

EL CONFORT

ANÁLISIS DE MUJERES EN MEDELLÍN
AL USAR ROPA INTERIOR

CAMILA CONDE

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
DISEÑO DE VESTUARIO
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
MEDELLÍN 2017

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
DISEÑO DE VESTUARIO
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
MEDELLÍN 2017



Trabajo de grado para optar al título de diseñadora de vestuario

Asesor de trabajo de grado: Fausto A Zuleta M.

Universidad Pontificia Bolivariana

Medellín 2017

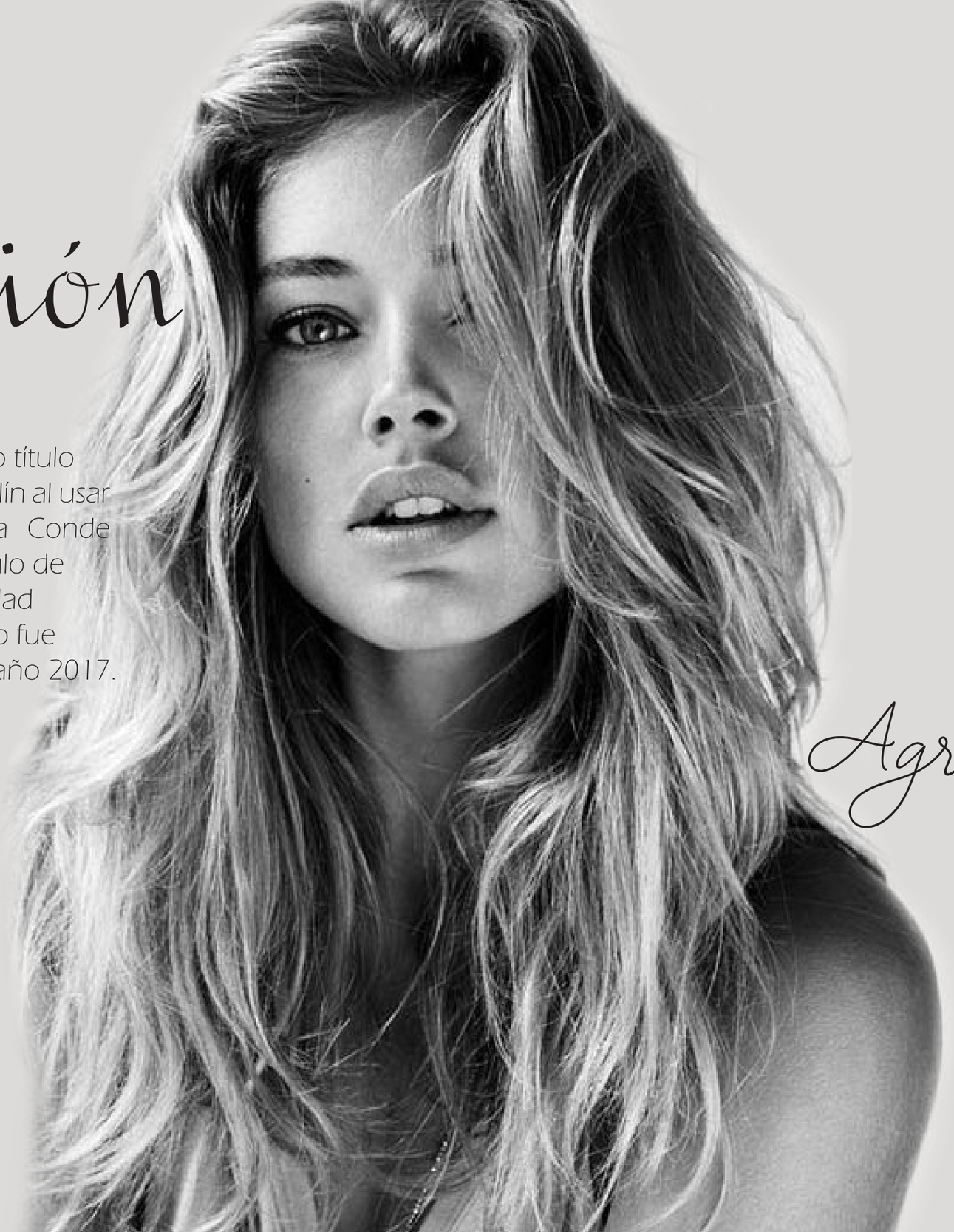
Hoja de aceptación

El presente trabajo de grado tiene como título "El confort: Análisis de mujeres en Medellín al usar ropa interior", Presentado por Camila Conde Muñoz, como requisito para optar al título de Diseñadora 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.I. PhD. Fausto A. Zuleta Montoya
Director de Trabajo de Grado



Agradecimientos

Amparo Muñoz Roldán

Climaco Conde Reyes

Juan Sebastian Gutierrez

Familia Gutierrez Sierra

Fausto Zuleta Montoya

Resumen

Basada en la gran pregunta diaria de todas las mujeres antes de vestirnos, agravada por la exigencia de una impecable ropa íntima que, siendo invisible, a veces parece ser más relevante que lo demás, se pretende en este trabajo llegar a las motivaciones internas de la mujer para esta actitud, resaltar el tema de belleza no desde la parte estética y superficial de la persona sino por el contrario su interior, si se tiene confianza también hay seguridad y actitud positiva, porque sin duda el gran reto para sentirse bien es en base a una mejor autoestima, y tener confianza en uno mismo.

Se realizará un trabajo de investigación basado en encuestas y entrevistas a mujeres desde los 20 a 30 años de Medellín para tener una interpretación más completa de la problemática planteada en este trabajo y de esta forma determinar la influencia que tiene la correcta elección o no de las prendas íntimas en el diario vivir de cada una de ellas, analizando factores sociales, el confort, el tipo de materiales, acabados, texturas, tallas, estilos y colores.

Palabras Claves

Ropa interior, mujer, confort, seguridad, confianza.

Tabla de Contenido



1. INTRODUCCIÓN
2. TEMA
3. SITUACION REFERENCIAL
4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA
5. OBJETIVOS
   OBJETIVO GENERAL
   OBJETIVOS ESPECÍFICOS
6. JUSTIFICAACIÓN
   PREGUNTA INVESTIGATIVA E HIPÓTESIS
7. MARCO TEÓRICO
7.1 EL CONFORT
   7.1.1 TIPOLOGÍAS DEL CONFORT
   7.1.2 EL CONFORT EN EL DISEÑO DE VESTUARIO
   7.1.3 FACTORES FÍSICOS HUMANOS
   7.1.4 FACTORES PSICOLÓGICOS Y SOCIALES
   7.1.5 FACTORES FEMENINOS
   7.1.6 PUBERTAD FEMENINA Y SUS VARIANTES
7.2 EL DISEÑO
   7.2.1 EL DISEÑO DE VESTUARIO
   7.2.2 LA ROPA INTERIOR
   7.2.3 LA ROPA INTERIOR FEMENINA
   7.2.4 ROPA INTERIOR FEMENINA SUPERIOR
      7.2.4.1 TEXTILES
      7.2.4.2 CARACTERISTICAS
      7.2.4.3 TALLAS
      7.2.4.4 ESTILOS
   7.2.5 ROPA INTERIOR FEMENINA INFERIOR
      7.2.5.1 TEXTILES
      7.2.5.2 CARACTERISTICAS
      7.2.5.3 TALLAS
      7.2.5.4 ESTILOS
8. MARCO METODOLÓGICO
   8.1 ENCUESTAS
   8.2 ENTREVISTAS
   8.3 TEST DE GUSTOS
   8.4 RESULTADOS
   8.4.1 RESULTADOS ENCUESTAS
   8.4.2 RESULTADOS ENTREVISTAS
   8.4.3 RESULTADOS TEST DE GUSTOS
9. CONCLUSIONES
10. ANEXOS
11. BIBLIOGRAFÍA







Tabla de Imagenes

IMAGEN 1. LENCERÍA CAMILA CONDE. COLECCIÓN FEMME ..... PAG 11
IMAGEN 2. ILUSTRACIÓN ESPACIOS PROXÉMICA ..... PAG 22
IMAGEN 3. MAPA CONCEPTUAL SISTEMA NERVIOSO AUTÓNOMO ..... PAG 24
IMAGEN 4. SISTEMA PARASIMPATICO Y SIMPATICO ..... PAG 25
IMAGEN 5. ACCIÓN DEL SISTEMA NERVIOSO SIMPÁTICO EN DISTINTOS ÓRGANOS ..... PAG 26
IMAGEN 6. ACTIVIDADES MEDIADAS POR EL SISTEMA PARASIMPÁTICO ..... PAG 27
IMAGEN 7. SUDORACIÓN FEMENINA ..... PAG 32
IMAGEN 8. ESCALA DE TANNER ..... PAG 35
IMAGEN 9. SEMILLA DE ALGODÓN ..... PAG 50
IMAGEN 10. FIBRA DE NYLON ..... PAG 51
IMAGEN 11. FIBRA DE RAYÓN ..... PAG 52
IMAGEN 12. TABLA DE MEDIDAS DE BRASIER LEONISA ..... PAG 54
IMAGEN 13. TABLA DE MEDIDAS DE PANTIES LEONISA ..... PAG 62



1 Introducción

A la hora de vestirnos y elegir nuestra ropa interior tenemos en cuenta las actividades que realizaremos durante todo el día y en base a eso optamos por cierto estilo y color que nos haga sentir cómodas y nos sirva para efectuarlas, queremos vernos y sobretodo sentirnos hermosas no solo con el vestuario externo sino también con el interno.

La vestimenta es importante, es nuestra presentación y habla por nosotros sin tener que cruzar palabras, pero son las prendas íntimas las que nos dan esa seguridad y ese sentimiento interno de belleza que nos permite elevar nuestros niveles de confianza con nosotros mismos.

2. Tema

Ropa interior femenina y confort

Resulta imposible saber con exactitud en qué momento comenzamos a usar ropa interior, lo que sí está claro es que surgió tanto por criterios de higiene como por la necesidad de proteger las zonas íntimas. Sin embargo, con el paso del tiempo se comenzaron a añadir componentes tanto por razones estéticas para resaltar ciertos atributos anatómicos como funcionales. En la actualidad estas prendas interiores se han transformado dejando de ser "invisibles" para formar parte del vestuario exterior.

Para la mujer es necesario sentirse cómoda en sus labores diarias, esta comodidad o falta de ella puede llegar a influir tanto en su desempeño como en su estado de ánimo, por lo tanto, cada vez se le da más importancia a la elección y uso de la ropa interior correcta para facilitar su día a día.

Esta investigación tiene como objetivo analizar la influencia que tiene el uso de la lencería en la mujer y como esta influye directamente en su seguridad y confort, además de indagar los aspectos que se tienen en cuenta al momento de decidir qué ropa interior usar y en base a los resultados obtenidos poder determinar si la hipótesis planteada es correcta o no.

3. Situación Referencial

En el 2016, durante el primer semestre del año, tuve la oportunidad de ver el modulo marca de autor y desarrollar mi propia marca de ropa interior femenina CAMILA CONDE, creada por el romanticismo, la belleza natural, la dulzura, la confianza, la transparencia y la autenticidad.

La primera colección nombrada Femme (mujer en francés) fue pensada para uno de los días más importantes de la mujer, su boda y luna de miel. Las prendas recibieron su inspiración por la obra de John Everett Millais llamada Ofelia, una pieza de arte hipnotizadora y cargada de poesía.

Las prendas eran sencillas, confeccionadas en mayatex color piel, se ajustaban al cuerpo a la perfección, adornadas con pedrería y encaje. En el momento en que la modelo usó el primer conjunto comencé a notar que su postura y comportamiento cambiaban y si bien el objeto de la marca era crear indumentaria para darle seguridad a la mujer no pensé que sería algo tan notorio, inmediatamente se sentía más segura y me di cuenta que yo no era la única mujer que se sentía bella al usar lencería, es por eso que deseo trabajar este tema, me interesa conocer más la motivación de la mujer para que sea tan importante su ropa interior en cualquier momento de su vida.



Imagen 1. Lencería Camila Conde. Colección Femme.

4 Planteamiento del Problema

Según un estudio presentado en el XXV Congreso de la Sociedad Española de Senología y Patología Mamaria el 70% de las mujeres no se sienten cómodas usando ropa interior porque no han encontrado la talla apropiada o el estilo adecuado de las prendas para su tipo de cuerpo (Redacción El Tiempo, 2006). El periódico El Tiempo, en su página web en una de sus publicaciones del 2015 afirmo que algunos analistas del gremio de la ropa interior observan una tendencia hacia el fast fashion (prendas de bajo costo) en el cual el 9,6 por ciento de las piezas vendidas fueron a través de Almacenes Éxito, el cual enfoca gran parte de su oferta en prendas low cost por lo que un gran segmento del mercado al comprar este tipo de prendas asequibles no encuentra el confort necesario generando diferentes problemas físicos, psicológicos y sociales para sus usuarias (Lozano Garzón, 2015).

Por medio de este artículo se deduce también, que las marcas que cuentan con todas las características necesarias para el bienestar de la mujer cuentan con prendas muy costosas, pues tienen alto contenido de lujo, variedad en talles, telas suaves y diseños exclusivos lo cual hace que sea difícil adquirirlas. Todas estas problemáticas provocan en la mujer un sentimiento de inseguridad e inconformidad a la hora de adquirir y usar ropa interior que no se ajuste completamente a sus necesidades.

En base a un estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de ropa interior femenina en Bogotá realizado por Adriana Beatriz Moreno Vanegas en el 2012 afirma que cada día la mujer se encuentra mejor preparada y aspectos como la ergonomía, la calidad, la funcionalidad, la durabilidad y el buen gusto están totalmente ligados a sus exigencias. El 63.12% de las ventas de la industria de la confección de ropa interior se desarrollan hacia el sector femenino y el 18.45% correspondiente a las ventas de productos para niños y niñas es seleccionado en un 70% por mujeres, lo que significa que el 76.035% del producto bruto de esta industria es seleccionado y comprado por mujeres. Tratar de satisfacer el gusto y la exigencia de las mujeres en la industria de la confección de ropa interior es prioritario.

Objetivo General

Analizar el confort de las mujeres de Medellín entre los 20 y 30 años al usar ropa interior, teniendo en cuenta los aspectos físicos, psicológicos y sociales.

Objetivos Especificos

Demostrar por medio de encuestas e investigaciones experimentales cuales son los elementos determinantes para la mujer a la hora de elegir sus prendas íntimas.

Evidenciar que la ropa interior influye directamente en el confort, la autoestima y el comportamiento de la mujer.

Determinar los factores físicos más influyentes en la mujer al usar ropa interior.

6 Justificación



PREGUNTA INVESTIGATIVA E HIPÓTESIS

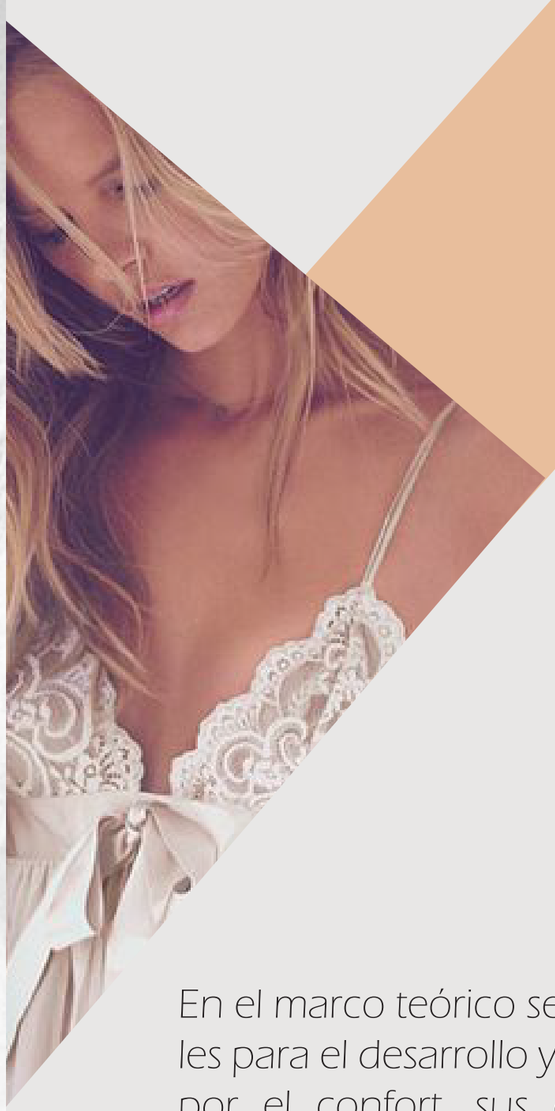
A partir de los problemas y objetivos mencionados, surge la pregunta de porque es necesario analizar los posibles comportamientos que produce el uso de ropa interior en el género femenino y como esta a pesar de ser invisible para las otras personas influye directamente en el confort de la mujer. Es necesario investigar diferentes factores (físico, social y psicológico) para tener una visión mucho más amplia, que permita entender el pensamiento de la mujer hacia dicho fenómeno y de esta forma intentar resolver la pregunta investigativa.

PREGUNTA INVESTIGATIVA E HIPÓTESIS

A partir de los problemas y objetivos mencionados, surge la pregunta de porque es necesario analizar los posibles comportamientos que produce el uso de ropa interior en el género femenino y como esta a pesar de ser invisible para las otras personas influye directamente en el confort de la mujer. Es necesario investigar diferentes factores (físico, social y psicológico) para tener una visión mucho más amplia, que permita entender el pensamiento de la mujer hacia dicho fenómeno y de esta forma intentar resolver la pregunta investigativa.

Marco Teórico





En el marco teórico se tocarán varios conceptos fundamentales para el desarrollo y entendimiento del trabajo, empezando por el confort, sus definiciones y tipologías teniendo en cuenta su contexto físico ambiental, psicológico y social, también se relacionará el confort con en el diseño de vestuario y factores físicos humanos que afecten el mismo y a la mujer, por ultimo las definiciones sobre el diseño, el diseño de vestuario y la ropa interior.

7.1 El Confort

Según el libro Improving Comfort in Clothing, capitulo 1, página 3. El confort es una necesidad fundamental y universal des ser humano. Sin embargo, es muy complejo y es muy difícil de definir. Según Fourt and Hollies (1979). El confort se trata de componentes térmicos y no térmicos y está relacionado con situaciones de desgaste tales como condiciones de trabajo, no críticas y críticas. Las respuestas fisiológicas del cuerpo humano a una combinación dada de su indumentaria y condiciones ambientales.

El confort es un tema relevante en la sociedad actual, el cual ha llevado a una búsqueda continua de los individuos en encontrar un punto en el que se sientan "bien" en diferentes ámbitos de su vida (sociales, laborales, físicos etc.)

Existen varios teóricos que han definido el confort y en ellos se pueden encontrar varias similitudes que nos ayudan a comprender un poco mejor este concepto, por ejemplo, Keith Slater en 1985 define el confort como un estado placentero de armonía fisiológica, psicológica y física entre el sujeto y su entorno.

Richards en 1980 lo define como el estado de una persona que involucra una sensación de bienestar subjetivo, en reacción a un entorno o situación.

(Looze, 2003): el confort es una construcción de carácter personal subjetivamente definido, se ve afectado por diversos factores clasificados en físicos, fisiológicos y psicológicos y es una reacción con provocada por el medio.

Se puede ver que los autores dan relevancia a la interacción de varios aspectos físicos y sensitivos con diferentes entornos o situaciones y connotaciones ya sean individuales o colectivas. En una interpretación literaria, cualquier sensación agradable o desagradable que sienta el ser humano le impide concentrarse en lo que tiene que hacer; la mejor sensación global durante la actividad es la de no sentir nada, sino indiferencia frente al ambiente: esa situación sería el confort, para realizar una actividad el ser humano debe ignorar el ambiente.

7.1.1 Tipologías del Confort

De acuerdo al estudio de varios autores se puede determinar que el confort se divide en varios tipos, Kolcaba (2003) los divide en: confort físico, confort psíquico, confort ambiental y confort sociocultural. Los límites de las condiciones de bienestar varían según edad, sexo, estado físico, aspectos culturales, modos de vida, prácticas cotidianas, actividad que desarrollan, la ropa usada, acostumbramiento a determinado clima o condición, etc.

Para este trabajo se combinarán los contextos físicos y ambientales creando así el termino físico-ambiental que incorpora la persona y su relación con el espacio.

- Contexto Físico-Ambiental: Se refiere a las sensaciones corporales relacionadas con la luz, el ruido, equipos, color, temperatura y elementos naturales entre otros.

- Confort Térmico: Se refiere a la percepción del medio ambiente circundante que se da principalmente a través de la piel, aunque en el intercambio térmico entre el cuerpo y el ambiente los pulmones intervienen de manera importante. Cuando se habla de confort térmico es necesario considerar las relaciones que existen entre el medio ambiente térmico y las sensaciones psicológicas que experimentan las personas frente a las condiciones impuestas por el espacio.

Según Edward T. Hall sus cuatro radios de acción o zona son:
1. Espacio público: es en el que no hay ninguna función definida de los integrantes, son espacios sociales como los aeropuertos.
2. Espacio habitual: también adopta un carácter más público de acceso libre, no hay papeles marcados (bar, discotecas)
3. Espacio de interacción: hay un papel marcado una cosa clara que se tiene que hacer (hospital, clase)
4. Espacio corporal: actividades de carácter íntimo, solo franqueable por individuos con muchísima confianza.

Hall dividió su estudio en espacios fijos y semifijos. Siendo el fijo marcado por estructuras inamovibles, como las barreras de los países y los semifijos espacios alrededor del cuerpo. Varía en función de las culturas, ya que cada cultura estructura su espacio físico. Este espacio puede ser invadido. Si se utiliza un territorio ajeno con falta de respeto (mirar fijamente a alguien u ocupar dos asientos con bolsas cuando hay gente de pie) se da una violación del terreno.

Por otro lado, Hall notaba que la distancia social entre la gente, está generalmente correlacionada con la distancia física y describía cuatro diferentes tipos de distancia. Estas distancias serían subcategorías del espacio personal o informal.
1. Distancia íntima: es la distancia que se da entre 15 y 45 centímetros (6 a 18 pulgadas). Es la más guardada por cada persona. Para que se dé esta cercanía, las personas tienen que tener mucha confianza y en algunos casos estarán emocionalmente unidos, pues la comunicación se realizará a través de la mirada, el tacto y el sonido. Es la zona de los amigos, parejas, familia, etc. Dentro de esta zona se encuentra la zona inferior a unos 15 centímetros del cuerpo, la llamada zona íntima privada.

2. Distancia personal: se da entre 46 y 120 cm (1,56 - 4 pies). Estas distancias se dan en la oficina, reuniones, asambleas, fiestas, conversaciones amistosas o de trabajo. Si estiramos el brazo, llegamos a tocar la persona con la que estamos manteniendo la conversación.
3. Distancia social: se da entre 120 y 360 centímetros (4 - 12 pies). Es la distancia que nos separa de los extraños. Se utiliza con las personas con quienes no tenemos ninguna relación amistosa, la gente que no se conoce bien. Por ejemplo: la dependienta de un comercio, el albañil, los proveedores, los nuevos empleados, etc.
4. Distancia pública: se da a más de 360 centímetros (12 pies) y no tiene límite. Es la distancia idónea para dirigirse a un grupo de personas. El tono de voz es alto y esta distancia es la que se utiliza en las conferencias, coloquios o charlas.

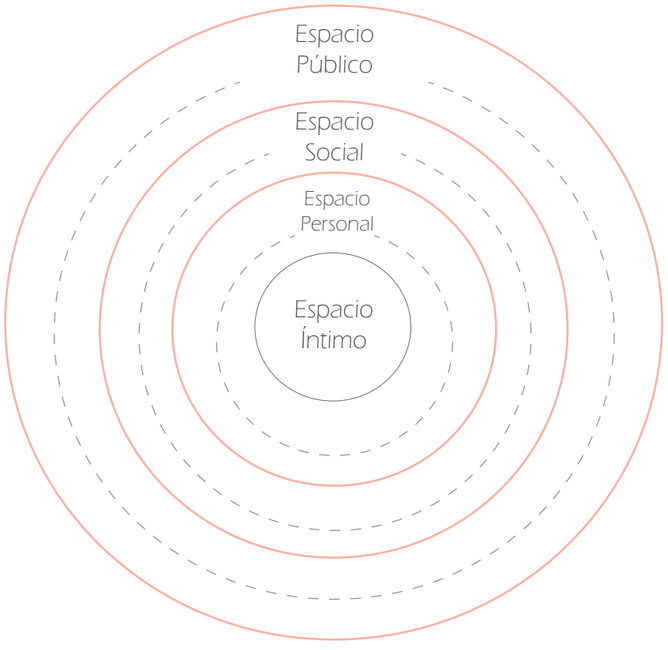


Imagen 2. Ilustración Espacios Proxémica

7.1.2 El Confort en el Diseño de Vestuario

Para cualquier tipo de diseño, en este caso el de vestuario es necesario llevar a cabo ideas que hagan sentir mejor al usuario, usando cierto tipo de telas, teniendo las medidas correctas, variedad de estilo y colores para los diferentes gustos, enfocarse en la comodidad de quien lo va a usar.

Según el libro Actas de Diseño 1: Encuentro Latinoamericano de diseño, para evaluar el confort en una prenda es importante conocer a fondo los tres grupos de variables involucradas y entender que no se determinan en una base textil ya que se puede trabajar puntualmente en la tela pero dañarse su efecto, en la confección de la prenda, por eso es mucho más acertado trabajar con el modelo que determina confort en la prenda y no en la base textil; en el caso concreto de la ropa interior, un brasier ocupa porcentajes equilibrados en tela, accesorios y cualquier realce. Cuando se trabaja con medición y diseño de prendas con confort, es la construcción las variables como la modelación de superficie, el microclima de la prenda y los insumos, son lo que determinan el confort y no simplemente se diseña un confort para la base textil, el cual en porcentaje de trabajo no determina nada relevante en la prenda.

