



Hoja de ruta del sector textil, de la moda y confección



Resultados obtenidos a partir de entrevistas y encuestas con los agentes clave del sector



Coordinator



atexga





ÍNDICE

- **INTRODUCCIÓN AL PROYECTO**
- Utilidad de la antropometría
- Relación con el nuevo sistema de tallaje
- Hoja de ruta del sector textil, de la moda y confección
- Participación del sector

Introducción al proyecto

**LA FINALIDAD DEL PROYECTO ES CONTRIBUIR AL
AUMENTO DE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TEXTIL,
MODA Y CONFECCIÓN EN ESPACIO SUDOE**

mediante

**EL CONOCIMIENTO DE LAS MEDIDAS
ANTROPOMÉTRICAS DE LOS CONSUMIDORES**

Introducción al proyecto

Los objetivos específicos del proyectos son:



1. Identificar las necesidades concretas de la industria .
2. Completar y actualizar los **estudios antropométricos** realizados en España, Francia y Portugal.
3. Transferir a las empresas **conocimiento y metodologías** para el uso y explotación de bases de datos 1D y 3D → Red de centros tecnológicos para apoyar dicha transferencia
4. Adaptar el tejido industrial del SUDOE a la **nueva normativa europea** de tallaje, aportando los intereses de las empresas del espacio SUDOE a la nueva normativa europea de tallas.

Introducción al proyecto

El consorcio está formado por:

Instituto de Biomecánica de Valencia (IBV)	IBV	 España
Asociación Textil de Galicia	ATEXGA	 España
Federación Española de Empresas de Confección	FEDECON	 España
Centro Tecnológico das Industrias Têxtil e Vestuário de Portugal	CITEVE	 Portugal
Associação Têxtil e Vestuário de Portugal	ATP	 Portugal
Université Bordeaux 1 Laboratoire IMS - UMR 5218 CNRS	UNIBORDE AUX1	 Francia
Institut Francais du Textile et de l'Habillement	IFTH	 Francia
Instituto Nacional del Consumo	INC	 España



ÍNDICE

- Introducción al proyecto
- **UTILIDAD DE LA ANTROPOMETRÍA**
- Relación con el nuevo sistema de tallaje
- Hoja de ruta del sector textil, de la moda y confección
- Participación del sector

Utilidad de la antropometría

Importancia de conocer las medidas de la población

La antropometría, útil para adaptar el entorno a nuestra medida

La antropometría es la **ciencia que estudia la forma y las medidas del cuerpo humano**. Cumple una función destacada en el diseño de productos y en la relación de las personas con su entorno.

La actualización de los datos antropométricos 1D y 3D de la población **permite garantizar el uso funcional y adecuado de un producto a las características de las personas que lo van a utilizar**.

Utilidad de la antropometría

Importancia de conocer las medidas de la población

¿Para qué sirve una base de datos antropométrica?

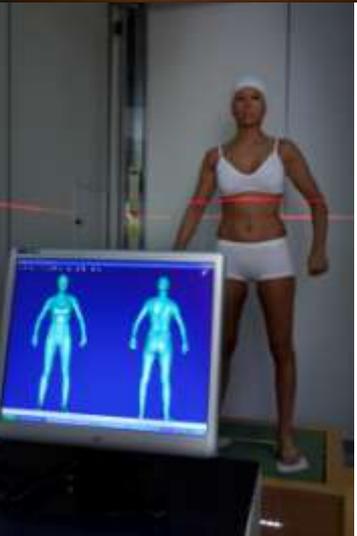
- Sólo sabiendo lo que miden en **3 dimensiones de las personas podemos conseguir un ajuste óptimo de la ropa**. El correcto ajuste de la ropa permite incrementar el confort y la satisfacción del usuario y puede contribuir a disminuir las devoluciones en las ventas por internet.
- **Al escanear un cuerpo lo que hacemos es reproducirlo en todas sus dimensiones volumétricas**. Con esta información se abre un mundo de posibilidades ya que te permite realizar diseños por ordenador para reducir el tiempo de introducción en el mercado y número de cambios de diseño.



