

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

(Licencia de uso)

Bogotá, D.C., Noviembre 6 de 2012

Señores

Biblioteca Alfonso Borrero Cabal S.J.

Pontificia Universidad Javeriana

Cuidad

Los suscritos:

Jehan Ali Cabrales , con C.C. No 1020752650

Ana María Echavarría , con C.C. No 1032419185

Laura Vélez Berrio , con C.C. No 1047394979

En mi (nuestra) calidad de autor (es) exclusivo (s) de la obra titulada:

El cuerpo en las compras: la percepción del cuerpo y la toma de decisiones en el comportamiento de

Compra.

(por favor señale con una "x" las opciones que apliquen)

Tesis doctoral Trabajo de grado Premio o distinción: Si No

cual:

presentado y aprobado en el año 2012 , por medio del presente escrito autorizo

(autorizamos) a la Pontificia Universidad Javeriana para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mi (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autorizan a la Pontificia Universidad Javeriana, a los usuarios de la Biblioteca Alfonso Borrero Cabal S.J., así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado un convenio, son:

| AUTORIZO (AUTORIZAMOS) | SI | NO |
|---|----|----|
| 1. La conservación de los ejemplares necesarios en la sala de tesis y trabajos de grado de la Biblioteca. | X | |
| 2. La consulta física o electrónica según corresponda | X | |
| 3. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer | | X |
| 4. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet | X | |
| 5. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previo convenio perfeccionado con la Pontificia Universidad Javeriana para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones | X | |
| 6. La inclusión en la Biblioteca Digital PUJ (Sólo para la totalidad de las Tesis Doctorales y de Maestría y para aquellos trabajos de grado que hayan sido laureados o tengan mención de honor.) | | X |

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

De manera complementaria, garantizo (garantizamos) en mi (nuestra) calidad de estudiante (s) y por ende autor (es) exclusivo (s), que la Tesis o Trabajo de Grado en cuestión, es producto de mi (nuestra) plena autoría, de mi (nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy (somos) el (los) único (s) titular (es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Pontificia Universidad Javeriana por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Pontificia Universidad Javeriana está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: Información Confidencial:

Esta Tesis o Trabajo de Grado contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de una investigación que se adelanta y cuyos

resultados finales no se han publicado.

Si

No

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta, tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

| NOMBRE COMPLETO | No. del documento de identidad | FIRMA |
|----------------------|--------------------------------|----------------------|
| Jehan Ali Cabrales | 1020752650 | Jehan Ali C |
| Ana María Echavarría | 1032419185 | Ana María Echavarría |
| Laura Vélez Berrio | 1047394979 | Laura Vélez B |

FACULTAD: Psicología

PROGRAMA ACADÉMICO: Psicología

BIBLIOTECA ALFONSO BORRERO CABAL, S.J.

DESCRIPCIÓN DE LA TESIS DOCTORAL O DEL TRABAJO DE GRADO

FORMULARIO

| TÍTULO COMPLETO DE LA TESIS DOCTORAL O TRABAJO DE GRADO | | | |
|--|-----------------|-------------------|-----------|
| EL CUERPO EN LAS COMPRAS: LA PERCEPCIÓN DEL CUERPO Y LA TOMA DE DECISIONES EN EL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO | | | |
| SUBTÍTULO, SI LO TIENE | | | |
| | | | |
| AUTOR O AUTORES | | | |
| Apellidos Completos | | Nombres Completos | |
| Ali Cabrales | | Jehan | |
| Echavarría Arango | | Ana María | |
| Vélez Berrio | | Laura María | |
| DIRECTOR (ES) TESIS DOCTORAL O DEL TRABAJO DE GRADO | | | |
| Apellidos Completos | | Nombres Completos | |
| Rodríguez | | Lizeth | |
| FACULTAD | | | |
| Psicología | | | |
| PROGRAMA ACADÉMICO | | | |
| Tipo de programa (seleccione con "x") | | | |
| Pregrado | Especialización | Maestría | Doctorado |
| X | | | |
| Nombre del programa académico | | | |
| Psicología | | | |
| Nombres y apellidos del director del programa académico | | | |
| Martín Emilio Gáfarro Barrera | | | |

| TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE: | | | | | | |
|---|--|------------------------------|---------|-------------------|-------------|------------|
| Psicóloga | | | | | | |
| PREMIO O DISTINCIÓN (En caso de ser LAUREADAS o tener una mención especial): | | | | | | |
| No | | | | | | |
| CIUDAD | AÑO DE PRESENTACIÓN DE LA TESIS O DEL TRABAJO DE GRADO | | | NÚMERO DE PÁGINAS | | |
| Bogotá | 2012 | | | 260 | | |
| TIPO DE ILUSTRACIONES (seleccione con "x") | | | | | | |
| Dibujos | Pinturas | Tablas, gráficos y diagramas | Planos | Mapas | Fotografías | Partituras |
| X | | X | | | | |
| SOFTWARE REQUERIDO O ESPECIALIZADO PARA LA LECTURA DEL DOCUMENTO | | | | | | |
| <p>Nota: En caso de que el software (programa especializado requerido) no se encuentre licenciado por la Universidad a través de la Biblioteca (previa consulta al estudiante), el texto de la Tesis o Trabajo de Grado quedará solamente en formato PDF.</p> | | | | | | |
| Ninguno | | | | | | |
| MATERIAL ACOMPAÑANTE | | | | | | |
| TIPO | DURACIÓN (minutos) | CANTIDAD | FORMATO | | | |
| | | | CD | DVD | Otro ¿Cuál? | |
| Vídeo | - | 0 | | | | |
| Audio | - | 0 | | | | |
| Multimedia | - | 0 | | | | |
| Producción electrónica | - | 0 | | | | |
| Otro Cuál? | - | 0 | | | | |
| DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVE EN ESPAÑOL E INGLÉS | | | | | | |
| <p>Son los términos que definen los temas que identifican el contenido. (En caso de duda para designar estos descriptores, se recomienda consultar con la Sección de Desarrollo de Colecciones de la Biblioteca Alfonso Borrero Cabal S.J en el correo biblioteca@javeriana.edu.co, donde se les orientará).</p> | | | | | | |

| ESPAÑOL | INGLÉS |
|---------------------------|------------------------|
| Consumidor | Consumer |
| Toma de decisiones | Decision Making |
| Percepción corporal | Corporal perception |
| Factores Socio-culturales | Socio-cultural factors |

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS

(Máximo 250 palabras - 1530 caracteres)

La presente investigación tiene como objetivo explorar la percepción que la mujer tiene de su cuerpo en el contexto de consumo, específicamente en la toma de decisión de compra de ropa íntima; teniendo en cuenta que este es un proceso al que se exponen diariamente las personas y se encuentra influenciado por factores internos y externos al consumidor, los cuales a su vez tienen una incidencia en la forma en la que perciben sus cuerpos; existiendo así una posible relación entre la imagen corporal y el momento en el que se toma una decisión de compra. Para llevar a cabo el objetivo planteado, se realizó una investigación de tipo cualitativo, donde la información fue recogida por medio de entrevistas semi-estructuradas y acompañamientos a puntos de venta, a una muestra de 8 mujeres entre 18 y 25 años, de estratos 5 y 6, cuyo domicilio era la ciudad de Bogotá. A través de esta investigación se busca explorar con mayor profundidad los procesos asociados a la toma de decisión y la percepción del cuerpo en el contexto de consumo.

The Following presentation has as it's main objective to explore the perception that women have of their bodies in the context of consumption. Specifically in the decision making process of buying underwear clothes; having in mind that this is a process to which people are exposed to on a daily basis, and is a process found to be influenced by both internal and external factors that end up having an incidence in the way which they perceive their own bodies. Thus existing a possible relationship between the way the body is perceived and the moment that a decision to buy is made. To carry on with the objective, a qualitative investigation was conducted where the information was gathered through semi-structural interviews and various accompaniments to stores. This was conducted by interviewing 8 woman between the ages of 18 to 25, from social classes of 5 to 6 according to the social stratification in Colombia. All the candidates reside in Bogota. Through this investigation, it is sought to explore with greater depth the processes associated to the decision making and the perception of the body in the consumption context.

El cuerpo en las compras: la percepción del cuerpo y la toma de decisiones en el
comportamiento de consumo.

Jehan Ali Cabrales, Ana María Echavarría Arango y Laura Vélez Berrío

Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Psicología

Mayo de 2012

Bogotá, Noviembre 30 de 2012

Señores
Facultad de Psicología
Pontificia Universidad Javeriana
Atn. Liliana Muñoz

Respetada Liliana,

Por medio de la presente me permito hacer la entrega final del trabajo de grado "*El cuerpo en las compras: la percepción del cuerpo y la toma de decisiones en el comportamiento de consumo*" desarrollado por las estudiantes Jehan Ali Cabrales, Ana María Echavarría Arango y Laura Vélez Berrío, bajo mi dirección.

Agradezco de antemano la atención prestada

Cordialmente,



LIZETH RODRIGUEZ A.
Docente Psicología del consumidor
Facultad de Psicología
Pontificia Universidad Javeriana

Tabla de contenido

| | pág. |
|---|------|
| Resumen | 0 |
| Introducción..... | 1 |
| Justificación y Planteamiento del Problema..... | 3 |
| Fundamentación Bibliográfica | 9 |
| Objetivos..... | 48 |
| Objetivo general..... | 48 |
| Objetivos específicos | 48 |
| Método..... | 49 |
| Diseño | 49 |
| Participantes..... | 50 |
| Instrumento | 51 |
| Procedimiento | 53 |
| Resultados..... | 56 |
| Discusión | 77 |
| Referencias | 94 |
| Apéndices | 99 |

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo explorar la percepción que la mujer tiene de su cuerpo en el contexto de consumo, específicamente en la toma de decisión de compra de ropa íntima; teniendo en cuenta que este es un proceso al que se exponen diariamente las personas y se encuentra influenciado por factores internos y externos al consumidor, los cuales a su vez tienen una incidencia en la forma en la que perciben sus cuerpos; existiendo así una posible relación entre la imagen corporal y el momento en el que se toma una decisión de compra. Para llevar a cabo el objetivo planteado, se realizó una investigación de tipo cualitativo, donde la información fue recogida por medio de entrevistas semi-estructuradas y acompañamientos a puntos de venta, a una muestra de 8 mujeres entre 18 y 25 años, de estratos 5 y 6, cuyo domicilio era la ciudad de Bogotá. A través de esta investigación se busca explorar con mayor profundidad los procesos asociados a la toma de decisión y la percepción del cuerpo en el contexto de consumo.

Palabras claves: consumidor, toma de decisión, percepción corporal, factores socio cultural.

Introducción

La psicología del consumidor tiene un papel primordial en la vida de los seres humanos, teniendo en cuenta que la compra y venta, en el mundo actual, hacen parte de la cotidianidad de los individuos. Es por esto, que resulta pertinente cuestionarse sobre aquellas variables influyentes en el proceso de la toma de decisión de compra dentro de las cuales se encuentra, entre muchas otras, los patrones culturales y los medios masivos de comunicación; los cuales ejercen una gran influencia en la percepción que los individuos tienen de la realidad. Una de las realidades influenciadas por dichos factores externos, es el cuerpo humano, por lo que el objetivo de este estudio es explorar la percepción que la mujer tiene de su cuerpo en el contexto de consumo, específicamente en la toma de decisión de compra de ropa íntima.

Para esto, se lleva a cabo una revisión bibliográfica en la cual se tiene en cuentas temáticas fundamentales que apuntan a sustentar y justificar el objetivo del presente trabajo de grado. Así, se intenta ubicar al lector, presentándole las temáticas de lo general a lo particular, iniciando por el mercadeo centrado en la investigación sobre los consumidores, pasando por el proceso de toma de decisión y resaltando la influencia que tienen ciertos factores socio culturales en la toma de decisión y en la percepción del cuerpo ahondando en este último. Por consiguiente, dicha revisión bibliográfica tiene como finalidad explorar con mayor profundidad cuáles son los mecanismos y procesos asociados a la percepción del cuerpo y a la toma de decisiones en el contexto de consumo.

Esta investigación, se realizó con un diseño de tipo cualitativo, el cual es de gran utilidad para la comprensión de este fenómeno a investigar, puesto que está encaminada hacia el entendimiento de los hábitos, motivaciones y percepciones que tienen los consumidores de su propio cuerpo y de la toma de decisión de compra (López y Velandia, 2008). Del mismo modo, el estudio a realizar será de tipo exploratorio, pues el problema de investigación ha sido poco estudiado y existen varias preguntas alrededor del tema, por lo que este trabajo apunta a responder dicho vacío teórico.

Para la recolección de la información se trabajará con entrevistas a profundidad y se realizará acompañamiento a puntos de venta a mujeres entre 18 y 25 años de estratos socioeconómicos 5-6 de la ciudad de Bogotá. Finalmente, se llevará a cabo una discusión, en la que se triangularán los resultados obtenidos, las categorías de análisis planteadas desde un principio, así como las que emergen a lo largo del trabajo y los objetivos tanto generales como específicos planteados al inicio de la investigación.

Justificación y Planteamiento del Problema

El ser humano está expuesto a diversos estímulos a partir de los cuales construye percepciones de sí mismo y del mundo que lo rodea. Así, éste es concebido desde una visión holística, como un ser consumista que es movilizado por un entorno globalizado que ha incursionado con fuerza y crecimiento en todas las esferas de la vida, generando cambios en el ámbito económico, político, social y trastocando los patrones culturales establecidos (Olavarría, 2008). Dicho entorno está haciendo que las empresas fluyan en todas las direcciones, que el comercio se mueva rápidamente, y que las personas se vean en la necesidad de consumir constantemente (Solomon, 2008).

Según López y Velandia (2008), en la actualidad, el concepto de consumidor ha cambiado significativamente, en la medida en que ya no es concebido como un ser racional que tiene en cuenta toda la información que el mercado le ofrece, para luego tomar la decisión de compra que le genere mayor beneficio y menor costo; sino como un ser holístico, cuyo proceso de toma de decisiones, se encuentra permeado por diversas variables, tales como la cultura, la motivación, los patrones sociales, el aprendizaje y la emoción, entre otros.

Teniendo en cuenta que muchas son las variables que inciden en la toma de decisiones del consumidor y que además éste se tiene que enfrentar a una gran variedad de alternativas, que se encuentran constantemente cambiando debido al auge de las nuevas tecnologías, los medios de comunicación y la presión de la competencia; Bettman, Frances y Payne (1998) afirman que la decisión de compra en muchas ocasiones se convierte en un proceso complejo y difícil de realizar. Asimismo, los consumidores tienen que llevar a cabo intercambios, en donde deben escoger dentro del mundo de opciones, la más conveniente con el fin de satisfacer sus necesidades. Ahora bien, estas decisiones son tomadas en relación a las diversas esferas de su vida

cotidiana, convirtiéndose en parte fundamental de su comportamiento. (Bettman et al., 1998)

A partir de lo anterior, López y Velandia (2008) establece la necesidad de estudiar aquello que comprende la psicología del consumidor, la cual pretende ahondar en aquellos aspectos que influyen en el individuo para que éste se comporte como lo hace. Así pues, se hace necesario que los profesionales en el área tengan en cuenta los pasos que siguen los consumidores para tomar una decisión, con el fin de comprender “cómo (...) obtienen información, y cómo se forman las creencias y los criterios que utilizan para la selección de productos” (Solomon, 2008, p.306).

En el proceso de toma de decisión existen una serie de etapas según diversos autores

(Schiffman, 2005; Solomon, 2008; Hawkins, Best y Coney, 2004; Bettman, et al., 1998): reconocimiento del problema, búsqueda de información, evaluación y selección de alternativas y procesos posteriores a la compra, las cuales serán explicadas con detenimiento en la fundamentación bibliográfica del presente proyecto.

Resulta entonces pertinente para la comprensión de este trabajo de grado tener en cuenta que la toma de decisiones, como se mencionó anteriormente por López y Velandia (2008), está influenciada no sólo por factores internos de los consumidores sino también por factores externos, tales como los medios de comunicación y la publicidad. Según estudios realizados por Pérez (2004) se ha evidenciado que los medios de comunicación además de tener incidencia en la toma de decisiones de compra, también influyen en la forma en la que los individuos se perciben a sí mismos, para este caso en particular se enfatizará en la percepción que hacen de sus cuerpos. Myers y Biocca (1992) establecen que la imagen corporal es una construcción mental subjetiva que los seres humanos hacen de sus cuerpos. Tal imagen es inestable y sensible a las

señales sociales, por tal razón se dice que es elástica. Así, el tamaño del cuerpo actual y objetivo entra en tensión con el cuerpo idealizado socialmente, creando en las personas una distorsión de su propio cuerpo.

En general, dichos factores externos les permiten a los individuos recoger información sobre los productos y servicios y la realidad en general, así como escoger entre las diferentes opciones que el mercado ofrece. Según Luna, Puello y Botero (2004) los mensajes publicitarios hacen que las personas sientan la necesidad de comprar productos que en muchas ocasiones no necesitan realmente, así como también los persuaden para que actúen de una manera determinada y elijan el producto o la marca que ellos quieren.

Pérez (2004) afirma que los medios masivos de comunicación y la publicidad, hoy en día se han encargado de mostrar un cuerpo supervalorado, en donde permanecer jóvenes, sanos, bellos y fuertes es el objetivo a alcanzar de un gran número de consumidores. Así mismo, factores culturales tales como la familia, los amigos, el modelo económico y contextos patriarcales, por ejemplo, ejercen gran influencia en la forma cómo las personas perciben sus cuerpos, lo cual puede influir en la manera en la que las personas deciden y se comportan frente al cuerpo.

Existen estudios de autores como Solomon (2008), López y Velandia (2008), Myers y Biocca (1992) y Pérez (2004) que apuntan a mostrar la influencia de factores externos en el comportamiento del consumidor, más específicamente en la toma de decisiones y en la manera en la que éste percibe su cuerpo. Así, ciertos factores socio-culturales pueden cambiar la forma en que las personas compran, en la medida en que pueden generar cambios en la manera en que los compradores valoran los productos. Igualmente, la percepción que las personas tienen de su cuerpo, puede influir en la

manera en la que se comportan frente al mismo, así como también en la forma en la que compran para éste. A partir de lo anterior, es posible pensar que la percepción corporal que tiene la mujer puede tener una incidencia directa en el proceso de toma de decisión de compra. De esta manera, cabría plantearse diversas preguntas tales como ¿Será que una mujer con sobrepeso compra igual que una mujer sin sobrepeso? ¿Será que la forma en que la mujer percibe su busto cambia la forma en la que compra ropa interior? Y ¿será que la forma en que las mujeres perciben su cuerpo puede influir en la selección de los colores, la forma, el tamaño, entre otras características de la ropa interior que compran?

A partir de los cuestionamientos anteriores, surge el interés de las participantes del presente proyecto de indagar la influencia de la percepción corporal que tiene especialmente la mujer, a la hora de tomar la decisión de compra en una categoría compleja como lo es, la ropa interior. De esta forma, el presente estudio tiene gran pertinencia en el campo de la psicología del consumidor, debido a que es un tema poco indagado y estudiado, siendo así un aporte importante para dicha rama, en la medida en que, luego de hacer una revisión bibliográfica, se logró observar que existe información con respecto a la incidencia que tienen los medios de comunicación en la toma de decisión y en la percepción corporal. Sin embargo, no se encontraron fuentes que apuntaran mostrar la influencia directa que tiene la percepción del cuerpo en la toma de decisión de compra, como una de las fuentes de información que utiliza el ser humano a la hora de elegir un producto. Desde lo anterior, el presente proyecto tiene como finalidad contestar la siguiente cuestión: ¿Cómo se relaciona la percepción que la mujer tiene de su cuerpo en el proceso de toma de decisión a la hora de comprar ropa?

Esta pregunta, puede proporcionar conocimientos relevantes sobre el consumidor y visualizar la influencia que tiene la psicología en el comportamiento de compra, para identificar lo que este piensa, siente y necesita del mercado, basándose posiblemente en los diversos procesos psicológicos, dentro de los cuales se encuentra la percepción del cuerpo. Lo anterior, abre las puertas hacia futuras investigaciones que se interesen por conocer el funcionamiento del consumidor.

Asimismo, los conocimientos presentados en este estudio pueden ser de gran utilidad para estudios que se encaminan a entender la forma en que los medios de comunicación influyen en la percepción del cuerpo y cómo esto impacta en el proceso de compra, pues tal como lo señala el estudio hecho por Bustos (2011), los medios de comunicación contribuyen a la producción de ciertos estereotipos de belleza y cuerpo, los cuales se deben alcanzar, “(...) colocando a las mujeres en una espiral de consumo de productos presentados como muy atractivos y milagrosos, utilizando distintas estrategias de mercadotecnia, pues sólo de esa manera serán valoradas y reconocidas”(p.61).

Por otro lado, este estudio puede llegar a ser enriquecedor para investigaciones que han tratado la incidencia de ciertos factores culturales en la percepción negativa que las mujeres hacen de su cuerpo, pudiéndose pensar que muchas personas pueden presentar ciertas alteraciones en relación a su imagen corporal, tal como lo señala Myers y Biocca (1992) al decir que cuando el tamaño del cuerpo actual está en discordancia con el idealizado socialmente, se crea una distorsión del propio cuerpo, posiblemente repercutiendo en la forma en la que compran.

Este estudio también podrá ser útil para investigaciones que traten sobre comportamientos compulsivos de consumo, ya que como lo afirma Pérez (2004) los medios de comunicaciones soportados por la publicidad intentan persuadir al consumidor para que este elija un determinado producto si desea alcanzar la perfección impuesta por los cánones de belleza. Lo que esto provoca es que la persona nunca se sienta satisfecha consigo misma y tenga la necesidad de consumir constantemente para poder llegar a la perfección, haciendo que muchas personas compren de manera compulsiva.

Por último, este estudio tiene una relevancia interdisciplinar, ya que se encamina a conocer al consumidor desde la psicología, dejando abierto el camino y aportándole conocimientos pertinentes a otras disciplinas, tales como el mercadeo, la comunicación, el diseño y la antropología, entre otras, las cuales a su vez estudian al consumidor desde sus perspectivas. Asimismo, este estudio podría ser de gran utilidad para que las empresas de ropa interior desarrollen nuevas estrategias publicitarias, de diseño y presentación teniendo en cuenta la percepción que las mujeres hoy en día tienen de sus cuerpos, para así apuntar a satisfacer sus necesidades.

Fundamentación Bibliográfica

Psicología del consumidor: mercadeo centrado en la investigación sobre los consumidores

El entorno en el que actualmente compiten las empresas se caracteriza por un constante cambio e inestabilidad, a causa de las diferentes necesidades del ser humano, las competencias entre mercados y las influencias sociales y culturales que permean la realidad del consumidor. Por lo anterior, el mercadeo se ha posicionado como una de las áreas con mayor influencia en las empresas, a fin de que estas puedan sobrevivir y tener éxito en el mercado actual (Solomon, 2008).

Se conoce por mercadeo, como afirma Stanton, Etzel y Walker (2007), aquel sistema de negocios que pretende planear productos que satisfagan las necesidades de los consumidores, otorgarles precios, promoverlos y distribuirlos a mercados objetivos para así lograr las metas planteadas por una organización, además de pretender que la totalidad del sistema se oriente hacia la satisfacción del consumidor. Según Solomon (2008) se hace necesario reconocer las necesidades del consumidor, las cuales se satisfacen, en la medida en que los expertos en el tema comprendan a los consumidores, los productos y servicios que están tratando de venderles, siendo superiores a sus competidores y sobre todo diferenciándose de estos. Es decir, para el éxito de un plan de mercadeo, es necesario introducir en cada faceta los conocimientos que se tengan sobre el consumidor. La información acerca del mismo, le da luces a las empresas sobre las tendencias del mercado y así identifica las amenazas y oportunidades de una marca. “La respuesta del consumidor es la prueba final para determinar si una estrategia de marketing tendrá éxito” (Solomon, 2008, p. 9).

En la década de 1950, empezó un desarrollo del mercadeo en el cual se llevó a cabo una unión entre el campo del comportamiento del consumidor y el mercadeo, ya

que este último se dio cuenta que las ventas de un determinado artículo podrían aumentar si sólo se ponían a la venta elementos, que ya hubieran determinado con anticipación que los consumidores comprarían, en lugar de convencer a los compradores que consumieran los productos ya establecidos. Así pues, se identificó que era mucho más fácil elaborar productos que los consumidores deseaban, lo cual se sabía por medio de investigaciones previas (Schiffmann & Kanuk, 2005).

Lo anterior incentivó el estudio del comportamiento del consumidor, para así identificar las necesidades de éste; por medio de estas primeras investigaciones, se logró encontrar que las personas son muy complejas y diferentes entre sí y se encuentran condicionadas por necesidades psicológicas y sociales. Es pertinente mencionar que no sólo existen necesidades fisiológicas, sino otro tipo de necesidades que, como afirma Maslow (1991), cuando ya el hombre ha cubierto lo básico, se preocupa por las necesidades secundarias tales como la seguridad, la protección, la aceptación social y la autorrealización. Esta complejidad generó la necesidad de estudiar no sólo a los consumidores sino también sus hábitos de consumo (Schiffman & Kanuk, 2005).

Teniendo en cuenta que los mercados son dinámicos, los conocimientos acerca del comportamiento del consumidor resultan fundamentales para que el producto continúe siendo atractivo en su mercado principal (Stanton, et al., 2007). Para lo anterior, las investigaciones sobre el consumidor se encargan de evaluar los diversos procesos que subyacen la conducta de compra y que están relacionados con las *4 Ps* propuestas por Kotler y Armstrong (2004) tales como el producto, precio, plaza o distribución y promoción. El mercadeo hace uso de estrategias, con el fin de decidir qué productos se deben introducir al mercado, teniendo en cuenta los existentes y aquellos

que se van a desechar. Paralelo a esto, se toman decisiones con respecto a características del producto como pueden ser el empaque, la imagen o las garantías.

En relación al precio, el mercadeo se hace cargo de fijar el precio base del producto y emplea estrategias para el cambio del costo según las competencias que se encuentran en el mercado. En cuanto a la distribución, se realizan estrategias que pretenden determinar los canales mediante los cuales se moviliza el producto y le llega a los clientes. La promoción pretende combinar métodos como la publicidad, las ventas personales y campañas comunicativas integradoras, con el fin de ajustar las estrategias de promoción del producto. Cabe añadir, que las decisiones tomadas en alguno de estos aspectos influyen y repercuten en los otros (Stanton, et al., 2007).

De igual manera, es fundamental identificar los segmentos del mercado diferenciados y crear productos específicos para diferentes grupos, con el fin de que se posicionen. Así pues, según Solomon (2008) “La segmentación de mercados identifica grupos de consumidores que son similares entre sí de una o varias formas, y luego diseña estrategias de marketing que atraigan a uno o más grupos” (Solomon, 2008, p.9). A partir de la segmentación, se realiza un posicionamiento, el cual pretende desarrollar una imagen distintiva para el producto, que lo diferencia de los productos competencia y logra hacer creer a los consumidores que este producto específico sí es capaz de satisfacer sus necesidades de una mejor forma que los demás (Schiffman & Kanuk, 2005).

Con el fin desarrollar buenas estrategias en el mercadeo, se ha visto la necesidad de comprender más a fondo las preferencias y el comportamiento de quien va a comprar. Es aquí donde aparece el gran aporte que puede dar la psicología al funcionamiento del mercado en la medida en que, como señala López y Velandia (2008) las decisiones de compra que realizan los individuos se ven influenciados por variables

internas y externas, como resultan ser las motivaciones, aprendizajes, procesamientos de información, la cultura entre otros.

En consecuencia, surge la rama de la psicología encargada del estudio del comportamiento de los consumidores, que pretende hacer relaciones entre los contextos sociales y el consumidor y su incidencia a la hora de comprar. Resulta entonces fundamental para la psicología del consumidor tomar a éste como objeto de estudio, en donde son vistos como “persona que identifica una necesidad o un deseo, realiza una compra y luego desecha el producto durante las tres etapas del proceso del consumo” (Solomon, 2005, p.8).

Por otra parte, cabe mencionar que los consumidores identifican necesidades o deseos, a partir de, variables externas o internas, como se señaló anteriormente, haciendo así que éstos hagan uso de diferentes productos que les ayuden a representar sus múltiples roles. Lo anterior permite identificar los diferentes papeles que los consumidores juegan a la hora de tomar la decisión de compra. Según Olmo (2006) existe el rol de iniciador, informador, influenciador, prescriptor, comprador y usuario.

Iniciador. Es la persona que ubica y se percata de una necesidad que no ha sido satisfecha.

Informador. Es aquella persona que recoge información para tomar la decisión de compra.

Influenciador. Es aquel individuo que por medio de su punto de vista influye, de manera inconsciente, en la toma de decisión final de compra de otro.

Prescriptor. Es aquel que toma la decisión de compra, comprando lo que otro debe consumir, como el caso de las madres que les compran la ropa a sus hijos.

Comprador. Quien lleva a cabo la compra como tal.

Usuario (consumidor). Quien utiliza y consume el producto para obtener los beneficios del mismo.

(Olmo (2006))

A manera de síntesis, la psicología del consumidor ha permitido ampliar la comprensión sobre el comportamiento del comprador y los procesos subyacentes a éste como la toma de decisiones. Pese a que este campo cuenta con múltiples desarrollos, se ha evidenciado que aún hay vacíos en la temática, por lo cual el presente trabajo de grado pretende responder a uno de dichos vacíos que hace alusión a cómo la percepción corporal tiene una incidencia en la toma de decisión de compra. Con el fin de abordar lo planteado, a continuación se presentará el proceso de toma de decisión y las variables que influyen en éste, para luego ahondar en la percepción corporal, así como buscar relaciones entre la percepción y el proceso de toma de decisión.

Toma de decisión de compra del consumidor

Uno de los procesos más importantes al estudiar el comportamiento de consumo, es la toma de decisión, las cuales, se tornan muchas veces difíciles debido a que los consumidores a menudo se tienen que enfrentar a una gran variedad de alternativas, que se encuentran constantemente cambiando debido a la incursión de nuevas tecnologías, los medios de comunicación y la presión de la competencia. Estas decisiones son tomadas en relación a las diversas esferas de su vida cotidiana, convirtiéndose en parte fundamental de su comportamiento (Bettman et al., 1998).

La toma de decisiones se puede abordar desde una mirada economista, la cual argumenta que los consumidores son seres racionales, que buscan obtener la mayor información posible de un producto, teniendo en cuenta las ventajas y desventajas antes de tomar la decisión de compra. Este modelo racional asume que los consumidores

obtienen información completa de las diversas alternativas, llevan a cabo intercambios que les permiten sacarle utilidad a cada opción y seleccionan la alternativa que les genere mayores beneficios (Bettman et al., 1998).

No obstante, si los consumidores siguieran dicha secuencia cada vez que van a realizar una compra, dedicarían más tiempo del necesario para esta actividad, dejando de lado el disfrute del producto que desean comprar. Es por lo anterior, que surge una perspectiva más realista para aproximarse a la forma como se da el proceso de toma de decisión por parte del consumidor, la cual establece que éste tiene limitaciones en su capacidad para procesar la información. Haciendo así que, en muchas ocasiones el comportamiento de compra del consumidor se lleve a cabo de manera irracional y automática sin ninguna planeación previa (Bettman et al., 1998).

Algunas investigaciones (Bettman, Johnson & Payne, 1991) acerca de la toma de decisiones enfocadas en el pensamiento constructivo, establecen que los consumidores, debido a su limitada capacidad de procesamiento de información, a la hora de enfrentarse con las diversas opciones que el mercado le ofrece, cuentan con una serie de estrategias para facilitar el proceso de decisión de compra. Así pues, “Un consumidor evalúa el esfuerzo necesario para seleccionar un producto específico, y luego elige la estrategia adecuada para el nivel de esfuerzo requerido” (Solomon, 2008, p. 306). Una de las metas en el diseño del sistema de información para los consumidores es sacar ventaja de ciertos heurísticos para que se minimicen los potenciales errores a la hora de tomar la decisión, los cuales serán explicados más adelante con detenimiento.

Según investigaciones Hansen (2000) la toma de decisión se puede abordar desde una perspectiva afectiva y emocional, la cual establece que toda compra de un producto o servicio generará una emoción. Las elecciones afectivas usualmente son de carácter holístico en la medida en que el producto no es visto desde sus diferentes

componentes, para evaluar cada uno de ellos de manera independiente, sino que se observa como un todo, que genera sensaciones en el consumidor. Por ende, en el proceso de evaluación, el individuo pensará lo que el producto lo hará sentir, haciendo así que los sentimientos o emociones positivas aumenten la probabilidad de compra. Además, estos sentimientos generan que las personas hagan análisis más positivos, gracias a su buen temperamento, facilitándoles observar los atributos beneficiosos de un producto. Así, a más sentimiento y emociones hay más involucramiento en la toma de decisión de compra (Hansen, 2000).

Según Hansen (2000) es importante integrar las diversas perspectivas que inciden en el proceso de toma de decisión del consumidor, puesto que es evidente que los consumidores no utilizan de manera aislada el racionamiento y las emociones. Por lo anterior, se hace necesario que los profesionales en el área tengan en cuenta los pasos que siguen los consumidores para tomar una decisión, con el fin de comprender “cómo (...) obtienen información, y cómo se forman las creencias y los criterios que utilizan para la selección de productos” (Solomon, 2008, p.306).

Una forma de clasificar el proceso de toma de decisiones es examinando el nivel de involucramiento, que hace referencia “(...) al nivel de preocupación por o interés en el proceso de compra, que desencadena la necesidad de considerar una compra específica” (Hawkins, Best, & Coney, K, 2004, p. 479) Estos se dividen en: solución extensiva de problemas, solución limitada del problema y solución habitual o respuestas rutinaria.

En primera instancia, en cuanto a la solución extensiva de problemas, el consumidor antes de tomar la decisión de compra, trata de reunir la mayor información posible tanto en fuentes internas como externas y evalúa meticulosamente las alternativas del producto. Así mismo, examina los atributos de una marca a la vez

verificando si estos concuerdan con alguna serie de características que él desea. En este sentido, el consumidor se muestra más involucrado, compra de manera menos frecuente, tendiendo a inclinarse hacia la compra de productos costos (Solomon, 2008).

En relación a la solución limitada del problema, se dice que es más directa y fácil, ya que los consumidores no buscan mucha información acerca de los productos que quieren comprar, pues analizan pasivamente las alternativas de la categoría de productos en cuestión, en la medida en que son percibidas de manera similar; viendo así una necesidad de recoger una mayor información acerca de las marcas, para lograr diferenciarlas. Adicionalmente, sostienen creencias débiles frente a los productos, no definiendo totalmente sus preferencias en cuanto a un grupo seleccionado de marcas (Shiffman & Kanuk, 2005).

En última instancia, se menciona el comportamiento de respuesta rutinario, donde los consumidores ya cuentan con experiencia en la categoría de productos que son de su interés y además tienen una serie de criterios ya establecidos para lograr evaluar las marcas. Los consumidores no se motivan por buscar información ni por evaluar cada alternativa de manera sistemática, dedicándole poco tiempo a la compra. De esta manera, “Tomamos decisiones automatizadas con un esfuerzo mínimo y sin control de la conciencia” (Solomon, 2008, p. 308). Es así como el consumidor que se encuentra en este nivel de la toma de decisión, se involucra poco y compra frecuente productos de bajo costo.

Proceso de toma de decisión.

Tal como lo señalan autores como Schiffman y Kanuk (2005), Solomon (2008), Hawkins et al., (2004) y Bettman et al., (1998), entre otros, en el proceso de toma de

decisión concurren una serie de etapas que llevan al consumidor a tomar la decisión de compra de un producto o servicio. Estos son:

1. Reconocimiento del problema
2. Búsqueda de información
3. Evaluación y selección de alternativas
4. Procesos posteriores a la compra

Reconocimiento del problema. El reconocimiento del problema se da cuando el consumidor percibe una diferencia importante entre su situación actual, aquello que ya existe, y la situación deseada que se refiere a lo que le gustaría. Según Hawkins et al. (2004) “(...) siempre que se percibe que el estado deseado es mejor o peor que el estado real, existe un problema” (p 483). La necesidad de tomar una decisión surge en el momento que el consumidor reconoce la existencia de un problema que debe resolver sea este fácil o complejo.

El problema se puede dar de dos formas, la primera se presenta cuando se genera una disminución en el estado real generando el reconocimiento de una necesidad, ya sea por el agotamiento de un producto, la insatisfacción del mismo o el surgimiento de nuevas necesidades (Stanton, et al., 2007). Si se piensa en la categoría de ropa, más específicamente ropa íntima, en una situación en la que el individuo identifica la necesidad de adquirir nuevos productos por desgaste de su ropa anterior, éste tendrá una necesidad de comprar artículos que replacen los que anteriormente tenía. La segunda, se presenta cuando el consumidor incrementa su estado ideal generando el reconocimiento de una oportunidad al estar expuesto a una gran variedad de productos. Tal es el caso de una persona que tiene gran cantidad de ropa interior y desea comprar otro modelo (Solomon, 2008).

Los deseos de los consumidores están ligados al estilo de vida que la persona lleva, al entorno en el que se desenvuelve y la cultura en la que se encuentran inmersos. Según Hawkins et al. (2004) “La percepción del estado real que tiene el consumidor es lo que impulsa el reconocimiento del problema y no la realidad objetiva” (p. 484).

El deseo de solucionar un problema o necesidad identificada se da por dos factores: el primero tiene que ver con la magnitud de la diferencia entre el estado real y el deseado y el segundo hace alusión a la importancia que el consumidor le otorga al problema. Lo anterior, es corroborado por Bettman, et al. (1998) los cuales establecen que si el problema que se va a solucionar no es tan importante para el consumidor, la decisión se va a tomar de manera automática y con poco esfuerzo, mientras que si el problema se considera muy importante, el consumidor tendrá que esforzarse más, buscar más información, solicitar consejos y ver las ventajas y desventajas que tiene tomar la decisión de comprar el producto.

Búsqueda de información. Cuando el consumidor identifica el problema, debe encontrar información correcta para lograr resolverlo. Dicha búsqueda debe ser activa, explorando factores internos y externos, haciendo de éste un proceso continuo. Ahora bien, existen diversas maneras de buscar la información, estas pueden ser interna, externa o combinada.

En primera instancia, el consumidor hace una búsqueda interna, trayendo a colación la información pertinente en la memoria a largo plazo para dar una solución al problema. Aquí, la compra se lleva a cabo sin realizar una búsqueda de información adicional para satisfacer la necesidad, por lo que se puede relacionar con una toma de decisión limitada por parte del consumidor. Si el consumidor no logra solucionar el problema por medio de los elementos que le proporciona su memoria, pasa a buscar información en el exterior, es decir, en el entorno; esto se relaciona con la toma de

decisión nominal. Por último, el consumidor puede servirse de información interna y externa para lograr una toma de decisión ampliada del problema (Hawkins et al., 2004).

Las características del consumidor inciden en “(...) las percepciones de los beneficios esperados, los costos de búsqueda y la necesidad de llevar a cabo un nivel específico de búsqueda de información externa” (Hawkins et al., 2004, p. 515). Así mismo, la experiencia previa que el consumidor tenga con el producto, marca o servicio, va a influir en si éste vuelve o no a comprar, es decir, si un consumidor tiene una experiencia satisfactoria con una marca habrá un reforzamiento positivo, aumentando la probabilidad de comprar frecuentemente dicha marca, disminuyendo así la búsqueda de información externa. Ahora bien, los consumidores que tienen conocimientos limitados y moderados con un producto tienden a realizar una amplia búsqueda externa; a diferencia de los que conocen más acerca del producto como tal. Otro factor que incide en la búsqueda de información es el riesgo que una persona percibe que puede tener un producto, es decir la idea de que éste puede traer consecuencias negativas, lo que lleva a aumentar la búsqueda de información; dicho riesgo percibido puede variar en función del individuo, el producto y la situación.

Lo anterior se corrobora en la investigación de Bettman et al. (1991) en donde establecen que la dificultad a la hora de tomar una decisión de compra por parte del consumidor depende de cómo la información es proporcionada en el entorno. La información puede estar disponible en los avisos publicitarios, en paquetes, brochures; se puede obtener por amigos, familia o vendedores así como también por las experiencias previas que haya tenido el consumidor con el producto o servicio. La información se puede dividir en dos categorías: aquella disponible en la memoria de los consumidores y aquella encontrada en fuentes externas: fuentes personales, independientes.

Así pues, se ha observado que cuando el consumidor tiene conocimiento e información con respecto a un nuevo producto, éste organiza esos nuevos conocimientos y se aumenta la posibilidad de que se tome la decisión de comprar. El conocimiento por ende hará que el producto se instaure en la memoria de los compradores aumentando así la atención del individuo en ese artículo específico. La memoria así, juega un papel importante en diferentes tipos de toma de decisión de compra. Por ejemplo, es relevante para un segundo tipo de decisión: la tarea de juzgar. Ésta tarea se llevará a cabo basándose en una evaluación general de cada una de las alternativas presentadas en el mercado, a diferencia de la tarea de elección, en donde el individuo escoge la alternativa de preferencia, sin hacer mayor análisis de las características de los productos ofertados. En ambos, la memoria jugará un papel fundamental pues, a medida que hay información en la memoria fácil de evocar, será más probable la elección de ese producto (Bettman et al., 1998).

Luego de comprender la importancia que tiene la información que se le presenta al consumidor sobre el producto, cabe resaltar el impacto que existe en la manera en la cual se le presenta. En consecuencia, el formato de información crea otra sub-categoría influyente en la tarea de la toma de decisión. Según los estudios realizados por Russo (1977), (citada en Bettman et al. 1998) existen formas exitosas de mostrar información, como por ejemplo presentar una lista de precios de un producto de diferentes marcas de manera ascendente, del más barato al más caro. Esta lista funciona, gracias a que les otorga a los compradores una manera fácil de comparar los precios de las diferentes marcas. Así, la información presentada, que se recibe de manera diferente según el formato en el que es expuesto, se organizará en la memoria del consumidor con unos

atributos determinados, que se crean a partir del conocimiento del producto (Bettman et al., 1998).

Lynch y Scrull (1982) (citado por Bettman et al. 1998), señalan otra forma de categorizar las decisiones: decisiones basadas en estímulos, decisiones basadas en la memoria y decisiones combinadas, estímulos y memoria. Las decisiones en donde la información relevante está disponible externamente se le llama decisiones basadas en estímulos, la decisión en donde sólo se tiene en cuenta la información disponible en la memoria se le llama decisión basada en la memoria. Por último, la decisión que se toma teniendo en cuenta tanto la información del exterior como la de la memoria se le llama decisión mixta.

Ahora bien, sabiendo que la información viene dada tanto de la memoria como del entorno, los consumidores deben integrar dicha información para poder tomar una decisión acertada por medio de estrategias específicas. Los consumidores pueden llevar a cabo dos estrategias: 1. Utilizar una estrategia ya existente, es decir, que haya utilizado para tomar una decisión similar en situaciones anteriores, 2. Construir una nueva estrategia de acuerdo a la necesidad (Bettman et al., 1998).

Evaluación y selección de alternativas. Los criterios de evaluación se conocen como las características o dimensiones que se utilizan para juzgar diversas opciones y solucionar un problema. Estos se pueden relacionar con los costos y beneficios que un atributo del producto le produce a un consumidor (Hawkins et al., 2004).

Ahora bien, la evaluación y selección de alternativas se basa en tres aspectos: el primero, hace referencia a los criterios de evaluación, donde el consumidor realiza una búsqueda interna y externa de información para evaluar las características de un producto o servicio. Si los productos presentan características diferenciales, le es más

fácil al consumidor su elección, a diferencia de si todos los productos abarcaran características similares entre sí. Por lo anterior, es importante tener en cuenta los atributos determinantes de un producto para poder encontrar las características que distinguen las diferentes opciones, regresando al caso de la ropa íntima, el cual se mencionó en líneas anteriores, es posible decir que si todas las prendas íntimas tuvieran las mismas características, el consumidor tendría que buscar otras razones para elegir alguna prenda (Solomon, 2008).

Una vez se evalúan los criterios, se buscan diferentes alternativas que satisfagan el problema, sin embargo, como los consumidores tienen una capacidad limitada para procesar la información, estos únicamente eligen una cantidad restringida de alternativas ante las cuales están familiarizados, recuerdan y consideran aceptable para solucionar el problema; esto es conocido como *conjunto evocado*. Ahora, aquel conjunto de alternativas que el consumidor considera que no le ayudarán a satisfacer sus necesidades y que son inaceptables, se denominan conjunto inadecuado. Por último, el conjunto inerte representa aquellas alternativas ante las cuales el consumidor es indiferente pues pasan por desapercibidas y no representan beneficios para solucionar su problema (Schiffman & Kanuk, 2005).

Teniendo en cuenta que el consumidor está expuesto ante un mundo de múltiples alternativas, es pertinente mencionar que los consumidores se sirven de una serie de reglas o heurísticos, es decir atajos mentales, para poder facilitar el proceso de elección, siendo rápido y adecuado. En primera instancia, las reglas de decisión del consumidor que son aquellas llamadas heurísticas, estrategias de decisión y estrategias de procesamiento de información, representan procedimientos bastante útiles para los consumidores en el momento en que éstos seleccionen las marcas u otros aspectos relacionados con el consumo de un producto determinado. En este sentido las reglas de

decisión son: compensatorias, conjuntivas, disyuntivas, de elección por aspectos y lexicográfica, siendo las últimas cuatro reglas no-compensatorias (Bettman et al., 1998).

Tal como señala Bettman et al. (1998) la regla de elección compensatoria es aquella en la que un atributo bueno puede compensar un atributo deficiente en el producto, como lo afirman Solomon (2008) le da la oportunidad a un producto de compensar sus deficiencias. Existen dos reglas compensatorias, la regla aditiva simple, en donde el consumidor elige la alternativa que posea más atributos positivos y la regla aditiva ponderada, se refiere al momento en el que el consumidor toma en consideración los atributos positivos, “(...) multiplicando las calificaciones de la marca por su importancia ponderada” (Solomon, 2008, p. 332).

Por otro lado, la regla no compensatoria, se refiere a que la evaluación positiva de un atributo no compensa el desempeño deficiente en otro. Dentro de las reglas no compensatorias se encuentran las reglas lexicográficas, en donde se selecciona el atributo más importante y luego se examina la importancia de todas las alternativas (marcas) en ese atributo. El consumidor selecciona la alternativa que se desempeña mejor en el atributo más importante, sin embargo, si dos alternativas son igual de importantes para el consumidor, se examina el segundo atributo más importante de la alternativa y así sucesivamente hasta que una adquiera mayor valor para el consumidor (Bettman et al., 1998).

La regla de eliminación por característica, también evalúa la alternativa con el atributo más importante. Sin embargo, se diferencia de la lexicográfica, pues en ésta se establecen límites para cada criterio. “(...) la lexicográfica busca el máximo desempeño en cada etapa, mientras que la de eliminación por aspectos busca el desempeño satisfactorio de cada etapa” (Hawkins et al., 2004, p. 548).

Por su parte, en la regla conjuntiva, el consumidor pone independientemente a cada atributo un nivel mínimo como límite, seleccionando las marcas que superen estos niveles. Por otro lado, la regla disyuntiva, “establece un nivel mínimo de desempeño en cada atributo importante” (Hawkins et al., 2004, p. 548). En este sentido, todas las marcas que están por encima del nivel de desempeño en cualquiera de los atributos se consideran buenas.

Finalmente, los consumidores teniendo en cuenta todas estas reglas, toman la decisión de compra, la cual a su vez implica tomar una serie de decisiones en relación a las características del donde, cómo y cuándo llevar a cabo la compra.

Factores problema en la toma de decisión. En la decisión de compra, es posible también observar factores problema, que se encuentran dados por una serie de variables relacionadas al contexto en el cual se hace la compra, quién hace la compra y el producto mismo implicado en ésta. Así, cada una de estas variables, crea una sub-categoría de los factores problema con los que el comprador se encuentra en el complejo proceso de la toma de decisión. Gracias a su relevancia e influencia en dicho proceso, a continuación se realizará un breve recuento sobre las características generales de cada sub-categoría y cómo estos juegan un papel específico cuando el consumidor pretende realizar una compra (Bettman et al., 1998).

Para comenzar, se encuentran los factores problema que se relacionan con la propia tarea de la toma de decisión. Este factor, señala la importancia del tamaño de la muestra ofertada, es decir, la cantidad de artículos que se ofrecen al comprador, teniendo en cuenta que se ha logrado observar que a mayor número de opciones en la venta, mayor uso de estrategias para la eliminación de alternativas y por ende, el comprador agiliza y facilita el proceso de toma de decisión. Paralelamente, aparece el factor de la presión de tiempo, refiriéndose principalmente al tiempo que se utiliza para

tomar la decisión. Este factor señala que existe un cambio de estrategias para tomar la decisión, cuando el tiempo que se tiene para esto es muy limitado; se asegura que el comprador hace un rápido análisis sobre todos los datos de las alternativas, para así tomar una decisión eficaz. Además, según Bettman et al. (1998), Wright y Weitz (1977) encontraron en sus estudios que, cuando hay presencia de varias alternativas, el comprador le otorga a muchas de éstas, más peso a las características negativas, con el fin de descartar opciones y así facilitar su decisión (Bettman et al., 1998).

Con respecto al proceso de la propia tarea, existe también el factor del modo de respuesta del consumidor; éste, según los postulados de Bettman et al. (1998) es una de las características más estudiadas, pero con menos respuestas en el proceso de toma de decisión. Sin embargo, se ha logrado observar que el consumidor prefiere un producto frente a otro, gracias a varios factores que se interrelacionan, como sería el contexto, los valores, las necesidades, entre otros. Inclusive, pequeños fenómenos que surgen durante el proceso de toma de decisión, influyen en la decisión que realiza el comprador y tendrán un impacto importante frente a los productos preferencia del individuo (Bettman et al., 1998).

Por su parte, existen los factores problema relacionados con el contexto en el cual el individuo pretende llevar a cabo la tarea de decisión de compra. Por ejemplo, integrar un modelo que apenas está entrando a un contexto donde hay ya un modelo dominante o conocido por el entorno, aumentará la posibilidad de compra del dominante. Asimismo, insertar un nuevo producto dentro de un mercado, generará un efecto de atracción hacia el artículo novedoso; así como también se puede producir un efecto de sustitución, que consiste en la tendencia de adquirir productos novedosos que

se parezcan a aquellos que ya llevan más tiempo posicionados en el mercado (Bettman et al., 1998).

De manera similar, los atributos correlacionados, son otra variante de los factores problemas contextuales; señala la correlación existente de los atributos de las diferentes alternativas. Entonces, si los atributos son muy similares a los de otro producto, se estará frente a una correlación positiva, mientras que si los atributos son totalmente opuestos a los de las otras alternativas, serán atributos negativamente correlacionados. Estas relaciones tendrán un alto impacto en la toma de decisión, ya sea para hacerla más probable o por el contrario, hacer la compra menos probable. En relación con lo anterior, se observa el factor de la opción comparable versus la incomparable. Las diferentes indagaciones, según afirma Bettman et al. (1998), han demostrado que aquellas alternativas que resultan menos comparables, generan en los consumidores la creación de atributos de alto nivel de abstracción, lo cual permite realizar un análisis de los propios atributos, más que una comparación entre diferentes alternativas (Bettman et al., 1998).

Otro importante factor contextual son las cualidades que se encuentran disponibles en el mercado de las diferentes opciones. Los consumidores, según Payne, Laughunn y Crum (1980,1981) (citados por Bettman et al. 1998), hacen comparaciones a partir de puntos de referencia, las aspiraciones del propio consumidor y las consecuencias que tendrá la compra; en muchas ocasiones el consumidor no conoce el valor del producto y por ende las consecuencias que la compra de éste tendrá. Sin embargo, como afirma Bettman et al. (1998) el comprador infiere muchas características del producto que traerán una serie de beneficios, también inferidos. Así, por ejemplo, cuando existe un descuento en determinado artículo, se ha observado que

el consumidor se hace una idea mental de que algo falta en ese producto, haciendo así un análisis, basado en la idea de que si tiene un precio más bajo entonces su calidad será más baja (Bettman et al., 1998).

Finalmente, se encuentran los factores personales, como por ejemplo el conocimiento previo que se tiene sobre un producto o marca. Los individuos evalúan los estímulos de dos modos diferentes: en primera instancia se hace una evaluación de los diferentes atributos o elementos de un estímulo, mientras que el análisis basado en categoría, se realiza de manera general. Si este segundo análisis falla, el individuo hará un análisis a partir del primero, caracterizado por llevarse a cabo poco a poco, desde del conocimiento del producto o marca (Bettman et al., 1998).

Comportamiento post-compra. Luego de realizar la compra del producto, el consumidor presenta satisfacción o insatisfacción, lo cual generará que éste lleve a cabo ciertas conductas que dependen de su experiencia. Dicha experiencia, depende de una serie de factores que el comprador analizará posterior a la compra. En primera instancia, se encuentran la satisfacción de expectativas que el comprador tenía frente a determinado producto. Así, si el comprador no considera que el artículo satisfizo sus expectativas, sus conductas posteriores serán diferentes si el consumidor siente que se han cumplido sus expectativas con la compra realizada. En consecuencia, si el funcionamiento del producto coincide con las expectativas del consumidor, se dará una satisfacción en el individuo, haciendo así más probable la repetición de compra de éste y la información de los esquemas mentales del producto serán entonces positivos (Assael, 1998).

Resulta relevante mencionar que los compradores generan sus expectativas a partir de la información que han adquirido sobre una marca o producto. Es por esto que

si el consumidor no alcanza sus expectativas con el producto, se generará una insatisfacción y en consecuencia un cambio en los esquemas mentales de información sobre el producto. Este proceso de post compra resulta relevante, gracias a que dependiendo de la satisfacción o insatisfacción que cree la persona luego de la compra, ésta rectificará si su toma de decisión fue acertada. Posterior a este análisis, el comprador realizará una serie de acciones como respuesta (Assael, 1998).

Decidiendo a través de cómo percibimos nuestro cuerpo: La percepción del cuerpo, factores socioculturales y el comportamiento de consumo

En la actualidad, hay ciertos factores que influyen directamente en el desarrollo de la percepción de la imagen corporal. Ciertas investigaciones se han interesado por establecer y conocer dichos factores, encontrando que la conciencia de sí mismo, la internalización y las presiones socioculturales, son los que se reportan como las principales causas de construcción de la imagen corporal (Esnaola et al, 2010).

Un ejemplo de lo anterior, son los medios de comunicación que además de afectar el proceso de toma de decisión, ejercen una gran influencia en la percepción que los individuos tienen de la realidad, siendo una de estas, el cuerpo humano. Según Pérez (2004) los medios son un dispositivo que toca a los seres humanos en todas las esferas de sus vidas, convirtiéndose en “(...) depositarios casi exclusivos de la realidad” (p.2). Así pues, éstos influyen de manera directa en la comprensión que se tiene de la época, siendo un factor determinante de las nuevas visiones, sensibilidades y percepciones del individuo y el colectivo, las cuales se visibilizan en las interrelaciones que se dan en lo social. En este sentido, la incursión de las nuevas tecnologías y de los medios de comunicación han dado un giro a las pautas que se venían dando en épocas pasadas, transformando, de manera significativa, los entornos social y humano (Pérez, 2004).

Por medio de un estudio experimental, realizado por Myers y Biocca (1992), se pretendió averiguar si dos variables, programas y comerciales donde se mostraban cuerpos ideales y delgados, tenían un efecto en la forma en la que las mujeres percibían su propio cuerpo y su estado de ánimo. Dicho estudio sostiene la noción de una imagen de cuerpo elástico, en donde el tamaño del cuerpo actual entra en conflicto con el cuerpo ideal que muestran los medios de comunicación, haciendo que la percepción de la imagen corporal de la mujer sea inestable.

