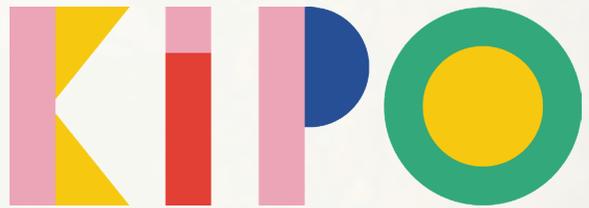




PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

DISEÑO | UC  
Pontificia Universidad Católica de Chile  
Escuela de Diseño



Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la Pontificia  
Universidad Católica de Chile para optar al título profesional  
de Diseñador

Autor Margarita Ham Uribe  
Profesora guía Gabriela Farias Zurita

Marzo de 2020, Santiago, Chile





PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE  
FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y ESTUDIOS  
URBANOS  
ESCUELA DE DISEÑO

# KIPO

Indumentaria infantil educativa para el desarrollo de  
la autonomía

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la  
Pontificia Universidad Católica de Chile. Para optar al  
título profesional de Diseñador

Autor: Margarita Ham Uribe  
Profesora guía: Gabriela Farías Zurita

Marzo 2020, Santiago, Chile

DISEÑO | UC  
Pontificia Universidad Católica de Chile  
Escuela de Diseño



## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero agradecer a todas las personas que fueron parte de este proyecto, especialmente a mi profesora guía Gabriela Farías por su enorme apoyo, paciencia, conocimiento y disposición a lo largo del año. A mi familia, por el constante entendimiento y refuerzo durante toda la carrera. A mi ahijada Valentina, por ser mi inspiración y motivación constante; también a su familia por permitirme testear mi proyecto durante todo el proceso. A mi modista Nelly, que siempre estuvo para guiarme cuando la necesité. Por esto y mucho más, gracias por haber sido parte de este gran proyecto de título y por entregarme las herramientas que necesitaba en cada una de sus etapas.



# ÍNDICE

## PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

|                       |    |
|-----------------------|----|
| Introducción          | 9  |
| Motivación            | 11 |
| Oportunidad detectada | 13 |
| Formulación           | 14 |

## LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

|   |    |
|---|----|
| 1.Etapa infantil: desarrollo cognitivo y<br>psicomotor.   | 17 |
| 1.1. Piaget, etapas de la infancia  | 18 |
| 1.2. Eriksen, teoría psicoanalítica   | 20 |
| 1.3. Desarrollo del autoestima  | 22 |
| 1.4. Desarrollo psicomotor  | 24 |
| 2. Estimulación infantil: la autonomía y sus<br>beneficios  | 27 |
| 2.1. Estimulación temprana y plasticidad cerebral   | 29 |
| 2.2. Autonomía e independencia  | 30 |
| 3. Métodos de educación en Chile.   | 33 |
| 3.1 Educación tradicional   | 35 |
| 3.2 Educación personalizada   | 36 |
| 4. Indumentaria infantil y el acto de vestir del niño   | 41 |
| 4.1 Indumentaria infantil en la historia  | 42 |
| 4.2. Tendencias actuales de la moda infantil: diferenciación de género, adultización<br>y sexualización | 44 |
| 4.3 Beneficios de la libertad en el vestir  | 46 |

## PROBLEMÁTICAS DETECTADA 49

## DECISIONES DE DISEÑO

|              |    |
|--------------|----|
| Formulación  | 56 |
| Referentes   | 58 |
| Antecedentes | 60 |
| Contexto     | 62 |
| Usuario      | 63 |

## PROCESOS DE DISEÑO 65

## DESARROLLO DEL PROYECTO 77

## PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA 87

## MARCA 103

## ESTRATEGIA COMERCIAL 111

## CONCLUSIONES 119

## BIBLIOGRAFÍA 123

## ANEXOS 127



## INTRODUCCIÓN

Nos hemos convertido en una sociedad que apunta al éxito, donde cada día nos exigimos para cumplir lo que nos proponemos, exhortando también a los más pequeños, desde temprana edad, a enfrentar sus desafíos. Los niños son agentes fundamentales para el bienestar de la sociedad del futuro, es por esto que es esencial reforzar su desarrollo para que tengan las capacidades y herramientas que requerirán. En los primeros 6 años de vida es primordial la estimulación de la autonomía en los niños para que, al desarrollarla, ellos fortalezcan su autoestima y puedan formarse como personas seguras e independientes, aumentando sus capacidades para enfrentar desafíos futuros.

En el acto de vestir es posible observar que existe un déficit de autonomía por parte del niño, a pesar de que sus capacidades motrices y cognitivas permitirían hacerlo por si solos. La indumentaria infantil de hoy está limitando o, al menos, no está siendo un aporte al desarrollo autónomo de la infancia.

El objetivo de este proyecto se centra en diseñar *indumentaria orientada a promover y reforzar la autonomía de los niños entre 3 y 6 años*, que fortalezca el desarrollo de la autosuficiencia a la hora de vestirse, con el fin de beneficiar su desarrollo y formación.



## MOTIVACIÓN PERSONAL

A lo largo de mi formación como estudiante de diseño, mi enfoque y preferencias se dirigieron al área del diseño textil. Tanto dentro como fuera de la universidad profundicé y desarrollé prendas y colecciones que me permitieron experimentar e introducirme más en este campo. Lo que más me atrae de la indumentaria es el poder de comunicación que posee, ya que, a pesar de ser un elemento absolutamente cotidiano, tiene una capacidad de representación e identificación que otros elementos no logran, siendo capaz de transformar nuestra imagen para comunicar lo que queremos.

Sumado a lo anterior, siempre me he relacionado con niños, sobretodo en el ámbito educacional y de desarrollo, siendo así uno de mis proyectos a futuro obtener la Pedagogía en Diseño, para así complementar mis dos grandes intereses y lograr grandes proyectos para formar mejores generaciones futuras. No es solo la alegría y cariño que entregan los niños lo que siempre me ha impresionado de ellos, sino la capacidad de absorción y rápido aprendizaje que poseen, siendo esta una cualidad que se

debe potenciar durante su etapa infantil.

Al momento de comenzar el proyecto de investigación se produjo de manera espontánea el cruce entre ambos temas. El gran desafío era encontrar la manera en que la indumentaria, un elemento tan cotidiano, se convirtiera en una herramienta educacional que enseñara hábitos y, a la vez, aportara al desarrollo, capacidad de aprendizaje y crecimiento de los niños. Al cuestionar la indumentaria infantil actual y luego de varias observaciones del estado actual en Santiago de Chile, logré constatar que existe un déficit de autonomía a la hora de vestirse en niños. De esta forma, las prendas generan barreras en ellos para ejercer su autonomía, limitando su desarrollo cognitivo, psicológico y motor.

Por todo esto, el proyecto presentado a continuación se centra en diseñar indumentaria orientada a promover y reforzar la autonomía de los niños entre 3 y 6 años con el fin de beneficiar su desarrollo y formación.



## **OPORTUNIDAD DETECTADA**

Desde los inicios del mundo, la indumentaria ha evolucionado acorde a su contexto social y a las actividades que realiza el ser humano, sin dejar de lado las prendas infantiles. Actualmente, las tendencias de moda infantil salen del mismo laboratorio que las de la moda de adultos, pero de menor tamaño. Esto quiere decir que al momento de diseñar para los niños no se está considerando sus verdaderas necesidades y requerimientos en el vestuario. Esto contrasta con que el diseño es una disciplina enfocada en el usuario, que debe cumplir con el rol de identificar problemas específicos para dar soluciones de la manera más precisa posible.

En Santiago de Chile, se pudo constatar que existe un déficit de autonomía a la hora de vestirse en niños de entre 3 y 6 años, teniendo esto como consecuencia que el niño no es capaz de vestirse de manera fácil e intuitiva.

Dado lo anterior, se detecta la oportunidad, tomando el rol del diseño como facilitador, de crear indumentaria infantil para niños de entre 3 a 6 años, que promueva y aporte al desarrollo de la autosuficiencia a la hora de vestirse.

## ¿QUÉ?

**Indumentaria** para niños de entre 3 y 6 que aporte al **desarrollo de la autosuficiencia** en el **acto de vestir**.

## ¿POR QUÉ?

Porque la indumentaria actual **dificulta la autonomía** del niño en el acto de vestirse.

## ¿PARA QUÉ?

Para que mediante el acto de vestirse el niño **desarrolle su autonomía** y con ello sus **capacidades motoras, cognitivas y psicológicas**, aspirando con ello a una **mejor calidad de vida** para ellos como para sus familias.



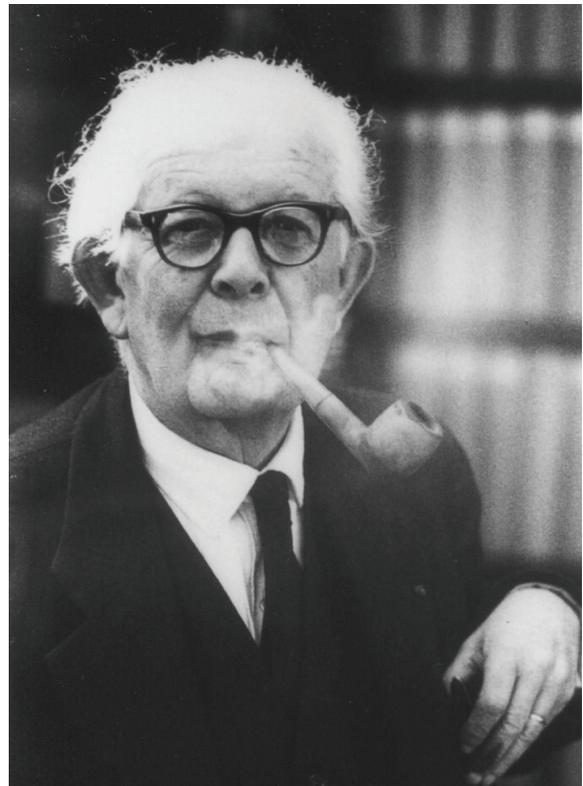
fig. 1, prendas Kipo (Elaboración del autor, 2020)





## 1.1 Piaget, etapas de la infancia

Durante los primeros años de vida del ser humano transcurren diferentes etapas de desarrollo que resultan determinantes para su futuro. Son las experiencias que vive a diario, a través de la exploración y el juego, las que lo llevan a descubrir el mundo y a ellos mismos, para luego construir un sentido existencial de relevancia y pertenencia.



*fig. 2, Jean Piaget (n.d)*

El desarrollo infantil ha sido objeto de estudio para muchos científicos, entre ellos importantes psicólogos como Jean Piaget (1896-1980), quien elabora la teoría del desarrollo cognitivo.

Desde la perspectiva de la psicología, Piaget define la inteligencia como una función vital básica que ayuda al organismo a adaptarse a su ambiente, considerándola una “forma de equilibrio hacia el cual tienden todas las estructuras cognitivas” (citado por Shaffer, 2000, ). Algunos psicólogos consideran el desarrollo cognitivo como el paso a través de una serie de etapas (Pérez, 2006.). Piaget identificó cuatro etapas importantes en el desarrollo cognitivo, las que representan distintos niveles cualitativos de funcionamiento y forman lo que llamó una secuencia imbatible del desarrollo.

La segunda etapa, llamada preoperacional se desarrolla entre los 2 y los 7 años. Esta se encuentra dividida en dos períodos: el preconceptual (2 a 4 años) y el intuitivo (4 a 7 años). El primero se caracteriza por ser una etapa de una función simbólica, donde hay una transición a un niño curioso y contemplativo, no tiene mucha diferencia a la manera de pensar adulta ya que ambos lo hacen a través de la manipulación de símbolos mentales. Para David Bjorklund es probable que un niño de esta etapa, con una edad promedio de 3 años, tenga más en común con un adulto de 21 años que con un bebé de 12 meses (citado por Shaffer, 2000). El período intuitivo, de los 4 a los 7 años, se llama así debido a que el pensamiento del niño sobre los objetos y sucesos es dominado por las características perceptuales (Shaffer, 2000).

1

### ETAPA SENSOMOTRIZ

Desde el nacimiento y la aparición del lenguaje articulado en oraciones simples hasta los dos años de edad.

Lo que define esta etapa es la obtención de conocimiento a partir de la interacción física con el entorno inmediato.

2

### ETAPA PREOPERACIONAL

Entre los dos y los siete años. Empiezan a ganar la capacidad de ponerse en el lugar de los demás, actuar y jugar siguiendo roles ficticios y utilizar objetos de carácter simbólico.

3

### ETAPA DE LAS OPERACIONES CONCRETAS

Entre los siete y los doce años. Etapa de desarrollo cognitivo en el que empieza a usarse la lógica para llegar a conclusiones válidas, siempre y cuando las premisas desde las que se parte tengan que ver con situaciones concretas y no abstractas.

4

### ETAPA DE LAS OPERACIONES FORMALES

Desde los 12 años en adelante. Es en este período en el que se gana la capacidad para utilizar la lógica para llegar a conclusiones abstractas que no están ligadas a casos concretos que se han experimentado de primera mano.

fig. 3, Erik Erikson (n.d)



## 1.2 Erikson, teoría psicoanalítica

El científico Erik Erikson (1902-1994) de origen alemán, desarrolla una teoría del desarrollo de personalidad. En ella describe ocho etapas o estadios psicosociales, basados en crisis (conflictos), que se presentan a las personas a lo largo de sus vidas.

Al formular su teoría psicoanalítica, señala que la adquisición de la identidad del individuo se da en función de la resolución de conflictos o crisis que aparecen en ocho etapas de la vida. Las correspondientes a las edades de interés son: iniciativa vs culpa (3 a 5 años) y laboriosidad vs inferioridad (5 a 13 años). En la primera etapa mencionada los niños perfeccionan el lenguaje, comprenden de mejor manera y constantemente están haciendo preguntas. Todo esto es lo que

contribuye a crear un sentimiento de iniciativa que posteriormente va a permitir que los niños alcancen una sensación de dominio, es decir, que se sientan capaces de realizar las cosas por sí solos. Hablamos de una época de moral y deber. Se da entonces una crisis en la cual, como solución a esta, se produce un incremento de su sensación de ser él mismo. Es más activo y está provisto de un cierto excedente de energía que le permite descubrir lo que es capaz de hacer. En el caso que a un niño no se le permita hacer nada, se echará atrás y no tendrá iniciativa debido a la sensación de culpa, por lo tanto, un niño sano debe tener iniciativa. Es importante también, considerar la etapa siguiente de laboriosidad vs inferioridad, entre los 5 y 13 años, para entender a qué se van a enfrentar los niños y así prepararlos de manera correcta.

1

### CONFIANZA VS DESCONFIANZA

Desde el nacimiento hasta los dieciocho meses de vida, y depende de la relación o vínculo que se haya creado con la madre. La relación con la madre determinará los futuros vínculos que se establecerán con las personas a lo largo de su vida.