El microclima se refiere al uso específico del vestido en la relación humedad-calor, en la pequeña área que se genera entre el contacto del cuerpo y la prenda. Es relevante en el confort, ya que la prenda crea su propio microclima por sus características y funciones a desempeñar en relación con el usuario. La ropa reduce o dosifica la pérdida de calor del cuerpo, por lo tanto, se clasifica según su valor de aislamiento o de transporte de humedad, determinando un índice, se especifica así un valor que se le asigna a la prenda según su desempeño y se porta en la etiqueta. Se habla de la escala CLO (aislamiento de la prenda) o índice de prenda (transporte y manejo de humedad de la prenda).

En las aplicaciones del concepto de confort intervienen ingenieros, diseñadores, patronistas, médicos; que interactúan en el diseño de un sistema de prendas que cuentan con estas características inciden estos conceptos
en la certificación del confort a través de laboratorios que cuenten con el aval nacional e internacional y también al chequear la calidad en las prendas.

7.1.3 Factores Físicos Humanos

Esta investigación al estar enfocada desde el punto de vista del vestuario, el cuerpo y en los aspectos psicológicos debe tocar el tema sobre aquellos factores involuntarios que tienen los seres humanos y que impactan directamente en el confort de cada uno de ellos, para la comprensión de este argumento es necesario dar un enfoque medico en el cual el sistema nervioso autónomo es el encargado de generar algunas reacciones que alteran tanto los aspectos físicos como los psicológicos.

El sistema nervioso autónomo (SNA) o vegetativo (ver imagen 3) es la parte del sistema nervioso central y periférico que se encarga de la regulación de las funciones involuntarias del organismo, del mantenimiento de la homeostasis interna y de las respuestas de adaptación ante las variaciones del medio externo e interno. Así pues, ayuda a controlar, entre otras funciones, la presión arterial, la motilidad y secreciones digestivas, la emisión urinaria, la sudoración y la temperatura corporal. Algunas de estas funciones están controladas totalmente por el sistema nervioso autónomo, mientras que otras lo están parcialmente. (Dra. Teresa Silva Costa Gomes - Hospital Mar-Esperanza-Barcelona)



Según la Doctora Teresa Silva Costa Gomes, no existe un centro bien definido puramente central del sistema nervioso autónomo. El sistema nervioso autónomo habitualmente regula las funciones de los órganos mediante reflejos viscerales inconscientes y que en ocasiones se producen como respuesta a cambios en actividades somáticas motoras y sensoriales. Aunque la mayoría de las funciones reguladas por el sistema nervioso autónomo se encuentran fuera del control consciente, las emociones y los estímulos somato sensoriales lo pueden influenciar profundamente. En el sistema nervioso central, las regiones reguladoras sensoriales y autonómicas responden a menudo al mismo tipo de estímulo somático o visceral, de forma que un mismo estímulo es capaz de desencadenar respuestas autonómicas y de comportamiento.

Teniendo en cuenta la anatomía, la fisiología y la farmacología, el sistema nervioso autónomo periférico clásicamente se ha dividido en dos partes denominadas sistema nervioso simpático o adrenérgico y sistema nervioso parasimpático o colinérgico; los efectos sobre un mismo órgano son generalmente antagónicos de tal manera que el resultado final dependerá del balance entre los dos (las glándulas sudoríparas son una excepción ya que sólo tienen inervación simpática).

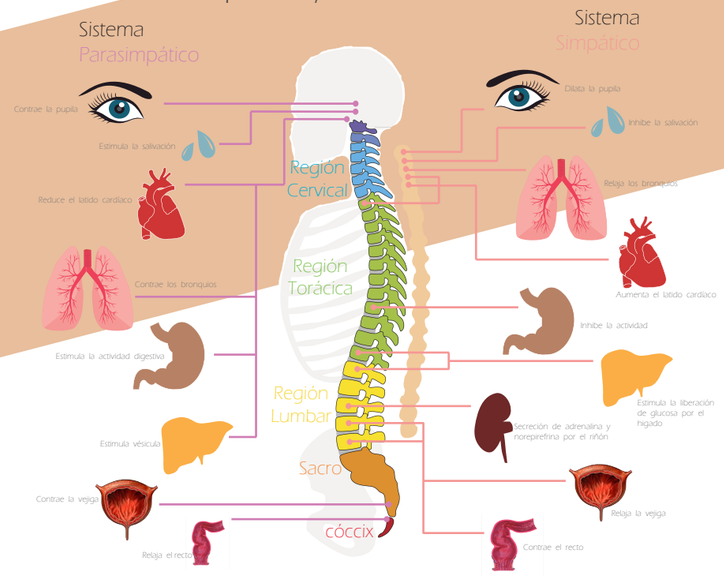


Imagen 4. Sistema oarasimpático y simpático

Sistema Simpático

Este es el sistema que media en la respuesta de estrés hormonal. Las conductas de lucha y de huida están mediadas por el sistema simpático. Aumenta la frecuencia de latidos del corazón, dilata los bronquios y las pupilas. Estimula las glándulas suprarrenales. La sudoración excesiva o hiperhidrosis en manos, axilas o cara se relaciona con una híper estimulación del sistema simpático.

El sistema nervioso simpático es el responsable de la regulación de los mecanismos homeostáticos de los organismos vivos. Las fibras de este sistema llegan a casi todos los órganos y sistemas del cuerpo, desde la pupila del ojo hasta controlar la motilidad intestinal. El sistema simpático nos ayuda a sentir las sensaciones de frío o calor.

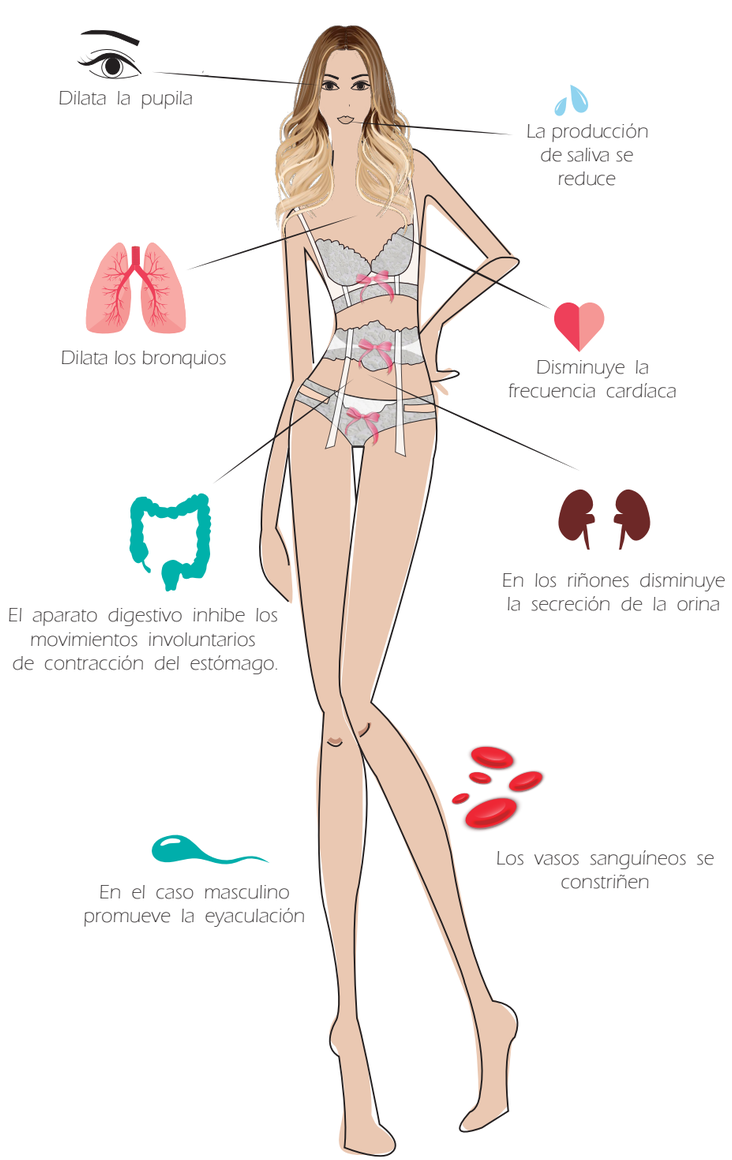


Imagen 5. Acción del sistema nervioso SIMPÁTICO en distintos órganos.

Sistema Parasimpático

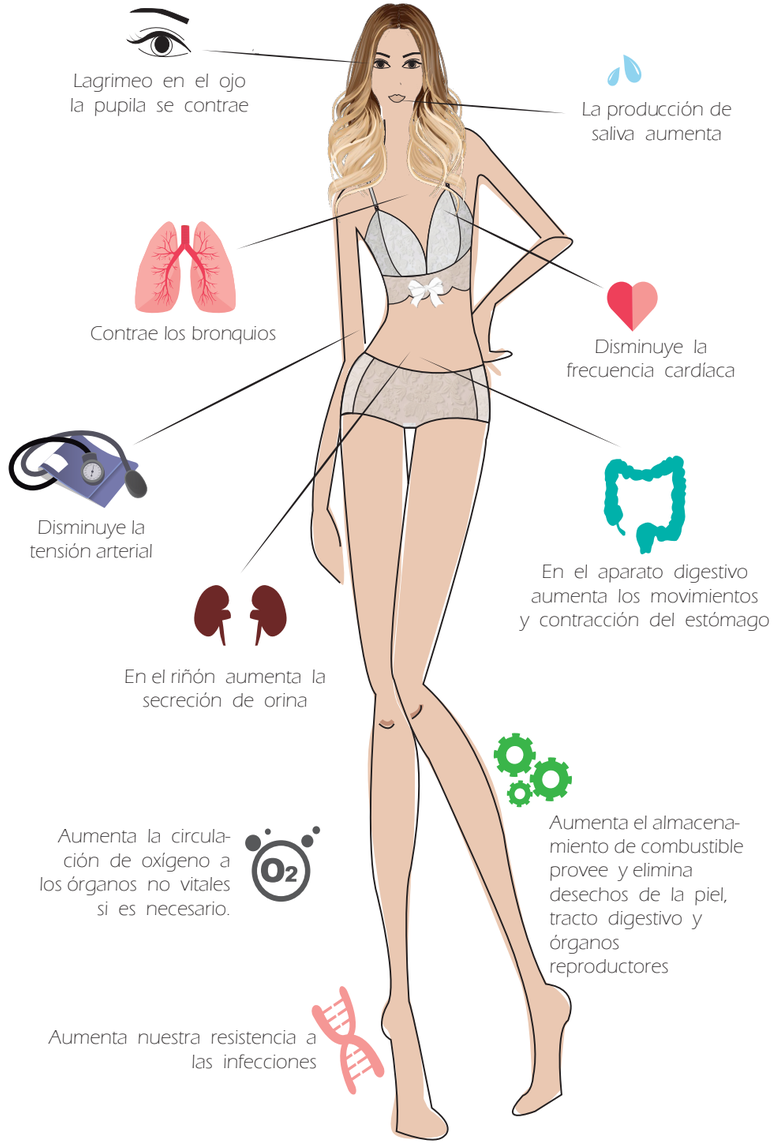


Imagen 6. Acción del sistema nervioso PARASIMPÁTICO en distintos órganos.

Se origina en el tronco del encéfalo. Sus funciones son más diferenciadas. Es responsable de la regulación de órganos internos del descanso de la digestión y las actividades que ocurren cuando el cuerpo está en reposo como el sueño.

El trabajo del sistema parasimpático se complementa con el del sistema simpático. Ambos sistemas funcionan en oposición natural. Recurriendo a una analogía. El sistema simpático sería tal como la policía, que procura una respuesta rápida. Mientras que el sistema parasimpático sería como el sistema judicial con acciones que no requieren una respuesta inmediata



A la hora de realizar cualquier tipo de prendas, sobre todo las íntimas debe haber una investigación previa sobre los factores físicos humanos que influyen en el confort de cada persona para poder determinar que insumos y maquinaría usar al momento de confeccionar.



7.1.4 Factores Psicológicos y Sociales

Después de investigar los factores físicos más relevantes que pueden influenciar de manera significativa el confort en las personas, procedemos a analizar los factores psicológicos y sociales que tienen gran importancia en el confort humano. Desde los tiempos más remotos los pensadores, poetas y científicos han intentado reflexionar y postular principios de diversa índole acerca del bienestar o felicidad del ser humano, constituyendo en la actualidad un tema de estudio importante para la psicología y en general para las ciencias sociales. Numerosos esfuerzos se han dirigido hacia el establecimiento de los componentes del bienestar, creándose para ellos distintos modelos para su estudio desde las perspectivas de muy variadas disciplinas. El bienestar colinda con una serie de otras categorías psico-sociológicas y sociológicas, siendo su delimitación conceptual y metodológica uno de los retos más grandes que tienen ante sí estas ciencias.

El bienestar subjetivo es parte de la salud en su sentido más general y se manifiesta en todas las esferas de la actividad humana. Es de todos conocido que cuando un individuo se siente bien es más productivo, sociable y creativo, posee una proyección de futuro positiva, infunde felicidad y la felicidad implica capacidad de amar, trabajar, relacionarse socialmente y controlar el medio. Está demostrada la asociación entre algunos estados emocionales y respuestas de enfrentamiento al estrés de un tipo u otro. Todo esto explica por sí solo la relación del bienestar psicológico con los niveles de salud.

El bienestar psicológico es un constructo que expresa el sentir positivo y el pensar constructivo del ser humano acerca de sí mismo, que se define por su naturaleza subjetiva vivencial y que se relaciona estrechamente con aspectos particulares del funcionamiento físico, psíquico y social. El bienestar posee elementos reactivos, transitorios, vinculados a la esfera emocional, y elementos estables que son expresión de lo cognitivo, de lo valorativo; ambos estrechamente vinculados entre sí y muy influidos por la personalidad como sistema de interacciones complejas, y por las circunstancias medioambientales, especialmente las más estables. (Revista Cubana de Medicina General Integral).

Uno de los principales factores psicológicos que influyen directa y negativamente en el confort es el estrés ya que este, causa un sin número de reacciones que no le dan bienestar a la persona.

Se sabe desde la época de Galeno que las emociones afectan la salud del individuo. Manolete S. Moscoso. Sin embargo, la medicina convencional continúa ejerciendo la práctica profesional tratando la mente y el cuerpo como dos entidades totalmente separadas e independientes. En 1977, George Engel propuso una nueva forma de conceptualizar la realidad médica y reconsiderar el modelo biomédico de la práctica tradicional por un nuevo modelo médico: El Modelo Biopsicosocial (Engel, 1977). Engel propuso que el ser humano está compuesto de factores biológicos, psicológicos, y sociales. Este se comporta en formas y estilos de vida que pueden beneficiar o deteriorar su salud. Muchos de los factores mediadores y moderadores entre la mente y el cuerpo, incluyendo la interacción social del individuo, contribuyen a la preservación de la salud o al deterioro de esta (Ray, 2004).

Estrés es un término sumamente ambiguo el cual presenta muchas connotaciones y muy poca utilidad para entender como el organismo se adapta a las demandas de la vida diaria (daily hassles) y a situaciones catastróficas que ocurren de manera esporádica (major life events). Para muchos individuos el concepto de estrés refleja un estado indeseable de preocupación, temor, irritabilidad, tristeza, y dificultad para manejar adecuadamente las situaciones que causan frustración. Para otros, el estrés es un reto que motiva a la obtención de logros y metas en la vida.

La respuesta emocional del estrés está caracterizada por síntomas de ansiedad, irritación, ira y cólera, preocupación, tristeza, pánico, y estados de desesperanza, los cuales son de naturaleza transitoria. El ingrediente principal de la respuesta emocional del estrés es de naturaleza cognitiva debido al hecho de que el estímulo externo deberá ser percibido como estresante. (Manolete S. Moscoso, 2009).

7.1.5 Factores Femeninos

Una persona nace con aproximadamente 2 a 4 millones de estas glándulas, las cuales comienzan a volverse totalmente activas durante la pubertad. Las mujeres tienen más glándulas sudoríparas que los hombres, pero las glándulas de los hombres son más activas.
Dado que la sudoración es la forma natural del cuerpo de regular la temperatura, las personas sudan más cuando hace calor. Las personas también transpiran más cuando hacen ejercicio o en respuesta a situaciones que las ponen nerviosas, furiosas, avergonzadas o temerosas. (Medicina Estética por El Cuerpo, 2007).

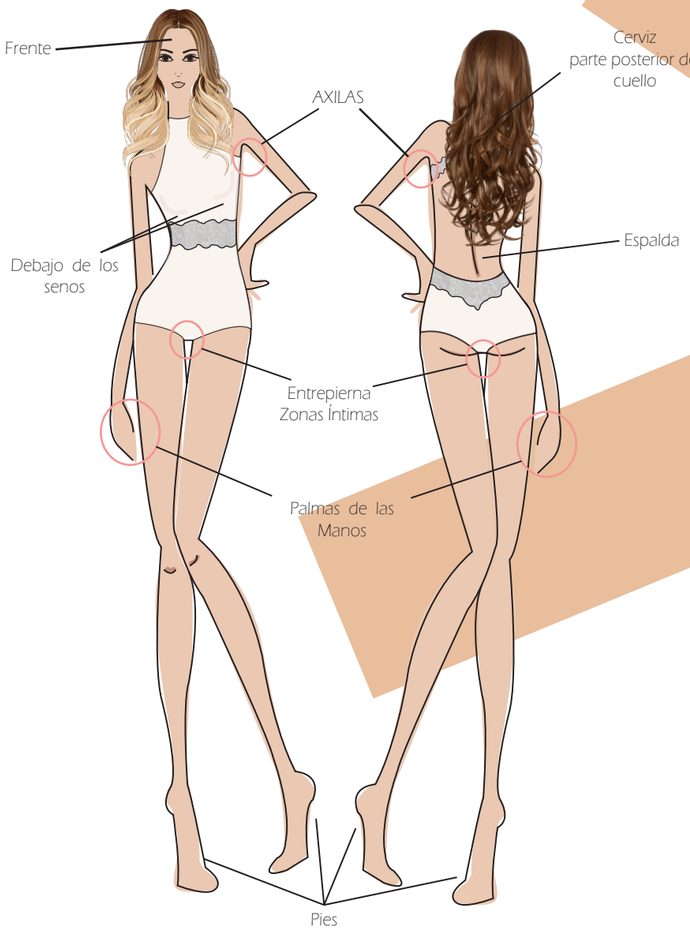


Imagen 7. Zonas de transpiración femenina

La Transpiración Vaginal

Cuando el sistema nervioso simpático en el cuerpo envía señales confusas a las glándulas sudoríparas de la vagina, se experimenta sudoración vaginal. La causa de la transpiración vaginal es principalmente hereditaria. Este fenómeno es común que surja durante el período de la pubertad, en el cual muchos sucesos hormonales se producen en el organismo de la mujer.

La mejor solución es usar ropa interior de algodón suelta para que no haya rose de la vagina, a su vez, que sea suave y que no sea ni gruesa ni fina, de esta forma ayudan a la piel a 'respirar'. Incluso cuando se segrega sudor, se seca rápidamente. Ropas ajustadas como tangas generan más sudor vaginal. Igualmente, en la zona superior usar un sostén, preferentemente de algodón, no de fibras sintéticas, que te proporcione buen soporte, los levante bien, los separe para que no se haga un pliegue y el roce de la piel provoque calor y humedad. (Nancy Lagos).
A veces las prendas íntimas inferiores no están confeccionadas con materiales apropiados para la zona, por ende, pueden llegar a afectar el PH, ocasionar irritaciones e infecciones, causando molestias que impiden la realización de las actividades cotidianas.

7.1.6 Desarrollo Femenino y sus Variantes

En el libro Pediatría Integral 2011; XV, capitulo Pubertad normal y sus variantes, explican que la pubertad es el periodo de transición entre la infancia y la edad adulta, donde tienen lugar importantes cambios físicos, funcionales, psicológicos y relacionales. La cronología de la pubertad es extremadamente variable en función del componente genético y ambiental. Se producen cambios en la composición corporal y en la mineralización ósea. Se describen las variantes normales de pubertad, y se revisan los aspectos etiológicos y clínicos, los criterios diagnósticos y el tratamiento a realizar.

La FSH (Folículo Estimulante) en la mujer mantiene la función de las células de la granulosa y la maduración del folículo ovárico, al tiempo que estimula la secreción de estradiol. Este es responsable del desarrollo de las mamas, de los cambios sobre los genitales externos e internos, de la distribución de la grasa corporal, del cierre del cartílago de crecimiento y, en combinación con la FSH y LH (Lúteo Estimulante), intervienen en la maduración de los folículos primordiales.
La cronología de la pubertad es extremadamente variable en función del componente genético. La secuencia en los cambios somáticos propios de la pubertad es progresiva. Las niñas inician y completan cada estadio de la pubertad antes que los niños, existiendo una variación interindividual entre el comienzo y el ritmo de la pubertad, incluso entre niños del mismo sexo.

Se valoran dos aspectos de la pubertad: el desarrollo mamario y el desarrollo del vello pubiano. El crecimiento mamario, es la primera manifestación de pubertad en las niñas y acontece aproximadamente a una edad ósea de 11 años.

Según el Dr. John Tanner en la década de los 60 en Inglaterra distinguen cinco estadios del desarrollo de las mamas y el vello púbico.

- S1: corresponde al estadio infantil, no existiendo ningún grado de desarrollo mamario.
- S2: se inicia la telarquía, existiendo el botón mamario, palpándose un pequeño nódulo. La areola aumenta discretamente de diámetro.
- S3: la mama y el pezón crecen más, mostrando un contorno redondeado en el perfil lateral.
- S4: la areola y el pezón han crecido más, formándose una pequeña elevación que sobresale del resto de la glándula.
- S5: corresponde al estadio de la mama adulta.

- P1: sin vello pubiano.
- P2: comienza a aparecer vello ligeramente rizado o no, algo pigmentado y disperso, situado en labios mayores.
- P3: el vello pubiano se extiende sobre la sínfisis pubiana y es más rizado, oscuro y fuerte.
- P4: el vello pubiano es similar al de la mujer adulta, ocupando una superficie menor que en ésta.
- P5: el vello pubiano presenta una morfología de triángulo invertido, que puede extenderse a la cara interna de los muslos

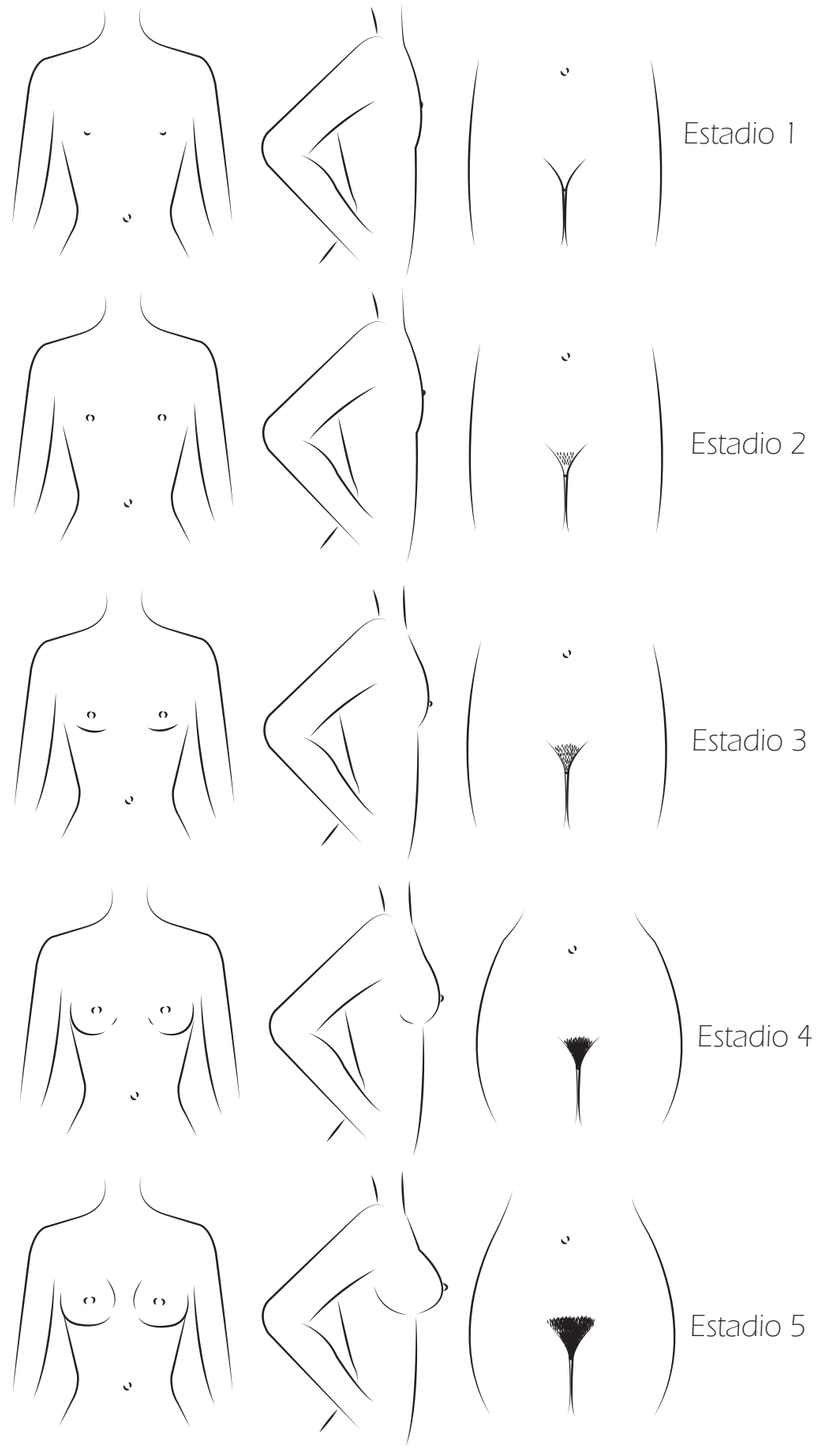


Imagen 8. Escala de Tanner.



