th edition, New York: Lippincott Williams and Williams, 2001: 534 – 548. 2. McCleskey P E, Swerlick R A. Clinical review: thioureas and allergic contact dermatitis. Cutis 2001: 68: 387–396. 3. Comfere N I, Davis M D, Fett D D. Patch-test reactions to thioureas are

		remained poorly characterized. Objective: The aim of this study was to collect information on the occurrence of thiourea-related contact allergy and to show novel sources of sensitization. Patients and methods: A mixture of dibutyl-, diethyl-, and diphenylthiourea was included in patch test baseline series in five Finnish dermatology clinics during 2002–2007. In addition, an extended series of rubber chemicals was tested in patients with suspected rubber allergy. Sources of sensitization to thioureas were analysed in sensitized patients. Results: Thiourea mix yielded positive patch test reactions in 59 of 15 100 patients (0.39%); 33/59 patients were also tested with individual rubber chemicals.	of sensitization in domestic life and occupational environments should be considered, particularly in hand dermatitis patients. Patch testing with thiourea chemicals provides a significant contribution to the diagnosis of contact dermatitis in different patient groups.	frequently relevant. Dermatitis 2005: 16: 121 – 123. 4. Bolhaar S T, van Glinkel C I. Allergy rubber additives in orthopedic braces. Contact Dermatitis 2000: 42: 288–289. 5. Gudi V S, White M I, Ormerod A D. Allergic contact dermatitis from dibutylthiourea in a wet suit. Dermatitis 2004: 15: 55–56. 6. Roberts J M, Hanifin J M. Athletic shoe dermatitis. Contact allergy to ethyl butyl thiourea. JAMA 1979: 19: 275–276. 7. Anderson B E. Mixed dialkyl thioureas. Dermatitis 2009: 20: 3–5.
--	--	--	--	--

		Diethylthiourea was positive in 24/33, diphenylthiourea in 5, and dibutylthiourea in 1 patient. The most common sources of sensitization included various neoprene-containing orthopaedic braces, sports equipment, and foot wear. Conclusions: The sources of sensitization to thiourea chemicals were detected in most cases. These sources comprise a heterogenous group of products extending from orthopaedic materials to sports equipment.		
Designer net curtains are up in.	White, Renee Minus1	This article presents views of fashion and interior designer Carola Polakova, on the significance of curtains in home decoration. Her newly renovated Harlem home reflects design influences from Argentina, where she was born. She		

		was raised in London, England. In the fishing villages on the Costa Brava, fishing nets are not only used to haul in the catch of the day, but they are also being used in the fishermen's homes. The netting is made in Spain, and the crochet is handcrafted in the United States, Seemly delicate, this product is made of 100% cotton that's tightly twisted 9-ply yarn. Polakova created a fashion stir with her fabulous velour fashions, and mainly "the editor's" dress, velour sports-wear and luxurious evening wear.		
--	--	--	--	--

6. Justificación del problema o la oportunidad

Colombia un país con 49,068,386 de habitantes, con una población masculina del 49.2% y femenina del 51.8%; tiene ciudadanos con sobrepeso y obesidad del 51,2% entre los 18 y los 64 años (25,123,012). El sobrepeso y la obesidad corresponden a una patología que se caracteriza por acumulación anormal o excesiva de grasa, en el cual existen factores genéticos, ambientales y psicológicos, siendo su principal causa pero no la única. La medición de grasa corporal es la herramienta más útil para un correcto diagnóstico IMC. Puede clasificarse así:

Un IMC igual o superior a 25 kg/m² determina sobrepeso.

Un IMC igual o superior a 30 kg/m² determina obesidad.

A su vez la obesidad puede sub-clasificarse en:

Obesidad I: 30-34.9 kg/m²

Obesidad II: 35-39.9 kg/m²

Obesidad III: 40 kg/m² o más.

El Ministerio de Salud y Protección Social para el año 2016 realizó una guía llamada “Guía de Práctica Clínica, para la prevención, diagnóstico y tratamiento del sobrepeso y obesidad en adultos” en este estudio da recomendaciones para la prevención del sobrepeso y obesidad:

“¿Cuáles son las estrategias que han demostrado ser efectivas frente a la prevención del sobrepeso y la obesidad en población adulta?”

Se recomienda que las intervenciones multicomponente a largo plazo para la prevención del sobrepeso y obesidad en adultos combinen actividad física, alimentación saludable y otras prácticas de estilo de vida saludable. Recomendación fuerte a favor, calidad de la evidencia baja.

Las intervenciones para incrementar la actividad física y fomentar la alimentación saludable, enfocadas a la prevención del sobrepeso y la obesidad, deben ser ajustadas a las preferencias individuales, las posibilidades económicas y sociales de cada persona y enfocarse en actividades que se adapten fácilmente dentro de la vida diaria de los adultos. Punto de buena práctica clínica.

Se recomienda que los adultos acumulen por lo menos 150 minutos semanales de actividad física moderada, o bien 75 minutos de actividad física vigorosa cada semana, o bien una combinación equivalente de actividades moderadas y vigorosas, como medidas para la prevención del sobrepeso y la obesidad. Recomendación fuerte a favor, calidad de la evidencia baja.

Todos los adultos dentro de la consulta de atención primaria deben ser motivados a practicar periódicamente una autoevaluación de su peso, la medición de su cintura, o la evaluación del ajuste de la ropa, como signos de alarma temprana de sobrepeso y obesidad. Punto de buena práctica clínica.

Se recomienda que las empresas y las instituciones educativas proporcionen al personal que labora o estudia, oportunidades de consumir una alimentación saludable y promuevan la actividad física, a través de:

Promoción activa y continua de opciones de alimentación saludable en los restaurantes, cafeterías y máquinas expendedoras de alimentos.

Promoción de la movilización activa del grupo de trabajadores, estudiantes y visitantes.

Entornos saludables de soporte de la actividad física, a través de la adecuación de escaleras, instalación de duchas y parqueaderos de bicicletas, entre otros.

Oportunidades recreacionales, tales como la promoción de actividades sociales fuera del horario laboral o de clases, caminatas luego del almuerzo y áreas recreacionales.

Pausas activas de al menos 10 minutos por cada tres horas de trabajo continuo.”

En este documento también se encuentra una tabla con el exceso de peso para la población colombiana de acuerdo a variables demograficas en población de 18 a 64 años, ENSIN 2010

	EXCESO DE PESO (%)	IMC NORMAL	OR	IC95%
Sexo				
Femenino	55,2	41,8	1,5	1,24-1,8
Masculino	45,6	51,8		
Etnia				
Afroamericano	49,9	46,6	1,03	0,86-1,23
Indígena	49,9	48,1		
Nivel de Sisben*				
1	47,1	49,5		
2	51,7	45,7		
3	53,9	43,4		
4 o más	53,5	44,2	1,27	1,06-1,52
Escolaridad de la madre				
Sin educación	49,2	46,6		
Primaria	56,8	41,3		
Secundaria	48,9	47,8		
Superior	48,0	49,2	0,92	0,76-1,10
Área demográfica				
Urbana	52,5	44,7	1,26	1,05-1,51
Rural	46,9	50,5		

“Estos datos reafirma el aumento de personas con sobrepeso y obesidad, pero donde no todos son sedentario o con sobrepeso por la inesta inadecuada de alimentos con calorías superiores a las recomendadas sino que tambien se ven afectados por otros factores como:

Los medicamentos que pueden causar aumento de peso incluyen:

Píldoras anticonceptivas

Corticosteroides

Algunos fármacos empleados para tratar el trastorno bipolar, la esquizofrenia y la depresión

Algunos fármacos empleados para tratar la diabetes

Los cambios hormonales o problemas de salud también pueden causar aumento involuntario de peso.