ÍNDICE

- Introducción al proyecto
- Utilidad de la antropometría
- **Relación con el nuevo sistema de tallaje**
- Hoja de ruta del sector textil, de la moda y confección
- Participación del sector

¿Cuál es la relación de este estudio con la definición de un nuevo tallaje?



- La definición del sistema de tallas en Europa es competencia del Comité Europeo de Normalización (CENTC 248 WG10).
- El CEN define la normativa que no es de obligado cumplimiento, sino que pueden adoptarla las empresas que lo consideren oportuno.
- Miembros del consorcio que pertenecen a este comité y por tanto, velarán para que las dimensiones de la población queden reflejadas en el nuevo sistema de tallaje.



ÍNDICE

- Introducción al proyecto
- Utilidad de la antropometría
- Relación con el nuevo sistema de tallaje
- **HOJA DE RUTA DEL SECTOR TEXTIL, DE LA MODA Y CONFECCIÓN**
- Participación del sector

Hoja de ruta del sector textil, de la moda y confección

Necesidades del sector

- Obtener información de las necesidades de los **distintos tipos de empresas textiles, comercios y usuarios.**



Hoja de ruta del sector textil, de la moda y confección

FABRICANTES:

Identificación de problemas y necesidades para la adecuación de las prendas a los usuarios

No poseen una buena base antropométrica y además es bastante heterogénea entre empresas

- Cada empresa posee su propia tabla de medidas lo que provoca una gran variedad de medidas en una misma talla.
- Esta variedad de medidas también está sujeta a la estrategia comercial de cada empresa.
- El estudio antropométrico debería ofrecer la media de las medidas más comunes para que cada empresa pueda utilizarlas. El obtener una base antropométrica les proporciona una actualización de las dimensiones de la población.

No existe una armonización de tallas para mejorar la exportación

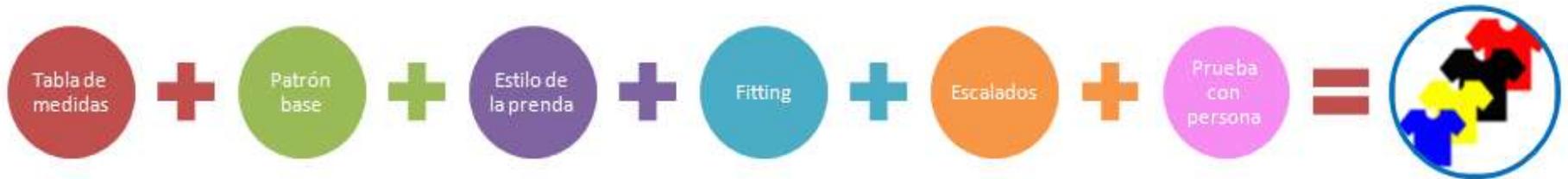
- Existen problemas para la exportación porque no coinciden tallas a nivel internacional e incluso a nivel europeo.
- No se manejan datos antropométricos de cada país, lo hacen a través de los equipos comerciales que les aportan información acerca de cómo está funcionando la prenda.
- Consideran que si quieren exportar a un país deberían tener la información antropométrica de la población de ese país.
- Se trabaja también con prueba-error o en algunos casos es la marca extranjera la que ofrece una tabla de medidas y en base a ellas realizan el patrón.

Hoja de ruta del sector textil, de la moda y confección

FABRICANTES:

Identificación de problemas y necesidades para la adecuación de las prendas a los usuarios

PROCESO DE PATRONAJE DE PRENDAS



Hoja de ruta del sector textil, de la moda y confección

FABRICANTES:

Identificación de problemas y necesidades para la adecuación de las prendas a los usuarios

TABLA DE MEDIDAS

	PECHO		ENTORSA		CINTURA	
	CM	IN	CM	IN	CM	IN
HOMBRE	80	31-32	80-88	31-33	76-78	30-31
M	88	34-35	88-96	34-36	80-82	31-32
L	96	37-38	96-104	37-39	84-86	33-34
XL	104	39-40	104-112	39-41	88-90	35-36
MUJER	80	31-32	78-84	30-31	68-70	27-28
M	84	32-33	80-86	31-32	72-74	28-29
L	88	33-34	84-90	32-33	76-78	29-30
XL	92	34-35	88-94	33-34	80-82	30-31
NIÑO	84	32-33	72-78	28-29	64-66	25-26
M	88	33-34	76-82	29-30	68-70	26-27
L	92	34-35	80-86	30-31	72-74	27-28
XL	96	35-36	84-90	31-32	76-78	28-29