7.2 El Diseño

Las definiciones sobre diseño son tantas y tan variadas como las actividades que han dado pie a esta actividad. El diseño se puede definir como el proceso previo de configuración mental en la búsqueda de una solución en cualquier campo. Utilizado habitualmente en el contexto de la industria, ingeniería, arquitectura, comunicación, vestuario y otras disciplinas creativas.

Tomás Maldonado señalaba en el libro diseño industrial reconsiderado que "el diseño industrial es una actividad proyectual que consiste en determinar las prioridades formales de los objetos producidos industrialmente" 1993. La forma tiene por misión, no sólo alcanzar un alto nivel estético, sino hacer evidentes determinadas significaciones y resolver problemas de carácter práctico relativos a la fabricación y el uso. Diseño es un proceso de adecuación formal, a veces no consciente, de los objetos.

El Diseño es una actividad proyectual, una concepción previa a la realización de los productos que conforman el entorno artificial en el que la sociedad contemporánea se desarrolla. Tiene como finalidad definir las relaciones que establece el hombre con los productos que requiere para cubrir sus necesidades materiales y espirituales, determinando las características formales y funcionales para que puedan ser producidos, distribuidos y consumidos.

Desde esta perspectiva, el diseño puede conceptualizarse como un campo de conocimiento multidisciplinario, que implica su aplicación en distintas profesiones, que puede ser estudiado, aprendido y, en consecuencia, enseñado. Que está al nivel de la ciencia y la filosofía, dado que su objetivo está orientado a estructurar y configurar contenidos que permitan ser utilizados para ofrecer satisfacciones a necesidades específicas de los seres humanos.
Según Joseph Edward Shigley y Charles R. Mishke, en su obra Diseño en ingeniería mecánica "diseño es formular un plan para satisfacer una necesidad humana" 2008.

El diseño también es una actividad técnica y creativa encaminada a idear un proyecto útil, funcional y estético que pueda llegar a producirse en serie como en el diseño industrial, el diseño gráfico o el diseño de joyas. A pesar de que el diseño de interiores no va dirigido a una producción en serie en su gran mayoría.

El escritor Antoine de Saint-Exupery autor de "El Principito" expresa que «Un diseñador sabe que ha alcanzado la perfección no cuando ya no tiene nada más que añadir, sino cuando ya no le queda nada más que quitar».

El diseñador, referente al profesional, actúa y proyecta objetos funcionales, herramientas ergonómicas, mobiliario, accesorios útiles, vestimenta, espacios físicos o virtuales webs, multimedia, información, señales, mensajes no verbales sígnicos, simbólicos y sistemas, ordena elementos gráficos e imágenes, clasifica tipologías, crea o modifica tipografías. Su campo de actuación tiene relación con la industria, el comercio y todas las actividades culturales, su perfil y educación puede tener orientación técnica en la ingeniería de procesos industriales o constructivos, en relación con las disciplinas humanísticas en los campos de actuación de la comunicación audiovisual, las artes gráficas, la publicidad, el mercadeo o la gestión de productos, el diseño de los mismos o sus contenedores (packaging) embalajes, etiquetas, envases y en las mismas empresas industriales o comerciales en departamentos de investigación y desarrollo de nuevos productos o comunicación corporativa con el diseñador.

Gui Bonsiepe plantea que: «El arte posee una justificación en sí mismo mientras que el diseño se fundamenta en el uso social del objeto». (Bonsiepe, G. Diseño Industrial: artefacto y proyecto. Madrid, 1975, p. 54).

Durante décadas los vínculos entre el diseño y los movimientos de vanguardia se convirtieron en el centro del debate entre investigadores y expertos y alejaron la mirada de otros aspectos más relevantes. El diseño guarda relación con la actividad artística en la medida que emplea un lenguaje similar, que utiliza una sintaxis prestada de las artes plásticas, pero es un fenómeno de naturaleza más compleja y enteramente vinculado a la actividad productiva y al comercio

El diseño hoy en día, es un término que en multitud de ocasiones se emplea erróneamente. Por un lado, se debe a que es un término relativamente nuevo y por otro, y más importante, es la frivolidad con la que se trabajó en los años 80 en nombre del diseño, es decir la superficialidad y la falta de seriedad.
A través de los años el diseño se ha venido transformando mediante el análisis de las prioridades en los usuarios para lograr adaptarlo de la mejor forma a cada una de sus necesidades, debido a esto cada vez es más importante tener en cuenta los factores físicos, psicológicos y sociales que influyen de una manera determínate en el confort de las personas.

7.2.1 El Diseño de Vestuario

Según la página web de la AIEP de la Universidad Andrés Bello, el diseñador de Vestuario es un profesional facultado para diseñar y desarrollar soluciones de vestuario acordes a la demanda del mercado actual y las necesidades específicas del usuario. Ejercerá sus funciones conforme a criterios de solución integral de los problemas de vestuario del cliente. La mención Alta Costura desarrolla, asimismo, las competencias para diseñar vestuario individualizado, con énfasis en las habilidades manuales y la producción de prendas únicas para eventos especiales.
La formación de este profesional le permite desenvolverse en las áreas de diseño, confección de vestuario y accesorios, así como desarrollar propuestas en salones de la moda nacionales e internacionales. El Diseñador de Vestuario cuenta con conocimientos para desempeñarse en talleres de alta costura, centros de diseño, empresas industriales del rubro; en teatro, televisión y, en general, en instituciones vinculadas al área artística, cultural, educacional o comunicacional. Las competencias adquiridas durante su formación lo capacitan, adicionalmente, para generar sus propios espacios de trabajo a través de la creación y gestión de empresas de diseño y confección.

Gabriela Mussuto en su tesis Diseño no es moda y moda no es diseño de indumentaria, afirma que el diseño de indumentaria se encuentra en una situación de moda en sí mismo: el diseño está de moda. Dada la actual masificación de la carrera y la profesión, sumando su desarrollo en un contexto plenamente mediatizado, y ciertas cualidades de los participantes del medio de la moda, junto con los prejuicios de superficialidad adjudicados a las modelos y en general a todo lo relacionado con el "mundo de la moda", se obtiene como resultado una conclusión de superficialidad estetizada generalizada sobre la profesión. En tanto la "moda" se relaciona directamente con el diseño de indumentaria, se desprende que la carrera se encuentra actualmente bajo una banalización de la misma, debido a su estrecha relación con el mercado de la moda, y el desconocimiento de aquello que afecta al diseño de indumentaria y no a la moda, y viceversa. Desde aquí parte la intención de comprender la función del diseño de indumentaria dentro de la sociedad y del sistema de la moda, como dos elementos que no siempre van incluidos uno en el otro. (Mussuto, Gabriela. Diseño no es moda y moda no es diseño de indumentaria: una mirada contrastiva. Tesis para maestría en diseño. Universidad de Palermo. 2007).

John Carl Flügel en The Psychology of Clothes, destaca que en los últimos años se ha operado un cambio en nuestras ideas sobre la higiene, a raíz del cual se ha acentuado la suposición de que la ropa proporciona no poca sino excesiva protección, lo que nos ha hecho simpatizar con el punto de vista expresado por el viejo Heródoto en el sentido de que cubrir demasiado el cuerpo es una causa de la debilidad. Este cambio ha acarreado las correspondientes modificaciones en nuestras concepciones del pudor y del adorno; del pudor, en la medida en que se ha llegado a una mayor tolerancia en ciertos aspectos de la forma del cuerpo; y del adorno porque han surgido fuertes tendencias hacia la simplicidad y naturalidad en el vestido. (Flügel JC. The Psychology of Clothes. Hogarth Press, 1930).

La finalidad del diseño de vestuario debe estar enfocada en generar un confort tanto físico como psicológico, por ende, debe haber una balanza entre lo estético y lo funcional para que el usuario pueda sentirse cómodo y al mismo tiempo proyectar seguridad debido a que se siente a gusto con lo que está usando.

7.2.2 La Ropa Interior

La lencería propuesta por la alumna María Florencia Moldes en su Proyecto de Graduación se basa en diseño de autor. Crea una línea de productos de lencería bajo la marca La garsonié, en la cual "La marca se relaciona a través del nombre desde la lingüística a los orígenes eclécticos y desde el lado semántico al romance, a la seducción, a lo privado, prohibido y al fetiche". (Moldes, 2011) La autora realiza una investigación minuciosa y detallada de la evolución de la lencería desde sus orígenes hasta nuestros días. También expone una exhaustiva descripción de la evolución de las diversas prendas que componen el rubro de lencería y cómo fue variando en las formas y textiles que las componen. La propuesta de marca y de imagen se encuentra desarrollada con un correcto contenido teórico y bibliográfico.

La autora, en su conclusión, expone el diseño de autor como: (...) el desarrollo de una marca de lencería de autor, es importante entenderlo como una disciplina no solo comercial, sino que altamente expresiva de la subjetividad del diseñador. En este aspecto es fundamental al encarar un emprendimiento de estas características definir la ideología de marca ya que de otro modo la marca se vería inmersa en un universo demasiado amplio como para poder crear una imagen propia. (Moldes, 2011).

La ropa interior tiene tres usos básicos. El primero y elemental es el que menta su nombre: es ropa para el interior y se usa debajo de la exterior. Otras veces la elegimos para que se vea debajo de la ropa, ya sea porque usamos prendas transparentes o porque las prendas dejan ver un bretel o un elástico. Finalmente, esta 19 la que usamos para seducir cuando estamos dispuestas a quitarnos la ropa: en estos casos hablamos de etiqueta sexual. (Aubel, 2007, p 100).



Jennifer Craik afirma: "El concepto de ropa interior es un término utilizado para clasificar a toda clase de indumentaria diseñada para ser portada bajo la ropa de uso externo". (2009, p.23)

La ropa interior o actualmente denominada lencería desde sus orígenes y primeros prototipos es creada y diseñada bajo el criterio de resguardar aquellas partes más íntimas y sensibles y para proteger la ropa de uso externo de contraer suciedad por las secreciones corporales. Debido a los cambios sociales y el rol de la mujer en la sociedad, estas prendas que en sus comienzos fueron creadas con el fin exclusivo de proteger y resguardar, fueron cambiando su función y evolucionando hasta convertirse en el símbolo de femineidad y de seducción por excelencia o en un elemento social que podría ser catalogado como uno de los principales objetos de deseo de la mujer actual. (Moldes, 2011).

7.2.3 Ropa Interior Femenina

La historia de la lencería, se remite a las antiguas civilizaciones, tiempos en los cuales se buscaba una manera de cubrir las zonas íntimas de la mujer con una mirada de estética y practicidad. Las mujeres de la antigüedad en Grecia y Roma no conocían el actual concepto de ropa interior. Por aquellos tiempos, el zóster era una larga banda de paño bordada, casi siempre confeccionada en lino blanco –aunque también podía teñirse– que las jóvenes solteras colocaban en su cintura. Estas prendas estaban dotadas de un gran valor simbólico y social, ya que cuando las mujeres contraían matrimonio, estas bandas eran desatadas por sus esposos como símbolo de su unión. Al pasar los años, el objetivo de la ropa interior femenina era el de ajustarse al cuerpo de la mujer para corregirlo y moldearlo. En la actualidad, el negocio de la lencería mueve millones de dólares, en concepto de ventas. Las mujeres, son el segmento que más consume y las que toman partido en la elección de compra de la familia entera. (Patricia Charo 2012).

Desde tiempos muy antiguos la utilización de prendas íntimas tuvo como hoy gran presencia sobre todo en un público femenino. A partir de los años 80, exhibir prendas íntimas ya no se considera un problema socialmente y se acepta que la mujer debe sentirse bien y cómoda por dentro. Los colores cobran protagonismo gracias a los escotes de las mujeres. En los años siguientes, el compromiso y la sensibilidad con el medio ambiente es cada vez mayor, por lo que el algodón por sus cualidades, se convirtió en la prenda estrella. En los últimos años, los tejidos y diseños para confeccionar estas prendas aportaron un amplio abanico de posibilidades para poder elegir libremente. Cortes inspirados en realzar las curvas y escotes, ofreciéndoles el máximo confort. Durante la última década, la confección de ropa íntima se centra sobre todo en la confección de tirantes perfectos, efectivos y transparentes. Las curvas se realzan de una forma natural y las microfibras en los tejidos proporcionan un ensamble cómodo y seguro. Otras de las funciones que desempeña la ropa interior es aumentar y exaltar la feminidad de la mujer. Las tendencias en moda también se llevan en prendas íntimas. Los distintos tejidos o los colores y estampados de la temporada se pueden encontrar en estas prendas. (Patricia Charo 2012).

Según Diana Avellaneda: La ropa interior esculpe el cuerpo desde debajo del vestido y es responsable de la forma que adquiere la silueta de la mujer en cada período. Desde las formas más sencillas como en el siglo XVIII y XIX, en la etapa neoclásica, donde la forma del cuerpo de la mujer era como una columna, y no se usó casi nada de lencería, a otros períodos como el del romanticismo (1830 en adelante) donde el miriñaque hacía como un pedestal de la mujer y quitando el movimiento. Obviamente la mayor o menos comodidad en la historia tiene que ver con el papel que tenía la mujer en la sociedad. (Comunicación personal, 2011).

La historia de la ropa interior se remota a unos orígenes tan ancestrales que es complicado realizar una datación fidedigna. Así, se estima que las camisas de lino interiores ya existían en 1360 a. C. después de que el faraón egipcio Tutankamón portase una en su tumba. Al parecer los primeros tejidos en los que se elaboraba la primitiva ropa interior eran el cuero, el lino y el algodón. Entre las diferentes culturas precursoras del uso de ropa interior destaca la grecolatina. Desde el punto de vista mitológico, Homero ya narraba en sus escritos cómo Afrodita cedió el ceñidor con el cual esculpía su bella figura a Hera para la reconquista de Zeus. Las mujeres se vendaban el pecho con unas bandas llamadas apodermas, estas bandas se modificaron en Roma, y además de cumplir la misma función tenían el agregado de aplanar los pechos. Ya en la época medieval aparece el cinturón de castidad y la camisa de santidad, estas datan de los primeros tiempos de Carlomagno. La Camisa no se sacaba nunca, y tenía bordados en la zona de dominio de los maridos. El cinturón fue un extraño protector de la virtud, solía cerrarse con un candado que cuya llave se guardaba celosamente. En la Edad Media la figura de la mujer comienza a modificarse, gano volumen en las faldas y se afino el torso. "De acuerdo con estos ideales de belleza, el talle se afino con el uso del corsé y la falda creció mediante los armazones" (Diana Avellaneda, 2006,)

Si bien desde sus orígenes la ropa interior adquirió un valor erótico, su masificación responde a fines higiénicos. Sucedía que, bajo los trajes, las damas no llevaban más que una camisola confeccionada en lino o algodón, de corte recto y amplio hasta las rodillas. Sobre ella, a partir de la cintura, iban las enaguas, las que servían esencialmente de abrigo. Sin embargo, a principio del 1800, se introducen al vestuario femenino los calzones.



Las mujeres necesitan versatilidad en sus prendas íntimas, con las cuales puedan combinar fácilmente sus prendas exteriores para dar así un confort físico y psicológico que les de comodidad y seguridad. Por ejemplo, podemos tomar el caso de una mujer embarazada que quiere lucir bien, pero sobre todo sentirse cómoda en una etapa de cambios en su cuerpo. La ropa interior es totalmente modificada durante todas las fases de su embarazo para que realice con facilidad las actividades de su día a día.



7.2.4 Ropa Interior Femenina Superior

La forma de vestir de cada época, ha decidido la forma que debe tener la ropa íntima. La propia evolución de las estéticas de cada momento, han impuesto de forma decidida qué se había de usar y qué no, tanto en hombres como en mujeres.

Sin embargo, está claro que la morfología femenina, ha requerido artilugios y piezas de ropa interior que ayudaran a modelar la figura. La Historia nos enseña, que el sujetador ha acompañado a las mujeres siempre asociado al concepto estético de cada momento. El pudor, la comodidad, la seducción, la protección, el estilo de vida o la distinción, han marcado la función a cumplir del sujetador.

Las primeras en utilizar una pieza que sujeta el pecho fueron las mujeres de Creta unos 1.700 años a. de C, Con el fin de "sujetarlo". Entre las Romanas llevar sujetador, (strophium) significaba no sólo sostener los pechos sino ser civilizadas, Las mujeres bárbaras no llevaban nada y los pechos iban libres.

Hay referencias de prendas muy parecidas al actual sostén, descubiertas en la restauración de un castillo del Tirol austriaco del siglo XV, donde se descubrieron unas piezas de ropa interior, que eran usadas o bien por las damas pudientes de la alta sociedad o bien por "mujeres de vida fácil". Su sentido más erótico que otra cosa daba a esta pieza un perfil poco decoroso, por lo que fue mal visto su uso y por lo tanto repudiado socialmente.

Sobre 1550, Catherine de Médicis, esposa del Rey Enrique II de Francia, introdujo las tallas ajustadas y los pechos oprimidos con sus corsés, unos artefactos diseñados para estrechar la cintura de las mujeres desde 12, hasta 32 centímetros, realzando el busto.

Existen varias versiones sobre quién inventó el sostén, desde los descubrimientos en el siglo XV hasta la modista Herminie Cadolle, hay un gran vacío de información. Se le atribuye esta creación a tanto a esta creadora francesa que en 1889 diseñó una prenda que separaba en dos el corsé y la pieza que sostenía el pecho. Para que la pieza ganara movilidad, le incorporó piezas de caucho que aportaban a la espalda mucha movilidad. Herminie Cadolle lo denominó "le bien-être".

En 1893, Marie Tucek patentar una pieza apoyo de p
para cada pecho con tirantes que pasaban a los ho
metálicos.

Otros dicen que lo inventó Charles Debevoise el año 1902 o por Philippe de brassiere de donde viene el nombre. Charles Moorehouse creó una pieza que se hinchaba y engrandecía los pechos. Consistía en unas copas de hule rellenas de aire que sostenían cada pecho, y un diseño de tirantes, muy cercano a la ropa interior actual.
En 1907, el sujetador aparece mencionado por primera vez en la revista "Vogue".
En 1912, el diseñador Otto Titzling dijo que había diseñado un sujetador para la cantante Swanhilda Olafsen, en la que se inspiró para el diseño. Otto no patentó su diseño, por lo que perdió la oportunidad de figurar como el creador del sujetador moderno.

Paul Poiret inició la batalla contra el corsé y encontraba ridículas a las mujeres de busto curva y culo prominente. En 1906 diseñó un traje sencillo, entallado directamente bajo el pecho y que caía recto hasta los pies. La nueva mujer del diseñador era modesta, joven y de movimientos descaradamente libres. Bajo sus vestidos se escondía la figura y no un corsé.

Pero el primer sostén moderno que se patentó fue invento de Mary Phelps Jacob el año 1914, en la ciudad de Nueva York. Mary, era hija de Robert Fulton (inventor de la máquina de vapor), y acababa de comprar un vestido de cocktail para lucir en una fiesta. Se dio cuenta de que el corsé se le veía y con dos pañuelos de seda y una cinta, anticipó el sujetador moderno. El 3 de noviembre de 1914 lo patentó.
Si con alguien se le debe la popularización del sujetador como pieza fundamental para lucir la sensibilidad femenina, es Jane Russell que en la película "El bandido" lució el sostén diseñado por los ingenieros aeronáuticos de Howard Hughes y evidentemente lo popularizó.

El sostén tal y como lo conocemos, fue la consecuencia de los requerimientos de lo que estaba de moda en la ropa exterior: menos vergüenza, más seducción, enseñar partes del cuerpo. Hasta los años 50, muchas mujeres habían utilizado bandas anchas para suprimir el pecho. El uso del sujetador se generalizó desde el mismo momento en el que se imitó a las estrellas del cine: La mayoría de las mujeres soñaba con lucir unos pechos misiles y emergentes. Francesc Puertas 2010.

7.2.4.1 Textiles

Los textiles más usados en la parte superior de la ropa interior (brasier/top), son el algodón, el lino, el nylon, el spandex, la lanilla, el algodón licrado, la blonda elástica, la microfibra y el satén entre otros. En algunas ocasiones se usa el Powernet que es un material elástico fuerte especial para fajas.

Hay muchos más materiales que se pueden usar para trabajar la lencería son muy variados, dependiendo del diseño, del uso y del dinero que se disponga. Y también pueden ser textiles de tejido plano o textiles de tejido de punto.

Los encajes los usan normalmente para la parte estética de la prenda y también debe ser en algodón o mezclados con otra fibra sintética como poliéster.

Los elásticos para las tiras del brasier, vienen en diferentes estilos, colores. Más o menos elásticos dependiendo del uso. El precio varía dependiendo de la calidad. Los elásticos de mala calidad adelgazan cuando se estira.

Los hilos normalmente son mercerizados de poliéster recubiertos de algodón No.100 o 120. Pero para coser Powernet son mejores los No.60, pues son más resistentes y son los usados para coser telas con elasticidad.



7.2.4.2 Carcterísticas

EL ALGODÓN

Es una fibra generalmente corta de origen vegetal, con una combinación de propiedades adecuadas para prendas de clima cálido, ya que no produce calor, es fresco, absorbente, se adapta y ajusta a las condiciones corporales, permite transpirar y, además, se puede lavar en lavadora (Arciniegas, 2016).

Cuando la fibra del algodón mide 55mm, se considera una fibra larga y es llamado algodón pima, generalmente proveniente de Egipto o Perú. Este es el más costoso de los algodones, debido a que es muy delgado, suave, fuerte, pero principalmente es costoso por su excelente calidad. Cuando este se encuentra entre los 25mm de largo, se considera una fibra mediana; es una de las más comunes, no es de tan buena calidad como la anterior, pero es menos costosa y se puede plantar fácilmente. Por último, se encuentran las fibras cortas, no tienen más de 25mm de largo, generalmente provienen de la India o Asia, estas dan a la prenda una apariencia étnica, debido a la mayoría de empates que se deben hacer para lograr el hilo. El ancho de la fibra de algodón varía entre 16 a 20 micras de diámetro (Miller, 1992, pág. 25).



Imagen 9. Semilla de Algodón

EL NYLON

Es un filamento sintético poco resistente al calor, tiene un tacto suave y sedoso, ideal para ropa interior; además, no es atacado por la polilla (Arciniegas, 2016).

Fue la primera de las fibras sintéticas de poliamida, llamada la fibra milagrosa, las primeras prendas en producirse fueron las medias veladas, con el famoso nylon 6,6. Su producción, se basa en hacer pasar un trozo de Nylon a través de los orificios de una placa caliente de acero inoxidable, así se crea el filamento de Nylon, el cual debe estirarse en frio para alinear las moléculas, esto le dará resistencia, flexibilidad y dureza (Hollen, 2010, pág. 83-84).

Al ser el Nylon una fibra sintética, se puede elaborar como se desee, depende del uso final que se le quiera dar a la tela. Su sección transversal es redonda y perfectamente uniforme a lo largo del filamento.
El Nylon, es una fibra muy buena elasticidad, esto podría ser de gran utilidad a la hora de aplicar el producto sobre el textil.



Imagen 10. Fibra de Nylon

EL RAYÓN

La fibra de Rayón como una fibra celulósica muy suave, tiene un gran lustre, por lo que se le asemeja con la seda, pero, esta es mucho más económica debido a sus procesos de elaboración, generalmente, no da pilling, aunque esto varía según su construcción y la mezcla con otras fibras. Esta fibra, como todas las celulósicas está directamente proporcionada a la temperatura corporal; si está haciendo frio, es fría o viceversa. Ana María Arciniega (2016).

Su materia prima es la pulpa de madera o pelusa de algodón, son muy absorbentes, cómodas, fáciles de teñir, además, tiene una excelente caída. Estas fibras son utilizadas para tejidos aglomerados, prendas de vestir, de hogar y productos médicos. (Hollen, 2010, pág. 66-67)

La fibra de Rayón posee unas características peculiares, ya que, aunque es una fibra artificial que se derrite y pasa por un baño de hilatura, esta no queda plenamente circular, su forma toma un aspecto circular de bordes acerrados, lo que genera, estrías alrededor de la fibra. Esto ocurre debido a la presencia de sulfato de zinc y la pérdida de líquido de la superficie durante la coagulación. Las estrías le aportan un gran lustre y ayuda a que posea una alta absorción de los colorantes (Hollen, 2010, pág. 68).



Imagen 11. Fibra de rayón.

EL POLIÉSTER

Filamento sintético proveniente del petróleo, debido a su estructura química no permite la transpiración, lo que hace que se moje cuando hay sudor. Es una fibra muy resistente, no se arruga y es muy absorbente; es muy caliente por lo que no es recomendada para climas cálidos. (Arciniegas, 2016)

Al ser una fibra sintética, su tamaño depende del uso que se le quiera dar a la prenda; el poliéster spun es la fibra más corta y los polifilamentos son los más largos. Existe otra variedad de poliéster, llamada poliéster elástico, la cual, tiene mucha elasticidad, pero nunca igualando al spandex.

Las fibras de poliéster conservan la forma del orificio de tabora, es por esto que se pueden elaborar de diferentes tipos y formas, ya sean redondas, trilobal, octolobal, oval, hueca, hexalobal y pentalobal (estrella) (Hollen, 2010, pág. 91).

SPANDEX O ELASTANO

Es un filamento supremamente elástico y además presenta buena resistencia, es muy vulnerable al calor pues tiende a romperse; no es atacado por la polilla ya que es sintético (Arciniegas, 2016).

Este filamento no es como cualquier otro, ya que debe ir recubierto por otra fibra para que sea posible su hilatura. Generalmente se recubre de algodón o poliéster. Muchos suelen llamar a esta fibra Lycra, pero valga decir que, aquel es el nombre de la marca y no de la fibra como tal.