Este estudio demostró que los comerciales y programas de televisión que resaltan la imagen de cuerpo ideal pueden tener un efecto en la forma como las mujeres perciben su cuerpo. Así pues, el énfasis que los medios de comunicación le dan a la imagen del cuerpo ideal delgado, puede ser el responsable de la sobrestimación que las mujeres le hacen al tamaño de sus cuerpos (Myers & Biocca, 1992). Esto, en consecuencia de que los medios de comunicación muestran constantemente programas y comerciales en donde aparecen mujeres supremamente delgadas, promoviendo una imagen corporal ideal y perfecta. Ahora bien, este estándar puede no tener sus causas y origen únicamente en los medios de comunicación, pero dada la popularidad de la televisión, las películas y las revistas; los medios masivos de comunicación puede ser considerada una de los dispositivos que influye y promueve un estándar de delgadez e ideal corporal (Myers & Biocca, 1992).

Ahora bien, dicho ideal estético ha sido instaurado por ciertos factores socioculturales en el imaginario tanto individual como colectivo de las personas, ordenando y dando la pauta de cómo deben ser los hombres y las mujeres en esta época moderna. Así pues, hoy en día, el ser humano sólo puede afirmarse dentro de la sociedad y encontrarle significado a su existencia, en tanto cumpla con los cánones

estéticos establecidos por la publicidad y los medios de comunicación, pues de lo contrario será excluido y su esfera de acción se verá limitada (Pérez, 2004). Es así como “El cuerpo resulta ser un vector cargado de profundos significados, capaz de trastocar estructuras y sistemas que en el caso de la televisión adquieren nuevos sentidos gracias al aura que hoy le imprime el concepto de cuerpo ideal”(Pérez, 2004, p.19).

El concepto que tienen las sociedades actualmente del cuerpo femenino ideal, pueden influir en la evaluación que las mujeres y los hombres hacen de su imagen corporal. Hoy en el día, según Esnaola et al. (2010) “el prototipo femenino de belleza dominante desde hace tres décadas en nuestra cultura propone una delgadez tan extrema que resulta no solo inalcanzable, sino además muy poco saludable” (p.21). De esta manera “Cuanto más alejado esté su cuerpo del modelo corporal ideal que haya interiorizado, más probable es que exista en su interior desasosiego, preocupación, malestar; comenzando el camino hacia la insatisfacción de la imagen corporal” (López et al., 2008, p.127).

A su vez Salaberria et al. (2007) mostraron que los ideales de belleza actuales, han generado una insatisfacción permanente por la apariencia corporal en la mayoría de mujeres, lo cual lleva a que muchas sientan la necesidad permanente de perfección, de agradar a los demás con el fin de ser aceptado dentro de un grupo social, de mostrarse como personas con una apariencia física impecable, generando un miedo con respecto al hecho de que los demás perciban las imperfecciones corporales (Salaberria et al., 2007). Estudios realizados por Featherstone, citado por Martínez (2004) sustentan la idea anterior, en la medida en que señalan cómo dichos parámetros de belleza, han conllevado a que el cuerpo se convierta en un centro de trabajo, haciendo todo tipo de actividades tales como las transformaciones del cuerpo, maquillaje, ejercicios, entre

otros, para alcanzar los estereotipos planteados por la cultura y la toma de decisiones de compra (Myers & Biocca, 1992).

Así pues se puede afirmar que factores socioculturales como los medios de comunicación masivos crean e imponen una serie de estereotipos corporales positivos de belleza, éxito, salud y una imagen de autocontrol, a través de modelos, presentadores y grandes personalidades, los cuales muestran cuerpos perfectos e ideales. Los estudios de Fallon (1990) citados por Cuevas (2009) resaltan la relevancia del mercadeo en la formación de cánones de belleza orientados a la delgadez, pues, indica el autor, que el mercadeo de la industria de moda ha añadido importantes patrones culturales en las sociedades occidentales. No obstante, tales estereotipos distan mucho de la realidad corporal de los seres humanos del corriente, en la medida en que los simplifica, reduce y deforma en cuerpos difíciles de alcanzar. Así mismo, muestran estereotipos negativos en relación a una salud inadecuada y poco autocontrol, el cual se asocia a un cuerpo obeso, que hay que rechazar. Ambos estereotipos juegan un rol determinante en la formación social del cuerpo ideal (Myers & Biocca, 1992).

De igual manera, por medio de los mensajes publicitarios comunicados a través de los medios, se intenta convencer y persuadir al consumidor “(...) que debe consumir determinado producto si desea llegar a tener las piernas perfectas, los ojos más bellos, el cabello más brillante, el aliento más agradable (...)” (Pérez, 2004, p.25). Lo que esto provoca es que la persona nunca se sienta satisfecha y tenga la necesidad de consumir constantemente para poder llegar a la perfección. Lo paradójico es que dicha perfección es imposible en la medida en que los cuerpos humanos, por ser humanos, son imperfectos por naturaleza, sin embargo, estos patrones de cuerpos ideales, aunque son

impuestos, son aceptados y acogidos por la sociedad con el anhelo de llegar algún día a tenerlo.

El mismo estudio realizado por Myers y Biocca (1992) mostró cómo el cuerpo de la mujer era elástico y podía fluctuar en respuesta al contenido de los medios de comunicación que se enfocan en presentar un cuerpo ideal y perfecto. Así pues, lo que intenta el estudio es evidenciar si observar al menos 30 minutos de un programa de televisión o un comercial puede alterar la percepción que la mujer tiene de su cuerpo (Myers & Biocca, 1992).

El estudio encontró que la percepción que uno tiene del tamaño del cuerpo puede cambiar viendo menos de 30 minutos de televisión. La construcción mental de la imagen del cuerpo de una mujer es sensible a las señales sociales, entonces la televisión se convierte en el portador significativo de dichas señales. La imagen corporal de una mujer no sólo se constituye por las diferentes señales sociales que constantemente se le imponen sino también por la observación que ella misma se hace a lo largo del tiempo (Myers & Biocca, 1992).

Así mismo, dicho estudio (Myers & Biocca, 1992) señaló que, los comerciales publicitarios que mostraban una imagen corporal ideal hicieron que las mujeres se sintieran más delgadas de lo que normalmente se sentían. Esto pudo ser debido a que el comercial las llevó a que se imaginaran en un futuro con un cuerpo perfecto e ideal. Teniendo en cuenta que el cuerpo de la mujer es un constructo elástico, la mujer se une con el modelo presentando y se imagina siendo delgada, es decir, fantasea una imagen perfecta de sí misma y es aquí en donde el ideal se engancha a la auto-imagen de la joven.

Pese a lo anterior, la publicidad en los medios genera cánones tan imposibles de alcanzar produciendo una auto-repugnancia dada por el rechazo que una mujer hace de la forma en que se percibe y que contribuye a la sobre-estimación de su propio cuerpo. Esto se presenta en un segundo momento, en donde la euforia ha disminuido; las mujeres entonces se enfrentan a una cruel y fría realidad cuando se miran al espejo. En este periodo, el constructo entre el cuerpo real y el ideal puede llevar a que la persona se sienta infeliz con su cuerpo actual, es decir, se sienten insatisfechas con sus cuerpos porque perciben una brecha muy amplia entre sus cuerpos actuales y el cuerpo ideal deseado e impuesto por los medios de comunicación (Myers & Biocca, 1992).

Queda claro que, los medios de comunicación no dan cuenta y se alejan de las realidades corporales de los habitantes de las diversas sociedades en general, pues los rasgos propios y étnicos de éstos, se distancian del ideal estético impuesto por la mass media, convirtiéndose en “(...) cuerpos antagónicos a las imágenes de cuerpo elaboradas en Hollywood”(Pérez, 2004, p.12). Así pues, las personas, lejos de ver cuerpos similares al propio, ven cuerpos ideales que en últimas lo que deslegitima y desvalora es al cuerpo humano, que en su esencia es imperfecto. Ejemplo de lo anterior, es posible visibilizarlo en las personas que son Latinoamericanas, en donde la estatura promedio es 1,65, la tez es trigueña y el pelo oscuro, alejándose de los cuerpos que se ajustan a los cánones estéticos que la época impone (Pérez, 2004).

Así pues, cuando las personas sienten una inconformidad e insatisfacción con su imagen corporal y no se logran ajustar a la realidad, se produce una sensación de malestar, donde sentimientos negativos invaden sus pensamientos, incidiendo en la cotidianidad de las personas y trayendo consigo trastornos de la imagen corporal, lo cual genera un entorpecimiento en las relaciones interpersonales y el funcionamiento

personal en las diversas esferas de la vida. Lo anterior, gracias a que, como asegura Martínez (2004) el cuerpo humano es, hoy por hoy, una estrategia comunicativa muy utilizada donde la primera información que se consigue del interlocutor, es la apariencia, que actúa como una fachada del individuo, otorgándole importancia al aspecto física en las relaciones sociales (Salaberria et al., 2007).

Siendo los medios de comunicación una forma de reflejar y expresar lo que sucede en el entorno cultural, es relevante traer a colación una serie de características que al igual que los mensajes publicitarios, tienen alto impacto en la concepción y percepción de lo corporal. Los factores culturales influyentes en la auto-imagen son, entre otros, la concepción de vida saludable, la familia, los amigos, espacios, y profesiones. Todos estos factores, apuntan hacia unos patrones de belleza caracterizados por la delgadez, lo cual se ha observado en investigaciones como la de Cuevas (2009), quien ha demostrado la existencia de estos patrones, en donde la relación entre peso y belleza es un factor determinante; observándose en el hecho de que 5 de cada 6 participantes han modificado sus hábitos alimenticios alguna vez en su vida, con el fin de disminuir de peso.

Esta idea de delgadez, también se ha visto relacionada con la concepción de cuerpo saludable, en tanto a que las mujeres participantes de dicha investigación, utilizaron palabras tales como tonificado, trabajado y proporcionado para describir un cuerpo bello; de manera similar, utilizaron estas palabras a la hora de describir un cuerpo sano (Cuevas, 2009). La relación entre salud y belleza, no se ve únicamente en el ámbito corporal; hoy por hoy, ambos aspectos se han visto correlacionados con la apariencia física, pues es un mensaje que habla de su propietario. Sin embargo, la belleza y la salud, también se encuentran determinados por el bienestar del cuerpo

interior, lo que hace referencia a un equilibrio emocional; el cuerpo interior, al igual que el exterior, deben funcionar correctamente (Tubert, 2010).

Es importante tener en cuenta, que el cuerpo es una construcción social que se relaciona con el momento histórico y la cultura. Lagarde (1990) citado por Cuevas (2009) menciona que la imagen corporal, hace parte de un sistema de relaciones sociales que se definen culturalmente y ayuda a entender cómo las personas perciben, describen y cambian su cuerpo. De esta forma, la visión frente al mundo que cada sociedad posee, resulta muy influyente en la concepción que tienen las personas sobre su cuerpo, dándole un valor y sentido particular. Así pues, los patrones de belleza existentes en la sociedad actual tienen una gran incidencia en las prácticas y discursos relacionados con el cuerpo que conllevan a una imagen corporal determinada, la cual resulta subjetiva y está estrechamente relacionada con el significado de ser mujer y de lo que se considera como femenino, en este orden, las mujeres experimentan y comprenden sus cuerpo según las imágenes corporales que resultan culturalmente construidas, definidas y aceptadas. Es claro entonces, que el rol femenino es dinámico y cambiante y la percepción del cuerpo femenino, depende del rol social de la mujer.

Asimismo, Esnaola et al. (2010), establecen que las mujeres reportan mayor insatisfacción corporal que los hombres a lo largo del ciclo vital. Sin embargo, la importancia que las mujeres le dan a la apariencia física y más específicamente al tamaño y peso corporal, disminuye con la edad, es decir, las mujeres que están en la etapa de la adolescencia y jóvenes adultas se interesan más por su apariencia física que aquellas que están en una etapa de la vida más avanzada (Esnaola et al., 2010). Las mujeres de mayor edad no se dejan influenciar tanto por la presión socio cultural, por lo

que tienden a preocuparse menos por su apariencia física, sintiéndose más satisfechas con su cuerpo.

De esta forma, es posible intuir que la percepción corporal no será construida de igual manera en hombres y en mujeres, y también se verá influenciada por la edad del individuo y el contexto social en el cual se encuentre. Esnaola et al. (2010) establecen que las mujeres se centran principalmente en la apariencia física y equiparan la edad con ser menos atractivas.

Ejemplo de lo anterior, resulta en los espacios laborales, en los que las mujeres generan un significado en donde se desarrollan estrategias de presentación personal, que tienen como fin atraer las miradas de los demás, sobre todo la de los hombres; así, las mujeres conciben su cuerpo como objeto que hay que mirar, mientras los hombres no lo contemplan de esta manera. Entonces, las mujeres se sienten más identificadas con su cuerpo que los hombres, lo que conlleva a vivir experiencias diferentes de corporeidad (Martínez, 2004).

Así mismo, según afirma Martínez (2004) la vestimenta, por ejemplo, varía dependiendo de la situación en la que se encuentre el individuo. En consecuencia, “El tiempo y el espacio ordenan nuestro sentido del yo en el mundo, nuestras relaciones y encuentros con los demás y, también, la forma de cuidar de nuestros cuerpos” (Martínez, 2004, p. 135). Estos parámetros del vestir, se ven dados por el mundo de la moda, la cual estimula la idea de que cuidar de sí mismo implica estar físicamente de acorde a la situación. A partir de lo anterior, es posible observar que el espacio impone normas de presentación corporal, lo cual, afirma el autor, se ve con más fuerza en las mujeres. Es por esto que los espacios urbanos, como lo son la calle, la oficina o las

fiestas, funcionan bajo unas reglas implícitas diferentes en cuanto a la presentación física del individuo.

De igual manera, estos cánones que se han ido constituyendo en la sociedad, son reforzados también desde los ámbitos profesionales: médicos, publicistas, esteticistas, entre otros, han contribuido a definir los cánones estéticos. De esta manera, la publicidad y los mercadólogos, se han encargado de recordar que el ser humano tiene únicamente un cuerpo y que en consecuencia, hay que cuidar de él. Esta concepción, ha llevado a que se generen dos creencias con respecto al cuerpo: la primera hace referencia al cuerpo como una inversión, una forma capital con la cual se obtienen beneficios y la segunda es vista como un fetiche utilizado como un signo social (Martínez, 2004).

Los modelos familiares y las amistades, influyen en la construcción de una imagen corporal negativa en la medida, en que muchas personas pueden crecer en un entorno cuyos padres muestren una excesiva preocupación por el cuerpo y el atractivo, así como ejercen un vocabulario negativo hacia las figuras corporales que se alejan de los cánones de belleza, incitando a que sus hijos imiten ese tipo de conductas que apuntan hacia una buena figura que se asocia al ideal de belleza establecido en la sociedad. De igual manera, el hecho de que un niño reciba burlas y sea criticado frente a su cuerpo en los diversos contextos en los que se desenvuelve, hace de este una persona más vulnerable (Salaberria et al., 2007).

Los factores culturales implicados en la creación de los estereotipos se han visto en gran medida influenciados por el sistema económico occidental actual, el cual ha vuelto el cuerpo y los cuidados que los seres humanos han aprendido a darle, en un inminente negocio. Así la preocupación que se tiene sobre el cuerpo y el aspecto físico,

representa un medio importante de consumo, donde un gran sector de la industria se ha dedicado a satisfacer las demandas del cuidado y apariencia corporal. Lo anterior, ha tenido serias implicaciones en la sociedad actual, puesto que una gran porción de la población occidental, focaliza su atención en el aspecto físico.

De esta forma, se pretende abordar el consumo en relación a la salud y la estética, pues se ha convertido en una de las formas de expresión del culto al cuerpo y la salud. Así, al estar inmersos en una cultura capitalista de consumo, el cuerpo se torna en una clase de objeto, el cual es maleable y modificable y se le otorgan múltiples significados que dependen de las actitudes y la sociedad en general (Cuevas, 2009). Esta situación, resulta preocupante pues el excesivo interés por lucir bien y la insatisfacción que muchas personas sienten sobre su cuerpo, influyen de manera directa en la autoestima, el atractivo y la competencia personal, en relación a lo que el ideal estético impuesto por la sociedad y la cultura cataloga como lo bueno, lo bello, el culto a la figura delgada, el rechazo a la obesidad y el estar manipulando mediante diversos medios el peso (Salaberria et al., 2007).

Para ejemplificar lo anterior, se presenta el estudio expuesto por Cuevas (2009), en donde se exploró cómo las prácticas de consumo influyen en los ideales del cuerpo y belleza del grupo de participantes. Allí, se encontró que un 76% de estas mujeres utilizaban bienes de consumo relacionados con la belleza como el maquillaje. Cuevas (2009) afirma entonces que “Para la mayoría, ese gasto era importante y todas las mujeres que participaron en la investigación tenían algún tipo de gasto que tuviera que ver con este rubro” (Cuevas, 2009, p. 89). Lo anterior señala cómo el consumo, genera una idea del cuerpo, el cual se considera como un objeto modificable, mediante el consumo de ciertos artículos que permiten alcanzar los cánones de belleza impuestos por la cultura.

Lo anterior, desemboca en la situación dicotómica expuesta por Tubert (2010) en donde se juntan dos antagonistas: una exigencia social que conlleva a intentar alcanzar unos cánones estéticos y, por otro lado, la imposibilidad de llegar a adquirir estas características físicas, lo que conlleva a que el ser humano busque el objeto adecuado, para alcanzar los estereotipos, por medio del consumismo. Este sistema de consumo, está permanentemente ofreciendo nuevos productos que prometen formar el cuerpo, según las transformaciones adicionales que se generen en la cultura (Tubert, 2010). Por esta razón, es tan común encontrar que el mercado de productos que prometen bajar medidas y peso, son mercados que se encuentran constantemente actualizados y que presentan una inmensa variedad de opciones.

Así, hay una inminente relación entre la cultura y la percepción corporal, donde actualmente la delgadez trae consigo unas repercusiones sociales que dependen de la cultura, viendo como ésta se asocia con felicidad, éxito personal, juventud y aceptación social. El fenómeno de la delgadez resulta del marketing de la industria de la moda, la cual muestra la cultura de la belleza. “(...) la mujer se encuentra oprimida por una máquina cultural global (construida a partir de la publicidad, los medios de comunicación y la industria cosmética) la cual promueve un estrecho ideal de belleza occidentalizado a escala mundial” (Cuevas, 2009, p.84).

A partir de lo anterior, se hace necesario ahondar en cómo la imagen corporal se construye en las mujeres jóvenes, las cuales son objeto del presente estudio, con el fin de observar la influencia que tiene la percepción del cuerpo de ésta en la toma de decisión de compra.

Construcción y percepción del cuerpo

Es importante definir qué se entiende por percepción corporal; éste término, tratado por varios autores en la actualidad, se refiere a una imagen mental del cuerpo, que se construye a partir de procesos cognitivos, actitudinales y sociales. Esta imagen mental es subjetiva, gracias a que depende de las relaciones sociales que construye el individuo, las cuales se encuentran en constante cambio. Así mismo, dicha imagen se encuentra altamente influenciada por imágenes corporales que son construidas culturalmente. A partir de lo anterior, es posible observar la importancia que tiene la cultura en las construcciones sociales, en este caso, en los ideales de belleza femeninos (Cuevas, 2009). Esta idea subjetiva, se encuentra sujeta a manifestaciones y resulta una expresión de la personalidad que se utiliza para relacionarse con el exterior (Martínez, 2004).

Otros autores tales como Myers y Biocca (1992) se refieren a este fenómeno con el término de auto-esquema, el cual es concebido como una construcción que las personas forman de aquellos rasgos que los hacen diferente a los demás, construyendo así el sentido de sí mismos. Los individuos crean dicho sentido por medio de la observación de sus propios comportamientos, la reacción que tienen los otros frente a ellos y las señales sociales que sugieren qué atributo del ser es el más importante. Así mismo, estos auto-esquemas varían dependiendo del género, edad, contexto cultural, entre otras variables psicosociales a las que está expuesto el ser humano. (Myers & Biocca, 1992)

Por su parte, Salaberria et al. (2007) mencionan que la imagen corporal es la construcción mental que cada sujeto elabora acerca de la representación de su propio cuerpo y es la vivencia que tiene con él mismo. Resulta pertinente hacer alusión a la diferencia entre la apariencia física y la imagen corporal, pues aunque el aspecto físico de la persona no concuerde con los cánones de belleza establecidos, ésta de todas

maneras puede llegar a sentirse satisfecha con su imagen corporal; mientras que los sujetos que según los cánones de belleza, son considerados atractivos, pueden no sentirse bien con dicha imagen.

Cash, Pruzinsky & Thompson (1990) citados por Salaberria et al. (2007) señalan que la imagen corporal está constituida por diversas variables, tales como los aspectos perspectivos, que hacen alusión a la manera en la que se percibe el tamaño, la forma y el peso del cuerpo, bien sea en su totalidad o en cada una de sus partes. Este aspecto es de suma importancia, en la medida en que a partir de la percepción que hace la persona sobre el cuerpo, esta puede llevar a cabo subestimaciones o sobreestimaciones sobre el mismo. En un estudio realizado por Grogan (2008) la mayoría de las mujeres refieren que existen partes del cuerpo que producen más insatisfacción que otras y estas percepciones influyen en la construcción de la imagen corporal.

Así mismo, una investigación realizada por Perpiñá & Baños (2006), demostró que las mujeres sobre-estimaron su peso corporal, es decir, tendieron a pensar que pesaban más kilos (peso percibido) de los que realmente tenían (peso real). De esta manera según Birtchnell, Lacey y Harte (1985) citado por Perpiñá & Baños (2006), hay una mayor sobre estimación del tamaño corporal cuando el peso real está por encima del peso ideal, reflejando una mayor insatisfacción con el propio cuerpo y haciendo que las personas deseen estar más delgada y aumentar la tonicidad de los músculos del cuerpo; lo cual es buscado principalmente mediante las estrictas dietas alimenticias, ejercicio y cirugías que en muchas ocasiones atentan con la vida de la persona.

Según Ogden (1992) citado por Grogan (2008), el 95% de las mujeres estadounidenses han hecho alguna vez algún tipo de dieta para rebajar kilos. De igual manera, el 86% de una muestra de 55 mujeres británicas, han hecho o se encontraban

haciendo dieta cuando fue realizado el estudio en 1994 por Furnham and Greaves. A pesar de ser las dietas una de las maneras más populares para bajar de peso, la mayoría de los estudios (Grogan, 2008) han demostrado que el 95% de las mujeres que se someten a una dieta, no disminuyen significativamente de peso, ni alcanzan su objetivo; muy por el contrario, los resultados se encuentran altamente cargados de frustración. Cabe mencionar que estas estadísticas señaladas por el autor, se basan en dietas realizadas por las mujeres sin una asistencia de especialistas en el tema.

Otro aspecto importante que compone la imagen corporal, se refiere al cognitivo-afectivo, donde se mencionan valoraciones, sentimientos de asco, tristeza y vergüenza, entre otros; así como actitudes y pensamientos teñidos por creencias irracionales y palabras negativas que puede llegar a tener una persona al percibir su cuerpo de manera negativa en cuanto a su tamaño, peso, forma y las diversas partes que lo conforman.

Teniendo en cuenta el punto de vista emocional, las experiencias placenteras y displacenteras, así como la satisfacción, insatisfacción y la rabia, entre otros, ejercen una influencia importante en la constitución de la imagen corporal. Por último, Cash, Pruzinsky & Thompson (1990) mencionan una serie de aspectos conductuales, tales como las conductas de evitación, camuflaje, dietas y ejercicios, entre otras, que inciden de manera directa en la construcción de la imagen corporal, pues las conductas que provienen del proceso de percepción, como de las valoraciones y sentimientos relacionados con el cuerpo, hacen junto con la vivencia que cada quien tiene con su cuerpo, que todos construyan una imagen corporal que se ve estrechamente ligada con la personalidad y el bienestar psicológico. Cabe mencionar lo expuesto por Rosen (1995) citado por Salaberria et al. (2007) “[...] la imagen corporal es el modo en que uno se percibe, imagina, siente y actúa respecto a su cuerpo” (p. 172).

Es de resaltar que la imagen corporal, se construye de manera evolutiva, pues en cada etapa del desarrollo, los seres humanos van interiorizando la vivencia que tienen sobre su propio cuerpo; es claro que en el caso de las mujeres, hay algunos cambios significativos en relación a su imagen corporal debido a las transformaciones físicas. Es pertinente rescatar el estudio realizado por Cuevas (2009) que pretende mostrar por medio de un estudio realizado a un grupo de mujeres jóvenes entre 18 y 25 años de la Universidad de Costa Rica la relación entre la percepción corporal, la construcción de la feminidad y el consumo.

De esta manera, Cuevas, (2009) establece que al tomar las experiencias de estas jóvenes entorno a su feminidad, las percepciones y significados alrededor de su cuerpo, se puede evidenciar que hay una preocupación acerca de la manera en que promocionan la delgadez y un tipo de modelo femenino, que evidentemente incide en la percepción que tienen sobre sus cuerpos, pues son las jóvenes, las grandes consumidoras de la moda, entre muchas otras industrias.

Con el propósito de discutir sobre la autopercepción corporal de las jóvenes, se tomaron en cuenta los hábitos alimenticios, los cuales influían de manera determinante en las ideas que tenían acerca de sus cuerpos, los hábitos deportivos, que también resultaron un medio para controlar el cuerpo y modificarlo y la relación entre el peso y la percepción corporal que se observó con facilidad, pues la mayoría de las mujeres habían modificado alguna vez sus hábitos alimenticios para lograr verse estéticamente bien.

Por otro lado, los ideales estéticos, que definen lo que es un cuerpo estéticamente bello y sano, suelen estar ligados a la delgadez y a la gordura y el ser una mujer femenina, se asocia con una actitud por parte de la mujer de mostrar interés por su apariencia física. Los anteriores son aspectos, que se ven reflejados a través de las

representaciones mentales y sociales sobre su cuerpo femenino, tendiendo a evidenciar una serie de insatisfacciones estéticas que influyen en la manera en la que se visten, se relacionen y actúan. Finalmente, en relación al consumo, se evidenció que todas las jóvenes consumen productos con el fin de conseguir una estética corporal. “Lo que nos interesa resaltar es cómo las ideas acerca del cuerpo y la belleza se expresan en prácticas de consumo específicas, y qué tan importantes son esas prácticas para las mujeres entrevistadas, tomando en cuenta su situación económica.” (Cuevas, 2009, p.88)

De esta forma, es posible evidenciar que este estudio mostró como la mayoría de las jóvenes muestran una inconformidad sobre su cuerpo, la cual está evidentemente permeada por una construcción social. La percepción corporal de este grupo de jóvenes, no dependió del peso ni de su silueta corporal, sino de la evaluación que cada quien hizo de forma individual de lo que significaba para ellas tener cierta forma de cuerpo encontrándose inmersas en esa cultura. Por consiguiente, se encuentra un culto a la imagen estética, donde la persona evalúa el físico según los patrones ideales de belleza, que tiende a homogenizar los cuerpos, los cuales deben ser delgados y los medios de comunicación propagan su cuidado y control, incitando cada vez más al consumo de ciertos productos que resalten la belleza, llevando a que las mujeres creen conductas, hábitos y costumbres particulares que no son más que el reflejo de la sociedad de consumo en pro de la belleza y la salud.

Autores como Foucault han propuesto teorías de la construcción de la percepción corporal, como la *Teoría del poder*, la cual ha resaltado los efectos que tiene la corporalidad en el poder en el mundo actual, el cual coloca el cuerpo en el centro del escenario. En su texto *Vigilia y castigo* (2000), citado por Martínez (2004), afirma que

el cuerpo es una entidad política que implica relaciones de poder. Asimismo, señala la existencia de *cuerpos dóciles* (Foucault, 2000, citados por Martínez, 2004, p. 132) los cuales son sometidos, utilizados y transformados a la perfección. Esta idea, hace referencia a la sociedad actual, donde los cuerpos pretenden ser transformados para ser percibidos de la mejor manera posible, basándose en ciertos parámetros impuestos por la cultura.

A raíz de esta teoría, se afirma que los cánones de belleza son “(...) una poderosa estrategia de normalización, que busca la producción de cuerpos dóciles, capaces de auto-control, dispuestos a transformarse al servicio de las normas sociales y las relaciones de dominio y subordinación imperantes” (Tubert, 2010, p.166). Asimismo, afirma Tubert (2010) que las mujeres se encuentran más sujetas a este control social, gracias a la subordinación cultural de éstas en las relaciones de poder entre ambos sexos.

Una investigación realizada por Perpiñá & Baños, (2006), deja visibilizar “la importancia que tiene para el individuo la percepción subjetiva del propio cuerpo” (p.8). En dicho estudio, las mujeres sobre-estimaron su peso corporal, es decir, tendieron a pensar que pesaban más kilos (peso percibido) de los que realmente tenían (peso real). De esta manera según Birtchnell, Lacey y Harte (1985) (citado por Perpiñá & Baños 2006) hay una mayor sobre estimación del tamaño corporal cuando el peso real está por encima del peso ideal, reflejando una mayor insatisfacción con el propio cuerpo y haciendo que las personas deseen estar más delgada y aumentar la tonicidad de los músculos del cuerpo; lo cual es buscado principalmente mediante las estrictas dietas alimenticias, ejercicio y cirugías que en muchas ocasiones atentan con la vida de la persona.

En síntesis, es posible concluir que los factores externos tienen gran incidencia en la creación de la imagen corporal de los individuos y en la toma de decisión de compra de los consumidores. Estos factores, tales como la familia, amigos, profesiones, salud y belleza, idealizan una forma de vida, orientada a rendirle culto al cuerpo y al emprendimiento de la busca de la perfección física. Estos cánones, conllevan al permanente consumo de productos de vanidad, que prometen realizar transformación corporales, con el fin de moldear el aspecto físico en razón de los estereotipos impuestos

La adopción del ideal de delgadez por parte de las mujeres, no es una idea descabellada en una sociedad en donde la apariencia cobra tanto valor y donde el ser atractivo proporciona ventajas sociales considerables. Sin embargo, este estudio de Esnaola et al. (2010) establece que las mujeres deben ser conscientes de la enorme presión que tienen socioculturalmente y la influencia negativa que ejerce dicha presión sobre la percepción que tienen de sus cuerpos. Es necesario y beneficioso para la salud física y psicológica de las mujeres que empiecen a compararse con modelos reales, debido a que actualmente el cuerpo ideal que se está promoviendo es cada vez más irreal. Este modelo representa un riesgo para la salud, porque las mujeres están constantemente luchando por ese ideal que es básicamente inalcanzable (Esnaola et al., 2010).

Teniendo en cuenta la influencia de los medios y la percepción, así como las herramientas mediáticas y la toma de decisión de compra, cabe cuestionarse sobre la posible relación existente entre las auto-percepciones generadas por las mujeres jóvenes, quienes como se mencionó con anterioridad tienen más consciencia sobre su percepción corporal, en la toma de decisiones de compra de prendas de vestir,

específicamente ropa interior. A través de esta investigación se busca explorar con mayor profundidad cuáles son los mecanismos y procesos asociados a la percepción del cuerpo y la toma de decisiones en el contexto de consumo.

Objetivos

Objetivo general:

Explorar la percepción que 8 mujeres entre 18 a 25 años de edad, tienen de su cuerpo en el contexto de consumo y su influencia en la toma de decisión de compra de ropa interior, por medio de entrevistas semi-estructuradas.

Objetivos específicos:

- Explorar la percepción que tienen las mujeres de su cuerpo desde la perspectiva de su entorno social y familiar.
- Explorar los pasos que las mujeres llevan a cabo para tomar la decisión de compra de ropa interior.
- Explorar las características del producto que las mujeres tienen en cuenta durante el proceso de toma de decisión de compra, según las percepciones de su cuerpo.
- Explorar la incidencia que tienen los ideales de belleza de las mujeres en la percepción de su cuerpo.

Método

Diseño

El presente trabajo de grado se basó en un diseño exploratorio, estructurado a partir de una metodología cualitativa, debido a que ésta permite “(...) una depurada y rigurosa descripción contextual del evento, conducta o situación, que garantiza la máxima objetividad en la captación de la realidad y que posibilita un análisis que da lugar a la obtención de conocimiento válido con suficiente potencia explicativa” (López y Velandia, 2008, p.293). Así pues, a pesar que los resultados obtenidos no tengan representatividad numérica o estadística, esta metodología logra un mayor nivel de detalle y profundidad, lo cual resulta una herramienta óptima cuando se desea identificar percepciones, valoraciones, motivaciones o temores.

Por otra parte, la metodología cualitativa a través de las entrevistas en profundidad y las observaciones en puntos de venta cobra sentido en este trabajo de grado debido a que adicionalmente a otros beneficios, permite observar y comprender al individuo en algunos de sus ambientes habituales, lo cual hace que éste sea dinámico dentro de la investigación. Asimismo, dicha metodología tiene un carácter flexible, debido a que se puede ir modificando a lo largo de la investigación, de acuerdo a como se vayan presentando los fenómenos y situaciones.

El método de análisis que se utilizó reúne el discurso y el lenguaje corporal no verbal de las participantes. El análisis de discurso se refiere a una construcción lingüística de enunciados o afirmaciones que relatan una versión del objeto del mundo, la cual se transmite de manera oral o escrita. Así mismo, este método da cuenta de experiencias vividas dentro de una secuencia cronológica de eventos y acciones. Lo anterior, es importante debido a que el discurso moldea las acciones de los seres

humanos. De esta manera, el discurso de las participantes en este trabajo de grado permitió comprender y evidenciar algunas de las percepciones que tienen de sus cuerpos y el proceso de toma de decisión de compra.

El análisis de la información obtenida se realiza a través de un proceso en el cual se organiza la información a través de matrices por respuesta y categorías para facilitar su análisis, permitiendo identificar similitudes y diferencias entre las respuestas y comportamientos asociados al objetivo de esta investigación.

A partir de lo anterior, el diseño de carácter exploratorio de la investigación, cobra relevancia gracias a que en la exploración bibliográfica que se realizó no se encontró evidencia de investigaciones que relacionaran la percepción del cuerpo y la toma de decisión de compra de ropa íntima, por lo que es posible pensar que hay poca información con respecto a esta temática. Según Hernández, Fernández y Baptista (2006) estos estudios se realizan cuando se pretende hacer un acercamiento a un tema o problema de investigación que ha sido poco estudiado y del cual existen muchas preguntas. En este sentido, los exploratorios prometen datos generales, con la intención de alcanzar nuevos productos mejor definidos. Así, este trabajo de grado puede servir de base para futuras investigaciones, que se encuentren interesadas en el tema.

Participantes

Para el desarrollo de la presente investigación, se tomó una muestra de ocho mujeres entre 18 y 25 años de edad de estratos cinco y seis y que tuvieran como domicilio la ciudad de Bogotá. Cabe mencionar que las mujeres seleccionadas, debían ser las decisoras y compradoras de su ropa interior, habiéndose visto enfrentadas al proceso de toma de decisiones de compra de la misma. Para la elección de las participantes, no se tuvo en cuenta aquellas que estén en estado de embarazo.

El tipo de muestreo que se utilizó fue el no probabilístico, específicamente, de combinación o mixto, ya que permite la triangulación, flexibilidad y puede dar respuesta a los intereses de la investigación. Lo anterior, debido a que se llevó a cabo un muestreo de conveniencia, pues resulta práctico para las observadoras acompañar al punto de venta a sus conocidas, para que de esta forma, su interacción fuera espontánea y natural, lo cual es beneficioso para la observación. Asimismo, se utilizó un muestreo de criterio, ya que las participantes debían cumplir con ciertos criterios y características específicas para asegurar confianza a los resultados (Miles y Hubberman, 1994).

Instrumento

Los datos de esta investigación, se recogieron por medio de entrevistas a profundidad las cuales se apoyaron en ejercicios proyectivos y algunas interacciones con algunas de sus prendas “observaciones del closet”; así como acompañamientos a punto de venta.

Entrevista a profundidad.

La entrevista a profundidad fue de tipo semi-estructurada utilizando como herramienta de recolección guías de tópicos de entrevista, las cuales incluyeron ejercicios proyectivos. Esta resulta útil para esta investigación, debido a que permite que las personas se expresen libremente frente a las temáticas a evaluar con cierto grado de flexibilidad que facilita al entrevistador la exploración y profundización de los temas, produciendo datos no numéricos, es decir, cualitativos, ya que generalmente se recogen narrativas o discursos. Según López y Velandia (2008) La entrevista a profundidad “es un intercambio de ideas, significados y sentimientos sobre el mundo y los eventos, cuyo principal medio son las palabras” (López y Velandia, 2008, p. 294). Entonces, la

importancia de esta técnica no está en la cantidad, sino la calidad de la información recogida.

En estas entrevistas se lleva a cabo una guía de preguntas que buscan indagar acerca de dos temáticas específicas: percepción corporal (Ver Apéndice A), la cual incluía un ejercicio proyectivo a partir de frutas que representan diferentes partes del cuerpo (Ver Apéndice B) y toma de decisiones de compra (ver Apéndices C). Paralelamente de la guía de tópicos de percepción corporal y toma de decisiones se realizó una observación al closet con el fin de que las participantes mostraran sus prendas de vestir exteriores e interiores, lo cual ayudó a complementar la información obtenida en las entrevistas realizadas (Ver Apéndice D). El entrevistador tiene la libertad de dirigir las preguntas de la forma que lo considere pertinente, sin embargo los temas abordados deben estar relacionados entre sí (López y Velandia, 2008).

Acompañamientos a punto de venta

Por otra parte se realizaron acompañamientos a punto de venta a 8 mujeres con el fin de observar, profundizar y apoyar la información recogida en las entrevista de toma de decisión de compra. Esta actividad tuvo como objetivo final conocer los acontecimientos sucedidos en un lugar determinado; las personas que se encuentran en éste y sus interacciones. Con esto, es posible observar el comportamiento de un consumidor a la hora de realizar una compra, lo cual da luces sobre factores influyentes de la decisión de compra (López y Velandia, 2008). El instrumento que se utilizó para la recolección de la información fue un formato de registro de conductas, debido a que éstas se dan en una situación presente y natural dentro del punto de venta (Ver Apéndice E).

Procedimiento

Primera etapa: Elección del tema y Revisión de la literatura.

En primera instancia, se eligió el tema acerca de la influencia de la percepción del cuerpo de la mujer en la toma de decisión de compra de ropa interior, debido al interés común de los miembros del grupo por investigar acerca de dicho fenómeno. Teniendo en cuenta lo anterior, se hizo una revisión teórica, la cual constó de una exploración del proceso de toma de decisiones del consumidor, la percepción del cuerpo de la mujer y la incidencia los factores culturales en el mismo.

Segunda etapa: Elección y reclutamiento de participantes.

Con el fin de recolectar la información adecuada para la investigación, se reclutaron 8 mujeres entre 18 y 25 años de edad de estratos 5 y 6, de la ciudad de Bogotá. Asimismo, las mujeres seleccionadas, debían cumplir con el criterio de haber comprado con anterioridad su propia ropa interior y haberse visto enfrentadas al proceso de toma de decisión de esta categoría. Cabe resaltar que cada participante deberá firmar un consentimiento informado antes de empezar el procedimiento (Ver apéndice F).

Tercera etapa: Selección y construcción de categorías de análisis

Las categorías de análisis se construyeron por medios de la revisión bibliográfica y las emergentes a lo largo de la investigación. Las categorías son Percepción Corporal que tiene como sub categoría auto percepción, cómo perciben las participantes a los terceros y cómo creen que los terceros las perciben; Ideales Estéticos Corporales que tiene como sub categoría cuerpo ideal, hábitos alimenticios, hábitos deportivos e intervenciones quirúrgicas; Toma de decisión de compra que tiene como sub categoría

reconocimiento del problema, búsqueda de información, selección de alternativas, criterios de elección y hábitos de compra (Ver Apéndice J).

Cuarta etapa: Construcción del instrumento

Para la recolección de la información se llevó a cabo una guía de tópicos de entrevista semi-estructurada la cual incluyó ejercicios proyectivos. Con el fin de complementar la información recogida en las entrevistas semi-estructuradas se realizaron acompañamientos a puntos de venta el cual se registro por medio de registro de conductas y observación al closet de cada participante. Estas se realizaran partiendo de las categorías establecidas con anterioridad y cubriendo los objetivos planteados para esta investigación.

Quinta etapa: Validación y corrección del instrumento.

El instrumento se validó por medio de una prueba piloto con tres mujeres del mismo rango de edad de la muestra, con el fin de ver si este respondía a los objetivos y categorías planteadas en el estudio. Se tuvo en cuenta las sugerencias realizadas por las personas que validaron el instrumento, con el fin de que este fuera coherente y pertinente para la recolección de los datos.

Sexta etapa: Realización del trabajo de campo.

En el trabajo de campo se llevaron a cabo entrevistas a profundidad de tipo semi-estructuradas y acompañamientos a los puntos de venta.

Séptima etapa: Análisis de la información.

Luego de realizar las aplicaciones de los instrumentos, se realizaron las transcripciones de las entrevistas a profundidad y se organizaran los registros de observación.

Luego, los datos fueron incluidos dentro de una matriz de resultados por preguntas y otra según categorías de análisis con el fin de contrastarlos y analizarlos.

Octava etapa: Discusión.

Se llevó a cabo una discusión, en la cual se triangularon los resultados obtenidos, las categorías de análisis planteadas desde un principio, así como las que emergieron a lo largo del trabajo y los objetivos tanto generales como específicos planteados al inicio de la investigación.

Resultados

Luego de haber realizado la triangulación de las entrevistas y observaciones, con el fin de validar los datos observados y sirviéndonos de las matrices desarrolladas (ver Apéndice G y H) con el propósito de organizar, clasificar y contrastar los datos recogidos a partir de las diversas entrevistas realizadas por las tres investigadoras; se hace necesario presentar los resultados, teniendo en cuenta las categorías y sub-categorías de análisis realizadas, que dan cuenta de aspectos importantes a la hora de entender la forma en que las mujeres de 18 a 25 años de edad perciben sus cuerpos y la incidencia que esto tiene a la hora de tomar la decisión de compra de ropa interior.

Percepción corporal

En primer lugar, refiriéndose a la categoría que busca conocer la percepción que las mujeres tienen sobre su cuerpo, la cual es entendida como la “imagen mental subjetiva del cuerpo, que se construye a partir de procesos cognitivos, actitudinales y sociales y que se encuentran en constante cambio, por las influencias de factores internos y externos” (Salaberria et al., 2007), se puede decir que comprende tres sub categorías, cómo perciben ellas a los terceros, cómo creen ellas que los terceros las perciben y finalmente la auto percepción.

Percepción que las participantes tienen sobre los terceros. A partir de las entrevistas realizadas a las participantes, fue posible observar que estas definen los cuerpos a través de diferentes aspectos tales como: formas geométricas, frutas o por la silueta del mismo; a los cuales les atribuyen ciertas características de personalidad, hábitos alimenticios, aspectos que destacan u ocultan del cuerpo, qué ropa interior

usaría, entre otros. A continuación se realizará un recuento de las tipologías identificadas por las participantes y las descripciones realizadas por las mismas.

Cuerpos delgados. La mayoría de las participantes identificaron que existen cuerpos delgados, haciendo énfasis en el peso y la silueta de los mismos. Con respecto a la personalidad de las personas flacas, se encontró que existe en las participantes la creencia de que las personas con este tipo de figura son muy seguras de sí mismas, son extrovertidas, alegres y en general orientadas hacia las relaciones sociales. Sin embargo, también se mencionó que pueden llegar a ser personas arrogantes y difíciles de complacer.

Lo anterior, se puede ejemplificar con la respuesta de una de las participantes, quien afirmó que las personas flacas “(...) de pronto se creen más porque están más seguras de sí mismas, (...) muestran seguridad, son felices y tranquilas” (I.B., 2012). Por otro lado, para muchas, la personalidad de las mujeres que poseen una figura flaca, se asocia a aquellas que no disfrutan de las cosas y se restringen en muchos aspectos. Por ejemplo, una participante mencionó: “A las flacas no le gusta nada, no aceptan nada” (C.G., 2012).

En cuanto a los hábitos alimenticios, las participantes en general, afirmaron que este tipo de cuerpos se caracteriza por llevar a cabo muchas dietas y gran cantidad de actividades que implican ejercicio físico. Asimismo, mencionaron que las raciones de comida son muy pocas y tienden a darse pocos gustos. Sin embargo, también fue posible observar que existen opiniones diferentes con respecto a los hábitos alimenticios en cuanto a si estos son saludables o no; algunas consideran que las mujeres flacas sí llevan a cabo hábitos alimenticios saludables, caracterizados por una dieta alta en frutas, verduras, proteínas y baja en carbohidratos y golosinas. Mientras que otras participantes

opinaron que “(...) andan con la dieta del apio todo el día. No comen nada, desayuna un cereal, mucha agua todo el día y convencida de dietas pendejas” (C.G., 2012).

Por último, las participantes mencionaron que las mujeres flacas destacarían su abdomen, torso y brazos; pero que posiblemente ocultarían sus piernas por ser muy delgadas. Por esta razón, mencionaron que a este tipo de cuerpos le quedaría bien cualquier tipo de ropa interior. Por su parte, algunas participantes expresaron que estos cuerpos son muy similares a los de las niñas más pequeñas, haciendo así que utilicen ropa interior para mujeres menores o sencillamente no utilizando brasier con copa.

Cuerpos gordos y obesos. Las participantes aseguraron que las personas que tienen cuerpos gordos y/u obesos son tímidos, reprimidos, amargados, introvertidos e inseguros, por lo que tienen tendencia a tener una baja autoestima y a estar más solos. Pese a lo anterior, las participantes manifestaron que en muchas ocasiones las personas que tienen este tipo de cuerpo, suplen su inseguridad mostrando a los demás que son personas muy felices, divertidas y cómicas. Es importante mencionar, que una de las participantes enfatizó en que estas personas, resultan ser más ansiosas y con poco autocontrol de sí mismas, lo cual se refleja en sus hábitos alimenticios, los cuales describieron como desordenados, una dieta con grandes porciones, alta ingesta de harina, dulces y comida chatarra, sumado a una rutina muy sedentaria.

A partir de lo anterior, las participantes afirmaron que las mujeres con este tipo de cuerpo tienden a ocultar la mayoría de las partes de su cuerpo, como la barriga, piernas y brazos, destacando su cara. Por esto, utilizan ropa más ancha, que no sea ajustada, con el fin de no resaltar el sobre peso. Asimismo, en relación a la ropa interior, este estilo de mujer, escogería prendas grandes, que recojan y escondan un poco el sobre peso.

Contextura media. Las participantes describieron este tipo de cuerpo, como aquel que es proporcional a su estatura o tamaño, pero que a su vez, tienen inconformidades en relación a algunas partes del mismo, como por ejemplo la acumulación de grasa en el abdomen o en la cadera. Estas personas son para las participantes mujeres seguras, extrovertidas, sencillas, conformes y alegres, que presentan un equilibrio en su vida; suelen darse gustos, cuidarse en sus hábitos alimenticios y hacer ejercicio. “(...) comería muy saludable. Comería proteína, ensaladas, frutas y verduras. Se daría sus gustos de vez en cuando. Se preocuparía por lo que come y por lo que no come” (M. V., 2012).

Teniendo en cuenta que este tipo de figura presenta algunas partes del cuerpo que generan inconformidad, las mujeres tienden a ocultar dichas partes mediante las prendas de vestir. Por ejemplo, si no les gusta su abdomen, utilizarán prendas sueltas en dicha área. Así mismo, las anteriores mencionaron que este tipo de mujer tendría aspectos positivos en el cuerpo, por lo tanto van a tender a resaltarlos a través de prendas de vestir que les resulten más convenientes. “Se pondrían hilos de encajes gruesos porque no parten como los delgadíticos, en cuanto a brasieres de punto blanco o de copa, depende de lo que se vayan a poder (I.B., 2012).

Triángulo o pera. Las participantes utilizaron la figura geométrica del triángulo y la fruta de pera, por la forma de ambas, para referirse a mujeres con un torso delgado y una cintura, glúteos y piernas más gruesas. Las mujeres con esta tipología corporal, presentan algunas inseguridades relacionadas con el área más gruesa de su cuerpo, sin embargo, las caracterizan como personas extrovertidas, que llaman la atención y encuentran gusto en esto. Sus hábitos alimenticios giran en torno a las dietas, debido a que si se descuidan tienden a subir de peso con facilidad. A pesar de lo anterior, es vista

como una persona que es equilibrada, pues no se restringe de muchas cosas. A su vez, hace ejercicio aeróbico para mantener su figura, pues suele engordarse con facilidad.

Por la forma de su cuerpo, estas mujeres destacarían su cintura y brazos por ser delgados y esconderían su cadera y piernas por ser más anchos. Para esto, las participantes mencionaron que éstas tienden a utilizar ropa interior tipo tanga, que presente un encaje grueso, para ocultar la cadera; en general, ropa interior que sea cómoda, pero que esconda el exceso de caderas que perciben. “(...) anchos en la parte de los glúteos y adelante normal, que sean un poco altos para que la persona no se vea tan voluptuosa, tratar de que se disimulen los conejos” (D.G., 2012). En cuanto al brasier, las participantes afirmaron que este tipo de cuerpos pueden utilizar cualquier estilo, gracias a que su gran fortaleza se encuentra en la parte superior del mismo.

Triángulo invertido. Estos cuerpos fueron descritos por las participantes, como gruesos en la parte superior, es decir, el tronco, brazos y espalda, y más delgada en el área de las piernas. Así pues, se refirieron a que la zona del abdomen de estas mujeres, presenta acumulación de grasa; tienen más busto y brazos más anchos, mientras que sus piernas se mantienen delgadas. Sin embargo, es pertinente mencionar que algunas participantes, afirmaron que el cuerpo tipo triángulo invertido se caracteriza por tener una espalda grande, ya sea por el ejercicio o por constitución. En este caso, la persona sentirá inseguridad pues esta característica podría representar cierto aspecto masculino.

Sus hábitos alimenticios son caracterizados por una ingesta de todo tipo de alimentos, en donde se dan sus gustos y pueden comer de todo un poco. Así, destacarían de su cuerpo la cintura y el abdomen y ocultarían la espalda. Finalmente, debido a su personalidad, esta persona se pondrá todo tipo de ropa que le quede cómoda y le guste.

Cuerpo cuadrado. Este tipo de cuerpo fue descrito por las participantes como una persona que puede ser flaca o gorda, caracterizado principalmente por la falta de cintura, busto y glúteos. Son entonces personas “que no tienen mucha cintura, son unas personas flacas o gordas; (...) totalmente cuadradas. Yo conozco personas que literal no tienen nada” (M.V., 2012).

Se caracterizan por ser muy atletas y con hábitos alimenticios saludables, comiendo balanceado, para poder tener un buen estado físico. Es importante mencionar que las participantes también aseguraron que este tipo de cuerpo no sólo se da por realizar ejercicio; sino también se presenta gracias a la constitución genética. Así, en esta tipología de cuerpos, las mujeres destacarían las piernas y brazos, ya que al relacionarlo con un cuerpo de persona atlética, las describen como personas que están tonificadas. Lo anterior, hace que dichas mujeres, prefieran brasieres tipo sport, caracterizados por ser muy cómodos.

Cuerpo voluptuoso o de guitarra. Las participantes describieron la personalidad de estos cuerpos como mujeres seguras de sí mismas, abiertas, sociales y coquetas; haciendo énfasis en que son la típica mujer latina. Este cuerpo, lo asocian con la forma de una guitarra, por presentar muchas curvas, principalmente en la zona de su tronco y por tener grandes atributos en el área de su busto y glúteos. Sus hábitos alimenticios se caracterizan por ser equilibrados entre el cuidado, el ejercicio y sus gustos. De su cuerpo destacarían sus glúteos y busto, por lo cual utilizarían ropa interior que recoja y realce sus partes más notorias y voluptuosas.

Flácido. Este tipo de cuerpo fue mencionado por las participantes como un cuerpo “Blandengue”, haciendo énfasis en la falta de tonicidad del mismo. Su principal característica es la flacidez en todo el cuerpo, debido a que no lleva a cabo actividades

de ejercicio físico y su alimentación es muy variada: come de todo. En consecuencia, resaltaría sus brazos, pero escondería sus piernas, pues es allí donde se puede observar más la flacidez. Según las participantes, estas mujeres utilizarán cualquier tipo de ropa, incluso la interior.

Por otro lado, se realizó un ejercicio proyectivo en donde se le pedía a las participantes que formaran los cuerpos de mujeres de diferentes rangos de edad: de 26 a 35, 36 a 45 y mayores de 45 años de edad. En este ejercicio, las participantes debían construir los cuerpos de mujeres de dichas edades, por medio del uso de diferentes frutas, que simbolizaban el posible tamaño, forma y textura de las partes del cuerpo. A continuación se mostrarán las opiniones de las participantes con respecto a los cuerpos de las mujeres en los rangos de edad ya mencionados.

De 26 a 35 años de edad. En general, las participantes describieron el cuerpo de una mujer entre los 26 y 35 años de edad un poco más ancho, con un busto más grande, caderas marcadas, piernas gruesas y un tronco tipo pera. Las características mencionadas anteriormente, se dan gracias a que, según las participantes, a esta edad ya la mujer probablemente ha tenido hijos, lo cual hace que ésta se engorde y se ensanche, siendo más difícil rebajar los kilos de más.

De esta manera, consideran que estas mujeres prestarían más atención a las piernas, el abdomen y los brazos, pues son estas partes del cuerpo las que están expuestas a ser transformadas, lo cual las lleva a fijarse en ellas y a hacerles modificaciones por medio de cirugías, dietas, ejercicios y otras intervenciones estéticas. Por otro lado, le prestarían menos atención a su cara, pues a esta edad el envejecimiento en dicha zona del cuerpo no es tan notorio. Sin embargo, existen opiniones de las participantes que distan de la anterior; pues algunas afirman que en esta edad, con la

aparición de los hijos, las prioridades cambian y las mujeres dejan de poner tanta atención a la apariencia de su cuerpo.

De 36 a 45 años de edad. Por otro lado, consideran que las mujeres a esta edad continúan subiendo de peso, sobre todo en el área abdominal, teniendo en cuenta que a esta edad posiblemente ya han tenido hijos. Consideran que es “una mujer más bien sin curvas, más redondita y las piernas son más rellenitas” (C.V., 2012). Asimismo, fueron descritas como mujeres cuyas prioridades se centran en el cuidado de su familia, dejando a un lado el de su cuerpo y sumándole el enlentecimiento natural del metabolismo, se comienzan a engordar. Además, tendrán cicatrices en su cuerpo, ya sea por los partos o las cirugías estéticas que se han realizado.

Las participantes consideran que los terceros perciben a las mujeres de esta edad, con figuras que por más que se hayan ensanchado y perdido tonicidad, siguen percibiéndolas agradables acorde a su edad. Este cuerpo se encuentra en un proceso de envejecimiento, sumado al hecho de que en esta edad las mujeres tienden a preocuparse menos por su belleza corporal, teniendo como prioridad el cuidado de su cara, debido al surgimiento de manchas y arrugas, entre otros aspectos propios a la edad. Por último, afirman que a esta edad, las mujeres deben comer bien, de una manera balanceada, ingiriendo frutas, verduras, carbohidratos y proteínas, además de realizar algún tipo de actividad física que aporte al bienestar psíquico y físico.

Mayor de 45 años de edad. Según las entrevistadas los cuerpos en este rango de edad se van transformando, volviéndose más flácidos y menos curvilíneas. “Cuando una mujer entra a una edad, todo se escurre; según los parámetros de belleza de la sociedad, esto es feo. En el estomago ya hay mucha grasa, igual que en las piernas. Esto va con el sedentarismo de la persona, porque las personas mayores tienden a hacer

menos ejercicio” (J.H., 2012). En este sentido, según las participantes, las personas cercanas ven que las mujeres se comienzan a engordar y sugieren que haga ejercicio, pues consideran que un cuerpo gordo no es agradable.

Las participantes no coincidieron con sus opiniones en relación a las partes del cuerpo en las cuales las mujeres de esta edad centrarían su atención, pues para algunas, es necesario prestar más atención al abdomen, para otras a las piernas y en algunos casos afirmaban que es necesario focalizar su preocupación en todo el cuerpo, pues ya todo está deteriorado. Sin embargo, se puede evidenciar que a esta edad el cuerpo no es una prioridad, pues se fijan más en la salud, tranquilidad e hijos. Entonces el ejercicio y los hábitos saludables, se enfocan principalmente en la salud y el bienestar.