Características y mejoras

- Cada empresa posee su propia tabla de medidas y trabajan respecto a esas medidas
- En el caso de patronistas autónomos poseen sus propias tablas o trabajan con las tablas de la empresa que les contrata
- Las tablas se mejoran según la experiencia de cada empresa o patronista
- Las medidas se adaptan al tipo de cliente o público al que se dirige la empresa
- Inclusión de la talla 46 como talla normal y a partir de la 48 talla especial.

Problemas

- Es difícil la externalización de las prendas
- Dificultad para basar las medidas en grupos de edad. Aunque opinan que sería muy positivo poder trabajar a partir de grupos de edad
- Las tablas no están actualizadas a la antropometría de la población actual.
- En las tablas no se recogen diferencias morfológicas de la población.

Hoja de ruta del sector textil, de la moda y confección

FABRICANTES:

Identificación de problemas y necesidades para la adecuación de las prendas a los usuarios

PATRÓN BASE



Características y mejoras

- Proponen una misma base de patrón hasta la talla 46 y otra base a partir de la talla 48. De este modo evitarían que la prenda se deformase.
- Si tuvieran medidas más exactas de todo el cuerpo podrían mejorar el paso del diseño de la prenda al patrón.

Problemas

- Problemas con el escalado de las prendas ya que, normalmente, a partir de la talla 46 la prenda se deforma.
- Es complicada la normalización con otros países por que cada país tiene un tallaje, lo solucionan con diferentes patrones o patrones nuevos. Para muchos países deben adaptar el patrón porque la anchura y dimensiones son diferentes para cada sitio.
- Problemas del origen de la toma de las medidas: para diseñar muchas veces parten de una foto y luego trasladar este diseño al patrón es bastante difícil.

Hoja de ruta del sector textil, de la moda y confección

COMERCIOS:

Identificación de problemas y necesidades para la adecuación de las prendas a los usuarios

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA DEL CLIENTE:

- El hombre con el tiempo se igualará a la mujer en la aceptación del ritmo de la moda (rotación de productos cada temporada).
- Hombre y mujer cada vez más quieren ir a la moda, independientemente de la edad (edad avanzada, sobretodo en mujeres) o de la talla (tallas grandes).
- La fidelización a las marcas es mayor en hombres que en mujeres. Si el hombre adopta el patrón de consumo de la mujer, esta fidelización puede disminuir considerablemente.

ASESORAMIENTO AL CLIENTE, el éxito pasa por:

- Ver cómo viste el cliente para acertar con el ESTILO
- Conocer las medidas del cliente para acertar su TALLA
- Conocer la morfología del cliente para ayudarlo a elegir aquellas prendas que se ajusten a él: el PATRÓN es esencial para acertar con el ajuste

SOLUCIONES A LOS PROBLEMAS DE TALLA Y AJUSTE

- Estandarización de las tallas a nivel nacional y europeo
- Igualar las tallas en todas las familias de prenda de hombre
- Conocer la evolución de la morfología del cuerpo para mejorar el ajuste en las personas mayores

Hoja de ruta del sector textil, de la moda y confección

COMERCIOS:

Identificación de problemas y necesidades para la adecuación de las prendas a los usuarios