El filamento de Spandex o elastómero, se produce de dos maneras diferentes, como monofilamento o multifilamento. El primero, tiene la forma redonda, mientras que el segundo, está parcialmente fusionado con otras fibras; estas suelen tener un grosor entre 20 a 4300 denier, son de color blanco y no poseen lustre. (Hollen, 2010, pág. 111)

7.2.4.3 Tallas

Al momento de hacer la medición del cuerpo, es ideal que otra persona este presente, ya que se debe estar relajada, erguida y con los brazos sueltos. Leonisa aconseja usar un brasier muy cómodo, uno que no talle, que no tenga almohadillas y que no sea reductor.
Para conocer la talla correcta de brasier según la tabla de medidas de la página web de Leonisa, se deben seguir los dos siguientes pasos:

Paso #1
Medida de la TALLA (Banda)
Se mide en pulgadas el contorno debajo de los brazos, alto en la espalda y por encima del busto. Si la medida es un número par (32, 34, 36, 38, 40), ésta es la talla. Si es un número impar (31, 33, 35, 37, 39), sumarle una pulgada para determinar la banda.

Ejemplo: 31 pulgadas = talla 32

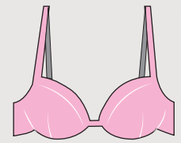
Paso #2
Medida de la COPA (Busto)
Se mide en pulgadas el contorno del busto por la parte más sobresaliente. Luego resta la talla de la banda de la medida del busto; cada pulgada representa una talla de copa. Por ejemplo: si la medida del busto es 36" y la medida de banda es 34", la diferencia entre estas dos medidas son 2 pulgadas, por lo tanto, deberás usar una Copa B.

Diferencia (Busto - Banda) = Copa	
Diferencia	Copas
1 Pulgadas	A
2 Pulgadas	B
3 Pulgadas	C
4 Pulgadas	D

Imagen 12. Tabla de medidas de brasier Leonisa

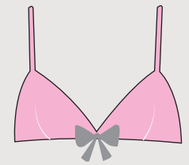
7.2.4.4 Estilos

CLÁSICO



Estos brasieres son los más usados por las mujeres. Este brasier triangular de silueta clásica, da un mayor cubrimiento haciendo sentir a las mujeres mucho más seguras y protegidas. Su espalda ancha cubre muy bien el área por debajo del brazo.

BRALETTE



Son una tendencia que ha surgido de la fusión de un brasier común y un crop top. Este tipo de brasieres son perfectos para usar con transparencias, escotes profundos o blusas con aberturas laterales. No tienen varilla lo cual los hace más cómodos.

STRAPLE



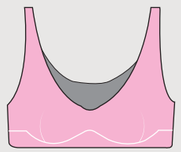
Este tipo de sostén no posee tirantes, pero sí bastante soporte para evitar accidentes. Generalmente se pueden encontrar en varias modalidades, hay para escotes profundos en la espalda, o para escotes normales.

BUSTIER



Es similar a un corsé, pero el bustier es a menudo más corto, más flexible, y no modifica la silueta, solo la realza. Alcanza hacia abajo solamente las costillas o la cintura y tiene una función diferente.

DEPORTIVO



Perfecto para hacer ejercicio y dar el soporte que se necesita. Se pueden encontrar con pushup, varillas o sencillos.



7.2.5 Ropa Interior Femenina Inferior

La invención de los primeros calzones femeninos se le atribuye a Catalina de Medicis, quien se topó con el problema de montar a caballo sin que le quedara expuesto aquel orificio por el cual los Medicis venían al mundo. Es increíble que el invento tuviera que esperar más de 350 años para popularizarse: solo en un catálogo de Sears de 1933 se ve en oferta un par de panties para las damas con un hueco para cada pierna y unidos por la mitad. Antes, llevar los calzones era un oficio solo para los hombres.

¿Qué usaban las mujeres antes de eso y antes de Catalina? La respuesta es sencilla: pura y simplemente nada. Durante algún tiempo, a finales del siglo XIX, llevaron unas bragas de pierna larga. Pero dicha prenda no solo no era popular, sino que no se unía en la mitad y cada lado debía calzarse en una pierna a la vez, sujetándose en la cintura y dejando una abertura en la entrepierna. La idea era darle aire y ventilación al canal de Catalina, dado que desde hace más de cien años se sabía que no era buena idea obstruirlo. Fueron las bailarinas de cancán, como las que retrató Toulouse Lautrec en el Mouline Rouge, las que por su cuenta cosieron ambos lados del calzón espantoso para que la sonrisa vertical no quedara expuesta sin más en la cara de los clientes, aunque probablemente eso era lo que ellos habían ido a ver. Se podrá imaginar uno por qué el baile en el que se alzaba la pierna era una danza de incitación atrevida y con qué ímpetu los hombres debieron pelearse las primeras filas.

En la antigua Grecia y Roma las mujeres llevaban un trapo envuelto sobre la cadera. Desde la Edad Media, las mujeres usaron un camisón espantoso, como el piyama de un bebé que solo tenía una apertura en la parte superior para la cabeza, dos para los brazos y que por debajo era totalmente abierto. Con el camisón se laboraba, se dormía y allí iba a dar todo efluvio... al menos los que no caían libremente. Uno de los documentos más impactantes que he leído en tiempos recientes cuenta la historia de las hilanderas en el sur de los Estados Unidos, las cuales laboraban sobre un piso de paja que recogía las deposiciones menstruales. Cuando las feministas intentaron hacer que llevaran ropa interior, las primeras en quejarse fueron ellas mismas alegando que los 'aromas de la fertilidad' que emanaban de esas factorías atraían a los hombres con los cuales se desposaban. En los salones de los Luises en París durante los años 1700, las damas no usaban prenda alguna debajo de la falda repolluda, ya que orinar no hubiera sido posible: el tamaño de las faldas era tal que la mano no llegaba hasta la cadera como para bajar un calzón. Roberto Palacio 2012.



Generalmente, usar ropa interior es mejor que no usarla. Sino, se está más expuesta a infecciones, especialmente durante el período menstrual. Usar ropa interior provee protección. El truco está en elegir la ropa interior correcta tanto el estilo como el material.

Para uso regular de todos los días, no hay nada como la ropa interior de algodón; este material suave y cómodo es bueno para la salud y la higiene. Gracias a su respirabilidad, poco peso y textura suave, el algodón es ideal para el uso regular e incluso para ejercicio relativamente estacionario. El único momento en que otro material podría ser mejor es cuando se está haciendo ejercicio pesado como correr, lo que genera sudoración; el algodón absorbe la transpiración, lo que lo hace pesado y puede causar sarpullido. Los materiales absorbentes hechos de poliéster o nailon alejan la transpiración del cuerpo, manteniendo la zona fresca y más cómoda además de alejada de sarpullidos.

Algodón
Es una fibra natural. El algodón es un material transpirable, muy resistente al uso y a las rozaduras.

Charmeuse
Tejido especial de punto de malla tricotado que no se abre. Composición normalmente de poliamida y algunas veces, aunque raramente de viscosa.

Elastano
El elastano es una fibra sintética flexible, que se utiliza en primera línea para mejorar la adaptabilidad y el confort. Es extremadamente elástico, fácil de cuidar y mantiene la forma inicial.

Fiberfill
Existe de diferentes bases. Anita utiliza vellón de poliéster siliconado que al contrario que el algodón, repele el agua y queda esponjoso a pesar de la humedad. Además, se puede lavar.

Jacquard
Concepto general utilizado para todos los tejidos con un determinado estampado. El estampado del tejido se genera en un complicado proceso de fabricación del propio tejido por la forma de urdir los hilos. Esta forma de diseño lleva este nombre en honor a J.M. Jacquard, que en 1805 descubrió una nueva máquina de tejer, que posibilitó una mayor producción de este tejido con la calidad necesaria.

Jersey
Es un tejido ligeramente elástico, sumamente suave y con una leve estructura de canalillos. Gracias a su elasticidad permite que se adapte perfectamente a la forma del cuerpo proporcionando una gran comodidad diaria. Inicialmente utilizado sólo para ropa interior, el Jersey es hoy muy codiciado por su suavidad y capacidad de adaptación a la forma del cuerpo en toda la moda femenina.

Lycra
Es el nombre patentado de una fibra de elastán de alta calidad de la empresa INVISTA. Confiere a las prendas de vestir una eterna elasticidad, óptima adaptación a la forma del cuerpo y hace que sienten a la perfección.

Meryl
Especialmente suave, se adapta como una segunda piel. De fácil cuidado y secado rápido.

Micro Energen
Es una microfibra de alta funcionalidad desarrollada exclusivamente para Anita. Se caracteriza por una adaptación óptima y una gran comodidad en su porte. La portadora de la prenda elaborada con este material se sentirá aliviada y relajada.

Microfibras
Es un moderno tejido de alta tecnología compuesto de poliéster o poliamida. Las interminables fibras son trabajadas de una en una para formar hilos. La lluvia y el viento difícilmente traspasan este tejido que sin embargo deja transpirar perfectamente el sudor corporal. Las piezas de microfibra dejan transpirar y son sumamente ligeras y suaves, al tiempo que resistentes.

Poliamida
La fibra sintético-química de poliamida generalmente se mezcla con otros tejidos. Es resistente a las desgarraduras, apenas se arruga y se seca rápidamente. La poliamida es normalmente utilizada para la moda de baño, vestidos, blusas y camisas, así como tejidos impermeables y de relleno.

Poliéster
El poliéster es un tejido completamente químico- sintético. Se produce en diferentes estructuras y densidades, y normalmente se mezcla con otras fibras. El poliéster es adecuado sobre todo para ropa de deporte, moda de baño, vestidos, trajes, ropa íntima, así como corbatas y chales.

Poliuretano
Es el material base de los hilos elásticos, los cuales son fabricados sintéticamente.

Seda
Fino tejido de fibras naturales. Gracias a sus propiedades la seda optimiza la climatización de la piel. Puede llegar a absorber hasta el 30% de su propio peso en humedad sin dejar rastro alguno de humedad en la piel. La seda actúa contra las bacterias, es especialmente suave, transpirable y regula la temperatura.

Silicona
La silicona se obtiene de los compuestos del ácido silícico, presentes en la naturaleza. Para la elaboración de prótesis mamarias de silicona se utilizan sistemas de resina de silicona para fundición de reticulación por adición. Los geles de silicona resultantes destacan por sus excelentes características fisiológicas y dermatológicas y son, por ello, utilizados de forma preferente en la tecnología médica.

Stretch
Cualidades en la forma de producción del tejido a partir de la mezcla de hilos elásticos (el más conocido es el elastano), especialmente utilizado para diseños que se ciñen a la figura. Los tejidos Strech de alta calidad combinan de forma ideal un gran confort con una adaptación corporal duradera. Como se arrugan muy poco, apenas necesitan planchado.

Súper Micro
Hilo de microfibra muy fino y suave – se adapta como una segunda piel. Alta transpirabilidad con transporte de humedad.

Tul
Es un concepto general para tejidos abiertos y en forma de red, que son producidos a partir del entretejido de varias fibras, sin que se crucen en ángulo recto.

Viscosa
La viscosa es la fibra más „natural" de todas las fibras químicas. Se produce a partir de celulosa regenerada (el material sale de madera de hayas, abetos o algodón que no se puede hilar) y es transformado en un tejido ligero y suave que se trabaja con facilidad.

7.2.5.3 Tallas

Para conocer la talla de panties según Leonisa, se debe medir en pulgadas la cadera por la parte más sobresaliente. Luego buscar en la tabla, la talla que corresponde a la medida. Al momento de tomar la medida Leonisa recomienda usar ropa ligera o ropa interior.

Panties	
Talla	Contorno (Pulgadas)
XS	28-32
S	32-36
M	36-40
L	40-44
XL	44-48
XXL	48-52

Imagen 13. Tabla de medidas de panties Leonisa

7.2.5.4 Estilos

CACHETEROS

En español también se le conoce como bóxer Femenino y a diferencia de un bóxer para hombre, estos son elásticos. Los cacheteros se utilizaban mucho en los uniformes de los militares durante las guerras de Europa en el siglo VIII y fueron una prenda exclusivamente masculina hasta el siglo XX que se incorporaron al guardarropa de las mujeres.



CLÁSICO

Es un calzón tipo bikini es aquella que cuenta con el tiro bajo y es cerrada tanto de adelante como de atrás. Es decir, tanto los glúteos como la zona íntima está cubierta de tela. Es un modelo de calzón con menos tela que los cacheteros, pero con más tela que las tangas.



TANGAS

Las tangas son aquellas prendas que cubren los genitales pero que de atrás están compuestas por una delgada tira de tela; dependiendo de qué tan delgada es la tira que va en la parte posterior se puede saber si se habla de una tanga brasileña o 'hilo dental'.

El origen de las tangas no es del todo claro. Algunos dicen que surgieron de África, de una región llamada Tanganica en la que las mujeres utilizaban un triángulo hecho con fibras vegetales para proteger su zona genital. Lo cierto es que en 1974 el genovés Carlos Ficcardi la reinventó en Brasil y junto con el diseñador Rudi Germeich la lanzaron como ropa interior femenina, escandalizando al mundo.





ALTOS

La mayoría son hechos de algodón y algunos ginecólogos los recomiendan para evitar infecciones vaginales. Por su diseño antiguo lo utilizan más comúnmente las mujeres adultas.





Marco Metodológico



Se pretende realizar entrevistas personales a individuos directamente relacionados con la producción de ropa interior en Medellín. Al realizar las encuestas se explorará el tipo de compradoras de ropa interior femenina en la ciudad de Medellín, sus gustos y desagrados. Al realizar encuestas, tests y entrevistas se busca hallar respuestas respecto a la ropa interior femenina desde el punto de vista de la oferta y la demanda. Mediante la realización de las mismas se podrá determinar si las marcas de ropa interior femenina en la ciudad de Medellín cumplen o no con las necesidades y gustos de las mujeres.

De acuerdo a los objetivos, la hipótesis y la pregunta de investigación se realiza la investigación

↓

1 Investigación Teórica

Libros
Trabajos de grado
tesis
articulos
investigaciones
documentales

↓

2 Investigación Experimental

(*trabajo de campo*)

↓

Encuestas

Al realizar las encuestas exploramos el tipo de compradoras de ropa interior femenina en la ciudad de medellín, sus gustos y desagrados.

Entrevistas

Se pretende realizar entrevistas personales a individuos directamente relacionados con la producción de grandes y reconocidas marcas de ropa interior en Medellín.

Test de Gustos

En este trabajo se realizarán test individuales a mujeres de la ciudad de Medellín entre los 20 y 30 años para determinar cuáles telas prefieren para su ropa interior en su día a día y en el momento de ejercitarse, los colores de prendas que prefieren y el estilo de brasier y/o top y panties que les brinda mas comodidad.

↓

Por medio de estos se busca hallar Respuestas respecto a la ropa interior femenina desde el punto de vista de la oferta y la demanda.

↓

3 Recolección de Datos

mediante la realización de las mismas se podrá determinar si las marcas de ropa interior femenina en la ciudad de medellín cumplen o no con las necesidades y gustos de las mujeres.

↓

Resultados, porcentajes, validaciones y negaciones

8.1 *Encuestas*

Según la página web del CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas) Las encuestas pueden utilizarse para lograr diferentes objetivos, las empresas por ejemplo las usan para conocer si un producto gusta más o menos que otro a los consumidores, por otro lado los gobiernos y las instituciones públicas recurren a las encuestas para saber cuáles son las preferencias, las evaluaciones o los problemas de la sociedad y poder así tomar decisiones o diseñar políticas públicas ajustadas a dichas prioridades y los investigadores en Ciencias Sociales utilizan las encuestas para conocer las opiniones de la sociedad y cómo cambian a lo largo del tiempo.

El diccionario de María Moliner dice que encuesta es: 'Operación de preguntar a muchas personas sobre un asunto determinado para saber cuál es la opinión dominante', y, además, 'Lista de preguntas'. Las dos definiciones están bien, pero, técnicamente, es oportuno hacer una precisión: efectivamente, se pregunta a una serie de personas, pero no sólo para conocer sus opiniones, sino también para determinar sus comportamientos, actitudes, valores, costumbres, intenciones, sentimientos, cómo son sus relaciones con otras personas o, también, por ejemplo, qué objetos posee en su domicilio o cuáles son sus ingresos al mes.

La encuesta es sólo uno de los procedimientos de investigación que existen en Ciencias Sociales. También podemos conocer la realidad social mediante: entrevistas, observación, técnicas grupales, análisis de contendido y otros métodos; es decir, en muchas ocasiones no se puede utilizar la encuesta o no es el procedimiento más apropiado o es conveniente que se complemente con otros.
En términos generales, puede decirse que preguntar a la po
blación significa que interesa la opinión y/o las circunstancias de vida de esas personas; por tanto, que se realicen estudios sociales es un indicador del funcionamiento democrático de una sociedad. Eso sí, el que pregunta puede encontrarse con respuestas incómodas. Hacer encuestas implica tener la actitud de saber aceptar las críticas y, además, recibir esos juicios negativos como una oportunidad para mejorar. Juan Carlos Zubieta Irune y Jesús Ferrero.

Al realizar las encuestas vía web, se explora el tipo de compradoras de ropa interior en la ciudad de Medellín femenina, sus gustos y desagrados. La encuesta consta de 11 preguntas que pretenden determinar la importancia que tiene el uso de la ropa interior en sus usuarias, esta fue realizada a 124 mujeres de la ciudad de Medellín entre los 20 y 30 años.

La encuesta realizada se encuentra en anexos.

8.2 Entrevistas

Una entrevista es un diálogo entre dos o más personas, que se reunieron para tratar un determinado tema o temas. Después de las presentaciones, se entra en el asunto. El entrevistador, debe saber muy bien a quién o quiénes está entrevistando, preparar una serie de preguntas que puedan resultar interesantes para quien ve la entrevista o puede llegar a leerla en el caso de la prensa escrita. La entrevista debe ser dinámica, permitiendo que cada uno cuente con tiempo suficiente para desarrollar su opinión, debe ser respetuosa de la diversidad de opiniones y también, debe dejar una enseñanza clara sobre el tema tratado.
En las ciencias sociales, se valen de la entrevista para acercarse a un determinado pueblo y conocer sus costumbres y demás temas relacionados con su cultura, lo cual proporciona datos fundamentales para desarrollar teorías relacionadas con la vida de dicha sociedad, sus conductas, deseos, creencias, etc. Para hacerlo, los científicos suelen mimetizarse con el grupo, viviendo con ellos y aprehendiendo a partir de la experiencia en comunidad los datos que necesitan para estudiar a dicho pueblo.

Se dice que una entrevista es estructurada cuando se encuentra absolutamente estandarizada; es decir que se compone de preguntas rígidas que se plantean a todos los interlocutores de forma idéntica y cuya respuesta también se encuentra estructurada. Algunas de las ventajas de este tipo de entrevista son que resulta más sencillo procesar la información, pudiendo compararse fácilmente las respuestas obtenidas, útil por ejemplo para crear una estadística o gráfica.

Por otro lado, las entrevistas no estructuradas permiten acercarse más al interlocutor, son más flexibles y, si bien también hay una línea de preguntas que las guía, estas no son rígidas y permiten que el entrevistador repregunte aquello que considere importante o profundice en ciertos temas que son de su interés o que crea que pueden interesar a sus interlocutores.

Para la realización de este trabajo se aspira efectuar entrevistas personales no estructuradas a individuos directamente relacionados con la producción de marcas referentes del mercado de ropa interior en Medellín. Mediante la realización de las mismas se podrá determinar si las marcas de ropa interior femenina cumplen o no con las necesidades y gustos de las mujeres. Las entrevistas fueron realizadas a dos empresas de Medellín del sector de ropa interior, ambas con un largo trayecto en el mercado (Formas Intimas y Lucky Woman) las cuales brindaron la información necesaria para entender un poco mejor el pensamiento de ellos como productores.

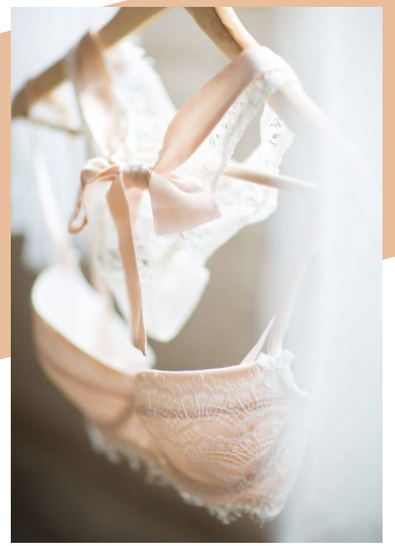
Las entrevistas realizadas se encuentran en anexos.

8.3 Test de Gustos

Este concepto hace referencia a las pruebas destinadas a evaluar conocimientos, aptitudes, gustos o funciones. Existen test grupales, individuales, físicos, psicológicos, de personalidad, de inteligencia, de aptitudes, psicotécnicos, proyectivos, pruebas de conocimientos y profesionales.

Estos test miden características personales, introversión, iniciativa, valoran el nivel intelectual, buscan predecir el comportamiento futuro de una persona. Tratan de revelar los aspectos más escondidos tanto de personalidad como de sus gustos.

En este trabajo se realizarán test individuales a mujeres de la ciudad de Medellín entre los 20 y 30 años para determinar cuáles telas prefieren para su ropa interior en su día a día y en el momento de ejercitarse, los colores de prendas que prefieren y el estilo de brasier y/o top y panties que les brinda mas comodidad.





8.4 Resultados

Con los resultados del trabajo de campo queremos afirmar o negar la hipótesis y pregunta de investigación ¿Por qué una prenda que usualmente no es visible puede llegar a influir tanto en el confort, la autoestima y el comportamiento de la mujer? por parte de los diferentes grupos de entrevistados y/o encuestados.

Los resultados son la recopilación de los datos que reflejan las preferencias u opiniones de las personas sobre temas específicos. En las encuestas, se le hace preguntas a un grupo de individuos o personas, elegidos según el asunto del que se hable, para reunir información y conocer más acerca de un tema. Las preguntas de las encuestas o entrevistas pueden ser abiertas, es decir, que no proveen un grupo de posibles respuestas; o cerradas, en las que se pide escoger una respuesta entre varias que se ofrecen. Por lo general, se utilizan para obtener información acerca de temas políticos, de salud y publicitarios, entre otros.

Los resultados pueden presentarse de diferentes maneras; por ejemplo, en gráficas circulares, en gráficas de barras o en tablas. La tabla es una lista de términos, nombres, números u otros datos que se catalogan según un orden o una clasificación. Las tablas se componen de columnas colocadas verticalmente y de líneas organizadas horizontalmente. En cada punto donde se encuentra una columna y de línea, se forma una celda o recuadro que contiene una información. Esta información es la que relaciona el elemento de la columna con el de la línea.

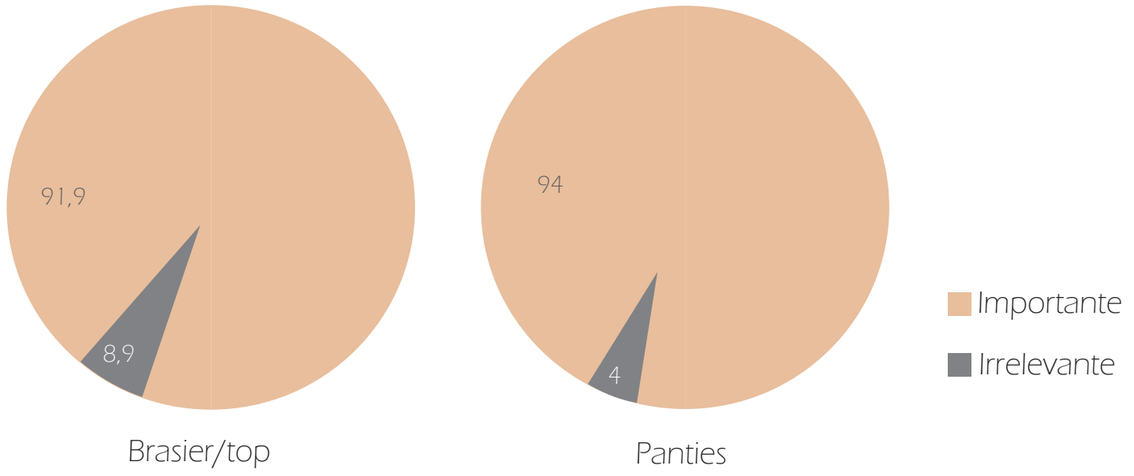
El análisis de la información procedente de las entrevistas realizadas en una investigación se basa en lo que se conoce como análisis de discurso. Partimos de los textos de las entrevistas y nuestro objetivo es extraer significados referidos por las entrevistas y encuestas que sean útiles a los objetivos de nuestra investigación.

El análisis de la información procedente en una investigación se basa en lo que se conoce como análisis de discurso. Partimos de los textos de las entrevistas y nuestro objetivo es extraer significados referidos que sean útiles a los objetivos de la investigación. Esta lectura permitirá relacionar el discurso con el contexto en el cual cobra forma y se sacaran las partes del discurso donde se definan los posicionamientos del entrevistado ante el resto de actores, que acaban definiendo las relaciones existentes, buscando identificar alianzas y conflictos de forma que se consiga dibujar un mapa de redes de cada entrevista.

8.4.1 Resultados Encuestas

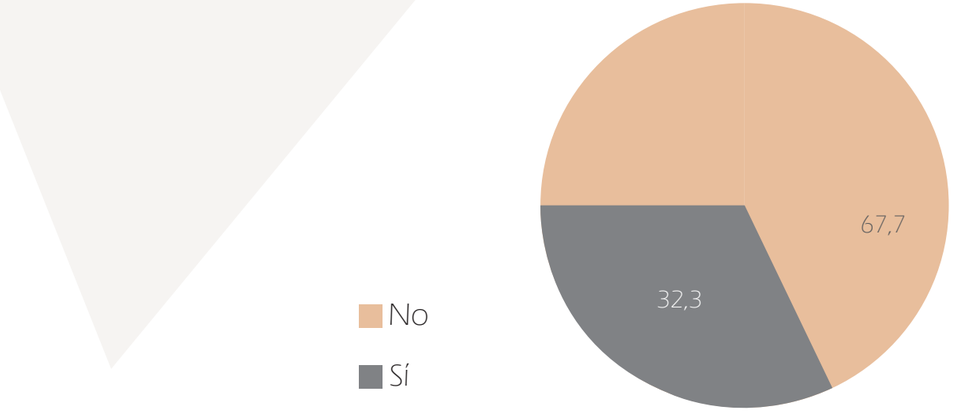
A continuación, se presenta un análisis que integra los resultados de las 124 personas encuestadas para proporcionar un panorama general de estas.
1 y 2 ¿Qué tan importante es para usted el uso de Ropa Interior en su diario vivir? (Brasier y/o Top) Marque importante o irrelevante. ¿Qué tan importante es para usted el uso de Ropa Interior en su diario vivir? (Panties) Marque importante o irrelevante.