2

### AUTONOMÍA VS VERGÜENZA

Desde los 18 meses a 3 años. El niño comienza su desarrollo cognitivo y muscular. Este proceso de aprendizaje puede conducir dudas y vergüenza. Los logros desencadenan sensación de autonomía y de independencia.

3

### INICIATIVO VS CULPA

Desde los 3 a 5 años. Rápido desarrollo, tanto física como intelectualmente. Crece su interés por relacionarse con otros niños. Sienten curiosidad y es positivo motivarlos para desarrollarse creativamente.

4

### LABORIOSIDAD VS INFERIORIDAD

Entre los 6 y 12 años. Los niños muestran interés por el funcionamiento de las cosas e intentan realizar muchas actividades por sí mismos, por esto es tan importante la estimulación positiva. En el caso de que fracase, puede desarrollar una sensación de inferioridad que le hará sentirse inseguro.

5

### IDENTIDAD VS CONFUSIÓN

Desde el nacimiento y la aparición del lenguaje articulado en oraciones simples hasta los dos años de edad. Lo que define esta etapa es la obtención de conocimiento a partir de la interacción física con el entorno inmediato.

6

### INTIMIDAD VS AISLAMIENTO

Desde 20 a 40 años. Se priorizan relaciones más íntimas que ofrecen y requieren de compromiso recíproco, de una intimidad que genera la sensación de seguridad, compañía y confianza. Si se evade, se puede estar rozando la soledad o el aislamiento.

7

### GENERATIVIDAD VS ESTANCAMIENTO

Entre los 40 a 60 años. La persona dedica su tiempo a la familia. Se prioriza la búsqueda de equilibrio entre productividad y estancamiento; una productividad que está vinculada al futuro, ser y sentirse útil.

8

### INTEGRIDAD DEL YO VS DESESPERACIÓN

Desde los 60 a la muerte. Momento en el que el individuo deja de ser productivo como antes. Una etapa en la que forma de vivir se ve alterada totalmente. Los amigos y familiares fallecen y se tienen que afrontar los dolores que causa la vejez, tanto en el propio cuerpo como en el de los demás.

### **1.3. Desarrollo del autoestima**

Junto con todo lo mencionado anteriormente se debe tener en cuenta el desarrollo de la autoestima dentro de la etapa. Autoestima es el 'yo ideal' vs el 'yo real'. Cuanta más distancia haya entre ambos, nuestra autoestima será más baja. La evolución de la autoestima es muy alta entre los 3 y los 7, donde los niños se perciben muy competentes. De los 7 a los 11 años se produce un aumento en la discrepancia entre el 'yo ideal' y el 'yo real', por lo que, consecuentemente, disminuye la autoestima. En ese momento, el niño dedica la mayor parte del tiempo a aprender cómo incorporarse a su entorno

de forma productiva. El niño puede llegar a sentirse insatisfecho y descontento por la sensación de no ser capaz de hacer cosas. En los años anteriores a esta etapa se observa una orientación centrípeta de la construcción de la personalidad, es decir, se construye a sí mismo independientemente de la sociedad. Si la crisis se supera con éxito, tendremos niños productivos, adaptados perfectamente al mundo y con una utilidad en la sociedad. De lo contrario, si la crisis no se supera, tendremos niños inútiles e inseguros, que se van a sentir inferiores en todo momento. (Herrero y Legarra, s/f) .



fig. 4, Autoestima (Pexels, n.d)

## 1.4. Desarrollo psicomotor

El desarrollo psicomotor, “es un proceso gradual y continuo en el cual es posible identificar etapas de creciente nivel de complejidad, que se inicia en la concepción de la madurez, con una secuencia similar en todos los niños pero con un ritmo variable”. Es decir, un desarrollo psicomotor normal, permite al niño adquirir habilidades progresivamente, para realizar actividades adecuadas para su edad. Lev Vygotsky afirmaba que el niño es un ser social desde que nace y que en la interacción con los demás va a residir la clave de su desarrollo. (Vericat y Orden, 2013).

Arnaiz, considera la infancia un “período de globalidad irreplicable y que debe ser aprovechada por planteamientos educativos de tipo psicomotor”. A demás, Piaget sostiene que mediante la actividad corporal el niño piensa, aprende, crea y afronta sus problemas ( Citado por Gil, Conteras y Gómez, 2008). Justo Martínez, afirma, que hasta los seis años el desarrollo psicomotor, se debe comprender como un algo que se va a ir produciendo a través de su propio deseo y no algo que le condi-

ciona. Dicho desarrollo se manifiesta como una función motriz, que se constituye por movimientos que tienen una relación directa con el mundo que rodea al menor. Este juega un rol fundamental en todo su progreso, desde los primeros movimientos a la coordinación muscular, involucrando el equilibrio y desplazamiento, hasta alcanzar su perfección. (Gil, Conteras y Gómez, 2008).

Específicamente, a los tres años de edad, el desarrollo psicomotor de un niño, le debe permitir subir y bajar escaleras, vestirse y desvestirse, comer sin ayuda, entre otros. Ya tiene un mayor dominio de su propio cuerpo, diferenciando las partes que lo componen. A demás, tiene una mayor coordinación y precisión para realizar tareas que requieren de motricidad fina. A esta edad comienza a manejar nociones espacio-temporales, como arriba y abajo, adelante y atrás o antes y después. (García, 2009)



fig. 5, Juegos didáctico (Rawpixel, n.d)







## **2.1 Estimulación y plasticidad cerebral**

Irapauto afirma que una de las ventajas que aporta la estimulación es el fortalecimiento del área cognitiva de los menores, y le permite desarrollar la creatividad y el pensamiento crítico (citado por Pullutasig, 2015). El concepto creatividad es, hoy en día, un valor en alza, tanto para el desarrollo personal como para la capacitación y éxito profesional, sobre todo en una sociedad que continuamente exige adecuarse a demandas cada vez más elevadas. La creatividad se nos presenta como un desarrollo constante de la propia identidad. Entendemos, de esta manera, que la creatividad es “consustancial al ser humano y para algunos considerado un acto vital” (Pullutasig, 2015). El cerebro recibe estímulos que solo llegan a su máximo potencial si se le otorga oportunidades de aprendizaje en los 6 primeros años de vida, que es en donde se desarrolla neurológicamente la inteligencia emocional y cognitiva. Doman & Doman definen la maleabilidad o plasticidad cerebral como la capacidad de los niños para absorber información fácilmente en la infancia, la cual desaparece después de los 6 años, cuando el desarrollo significativo del cerebro ya casi ha terminado, convirtiéndose prácticamente en lo que va a ser de adulto. Sin embargo, su sabiduría ha comenzado y crecerá a lo largo de su vida (citado por Barreno y Macias, 2005).

## 2.2 Autonomía e Independencia

Según María Inés Díez, psicóloga y magister en psicología clínica infanto juvenil, el ser humano tiende a la autonomía y a la independencia. Para ello debe partir de una base segura y en un ambiente de confianza para el niño. Los niños van evolucionando y, junto con esto, desean tener su autonomía y la piden. A los 3 años viene la etapa, del “No, yo solito”, demostrando esas ganas de querer hacer las cosas solos. Al darse cuenta de las capacidades que poseen, aumentan su grado de confianza en sí mismo, buscando ser más independiente y tratando de realizar acciones sin ayuda de nadie. Como enuncian Gutierrez y Sanchez (2012), “para que el niño o niña aprenda a ser independiente, necesita que se le den oportunidades de elegir, opinar, tomar iniciativas, equivocarse y comprobar las consecuencias de sus acciones. Sólo así aprenderá a solucionar sus propios problemas”, siendo así el refuerzo de la autonomía un deber en el desarrollo infantil.

Francisca Lasota asocia los beneficios de la autonomía a la autoestima afirmando que cuando un

niño es autosuficiente confía en sus capacidades, le permite no solo sentirse bien en lo emocional, sino que le hace tener una mentalidad más positiva, llevándolo a ser más productivo, ya que toma riesgos y se atreve a realizar diversas acciones. La autoestima positiva le hace crecer confiado y esa confianza le ayuda a emprender con seguridad temas nuevos. Como define el Growth Mind Set, son capaces de desafiarse más, sin temor. Un niño con autoestima puede ser más independiente y capaz de mejorar que uno inseguro de sus capacidades. Además, influye en sus comportamientos, lo ayuda a superarse y es crucial para ver la vida como un permanente crecimiento. Al tener una mayor autoestima, se puede relacionar mejor con el resto. Si está seguro de sí, se refleja frente a otros, lo que le resulta atractivo y además le hace sentir más cómodo y puede ir saliendo de su egocentrismo inicial. Un niño con autoestima puede aceptar lo que le cuesta, lo que le es más difícil, ya que sabe que en otras áreas es más fuerte. Conoce y acepta lo que le sale fácil y lo que le sale difícil.



fig. 7, Autonomía (Freepick, n.d)



fig. 8, Autonomía (Rawpixe, n.d)









fig. 9, Educación tradicional Chile (Emol, 2017)

### 3.1 Educación Tradicional

La educación tradicional puede ser definida como un proceso donde el profesor entrega contenido y el alumno lo recibe (EducarChile, s/f). La educadora de párvulos, Ana María Etchepare, indica en una entrevista que “el método tradicional asume que todos los niños aprenden por igual y la figura del profesor es una de respeto e imposición que no se puede cuestionar, no una de guía o mediador”. En contraposición a este tipo de educación se crean métodos alternativos, conocidos como Educación Personalizada y Escuela Activa, que son los más implementados en nuestro país.

## 3.2 Educación Personalizada

La Educación Personalizada se caracteriza por darle importancia y respeto al niño a partir de tres principios: singularidad, autonomía y trabajo colaborativo. La Escuela Activa ha sido inspirada por grandes maestros como Mistral, Montessori, Steiner, Loris Malaguzzi y muchos otros. A pesar de que cada uno de ellos tiene su propia visión, coinciden en que todo niño puede aprender. Ven el aprendizaje como un proceso natural para el ser humano, pro-

fundamente intrínseco, que sucede cuando existe una motivación y cuando el ambiente es propicio para la libre exploración que debe ser guiada por la curiosidad. El fundador de la pedagogía Waldorf, perteneciente a esta corriente educativa, menciona que el principal objetivo es formar seres humanos libres, que sean capaces por sí mismos de comunicar un propósito y dirección a sus vidas (Educarchile, s/f).



fig. 10, Sala Reggio Emilia (n.d)

### 3.2. 1 Método Montessori

#### ***Educación individualizada:***

Cada niño es diferente en su capacidad cognitiva, sus intereses y su forma de trabajar y aprender. En el sistema educativo Montessori las lecciones, principalmente individuales pero también las colectivas, son voluntarias, breves, simples y adaptables en cada caso. De esta manera convierte el principio de la individualidad de la enseñanza en uno de los fundamentos de su pedagogía. (Montessori, 2013, p.5)

#### ***La mente absorbente:***

Montessori observó una sensibilidad especial del niño para observar y absorber todo cuanto le rodea en su ambiente inmediato y la denominó “la mente absorbente”. Ésta es la capacidad única de cada niño de tomar su ambiente y aprender cómo adaptarse a él. Durante sus primeros años, las sensibilidades del niño conducen a una vinculación innata con el ambiente. (Montessori, 2013, p.5)

#### ***Libertad y autodisciplina:***

Se fomenta la autonomía del niño, enseñándoles a pedir que los ayuden sin que hagan las cosas por ellos. Para eso es favorable un ambiente bien estructurado, ya que estimula al alumno a trabajar y a disfrutar con su trabajo, facilita la concentración individual y crea un clima social armonioso. (Montessori, 2013, p.5)

**“Los chicos deben ser tratados y respetados como individuos y debe prestarse suficiente atención a sus necesidades.”**

- *María Montessori*



fig. 11, Loris Malaguzzi (n.d)

### **3.2. 2 Pedagogía Waldorf**

Principal objetivo de Steiner era formar seres humanos libres, que fueran capaces por sí mismos de comunicar un propósito y dirección a sus vidas. Su propia filosofía del "individualismo ético", propone el principio de libertad como el más supremo. Por lo tanto la principal finalidad de la pedagogía Waldorf es formar personas, cuya formación, los haga capaces de usar su libertad individual de la manera más práctica. La pedagogía Waldorf pretende conducir al niño/a hacia un desarrollo claro y equilibrado de su intelecto, hacia un sentir enriquecido artísticamente y al fortalecimiento de una voluntad sana y activa, de tal modo que sus pensamientos, sentimientos y actos puedan hacer frente a los desafíos prácticos de la vida. (Carlgren, 1989)

**“ Los niños construyen su propia inteligencia. Los adultos tienen que proporcionarles la organización y el contexto.”**

*- Loris Malaguzzi*

### **3.2. 3 Método Reggio Emilia**

Loris Malaguzzi comenzó a replantear el método educativo establecido, ya que creía que empobrece a los niños y los subestima. Lo más importante en esta enseñanza es el desarrollo de la creatividad y la libertad de acción. A diferencia de la educación tradicional, el método Reggio Emilia no dispone de un currículum establecido al cual los niños deban ceñirse. Los docentes toman el rol de facilitadores para que los pequeños se desarrollen, a la vez que van registrando el progreso de cada uno. (Quicios, 2018)





## **4.1 Indumentaria infantil a lo largo de la historia**

Desde los inicios del mundo la indumentaria ha evolucionado acorde a su contexto social y actividades que realiza el ser humano, sin dejar de lado las prendas infantiles. Desde la prehistoria hasta la época romana, las prendas infantiles variaron desde las pieles, taparrabos, rectángulos de tela, fajas e incluso la misma desnudez. La indumentaria tenía entonces un carácter meramente funcional, cubriendo el cuerpo y manteniendo el calor en invierno y descubriéndolo en verano. No es sino hasta la edad media que los niños comienzan a vestir trajes.