PRINCIPALES PROBLEMAS CON LA TALLA Y EL AJUSTE DE LA PRENDA	
EN HOMBRES	
DIFERENCIA DE TALLAJE EN LAS PRENDAS	<p>Las tallas de hombre son diferentes según la familia de la prenda. De este modo un hombre puede tallar la 40 de camisa, la 44 de pantalón y la 50 de cazadora. Esto no pasa en las mujeres y los vendedores opinan que es un problema porque los hombres no saben nunca cuál es su talla en cada prenda.</p> <p>Este problema se traslada a la compra on-line donde las tiendas reciben muchas llamadas de hombres que no saben qué talla elegir de camisa, jersey, pantalón, cazadora...debido a esta variedad de tallajes.</p>
CAMISAS	<ul style="list-style-type: none">• Diferencia de tallajes en camisas: Hay tres o cuatro tallajes diferentes a nivel europeo. Para las tiendas es un problema porque cada fabricante talla de una manera. Unos tallan por cuello, otros tallan por slim, médium o large y otros por numeración.• Cambio del patrón tradicional a las nuevas tendencias: La camisa de vestir se rige por la talla del cuello, tradicionalmente el patrón de las camisas ha sido bastante ancho y era aceptado por los hombres en tanto el cuello les viniera bien. Actualmente se está llevando la prenda de hombre hacia la moda con lo que los patrones son cada vez más estrechos y esto provoca problemas de ajuste en aquellos hombres con alto índice de masa corporal o personas mayores. También a la mayoría de hombres altos les viene corta la manga de la camisa.
PANTALONES	<ul style="list-style-type: none">• Cambio del patrón tradicional a las nuevas tendencias: Actualmente la moda es de tiro bajo y pernera estrecha. Esto no pasaba antes porque los pantalones eran más anchos y valían para mucha más gente. Hay hombres que les gusta ir más a la moda con pantalón más estrecho y otros que no lo soportan porque les gusta ir más cómodos. El largo del pantalón es un problema menor.
AMERICANAS	<ul style="list-style-type: none">• Cambio del patrón tradicional a las nuevas tendencias: Es lo más complicado porque no sienta bien a casi ningún hombre, todas tienen que hacerse arreglos. La mayoría de las marcas son extranjeras, en España no hay muchos fabricantes de ropa para hombre por ello se encuentran con tantos problemas para acoplar la ropa a los españoles medios.

Hoja de ruta del sector textil, de la moda y confección

COMERCIOS:

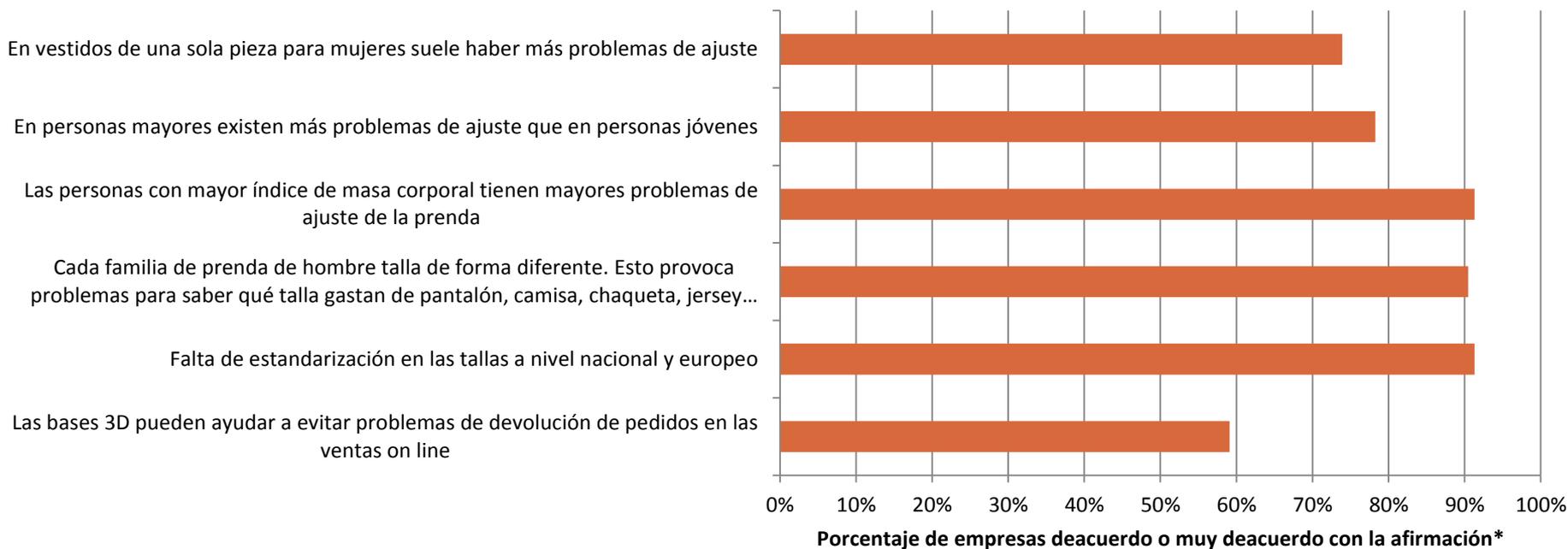
Identificación de problemas y necesidades para la adecuación de las prendas a los usuarios