Iniciamos la encuesta con dos preguntas que nos permitieran identificar la importancia del uso de ropa interior en el diario vivir de la mujer, los resultados para ambas fueron evidentes y nos afirman que tanto el uso de brasier y/o top (91.1% Importante) como los Panties (96% Importante) son de suma importancia en el día a día de la mujer y que tan solo el 8,9 % y el 4% respectivamente ven como irrelevante el uso de este tipo de prendas.



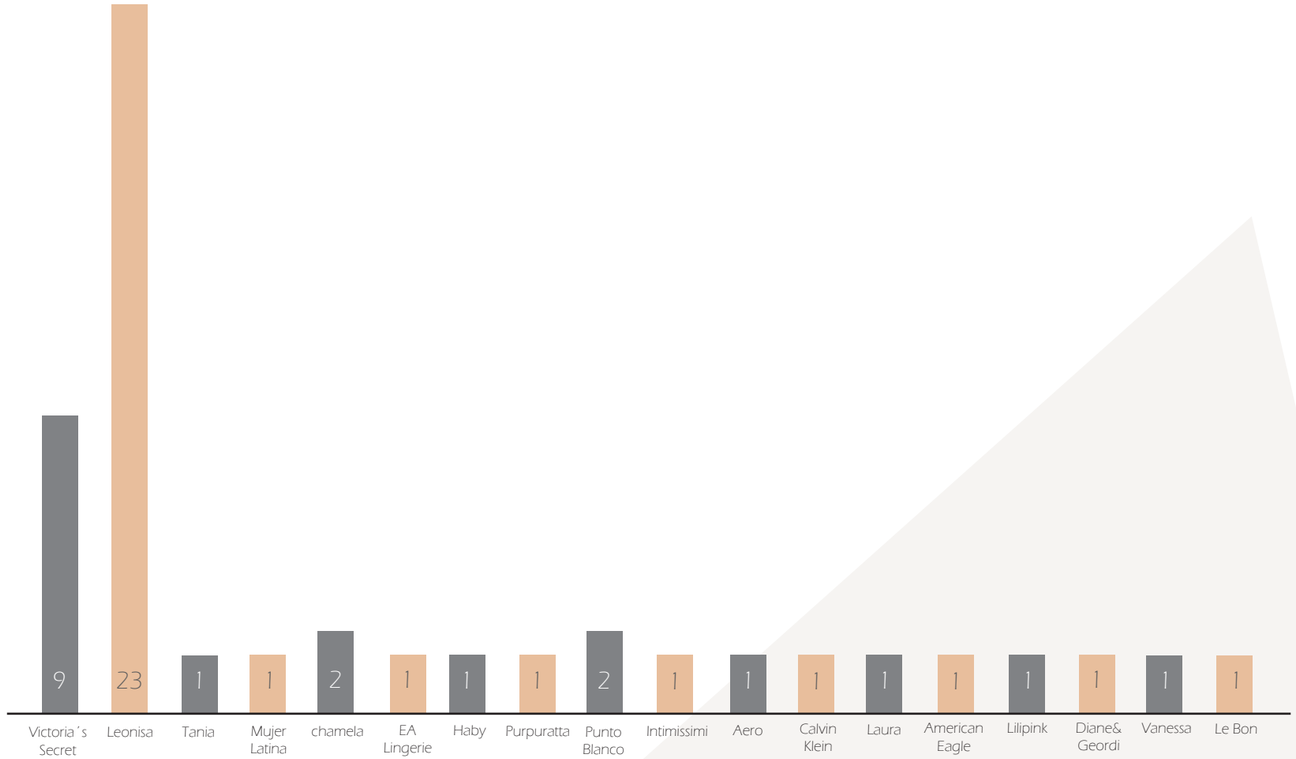
3. ¿Alguna marca de Ropa Interior le ha ofrecido algún tipo de Asesoría para elegir correctamente su Talla?

Uno de los aspectos más influyentes a la hora de vestir cualquier tipo de prenda interior es saber con certeza cuál es la talla adecuada, ya que desde algo tan básico se puede determinar si esta se acomoda o no al cuerpo de la mujer y por ende llegar a determinar directamente el confort de la usuaria. Los resultados obtenidos fueron que el 32,3% de las mujeres encuestadas han recibido algún tipo asesoría que les ha ayudado a identificar su talla correcta y el 67,7% nunca ha recibido esta clase de asesoría. Se puede analizar que, si bien un buen porcentaje respondió que, SI a esta pregunta la mayoría de la encuestadas respondieron que No, lo que nos muestra que aún falta más asesoría por parte de las marcas comercializadoras de ropa interior y que un factor determinante como es la elección incorrecta de la talla puede llegar a generar incomodidad en el uso de prendas íntimas.



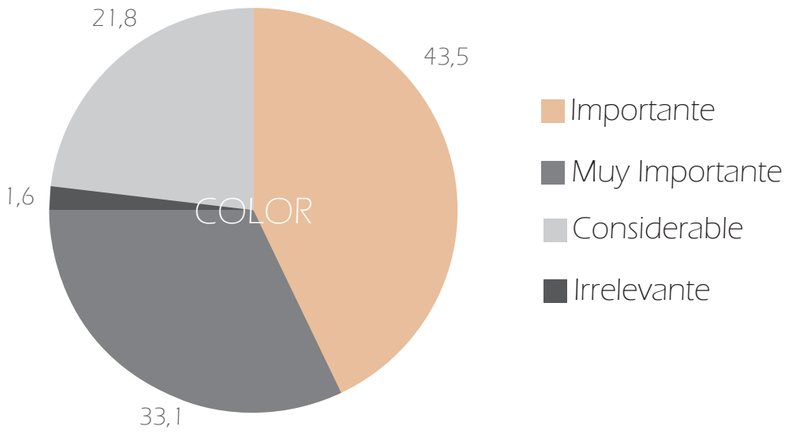
4. En caso de que su respuesta anterior haya sido SI
¿Cuál Marca de Ropa Interior le ha brindado dicha Asesoría?

También se procede a preguntarles a las mujeres que respondieron que si han tenido asesoría por parte de alguna marca dijeran cuál de ellas ha brindado esta clase de ayuda, los resultados nos muestran que 23 mujeres expresaron que Leonisa da este tipo se asesoría seguida de Victoria´s Secret con 9 y marcas como Chamela y Punto Blanco con 2.



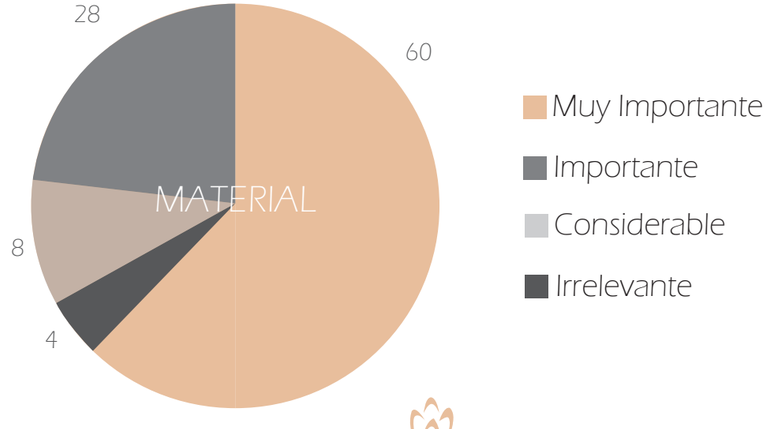
5. ¿Qué considera importante a la hora de comprar Ropa Interior?
Esta pregunta se divide en diferentes factores tanto físicos como económicos, los cuales arrojan resultados importantes a la hora de comprender los aspectos fundamentales en que la mujer piensa cuando va a adquirir su ropa interior.

Color
En cuanto a la importancia del color en las prendas íntimas, solo 1,6% de las encuestadas consideran este aspecto físico como irrelevante a la hora de adquirir algún tipo de prenda íntima, por el contrario, el 43,5% y el 33,1% creen que el color es importante y muy importante respectivamente cuando están tomando su decisión de compra. Cuando se proceda a analizar el test de gustos veremos cuáles son los colores preferidos por las mujeres.



Material

Otro aspecto físico que se quiso indagar fue que tan importante es para la mujer la calidad de la tela en su ropa interior, ya que el confort no solo se trata de la parte estética sino también de la comodidad física y hasta la influencia que puede tener en la salud, lo cual va directamente relacionado con el material de la prenda y sí esta es de buena o mala calidad. Los resultados obtenidos fueron contundentes; el 60% de las encuestadas ven como muy importante el material de las prendas seguido de un 28% que lo ven como importante y solo un 4% considera que es un factor irrelevante, de esta información podemos corroborar que para la mujer la calidad en las telas es primordial y que en su elección de compra siempre estará presente este aspecto.

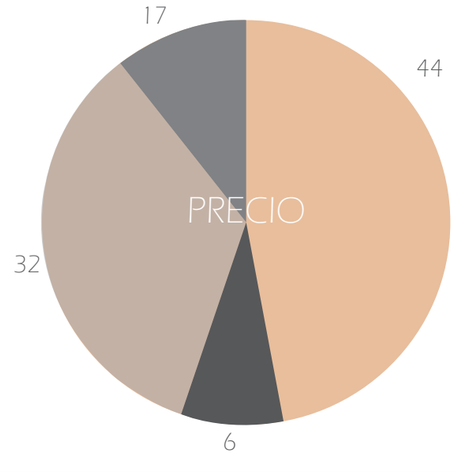


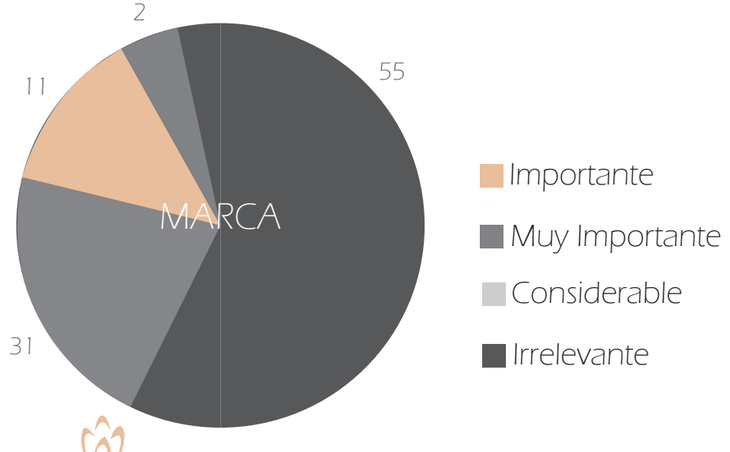
Precio y Marca

Dos factores que también se consideraron importantes fueron el precio de las prendas íntimas y que estas sean o no de una marca reconocida, se procede a realizar un análisis en conjunto de estos dos factores ya que están directamente relacionados. Es común que las marcas ya posicionadas en el mercado tengan precios más elevados, todo por su trayectoria como empresa y la calidad que supone adquirir una prenda reconocida, esta encuesta fue realizada a mujeres de los 20 a 30 años con una posición socioeconómica media y se obtuvieron los siguientes resultados:

En cuanto al precio, solo el 6% de las encuestadas respondieron que este ítem es irrelevante, esto muestra que solo un pequeño porcentaje no ve como un problema adquirir prendas de un valor elevado, en cuanto a que la ropa íntima sea de marca el resultado obtenido muestra que solo el 2% de las mujeres consideran este como un factor muy importante en su elección de compra, por el contrario el 55% de las encuestadas indicaron que la marca es irrelevante lo que muestra que para un alto porcentaje de las mujeres son mucho más importantes otros factores por lo que si alguna marca les ofrece el tipo de prendas íntimas que ellas están buscando las van a adquirir independientemente de si esta es, o no conocida en el mercado.

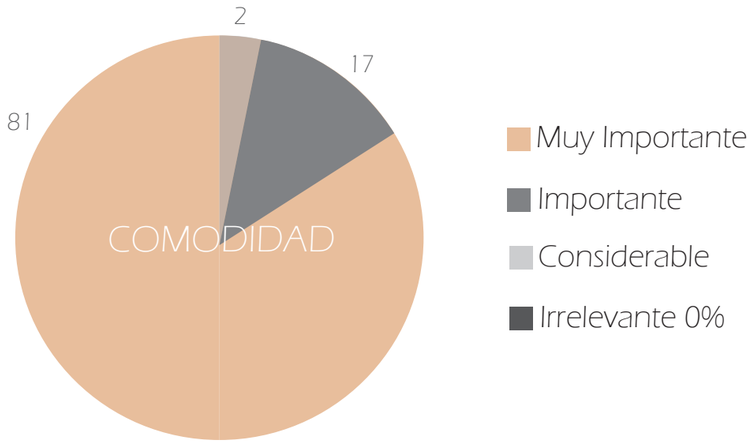
El 31% respondió que es de importancia considerable que la ropa interior sea de marca, esto muestra que de cierta forma, la marca pude influir en la decisión de compra de la mujer, pero que este no es el factor más importante, en cuanto al precio el 32% y el 44% respondieron que es considerable e importante respectivamente, esto indica que un alto porcentaje de las encuestadas esta dispuesta a pagar un valor medio pero no tan elevado por las prendas íntimas, siempre y cuando estas cumplan con los requerimientos que están buscando.





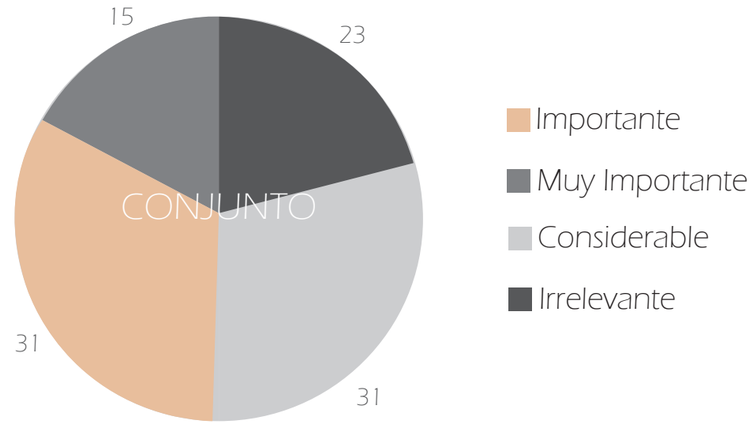
Comodidad

Uno de los factores que las mujeres consideran más importante cuando van a adquirir su ropa interior, sin duda alguna es la comodidad que esta les pueda generar, ya que el uso de alguna prenda íntima incomoda puede causar diferentes molestias afectando todo tipo de actividades a realizar en el día a día, por ende se quiso corroborar, que tan importante es este aspecto en la mujer, los resultados son más que claros, el 81% de las encuestadas contestaron que la comodidad es muy importante a la hora de comprar sus prendas íntimas, seguido con un 17% como importante y ninguna de las mujeres que participaron en esta encuesta opinó que la comodidad era un factor irrelevante.



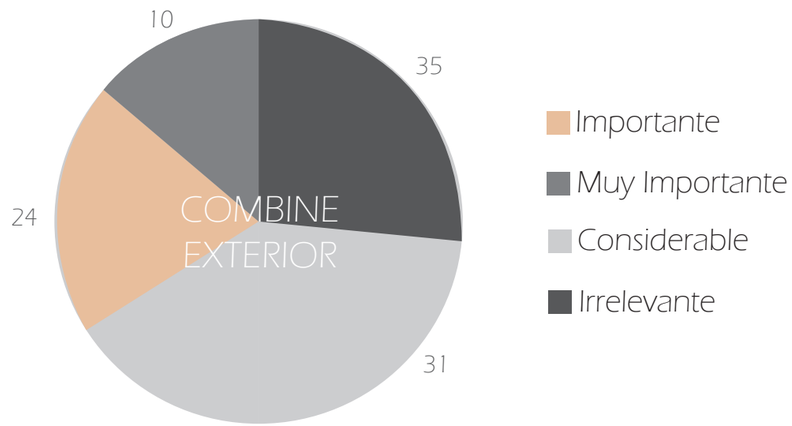
Que combine las prendas superiores con las inferiores

La pregunta que se hacen muchas mujeres es ¿Debo combinar el brasier con los panties? Con los resultados de esta encuesta podemos decir, definitivamente no. Solo el 15% afirman que es muy importante usar conjuntos y combinar las prendas superiores con las inferiores, para el 31% es importante, por otro lado, para el 54% de las mujeres es considerable e irrelevante, así que es más divertido mezclar los colores y estampados.



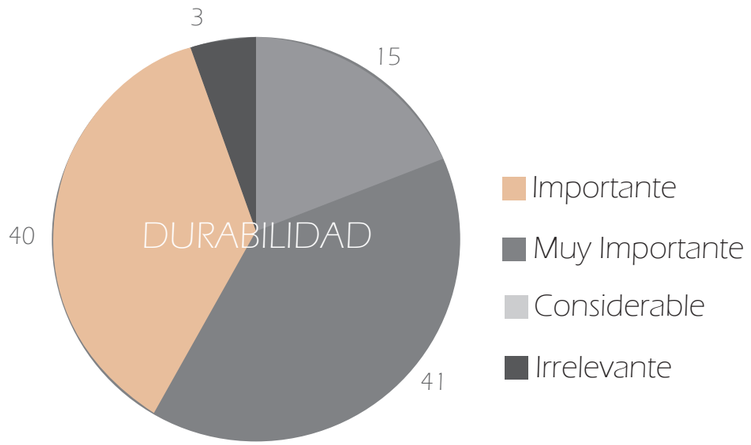
Que combine la ropa interior con la exterior

Hace muchos años para las mujeres era de gran importancia usar brasier negro con camisa negra y/o cruzar los tirantes posteriores al usar camisas cruzadas. Por medio de esta encuesta y las respuestas obtenidas podemos afirmar que eso es cosa del pasado, en la actualidad el 66% de las mujeres de la ciudad de Medellín consideran esto como considerable e irrelevante.



Durabilidad

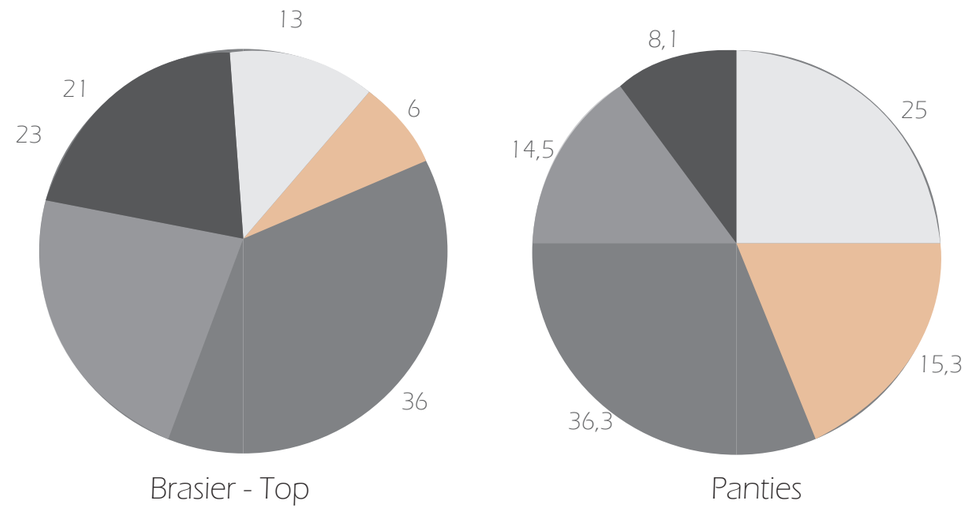
Día a día las diferentes empresas del sector textil en Colombia intentan producir artículos con mejores características, una de estas es la durabilidad y en cuanto a la ropa interior femenina, pasa a ser más que importante que estas estén diseñadas para el uso diario y más aún que tengan buena resistencia a la hora de ser lavadas, por eso preguntamos qué tan importante es para la mujer que sus prendas íntimas tengan una característica importante como lo es la durabilidad, los resultados muestran que el 41% y el 40% respondieron a este aspecto como muy importante e importante respectivamente, lo que indica que el 81% de las encuestadas esperan que sus prendas íntimas tengan una característica de durabilidad, solo el 3% opinaron que este es un aspecto irrelevante.



6 y 7 ¿Con que frecuencia compra usted brasieres, tops y panties?

Las zonas íntimas de la mujer son áreas supremamente delicadas las cuales se deben cuidar y ante todo debe primar la limpieza para evitar diferentes tipos de enfermedades, algunos expertos recomiendan que la ropa interior debe ser cambiada cada 5 a 6 meses, pero a veces resulta ser un poco complicado dado los altos precios de este tipo de prendas, en consecuencia se quiso preguntar a las encuestadas con qué frecuencia compran brasieres y/o tops y panties con el 25,8%. El periodo de tiempo con mayor porcentaje de respuesta tanto para brasieres como panties fue el de realizar la compra cada tres meses, con el mismo número de respuestas correspondiente al 36,3% de las mujeres encuestadas. Para los periodos de dos veces al año y una vez al año, los resultados de los brasieres fueron 23,4% y 21,0% respectivamente y para los panties en estos mismos periodos de tiempo los resultados fueron 14,5% dos veces al año y 8,1% una vez al año.

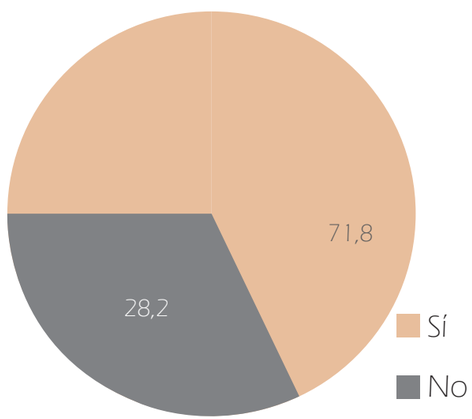
De estos resultados podemos concluir que para los brasieres el mayor porcentaje se concentra en compras realizadas desde cada tres meses, dos veces al año y una vez al año contrastando un poco con los resultados de los panties que muestran el mayor porcentaje concentrado en los periodos de cada mes, cada dos meses y cada tres meses, dando evidencia que las mujeres tienden a comprar con mayor frecuencia panties que brasieres y/o tops.

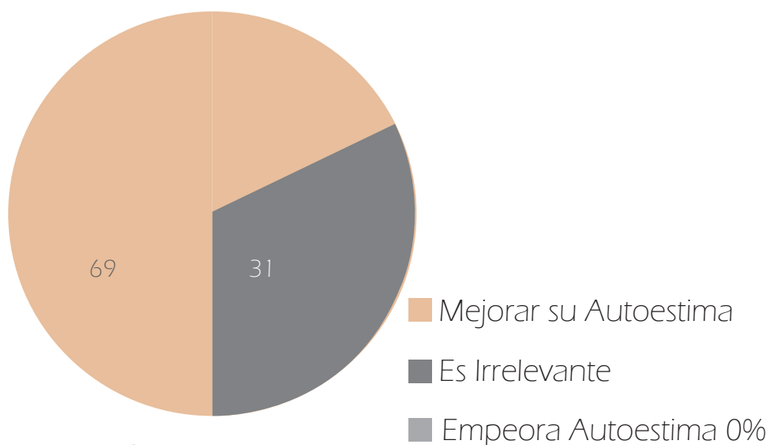


8 y 9. ¿Cree usted que su comportamiento cambia dependiendo del tipo de ropa interior que lleva puesta en ese momento? Si o No - Llevar puesta su Ropa Interior Favorita puede.

Uno de los principales objetivos de este trabajo es determinar la influencia que tiene el uso de la ropa interior en la mujer y como esta puede influir directamente en su conducta, por eso se realizó la pregunta de que, si cree que el comportamiento de la mujer cambia de acuerdo al tipo de prendas íntimas que esta usando en ese momento, las encuestadas respondieron que no en un 28,2% y al si en 71,8%.

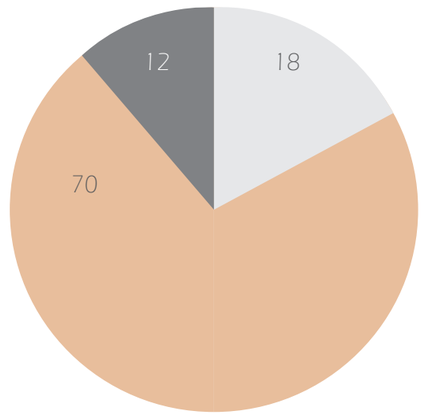
Analizando esta respuesta podemos empezar a concluir que un alto porcentaje de las mujeres encuestadas sienten que su conducta puede cambiar y también verse influenciada de acuerdo al tipo de prendas íntimas que estén usando en ese momento, para explicar un poco mejor este fenómeno se procede a analizar la pregunta número 9 en la encuesta la cual fue "Llevar puesta su Ropa Interior Favorita puede" la cual arrojo los siguientes resultados: para el 31% es irrelevante, pero para el 69% la respuesta fue: mejorar su autoestima, en base a esta resultado se puede concluir que un alto porcentaje siente que al estar usando sus prendas íntimas favoritas su comportamiento cambia, y en este caso en particular ese cambio se percibe como algo positivo que mejora la autoestima del 69% de las encuestadas.



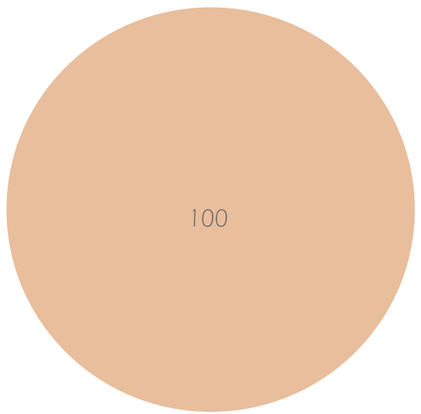


10 y 11. ¿Cada cuánto lava usted sus brasieres, tops y panties?