Esto puede deberse a:

Síndrome de Cushing

Tiroides hipoactiva o baja actividad tiroidea (hipotiroidismo)

Síndrome del ovario poliquístico

Menopausia
Embarazo

La distensión o hinchazón debido a una acumulación de líquido en los tejidos puede causar aumento de peso. Esto puede deberse a la menstruación, insuficiencia renal o cardíaca, preeclampsia o medicinas que usted tome. Un rápido aumento de peso puede ser un signo de retención peligrosa de líquidos.

Si usted deja de fumar, podría subir de peso. La mayoría de las personas que dejan de fumar aumentan de 4 a 10 libras (2 a 4.5 kg) en los primeros 6 meses después de abandonar el cigarrillo. Algunas aumentan hasta 25 a 30 libras (11 a 14 kg). Este aumento de peso no se debe simplemente al hecho de comer más.”

El Ministerio de Salud y Protección Social para el año 2016 realizó una guía llamada “Guía de Práctica Clínica, para la prevención, diagnóstico y tratamiento del sobrepeso y obesidad en adultos” donde da recomendaciones para la prevención del sobrepeso y obesidad:

“¿Cuáles son las estrategias que han demostrado ser efectivas frente a la prevención del sobrepeso y la obesidad en población adulta?

Se recomienda que las intervenciones multicomponente a largo plazo para la prevención del sobrepeso y obesidad en adultos combinen actividad física, alimentación saludable y otras prácticas de estilo de vida saludable. Recomendación fuerte a favor, calidad de la evidencia baja.

Las intervenciones para incrementar la actividad física y fomentar la alimentación saludable, enfocadas a la prevención del sobrepeso y la obesidad, deben ser ajustadas a las preferencias individuales, las posibilidades económicas y sociales de cada persona y enfocarse en actividades que se adapten fácilmente dentro de la vida diaria de los adultos. Punto de buena práctica clínica.

Se recomienda que los adultos acumulen por lo menos 150 minutos semanales de actividad física moderada, o bien 75 minutos de actividad física vigorosa cada semana, o bien una combinación equivalente de actividades moderadas y vigorosas, como medidas para la prevención del sobrepeso y la obesidad. Recomendación fuerte a favor, calidad de la evidencia baja.

Todos los adultos dentro de la consulta de atención primaria deben ser motivados a practicar periódicamente una autoevaluación de su peso, la medición de su cintura, o la evaluación del ajuste de la ropa, como signos de alarma temprana de sobrepeso y obesidad. Punto de buena práctica clínica.

Se recomienda que las empresas y las instituciones educativas proporcionen al personal que labora o estudia, oportunidades de consumir una alimentación saludable y promuevan la actividad física, a través de:

o Promoción activa y continua de opciones de alimentación saludable en los restaurantes, cafeterías y máquinas expendedoras de alimentos.

Promoción de la movilización activa del grupo de trabajadores, estudiantes y visitantes.

o Entornos saludables de soporte de la actividad física, a través de la adecuación de escaleras, instalación de duchas y parqueaderos de bicicletas, entre otros.

o Oportunidades recreacionales, tales como la promoción de actividades sociales fuera del horario laboral o de clases, caminatas luego del almuerzo y áreas recreacionales.

o Pausas activas de al menos 10 minutos por cada tres horas de trabajo continuo.”

Acompañado : Serie de adaptaciones para personas con sobrepeso. Comida dietetica, cultura fit, clinica para sobrepeso. Politica.

7. Marco conceptual

En el país para el año 2005 poseía inscritos en las Cámaras de Comercio con el código 9241: *Esparcimiento-Actividades deportivas 5081 establecimientos en el total nacional dedicados a esta actividad económica*. Según datos obtenidos por el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas.

De forma más específica en el Departamento de Antioquia tomando información de la Cámara de Comercio existen 125 establecimientos entre Gimnasios y Escenarios de Acondicionamiento Físico, 124 escenarios deportivos entregados por INDEPORTES y en su Capital Medellín se tienen 114 Gimnasios Urbanos datos deINDERMEDELLÍN. A continuación la tabla otorgada por INDERMEDELLÍN de los Gimnasios Urbanos, direcciones, comuna y nombre del barrio:

	COMUNA	ESD_DESCR	DIRECCIÓN
1	01	GIMNASIO AL URBANO SANTO DOMINGO	CLL 107C CRA 33A
2	01	GIMNASIO URBANO DE DIVINA PROVIDENCIA	CLL 107E CRA 43
3	01	GIMNASIO URBANO DE LA CANCHA DE FUTBOL EL ROMPOY POPULAR N. 1	CL 120 CRA 42D
4	01	GIMNASIO URBANO DE LA UNIDAD DEPORTIVA GRANIZAL	CL 101B CRA 34
5	01	GIMNASIO URBANO VILLA GUADALUPE	CLL 95A CRA 40
6	01	GIMNASIO URBANO EL COMPROMISO	CLL 96B CRA 29
7	01	GIMNASIO AL AIRE LIBRE DE CARPINELO	CRA 26C CLL 97A
8	01	GIMNASIO AL AIRE LIBRE DE LA MIXTA	CRA 36 CL 95A
9	02	GIMNASIO URBANO DE SAN NICOLAS	CRA 49 CL 98A
10	02	GIMNASIO URBANO LA ISLA N. 2	CRA 48 CL 120
11	02	GIMNASIO URBANO EL TROMPO	CLL 124 CRA 49B
12	02	GIMNASIO URBANO PABLO VI	CLL 112 CRA 50
13	02	GIMNASIO URBANO LA GERMANIA	CLL 119 CRA 51CC
14	02	GIMNASIO URBANO DE VILLA DEL SOCORRO	CLL 106 CRA 48A
15	02	GIMNASIO URBANO DE LA ENCOCADÁ	CRA 50A CL 97
16	03	GIMNASIO URBANO SAN BLAS	CLL 86B CRA 36A
17	03	GIMNASIO URBANO DE LA LOPEZ	CRA 43 66E
18	03	GIMNASIO URBANO DE RAIZAL	CRA 32 CL 77
19	03	GIMNASIO URBANO DE SAN ISIDRO	
20	04	GIMNASIO URBANO BRASILIA	CRA 80 50A
21	4	GIMNASIO EN MORAVIA CARIBE	
22	05	GIMNASIO URBANO COLGATE PALMOLIVE	CL 113 67-109
23	05	GIMNASIO URBANO PARQUE LAS BRISAS	CRA 64CC 115