PRINCIPALES PROBLEMAS CON LA TALLA Y EL AJUSTE DE LA PRENDA	
EN MUJERES	
HETEROGENEIDAD EN LAS TALLAS	Con las mujeres existe un problema con la numeración de las tallas. Una talla que sea mayor a la suya ya no se la prueban. Si una mujer talla la 48 normalmente no quieren probarse una 50. Sólo por la percepción de tener que llevar una talla más aunque las medidas de la ropa sea la misma.
AJUSTE DE LAS PRENDAS	<ul style="list-style-type: none">• El mayor o menor grado de ajuste en las prendas en mujeres viene determinado por la edad de éstas y por el escalado o rotura del patrón a partir de una talla determinada.• Así a lo largo de las entrevistas se ha detectado que en comercios de moda cuyo grupo de edad es joven o de mediana edad no suelen tener muchos problemas de ajuste de las prendas, los problemas más comunes son los largos. Sin embargo en comercios dirigidos a señora de edad avanzada suelen tener muchos problemas de ajuste debido, por un lado, a los cambios producidos en la mujer cuyas proporciones varían mucho y a la falta de un buen escalado o rotura de patrón que haga que esa prenda se amolde a la morfología real de esas mujeres de edad avanzada.• En vestidos de una sola pieza suelen haber más problemas de ajuste al ser una misma talla tanto de busto como de cadera y generalmente las mujeres de edad mayor edad tiene más descompensada las formas del cuerpo superior e inferior por lo que se hacen mayores arreglos en estas prendas.• Las mujeres no tienen ningún problema en que se les arregle la ropa, suelen entender bastante bien que la prenda necesite un pequeño arreglo para que le sienta perfecto.

Hoja de ruta del sector textil, de la moda y confección

Problemas con las tallas y ajuste de las prendas

Problemas con las tallas y ajuste de las prendas. Solución aplicando las bases de datos antropométricas



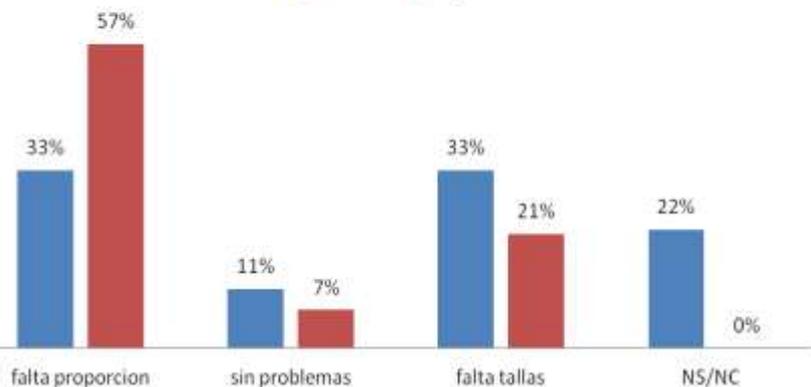
* Encuesta on-line completa por 49 empresas. Pregunta respondida por 23 empresas.