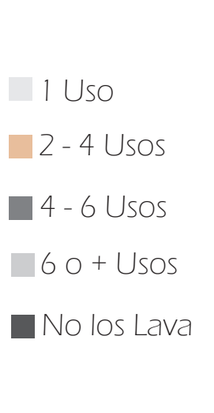
Las últimas dos preguntas realizadas en la encuesta fueron "cada cuanto lava usted sus brasieres y/o tops" y la misma pregunta pero con los panties, los resultados para los brasieres fueron: 1 uso 18%, 4-6 usos 12% y el mayor porcentaje fue para la opción de 2-4 usos con un 70 % lo que claramente muestra que la mayoría de las encuestadas piensan que los brasieres no necesitan ser lavados tan a menudo y por ende este puede ayudar a que sea una prenda que tenga un tiempo de duración un poco más prolongado. Para esta misma pregunta pero enfocada en los Panties los resultados fueron más que precisos, el 100% de las mujeres, ósea 124 respondieron que lavan sus panties con 1 solo uso, lo que indica que la mujer considera que esta es una prenda indispensable que siempre debe estar limpia y en las mejores condiciones para ser usada, ya que de esto depende una buena higiene de su zona íntima y ayuda a la prevención de enfermedad, también podemos deducir que en base a esta respuesta los panties tienden a ser una prenda no tan duradera, ya que constantemente se están lavando y esto ayuda a que su deterioro por el uso sea aún mayor.



Brasier/top



Panties



8.4.2 Resultados Entrevistas

A continuación, se presenta un análisis que integra los resultados de las 2 entrevistas realizadas a dos marcas de ropa interior: Formas Intimas: Manuela Cano. Directora de Producto y Lucky Woman: Luisa Gómez. Diseñadora.

1. ¿Han realizado investigaciones de mercado para conocer los gustos y preferencias de sus clientes y qué resultados han obtenido para ayudar a comprender un poco el pensamiento de la mujer en cuando al uso de ropa interior?

Ambas marcas hacen estudios e investigaciones de tendencias. Lucky Woman cuenta con el apoyo de inexmoda para ver las tendencias de cada temporada, donde observan los colores, siluetas e historias que estarán de moda, además hacen un análisis de respuesta del consumidor con lo que van sacando y van teniendo en cuenta lo más vendido. Por otro lado, como los diseños de Formas Intimas están dirigidos para mujeres de edades mayores buscan constantemente la mejora dentro del producto haciendo análisis del mercado, el consumidor y su comportamiento por medio de encuestas, al tener equipo comercial por todo el país tienen la posibilidad de realizarlas por todo Colombia y eso les brinda toda la información necesaria.
Para las dos marcas es importante conocer los gustos y preferencias de sus clientes. Mientras más datos tienen de sus clientes, mejor servicio le brindarán. No les basta con suponer, deben tener la certeza de sus gustos, necesidades y problemas para lograr satisfacer a todos sus consumidores.

2. ¿Cuáles son los materiales más usados en sus prendas y cuáles son sus características?

La mayoría de las prendas de Lucky Woman están basadas en encaje y tul, pues han sido los materiales de mejor aceptación en su marca, también en ocasiones microfibras y talcos.

A veces usan telas similares a la seda ya que estas dan caída. Esta marca se caracteriza por su lencería transparente, delicada y femenina. Formas Intimas maneja dos telas principales para la línea masculina e infantil algodón elastano que también esta en algunas de las líneas de mujeres adultas y para complementar tienen un poliéster elastano microfibra, son telas que fabrican ellos mismos. Al ser productores pueden jugar con muchas características del producto, como el peso, la transparencia, que sean de buen tacto y que no calienten mucho.

Formas Intimas más que en la parte estética del material le da mayor importancia a la suavidad y comodidad de la tela ya que su público son mujeres de edad que buscan confort y no belleza, si bien Lucky Woman también usa materiales confortables para las zonas íntimas se basa mucho más en la parte estética pues sus consumidoras son jóvenes.

3. ¿Tienen alguna campaña o test para enseñarle a sus clientes a escoger las tallas correctas tanto en brasier como en panties?

En Formas Intimas realizaron un manual de producto el año pasado, y empezaron con el brasier que es su prenda "estrella" y tiene toda la explicación, lo que se debe hacer y lo que no, pero es algo que no se ha hecho aun con el consumidor o usuario en sí, lo que les interesa por ahora es capacitar el personal para que ellos puedan asesorar bien a los clientes. Lucky Woman cuenta con una tabla de medidas, donde las consumidoras pueden medir sus contornos con una imagen de referente y escoger que talla se adecua mejor a su figura.

Siendo Formas Intimas una empresa grande, productora de sus propios insumos y con equipo comercial por todo Colombia, me resulta extraño que elijan educar al personal sobre la elección de talla por encima de los clientes quienes realmente son los que usan las prendas y que no siempre van a tener a un asesor que los ayude con esta complicada labor. Por otro lado, Lucky Woman al contar con una tabla de medidas, demuestra que la marca es consciente de este problema que nos invade a todas las mujeres y trata de encontrar resolverlo por medio de esta.
Sin embargo, se considera que ninguna marca de ropa interior de Medellín tiene algún método, campaña o test eficaz que ayude a la mujer en este aspecto.

4. ¿Qué tan importante es para ustedes como marca que por medio de sus prendas se genere un confort en sus clientes y por medio de que herramientas se aseguran de que sus usuarios estén conformes con sus productos?

Lucky Woman al ser una empresa online el producto final es su principal objetivo, el confort en las prendas íntimas es de vital importancia pues es una prenda que tiene contacto directo con la piel y las partes más delicadas del cuerpo. Se aseguran que las telas sean las más suaves, que los refuerzos sean en algodón para una mejor transpiración, que la confección sea muy cuidadosa para que los resortes, elásticos, varillas o cualquier herraje o insumo extra se adecue a la prenda de la mejor manera.
En Formas Intimas tienen un lema dentro de la compañía y es que realizan prendas para uso diario, su objetivo es vestir a la mujer en su día a día y lo importante es que la mujer no sienta que tiene ropa interior, es decir, que no sienta una varilla, que no sienta un panty apretado, para ellos eso es el confort, que la persona pueda usar una prenda formas íntimas todos los días y todo el día.

Si bien Lucky Woman no especifico por medio de que herramientas se certifican de que sus usuarios estén conformes con sus productos, Formas Intimas aseguro que sus clientes y consumidores les hacen constantemente retroalimentaciones y desde producción realizan análisis y pruebas de uso.

Cada prenda que sale a la venta ya ha sido usada mínimo por 5 personas de la empresa para garantizar que la gente real les diga que les parece y como se sienten para realizar cambios y demás.

5. ¿Cuáles aspectos ven como las principales fortalezas de su marca y cuales consideran que deberían mejorar?

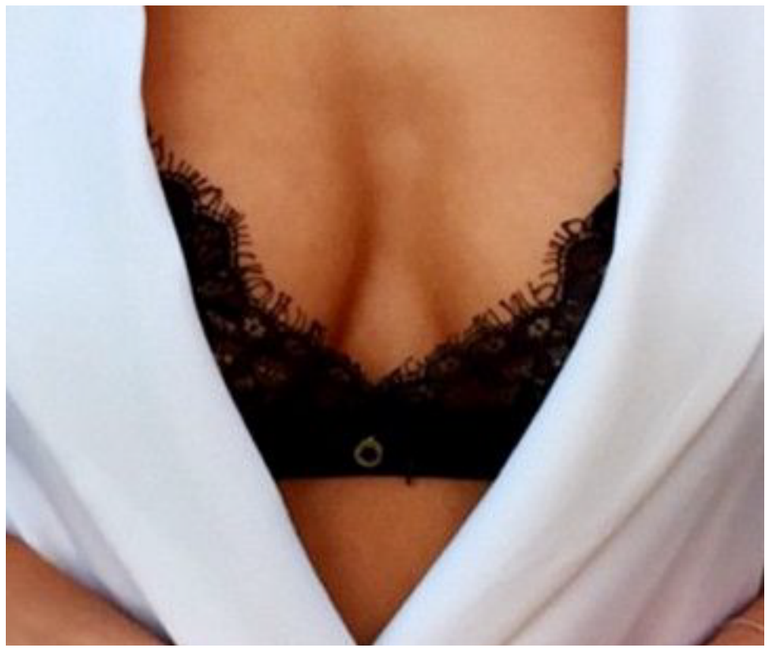
Como marca, probablemente muchas personas no conozcan Formas Intimas y eso podría considerarse como algo negativo, pero ellos no lo ven así, pues consideran que es mejor darle prioridad al producto y no a la marca, esto conlleva que al ser más importante el producto pueden jugar con buenos precios para que las consumidoras sientan que necesitan una de sus prendas, así que algo que consideran una debilidad pasa a ser una gran fortaleza para ellos y sus clientes.
Lucky Woman considera que su confección es de excelente calidad, por esta razón los productos también lo son y creen que deben ampliar sus canales de distribución pues es difícil crear confianza por medios virtuales, pero es algo en lo que están trabajando.
Ambas marcas conocen sus pro y contras y por ello han logrado salir adelante, intensifican sus virtudes mientras mejoran sus falencias.

6. ¿Aproximadamente para cuánto tiempo de uso están diseñadas sus prendas?

Las dos marcas afirman que es una pregunta complicada de contestar ya que la vida útil de sus prendas depende del cuidado de sus usuarias y el uso continuo que les den, por ende, tratan de manejar etiquetas de comunicación.

7. ¿Cree usted que la autoestima de una mujer está relacionada con la ropa interior así sean prendas que no son visibles para los demás?

Tanto Formas Intimas Como Lucky Woman creen que la autoestima esta directamente relacionada con las prendas íntimas así sean invisibles para los demás, pues como dice Luisa Gómez lo que tenemos dentro es lo que reflejamos, no hay nada más cierto que tus prendas íntimas hablan de quien eres en realidad, especialmente ahora que estas prendas se han vuelto exteriorizables y Manuela Cano lo corrobora diciendo que desde ahí parte la mujer como se siente y como se viste, si de pronto quiere que se le vea la ropa interior porque se siente mejor así o se quiere cubrir todo, eso te dice que tipo de mujer es, si es o no una mujer muy lanzada, su personalidad parte desde ahí.



8.4.3 Resultados Test de Gustos

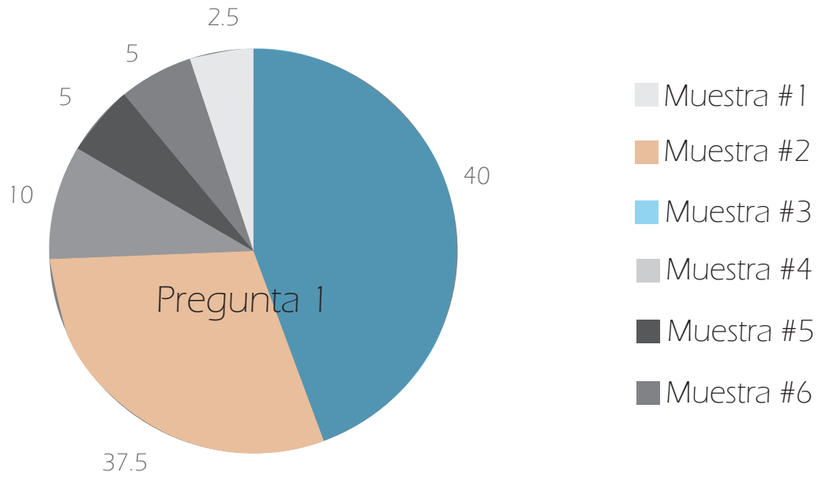
El test de gustos fue realizado a 80 mujeres de la ciudad de Medellín entre los 20 y 30 años. Consistía en una tabla con 6 muestras de telas (dos de ellas producidas por Formas Intimas) y de acuerdo a la composición y al tacto de cada una debían responder cuatro preguntas, la quinta pregunta hace referencia al color preferido de las encuestadas, con la sexta y séptima se preguntó qué tipo de brasier/top y panties prefieren de acuerdo a unas imágenes ilustradas.

La muestra #1 (Producida por Formas Intimas) Es tejido de punto sencillo por trama, de algodón con spandex y tiene elongación en los dos sentidos.
La muestra #2 (Producida por Formas Intimas) Es tejido de punto sencillo por trama, de poliéster y tiene elongación en 1 solo sentido, el ancho.
La muestra #3 (Distribuida por Forever 21) Es tejido de punto por urdimbre, de nylon con spandex, su nombre comercial es encaje y tiene elongación en 1 solo sentido.
La muestra #4 (Distribuida por Textiles y Moda) Su nombre comercial es tul bordado, es tejido de punto por urdimbre, tanto el tul como el bordado son de poliéster y no tiene elongación.
La muestra #5 (Distribuida por Textiles y Moda) Su nombre comercial es malla tex, es tejido de punto por urdimbre, de spandex con nylon con elongación en ambos sentidos.
La muestra #6 (Distribuida por Textiles y Moda) Es tejido de punto sencillo por trama, es poliéster con spandex y tiene elongación en ambos sentidos.

En este test de gustos de la pregunta 1 a la 4 se quiso hacer énfasis en dos aspectos importantes para la mujer, los cuales son sus preferencias respecto al uso de sus prendas íntimas en el día a día y en la realización de actividades físicas. Se analizarán los resultados mediante la elección de las muestras físicas, estas muestras poseen características diferentes que las hacen tener sus puntos a favor y en contra.

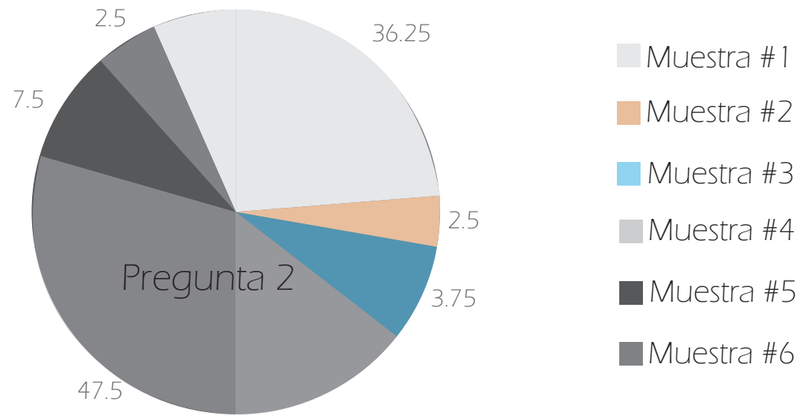
1.Cual muestra usarías para tu ropa interior en el día a día?

Con esta pregunta se quiso investigar si las mujeres tenían conocimiento de cual debería ser el material adecuado en su ropa interior para el uso diario guiándose por el tacto de las diferentes muestras, los resultados fueron que el 40% eligieron la muestra #3 y el 37,5% la muestra #2. Como se describió anteriormente y según la composición de estas dos telas ambas son materiales sintéticos (muestra #3 nylon con spandex) y (muestra #2 Poliéster). Cabe decir que dentro de las 6 diferentes muestras de esta encuesta, la tela más indicada para el uso diario en prendas íntimas es la muestra #1, la cual está compuesta de algodón con spandex y fue elegida solo por el 2.5% de las encuestadas, este tipo de tela es la más adecuada para su uso diario ya que es fresca, cómoda, suave para la piel y es recomendada por médicos y expertos en el tema.



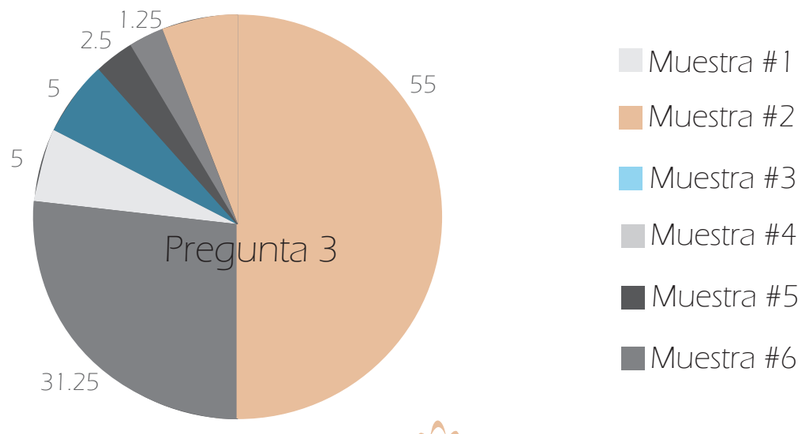
2.Cual muestra no usarías para tu ropa interior en el día a día?

El objetivo de esta pregunta fue conocer qué tipo de telas no serían usadas por las encuestadas en su día a día, los resultados fueron: muestra #4 con un 47,5%, esta fue puesta dentro de las muestras solo por ser estéticamente agradable pero que en realidad no es el tipo de tela indicada para prendas íntimas, lo que señala que en este aspecto las mujeres lograron diferenciar entre estética y comodidad siendo esta muestra descartada casi por la mitad de las encuestadas. El resultado que sorprende un poco es la muestra #1 que anteriormente se dijo que es la tela más indicada para el uso diario dentro de las 6 muestras totales, tuvo un porcentaje del 36,25%, lo que claramente evidencia algo de desinformación por parte de las participantes de esta encuesta sobre los materiales que deberían ser usados cotidianamente. El restante de las muestras tuvo porcentajes muy similares inferiores al 7.5%.



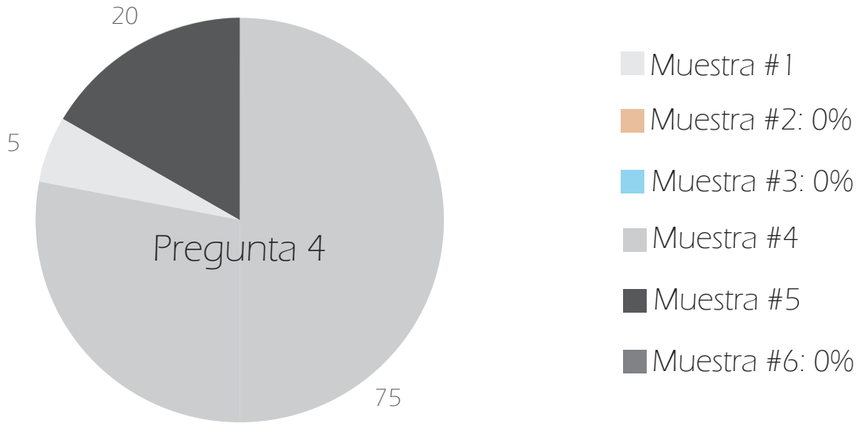
3.Cual crees que sería más cómoda para tu ropa interior en actividades físicas?

Otro de los aspectos que se quiso investigar en este test de gustos, es la comodidad de la ropa interior en actividades físicas y cuales telas a percepción de las encuestadas son las más indicadas para actividades en las cuales se va a presentar sudoración y aumento de la temperatura corporal. Los resultados a esta pregunta fueron: la muestra #2 obtuvo un 55% (poliéster), seguida de la muestra #6 con el 31.25% (poliéster con spandex), en este aspecto se puede decir que las encuestadas tomaron una buena decisión ya que estos dos tipos de materiales son absorbentes y alejan la transpiración del cuerpo por lo que son ideales para realizar actividades físicas, la muestra #6 cuenta además con una característica de elongación en ambos sentidos por lo que puede llegar a ser incluso más cómoda que la muestra#2 y adaptarse mucho mejor al cuerpo de la mujer. La muestra #5 (mallatex spandex con nylon) también es apropiada para realizar ejercicio ya sus materiales son altamente transpirables y cuenta con elongación en ambos sentidos, generando comodidad para sus usurarias, esta muestra solo fue elegida por el 2,5% de las encuestadas dejando de lado una tela con excelentes características para realizar actividades físicas.



4.Cual crees que sería más incómoda para tu ropa interior en actividades físicas?

Con esta pregunta se quiso analizar cuáles de las muestras a percepción de las mujeres eran las más incomodas a la hora de realizar actividades físicas, al igual que la pregunta 4, la muestra con mayor porcentaje fue la #4, que solo es estéticamente agradable pero que no cuenta con características en cuanto a sus componentes que la hagan cómoda para utilizarse como prenda interior, esta tuvo el 75% de los resultados. La segunda muestra con mayor porcentaje fue la #5 con un 20%, esta tela como se explicó anteriormente gracias a sus componentes (mallatex spandex con nylon) es adecuada para la realización de actividades físicas pero la percepción de un porcentaje importante de las encuestadas es que no sería cómoda para este tipo de uso.

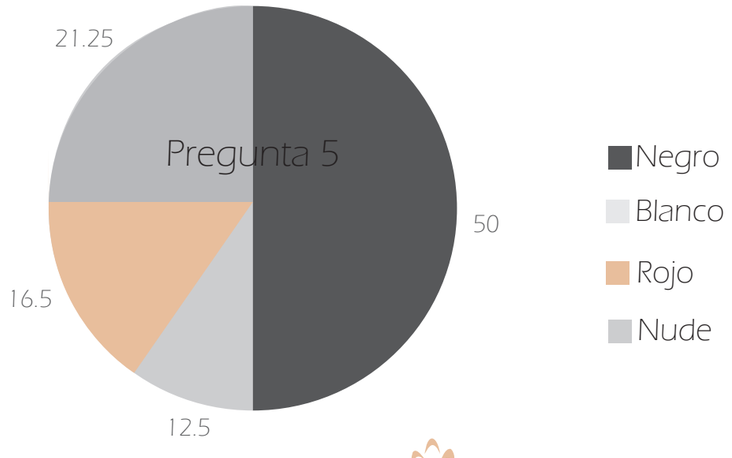


5.Que color de ropa interior prefieres usar?

Esta puede parecer una pregunta simple, además que las mujeres pueden tener varios colores favoritos, pero al preguntar solo por un color en específico se quiso investigar cual sería la primera opción de las encuestadas al elegir el color a usar en su ropa interior, los resultados fueron:

- Negro 40%
- Nude 21,25%
- Rojo 16,25%
- Blanco 12,5%

Claramente prevalecen los colores básicos para la elección de las prendas de ropa interior, el negro obtuvo el mayor porcentaje 40%, demostrando que es uno de los colores favoritos y que a pesar del cambio en las nuevas tendencias sigue siendo el preferido por un gran número de mujeres. Con el color Nude que obtuvo el 21,25% se puede decir que las encuestadas buscan un color que se adapte a su tono natural de piel. El rojo obtuvo el 16,25% lo que muestra que un porcentaje considerable de las encuestadas esta optando por colores fuera de los convencional, por último, el blanco con un 12,5% muestra que aún sigue siendo el elegido por algunas mujeres que no quieren salirse de lo básico y se sienten cómodas con este color en específico.

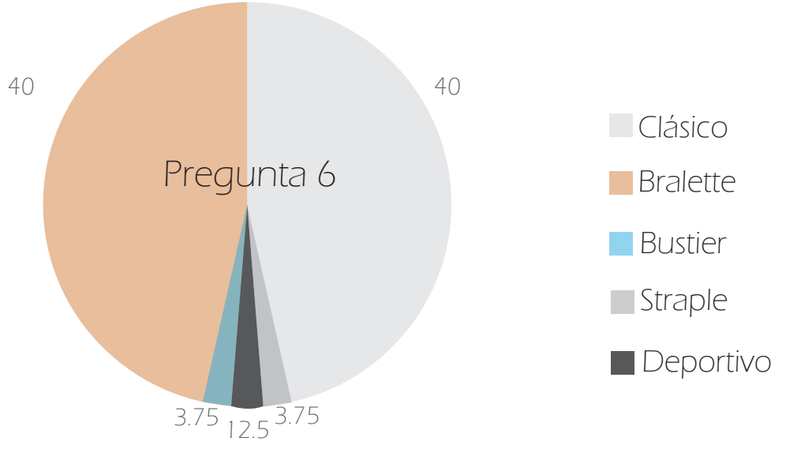


6.Que tipo de brasier y/o top prefieres para tu día a día?

En esta pregunta se mostró una imagen que contenía 5 ilustraciones de los brasieres más comunes que se consiguen en el mercado, en la cual debían escoger cuál de ellos preferían para su día a día, los resultados fueron los siguientes:

- Clásico 40%
- Bralette 40%
- Deportivo 12,5%
- Bustier 3,75%
- Straple 3,75%

Con estos resultados
se evidencia que la mayoría de mujeres se inclinaron por el estilo Clásico y el Bralette, ambos fueron elegidos con el 40%, el brasier Clásico cuenta con una característica que les gusta mucho a las mujeres con busto pequeño ya que lo hace parecer más voluminoso. El Bralette es uno de los brasieres que más confort le brinda a la mujer ya que no tiene varillas, además es el indicado para usar con algunas transparencias y escotes. El tipo Deportivo fue elegido en tercer lugar con un 12,5%, ya que algunas mujeres lo usan no solo para ejercitarse si no también como una prenda de uso diario ya que les brinda la comodidad que están buscando en su cotidianidad. El tipo Bustier y Straple solo fueron elegidos con el 3,75% cada uno.

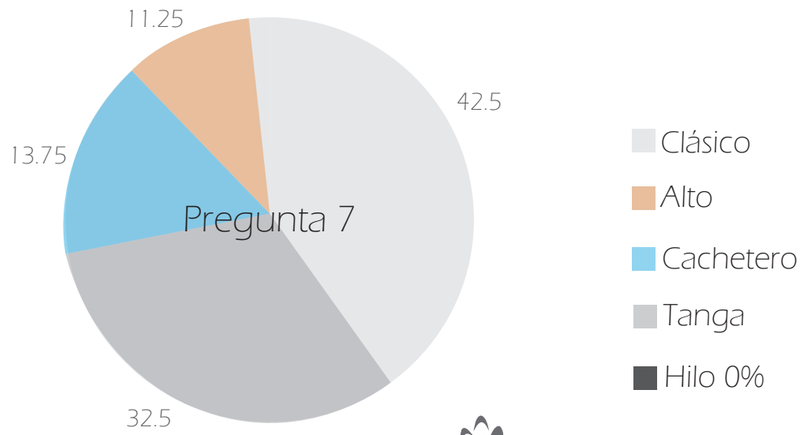


7.Que tipo de panties prefieres para tu día a día?