Cómo creen que los terceros las perciben. Esta sub categoría pretende evidenciar las creencias que las participantes tienen acerca de cómo los terceros, tales como la familia, amigos y personas lejanas las definen. En primer lugar, la mayoría consideran que sus familiares las ven como personas alegres, amorosas, felices y responsables. Sin embargo, otras resaltan que además de tener dichas características positivas, en ocasiones, son percibidas como amargadas, regañonas o con un temperamento fuerte. Así mismo, en relación a la percepción que sus amigas pueden tener sobre ellas, creen que éstas las conciben como incondicionales, responsables, alegres y divertidas con las que vale la pena estar. No obstante, también mencionaron aspectos negativos como el temperamento fuerte y el mal genio.

Igualmente, se pudo evidenciar que las entrevistadas consideran que sus amigos hombres las definen como personas amigables e incondicionales que pueden ser tímidas o calladas a la hora de relacionarse. Es importante mencionar que algunas de las participantes sintieron varias dudas al respecto; incluso una de ellas se remitió al

aspecto físico y otra resaltó aspectos negativos como el ser chismosa, intensa o amargada.

En relación a los que los terceros pueden llegar a pensar acerca de sus cuerpos, las entrevistadas mencionan diversas respuestas acorde a la percepción que cada una tiene sobre su cuerpo. De esta forma, algunas de las entrevistas consideran que los demás las perciben como mujeres de contextura gruesa, donde una de ellas afirma que “(...) ahí va una niña gordita y fea” (Entrevista J.H., 2012). Por su parte, una de las entrevistadas señala que (...) mi papá me dice que tengo que hacer más ejercicio, mi mamá que tengo que hacer más dieta, entonces, como que eso a veces influye sobre lo que yo siento sobre mi cuerpo ” (I.B., 2012).

Por otro lado, otras entrevistadas dicen que son percibidas como mujeres delgadas o con un cuerpo completo. “Creen que tiene un peso adecuado para su cuerpo” (C.G., 2012). Otra afirma “Creo que piensan que soy muy flaquita, pero que en general es bien mi cuerpo, que tengo buen cuerpo, pero que si soy flaquita” (M.J.U., 2012).

En última instancia, las demás participantes hacen mención a que los terceros cuando las ven pueden evidenciar en sus cuerpos partes que sobresalen. Una de ellas señala que “De pronto, pueden decir que soy costeña, porque soy caderona, nalgona y tetona, pueden decir que soy una mujer voluptuosa” (C.V., 2012). Otra de ellas hace alusión a que los demás la perciben como “(...) que tengo mucha nalga, que soy de estatura bajita, piernas gruesas y un cuerpo sano” (D.G., 2012).

Auto percepción. En cuanto a la sub categoría de auto percepción de las participantes, se indagó en la percepción que estas tienen tanto de su forma de ser como de su cuerpo. En primera instancia, la mayoría hace alusión a que son más maduras que

las personas de su misma edad, lo cual se ve reflejado en la forma de ser, pensar y actuar de las mismas. Lo anterior, se puede evidenciar en el discurso de una de las participantes, quien afirmó: “Me siento más madura pienso las cosas distintas, mis amigas que me rodean piensan en cosas materiales, como marcas, mientras que yo no, soy cero así, yo soy lo normal o sea más sencilla” (I.B., 2012). Algunas de las participantes mencionaron que a diferencia de las mujeres de su misma edad, se muestran más calmadas, con menos ansiedad de salir y experimentar nuevas cosas, mientras que otras tienen en común que están en una etapa de la vida en que les gusta rumbear, salir a divertirse y conocer a diversas personas.

Por otro lado, con el fin de indagar en la percepción que las mujeres tienen sobre sus cuerpos, durante la entrevista, se les solicitó que realizaran un ejercicio proyectivo en el cual por medio de diversas frutas debían llevar a cabo su cuerpo actual e ideal. A continuación, se plasmarán los discursos de las participantes con respecto a su auto-percepción.

Según las respuestas dadas, la mayoría de las participantes mencionaron que pueden mejorar algún aspecto de su cuerpo, como por ejemplo la barriga, las piernas y caderas. Lo anterior, se ejemplifica en la narración de una de las participantes que estable que: “Me veía como una pera (...) no me gustaba, me ponía a llorar muchas veces y pasaba en vestidos medio largos” (D.G., 2012). También se encontró que muchas de las participantes se sienten inconformes con su estatura, ya que ser pequeñas, representa un problema a la hora de vestir, pues resulta difícil conseguir tallas adecuadas.

Por otra parte, también hacen alusión que en sus cuerpos encuentran características que les gustan y las hace sentir conforme con ellas. En muchas ocasiones,

estas partes del cuerpo que les agradan, son resaltadas como aspectos a los cuales no les prestan tanta atención, pues no encuentran la necesidad de cuidarlos; tales como la barriga, pies, manos, codos y brazos.

En este sentido, fue posible observar que algunas de las participantes se identifican en diversas formas de cuerpo, antes mencionadas en la sub categoría de cómo ellas perciben a los terceros. Algunas de las entrevistadas, dicen encajar en la tipología de cuerpo medio, puesto que creen que no son ni muy delgadas ni muy gruesas, ubicándose en una contextura media. “No es flaco, ni tampoco muy gordo, piernas flacas y barriga gordita (...)” (J.H., 2012).

Paralelamente, existieron participantes que mencionaron que su cuerpo se encontraba dentro de la tipología de cuerpo tipo pera. Ante lo cual establecieron que “En pera porque tengo cintura y cadera más grande” (M.V., 2012). Estas participantes aseguran tener partes de su cuerpo un poco grandes en proporción al tamaño general de éste. Así, se observó que este grupo de participantes se sentía más voluptuosa en las piernas y en las caderas que en la parte superior de su tronco, referente a la cintura, abdomen y busto.

A partir de lo anterior, las participantes mencionaron que utilizan prendas de vestir que se adecúan a las formas de sus cuerpos, teniendo en cuenta aquellas partes que les generan inconformidades o conformidades. Así, la gran mayoría mencionó que no utilizan ropa ceñida al cuerpo en aquellas partes en donde sienten que tienen grasa acumulada. En este sentido, “no utilizaría las mangas sisas porque tengo los brazos gordos y los pantalones porque me forran” (M.V., 2012). Otras afirmaron que su mayor defecto se encuentra en la barriga, por lo que utilizan camisas anchas, que no resalten su abdomen. En general, se observó que las participantes tienen identificadas las partes que

consideran puntos débiles en su cuerpo, las cuales tienen como característica en común acumulación de grasa, por lo que utilizan prendas que escondan estas partes.

Ideal estético corporal

En segunda instancia, en cuanto a la categoría de ideal estético corporal la cual se define como serie de estereotipos e ideales que “están ligados a la delgadez y a la gordura, a lo bello y a lo sano. Se asocia con una actitud por parte de la mujer por su apariencia física” (Cuevas, 2009, p. 40). La presente, incluye las siguientes subcategorías: cuerpo ideal, hábitos alimenticios, hábitos deportivos e intervenciones estéticas.

Cuerpo ideal. En relación al cuerpo ideal, se les solicitó a las participantes que realizaran un ejercicio proyectivo, donde construyeran dicho cuerpo; se entendió como cuerpo ideal, aquel que las participantes desearían tener. Se encontró que la gran mayoría afirmó que su cuerpo ideal sería un cuerpo más delgado, con más estatura y más tonificado que el actual. Además se menciona, que el cuerpo ideal sería proporcionado con respecto al busto, cintura, glúteos y piernas. Así: “Sería parecido pero más delgado, sobre todo en el área de la barriga. Los brazos serían más delgados, pero las piernas las dejaría igual. En el tronco quisiera verme más formada, más alineada, sobre todo en el área de la barriga” (J.H., 2012).

La mayoría de las entrevistadas consideran indispensable realizar ejercicio y tener una dieta saludable y balanceada, con fin de modificar ciertas partes de su cuerpo con las que no se sienten conformes. Según las participantes, si llegasen a tener dicho cuerpo ideal, su autoestima aumentaría y esto sería irradiado a los demás. Encontrarían como beneficio lograr impactar más a terceros, no tendrían que preocuparse por la ropa que utilizarían y no habría temor de las opiniones de los demás; haciendo así, que sean

más seguras de ellas mismas. Lo anterior, es posible evidenciarlo con la participante que afirma: “ (...) impactar más, tanto a hombres, como delante de las mismas mujeres, causar no envidia, no se trata de eso, sino que lo vean a uno más lindo. Impresionar de pronto, no sé, a veces el físico y la presentación, el cuerpo ayuda a la hora de conseguir un trabajo, de lograr un objetivo” (S.G., 2012).

Con dicho cuerpo ideal, las participantes afirmaron que la ropa interior se vería mucho mejor. Incluso, mencionaron que se vería más elegante y saludable y que no tendría ningún tipo de desventaja con respecto a su aspecto físico. En este sentido, las participantes mencionaron que las mujeres con un cuerpo ideal, podrían ponerse todo tipo de ropa, por ejemplo: “Yo creo que sería más fácil todo, ya podría vestirme sin pensar, coger ropa de mi mamá porque ella es más flaca y eso como que también no me tendría que mirar tanto si se me va a ver bien, si me va a quedar. A ese cuerpo le quedaría todo bien” (I.B., 2012).

Hábitos alimenticios. Durante la entrevista, se observó que las participantes relacionaron en gran medida el ideal estético con la sub categoría de los hábitos alimenticios. En relación a esto, mencionaron que unos buenos hábitos alimenticios son la ingesta suficiente de verduras, frutas y proteínas, con un bajo consumo de carbohidratos. Asimismo, se mencionó que resulta importante tener una dieta balanceada y equilibrada, comiendo en horas adecuadas y comida sana. En este sentido, una participante menciona que: “comería bien, no comería a cada rato, comería saludablemente verduras, frutas, carnes y no tanta chuchería o paquetes” (I.B., 2012).

Hábitos deportivos. De manera similar, se relacionó el ideal estético con la sub-categoría de los hábitos deportivos. Las participantes afirmaron que con el ejercicio se mejora la apariencia física y la salud. La primera se mejora en la medida en que se

tonifican los músculos y se logra bajar de peso. El hecho de hacer ejercicio, aumenta el autoestima, pues manteniendo el peso y teniendo un buen estado físico, son aspectos que se reflejarán en la forma de ser y de vestir.

Cabe mencionar, que las participantes hacen ejercicio acorde a los puntos de insatisfacción que encuentran en su cuerpo, como por ejemplo: “Al abdomen yo le presto más atención porque quiero que sea plano, estoy trabajando en el gimnasio con abdominales. A las piernas también les he puesto atención porque quiero rebajarlas, depende de qué clase de ejercicio, si hago cardio-vascular se rebajan un poquito y también quiero moldearlas y tonificarlas; con ejercicio también puedo hacer eso.” (C.V., 2012)

Intervenciones estéticas. Por otra parte, se encontró que aunque las participantes son personas delgadas, en algunos momentos se sienten inconformes con su figura, haciendo así, que tomen decisiones relacionadas a la presente sub categoría de las intervenciones estéticas. Fue posible observar que muchas de ellas se han operado para mejorar alguna parte de su cuerpo, entre las cuales se encuentran cirugías estéticas de reducción de busto, aumento de busto, liposucción de caderas, liposucción de abdomen y bypass gástrico. Cabe mencionar que pese a estas cirugías, muchas aún muestran inconformidad con tales partes de su cuerpo, como la siguiente participante: “(...) me operé hace un mes y medio (...) pero sigo siendo de piernas gruesas” (D.G., 2012). Con lo anterior, se observa que las participantes a pesar de tener una cirugía, manifiestan el deseo de seguir mejorando su cuerpo.

Además de encontrar que muchas se realizaron intervenciones quirúrgicas para mejorar su aspecto físico, también utilizan otro tipo de metodologías que tienen como objetivo final modificar partes de su cuerpo, en la mayoría de los casos con el fin de

adelgazar. En este sentido, se encontraron participantes que utilizaron otro tipo de procedimientos, como los masajes reductores, vitaminas o cremas corporales.

Toma de decisión

En tercer lugar, en cuanto a la categoría de toma de decisión de compra, la cual es entendida según Solomon (2008) como el proceso que realiza el consumidor, en el cual se encuentra la elección, la adquisición y uso de un producto o servicio que implica tener en cuenta las características sobre dónde, cómo y cuándo llevar a cabo la compra. Es importante tener en cuenta que dicha categoría comprende una serie de etapas que llevan al consumidor a adquirir el producto, mediante el reconocimiento del problema, la búsqueda de la información, la evaluación y selección, los hábitos de compra y los criterios de selección; formando así las sub- categorías de la presente.

Reconocimiento del problema. A partir de las respuestas dadas por las participantes, fue posible observar que con respecto a la sub categoría de reconocimiento del problema, las participantes identifican la necesidad de comprar por diferentes motivos, tales como la necesidad de adquirir nueva ropa interior por desgaste o daño o por observar prendas que resultan atractivas para ellas; teniendo en cuenta que dos de las participantes se ven constantemente tentadas a adquirir dichas prendas, al venderlas. “Tiene la necesidad de comprar ropa interior, al ver que ya es necesario, ya sea porque se le desgastó o destiñó la prenda, si ve algo lindo por ahí lo compra” (M.J.U., 2012).

Búsqueda de la información. Con respecto a la sub categoría de búsqueda de la información, las participantes mostraron diferencias a la hora de remitirse a fuentes de información. Así, mencionaron como principales aspectos en la búsqueda de información las vitrinas, mamá, amigas, experiencias anteriores, catálogos y hermanas.

Sin embargo, fue posible observar que todas tienen en cuenta las opiniones de la mamá y las amigas con respecto a la calidad de los productos, las telas y los precios, así como en relación a las opiniones y consejos que estas les proporcionan.

Por ejemplo una de las participantes afirmó que si la mamá “(...) ha comprado brasieres en los últimos meses o antes de que yo vaya a comprar le pregunto cómo le fue con esa marca” (D.G., 2012). También observan los modelos de las prendas en vitrinas, catálogos o internet. Cabe mencionar que todas las participantes resaltaron la importancia de sus experiencias previas, afirmando así que si su experiencia no fue grata, es posible que no vuelva a comprar en dicho lugar.

Por su parte, la gran mayoría de participantes expresaron que existen ciertos aspectos a los cuales le prestan más atención que a otros cuando buscan información. En este sentido, buscan información con respecto a los precios, razón por la cual muchas afirman remitirse a fuentes, tales como el internet o catálogos que muestren descuentos. También buscan información de los diseños, lo cual lo encuentran principalmente en vitrinas, internet y catálogos. “Cuando estoy en centros comerciales con mi mamá me acerco, observo con ella, miro si la tela o calidad de sus detalles me gusta” (D.G., 2012). Y por último buscan información con respecto a la calidad del producto, refiriéndose a que las prendas sean útiles durante un periodo largo de tiempo y no se dañen pronto. En cuanto a este aspecto, recogen mayor información en sus experiencias previas y en su madre.

Evaluación y selección. En relación a la sub categoría que pretende indagar acerca de la manera en que las participantes evalúan las diversas opciones que ofrece el mercado en ropa interior, se realizó un acompañamiento a punto de venta (Ver Apéndice I); donde se observó que todas llevaron a cabo dicha evaluación y selección de forma diferente, información que fue luego profundizada mediante una entrevista.

Algunas de las participantes llegaron al punto de venta con un conocimiento claro sobre las necesidades de compra, por lo cual se remitieron de forma directa a la prenda deseada. Por otro lado, hubo otras que al ingresar al punto de venta no tenían claro que tipo de brasier o calzón querían, por lo que evaluaron diversas alternativas, observando diferentes marcas, diseños, telas, texturas, colores y funcionalidad, entre otros aspectos importantes a la hora de evaluar un producto determinado.

Del mismo modo, es importante tener en cuenta que la gran mayoría de las entrevistadas buscaron asesoría en las vendedoras de los puntos de venta, con el fin de que les proporcionaran información acerca de la ubicación de los productos, las tallas, los precios, más no acerca de opiniones y consejos a la hora de buscar conceptos en cuanto a cómo luce la prenda. “Normalmente no me gusta que me ayuden las personas del almacén porque algunas veces soy como tímida en ese sentido (...) no me gusta que me digan si este se te va a ver bien o no, ya se cómo me gusta, pero si me gusta en ubicación” (I.B., 2012).

A continuación, varias de las entrevistadas eligieron diversas prendas que satisfacían criterios a tener en cuenta a la hora de escoger un producto; solicitaban ante las vendedoras las tallas, los colores deseados en cuanto a los modelos de su interés, entre otros aspectos importantes, para luego dirigirse hacia el probador y medirse las diversas alternativas. Cabe resaltar, que algunas participantes buscaron consejos y asesoría de sus acompañantes.

Criterios de selección. Se evidenciaron diversos criterios a la hora de seleccionar ropa interior, los cuales resultaron ser determinantes en la selección del producto. Entre los criterios generales que mencionaron las entrevistadas, se encontró el precio, la calidad de la tela, los colores, la funcionalidad, el diseño y la marca, diferenciando los criterios en los calzones y los brasieres. En primer lugar, en cuanto a

los brasieres se mencionó el criterio del color, haciendo énfasis en que debía ser neutro, es decir, blanco, beige y negro. Por otro lado, las participantes que tienen más busto, consideran indispensable que sus brasieres tengan copa sin relleno y varilla; con el fin de que les sostenga y recoja el busto, dándole forma. Mencionaron que los brasieres no debían tener exceso de encaje u ornamentaría, pues se le podía marcar cuando utilizaban determinada ropa. “(...) me encantan los calzones con encaje en los bordes, entonces eso no lo cambio, yo siempre trato de buscar esos calzones. En brasieres, los colores, sólo compro blanco, negro y beige” (C.G., 2012).

Por otro lado, las participantes afirmaron que en cuanto a los calzones, era necesario fijarse en el diseño de las prendas, es decir que fueran tangas de encaje grueso, con el objetivo de que no les quede muy ajustado al cuerpo y así evitar que se pronuncien más algunas partes. A diferencia de los brasieres, en los calzones se permiten utilizar colores más vivos. Resaltan la importancia de que las telas de ambas prendas interiores deben ser suaves, cómodas, lisas y frescas. Finalmente, es importante señalar que algunas de las participantes consideran importantes criterios como el precio y la marca, los cuales las relacionan entre sí. “Si digamos, a veces no tengo la plata para comprarme el brasier que quiero en Touche, soy flexible a comprarme el brasier que necesito en otro lugar, pero si fuera por mí, me lo compraría en Touche siempre” (M.J.U., 2012).

Hábitos de compra. En cuanto a los hábitos de compra que se pudieron evidenciar en las diversas participantes, se observó que estas compran cada vez que sientan la necesidad de cambiar su ropa interior, ya sea por daño, desgaste o porque se ven influenciadas por situaciones determinadas; tales como encuentros con hombres, eventos, publicidad en vitrinas, influencia de las modelos de las diversas marcas, entre otras.

En primer lugar, es de mencionar que muchas afirmaron comprar en almacenes de cadena, donde se ofrezcan diferentes marcas, pues estas traen variedad de tallas y estilos, tal como se afirma: “En Tania que hay varias marcas que uno se puede probar y ver a cual te acomodas mas” (S.G., 2012). Otra participante mencionó que le gusta este estilo de almacenes “Por que reúne varias marcas, que es un almacén especializado en eso, aparte de que tienen los calzones y brasieres también tiene accesorios como la cinta para que no se mueva, la cinta para cubrir, y así como cosas especiales de ropa interior, medias y eso” (C.V., 2012).

Por otro lado, hay otras que prefieren comprar en tiendas específicas como Victoria´s Secret, Punto blanco, Santolina, Cuore y Touché. En general, las participantes compran en tiendas que les proporcionen variedad en forma, colores, texturas, telas, diseños y precios que se acomoden a su presupuesto, así como también resaltan que el espacio sea amplio, la vitrina llamativa y que la distribución y exhibición de los productos sea ordenada; los cuales son aspectos que facilitan la compra. A partir de lo anterior, es pertinente traer a colación lo expuesto por una de las entrevistadas. “(...) en Touchè la ropa está bien exhibida, la tienda es muy ordenada, hay unas pequeñas mesas en la mitad exhibiendo accesorios, pero el resto está colgado en las paredes ordenadamente, no es desordenado. Los vestieres son cómodos (...). La variedad, que son lindos, la calidad, que atienden muy bien, que es limpio” (M.J.U., 2012).

Es importante en cuanto a los hábitos de compra que tienen las participantes, indagar si la persona va acompañada o no. Se pudo hallar que la mayoría de las entrevistadas iban acompañadas de sus madres, hermanas, amigas o solas. Las participantes resaltaron que el ir acompañadas, les proporciona confianza y seguridad, pues buscan aprobación por parte de ellas en cuanto a la horma, la apariencia, la

comodidad, las telas y el diseño principalmente. De esta manera, cabe rescatar lo mencionado por una de las participantes, quien afirma que prefiere ir en compañía de su madre, pues “(...) con mi mamá más que todo en cuanto a los brasieres, me gusta porque uno siente y cree que la mamá quiere lo mejor para uno, no te va a dejar comparar algo que no se te vea bien, te dirá si la copa se ve grande o pequeña, la mamá es la que de verdad te va a decir si es para ti o no. Me da seguridad al escoger la prenda” (D.G., 2012).

Por otro lado, las participantes mencionaron que el acompañamiento de hombres al punto de venta para comprar ropa interior no resultaba favorable, dado que no se sienten cómodas mostrando sus cuerpos a los mismos, por lo cual es una actividad que hacen ellas solas o con acompañamiento femenino. Además, señalan que los hombres sólo proporcionan información con respecto a la apariencia de la prenda en la mujer, más no en los criterios específicos de la ropa interior y su utilidad. Así, “El hombre no te va a decir nada de comodidad, él te va a decir diseño, color, tela y ya, o sea apariencia, no te va a decir eso te va a quedar divino porque no te va a sacar el gordito” (M.V., 2012). Sin embargo, también se observó el punto de vista contrario, en donde una participante afirmó encontrar oportuno la compra de ropa interior con hombres, ya que uno de sus criterios de elección principales es la apariencia y cómo ésta es percibida por su pareja.

Discusión

En el presente estudio, que tiene como objetivo identificar la participación que tiene la auto-percepción corporal en el proceso de toma de decisión de compra de la categoría de ropa interior, se tomó como muestra un grupo de 8 mujeres entre 18 a 25 años de edad, de estrato 5 y 6. A dicha muestra, se le realizó una entrevista a profundidad, que pretendía recopilar información a través de preguntas directas y ejercicios proyectivos, acerca de la auto-percepción y el proceso de toma de decisión de compra de ropa interior. Complementariamente, se realizó un acompañamiento a punto de venta, con el fin de observar cómo las participantes realizaban un proceso de compra, evidenciando la forma en que llevaban a cabo la toma de decisión de compra y así contrastarlo con la información obtenida en las entrevistas.

De acuerdo con los resultados arrojados se pudo encontrar que la percepción corporal de las mujeres, incide en la toma de decisión de compra de éstas, específicamente en la compra de ropa interior. A continuación se realizará una discusión basada en las categorías de análisis propuestas, las cuales responden a los pasos de la toma de decisión de compra. Éstas se relacionarán con la percepción corporal de las participantes, con el fin de sustentar la tesis propuesta.

En primera instancia, es importante mencionar que en el proceso de toma de decisión, se encuentran una serie de pasos mencionados por autores tales como Solomon (2008) y Schiffman (2005) con el fin de comprender cómo los consumidores “(...) obtienen información y cómo se forman las creencias y los criterios que utilizan para la selección de productos” (Solomon, 2008, p. 306). Así pues, la toma de decisión comienza con el reconocimiento del problema, posteriormente se realiza una búsqueda de información para luego realizar una evaluación y selección de alternativas y así

tomar la decisión de compra. Es importante resaltar que en estos pasos se observó la incidencia de ciertos criterios y hábitos de compra, los cuales se vieron influenciados por la auto-percepción corporal.

En este sentido, el reconocimiento del problema, se refiere al momento en el que el consumidor percibe una diferencia importante entre su situación actual, aquello que ya existe y la situación deseada, es decir lo que le gustaría (Hawkins et al., 2004). Así, se encuentra que el reconocimiento se da en la medida en que se presenta el agotamiento de un producto, la insatisfacción del mismo y el surgimiento de nuevas necesidades (Schiffman, 2005). Se evidenció que el reconocimiento del problema, se da cuando las necesidades de orden más bajo, en este caso tener ropa interior, ya están satisfechas. En consecuencia, comienzan a surgir necesidades de orden más alto, como la necesidad de aceptación dentro de un grupo social. Cabe mencionar que las participantes seleccionadas pertenecen a un estrato social alto, el cual se ve altamente influenciado por las tendencias de la moda, por lo cual algunas mencionaron comprar ropa interior cada vez que existe un cambio de colección o cada que se antojen de algo generando en ellas una satisfacción interna, así como un mayor prestigio y aceptación en su grupo social.

Es también importante mencionar, que en la gran mayoría de casos, la necesidad no se originaba por desgaste de la ropa interior, por lo que no siempre existe un problema a resolver. En ocasiones, se pudo identificar que se hace la compra de manera planeada, en espacios y tiempos específicos, sobre todo en el caso de las participantes que no viven en la misma ciudad con su familia. En estos casos, cuando viajan a su ciudad natal y se encuentran con sus familiares, realizan la compra de manera planeada

y sin necesidad de solucionar algún problema funcional, sin embargo, es posible que estén mediando necesidades de tipo emocional.

Otra forma en la que se reconoce el problema, es por medio del surgimiento de nuevas necesidades, pues la gran mayoría se realizaron intervenciones quirúrgicas o cambiaron sus hábitos alimenticios para reducir de peso. Tales transformaciones se llevaron a cabo como un mecanismo de defensa ante la frustración que generaba el malestar de las mujeres con algunas partes de su cuerpo y así proteger la imagen de sí mismas y defender su autoestima. En esta medida, existía un cambio en el tamaño de sus senos o glúteos, haciendo así, que las tallas y los diseños de preferencia cambiaran y por ende hubo una modificación en la toma de decisión de compra. Podemos tomar como ejemplo, una participante, quien tuvo una cirugía para aumentar el tamaño de sus senos, y quien afirmó que “(...) como me operé antes necesitaba realce y ahora no” (C.V., 2012) con lo cual muestra, para su caso, que la necesidad de adquirir prendas con realce se extinguió, cambiando así el criterio de compra. Así pues, al existir una transformación de su cuerpo, surge la necesidad de cambiar de ropa interior y realizar una compra, que involucra nuevas variables asociadas al proceso y la prenda.

Por otra parte, resulta relevante mencionar que al ser la mayoría de las necesidades humanas imposibles de satisfacer por completo, las mujeres encontraron en las características o aspectos de la ropa interior una herramienta funcional, en la medida en que le permite disimular partes de su cuerpo con las que no se sentían satisfechas. En consecuencia, se realizan compras basadas en la necesidad de mejorar la imagen corporal que las mujeres creen tener y así aumentar su autoestima. Aquí es importante resaltar que suplir esta necesidad, tiene una implicación social, en la medida en que éstas no quieren pertenecer a un grupo social determinado, ni ser estigmatizadas por su

aspecto físico, debido a que actualmente la sociedad rechaza a las personas cuyo cuerpo no está alineado con los estereotipos socialmente aceptados (sobrepeso).

En segunda instancia, luego de que se haya identificado el problema, el consumidor buscará una serie de información explorando factores internos, tales como experiencias previas e información que está en su memoria; y externos, como por ejemplo vitrinas, catálogos, internet, revistas, opiniones de terceros, entre otros (Hawkins et al., 2004). Se logró identificar que para los casos evaluados, se utilizaban tanto las fuentes externas como las internas de información. Las experiencias previas, son así uno de los aspectos más importantes de los factores internos, por medio de la cual se realiza la búsqueda de información. Aquí, hay un proceso cognitivo detrás del recuperación de la información donde la memoria juega un papel importante debido a que constantemente estamos rodeados de estímulos a los cuales el consumidor enfoca su atención. Cabe mencionar que las experiencias previas, sean positivas o negativas, son tipos de información que se almacenan en la memoria a largo plazo y son fácilmente recuperadas por las mujeres cuando están expuestas a estímulos, que la llevarán a tomar una decisión de compra.

En cuanto a los externos, se observó que las vitrinas, catálogos e internet, generan una excitación cognitiva y ambiental, que disparan el deseo de compra, pues se descubren y desencadenan nuevas necesidades que incitan a la compra. Sin embargo, fue posible observar que se le da mayor peso a las opiniones, sobre todo de las madres y las amigas, pues las figuras más allegadas, pueden generar más confianza a la hora de pedir consejos y así disminuir los riesgos percibidos que la compra pueda tener. Así pues, es posible ver cómo las necesidades de seguridad y tranquilidad se convierten en una fuerza que impulsa el comportamiento del individuo.

Ahora bien, resulta importante mencionar que la percepción corporal se construye a través de procesos cognitivos, actitudinales y sociales, que se encuentran en constante cambio, de acuerdo a las relaciones sociales y el entorno cultural en el cual se encuentra inmerso el individuo (Cuevas, 2009). Con lo cual es posible observar que la información que las participantes buscan de los terceros, sobre las opiniones del aspecto físico, ayudan a construir su autopercepción, haciendo así que en la búsqueda de información se construya paralelamente la autopercepción corporal.

En este sentido, se observó que según la construcción que cada participante realiza con respecto a su percepción corporal, buscará información en diferentes fuentes; por ejemplo, algunas participantes mencionaron no buscar información en las opiniones del sexo masculino, en la medida en que sentían que es un proceso invasivo, debido a que éstos podrían juzgarlas e intimidarlas a la hora de ver sus cuerpos en ropa interior y de influir en la decisión de compra de prendas interiores, pues consideraban que era algo “personal”. Mientras que aquellas que se percibían como atractivas y conformes con su cuerpo, presentan mayor seguridad en sí mismas, sintiéndose cómodas al recibir información por parte del sexo masculino en cuanto a la forma en que la ropa interior se ajustaba a sus cuerpos. Este es el caso de dos participantes, quienes afirmaron que ir con el novio de compras es un beneficio para la búsqueda de la información, pues se valoraba el punto de vista masculino, debido a que buscan una aprobación de su aspecto físico, sobre todo del sexo masculino y así se reduce el riesgo percibido de que a la pareja no le vaya a agradar; es decir, la mujer intenta evitar, por medio de la opinión, recibir un rechazo. Es importante resaltar, que ambas participantes se describieron como personas satisfechas con su cuerpo actual, resaltando aspectos positivos como su cintura, peso y forma del cuerpo. Por ejemplo, una de ellas, afirma

que las personas creen que “(...) esta buena, o sea, es que siempre me chiflan, me dicen full comentarios, o sea, llamo la atención de alguna u otra forma” (M.V., 2012).

A partir de lo anterior, también es posible observar la razón por la cual las participantes mencionaron no buscar información en las opiniones de las vendedoras de los puntos de venta. Muchas de ellas, sienten que tienen aspectos de su cuerpo con los que no se encuentran satisfechas, como en uno de los casos, en el que se afirmó: “Normalmente no me gusta que me ayuden las personas del almacén porque algunas veces soy como tímida en este sentido” (I.B., 2012). Es importante mencionar que esta participante afirmó en varias ocasiones durante la entrevista que no se sentía satisfecha con su cuerpo, pues dice tener un abdomen con sobre peso y piernas gruesas, lo que hace que sienta que su cuerpo no es armónico. En este sentido, se evita con esta conducta, que se genere un rechazo por parte de terceros, en cuanto al aspecto físico de la mujer.

Con lo mencionado en líneas anteriores, es posible observar cómo en la búsqueda de información se evidencia la construcción del auto-esquema corporal que los individuos crean mediante la observación de sus propios comportamientos, la reacción que tienen los otros frente a ellos y las señales sociales que sugieren qué atributo del ser es el más importante (Myres y Biocca, 1992). Es así, como es posible reafirmar que aquellas participantes que sienten menos insatisfacción con su cuerpo, se sienten más seguras y cómodas a la hora de buscar información en fuentes externas, especialmente en opiniones de los terceros. Mientras que aquellas que sienten menos satisfacción con su cuerpo, prefiere no buscar opiniones de personas del sexo masculino, amigas o terceros desconocidos como las vendedoras de los puntos de venta. Sin embargo, en ambos casos se realiza una búsqueda de información en fuentes

externas, como vitrinas y catálogos, pues genera una excitación cognitiva y ambiental, movilizand o la compra, pues crea una expectativa y una idea sobre cómo el producto puede lucir en sus propios cuerpos.

Posterior a la búsqueda de información, se lleva a cabo el paso de evaluación y selección, el cual se refiere a las características o dimensiones que se utilizan para juzgar diversas opciones y solucionar un problema. Esto se relaciona con los costos y beneficios que un atributo del producto le produce a un consumidor (Hawkins et al., 2004). Según Schiffman y Kanuk (2005) existen una serie atajos mentales que el individuo utiliza para facilitar el proceso de elección cuando se presentan diversas alternativas y opciones de compra. Estos atajos mentales son llamados por estos autores como heurísticos, que son estrategias de decisión y de procesamiento de información que representan procedimientos bastante útiles para los consumidores.

Lo anterior fue posible de observar en la medida en que se utilizaban las características del producto como heurísticos que facilitaban la toma de decisión. Por ejemplo, la gran mayoría de las participantes mencionaron que al llegar a un punto de venta, se ubicaron por el diseño; en el caso de los calzones, buscan la sección en donde se encuentran opciones con encaje grueso, pues esto trae beneficios al no pronunciar partes de su cuerpo con las cuales sienten insatisfacción. En esta medida, los heurísticos muestran una clara influencia de la percepción corporal de las participantes, pues dependiendo de los atributos que pretende resaltar y los que pretenden disimular o esconder, encontrarán criterios de selección distintos.

Cabe mencionar, que la selección de los criterios de los productos que se identificaron en las participantes, se crearon a partir de la percepción de su cuerpo actual y de cómo dichos criterios traen consigo beneficios o riesgos emocionales,

funcionales y económicos. Así, se encontró que las participantes encuentran beneficios emocionales en los siguientes criterios: diseño, colores, marca, tela y horma. Las participantes mencionaron que al tener opciones con tela de encaje en la parte superior del panty horma mejor en la medida en que disminuye la acumulación de grasa que muchas tienen en las caderas. Este beneficio se genera gracias a que existen ideales estéticos que determinan la manera en la cual las mujeres quisieran verse; dichos estereotipos “están ligados a la delgadez y a la gordura, a lo bello y a lo sano, al ser una mujer femenina. Se asocia con una actitud por parte de la mujer por su apariencia física” (Cuevas, 2009, p. 40).

En esta medida, si las prendas de ropa interior generan un efecto de disminución o aumento de alguna parte del cuerpo, con lo que se ve una silueta más proporcional, las mujeres encontrarán más aceptación personal y aceptación dentro de la sociedad. Es pertinente señalar, que vestirse va más allá del cubrimiento de las simples necesidades fisiológicas señaladas por Maslow (1991) pues cuando ya el hombre ha cubierto lo básico, se preocupa por las necesidades secundarias tales como la seguridad, la protección, la aceptación social y la autorrealización. Así, para la sociedad, a un cuerpo se le atribuyen características como delgado, esbelto, tonificado, alto, entre otros; y los cuerpos definidos como “feos” eran señalados como aquellos gordos, flácidos y desproporcionados. En este sentido, J.H menciona que “si es una persona gordita, seguramente la van a criticar. Si es una niña flaca que está dentro de los parámetros de la sociedad, según las proporciones, les va a parecer atractiva” (J.H., 2012).

A partir de lo anterior, es posible observar que en la muestra seleccionada, la toma de decisión de compra, siempre se encuentra encaminada a cumplir con los parámetros socialmente aceptados, como por ejemplo el verse delgado. Con esto, se

pretenden disminuir los riesgos sociales y psicológicos que pueden tener las participantes a la hora de comprar ropa interior; que la compra no implique un rechazo social, sino que le permita a la persona formar parte de un grupo de individuos con sus mismas características. Cabe mencionar, que el riesgo económico no tuvo gran influencia en la presente muestra, posiblemente por el estrato social al que pertenecían las mujeres entrevistadas, el cual determina sus actitudes y comportamientos. En este sentido, el riesgo de perder un monto de dinero, no es un factor determinante a la hora de realizar una compra de ropa interior, pues se le da más peso a cuál es el comportamiento apropiado y común dentro del grupo de sus mismas condiciones socioeconómicas.

A partir de lo anterior, es posible observar cómo los criterios que las participantes señalan en sus entrevistas, se encuentran estrechamente relacionados con el ideal estético impuesto por la sociedad, pues la ropa interior debe ir en pro de cumplir el objetivo de la aceptación social. Así, los criterios pretenden, como afirma Pérez (2004) que el ser humano le encuentre significado a su existencia, en tanto cumpla con los cánones estéticos establecidos por la publicidad y los medios de comunicación, pues de lo contrario, se verá excluido y su esfera de acción se verá limitada.

En consecuencia, lo que las participantes mostraron con los criterios de ropa interior es responder a los estereotipos de belleza de la sociedad y así evitar el castigo del entorno y ser aceptados dentro de un grupo social, mostrarse como una persona con apariencia física impecable, presentando temores con respecto al hecho de que los demás perciban sus imperfecciones corporales; es decir, se evita constantemente el riesgo percibido dentro del proceso de la toma de decisión. (Salaberria et al., 2007).

Con esto, queda claro que la toma de decisión de compra que se observó en las participantes, se basa en criterios que pretenden disminuir la insatisfacción de su imagen corporal y así evitar un malestar y sentimientos negativos hacia su cuerpo. Esto, teniendo en cuenta que hoy por hoy el cuerpo es una herramienta comunicativa muy utilizada, donde la primera información es la apariencia, pues actúa como fachada en el individuo, otorgándole importancia al aspecto físico en las relaciones sociales (Salabarría et al., 2007). De este modo, las personas con más sobrepeso encontrarían más dificultades a la hora de relacionarse y adaptarse a un entorno social. Así, describían a las personas con sobre peso como “Amargados, tímidos, reprimido (...) sería feliz quedándose más en la casa, si va a salir o algo así lo pensaría, si yo fuera así gordita no saldría de la casa pues preferiría planes que no fueran a la luz pública, que no me viera a toda hora” (I.B., 2012).

Resulta relevante mencionar que el entorno cultural en el cual se ven inmersas las participantes, se encuentra altamente influenciado por los terceros que las rodean, como por ejemplo su familia, compañeros, campañas publicitarias, entre otras. En este sentido, tales aspectos son determinantes a la hora de crear la percepción de las participantes, no sólo en el ámbito corporal, sino también en la personalidad de las mismas.

A partir de lo anterior, tales ideales subjetivos de la percepción corporal y de la personalidad, se encuentran sujetos a manifestaciones y resulta ser una expresión que se utiliza para relacionarse con el exterior (Martínez, 2004). Con lo anterior, se puede concluir que los criterios que las participantes mencionaron como relevantes a la hora de comprar ropa interior, se han construido con una alta influencia de los terceros que se

encuentran en su entorno, los cuales además se presentan dentro de un contexto cultural determinado.

En este sentido se observa que como afirma Foucault, citado por Martínez (2004) se presentan cuerpos dóciles “(...) dispuestos a transformarse al servicio de las normas sociales y a las normas de dominio y subordinación imperantes” (Tubert, 2010, p. 166); llevando a que las mujeres creen conductas, hábitos y costumbres particulares que no son más que reflejo de la sociedad de consumo en pro de la belleza y la salud (Cuevas, 2009).

Desde lo anterior, se puede observar que las participantes seleccionan criterios en pro de pautas sociales que establecen qué es lo bueno y lo malo, con lo cual las participantes otorgan características específicas a determinadas prendas interiores. Por ejemplo, al mostrarles a las participantes imágenes de diversas prendas, le otorgaban a cada una de ellas un adjetivo, que reflejó la construcción social en torno a la ropa interior.

Entonces, la ropa interior con transparencias y colores rojos o negros, se catalogó como prendas “indeseadas”, asociadas a un entorno rechazado socialmente como es el caso del trabajo sexual. Mientras que otra ropa interior con tela de algodón y colores pasteles, se asociaban con delicadeza, pureza e infancia. Lo anterior, también se puede observar en los discursos de las entrevistadas, quienes manifestaron desagrado ante las personas que dejaran visible alguna parte de sus prendas íntimas superiores (brasier), pues esto se asocia negativamente con estereotipos rechazados en sus entornos sociales “Como para alguien super punk, en verdad las viejas de la universidad que son todas punketas que usan brasieres fucsia, rosado chillón, amarillo, y como que lo muestran” (M.V., 2012).

En consecuencia, los tipos de ropa interior que utilizan las mujeres, se verán determinados por su personalidad, pues los individuos tienden a adquirir productos cuya imagen o personalidad coincida con lo que ellos perciben de sí mismos. Sin embargo, es importante resaltar que los individuos no se comportan de la misma manera en todas las ocasiones y que su autopercepción corporal, como ya se mencionó, no es estática, pues se encuentra en constante cambio dependiendo del entorno. Entonces, los consumidores utilizarán diferentes tipos de ropa interior para llegar a tener una identidad diferente o mejorada, según las situaciones en las que se encuentren.

Desde lo anterior, se puede observar cómo la misma influencia del entorno conlleva a que las mujeres utilicen prendas según la situación en la que se encuentren, lo cual tiene como objetivo modificar, mantener o extender su identidad. De esta manera, según Martínez (2004) “El tiempo y el espacio ordenan nuestro sentido del yo en el mundo, nuestras relaciones y encuentros con los demás y también la forma de cuidar nuestros cuerpos. (p. 135). Lo anterior, se vio reflejado en el discurso de las participantes, las cuales mencionaron que utilizan ropa interior de acuerdo a la situación: al mostrarle una prenda de ropa interior, una de ellas mencionó que “(...) el de encaje fucsia es para el diario (...) y el rosadito tierno (...) para una ocasión especial” (S.G., 2012). De igual manera las participantes mencionaron que existen brasieres para hacer deporte, que resultan diferentes a los que se pondrían en situaciones más formales, como una reunión social o comida, en dónde la personalidad juega un papel importante y decisivo.

Habiendo visto que cada prenda de ropa interior se ajusta a una situación determinada, también se ajusta a una tipología de cuerpo, teniendo en cuenta sus características y atributos particulares. De esta manera, las participantes definen los

cuerpos a través de diferentes aspectos tales como: formas geométricas, frutas o por la silueta del mismo; a los cuales les atribuyen ciertas características de personalidad y ciertos estilos de prendas interiores que se acomodarían a dichas figuras.

Así, Cash, Pruzinsky & Thompson (1990) mencionan una serie de aspectos conductuales tales como las conductas de evitación, camuflaje, dieta y ejercicios, entre otras, que inciden de manera directa en la construcción de la imagen corporal, pues las conductas que provienen del proceso de percepción, como de las valoraciones de los sentimientos relacionados con el cuerpo hacen junto con la vivencia que cada quien tiene con su cuerpo, que todos construyan una imagen corporal que se ve estrechamente ligada con la personalidad y el bienestar psicológico.

Por ejemplo, las participantes argumentaron que las personas con cuerpos con sobrepeso, tienden a ser más tímidas, reprimidas, introvertidas e inseguras, tal como lo señala una de las entrevistadas “Son más retraídas, les cuesta más hacer relaciones, más entradas en sí mismas” (J.H., 2012), mientras que las personas delgadas, tienden a ser más seguras, extrovertidas, abiertas y exitosas. Lo cual fue afirmado por otra entrevistada, quien manifestó que las personas flacas “(...) de pronto se creen más porque están más seguras de sí mismas, (...) muestran seguridad, son felices y tranquilas.” (I.B., 2012)

De acuerdo con las diferentes tipologías identificadas, se pudo observar que las mujeres se identifican con una u otra tipología de cuerpo. Esta, se vio determinada por los aspectos que les generan satisfacción e insatisfacción, por lo cual las participantes se ubicaron en distintas tipologías: cuerpo de pera, triángulo, delgadas, voluptuosas, entre otros. Es importante recalcar que a cada tipo de cuerpo, como se mencionó anteriormente, se le atribuyó una personalidad, con lo cual es posible inferir que las

participantes se identificaron con éstas. En este sentido, según las características de personalidad de las participantes y su figura corporal, existe una posible relación entre estas y el lugar de compra.

Así pues, según como las mujeres se sientan físicamente y según su personalidad, sentirán más afinidad con determinados lugares para la compra de ropa interior, siendo éste un criterio de elección relevante a la hora de tomar la decisión de compra. Entonces, es posible inferir que las participantes tienen en cuenta la personalidad que cada marca pretende reflejar; debido a que las personas tienden a comprar productos cuyas personalidades coincidan con la autopercepción que ellas tienen de sí mismas. De esta manera, la personalidad del individuo se se identificará con ciertos productos, lugares de compra, marcas y características de los productos.

Por otra parte, es importante mencionar el impacto de las modelos de los diferentes sitios de venta de ropa interior, en las participantes. A diferencia de lo que menciona Cuevas (2009) el cual resalta que los medios masivos de comunicación muestran estereotipos ideales positivos a través de modelos, presentadores y grandes personalidades, como estrategia de mercadeo; se evidenció que en los casos que evaluamos, los hábitos de compra no se ven influenciados principalmente por la apariencia de las modelos. La muestra seleccionada resaltó la belleza de éstas, sin embargo, no representan ser movilizados de compra, debido a que reconocen racionalmente que su imagen no igualará a la de aquellas modelos. Un ejemplo de lo anterior se evidencia en una participante quien afirmó que “las modelos normalmente son altas, muy flaquitas, casi todas (...) pues sí las veo y me parecen lindas, pero no es lo que me influye, porque se le puede ver lindo a ella y a mí terrible” (M.J.U., 2012). Por lo cual se puede concluir que las participantes buscan los beneficios psicológicos y

emocionales de la prenda, más no esperan que la misma las haga lucir físicamente como las modelos.

A partir de lo anterior, durante la presente investigación, teniendo en cuenta los pasos de la toma de decisión y la auto percepción corporal de la mujer, fue posible observar la relación existente entre ambos, lo cual apunta a demostrar lo planteado en el objetivo que se pretendió indagar en este estudio. Así, se identificó que la autopercepción corporal es un auto esquema construido a partir de lo que los demás piensan de la persona, lo que la persona piensa de los demás y lo que la misma crea por medio de sus experiencias. Dicho auto esquema, tendrá entonces influencia en la toma de decisión de compra de cierto tipo de ropa interior, determinado por su personalidad, lo que los demás esperan de ella y su aspecto físico.

En este sentido, la toma de decisión de compra es un proceso que está permeado por múltiples factores externos, como la sociedad, las vitrinas, los catálogos, entre otros; e internos como las experiencias previas, donde la memoria juega un papel fundamental. Así pues, no son los productos del mercado los que hacen que finalmente una persona compre, sino que la autopercepción corporal que la persona tiene, entendida esta como una construcción social, es lo que determina los productos que se compran. Con lo anterior, se observa que la toma de decisión de compra es un proceso que se lleva a cabo de acuerdo a la autopercepción corporal de la persona, sin desconocer otras variables que entran en juego, las cuales no fueron indagadas a profundidad en esta investigación.

Paralelamente, se encontró que la muestra de la investigación, estaba conformada por personas pertenecientes a una misma clase social, lo cual determinó sus hábitos de compra y sus criterios de consumo. Así, se observó que la clase social sirve a

los consumidores como marco de referencia para el desarrollo de sus actitudes, gustos, preferencias y comportamientos. En este sentido, la muestra fue congruente en cuanto a los lugares de compra de ropa interior y la similitud en los criterios por los cuales se rigen para así reducir los riesgos funcionales, psicológicos y sociales, que el proceso de toma de decisión y la forma en la que ellas perciben sus cuerpos puede traer consigo.

Cabe mencionar que durante el desarrollo del presente proyecto se encontraron una serie de limitaciones que dificultaron el proceso de investigación. Inicialmente se pretendía realizar una muestra mayor, con 16 participantes; sin embargo, dado a la extensión y profundidad de las entrevistas, resultó un gran reto conseguir personal que tuviese disponibilidad y compromiso para realizar el proceso investigativo. De esta manera, con el fin de complementar el estudio, se sugiere utilizar una población mayor y una metodología cuantitativa que permita medir y complementar las diferentes variables halladas en el presente estudio.

Se encontró que pese a que la presente investigación no se encuentra encaminada a indagar en la influencia que la personalidad de las marcas tiene en el proceso de toma de decisión de compra, la entrevista y los ejercicios proyectivos realizados a las participantes, dieron información relevante y valiosa acerca de la relación existente entre estas. De esta manera, el presente proyecto será útil para quienes resulten interesados en ahondar en la relación existente entre personalidad de marca y el impacto que ésta tiene en la toma de decisión de compra.

Por otro lado, este estudio puede llegar a ser enriquecedor para investigaciones que han tratado la incidencia de ciertos factores culturales en la percepción negativa que las mujeres hacen de su cuerpo, pudiendo pensar que muchas personas pueden presentar ciertas alteraciones en relación a su imagen corporal, tal como lo señala Myers y Biocca

(1992) al decir que cuando el tamaño del cuerpo actual está en discordancia con el idealizado socialmente, se crea una distorsión del propio cuerpo, posiblemente repercutiendo en la forma en la que compran.

Este estudio también podrá ser útil para investigaciones que traten sobre comportamientos compulsivos de consumo, ya que como lo afirma Pérez (2004) los medios de comunicaciones soportados por la publicidad intentan persuadir al consumidor para que este elija un determinado producto si desea alcanzar la perfección impuesta por los cánones de belleza. Lo que esto provoca es que la persona nunca se sienta satisfecha consigo misma y tenga la necesidad de consumir constantemente para poder llegar a la perfección, haciendo que muchas personas compren de manera compulsiva.

Por último, este estudio tiene una relevancia interdisciplinar, ya que se encamina a conocer al consumidor desde la psicología, dejando abierto el camino y aportándole conocimientos pertinentes a otras disciplinas, tales como el mercadeo, la comunicación, el diseño y la antropología, entre otras, las cuales a su vez estudian al consumidor desde sus perspectivas. Asimismo, este estudio podría ser de gran utilidad para que las empresas de ropa interior desarrollen nuevas estrategias publicitarias, de diseño y presentación teniendo en cuenta la percepción que las mujeres hoy en día tienen de sus cuerpos, para así apuntar a satisfacer sus necesidades.

Referencias

- Assael, H. (1998). *Comportamiento del Consumidor*. México D.F, México: International Thomson Editores.
- Bettman, J., Johnson, P., & Payne, J. (1991). Consumer Decision Making. Recuperado de <http://www.haas.berkeley.edu/Courses/Spring2000/BA269D/BettmanJohnsonPayne91.pdf>
- Bettman, J., Frances, M., & Payne, J. (1998). Constructive consumer choice processes. *Journal of Consumer Research*; 25, 187-217. doi:10.1086/209535
- Bustos, O. (mayo- agosto, 2011). Los medios y la construcción de género: Factor de riesgo para trastornos alimentarios como anorexia y bulimia. *Revista científica de la asociación mexicana de Derecho a la información*, 2(2), 60-79. Recuperado de http://www.derechoacomunicar.amedi.org.mx/pdf/num2/5-olga_bustos.pdf
- Camargo, M., Castañeda. E., Bonilla. E., Cajiao. F., Cobos, F., Esguerra, G., Alzate, G., Garcia, M., Parody, M., Gafaro, M., y Pardo, R. (2005). *Etnografía de la adolescencia Atlántida: producción de conocimiento por fuera de las reglas del método*. Bogotá, Colombia: Mundo editores.
- Cuevas, T. (2009). Cuerpo, feminidad y consumo: el caso de jóvenes universitarias. *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, 124 (123), 79-92. Recuperado de <https://docs.google.com/viewer?url=http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/153/15313756005.pdf&chrome=true>.
- Esnaola, I., Rodríguez, A., & Goñi, A. (enero-febrero, 2010). Body dissatisfaction and perceived sociocultural pressures: gender and age differences. *Salud mental*. 33 (1),

21-29. Recuperado de <http://www.medigraphic.com/pdfs/salmen/sam-2010/sam101c.pdf>

García, N. (1990). *Los estudios sobre comunicación y consumo: el trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores*. Manuscrito inédito, departamento de ciencias de la comunicación, Universidad Jesuita de Guadalajara, México.

Grogan, S. (2008). *Body Image Understanding body dissatisfaction in men, women, and children*. [versión Adobe Digital Editions]. Recuperado de [http://www.teachersyndicate.com/2011/uploads/2/Body%20Image%20-%20Understanding%20Body%20Dissatisfaction%20in%20Men,%20Women,%20and%20Children%20\(Second%20Edition\).pdf](http://www.teachersyndicate.com/2011/uploads/2/Body%20Image%20-%20Understanding%20Body%20Dissatisfaction%20in%20Men,%20Women,%20and%20Children%20(Second%20Edition).pdf)

Hawkins, D., Best, R., & Coney, K. (2004). *Comportamiento del consumidor: construyendo estrategias de marketing*. México D.F, México: McGraw-Hill.

Hansen, T. (2000). *Consumer Decision Making: A Research Note*. Manuscrito inédito, departamento de Marketing, Copenhagen Business School, Dinamarca. Recuperado de

<http://openarchive.cbs.dk/bitstream/handle/10398/6639/wp,2.pdf?sequence=1>

Hernández, R., Fernández & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México D.F, México: Mc Graw Gill

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos del Marketing*. México D.F, México: Prentice Hall.

López, L., y Velandia, A. (julio-diciembre, 2008). Investigación cualitativa y psicología del consumidor: alternativas de aplicación. *Avances en Psicología Latinoamericana*,

26(2), 290-303. Recuperado de

http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/799/Resumenes/79926213_Resumen_1.pdf

López, A.M., Solé, À., & Cortés, I. (july, 2008). Perceptions of satisfaction - dissatisfaction of body image in a sample of teenagers from Reus (Tarragona),

Zainak. 30, 125-146. Recuperado de

<http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/zainak/30/30125146.pdf>

Luna, R., Puello, S. y Botero, M. (2004). *La compra impulsiva y el materialismo en los jóvenes: estudio exploratorio en estudiantes universitarios de*

Barranquilla, Colombia. Material inédito, departamento de Psicología, Universidad del Norte, Colombia.

Márquez, M. y Jáuregui, I. (2006). La imagen de la mujer en los medios de comunicación: textos periodísticos y publicitarios. *Espéculo revista de estudios literarios*, 48(33), recuperado de

<http://www.ucm.es/info/especulo/numero33/mujermc.html>

Martínez, A.M. (2004). La construcción social del cuerpo en las sociedades contemporáneas. Manuscrito inédito, Departamento de Sociología y Ciencia Política y de la Administración Universidad de A. Coruña, España.

Maslow, A. (1991). *Motivación y Personalidad*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.

Miles, M.B., y Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods*. Estados Unidos: Sage Public Inc.

Medina, O. (1997). La compra fuera del municipio: un estudio sobre las características del comprador interurbano Español. *Revista española de investigación de*

marketing. 2, 113-134. Recuperado de

http://www.magrama.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_DYC/DYC_1998_42_26_35.pdf

Myers, P., & Biocca, J. (September, 1992) The elastic body image: the effect of television advertising and programming on body image distortions in Young women. *Journal of communication*, 42(3), 108-133. doi: 10.1111/j.1460-2466.

Olmo, J.L. (2006). *Marketing de la moda*. Barcelona, España: Editorial Eiunsa. Ediciones internacionales universitarias, s.a.

Olvarría, J. (noviembre- diciembre, 2008). Globalización, género y masculinidades: Las corporaciones transnacionales y la producción de productores. *Nueva sociedad*, 218, 72- 86. Recuperado de

http://www.nuso.org/upload/articulos/3572_1.pdf

Padrón, J. (2002). Acerca de las investigaciones llamadas ¿exploratorias?. *Teré: revista de filosofía y socio-política de la educación*, 7, 5-14. Recuperado de:

<http://padron.entretemas.com/InvestExploratorias.htm>.