Hoja de ruta del sector textil, de la moda y confección

Problemas con las tallas y ajuste de las prendas

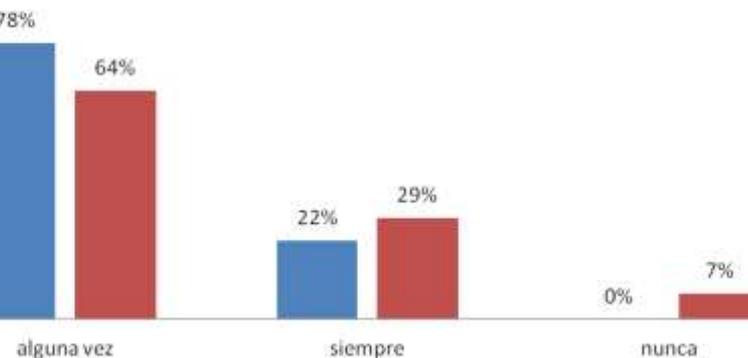
problema tallas

■ hombres ■ mujeres

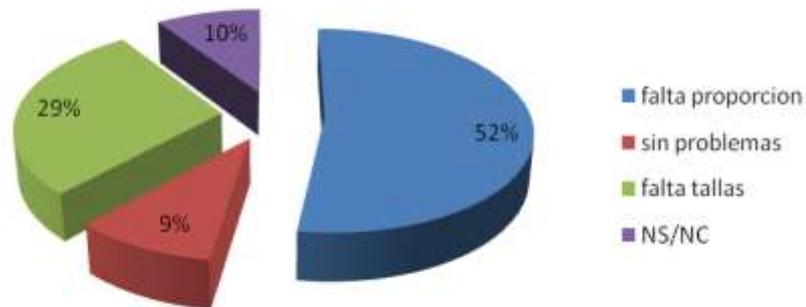


frecuencia problema de tallas

■ hombres ■ mujeres



problemas talla



Hoja de ruta del sector textil, de la moda y confección

Futuro del sector textil a corto, medio y largo plazo

corto plazo = supervivencia

El hombre de mediana edad asume el ritmo de la moda

Incorporación de los comercios a las ventas on-line

inicio de los clientes de la compra on-line

Esfuerzos por la supervivencia debido a la crisis

Gran competencia de las multinacionales y grandes superficies



medio plazo = on-line

El hombre de mayor edad se incorpora al ritmo de la moda

Desarrollo de las ventas on-line

Futuro incierto debido a la crisis

Inicio de la utilización de modelos 3D para las ventas on-line y probadores virtuales



largo plazo = personalización

Indispensable ofrecer venta on-line

Imposible saber hacia dónde irá el sector debido a la crisis e incertidumbre

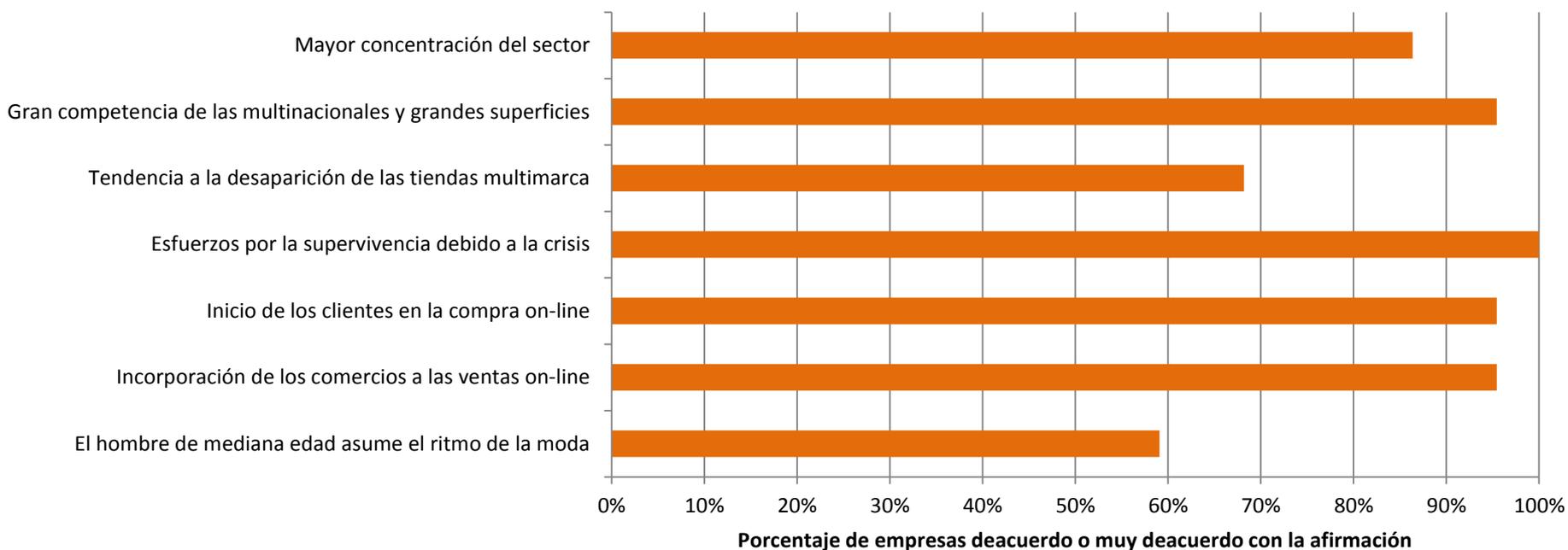
Desarrollo de los modelos 3D y de probadores virtuales y otras técnicas para la venta on-line