La última pregunta para las encuestadas fue que tipo de panties prefieren para su día a día, en esta pregunta se mostraron 5 ilustraciones y de esta forma podían escoger su tipo de prenda favorita, los resultados fueron:

- Clásico 42,5%
- Tanga 32,5%
- Cachetero 13,75%
- Alto 11,25%
- Hilo 0%

Nuevamente el diseño Básico con el 42,5% marca una referencia en esta encuesta, claramente las mujeres prefieren un panties cerrado tanto atrás como adelante protegiendo tanto los glúteos como la zona vaginal, pero a su vez sin ser una prenda con tanta tela como otros diseños presentados en esta encuesta. La Tanga obtuvo un 32,5%, si bien esta prenda no puede ser las más cómoda dentro de las opciones presentadas, un porcentaje importante la eligió y muchas mujeres la prefieren ya que se puede combinar con ropa ceñida al cuerpo como pantalones y vestidos sin que marque en prendas ajustadas. El Cachetero tuvo un 13,75% seguido del panties tipo alto con un 11,25%, estas prendas tienen más tela que las anteriores y pueden llegar a ser realmente cómodas además de que cubren mucho mejor las zonas intimas en la mujer, su punto débil es que se marcan mucho en el cuerpo cuando se usan pantalones u otras prendas apretadas. El tipo Hilo obtuvo un 0% siendo descartado por todas las mujeres que presentaron esta encuesta.



4. Conclusiones

Desde el inicio de este trabajo de grado se tenía en mente analizar diferentes aspectos que se involucran directamente en el confort de la mujer al usar ropa interior, también se tuvo claro que la mejor herramienta para recopilar información útil para el avance de este trabajo era involucrar a la mujer y tener en cuenta su opinión, por eso se considera una herramienta eficaz como lo son las encuestas que arrojaron resultados contundentes, también fue de suma importancia tener opiniones de empresas referentes del sector y entender cómo piensan ellos desde el punto de vista de productores y distribuidores, para lo cual logramos realizar dos entrevistas a este tipo de compañías, también se realizó un test de gustos, en el cual las mujeres tenían varias opciones de telas para escoger en la que tenían la posibilidad de hacer contacto con sus dedos y de esta manera definir sus preferencias.

Para avanzar con las conclusiones finales de este trabajo de grado, es necesario retomar tanto el objetivo general como los específicos, los cuales analizaremos en base a los resultados obtenidos durante toda la investigación teórica-práctica.
A continuación, se procede a analizar los resultados obtenidos de la investigación realizada a través del marco metodológico.

El objetivo general de este trabajo es: "Analizar el confort de las mujeres en Medellín entre los 20 y 30 años al usar ropa interior, teniendo en cuenta los aspectos físicos, psicológicos y sociales", a su vez de este objetivo general se desprenden tres objetivos específicos, donde uno de ellos es el siguiente "Demostrar por medio de encuestas e investigaciones experimentales cuales son los elementos determinantes para la mujer a la hora de elegir sus prendas íntimas", estos elementos y su respectiva importancia se obtuvieron con la realización de una encuesta a un numero de 124 mujeres con un rango de edades de los 20 a 30 años. Antes de comenzar a describir cada uno de estos elementos se quiere hacer especial relevancia a que en esta investigación para más del 90% de las encuestadas el uso de ropa interior (brasieres y panties) marca una gran importancia en su día a día.

El primer elemento importante para la mujer a la hora de elegir sus prendas íntimas es su precio, este puede llegar a ser un tema algo complicado de analizar, influyen aspectos sociales, económicos y muchas personas tienen el pensamiento generalizado de que un valor mayor en algún artículo implica una mejor calidad, tratando de dejar estos aspectos a un lado, se quiso preguntar a las encuestadas que tan importante es el precio a la hora de adquirir sus prendas interiores, solo el 6% respondieron que era irrelevante, estas encuestadas claramente no ven como un problema realizar compras de prendas con altos precios, seguido de un 32% y un 44% que consideraron que este elemento es considerable e importante respectivamente, de ello podemos deducir que para las mujeres encuestadas el precio influye en su decisión de compra y lo ven como un aspecto que tienen en cuenta, la mujer quiere pagar un precio que considere justo y asequible por una prenda que le va a brindar la comodidad que están buscando, pero solo un porcentaje muy bajo considera que debe pagar altos precios más allá de lo que crean y perciban como un precio justo, vale aclarar que esto es subjetivo a cada una de las encuestadas.

Otro elemento que fue considerado como importante, radica en que las mujeres preferían adquirir prendas íntimas que fueran de marcas reconocidas, los resultados cambiaron un poco esta percepción que se tenía al respecto, para el 55% de las encuestadas este elemento es irrelevante, en conclusión para más de la mitad de las mujeres que participaron en esta encuesta, no les importa comprar su ropa interior a marcas que no sean referentes del mercado, lo cual indica que realizan la compra enfocándose en otros de los elementos previamente analizados y en algunos de los que analizaremos a continuación.

Uno de los elementos fundamentales en que la mujer piensa cuando va a comprar ropa interior sin duda alguna es la comodidad, se puede asegurar que este factor influencia en un alto porcentaje la elección de compra, las encuestadas respondieron a la pregunta de qué tan importante es que sus prendas íntimas sean cómodas, a esto el 81% respondieron que es muy importante, seguido un 17% al que respondieron que es importante, en conclusión el 98% consideran este elemento como algo indispensable que puede lograr en ellas el confort que buscan en su día a día.

Otro elemento relevante que a su vez se podría catalogar tanto en la parte física como económica es la durabilidad de la prendas íntimas, se quiso investigar si para la mujer es importante que su ropa interior cuente con esta característica o sí por el contrario era un elemento irrelevante, los resultados fueron que el 41 % y el 40% consideran este elemento muy importante e importante respectivamente, lo que claramente muestra que las encuestadas ven como un factor de gran importancia que su ropa interior cuente con la característica de durabilidad, que sea resistente al lavado y al uso continuo.

En conclusión, mediante la realización de la encuesta, logramos identificar algunos de los elementos tenidos en cuenta por la mujer a la hora de elegir sus ropa interior y que tan importante consideran que es cada uno de ellos, básicamente son tres: precio, comodidad y durabilidad, cabe decir que existen otros elementos o factores físicos que también influyen en la elección de la mujer, estos serán analizados a través del test de gustos y ayudaran a resolver otro de los objetivos específicos de este trabajo de grado. También podemos concluir que en base a la adecuada combinación de estos tres factores la mujer toma la decisión de elegir su ropa interior, también se puede ver que en solo estos tres elementos se abarcan factores económicos, sociales y psicológicos que influyen en el confort de la mujer.

Otro de los objetivos específicos de este trabajo de grado es "evidenciar que la ropa interior influye directamente en el confort, la autoestima y el comportamiento de la mujer"
Este objetivo esp
ecífico es de gran importancia para este trabajo de grado, ya que uno de los aspectos más importantes que se quieren demostrar, es que para la mujer el uso de prendas íntimas puede llegar a tener una influencia directa en su conducta y que no solo es una prenda de uso necesario.

Para poder llegar a una solución de dicho objetivo específico, mediante la encuesta se realizaron dos preguntas que se analizarán conjuntamente, ambos interrogantes tienen un factor psicológico que ayuda a determinar directamente la influencia del uso de ropa interior y sí realmente esta puede lograr cambios en el comportamiento y autoestima de la mujer.

La primera pregunta fue: Cree usted que su comportamiento cambia dependiendo del tipo de ropa interior que lleva puesta en ese momento?, con esta pregunta en específico se quería aseverar o desmentir si el uso de prendas íntimas podía influir en el comportamiento de la mujer, dejando de lado sí este cambio era positivo o negativo, los resultados fueron que el 71,8% de las encuestadas respondieron que sí, lo que muestra que un gran porcentaje considera que pueden presentar cambios en su conducta de acuerdo al tipo de prenda que estén usando en ese momento.

La segunda pregunta tenía como objetivo determinar si el uso de ropa interior que la mujer considere como su favorita podía presentar cambios en su autoestima, la pregunta fue: "llevar puesta su ropa interior favorita puede:" y de esta forma enlazar estos resultados con la pregunta anterior, las respuestas fueron las siguientes

- Es irrelevante
- Mejorar su autoestima
- Empeorar su autoestima

Como resultado se obtuvo que el 69% de las encuestadas consideran que llevar puesta su ropa interior favorita podía lograr mejorar su autoestima y el 31% respondió a esta pregunta como irrelevante. Este 31% muestra que un porcentaje considerable cree que usar su ropa interior favorita no logra generar cambio en su comportamiento pero en contraste se tiene que el 69% o sea cada 7 de 10 mujeres consideran que llevar sus prendas íntimas favoritas logran generar cambios positivos en su autoestima por ende mejorar su estado de ánimo e influenciar directamente en su confort, también podemos deducir que al usarse prendas íntimas que les brinden seguridad, comodidad y confort esto tendrá un efecto directo en la parte psicológica de la mujer.

Con los resultados obtenidos de estas dos preguntas se puede afirmar que el uso de ropa interior en la mujer puede influir en su comportamiento y sí esta lleva prendas también se presentarán cambios en su autoestima y de esta forma resolver el objetivo específico anteriormente planteado.

Para resolver el último objetivo específico el cual es "Determinar los factores físicos más influyentes en la mujer al usar ropa interior" se utilizará tanto la información obtenida a través de la encuesta, el marco teórico como algunos datos arrojados por el test de gustos, de esta manera se determinarán estos factores físicos que influyen positiva o negativamente en la comodidad y el confort de la mujer.

Para determinar el primer factor influyente en la mujer a la hora de usar ropa interior se utilizará información del marco metodológico, esta es la utilización de textiles apropiados en la elaboración de prendas íntimas los cuales deben tener las características necesarias para proteger las diferentes zonas intimas en la mujer.
"Los textiles más usados en la parte superior de la ropa interior (brasier/top), son el algodón, el lino, el nylon, el spandex, la lanilla, el algodón licrado, la blonda elástica, la microfibra y el satén entre otros.
En cuanto a la parte inferior, no hay nada co
mo el algodón; este material suave y cómodo es bueno para la salud y la higiene. Gracias a su respirabilidad, poco peso y textura suave, el algodón es ideal para el uso regular e incluso para ejercicio relativamente estacionario. El único momento en que otro material podría ser mejor es cuando se esté haciendo ejercicio pesado como correr, lo que genera sudoración; el algodón absorbe la transpiración, lo que lo hace pesado y puede causar un sarpullido." Extraído del marco metodológico

De lo anterior se puede decir que tanto para el uso del top y/o brasier como del panties, el textil más indicado para el día a día es el algodón, pero cuando se va a realizar ejercicios físicos que implique sudoración y e incremento de la temperatura en las zonas intimas el algodón no es el material adecuado ya que absorbe la transpiración y lo hace pesado alterando así el pH, causando irritación o sarpullido además de incrementar la posibilidad de infecciones vaginales. Los materiales absorbentes hechos de poliéster o nailon alejan la transpiración del cuerpo, manteniendo esa área fresca y más cómoda.

Analizando lo anterior se quiso saber que tan importante es para la mujer cuando esté realizando su compra de ropa interior el material con el cual están confeccionadas, para esto en la encuesta se realizó la siguiente pregunta:
¿Qué consideras importante a la hora de comprar Ropa Interior? Material de la prenda (telas)
Los resultados obtenidos fueron:

- Irrelevante 4%
- Considerable 8%
- Importante 28%
- Muy importante 60%

Se puede analizar que la mujer conoce la importancia de los materiales a la hora de comprar su ropa interior, entre las opciones de respuesta Importante y Muy importante sumaron el 88% demostrando que 109 de las 124 encuestadas quieren contar con materiales de buena calidad tanto en durabilidad, protección y comodidad.
En base a esta información se tomarán algunos resultados del test de gustos respecto a la elección que hicieron las encuestadas y de si realmente escogieron los materiales ideales tanto para el uso diario como en la realización de actividades físicas, de esta forma se podrá ver si los resultados obtenidos de la pregunta anterior donde indicaron la importancia de las telas en su elección de ropa interior son coherentes con los obtenidos en el test de gustos.
La pregunta #1 fue: ¿Cual muestra usarías para tu ropa interior en el día a día? Los resultados fueron:

- Muestra #1 2,5%
- Muestra #2 37,5%
- Muestra #3 40%
- Muestra #4 10%
- Muestra #5 5%
- Muestra #6 5%

En esta pregunta la mayoría de las encuestadas se inclinaron por las muestras #2 y #3, como se describieron en el análisis del test de gustos, estas están compuestas por materiales sintéticos (poliéster y nylon con spandex) que pueden brindar comodidad a la mujer pero no son las más adecuadas para el uso diario, la única muestra que estaba compuesta de algodón era la #1 la cual la convertía en la más indicada para el uso cotidiano y solo obtuvo un 2,5%, además de esto en la pregunta #2 del test de gustos la cual era ¿cuál muestra no usarías para tu ropa interior en el día a día? El 36,25% escogieron la muestra #1 (algodón) esto muestra claramente que para las mujeres es importante la composición y características de las telas, pero que en su gran mayoría no lograron escoger la tela ideal para ser usada diariamente.
En la pregunta #3 del test de gustos "¿cuál crees que sería más cómoda para tu ropa interior en actividades físicas?" se quiso analizar si las mujeres tenían conocimiento de cual tela escoger para este tipo de actividades, los resultados fueron los siguientes:

- Muestra #1 5%
- Muestra #2 55%
- Muestra #3 5%
- Muestra #4 1,25%
- Muestra #5 2,5%
- Muestra #6 31,25%

En esta pregunta la mayoría de las encuestadas eligieron las muestras #2 y #6 compuestas por poliéster y poliéster con spandex, en este sentido se puede decir que tomaron una buena decisión en la elección de estas dos muestras ya que estos materiales sintéticos son transpirables y alejan la humedad de las zonas intimas, reduciendo el riesgo de infecciones vaginales, pero queda cierta duda de que esta elección haya sido realizada por que saben de las características te estas telas o simplemente se guiaron por el tacto y las sintieron cómodas al contacto con la piel.

El segundo factor físico que se identificó como determinante en el uso de ropa interior en la mujer y que puede influir directamente en su confort es la elección

de estas dos muestras ya que estos materiales sintéticos son transpirables y alejan la humedad de las zonas intimas, reduciendo el riesgo de infecciones vaginales, pero queda cierta duda de que esta elección haya sido realizada por que saben de las características te estas telas o simplemente se guiaron por el tacto y las sintieron cómodas al contacto con la piel.

El segundo factor físico que se identificó como determinante en el uso de ropa interior en la mujer y que puede influir directamente en su confort es la elección correcta de su talla tanto para brasier como panties, para lo cual se quiso investigar si las mujeres encuestadas habían recibido algún tipo de asesoría al respecto, para lo que se les hizo la siguiente pregunta "¿Alguna marca de ropa interior le ha ofrecido algún tipo de asesoría para elegir correctamente su talla?" los resultados fueron:

- Si 32,3%
- No 67,7%

Un elemento importante y el cual puede ser determinante a la hora de que la mujer esté cómoda o no con su ropa interior, es la elección adecuada de su talla, se realizó esta pregunta enfocada en las marcas que distribuyen ropa interior ya que desde ellas se debe dar una asesoría necesaria para que la mujer aprenda a escoger su talla indicada, el sentir generalizado era que esto no sucedía y no se tenía la suficiente información por parte de las marcas para escoger el tipo de prenda que se adapte al cuerpo de la mujer, los resultados confirmaron este pensamiento, solo el 32% de las mujeres encuestadas alguna vez han recibido esta ayuda, lo que deja a un gran porcentaje con la inquietud de sí realmente están usando la talla correcta para su cuerpo y sí realmente está obteniendo el confort necesario que les puede llegar a brindar el adecuado uso de prendas íntimas. Seguida de esta pregunta se les dio la opción a las encuestadas que respondieron Si, indicaran que marca de ropa interior les ha brindado dicha asesoría, a lo que 23 mujeres expresaron que alguna vez recibieron esta ayuda por parte de Leonisa, por lo que se consideró muy importante para este trabajo incluir una de las formas en que esta empresa ayuda a la mujer a escoger tu talla correcta, la cual ya fue incluida dentro del marco teórico de este trabajo de grado.

Otro aspecto importante e influyente para la mujer es determinar que estilo de brasier y panties escoger para su día a día, esto depende absolutamente del gusto de cada mujer por lo que dentro de la elaboración del marco teórico se describieron los estilos más comunes y algunas de sus características, además de esto, dentro del test de gustos se quiso investigar qué tipo de prendas íntimas eran las preferidas para las encuestadas realizándoles las dos siguientes preguntas:

¿Qué tipo de Brasier y/o top prefieres para tu día a día? y ¿Qué tipo de Panties prefieres para tu día a día?, los resultados fueron los siguientes:

Brasier y/o top		Panties	
Clásico	40%	Clásico	42,5%
Bralette	40%	Alto	11,25%
Bustier	3,75%	Cachetero	13,75%
Straple	3,75	Tanga	32,5%
Deportivo	12,5	Hilo	0%

Claramente el estilo preferido tanto para el Brasier como para los panties son los Clásicos, lo que indica que un porcentaje importante de las encuestadas prefieren algo simple y cómodo para su día a día, el bralette también obtuvo un 40% el cual es uno de los estilos más cómodos del mercado ya que no cuenta con varillas y puede ser usado con blusas transparentes, la tanga fue escogida por el 32,5% de las encuestadas, esta prenda sigue siendo de las más usadas por las mujeres ya que es perfecta para ser utilizada con pantalones y vestidos ajustados sin tener preocupación de que se marque, pero tiene desventajas en la parte de la salud, ya que al no tener mucha tela que proteja las zonas intimas es más fácil contraer algún tipo de infección, por lo que no es muy recomendada por los médicos especialistas en el tema. El brasier tipo deportivo fue elegido por el 12,5% siendo usado por algunas mujeres en su día a día independiente de si vayan a realizar o no actividades físicas solo por el hecho de ser una prenda muy cómoda, tanto el cachetero como el estilo alto obtuvieron un porcentaje un poco superior al 10%, siendo estos dos los que cuentan con mayor protección para las zonas

intimas es más fácil contraer algún tipo de infección, por lo que no es muy recomendada por los médicos especialistas en el tema. El brasier tipo deportivo fue elegido por el 12,5% siendo usado por algunas mujeres en su día a día independiente de si vayan a realizar o no actividades físicas solo por el hecho de ser una prenda muy cómoda, tanto el cachetero como el estilo alto obtuvieron un porcentaje un poco superior al 10%, siendo estos dos los que cuentan con mayor protección para las zonas intimas de la mujer, además de ser cómodos, pero no son muy usados en el día a día ya que al ser prendas más grandes que estilo clásico y la tanga se marcan mucho más con prendas ajustadas al cuerpo. El Bustier y el Straple tuvieron el 3,75% lo que los descarta como prendas de uso diario y más bien les da una categoría de uso determinado a alguna ocasión especifica o con alguna prenda superior en especial. El hilo dental no fue elegido por ninguna de las encuestadas descartándolo completamente como una prenda de uso diario.

Otro factor físico que se pensó podía llegar a ser importante para la mujer al usar ropa interior y al realizar su elección de compra es el color de esta, para tener seguridad en esta afirmación se realizó una pregunta enfocada al color de las prendas íntimas, la cual era: ¿Qué consideras importante a la hora de comprar ropa interior (color de la prenda)? Los resultados fueron:

- Irrelevante 1,6%
- Considerable 21,8%
- Importante 43,5%
- Muy importante 33,1%

De estos resultados podemos concluir que solo para el 1,6% es irrelevante el color de la prenda interior a la hora de realizar su elección de compra, por el contrario, el 33,1% y el 43,5% lo consideran muy importante e importante, siendo los porcentajes más altos elegidos en esta pregunta, esto demuestra que para la mujer siempre está presente el color al momento de elegir una prenda íntima y que es un factor físico importante para ellas. Luego de obtener esta información y conocer su importancia, se quiso averiguar por medio del test de gustos que colores son los preferidos, por eso se realizó la siguiente pregunta:

¿Qué color de ropa interior prefieres usar? Los resultados fueron:

- Negro 50%
- Blanco 12,5%
- Rojo 16,25%
- Nude 21,25%

Los resultados se resumen en cuatro diferentes colores, al realizar esta encuesta se pensaba que serían un mayor número los presentes en el resultado, pero esto demuestra que las encuestadas se guían por colores básicos exceptuando al rojo, el cual se sale un poco de lo convencional pero fue elegido por el 16,25% de las mujeres, también es importante aclarar que se les preguntó por un único color preferido, lo que quiere decir que seguramente tengan muchos otros colores que les gusten y hagan parte de sus prendas de uso frecuente.

Desde la realización del marco teórico de este trabajo, se investigó un tema que se puede catalogar como uno de los factores físicos más influyentes en la mujer al usar ropa interior, este es la sudoración vaginal.
Como bien se explicó en el marco teórico, el sistema simpático es el encargado de estimular las glándulas suprarrenales y la sudoración en el cuerpo femenino, si bien las sudoración va directamente relacionada con incrementos en la temperatura del ambiente y es la forma natural del cuerpo para regular su temperatura, también esta relacionada con algunos cambios psicológicos, como enojo, nervios entre otros, esta sudoración claramente puede afectar el estado de ánimo en la mujer y más aún si se presenta una sudoración excesiva en la zona vaginal, produciendo picor y hasta aumentando el riesgo de infecciones, por eso es muy importante el uso de prendas íntimas cómodas y que ayuden a la respiración de la piel, de esta forma disminuyendo los efectos de este problema.
En conclusión, se puede determinar que algunos de los factores físicos que logran influir en el confort de la mujer al usar ropa interior teniendo en cuenta tanto a las prendas íntimas como al cuerpo de la mujer son los siguientes:

- Textiles o materiales de las prendas
- Correcta elección de la talla
- Elección de los diferentes estilos de brasieres y/o panties
- Color de las prendas
- Sudoración vaginal

Si la mujer logra crear un balance entre estos factores a la hora de usar su ropa interior, seguramente estará generando un confort físico que a su vez se verá reflejado en un confort psicológico, afectando de manera positiva su estado de ánimo simplemente por usar ropa interior con la cual se sienta bien tanto física como estáticamente.

Después de realizar el análisis de los tres objetivos específicos y lograr cumplirlos gracias a la elaboración tanto del Marco teórico como del Metodológico, se procede a realizar el análisis en conjunto tanto del Objetivo General como de la pregunta investigativa.

Objetivo General:
Analizar el confort de las mujeres de Medellín entre los 20 y 30 años al usar ropa interior, teniendo en cuenta los aspectos físicos, psicológicos y sociales.
Pregunta Investigativa:
¿Por qué una prenda que usualmente no es visible puede llegar a influir tanto en el confort, la autoestima y el comportamiento de la mujer?
Por medio de la realización de todo este trabajo de grado, siempre se tuvo en mente analizar los principales aspectos físicos, psicológicos y sociales que podían influir en el confort de la mujer al usar ropa interior y con base a la solución de los tres objetivos específicos se logró identificar que el confort o la falta de este siempre estará relacionado con estos tres aspectos y como una prenda que generalmente es invisible puede influir tanto en el comportamiento y autoestima de la mujer.
Para iniciar esta conclusión final, uno de los objetivos principales de este trabajo es decirle a la mujer que puede llegar a mejorar su confort mediante el uso de prendas íntimas, ese confort abarca aspectos físicos, psicológicos y sociales que la mujer debe tener en cuenta para sentirse bien con ella misma, mediante la realización de la encuesta se logró saber que para la mujer uno de los principales aspectos es sentirse cómoda con su ropa interior, esta comodidad aparte de tocar un tema físico también se puede volver psicológico ya que la comodidad física y el sentimiento de seguridad al estar usando una prenda que usualmente no es visible con la talla correcta, el estilo indicado, el color adecuado para la ocasión y hecha mediante telas que tengan las características necesarias para un determinado momento, puede llegar a darle seguridad, aumentar su autoestima y lograr un cambio psicológico en su comportamiento, de esta forma afectando su entorno social, al ser una mujer segura de sí misma y esto proyectarlo a la sociedad en la que se desenvuelve.

En cuanto al tema económico-social, se podría pensar que las mujeres se preocupan por tener ropa de marca y que esto puede llegar a ponerlas en un estatus social mucho mejor, mediante esta investigación se logró desmentir de alguna manera este pensamiento generalizado, para la mujer no es relevante comprar prendas íntimas de marca, en realidad de lo que se preocupa es que las prendas sean cómodas y le den la seguridad que ellas están buscando, por lo que si se preocupa la mujer es que esta prendas sean duraderas y estén hechas de materiales de buena calidad, lo que comprueba que es más importante la calidad sobre una marca.