Cuando eran bebés se les vestía con túnicas largas, capas, delantales y baberos y a partir de los 5 años la ropa era una imitación, en menor escala, de la de sus padres, sin importar que no fuese funcional para los menores. Hasta cierta edad, los niños usaban ropa que era igual para los dos géneros. Antes del siglo XVIII no existía una diferencia entre la vestimenta para adultos y para infantes. Esta sufre pequeñas variaciones dependiendo de la época en la que se produce y no es hasta mediados del siglo XVIII que surge un movimiento filosófico que argumentaba que los niños debían tener menos obstáculos en su vestimenta para que su desarrollo

sea exitoso. A partir de esto las niñas comienzan a utilizar pantalones de algodón, cuya finalidad apuntaba a la comodidad y ocultar sus piernas. Los niños, en cambio, al minuto de empezar a caminar se diferenciaban de las niñas utilizando trajes con pantalones cortos. A principios del siglo XX se empieza a utilizar telas de punto para así tener un mejor calce y adaptarlo al cuerpo del bebé (Giarroco, 2018).



fig. 12 (Pinterest, n.d)



fig. 13 (Pinterest, n.d)



fig. 14, Años 70 (Pinterest, n.d)



fig. 15, Años 70 (Pinterest, n.d)



fig. 16 (Pinterest, n.d)



fig. 17 (Pinterest, n.d)

## 4.2 Tendencias actuales de la moda infantil: diferenciación de género, adultización y sexualización

Actualmente, las tendencias de moda infantil salen del mismo laboratorio que las de la moda de adultos, pero en menor escala. Hoy existe un fenómeno llamado “baby fashion victims”, el cual convierte a los niños en adultos apresuradamente, cuando aún son considerados seres inocentes, y visten lo que sus padres les compran (Vougue, 2016). “Me preocupa la adultización de la ropa en los niños, la erotización o sexualización, que no tiene nada que ver con el mundo infantil. En esta debería primar la facilidad de poner y sacarse la ropa, que sea fácil de lavar, que te permita tener una identidad a través de colores, etc. Muchas veces el marketing del vestuario infantil se traduce en prendas muy estereotipada. Aunque es posible apreciar una tendencia fuerte hacia lo unisex, desarrolla más la identidad tener opciones y elegir-

las según lo que te identifica. Además, es innegable que existe una libertad mayor en la mujer al minuto de escoger las prendas; ella puede vestir prendas “masculinas”, pero si un hombre usa algo “femenino” la sociedad no lo tolera. No debe estar una versus la otra, deben estar las dos cosas, coexistir” destaca la psicóloga María Inés Díez haciendo alusión a la indumentaria infantil.

Según Araya, “el sexismo es una forma de discriminación que utiliza al sexo como criterio de atribución de capacidades, valoraciones y significados creados en la vida social”. Es decir, con base en la formación social y cultural, la gente ordena la realidad en dos grupos que respectivamente se denominan como “lo femenino” y “lo masculino”. Al igual que otras formas de discriminación, tiende a encasi-



fig. 18 (Pinterest, n.d)



fig. 19 (Pinterest, n.d)

llar a las personas en parámetros impuestos (2004, p.2). Asimismo, establece que la diferenciación sexista afecta a ambos géneros. Sin embargo, en el sexismo la diferencia se ordena en una escala jerárquica que termina por “sostener el argumento que las mujeres son inferiores” (2004, p.3). Esto se ve aplicado muchas veces en la indumentaria infantil a través de los mensajes que se entregan en las prendas de los niños.

A la edad de 3 años, como lo menciona Campbell (1993), los niños desarrollan una constancia de género, es decir, hay cierta comprensión por parte de los niños de que el género es relativamente permanente, y saben a qué sexo pertenecen. Por lo tanto, desarrollan una motivación interna muy grande por adquirir las características necesarias que les

permitan ser competentes entre aquellos del sexo que les corresponde. Buscan identificar las conductas y actitudes de los otros “masculinos” o “femeninos” para representarlas ellos mismos (Citado en Rocha, 2009. p. 6). Esto lo realizan imitando a las figuras cercanas, moldeando su comportamiento y características. Por lo tanto, los padres son principalmente quienes traspasan la información asociada a los géneros para los menores. Agregando a esto los aspectos que culturalmente son valorados, enseñados y reforzados. La búsqueda de la identidad será “permanente y activa” ya que no es una tarea de la infancia sino un proceso, sujeto a los cambios a lo largo de la vida (Rocha, 2009. p.6).

### **4.3 Beneficios en la libertad de vestir**

Cuando llega la hora de comprar ropa, por lo general los niños no son involucrados en el proceso, siendo los adultos quienes eligen para ellos. Al momento de tener que escogerla para usarla, sucede lo mismo. Y a la hora de vestirse, por cuestión de tiempo y comodidad, son nuevamente los mayores los que lo realizan.

Para corroborar esta información se realizó una observación a diferentes niños durante el acto vestir, en los contextos del hogar y jardín infantil. Uno de los estudios fue realizado en la Sala Cuna y Jardín infantil Unilever, en la sala de los mayores, a la cual asisten niños de entre dos años y medio y cinco años. La observación se realizó en la instancia de vestir después de la siesta. Los niños ya se encontraban con ropa interior, calcetines, camiseta o polera. Ellos recogían sus prendas que se encontraban ordenadas sobre la mesa para luego proceder a vestirse. En general, los niños poseían las capacidades y ha-

bilidades para desarrollar la tarea. Sin embargo, se detectaron ciertas dificultades interesantes para un rediseño de la indumentaria actual. Se utilizó una pauta de evaluación que diera cuenta de los factores influyentes durante el proceso, la cual contenía categorías como la edad, si existe algún tipo de elección, que acciones realiza el niño y cuales el adulto, qué dificultades se presentan diferenciando ambos participantes y cuánto demoraba la acción en total. La observación permitió la detección de un patrón por parte de los niños a la hora de vestir.

Luego se observó a niños en sus contextos de rutina en el hogar a la hora de vestirse, durante días de semana y fin de semana, compartiendo un caso que ya se había estudiado en su contexto educacional. En el caso de los días de semana, predominaba el adulto significativo a lo largo del acto de vestir, siendo él quien escogía la ropa para luego ponérsela al niño, quien no realizaba ningún esfuerzo. Además, se vio una resistencia por parte del niño a querer vestirse, prefiriendo dejar su pijama puesto, por razones de cansancio o frío. En los días del fin de semana, se observó que el niño tenía una motivación mayor por participar en el acto, estaba más despierto y con ganas de hacer las actividades del día. De todas formas, el adulto realiza gran parte de la acción.

Según Mireia Long (2012) es importante que los niños participen de la elección de las prendas, ya que serían más responsables de su ropa y desearían cuidarla. En un reportaje del diario ABC de Madrid (2018) se afirma que la infancia debería ser una etapa de creatividad y libertad ante todo y, por eso mismo, se les debe entregar todas las oportunidades para expresarse también a través de su propia imagen. Los niños se sienten más respetados y valorados cuando toman sus decisiones, adquiriendo confianza en ellos mismos y aumentando la que sienten hacia los padres. Su autoestima se ve beneficiada, su personalidad se afianza y se hacen más autónomos en el sentido correcto. Favorece además de su autoexpresión, su autoestima, su capacidad de juicio y su responsabilidad.



fig. 20, Niña escogiendo su ropa (Freepick, n.d)





## **Proceso de seminario**

Durante la primera etapa de investigación se detectó la oportunidad de reforzar la autonomía del niño a través del acto de vestir, utilizando la ropa como un instrumento educativo para un mejor aprendizaje y desarrollo de ciertas aptitudes en torno a su crecimiento. Ante esto, se investigó el acto de vestir y la aplicación de la autosuficiencia en este ámbito. A partir de lo revisado en la literatura, se concluyó que la mejor etapa para fomentarla sería entre los 3 y 6 años de edad.

Considerando lo anterior, se abordó la metodología planteada por el Human Centered Design (HCD), la cual establece que "todos los problemas, incluso los aparentemente intratables (...), pueden resolverse". Se basa en un diseño centrado en el ser humano, apelando a la oportunidad de hacerlo con el usuario, buscando comprender profundamente las necesidades de las personas que busca servir, para así generar una amplia variedad de ideas y soluciones innovadoras originadas en las necesidades reales de las personas (IDEO, 2015).

La metodología del HCD consiste en tres pasos: Hear, Create and Deliver.

1. Hear (Escuchar): Metodologías y consejos para involucrar a las personas en sus propios contextos para comprender los problemas a un nivel profundo.
2. Create (Crear): Proceso de síntesis e interpretación. Restringir y desechar la información y traducir los conocimientos sobre la realidad de hoy en un conjunto de oportunidades para el futuro. Definir oportunidades, prototipar con la deseabilidad del cliente en mente.
3. Deliver (Entregar): Hacer soluciones factibles y viables. Mover las ideas principales hacia la implementación. Complementar los procesos de implementación existentes de su organización e

impulsar adaptaciones a la forma en que normalmente se implementan las soluciones.

Sobre la base de la metodología anterior, se llevaron a cabo observaciones en terreno y entrevistas a expertos. Las observaciones fueron fundamentales para el entendimiento del proceso completo, reconocer las dificultades reales que tienen los niños y definir cuales interacciones críticas (fig.23) eran fundamentales para resolver durante el proyecto.

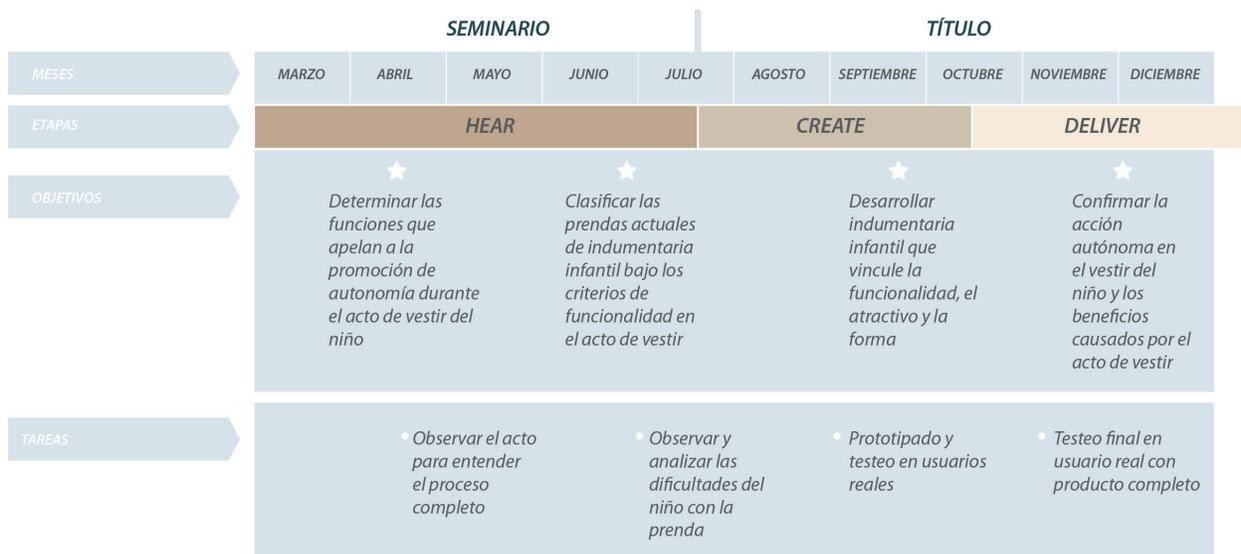


fig. 21, Metodología proyectual (Elaboración del autor, 2019)

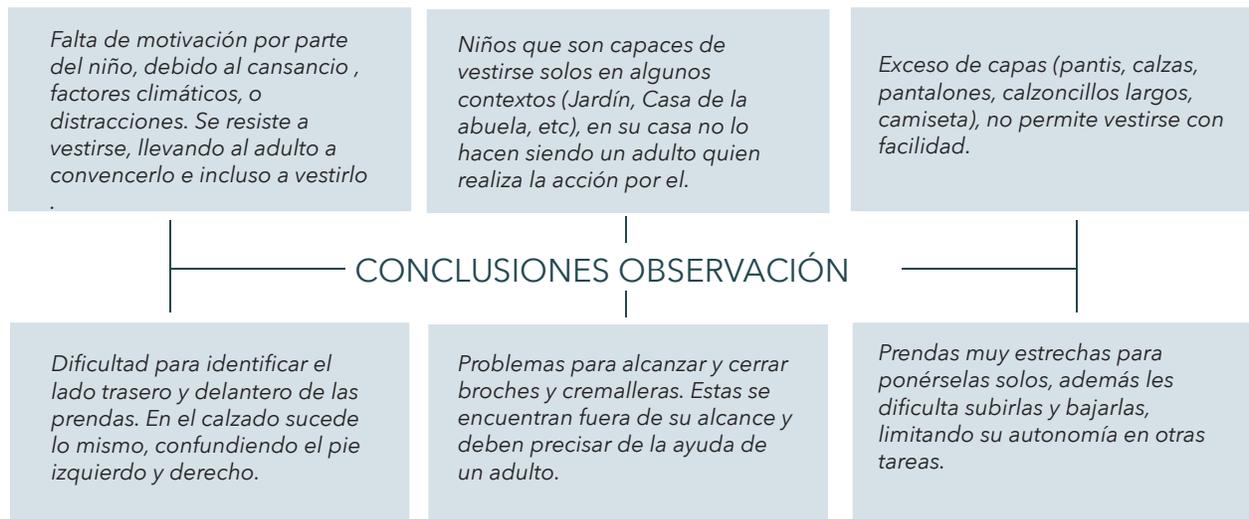


fig. 22, Conclusiones observación seminario (Elaboración del autor, 2019)

Se realizó un seguimiento de las emociones que expresaban los niños durante el ejercicio de vestirse ( fig. 24), para lograr entender el resfuerzo positivo del autoestima. Así mismo se logró identificar los agentes e instituciones involucradas y los puntos de contacto para futuras intervenciones.

Durante las entrevistas a apoderados se detectaron factores no fueron reconocidos en una pri-

mera instancia de observación, como ciertas interacciones críticas correspondiente a las tareas que ellas realizaban. Finalmente, en las entrevistas a expertos del área de la psicología y educación parvularia, se profundizó sobre la autonomía en los niños, vinculándola con diversos aspectos, sumado a la identificación de los roles de cada agente durante el acto de vestir para así generar un espacio de tranquilidad y confianza para el menor.





fig. 23, Observación usuario en contexto (Elaboración del autor, 2019)

## Principales interacciones críticas

1.

Dificultad para **identificar el lado** trasero y delantero de las prendas. En el calzado sucede lo mismo, confundiendo el pie izquierdo y derecho.

2.

Problemas **para alcanzar y cerrar broches y cremalleras.** Estas se encuentran fuera de su alcance y deben precisar de la ayuda de un adulto.

3.

**Prendas muy estrechas** para ponerse las solos, además les dificulta subirlas y bajarlas, limitando su autonomía en otras tareas.



fig. 24, Mapa de emociones (Elaboración del autor, 2019)





## FORMULACIÓN DEL PROYECTO

**QUÉ** Indumentaria para niños de entre 3 y 6 que aporte al desarrollo de la autosuficiencia en el acto de vestir.

**POR QUÉ** Porque la indumentaria actual dificulta la autonomía del niño en el acto de vestirse.

**PARA QUÉ** Para que mediante el acto de vestirse el niño desarrolle su autonomía y con ello sus capacidades motoras, cognitivas y psicológicas, aspirando con ello a una mejor calidad de vida para ellos como para sus familias.

## OBJETIVO GENERAL

Propiciar experiencias que refuercen la autonomía y autosuficiencia del niño en el acto de vestirse.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Reforzar la seguridad emocional del niño facilitando su éxito en el acto de vestirse.
2. Disminuir el tiempo que toma el acto de vestirse en los niños.
3. Conseguir una experiencia educativa formadora del hábito autónomo de vestirse en un ambiente de sana convivencia familiar.
4. Combinabilidad, entendida como la capacidad de combinación de las prendas **Kipo** para que el niño pueda elegir su vestimenta entre las que estime conveniente.