Pérez, H. (diciembre, 2004). El cuerpo es el mensaje. O del cuerpo en las funciones básicas de los mass media. *Revista Palabras-Clave*, 011, 1-29. Recuperado de

<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/649/64901103.pdf>

Perpiña, C., & Baños, R. (mayo, 2006). Body image distortion: A study with adolescents. *Anales de psicología*, 6(1), 1-10. doi:10.6018/analesps.6.1.28101

Salaberria, K., Rodriguez, S., & Cruz, S. (2007). Percepción de la imagen corporal. Facultad de psicología. Manuscrito inédito, departamento de Personalidad, evaluación y tratamientos psicológicos. Universidad del país Vasco, España.

Recuperado de <http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/osasunaz/08/08171183.pdf>

- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2005), *Comportamiento del consumidor*. México D.F, México: Pearson Prentice Hall.
- Solomon, M. (2008). *Comportamiento del consumidor*. México D.F, México: Pearson Prentice Hall.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos del marketing*. México D.F, México: McGraw-Hill Interamericana.
- Tubert, S. (noviembre, 2010). Los ideales culturales de la feminidad y sus efectos sobre el cuerpo de las mujeres. *Quaderns de psicologia*, 12(2). Recuperado de <http://www.quadernsdepsicologia.cat/article/viewFile/760/719>

Apéndices

Apéndice A

Guía de tópicos de percepción corporal

Presentación de participantes

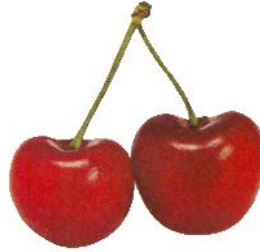
Presentación de entrevistador

- ¿Cómo cree que la definiría su familia? ¿En qué cree que tienen razón en que no?
- ¿Cómo cree que la definirían sus mejores amigas? ¿En qué cree que tienen razón en que no?
- ¿Cómo la definirían sus amigos hombres? ¿En qué cree que tienen razón en que no?
- ¿Qué cree que la diferencia de las mujeres cercanas de su misma edad - Qué cree que tiene en común?
- Ejercicio proyectivo ensalada de frutas
 - Vamos a imaginar que estas frutas son un parte de su cuerpo, lo que deberá hacer es armar su cuerpo actual con estas imágenes que lo voy a presentar, si siente que le hace falta alguna imagen y no la encuentra puede dibujar o escribir.
 - Seguido de este ejercicio vamos a realizar la misma actividad pero pensando en cómo le gustaría tener su cuerpo.
- Discusión de los ejercicios:
 - ¿Qué ha hecho usted para tener este cuerpo?
 - Tener en cuenta los siguientes aspectos son para tenerlos en cuentas más no para inducir
 - Alimentación
 - Ejercicio
 - Masajes
 - Pastillas
 - Cirugías
 - Ninguna
 - Otros
 - ¿Qué cree que piensa la gente cercana y lejana de su cuerpo?
 - ¿A qué partes de su cuerpo les presta más atención? Razones
 - ¿A qué partes no le presta atención? Razones
 - ¿Qué ventajas tiene su cuerpo pensando en prendas de vestir? Tener en cuenta Ropa interior, sin inducir
 - ¿Qué desventajas tiene su cuerpo pensando en prendas de vestir? Tener en cuenta Ropa interior, sin inducir
 - Pensando en el cuerpo ideal:
 - ¿Qué cree que está en sus manos para llegar a ese ideal?
 - ¿En qué se vería beneficiada al tener este cuerpo?
- Se repite el ejercicio con tres grupos de edades diferentes (26 a 35 – 36 a 45 – Mayores de 45)
 - ¿Qué cree que piensa la gente cercana y lejana de este cuerpo?

- ¿A qué partes de este cuerpo se le presta más atención? Razones
- ¿A qué partes no se le presta atención? Razones
- ¿Qué ventajas tiene este cuerpo pensando en prendas de vestir? Tener en cuenta Ropa interior, sin inducir
- ¿Qué desventajas tiene su cuerpo pensando en prendas de vestir? Tener en cuenta Ropa interior, sin inducir
- Pensando en el cuerpo ideal:
 - ¿Qué cree que están en sus manos para llegar a ese ideal?
 - ¿En qué se vería beneficiada al tener este cuerpo?
- Dígame los tipos cuerpo que se le vienen a la mente.
- Usted en qué tipo de cuerpo se ubica.
- Ahora vamos a imaginar la forma de ser, asociados a cada uno de estos tipos de cuerpos. Indagar estas preguntas para cada tipología de cuerpo:
 - Personalidad
 - Gustos
 - Hábitos alimenticios
 - Que destaca de su cuerpo
 - Que esconde de su cuerpo
 - Tipo de prendas que prefiere usar
 - Enfocarse en ropa íntima / Ropa interior

Apéndice B

Ejercicio proyectivo con frutas





Apéndice C

Guía de tópicos Toma de decisiones

Hábitos de compra ropa interior.

- ¿Cada cuánto compra?
- ¿Cómo es esa compra?
- ¿Qué pasa en esa compra?
- ¿En dónde compra? ¿Va a algún otro? Razones que lo sustentan.
- ¿Qué otros almacenes hay aquí en Bogotá de ropa interior que usted sepa que existen?
- ¿Por qué no ha entrado a estos? Profundizar
- ¿Hay relación entre el lugar de la compra y lo que compra?
- ¿Con quién va?

Explorar por el acompañamiento de hombres

- En los proceso de compra que usted ha hecho de ropa interior en algún momento ha participado un hombre? ¿Qué es lo bueno? ¿Qué es lo malo?
- ¿Qué tanta información busca usted antes de comprar una prenda interior?

Se presentan fichas para que las organice entre las que use o no. Estas son recortadas.

| | | | |
|---------------------------------|------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|
| Revistas | Catálogos Especializados | Amigas | Mamá |
| Hermanas Mayores | Hermanos Menores | Afiches / vallas publicitarias | Vitrinas |
| Experiencias Propias Anteriores | Televisión sección farándula | Radio | Internet |
| Modelos nacionales | Modelo internacionales | Tendencias | Televisión programas especializados |

- ¿Utiliza como fuente de información alguna de las anteriores cuando va a comprar ropa interior?
- ¿Todas te sirven para lo mismo?
- ¿Todas te dan la misma información?
- ¿Qué tipo de información buscas con ejemplo mama?
- ¿Qué tipo de información buscas con XXX?
- ¿Cuál de estas fuentes de información le da mayor importancia y cuáles no?

Las razones de elección del producto

- Mencione aspectos que tiene en cuenta a la hora de comprar ropa interior. Confrontar versus el registro y el nivel de importancia que tiene a la hora de comprar ropa interior
- ¿Qué paso en el lugar de compra? profundizar y contrastar con la observación

Los siguientes aspectos son para tenerlos en cuentas más no para inducir

- Precio
- Ocasión
- Materiales
- Diseño
- Funcionalidad
- Otros
- ¿Usted compra la misma marca? Razones que lo sustentan
- Escogencia de las características del producto.
- Fidelidad a la(s) características del producto.
- Conocimiento de la categoría.
- Fidelidad a la marca.
- A qué característica le es más fiel en brasier y a que características le eres fiel al panty ¿qué característica no la cambias por nada del mundo?
- Una de esas características que digas a esa le soy más fiel que a las otras?

Imagen de marca:

- Ejercicio de personificación:
 - Se tomaran las 3 marcas que son más importantes para ellos
 - Hombre o mujer
 - ¿Cuántos años tiene? ¿Cómo se ve físicamente? ¿Cómo se viste? ¿Con quién vive? ¿Qué hace para divertirse? ¿En donde vive? ¿Cómo es su personalidad? ¿Qué le gusta hacer? ¿En qué trabaja? ¿Cómo son sus amigos más cercanos? ¿Defectos? ¿De qué estrato socio económico es?
- A continuación se mostrarán una serie de imágenes. Por favor diga la primera palabra que se pase por su cabeza, evitando aquellas tales como bonito o feo.

Apéndice D

Guía observación del closet

- Pídale a la entrevistada que le muestre su clóset y que elija sus 5 prendas preferidas de vestir ¿por qué?
- Identificar las variables asociadas Ej. Color, diseño, material entre otros.
- Se realiza el mismo ejercicio para las 3 prendas de ropa interior que más le gusta y las que menos le gustan ¿por qué?

Apéndice F

Consentimiento informado

Edad: _____ *Genero:* _____ *Número de codificación:* _____

DECLARACIÓN DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Doy mi consentimiento informado para participar en la tesis de grado titulada El cuerpo en las compras: la percepción de cuerpo y la toma de decisiones en el comportamiento de consumo. Consiento la publicación de los resultados del estudio siempre que la información sea anónima y disfrazada de modo que no pueda llevarse a cabo identificación alguna. Entiendo que, aunque se guardará un registro de mi participación en el experimento, todos los datos experimentales recogidos de mi participación, sólo estarán identificados por un número.

1. He sido informado de que mi participación en este experimento no implica ningún riesgo o molestia conocidos o esperados.
2. He sido informado de que el investigador responderá gustosamente a cualquier pregunta respecto a los procedimientos de este estudio cuando haya acabado la sesión experimental.
4. He sido informado de que soy libre de dejar de responder la entrevista en cualquier momento sin penalización de ningún tipo.

Experimentador

Participante
Fecha: _____

FACULTAD DE PSICOLOGÍA
Laboratorio de Psicología



Edad: _____ *Genero:* _____ *Número de codificación:* _____

DECLARACIÓN DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Doy mi consentimiento informado para participar en la tesis de grado titulada El cuerpo en las compras: la percepción de cuerpo y la toma de decisiones en el comportamiento de consumo. Consiento la publicación de los resultados del estudio siempre que la información sea anónima y disfrazada de modo que no pueda llevarse a cabo identificación alguna. Entiendo que, aunque se guardará un registro de mi participación en el experimento, todos los datos experimentales recogidos de mi participación, sólo estarán identificados por un número.

1. He sido informado de que mi participación en este experimento no implica ningún riesgo o molestia conocidos o esperados.
2. He sido informado de que el investigador responderá gustosamente a cualquier pregunta respecto a los procedimientos de este estudio cuando haya acabado la sesión experimental.
4. He sido informado de que soy libre de dejar de responder la entrevista en cualquier momento sin penalización de ningún tipo.

Experimentador

Participante
Fecha: _____

FACULTAD DE PSICOLOGÍA
Laboratorio de Psicología



Edad: _____ *Genero:* _____ *Número de codificación:* _____

DECLARACIÓN DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Doy mi consentimiento informado para participar en la tesis de grado titulada El cuerpo en las compras: la percepción de cuerpo y la toma de decisiones en el comportamiento de consumo. Consiento la publicación de los resultados del estudio siempre que la información sea anónima y disfrazada de modo que no pueda llevarse a cabo identificación alguna. Entiendo que, aunque se guardará un registro de mi participación en el experimento, todos los datos experimentales recogidos de mi participación, sólo estarán identificados por un número.

1. He sido informado de que mi participación en este experimento no implica ningún riesgo o molestia conocidos o esperados.
2. He sido informado de que el investigador responderá gustosamente a cualquier pregunta respecto a los procedimientos de este estudio cuando haya acabado la sesión experimental.
4. He sido informado de que soy libre de dejar de responder la entrevista en cualquier momento sin penalización de ningún tipo.

Experimentador

Participante
Fecha: _____

FACULTAD DE PSICOLOGÍA
Laboratorio de Psicología



Edad: _____ *Genero:* _____ *Número de codificación:* _____

DECLARACIÓN DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Doy mi consentimiento informado para participar en la tesis de grado titulada El cuerpo en las compras: la percepción de cuerpo y la toma de decisiones en el comportamiento de consumo. Consiento la publicación de los resultados del estudio siempre que la información sea anónima y disfrazada de modo que no pueda llevarse a cabo identificación alguna. Entiendo que, aunque se guardará un registro de mi participación en el experimento, todos los datos experimentales recogidos de mi participación, sólo estarán identificados por un número.

1. He sido informado de que mi participación en este experimento no implica ningún riesgo o molestia conocidos o esperados.
2. He sido informado de que el investigador responderá gustosamente a cualquier pregunta respecto a los procedimientos de este estudio cuando haya acabado la sesión experimental.
4. He sido informado de que soy libre de dejar de responder la entrevista en cualquier momento sin penalización de ningún tipo.

Experimentador

Participante
Fecha: _____

FACULTAD DE PSICOLOGÍA
Laboratorio de Psicología



Edad: _____ *Genero:* _____ *Número de codificación:* _____

DECLARACIÓN DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Doy mi consentimiento informado para participar en la tesis de grado titulada El cuerpo en las compras: la percepción de cuerpo y la toma de decisiones en el comportamiento de consumo. Consiento la publicación de los resultados del estudio siempre que la información sea anónima y disfrazada de modo que no pueda llevarse a cabo identificación alguna. Entiendo que, aunque se guardará un registro de mi participación en el experimento, todos los datos experimentales recogidos de mi participación, sólo estarán identificados por un número.

1. He sido informado de que mi participación en este experimento no implica ningún riesgo o molestia conocidos o esperados.
2. He sido informado de que el investigador responderá gustosamente a cualquier pregunta respecto a los procedimientos de este estudio cuando haya acabado la sesión experimental.
4. He sido informado de que soy libre de dejar de responder la entrevista en cualquier momento sin penalización de ningún tipo.

Experimentador

Participante
Fecha: _____

FACULTAD DE PSICOLOGÍA
Laboratorio de Psicología



Edad: _____ *Genero:* _____ *Número de codificación:* _____

DECLARACIÓN DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Doy mi consentimiento informado para participar en la tesis de grado titulada El cuerpo en las compras: la percepción de cuerpo y la toma de decisiones en el comportamiento de consumo. Consiento la publicación de los resultados del estudio siempre que la información sea anónima y disfrazada de modo que no pueda llevarse a cabo identificación alguna. Entiendo que, aunque se guardará un registro de mi participación en el experimento, todos los datos experimentales recogidos de mi participación, sólo estarán identificados por un número.

1. He sido informado de que mi participación en este experimento no implica ningún riesgo o molestia conocidos o esperados.
2. He sido informado de que el investigador responderá gustosamente a cualquier pregunta respecto a los procedimientos de este estudio cuando haya acabado la sesión experimental.
4. He sido informado de que soy libre de dejar de responder la entrevista en cualquier momento sin penalización de ningún tipo.

Experimentador

Participante
Fecha: _____

FACULTAD DE PSICOLOGÍA
Laboratorio de Psicología



Edad: _____ *Genero:* _____ *Número de codificación:* _____

DECLARACIÓN DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Doy mi consentimiento informado para participar en la tesis de grado titulada El cuerpo en las compras: la percepción de cuerpo y la toma de decisiones en el comportamiento de consumo. Consiento la publicación de los resultados del estudio siempre que la información sea anónima y disfrazada de modo que no pueda llevarse a cabo identificación alguna. Entiendo que, aunque se guardará un registro de mi participación en el experimento, todos los datos experimentales recogidos de mi participación, sólo estarán identificados por un número.

1. He sido informado de que mi participación en este experimento no implica ningún riesgo o molestia conocidos o esperados.
2. He sido informado de que el investigador responderá gustosamente a cualquier pregunta respecto a los procedimientos de este estudio cuando haya acabado la sesión experimental.
4. He sido informado de que soy libre de dejar de responder la entrevista en cualquier momento sin penalización de ningún tipo.

Experimentador

Participante
Fecha: _____

FACULTAD DE PSICOLOGÍA
Laboratorio de Psicología



Apéndice G

Matriz de percepción del cuerpo por preguntas

Tabla 1

Matriz de percepción del cuerpo por preguntas

| Preguntas | Participantes | |
|--|---|--|
| | C.V. | J.H. |
| Datos personales | Edad: 20 años Estudios: Comunicación social Domicilio: Bogotá | Edad:21 Estudios: comunicación social universidad Tadeo Lozano |
| ¿Cómo cree que la definiría su familia? ¿En qué cree que tienen razón en que no? | Cariñosa, consentida, sensible y llorona. | Responsable, honesta, alegre y que piensa mucho en los demás. |
| ¿En que crees que tienen razón la familia? | En las cuatro, pero tal vez en la que más es en sensible porque soy sensible a las cosas, si me pasa algo bueno me pongo feliz, y si me pasa algo malo, me afecta mucho, me afectan las cosas que me pasan. | En el mal genio y que no ayuda tanto en los labores del hogar. |
| ¿En qué crees que no tienen razón su familia? | En las cuatro tienen razón. | |
| ¿Cómo cree que la definirían sus mejoras amigas? | Ni idea espérate pienso, sensible, también llorona, también, que mas me considero como se dice, eso disponible o sea que las puedo ayudar en cualquier cosa, o acompañar, también como amargada. | Una persona alegre, tierna y divertida, con buena energía con la que vale la pena estar. |
| ¿En que crees que tienen razón sus amigas? | En que soy sensible, llorona, que estoy disponible. | |
| ¿En que crees que no tienen razón sus amigas? | En que soy amargada, porque de pronto, no es que sea amargada, sino es que a veces, soy más seria que ellas, es decir, porque, ellas maman mucho gallo, a ellas les gusta burlarse mucho de una cosa, yo me rio, pero hasta cierto punto, pero ellas siguen burlándose. | En el despiste; es menos despistada de lo que creen. |
| ¿Cómo la definirían sus amigos hombres? | No tengo amigos hombres, no mentiras si tengo tal vez como una persona amigable, no se también como disponible, a algo incondicional, creería si, sociable, alegre. | Persona de personalidad chévere. No sabe cómo la describen físicamente. |

| | | |
|---|---|---|
| ¿En que tienen razón? | De todas | |
| ¿En qué crees que no tienen razón? | Tienen razón en todo | |
| ¿Qué cree que la diferencia de las mujeres cercanas de su misma edad? | No se depende de que mujeres, de algunas, me considerara más madura que algunas, o más consciente del valor de la vida y de algunas cosas. No se conozco, mujeres de mi edad, que no son consientes del valor de las cosas, como la familia, el valor del dinero, cosas así. Como que, pueden despilfarrar, o pueden como no pensar en las consecuencias de esos actos, o de lo que hacen viven así, yo, me considero un poco más, pienso todo, pienso en las consecuencias de las cosas. | En el peso. Es una situación en la que trabajo actualmente. |
| ¿Qué cree que tiene en común con las mujeres de su misma edad? | La edad, el momento de la vida, que no hay tantas preocupaciones, hay que divertirse, la diversión, lo vulnerables que podemos llegar a ser en esa edad. | Le gusta cuidarse para verse bien, como hace una tarde de peluquería, hacerse cosas de SPA y en el cuerpo, para sentirse mejor con uno mismo. |

Cuerpo Actual

| | | |
|---|--|--|
| Descripción del cuerpo actual | La cabeza es una pera porque mi cara es como redonda, pero más redonda abajo soy cachetona, después vienen dos naranjas que son mis senos redondos, porque me los acabo de operar, después viene la papaya porque tiene un poquito el tronco pequeño, y después se van anchando, porque tengo caderas grandes, los brazos unos duraznos, si pues normales, un poquito más gorditos, pegados a la parte de arriba, son más anchitos arriba, y la muñeca más flaquita, yo tengo la muñeca flaquita y abajo dos calabazas, que también las piernas son gorditas arriba, porque tengo un muslo grande después las rodillas, un poquito más flaquita, y los pies. | Cara es una de las cosas que más le gusta, con lo que más conforme está. Brazos son aspectos importantes con los que se siente cómoda; escogió la ahuyama para mostrar que tiene brazos delgados. En el pecho escogió la cereza en símbolo de lo que ha hecho (quitarse busto) y que ha hecho que se sienta mejor consigo misma. Había burlas, maltratos e incomodidad (encorvada, no hacia deporte por molestia) entonces se operó. Tronco y barriga la describe como una de las zonas que más le incomoda; aunque se ha adelgazado quedó piel ahí hay grasa localizada. Hace masajes y ejercicio para bajar la barriga. Las piernas le gustan, pese a que tiene un poco de grasa que está intentando bajar, por eso escoge bananos. Por detrás afirma sentir que su espalda es muy ancha, no le molesta, pero sabe que nunca va a ser “un palo”. Las nalgas le gustan, están paradas y no se siente tan caderona. Siente que sus nalgas se ven bien con la ropa. |
| ¿Qué ha hecho usted para tener este cuerpo? | Comer, bueno que he hecho, me opere, por eso tengo mis senos redondos, de resto voy al gimnasio, por eso de pronto los muslos mas marcados, son gordos por eso voy al gimnasio para tener más tonificado y pues las caderas | Afirma que ha sido un proceso largo y difícil; empezó cuando tenía 14 años por un comentario de la mamá que le decía que ella se tenía que cuidar. Comenzó a hacer dietas y a ir a nutricionistas, hasta que entró en trastorno de alimentación, bulimia nerviosa o trastorno de atracones. Hoy va a |

anchas eso si es de familia, contextura de familia, mi papa es de contextura ancha mis tías todas son de caderonas.

psiquiatra, para sentirse mejor con su cuerpo. Primero, se hizo balón gástrico (que ya no tiene) pero le ayudó a medir las porciones y a adelgazarse. El ejercicio también ha sido importante porque siente que hace un esfuerzo para cuidarse tanto internamente (para llegar a una vejez sana) como para la parte externa (vanidad). Se hace masajes reductores que con las manos masajea para moldear el cuerpo; lo usa como ayuda extra para tener buen cuerpo. Tiene una alimentación sana, que afirma es comer de todo en porciones normales, comer frutas y verduras, no alimentarse de un sólo tipo de alimento (variar). Come pocas harinas y poco dulce y más frutas y verduras. Se hizo dos cirugías; la primera reducción de busto para solucionar problemas de espalda y por comentarios de compañeros del colegio que se burlaban sobre su busto porque era muy grande. La segunda cirugía fue un balón gástrico para reducir las porciones de las comidas y bajar mucho de peso. Ayudó a manejar la autoestima.

¿Qué cree que piensa la gente cercana de su cuerpo?

Las mujeres, no sé, pues que, algo a resaltar de mi cuerpo es el tronco delgado, la cintura, eso me han dicho a resaltar, pero también, han resaltado mis caderas, mis nalgas grandes y que más pueden decir, que de pronto, soy muy bajita acá está representado, son pequeñas frutas. Los hombres resaltan mis cosas grandes, como mis nalgas grandes, o mis tetas grandes

La ven más tranquila, aunque a una niña un poco gordita, “rellenita” y que tiene que trabajar más en su cuerpo. Pero lo que han visto el proceso de cerca saben que ha logrado muchas cosas importantes y la admiran por haber logrado muchas cosas.

¿Qué cree que piensa la gente lejana a usted de su cuerpo?

De pronto, pueden decir que soy costeña, porque soy, caderona, nalgona, tetona, pueden decir que soy una mujer voluptuosa: o sea que tiene tetas grandes, nalgas grandes, y curvilínea. Un hombre se fijarían en eso, como mujer voluptuosa, que pueden voltear a mirar.

Dicen que ahí va una niña gordita y que qué fea. Aunque sabe que no es fea.

¿A qué partes de su cuerpo les presta más atención?
Razones

Al abdomen yo le presto más atención, porque quiero que sea plano, estoy trabajando en el gimnasio con abdominales, y las piernas, a las piernas también le presto atención, porque quiero rebajarlas. Pues depende que clase de ejercicio, si hago cardio, pues se bajar un poquito, y también quiero moldearlas y tonificarlas, con ejercicio se puede hacer eso.

La barriga porque ha tratado de quitársela y ha sido muy complicado, las piernas porque le gusta resaltarlas, el busto porque siguen siendo muy grandes y la papada porque siempre le ha molestado tener.

| | | |
|--|---|--|
| <p>¿A qué partes no le presta atención? Razones</p> | <p>Bueno a todas les presto atención, pero menos me fijo en manos y pies, pero todo el cuerpo es importante.</p> | <p>A los brazos porque no tiene ningún problema con ellos igual que su cuello. A sus ojos porque sabe que son muy lindos igual que la nariz y la boca; se sienten conforme con esto.</p> |
| <p>¿Qué ropa de vestir crees que le queda bien a tu cuerpo?</p> | <p>Como te decía, el tronco más pequeño sirve mucho, la cintura acentuar, la cintura, ropa para acentuar la cintura me favorece, que mas, ropa que resalte mi cuerpo, que sea de pronto vestidos y camisas, más debajo de la cadera para que tampoco se acentúe la cadera. En fin, ropa que acentúe la cintura, y ropa que sea más larga para que no acentúe la cadera.</p> | <p>Que no tiene tanta cadera lo que le facilita ponerse jeans, las tallas de pantalón entonces no tienen que ser grandes.</p> |
| <p>¿Qué ropa de vestir crees que no le queda bien a tu cuerpo?</p> | <p>Bueno, la que son apretadas en la cadera, un shorcito apretado muy corto no hace ver bien, o camisas ombligueras, que muestren la barriga no me parecen.</p> | <p>Compra tallas más grandes de las que realmente necesita. No le gusta medirse camisas porque sabe que son muy pegadas en muchas ocasiones.</p> |
| <p>¿Qué ropa interior crees que te quedaría bien?</p> | <p>Ropa interior como pantis, que no marque, que no sean tan apretados, que no marquen, para que no partan la cadera. Como los panties que uso, son de encaje que no marcan, suavcito o los punto blanco, que son muy grandes, recogen todo y no se brasieres que también recojan y alcen, para que se vea mejor mi cuerpo, con copa sin relleno.</p> | <p>Calzones de colores, cómodos y que la hagan sentir bien, como las tangas.</p> |
| <p>¿Qué ropa interior crees que no te quedaría bien?</p> | <p>A ropa interior que aprieten, Pantis que te marquen o que aprieten arriba, y sacan el gordito de los lados y parten la cadera, y se ven mal, y en brasieres no se, que vienen con una forma establecida y no cogen la forma de las mías.</p> | <p>No le gusta medirse ni comprar brasieres porque su busto es muy grande y se le dificulta encontrar el modelo ideal.</p> |

| | | |
|--|--|--|
| Descripción del cuerpo ideal | La cabeza es una fresa, una cara más alargada menos cachetona, los brazos y las piernas son los bananos más largos y delgados, el tronco no es una sola fruta sino dos calabaza pero tratando que eso sea así, son dos calabazas, me gustaría el tronco más largo y poquito ancho abajo las caderas pero no tan pronunciado y las naranjas unos senos redondos ni tan grandes ni tan pequeños. | Sería muy parecido pero más delgado, sobre todo en el área de la barriga. Los brazos serían más delgado pero las piernas las dejaría igual. En el tronco quisiera verse más formado, más alineado, sobre todo en el área de la barriga. Por detrás quisiera verse más fácil, sobre todo del tronco y la cintura. |
| ¿Qué ha hecho usted para tener este cuerpo? | A mi alcance no está poderlo alargar, porque no puedo crecer más, pero ponerlo más delgado, está a mi alcance, hacer dieta y mas ejercicio, mucha dieta, u operarme o sacarme cachetes. | Luchar todos los días, porque no es fácil alcanzar esto cuando se ha tenido un proceso de trastorno alimenticio. Intenta hacer mucho ejercicio. |
| ¿Qué cree que piensa la gente cercana de su cuerpo? | Una mujer pensaría que es un cuerpo lindo, le gustaría llegar a tener, creo yo que es un cuerpo ideal: Alto flaco, no plano, pero no tanto volumen y cara delgada o sea no tiene tanto volumen, tantas tetas grandes, y no tiene nalgas tan grandes pero tiene nalgas y tiene tetas. Un hombre cercano a mí, le podría gustar, pero también le podría mandar a comer porque piensa que es muy flaco. | Mucha seguridad. |
| ¿Qué cree que piensa la gente lejana a usted de su cuerpo? | Pienso que lo mismo, que también es un cuerpo ideal, o mujer bonita, si la ven por la calle mujer bonita, alta, flaca. Un hombre lejano le parecería una mujer bonita, la voltea a mirar, la pueden voltear a mirar. | |
| ¿A qué partes de su cuerpo les presta más atención? | Al abdomen, también si es largo y es algo que se ve bastante, porque si es el centro de atracción, porque si es largo y es alta, también se ve bastante y podría usar ropa que se pueda ver y a sus piernas que son largas, también la gente mira que son largas y para mantenerlas delgadas. | |
| Razones | | |
| ¿A qué partes no le presta atención? | A la cara porque ya la tiene bien, es una cara delgada, no le puede prestar tanta atención, y a sus brazos. | |
| Razones | | |

| | | |
|--|---|---|
| <p>Qué ventajas tiene su cuerpo pensando en prendas de vestir?</p> | <p>Que ropa, pues todo le queda bien, le benefician, ropa pegada como suelta, o cosas cortas, tiene las piernas largas, o puede mostrar abdomen, porque lo tiene plano.</p> | |
| <p>¿Qué desventajas tiene su cuerpo pensando en prendas de vestir?</p> | <p>No creo, yo creo que todo le queda bien,</p> | |
| <p>¿Qué ropa interior le quedaría bien a este cuerpo?</p> | <p>En cuanto a ropa interior, toda le quedaría bien, pero que no apriete todo el mundo busca, para que no le saque gordo, pero si le aprieta un poquito más, no creo que le afecte y puede usar brasieres con copa o sin copa porque tiene buena forma.</p> | |
| <p>¿Qué ropa interior no le quedaría bien a este cuerpo?</p> | <p>No, no creo, todo le quedaría bien.</p> | |
| <p>Que cree que están en sus manos para llegar a ese ideal</p> | <p>Cuidarse, con la dieta y con el gimnasio</p> | <p>Ir al gimnasio y cuidarse con la comida.</p> |
| <p>¿En qué se vería beneficiada al tener este cuerpo?</p> | <p>Me beneficiaría, sería mucho más feliz al poder vestirme, no tendría que pensar tanto en que ponerse, sino lo que primero salga y ya, está bien cuando esta flaco y eres alto, y en no usar tantos tacones porque tiene buena estatura. Sale a la calle y se sentiría bonita, se beneficia, en que no se preocupa que pueden pensar de ella, si se le ve un gordo o mire esa gorda o no se; tendría que preocupar por su apariencia.</p> | <p>Se aumenta mucho el autoestima, se siente más segura y eso lo irradia a los demás.</p> |

| | | |
|--|---|---|
| Descripción del cuerpo | Una fresa, una cara delgada, unos pomelos de vecinos, porque conozco a muchas personas de esa edad que se han operado, pero que los tienen grandes, unos brazos delgados, un tronco, son dos calabazas, largos y delgados también un poquito pronunciada la cadera, pero no tanto, y dos bananitos también de piernas, piernas largas. Esta persona se ha operado los senos, se ha hecho lipo en el abdomen, ha hecho dieta y gimnasio. | Describe un cuerpo general, mostrando que hay diferentes cuerpos, variando en tamaño en forma. |
| ¿Qué cree que piensa la gente cercana de su cuerpo? | Un cuerpo lindo, pues buen cuerpo, que le gustaría tener ese cuerpo. A los hombres creo que les gustaría, les parecerá un cuerpo, chévere, bonita. | |
| ¿Qué cree que piensa la gente lejana a usted de su cuerpo? | Creo que lo mismo, que les gustaría tener ese cuerpo, y se preguntarían, pues, si no saben, que no se ha operado, que hará para tener ese cuerpo. Los hombres lejanos le parecería atractiva: alto, delgado que tiene de donde agarrar para un hombre, tiene, nalgas y tetas no muchas. | Si es una persona gordita, seguramente lo va a criticar. Si es una niña flaca que está dentro de los parámetros de la sociedad (según las proporciones) les va a parecer atractiva. |
| ¿A qué partes de su cuerpo les presta más atención? Razones | Creo que a los senos porque, se los ha operado, o sea, les presta atención que se los opero les gusta grandes, a eso y al abdomen porque, también se lo ha operado, procura estar bonita, esta en una edad en que se va a casar, entonces, estar bonita, las piernas también para que se vean flacas. | |
| ¿A qué partes no le presta atención? Razones | Creo que a los brazos, también los tiene flacos y no son tan influyentes. | |
| ¿Qué ventajas tiene su cuerpo pensando en prendas de vestir? | Le beneficia cualquier tipo de ropa, holgada, o también ropa pegada le queda bien, le queda bien, la ropa larga, porque es alta, o cortica porque tiene piernas largas, cualquier cosa. | |

¿Qué desventajas tiene su cuerpo pensando en prendas de vestir?

Le quedaría bien todo.

Que hay mucha presión social por tener un cuerpo perfecto. Si no están los cuerpos como salen en una revista, está mal. Se va a sentir muy mal cuando ha un poco de sobre peso o cuando hay una parte de su cuerpo que le genera inconformidad. Se sentirá poco en tierra caliente y cuando ella está analizándose.

¿Qué ropa interior le quedaría bien a este cuerpo?

Puede ponerse pantis apretados que se vean o no, brasieres de copa o no de copa, porque tiene buena forma

¿Qué ropa interior no le quedaría bien a este cuerpo?

Todo le quedaría bien, porque es flaca y alta.

¿Qué cree que están en sus manos para llegar a ese ideal

Hacer ejercicio, dieta, mucho ejercicio, también operarse.

Hacer por lo menos media hora de deporte diario. También hay aspectos extras como masajes, tratamientos para la celulitis que ayudan. La comida tiene que ser saludable.

¿En qué se vería beneficiada al tener este cuerpo?

Que se vea bien y que se sienta bien.

La primera ventaja es ser una persona saludable, para vivir mejor y más tiempo. También confianza de uno mismo y autoestima.

Cuerpo mujer de 36-45 años

Descripción del cuerpo

La cabeza o la cara es una pera, ya es una mujer mas gordita, con más cachetes, después vienen, unos senos normales, no es la mujer voluptuosa, dos naranjas normales, unos bananos de brazos, también normales, una patilla es el tronco no es un tronco muy largo no es una mujer muy alta, esbelta, sino mas bien sin curvas, mas redondita, y las piernas dos calabazas son las piernas mas rellenitas

El tronco cambia, es menos definido porque de pronto ya tuvieron hijos; así que va a haber más grasa acumulada tanto en las piernas como con el tronco.

¿Qué ha hecho esta persona para tener este cuerpo?

Ya no se interesa por la dieta, no tendrá tiempo para el gimnasio, ha tenido hijos, se ve reflejado en su abdomen sobre todo

¿Qué cree que piensa la gente cercana de su cuerpo?

No sé, las mujeres cercanas, que tiene un cuerpo normal, que de pronto deba hacer dieta, o deba ir al gimnasio. Cuerpo normal: no tiene el cuerpo esbelto, ni voluptuosa, ni delgada, sino un cuerpo más rellenito, menos voluptuosa. Los hombres cercanos, la verían atractiva, pero por el vínculo, pero los lejanos, no creo que la vuelvan a mirar, así como atractiva.

¿Qué cree que piensa la gente lejana de su cuerpo?

Las lejanas también, no se , se puede decir que es una mujer bonita, pero ya sería mas, si su cara es bonita, o algo así, pero el cuerpo, no creo que sería un cuerpo que quisieran imitar

Que ha tenido hijos recientemente y por eso está as y que esta haciendo algo ara modificarlo.

¿A qué partes de su cuerpo les presta más atención?

Ni idea, no creo que le preste atención a ninguna parte del cuerpo, bueno si, a su cara porque, ya en cuanto arrugas.

Al abdomen porque ha tenido ya un hijo y puede q hayan quedado cicatrices o grasa acumulada.

Razones

¿A qué partes no le presta atención?

Brazos no cambian. Aunque hay unos grandes, godos, otros flacos, casi no cambian.

Razones

¿Qué ventajas tiene su cuerpo pensando en prendas de vestir?

A esta persona le quedaría ropa, no tan ajustada, sería más holgada, no tan corta, porque también tiene las piernas mas grandecitas

¿Qué desventajas tiene su cuerpo pensando en prendas de vestir?

Ropa ajustada y pegada.

Hay cicatrices por haber tenido bebés o por crujías, las cicatrices a los ojos de los demás se ven feas.

¿Qué le quedaría bien a esta persona en cuanto a ropa interior?

En ropa interior, le queda bien brasieres ya con copa, y que le den forma, porque ya la gravedad ha hecho efecto, y pantis, si normales, los que le queden cómodos, de pronto hilos, o de pronto pantis normales, que no aprieten, que no saquen gordos que sean cómodos.

¿Que ropa interior no le quedaría bien a este cuerpo?

Aquello que le saquen gordos que sean muy apretados.

¿Qué cree que están en sus manos para llegar a ese ideal
 ¿En qué se vería beneficiada al tener este cuerpo?

Comer equilibradamente, o sea verduras, carne, pollo, frutas y hacer ejercicio pero por salud.

Sentirse bien con ella misma.

Cuerpo mujer mas de 45 años

Descripción del cuerpo

La cabeza, es una naranja redonda, ya mas redondita, mas cachetona, todavía no se distingue nada, los senos son unos duraznos mas caídos, mas delgados arriba y más pronunciados abajo, el tronco una patilla, ya no es curvilínea, sino mas redondita, unos brazos normales, unos bananitos las piernas dos calabazas. Ha tenido hijos, también, ya no se preocupa por la dieta, o por el gimnasio, ha vivido su vida normal, comiendo disfrutando de comer

Cuando una mujer entra a una edad, todo se escurre según los parámetros de belleza de la sociedad, esto es feo. En el estomago ya hay mucha grasa, igual que en las piernas. Esto va con e sedentarismo de la persona, porque las personas mayor tienden a hacer menos ejercicio.

¿Qué cree que piensa la gente cercana de su cuerpo?

No creo que le presten atención a su cuerpo, la gente cercana que puede estar gorda que no ven la posibilidad que haga dieta o algo así, o se meta a un gimnasio

¿Qué cree que piensa la gente lejana a usted de su cuerpo?

La gente lejana, no creo que se fijen en este tipo de mujer o simplemente la ven, pero no creo que puedan pensar de su cuerpo.

Que es feo.

¿A qué partes de su cuerpo les presta más atención?

Ella, le presta más atención a, su abdomen porque ya esta tan pronunciado, que se da cuenta que esta pronunciado y le preocupa, y también a la cara, por las arrugas, y a las piernas también las puede ver más gorditas

Al abdomen porque ya esta escurrido.

Razones

¿A qué partes no le presta atención?

Creo que no le preste atención a los senos, porque ya ese cayeron, no creo que se vaya a operar, creo, y a los brazos tampoco

Brazos no cambian. Aunque hay unos grandes, godos, otros flacos, casi no cambian.

Razones

¿Qué ventajas tiene su cuerpo pensando en prendas de vestir?

Ella le queda bien, ropa holgada, al igual que la otra más larga y colores oscuros para verse más delgada.

| | | |
|---|--|--|
| ¿Qué ropa interior le quedaría bien a este cuerpo? | Le queda bien brasieres, que le ayuden con la forma, que le levanten, de copa con relleno, con varilla y abajo no se pantis normales, con lo que se siente cómoda, y que no sean muy apretados, que le pronuncien las caderas. | |
| ¿Qué desventajas tiene su cuerpo pensando en prendas de vestir? | Ropa que no sea muy llamativa, escotes muy pronunciados no le quedan bien. | Que todo esta escurrido y se va a sentir mal sin rop |
| ¿Qué ropa interior no le quedaría bien a este cuerpo? | Tal vez brasieres que no ajusten, o panties que no le recojan y le aprieten. | |
| ¿Qué cree que están en sus manos para llegar a ese ideal? | Yo creo que ya no se preocupa por nada del cuerpo y eso, ya tiene otras prioridades, como su salud, hijos, estar tranquila. | |
| ¿En qué se vería beneficiada al tener este cuerpo? | Como dije ya no se preocupa entonces no se vería beneficiada. | |

Tipos de cuerpo

| | | |
|--|--|---|
| Dígame los tipos de cuerpo que se le vienen a la mente | Alta, delgada, gordo, bajita, cuerpo de pera, cuarto bate, musculosa, fideo, insípida, mujer voluptuosa y mujer plana. | 1. Barrigas gordas. 2. Piernas gordas. 3. Caras anchas. 4. Caras delgadas. Son diferentes las proporciones de los cuerpos. |
| Usted en qué tipo de cuerpo se ubica (puede estar en más de uno) | Bajita, pera, y voluptuosa pero en un grado muy leve. | Proporción mediana: no es flaco ni tampoco muy gordo. Piernas flacas, barriga gordita. |
| Forma de ser | Cuerpo alta Engreída o sea imponente, si, segura de sí misma | Buen cuerpo Personas confiadas, que tienen más alta el autoestima. Son adictas al deporte o tienen constitución delgada. Sin embargo, el físico atrae pero la personalidad enamora. Le puede llegar a gustar mucho el ejercicio, o tener hipertiroidismo o simplemente por constitución. |
| Hábitos Alimenticios | Se cuida O sea hace dieta, se cuida de harinas y dulces. | En algunos casos hay hábitos saludables, por ejemplo no comer harinas por la noche porque son muy pesadas. |

| | | |
|------------------------------------|--|--|
| Parte del cuerpo que destacaría | Sus piernas | Todo su cuerpo, tratan de que se les estilice más su figura. |
| Parte del cuerpo que escondería | No sé, de pronto los tobillos muy flacos, las canillas | |
| ¿Qué tipo de ropa interior usaría? | Hilos y brasieres de encaje | Más pegada y ajustada. Ropa más sexy, calzones con más encaje, brasieres con más copas. |
| Forma de ser | Cuerpo Delgado La forma de ser, segura de sí misma, también es alegre, social | Un poco de sobrepeso. Más retraídas, que les cuesta más hacer relaciones. Más entradas en sí mismas. |
| Hábitos Alimenticios | Dieta, se cuida de harinas y dulces, pueda que no tenga buenos hábitos alimenticios, o sea, como es gente delgada, que no tiene problemas alimenticios | No tienen hábitos buenos a la hora de comer. Hay otras que intentan ser saludables con dietas y ejercicios. |
| Parte del cuerpo que destacaría | Abdomen y piernas | |
| Parte del cuerpo que escondería | Nada | Trataría de que todo el cuerpo se vea tapado. La barriga, por ejemplo e el tanquini que tiene el top más largo. |
| Tipo de ropa interior que usaría | También de encaje, brasier de encaje, pantis de encaje, cualquier ropa interior, brasier de copa o sin copa | Se siente mal, compran ropa suelta que no muestre tanto la figura. Hay otras que tienen actitud y no les importa mostrar los gorditos. En el caso de los vestidos de baño, a veces buscan por ejemplo que sea más largo el top para taparse a barriga. En cuanto a la ropa interior, pueden fajarse o usar cosas que les ayude a taparse. |
| Forma de ser | Cuerpo Gordo La personalidad introvertida, de pronto con baja autoestima | Partes gorditas y otras flaquitas. Eso depende de la personalidad, pero va a ser chévere, alegre. Pero depende de cada persona y de lo que ha tenido que pasar a persona. Depende de la personalidad, de la energía positiva. Se refiere a estas personas como “gorditas”. Eso depende de cada persona. Hay personas que han tenido una vida muy dura y así tengan un buen cuerpo les van a quedar unas huellas que no se borran tan fácil. Si una gordita tiene energía positiva, es alegre y personalidad chévere va a ser feliz. |

| | | |
|----------------------------------|---|--|
| Hábitos Alimenticios | Come mucho, no se cuida de dulces y le gusta comer bastante | Tratando de irse a la saludable pero a veces se va a los excesos. |
| Parte del cuerpo que destacaría | No creo que destaque algo, depende si tiene una cara bonita, pues su cara la destacaría | |
| Parte del cuerpo que escondería | Su abdomen, sus piernas, sus brazos, que serian gordos. | |
| Que tipo de ropa interior usaría | Le quedarían bien, de pronto pantis grandes que le recojan los gordos, que no aprieten, y brasieres que recojan, que reduzcan con varilla o algo así. | No se faja, pero si intenta tapar lo que no le guste y destacar las que sí le gusta. |
| Forma de ser | Cuerpo Bajo Puede ser insegura de sí misma, puede ser social | |
| Hábitos Alimenticios | También puede hacer dieta, se cuida | |
| Parte del cuerpo que destacaría | Su cara | |
| Parte del cuerpo que escondería | Su abdomen y piernas | |
| Que tipo de ropa interior usaría | Con la que se sienta cómoda, hilos de encaje, hilos normales, o brasier de copa o sin copa | |
| Forma de ser | Cuerpo Pera Puede ser insegura, puede ser amigable. | |
| Hábitos Alimenticios | Se cuida, también hace dieta | |
| Parte del cuerpo que destacaría | Sus nalgas y tronco delgado | |
| Parte del cuerpo que escondería | Esconde sus caderas. | |
| Que tipo de ropa interior usaría | Le quedaría bien, una ropa interior de pronto abajo que recoja mas, que no sea apretada, que recoja, y que sea cómoda, que sea de encaje, los | |

cacheteros y brasier, con copa o sin copa

| | |
|----------------------------------|--|
| Forma de ser | Cuerpo cuarto bate Cuarto bate es, grande, muy grande, mujerona es alta pero no es alta delgada, sino alta gruesa, tiene las piernas grandes, voluptuosa grande, pero es grande no pasa desapercibida. De pronto es imponente, abierta, que no le importa la otra gente |
| Hábitos Alimenticios | Puede cuidarse, pero también le gusta comer, hace dieta, pero le gusta comer |
| Parte del cuerpo que destacaría | Sus piernas largas, de pronto porque es alta, y destaca su tronco, como también son largas. |
| Parte del cuerpo que escondería | Sus brazos, porque son muy grandes. |
| Que tipo de ropa interior usaría | De ropa interior, cualquier ropa interior, hilos y cacheteros le quedan bien, brasieres que cojan la forma de sus senos, porque son grandes. |

| | |
|----------------------------------|---|
| Forma de ser | Cuerpo musculoso También puede ser imponente, también puede ser de pronto malgeniada. |
| Hábitos Alimenticios | Se cuida, pero también proteínas y eso para que su cuerpo, genere musculo. |
| Parte del cuerpo que destacaría | Sus piernas y brazos musculosos tonificados |
| Parte del cuerpo que escondería | Su espalda, que llega a ser muy grande |
| Que tipo de ropa interior usaría | Que le quede bien, ropa cómoda para sus ejercicios, la persona musculosa hace ejercicios, cómoda, brasieres, como sport bra, que son grandes y pantis que no se noten, que no se marquen Cuerpo voluptuoso |

| | |
|----------------------------------|--|
| Forma de ser | El voluptuoso, su personalidad, es segura de sí misma, abierta, sociable, alegre, también puede ser, coqueta |
| Hábitos Alimenticios | Se cuida hace dieta, pero también le gusta comer |
| Parte del cuerpo que destacaría | Destacaría su volumen, sus nalgas y sus senos |
| Parte del cuerpo que escondería | Su abdomen, que puede llegar a ser voluptuoso, y de pronto si es tan voluptuoso, sus senos pueden ser caídos, |
| Que tipo de ropa interior usaría | Brasieres que recojan y realcen, y también pueden ser de encaje los cacheteros, también para que le recojan las nalgas |

| Participantes | | |
|---|--|---|
| Preguntas | C.G | D.G |
| Datos personales | Edad: 20 años. Estudios: relaciones internacionales en el Rosario | Edad 19 años Estudios: Estética facial y corporal Domicilio: Bogotá |
| ¿Cómo cree que la definiría su familia? ¿En qué cree que tienen razón en que no? ¿En que crees que tienen razón la familia? | Persona de temperamento fuerte, bastante colaborador, amable, amoroso. | Ordenada, aplicada, inteligente, amigable, calmada, unida y tus hermanas como te definirían? Un poquito seca y que más como te definirían tus papas? Juicios Me parece que en todo tienen razón, Y tu eres ordenada? si ¿Por qué crees que eres ordenada en que se te ve lo ordenada? No me gusta el desorden, soy limpia en mis cosas. Normalmente ¿dónde se refleja el orden que tú llevas? En mis cosas, en mi cuarto y en mis estudios. Bueno y eres aplicada cómo? Soy estudiosa y responsable. ¿Y no dejas nada para la última hora? No nunca. ¿Tienen razón en que eres inteligente? ¿En qué se refleja esa inteligencia tuya? En mis estudios y en mi forma de actuar, ¿y esa forma de actuar tuya cómo es? No te conozco, ayúdame a entenderla, Pienso antes de hablar. ¿Y eres amigable? Si me gusta hacer bastantes amigas, aconsejar y escuchar. ¿Y tienes amigas de donde? En Cartagena, he hecho amigas en Bogotá y ya. Tengo amigas por |

| | | |
|--|---|---|
| | | fuera de la universidad y en la universidad. ¿Tienen razón en que eres calmada? Si, no me gusta rumbeare mucho, me gustan los planes suaves. ¿Qué tipo de planes? Salir a comer e ir a cine y una fiesta electrónica o rumba reguetonera? No nada. ¿Eres unida? Si con mis hermanas con mis amigas y con mi grupo de estudio. |
| ¿En qué crees que no tienen razón su familia? | Exageran en cuanto a lo que es colaborador. Dicen que no sabe establecer prioridades. | Bueno en que no creo que soy seca, soy como más sencilla, no soy tan expresiva. Bueno ¿y una persona expresiva cómo es? Dame un ejemplo. Es agitada, bueno esa palabra no la manejamos acá en Bogotá, ¿qué es eso? Que se pasan de alborotadas. Bueno más bien yo soy un poquito tímida no seca. |
| ¿Cómo cree que la definirían sus mejores amigas? | Generosa, buena persona, pendiente de las amigas, de temperamento fuerte. La definirían igual que la familia. | Me definirían como regañona, consejera, leal y responsable. |
| ¿En que crees que tienen razón sus amigas? | | Tienen razón en que soy regañona, ¿en qué caso eres más regañona? Cuando hacen algo que saben que hicieron mal. |
| ¿En que crees que no tienen razón sus amigas? | Crean que es muy débil en muchos momentos. | |
| ¿Cómo la definirían sus amigos hombres? | Como una buena persona con todo el mundo. Un poco intensa y chismosa. | Honesta, tímida, sencilla, buena amiga, calmada y ya |
| ¿En que tienen razón? | | En todo tienen razón. |
| ¿En qué crees que no tienen razón? | En que es lambona. | A veces uno piensa que ellos piensan que yo soy muy tal cosa o que yo soy muy poquito de tal cosa y yo pienso no yo no soy tanto. Te pasa algo así con los hombres a veces? Mm si a veces, en que soy amargada, y eres amargada? No sino que como soy tímida, piensan que soy amargada. Y te pasa solo eso con los amigos hombres o con las mujeres también? No pues me pasa más con los hombres. |

¿Qué cree que la diferencia de las mujeres cercanas de su misma edad?

¿Qué cree que tiene en común con las mujeres de su misma edad?

Siempre se ha visto más grande físicamente, por el tamaño; siempre ha sido de las más altas del curso.

Honesta. ¿Eso te hace diferente a las amigas que tienes alrededor y que tienen tu misma edad? Si. Y que más te hace diferente a las mujeres cercanas a ti que tienen tu misma edad? Sencilla

y ¿qué tienes en común con esas mujeres de la misma edad cercanas a ti? Unida y ¿qué más tienes en común con ellas? Buena amiga. Y de tu personalidad, de tu forma de ser, de cómo ves las cosas, hay algo que compartas? Qué crees que tienen en común? Si de pronto la forma de pensar respecto a los hombres. Yo a mi edad ya los veo diferentes y pienso diferentes, ¿cómo ves a los hombres? A veces inmaduros. Y ¿qué tipo de cosas hacen para que parezcan inmaduros? No sé su comportamiento, dame un ejemplo, cuando se ríen de cosas que para uno no son chistosas, que actúen como si no tuvieran la edad que tienen, aparentan menos edad.

Cuerpo Actual

Descripción del cuerpo actual

Se siente cabezona, con espalda ancha, piernas medio largas delgadas, brazos largos y un poco anchos. Por detrás, se describe espaldona (Ahuyama), con el tronco gordito, sobre todo en la cadera. Esta inconforme con la barriga.

La tengo que hacer con brazos y con todo? Si con todo. Bueno ayúdame a entender como es la figura explícamela. Muéstrame como está hecha. Cuéntame porque pusiste cada una de esas frutas ahí? La piña por el pelo, una sandía en el escote porque es largo, el banano porque es largo y puede ser un brazo y además tiene donde se quiebra, ósea los codos. La fresa, no se.

¿Qué ha hecho usted para tener este cuerpo?

Ser muy deportista en el colegio, porque mantuvo un buen estado físico, a no engordarse mucho porque le gusta a comer, entonces sería muy desproporcional. El ejercicio también le ayudó a la altura. No hace dietas, es muy mala en esto, disfruta comer y no pone problemas para la comida. Por esto, tiene la barriga (que no le gusta). Hacer tratamiento homeopático de agujas para controlar la ansiedad.

¿Qué has hecho tú para tener este cuerpo? Ejercicio
 ¿Qué tipo de ejercicio haces? Patino, jugaba fútbol, tenis, iba al gimnasio y actualmente haces ejercicio. Si, y ¿qué logras con el ejercicio? Mejorar mi estado físico, mi apariencia y la salud. Y ¿has logrado ver cambios en tu apariencia? Si. ¿En qué cosas? Endurecimiento de los músculos. ¿Cuales se han endurecido? Abdomen, y las uvas ¿por qué las pones en el abdomen? Porque queda un poquito largo. Y ¿qué más hizo que las pusieras ahí en el abdomen? Porque mi tronco es largo y las uvas también. Mis nalgas serian la manzana. Y cuando colocaste estas para las piernas, ¿por qué las elegiste? Porque tengo las piernas un poquito gruesas. Aparte de ejercicio ¿qué más has hecho para tener este cuerpo? Una dieta balanceada y qué has logrado con esta dieta? Mantener el peso. Y para qué quieres mantener el peso? Por salud y por el estado físico. Y ¿para qué sirve tener un buen estado físico? Para sentirse bien con uno mismo. Y uno en que refleja tener un estado físico bueno? En la forma de ser y la forma de vestir. ¿Has cambiado tu forma de vestir? No

¿Qué cree que piensa la gente cercana de su cuerpo?

Reconocen que se han adelgazado. Las amigas le dicen que esta muy linda porque esta flaca.

Que es un cuerpo sano y saludable.

¿Qué cree que piensa la gente lejana a usted de su cuerpo?

Crean que tiene un peso adecuado para su cuerpo.