24	05	GIMNASIO URBANO PLAZA COLON	CL 109A 63B-61
25	05	GIMNASIO URBANO FRANCISCO ANTONIO ZEA 3	CL 92BB CRA 68B
26	05	GIMNASIO AL AIRE LIBRE ALFONSO LOPEZ	CL 92 CRA 70A
27	05	GIMNASIO URBANO BELALCAZAR LA PERRERA	CL 103EE 63D-185
28	05	GIMNASIO URBANO DE LA UVA SIN FRONTERA CASTILLA	CL 101 CR 64 - 5
29	05	GIMNASIO AL AIRE LIBRE GIRARDOT	CLL 103D 67
30	05	GIMNASIO AL AIRE LIBRE JUANES DE LA PAZ	
31	05	GIMNASIO AL AIRE LIBRE DE GIRARDOT	
32	05	GIMNASIO AL AIRE LIBRE DE TRICENTENARIO	
33	05	GIMNASIO AL AIRE LIBRE DE UDS CASTILLA 1	
34	05	GIMNASIO AL AIRE LIBRE DE UDS CASTILLA 2	
35	06	GIMNASIO URBANO DOCE DE OCTUBRE LOS MANGOS LOTES	CRA 84 CL 98C
36	06	ZONA DE BARRAS UNIDAD DEPORTIVA DOCE DE OCTUBRE	CRA 80 CL 104
37	06	ZONA DE BARRAS UNIDAD DEPORTIVA DOCE DE OCTUBRE	CRA 80 CL 104
38	06	GIMNASIO URBANO UNIDAD DEPORTIVA DOCE DE OCTUBRE	CRA 80 CL 104
39	06	ZONA DE BARRAS LA TINAJITA	CRA 76 104F-18
40	06	GIMNASIO URBANO DEL DESARROLLO INTEGRAL EL PROGRESO	CL 106C CRA 82A
41	06	GIMNASIO URBANO LA MARACANA	CRA 73 CL 98
42	06	GIMNASIO URBANO LA TORRE	CRA 82 100A
43	06	GIMNASIO AL AIRE LIBRE DE LA PISTA DE TROTE DOCE DE OCTUBRE	CRA 76D CL 101
44	06	GIMNASIO URBANO LA UCRANIA	CRA 80 101B 25
45	06	GIMNASIO URBANO LA RAZA	CRA 80 CL 96
46	06	GIMNASIO URBANO LOS SAUCES	CL 104 81-25

47	06	GIMNASIO URBANO MARIA AUXILIADORA	
48	06	GIMNASIO URBANO LA MINITA	
49	06	GIMNASIO URBANO ZONA 30	
50	07	GIMNASIO URBANO ROBLEDO	CLL 63 84-131
51	07	GIMNASIO URBANO SANTA MARGARITA	CL 62 109A-06
52	07	GIMNASIO URBANO CIUDAD CENTRAL	CRA 69 82-1
53	07	GIMNASIO URBANO INTERCAMBIO 1 VIAL LA 80	CLL 60 80
54	07	GIMNASIO URBANO INTERCAMBIO 2 VIAL LA 80	CLL 60 80
55	08	GIMNASIO URBANO LOS MANGOS N. 1	CRA 23 CL 57C
56	08	GIMNASIO URBANO ENCISO	CRA 28 CL 58
57	08	GIMNASIO URBANO LA LADERA	CLL 59A CRA 36
58	08	GIMNASIO URBANO DEL DESARROLLO INTERGRAL LAS ESTANCIAS	CLL 52A CRA 10A
59	08	GIMNASIO AL AIRE LIBRE DE LA CANCHA SINTETICA EL MOLINO	CRA 15A CLL 52A
60	08	GIMNASIO URBANO DE LA UVA SOL DE ORIENTE	CLL 56EF CRA 18A
61	08	GIMNASIO URBANO ECOPARQUE LAS TINAJAS	CRA 14 56A-14
62	08	GIMNASIO URBANO DE LLANADITAS	
63	08	GIMNASIO URBANO DE LA ESTANCIAS	
64	08	GIMNASIO URBANO DEL MOLINO	
65	09	GIMNASIO URBANO EL VERGEL DE LOS CERROS	CLL 46B CRA 17C
66	09	GIMNASIO URBANO LA PASTORA	CLL 45 CRA 14B
67	09	GIMNASIO URBANO QUINTA LINDA N. 1	CLL 36C CRA 15B
68	09	ZONA DE BARRAS ALEJANDRO ECHAVARRIA	CLL 50 CRA 15
69	09	GIMNASIO URBANO MIRAFLORES	CLL 50 CRA 25
70	09	GIMNASIO URBANO LORETO	CLL 32 CRA 31
71	09	GIMNASIO URBANO AVILA	CRA 28B CL 38F

72	09	GIMNASIO URBANO LA ESMERALDA	CLL 30 CRA 31
73	09	GIMNASIO URBANO LA ISLA NUMERO 2	
74	09	GIMNASIO URBANO DE LAS ASALEAS	
75	10	GIMNASIO URBANO SAN DIEGO	CL 39A CRA 42
76	11	GIMNASIO URBANO LAURELES LA MATEA	CRA 80B 34A 71
77	11	GIMNASIO URBANO CUATRO VIENTOS	CRA 78 CL 54A
78	11	GIMNASIO URBANO UNIDAD DEPORTIVA ATANASIO GIRARDOT	CLL 47D 70
79	11	GIMNASIO 1 PESAS COMPLEJO ACUATICO COMPLEJO ACUATICO CESAR ZAPATA	CLL 48 CRA 73
80	12	ZONA DE BARRAS LA CRISTOBAL	CRA 94 CL 37
81	12	ZONA DE BARRAS UNIDAD DEPORTIVA LA FLORESTA	CRA 87B CL 53
82	12	GIMNASIO URBANO UD LA FLORESTA	CRA 87B CL 53
83	12	GIMNASIO URBANO SANTA LUCIA	CRA 92A CL 44C
84	12	GIMNASIO URBANO UNIDAD DEPORTIVA BARRIO CRISTOBAL	CRA 86A CL 40
85	12	GIMNASIO URBANO DE LA SOLEDAD	
86	13	GIMNASIO URBANO EL SALADO	CL 39D 112-81
87	13	GIMNASIO URBANO UNIDAD DEPORTIVA EL SALADO	CRA 120 CL 39FD
88	13	GIMNASIO UNIDAD DEPORTIVA LOS ALCAZARES	CRA 87B CL 53
89	13	GIMNASIO URBANO DEL SOCORRO	
90	13	GIMNASIO URBANO DE NUEVOS CONQUISTADORES	
91		GIMNASIO URBANO DE BETANIA	
92	14	GIMNASIO URBANO DIVINA EUCARISTIA	CRA 36 CL 8
93	14	GIMNASIO URBANO MANILA	CRA 43D CL 11
94	15	GIMNASIO URBANO CAMPO AMOR	CRA 65 CL 5
95	15	GIMNASIO URBANO CAMPO AMOR	CRA 58 7-72

96	15	GIMNASIO URBANO BETANIA GUAYABAL	CRA 56B 9 SUR 12
97	15	GIMNASIO URBANO TRINIDAD	CL 23 65E 24
98	16	GIMNASIO UNIDAD DEPORTIVA BELEN	CRA 66B CL 30A
99	16	ZONA DE BARRAS UNIDAD DEPORTIVA DE BELEN	CRA 66B CL 30A
100	16	ZONA DE BARRAS D.I BELEN RINCON	CL 1C CRA 76A
101	16	GIMNASIO URBANO LAS VIOLETAS	CRA 89DD CL 31C
102	16	GIMNASIO URBANO BUENAVISTA	CRA 88 CL 18
103	16	GIMNASIO DE SAN JOSE BERLAMINO	CL 32 A # 83 B 84
104	16	GIMNASIO URBANO SAN BERNARDO	CRA 73 CL 14
105	16	GIMNASIO URBANO 1 LA PALMA - ALTAVISTA PARTE BAJA	CL 21 CRA 82D
106	16	GIMNASIO URBANO 2 LA PALMA - ALTAVISTA PARTE BAJA	CL 21 CRA 82D
107	16	GIMNASIO URBANO LOS ALPES	CL 29B 84-71
108	16	GIMNASIO URBANO DI LOMA DE LOS BERNAL	CRA 84B N 4A-90
109	16	GIMNASIO URBANO DE LA POLIDEPORTIVA EL HUECO	CRA 81 1 SUR 109
110	50	GIMNASIO AL AIRE LIBRE PALMITAS PARQUE CENTRAL	SECTOR CENTRAL PALMITAS
111	60	GIMNASIO URBANO UNIDAD DEPORTIVA SAN CRISTOBAL	CRA 130B CL 64
112	60	GIMNASIO URBANO DE LA UVA CIUDADELA NUEVO OCCIDENTE	CL 64 CRA 98
113	60	GIMNASIO AL AIRE LIBRE PALENQUE	CLL 65A CRA 143
114	70	GIMNASIO URBANO LA ESPERANZA	CRA 99B CL 16
115	70	GIMNASIO URBANO AGUAS FRIAS	CL 31AA CRA 107
116	80	GIMNASIO URBANO SINTETICA HORIZONTES	CLL 11A CRA 6A
117	80	GIMNASIO URBANO LIMONAR N. 1	CL 3 CRA 5 ESTE
118	80	GIMNASIO URBANO DE VILLA LOMA	CRA 69 A SUR 41 B 48