*IOV: Tasa de niños que logran completar el acto de vestirse sin ayuda o con solo acompañamiento por parte del padre.*

*IOV: Reducción en el tiempo de vestirse con ropa **Kipo** respecto al vestuario infantil actual.*

*IOV: Disminución de interacciones negativas o de mala convivencia entre el adulto y el niño, durante el acto de vestirse.*

*IOV: El niño al elegir cualquier tipo de prendas logre combinar color de fondo y color de formas.*

## Referentes

### Muebles Montessori

Toma el hogar como un lugar de aprendizaje para desarrollar mobiliario para aprender lo básico. Los niños aprenden en un entorno seguro donde tienen acceso a herramientas adecuadas. Tiene en cuenta el tamaño y necesidades de los niños, para que crezcan participando en familia.



fig. 25, Montessori Furniture Collection (Pinterest, n.d)

### Melissa & Doug

Tiene una alianza con la Asociación Americana de Pediatría. Proporciona una plataforma para encender la imaginación y una sensación de asombro en todos los niños para que puedan descubrirse a sí mismos, sus pasiones y su propósito.



fig. 26, Juego encaje figuras geométricas (Melissa&Doug, n.d)

## Shoezooz

Es una marca de calcomanías educativas que ayudan a los niños a diferenciar el zapato izquierdo del derecho. Se pegan en la plantilla del zapato para que así el niño identifique su correcta postura.

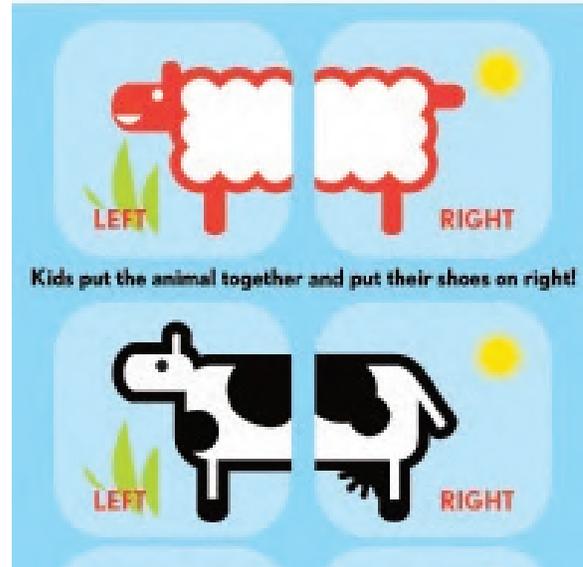


fig. 27, Shoezooz (n.d)

## Kid autocultivo para niños

Kit para crear su primera huerta en casa. Su cuidado requiere de trabajo en equipo y la participación e integración de todos los miembros de la familia durante el proceso de crecimiento de las plantas.



fig. 28, Kit jardinería (Pinterest, n.d)

## Antecedentes Nacionales

### Safari

Marca moderna y atemporal, que ofrece una nueva versión de la moda infantil, confeccionando piezas coloridas, unisex y cómodas para saltar, correr y jugar.



fig. 29, Safari (Instagram, 2019)

### Santos y Diablitos

Santos y Diablitos es 100% diseño chileno. Están dedicados al diseño y confección de ropa para los más pequeños, desde bebés recién nacidos hasta niños y niñas de 6 años. Sus colecciones tienen como premisa entregar calidad, comodidad, alegría y estilo para cada etapa de su desarrollo.



fig. 30, Santos y diablitos (Instagram, 2020)

## Antecedentes Internacionales

### Bobo Choses

Marca española de ropa divertida con formas cómodas para que jueguen los niños; escribiendo libros infantiles locos que dan sentido a nuestras colecciones y diseñando hermosos objetos que levantan nuestros pies del suelo. Trabajan en una antigua fábrica de juguetes ; donde aprenden de los fabricantes locales.



fig. 31, Bobo Choses (2020)

### Papu stories

Una madre de dos hijos y la diseñadora de moda ha creado una marca cuyo objetivo es complacer tanto a niños como a adultos al hacer ropa lúdica pero con estilo. Cada colección de Papu cuenta una historia a través de colores, formas y pequeños detalles. Los productos de alta calidad de las colecciones combinan el diseño atemporal de Anna y los graciosos estampados de Hanna-Rikkka. La estética y los valores de Papu representan estampados unisex divertidos, diseño atemporal y elecciones conscientes.

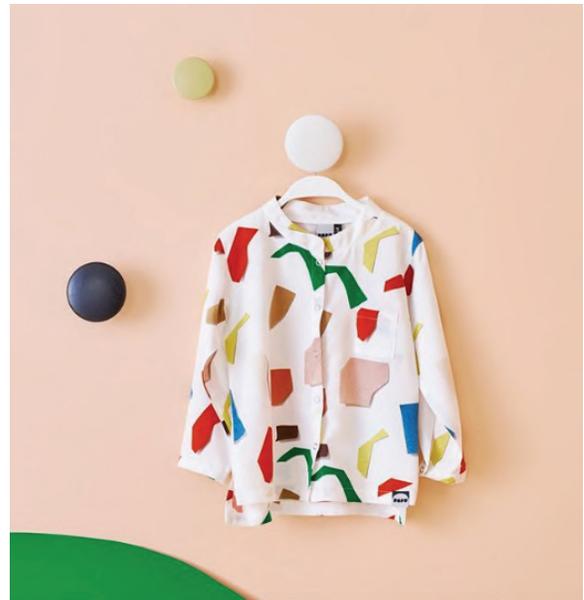


fig. 32, Papu Stories (2020)



fig. 33, Educación de hábitos (Pexels, n.d)



fig. 34, Actividades en familia (Freepick, n.d)



fig. 35, Aprendizaje en el hogar (Rawpick, n.d)

## Contexto

Las generaciones actuales de padres se encuentran mucho más informados y son más conscientes de su rol, dándole gran importancia a la estimulación a temprana edad. Les interesa ser partícipes del desarrollo de sus hijos y saben que entregar herramientas que refuercen la autonomía ayuda en la autoestima.

Para ellos es fundamental proveer a los niños todos los instrumentos posibles durante la crianza para que lleguen a ser adultos sanos y felices, tanto dentro como fuera del aula de clases. Es por esto que aprovechan instancias cotidianas, en el lugar base de la familia que es el hogar, conscientes de que el nivel de estimulación que reciban determinará su formación.



fig. 36, Usuario (Freepick, n.d)



fig. 37, Familia tipo (Pinterest, n.d)



fig. 38, Usuarios (Pexels, n.d)

## Usuario

### Primario (directo)

Niños de 3 a 6 años. Es más frecuente encontrarlos formando parte de un sistema de educación personalizada (Montessori, Waldorf, Reggio Emilia), donde se promueve la libertad de exploración, la independencia y el aprender de sus propios errores. Disfrutan de actividades recreativas al aire libre y tienen un contacto restringido o mínimo con las pantallas.

### Secundario (indirecto)

Principalmente madres y padres jóvenes 25-40 años, profesionales de disciplinas como literatura, psicología, sociología, arte, diseño y docencia. Pertenecen al nivel socioeconómico medio-alto o alto, consumidores de arte y diseño de autor. No son apegados a las marcas de consumo masivo. Preocupados por el desarrollo de habilidades y formación de sus hijos, entregándoles libertad para conocer y aprender del mundo. Les gusta pasar tiempo y vivir experiencia en conjunto con sus hijos y formar parte de su proceso educativo.





## Conceptualización

### INDUMENTARIA INFANTIL

Se toma el acto de vestir como una instancia para reforzar la autonomía, considerando que este se realiza a diario, sin excepción, y es uno de los primeros hábitos que los niños deben incorporar en su rutina. Específicamente, se utilizará la indumentaria como herramienta educativa, ya que es esta la que actualmente se presenta como barrera de desarrollo de los niños.

### AUTONOMÍA

El objetivo principal es que el niño logre vestirse de la manera más autónoma posible, a través de una gráfica y confección pensadas en sus necesidades, para que así sean guiados en la postura adecuada de las prendas, evitando frustraciones y fracasos durante el proceso. La importancia de la superación exitosa del ejercicio de vestirse por sí solos se ve reflejada en el refuerzo positivo de la autoestima, entregando seguridad a los niños para así enfrentarse sin temores a situaciones desafiantes en un futuro.

### APRENDIZAJE

El propósito es que tanto el niño como el adulto adquieran conocimientos y hábitos sobre el acto de vestir. Los menores, con la guía del adulto al comienzo, a través de una metodología basada en figuras geométricas, podrán comprender el vestuario y adquirir la costumbre de ponerlo con mayor facilidad, para que así en un futuro logre realizarlo con cualquier tipo de prenda. El foco está en la identificación de la parte delantera y trasera de las prendas, en facilitar la postura de las prendas por su moldaje y confección y, finalmente, en disminuir el tiempo del acto de vestirse en comparación a las prendas actuales infantiles.

|        | Elasticidad | Resistencia | Respirable | No tóxica | Liveana | Suave |
|--------|-------------|-------------|------------|-----------|---------|-------|
| Jersey | X           | X           | X          | X         | X       | X     |
| Fleece | X           | X           | X          | X         | X       | X     |
| Rib    | X           | X           | X          | X         | X       | X     |
| Puño   | X           | X           | X          | X         | X       | X     |
| Pique  |             | X           | X          | X         | X       |       |
| Modal  | X           | X           |            | X         |         | X     |
| Lino   |             | X           | X          | X         | X       |       |

fig. 39. Análisis de materiales  
(Elaboración del autor, 2020)

## Materialidad

Al momento de buscar materiales se establecieron ciertos parámetros que debían cumplir para que realmente se adaptaran a las necesidades y requerimientos de los niños (fig.39).

Se experimentó principalmente con dos tipos de textiles, algodones y lino. Se intentó buscar materiales de fabricación nacional.

Se exploró también la materialidad del jersey, fleece, rib, puño, piqué y modal, entre otros. Debido a sus características y comportamiento se utilizó el jersey, franela (con y sin carda) y puño para realizar los primeros prototipos. Estos eran de colores llamativos y vibrantes, para ser atractivos para los niños, pero al realizar un testeo de colores (fig. 40, 41, 42) se tomó la decisión de utilizar colores más neutros para las telas y agregar el color a través del estampado.

En la exploración con el lino algodón y

lino se pudo observar que, a diferencia de la tela de punto, esta era más rígida y resistente, pero al mismo tiempo tenía un costo más alto. Al realizar los prototipos se observó que se arrugaban rápidamente y al ser más rígidos eran más incómodos, sobre todo para la rutina del niño

Finalmente se tomó la decisión de utilizar solo tela de punto, específicamente jersey, franela con carda, rib y puño, ya que cumplían con todos los requerimientos anteriormente mencionados y además tiene un menor costo, haciéndola más asequible para el usuario definido.

## Color

Como primera aproximación a la paleta de color se realizó una actividad con niños de entre 3 y 5 años de la Sala Cuna y Jardín Infantil Unilever, para identificar sus preferencias de colores y estampados. Para esto se imprimió diversas opciones de poleras (36) y se les fue mostrando por grupos, preguntándoles cuál era su preferencia. Para finalizar la actividad se les entregaba una polera en blanco para que pudieran pintarla a su elección.

Según las elecciones de los niños se pudo observar que tanto los niños como las niñas, por lo general, priorizan su colores favoritos sin importar si llevan estampado o no. De no estar su color favorito entre las opciones, se inclinaban por estampados de cosas que les gustaban (frutillas, por ejemplo) o por gráficas que aludían a estas (estampado de cuadros para el fútbol).

En cuanto al género, se dió una interacción interesante sin ser forzada o guiada. Los mismos niños reaccionaron a los colores clasificándolos como "para niños" y "para niñas". Se testeó una polera que contenía ambos colores, lo que causó mucha confusión en los niños ya que no sabían cómo calificarla.

A modo de conclusión se rescatan dos importantes conceptos. El primero es que la asociación de colores a los géneros es aprendida por los niños por ideas que les son instauradas por los adultos. Se toma este resultado como un desafío para cambiar este paradigma y hacer una invitación tanto a los niños como los adultos a utilizar con libertad el color que prefieran. Por otra parte se concluye que siempre los colores favoritos priman sobre cualquier otra opción.



fig. 40, testeo colores (Elaboración del autor, 2019)



fig. 41, testeo colores (Elaboración del autor, 2019)



fig. 43, testeo colores (Elaboración del autor, 2019)

## DE 10 NIÑOS

2

Niñas de la muestra total eligieron el color rosado



2

Niños de la muestra total eligieron el color azul



2

Niños de la muestra total eligieron el color verde



2

Niños de la muestra total eligieron el color amarillo



1

Niña de la muestra total eligió el color morado

1

Niña de la muestra total eligió el color negro

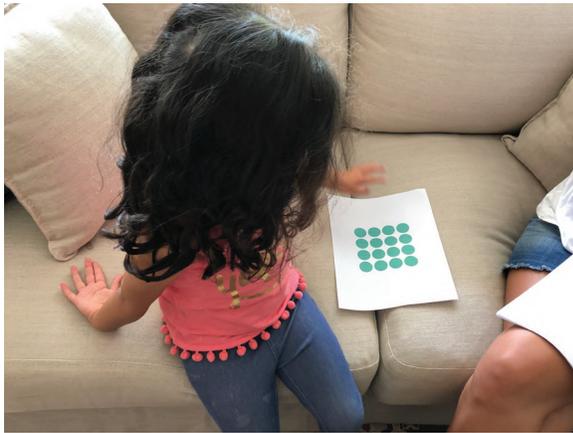


fig. 43, testeo figuras  
(Elaboración del autor, 2019)



fig. 44, testeo figuras  
(Elaboración del autor, 2019)

## Estampado

Por lo general los niños están acostumbrados a utilizar indumentaria con elementos decorativos asociados al marketing tradicional, ya que es una manera efectiva para lograr la atención y atracción de los niños, cuando en realidad ellos pueden sentirse atraídos por diversos elementos, siendo uno de ellos la motivación del aprendizaje, así como demostrar sus conocimientos y sentirse validados frente a los demás por ello.

Es por esto que se tomó la decisión de utilizar figuras geométricas para el estampado y que estas sean las que entreguen el color a las prendas. Se realizó un testeo para observar cuán familiarizados están los niños con las figuras geométricas y cuánto

conocimiento tienen sobre ellas. Se les entregó tres tipos de figuras (triángulo, círculo y cuadrado), en distintas posiciones, orientación, cantidades, colores, figuras completas y porciones de ellas. Al observarlas se les pedía identificar la figura, nombrar su color y clasificarlas según su forma. Con esto se pudo probar que identificaban las tres figuras geométricas, sin importar si estaban completas o fraccionadas. El único problema era la orientación de los triángulo, que al girarlos los calificaron como "flechas".