Las personas lejanas que vean este cuerpo, qué crees que piensan? De pronto que tengo mucha nalga, que soy de estatura bajita, piernas gruesas, u cuerpo sano.

| | | |
|---|--|--|
| <p>¿A qué partes de su cuerpo les presta más atención? Razones</p> | <p>Le gusta cuidarse la cara y a la barriga. Cuando va a comer piensa que no se quiere engordar, entonces se controla la comida. Le molestan las estrías que tiene en la cadera.</p> | <p>A las piernas y qué haces como le prestas atención? Cuidándome más con la comida y porqué a las piernas? Porque tengo problemas cuando me ponga jeans y shorts, tengo el tronco muy delgado y las piernas gruesas, entonces con vestidos de baño tampoco me gusta. Y ¿qué haces cuando tienes que ponerte este tipo de ropa? Bueno pues me opere hace un mes y medio y ¿qué tal los resultados? ¿Cómo lo ves? Pues sigo siendo de piernas gruesas, pero pues es que tenía conejos. Y eso fue lo que te quitaste? Si. Y ¿qué te impulsó a tomar esa decisión? Que no me gustaba como me veía y tenía la ventaja de que mi papa es cirujano. Y ¿cuándo te veías al espejo como te sentías? Me veía como una pera. Ok y frente al espejo que sentías, que te decías? No me gustaba, me ponía a llorar muchas veces, pasaba en vestidos medio largos.</p> |
| <p>¿A qué partes no le presta atención? Razones</p> | <p>Se preocupa por el resto del cuerpo de manera equilibrada.</p> | <p>Al abdomen, porque lo tengo bien y nunca me engordo de ahí, solo de las piernas. Uy pero que beneficio el que tienes, todas nos engordamos del abdomen, todo nos cae ahí. Mm no creo. No? Te parecería más chévere engordarte de abdomen? Si que de piernas. ¿Qué pasaría si tuvieras el abdomen más grueso? Pues nada. También te lo mandarías a operar? Pues depende de si tengo gordos. Pues primero el ejercicio y si no veo resultados la operaciones.</p> |
| <p>¿Qué ropa de vestir crees que le queda bien a tu cuerpo?</p> | <p>Los pantalones ajustados y tacones, porque tiene piernas largas.</p> | <p>Las camisas que me quedan todas.</p> |
| <p>¿Qué ropa de vestir crees que no le queda bien a tu cuerpo?</p> | <p>No usa camisetas pegadas; no se siente bien.</p> | <p>La pierna gorda, las nalgas grandes, me friega con los vestidos. Que otra? Yo creo que de pronto la estatura. Y que desventaja tiene cuerpo pensando en prendas interiores? Los cacheteros, por la nalga y la figura de mi cuerpo</p> |
| <p>¿Qué ropa interior crees que te quedaría bien? ¿Qué ropa interior crees que no te quedaría bien?</p> | | |

| | | |
|---|---|--|
| Descripción del cuerpo ideal | Sería su mismo cuerpo, sin los gordos de la espalda (cerca a la cintura). | Con frutas que sean más delgadas. Como los bananos. Buen y una cara que no sean tan redonda. Y porque no puede ser redonda? No iría en sintonía con el cuerpo. |
| ¿Qué ha hecho usted para tener este cuerpo? | Cuidarse mucho en la alimentación, ejercicio, vitaminas, salud, sentirse bien consigo mismo y preocuparse por lograrlo. | |
| ¿Qué ventajas tiene su cuerpo pensando en prendas de vestir? | Ninguno porque ella seguiría siendo la misma. De pronto aumenta su autoestima. | ¿Por qué es bueno poner la calabaza en el tronco? Porque tiene cintura, es larga y qué beneficios trae que uno sea largo de tronco? Los vestidos de baño se verían mejor, la ropa también y se ve una persona elegante. ¿Qué beneficios tiene tener esas piernas delgadas y largas? Sentirme mejor, ayudarme en lo emocional. Pensando en la ropa, ¿qué beneficios hay? Se me vería mejor los jeans y los vestidos. ¿Por qué los bananos en los brazos? Así de largos? No tan largos y no tan delgados, que se vean tonificados. Y ¿qué tiene de bueno tener brazos tonificados? La mujer se ve más linda, no se le ven los brazos flácidos. ¿Cómo definirías a una persona de brazo flácido? Una persona de brazo flácido se ve? Parece una gelatina. |
| ¿Qué desventajas tiene su cuerpo pensando en prendas de vestir? | | Y desventajas de tener el tronco largo, cuáles son? Tiene que ser un tronco largo y tener un cuerpo armonioso, no puede tener poca nalga y pocos senos. Necesita nalga? En tu cuerpo ideal? No, ya suficiente. |
| ¿Qué cree que están en sus manos para llegar a ese ideal? | | Seguir haciendo ejercicio, cuidándome con la comida y cuidados corporales, usar cremas hidratantes para tener una piel sana. Ok y la fresa en la cara no te convencía mucho porque no la querías ni muy redonda ni muy larga. Y cómo lo de muy larga? De pronto la persona se ve como tan flaca con una cara larga y flaca. ¿Qué significa estar llevado? Que no come mucho y con problemas en la salud. Pusiste bananos en tus extremidades, me gustaría tener piernas largas y delgadas. |

¿En qué se vería beneficiada al tener este cuerpo?

El beneficio que tiene una persona con este cuerpo es que la persona se ve más elegante, más saludable y ya.

Cuerpo mujer 26- 35 años

| | | |
|---|---|---|
| Descripción del cuerpo | Deja de ser prioridad cuidarse el cuerpo, entonces se engordan y dejan de tener curvas. | |
| ¿Qué cree que piensa la gente cercana de su cuerpo? | Que está bien o que le digan que se cuida un poquito. | Ya es una persona casada, con una familia, tuvo su primer hijo, el embarazo cambia el cuerpo, ya no va a ser tan delgada como antes, es más gruesa, va a ser más flácida, va a tener estrías. |
| ¿Qué cree que piensa la gente lejana a usted de su cuerpo? | Que está gorda, que tiene mucha barriga. Para la sociedad de hoy esto es malo. | Ya es una persona casada, con una familia, tuvo su primer hijo, el embarazo cambia el cuerpo, ya no va a ser tan delgada como antes, es más gruesa, va a ser más flácida, va a tener estrías. |
| ¿A qué partes de su cuerpo les presta más atención? | A la cara porque es lo que más se ve. Se maquillan y echan cremas. | A su abdomen, que lo representa la sandía. Y a las piernas, que se vuelven más gruesas. |
| Razones ¿A qué partes no le presta atención? | A los brazos y las piernas porque las prioridades cambian. | Ni a los brazos ni a la cara. |
| Razones ¿Qué ventajas tiene su cuerpo pensando en prendas de vestir? | No encuentra. Depende de cada persona. Si a la persona le importa entonces le daría miedo saber que se está engordando. | La ropa ancha, vestidos largos y ya. |

¿Qué desventajas tiene su cuerpo pensando en prendas de vestir? Que se engordan, que siente que se está envejeciendo. La ropa pegada, los vestidos de baño, la ropa interior. ¿Qué pasaría con la ropa interior? Sus senos aumentarían de talla. Y ¿cómo se va a sentir esta mujer que le cambió su figura? Pues al principio muy duro, pero después se adapta a los cambios, ya no es la misma mujer de antes, no es una niña, una mujer casada, que debe cambiar su forma de vestir también. Y eso ¿cómo la hace sentir? Triste, su estado anímico triste.

| Cuerpo mujer de 36-45 años | | |
|---|--|--|
| Descripción del cuerpo | Más barriga, se engorda porque tienen hijos. | La cara una pera, el tronco una manzana, en los brazos bananos y en las piernas una calabaza. |
| ¿Qué cree que piensa la gente lejana a usted de su cuerpo? | | Una persona de esa edad ya no tiene los mismos cuidados físicos, su vida física cambia mucho, una persona que se tiende a descuidar, se vuelve más perezosa, no hace ejercicio está casada, tiene hijos, no vive con ellos. |
| ¿A qué partes de su cuerpo les presta más atención? Razones | | Una persona de esa edad ya no tiene los mismos cuidados físicos, su vida física cambia mucho, una persona que se tiende a descuidar, se vuelve más perezosa, no hace ejercicio está casada, tiene hijos, no vive con ellos. |
| ¿A qué partes no le presta atención? Razones | | A las piernas y las nalgas. Y cuál fruta para la nalgas de esta mujer? El melón. Para que se cuida las piernas y la cola? Porque los pantalones no se ven igual, se va a ver más voluptuosas. |
| ¿Qué ventajas tiene su cuerpo pensando en prendas de vestir? ¿Qué ropa interior no le quedaría bien a este cuerpo? | | El abdomen puede camuflarlo más con ropa ancha, en cambio los pantalones siempre son pegados. Pensando en ropa interior, ¿qué ventajas tendría? No tiene ventajas en ropa interior. De pronto en prendas de ropa interior, en los brasieres, porque el brasier da forma y recoge. Cuál panti le favorece? El hilo. Le favorecería? Si y no, el si porque es más fácil encontrar para su talla, y el no, porque si es una mujer adulta con celulitis se le va a notar más en los pantalones. |

¿En que se vería beneficiada al tener este cuerpo?

De pronto para su esposo sería más llamativa. ¿En qué parte sería más llamativa? En las nalgas, las piernas. Y los pantis serian una desventaja, los cacheteros, aunque estos pueden tapar más que los hilos que muestran la celulitis.

Descripción del cuerpo

Igual a las de 35.

Cuerpo mujer mas de 45 años

En la cabeza la pera, la sandia en el tronco, las piernas de fresa y los brazos de piña.

¿A qué partes de su cuerpo les presta más atención?
Razones

Creo también a las piernas y nada más.

¿Qué ventajas tiene su cuerpo pensando en prendas de vestir?

Las ventajas es que no se ven una pierna muy delgada, la ropa le luciría mejor, ¿qué tipo de ropa? Los pantalones, las camisas. Pensando en ropa interior? Está bien, ya no hay tanto complejo y ¿porqué? Porque la persona es más adulta, no le pone tanto cuidado a eso, está en una edad que no le importa. A los 25 y 35 hay más complejo. Esta persona debe aprender a buscar ropa que se amolde con su cuerpo. Por ejemplo? Dejarían de ponerse shorts, la ropa pegada El complejo vendría más de abajo hacia arriba, a esa edad el complejo es del tronco hacia arriba. Y ¿en una edad menor s siente complejo? Si, más de la cintura hacia arriba. ¿Por qué será? No se mis amigas tienen complejo en el abdomen, les salen gordos, aunque son de piernas delgadas.

¿Qué ropa interior le quedaría bien a este cuerpo?

y en ropa interior? Ropa más ancha y de pronto utilizar cacheteros, dejaría un poco los hilos. Y de la cintura para arriba? No creo que haya muchos cambios, aumentar su talla de brasier.

¿Qué ropa interior no le quedaría bien a este cuerpo?

Las piernas, una pierna de fresa es diferente a la de calabaza Si, porque la calabaza es más gruesa arriba. Y la desventaja de las piernas frase? Los pantalones, le cuesta trabajo en el muslo, subirla.

Tipo de cuerpo

Dígame los tipos de cuerpo que se le vienen a la mente

1. Flacas (no curva, no cola, nada que llame la atención). 2. cuerpos lindos (curvas, flacas, piernas lindas, altas) 3. Cuerpos gordos (desproporcionales, con mucha barriga, las piernas gordas, cachetones). 4. cuerpos intermedios (tienen algo lindo y otras cosas no)

Forma de pera, grueso en la parte inferior, brazos gruesos, gordos en el abdomen, papada, cara redonda, cara larga, tronco largo, tronco corto, piernas cortas, piernas largas, brazos cortos, cuerpo proporcional y cintura, piernas y brazos, grueso por todos lados, espaldón, estatura baja y alto.

| | | |
|--|---|---|
| Usted en qué tipo de cuerpo se ubica (puede estar en más de uno) | Cuerpos intermedios. | En el cuerpo de la pera, en el del abdomen delgado, en el de grueso en la parte inferior, brazos delgados y glúteos grandes, estatura baja, cara medio redonda. |
| Forma de ser | Flaca No le gusta nada, no acepta nada. | Glúteos grandes Alegre |
| Hábitos Alimenticios | Andan con la dieta del apio todo el día. No comen nada, desayuna un cereal, mucha agua todo el día y convencida de dietas pendejas. | |
| Parte del cuerpo que destacaría | Nada porque no tienen gracia | Cintura |
| Parte del cuerpo que escondería | Nada | Piernas |
| ¿Qué tipo de ropa interior usaría? | No les gusta usar brasier, se quedan con top punto blanco o boxer. No maduran con el cuerpo, se ven como niñas chiquitas. | |
| Forma de ser | Buen cuerpo Le gustan las cirugías, se cuida mucho. | Abdomen plano |
| Hábitos Alimenticios | Se cuida mucho con la comida y el ejercicio. Sabe qué puede comer y que no. Pero no se dedica a comer fruta y verdura solamente. | Saludable, poca harina, muchos vegetales y proteínas. |
| Parte del cuerpo que destacaría | Todo porque sabe que lo puede aprovechar. | |
| Parte del cuerpo que escondería | Nada | |

| | | |
|----------------------------------|--|---|
| Tipo de ropa interior que usaría | Calzones chiquitos, con colores que le convienen y que resalten todo su cuerpo. | |
| Hábitos Alimenticios | Gordas Come desproporcionado. Sólo come comida chatarra, tiene hambre todo el día, come sólo harinas o dulces. | Brazos delgados hace mucho ejercicio |
| Parte del cuerpo que destacaría | No le importa lo que opinen de ella entonces resalta cualquier cosa que ella quiere. Depende de la persona. | |
| Parte del cuerpo que escondería | | esconde sus hombros |
| Que tipo de ropa interior usaría | Grande, calzones grandes, nunc tanga y brasieres grandes. | |
| Forma de ser | Normales Siempre busca un equilibrio y plantea límites. | Estatura baja Tímido |
| Hábitos Alimenticios | Se pone límites en la comida y hace ejercicio. Sabe cuidarse pero se da permisos a veces. Si quiere tener flaca la barriga le baja a las harinas para no engordarse. | Harina, dulces y azúcar. |
| Parte del cuerpo que destacaría | Se va a poner lo que le queda bien. Si tiene piernas lindas las relata, si tiene barriga linda se pone camisas ajustadas. | |
| Parte del cuerpo que escondería | Si tiene una parte gordita la esconde. Lo mismo con las piernas. | esconde sus piernas |
| Que tipo de ropa interior usaría | Brasieres que la hagan ver bien, con los que ella no se sienta mal. | |
| Forma de ser | | tronco corto Amargada |
| Forma de ser | | cara redonda Feliz |
| Hábitos Alimenticios | | |
| Parte del cuerpo que destacaría | | |

Parte del cuerpo
que escondería
Que tipo de ropa
interior usaría

Forma de guitarra (grueso piernas abdomen plano)

Forma de ser
Hábitos
Alimenticios

Sencilla

Comida saludable, ensalada y mucha proteína.

Parte del cuerpo
que destacaría
Parte del cuerpo
que escondería
Que tipo de ropa
interior usaría

Forma de ser
Hábitos
alimenticios

Desproporcionada

Mucha harina y muchos dulces.

Que tiene más gordita una parte de su cuerpo:

Forma de ser
Hábitos
alimenticios

Le gusta la harina, sus hábitos alimenticios son desordenados, pocos vegetales y poca proteína.
Gruesa arriba

Forma de ser
Hábitos
alimenticios
Parte del cuerpo
que destacaría
Parte del cuerpo
que escondería
Que tipo de ropa
interior usaría

Hábitos alimenticios desordenados.

Forma de ser
Hábitos
alimenticios
Parte del cuerpo
que destacaría
Parte del cuerpo
que escondería

Cuerpo pera

Destaca la cintura y los brazos.

Esconde las piernas y las nalgas.

Que tipo de ropa interior usaría

Ropa suelta y en vestidos de baño, anchos en la parte los glúteos y adelante normal, que sean un poco altos para que la persona no se vea tan voluptuosa, tratar de que cuelguen tiras en las piernas para disimular los conejos. En ropa interior también aplica. Se pondría pareos que tape su parte inferior, en ropa interior que no hay pareos, usar pijamas largas y camisones largos. Y en cuanto al brasier y panti, ¿qué tiene que tener esa ropa interior? Encaje grueso, porque disimula las caderas.

| | | |
|---|---|---|
| Forma de ser | Caderona | |
| Hábitos alimenticios | | |
| Parte del cuerpo que destacaría | Destaca las nalgas. | |
| ¿En qué crees que no tienen razón sus amigas? | Que soy el alma de la fiesta Participantes | Todas soy yo. |
| ¿Cómo la definirían sus amigos hombres? | I.B | M. V |
| ¿En qué crees que tienen razón? | Edad: 18 años. Estudios: Pedagogía infantil Como la que está para todo, cuando me dicen vamos a no se que yo voy se me importa. Domicilio: Bogotá. Mi familia me define como una persona súper alegre y que quiera tener a todo el mundo feliz. Que soy alegre, que busco el bien de los demás y que soy chistosa a la hora de hacer chiste. Confían mucho en mí. También que hace el bien para los demás siempre. En la vida soy o sea a alguien por primera vez, soy cariñosa, pero más que todo tímida. En que soy tímida y penosa cuando conozco a alguien por primera vez. | Edad: 20 años. Estudios: Diseño de modas. Lo que me dicen, que soy una persona, que soy uno más. Domicilio: Bogotá. Como una persona súper cariñosa súper alegre, con el rollo muy super bien y me gustan las cosas que de pronto a otra gente le resbalaría. Todas tienes razón |
| ¿En qué crees que no tienen razón? | mmm No se.. Como la niña miel que siempre llega al lugar y pone a todo el mundo feliz, a veces tengo Me siento más madura pienso las cosas distintas, mis amigas que me rodean piensan en cosas materiales, como marcas, mientras si estoy con alguien que no me cae bien no soy la persona alegre simplemente no me caen bien. Cuando voy a algún lugar soy el alma de la fiesta, buena amiga, buenos consejos, siempre estoy para ellas cuando me necesitan. | Todas tienes razón. Todas son verdad me saben definir muy bien. En todas tienen razón. Mis mejores amigas me definirían como una persona mamadora de gallo, alegre, por las cosas que he vivido, de pronto puedo tener un grado mayor de madurez en la forma de pensar y en los actos, o sea conmigo como cualquier pendejada, que yo les lleve la contraria. pronto de los dos lados, no de pronto como algunas amigas caprichosas, de algunos pensamientos, y como las bajo, como que hey eso no es así, piensa bien las cosas. |
| ¿Qué cree que la diferencia de las mujeres cercanas de su misma edad? | | |
| ¿En qué crees que tienen razón sus amigas? | Buena amiga, buenos consejos, siempre estoy para ellas cuando me necesitan, niña miel que llega al lugar y pone a la gente feliz. | En todas. |

¿Qué desventajas tiene su cuerpo pensando en prendas de vestir?
¿Qué ropa interior le quedaría bien a este cuerpo?

Carhopiña, perfecta los calabazas más delgado de los ventajitas y yo a se pique al cercezo de base a más fácil y de cuerpo tiene más delgado, los le vezo, tanto los dejaría igual, no puedo poner biera la piñisa de poca y más de gradita.

Ninguno de todo, le braco la y plenas de banana y tronco de calabaza.

¿Qué ropa interior no le quedaría bien a este cuerpo?

Desventajas no, yo creo que ya todo se le vería bien, esta flaco, ya está bien no está viendo ni preocupada de que se le ve un gordito.

Si seguiría usando la misma ropa interior. Ejercicio, cuando me meto en la cabeza la gista de encipje ahi en algo es súper psicológico. Foesco, o lido y en la marca cabeza, te todo de que ahi al bispes ya, porque si tu no lo quieres de verdad si tú no te metes en la cabeza así no vas a lograr lo que tú quieres.

¿Qué cree que están en sus manos para llegar a ese ideal?

Que estoy en más delgado mejor que me hicis, forcé comida saludable todo lo principal hacer ejercicio y comer saludable ósea no comer en la calle tanta comida frita, comer frutas. Ver tu casa. Dejar dicen mirar a ser fuerte que de voluntad y hacer ejercicio para mi estas son las dos cosas más importantes

Placer que me es fideia, by snatter que en la taberza, que es a ce ba la mta pero tpu a si rts. v que dejar de comer, hacer ejercicio, que me veo muy bien, y que debo seguir así. Que me veo mucho mejor, que tiene muy buen cuerpo. Una persona que esta buena, que se vea bien con lo que tiene, o sea. Y om p seguridad como sea pomimo misma. Facsola que aspe buta mb. Par al mpercepción que tangente la ngal gasti la stafa que se pensó hie más id gura que que está hie sea on sigo del gada. Sen tirae que jona gonda sensinta o beasentisigo más mán pot que yo componerme un patido de la hñ, que ha y p gale que me hie que, y que es rdifere que, no im p o r t a n t o sea como lo yo pensad al gaza ya te ngar o p a r e n e b n o g e t m i s m a , i m p o r t a n t e s i m b i d a p o r q u e n a p o r q u e m e s i e n t o c ó m o d a a l u s a r l a .

¿En qué se vería beneficiada al tener este cuerpo?

En que no tenga que pensar que ponerme, me he engordado mucho mas entonces yo pienso mil veces antes de vestirme si se me ve bien, si me va a quedar, si se ve el gordito, yo compro la ropa grande, porque me da más seguridad.

Cuerpo mujer 26-35 años
Descripción del cuerpo

Mejor porque es lo que más rápido se me engorda, de calabazas las piernas, pero yo creo que las caderas es más difícil adelgazar, la pera en el tronco porque las caderas se ensanchan las piernas dos calabazas porque es más difícil adelgazar más que todo a los 30 las piernas por que ya está flaca se empieza a dañar si lo tuviste divino se empieza a dañar si tuviste hijos.
Yo creo que sería más fácil todo, ya podría vestirme sin pensar, coger ropa de mi mama porque ella es mas flaca y eso como también no me tendría que mirar tanto si se me va a ver bien, si me va a quedar. A este cuerpo le quedaría bien ropa más pegadita, camisas mas pegadas, vestiditos mas pegaditos no cosas tan sueltas sino mas pegaditas.

Paro cabeza te imóna tá esto flaquísima no se qué, palelo esto, por que se no g r a n i t a l p o n q u e s i o y e n o h i j o s , e n g o r d a r s e p u e d o , v o l v e r e a n g o r d a r e s , p l o s n a s . P l a n t i a n d e p r e s t a n o s m b c h a s t e h i p a r a d o m b r a z o s p o r q u e s e d o s p l a n t i n o s d e l a s p i e r n a s e n g o r d a q u i e r o s e r g r a d a d o m e d o s e p e r o 3 5 . P u e d e a c a p a c i ó n q u e s o n o e n t r e p i e n s a n d o e n d o s b r a z o s y l a , p i e r n a s o r í a d e l a s m u j e r e s s e c a r a c t e r i z a n . P o d e n a s e d o n o q u i t a r a y m á d e r a l q u e s s e p u e d e n c o m b i n a r q u e q u i e r a s y s i e m p e s e p e n s e v e r p u e d e t e n e r e s t a f i g u r a e n c o s e p i e r n a , m á s c l a s e d o u n o v a c r e i e n d o , s e h a c e m á s d i f í c i l , e s t á c i e n t í f i c a m e n t e c o m p r o b a d o , q u e s e d i f i c u l t a m a s r e b a j a r d e p e s o . L a P e r a t i e n e c u r v a s p e r o e s m á s a n c h i t a .

¿Qué cree que están en sus manos para llegar a ese ideal

Quidassiendo tiempo mucho necesito que se que tenga un hijo a los pués de que tenga hijos en la barriga y en las piernas y de pronto le quedan gordas.

También que es chévere y linda ósea que se cuida porque es más difícil adelgazar igual pero que es chévere que se cuida.

Mi cuerpo se van engordando más, lo que quiere hacer ejercicio y dietas que de pronto se cansa un poco de operación no te va a durar para siempre, no creo mucho en la

Que para la edad que tiene, para una flaca que se quiere quitar los gorditos demás pero para mí a una gorda no la va adelgazar.

¿En qué se vería beneficiada al tener este cuerpo?

Que es una mamá linda, y para el esposo que a las piernas, porque son las más gordas. Definitivamente a las piernas y a la barriga porque si tiene hijos se deforma, le queda la

Sentirse bien consigo mismo, ponerse lo que quiera. Los brazos por que ya le cuelga un poquito el último adiós, y su abdomen, su pierna no sé todo su cuerpo

Cuerpo mujer de 36-45 años

Descripción del cuerpo

La fresa la cara, los dos bananos, los brazos la panaya el tronco mas gordito y las dos calabazas serian las piernas. Más gordita, igual a la pasada pero con el tronco más gordo, lo hice más o menos igual pero con el tronco más ancho.

Blue jeans, vestiditos suelticos para tapar caderas y piernas

Es la misma de antes que creció tiene de 36 a 45 años se cuida ya el metabolismo es más lento se cuida pero se dedica en su casa a trabajar no tiene tanto tiempo para estar cuidándose igual puede, pero el metabolismo se pone más lento porque ya tuvo hijos, cuida los hijos. Ropa pegadita, escotes, no le quedaría bien cosas que muestren mucho, ósea como cosas vulgares.

En la cabeza, el limón, el busto las dos cerezas, de brazos los platanitos, en el torso un mango mas redondito, y en las piernas otros dos platanitos

gorda se ve.

Ropa negra, de pronto con mangas también, y no sé, de pronto si las piernas La edad, hay que gente que puede tener no son gordas podría usar pantalon, y de tronco de cuerpo, pero se tiene que matar pronto como el torso es mas ancho, podría en el gimnasio, o que se sea operada, que usar camisas mas larguitas que no sean se operen siempre, pero yo siempre creo entalladas en la cintura, en su como algo que con la edad, uno se va engordando mas fresco, mas sueltico.

con mayor facilidad, de pronto ella se La ropa ajustada, porque de pronto se vea descuido, dejo de hacer ejercicio, y se fue toda forrada y mas gorda o sea eso, engordando poco a poco y le cuesta más depende, entre mas ropa pegada usa, te puedes ver mas gorda o más flaca, y si se pone ropa ancha, te puedes ver más flaca, cuerpo, se esta engordando o se esta todo depende de los cuerpos. No me envejeciendo.

parece que debía usar ropa tan ajustada pero no tan ancha.

Que se tiene que cuidar más, que se tiene También debe usar todo, porque tiene el que preocupar más de como se esta busto mas grande y tambien puede usar viendo. los que yo uso los hilos de encaje.

¿Qué ha hecho esta persona para tener este cuerpo?

¿Qué cree que piensa la gente cercana de su cuerpo?

¿Qué cree que piensa la gente lejana a usted de su cuerpo?

¿A qué partes de su cuerpo les presta más atención?

Razones

Que ser ha engordado pero que igual sigue siendo súper linda la cara no la he cambiado y el cuerpo no es obesa no es gorda para una persona de esa edad.

Que es chévere, de pronto le pondrían menos Creo que usaria brasieres de copa pero con edad, chévere es alguien que se arregle bien estos encima punto blanco encima porque se de pronto no es el mejor cuerpo, pero se le empiezan a caer las tetas y en cuanto a la arregla bien, se cuida su cara. parte de abajo le quedaría bien-hilos los de A la cara porque se empieza a envejecer, las encaje creo que le quedan bien a todo el mundo, las canas y a los brazos por el mundo gordito se empiezan a aguar cuando dicen Los hilos delgaditos porque parten, sacan chao.

otro gordo y en cuanto a brasieres no le quedaría bien, el brasier de copa porque sacan el gordito y el de atrás.

A su barriga porque, después de tener hijos se engordan bastante después de tener hijos, el cuerpo cambia totalmente. El de tirita delgadito en la parte de abajo, su barriga se ancha, todo se ancha, tener y en el busto los punto blanco porque si hijos me preocupa por eso. Las piernas tiene mucho busto, los punto blanco como tambien se engordan pero como es mi que de pronto no le pueden recoger todo el complejo, como que de pronto yo siento busto. que las otras personas no tienen las

piernas tan gorda. A todas porque de pronto los pechos se van cayendo, los brazos se van aguando, las piernas también la barriga también.

¿A qué partes no le presta atención?

Razones

A las piernas no le prestaría porque se pueden tapar.

escondería

¿Qué tipo de ropa interior usaría?

Cosas grandes, no hilos ni nada de eso, algo que le tape mas, y arriba en el busto, puede ser de copa o no sé, esos de ejercicio, que recogen bastante eso le ayudaría

Forma de ser

Cuerpo Triangulo

La cintura súper chiquita, extremadamente chiquita y la cadera mucho más grande. Esa persona, puede tener inseguridades, pero si trabaja bien su cuerpo, no pasa nada, o sea, no es tan grave.

Hábitos

Alimenticios

Tiene como que, un balance, hace ejercicio, come bien, se da sus gustos de vez en cuando, pues es cintura chiquita que es más fácil mantenerla, tiene que hacer ejercicio. Come verduras, frutas, proteínas, pero también come carbohidratos, a veces.

Parte del cuerpo que destacaría

Su cintura

Parte del cuerpo que escondería

De pronto no tiene los brazos lindos, o las piernas

¿Qué tipo de ropa interior usaría?

En cuanto a ropa interior, puede usar los mismos hilos de encaje, y arriba también copa, o lo que ella escoja

Forma de ser

Cuerpo triangulo inverso

Puede ser mas espaldona, y la cintura mas chiquita. Puede mostrar inseguridad por la espalda, como que de pronto se sienta como muy masculina.

Hábitos

Alimenticios

Esta persona come normal, se da sus gustos de vez en cuando.

Parte del cuerpo que destacaría

La cintura

Parte del cuerpo que escondería

La espalda

¿Qué tipo de ropa interior usaría?

Pueden usar también, depende de cuánto busto tenga, igual lo mismo de copa o normal el de punto blanco, y de hilo pueden usar hilos el que sea, porque es flaca.

Forma de ser

Cuerpo cuadrado o rectángulo

No tienen mucha cintura, son unas personas flacas o gordas no tienen cintura totalmente cuadradas, yo he visto gente que literal no tienen nada. Súper seguras, las personas atléticas les gusta lo que hace, y siguen haciéndolo y están

conformes con lo que son.

Hábitos
Alimenticios

Son Full atletas, las que corren, tienen los cuerpos súper cuadrados. Comen saludable, verduras, ensaladas, proteínas. Las piernas Porque estoy pintando una persona atleta, debe tener las piernas lindas

Parte del cuerpo que destacaría

La cintura, no tienen muy marcada

Parte del cuerpo que escondería

¿Qué tipo de ropa interior usaría?

La que sea, pero la mayoría de atletas no tienen busto, y pueden usar sportbra, y abajo pueden usar el que sea de encaje.

| Participantes | | |
|---|---|---|
| Preguntas | S.G | M. U |
| Datos personales | Edad: 23 años Estudios: administración empresas | Edad 22 años Estudios: psicología Domicilio: Bogotá |
| ¿Cómo cree que la definiría su familia? (en que cree que tienen razón en que no). | Hiperactiva, buena persona, alegre, responsable | Maria jose Uribe es una niña responsable, feliz, familiar, confiable. |
| ¿En qué crees que tienen razón la familia? | Hiperactiva porque no me puedo quedar quieta, siempre estoy en actividad, alegre porque siempre estoy haciéndolos reír, contenta, y todo, buena persona, porque siempre trato de hacer el bien, me la llevo bien con la mayoría de la gente, y responsable, porque lo que hago, lo hago bien y trato, de que todo me salga bien, y si tengo un compromiso hacerlo | Estoy de acuerdo en todo lo que dicen. |
| ¿En qué crees que no tienen razón su familia? | | |
| ¿Cómo cree que la definirían sus mejoras amigas? | De buen corazón, alegre y buena consejera | Que digo muchas bobadas, que me río mucho, que soy como más callada, soy buena amiga. |

| | | |
|--|---|--|
| ¿En qué crees que tienen razón sus amigas? | Pues creo que tienen razón en todo, pero creo que con la que más me identifico, es la de ser buena consejera | En todo |
| ¿En qué crees que no tienen razón sus amigas? | | A veces de pronto en lo callada, a veces soy muy callada y a veces no soy tan callada. |
| ¿Cómo la definirían sus amigos hombres. | Chévere alegre, buena gente, buena | La verdad siempre me dicen que yo soy la más niña de todo mi grupo, me ven como la más delicada a la que tienen que proteger más. Mis amigos me ven más como una amiga que como una mujer, entonces pues me pueden ver linda, pero no sé en qué sentido, me entiendes? |
| ¿En qué crees que tienen razón? | Alegre Porque siempre estoy contenta, una sonrisa en la cara, no le hago mala cara a nada | Tienen razón en que soy muy vanidoso, en que soy alegre y buena amiga. |
| ¿En qué crees que no tienen razón? | | Y no tienen razón en que puede que si sea delicada, pero se protegerme. |
| ¿Qué cree que la diferencia de las mujeres cercanas de su misma edad | No tomo, no fumo, muchas pueden fumar, y creo que para la edad que tengo, soy muy calmada, no me afecta quedarme en la casa, de pronto a las otras si | Mis gustos. |
| ¿Qué cree que tiene en común con las mujeres de su misma edad? | La alegría, que yo pienso que a esta edad, la mayoría de las personas son alegres, salir a comer, a sitios, tener muchos amigos, pasar con tu familia, tu novio | En que soy más reflexiva, me adelanto a muchas cosas, como que siento que ya viví muchas etapas que las personas que tienen mi misma edad siguen viviendo. |

Cuerpo Actual

| | | |
|---|--|--|
| Descripción del cuerpo actual | | Mm espérame, bueno... Es que no encuentro una para la nariz... eeh mis ojos son las dos cerezas, el banano es mi boca, porque es una sonrisa, los otros dos bananos son mis brazos y mis manos son los duraznitos, las dos calabazas unidas son el tronco de mi cuerpo y las fresas son mis piernas. |
| ¿Qué ha hecho usted para tener este cuerpo? | Ejercicio, desde muy pequeña he estado jugando futbol, siempre me ha gustado el deporte, gimnasia y ya, y como saludable | Ejercicio, comer bien, masajes. Mmm comer bien, pero comer lo que me gusta, o sea no privarme de hacer cosas que me gusten, tanto de hacer como de comer. |

¿Qué cree que piensa la gente cercana de su cuerpo?

Que lo he trabajado, en el sentido que desde chiquita siempre me han visto haciendo deporte, me gusta eso, me gusta trabajar el cuerpo, de pronto no es el cuerpo perfecto, pero es lo que trato de hacer

Creo que piensan que soy muy flaquita, pero que en general es bien mi cuerpo, que tengo buen cuerpo, pero que si soy flaquita.

¿Qué cree que piensa la gente lejana a usted de su cuerpo?

Armonioso, completo, una mujer completa Por ejemplo, para mi estatura yo que no soy tan alta, no puede tener los senos tan grandes, normales, tan poco puedo estar tan flacuchenta, hasta desaparecerme, porque yo creo que como uno se sienta, porque yo me puedo sentir súper chévere, yo puedo creer lo que la otra persona no lo cree, yo pienso que el que me mira a mi lejano, puede decir aja es chévere, armonioso una mujer completa

Y la gente lejana puede llegar a pensar lo mismo, es decir que soy muy flaquita.

¿A qué partes de su cuerpo les presta más atención? Razones

Abdomen. Yo pienso que con la ropa es lo más notorio, yo me miro mas a un espejo, me pongo un bluejeans, y de pronto si estoy gorda, si el abdomen siento que está feo, que se me sale el gordito, si la camisa no me queda bien

A mi barriga y porque le pones más atención a esa parte de tu cuerpo, porque me gusta. Y ya la barriga es la parte de tu cuerpo donde concentras tu atención, porque te gusta? si. Mentiras sabes a que también le pongo mucha atención? Al cuello y los hombros, también porque me gustan, porque siento que son elegantes.

¿A qué partes no le presta atención? Razones

A los pies. no me arregle las uñas, no me importa, nadie me va a ver, pero ya llega un momento en que me desespera, y sea por higiene propia, yo me lo hago, pero no es que digamos, que tenga las uñas horribles y no pueda salir, como hay gente que se martiriza yo no

A los codos, y ¿porqué crees que no les pones atención? Mmm nose porque no me llaman la atención.

¿Qué ropa de vestir crees que le queda bien a tu cuerpo?

me gusta como los bluejeans como me horma en la cola, el abdomen, si me pongo una camisa pegadita o algo, creo que se me ve bien, en cuanto a eso tengo ventajas

Mmm qué ventajas? Mm que el ser flaquita hace que muchas cosas me queden bien, y ¿qué es quedarte bien? Que me sienta cómoda con la ropa. Ok que te sientas cómoda y ¿qué es sentirse cómoda con la ropa? Pues es que no me gusta la ropa muy pegada, entonces pues no me queda tan pegada y al mismo tiempo no me veo gorda, porque pues no soy gorda, entonces se me puede ver bien algo pegado y algo que me quede un poquito ancho y que no me haga ver como un tanque de guerra. Y en otro tipo de prendas de vestir? Mm nose, qué ventajas? Si qué ventajas tiene tu cuerpo a la hora de pensar en otro tipo de prendas de vestir? Mmm no se pues no soy ni muy plana ni muy tetona, entonces puedo comprar ciertos brasieres que me gustan, aunque la espalda me dificulta, pues al tener poquita espalda, se me dificulta encontrar brasieres, como que es muy flaquita, no tengo casi espalda, entonces se me dificulta encontrar un tipo de copa y espalda que se ajuste bien a mi cuerpo.

¿Qué ropa de vestir crees que no le queda bien a tu cuerpo?

Me gustaría tener un poquito más de cintura

Los pantalones siempre se me caen, es muy difícil encontrar un pantalón que me quede ajustado, y a veces que como soy bajita, los pantalones me quedan muy largos.

¿Qué ropa interior crees que te quedaría bien?

siento, que el brasier me horma bien, no se me complica conseguir ropa interior de ese estilo

¿Qué ropa interior crees que no te quedaría bien?

Cuerpo Ideal

Descripción del cuerpo ideal

tener silueta, todo proporcionado, tener cintura normal, tener piernas lindas, busto, nalgas, pelo lindo, cara linda

Me gusta el mío jaja, mmm no se, lo único que sería es que sería menos gorda en la parte de arriba de la fresa, para mis pierdas. ¿Cómo unos bananos puede ser? No un poquito más gorditos, más o menos como que fruta que se te venga a la cabeza que no esté ahí? No de pronto las mismas fresas pero con la parte de arriba más delgadita, mm de pronto un poquito más alta, que las fresas sean más altas y delgadas.

¿Qué ha hecho usted para tener este cuerpo?

Mmm hacer ejercicio, porque la comida la tengo muy controlada por la migraña y la hipoglicemia.

¿Qué cree que piensa la gente cercana de su cuerpo?

Súper chévere que es trabajado y que todo lo queda bien que se nota que ha sido trabajado

¿Qué cree que piensa la gente lejana a usted de su cuerpo?

¿A qué partes de su cuerpo les presta más atención? Razones

¿A qué partes no le presta atención? Razones

¿Qué ventajas tiene su cuerpo pensando en prendas de vestir?

te verías digamos como una modelo todos los días, que todo se te vería, a todo te encajaría perfecto respecto a la ropa

¿Qué desventajas tiene su cuerpo pensando en prendas de vestir?

a desventaja, en este caso es que la persona se volvería totalmente adicta a este cuerpo y a un gimnasio

¿Qué ropa interior le quedaría bien a este cuerpo?

que la ropa encaje perfecto que no se te vea ningún defecto o sea que el pantalón se te vea perfecto

¿Qué ropa interior no le quedaría bien a este cuerpo?

¿Qué cree que están en sus manos para llegar a ese ideal

ir al gimnasio mas, o sea ser mas juiciosa

Hacer ejercicio, comer bien, echándose cremas, aunque esto ya es como de piel no?

¿En qué se vería beneficiada al tener este cuerpo?

Impactar más, tanto a hombres, como delante de las mismas mujeres, causar no envidia, no se trata de eso, sino que lo vean a uno más lindo. Impresionar de pronto, no sé, a veces el físico y la presentación, el cuerpo ayuda a la hora de conseguir un trabajo de lograr un objetivo lo que sea ya

Que me sentiría un poquito mejor, pero de hecho me siento bien, pero sí, me sentiría mejor conmigo, y qué significa sentirte mejor contigo misma? Mm no se seria más imponente.

| | | |
|--|---|--|
| Descripción del cuerpo | No es tan gordo, y como es la plena juventud, pienso que a esa edad tiene cuerpo saludable. y lo más normal es que a medida que pasa el tiempo, uno este mas grande, el cuerpo le cambia, o sea que de tener la silueta que tenía antes, o sea que mas grande, el cuerpo le cambia, ya la persona no va a tener la misma cintura, por más que toda la vida haya hecho ejercicio y cosas así | la cara igual, cerezas ojos, banano boca, después las fresas serias los brazos un poquito más gordos que la otra vez, la unión de las fresas con los bananos y los duraznos serias los brazos y las manos, las dos calabazas unidas seria el tronco, porque se ensancharía mas el tronco, pero un poquito, no tanto. Los brazos se ensancharían un poquito, pero no mucho, porque de hecho yo creo que uno puede seguir con el mismo cuerpo, que de pronto se engorde un poquito pero no mucho, las frutas son las mismas, pero que se ensanchen un poquito más. Las piñas serian las piernas, porque todo como que se engorda un poquito, pero no mucho. Yo creo que es un buen cuerpo, de pronto podría ser un poquito más flaco, pero pues no me parece que lo vean como un cuerpo feo, lo ven como un buen cuerpo, y ¿qué es un buen cuerpo entonces? Es como proporcional, que no sea ni muy flaquito ni muy gordo, que tenga como cierta forma, que se vea estético. |
| ¿Qué cree que piensa la gente cercana de su cuerpo? | Que lo ha conservado bien, Haciendo ejercicio, cuidándose si quedo embarazada, metiéndose a un gimnasio de maternidad, y va otra vez recuperando su forma | Lo mismo que tiene un buen cuerpo. |
| ¿Qué cree que piensa la gente lejana a usted de su cuerpo? | que a pesar de su edad, lo ha cuidado, que no lo ha descuidado | |
| ¿A qué partes de su cuerpo les presta más atención? Razones | Abdomen. Es el centro de atracción de todos, y eso es lo que más afecta a la mujer, que se ponga un blujeans y se le salga el gordo de frente o de lado | A los brazos, a las piernas y la barriga. Y ¿porqué a los brazos, las piernas y la barriga? Los brazos para que no queden como aguados, a las piernas, porque unas piernas lindas son muy chéveres y porque en esa edad al dejar de ser tan activos, se pueden volver más flácidas y a la barriga por dejar de hacer ejercicio o por la edad o lo que sea, les pueden salir más gorditos y ser mas flácidos,. |
| ¿A qué partes no le presta atención? Razones | Pies, Yo creo que los pies, son una parte que no le presta atención, uno los mira pero no es que estés | De pronto a las manos, porque no se a esa edad no le va a pasar nada a las manos. |
| ¿Qué ventajas tiene su cuerpo pensando en prendas de vestir? | | Que va a encontrar muchos sitios donde hay ropa para ella y pues le van a queda bien? Qué tipo de prendas le van a quedar bien? Todas, desde brasieres, ósea ropa interior. Y en la ropa interior ¿qué crees que esta persona vaya a encontrar? Pues de pronto si se le están cayendo un poquito los senos, creo que se va preocupar un poquito por esta parte, porque pues es normal, que con el |

¿Qué desventajas tiene su cuerpo pensando en prendas de vestir?

¿Qué ropa interior le quedaría bien a este cuerpo?

¿Qué ropa interior no le quedaría bien a este cuerpo?

paso del tiempo, se vayan cayendo, entonces si se preocuparía más por el estilo del brasier que compre, que tenga varilla, que tenga push up, que se los sostenga más, pero al tener un buen cuerpo no tiene mucha preocupación por eso, tiene que comprar uno que le sirva mucho para sus senos, pero pues no tiene que ser necesariamente push up ni nada. En cuanto a los pantis, me parece que no tiene problema con eso. Cualquier tipo de panty le quedaría bien a esta persona? Si cualquiera, se puede adaptar dependiendo de su estilo, de su comodidad y del estilo de la ropa que vaya a usar ese día, si es un pantalón mas pegado puede usar tanga, pero si es una sudadera puede usar el cachetero. No pues, creo que de pronto no puede usar pantalones tan pegados, y ¿porqué no podría usar pantalones tan pegados? No se no me la imagino, pero por razones de su figura estética o por su edad? No, de pronto más por razones de su edad, aunque mentira, ahora si siguen usando pantalones pegados, pero no se me ocurre ninguna desventaja que puede tener. Y digamos pensando en ropa interior, vestidos de baño o algo así? Mmm a esta edad no se pero de pronto mas adelante, pero a esta edad no.

Cualquiera, o sea, que esa persona está pensando en encajes más sexy más sensuales porque es más joven. Los mismos brasieres de copa, como está en plena juventud, tiene el busto mejor, entonces de pronto uno que tenga, varilla, o de encaje punto blanco, o sin copa

| | | |
|--|--|---|
| ¿Qué cree que están en sus manos para llegar a ese ideal? | Comer saludable, tratar de ir al gimnasio, a minimizar lo entre comillas lo feo lo que puede mejorar para llegar a tenerlo, porque a veces por más que uno quiera, por más que vaya al gimnasio, a veces es por contextura a mas que de gimnasio, hay personas que es contextura y por más que vaya al gimnasio, logra para disimular los defectos | Hacer ejercicio, comer bien, echándose cremas, aunque esto ya es como de piel no? |
| ¿En qué se vería beneficiada al tener este cuerpo? | se sentiría a gusto consigo misma | Como seguir estando como tonificada y si no come muchas grasas no va a tener celulitis. Y ¿el estar tonificado y el no tener celulitis, por qué es un beneficio para la persona? Porque se puede sentir bien, pues a mí no me gusta la celulitis ni la flacidez, puede que hayan personas a las que les guste, pero a mí no, entonces me parece que de pronto se siente más feliz estando tonificada y sin celulitis. |
| <hr/> | | |
| Cuerpo mujer de 36-45 años Descripción del cuerpo | Ya que como llega a una edad, que deja de preocuparse tanto de su cuerpo, hay unas que si hay otra que no, ya su cara no es tan alargadita como la piña, sino ya como que se vuelve más redonda, lo mismo el cuerpo y las piernas. La persona se vuelve ancha para los lados. | Las piñas serian las piernas, de pronto un poquito más gordas, por eso las puse al revés, las dos calabazas unidas serian el tronco, se ensancharían un poco más? No necesariamente, depende de si tiene hijos o no o de cuanto se cuide. Bueno entonces las fresas serian los brazos con los bananos? O sea se ensancharían más? No, como el pasado y el banano la boca y las cerezas los ojos. |
| ¿Qué ha hecho esta persona para tener este cuerpo? | que está acorde con su edad | Que es un buen cuerpo, y que es un buen cuerpo? Que se nota que lo ha cuidado, es relativamente flaca, no es flácida. |
| ¿Qué cree que piensa la gente cercana de su cuerpo? | Que ya le están cayendo los años encima. ya no tiene la cinturita. | Y la gente lejana a esta persona que piensa? Lo mismo. |
| ¿Qué cree que piensa la gente lejana a usted de su cuerpo? | su cara Porque, ya le empiezan a salir arrugas, de pronto que se esté si eso | Yo creo que de pronto las piernas, la barriga y los senos? Y porqué a estas partes? Mm porque, bueno de pronto al cuello también, porque un cuello bien cuidado siempre muestra elegancia, tenga la edad que tenga, siempre va a ser delgadito y alto, siempre es |

| | | |
|---|---|--|
| | | elegante, obviamente no muy alto. En cuanto a los senos, pues se van a ver más caídos, pero para que no se vean tan caídos o para que no se caigan tanto, en las piernas, de pronto por estrías o celulitis, no sé y en la barriga, si llega a quedar embarazada, porque a esas edad me imagino que ya quedo embarazada. |
| ¿A qué partes no le presta atención? Razones | Tronco. Porque pasa a ser secundario, a medida que, va acreciendo, o sea, como te decía que en la juventud, uno quiere estar más lindo | a los brazos, y porque los brazos? Porque a esta persona no le va a importar tanto si los brazos son más flácidos que antes. |
| ¿Qué ventajas tiene su cuerpo pensando en prendas de vestir? | algo como mas señorial, O sea no cosas como pegadas que te tallen, que te marquen el cuerpo | Que tiene un buen cuerpo, por la edad unos pantalones mas despegados, no ropa tan pegada, pues de pronto puede seguir usando tacones, la ropa interior cambie el estilo, no sea tanto de encajes y colores, sino que sea un poquito más sobria, que la ropa sea más elegante, bien para su edad, pues no se deja de ser sport y es más elegantes, cambia su estilo del tipo de brasier, ya no es de punticos, de colores, de corazoncitos, de animalitos, sino mas de señora y describe que sería un brasier mas de señora¿ solo de un color, de pronto con cierta textura, y como seria la textura? No como con una tela especifica, pero de un solo color, ya no tendría de varios colores, la persona puede usar un poquito de copa, pero no mucha. |
| ¿Qué desventajas tiene su cuerpo pensando en prendas de vestir? | Cosas pegadas, en que no es que sea una desventaja, sino que no le conviene, ya cada cosa a su edad, si me entiende, ya la señora, ya no se puede poner un biquini. De pronto la mondonguera, ya no se va a sentir a gusto con lo que tiene puesto o pueda que tenga mucha personalidad | Creo que tendría que ver que ropa usar para no verse como una cuchi Barbie, pero de resto no creo que tenga más desventajas por su cuerpo, sino por la edad, porque creo que es un buen cuerpo, de pronto la persona es un poquito bajita y le tendría que coger al pantalón, pero de resto me parece que es un buen cuerpo que puede usar desde ropa interior hasta abrigos. |
| ¿Qué le quedaría bien a esta persona en cuanto a ropa interior? | Yo creo que, a esta edad, sigue usando los hilos, pero ya como que se siente más cómoda con los cacheteros los mata pasión. Los mismos brasieres. | |

¿Qué ropa interior no le quedaría bien a este cuerpo?

¿Qué cree que están en sus manos para llegar a ese ideal

¿En qué se vería beneficiada al tener este cuerpo?

Seguir alimentándose bien y tener una vida activa en ejercicio.

Un buen estado físico, una vida saludable en todos los sentidos, no tendría osteoporosis, ni riesgo de padecerla en un futuro, eee no se y creo que ningún tipo de enfermedad porque teniendo en cuenta la edad de esta persona, el hacer ejercicio y comer saludable ayuda a no tener enfermedades físicas y le ayuda a ella misma, porque se siente bien en como es y en cuanto a su cuerpo.

Cuerpo mujer más de 45 años

Descripción del cuerpo

La persona es adulta, y se le empieza a dividir la barriga en dos. las piernas, las peras como que son mas gorditas, y como que la persona empieza a retroceder en vida, empieza crecer el bebe y creces aquí, y vuelves aquí

Ok, igual el que ya hice para el de una persona de 35 a 45, de pronto es un poco más flácida, no tan tonificada, pero no es que sea más gorda, creo que se mantiene igual.

¿Qué cree que piensa la gente cercana de su cuerpo?

Que esta gorda, a su edad.

Creo que piensan que es un buen cuerpo, de pronto un poco flaca para su edad.

¿Qué cree que piensa la gente lejana a usted de su cuerpo?

No sé que se está envejeciendo, que los años no llegan solos ya

Creo que no piensan que tiene esta edad, porque tiene un cuerpo que se ve saludable, joven.

¿A qué partes de su cuerpo les presta más atención? Razones

a su físico nada, ya vendrías las cosas de salud, que si se está pasando de peso, por las rodillas, por el brazo, o lo que sea

A las piernas, a los senos y ya. Y porque crees que a estas partes? Porque los senos se les sigue cayendo y porque las piernas se pueden volver más flácidas.

¿A qué partes no le presta atención? Razones

Yo creo, que ya a esta edad, todo entra por salud, no estético ni nada

a los brazos y a las manos, porque le parecen que están bien, no les pone tanta atención

¿Qué ventajas tiene su cuerpo pensando en prendas de vestir?

Yo creo que la ropa le quedaría bien, tiene que ser muy selectiva, pero cuando se viste se ve con porte, creo que por lo que no tiene un tronco tan ancho le quede difícil buscar ropa interior adecuada para su edad, entonces de pronto le tocaría buscar ropa interior para gente más joven, brasieres que se le acomoden más. Y ¿qué sería un brasier que se acomode más? Que le quede bien

| | | |
|--|---|--|
| | | <p>tanto en la espalda como en la copa, aunque no usaría tanta copa ya. Y digamos en un vestido de baño, ya no usaría tanto biquini, porque cree que la gente de su edad ya no usa tanto biquini y usaría enterizos, lo bueno es que los enterizos le hacen ver que sigue teniendo buen cuerpo, pero hace que cambie el estilo de vestido de baño.</p> |
| <p>¿Qué ropa interior le quedaría bien a este cuerpo?</p> | <p>más ancha, camisas mas tapadas, el cuellito seria como más arriba, cero escotes, mas recatada y menos pegada</p> | |
| <p>¿Qué desventajas tiene su cuerpo pensando en prendas de vestir?</p> | | |
| <p>¿Qué ropa interior no le quedaría bien a este cuerpo?</p> | <p>Mata pasión (te recoge todo, es inmenso, queda toda la nalga metida en el panty). Los brasieres que son bien grandes, inmensos. Porque se les cae el busto, y como para que se los recoja, no se</p> | <p>De pronto tendría dificultades a la hora de buscar el tamaño, porque mucha de la ropa para esa edad es muy grande para el cuerpo que ella tiene.</p> |
| <p>¿Qué cree que están en sus manos para llegar a ese ideal</p> | | <p>Lo mismo, comer saludable, ejercicio, chequeo de vez en cuando por enfermedades</p> |
| <p>¿En qué se vería beneficiada al tener este cuerpo?</p> | | <p>Sentirse bien con ella misma, estar saludable física y mentalmente.</p> |

Tipo de cuerpo

Dígame los tipos cuerpo que se le vienen a la mente

desnalgadas, Flacuchenta, desnalgadas, destetadas, como dirían los hombres buenona (tiene demasiado busto, nalgas, todo se pasa de lo normal), cuerpo chévere (el busto que tiene le queda bien para su estatura, para su gordura, o delgadez, la que tienen nalgas), saludable (Aquella que tu vez el gimnasio que, coma bien, que no tiene la piel desgastada, con celulitis), cuchibarbie (Que están metidas en cuerpo de una de 25), armonioso (Que están metidas en cuerpo de una de 25). Cuadrado (Que no tiene cintura)

Usted en qué tipo de cuerpo se ubica (puede estar en más de uno)

Completo. yo creo que tengo busto, nalgas, no tengo la cintura mas chiquita, pero o sea, para mi estatura y va conmigo bien, o sea soy una mujer completa

Me ubico en el tipo de cuerpo flaco, bajita y plana de cola y pues sería también flaca con forma en las tetas.

Forma de ser

Armonioso

El cuerpo armonioso, es aquella persona que no ha hecho ejercicio en su vida, sino que por naturaleza, tiene una buena silueta y es así.

Raquítica

mosquita muerta, no hace nada, se queda ahí como mirando a la gente

Hábitos Alimenticios

Pueda que se cuida, pueda que no, sino, simplemente tiene una figura una silueta establecida.

Come poquito, no le gusta comer, no hace deporte, no se cuida.

Parte del cuerpo que destacaría

Yo creo que la persona que tiene buena silueta, como no anda pendiente tanto en esto, de este, se vestiría con gusto nada más, y que le quedara bien, pero no con el fin de estar mostrando algo.

El cuello

Parte del cuerpo que escondería Todo, es muy flaquita, entonces como que se le notan muchos los huesos, las rodillas, los hombros, los codos, se le notan mucho pero como puntiagudos.