119	80	GIMNASIO AL AIRE LIBRE DE PALLAVECINI	CRA 6AA CL 13B
120	80	GIMNASIO URBANO LIMONAR N. 2	CL 4A CRA 5 ESTE
121	80	GIMNASIO URBANO FLORES Y COLORES	CRA 8 ESTE CL 10A
122	80	GIMNASIO URBANO SANTA RITA PARTE BAJA	VEREDA LA VERDE - SECTOR SANTA RITA PARTE BAJA
123	80	GIMNASIO URBANO EL VERGEL LA PALOMERA	CRA 6 CL 7A
124	80	GIMNASIO URBANO MARIA AUXILIADORA	CRA 10 CL 8
125	80	GIMNASIO URBANO BARICHARA	CLL 4C CRA 7
126	80	GIMNASIO URBANO DE LA UVA EL PARAISO DE SAN ANTONIO DE PRADO	CRA 6 No. 4C - 34
127	90	GIMNASIO URBANO SANTA ELENA	SANTA ELENA SECTOR CENTRAL

Con lo anterior reafirma que tenemos registrados 363 espacios para el acondicionamiento físico, los que deben ser mas ya que se debe reconocer que hay centros que no se encuentran registrados en camara de comercio y no contamos con las cifras de sedes de los ya mencionados.

La ciudad lleva mas de 5 años marcando una cultura deportiva en sus pobladores quienes lo han tomado y han hecho de esto un estilo de vida.

Medellin posee una población de 2'464.000 millones de habitantes, cifras para el año 2015, donde en la ultima encuesta de Seguridad Alimentaria y Nutricional del 2005 arroja que hombres y mujeres mayores de 18 años con sobrepeso son del 34,6% y con obesidad son del 16,2% del total de pobladores.

8. Marco metodológico

Antes de hablar de todo el mundo patológico y posibles soluciones, primero definamos algunas palabras importantes según la RAE es:

Deporte

- Actividad física, ejercida como juego o competición, cuya práctica supone entrenamiento y sujeción a normas.
- Recreación, pasatiempo, placer, diversión o ejercicio físico, por lo común al aire libre.

Ropa

- Prenda de vestir.

Ejercicio

- Acción de ejercitar o ejercitarse.
- Conjunto de movimientos corporales que se realizan para mantener o mejorar la forma física.

Sobrepeso

- Exceso de peso

Obesidad

- Cualidad de obeso.

Obeso

- Cualidad de una persona: excesivamente gorda

Cualidad

- F. Elemento o carácter distintivo de la naturaleza de alguien o algo.
- F. Cualidad positiva, especialmente de una persona.
- F. Calidad, condición o naturaleza de algo o de alguien.

Gordo

- De abundantes carnes.
- Muy abultado y corpulento.

Pero en palabras más personales o coloquiales buscaría un discurso el cual me de referencia algunas de las palabras:

Las personas con sobrepeso y obesidad tienen en común una palabra que las encasilla y las califica “gordos” esta les da una condición social de sedentarios y con malos hábitos alimenticios entre otros. Yo más bien los veo como individuos voluminosos de cualidades positivas, hambrientos de conocimiento y con gran capacidad de resiliencia para afrontar los obstáculos que la sociedad les imponga.

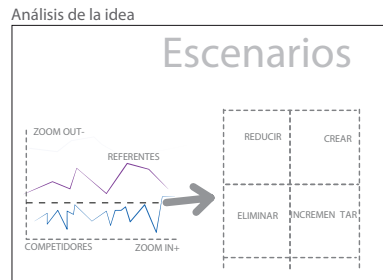
9. Método experimental

Durante el desarrollo del proyecto se tuvo en cuenta un proceso experimental con los siguientes pasos, donde tuvieron lugar todas las etapas de un proceso de diseño, desde la etapa de conceptualización hasta la etapa de materialización.

1. Definición e identificación del problema
2. Justificación del proyecto
3. Investigación del Medio
4. Investigación de referentes y competidores
5. Análisis de referentes y competidores
6. Generar y Definir las Etapas del proyecto
7. Crear el ADN de marca
8. Resultados y Conclusiones

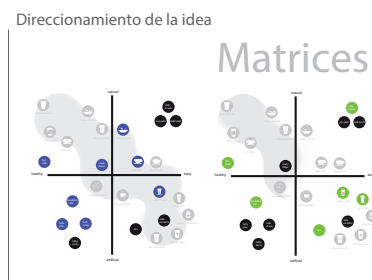
10. Herramientas experimentales

Análisis de la idea



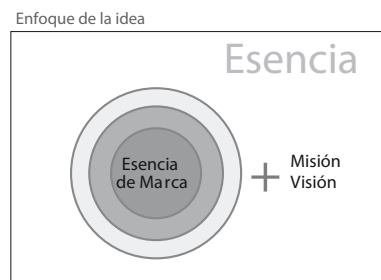
Con esta herramienta buscamos hacer analisis de los Competidores a nivel regional y nacional en diferentes campos al igual que los Referentes a nivel internacional, ver que necesita y que no nuestra idea de negocio.

Direccionamiento de la idea



Esta herramienta es ideal para conocer donde se encuentran competidores y referentes para ubicarnos nosotros como marca, que factores se debe trabajar la idea. Dar una dirección y estar donde ellos no estan.

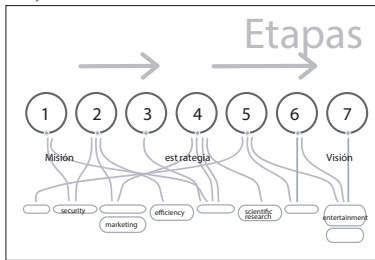
Enfoque de la Idea



Es nuestra esencia de marca aca se trabajan la percepción, la validación y la comunicación.

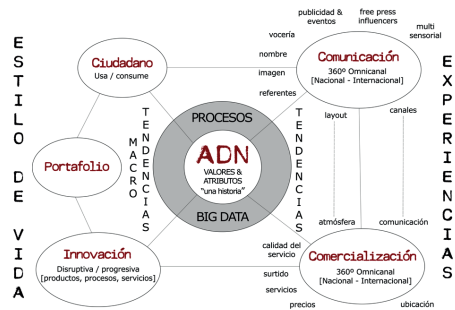
Proyección de la idea

Proyección de la idea



Son las etapas en las cuales la idea se va a ir moviendo que le dan una dirección como: Misión y visión; donde estoy hoy, en 2 años, en 5 años y 10 años.