Además de tener un carácter decorativo, se definió que las figuras tuviesen el rol de ser el elemento identificador para que así los niños las asocien a la orientación de las prendas. Para esto se



fig. 45, testeo orientación (Elaboración del autor, 2019)



fig. 46, testeo orientación (Elaboración del autor, 2019)



fig. 47, testeo orientación (Elaboración del autor, 2019)



fig. 48, testeo orientación (Elaboración del autor, 2019)

seleccionaron solo 2 figuras geométricas, intentando darle la mayor simplicidad posible a la metodología de uso. Los niños, las veces que logran vestirse de manera correcta, suelen guiarse por las etiquetas para indicarles la posición, siendo un recurso poco evidente a simple vista. De igual manera se testeó con prendas sin etiqueta si los niños eran capaces de guiarse por la identificación de figuras, con un resultado exitoso. Por esto se tomó la decisión de utilizar el estampado para guiarlos. Finalmente se designó el círculo para la parte delantera y el triángulo para la parte trasera de las prendas.

La técnica escogida fue la serigrafía por su calidad de estampado. Para esta etapa del proce-

so, se trabajó con Francisco Espinosa, quien dirige Abasto Serigrafía. Se estamparon las prendas una vez ya cortadas y antes de ser confeccionadas. De igual manera se estamparon las bolsas del packaging y finalmente las cajas donde viene el producto. Se utilizaron 5 colores: amarillo, verde, azul, rosa y negro. Para esto fue necesario el desarrollo de un archivo digital y realizar una prueba de colores y tamaños, para así llegar al resultado final. Francisco fue un gran aporte, manejando a la perfección la técnica de la serigrafía y guiando el proceso completo. Este proceso también debería ser utilizado para las etiquetas, pero para el prototipo final se utilizó la técnica de sublimación.

## Formas

Para el desarrollo de las prendas se estableció la temporada de primavera, ya que es una estación intermedia donde hay gran variedad de prendas y disminuye el uso de capas. Para comenzar, se observó el vestuario utilizado mayormente en esta época por niños de entre 3 y 6 años. Acorde con el objetivo principal del proyecto, crear indumentaria que aporte al desarrollo de la autosuficiencia en el acto de vestir, se eligieron prendas básicas como poleras manga corta y manga larga, polerón con y sin capucha, pantalón ancho, otro ajustado y, por último, una jardinera. Se buscó generar una mayor variedad en las piezas, ya que de esta manera el niño podrá aprender a ponerse cada una de ellas.

Sumado a esto se tomó la decisión de eliminar botones, broches, cierres, para que de esta manera el niño pueda realizar el acto de vestirse por sí solo. El desafío estuvo en lograr un moldaje que permitiera el acto sin la necesidad de agregar estos elementos.

Además se pensó el vestuario desde una perspectiva unisex, intentando cambiar el paradigma de las prendas y colores restringidos en función del género. Así, tanto niños como niñas pueden realizar una libre elección de las prendas, lo que aporta también a la reutilización de ellas, dándoles mayor utilidad y una vida de uso más larga.

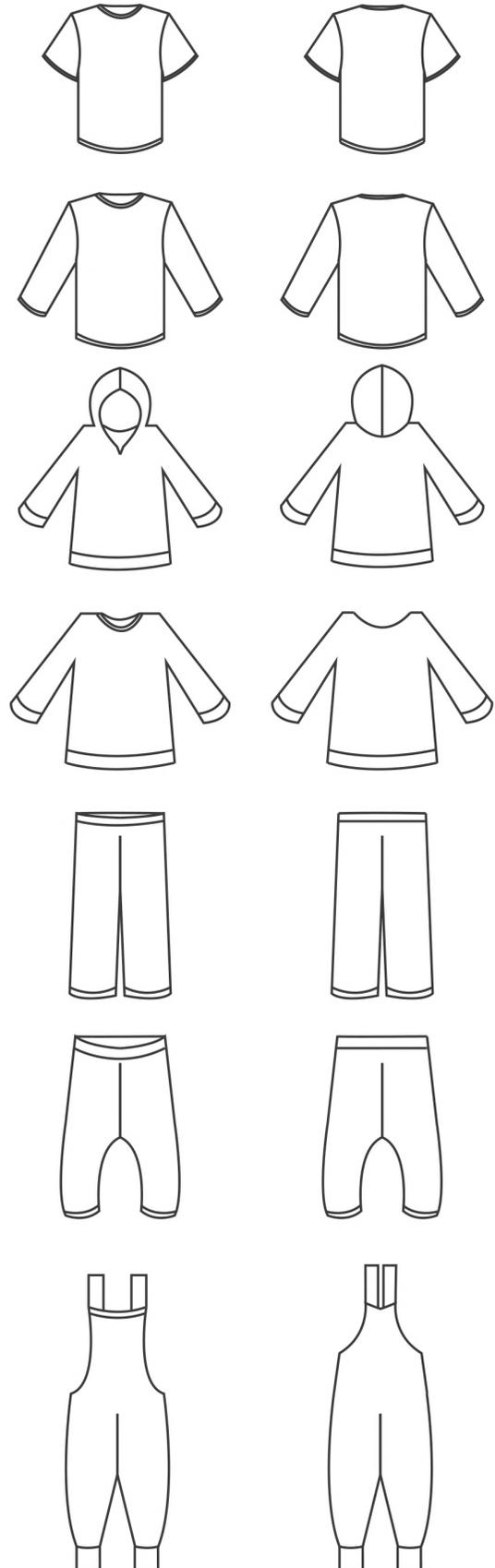


fig. 49, formas colección (Elaboración del autor, 2020)



fig. 50, croquis colección (Ríos, 2020)

## Kit educativo

Considerando que el proyecto se desarrolla con bases de aprendizaje, más allá de ser indumentaria, y que como el acto de vestir consta de varias prendas, se estableció que los niños deben aprender a usar las prendas en conjunto, como un sistema. Por ello se definió que se venderán en conjuntos de 3, prenda superior, inferior y una segunda capa superior. En caso de que el cliente quiera adquirir más o reponer prendas, podrá comprarlas por separado. Con esto, junto con ser capaces de identificar las figuras geométricas y el sentido que ellas tienen, podrán ejercitar la postura de todo tipo de prendas.

Para esto, el kit contendrá un instructivo que dé a conocer los ideales de la marca y explique el funcionamiento de la metodología educativa. Los kits siempre traerán gráficas en la parte delantera y trasera para ejercitar el reconocimiento de ambos lados de las ropas, manteniendo un estilo más atractivo y así evitar que el look final sea similar a ropa de dormir o que se vea caricaturesco.

## Prototipos y pruebas de calce

El proceso de diseño comenzó con moldes base talla 4 de las prendas anteriormente mencionadas. Se realizaron los modelos para llevar a cabo pruebas de calce en una niña (Valentina, 4) y, a partir de estas, realizar las modificaciones. Al ser modelos básicos, el objetivo era probar el calce que tenían para definir la talla y además analizar su funcionalidad en cuanto al acto autónomo. Las prendas resultaron ser en su mayoría muy ajustadas, sumándole una mayor dificultad para vestirse. Por lo que se le dio una mayor holgura a las prendas, sobre todo si-sas y tiros, para entregar comodidad al niño.

A partir de los resultados con el primer prototipo se ajustaron medidas y modelos para realizar las prendas reales. Estas fueron confeccionadas tanto en tela de punto como en lino algodón. En esta prueba se pudo comprobar el uso autosuficiente de las prendas, ya que a diferencia de las confeccionadas con los moldes base, aquellas no contenía elementos (cierres, broches, amarras) que el niño no pudiese manejar. Además se seleccionaron los modelos que tenían una mayor funcionalidad para lograr el objetivo central del proyecto.

Para crear las prendas finales se realizaron los ajustes de medidas necesarios, para obtener la talla real, siempre con el objetivo que la prenda fuese lo más cómoda para ponerla y usarla.



fig. 51, prototipo 1  
(Elaboración del autor, 2019)



fig. 52, prototipo 1  
(Elaboración del autor, 2019)



fig. 53, prototipo 1  
(Elaboración del autor, 2019)



fig. 54, prototipo 2  
(Elaboración del autor, 2020)



fig. 55, prototipo 2  
(Elaboración del autor, 2020)



fig. 56, prototipo 2  
(Elaboración del autor, 2020)



fig. 57, prototipo 2  
(Elaboración del autor, 2020)



fig. 58, prototipo 2  
(Elaboración del autor, 2020)



fig. 59, prototipo 2  
(Elaboración del autor, 2020)





## Pratonaje de las prendas

Para cada prenda se realizó un estudio exhaustivo del patronaje, siendo cada medida fundamental tanto para no dificultar la acción de vestirse como para la comodidad del niño al usarla. Se definió una silueta más holgada, que permita mayor comodidad, sin perjudicar el movimiento. Para esto fue necesario ajustar ciertas medidas, destacando las del cuello y las sisas que eran las que traían mayor dificultad en el proceso de vestirse. Además, se eliminó el uso de cierres, reemplazándolos por elásticos y amarras, para que de esta manera el menor pudiese ejercer mejor su autonomía.

### Pantalones

Se decidió realizar dos tipos de pantalones, uno más ancho y otro más ajustado. En ambos se mantienen las medidas de cintura y el largo y la diferencia está en el ancho del tobillo. El pantalón ancho tiene la holgura necesaria para permitir el libre movimiento, sin ser molesto. El más ajustado busca no ser ceñido al cuerpo, para facilitar el ponerse y sacarse el pantalón.

|               | Delantero original / nuevo | Espalda original / nuevo |
|---------------|----------------------------|--------------------------|
| Largo         | 72 cm / 65 cm              | 72 cm / 65 cm            |
| Tiro          | 21 cm / 23 cm              | 22 cm / 26 cm            |
| Ancho cintura | 19 cm / 17 cm              | 20 cm / 19 cm            |
| Ancho tobillo | 23 cm / 20 cm              | 25 cm / 21 cm            |

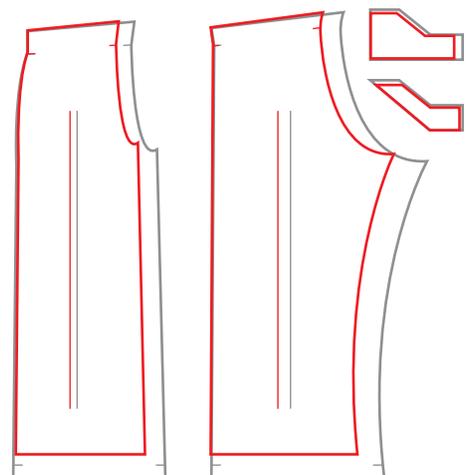


fig. 60, Estudio medidas pantalón ancho . (Elaboración del autor, 2020)

fig. 61, Pantalón ancho (Elaboración del autor, 2020)

fig. 62, Estudio medidas pantalón angosto (Elaboración del autor, 2020)

|               | Delantero original / nuevo | Espalda original / nuevo |
|---------------|----------------------------|--------------------------|
| Largo         | 72 cm / 65 cm              | 72 cm / 65 cm            |
| Tiro          | 21 cm / 17,5 cm            | 22 cm / 26 cm            |
| Ancho cintura | 19 cm / 16 cm              | 20 cm / 20 cm            |
| Ancho tobillo | 23 cm / 11 cm              | 25 cm / 14 cm            |

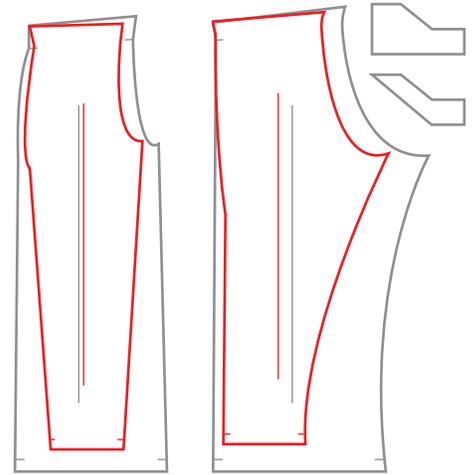


fig. 63. Pantalón angosto (Elaboración del autor, 2020)

## Jardineras

Para las jardineras se desarrollaron dos patrones. Uno con espalda rebajada y otro con espalda alta, para evaluar su funcionalidad. Además una de ellas tenía una caída recta hacia el tobillo y la otra se ajustaba finalizando en un puño. Finalmente la jardinera utilizada fue la que lleva puño.

|               | Delantero original / nuevo | Espalda original / nuevo |
|---------------|----------------------------|--------------------------|
| Largo         | 92cm / 73 cm               | 83,5 cm / 68,5 cm        |
| Ancho tobillo | 20 cm / 12cm               | 22 cm / 11,5 cm          |
| Ancho muslo   | 23 cm / 23 cm              | 31 cm / 28 cm            |
| Ancho pechera | 12,5cm / 12,5 cm           | 10,5 cm / 5 cm           |
| Ancho cintura | 20 cm / 16 cm              | 18,5 cm / 21 cm          |

fig. 64, Estudio medidas jardinera . (Elaboración del autor, 2020)

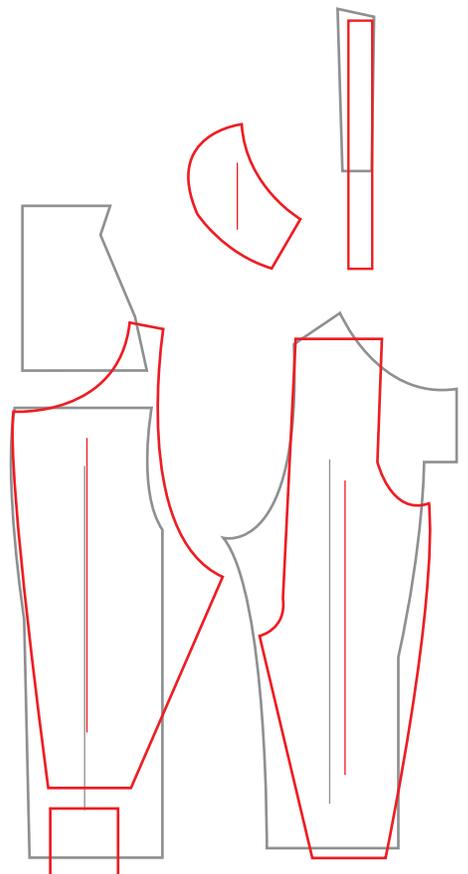


fig. 65, Jardinera (Elaboración del autor, 2020)

## Poleras

En el molde de la polera se aumentó el diámetro del cuello, se le dio mayor holgura al cuerpo y mangas y, finalmente, se agrandó la sisa para permitir un mejor ingreso de los brazos hacia las mangas.