¿Qué tipo de ropa interior usaría? Cualquier cosa que ella sintiera que se le ve bien. Un poquito grandes, para que no se note que es tan flaquita, y en ropa interior? Como de niña chiquita, como de 12 años, y ¿cómo es esta ropa'? no sé como en vez de brasier top todo el tiempo y en calzones si usa de todo.

| | | |
|------------------------------------|--|--|
| Forma de ser | Flacuchenta Anoréxica | Flaca Alegre. Le gusta salir, ver películas. |
| Hábitos Alimenticios | Puede ser normal, como puede que no coma. | Come de todo un poquito. |
| Parte del cuerpo que destacaría | Si yo la veo flacuchenta, no le veo nada, o sea no quiere decir que lo que se ponga o lo que no, bien, o que pueda mostrar no sé. | destaca la barriga y los brazos, porque son lindos, |
| Parte del cuerpo que escondería | Pienso que si esta flaca, porque no come o por algo por el estilo, nada, está a gusto con su cuerpo, pero si es por contextura, trataría de esconder como los huesos, no sé. | la cola |
| ¿Qué tipo de ropa interior usaría? | hilos | Brasieres normales, a veces tops, porque no tiene muchas tetas y calzones de todo tipo también, que se acomoden a la ropa que usa. |

| | | |
|--------------|---|---|
| Forma de ser | Buena Entrona, no sé, como bandida, hecha. | Con curvas loba le gusta hacer de todo |
|--------------|---|---|

| | | |
|--------------------------------------|--|---|
| Hábitos Alimenticios | Se cuidaría a morir, En el gimnasio, y dejando de comer para que no se engorde, o pagando la cirugía. | de pronto hace mas ejercicio que las otras, le gusta mucho el ejercicio y le gusta la ropa muy pegada, come de todo, se da gustos, pero a la vez se cuida |
| Parte del cuerpo que destacaría | El busto | Destaca de su cuerpo la cintura y esconde las piernas. |
| Parte del cuerpo que escondería | nada | |
| ¿Qué tipo de ropa interior usaría? | Mostrona, le gusta, estar llamando la atención de todo el mundo, todo pegadito. el hilo, o sea, el que es hilo hasta el que es mas metidito, todo lo que se te pase por la mente en ropa interior, excepto los mata pasión y cacheteros, creería yo. | Brasieres con varilla y copa y calzones no tan cacheteros y tangas. |
| | Saludable | Ancha de espalda y flaca de piernas: |
| Forma de ser Hábitos Alimenticios | Dulce . No tiene que matarse en un gimnasio para lograr ese cuerpo perfecto, como quien dice, sino tener buenos hábitos alimenticios, hacer ejercicio de vez en cuando, practicar un deporte, creo que una persona saludable, es aquella de que, pronto no va al gimnasio y tiene el cuerpo perfecto, pero hace un deporte, y físicamente se ve bien. | Deportista tiene mucho gusto por el deporte, y come de todo. |
| Parte del cuerpo que destacaría | Dependiendo la clase de deporte que ella haga, de pronto tiene unas piernas muy lindas porque juega tenis. | la barriga |
| Parte del cuerpo que escondería | Yo creo que nada, creo que las personas saludables se cuidan, porque si mas no por mostrar un físico ya. | esconde la espalda |

| | | |
|------------------------------------|--|--|
| ¿Qué tipo de ropa interior usaría? | Yo pienso que, cualquier ropa interior. | Prefiere usar brasieres más como blancos y negros y ¿porqué esos colores? No se me la imagino como una persona que le gustan esos colores. |
| Forma de ser | Cuchibarbie Puede tener 50 y se creen de 20 les gusta, son grandes les gusta la ropa pegada, les gusta hacerse cirugías plásticas, creo que no asimilan su edad y que su cuerpo va cambiando. | Gruesa querida le gusta ver películas, bailar, salir, leer, es un poquito callada |
| Hábitos Alimenticios | Pienso que se cuidarían demasiado, tanto en un gimnasio y en un spa, viven en función del cuerpo y como se ven ellas. | se cuida en la comida, come más ensaladas |
| Parte del cuerpo que destacaría | Como de mostrar, de mostrar, no sé, como que todo lo que se pongan se ven bien, así, como de la buenona que muestra, o sea no. | destaca las piernas |
| Parte del cuerpo que escondería | La barriga, el abdomen pienso, que a parte de la cara, con el pasar de los tiempos la piel cambia, se pone más flácida, los años le caen encima. | esconde la barriga |
| ¿Qué tipo de ropa interior usaría? | Hilo, no el delgadito, el normal, con seda brasieres sexy, todo. | Prefiere usar calzones cacheteros, ropa más despegada, camisas en vez de camisetas. |
| Forma de ser | Cuadrado Buena gente, Normal alegre, causal. | Gorda Queridísima, alegre y entradora. Le gusta rumbea mucho |
| Hábitos Alimenticios | Creo que esa persona se cuidarían, bien saludable, para reducir el abdomen, para que eso, de pronto le ayude a hacer un poquito de cinturita. | come de todo también, no hace ejercicio |
| Parte del cuerpo que destacaría | Cualquier parte, diferente a la cintura. | la cola |
| Parte del cuerpo que escondería | | La barriga, los gorditos de los lados. |

| | | |
|------------------------------------|--|---|
| ¿Qué tipo de ropa interior usaría? | Cualquiera, eso no la afecta, pero cosas delgadas abajo, para que le hicieran como más forma. | Prefiere usar tangas y brasieres como de encaje, y ¿porqué ese tipo de ropa interior? No se me imagino a ese tipo de persona gorda así, porque es como más extrovertida |
| Forma de ser | Completo chévere, no se preocupa por nada, vive la vida chévere | Obesa triste es más recatada, es tímida, es mas callada, no le gusta tanto salir |
| Hábitos Alimenticios | Puede que se cuide, pueda que no se cuide, pero no es esclava de su cuerpo, o puede que sí sea esclava de su cuerpo ahí, están los dos extremos. | no come, no hace ejercicio, se queda viendo películas |
| Parte del cuerpo que destacaría | Yo pienso, que cualquier cosa, ahí no tiene problema, porque tiene un cuerpo chévere, como es completa, cualquier cosa o sea, trataría de ponerse algo, que le resalte todo, no tendría porque esconder absolutamente nada | su cuerpo los hombros |
| Parte del cuerpo que escondería | | la barriga y las piernas, y los brazos |
| ¿Qué tipo de ropa interior usaría? | De pronto los hilos si es joven, porque usaría cosas pegaditas y no sé que no le van a marcar, y cosas por el estilo. | Usa brasieres de colores sobrios y cacheteros |
| Forma de ser | | Caderona fiestera le gusta la piscina, le gusta salir, rumbear, |
| Hábitos Alimenticios | | no le gusta hacer ejercicio, |
| Parte del cuerpo que destacaría | | su cadera |
| Parte del cuerpo que escondería | | su barriga |
| ¿Qué tipo de ropa interior usaría? | | Utilizaría brasieres de todo tipo y calzones de todos menos cacheteros, y porque no los usaría? Porque es muy caderona, no sé como que de pronto es muy grande y los cacheteros son anchos a los lados y no se le acomodan tanto. |
| Forma de ser | | Blandengue entrometida |
| Hábitos alimenticios | | come de todo no le gusta hacer ejercicio, no le gusta hacer nada, sino más como vagar |
| Parte del cuerpo que destacaría | | sus brazos |

| | |
|------------------------------------|---|
| Parte del cuerpo que escondería | sus piernas |
| ¿Qué tipo de ropa interior usaría? | usa cualquier tipo de ropa, incluso la ropa interior |
| Forma de ser | Alta: |
| Hábitos alimenticios | elegante la asocio con las flacas |
| Parte del cuerpo que destacaría | las piernas |
| Parte del cuerpo que escondería | la cola |
| ¿Qué tipo de ropa interior usaría? | Les gusta de todo, se ponen cualquier tipo de ropa, usa menos tacones que la bajita y usa de pronto unos vestidos de baño que son hasta el ombligo y cualquier tipo de brasier. |
| Forma de ser | Bajita |
| Hábitos alimenticios | chismosa la asocio con las flacas, lo mismo |
| Parte del cuerpo que destacaría | la barriga |
| Parte del cuerpo que escondería | las piernas |
| ¿Qué tipo de ropa interior usaría? | |
| Forma de ser | Muy alta y muy flaca: |
| Hábitos alimenticios | engreída hace de todo |
| Parte del cuerpo que destacaría | come bien, come saludable, pero no se priva de las cosas |
| Parte del cuerpo que escondería | Piernas |
| ¿Qué tipo de ropa interior usaría? | Cola |
| Forma de ser | Plana |
| Hábitos alimenticios | insípida, no tiene sabor |
| Parte del cuerpo que destacaría | Le gusta también comer de todo, hace un montón de cosas. |
| Parte del cuerpo que escondería | Piernas |
| ¿Qué tipo de ropa interior usaría? | Tetas |
| Forma de ser | Voluptuosa |
| Hábitos alimenticios | se pondría cualquier tipo de ropa, se siente cómoda con todo, usaría de pronto mas tops y usaría cualquier panty |
| Parte del cuerpo que destacaría | |
| Parte del cuerpo que escondería | |
| ¿Qué tipo de ropa interior usaría? | |

| | |
|------------------------------------|--|
| Forma de ser | latina. Sería igual que la de curvas |
| Hábitos alimenticios | come bien, hace mucho ejercicio, su dieta es muy orgánica. |
| Parte del cuerpo que destacaría | tetas y cola |
| Parte del cuerpo que escondería | las piernas |
| ¿Qué tipo de ropa interior usaría? | |

Tabla 2

Matriz por preguntas Toma de decisión

| | Participantes I.B. | M.V. |
|---|---|---|
| Aspectos positivos del 1 lugar mencionado | <p>Tania como está las cosas que yo siempre busco como el punto blanco y las tangas de encaje me gusta ir allí y también por el precio me gusta no están caro como Touche es su per caro entonces me gusta más. Yo compro cada vez que necesito algo, más. Me gusta porque también hay de todo, no solamente ropa interior, cositas que lo necesito es que compro algo y compró específicamente lo que necesito, todo un poquito hasta pijamás hay de todo no soy tanto de comprar por comprar. Y me gusta eso.</p> <p>compro bastante si me voy de viaje, o si es navidad, o en ocasiones así, pero no tengo ese habito de estar comprando constantemente. Yo identifico esa necesidad cuando por ejemplo, se me dañó un brasier como en este caso. Hoy estaba buscando un brasier y no lo encontré, y yo lo quería de amarrar adelante y atrás no era como yo lo quería, necesito algo cuando me falta algo, si se me partieron unas medias, o si veo que no tengo una camisa de tiritas blancas, o si voy a una fiesta y necesito comprar una pinta nueva, algo así.</p> | <p>Una tienda de victoria secret, primero que todo es, el palacio de todas la ropa interior, porque encuentras todo tipo de brasieres, forma, colores, textura, en todo, y encuentras todos los pantis, o sea como lo : A ropa interior, cada vez que viajo a Miami, quieres, el que quieras, lo hay, si no lo hay; pero pues acá también, he ido a tania a ver; pues marica o sea, entonces me llama mucho la atención, una sección que este, de 10 pantis por 50 dólares, entonces como brasieres compro menos.</p> <p>que tu vas, hay una vitrina grande, hay de todos los colores, de todas las formas, yo siempre me voy a los que tengan encaje. Siempre encuentro diseños diferentes, con el mismo patrón, o sea como a mí, me gustan, de encaje gruesos. Además, la ropa interior es sexy, los estampados son lindos, son femeninos, tienen como rosado, colores lindos, pero eso no mas lo escogería en pantis, en brasieres solo escogería negro y piel. Atienden súper bien. La virina de victoria secrete llama la atención porque por ejemplo la de pink, que es su línea mas candi, no sé, que la adornas, dulces el perro, muchas cosas que te llaman la atención.</p> |
| Aspectos negativos del 1 lugar mencionado | <p>Llego al lugar voy directo a lo que necesito o de pronto veo alguna u otra cosa muy pequeño, todo está muy apenuscado, muy junto, no me gusta tanto buscar lo que necesitaba. Busco más o menos alrededor del almacén lo que siento que veo más las cosas, si esta todo separado, y no cosas en la mitad del almacén.</p> <p>Normalmente voy directo a lo que necesito o de pronto veo alguna u otra cosa muy pequeño, todo está muy apenuscado, muy junto, no me gusta tanto buscar lo que necesitaba. Busco más o menos alrededor del almacén lo que siento que veo más las cosas, si esta todo separado, y no cosas en la mitad del almacén.</p> | <p>Pregunto mi talla, me muestran varios y escojo por color y por diseño que fui, yo hace tres meses había comprado, y ahorita que fui solo había 2 diseños nuevos, y el resto ya los tenia, nada más me pude comprar 2, o sea como que no encontré mas, raro, porque de tres meses acá, debía haber mucho.</p> |
| Aspectos positivos del 2 lugar mencionado | <p>Normalmente no me gusta que me ayuden las personas del almacén porque algunas veces soy como tímida en ese sentido, y alguien va, yo he ido como tres veces, la tienda es mucho más amplia, los colores son más llamativos, rosados no se la llame la atención, y ya, pero normalmente, busco alrededor de la tienda, veo que hay pero de una voy concentrada a comprar lo que necesitaba. Si no lo conseguí yo, pregunta donde hay esto, normalmente me gusta son los pantis porque no tallan.</p> <p>ya. no me gusta que me digan si este se te va a ver bien o no yo ya sé cómo me gusta, pero si en ubicación Tania y victoria Secret</p> | <p>Si busco asesoría pero para los brasieres, encontraba ese tipo de pantis que me gustan, que es el de encaje, pero ahora, si mas comodo, cual es cada cosa</p> <p>lo hay, es algo nuevo que salió hace 6 meses, o yo no lo había visto antes, los vi dije estos se parecen a los de victoria secret, voy a probarlos, los compre y me parecieron lindos. Los colores, rojo, fucsia hay varios colores. La gente que atiende bien, siempre está pendiente, de que necesitas. A Tania voy por las medias, y por eso como que siempre me antojo de pantis, pero no es que siempre vaya a Tania a comprar pantis, entonces por eso es lo que me paso, que conocí esos pantis, por ir a comprar las medias, o sea nunca fui acá a comprar, es que nunca voy, pero un día fui</p> |

a comprar las media y los vi interesantes

| | | |
|--|--|--|
| Aspectos negativos del 2 lugar mencionado | Está muy lleno, como hay tantas promociones la gente va mucho o sea, está muy lleno a veces eso no me gusta mucho. Los brasieres de ahí, no me gustan mucho la verdad, por qué son los típicos de copa, que no son los que yo uso, lo típicos que se me salen las tetas, no los brasieres de ahí no me han gustado | Los panties no tienen como estampado, como los de victoria secret. A veces, usan como unos colores horribles como, un vino tinto, verdes, que a mí, no me gustan, y como no se mata pasión. Ni vi la vitrina, por ejemplo ni vi la virina, la de Tania nunca me di cuenta, pero fijo es un maniquí, con ropa interior, pues no sé, me imagino, porque ni siquiera me di cuenta. |
| Aspectos positivos del 3 lugar mencionado Aspectos negativos del 3 lugar mencionado | No, porque en los otros lugares que he ido normalmente, yo lo que más compro que necesito así de la ropa interior son de encaje las tangas y en Tania, es el único lugar en donde las encuentro, y los brasieres uso punto blanco y ahí hay punto blanco. Me gusta comprar con tranquilidad, soy tímida, y me da hasta pena que me vean cogiendo de pronto algo, me gusta más estar sola. | No Bueno con mi novio, o a veces sola, en verdad, muchas veces sola, y me puede acompañar una amiga. No me gusta que me afanen porque a mí, me gusta mi tiempo para ver las cosas, y como que no me estén apurando, porque puedo salir de mal genio. Leonisa, Punto blanco y Touche |
| ¿Vas algún otro lado? | No, porque en los otros lugares que he ido normalmente, yo lo que más compro que necesito así de la ropa interior son de encaje las tangas y en Tania, es el único lugar en donde las encuentro, y los brasieres uso punto blanco y ahí hay punto blanco. Me gusta comprar con tranquilidad, soy tímida, y me da hasta pena que me vean cogiendo de pronto algo, me gusta más estar sola. | No Bueno con mi novio, o a veces sola, en verdad, muchas veces sola, y me puede acompañar una amiga. No me gusta que me afanen porque a mí, me gusta mi tiempo para ver las cosas, y como que no me estén apurando, porque puedo salir de mal genio. Leonisa, Punto blanco y Touche |
| ¿Con quién compras? | No, porque en los otros lugares que he ido normalmente, yo lo que más compro que necesito así de la ropa interior son de encaje las tangas y en Tania, es el único lugar en donde las encuentro, y los brasieres uso punto blanco y ahí hay punto blanco. Me gusta comprar con tranquilidad, soy tímida, y me da hasta pena que me vean cogiendo de pronto algo, me gusta más estar sola. | No Bueno con mi novio, o a veces sola, en verdad, muchas veces sola, y me puede acompañar una amiga. No me gusta que me afanen porque a mí, me gusta mi tiempo para ver las cosas, y como que no me estén apurando, porque puedo salir de mal genio. Leonisa, Punto blanco y Touche |
| ¿Conoces otros sitios en Bogotá donde venden ropa interior? | Gef, Touche ,Leonisa | Leonisa, Punto blanco y Touche |
| ¿Porqué no entrar al primer almacén? | Gef, la verdad no voy, más que todo por la incomodidad porque los Gef que conozco no es tan grande no hay parqueo cerca, solo es el lugar no hay mas lugares alrededor a al cual ir. En Touche por ejemplo, me parece muy caro yo nunca he comprado, pero por mi mamá sé que hay cosas muy caras ahí. Me gusta que sea económico y bueno también. | No nunca he entrado porque es como colombiano, ropa barata y colores feos. Es como para personas como alguien que no pueda adquirir algo, algo más costoso. |
| ¿Porqué no entrar al segundo almacén? | Los hilos que he visto ahí, no me gustan y los brasieres, como yo normalmente uso punto blanco el resto no me gustan mucho la verdad. Ropa más fina, ropa interior más fina, mayores, mujeres casadas. | Punto blanco si he entrado, antes compraba todos mis pantis en punto blanco, y también compraba los tops. Punto blanco no es económico, puede ser normal, pero es más caro creo. Lo positivo de punto blanco son los colores, me encantan, te dan como que full variedad en las cosas, ósea, por ejemplo, lo que vimos hoy, es nuevo y chévere los pantis también, si también venden de encaje. Normalmente no voy a |

importancia?

cómo qué te ves horrible, gorda, ella exagera, tiene otro punto de vista muy distinto a mí, ella cree, que todo el mundo debe ser flaco, escuálido, yo no soy así yo digo que uno no debe ser exigente, yo soy más fresca si una gordita quiere ponerse algo pegadito, mientras no se vea así como amarrada no importa.

Los brasieres que no sean extravagantes, que sean de colores simples, que sean cómodos para mí, con los pantis que sean de encaje arriba porque es más cómodo, y no me parte se ajusta a mi cuerpo y ya no espicha no me corta, si no son de encaje arriba no los compro, y me gustan que sean lindos de colores, también tengo que son para las ropas de ciertos colores, beige colores básicos, pero me gustan los colores vivos. 1. Comodidad 2. Funcionalidad del encaje que no saque gordo.

¿Aspectos que tiene en cuenta a la hora de comprar ropa interior?

De una, causalmente estaban los pantis de encaje entonces más o menos vi los que habían bastante colores, eso fue lo que primero, después toco la tela de los pantis punto blanco para ver cómo eran, hay algunos que son duros, hay algunos encajes que no son tan stretch, y si son más duros, para ver y si no es tan stretch no me gustan, se podrían dar a que me tallen, después vi que tocaste la tela de un hot pant de punto blanco. Esos no me gustan, no te gustan los vi como por verlo, como yo pequeñita lo usaba ya no, ahora no lo uso porque no me volvieron a gustar, me gustaría de pronto para dormir, hoy en día no me gustan, luego vi los brasieres pues los que yo uso los punto blanco, luego me fui directamente a los brasieres porque estaba buscando los brasieres que yo uso que se amarran adelante, y esos me parecieron a unos que había tenido, entonces por eso me pregunto la señora que era lo que estaba buscando, yo le dije que esos, y no los había, entonces decidí no comprar y me fui.

¿Qué paso en el lugar de compra?

En especial y fundamental que no saque gordo y los colores. En cuanto a los colores en los brasieres negros y piel como te dije, y pantis cualquier color que me guste. También es fundamental que sea hilo porque es cómodo y no se me notan con la ropa que me pongo. En cuanto al diseño me gusta que sean de encaje grueso. Llegamos a Tania y lo primero que vi fue los panties, me llamo la atención el encaje, me gusta porque es súper lindo y no talla. Luego, toco unos panties punto blanco de mallita porque antes los había usado, esos los usaría si no aprietan tanto. Es fundamental que no aprieten, súper fundamental, ósea, no compro un pantí, que apriete. Después fui, vi punto blanco que están colgados uno nuevos, me llamo la atención el diseño, como cosas que ha sacado punto blanco, y yo no sabía, me parecieron lindos. Luego me fui a los brasieres de copa y me di cuenta que tenían esponja no me gusta porque no quiero tener más busto, porque entre mas busto tenga más gorda te ves. Después, me fui a ver otro, que tenían como encaje por encima, y eran lindos, pero no me mataban. Luego fuimos hacia el lado derecho del almacén y vimos unos brasieres que no escogería nunca por los colores, eran verde, fucsia, y yo siempre, uso como negro o beige porque, uno siempre, me visto de negro, siempre, me tengo que poner brasier negro, o por ejemplo este piel que no se nota, como que de colores, se va a notar. Después, vimos unos panties súper lindo

| | | |
|--|---|--|
| Fidelidad en los aspectos del productos | A mí no me gusta ponerme a experimentar, ni nada así, si yo ya sé que esa es la ropa que me gusta, y que ya es la única que yo he podido probar por decirlo así, esa es la que me gusta. Brasier: que sea cómodo, que sea sencillito, o sea de colores, la tela ósea que sea, que no me toque la textura la copa porque si hay de calor, o por el estilo. Panty: Que sean lindos ósea colores y la comodidad decir entonces esos no me gustan, me gustan que sea una tela lisa rica, y que yo me sienta cómoda. | El panty es el diseño y si no por la marca es de un color que me gusta, como el blanco. importante. En brasier: De triangulo, copa entera, sin relleno es lo más importante. |
| ¿A cuál aspecto le eres más fiel? | Brasier: comodidad y Panty: el elástico pero porque no aprieta. | Panties: que no saque gordo y brasier que me gustan con encaje grueso arriba, que no tenga relleno. tengam diferentes estampados y colores. |
| Fidelidad con la marca | Compraría los que tengan elástico que no saquen gordo sin importar la marca. amorar mucho no me gusta gastar mucho | Victoria secret. |
| Personificación | la plata en ropa. La que están en promoción, eso me llama la atención, eran | Victoria secret |
| Precio de la prenda | Mujer 5 muy baratos, eso me llama atención. | El precio no me afecta porque ya sé que en victoria secret 5 por 25 dólares y un brasier 40 años 30. |
| Marca | Siempre la misma marca, victoria secret y punto blanco y a por que ya estoy segura de que eso es lo que me queda bien y le gusta mucho la moda, ese mundo de la moda. | Victoria secret |
| Sexo | no vieja, pero ya una persona adulta, que se conserva bastante, que se viste elegante, delgada, con una nalga | Victoria secret |
| ¿Cuántos años tiene? | Por ejemplo en esas de punto blanco, tienen estos brasieres que yo uso, de Es sabrada tiene hijos pero no en esta tela que crean la gusta, los panti, es muy en punto blanco, no tengo de sus panti. Es un ejemplo de sus modelos y eso | Siempre compro victoria secret y de vez en cuando en Tania porque son iguales de Super fashion como las últimas barbies. Ella diseña ropa. Me gusta comprar otras marcas, por ejemplo agua bendita saco unos pantis, y me compre uno, eran decorados super decorados, pero como liso pero ondulado mono. Tiene bustos de veces y ya. |
| ¿Cómo se viste? | Es un ejemplo en esas de punto blanco, tienen estos brasieres que yo uso, de Es sabrada tiene hijos pero no en esta tela que crean la gusta, los panti, es muy en punto blanco, no tengo de sus panti. Es un ejemplo de sus modelos y eso | Siempre compro victoria secret y de vez en cuando en Tania porque son iguales de Super fashion como las últimas barbies. Ella diseña ropa. Me gusta comprar otras marcas, por ejemplo agua bendita saco unos pantis, y me compre uno, eran decorados super decorados, pero como liso pero ondulado mono. Tiene bustos de veces y ya. |
| ¿Compran la misma marca o van variando? | no vieja, pero ya una persona adulta, que se conserva bastante, que se viste elegante, delgada, con una nalga | Siempre compro victoria secret y de vez en cuando en Tania porque son iguales de Super fashion como las últimas barbies. Ella diseña ropa. Me gusta comprar otras marcas, por ejemplo agua bendita saco unos pantis, y me compre uno, eran decorados super decorados, pero como liso pero ondulado mono. Tiene bustos de veces y ya. |
| ¿Cómo se ve físicamente? | Por ejemplo en esas de punto blanco, tienen estos brasieres que yo uso, de Es sabrada tiene hijos pero no en esta tela que crean la gusta, los panti, es muy en punto blanco, no tengo de sus panti. Es un ejemplo de sus modelos y eso | Siempre compro victoria secret y de vez en cuando en Tania porque son iguales de Super fashion como las últimas barbies. Ella diseña ropa. Me gusta comprar otras marcas, por ejemplo agua bendita saco unos pantis, y me compre uno, eran decorados super decorados, pero como liso pero ondulado mono. Tiene bustos de veces y ya. |
| ¿Con quién vive esta persona? | Es un ejemplo en esas de punto blanco, tienen estos brasieres que yo uso, de Es sabrada tiene hijos pero no en esta tela que crean la gusta, los panti, es muy en punto blanco, no tengo de sus panti. Es un ejemplo de sus modelos y eso | Siempre compro victoria secret y de vez en cuando en Tania porque son iguales de Super fashion como las últimas barbies. Ella diseña ropa. Me gusta comprar otras marcas, por ejemplo agua bendita saco unos pantis, y me compre uno, eran decorados super decorados, pero como liso pero ondulado mono. Tiene bustos de veces y ya. |
| ¿Qué tienen esas marcas que no tienen otras? | Es un ejemplo en esas de punto blanco, tienen estos brasieres que yo uso, de Es sabrada tiene hijos pero no en esta tela que crean la gusta, los panti, es muy en punto blanco, no tengo de sus panti. Es un ejemplo de sus modelos y eso | Siempre compro victoria secret y de vez en cuando en Tania porque son iguales de Super fashion como las últimas barbies. Ella diseña ropa. Me gusta comprar otras marcas, por ejemplo agua bendita saco unos pantis, y me compre uno, eran decorados super decorados, pero como liso pero ondulado mono. Tiene bustos de veces y ya. |
| ¿Qué hace para divertirse? | Es un ejemplo en esas de punto blanco, tienen estos brasieres que yo uso, de Es sabrada tiene hijos pero no en esta tela que crean la gusta, los panti, es muy en punto blanco, no tengo de sus panti. Es un ejemplo de sus modelos y eso | Siempre compro victoria secret y de vez en cuando en Tania porque son iguales de Super fashion como las últimas barbies. Ella diseña ropa. Me gusta comprar otras marcas, por ejemplo agua bendita saco unos pantis, y me compre uno, eran decorados super decorados, pero como liso pero ondulado mono. Tiene bustos de veces y ya. |
| ¿En dónde vive? | Es un ejemplo en esas de punto blanco, tienen estos brasieres que yo uso, de Es sabrada tiene hijos pero no en esta tela que crean la gusta, los panti, es muy en punto blanco, no tengo de sus panti. Es un ejemplo de sus modelos y eso | Siempre compro victoria secret y de vez en cuando en Tania porque son iguales de Super fashion como las últimas barbies. Ella diseña ropa. Me gusta comprar otras marcas, por ejemplo agua bendita saco unos pantis, y me compre uno, eran decorados super decorados, pero como liso pero ondulado mono. Tiene bustos de veces y ya. |
| ¿Cómo es su personalidad? | Es un ejemplo en esas de punto blanco, tienen estos brasieres que yo uso, de Es sabrada tiene hijos pero no en esta tela que crean la gusta, los panti, es muy en punto blanco, no tengo de sus panti. Es un ejemplo de sus modelos y eso | Siempre compro victoria secret y de vez en cuando en Tania porque son iguales de Super fashion como las últimas barbies. Ella diseña ropa. Me gusta comprar otras marcas, por ejemplo agua bendita saco unos pantis, y me compre uno, eran decorados super decorados, pero como liso pero ondulado mono. Tiene bustos de veces y ya. |
| ¿Cómo es la modelo de la 1 marca? | Es un ejemplo en esas de punto blanco, tienen estos brasieres que yo uso, de Es sabrada tiene hijos pero no en esta tela que crean la gusta, los panti, es muy en punto blanco, no tengo de sus panti. Es un ejemplo de sus modelos y eso | Siempre compro victoria secret y de vez en cuando en Tania porque son iguales de Super fashion como las últimas barbies. Ella diseña ropa. Me gusta comprar otras marcas, por ejemplo agua bendita saco unos pantis, y me compre uno, eran decorados super decorados, pero como liso pero ondulado mono. Tiene bustos de veces y ya. |
| ¿Cómo son sus amigos cercanos? | Es un ejemplo en esas de punto blanco, tienen estos brasieres que yo uso, de Es sabrada tiene hijos pero no en esta tela que crean la gusta, los panti, es muy en punto blanco, no tengo de sus panti. Es un ejemplo de sus modelos y eso | Siempre compro victoria secret y de vez en cuando en Tania porque son iguales de Super fashion como las últimas barbies. Ella diseña ropa. Me gusta comprar otras marcas, por ejemplo agua bendita saco unos pantis, y me compre uno, eran decorados super decorados, pero como liso pero ondulado mono. Tiene bustos de veces y ya. |
| ¿Cómo es la modelo de la 2 marca? | Es un ejemplo en esas de punto blanco, tienen estos brasieres que yo uso, de Es sabrada tiene hijos pero no en esta tela que crean la gusta, los panti, es muy en punto blanco, no tengo de sus panti. Es un ejemplo de sus modelos y eso | Siempre compro victoria secret y de vez en cuando en Tania porque son iguales de Super fashion como las últimas barbies. Ella diseña ropa. Me gusta comprar otras marcas, por ejemplo agua bendita saco unos pantis, y me compre uno, eran decorados super decorados, pero como liso pero ondulado mono. Tiene bustos de veces y ya. |
| ¿Qué defectos tendría esta persona? | Es un ejemplo en esas de punto blanco, tienen estos brasieres que yo uso, de Es sabrada tiene hijos pero no en esta tela que crean la gusta, los panti, es muy en punto blanco, no tengo de sus panti. Es un ejemplo de sus modelos y eso | Siempre compro victoria secret y de vez en cuando en Tania porque son iguales de Super fashion como las últimas barbies. Ella diseña ropa. Me gusta comprar otras marcas, por ejemplo agua bendita saco unos pantis, y me compre uno, eran decorados super decorados, pero como liso pero ondulado mono. Tiene bustos de veces y ya. |

| | | |
|-------------------------------------|--|--|
| ¿Qué defectos tendría esta persona? | Seis | Mandona |
| ¿Estrato socioeconómico? | Punto blanco | Cuatro blanco |
| ¿Estrato socioeconómico? | Mujer | Mujer |
| ¿Cuántos años tiene? | Más joven unos cuarenta años. | 30 años |
| ¿Qué le gusta hacer? | Trabajar mucho seguir innovando las cosas también estar muy pendiente de la moda. | Le gusta rumbear |
| ¿Cómo se viste? | Es más fresca la típica que anda con la mochila, más relajada | Se viste normal ósea fashion, a veces muestra muchas tetas, escotes. |
| ¿Cómo se ve físicamente? | Gordita pero elegante | Como una paisa, súper nalgona, súper tetona. |
| ¿Con quién vive esta persona? | Con su familia tiene hijo y tiene esposo. | Con un novio |
| ¿Qué hace para divertirse? | Salir con los amigos, conocer, hablar de su trabajo, como también para ver que percibe de los demás, que le importa a los demás | Sale a rumbear, a bares, a tomar, sale a comer con sus amigas |
| ¿En donde vive? | Bogotá | En Medellín |
| ¿Cómo es su personalidad? | Debe ser súper chévere, habla con todo el mundo, le pregunta a todo el mundo las cosas, o sea como súper, bastante extrovertida la verdad. | Extrovertida y segura. |
| ¿Cómo son sus amigos cercanos? | Que les interese la moda, ese mundo, pero yo los veo, como mas buenos amigos, yo los veo que son dos culturas diferentes, las de aquí a estados unidos, aunque lo veo así aquí es una amistad más honesta. | Diseñadores |
| ¿Qué defectos tendría esta persona? | De pronto muy tesa en el trabajo, o con los trabajadores ósea estricta. | Que de pronto es muy perra. |
| ¿Estrato socioeconómico? | Cinco | Seis, cinco |
| Marca 3 | | Tania (impetu) |
| Sexo | | Mujer |
| ¿Cuántos años tiene? | | 40 años |
| ¿Qué le gusta hacer? | | |
| ¿Cómo se viste? | | Y se viste normal, o sea cero a la moda |
| ¿Cómo se ve físicamente? | | Normal, no se ve joven, pero no se ve vieja |
| ¿Con quién vive esta persona? | | Está casada y tiene hijos |
| ¿Qué hace para divertirse? | | A veces sale, a veces no, pero ya está casada, y ya es otro cuento |
| ¿En donde vive? | | Bogotá |
| ¿Cómo es su personalidad? | | Extrovertida y mandona |
| ¿Cómo son sus amigos cercanos? | | Son persona que trabajan en oficinas, administradores. |

| Participantes | | |
|--------------------------------|---|---|
| Preguntas | C.V | S.G |
| ¿Cada cuanto compra? | <p>Cada 6 meses por lo menos algo, o cada no se no se en verdad, si ósea cada seis meses o cada año o mentira si cada seis meses. Cada vez que estoy en Cartagena y estoy con mi mama antes de venir a Bogotá siempre compro las cosas que toca comprar entonces los útiles lapiceros cosas para la universidad, cosas como ropa interior y cualquier otra ropa. También cuando necesito y lo identifico pues por si alguno se daña o se me pierde la tirita de uno, o se daña se rompe, porque donde se cuadra se rompe, con los hilos es que me aburre entonces quiero uno nuevo ósea ya me canse de ponerme el mismo.</p> <p>Ya me voy para Bogotá entonces le digo mami tenemos que ir a comprar las cosas entonces vamos a Tania vamos a comprar la ropa interior. Siempre tengo como algo pensado ósea si necesito de pronto algo en especial, un brasier negro porque tal cosa o necesito un strapless, o sea vamos buscando algo puntual que pueda encontrar otras cosas que me pueda servir también lo compro.</p> | <p>Bueno como yo vendo ropa interior, cada vez que hay una colección nueva, sale cada 3 meses, y veo algo que me gusta, lo cojo. Siempre que haya algo que me guste, y si tengo la plata, o sea pueda que yo esté bien de pantis hoy, y si mañana veo uno que me guste, y el precio el asequible, lo compro, no es que yo diga que cada tres meses compro, no</p> |
| ¿Cómo llevas acabo esa compra? | <p>Llegamos miramos empiezo a mirar, como aquí empiezo a mirar lo del almacén, si ya de mi mirada no encuentro lo que estoy buscando entonces le pregunto a la señorita o mi mama siempre mira porque mi mama ama Leonisa entonces mi mama siempre se va para Leonisa y busca ahí y me muestra lo que estamos buscando. Las señoras de la tienda me ayudan por ejemplo por si necesito uno con realce o sin realce como para no, a mi me gusta mirar pero si no lo encuentro ellas saben donde esta puntualmente, o para que me traiga la talla que necesito o si hay el color que necesito. Puntualmente me ayudan a encontrar talla, color y ubicar modelos donde están. Pero opinión no les pido porque no hay la confianza para pedirle opinión. Hace falta como ese</p> | <p>si me parece llamativo físicamente, cojo la prenda, porque yo ya se la textura, el encaje que es como tieso no me gusta, tiene que ser suave y que no me quede apretado; no me lo mido, porque uno no se mide la ropa interior simplemente ya sé que talla soy yo, y lo cojo porque me gusta, hay dos que no me he estrenado.</p> |
| ¿Buscas asesoría? | <p>ya no, porque yo ya sé, que brasier compro en Tania, pero al principio mi mamá era quien me asesora y eso, Susi mídete este, mídete este, pero obviamente decidía yo</p> | |

sentir.

| | | |
|---|---|---|
| En donde compras? | Tania la marca de Tania o Leonisa o en victoria`s Secret cuando voy a Estados Unidos. | en Tania, Cuore y santolina que son los que yo vendo |
| Aspectos positivos del 1 lugar mencionado | <p>Por que reúne varias marcas, que es un almacén especializado en eso, aparte de que tienen los panties y brasieres también tiene accesorios como la cinta para que no se mueva, la cinta para cubrir, y así como cosas especiales de ropa interior, medias y eso. Entonces de pronto voy buscando algo y pero me encuentro con un accesorio de ropa interior que me pueda servir. Tiene buen espacio, todos los Tania son grande, tienen buenos vestieres, en el vestier cabe mi mama y yo, o sea mi mama tiene donde sentarse afuera mientras yo me mido. El espacio es importante porque uno se puede mover con tranquilidad y comodidad, no hay gente, ósea cuando son muy pequeños así haya dos personas ya sientes que el almacén está lleno, ósea uno está en un proceso calmado. Además poder ver todo porque tu entras y como es grande haces un recorrido con la mirada de todo lo que hay, también me parece bueno que los colores de ellos son blancos e súper iluminados entonces se ve limpio que la ropa interior pues necesita eso. También es chévere que siempre tienen aparte de la persona de la caja hay personas para ayudarte hay a quienes preguntarle. También Tania porque me lo ha recomendado mi mama, ósea mi mama compra ahí entonces yo voy ahí. Y sé que son las marcas que mi mama o personas cercanas a mi usan. También</p> | En Tania que hay varias marcas que uno se puede probar y ver a cual te acomodas mas |

me gusta que Leonisa es como un precio bien medio y la marca de Tania (Ímpetu) también.

| | | |
|---|---|---|
| ¿Aspectos negativos del 1 lugar mencionado? | No, no se me ocurre nada, ehhh no se. | Ninguno. |
| ¿Aspectos positivos del 2 lugar mencionado? | Que es del mismo etilo, de encaje, que no marca, que es grueso y hay diseños bonitos. La tienda de Victoria`s Secret también son grandes, no es de color blanco, pero son lindas, reflejan limpiezas, esas son como la Senza acá. Son más rosadas, mas femeninas o sea es más rosada, mas detalles, más brillantes, mas diseño. | En Cuore que hay diferentes precios, y son para todo tipo, para diferente tipo de busto. |
| ¿Aspectos negativos del 2 lugar mencionado? | | Cuore siempre es lo mismo, que no innovan, siempre el mismo elástico y la tela |
| ¿Aspectos positivos del 3 lugar mencionado? | | Santolina que hay diferentes precios, y son para todo tipo, para diferente tipo de busto; santolina pueda que venga un estilo con mucho encaje, y pueda que otro con menos encaje, y pueda que uno venga sin encaje, como los materiales ahí, cualquier persona, puede encajar y probar |

| | | |
|--|--|---|
| ¿Aspectos negativos del 3 lugar mencionado? | | en santolina hablo por mí, las telas son muy duras y no me gustan, porque ya vienen con más de encaje, encaje como stretch, o es de ese que es teso aunque sea una talla más grande, si el encaje es teso siento que me molesta atrás en la nalga |
| ¿Vas algún otro lado? | No | Mi mamá, porque ella es quien paga y da el visto bueno. |
| ¿Con quien compras? | Mi mamá | |
| ¿Conoces otro sitio en Bogotá donde venden ropa interior? | La Senza, Touche, y los almacenes de cadena que también venden marcas como Leonisa. | |
| ¿Porque no entrar al primer almacén? | La Senza no conozco a nadie que lo use y no me lo han recomendado, y también mucho más colorido como a mí me gusta más los colores neutros, La Senza, siempre la vitrina es mas colorida todos son o brasieres llenos de diseños o cosas y diseños que no me encanta. Es para mujeres mas arriesgadas. Además casi siempre que paso esta solo y eso lo hace pensar a uno que no es bueno o no sé, que no es tan bueno. | |
| ¿Porque no entrar al segundo almacén? | No entro a Touche porque no me lo han recomendado, no se no tengo alguien cercano que lo use frecuentemente y es mucho más caro también, o sea con el precio de uno me puedo comprar dos. Además, los almacenes de Touche son más pequeños, pero en colores y sobriedad es igual a Tania. Touche es más pequeño porque solo maneja una marca, me parece un espacio bueno para la sola marca que usa. | |
| ¿Porque no entrar al tercer almacén? | No compro en almacenes de cadena porque siempre solo voy a hacer mercado, al mercado voy con otra mentalidad, voy de afán, con la lista, y voy con mi hermano entonces no. | |
| ¿Hay relación entre el lugar de la compra y lo que compra? | Si pues que es la marca de Tania, los panties siempre son la marca de ellos no lo venden en otro lado y los brasieres pues que es un almacén especializado en ropa interior. | |
| ¿Con quién va? | Con mi mamá | |

En los proceso de compra que tú has hecho de ropa interior en algún momento ha participado un hombre.

No, porque primero que todo don hombres entonces no sabe de eso bueno no sabe de comodidad y eso y tampoco tengo la confianza para pedirle opinión.

no ir a un almacén no, aunque mi novio sabe todo lo que yo vendo, el influye igual en el que, ya uno sabe, que le gusta, con que le gusta verte, y con que no.

¿Qué es lo bueno que vaya un hombre?

Que si sabe que se ve bien y que no, entonces me podría decir si se ve bien sabe más bien de apariencia. Pues depende que hombre, pues si es mi hermano, a él le gustaría que fuera más tapado por ejemplo si vamos a comprar un brasier, si fuera un hombre normal mi pareja, le dijera mas lo que le gustaría ver.

no sé, viéndolo desde el punto que de pronto el hombre o sea uno se viste para estar bien, con uno mismo, pero a la vez sin darse cuenta, con la otra gente también, de pronto el hombre es quien te está mirando constantemente, pueda decirte que te favorece y que no

¿Qué sería lo malo que vaya un hombre?

No sabe de comodidad, además tampoco les gusta ese plan, no van a tener la paciencia para mirar para esperar que mida otro y así.

yo pienso que eso lo debe escoger uno; no sé porque si la persona está con uno, está porque te quiere, si lleva mucho tiempo con esa persona, con el hombre ya uno de pronto puede saber si le gusta, y que no le gusta, ya puede tomar decisiones, si te vas por lo que él quiere, o por lo que tú quieres, o si coinciden los dos bien

¿Qué tanta información busca usted antes de comprar una prenda interior?

La información que busco es que me hace falta y que necesito yo pero no busco afuera. Tendencias, amigas, mama y experiencias propias anteriores.

la verdad, la verdad ninguna, ah no, pues obviamente, uno ve como catálogos, uno antes de que me llegue una colección, yo ya he visto los modelos que van a salir, ya he visto lo que me va a llegar, y lo que me va a gustar, obviamente, si voy a una tienda, yo no voy a buscar por internet, lo que hay en la tienda, sino que al momento que llegue ahí es cuando yo miro si si o si no

¿Qué tipo de información buscas en la primera fuente de información?

La información que me suministra es si se está usando algo que me guste lindo porque vimos un brasier de animal print pero no me gusta porque son lobo o corroncho, pero de pronto podría llevar a ver un panty de animal print que me guste. Me entero de las tendencias por la televisión y por lo que hay en la vitrina del almacén o lo que pueda haber en internet de marcas de otros países. Salgo a vitrinari pero camino, no me quedo parada viéndola pero si la miro si estoy pasando por ahí rápidamente lo que alcanzan a ver tus ojos. Pero esto no lo busco sino que puede aparecer en una página de internet.

amigas: me muestran que compran y que les gusta Consejos, recibir consejos de la gente

¿Qué tipo de información buscas en la segunda fuente de información?

Con mis amigas algo que les guste, y que por ejemplo ahí también se puede ver las tendencias ósea que se esté usado que se hayan comprado algo nuevo que les haya gustado que se esté usando y ya.

¿Qué tipo de información buscas en la tercera fuente de información?

En mi mama más comodidad ósea funcionalidad de las cosas ella me dirá este sirve para tal cosa y este servirá mejor para otra.

¿Qué tipo de información buscas en la cuarta fuente de información?

Y en experiencias anteriores lo que me funciona bien y lo que no me funciona no lo vuelvo a comprar.

¿Qué tipo de información buscas en la quinta fuente de información?

¿Cuál de esas fuentes le da mayor importancia?

Mama y experiencia anteriores

¿A cuál de esas fuentes le das menor importancia?

Amigas

¿Aspectos que tiene en cuenta a la hora de comprar ropa interior?

Tengo en cuenta esa, lo que haya revisando anteriormente de mis necesidades, el precio, que me guste, que sea cómodo, eso o sea voy a comprar algo que necesite o me sirva, que me guste y sea exequible y que sea lindo.

Yo creo que a los catálogos. O sea, ya yo sé que me gusta y que no me gusta, el panti que trae un poco de lacitos no me gustan, ya yo veo con un catalogo, que me puede gustar, o que no es muy rara vez, que yo me ponga a hablar con una amiga, que no, que mírame el panti, el brasier, es más que todo por catalogo

Pues ya yo se que los compro en Tania los brasieres, ir averiguar donde están y escoger, hoy como se dieron cuenta, hoy en Tania había una marca que yo uso, pero que tiene magic up relleno, eso no me gusta, está descartado, por lo general siempre cojo los básicos, los que uso. Tengo en cuenta la copa si te diste cuenta, hubo uno que estaba abajo, lo toque por dentro me di cuenta que tenia magic up, magic up es relleno, no me gusta, le pregunto donde están los que no tiene relleno, dijo allí arriba, y escojo los colores. Si yo soy como más clásica, no me gusta que tenga, mejor dicho el súper encaje, no me gusta que tenga el poco de encaje, que sea muy sensual; me gusta lo más clásico, pienso que es una prenda de vestir que no se ve, y pienso que tenerle ese poco de cosas encima,

como el poco de encaje y no sé que el día que te pongas algo pegado, se va a marcar, se te va a notar mucho

¿Que paso en el lugar de compra?

Entre mire primero todo, mire una marca nueva unas cosas nuevas que no había visto antes, hay al frente había una repisa exponiendo tres cosas nuevos. Estaba la marca y las 3 cajitas con los tres Brasieres, los tres eran diferentes pero los 3 tenían la de la telita de mayita uno sin encaje, otros con encaje otro no sé. Pare porque como era nuevo para ver que era y eran brasieres negro y era más o menos lo que estaba buscando, pero no conocía la marca y pues al acercarme a ello era un material diferente entonces para ver ese material. El material era raro no sé cómo se llama pero no me gusta es como mayita, y no me gusta porque si la ropa si es de lycra se puede pegar ahí y se ve la mayita. Luego, te fuiste hacia un lado y tocaste un brasier como medio sport. Hay seguía la vitrina de la nueva marca, y había como decir un punto blanco pero de esa marca. Me acerque como para ver que mas tenía, pero entre lo mismo lo mismo, los brasieres pero más deportivos como de operación entonces no ósea como de esos que no brindan forma. Ese no ayuda a dar forma. Luego ya me fui al fondo porque vi que era Leonisa, no veía el nombre Leonisa pero vi que era como los de Leonisa, pues reconocí los que yo uso, que

Pues obviamente, cuando uno siempre entra a un almacén, uno siempre mira la vitrina. Pedir ayuda, y decir dónde está la marca que yo uso, y ya, luego me llevan ahí, y escojo a mi gusto.

características le viste para reconocerlo, la marquillita azul, y los modelos, la copa triangular. Entonces me acerque y empecé a buscar el que yo quería pero todos tenían relleno. Tocaba los brasieres para ver si tenía mucho relleno o no porque había unos con muchos rellenos y otros con poquito relleno. Después al ver que encontré uno con poquito relleno, le pregunte a la señorita si había uno sin relleno totalmente y me dijo que no, que estos tenían menos relleno, que el relleno era muy leve y le creí porque los de arriba tenían mucho, el que yo cogí tenían pero poquito, no era tan grave. Después ella me dijo que con otra marca (la de Tania) me podía ofrecer uno sin relleno totalmente, entonces' lo cogí para probarlo, ella me recomendó que era bueno, y lo cogí pues para ver que tal era. Cogí la etiqueta para ver el precio y si la talla era 34 C o B. Cuando vi el precio reconocí que era los que he comprado porque es el mismo precio de los que he comprado. Luego me lleve varios a medirme, porque antes mire la marca de Touche. Ahí vi uno diferente, un modelo que nunca había probado, entonces quería probármelos, a ver cómo era, el modelo me gusto porque la tela era linda y cómoda y el modelo era súper lindo, parecía un vestido de baño, era como triangular pero seguía siendo grueso arriba. Me gusta triangular porque sube. Me lleve a medir finalmente, el Touche el Leonisa y el de la marca de Tania. Cuando se lo midió tuvo en cuenta que formara bien, que levantara, que me recogiera bien todo, que no se me salieran por todos lados y que me ormara bien en la espalda, porque mucho me quedan grandes ahí, sin embargo ninguno le encanto. Al final, estaba viendo si había nuevos colores de las tangas que siempre compro, que son de marca Tania, y le pregunte que si habían traído nuevos? Y me dijo que estaban variados. En las tangas si me gustan los colores que sean

| | | |
|--|--|---|
| Material de las prendas | <p>lindos porque no va a haber un pantalón que sea transparente y se vea, en cambio en camisas si se ve si el brasier es de color.</p> <p>No le gusta que sea de mayita porque si la ropa si es de lycra se puede pegar ahí y se ve la mayita. Además le gusta que los brasieres no tengan relleno además que sean de colores neutros. En cuanto a los panties, la parte de arriba sea gruesa, es un encaje ancho que no se siente, todos son súper livianitos, no marca, en la parte de abajo no le importa el color que sea.</p> | <p>Me gusta los que tienen mallita, para mí los lisos que son como algodón, esos se cuarteaban es decir que se hacen grietas en la copa, como arrugas. Antes usaba opción que es de Touche, se cuarteaban como que se rasgaban, y lo otro que deje de usar Touche, porque están hormando horrible, la teta como aplastada, no redonda sino puntuda.</p> |
| Precio de la prenda | <p>Toma la etiqueta para ver el precio, además Reconocía que era los que ha comprado porque es el mismo precio de los que he comprado.</p> | <p>porque que mi hermanita me dijo, que habían bajado de precio, por eso yo mire el precio, normalmente costaban entre 80 y 90 mil</p> |
| ¿Compran la misma marca o van variando? | <p>Siempre compro Leonisa y la marca de Tania y también y afuera Victoria's Secret aunque no es tan frecuente porque hace 3 años no voy a usa, pero este año si voy.</p> | <p>En este momento solo beespoke, Cuore, santolina, punto blanco, y ya anteriormente compraba Touche option y beespoke, pero después el de option, me salió súper malísimo, se me cuarteo la copa, y el Touche la última vez que fui, quería comprar un straples y me hormaba horrible. Las aplastaba y se veían como regadas, no redonda, y anteriormente el Touche daba mal olor.</p> |
| ¿Que tienen esas marcas que no tienen otras? | <p>La modelo de Victoria's Secret son divinas, son flacas, altas, cuerpo divino. Las modelos no son algo que me influencian a comprar. .</p> | <p>No sé, es lo que me gusta, y me siento cómoda, yo vendo santolina, cuore y tengo la facilidad de pagarlo como yo quiera, y de escoger, como que estando en mi casa más tranquilo, de pronto lo deje metidos, me antoje vuelvo y lo cojo y punto blanco que es el típico panty que es cómodo, de hilo delgado a los lados</p> |
| ¿Como es la modelo de la 1 marca? | <p>La modelo de Victoria's Secret son divinas, son flacas, altas, cuerpo divino. Las modelos no son algo que me influencian a comprar. .</p> | <p>Modelo de santolina: Siempre, como una mujer delgada, joven, con buena figura y no voluptuosa.</p> |
| ¿Cómo es la modelo de la 2 marca? | <p>La modelo de Victoria's Secret son divinas, son flacas, altas, cuerpo divino. Las modelos no son algo que me influencian a comprar. .</p> | <p>Modelo de Cuore, o sea es joven también, pero como Cuore solo vende panti, entonces también, una mujer como delgada abajo, con un cuerpo chévere y armonioso.</p> |

| | | |
|---|---|--|
| Fidelidad en los aspectos del productos | Brasier: A que me quede bien, a que me recoja y alce. Panty: que no saque gordo y no apriete. | que el encaje que sea que no apreté, trato de coger cosas en algodón para que respire, es mejor que la licra, y que si es en encaje algo como stretch, o suave, que no sea duro el brasier si tiene o no encaje no me afecta mucho, pero que la copa sea redonda, y que trate de tener la mallita que te dije arriba |
| ¿A cuál aspecto le eres más fiel? | Que sea cómoda, que no apriete y que no saque gordo. | En brasier: que tenga varilla y copa redonda. El color que no sea, esos colores chillones, ni mucho menos panty: que no me apriete. |
| Fidelidad con la marca | No le es fiel a la marca, si me queda bien esa nueva marca que me mostró, me quedo con esa, porque es lo que estaba buscando, pero me quedaba ancho de espalda, entonces se deformaba la copa. Si me quedo con la marca con el que me haya quedado mejor. | |
| Personificación | | |
| Marca 1 | Leonisa | Cuore |
| Sexo | Mujer | Mujer. |
| ¿Cuántos años tiene? | Es una mujer de 27 | |
| ¿Cómo se viste? | Depende para donde vaya. Por ejemplo? Tacón, falda de tubo y camisa para la oficina. Si esta de fin de semana, Blue jean, valetas, botas, saquito. | moderna, con lo que esté de moda |
| ¿Qué le gusta hacer? | Trabaja. Es una mujer trabajadora, va a la playa y hace ejercicio. | |
| ¿Cómo se ve físicamente? | Tiene buen cuerpo, es flaca, es talla 34, es bronceada, piernas largas, pelo café, cejas y ojos cafés. | Por general, son niñas en el colegio, en la universidad, que están empezando a trabajar, y hay mamás, que también la usan. Puede ser desde una flacuchenta, a una gordita, porque la verdad, es que Cuore, como te digo, el elástico no saca |
| ¿Con quién vive esta persona? | | Puede ser, con sus papas, o viva sola, o con su novio, esposo |
| ¿Qué hace para divertirse? | Va a cine, a rumbear, o sea fiestas, cocteles también. | Gimnasio, va de rumba, y no sé que mas |
| ¿En donde vive? | Bogotá | Es internacional, está en Venezuela, panamá |

| | | |
|-------------------------------------|--|--|
| ¿Cómo es su personalidad? | Es espontanea, abierta, femenina y coqueta. Como en su alegría, en que es abierta. Es sociable, a las personas. | Extrovertida, amigable, |
| ¿Cómo son sus amigos cercanos? | Son mujeres como ella, o que quieren ser como ella, también tiene amigos hombres. De pronto que sea muy clásica. | Extrovertidos, de pronto mayores que ella, ya |
| ¿Qué defectos tendría esta persona? | | |
| ¿Estrato socioeconómico? | 5-6. | |
| Marca 2 | Ímpetu | beespoke |
| Sexo | Mujer | Mujer. |
| ¿Cuántos años tiene? | 30 años. | 23 |
| ¿Qué le gusta hacer? | Trabajadora también, es mamá. | Casual, con la moda no con la moda, relajada, elegante cuando se tiene que vestir elegante |
| ¿Cómo se viste? | | |
| ¿Cómo se ve físicamente? | Me la imagino delgada, con buen cuerpo, alta, pelo negro, pero no es bronceada, es blanca. No es tan flaca como la de victoria's Secret, más acuerpaditas. | Buen cuerpo, buen busto, que sea como redondo, porque, obviamente por lo de la copa, y que puede tener poquito o mucho, pero se le va a ver bien, ya |
| ¿Con quién vive esta persona? | Con su esposo y sus hijos. | Con sus primos, familiares, porque estudia |
| ¿Qué hace para divertirse? | No se, no la tengo tan clara, descansar, pero también divertirse, ir a cine, no rumbear tanto, ya no es de esas salidas. | Sale a comer, va al gimnasio, invita a sus amigas a pataconadas |
| ¿En donde vive? | Bogotá | Bogotá |
| ¿Cómo es su personalidad? | También es sociable, femenina, no tan alegre o espontanea. Es femenina pero no tan juvenil, la otra es más juvenil. | Alegre, extrovertida, llena de juventud |
| ¿Cómo son sus amigos cercanos? | Mujeres como ella, hombres mayores. | Divertidos, ya trabajan, jóvenes, pueden llevarle un año, dos años y ya |
| ¿Qué defectos tendría esta persona? | | Se estresa rápido por cualquier problema. |
| ¿Estrato socioeconómico? | 5 | |
| Marca 3 | | Punto blanco |
| Sexo | | Mujer. |
| ¿Cuántos años tiene? | | 23 |
| ¿Qué le gusta hacer? | | |

| | |
|-------------------------------------|---|
| ¿Cómo se viste? | A la moda, y lo que le guste y crea que se le ve bien |
| ¿Cómo se ve físicamente? | Saludable, delgada, Que se cuida, que va al gimnasio come bien, pero va desde que queme bien hasta que hace ejercicio |
| ¿Con quién vive esta persona? | Con hermanos, familia |
| ¿Qué hace para divertirse? | Sale a comer, rumbea, ir al cine |
| ¿En donde vive? | Bogotá |
| ¿Cómo es su personalidad? | Extrovertida, buena gente, y ya |
| ¿Cómo son sus amigos cercanos? | Alegres, calmados con los pies en la tierra |
| ¿Qué defectos tendría esta persona? | Estudia demasiado, y se estresa mucho por cualquier pendejadita |

| Participantes | | |
|---|--|---|
| Preguntas | J. H | C. G |
| ¿Cada cuanto compra? | cada vez al mes | 3 meses |
| ¿Cómo llevas acabo esa compra? | Voy al sitio, doy una vuelta, miro as opciones, escojo las que más me gustan, me las mido, y tomo la decisión. | La mayoría, la compro por catalogo, o por almacenes, y me mido muchas veces si es en almacén, muchas cosas, hasta que este del todo convenida, y me demoro mucho escogiéndola |
| ¿Buscas asesoría? | | |
| ¿En dónde compras? | Gef, Tania, cadenas de almacenes como Carrefour | En Leonisa, compro, he comprado en Estados Unidos, en tiendas de Estados Unidos, y no sé cómo, en supermercados, éxito, |
| Aspectos positivos del 1 lugar mencionado | Variedad en colores, en modelos, diseños y precios | Porque son más baratos, me parecen muy cómodos, y porque es más fácil. |
| ¿Aspectos negativos del 1 lugar mencionado? | Los brasieres de punto blanco y Gef son para niñas muy planas | Que hay mucha gente, y que hay cosas de muy mala calidad. Que hay cosas de mala calidad, que se dañan muy rápido o hay ropa muy fea. Esto lo veo en los supermercados, cuando compro las marcas más típicas y más comunes por ser más barato. |

| | | |
|---|--|--|
| ¿Aspectos positivos del 2 lugar mencionado? | cadenas: precios | Me gusta, que me atiendan bien, me gusta que tengan variedad, muchas tallas, también porque, esos son los sitios más fácil de ir, además del precio que tienen, que es muy bueno |
| ¿Aspectos negativos del 2 lugar mencionado? | A veces no se puede medir las cosas en las cadenas. | |
| ¿Aspectos positivos del 3 lugar mencionado? | | |
| ¿Aspectos negativos del 3 lugar mencionado? | | |
| ¿Vas algún otro lado? | | Punto blanco-gef |
| ¿Con quién compras? | Con la mamá | Sola, con amigas o con mamá |
| ¿Conoces otro sitio en Bogotá donde venden ropa interior? | Woman secret, | Conozco, Touche, conozco leonisa, tania, punto blanco, Gef. Pero |
| ¿Por qué no entrar al primer almacén? | Ha entrado a mirar pero nunca se ha tomado el tiempo de comprar ahí. | No compro ni en Touche ni en Onda de mar porque son muy caros, aunque me guste la calidad. |
| ¿Por qué no entrar al segundo almacén? | | por precio |
| ¿Por qué no entrar al tercer almacén? | | Por precio y porque ya todo el mundo lo tiene. |
| ¿Hay relación entre el lugar de la compra y lo que compra? | | |
| ¿Con quién va? | No. Pero en algunos lugares uno se toma más el tiempo para mirar. Por ejemplo en las cadenas uno se toma menos el tiempo de mirar. En gef más. | cuando voy a punto blanco, como los tops para hacer deporte, o para la pijama, o algo así, y calzones mucho, porque me gustan mucho, porque son cómodos y ya |
| En los proceso de compra que tú has hecho de ropa interior en algún momento ha participado un hombre. | Con la mamá porque siempre va a haber más confianza. | Sola, con amigas o con mamá. |

| | | |
|--|--|--|
| ¿Qué es lo bueno que vaya un hombre? | Evidentemente iría con amigas para que me digan qué se ve bien. Qué esta chévere, qué les gusta. | Una vez fue con el novio a punto blanco. |
| ¿Qué sería lo malo que vaya un hombre? | Con hombre no iría. | Que el novio le dice qué le gusta entonces puede escoger a partir del gusto de él. |
| ¿Qué tanta información busca usted antes de comprar una prenda interior? | lo principal son experiencias previas, también están las publicidades y las vitrinas | Que a veces no les gusta nada |
| ¿Qué tipo de información buscas en la primera fuente de información? | Mamá | 1. experiencias propias anteriores. 2. vitrinas. 3. afiches 4. Catálogos, 5. Revistas. 6. tendencias, 7. Amigas. 8. mi mamá. |
| ¿Qué tipo de información buscas en la segunda fuente de información? | experiencias propias | |
| ¿Qué tipo de información buscas en la tercera fuente de información? | Revistas | en internet me gusta mucho como entrar a chismosear paginas de ropa |
| ¿Qué tipo de información buscas en la cuarta fuente de información? | Vitrinas | Mamá le da consejos. |
| ¿Qué tipo de información buscas en la quinta fuente de información? | | |
| ¿Cuál de esas fuentes le da mayor importancia? | Mamá | |
| ¿A cuál de esas fuentes le das menor importancia? | | |
| ¿Aspectos que tiene en cuenta a la hora de comprar ropa interior? | Tendencias | |

| | | |
|--|--|--|
| ¿Que paso en el lugar de compra? | Comodidad, por modelo y porque eran lindos (Esto es importante) en colores y en diseño. | La forma, me gusta que sean cómodos, los colores, también por el diseño, me gusta que sean chéveres y llamativos, y por económicos también |
| Material de las prendas | Primero dio una vuelta larga para qué había. Miró las secciones a ver qué le gustaba. Escogió, se lo midió y lo compró. Mira principalmente los diseños y la forma que le queda y colores. | Ver los colores que me llamaban más la atención, mirar las formas, las modelos y ya, después de todo lo que había cogido, cual me llamaba más la atención, y luego medirme a ver como cuales me quedaban mejor, cuales se me veían mejor |
| Precio de la prenda | | |
| ¿Compran la misma marca o van variando? | no menciona mucho | Es la tercera opción que mira después del diseño y que le quede bien. |
| ¿Que tienen esas marcas que no tienen otras? | variado, Tania, Éxito, Gef | Normalmente si, o si no, en Estados Unidos |
| ¿Cómo es la modelo de la 1 marca? | | |
| ¿Cómo es la modelo de la 2 marca? | Que son muy lindas y atractivas. Las de Gef son niñas muy planas que no tienen tanto busto, entonces la ropa está diseñada para gente así. | Yo la verdad, poco me fijo, la verdad me parecen que son divinas, huy esa vieja esta divina, el cuerpazo, pero de resto no me fijo mucho |
| Fidelidad en los aspectos del productos | la de las cadenas son niñas normales, de bustos promedios | |
| | Punto blanco por diseño y comodidad. | me ha pasado, me acuerdo que una vez compre unos brasieres, al principio me quedaban súper bien me encantaron, pero se dañaron súper rápido, y fui a comprar dos más, fue como no sé, la única vez, no tengo presente, yo también trato como de cambiar, probar como cosas nuevas |
| ¿A cuál aspecto le eres más fiel? | | |
| Fidelidad con la marca | Tanga, en brasier le gusta cambiar porque a veces encuentra algo más cómodo que el modelo anterior que utilizaba. | La comodidad: calzones chiquitos o cacheteros que no se marquen y nada me parecen lo mas cómodos, me encantan los calzones con encaje en los bordes, entonces eso no lo cambio, yo siempre trato de buscar esos calzones. En brasieres los colores, solo compre blanco negro y beige |