El futuro del sector pasa por las prendas hechas a medida. Cada persona tendrá su modelo 3D y las fabricas ajustarán los tallajes a la morfología real de la población

Hoja de ruta del sector textil, de la moda y confección

Futuro del sector textil a corto, medio y largo plazo

Tendencias del sector textil-moda a CORTO plazo

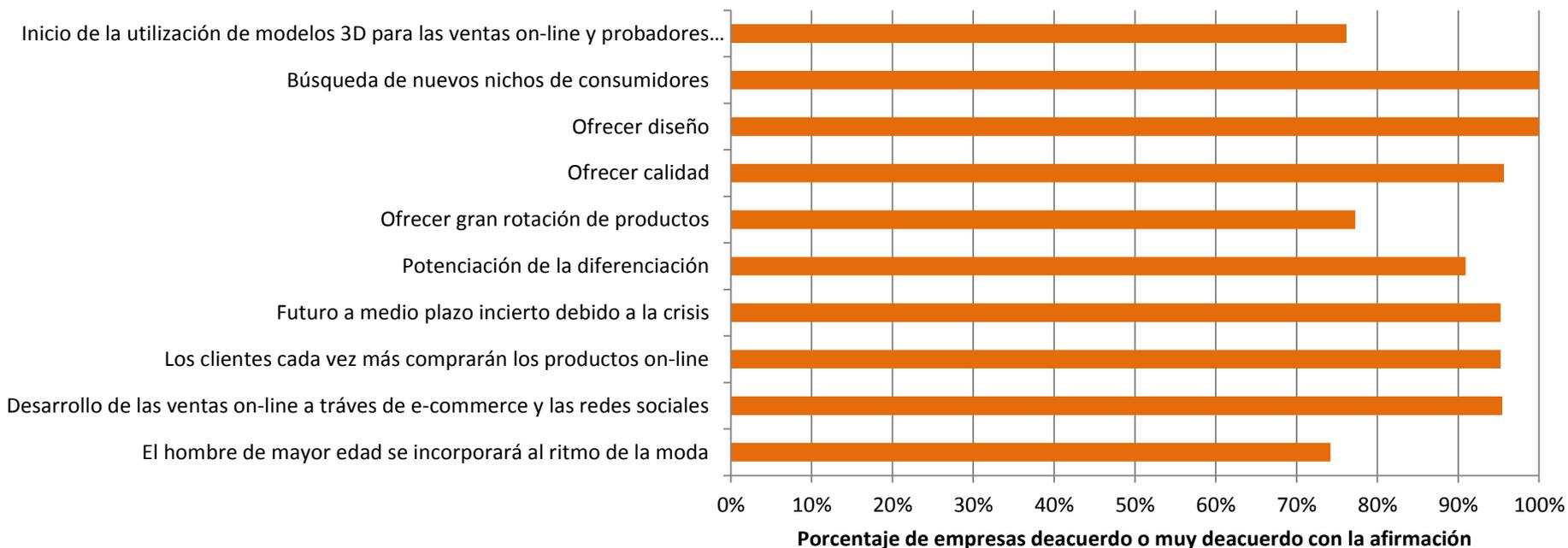


* Encuesta on-line completa por 49 empresas. Pregunta respondida por 22 empresas.