|                    | Delantero original / nuevo | Espalda original / nuevo |            | Manga original / nuevo |
|--------------------|----------------------------|--------------------------|------------|------------------------|
| Largo              | 43 cm / 40 cm              | 48 cm / 45 cm            | Alto       | 19.5 cm / 17 cm        |
| Largo desde hombro | 49 cm / 45 cm              | 49 cm / 46 cm            | Ancho      | 23.5 cm / 23.5 cm      |
| Ancho cintura      | 17 cm / 18 cm              | 17 cm / 18 cm            | Ancho sisa | 27.5 cm / 28 cm        |
| Ancho cadera       | 17.5 cm / 20 cm            | 17,5 cm / 20 cm          |            |                        |
| Ancho cuello       | 6 cm / 9 cm                | 7 cm / 9 cm              |            |                        |

|             | Manga larga |
|-------------|-------------|
| Largo manga | 33 cm       |
| Puño        | 9 cm        |

fig.66, Estudio medidas poleras . (Elaboración del autor, 2020)

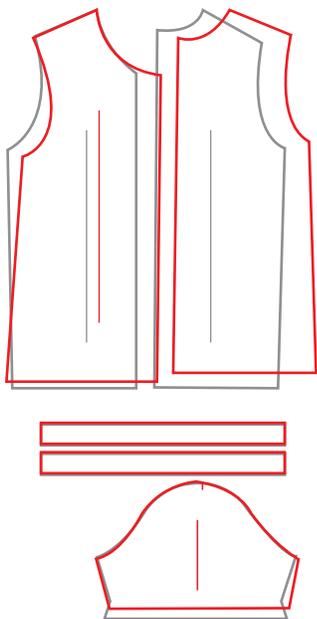


fig. 67 . Polera manga corta (Elaboración del autor, 2020)

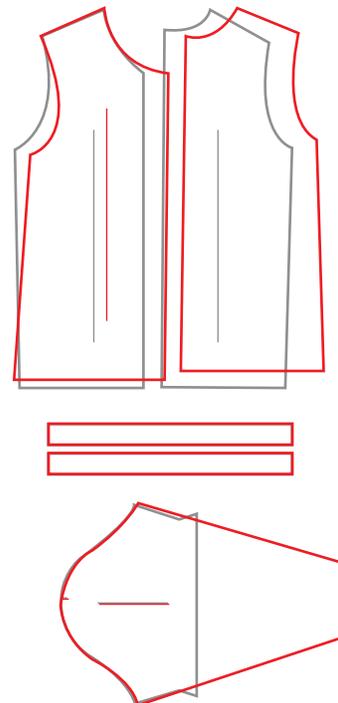


fig. 68 . Polera manga larga (Elaboración del autor, 2020)

## Polerones

En el caso de ambos polerones se optó por una manga raglan, ya que, según pruebas realizadas durante el proceso, estas tenían mayor apertura para facilitar el paso de los brazos a las mangas. Ambos cuellos fueron ajustados, uno dándole una

apertura hacia el pecho para facilitar la entrada de la cabeza sin necesidad de utilizar el puño y el otro aumentando el diámetro y utilizando tela de puño. A las mangas se les dió unos centímetros de holgura hasta el final.

|              | Delantero original / nuevo | Espalda original / nuevo |            | Manga original / nueva |               |
|--------------|----------------------------|--------------------------|------------|------------------------|---------------|
| Ancho cadera | 19 cm / 19 cm              | 19 cm / 19 cm            | Ancho puño | 18 cm / 22,5 cm        |               |
| Alto cuello  | 24 cm / 24 cm              | 39 cm / 39 cm            |            | Ancho sisa             | 40 cm / 40 cm |
| Alto hombro  | 35 cm / 35 cm              | 37 cm / 37 cm            |            |                        | Largo hombro  |
| Alto sisa    | 20 cm / 20 cm              | 20 cm / 20 cm            |            |                        |               |
| Ancho cuello | 5 cm / 5,5 cm              | 5 cm / 5 cm              |            |                        |               |

fig. 69, Estudio medidas polerón . (Elaboración del autor, 2020)

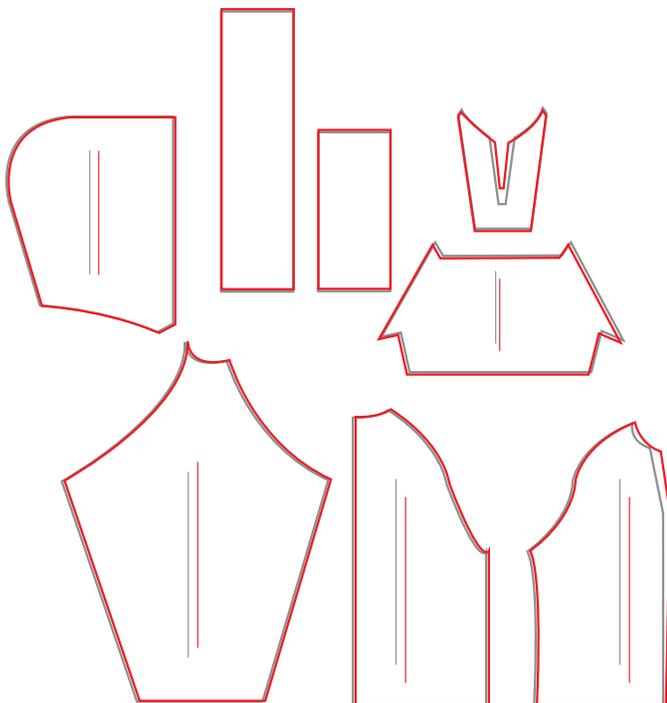


fig. 70, Polerón con gorro (Elaboración del autor, 2020)

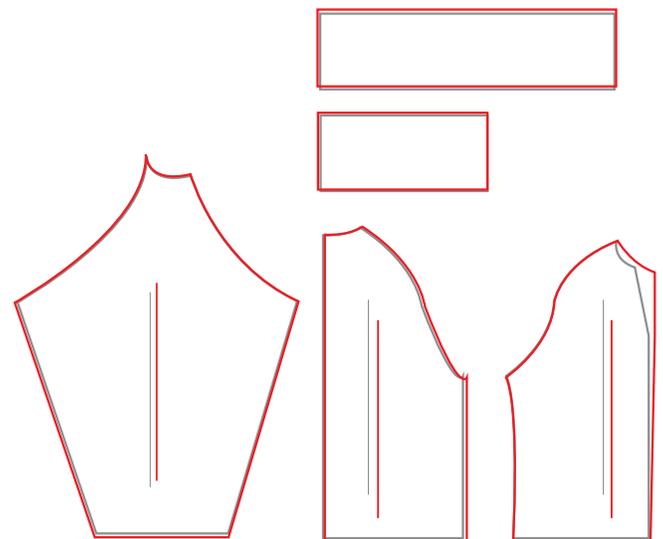


fig. 71, Polerón sin gorro (Elaboración del autor, 2020)

## Corte y confección

Una vez realizado el moldaje de las prendas se procedió a cortar y confeccionar. Para esto se trabajó con la asesoría de una modista, Nelly Corvalán, y su costurera Gloria. El aporte de Nelly no es sólo la confección de las piezas, sino que en verificar los moldes en caso de errores, los cuales siempre comunicó de manera directa para resolverlos en conjunto. Su larga experiencia y conocimiento le permitió cumplir con los plazos de manera puntual, entregando excelente calidad en los resultados finales.

## Elementos claves

### Tipos de costuras

Para realizar las prendas se utilizó la máquina overlock recta y la colleretera para las costuras horizontales que debían entregar mayor elasticidad. Para las costuras verticales se utilizó la overlock y máquina recta, ya que no era necesario elasticidad en este sentido.

### Puños

Los puños fueron un elemento fundamental para entregar una mayor comodidad y facilidad al momento de vestirse para los niños. Para evitar que se quedaran atascados en los cuellos, mangas o tobillos, generando grandes frustraciones y limitando su autonomía. En consecuencia, estos fueron aplicados en cuellos, mangas de los polerones y en los tobillos de las jardineras, lo que permitía también un versatilidad al largo de la prenda en caso de ser necesario.

### Elásticos

Para las cinturas se eliminaron botones, cierres, broches y se reemplazaron por elásticos. Entendiendo el propósito de durabilidad de las prendas, en caso de que el elástico ya no cumpla su función, se definió que este no estuviese fijo, para que pueda ser fácilmente reemplazado por uno nuevo.

### Amarras

En la jardinera se reemplazó el broche de los tirantes por amarras, ya que de esta manera el adulto podría ajustarlo en una primera instancia (o cuantas veces sea necesario a medida que el niño crezca) y luego el menor podrá subir y bajar la prenda sin problema.



fig. 72, Gloria (Elaboración del autor, 2020)



fig. 73, Nelly (Elaboración del autor, 2020)

## Testeo prototipo final y usuario real

Para este testeo se tenía como objetivo la comprensión del instructivo por parte del adulto, la facilidad para vestirse autónomamente por parte del niño y la interacción de ambos de manera correcta durante el proceso. Para esto se realizaron pruebas con niños de 4 años o talla 4 y los resultados fueron los esperados, tanto por parte de los padres como de los niños.

Los adultos lograron comprender el objetivo de la marca, su uso y función, y luego realizaron los pasos en conjunto con el niño. Durante el testeo, Paula Guzmán (33), comentó "Las instrucciones son claras y los niños logran internalizarlas inmediatamente, además, la etiqueta grande siempre es una guía para ellos. Creo que es interesante la información acerca de la autonomía, le da relevancia e importancia a la vestimenta a diferencia de la que



fig. 74, Testeo final (Elaboración del autor, 2020)

uno suele comprar".

Los niños lograron llevar a cabo el acto de vestir completo, en la mayoría de los casos sin ayuda de los padres. Les entusiasmó mucho poder reconocer las figuras geométricas por sí mismos y luego nombrar donde iba cada una. Cuando se les preguntó por qué la prenda llevaba esa orientación inmediatamente justificaron que era por el uso de las figuras. Además, se comprobó la comodidad del material y de las prendas para realizar otras actividades. Antonia (4), al ponerse un pantalón, dijo: "Este me gusta, es muy suavecito". Al terminar de vestirse los niños se sentían felices, diciendo frases como "listo", "termine", "tarán", lo que muestra cómo el realizar este acto por sí solo y sin frustraciones les entregó seguridad, realizando un reforzamiento positivo en su autoestima.

fig. 75, Testeo final (Elaboración del autor, 2020)



fig. 76, Testeo final (Elaboración del autor, 2020)



fig. 77, Testeo final (Elaboración del autor, 2020)



fig. 78, Testeo final (Elaboración del autor, 2020)



fig. 79, Testeo final (Elaboración del autor, 2020)



fig. 80, Testeo final (Elaboración del autor, 2020)









## **Producción fotográfica**

Para tener un registro de la colección y además poder utilizarlo como recurso para difusión, se elaboraron fotografías con la ayuda de la fotógrafa Josefina Manríquez en el estudio de Photo Design. Para esto se le entregó referentes de iluminación, fondo, poses y estilo de las fotos.

Los modelos para esta sesión fueron Nicanor (5), Guadalupe (6) y Valentina (4).

Se contó con la colaboración de zapatos Tada, quienes se interesaron mucho en el proyecto, ya que su línea de productos infantiles también fomenta la autonomía, utilizando elásticos como sistema de cierre y un modelo con velcro. A cambio, se les entregó el material fotográfico ya que realizarán una publicación acerca del tema en su blog.































## **Manifiesto**

**Kipo** busca aportar al buen desarrollo de los niños, potenciando su autonomía a través de prendas que funcionen como instrumento de estimulación para un refuerzo positivo de la autoestima. Científicos afirman que los niños tienen un rol importante en los procesos de aprendizaje debido a que, mediante la interpretación de sus experiencias, adquieren nuevos conocimientos. Existe una serie de estudios acerca de la estimulación temprana que indican como esta puede beneficiar el desarrollo de la inteligencia psicomotriz.

A través de una metodología basada en figuras geométricas, los niños irán desarrollando la habilidad de identificar el manejo correcto de las prendas hasta ser capaces de vestirse de manera autónoma. Es importante la participación activa de los adultos en este proceso, sobre todo en una primera instancia, asistiendo como guías en los momentos necesarios.

## Logo, pictograma y pruebas

A continuación, se presenta el proceso de búsqueda del nombre y la tipografía adecuada para el logo, además de las pruebas de color realizadas.

### Pruebas



### Original



### Variación de color



### Carácter

Se decidió utilizar figuras geométricas para formar la palabra representando el carácter lúdico de la marca, siendo estas mismas las que se encuentran estampadas en las prendas. Además de la asociación que tienen estas en el imaginario de la gente en cuanto a el aprendizaje infantil.

### Color

El logo contiene diversos colores para entregar un carácter lúdico e infantil. Se decide utilizar este solo con fines digitales por temas de costo y para impresión tanto en telas como en el packaging se utiliza el logo en negro.

### Isotipo

Como isotipo se utiliza el mismo logo en colores, negro y a un color. En la imagen se puede ver la aplicación de ambos identificadores en una de las prendas de la colección.



fig. 81, Etiqueta y hangtag. (Elaboración del autor, 2020)



fig. 82, Etiqueta y hangtag . (Elaboración del autor, 2020)

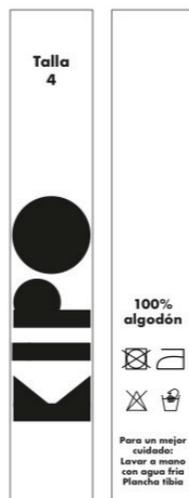


fig. 83, Etiqueta. (Elaboración del autor, 2020)



fig. 84, Hangtag . (Elaboración del autor, 2020)

## Etiqueta

Tamaño estirada: 2 x 24 cm.

Tamaño doblada/ cosida: 2 x 12 cm.

Material: Cinta de algodón lisa (prototipada en cinta espiga).

Estampado: Serigrafía (prototipado en sublimación).

Indicaciones: Nombre de la marca, talla, lavado.

## Hang tag

Tamaño: 4 x 6 cm.

Papel: Opalina 109 grs.

Indicaciones: Talla, precio, pequeña reseña de la marca.

## Packaging

Tanto en el caso de la compra en una tienda física como por el medio virtual, las prendas se entregan dentro de una caja de cartón corrugado con el logo de la marca estampado. Al ser el producto un kit educativo, se relaciona más con el mundo de la juguetería y aprendizaje, por lo que se tomó la decisión de que venga en una caja para comprenderlo como tal y no como simple vestuario infantil. El kit contendrá prendas que funcionen en conjunto, algunas estampadas por delante y otras por atrás. Además, dentro de la caja se entregará una bolsa de crea estampada con el logo, la cual podrá ser reutilizada para guardar la misma ropa **Kipo**, colación, mudas, entre otros.

fig.85, Caja packaging. (Elaboración del autor, 2020)



## Instructivo

El instructivo es una pieza fundamental del proyecto ya que es la fuente de información inmediata que tendrá el usuario al abrir su kit **Kipo**, para que pueda comprender su relevancia y forma de uso. Su desarrollo se llevó a cabo en paralelo al de los prototipos textiles.