Personificación

| | Marca 1 | Punto blanco | Punto blanco |
|----------------------|---------|---|---|
| Sexo | | Mujer | Mujer |
| ¿Cuántos años tiene? | | | 30-40 |
| ¿Cómo se viste? | | cosas pegadas, juvenil fresca, como con jeans, botas, camiseta y saco o chaqueta (abrigo) | muy juvenil, muy moderna, o a veces muy tradicional |

| | | |
|-------------------------------------|---|---|
| ¿Qué le gusta hacer? | Le gusta estar con sus amigos y tener vida social. Es publicista, hace copias en una agencia. | deporte vida social, Salir de fiesta |
| ¿Cómo se ve físicamente? | Es una niña flaca con poco busto, pocas nalgas. Atractiva | Chévere, toda juvenil, que le gustan las cosas distintas, llamativa porque todos los colores de punto blanco, son llamativo y la comodidad. Se vestiría muy juvenil, muy moderna, o a veces muy tradicional, podría ser como de las dos un poco,. |
| ¿Con quién vive esta persona? | con su familia (papas) | |
| ¿Qué hace para divertirse? | sale de fiesta vive en el norte | sale de fiesta con sus amigas en Medellín, es una paisa muy linda, y como sería su personalidad, que todo le parece chévere, que no se queja por nada, súper cómoda, que le gustaría todo bien chévere, y ya |
| ¿En donde vive? | | dinámica activa |
| ¿Cómo es su personalidad? | alegre, sale con amigos, espontánea | |
| ¿Cómo son sus amigos cercanos? | Muy plays, sociables, que les gustan las cosas de marca, que le gusta ir a un club. | chéveres, lindas todas, cuerpos lindos todas, que les gusta todo lo llamativo |
| ¿Qué defectos tendría esta persona? | Que es muy facilista. | Se daña muy rápido: Como entonces se aburre y chao y cosas así. |
| ¿Estrato socioeconómico? | Alto | 5, va subiendo al seis con su empresa de ropa deportiva. |

Participantes

| Preguntas | D. G | M.U |
|--------------------------------|--|---|
| ¿Cada cuanto compra? | No tengo una fecha exacta, porque como vendo cuore y santorina, que son ropa interior, cada que salga una colección que me gusta, cojo algo que me gusta, puede ser cada mes. | Cada 6 meses seguro, pero si en el transcurso de los 6 meses veo algo que me gusta lo compro, y eso normalmente pasa. A veces cuando no veo de primerazo algo que me guste o le preguntó a la señorita cuales son los modelos de mi talla, porque a veces no hay de todos los modelos, todas las tallas o le digo como lo necesito, le pregunta que donde están eso, miro todos los modelos, recorro toda la tienda mirándolos, toco la tela, después los que me gustan me los mido, me miro en el espejo, a veces me mido por segunda vez el que más me gusto, para ver como se me ve, miro los precios, si no tengo tanta plata compro el |
| ¿Cómo llevas acabo esa compra? | Ya sé cómo me horman, miro la tela, cojo el que me gusta en el sentido de los colores, la colección el estampado y ya, no me lo mido ni nada, ya se cuales son los modelos y estilos que me quedan bien. | |

más barato, y dependiendo si es el algún periodo de los 6 meses, me compro los que necesito, por lo menos son dos o tres, pero si es entre meses y no necesito comprar por necesidad, pues me compro uno.

¿Buscas asesoría?

¿En donde compras?

santorina y cuore, voy a punto blanco, para comparar lo cacheteros, como almacén voy a tania para los brasieres.

Normalmente en Touche o Victoria Secret, pero si es sumamente necesario y estoy de afán porque no tengo tiempo, voy a Tania en Palatino.

Aspectos positivos del 1 lugar mencionado

Tania, tiene varias marcas como Touche, Tania, Leonisa, los precios son accesibles y de buena calidad.

Los aspectos positivos de Touche es que la ropa está bien exhibida, la tienda es muy ordenada, hay unas pequeñas mesas en la mitad exhibiendo accesorios, pero el resto está colgado en las paredes ordenadamente, no es desordenado. Los vestieres son cómodos, la ropa es de un estilo más tradicional, mm no sé bien como decirlo, son clásicos, pero no clásicos, porque no son tan exóticos, pero hay gran variedad dentro de la gama. La variedad, que son lindos, la calidad, que atienden muy bien, que es limpio

Aspectos negativos del 1 lugar mencionado

No, me parece un almacén acogedor, agradable, que atienden bien, la verdad en el Tania de Bogotá, no me pareció tan acogedor, no es tan cómodo como el de Cartagena.

De Touche, lo negativo, es que son muy caros y puede que en alguna temporada puede que no haya nada que me llame la atención.

Aspectos positivos del 2 lugar mencionado

Tania que me queda cerquita, que es muy barato.

Aspectos negativos del 2 lugar mencionado

Tania: no me gusta el sitio, no me gusta el orden, todo está amontonado, apeñuscado, no se aprecian las cosas, no hay tanta variedad, no es tan lindo, la ropa interior.

| | | |
|---|---|---|
| Aspectos positivos del 3 lugar mencionado | | Victoria secret: a veces hay variedad, hay desde tradicionales y clásicos, hasta muy exóticos, entonces sé que puedo encontrar mis clásicos en ese sitio, son de un precio razonable, están entre el precio de Tania y el precio de Touche, hay muchas promociones y hay cosas lindas, entonces en vacaciones cuando voy salgo de la tanda de ropa interior por un tiempito. No se me parece que hay de todo, lo bueno de comprar ahí, es que son de buena calidad, son relativamente baratos y que hay variedad. |
| Aspectos negativos del 3 lugar mencionado | | Victoria Secret es que es muy apeñuscado, todo es desordenado, nadie lo atiende bien a uno, no llama la atención ir mucho porque es un desastre, uno va porque sabe que hay cosas buenas que le pueden servir. Es muy desordenada, no dan ganas de comprar ahí, es todo rosado, hay muebles en la mitad lleno de calzones y brasieres que están en promoción, las paredes y los muebles están llenos de cosas en promoción, hay mucha contaminación visual fea. |
| ¿Vas algún otro lado? | No. | no. |
| ¿Con quién compras? | Con mi mama. Más que todo en cuanto a los brasieres, me gusta porque uno siente y cree que la mamá quiere lo mejor para uno, no te va a dejar comparar algo que no se te vea bien, te dirá si la copa se ve grande o pequeña, la mamá es la que de verdad te va a decir si es para ti o no. Me da seguridad al escoger la prenda. | Normalmente con mi mamá o sola o con mi hermana. Porque cuando voy con mi mamá, ella paga y ella también va a comprar, entonces salimos de eso de una, con mi hermana, nos aconsejamos, nos ayudamos a escoger lo más lindo, porque ella también necesita. |
| ¿Conoces otros sitios en Bogota donde venden ropa interior? | Touche, punto blanco como almacén independiente, calvin Klein, y yo creo que ya. | Leonisa, womens secret, gef, punto blanco y ya. |
| ¿Por qué no entrar al primer almacén? | No he entrado a esos lugares porque no he tenido la necesidad ya que vendo ropa interior, me queda más cómodo para pagar la ropa, me gusta bastante el modelo, la tela, además de que me sale más económico. | Leonisa me parece muy lobo. No me gusta su ropa interior, me parece terrible la ropa. |
| ¿Por qué no entrar al segundo almacén? | | Y de gef y punto blanco, pues para las camisas de tiras si sirve, pero la ropa interior puede que sea linda, pero nunca he ido en el plan de comprar ropa interior, tengo otros almacenes de mi preferencia, |

¿Por qué no entrar al tercer almacén?

Y women secret, pero veo de baja calidad la ropa interior.

¿Qué tipo de mujer es la marca?

En touche, a personas que están bien económicamente, porque sus precios son más caros en comparación a otras marcas, en cuanto a punto blanco, mujeres que buscan ropa deportiva, más que todo para hacer ejercicio, es una ropa que es cómoda, de buena calidad, dura mucho, en Tania todo tipo de personas, de clase baja, alta, media, porque hay variedad para escoger en cuanto a precios y calidades. No pues aparte de lo que te dije por la comodidad de que yo venda ropa interior, facilidad para el pago.

Leonisa: Para mujer latina jaja, para mujer voluptuosa y exhibicionista. Gef: Para niñas más chiquitas. Womens secret: no se para que tipo de mujer es. A quien te imaginas entrando a este almacén? Menos exquisitas en su gusto en cuanto a la ropa interior.

¿Hay relación entre el lugar de la compra y lo que compra?

Le parece bueno que Tania sea un espacio grande y maneje tantas marcas porque la persona puede conseguir cosas de buena calidad y de diferentes precios, puede elegir que prenda le queda mejor, porque cada marca tiene su estilo o dependiendo de la colección saca su moda, en cambio en un sitio que venden variedad de marcas, hay más opciones, hay más variedad de copas, hay unos que les gusta más redondas otras que les tape menos y así, ya cada marca lo maneja a su modo.

Si hay relación, digamos en Touche, siento que la marca, el nombre, el sitio, la estructura del sitio, como está diseñado el sitio corresponde con lo que se vende, el estilo está muy bien puesto.

¿Con quién va?

Con mi mama más que todo en cuanto a los brasieres, me gusta porque uno siente y cree que la mamá quiere lo mejor para uno, no te va a dejar comparar algo que no se te vea bien, te dirá si la copa se ve grande o pequeña, la mamá es la que de verdad te va a decir si es para ti o no. Me da seguridad al escoger la prenda.

Normalmente con mi mamá o sola o con mi hermana. Porque cuando voy con mi mamá, ella paga y ella también va a comprar, entonces salimos de eso de una, con mi hermana, nos aconsejamos, nos ayudamos a escoger lo más lindo, porque ella también necesita.

En los proceso de compra que tú has hecho de ropa interior en algún momento ha participado un hombre.

Nunca lo he hecho con un hombre, soy un poco tímida, me parece que es algo muy personal, uno siempre los tiene en cuenta cuando va a comprar la ropa interior, uno piensa que le va a gustar o no, pero ir a comprar con él, no me parece bien, me da pena, me parece incomodo,

Mi papá una vez, pero para pagar. Lo bueno de ir con mi pareja es que me conoce, que tenemos confianza, sé que cuando me estaría respondiendo eso, me lo estaría respondiendo por lo que él sabe que me gustaría a mí, como también por lo que le gustaría a él, mi tipo de relación es abierta en ese sentido, que sería muy chévere porque hay mucha confianza.

¿Qué es lo bueno que vaya un hombre?

| | | |
|---|---|---|
| <p>¿Que sería lo malo que vaya un hombre?</p> | <p>Además el hombre va a querer escoger la prenda como a el le guste y de pronto esa no es la que a ti te parece cómoda.</p> | <p>Y que sería lo malo de que te acompañara tu pareja? Uno no puede sorprenderlo.</p> |
| <p>¿Qué tanta información busca usted antes de comprar una prenda interior?</p> | <p>Escuchar buenas comentarios, que tal es la copa, la calidad de la tela, qué tanto dura, cómo se debe lavar, cómo se deben guardar los brasieres para que no se dañen.</p> | <p>Amigas, internet, vitrina, revistas, hermana menor, experiencias propias, catálogos especializados.</p> |
| <p>¿Qué tipo de información buscas en la primera fuente de información?</p> | <p>Mamá: si ella ha comprado brasieres en el último meses o antes de que yo vaya a comprar, le pregunto cómo le fue con esa marca.</p> | <p>Amigas: Que a veces me dicen que vieron algo lindo, que hay promociones, que el diseño de tal sitio estaba muy bonito que debería ir a verlo, o que los estilos y eso.</p> |
| <p>¿Qué tipo de información buscas en la segunda fuente de información?</p> | <p>Hermanas mayores: busco el consejo sobre cómo se me pueda ver o le pregunto que ha escuchado de sus amigas, que prendas han comprado sus amigos, que tal es la marca que pienso comprar o sobre la que he escuchado.</p> | <p>Internet: Ver catálogos, ver los diseños que hay en los diferentes puntos antes de ir al punto de venta.</p> |
| <p>¿Qué tipo de información buscas en la tercera fuente de información?</p> | <p>Amigas: les pregunto que brasier utilizan, como les ha salido, como es la tela, la calidad, el precio.</p> | <p>Vitrinas: El modelo que esta exhibido ahí, a ver si me llama o no.</p> |
| <p>¿Qué tipo de información buscas en la cuarta fuente de información?</p> | <p>Vitrina: cuando estoy en centros comerciales con mi mama, me acerco, observo con ella, miro si la tela o calidad y sus detalles me gustan.</p> | <p>Experiencias anteriores: calidad .</p> |

¿Qué tipo de información buscas en la quinta fuente de información?

Hermana menor: A ver si me verá bien o no, preguntarles si les parece lindo.

¿Cuál de esas fuentes le da mayor importancia?

Le doy mayor importancia a mi mama porque confió en ella y sé que no me va a aconsejar mal.

Vitrinas, hermanas, amigas y experiencias anteriores. No sé porque me parecen confiables.

¿A cuál de esas fuentes le das menor importancia?

Mis amigas son las que menos tengo en cuenta, porque los gustos son distintos, a ellas les puede parece buena calidad, a mi de pronto no, siempre va a haber algo que no encaja muy bien.

Y a las que menos les doy importancia es al radio, televisión (sección farándula). Además no se me ocurre que tienda de ropa interior pondría propaganda en radio, me parece chistoso.

Aspectos que tiene en cuenta a la hora de comprar ropa interior

La tela, el precio, la calidad de la tela, los colores en cuanto a los brasieres.

Entre a touche, me parece agradable el sitio para estar, estaba tranquila, mire con calma la ropa interior, si me gustaba uno, me acercaba lo miraba bien, tocaba la tela a ver si me gustaba o si no me gustaba, ahorita pase por cuatro que me gustaron, pero no quería de ese color tanto porque ya tenía gris y negro, y vi dos que me parecieron muy lindos, pero me llamaron mucho más la atención el diseño y la tela del que vi. Qué pasa con los colores, son importantes para ti? te gusta que tengan que tipo de diseños? prefiero que tengan un tipo de diseño, la tela tiene que ser suave, delicada, como que tenga encaje, nylon. La orma, era con un poquito de copa, me parecen más cómodos los que tienen copa.

¿Qué paso en el lugar de compra?

Ubicamos el almacén Tania dentro del centro comercial andino, primero lo buscamos para ver donde quedaba, luego entramos, al entrar vimos más o menos la vitrina que estaba puesta, al entrar trate de ubicar la marca que me gusta, no la encontraba, pero mi acompañante fue la que la ubicó, luego consulté con una asesora, me ayudó a buscar el brasier, me ayudo con los colores, inicialmente me dio uno rojo que no era de mi gusto, luego me mostró uno negro, me lo medí, no me gustó la horma, no me convenció como me hormo la copa. Qué fue lo que no te gustó o no te convenció de esa horma? Que la copa era como muy grande, no se me veía bien, mi acompañante opino lo mismo que yo, que se me veía como grande como raro. Salimos lo entregamos, preguntamos el precio, seguimos viendo detenidamente otras marcas como touche, su última colección y luego salimos del almacén. Yo pude ver que entraste a tania muy decidida en cuanto a lo que quieras, querías ver un brasier negro y de bespoke, no estuviste muy interesada en observar otras marcas, en cuanto a los pantys solo miraste los que tenían encaje en la parte de arriba, que no se marcaban mucho. Bueno me mencionaste mucho que te gustaban mucho los brasieres de bespoke porque tenían un encaje en la tira, resaltando que no te gusta que tengan encaje en todo el brasier, te gusta esa marca porque el precio es exequible, de buena calidad y dura.

Me concentre en los brasieres, me medí el que escogí, me encanto, cumplió con mis expectativas, que fue lo que más te gusto? El color, el diseño, me sentía y me veía bien con él. Que paso con los pantis? Qué viste? Me gustaron más otros de otro conjunto, al principio no me llamo tanta la atención, pero despees viéndolo bien me gustaron mas. Y qué fue lo que te gusto? la tela y el diseño. Llegue y pedí asesoría, dije que venía a buscar un conjunto en mi talla, pregunte cuales habían llegado, fui a la sección de los nuevos y me quede ahí escogiendo, vi que tallas habían, me lo fui a medir, cuando me lo estaba midiendo le pedí ayuda a mi acompañante, porque no lograba abrocharlo bien, le pregunte que como se veía? Me dijo que bien, así que decidí comprarlo.

Material de las
prendas

Precio de la prenda

| | | |
|--|--|--|
| ¿Compran la misma marca o van variando? | <p>Antes siempre utilizaba touche y me adelgace y cuando fui a comprar nuevos brasieres, en touche me quedaban grandes, la copa se veía puntiaguda, entonces compre beespoke porque mi mamá hace dos meses lo había comprado y le habían salido muy buenos estaba contenta con esos brasieres.</p> | <p>Mis marcas son victorias secret y Touche, Tania, es por pura necesidad, he tenido que comprar solo como uno</p> |
| ¿Qué tienen esas marcas que no tienen otras? | <p>Touche: las modelos son muy delgadas, en la mayoría de los catálogos tienden a ser trigueñitas, pelo rubias y también pelo oscuro, hay más variedad de ropa porque tienen vestido de baños, salida de baño, pijama, interiores, las vitrinas son muy organizadas, es un almacén que es muy claro no es oscuro. Me fijo en las modelos, en los afiches y vitrinas, aunque no influyen en mi compra, me fijo mucho cuando son vestidos de baños y salidas de baño, ahí si me dan ganas de comprar al verlas a ellas, pero en ropa interior no. Porque me gusta mucho la playa, el sol, me gusta ver como se les ve a las modelos.</p> | <p>Victoria secret: Alta, muy flaquita, plana, casi todas, hay alguna tetonas, digamos que normalita, piernas largas y linda. No, pues se la veo y me parece linda, pero no es lo que me influye, porque se le puede ver linda a ella y a mi terrible. A veces siento que todo el mundo manosea la ropa.</p> |
| ¿Cómo es la modelo de la 1 marca? | <p>Touche: Es flaca, normalmente con el pelo café, no he visto con pelo mono, es más plana y más alta que la de victoria secret. Pues veo los catálogos, veo que se le ve lindo a la modelo y de pronto digo uy esto se me podría ver bien porque soy igual de plana, pero no influye mucho, si me parece que se le ve divino, digo uy voy a probármelo a ver como se me ve, pero influye más en que como se me ve a mí que como se le ve a la modelo.</p> | <p>Touche: Es flaca, normalmente con el pelo café, no he visto con pelo mono, es más plana y más alta que la de victoria secret. Pues veo los catálogos, veo que se le ve lindo a la modelo y de pronto digo uy esto se me podría ver bien porque soy igual de plana, pero no influye mucho, si me parece que se le ve divino, digo uy voy a probármelo a ver como se me ve, pero influye más en que como se me ve a mí que como se le ve a la modelo.</p> |
| ¿Cómo es la modelo de la 2 marca? | <p>En el panty miro que adelante sean anchos, grandes. En cuanto al hilo me gusta que sean anchos adelante, que en la cintura sean gruesos, que no sean delgaditos y que el hilo no sea tan delgadito sino que sea gruesito. En el brasier, me llama la atención el encaje y la copa. Y te que llama la atención de ese tipo de copa? La calidad del material, era suave, delgado y se veía de muy buena calidad.</p> | <p>Que la tela sea suave, una buena calidad, diseño que tenga varilla, solo que tenga varilla, el color, el diseño de la tela y del brasier. Que la tela sean más suavitas, más delicaditas.</p> |
| Fidelidad en los aspectos del productos | <p>En el panty miro que adelante sean anchos, grandes. En cuanto al hilo me gusta que sean anchos adelante, que en la cintura sean gruesos, que no sean delgaditos y que el hilo no sea tan delgadito sino que sea gruesito. En el brasier, me llama la atención el encaje y la copa. Y te que llama la atención de ese tipo de copa? La calidad del material, era suave, delgado y se veía de muy buena calidad.</p> | <p>Que la tela sea suave, una buena calidad, diseño que tenga varilla, solo que tenga varilla, el color, el diseño de la tela y del brasier. Que la tela sean más suavitas, más delicaditas.</p> |

| | | |
|-----------------------------------|--|--|
| ¿A cual aspecto le eres más fiel? | <p>Brasier: copa, pues el encaje es una adición, aunque también le soy fiel al encaje y porqué el brasier es raro, no es uniforme, no solo tiene la misma tela, el encaje le da un toque al brasier de elegancia. Panty: La tela a que el elástico sea grueso que no te talla, no te saca gordo.</p> | <p>Brasier: buena calidad, que este bien hecho, que se vea de categoría. pantys: buena calidad, que esté bien hecho. Porque en el diseño cambio, en la tela, en los colores también cambio.</p> |
| Fidelidad con la marca | <p>Si, a pesar de que vendo santolina y cuore, tengo la facilidad de comprar otras marcas y la verdad no me llama la atención porque estoy feliz con las que compro. Le es más fiel santolina, vende pantys y brasier, pero me gusta más los pantys porque los brasieres no son de copa son de varilla, eso es más que todo como un lujo para ponerse camisas que se le ve a uno la tira, que se vea el encaje del brasier o la tira del brasier, aunque eso no me gusta, pero va en la personalidad de la persona, me parece que uno se ve más elegante si no se le ve a uno la tira.</p> | <p>Sí, porque son de buena calidad, he tenido una buena experiencia con ellas, en victoria secret hay unos que no son de tan buena calidad, pero hay otros que sí. Si digamos a veces no tengo la plata para comprarme el brasier que quiero en touche, soy flexible a comprarme el brasier que necesito en otro lugar, pero si fuera por mí, me lo compraría en Touche siempre.</p> |

 Personificación

| Marca 1 | Beespoke | Touche |
|--------------------------------|---|--|
| Sexo | Hombre | Mujer |
| ¿Cuántos años tiene? | 32 | 28 |
| ¿Cómo se viste? | Pantalones, camisa manga larga, corbata, zapatos elegantes. | Con vestidos |
| ¿Qué le gusta hacer? | Jugar tennis, trabaja en algo administrativo, como un ejecutivo | Flaca, de 1.68, de piel ni muy blanca, pero no tan dorada, pero bronceadita, como bien, normal, pelo café, cara flaquita, orejas no tan grandes. |
| ¿Cómo se ve físicamente? | Alta, piel trigueña, ojos oscuros, pelo oscuro, ¿cómo es su cuerpo? Un cuerpo que no es gordo ni delgado, es un cuerpo saludable. | |
| ¿Con quién vive esta persona? | con su esposa | Con el novio, no mentiras no, con los papas o con el esposo |
| ¿Qué hace para divertirse? | deporte | Sale a rumbear, sale a la playa, se broncea, lee, sale con los amigos, va de paseo, hace varias cosas. |
| ¿En donde vive? | Bogotá | Francia |
| ¿Cómo es su personalidad? | Caballeroso, inteligente, ordenado, honesto | Tranquila, le gusta tomar vino, entradora, graciosa, inteligente. Trabaja en la ONU |
| ¿Cómo son sus amigos cercanos? | Ejecutivos, personas casadas, con hijos y sin hijos, serios | De todo un poquito, amigos calmados, como amigos extrovertidos y que les gusta hacer de todo y probar de todo |

| | | | |
|-------------------------------------|---|-----------|---|
| ¿Qué defectos tendría esta persona? | | | |
| ¿Estrato socio-económico? | Que es perfeccionista 5 | | Es un poquito brava y perfeccionista. 6 |
| Marca 2 | | Cuore | Victoria Secret |
| Sexo | Mujer | | mujer |
| ¿Cuántos años tiene? | 25 | | 25 |
| ¿Qué le gusta hacer? | Le gusta salir de comprar Accesorios. | | Salir con los amigos, ir a rumbear, |
| ¿Cómo se viste? | Con colores vivos, con pantalones bota tubo, camisas tres cuartos, con collares y pulseras, con muchos accesorios. | | De todo un poco, usa desde jeans hasta vestidos |
| ¿Cómo se ve físicamente? | Una mujer saludable, de estatura mediana, delgada | | Alta, flaca, mona, linda, piel dorada |
| ¿Con quién vive esta persona? | Independiente, no casada, pero no en la misma ciudad con sus papas | | sola |
| ¿Qué hace para divertirse? | Salir con las amigas a tardear | | Toma, sale a rumbiar, es más alocada. Trabaja en mercadeo y publicidad |
| ¿En donde vive? | Bogotá | | california |
| ¿Cómo es su personalidad? | Amigable, sonriente, amable, cariñosa. | | Es alegre, sincera, es más extrovertida que la mujer Touche, pero tampoco es completamente alocada, tiene sus días. Tiene amigos músicos, pero digamos tiene también más serios, de todo un poquito, pero se va un poquito más hacia lo calmado, pero de otro estilo, no calmado abuelo abogado, sino calmado, músico relajado. |
| ¿Cómo son sus amigos cercanos? | Amigas cercanas que siguen estudiando, otras una segunda carrera. Como ella serias, amables, serias en el sentido en que son responsables, juiciosas. | | Un poquito engreída. |
| ¿Qué defectos tendría esta persona? | Es gastadora compulsiva | | |
| ¿Estrato socio-económico? | 6 | | 5 |
| Marca 3 | | Santolina | |
| Sexo | Mujer | | |
| ¿Cuántos años tiene? | | | 30 |
| ¿Qué le gusta hacer? | Estar con su hijo y esposo. | | |
| ¿Cómo se viste? | Muy fashion, con la moda, siempre y cuando se le vea bien a su cuerpo | | |

| | |
|-------------------------------------|---|
| ¿Cómo se ve físicamente? | Una persona organizada, alta, pelo rubio, delgada, con hijos, |
| ¿Con quién vive esta persona? | Con su esposo |
| ¿Qué hace para divertirse? | |
| ¿En donde vive? | Medellín |
| ¿Cómo es su personalidad? | Es una persona organizada, amable, responsable, busca cumplir sus metas. |
| ¿Cómo son sus amigos cercanos? | Personas jóvenes como ella, que están empezando una vida, una nueva etapa, tener un hogar, un hijo y un esposo, a tomar riendas de sus responsabilidades. |
| ¿Qué defectos tendría esta persona? | Muy estricta en sus cosas, la perfección, su genio puede ser un poco fuerte |
| ¿Estrato socioeconómico? | 5 |

Apéndice H

Matriz de resultados por categoría de análisis

Tabla 3

Matriz de resultados por categorías de análisis

| Categoría | Sub-categoría | J.H | C.V |
|---------------------|--|---|--|
| Percepción Corporal | ¿Cómo creen las participantes que los terceros las perciben a ellas? | La familia la describiría como una persona responsable, honesta, alegre y que piensa mucho en los demás. Sin embargo cree que piensan que no apoya en la casa y que tiene mal genio, con lo cual no esta de acuerdo. Por su parte cree que las amigas la definirían como una persona alegre, tierna y divertida, con buena energía con la que vale la pena estar, pero despistada, con lo que no esta de acuerdo. En el caso de los hombres, la definirían como persona de personalidad chévere. No sabe cómo la describen físicamente. | La participante afirma que las mujeres resaltan de su cuerpo el tronco delgado y la cintura, pero también menciona que las mujeres resaltan sus caderas y nalgas grandes. Sin embargo, dicen que es muy bajita y lo representa en el ejercicio, colocando pequeñas frutas. En general pueden decir que es costeña pues sus rasgos corporales son muy voluptuosos, es decir, nalgas grandes y caderas anchas. Los hombres también resaltarían su voluptuosidad al igual que las personas lejanas. |

| | | |
|--|---|--|
| ¿Cómo perciben las participantes a los terceros? | <p>Cuerpo mujer 26- 35 años</p> <p>Describe un cuerpo general, mostrando que hay diferentes cuerpos, variando en tamaño en forma. Si es una persona gorda, seguramente las demás personas lo van a criticar. Si es una niña flaca que está dentro de los parámetros de la sociedad (según las proporciones), les va a parecer atractiva. Se va a sentir muy mal cuando hay un poco de sobre peso o cuando hay una parte de su cuerpo que le genera inconformidad. Se sentirá peor en tierra caliente y cuando ella está analizándose.</p> | <p>Menciona que a esa edad las mujeres usualmente se han operado los senos, brazos delgados, piernas largas y curvas pronunciadas. El real cambio está en los senos que son más grandes y posiblemente se ha hecho la liposucción. Las personas pensarán que esta mujer tiene buen cuerpo y desearían verse de esa manera. A los hombres este cuerpo les gustaría, les parecerá chévere, bonita y atractivo. Estas mujeres le ponen más atención a sus senos porque se los ha operado, les gusta grandes. También al abdomen porque también se lo ha operado, procura estar bonita, estar una edad en que se va a casar. Le prestaría menos atención a los brazos, porque los tiene flacos y no son tan influyentes.</p> <p>Le beneficia cualquier tipo de ropa, holgada, o también ropa pegada le queda bien, le queda bien, la ropa larga, porque es alta, o cortica porque tiene piernas largas; cualquier cosa. Cualquier ropa le queda bien porque es flaca y alta, puede ponerse calzones apretados que se vean o no, brasieres de copa o no de copa, porque tiene buena forma.</p> <p>Para tener este cuerpo ha hecho ejercicio, dieta, y operarse.</p> |
| | <p>Cuerpo mujer de 36-45 años</p> <p>El tronco cambia, es menos definido porque de pronto ya tuvieron hijos; así que va a haber más grasa acumulada tanto en las piernas como con el tronco. Esta mujer ya ha tenido hijos recientemente y por eso está así. Las personas dirán que está haciendo algo para modificar su cuerpo teniendo en cuenta que se transformó por su hijo. Le prestará más atención al abdomen porque ha tenido ya un hijo y puede que hayan quedado cicatrices o grasa acumulada. Brazos no cambian. Aunque hay unos grandes, godos, otros flacos, casi no cambian.</p> | <p>Es una mujer más gorda, con más cachetes, unos senos normales, no es la mujer voluptuosa. No es un tronco muy largo, no es una mujer muy alta, esbelta, sino más bien sin curvas, más redondita, y las piernas más rellenitas. Ya no se interesa por la dieta, no tendrá tiempo para el gimnasio, ha tenido hijos, se ve reflejado en su abdomen sobre todo</p> <p>Las mujeres cercanas, que tiene un cuerpo normal, pensarán que de pronto deba hacer dieta, o deba ir al Gimnasio y las lejanas también; pueden decir que es una mujer bonita, pero sería. El cuerpo no sería un cuerpo que quisieran imitar. Los hombres la verían atractiva, pero por el vínculo; los lejanos no la ven como atractiva. Enfoca su atención en la cara porque comienzan a salir las arrugas. A esta persona les quedaría ropa no tan ajustada, sería más holgada, no tan corta, porque también tiene las piernas más grandes y en ropa interior, le quedan bien brasieres con copa, y</p> |

que le den forma, porque ya la gravedad ha hecho efecto.

Más de 45 años

Cuando una mujer entra a una edad, todo se escurre; según los parámetros de belleza de la sociedad, esto es feo. En el estómago ya hay mucha grasa, igual que en las piernas. Esto va con el sedentarismo de la persona, porque las personas mayores tienden a hacer menos ejercicio. Entonces los demás dirán que su cuerpo es feo. La persona comenzará a presarle más atención al abdomen porque ya está escurrido. Los brazos no cambian. Aunque hay unos grandes, gordos, otros flacos, casi no cambian. Al estar todo escurrido y se va a sentir mal sin ropa.

Su cara será ahora más redondita, más cachetona. Los senos son unos más caídos, el tronco ya no es curvilíneo, sino más redonda; brazos normales. Esta mujer ya ha tenido hijos, no se preocupa por la dieta o por el gimnasio, ha vivido su vida normal, comiendo disfrutando de comer. No le presta atención a su cuerpo, aunque la gente cercana pensará que puede estar gorda que no ven la posibilidad que haga dieta o se meta a un gimnasio. Le presta más atención a su abdomen porque ya está más pronunciado; también a la cara, por las arrugas, y a las piernas también pues se ensanchan. Le queda bien la ropa holgada, que no sea muy llamativa, escotes muy pronunciados no le quedan bien. Le quedan bien brasieres que le ayuden con la forma, que le levanten, de copa con relleno, con varilla. Los calzones serán normales, con lo que se siente cómoda, y que no sean muy apretados, que le pronuncien las caderas. No le favorecerían brasieres que no ajusten o calzones que no le recojan y le aprieten. Ya no se preocupa por nada del cuerpo pues tiene otras prioridades, como su salud, hijos, estar tranquila.

Tipologías de cuerpo

Buen cuerpo: Personas confiadas, que tienen más alta autoestima. Son adictas al deporte o tienen constitución delgada. Sin embargo, el físico atrae pero la personalidad enamora. Le puede llegar a gustar mucho el ejercicio, o tener hipertiroidismo o simplemente por constitución.

En algunos casos hay hábitos saludables, por ejemplo no comer harinas por la noche, porque son muy pesadas. Tratarán de resaltar todo su cuerpo, tratan de que se les estilice más su figura. La ropa será más pegada y ajustada; más sexy, calzones con más encaje, brasieres con más copas.

Cuerpo pera: Es una persona engreída, imponente y segura de sí mismo. Hace dieta, se cuida de harinas y dulces. Resaltaría sus piernas mientras que escondería los tobillos muy flacos, las canillas. Esta persona se pondría Hilos y brasieres de encaje.

Cuerpo delgado: Es una mujer segura de sí misma, es alegre, social; hace dieta, se cuida de harinas y dulces, o posiblemente no tenga buenos hábitos alimenticios. De su cuerpo, destacaría su abdomen y sus piernas; no escondería nada. La ropa interior que más le luce es la ropa de encaje y brasieres con o sin copa.

Sobrepeso: Son más retraídas, les cuesta más hacer relaciones. Más entradas en sí mismas.

No tienen hábitos buenos a la hora de comer. Hay otras que intentan ser saludables con dietas y ejercicios. Estas personas Tratan de que todo el cuerpo se vea tapado. La barriga, por ejemplo. Usarían un tanquini que tiene el top más largo. Con su cuerpo se siente mal, compran ropa suelta que no muestre tanto la figura. Hay otras que tienen actitud y no les importa mostrar los gorditos. En cuanto a la ropa interior, pueden fajarse o usar cosas que les ayude a taparse.

Partes gorditas y otras flaquitas.

Depende de cada persona y de lo que ha tenido que pasar en la vida. Depende de la personalidad, de la energía positiva.

Se refiere a estas personas como "gorditas". Hay personas que han tenido una vida muy dura y así tengan un buen cuerpo les van a quedar unas huellas que no se borran tan fácil. Si una gordita tiene energía positiva, es alegre y personalidad chévere va a ser feliz. Sus hábitos alimenticios serán intentando irse a la saludable pero a veces se va a los excesos. No se faja, pero si intenta tapar lo que no le guste y destacar las que sí le gusta.

Cuerpo gordo: La personalidad introvertida, de pronto con baja autoestima, come mucho, no se cuida de dulces y le gusta comer bastante. No destaca nada, de pronto su cara. Escondería su abdomen, sus piernas, sus brazos, que serían gordos. Con respecto a su ropa interior, le quedarían bien los calzones grandes que le recojan los gordos, que no aprieten, y brasieres que recojan, que reduzcan con varilla.

Cuarto de bate: Es grande, mujerona, es alta y gruesa, tiene las piernas grandes, no pasa desapercibida. Es imponente, abierta, que no le importa la otra gente. Puede cuidarse, pero también le gusta comer, hace dieta, pero le gusta comer. De su cuerpo destaca sus piernas largas, de pronto porque es alta, y destaca su tronco, como también es largo y esconde sus brazos, porque son muy grandes. Utiliza cualquier ropa interior, hilos y cacheteros le quedan bien, brasieres que cojan la forma de sus senos, porque son grandes. Su personalidad también puede ser imponente, puede ser de pronto malgeniada.

Voluptuosa: Su personalidad, es segura de sí misma, abierta, sociable, alegre, coqueta, se cuida, pero también le gusta comer. Hace dietas de dulces y eso-Destacaría su volumen, sus nalgas y sus senos. Escondería su abdomen, que puede llegar a ser voluptuoso, y de pronto si es tan voluptuoso, sus senos pueden ser caídos, y la ropa interior que le quede bien, brasieres que recojan y realcen, y también pueden ser de encaje los cacheteros, también para que le recojan las nalgas.

Auto-percepción

Cara es una de las cosas que más le gusta, con lo que más conforme está. Brazos son aspectos importantes con los que se siente cómoda; escogió la ahuyama para mostrar que tiene brazos delgados. En el pecho, escogió la cereza en símbolo de lo que ha hecho (quitarse busto) y que hace que se sienta mejor consigo misma. había burlas, maltratos e incomodidad (encorvada, no hacia deporte por molestia) entonces se operó. Tronco y barriga la describe como una de las zonas que más le incomoda; aunque

Senos redondos, pues se los acaba de operar; tronco pequeño, caderas grandes, los brazos un poquito más gorditos. Comer, bueno que he hecho, me opere, por eso tengo mis senos redondos, de resto voy al gimnasio, por eso de pronto los muslos más marcados, son gordos por eso voy al gimnasio para tener más tonificado y pues las caderas anchas eso si es de familia, contextura de familia, mi papa es de contextura ancha mis tías todas son de caderonas. No le luce la ropa interior que aprieta o marque.

se ha adelgazado quedó piel ahí y hay grasa localizada. Hace masajes y ejercicio para bajar la barriga. Las piernas le gustan, pese a que tiene un poco de grasa que está intentando bajar, por eso escoge bananos. Por detrás afirma sentir que su espalda es muy ancha, no le molesta, pero sabe que nunca va a ser "un palo". las nalgas le gustan, están paradas y no se siente tan cadera. Siente que sus nalgas se ven bien con la ropa. Considera que la gente cercana la ven más tranquila, aunque a una niña un poco gordita, "rellenita" y que tiene que trabajar más en su cuerpo. Pero lo que han visto el proceso de cerca, saben que ha logrado muchas cosas importantes y la admiran por haber logrado muchas cosas. Sin embargo cree que la gente lejana dice que ahí va una niña gordita y que qué fea. Aunque sabe que no es fea. La parte de su cuerpo a la que más le pone atención es la barriga porque ha tratado de quitársela y ha sido muy complicado, las piernas porque le gusta resaltarlas, el busto porque siguen siendo muy grandes y la papada porque siempre le ha molestado tener. A los brazos no les pone mucha atención porque no tiene ningún problema con ellos igual que su cuello. A sus ojos porque sabe que son muy lindos igual que la nariz y la boca; se siente conforme con esto. Con el cuerpo que tiene entonces considera que no tiene tanta cadera lo que le facilita ponerse jeans, las tallas de pantalón entonces no tienen que ser grandes. Compra tallas más grandes de las que realmente necesita. No le gusta medirse camisetas porque sabe que son muy pegadas en muchas ocasiones.

Ideales
estético
corporales

Cuerpo ideal

Sería muy parecido pero más delgado, sobre todo en el área de la barriga. Los brazos serían más delgados pero las piernas las dejaría igual. En el tronco quisiera verse más formado, más alineado, sobre todo en el área de la barriga. Por detrás quisiera verse más fácil, sobre todo del tronco y la cintura.

Cuerpo muy similar al de la participante pero más alargado. Puede hacer dieta y ejercicio para alcanzar ese ideal.

| | | |
|--------------------------|---|---|
| Hábitos alimenticios | No comer harinas por la noche porque son muy pesadas. Comer de todo en porciones normales, comer frutas, verduras, no alimentarse de un sólo tipo de alimentos (variar). Come pocas harinas y poco dulce y más frutas y verduras. | Hace dietas |
| Hábitos deportivos | Hacer ejercicio con frecuencia | Hacer ejercicio con cierta frecuencia. |
| Intervenciones estéticas | Disminución de senos, masajes para reducir celulitis, balón gástrico. | |
| Toma de decisión | Reconocimiento del problema | Llega al sitio, da una vuelta, mira opciones que haya, escoge las que más le gustan y le llaman la atención ahí escoge. Se las mide y decide entre esas cuál quiere. |
| Búsqueda de información | Lo principal por experiencia que haya tenido antes, las publicidades y vitrinas. Enumeró las informaciones así: 1. Mamá: consejos de qué le queda bien y qué no. 2. experiencias. 3. Revistas. 4. Vitrinas | Compra ropa interior cada 6 meses por lo menos cada vez que esta en Cartagena compra ropa interior con la mamá. Va con la necesidad pensada, entonces llega al lugar a buscar esa prenda. Llega al almacén y busca en todo el lugar la prenda que necesita. si no la encuentra pide ayuda a una vendedor. La mamá la ayuda a buscar. Compra cuando se le daña un brasieres, por ejemplo se le rompe una tira o cuando se cansa del mismo. |
| Evaluación y selección | A la hora de comprar, realiza un recorrido general del lugar para ver qué hay. Después escoge lo más bonito (se refiere a la forma y color que le gusta). Escoge lo que más le gusta, se lo midió y luego compró lo que mejor le quedó. | Opinión: Entró miró primero todo, miró una marca nueva unas cosas nuevas que no había visto antes, sintió el material. Después se acercó a Leonisa, después empezó a buscar una de las necesidades que tenía: cambiar un brasier negro de escote. Vio los diferentes escotes y se los midió. Después buscó Leonisa, tocó los brasieres para ver que no tuvieran mucho relleno. Mira el precio y la talla. Pidió ayuda a personal de la tienda; pidió un brasier sin relleno pero le dijeron que no había. |
| Hábitos de compra | Una vez al mes. Compra en: Gef: variedad en colores, modelos y diseños. Es más fácil para escoger. Precio. Lo negativo son los brasieres porque son tops; no le sirve a las personas con poco | Compra con la mamá cada seis meses en Tania, Leonisa o Victoria's Secret. Conoce La senza, Touche y cabe que en los almacenes de cadena venden productos Leonisa. 1. Tania: vestieres grandes, accesorios, almacenes |

busto. Tania: variedad en colores, modelos y diseños. Es más fácil para escoger. Lo negativo son las tallas, muy chiquitas.

Cadenas de almacenes (Carrefour): variedad en colores, modelos y diseños. Es más fácil para escoger. Precio. Lo negativo es que no se puede medir las prendas. Conoce en Bogotá Womens secret; ha entrado pero no se ha tomado el trabajo de comprar allá. Siempre compra con la mamá y nunca compraría con un hombre.

especializado, personal para ayudar, lugar amplio que facilita el paneo de la mirada. 2. Victoria's secret: es del mismo etilo, de encaje, no marca, es grueso y hay diseños bonitos. Nunca ha entrado a la Senza porque la ropa es muy colorida y con muchos diseños; prefiere ropa interior neutra. Al igual que La Senza, no va a Touche porque no se lo han recomendado, la gente cercana a ella no compra allá y es más caro. No compra en almacenes de cadena porque siempre va con mentalidad de hacer mercado, va de afán y va con el hermano. No ha comprado ni compraría con hombres porque no saben de eso, no les gusta el plan y no tienen la paciencia.

Criterios de elección

Principalmente a los diseños, a la horma, y a los colores. Siempre compra tangas y en brasier cambia, porque a veces puede comprar algo más cómodo que el anterior modelo; le gusta innovar en esto. Las modelos de Gef son niñas muy lindas, escogen siempre gente atractiva, a veces son niñas un poco planas (poco busto). Los calzones siempre los compra en punto blanco, por diseño, le gustan mucho, son muy cómodos, y los brasieres, a veces en cadenas, dependiendo, si los ha comprado ahí, se guio mucho, por experiencias anteriores.

Tiene en cuenta a la hora de comprar lo que haya sus necesidades, el precio, lo que le guste y que sea cómodo. Le interesa que Horma bien tanto en la parte del busto como en la espalda. Describe las modelos de Victoria's secrete como divinas, son flacas, altas, cuerpo divino. Sólo compra en esas tres por precio, diseños y colores. Únicamente compra brasieres con colores neutros, pero los calzones si son más coloridos. No compra algo si le aprieta, no es cómodo o le saque el gordo.

| Categoría | Sub-categoría | I.B | C.G |
|---------------------|--|--|--|
| Percepción Corporal | ¿Cómo creen las participantes que los terceros las perciben a ellas? | <p>Ella cree que la familia la define como una persona alegre, que busca el bien para los demás y que es chistosa. Las amigas, según ella la definen como el alma de la fiesta, buena amiga, que da buenos consejos y que esta siempre disponible. No esta de acuerdo que sea el alma de la fiesta. Sin embargo cuando alguien no le cae bien no le cae bien. En cuanto a los amigos hombre la participante establece que no es tanto de amigos hombres, con los pocos que tiene se la lleva muy bien y confían mucho en ella. También me puede ver como tímida, soy muy penosa cuando conozco a alguien por primera vez, soy cariñosa, pero más que todo tímida. En cuanto a lo que cree que la gente piensa de su cuerpo establece que "Que estoy gordita, como que todo el día mi mamá me dice Isabela deja de comer." Que no es la más gorda pero tampoco la modelo flaca.</p> | <p>La familia la describiría como una persona de temperamento fuerte, bastante colaborador, amable, amoroso. Sin embargo, cree que exageran en cuanto a lo que es colaborador. Dicen que no sabe establecer prioridades, pero no se encuentra de acuerdo con estas dos últimas descripciones. Por su parte cree que las amigas la definirían como una persona generosa, buena persona, pendiente de las amigas, de temperamento fuerte. La definirían igual que la familia pero como una persona muy débil; no está de acuerdo con esto. En el caso de los hombres la describirían como buena persona con todo el mundo. Un poco intensa y chismosa. Cree que dicen que es lambona, pero no se cree ser así.</p> |
| | ¿Cómo perciben las participantes a los terceros? | <p>Cuerpo mujer 26- 35 años</p> <p>A las mujeres de esta edad se les ensanchan las caderas, las piernas gruesas que son difíciles adelgazar, sobre todo a los 30 años que ya que han tenido hijos. El cuerpo se empieza a dañar, si en algún momento lo tuvo divino se empieza a dañar si tuvo hijos. La gente piensa del cuerpo de esta mujer que es lindo de pronto ya no es el cuerpo que tenía hace 10 años, mas flaca pero que es un cuerpo lindo acorde a su edad. A la parte del cuerpo que le presta mas atención es a las piernas porque son las más gordas y a la barriga porque si tiene hijos se deforma horrible con estrías. A la parte que menos le presta atención es a la cara, porque no se envejece en este momento de la vida. Le quedaría bien ropa despegada o sueltica que tape las caderas y las piernas. En cuanto a ropa interior,</p> | <p>Deja de ser prioridad cuidarse el cuerpo, entonces se engordan y dejan de tener curvas.</p> <p>Los demás le dirán que está bien o que le dirán que se cuida un poquito. Le pondrá más atención a la cara porque es lo que más se ve. Se maquillan y echan cremas. A los brazos les prestaría menos atención y las piernas porque las prioridades cambian. Si a la persona le importa su cuerpo, entonces le dará miedo saber que se está engordando y envejeciendo.</p> |

usaría brasieres de copa con punto blanco arriba porque se le empiezan a caer las tetas y abajo hilos de encaje que no saquen gordos. Las personas de esta edad deben hacer ejercicio y cirugías después de que tener hijos en la barriga y en las piernas porque le quedan gordas.

Cuerpo mujer de 36-45 años

El cuerpo de las mujeres de esta edad se va engordando sobretodo el tronco y la piernas, debido a que el metabolismo es más lento porque ya tuvo hijos y por la edad. La gente piensa de este cuerpo, que se ha engordado pero que esta bien para su edad y que sigue siendo linda. A las partes del cuerpo que le prestarían más atención sería a su cara porque se empieza a envejecer, las arrugas, las canas y a los brazos por el gordito cuando dicen chao, no le prestan atención a las piernas porque se las pueden tapar. La ropa que le quedaría bien sería, blue jeans, pantalones y ropa más señorial. En cuanto a ropa interior le quedarían bien los que ajusten y sostengan porque a esa edad se empiezan a caer ciertas partes del cuerpo, sin embargo no le quedarían bien los que aprietan y saquen gordos. Esta persona debería comer saludablemente no tanta grasas y verduras y hacer ejercicio.

Más barriga, se engorda porque tienen hijos.

Más de 45 años

Esta mujer tiene el cuerpo más gordo que se refleja en el tronco, brazos y piernas. A esta edad, es más difícil bajarse de peso porque por la edad el metabolismo es más lento. La gente piensa que esta mujer esta gorda y que no come bien. Le prestarían atención a los brazos porque están más grandes y flácidos y le prestarían menos atención a las piernas porque se las puede tapar. En cuanto a ropa, le quedaría bien a ese cuerpo cosas despegadas, anchas y señoriales. En cuanto a ropa interior,

Igual al de los 35

prendas que le recojan y sostengan. Esta persona debería hacer ejercicio pero por salud, comer saludable y menos cantidades.

Tipologías de cuerpo

Cuerpos gordos: Amargado, reprimido, tímidos, payasos, la seguridad la reflejan por medio de la forma de ser o pueden ser al contrario tímidos le cae a todo el mundo mal. Hábitos alimenticios: comería mal todo el día comida chatarra. De su cuerpo destacaría su cara si es linda y escondería todas las partes de su cuerpo porque no son lindas. Usaría fajas para verse mas recogida, top y panty que son hasta arriba.