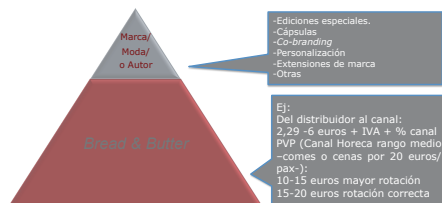
ADN



Todo lo concerniente a que tenemos que tener en cuenta

Piramide del portafolio

Piramede del Portafolio



Se espera que en la base este el lo que genera mucho dinero, en la intermedia utilidades medias y en la punta el exfuerzo es muy alto la rentabilidad es baja pero el posicionamiento y construcción de marca altísimo.

Experiencia 360

Experiencia 360



Toda la estrategia de comunicación omnicanal

11. Aplicación del experimental

Para la creación de la marca de ropa deportiva para tallas grandes en Medellín se tienen diferentes herramientas las utilizadas aca fueron adquiridas en la Materia Taller de Estrategia 1 de la especialización Diseño Estrategico e Innovación de la UPB .

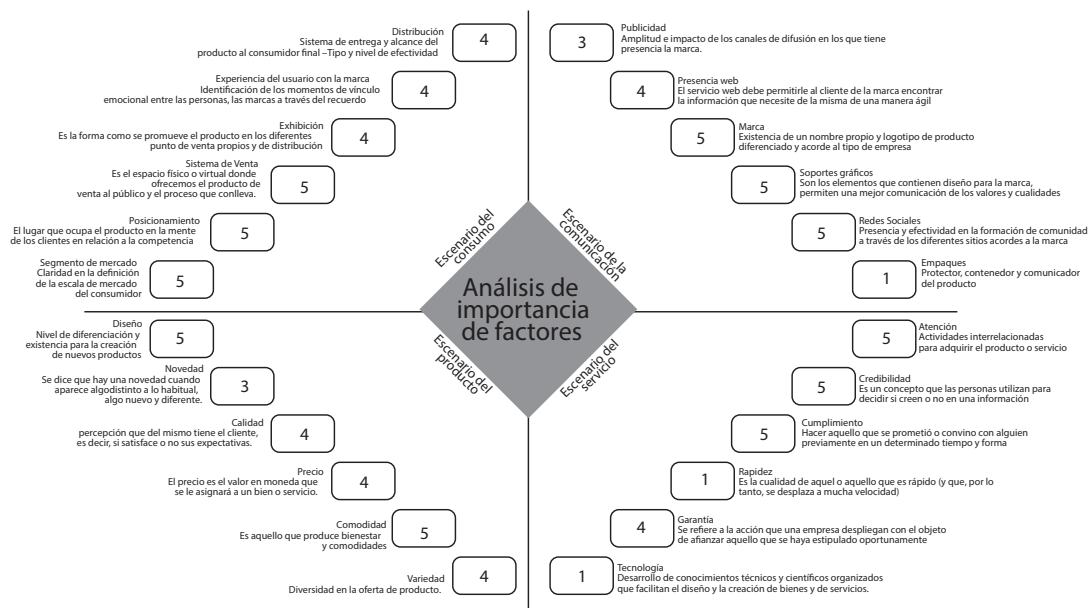
En la practica empezamos analizando drivers lo que nos das un factor social, politico y de salud. En nuestro caso los que mas se adaptaron fueron los siguientes:

1. Un mento de la clase media 14,2 millones de colombianos paso del 15 al 28%. Lo que hace que nuestro consumidor siempre este conectado y enterado de todo lo que pasa a su alrededor. Y siendo mas especificos siempre estan en la búsqueda de confort: Adaptación- Multifuncionalidad lo que es muy importante para nuestro publico objetivo que es lo mas descuidado por la industria de la moda
- 1 Naturalidad: tallas grandes. Celebración de diversidad Corporal donde ya no hay temor de mostrar quienes somos y como somos. Donde siempre estan buscando Canales de Venta: física – móvil
- 2 Legislación: Ley 1355 de 2009, por medio de la cual se define la obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles asociadas a esta como una prioridad de salud pública y se adoptan medidas para su control, atención y prevención.

Si bien ya hablamos de la importancia de tener unas Macrotendencias o drivers también tenemos que tener en cuenta unos competidores y referentes al momento de crear una marca y mas como esta ya que el mercado y la sociedad recién se prepara para el auge y la aparición de las tallas grandes en el ámbito de la moda y mas en el ámbito deportivo. Pero para hacer este análisis se deben tener en cuenta 4 escenarios que a su vez se escogen 4 ítems los cuales serán los criterios de evaluación de referentes y competidores:

- 1 Escenario del consumo: distribución, experiencia del usuario con la marca, exhibición, sistema de venta, posicionamiento, segmento del mercado.
- 2 Escenario del producto: Diseño, novedad, calidad, precio, comodidad, variedad.
- 3 Escenario del servicio: Atención, credibilidad, cumplimiento, rapidez, garantía, tecnología.
- 4 Escenario de la Comunicación: Publicidad, presencia web, marca, redes sociales, empaques.

VARIABLES



Img. Análisis de importancia de Factores

El anterior cuadro muestra los 4 escenarios y sus subtemas las cuales fueron evaluadas y calificadas para darles unos porcentajes y determinar cuan importantes son para nosotros como idea de negocio y estratégicamente para evaluar la competencia y referentes.

Escogimos a nuestro criterio cuales son los mas importantes de cada escenario, le dimos nuestro significado y entramos a evaluar los competidores.

- 1 Escenario del consumo
 - 1.2 Sistema de venta: Medios digitales y espacio físico
 - 1.3 Exhibición: Coherencia grafica entre producto-publicidad-ADN
 - 1.4 Segmento del mercado: Conocer bien el consumidor-cliente
 - 1.5 Experiencia del usuario: Uso de la prenda / Emocional
- 2 Escenario del producto
 - 2.2 Diseño: lenguaje con las ultimas tendencias
 - 2.3 Comodidad: antropometría del cuerpo y necesidades del mismo
 - 2.4 Calidad: Prenda duradera, materiales adecuados con su respectivo manejo
 - 2.5 Variedad: ser dinámicos con los productos
- 3 Escenario del servicio
 - 3.2 Cumplimiento: Que se cumpla lo que se promete
 - 3.3 Credibilidad: Darle la seguridad al usuario con lo que compra
 - 3.4 Garantía: “si no lo tenemos, te lo hacemos”
 - 3.5 Atención: las pernas se deben sentir en confianza con la marca
- 4 Escenario de la Comunicación
 - 4.2 Marca: Conceptualización, segmentación, grafía

4.3 Redes sociales: Difusión del producto y marketing digital

4.4 Prenda: la prenda debe mostrar su marca

4.5 Comunidad: el voz a voz de los usuarios

Inteligencia competitiva

La información recolectada por medio de visita a páginas web, motores de búsqueda, serán utilizadas para crear estrategias de mercado. Buscamos los competidores siempre que sean en el ámbito nacional y regional, estos deben de tener como clave el mismo nicho de consumidores, que ofrezcan el mismo producto o servicio. En este caso no se tiene evidencia de alguna marca de ropa deportiva para mujeres de tallas grandes que sea colombiana o este en la región; se tomaron como competidores marcas fuertes en ropa para mujeres plus size:

Curvy.com.co: Tienda especializada en Swimmingwear

Aqualena Woman: Tienda especializada en Swimmingwear

Gorditas sexys: Tienda especializada en jeanswear y streetwear

Dees: Tienda especializada en Casualwear

Kirina: Tienda especializada en Swimmingwear

Metodología
Diseño
estratégico

Oscar Hernández
Luz Patricia Rave

7

COMPETIDORES

Variables

Sistema de venta

Exhibición

Segmento de mercado

Experiencia del usuario

Diseño

Comodidad

Calidad

Variedad

Marca

Redes Sociales

Prenda

Comunidades

Cumplimiento

Credibilidad

Garantía

Atención

Curvy.com.co

1

5

4

5

3

2

4

2

2

3

2

2

0

3

5

1

5

Aqualena

2

3

2

5

5

1

5

2

4

2

2

3

4

3

5

4

3

Gorditas

3

3

2

5

4

1

5

4

5

2

0

2

5

5

5

4

3

DEES

4

5

4

3

4

3

3

3

4

1

4

2

5

2

3

3

5

Kirina

5

3

5

5

5

5

5

4

5

4

5

5

5

5

5

4

5

Promedio

3,2

3,4

4,6

4,2

2,4

4,4

3

4

2,4

2,6

2,8

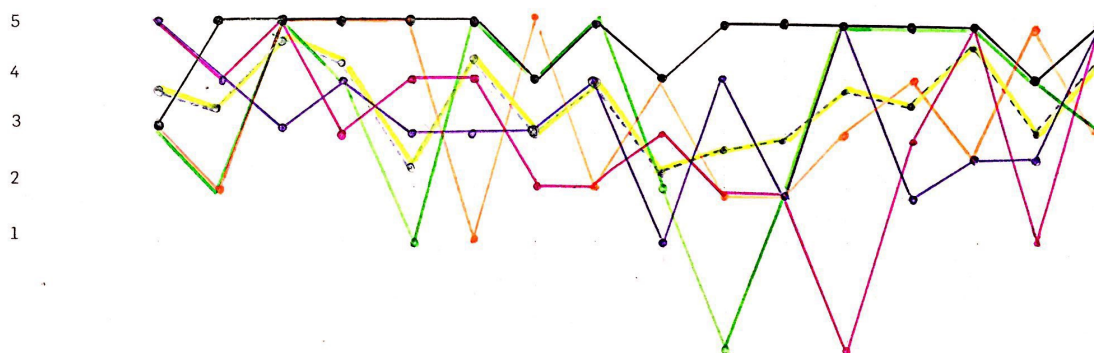
3,8

3,6

4,6

3,2

4,2



Img-Analisis de competidores

Para los referentes se tomaron los 3 mas grandes en ropa deportiva y 2 de los mas grandes en nivel de comercialización:

Nike

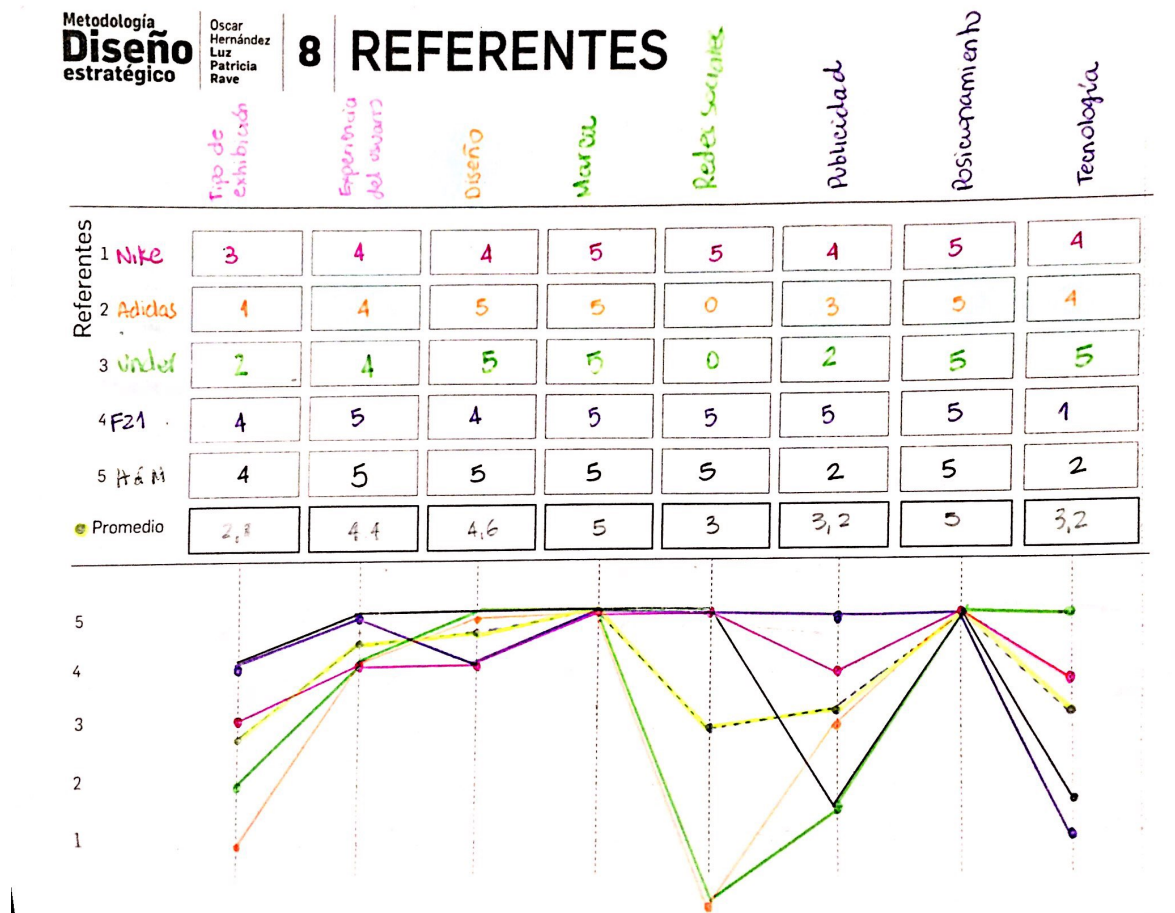
Adidas

Under Armour

Forever21

H&M

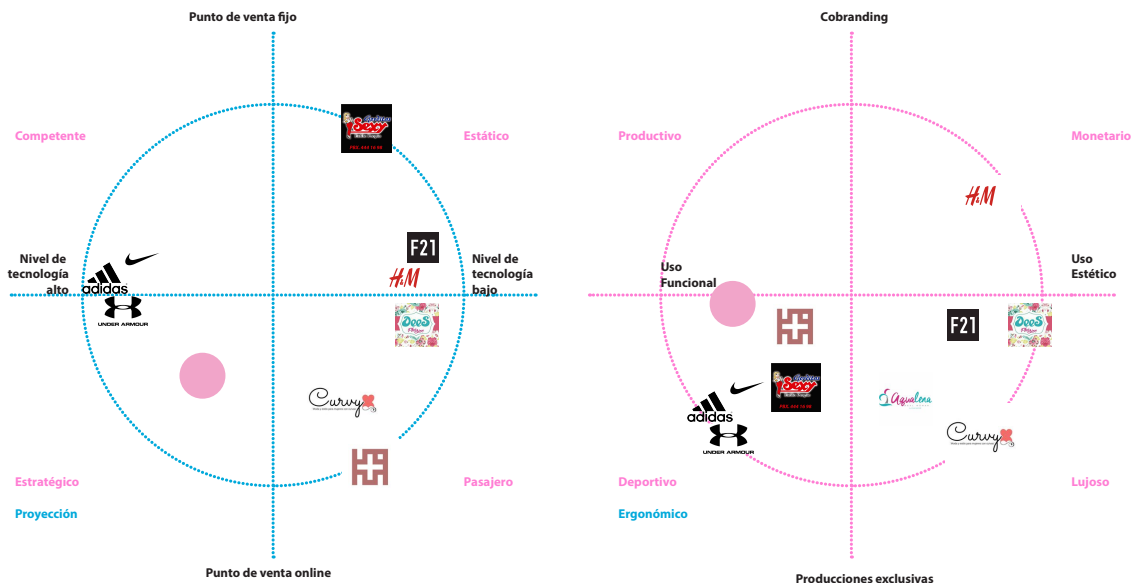
Pero solo se toman dos de subtemas de cada escenario donde los competidores estan bajos y ver que hacen nuestros referentes