El material gráfico desarrollado tiene la función de dar a conocer y explicar el el producto y su proceso de uso para lograr la experiencia **Kipo**. Contiene información acerca de el objetivo de la marca, la importancia que tiene la autosuficiencia para el desarrollo de los niños y las instrucciones de uso que requieren la participación tanto del niño como del adulto. Se utilizará tanto en redes sociales, página web, publicidad y en material de apoyo como el instructivo que acompaña el producto. De esta manera el cliente recibirá la información necesaria para entender en su totalidad el objetivo de la marca.

fig. 86, Interior packaging. (Elaboración del autor, 2020)



fig. 87, Contenido packaging. (Elaboración del autor, 2020)



fig. 88, Instructivo. (Elaboración del autor, 2020)





## Misión

**Kipo** busca crear indumentaria que aporte en el buen desarrollo de los niños, generando a través de las prendas, instancias y espacios que refuerzan la autonomía y autosuficiencia de ellos. Aprovechando esta actividad cotidiana y sus elementos, en una etapa ideal, para que el niño desarrolle habilidades que le servirán para su futuro.

## Visión

Creemos en la estimulación a temprana edad y como esta puede generar importantes cambios en el desarrollo del ser humano. Generamos prendas sin asociación de género y atemporales, para así darles un mayor uso a través de distintas generaciones. Nuestro fin es que cada niño tenga su kit y que este sea considerado por cada padre como un elemento esencial en su desarrollo.

## Análisi de posicionamiento estratégico

**Kipo** es un producto innovador altamente diferenciado que busca atender necesidades que hasta ahora son satisfechas por productos de diversas categorías. En efecto, cuando un consumidor adquiere un producto **Kipo** busca satisfacer necesidades de vestuario, educación y desarrollo cognitivo del niño. En este sentido, nuestro producto se enmarca de una categoría que en la literatura especializada se denomina como "Océano Azul" (Blue Ocean Strategy, W. Chan Kim y Renée Mauborgne, Escuela de Negocios INSEAD). Un ejemplo de este tipo de producto es el Cirque du Soleil, que satisface necesidades que antes los clientes buscaban en la oferta de los circos tradicionales y en los espectáculos tipo Broaway. Esto es notorio si uno observa el tipo de público que asiste a los espectáculos del Cirque du Soleil -bastante más sofisticado que el de los circos tradicionales y tanto niños como adultos- y el precio que puede cobrar por las entradas -bastante más alto que el de circos tradicionales y cercano a los espectáculos teatrales de nivel mundial-.

Al crear una nueva categoría, un producto es capaz de establecer una ventaja competitiva importante frente a clientes específicos, los cuales pueden atender varias de sus necesidades ahora con un solo producto en vez de tener que hacerlo con varios.

## Análisi competitivo

Conforme a lo anterior, para establecer sus fortalezas y debilidades, **Kipo** debe compararse con productos de la industria del vestuario, de la educación y de estimulación infantil (didácticos).

### Fortalezas

- Producto innovador, altamente diferenciado que se posiciona como una ayuda pensada en las necesidades de vestimenta, autonomía y desarrollo del niño.
- Prendas con patronaje especializado en niños chilenos y que se orienta a la facilidad de vestirse y comodidad de uso.
- Sin apelación al género del niño y que permiten una mayor reutilización y mayor vida útil.
- Experiencia de uso.

### Oportunidades

- Actualmente existe una tendencia a la estimulación temprana, crianza respetuosa, etc.

### Debilidades

- Precio aparente algo elevado por la calidad de las telas y el valor del diseño.
- Requiere de una correcta comprensión y expectativa del producto por parte de los padres para entregar todo el valor de su experiencia de uso.

### Amenazas

- Sobreoferta de ropa que puede opacar la innovación de un entrante pequeño.

## Modelo canvas

### Cliente/Consumidor:

Padres y parientes de niños de 3 a 6 años interesados en la estimulación y desarrollo de sus hijos. Pertenecientes al segmento medio-alto y alto de la población chilena.

Principalmente madres y padres jóvenes 25-40 años, profesionales de disciplinas como literatura, psicología, sociología, arte, diseño y docencia. Pertenecen al nivel socioeconómico medio-alto o alto, consumidores de arte y diseño de autor. No son apegados a las marcas de consumo masivo.

Preocupados por el desarrollo de habilidades y formación de sus hijos, entregándoles libertad para conocer y aprender del mundo. Les gusta pasar tiempo y vivir experiencia en conjunto con sus hijos, y formar parte de su proceso educativo.

### Propuesta de valor

Vestimenta que sirve como instrumento de ayuda a los padres en el desarrollo de la autonomía del niño durante la acción cotidiana de vestirse. A través de esta experiencia los niños, aprenden a vestirse solos, dejando este acto de ser engorroso para ellos, beneficiando su autoestima, generándoles seguridad para enfrentar problemas en su futuro.

### Canales

Las prendas serán distribuidas en tiendas de retail especializadas en niños, tanto de vestimenta infantil como de otros artículos como juguetes y materiales didácticos. El objetivo es que estas puedan llegar a la mayor cantidad de clientes posibles, pero cuidando no su posicionamiento ni su misión. Por lo tanto, se preferirá su exhibición en corners que en el futuro podrían tener otros productos **Kipo**, tanto de

vestimenta de aliados licenciados como los de otros proveedores que no comercialicen vestimenta, pero mantengan el concepto de la marca.

Además, estas podrán adquirirse por medio de la página web ([www.Kipo.cl](http://www.Kipo.cl)) donde la compra se realizará de manera directa, dentro de un ambiente que promueva los valores y eduque al comprador, para luego despachada.

### Relación con el cliente:

La relación con el cliente comprador debe cuidar siempre fomentar el valor de la experiencia de usar productos **Kipo** en cada uno de los momentos de relación. Una experiencia que esté alineada las definiciones de la marca y que refuerce los pilares de practicidad, educación y desarrollo.

Se considera utilizar una tienda insignia y los canales de relacionamiento digital más destacados: Casa **Kipo**, una tienda insignia administrada directamente por **Kipo** que buscará mostrar con fidelidad la experiencia **Kipo** que el cliente debe buscar en los sitios donde busque sus productos.

Instagram (para producir interacción de los compradores e interesados con la marca). En esta plataforma se publica contenido para dar a conocer la marca, llegar a potenciales clientes y que entiendan el objetivo central de esta que fomentar la autonomía en los niños a través de las prendas. De esta manera se muestra la marca en acción exhibiendo las colecciones por medio de recursos audiovisuales. Además, se utiliza como medio de comunicación y conexión con el cliente.

Página web (como medio transaccional y de información). Como segundo recurso de difusión existirá una página web donde se desarrollará un espacio para explicar de manera atractiva y detallada

el proyecto. Este será un lugar donde los potenciales clientes podrán conocer las prendas en detalle, el uso de los kits, la visión de la marca y la importancia que tiene la autonomía del vestir en el desarrollo del niño. El objetivo final de este recurso será la compra por parte del cliente a través de la misma página o de los puntos de venta publicados en la misma.

En el futuro deberían ser parte de la cartera de medios de relacionamiento/ difusión de **Kipo** los medios escritos especializados.

### Fuentes de ingreso :

La principal fuente será la venta del vestuario a través de distintos canales. Se considera además el ingreso por licenciamiento de la marca a productores/comercializadores de otros productos que se enmarquen en el concepto **Kipo**. Finalmente, se prevén ingresos por la inclusión de publicidad en la página web de **Kipo**.

### Recursos claves :

Se identifican aquí aquellos recursos que permiten el alto grado de diferenciación de los productos **Kipo**, como diseñadores, pedagogos/ psicólogos, decoradores de tiendas y corners, administradores de medios digitales.

Telas (elasticadas, respirables, no tóxicas, naturales, resistentes al uso, a los lavados y a las manchas, livianas y suaves)

El patronaje especializado de las prendas.

### Actividades claves:

Diseño de las prendas, envases, instructivos y otros productos. La mantención del patronaje y el relacionamiento con aliados y sponsors.

### Socios claves:

Proveedores de otros productos que expandan el portafolio **Kipo** comunicadores, influencers, embajadores, otras marcas.

Sponsors como la escuelas de pedagogía y departamentos de psicología infantil.

### Estructura de costos:

Los costos fijos: diseñadores especializados, la Casa **Kipo**, la gestión de comercialización y la administración de medios digitales.

Los costos variables: profesionales como pedagogos, psicólogos, la fabricación.

## Costos

| COSTO DIRECTO<br>UNITARIO SIN IVA | ela cm  |         |     | Puño cm |     | Cm       |
|-----------------------------------|---------|---------|-----|---------|-----|----------|
|                                   | Franela | JerseyC | rea | RibP    | uño | Elástico |
| Polerón con gorro                 | 60      |         |     | 30      |     |          |
| Polerón sin gorro                 | 48      |         |     | 30      |     |          |
| Polera manga corta                |         | 50      |     |         | 5   |          |
| Polera manga larga                |         | 50      |     |         | 5   |          |
| Pantalón ancho                    |         | 70      |     |         |     | 52       |
| Pantalón angosto                  |         | 70      |     |         |     | 52       |
| Jardinera                         |         | 85      |     |         |     |          |
| Bolsa                             |         |         | 25  |         |     |          |

|                    | Materiales |           |          |       |            |       | Procesos  |            |          | Costo   |
|--------------------|------------|-----------|----------|-------|------------|-------|-----------|------------|----------|---------|
|                    | Prenda     | Hang tagE | tiquetaC | ajal  | nstructivo | Bolsa | Estampado | Confección | Empacado | TOTAL   |
| Polerón con gorro  | \$1.710    | \$12      | \$120    | \$167 | \$50       | \$88  | \$600     | \$5.500    | \$33     | \$8.280 |
| Polerón sin gorro  | \$1.416    | \$12      | \$120    | \$167 | \$50       | \$88  | \$600     | \$5.500    | \$33     | \$7.986 |
| Polera manga corta | \$ 670     | \$12      | \$120    | \$167 | \$50       | \$88  | \$600     | \$3.550    | \$33     | \$5.290 |
| Polera manga larga | \$ 670     | \$12      | \$120    | \$167 | \$50       | \$88  | \$600     | \$3.550    | \$33     | \$5.290 |
| Pantalón ancho     | \$1.069    | \$12      | \$120    | \$167 | \$50       | \$88  | \$600     | \$4.500    | \$33     | \$6.639 |
| Pantalón angosto   | \$1.069    | \$12      | \$120    | \$167 | \$50       | \$88  | \$600     | \$4.500    | \$33     | \$6.639 |
| Jardinera          | \$1.235    | \$12      | \$120    | \$167 | \$50       | \$88  | \$600     | \$6.000    | \$33     | \$8.305 |
| Bolsa              |            |           |          |       |            |       |           |            |          |         |

|                    | Costo   | Precio venta + IVA |           |
|--------------------|---------|--------------------|-----------|
|                    | TOTAL   | MAYORISTA          | MINORISTA |
| Polerón con gorro  | \$8.280 | \$ 14.904          | \$26.827  |
| Polerón sin gorro  | \$7.986 | \$ 14.374          | \$25.874  |
| Polera manga corta | \$5.290 | \$ 9.522           | \$17.140  |
| Polera manga larga | \$5.290 | \$ 9.522           | \$17.740  |
| Pantalón ancho     | \$6.639 | \$ 11.950          | \$21.511  |
| Pantalón angosto   | \$6.639 | \$ 11.950          | \$21.511  |
| Jardinera          | \$8.305 | \$ 14.949          | \$26.908  |
| Bolsa              |         |                    |           |

| COSTOS UNITARIOS SIN IVA |          |           |
|--------------------------|----------|-----------|
| Franela                  | \$ 2.450 | mt        |
| Jersey                   | \$ 1.265 | mt        |
| Crea                     | \$ 1.059 | mt        |
| Rib                      | \$ 1.597 | mt        |
| Puño                     | \$ 1.506 | mt        |
| Elástico                 | \$ 353   | mt        |
| Estampado                | \$ 250   | unidad    |
| Confección polerón       | \$ 5.500 | unidad    |
| Confección polera        | \$ 3.550 | unidad    |
| Confección pantalón      | \$ 4.500 | unidad    |
| Confección jardinera     | \$ 6.000 | unidad    |
| Confección bolsa         | \$ 500   | unidad    |
| Serigrafía               | \$ 300   | unidad    |
| Caja                     | \$ 500   | para 3 u. |
| Instructivo              | \$ 150   | para 3 u. |
| Armado pack.             | \$ 100   | para 3 u. |

\* Sobre un volumen de 1.000 unidades







### Conclusiones

La búsqueda de una oportunidad de aplicar mis conocimientos de diseño en un ámbito que relacionara el vestuario con el mundo de los niños me permitió encontrar una necesidad en la indumentaria infantil que aún no estaba resuelta. Aportar a la autonomía de los niños entre 3 y 6 años en el acto de vestir para ayudarles en su formación de hábitos y en sus posibilidades de desarrollo cognitivo.

Las prendas desarrolladas para reforzar el acto autónomo de vestir logran cumplir una función más allá de cubrir el cuerpo. Por un lado, son herramientas educativas de un hábito básico, que ayudan tanto a niños como a padres, generando un entorno familiar beneficioso para la crianza. Y por el otro, otorgan seguridad en su capacidad de salir airoso en sus desafíos a los niños, aumentando su autoestima y preparándolos para un mejor desarrollo cognitivo en el futuro.

En efecto, el proyecto, a través del diseño de prendas simples y prácticas para un acto tan cotidiano, logra exitosamente facilitar el desarrollo de la autonomía, fortaleciendo la autoestima de los niños, aumentando su seguridad y motivación para enfren-

tarse a la vida. El producto constituye un aporte adicional tanto en el ámbito psicológico, como en el educacional, agregando valor a las prendas a diferencia de las que ya existen en el mercado.

La marca **Kipo**, a modo de proyección, puede transformarse en un concepto más allá de la indumentaria. Al tener el objetivo central del desarrollo de la autonomía, este podría extrapolarse a diferentes objetos de la rutina y hábitos del niño. Se podría generar colaboraciones con marcas y productores para diseñar sus productos bajo licencias de **Kipo**, y formar una gran red de material educativo.

Como autora del proyecto, estoy enormemente satisfecha con los resultados. Lograr hacer un aporte en el desarrollo y formación de los niños, en etapas claves, es muy gratificante, ya que es fundamental estimularlos de la mejor manera para formar seres humanos felices. El trabajar con niños fue una gran experiencia, llena de alegría, porque reflejan inmediatamente su satisfacción al sentirse capaces de realizar cosas por sí solos.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Reforzar la seguridad emocional del niño facilitando su éxito en el acto de vestirse.