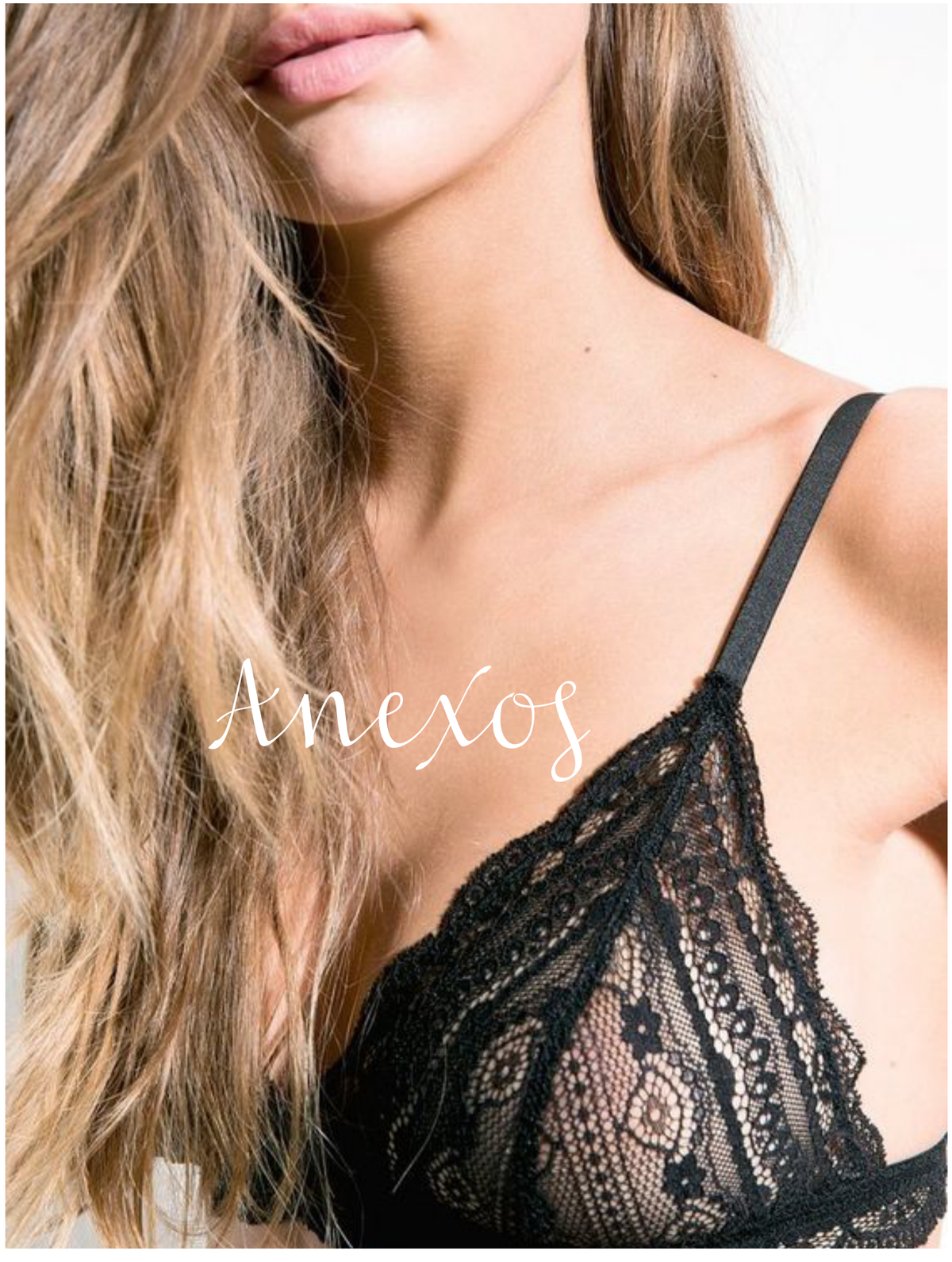
Un tema físico que se quiere dejar claro mediante esta investigación, es que uno de los factores más importantes en que la mujer debe pensar a la hora de usar o comprar su ropa interior es que debe tener conocimiento del producto que está adquiriendo, por medio del test de gustos el cual arrojo resultados que muestran que la mujer no tiene el suficiente conocimiento de los materiales y características que componen sus prendas íntimas al realizar malas elecciones de acuerdo a las preguntas realizadas, este es un aspecto fundamental con el cual se puede generar confort o por el contrario llevar una mala experiencia en el uso de ropa interior. Se quiere enseñar a la mujer que la clave al momento de elegir sus prendas a usar es identificar la situación y elegir la opción correcta, por ejemplo si se va a realizar actividades físicas la opción más sana es vestir con materiales que absorban la humedad, den transpirabilidad y sean tejidos antibacteriales, para esto se deben usar materiales sintéticos y descartar el algodón, al contrario si es para uso diario en el que no se van a realizar actividades que impliquen sudoración excesiva siempre la mejor opción será el algodón, en conclusión, identificar la actividad a realizar es fundamental para escoger la prenda más indicada y de esta forma lograr comodidad y confort en cualquier tipo de situación.

Otro de los aspectos físicos que es relevante para generar confort en la mujer al

Otro de los aspectos físicos que es relevante para generar confort en la mujer al usar ropa interior, es que ellas tengan el conocimiento y sepan escoger su talla correcta, pero esto pasa a tener un poco de responsabilidad por parte de las empresas fabricantes y distribuidoras de ropa interior, en las entrevistas realizadas a dos marcas referentes del mercado, se logró percibir que si bien tienen algunas estrategias para enseñar a sus clientas a escoger su talla, no es uno de los puntos en los que más se enfocan, también mediante la encuesta realizada a 124 mujeres de Medellín el 67,7% indicaron que nunca han recibido asesoría por parte de alguna marca para escoger su talla, lo que claramente muestra es que un gran número de mujeres puede estar utilizando prendas con una talla incorrecta lo que directamente afecta su comodidad y confort, por eso mediante esta investigación anexamos en el marco teórico un instructivo realizado por la marca Leonisa, en la cual enseñan a la mujer a escoger su talla tanto en brasier como panties, se toma como referencia esta marca ya que en la encuesta realizada las mujeres que respondieron que han recibido asesoría para escoger su talla, la gran mayoría respondió que fue Leonisa la que les brindo esta importante asesoría.

En conclusión mediante la elaboración de todo este trabajo de grado, se lograron identificar mediante investigaciones teóricas, encuestas, test de gustos y entrevistas los principales aspectos físicos, psicológicos y sociales que pueden generar o no confort en la mujer mediante el uso de ropa interior y lograr explicarlos de una manera sencilla de entender para los lectores y en especial para la mujer, la cual se espera utilice esta información que fue realizada con el único objetivo de explicar que mediante la buena elección de prendas íntimas teniendo en cuenta todos los factores anteriormente analizados se puede llegar a generar un confort que se vea reflejado en un aumento de autoestima, seguridad y cambios positivos en el comportamiento solo por el hecho de llevar una prenda íntima elegida a conciencia.





Anexos

Encuesta

1. ¿Qué tan importante es para usted el uso de Ropa Interior en su diario vivir? *

	Irrelevante	Importante
Brasier y/o Top	○	○
Panties	○	○

2. ¿Alguna marca de Ropa Interior le ha ofrecido algún tipo de Asesoría para elegir Correctamente su Talla? *

○ sí

○ no

3. En caso de que su respuesta anterior haya sido SI

¿Cual Marca de Ropa Interior le ha brindado dicha Asesoría?

_____

4 ¿Qué consideras importante a la hora de comprar Ropa Interior? *

	Irrel	Cons	Impo	MuyImpo
Colores de la Prenda	○	○	○	○
Material de la Prenda (telas)	○	○	○	○
Precio	○	○	○	○
Comodidad	○	○	○	○
Que sea de Marca	○	○	○	○
Que Combine la Interior y la Exterior	○	○	○	○
Que Combine la inferior y la Superior	○	○	○	○
Durabilidad	○	○	○	○

5. ¿Con que Frecuencia Compra usted Brasieres y/o Tops? * ▽

6. ¿Con que Frecuencia compra usted Panties? * ▽

7. ¿Cree usted que su Comportamiento cambia Dependiendo del tipo de Ropa Interior que lleva puesta en ese momento? *

○ sí

○ no

8. Llevar puesta su Ropa Interior Favorita puede: *

○ Mejorar su autoestima

○ Empeorar su autoestima

○ Es irrelevante

9. ¿Cada cuánto lava usted sus Brasieres y/o Tops? * ▽

10. ¿Cada cuánto lava usted sus Panties? * ▽

Entrevista

Empresa _____
Nombre de la persona entrevistada _____
Cargo de la persona Entrevistada _____

1. ¿Han realizado investigaciones de mercado para conocer los gustos y preferencias de sus clientes y qué resultados han obtenido para ayudar a comprender un poco el pensamiento de la mujer en cuando al uso de ropa interior?

2. ¿Cuáles son los materiales más usados en sus prendas y cuáles son sus características?

3. ¿Tienen alguna campaña o test para enseñarle a sus clientes a escoger las tallas correctas tanto en brasier como en panties?

4. ¿Qué tan importante es para ustedes como marca que por medio de sus prendas se genere un confort en sus clientes y por medio de que herramientas se aseguran de que sus usuarios estén conformes con sus productos?

5. ¿Cuáles aspectos ven como las principales fortalezas de su marca y cuales consideran que deberían mejorar?

6. ¿Aproximadamente para cuánto tiempo de uso están diseñadas sus prendas?

7. ¿Cree usted que la autoestima de una mujer esta relacionada con la ropa interior así sean prendas que no son visibles para los demás?

Entrevista Luckywoman

Empresa: Luckywoman
Nombre de la persona entrevistada: Luisa Gómez
Cargo de la persona Entrevistada: Diseñadora

1. ¿Han realizado investigaciones de mercado para conocer los gustos y preferencias de sus clientes y qué resultados han obtenido para ayudar a comprender un poco el pensamiento de la mujer en cuando al uso de ropa interior?

En realidad, la marca hace diseños teniendo en cuenta su consumidor predeterminado. Puede que mujeres sean usuarias de nuestra marca sin ser diseñadas las prendas para ellas específicamente. Contamos con el apoyo de inexmoda para ver las tendencias cada temporada, donde vemos los colores, siluetas e historias que estarán de moda, además hacemos un análisis de respuesta del consumidor con lo que vamos sacando así vemos que sacaremos próximamente teniendo en cuenta lo más vendido.

2. ¿Cuáles son los materiales más usados en sus prendas y cuáles son sus características?

La mayoría de nuestras prendas están basadas en encaje pues son los de mejor aceptación, también de tul, en ocasiones microfibras y talcos. En algunas ocasiones utilizamos telas similares a la seda que den esa caída. Se caracterizan por su transparencia, delicadeza, feminidad.

3. ¿Tienen alguna campaña o test para enseñarle a sus clientes a escoger las tallas correctas tanto en brasier como en panties?

Campaña o test se refiere según lo que tengo entendido a las fotografías como bien lo dice de campaña, que son para publicidad de la marca, y los test son fotografías para ver las modelos y sus diferentes facetas. Pero si contamos con una tabla de medidas, donde nuestras consumidoras pueden medir sus contornos con una imagen de referente y escoger que talla se adecua mejor a su figura.

4. ¿Qué tan importante es para ustedes como marca que por medio de sus prendas se genere un confort en sus clientes y por medio de que herramientas se aseguran de que sus usuarios estén conformes con sus productos?

Somos una empresa online por lo cual, el producto final es nuestro principal objetivo, el confort en las prendas íntimas es de vital importancia pues es una prenda que tiene contacto directo con la piel y las partes más delicadas del cuerpo. Nos aseguramos que las telas sean las más suaves, que nuestros refuerzos sean en algodón para una mejor transpiración, nuestra confección que sea muy cuidadosa para que los resortes, elásticos, varillas o cualquier herraje o insumo extra se adecuae a la prenda de la mejor manera.

5. ¿Cuáles aspectos ven como las principales fortalezas de su marca y cuales consideran que deberían mejorar?

Consideramos que nuestra confección es de excelente calidad, por esta razón los productos también lo son. Creemos que debemos ampliar nuestro canal de distribución y estamos en el proceso, pues es difícil crear confianza por medios virtuales nada más.

Entrevista Luckywoman

6. ¿Aproximadamente para cuánto tiempo de uso están diseñadas sus prendas?

Creo que es complicada responder esta pregunta, pues la vida útil de nuestras prendas depende del cuidado de sus usuarias y el uso continuo que les den.

7. ¿Cree usted que la autoestima de una mujer está relacionada con la ropa interior así sean prendas que no son visibles para los demás?

Consideramos que, si lo es, pues dicen que lo que tenemos dentro es lo que reflejamos, no hay nada más cierto que tus prendas íntimas hablan de quien eres en realidad, especialmente ahora que estas prendas se han vuelto exteriorizables.

Entrevista Luckywoman

3. ¿Tienen alguna campaña o test para enseñarle a sus clientes a escoger las tallas correctas tanto en brasier como en panties?

Campaña o test se refiere según lo que tengo entendido a las fotografías como bien lo dice de campaña, que son para publicidad de la marca, y los test son fotografías para ver las modelos y sus diferentes facetas. Pero si contamos con una tabla de medidas, donde nuestras consumidoras pueden medir sus contornos con una imagen de referente y escoger que talla se adecua mejor a su figura.

4. ¿Qué tan importante es para ustedes como marca que por medio de sus prendas se genere un confort en sus clientes y por medio de que herramientas se aseguran de que sus usuarios estén conformes con sus productos?

Somos una empresa online por lo cual, el producto final es nuestro principal objetivo, el confort en las prendas íntimas es de vital importancia pues es una prenda que tiene contacto directo con la piel y las partes más delicadas del cuerpo. Nos aseguramos que las telas sean las más suaves, que nuestros refuerzos sean en algodón para una mejor transpiración, nuestra confección que sea muy cuidadosa para que los resortes, elásticos, varillas o cualquier herraje o insumo extra se adecuae a la prenda de la mejor manera.

5. ¿Cuáles aspectos ven como las principales fortalezas de su marca y cuales consideran que deberían mejorar?

Consideramos que nuestra confección es de excelente calidad, por esta razón los productos también lo son. Creemos que debemos ampliar nuestro canal de distribución y estamos en el proceso, pues es difícil crear confianza por medios virtuales nada más.

Entrevista Formas Intimas

Empresa: Formas Intimas
Nombre de la persona entrevistada: Manuela Cano
Cargo de la persona Entrevistada: Directora de Producto

1. ¿Han realizado investigaciones de mercado para conocer los gustos y preferencias de sus clientes y qué resultados han obtenido para ayudar a comprender un poco el pensamiento de la mujer en cuando al uso de ropa interior?

Nosotros hacemos estudios e investigaciones de tendencias y realizamos encuestas, ya sean impresas y/o virtuales. Como nuestros diseños están dirigidos para mujeres de edades mayores buscamos constantemente la mejora dentro del producto haciendo análisis del mercado, el consumidor y su comportamiento. Al tener equipo comercial por todo el país realizamos encuestas en todo Colombia y eso nos brinda buena información.

2. ¿Cuáles son los materiales más usados en sus prendas y cuáles son sus características?

Formas Intimas maneja dos telas principales para la línea masculina e infantil algodón elastano que también esta en algunas de las líneas de mujeres adultas y para complementar tenemos un poliéster elastano microfibra, son telas que fabricamos nosotros mismos. Al ser productores podemos jugar con muchas características del producto, como el peso, la transparencia, que sean de buen tacto y que no calienten mucho.

3. ¿Tienen alguna campaña o test para enseñarle a sus clientes a escoger las tallas correctas tanto en brasier como en panties?

Ahorita empezamos algunas cosas que tienen que ver con eso, pero en

nuestro caso parte desde las promotoras que tenemos, el año pasado realizamos un manual de producto, empezamos con el brasier que es nuestra prenda número uno y tiene toda la explicación, lo que se debe hacer y lo que no, pero es algo que no se ha hecho aun con el consumidor o usuario en sí, lo que nos interesa por ahora es capacitar el personal para que ellos puedan asesorar bien a los clientes.

4. ¿Qué tan importante es para ustedes como marca que por medio de sus prendas se genere un confort en sus clientes y por medio de que herramientas se aseguran de que sus usuarios estén conformes con sus productos?

Que se genere un confort es vital para nosotros, los clientes y consumidores nos hacen constantemente retroalimentaciones y desde producción realizamos análisis y pruebas de uso. Cada prenda que sale a la venta ya ha sido usada mínimo por 5 personas de la empresa para garantizar que la gente real nos diga que le parece, como se sienten y con eso realizamos cambios y demás.
Acá tenemos un lema dentro de la compañía y es que nosotros hacemos prendas para uso diario, nosotros vestimos a la mujer en su día a día y lo importante es que la mujer no sienta que tiene ropa interior, es decir, que no sienta una varilla, que no sienta un panty apretado, para nosotros eso es el confort que la persona pueda usar una prenda formas intimas todos los días y todo el día.

5. ¿Cuáles aspectos ven como las principales fortalezas de su marca y cuales consideran que deberían mejorar?

Como marca como tal probablemente muchas personas no nos conozca ni como formas intimas o como fi o mile fashion que es la marca principal y eso

podría considerarse como algo negativo, pero en realidad nosotros no le damos prioridad a la marca sino al producto y en este momento en muchos puntos de venta a nivel nacional tenemos facturaciones buenas entonces nos muestra que es más importante el producto y el precio para que la consumidora sienta que necesita una prenda de formas íntimas. Nuestra consumidora y lo que hemos detectado es que no está dispuesta a pagar más por una prenda que para ella en apariencia es lo mismo. Y en el tema de falencias no somos súper fuertes en moda, pero es porque nuestro público busca algo diferente.

6. ¿Aproximadamente para cuánto tiempo de uso están diseñadas sus prendas?

En realidad, nuestros productos son de buena calidad, pero la respuesta es difícil por el tema del lavado, manejamos muchas etiquetas de comunicación. Si tu manejas bien un panty te puede durar seis meses, o un año y estar en buen estado, así como si te lo pones muy seguido, lo lavas en la lavadora y le aplicas detergentes fuertes te puede durar menos. Pero no considero que sean prendas de menos de 6 meses y hasta un año.

7. ¿Cree usted que la autoestima de una mujer está relacionada con la ropa interior así sean prendas que no son visibles para los demás?

Si, totalmente, porque desde ahí parte la mujer como se siente y como se viste, si de pronto quiere que se le vea la ropa interior porque se siente mejor así o se quiere cubrir toda y eso se ve también desde el tipo de producto que manejamos. Si ves en el portafolio hay prendas con mucho cubrimiento y ahí te dice que tipo de mujer es, no es una mujer muy lanzada, es decir, su personalidad parte desde ahí.

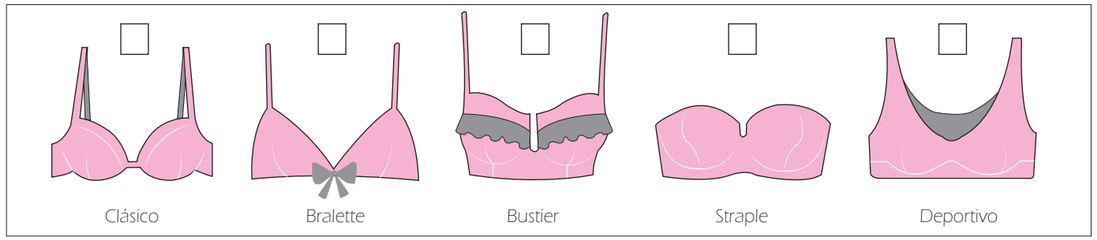
TEST DE GUSTOS

De acuerdo a las 6 muestras de telas enumeradas, conteste las primeras 4 preguntas.

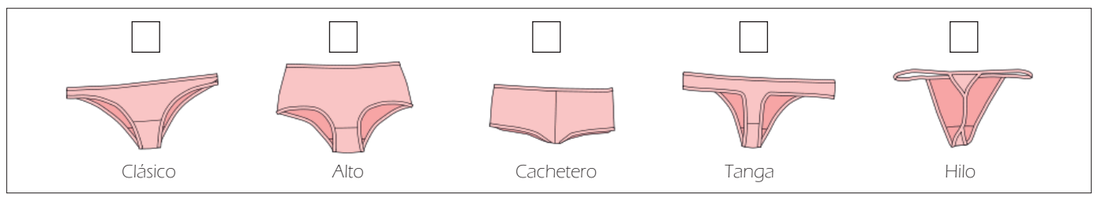
1. ¿ Cual muestra usarias para tu ropa interior en tu día a día ? _____
2. ¿ cual no usarias para tu ropa interior en tu día a día ?_____
3. ¿ Cual crees que sería mas cómoda para tu ropa interior para realizar actividades físicas ?_____
4. ¿ Cual crees que sería mas incómoda para tu ropa interior para realizar actividades físicas ?_____

5. ¿ Que color de ropa interior prefieres usar ? _____

6. ¿ Que tipo de brasier y/o top prefieres para tu día a día ?



7. ¿ Que tipo de panties prefieres para tu día a día ?



MUESTRAS

ALGODÓN

MUESTRA #1

POLIESTER

MUESTRA #2

NYLON Y SPANDEX

MUESTRA #3

POLIESTER

MUESTRA #4

SPANDEX Y NYLON

MUESTRA #5

POLIESTER Y SPANDEX

MUESTRA #6

Bibliografia

Lozano Garzón, R. (31 de diciembre de 2015). Por precio del dólar, aumenta venta de ropa interior nacional. El Tiempo, pág. Obtenido de http://www.eltiempo.com/economia/sectores/aumento-de-venta-de-ropa-interior-colombiana/16470593

Moreno Vanegas, A. B. (2012). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de ropa interior femenina en Bogotá. Bogotá D.C. Obtenido de http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/1523/MorenoAdriana2012.pdf?sequence=1

Redacción El Tiempo. (22 de Noviembre de 2006). Nueve de cada diez mujeres no saben cuál es su talla adecuada de brasier. El Tiempo. Obtenido de http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-3336388

Júlio C. de S. van der Linden, M.Eng. O conceito de conforto a partir da opinião de especialistas. Universidade Federal do Rio Grande do Sul – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção - Porto Alegre, Brasil. Obtenido de
http://www.producao.ufrgs.br/arquivos/publicacoes/101_o%20conceito%20de%20conforto.pdf

Richards, L G. (1980). On the psychology of passenger comfort. University of virginia) new york : Academic press.

Slater, Keith. (October 1985). Human Comfort. Publisher: Charles C Thomas Pub Ltd.

Improving Comfort in Clothing, Edited by Guowen Song. Woodhead publishng series in textiles: numer 106.

Laín Entralgo, Pedro. (1989). El cuerpo humano Teoría actual. Talleres gráficos de la Editorial Espasa-Calpe, S. A.

Bibliografia

Huertas Vera, Mª Carmen; Aguayo González, Francisco; Marcos Bárcena, Mariano; Peralta Álvarez, María Estela; Ávila Gutiérrez, María Jesús; González-Regalado Montero, Eduardo. (Julio de 2015). Diseño experiencial ergocromático para proyectos industriales. Escuela Politécnica Superior de la Universidad de Sevilla, Universidad de Cádiz. Obtenido de https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/41274/Aguayo_ponencia_2015_Dise%C3%B1o%20experiencial.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Pedro R. Mondelo,Enrique Gregori Torada,Emilio Castejón Vilella,Santiago Comas Úriz,Esther Bartolomé Lacambra. (2001). Ergonomía 2: Confort y estrés térmico.

Redacción demedicina.com. (18 de Septiembre de 2015). Escrito por Elena. Obtenido de http://demedicina.com/sistema-nervioso-simptico-y-parasimptico/

Manolete S. Moscoso. (Diciembre 2009). De la mente a la célula: impacto del estrés en psiconeuroinmunoendocrinologia. Liberabit revista de psicología. Sci elo. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1729-48272009000200008&script=sci_arttext

Carmen R. Victoria García-Viniegras e Idarmis González Benítez. (Diciembre 2000). La categoría bienestar psicológico. Su relación con otras categorías sociales. Revista Cubana Medicina General Integral v.16 n.6 Ciudad de La Habana. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252000000600010

Tratado de Fisiología Médica; Guyton, Hall; 12Âª Edición; 2011; Elsevier. Onmeda International.

Bibliografía

M.T. Muñoz Calvo, J. Pozo Román. Pubertad normal y sus variantes. Obtenido de https://www.adolescenciasema.org/usuario/documentos/4_-Pubertad_PI_6.pdf

Redacción El Universo. (8 de Marzo de 2010). Estados físicos y psicológicos de la mujer que la distinguen del hombre. Obtenido por http://www.eluniverso.com/2010/03/08/1/1384/estados-fisicos-psicologicos-mujer-distinguen-hombre.html

Jaime Botero U, Guillermo Henao, Juan Guillermo Londoño. (2008) Obstetricia y Ginecología octava edición.

Maldonado, Tomas. El diseño industrial reconsiderado (Barcelona, 1977 y edición revisada Barcelona, 1993).

Joseph Edward Shigley y Charles R. Mishke. Diseño en ingeniería mecánica (Mechanical Engineering Design), publicada en 1989, "diseño es formular un plan para satisfacer una necesidad humana".
Mussuto , Gabriela Mónica. Diseño no es moda y moda no es diseño de indumentaria. Una mirada contrastiva. (Octubre 2008) Licenciada en Diseño Textil e Indumentaria / UADE / Argentina.

FLÜGEL, J. C. (John Carl), Psicología del vestido, 1964. The Psichology of clothes, traducción de Analía Kornblit, Buenos Aires, Paidós, 1ª edición castellano.

Charo, Patricia. Lencería femenina: prendas invisibles a las miradas lejanas y visibles en la elección. (Abril 2012). Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo

Bibliografía

Moldes, M. F. (2012). La garsonié: sobre bragas y otros pudores. Proyecto de graduación. Buenos Aires: Facultad de diseño y comunicación. Universidad de Palermo

Aubele, C. (2007). Secretos del vestidor: ideas para verse siempre bien. Buenos Aires: Aguilar

Avellaneda, Diana. Debajo del vestido y por encima de la piel... Historia de la ropa interior femenina. (2007) Editorial: NOBUKO.

Liberabit Revista de Psicología versión impresa ISSN 1729-4827 - liber. v.15 n.2 Lima jul./dic. 2009

CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas) ¿Para qué se utilizan las encuestas? Obtenido de http://www.cis.es/cis/opencms/ES/1_encuestas/ComoSeHacen/paraqueseutilizan.html

Juan Carlos Zubieta Irune, Jesús Ferrero. 2010. ¿Para qué sirve una encuesta? Obtenido de http://www.eldiariomontanes.es/v/20100418/opinion/articulos/para-sirve-encuesta-20100418.html

Greta Borrás. 2014. La ropa interior es más visible que nunca. Obtenido de http://epoca1.valenciaplaza.com/ver/145146/la-ropa-interior-es-mas-visible-que-nunca.html



Trabajo de grado para optar al título de diseñadora de vestuario
Asesor de trabajo de grado: Fausto A Zuleta M.
Universidad Pontificia Bolivariana
Medellín 2017