Cuerpos contextura media: Estas personas podrían ser tímidas, o podría ser segura que no le importa casi nada. Hábitos alimenticios: A veces comería bien y a veces mal. Destacaría de su cuerpo la cara y las piernas si las tiene lindas y escondería la barriga porque tiene uno que otro gordito. Le quedaría bien ropa interior, hilos de encaje porque no sacan gordos y punto blanco o de copa dependiendo de lo que se pongan.

Cuerpo flaco: Estas personas son felices, tranquilas, seguras de ellos mismos. En cuanto a los hábitos alimenticios comerían saludablemente: verduras, frutas, carnes no comería tanta chuchería, paquetes o McDonald. De su cuerpo destacarían el abdomen y esconderían las piernas porque son muy flacas. Toda clase de ropa interior le quedaría bien a las flacas.

Flaca: No le gusta nada, no acepta nada. Andan con la dieta del apio. No comen nada, desayuna un cereal, mucha agua todo el día y convencida de dietas “pendejas”. No resaltan nada pues no tienen gracia. No les gusta usar brasier, se quedan con top punto blanco o boxer. No maduran con el cuerpo, se ven como niñas chiquitas.

Gordas: Come desproporcionado. Sólo come comida chatarra, tiene hambre todo el día, come sólo harinas o dulces. No le importa lo que opinen de ella entonces resalta cualquier cosa que ella quiere. Utilizará ropa grande, calzones grandes, nunc tanga y brasieres grandes.

Buen cuerpo: Le gustan las cirugías, se cuida mucho. Se cuida mucho con la comida y el ejercicio. Sabe qué puede comer y que no. Pero no se dedica a comer fruta y verdura solamente. Resalta todo su cuerpo porque sabe que lo puede aprovechar. Utilizan calzones chiquitos, con colores que le convienen y que resalten todo su cuerpo.

Normales: Siempre busca un equilibrio y plantea límites. Se pone límites en la comida y hace ejercicio. Sabe cuidarse pero se da permisos a veces. Si quiere tener flaca la barriga le baja a las harinas para no engordarse. Se va a poner lo que le queda bien. Si tiene piernas lindas las resalta, si tiene barriga linda se pone camisas ajustadas. Si tiene una parte gordita la esconde. Lo mismo con las piernas.

Utiliza Brasieres que la hagan ver bien, con los que ella no se sienta mal.

| | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|---|--|
| | Hábitos alimenticios | Comer saludablemente: no comer en la calle comida frita, verduras, frutas. En relación a como ella percibe su forma de ser, ella manifiesta que lo que la diferencia de las mujeres de su misma edad es que es mas madura que piensa las cosas distinta, las amigas hacen mucho ejercicio. | Conoce límites, por ejemplo pocas harinas y pocos dulces. Pero no se prohíbe todo. Aumento en la ingesta de frutas y verduras. |
| | Hábitos deportivos | Hacer mucho ejercicio. piensan más en cosas materiales, como marcas, mientras que yo no, soy cero así, yo soy lo normal ósea más sencilla. La familia es lo más importante para ella. En cuanto a lo que cree que tienen en común es que les gusta la rumba, verse a futuro. La participante describe su cuerpo como gordo sobre todo en la barriga y las piernas, manifiesta que esta conforme con su cara pero no con su tronco. Ella establece que tiene un cuerpo de contextura media porque no es ni flaca ni gorda. A la parte de su cuerpo que le prestaría mayor atención sería a sus piernas y muslos porque son grandes y gordos. No le prestaría atención a sus brazos porque es una parte del cuerpo que no se engorda rápidamente. Establece que le quedaría bien ropa fresca y ancha, ella compra la ropa grande porque le da más seguridad. En busca de información en la que da a sus hermanas mayor y en sus experiencias gordas y toda que le gusta y le dio a conocer una clase de brasier que describe un cuerpo ideal como más delgado en tronco, brazos, piernas y piernas mayores, con ombros de la encaje al actual. Era parte del cuerpo que se le prestaría mayor atención le hizo, es normal porque de la que se pueda engordar más rápido es lo que menos le prestaría que a las piernas y la participante establece como este cuerpo se podría llamar. La participante | Conoce límites, por ejemplo pocas harinas y pocos dulces. Pero no se prohíbe todo. Aumento en la ingesta de frutas y verduras. Describe espaldona (Ahuyama), con el tronco gordito, sobre todo en la cadera. Hacer ejercicio con frecuencia. Esta inconforme con la barriga. La gente cercana, creer, reconocen que se han adelgazado. Las amigas le dicen que esta muy linda porque esta flaca. la gente lejana diría que tiene un peso adecuado para su cuerpo. Le gusta cuidarse la cara y a la barriga. Cuando va a comer piensa que no se quiere engordar, entonces se controla la comida. Le molestan las estrías que tiene en la cadera. Se preocupa por el resto del cuerpo de manera equilibrada. Cada tres meses, más o menos. Compra por catálogo o por almacenes. Se mide muchas veces si es en almacén, hasta que este del todo convenida y se demora mucho escogiéndola. |
| Toma de decisión | Reconocimiento del problema | Identifica la necesidad de comprar cuando se le daña una prenda, cuando le hace falta algo por ejemplo si se me partieron unas medias, si voy a una fiesta y necesito comprar una prenda nueva. No le prestaría atención a sus brazos porque es una parte del cuerpo que no se engorda rápidamente. Establece que le quedaría bien ropa fresca y ancha, ella compra la ropa grande porque le da más seguridad. En busca de información en la que da a sus hermanas mayor y en sus experiencias gordas y toda que le gusta y le dio a conocer una clase de brasier que describe un cuerpo ideal como más delgado en tronco, brazos, piernas y piernas mayores, con ombros de la encaje al actual. Era parte del cuerpo que se le prestaría mayor atención le hizo, es normal porque de la que se pueda engordar más rápido es lo que menos le prestaría que a las piernas y la participante establece como este cuerpo se podría llamar. La participante | Conoce límites, por ejemplo pocas harinas y pocos dulces. Pero no se prohíbe todo. Aumento en la ingesta de frutas y verduras. Describe espaldona (Ahuyama), con el tronco gordito, sobre todo en la cadera. Hacer ejercicio con frecuencia. Esta inconforme con la barriga. La gente cercana, creer, reconocen que se han adelgazado. Las amigas le dicen que esta muy linda porque esta flaca. la gente lejana diría que tiene un peso adecuado para su cuerpo. Le gusta cuidarse la cara y a la barriga. Cuando va a comer piensa que no se quiere engordar, entonces se controla la comida. Le molestan las estrías que tiene en la cadera. Se preocupa por el resto del cuerpo de manera equilibrada. Cada tres meses, más o menos. Compra por catálogo o por almacenes. Se mide muchas veces si es en almacén, hasta que este del todo convenida y se demora mucho escogiéndola. |
| | Búsqueda de información | Busca información en la que da a sus hermanas mayor y en sus experiencias gordas y toda que le gusta y le dio a conocer una clase de brasier que describe un cuerpo ideal como más delgado en tronco, brazos, piernas y piernas mayores, con ombros de la encaje al actual. Era parte del cuerpo que se le prestaría mayor atención le hizo, es normal porque de la que se pueda engordar más rápido es lo que menos le prestaría que a las piernas y la participante establece como este cuerpo se podría llamar. La participante | Busca información en las revistas y sobre todo las promociones. Primero busca información en experiencias propias anteriores, la segunda vitrinas. Sería su mismo cuerpo a los gordos de quienes le da consejo a las amigas, siete amigas, ocho la mamá, porque la aconseja pese a tener gustos diferentes. Menciona internet pero en muy baja a frecuencia, chismosean páginas de ropa. |
| Ideales estético corporales | Cuerpo ideal | Describe un cuerpo ideal como más delgado en tronco, brazos, piernas y piernas mayores, con ombros de la encaje al actual. Era parte del cuerpo que se le prestaría mayor atención le hizo, es normal porque de la que se pueda engordar más rápido es lo que menos le prestaría que a las piernas y la participante establece como este cuerpo se podría llamar. La participante | Describe un cuerpo ideal como más delgado en tronco, brazos, piernas y piernas mayores, con ombros de la encaje al actual. Era parte del cuerpo que se le prestaría mayor atención le hizo, es normal porque de la que se pueda engordar más rápido es lo que menos le prestaría que a las piernas y la participante establece como este cuerpo se podría llamar. La participante |

| | | |
|------------------------|--|---|
| | <p>importancia es a las experiencias anteriores y a la que menos es la hermana porque ella es exagerada piensa que todo el mundo debe ser muy flaco y escuálido.</p> | |
| Evaluación y selección | <p>Llega al lugar y va directo a lo que necesita o de pronto ve alguna u otra cosa pero normalmente esta concentrada en buscar lo que necesita. Busco más o menos alrededor del almacén lo que necesito. Primero, vio los panties de encaje, le llamo la atención el color, luego toco la textura del encaje porque hay unos duros que sacan gordos. Luego vi unos punto blanco porque son los que usa, y se fue directo a los brasieres que necesitaba, vio unos que se le parecieron y se acerco, la señorita le pregunto que buscaba y le dijo que no habían esos entonces decidió no comprar. No le gusta que le den asesoría en el punto de venta solo cuando no encuentra alguna prenda pero no le gusta que la señora opine si le queda bien o mal porque le da pena.</p> | <p>Opinión: A la hora de comprar primero mira la forma (diseño) porque le gusta que sean cómodos. Los colores, le gusta que sean chéveres y llamativos y por económicos. Entonces en el lugar de compra lo que hace es ver los colores que le llamaban más la atención, mirar las formas, las modelos y cogí ropa para medirse. Se lo media y veía cuales se le veían mejor.</p> |
| Hábitos de compra | <p>Compra cada vez que necesita algo, no compra por comprar. La ropa interior la compra en Victoria Secret y en tania. Tania le gusta porque hay mucha variedad y porque el precio es bien no es muy caro, lo que no le gusta es que el almacén es muy pequeño en cuanto a espacio y distribución no se pueden ver bien las cosas. Victoria secret le gusta que la tienda es amplia, los colores son llamativos, las cosas están bien distribuidas está dividido por zonas, la música me gusta bastante porque esta alta y juvenil, lo negativo es que siempre esta lleno por que hay promociones. Va a comprar con la mama porque le tiene confianza y la deja ser ella, además porque es mujer. Le gusta comprar con tranquilidad, es tímida, le da pena que la vean cogiendo de pronto algo, me gusta más estar sola. No ha ido a comprar con hombres porque es</p> | <p>Cada tres meses, más o menos. Compra por catálogo o por almacenes. Se mide muchas veces si es en almacén, hasta que esté del todo convencida; se demora mucho escogiéndola. Compra en: 1. Leonisa: Barato y cómodo. Buena atención, variedad de diseños y tallas y fáciles de ir. 2. Punto blanco: Barato y cómodo. Buena atención, variedad de diseños y tallas y fáciles de ir. 3. Carreras de hipermercado (Éxito): Barato y cómodo. Pero la ropa se dañan más fácil, las marcas son las más comunes. Conoce otros lugares como Onda de Mar y Touche pero no compra allá porque es muy caro aunque reconoce la buena calidad de la ropa de allí. Usualmente compra con la mamá porque le da consejos, amigas o sola. Alguna vez fue con el novio y aunque</p> |

incomodo ver adelante de los hombre brasieres y panties, ellos sólo opinarían de apariencia. Almacén que hay en Bogotá que no entra: Gef: tienda pequeña. Touche: es caro y para mujeres mayores. Leonisa: nunca le ha llamado la atención.

le gustó que él le dice sus gustos, también fue difícil porque muy pocas cosas le gustan. No volvió a repetir compra con novio.

| | | |
|------------------------------|---|---|
| <p>Criterios de elección</p> | <p>Los brasieres que no sean extravagantes, que sean de colores simples, que sean cómodos, con los pantis que sean de encaje arriba porque es más cómodo, que no ajusta a mi cuerpo, me gustan los colores vivos. 1. Comodidad 2. Funcionalidad del encaje que no saque gordo y 3. Colores. 4. Le llaman la atención las cosas baratas el precio es importante porque le gusta ahorrar. 5. La textura de la tela le gusta lisa. Siempre compra la misma marca Victoria Secret y Punto blanco porque ya se que le queda bien. Brasier: cómodo, sencillo en los colores. Panty: Que sean lindos ósea colores y la comodidad (que sea de encaje que no saque gordo). No es fiel a la marca sino a los aspectos de la prenda tengan elástico que no saquen gordo.</p> | <p>Tiene en cuenta color, diseño y precio a la hora de comprar. Usualmente usa cacheteros o calzones chiquitos con encajes. Es tradicional con los colores de los brasieres (blanco, beige y negro). Aunque reconoce que las modelos de sus marcas favoritas son muy lindas, poca atención le pone a estas.</p> |
|------------------------------|---|---|

| Categoría | Sub-categoría | M.V | D.G |
|---------------------|--|--|---|
| Percepción Corporal | ¿Cómo creen las participantes que los terceros las perciben a ellas? | <p>El cuerpo de las mujeres de esta edad es flácido pero se engorda en el tronco, con la edad las personas se van engordando con mayor facilidad. Cree que las amigas la definen como una persona mamadora de gallo, alegre, que las hace reír pero también con las que pueden tener conflictos más. Las partes del cuerpo que le debe prestar atención son a la barriga y piernas porque se ancha, establece que como una parcerera que después de tener hijos se engordan. Es uno más una persona de confiar, pero las piernas y barriga se ponen flácidas. Le quedaría bien ropa más sobria y sencilla, como pantalones y vestidos. En ropa interior se puede poner cacheteros o unos de encaje y arriba de copa, nada que saquen ejercicio. mi mama que tengo que hacer mas dieta y comer balanceado o sea eso a veces, influye sobre lo que yo siento sobre mi cuerpo. Dicen que pueden pensar que esta buena, es decir que llama la atención de alguna u otra forma.</p> | <p>Esta mujer se caracteriza por tener un cuerpo más gordo en el tronco, piernas y cara. Las personas piensan al ver este cuerpo, que ya no tiene los mismos cuidados físicos, pues ya no hace ejercicio y cambia de prioridades, pues definirían como regañona, consuegra que centra su atención en el cuidado de los hijos, por lo que se empezaron a anchar. Le prestaría atención a las piernas y a las mangas y no le prestaría tanta atención al abdomen, usa ropa que sea ancha, con el fin de camuflar las partes que no le gustan y en cuanto a ropa interior, ese sería unos brasieres que le den forma y recoga el busto y en cuanto a los pants, usaría uno de estatura bajita, piernas gruesas y un cuerpo sano.</p> |
| | ¿Cómo perciben las participantes a los terceros? | <p>El cuerpo de esta mujer se asocia con el de una abuela, en donde la barriga, sobre barriga y piernas son gordas, flácidas y con celulitis. La gente piensa que esta mujer esta emtura y caderas estas se anchán al gorda, ya no la miran porque esta tener hijos y el busto crece. Las vieja. A esta edad ya no se le presta atención al cuerpo, hacen ejercicio pero igual no van adelgazar. En esta edad se le debe prestar atención a todo el cuerpo y no se le presta mucha atención a su busto. Le sostienen todo porque a esta edad quedaria bien ropa negra con mangas tambien, podria usar pantalón, y de pronto como el torso es más ancho, podria usar camisas más larguitas que no sean entalladas en la cintura, algo más fresco, más sueltico. En ropa interior podria utilizar cualquier tipo de encaje, menos lo de tiritas que saquen gordos. Las personas de esta edad deben hacer ejercicio, dieta y operarse.</p> | <p>Esta mujer ya es más gorda, lo cual se ve reflejado en la cara, tronco, piernas y brazos. Le prestaría más atención a las piernas. A esta edad, ya no le pone tanto cuidado al cuerpo ni a la ropa que se pone, le quedarían bien prendas como más gruesa, flácida y tiene estrias. Le pantalones y camisas anchos y en cuanto a ropa interior, le queda bien las piernas, porque se vuelven más gruesos y no le prestaría atención ni a aumentar la talla del brasier, los brazos ni a la casa, le quedaría bien ropa ancha y vestidos largos. En ropa interior, cambiaría de talla, pues sus senos aumentarían el tamaño y su forma se modificaría, lo cual la hace sentir triste.</p> |

| | | |
|-----------------------------------|---|---|
| Auto- percepción | <p>En cuanto a su personalidad, afirma que lo que la diferencia de las mujeres de su misma edad es que ella es más madura en la forma de pensar y actuar por las cosas que ha vivido y que las amiga es más caprichosas. Lo que tiene en común con sus amigas es que les gusta salir, a todas nos gusta conocer hombres, a todas nos gusta comprar. La participante describe su cuerpo como el de una pera porque tiene cintura pero tiene las piernas más gruesas y gordas. A las partes del cuerpo que le presta mayor atención son a sus piernas y los brazos porque los tiene muy gordos. Establece que no le gusta ponerse bluejeans porque le forran las piernas y las hace notar más, en cambio con los vestidos se ve el cuerpo mas repartido. No le prestaría atención a su abdomen porque no tiene mucha barriga y tiene la cintura pequeña. Le quedaría bien vestidos, camisas con mangas, siempre se viste de negro porque la hace ver más flaca y no le gusta llamar la atención. En cuanto a ropa interior, brasier normal de copa porque sostiene el busto en el puesto, y hilos con encaje, que es más gruesito, me parece más cómodo, no tiene costura, no te marca, esto influye en el cuerpo, no te talla.</p> | <p>En cuanto a como ella percibe su forma de ser, expresa que es una persona honesta, sencilla, unida, buena amiga. Describe su cuerpo como una persona de piernas anchas, considera que en general la parte inferior de su cuerpo es ancha, mientras la zona abdominal es larga y delgada. Le presta atención a sus piernas, me cuido con la comida, porque tengo problemas al ponerme blue jeans, shorts y vestidos de baño porque son muy gruesas, es por esto que se opero, aunque sigue sintiendo que las piernas son gruesas. A la parte que menos le prestaría atención sería al abdomen, ya que nunca lo ha tenido gordo. Utilizaría en cuanto a las prendas de vestir, todas aquellas que le ormen bien en las piernas y nalgas y en cuanto a ropa interior utilizaría cacheteros.</p> |
| Ideales estético corporales | <p>Describe un cuerpo ideal: brazos y piernas delgadas y tronco delgado con cintura. A la parte del cuerpo que le prestaría mayor atención sería a las piernas y a la cara porque es lo que se engorda mas rápido y a lo que menos le prestaría atención es al abdomen. A este cuerpo le quedaría bien toda clase de ropa para ella las flacas se pueden poner lo que quieran y siempre se van a ver muy bien, con mucha más clase. En ropa interior le quedaría bien de</p> | <p>Describe el cuerpo ideal como aquel que es muy delgado, especialmente en las piernas y caderas, siendo la cara no tan redonda, que tenga una cintura larga y delgada, la ropa le orma bien y se ve una persona elegante, es importante que se vea tonificada.</p> |

| | | |
|-----------------------------|--|--|
| | encaje porque es súper cómodo, fresco, lindo y no marca. | |
| Hábitos alimenticios | Hacer dieta | Dieta balanceada. |
| Hábitos deportivos | Hacer ejercicio tres veces a la semana. | Hacer ejercicio, patinar, jugar futbol y tennis, |
| Intervenciones estéticas | La operación no dura para siempre, no creo mucho en la operación, o sea como que para mí la lipo debe ser para una flaca que se quiere quitar los gorditos de demás pero para mí a una gorda no la va adelgazar. | Se hizo cirugía para quitarse los conejos, pues se veía al espejo y a veces lloraba, siempre se ponía cacheteros, porque pensaba que le taparían más y después de la cirugía comenzó a usar tangas. |
| Toma de decisión | Identifica la necesidad cuando se va a ver con un hombre o porque cada vez que sale le gusta tener algo nuevo. | al vender ropa interior, cada vez que ve algo lindo, en las nuevas colecciones, que salen cada 3 meses, aprovecha y se lo compra. |
| Reconocimiento del problema | | |
| Búsqueda de información | Busca información en vitrinas, catálogos, en internet, y con amigas. Además estudia diseño de moda y ve que sus compañeras han hecho pantis y brasieres en corsetería. En los catálogos busca diseño y color. En internet se mete a victoria secret para ver lo que ha salido nuevo. En las vitrinas, porque te llama la atención lo que está tu puedes ir y ver, si te gusta o no. Las amigas porque le ve algo y le puede gustar. La fuente de información que más le da importancia es a la vitrina y a la que menos es a las amigas. | Escuchar buenas comentarios, que tal es la copa, la calidad de la tela, qué tanto dura, cómo se debe lavar, cómo se deben guardar los brasieres para que no se dañen. De esta forma, busca información en la Mamá, que es la fuente en la que más confía, por ejemplo si ella ha comprado brasieres en los último meses o antes de que yo vaya a comprar, le pregunto cómo le fue con esa marca. También busca información con la hermana mayor, busca el consejo sobre como se le pueda ver o le pregunta que ha escuchado de sus amigas, que prendas han comprado sus amigas, que tal es la marca que piensa comprar o sobre la que he escuchado. En relación a la información que busca de sus amigas, aunque sea la fuente de información menos confiable, ya que cada una tiene gustos distintos, estas le pueden decir que brasier utilizan, como les ha salido, como es la tela, la calidad, el precio. Por otro lado, las vitrinas, me |

proporcionan información, pues cuando estoy en centros comerciales con mi mamá, me acerco, observo con ella, miro si la tela o calidad y sus detalles me gustan.

| | | |
|------------------------|---|--|
| Evaluación y selección | <p>Llega al lugar, busca asesoría en cuanto a talla y variedad y ahí escoge por color y diseño. Busca asesoría mayormente para brasieres para saber los nuevos modelos, comodidad y funcionalidad. En el punto de venta llega y ve unos panties que tenían encaje, le gusta el color y que no talla. Luego, toca unos panties punto blanco de mallita porque antes los había usado, los usaría nuevamente si no aprietan. Después fue, hacia unos punto blanco que están colgados unos nuevos, le llamo la atención el diseño, como cosas que ha sacado punto blanco, y yo no sabía, me</p> | <p>Ubicamos el almacén Tania dentro del centro comercial andino, primero lo buscamos para ver donde quedaba, luego entramos, al entrar vimos más o menos la vitrina que estaba puesta, al entrar trate de ubicar la marca que me gusta, no la encontraba, pero mi acompañante fue la que la ubicó, luego consulté con una asesora, me ayudó a buscar el brasier, me ayudó con los colores, inicialmente me dio uno rojo que no era de mi gusto, luego me mostró uno negro, me lo medí, no me gustó la orma, no me convenció como me orló la copa, no me gustó que la copa era como muy grande, no se me veía bien, mi acompañante opino lo</p> |
| Criterios de elección | <p>Es especial y linda. Lamento que no los bragues y los colores. En cuenta cuanto a los colores en los brasieres porque no quiero panties mal visto, color que me gusta. También es fundamental. Después, hilo porque es cómodo y más me ajusto con la copa que los otros. En cuanto al diseño, me gusta que se an de encaje grueso. El precio es algo que no de afesta. Siempre compro en Victoria Secret y parece que están en Tania pero no que tenía de panties más, encaje grueso, encaje fino, el</p> | <p>la tela, que precie, que la calidad de la tela, los colores en los brasieres. En el punto de venta, que adelante se ven anchos, grandes. En cuanto a la medida me gusta que se anchos delante, que en la cintura se ajusten y luego se anchos delgado en. Que el hilo me se an de delgado que se ajusto mucho. En el brasier me llama la atención el encaje en la copa. La calidad del material de la que se te delgado y se ve de muy buena calidad. En cuanto a la marca porque el precio es posible, encaje es una adición, aunque también</p> |
| Hábitos de compra | <p>compra importante que se de encaje, y que no saque el color. Compra los panties y brasieres no mucho. En la anterior la compra en Victoria Secret y en Tania. Victoria Secret le gusta porque hay mucha variedad (forma, colores, texturas, diseños)</p> | <p>Puedo comprar en Tania, o cualquier otra misma tienda, al nivel de las un área al brasier de elegancia. Panties: La tela que al clásico sea grueso que no se talla, no se saque el color. Siempre soy fiel a la marca voy a Tania para los brasieres. Los aspectos positivos de Touche son que la</p> |

| Categoría | Sub-categoría | M.U | S.G |
|---------------------|--|---|--|
| Percepción Corporal | ¿Cómo creen las participantes que los terceros las perciben a ellas? | Cree que la familia la define como una niña responsable, feliz, familiar, confiable. Por su parte, las amigas la definen como una persona que dice muchas bobadas, que se ríe mucho, que es como más callada, y buena amiga. Los hombres dicen que siempre yo soy la más niña de todo mi grupo, me ven como la más delicada a la que tienen que proteger más. Mis amigos me ven más como una amiga que como una mujer, entonces pues me pueden ver linda, pero no se en qué sentido. Cree que piensan que es muy flaquita, pero que en general su cuerpo es bien, que tiene buen cuerpo, pero que si es flaquita. | Cree que la familia la define como hiperactiva, buena persona, alegre y responsable. Las amigas la definen como una persona que tiene un buen corazón, alegre y buena consejera. Por otro lado, sus amigos hombres la definen como una persona chévere alegre, buena gente, buena. En cuanto a la forma en que cree que los demás perciben su cuerpo, ella piensa que "lo he trabajado, en el sentido que desde chiquita siempre me han visto haciendo deporte, me gusta eso, me gusta trabajar el cuerpo, de pronto no es el cuerpo perfecto, pero es lo que trato de hacer." Del mismo modo, establece que las personas lejanas perciben su cuerpo como: Armonioso, completo, una mujer completa. Por ejemplo, para mi estatura yo que no soy tan alta, no puedo tener los senos tan grandes, normales, tan poco puedo estar tan flacuchenta, hasta desaparecerme, porque yo creo que como uno se sienta, porque yo me puedo sentir súper chévere, yo puedo creer lo que la otra persona no lo cree, yo pienso que el que me mira, puede decir aja es chévere, armonioso, una mujer completa |
| | ¿Cómo perciben las participantes a los terceros? | Esta mujer se caracteriza por tener una cara igual, los brazos un | Esta mujer se caracteriza por no ser tan gorda y estar en |

poquito más gordos que cuando era más joven, el tronco y los brazos se ensancharían un poco más, porque de hecho yo creo que uno puede seguir con el mismo cuerpo, pero un poquito más ancho. Centraría su atención en los brazos, las piernas y la barriga. Los brazos para que no queden como aguados, a las piernas, porque unas piernas lindas son muy chéveres y porque en esa edad al dejar de ser tan activos, se pueden volver más flácidas y a la barriga por dejar de hacer ejercicio o por la edad o lo que sea, les pueden salir más gorditos y ser más flácidos. No le prestaría atención a las manos. Esta persona se puede poner cualquier tipo de ropa, se va a preocupar porque sus senos se pueden caer un poquito, por lo que se va a preocupar por el estilo de brasier que compre, que tenga varilla, push up que sostengan más y a ella cualquier tipo de panty le quedaría bien, dependiendo de su estilo y la ocasión para cual lo usaría. Menciona que a esta edad las personas deberían aplicarse cremas, hacer ejercicio y comer bien.

plena juventud, tiene cuerpo saludable, donde lo normal es que a medida que pasa el tiempo, el cuerpo va cambiando, es decir, va a ser más grande. La gente piensa que su cuerpo pese a su edad lo ha cuidado y conservado bien. Le presta más atención al abdomen, debido a que es el centro de atención de la mujer y a lo que menos le prestaría atención sería a los pies. En cuanto a ropa interior, se podría poner cualquiera, encajes más sexys, más sensuales porque es más joven y brasieres de copa, varilla, punto blanco, encaje o sin copa, debido a que como está en plena juventud tiene el busto mejor. La persona a esta edad debería comer saludable, ir al gimnasio.

Cuerpo mujer de 36-45 años

Esta mujer tiene un cuerpo, donde se puede resaltar que las piernas y el tronco se empiezan a ensanchar, debido al nacimiento de los hijos. La gente piensa de este cuerpo, que es un buen cuerpo, que está relativamente flaca y que no es flácida. Le prestaría más atención a las piernas, porque de pronto tiene estría y celulitis, a la barriga porque si llega a quedar embarazada se le pone flácida, los senos, porque se van cayendo y el cuello porque un buello bien

Esta mujer ya se deja de preocupar tanto por el cuerpo, el cuerpo, la cara y las piernas ya son más redondos, la persona se vuelve más ancha para los lados. Las personas piensan que este cuerpo es acorde con su edad, sin embargo, ya los años se están notando y ya no tiene tanta cintura. Le prestaría atención a su cara porque ya empiezan a salir arrugas y no le prestaría tanta

cuidado siempre muestra elegancia, tenga la edad que tenga. No le prestaría tanta atención a los brazos, aunque sean más flácidos que antes. Le quedan bien prendas más sueltas al cuerpo y en cuanto a ropa interior, tendría que ser un poco más sobria, ropa más elegante, de colores más sobrios. Es necesario que la mujer a esta edad siga alimentándose bien y tenga una vida activa en cuanto al ejercicio.

atención a su tronco, porque pasa a un segundo plano. Le quedaría bien ropa más señorial, que no sea tan pegada al cuerpo, es decir utilizar prendas más anchas. En cuanto a ropa interior, puede usar hilos y cacheteros y brasieres los mismos de copa.

Más de 45 años

Esta mujer, es más flácida, no tan tonificada, pero no es que sea más gorda que la de 35 a 45 años. La gente piensa que es un buen cuerpo, que de pronto está muy flaca para su edad y que se ve joven y saludable. Le prestaría atención a las piernas porque se vuelven más flácidas y a los senos porque se caen. No le prestaría atención a los brazos y a las manos, porque están bien. Debe ser más selectiva con la ropa, sin embargo le queda difícil encontrar ropa para su edad, entonces debería usar ropa interior de gente más joven y brasieres que se le acomoden más. Esta persona debería comer saludable, hacer ejercicio y chequearse de vez en cuando por enfermedades.

Esta mujer tiene un cuerpo, en el que su barriga se empieza a dividir en dos y las piernas son bastante gordas. La gente piensa que están gordas y que se están envejeciendo. No le prestaría atención a nada físico, sino que centraría su atención en la salud, en lugar de los estéticos. En cuanto a la ropa que le quedaría bien, sería la ropa ancha y señorial y en cuanto a ropa interior, le quedaría bien los pantys mata pasiones, recogen todo pues inmenso y los brasieres, deben ser muy grandes porque se les cae el busto y la idea es que lo recoja.

Tipologías de cuerpo

CUERPO CADERONA: es una persona muy extrovertida, resaltaría su barriga y escondería su cadera. Utilizaría brasieres de todo tipo y calzones de todos menos cacheteros.

CUERPO BUENONA: es un cuerpo que se caracteriza por tener demasiado busto, nalgas, todo se pasa de lo normal, esta persona es entrona o bandida, le gusta llamar la atención de todo el mundo En cuanto a los hábitos alimenticios se cuida a morir en el gimnasio, deja de comer para no engordar, se hace cirugías y va al gimnasio. Destacaría el busto

y no escondería nada y le gustaría ponerse cualquier ropa interior que le ayude a resaltar sus atributos.

CUERPO GORDO: Es una persona muy querida, alegre y entradora, en cuanto a los hábitos alimenticios come de todo y no hace ejercicio. Destacaría la cola y escondería la barriga, sobre todo los gorditos de los lados, prefiere usar tangas y brasieres de encaje.

CUERPO CON CURVAS, CULONA Y TETONA: es loba, le gusta hacer de todo, en cuanto a sus hábitos alimenticios, come de todo, se da sus gustos, pero a la vez se cuida, hace ejercicio, destaca de su cuerpo la cintura y esconde las piernas, usaría brasieres con varilla y copa, así como calzones tipo tanga.

CUERPO FLACO: Esta persona es alegre, le gusta salir, ver películas, come de todo un poco, destaca la barriga y los brazos porque son lindos y esconde la cola, la ropa interior que le quedaría bien son los brasieres normales, a veces tops, porque no tiene muchas tetas y calzones de todo tipo, que se acomoden a la ropa que usan.

CUERPO SALUDABLE: es una persona dulce, en cuanto a sus hábitos hace ejercicio, deportes y come bien. Destaca de su cuerpo sus piernas y no escondería nada, le quedaría bien cualquier tipo de ropa interior.

CUERPO CUCHIBARBIE: puede tener 50 años y se cree de 20, no asimila su edad y que su cuerpo está cambiando, se cuidarían demasiado en el gimnasio, en el spa, vive en función del cuerpo y de cómo se ve, se haría cirugías plásticas, disfrutan mostrando su cuerpo, sin embargo, esconderían su barriga y la cara, porque con el pasar del tiempo, la piel cambia, se pone más flácida y los años caen encima. Se pondría hilos y brasieres sexys.

CUERPO FLACUCHENTO: es un cuerpo que se caracteriza por ser desnalgada, destetada y es una persona anoréxica, sus hábitos alimenticios pueden ser normales o puede que no coma nada, no destacaría nada porque no tiene nada y escondería tal vez sus huesos. En cuanto a ropa interior, le quedarían bien los hilos.

CUERPO OBESO: Es triste, tímida y callada, come, no hace ejercicio, se queda viendo películas, destacaría los hombros y escondería la barriga, las piernas y los brazos, utilizaría cacheteros y colores sobrios.

CUERPO ARMONIOSO: es aquella persona que no ha hecho ejercicio en su vida, sino que por naturaleza tiene una buena silueta, puede que se cuide como puede que no. Simplemente, tiene una silueta establecida, no está pendiente en qué mostrar y en qué no. Usa prendas interiores que se le vean bien.

CUERPO RAQUITICO: esta persona no hace nada, se queda mirando a la gente, destacaría el cuello y escondería todo, sobre todo los huesos en general porque le sobresalen. Utilizaría ropa interior de niña chiquita como de 12 años, porque todo le queda grande.

CUERPO COMPLETO: esta persona es chevere, no se preocupa por nada, hay unas que se cuidan, peor otras que no. Destacaría cualquier parte de su cuerpo porque es muy completa y no escondería nada. Se pondría hilos si es joven, porque se vestiría pegado y no le va a marcar.

CUERPO ANCHA DE ESPALDA Y FLACA DE PIERNAS: es una persona deportista, le gusta comer de todo, descartaría la barriga y escondería la espalda. Le gustaría usar brasieres de colores blanco y negro.

CUERPO GRUESO: es una persona querida, pero un poco callada, se cuida en la comida, come más ensalada, destaca las piernas y esconde la barriga, prefiere usar cacheteros, ropa más despegada.

CUERPO CUADRADO: es una persona buena gente, alegre, casual, que se cuidaría en comer saludable para reducir el abdomen, destacaría cualquier parte diferente a la cintura, ya que ésta la tiende a esconder. Utilizaría prendas de ropa interior variadas.

CUERPO BLANDENGUE: son entrometidas, comen de todo, no les gusta hacer ejercicio, destacarían sus brazos y esconderían sus piernas. Usa cualquier tipo de ropa, incluso la ropa interior.

CUERPO ALTO: elegante, engreída, come bien, saludable, pero no se priva de las cosas, lo

| | | | |
|-----------------------------|-----------------|---|--|
| | | asocio a las flacas, destacarían las piernas, esconderían su cola, usarían cualquier tipo de brasier. | |
| | | CUERPO BAITO: es chismosa, lo asocio a las flacas, destacaría la barriga y esconderían las piernas. | |
| | | CUERPO PLANO: insípida, no tiene sabor, le gusta comer de todo, destacaría las piernas y escondería las tetas. Se pondría cualquier tipo de ropa interior. | |
| | | CUERPO VOLUPTUOSO: Es como mujer latina con curvas, come bien y hace mucho ejercicio, su dieta es muy orgánica, destacaría las tetas y la cola y escondería las piernas. | |
| | Auto-percepción | Soy una persona más reflexiva que el resto de las personas de mi edad, me adelanto a muchas cosas, siento que ya viví muchas etapas que las personas que tienen mi misma edad siguen viviendo. Describe su cuerpo como un cuerpo flaco en general, le prestaría atención a su barriga, porque le parece linda y su cuello y hombros también porque le gustan, le parece que son elegantes y no le pondría atención a los codos, porque no llaman la atención. Al ser flaca muchas cosas le quedan bien, usa prendas pegadas y anchas, en cuanto a los brasieres, al ser ni muy plana ni muy tetona, todos le quedan, lo único es que al no tener espalda, se le puede dificultar encontrar brasieres. | No tomo, no fumo, para la edad que tengo soy muy calmada, no me afecta quedarme en la casa, mientras a otro si. Tengo en común con mis amigas en que soy una mujer muy alegre, me gusta salir a comer, ir a sitios, tener muchos amigos, estar con mi familia y mi novio. La ropa que le queda bien a mi cuerpo. Describe su cuerpo como una persona de piernas anchas y sin cintura, le presta atención a su abdomen, porque es la parte más notorio y en la que a uno le salen más gordos. No le presta atención a los pies, porque es algo que nadie vería. En cuanto a la ropa, le quedaría bien blue jeans o camisas pegaditas y en cuanto a la ropa interior, brasieres con copa y en cuanto a los pantys, los de encaje grueso, que no marquen. |
| Ideales estético corporales | Cuerpo ideal | Su cuerpo ideal es igual al actual, pero derpronto si reduciría la talla de sus piernas, especialmente los | Describe el cuerpo ideal como muy proporcionado, tiene cintura, piernas lindas, |

| | | |
|-----------------------------|--|---|
| | gorditos de adentro. | busto, nalga, pelo lindo y cara linda. En cuanto a la ropa interior todo le quedaría bien. Le parece importante que la ropa le encaje bien y no se le vean los defectos corporales. |
| Hábitos alimenticios | Comer bien, no privarse de comer alimentos que le gusten, por más de que tengan calorías. | Come saludable. |
| Hábitos deportivos | Ejercicio. | Ejercicio, desde pequeña hace deporte |
| Intervenciones estéticas | Realizarse masajes. | Se hizo cirugía para reducir sus conejos y los gorditos de la barriga. |
| Toma de decisión | Tiene la necesidad de comprar ropa interior, al ver que ya es necesario, ya sea porque se le desgasto o destiño la prenda, si ve algo lindo por ahí, lo compra. | Al vender ropa interior, cada vez que sale una colección nueva, es decir cada 3 meses, está más que todo por la tentación a comprarla, siente la necesidad de hacerlo. Si hay algo que le guste, y si tiene la plata, o sea pueda que esté bien de pantis hoy, y si mañana ve uno que le guste, y el precio el asequible, lo compro, no es que diga que cada tres meses compro, no. |
| Reconocimiento del problema | | |
| Búsqueda de información | Busca información en amigas, que a veces le dicen que vieron algo lindo, que hay promociones, que el diseño de tal sitio estaba muy bonito que debería ir a verlo o me comentan sobre diversos estilos, también suele buscar información en internet, ve catálogos, ve los | Busca información viendo catálogos, antes de que le llegue una colección, ya a visto los modelos que van a salir, ya a visto lo que le va a llegar, y lo que le va a gustar, si va a una tienda, no va a buscar por internet, lo que |

diseños que hay en los diferentes puntos antes de ir al punto de venta, así como también, se sirve de lo expuesto en las vitrinas, el modelo que está exhibido ahí, a ver si le llama la atención o no. Del mismo modo, le presta atención a las experiencias anteriores, es decir la calidad, por otro lado, busca información en su hermana menor, a ver si se le verá bien o no, preguntarles si les parece lindo. Cabe señalar, que a las que menos les da importancia es al radio y la televisión (sección farándula). Además no se le ocurre que tienda de ropa interior pondría propaganda en radio, le parece chistoso.

hay en la tienda, sino que al momento que llegue ahí es cuando mira si si o si no. Las amigas le muestran que compran y que les gusta, recibe consejos de ellas. Cabe resaltar que a la fuente que más le da importancia es a los catálogos, ella resalta que ya sabe que le gusta y que no le gusta, el panti que trae un varios lacitos no le gustan, ella a por medio de los catalogos ya sabe que le gusta y que no. Por el contrario a la fuente que menos le presta importancia es a lo que las amigas le dicen, pues dice que rara vez habla de esos temas con ellas.

Evaluación y selección

Entre a touche, me parece agradable el sitio para estar, estaba tranquila, mire con calma la ropa interior, si me gustaba uno, me acercaba lo miraba bien, tocaba la tela a ver si me gustaba o si no me gustaba, ahorita pase por cuatro que me gustaron, pero no quería de ese color tanto porque ya tenía gris y negro, y vi dos que me parecieron muy lindos, pero Me llamaron mucho más la atención el diseño y la tela del que vi y seleccioné para medirme. Prefiero que tengan un tipo de diseño, la tela tiene que ser suave, delicada, como que tenga encaje, nylon. La horma, era con un poquito de copa, me parecen más cómodos los que tienen copa. Me concentre en los brasieres, me medí el que escogí, me encanto, cumplió con mis expectativas, lo que más me gustó fue el color, el diseño, me sentía y me veía bien con él. En cuanto a los pantys, me gustaron más otros de otro conjunto, al principio no me llamaron tanta la atención, pero después viéndolos

Cuando uno siempre entra a un almacén, uno siempre mira la vitrina. Pedir ayuda, y decir dónde está la marca que yo uso, y ya, luego me llevan ahí, y escojo a mi gusto. Siempre compro en Tania los brasieres, lo primero es ir a averiguar donde están y escoger, hoy como se dieron cuenta, hoy en Tania había una marca que yo uso, pero que tiene push up relleno, eso no me gusta, está descartado, por lo general siempre cojo los básicos, los que uso. Tengo en cuenta la copa si te diste cuenta, hubo uno que estaba abajo, lo toque por dentro, me di cuenta que tenia push up, es relleno, no me gusta, le pregunto donde están los que no tiene relleno, me mostró donde, y escojo los colores. Yo soy como más clásica, no me gusta que tenga mucho encaje, ni que sea muy sensual; me gusta lo más

bien me gustaron mas. Lo que más me gusto, fue la tela y el diseño. A penas, Llegue al almacén pedí asesoría, dije que venía a buscar un conjunto en mi talla, pregunté cuales habían llegado, fui a la sección de los nuevos y me quede ahí escogiendo, vi que tallas habían, me lo fui a medir, cuando me lo estaba midiendo le pedí ayuda a mi acompañante, porque no lograba abrocharlo bien, le pregunte que como se veía? Me dijo que bien, así que decidí comprarlo.

clásico, pienso que es una prenda de vestir que no se ve, y pienso que si tiene muchas cosas encima, como mucho encaje y el día que te pongas algo pegado, se va a marcar, se te va a notar mucho

Hábitos de compra

Cada 6 meses seguro, pero si en el transcurso de los 6 meses veo algo que me gusta lo compro, y eso normalmente pasa. Normalmente compro en Touche o Victoria Secret, pero si es sumamente necesario y estoy de afán porque no tengo tiempo, voy a Tania en Palatino Tania. Los aspectos positivos de Tania es que me queda cerquita y que es muy barato y los negativos, es que no me gusta el sitio, no me gusta el orden, todo está amontonado, apeñuscado, no se aprecian las cosas, no hay tanta variedad, no es tan lindo, la ropa interior. Los aspectos positivos de Touche es que la ropa está bien exhibida, la tienda es muy ordenada, hay unas pequeñas mesas en la mitad exhibiendo accesorios, pero el resto está colgado en las paredes ordenadamente, no es desordenado. Los vestieres son cómodos, la ropa es de un estilo más tradicional, mm no se bien como decirlo, son clásicos, pero no clásicos, porque no son tan exóticos, pero hay gran variedad dentro de la gama. La variedad, que son lindos, la calidad, que atienden muy bien, que es limpio. Sin embargo, lo negativo, es que

Bueno como yo vendo ropa interior, cada vez que hay una colección nueva, sale cada 3 meses, y veo algo que me gusta, lo cojo. Sobre las marcas que yo vendo, es decir, Cuore y Santolina, me parece positivo que hay diferentes precios, y son para todo tipo de busto, también compro en tania y resaltó como positivo que hay varias marcas que uno se puede probar y ver a cual te acomodas más. En Cuore lo negativo que encuentro es que c siempre es lo mismo, que no innovan, siempre el mismo elástico y la tela. Lo positivo de Santolina es que pueda que venga un estilo con mucho encaje, y pueda que otro con menos encaje, así como que venga sin encaje, diferentes materiales, cualquier persona, puede encajar y probar. Resaltó como un aspecto negativo en santolina las telas son muy duras y no me gustan, porque ya vienen con más de encaje, encaje como stretch, o es de ese que es tieso aunque sea una talla más grande, si el

son muy caros y puede que en alguna temporada puede que no haya nada que me llame la atención. En cuanto a Victoria Secret, los aspectos negativos es que a veces hay variedad, hay desde tradicionales y clásicos, hasta muy exóticos, entonces sé que puedo encontrar mis clásicos en ese sitio, son de un precio razonable, están entre el precio de Tania y el precio de Touche, hay muchas promociones y hay cosas lindas, entonces en vacaciones cuando voy salgo de la tanda de ropa interior por un tiempito. No se me parece que hay de todo, lo bueno de comprar ahí, es que son de buena calidad, son relativamente baratos y que hay variedad y los aspectos negativos es que es muy apeñuscado, todo es desordenado, nadie lo atiende bien a uno, no llama la atención ir mucho porque es un desastre, uno va porque sabe que hay cosas buenas que le pueden servir. Es muy desordenada, no dan ganas de comprar ahí, es todo rosado, hay muebles en la mitad lleno de calzones y brasieres que están en promoción, las paredes y los muebles están llenos de cosas en promoción, hay mucha contaminación visual fea.

encaje es teso siento que me molesta atrás en la nalga

Crterios de
elección

a ver si la tela y el diseño me gustan o si no me gustan, la tela tiene que ser suave, delicada, como que tenga encaje, nylon. La orma, que tengan copa, así sea un poquito, me parecen más cómodos los que tienen copa. Tengo en cuenta que la tela sea suave, una buena calidad, diseño que tenga varilla, solo que tenga varilla, el color, el diseño de la tela y del brasier. Que la tela sean más suavécitas, más delicaditas. En cuanto al brasier le soy fiel a que

Tengo en cuenta la copa, no me gusta los que tienen relleno. Si yo soy como más clásica, no me gusta que tenga mucho encaje, ni que sea muy sensual; me gusta lo más clásico, pienso que es una prenda de vestir que no se ve, por lo que no me gustan muchos adornos, como por ejemplo el exceso de encaje; pues el día que te pongas algo pegado, se va a marcar, se te va a notar

sea de buena calidad, que este bien hecho, que se vea de categoría. pantys: buena calidad, que esté bien hecho. Porque en el diseño cambio, en la tela, en los colores también cambio. Si, le soy fiel a la marca, porque son de buena calidad, he tenido una buena experiencia con ellas, en victoria secret hay unos que no son de tan buena calidad, pero hay otros que sí. Si digamos a veces no tengo la plata para comprarme el brasier que quiero en touche, soy flexible a comprarme el brasier que necesito en otro lugar, pero si fuera por mí, me lo compraría en touche siempre.

mucho. Me gusta los que tienen mallita, para mí los lisos que son como algodón, esos se cuartean, es decir que se hacen grietas en la copa, como arrugas. Estas marcas tienen que me siento cómoda, yo vendo santolina, cuore y tengo la facilidad de pagarlo como yo quiera, y de escoger, como que estando en mi casa más tranquilo, de pronto lo deje metidos, me antoje vuelvo y lo cojo y punto blanco que es el típico panty que es cómodo, de hilo delgado a los lados. Los aspectos del producto a los que más le prestó atención es al encaje que no apreté, trato de coger pantys en algodón para que respire, es mejor que la licra, y que si es en encaje algo como stretch, o suave, que no sea duro el brasier si tiene o no encaje no me afecta mucho, pero que la copa sea redonda, y que trate de tener la mallita que te dije arriba. En brasier, soy fiel a que tenga varilla y copa redonda. El color que no sea, esos colores chillones, ni mucho menos y en cuanto al panty: que no me apriete.

Registro de Observación punto de Venta C.G

| Paso | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
| Observa las exhibiciones | X | | | | | | | | | | | |
| Recorre el almacén | | X | | | | | | | | | | |
| Toma un producto | | | | | | | | | | | | |
| Pide el producto a la vendedora /Pide asesoría en busca asesoría frente al tipo de prendas que tiene la tienda | | | X | | | | | | | | | |
| Compara entre productos | | | | | | | | X | | | | |
| Lee la etiqueta | | | | | | | | | | | | |
| Toca la tela de la prenda | | | | | | | | | | | | |
| Devuelve el producto al estante / tendero | | | | | | | | | | | | |
| Escoge muchas opciones de prendas para medirse | | | | | X | | | | | | | |
| Se mide la ropa interior | | | | | | | X | | | | | |
| Busca asesoría a la hora de elegir cual prenda se le ve mejor | | | | | | | | | | | | |
| Estudia los precios | | | | | | X | | | | | | |
| Consulta con acompañante | | | | X | | | | | | | | |
| Elige una prenda y se la lleva sin medírsela | | | | | | | | | X | | | |
| Elige el producto | | | | | | | | | | | | |
| Mira un catalogo dentro de la tienda | | | | | | | | | | | | |

Registro de Observación punto de Venta J.H

| Paso | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
| Observa las exhibiciones | | | | | | | | | | | | |
| Recorre el almacén | X | | | | | | | | | | | |
| Toma un producto | | X | | | | | | | | | | |
| Pide el producto a la vendedora /Pide asesoría en busca asesoría frente al tipo de prendas que tiene la tienda | | | | | | | | | | | | |
| Compara entre productos | | | | X | | | | | | | | |
| Lee la etiqueta | | | | | | | | | | | | |
| Toca la tela de la prenda | | | | | | | | | | | | |
| Devuelve el producto al estante / tendero | | | | | | | | | | | | |
| Escoge muchas opciones de prendas para medirse | | | | | | | | | | | | |
| Se mide la ropa interior | | | X | | | | | | | | | |
| Busca asesoría a la hora de elegir cual prenda se le ve mejor | | | | | | | | | | | | |
| Busca forma | | | | | | | | X | | | | |
| Consulta con acompañante | | | | | X | | | | | | | |
| Busca Color | | | | | | | X | | | | | |
| Elige el producto | | | | | | | | | X | | | |
| Sale mira mas opciones y vuelve a entrar | | | | | | X | | | | | | |

Registro de Observación punto de Venta D.G

| Paso | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
| Observa las exhibiciones | X | | | | | | | | | | | |
| Recorre el almacén | | X | | | | | | | | | | |
| Toma un producto | | | | X | | | | | | | | |
| Pide el producto a la vendedora /Pide asesoría en busca asesoría frente al tipo de prendas que tiene la tienda | | | X | | | | | | | | | |
| Compara entre productos | | | | | | X | | | | | | |
| Lee la etiqueta | | | | | X | | | | | | | |
| Toca la tela de la prenda | | | | | | | | | | | | |
| Devuelve el producto al estante / tendero | | | | | | | | | | | | |
| Escoge muchas opciones de prendas para medirse | | | | | | | | | | | | |
| Se mide la ropa interior | | | | | | | X | | | | | |
| Busca asesoría a la hora de elegir cual prenda se le ve mejor | | | | | | | | X | | | | |
| Busca forma | | | | | | | | | | | | |
| Consulta con acompañante | | | | | | | | X | | | | |
| Busca Color | | | | | | | | | | | | |
| Elige el producto | | | | | | | | | | | | |
| Sale mira mas opciones y vuelve a entrar | | | | | | | | | | | | |

Registro de Observación punto de Venta M.U.J

| Paso | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
| Observa las exhibiciones | X | | | | | | | | | | | |
| Recorre el almacén | | X | | | | | | | | | | |
| Toma un producto | | | | X | | | | | | | | |
| Pide el producto a la vendedora /Pide asesoría en busca asesoría frente al tipo de prendas que tiene la tienda | | | X | | | | | | | | | |
| Compara entre productos | | | | | | | | | | | | |
| Lee la etiqueta | | | | | | | | | | | | |
| Toca la tela de la prenda | | | | | X | | | | | | | |
| Devuelve el producto al estante / tendero | | | | | | X | | | | | | |
| Escoge muchas opciones de prendas para medirse | | | | | | | | | | | | |
| Se mide la ropa interior | | | | | | | | X | | | | |
| Busca asesoría a la hora de elegir cual prenda se le ve mejor | | | | | | | | | | | | |
| Estudia los precios | | | | | | | | | X | | | |
| Consulta con acompañante | | | | | | | X | | | | | |
| Elige una prenda y se la lleva sin medírsela | | | | | | | | | | | | |
| Elige el producto | | | | | | | | | | X | | |
| Mira un catalogo dentro de la tienda | | | | | | | | | | | | |

Apéndice J

Categorías de análisis

Toma de decisión de compra. Proceso que realiza el consumidor, en el cual se encuentra la elección, adquisición y uso de un producto o servicio, que tiene que ver con tomar una serie de decisiones en relación a las características sobre dónde, cómo y cuándo llevar a cabo la compra (Solomon, 2008). La toma de decisión, tiene una serie de etapas que llevan al consumidor a adquirir un producto o servicio. Estas son:

Reconocimiento del problema. Identificación de la existencia de un problema que se debe resolver, el cual aparece cuando se percibe una diferencia importante entre su situación actual y la situación deseada (Hawkins et al., 2004).

Búsqueda de información. Proceso en el cual se pretende encontrar información correcta para lograr resolver el problema anteriormente hallado (Hawkins et al., 2004).

Evaluación y selección de alternativas. Proceso por medio del cual el consumidor tiene en cuenta las diferentes opciones que ofrece el mercado por medio de las características o dimensiones que se utilizan para juzgar las opciones y solucionar un problema (Hawkins et al., 2004)

Criterios de elección. Se refiere a las características o dimensiones que se utilizan para juzgar diversas opciones y solucionar un problema. Estos se pueden relacionar con los costos y beneficios que un atributo del producto le produce a un consumidor. Así pues, los criterios apoyan la evaluación y selección de alternativas, donde el consumidor realiza una búsqueda interna y externa de información para evaluar las características de un producto o servicio (Hawkins et al., 2004).

Hábitos de compra. Hace referencia a la frecuencia, lugar, características específicas del producto, entre otras variables, que se encuentran presentes en el consumidor a la hora de realizar una compra (Medina, 1997).

Percepción corporal. Imagen mental subjetiva del cuerpo, que se construye a partir de procesos cognitivos, actitudinales y sociales. Se encuentran en constante cambio, por las influencias de factores internos y externos, como los medios de comunicación (Salaberria et al., 2007).

Auto percepción. Hace parte de un sistema de relaciones sociales que se definen culturalmente y ayuda a entender cómo las personas perciben, describen y cambian su cuerpo (Cuevas, 2009).

Cómo perciben a los terceros. Forma en la que se clasifica el cuerpo de una persona, influenciado por los estereotipos de belleza que se imponen en la sociedad, según sus características corporales. (Cuevas, 2009)

Cómo creen ellas que los terceros las perciben. Forma en la que las personas creen ser vistas por los terceros, en donde se observa una influencia de factores socio culturales e ideales estéticos corporales. En esta creencia juegan un papel importante las características físicas y de la personalidad, tanto las que generan satisfacción como las que generan insatisfacción.

Ideales estéticos corporales. Factores que se encuentran fuera del individuo, pero que tienen importante influencia en la forma en la cual se percibe la persona, de acuerdo a los cánones de belleza impuestos (Cuevas, 2009). Serie de estereotipos e ideales que “están ligados a la delgadez y a la gordura, a lo bello y a lo sano, al ser una mujer femenina. Se asocia con una actitud por parte de la mujer por su apariencia física” (Cuevas, 2009, p. 40)

Hábitos alimenticios. Hábitos adquiridos a lo largo de la vida que influyen en la alimentación. Una dieta variada debe incluir alimentos de todos los grupos y en cantidades suficientes para cubrir las necesidades energéticas y nutritivas (Cuevas, 2009).

Hábitos deportivos. Costumbres en torno a la actividad física, que incluye movimientos que exigen esfuerzo cardiaco y muscular. Es un medio utilizado para ejercer control sobre el cuerpo y modificarlo (Cuevas, 2009).

Intervenciones estéticas. Medios que tienen como fin mejorar la apariencia física bien sea de una parte del cuerpo o de la totalidad del mismo, mediante cirugías estéticas y tratamientos cosméticos (Cuevas, 2009).