

Sentirse bien para verse bien

Barómetro de las tallas de ropa en España 2008



íma

Imagen corporal, autoestima y trastornos del comportamiento alimentario

Cristina Carretero

ima

Coordinadora del programa de promoción de la salud y prevención
de los trastornos del comportamiento alimentario de IMA

Imagen Corporal

Más de un 65% de los adolescentes españoles están insatisfechos con su cuerpo

El peso de la publicidad en la Insatisfacción Corporal

El análisis del contenido de revistas juveniles más leídas por chicas, constata que un 25% de los anuncios que aparecen invitan explícitamente a la pérdida de peso.



Entre el 60-70% de las chicas adolescentes declara que las revistas influyen en su idea de figura corporal ideal, y alrededor del 50% deseaban perder peso cómo consecuencia de compararse con estas modelos.



El 97% de las personas que sufren un TCA han realizado o realizan una dieta restrictiva sin supervisión médica.

Distorsión de la Imagen Corporal

	IMAGEN PERCIBIDA		IMAGEN REAL
ESPALDA			
CINTURA			
CADERA			

Autoestima

Alrededor del 75% de las personas que presentan un alto riesgo de padecer un trastorno del comportamiento alimentario presentan niveles muy bajos de autoestima

Autoestima y conductas de riesgo

- Se ha constatado que los niños a partir de los 6 años ya se configuran estereotipos negativos respecto las personas obesas.
- Se observa que en niños de 5 años de edad hay un rechazo hacia los compañeros obesos más explícito que el rechazo que muestran hacia otros compañeros con alguna discapacidad física.
- Las niñas que informan desear una figura futura más delgada de la que creen tener presentan una menor autoestima corporal.
- La baja autoestima está relacionada con conductas diversas de riesgo: abuso de sustancias como alcohol, tabaco, cannabis o inhalantes, la ideación o conductas suicidas o el aumento de la vulnerabilidad a padecer trastornos mentales.

**¿Cómo se pasa de la
insatisfacción corporal a los
trastornos del comportamiento
alimentario?**



IMAGEN CORPORAL NEGATIVA

Insatisfacción Corporal



DIETAS
RESTRICTIVAS



Trastornos
del
Comportamiento
Alimentario

debate + presión social



cambio en la legislación

ima

Marta Voltas

Directora de la Fundación IMA

Ausencia de regulación legal

- No hay regulación de un sistema de medidas en toda la Unión Europea
- El sistema de medidas y las tallas que se asignan depende de cada fabricante
- Las tiendas no tienen obligatoriedad de ofrecer determinadas medidas

Ausencia de regulación legal

Conclusión

AUTOREGULACIÓN = confusión consumidores

- Insatisfacción de los compradores
- Peligro de distorsión entre grupos vulnerables y riesgo de estigmatizar todas las personas que no estén delgadas

Consulta social

¿Cómo me siento cuando voy de compras?



Consulta social

¿Cómo me siento cuando voy de compras?

¿Cómo se siente un menor de edad cuando va de compras?

Acuerdo de las tallas

ACUERDO DE COLABORACIÓN ENTRE EL MINISTERIO DE SANIDAD Y CONSUMO (Dña. Elena Salgado Méndez), LA ASOCIACIÓN DE CREADORES DE MODA DE ESPAÑA, LA AGRUPACIÓN ESPAÑOLA DEL GÉNERO DE PUNTO, LA FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE LA CONFECCIÓN, EL CORTE INGLÉS, CORTEFIEL, INDITEX Y MANGO. En Madrid, a 23 de enero de 2007

- Realizar un estudio antropométrico de la población española que permita fijar su perfil biométrico real.
- Facilitar a sus clientes una información veraz, homogénea y comprensible.
- Adaptar soportes físicos y modelos a los perfiles biométricos más comunes y ofrecer a los consumidores una información clara y comparable en el mercado.

1ª fase: estudio antropométrico

- Metodológicamente está bien elaborado
- Los resultados son útiles de acuerdo con los objetivos perseguidos
- Las instituciones participantes en el estudio tienen prestigio y autoridad (IBV, CSIC Universidad Complutense, Instituto Nacional del Consumo)

¿Porqué?

El 40% de las mujeres declararon tener problemas para encontrar su talla de ropa y en la mayoría de las situaciones (43,4%) el motivo es que la talla es pequeña

1ª fase: estudio antropométrico

¿Qué ha hecho el estudio?