Hoja de ruta del sector textil, de la moda y confección

Futuro del sector textil a corto, medio y largo plazo

Tendencias del sector textil-moda a MEDIO plazo

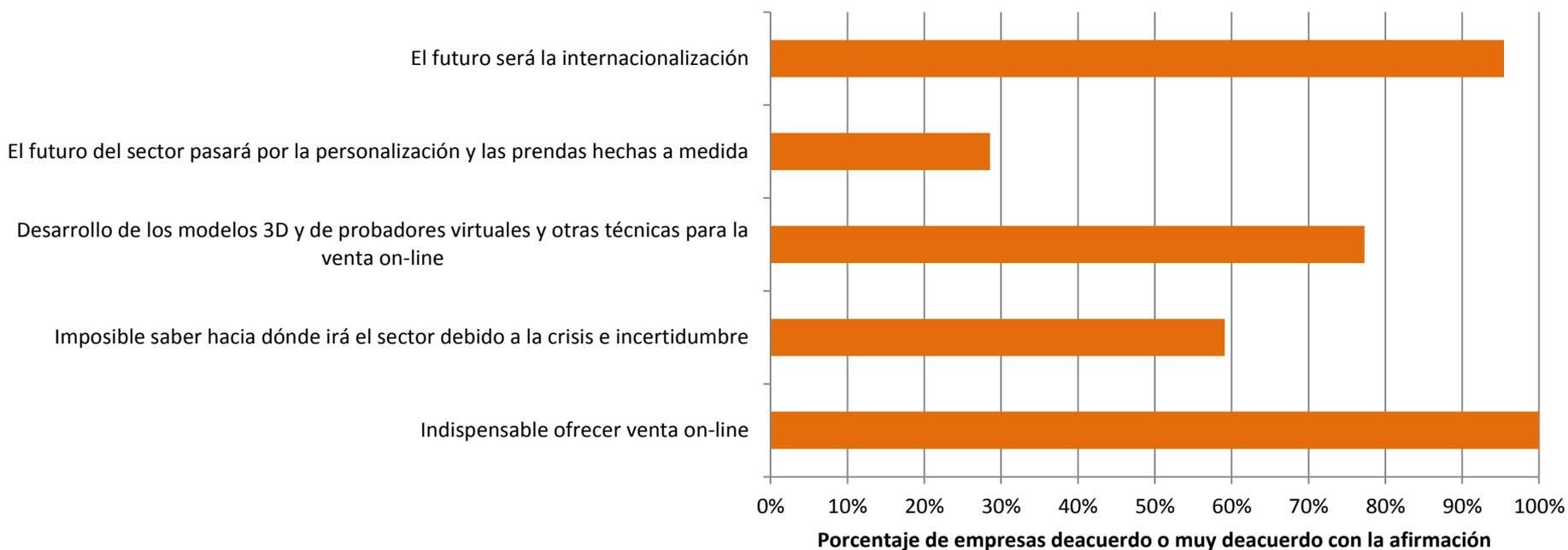


* Encuesta on-line completa por 49 empresas. Pregunta respondida por 21 empresas.

Hoja de ruta del sector textil, de la moda y confección

Futuro del sector textil a corto, medio y largo plazo

Tendencias del sector textil-moda a LARGO plazo



* Encuesta on-line completa por 49 empresas. Pregunta respondida por 22 empresas.



ÍNDICE

- Introducción al proyecto
- Utilidad de la antropometría
- Relación con el nuevo sistema de tallaje
- Hoja de ruta del sector textil, de la moda y confección
- **PARTICIPACIÓN DEL SECTOR**

Participación del sector

¿Quieres conocer de primera mano los resultados del proyecto en las sesiones de transferencia a empresas?

A partir de Septiembre de 2014 se realizarán en España sesiones de transferencia a empresas por parte de FEDECON (<http://www.fedecon.es>), ATEXGA (<http://atexga.wordpress.com>) e IBV (<http://www.ibv.org>).

Apúntate! Las jornadas y la inscripción a las mismas se anunciarán en la web del proyecto y del socio organizador de las mismas.



¡MUCHAS GRACIAS!



www.sizing-sudoe.eu