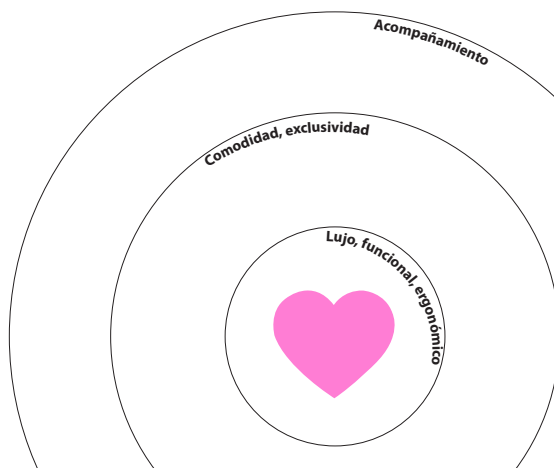
Img-Analisis de referentes

Matriz

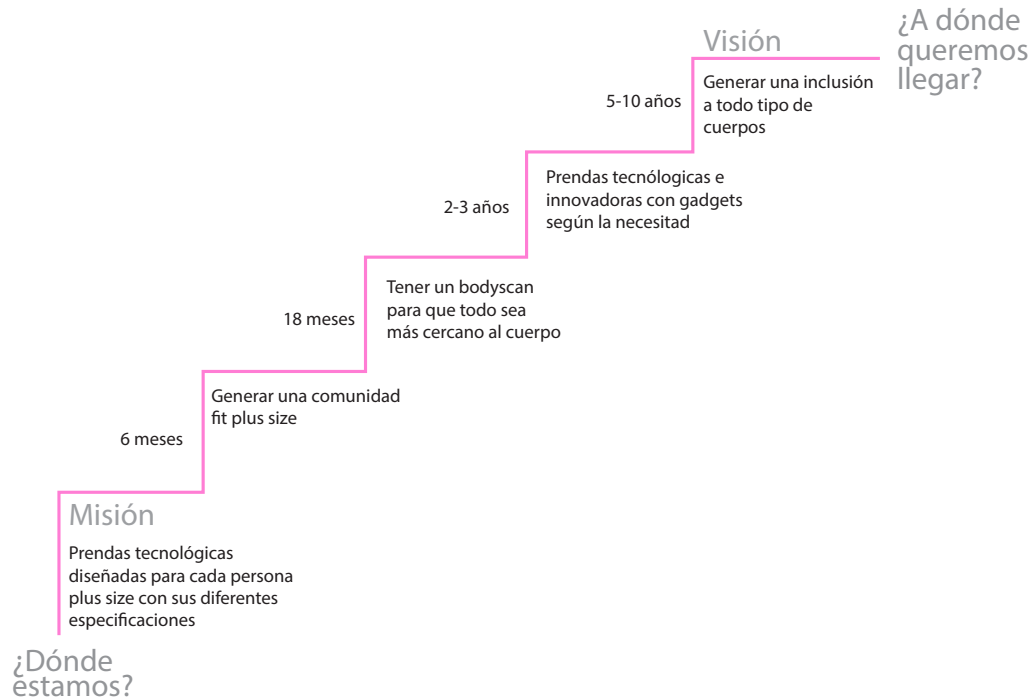
Debemos de crear 4 cuadrantes en los cuales mover nuestros competidores, referentes y nosotros mismos, en este caso ponemos los logos (nosotros somos el punto rosa) entre cada subcuadrante debe tener unos conceptos que tengan o deseamos tener. Nos ubicamos en el lugar esperado.



Con esto lo trasladamos a nuestro enfoque de idea. Donde en el centro tenemos a la percepción que queremos ser lujos, funcionales y ergonómicos. En el siguiente círculo que es la validez que quiero que piensen de la marca: comodidad y exclusividad. Y en el ultimo círculo tenemos la comunicación en el cual esta el acompañamiento, nuestro fuerte sera crear comunidad y siempre estar apoyando a nuestras cliente que se sienta parte de nosotros.



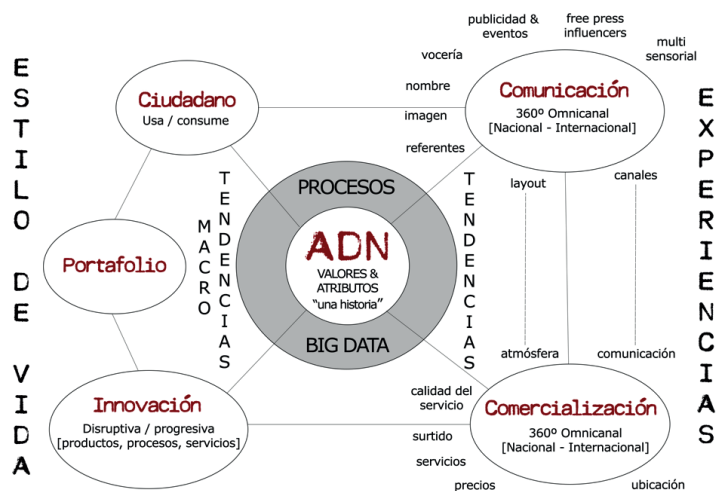
Etapas



Este es el crecimiento que vemos desde el momento en el que salga la marca a 10 años.

ADN

Se trabaja desde los valores y atributos, este también tiene una historia.



Img- Mapa de ADN

Hablamos de quienes somos, como un Elevator Pitch o Elevator Speech: es un anglicismo que se utiliza en el discurso de presentación sobre un proyecto o emprendimiento, ante potenciales clientes o accionistas cobrando especial relevancia para este segundo colectivo que se supone que busca proyectos y emprendedores con ideas claras, concisas y sintéticas para tomar decisiones sobre si invertir o no. Wikipedia

Macrotendencias

Una breve descripción de un usuario.

Comunicación y comercialización.

Tendencia.

Portafolio.

Experiencia 360.

Tenemos unos escenarios en los cuales vamos a trabajar en la marca. Esto ayuda a tener un orden en los cuales los vamos a trabajar en primera instancia, el hoy, y en una segunda fase para un futuro. Ellos tienen unas variables son los campos de trabajo en la generación de marca.