IOV: Tasa de niños que logran completar el acto de vestirse sin ayuda o con solo acompañamiento por parte del padre.  
Éxito: **3/3 niños logran vestirse por si solos o con solo acompañamiento del adulto**

2. Disminuir el tiempo que toma el acto de vestirse en los niños.

IOV: Reducción en el tiempo de vestirse con ropa **Kipo** respecto al vestuario infantil actual.  
Éxito: **3/3 niños demoran menos tiempo en vestirse con prendas Kipo.**

3. Conseguir una experiencia educativa formadora del hábito autónomo de vestirse en un ambiente de sana convivencia familiar.

IOV: Disminución de interacciones negativas o de mala convivencia entre el adulto y el niño, durante el acto de vestirse.  
Éxito: **3/3 niños logran el acto de vestir sin generar situaciones de roce con los padres.**

4. Combinabilidad, entendida como la capacidad de combinación de las prendas **Kipo** para que el niño pueda elegir su vestimenta entre las que es-time conveniente.

IOV: El niño al elegir cualquier tipo de prendas logre combinar color de fondo y color de formas.  
Éxito: **Las prendas al ser de colores neutros y con estampados de colores basicos, logran combinarse entre ellas.**





## Bibliografía:

ABC Madrid, (2018) Por qué los niños deberían elegir su ropa. Recuperado de: [https://www.abc.es/familia/padres-hijos/abci-ninos-deberian-elegir-ropa-201811261259\\_noticia.html](https://www.abc.es/familia/padres-hijos/abci-ninos-deberian-elegir-ropa-201811261259_noticia.html)

Almazabar,D.(2018). Emol. ¿Educación tradicional obsoleta?: Expertos analizan el uso de la tecnología en la sala de clases. Recuperado de: <https://www.emol.com/noticias/Nacional/2018/02/27/896740/Educacion-tradicional-obsoleta-Expertos-analizan-el-uso-de-la-tecnologia-en-la-sala-de-clases.html>

Barreno Salinas, Z., & Macias Alvarado, J. (2015). Estimulación temprana para potenciar la inteligencia psicomotriz: importancia y relación / Importance and relationship in early stimulation to enhance psychomotor intelligence in infants. *Ciencia Unemi*, 8(15), 110. Recuperado de: <https://doi.org/10.29076/issn.2528-7737vol8iss15.2015pp110-118p>

Bous, L. (2012). *Fashion Brands for kids*. Barcelona, España: Monsa

Carlgren, F. (1989). *Pedagogía Waldorf. Una Educación hacia la libertad*. Madrid: Editorial Rudolf Steiner. Recuperado de: [http://otrasvoceseneducacion.org/wp-content/uploads/2018/04/pedagogia\\_waldorf\\_calgren.pdf](http://otrasvoceseneducacion.org/wp-content/uploads/2018/04/pedagogia_waldorf_calgren.pdf)

Colleen,R. I Love to know. History of Children's Clothing. Recuperado de: <https://fashion-history.lovetoknow.com/fashion-history-eras/history-childrens-clothing>

Educarchile. Innovadores de la educación de ayer y de hoy. Recuperado de: <https://www.educarchile.cl/innovadores-de-la-educacion-de-ayer-y-de-hoy>

Educarchile. Los métodos que hacen la diferencia. Recuperado de: <http://ww2.educarchile.cl/Portal.Base/Web/VerContenido.aspx?ID=73999#top>

Ferrero, H., & y Legarra, M.(s/f). *Iniciativa VS culpa*. Lugar de publicación: Erik

Erikson. Recuperado de: <http://e Erikson.weebly.com/iniciativa-vs-culpa.html>

Ferrero, H., & y Legarra, M.(s/f). *Laboriosidad VS inferioridad*. Lugar de publicación: Erik Erikson.Recuperado de: <http://e Erikson.weebly.com/laboriosidad-vs-inferioridad.html>

García, T. A. (2009). La psicomotricidad en educación infantil. *Innovación y Experiencias Educativas*, (16), 1-10. Recuperado de: <https://doi.org/19886047>

Giarrocco. (2018). *Indumentaria infantil multi-funcional*. (Tesis de grado). Universidad de Palermo, Argentina. Recuperado de: [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/blog/alumnos/trabajos/16537\\_16152.pdf](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/alumnos/trabajos/16537_16152.pdf)

Gutierrez, Á., & Sánchez, N. (2012). *Adquiriendo hábitos a través del diseño de indumentaria lúdica*. (Tesis de grado) PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA, Colombia. Recuperado de: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/16221/GutierrezRosasAngelaMarcela2012.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ideo. (2016). *HCD Toolkit*. 2nd Editio, 188. Recuperado de: <http://books.ideo.com>

IDEO.org. (2015). *The Field Guide to Human-Centered Design*. Recuperado de: [https://bestgraz.org/wp-content/uploads/2015/09/Field-Guide-to-Human-Centered-Design\\_IDEOorg.pdf](https://bestgraz.org/wp-content/uploads/2015/09/Field-Guide-to-Human-Centered-Design_IDEOorg.pdf)

Long, M. (2012). La autoexpresión de los niños: elegir su propia imagen. Recuperado de: <https://www.bebesymas.com/ser-padres/la-autoexpresion-de-los-ninos-elegir-su-propia-imagen>

Madrona P, Onofre R, Contreras J, & Gómez I. (2008). *Habilidades Motrices En La Infancia Y Su Desarrollo Desde Una Educación Física Animada*. *Rev Iberoamericana de Educación [revista en Internet]* 2008 [acceso 8 de febrero de 2018]; 47(2): [47-71]. 47, 47-71. Recuperado de: <https://rieoei.org/historico/documentos/rie47a04.pdf>

Montessori, M. (2013). *Metode Montessori*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar. Recuperado de: [https://s3.amazonaws.com/academia.edu/documents/38878525/METODO\\_mont..pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DMETODO\\_MONTESSORI.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ-2Y53UL3A%2F20200302%2Fus-east-1%2Fs%2Faws4\\_request&X-Amz-Date=20200302T141817Z&X-Amz-Expires=3600&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=f250e41eadc143c3bb519ee709a3b95c3e090f4e3ae1e0ae984a082a21a2440e](https://s3.amazonaws.com/academia.edu/documents/38878525/METODO_mont..pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DMETODO_MONTESSORI.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ-2Y53UL3A%2F20200302%2Fus-east-1%2Fs%2Faws4_request&X-Amz-Date=20200302T141817Z&X-Amz-Expires=3600&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=f250e41eadc143c3bb519ee709a3b95c3e090f4e3ae1e0ae984a082a21a2440e)

Muñoz Catalán, E. (2016). Impulso a la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. *Cuestiones de Género: De La Igualdad y La Diferencia*, (11), 581. Recuperado de: <https://doi.org/10.18002/cg.v0i11.3594>

Muñoz, S. (2016). Grande: ropa realmente para niños. Tesis de diseño. Pontificia Universidad Católica, Santiago, Chile

Pérez Olvera, M. (2006). Desarrollo de los Adolescentes III. Identidad y Relaciones Sociales. Antología de lecturas. *El Reloj de Arena. Culturas Juveniles En México*, 94-111. Recuperado de : [http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales\\_de\\_consulta/Drogas\\_de\\_Abuso/Articulos/Libros\\_Adolecencia.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/Libros_Adolecencia.pdf)

Prado Borja, C. (2014). La importancia de las rutinas en niños de educación inicial de 3 a 5 años. 49. Retrieved from <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/3316>

Pullutasig, M. (2015). EL COLOR DEL VESTUARIO INFANTIL Y SU RELACIÓN CON LA ESTIMULACIÓN TEMPRANA DE LOS NIÑOS Y NIÑAS DEL CENTRO DE ATENCIÓN TEMPRANA DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO. (Tesis de Grado) UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO, Ecuador. Recuperado de: <http://www.uta.edu.ec/v3.0/index.php/es/oferta-academica/pregrado/disenio-arquitectura-y-artes>

Queirolo, F (2017). Silvestre. Tesis de diseño. Pontificia Universidad Católica, Santiago, Chile

Quicios, B. (2018) Pedagogía Reggio Emilia para niños o cómo aprender mediante la observación. Recuperado de: <https://www.guiainfantil.com/articulos/educacion/escuela-colegio/pedagogia-reggio-emilia-para-ninos-o-como-aprender-mediante-la-observacion/>

Real Academia Española. Diccionario de la lengua española. Recuperado de: <https://dle.rae.es/?id=4TsdBo>

Reyes,C.(2018). Emol. Montessori, Waldorf, Kumon y Doman: ¿Qué diferencia a los métodos de enseñanza alternativa para niños?. Recuperado de: <https://www.emol.com/noticias/Tendencias/2018/03/20/899291/Montessori-Waldorf-Kumon-y-Doman-Que-diferencia-a-los-metodos-de-ensenanza-alternativa-para-ninos.html>

Shaffer, D. (2000). *Psicología del desarrollo: infancia y adolescencia*. México: International Thompson.

Vericat, A., & Orden, A. B. (2013). El desarrollo psicomotor y sus alteraciones: entre lo normal y lo patológico. *Ciência & Saúde Coletiva*, 18(10), 2977-2984. Recuperado de: <https://doi.org/10.1590/s1413-81232013001000022>

Vogue. (2016). Vogue. North West y otros "baby fashion victims". Recuperado de: <https://www.vogue.es/moda/ninos/articulos/devil-wears-zara-analiza-el-look-de-north-west-hija-de-kim-kardashian/25367>





## Entrevistas

Francisca Lasota

*Educadora de Párvulos y Magíster en Gestión Educativa*

Un niño que se siente poco capaz de hacer las cosas por sí mismo tiende a sentirse más inseguro, acude más al adulto. Se desarrolla más dependiente porque tiene miedo a separarse del adulto y no se atreve porque tiene un mayor temor al fracaso. Si el niño no tiene oportunidades de ensayo y error porque sus padres no lo dejan, por pocas oportunidades a su alcance o porque el adulto le hace todo, el niño preferirá que lo ayuden siempre. A menos oportunidades de independencia, mayor la inseguridad.

Si un niño vive mayores experiencias de ensayo y error no le tendrá miedo a intentar.

Un niño poco autosuficiente es más temeroso y tiene miedo al error y al no poder. Eso los lleva a ser indecisos, con menos capacidad de elección, más vulnerables y ansiosos, incluso más miedosos.

Un niño menos independiente a veces se siente menos que los otros, ya que observa como los demás pueden y el no. Al disminuir las oportunidades de ensayo y error se sienten incapaces, se paralizan, "no puedo". Por eso el adulto es quien debe apoyar, guiar y darles las oportunidades para equivocarse y cambiar ese "no puedo" por "no puedo todavía".

Cambio de inseguridad por oportunidad.

### ***Autoestima e independencia***

Cuando un niño es autosuficiente confía en sus capacidades, le permite no solo hacerle sentir bien en lo emocional sino que le hace tener una mentalidad más positiva y que es capaz de hacer las cosas bien, esto a su vez lo lleva a ser más productivo ya que toma riesgos y se atreve a realizar

diversas acciones.

La autoestima positiva te hace crecer confiado y esa confianza te ayuda a emprender con seguridad temas nuevos, como define el Growth Mind Set son capaces de desafiarse más, sin temor. Un niño con autoestima puede ser más independiente y capaz de mejorar que uno inseguro de sus capacidades. Influye nuestros comportamientos, ayuda a superarnos, crucial para ver la vida como un permanente crecimiento.

Existe una autoestima psíquica, emocional y física. Para cualquiera de estas es fundamental el afecto, la cercanía e incentivar todo lo que pueden lograr, si fracasan deben intentarlo hasta lograrlo. La autoestima protege al niño frente a desafíos: afrontan mejor los problemas y posibles maneras de solucionarlos, evita frustraciones y ansiedades, seguridad te permite buscar diferentes caminos para lograr las cosas.

Al tener una mayor autoestima, me puedo relacionar mejor con el resto si estoy seguro de mí se refleja frente a otros. Lo que es atractivo y además yo me encuentro más cómodo y puedo ir saliendo de mi egocentrismo inicial.

Un niño con autoestima positiva puede aceptar lo que le cuesta, lo que le es más difícil, ya que sabe que en otras áreas es más fuerte. Conoce y acepta lo que le sale fácil y lo que le sale difícil.

Entrevista María Inés Díez

*Psicóloga y docente universitaria*

**Edad 3-6 años:**

Buen rango etario porque es cuando se producen estas conexiones. Mientras mas conexiones haya en ese momento es mejor, mientras mas flores se pode mas frondoso será el arbol. Hay ciertas cosas que si tu las apuras o las fomentas mucho, no necesariamente va a ser favorable para el desarrollo, o si el niño no las apoya no va a ser desfavorable.

**Beneficios que trae el desarrollo de la autonomía:**

Los niños en general van evolucionando y van queriendo tener su autonomía y la van pidiendo. A los 3 años viene la etapa, del "No, yo solito", ganas de querer hacer las cosas solos. Problemática cuando el niño comienza a pelear por su autonomía muchas veces no están listos para tomar desiciones solos, deben tener limites, el adulto debe ir guiando, los niños no saben lo que les hacen bien. Se debe dar opciones, no libre albedrío y tampoco imponer.

Pero encuentro interesante que los niños se vistan solos y de manera autónoma. La ropa muchas veces no esta diseñada para eso, a los adultos nos cuesta ponerle la ropa a los niños. El adulto como creador de indumentaria, muchas veces toma decisiones que para ellos no tomarían, pero que para los niños si (ej: uniformes).

Me preocupa la adultización de la ropa en los niños, erotización o sexualización, que no tiene nada que ver con el mundo infantil. Hay mucho marketing también en el vestuario infantil, que a veces es muy estereotipada.

Hoy hay una tendencia fuerte a lo unisex. Te desarrolla más la identidad tener opciones de algo de

hombre o mujer. Además hay una libertad mayor en la mujer al minuto de escoger las prendas, la mujer puede vestir prendas "masculinas", pero si un hombre usa algo "femenino" la sociedad no lo tolera. Hoy no debe estar una versus la otra, deben estar las dos cosas.

Que las prendas sean funcionales al niño, deben ser estéticas además, deben adecuarse a las necesidades del cuerpo del niño y a su motricidad.

El ser humano tiende a la autonomía y tiende a la independencia , para eso debe partir de una base segura. Un niño que lo obligan a ser independiente y autónomo a la fuerza o prematuramente puede ser negativo. A los 5 y 6 se emparejan un poco más.

Rol del adulto debe ser de guía. Una cosa es ser protector y acompañar, que es como debería ser. Sobreprotección es dañina, no dejar que el niño haga algo que si puede hacer por si solo y hacer lo por el porque lo puedes hacer más rápido o consideras que es mejor.

Es importante que el momento de autonomía se dé en un ambiente tranquilo, sin gritos ni que lo apuren. Si no es el caso, es preferible que el adulto realice la acción por el.

Hacer un estudio con niños, y preguntarles que cosas prefieren o les gustan más. Set de fotografías con distintas estéticas. Ver lo que ellos piensan, registro de lo que ellos dicen.



fig. 89 (elaboración de autor, 2020)