- Caracterizar forma y dimensiones de la mujer para:
- Desarrollar un sistema de tallaje estándar para todos los diseñadores de
- Generar información para desarrollar patrones adaptados a las usuarias
- Promover una imagen saludable mediante
 - Maniquíes de pasarela y escaparates adecuados a la población real
 - Mensajes a la sociedad de belleza saludable

1ª fase: estudio antropométrico

Resultados de IMC

El 56,2% de la población femenina tiene normopeso

El 6,4% está en la franja de delgadez delimitada por la OMS (por debajo del 18,4 IMC)

El 24,9% tiene sobrepeso (por encima del 25 IMC)

El 12,4% tiene obesidad (por encima del 30 IMC)

Índices de satisfacción

El 85% de la población con delgadez moderada o severa está satisfecha

El 32% de la población con obesidad de grado III está satisfecha

El 54% de la población con sobrepeso está satisfecha

Un 9% de la población con peso normal se sienta insatisfecha

Índices de salud

El 88,6% de la población tiene una percepción buena de su salud

El 11,3% de la población tiene una percepción regular o mala de su salud

2ª fase: información y unidad tallas

1. La Comisión del convenio de tallas se reunirá al menos dos veces al año y elaborará un informe anual sobre el grado de cumplimiento del Acuerdo, dando publicidad al mismo.
2. **El sistema de información** adicional se implantará progresivamente en el mercado en el plazo de dieciocho (18) meses desde la finalización y conocimiento de los resultados del estudio antropométrico realizado por el Instituto Nacional de Consumo. Junio 2009

INCUMPLIMIENTO

Presión social

Personas por la Ética en el Trato de los Animales (PETA) protesta frente tiendas Armani en Milán y lo acusan por no haber cumplido su promesa de no volver a usar pieles.



El diseñador italiano Giorgio Armani aseguró que ha decidido renunciar a la utilización de pieles de animales en sus colecciones y que “sólo usa las de conejos ya destinados al consumo alimentario”.

Qué pueden hacer las asociaciones

?

Lluvia de ideas

Cara a cara

Tallas diferentes versus unidad

Estrategias para la implantación de un sistema de tallas y el debate social

Recogida y consenso

- Campañas educativas
 - Campañas de concienciación social
 - Vigilancia tiendas y grandes marcas
 - Tallas
 - Catálogos
 - Maniqués
- Muy delgado
Delgado
Normopeso
Sobrepeso
- Gobierno

Experiencia piloto: “Tú das la talla”



Experiencia piloto “Tú das la talla”

Trabajo de sensibilización con alumnos de bachillerato sobre la presión para adelgazar y la falta de unificación de las tallas de ropa

Experiencia piloto “Tú das la talla”

Curso 2007-08

Número de beneficiarios: 151

Perfil:



: 63



: 88

Edad: 16 a 18 años

Estudiantes de bachillerato

Experiencia piloto “Tú das la talla”

PROCEDIMIENTOS Y METODOLOGÍA

- Rellenar las encuestas previamente facilitadas al centro educativo
- Trabajo de campo: consulta de las tallas a las tiendas de ropa.
- Rellenar fichas sobre la diversidad y disponibilidad de tallas
- Puesta en común de los resultados y debate con el grupo clase

Cuestionarios “Tú das la talla”

1. ¿Te gusta ir a comprar ropa?
2. ¿Acostumbras a ir acompañado? ¿Con quien?
3. ¿Tu talla varía en función del modelo que te empruebas?
4. ¿Cómo te sientes cuando compruebas que la talla que pensabas que tenías no te va bien?

indiferente – molesto/a – deprimido/a – preocupado/a – culpable

5. Si la talla que te va bien no es la que usas habitualmente, ¿te compras igualmente la pieza de ropa?
6. ¿Te has planteado hacer dieta después de comprobar que no te puedes comprar la talla que pensabas que usabas?

Cuestionarios “Tú das la talla”


Tienda 1	34	36	38	40	42	44	46	48
	¿Qué talla utilizas?							
Tienda 2	34	36	38	40	42	44	46	48
	¿Qué talla utilizas?							
Tienda 3	34	36	38	40	42	44	46	48
	¿Qué talla utilizas?							
Tienda 4	34	36	38	40	42	44	46	48
	¿Qué talla utilizas?							
Tienda 5	34	36	38	40	42	44	46	48
	¿Qué talla utilizas?							
Tienda 6	34	36	38	40	42	44	46	48
	¿Qué talla utilizas?							
Tienda 7	34	36	38	40	42	44	46	48
	¿Qué talla utilizas?							
Tienda 8	34	36	38	40	42	44	46	48
	¿Qué talla utilizas?							

Experiencia piloto “Tú das la talla”

RESULTADOS

Variación de la tallas según modelo

 : 73%

 : 90%

Experiencia piloto “Tú das la talla”

RESULTADOS

Cómo te sientes cuando no te va bien la talla que pensabas que utilizabas?

♂ : 73% indiferente

♀ : 60% **molesta, deprimida, preocupada, culpable**

Te planteas hacer dieta después de comprobar que la talla que utilizabas no te va bien

♂ : 6%

♀ : 27%

Metodología barómetro

1ª fase oct 08 julio 09

Recogida y consenso Fundación IMA

ima@suport.org

2ª fase julio 09 –sept 09

Elaboración barómetro y publicación

3ª fase octubre 09

Difusión (medios, gobierno, asociaciones, empresas otras organizaciones)

Gracias por su atención