12. Resultados



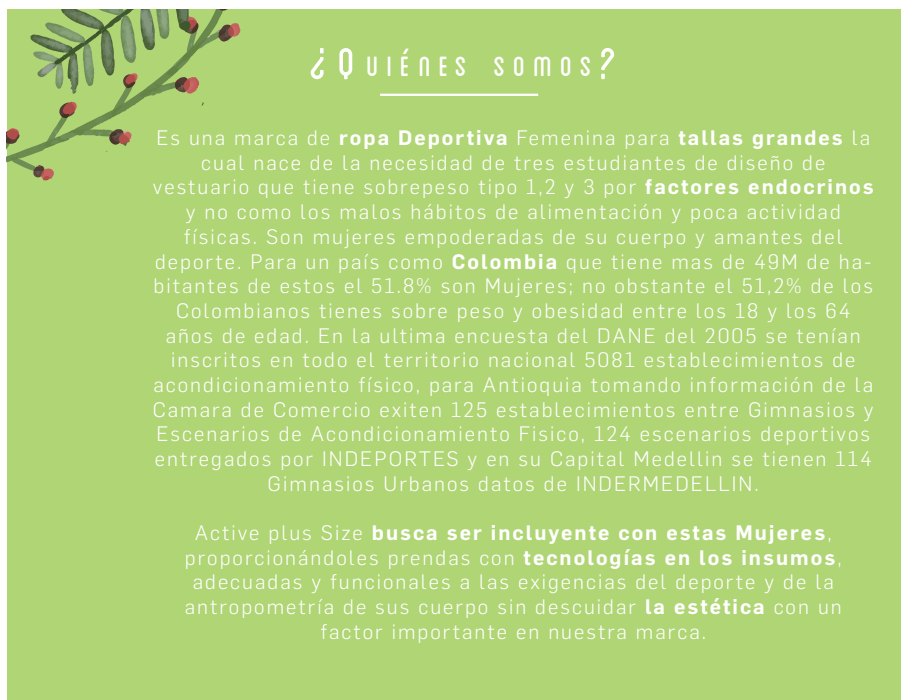
Active Plus Size: Nombre de la marca.



ADN: Es nuestro hilo conductor lo que nos va a permitir tener una identidad, con valores y un eslogan los cuales hablan de nuestra identidad como marca.



Hisotria: Cuenta como nace y que nos motiva para empezar este hermoso proyecto



¿Quiénes Somos?: Es el resumen de los factores que hacen que Active Plus Size tenga un ambiente propicio para lanzarse y que sea aceptado por los consumidores



Macrotendencias: son los movimiento sociales que las sociedades estan viviendo y por las cuales se rigen; estos nos dan la seguridad que la sociedad esta lista para aceptar una marca como la nuestra.



Usuario: Es la pequeña descripción de cómo son nuestras usuarias, como llevan acabo un día y como se ven influenciadas. El conocerlas nos asegura que vamos por buen camino con la marca.



APS busca tener una comunicación cerca pero muy alegre con sus usuarias. Buscando generar vínculos muy fuertes. Queremos ser omnicanal, haciéndolas sentir seguras y sin ninguna clase de discriminación.



Tendencia: se entiende de cómo se mueven nuestras usuarias, donde tienen una voz con su propia

opinión que la transmite por medios de comunicación como son redes sociales y que a su vez siempre son como un pequeño hospital ya que se poseen conocimientos en cuanto a mantenerse saludables y los comparten.



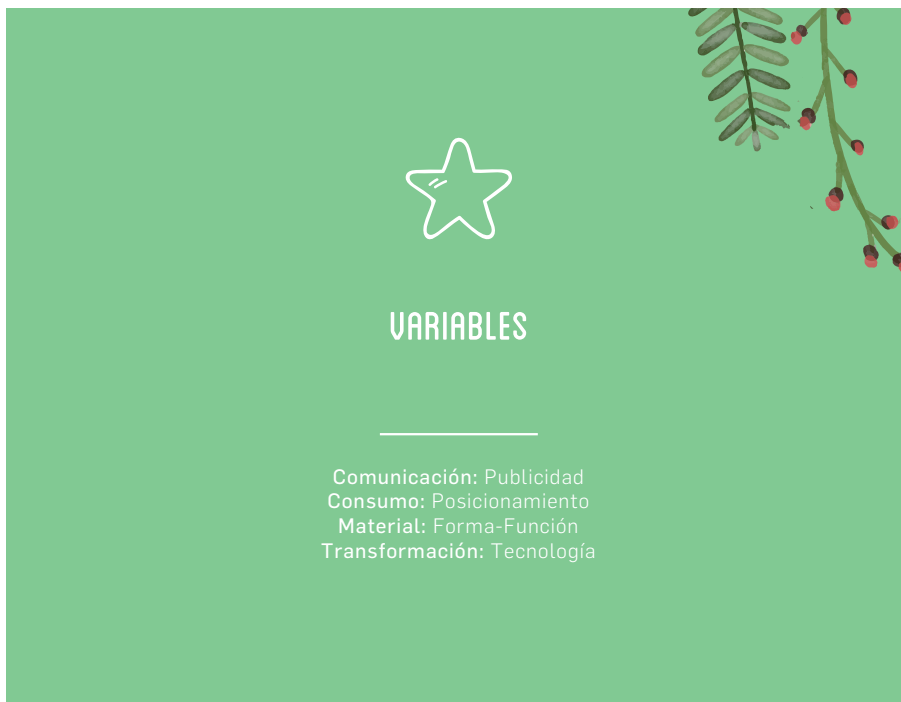
Portafolio: es la piramide de productos que vamos a manejar en diferentes niveles.
Base: es el producto que mas dinero deja. Medio: nuestro producto complementario.
Alto: nuestros productos especializados y atributos que podamos agregar a los mismos.



Experia 360: es como vamos a abordar al usuario, esto lo que va a generar es una recordación y fidelización con la marca .



Escenarios: Se les van a dar un orden para trabajar en ellos, desde la comunicación de la marca, consumo siguiendo con los materiales y finalizando con la transformación que se le puede hacer al producto.



La publicidad va a ser el punto fuerte a tratar en nuestra marca, dejando recordación y siendo muy impactantes. Esto nos generará posicionamiento que es lo que una marca de ropa busca. Forma y función va en nuestro ADN de marca siempre vamos a brindarlos. La tecnología se trabajará mucho en lo funcional de las prendas.



La invitación es a que expandas tus horizontes y conozcas que hay cuerpos diferentes por conocer y marcas que le apuestan a estos.

13. Conclusiones

La ciudad tiene las condiciones físicas y sociales para aceptar una marca como Active Plus Size que les va a ofrecer una variedad de prendas deportivas, funcionales y con una estética divertida y fresca.

Es de gran importancia la generación de marcas vestimentarias que leean los usuarios mas allá de lo estipulado o lo esteticamente permitido por la sociedad; ya que los mencioandos nichos de mercado estan siendo atendidos o más específicamente bien sobreatendidos. Debemos volcar la mirada a los millones de habitantes que son potenciales clientes, que tienen necesidades ergonomicas, funcionales y estéticas.

Las mujeres que son de tallas grandes por su anatomía tienen requerimientos muy específicos como lo son: la sudoración excesiva en espalda, subamanario, pecho y entrepierna; En estos puntos del cuerpo se pueden generar malos olores y bacterias. El rose en la entrepierna y desgaste en la misma; puede generar irritación y laceración de la piel.

Para finalizar teniendo conocimiento de estos y otros problemas podemos generar una propuesta clara y con propiedades adecuadas, para que los requerimientos mínimos que exigen estos cuerpos sean cumplidos rigurosamente así se ofrecer prendas con tallaje y atributos aptos lo que generara gran propuesta de valor.

14. Bibliografía

Guía de Práctica Clínica para la prevención, diagnóstico y tratamiento del sobrepeso y la obesidad en adultos.

Sistema General de Seguridad Social en Salud - Colombia

Guía Completa. Guía No. 52

<https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/003084.htm>

<http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/printer-100228.html>

<http://www.icbf.gov.co>

<http://www.dane.gov.co>

<http://www.inderantioquia.gov.co>

<http://www.indeportes.gov.co>