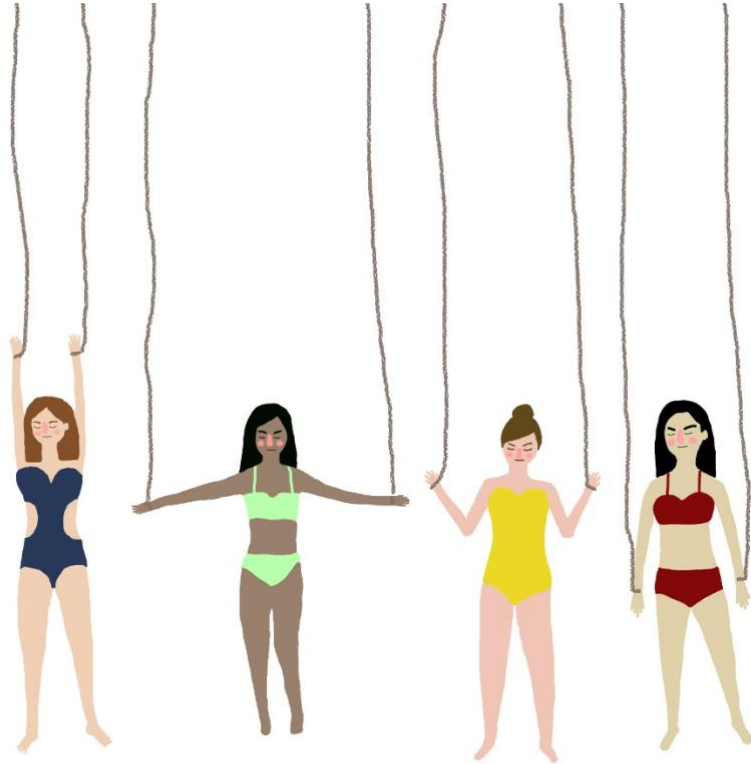


SOM ELS/LES ADOLESCENTS TITELLES DEL MÀRQUETING?



Irene Pérez Pitarch

Paula Fernández Romero

Tutores: Dúnia Pedrola i Roser Ribes

2nB Batxillerat

Curs: 2017/2018

SOM ELS/LES ADOLESCENTS TITELLES DEL MÀRQUETING?

1. INTRODUCCIÓ	4
2. JUSTIFICACIÓ I INTERÉS DE LA RECERCA	5
3. OBJECTIUS DE LA RECERCA I HIPÒTESIS	6
3.1.-Efectes negatius de les talles perfectes (anorèxia i bulímia)	
3.2.-Costos de devolució per falta d'unificació de les talles	
3.3.-Normativa europea i legislació espanyola de regulació de les talles	
4. METODOLOGIA	21
5. ESTAT DE LA QÜESTIÓ (BASE EMPÍRICA DE L'ESTUDI)	24
- VERIFICACIÓ DE SI REALMENT NO EXISTEIX UNIFORMITAT EN LES TALLES ENTRE LES EMPRESES	24
5.1.-Test inicial al març	
5.2.-Col·lecció primavera – estiu / tardor - hivern	
5.2.1. Pantalons i camises infantil nens/nenes	
5.2.2. Pantalons i camises adolescents nois/noies	
5.2.3. Pantalons i camises adults homes/dones	
- ABUNDÀNCIA O NO DE CERTES TALLES EN LES DIFERENTS ESTACIONS	31
5.3.-Col·lecció primavera - estiu / tardor - hivern	
5.3.1. Pantalons i camises infantil nens/nenes	
5.3.2. Pantalons i camises adolescents nois/noies	
5.3.3. Pantalons i camises adults homes/dones	
6. ESTUDI DE LES DADES, ANÀLISI, PRESENTACIÓ I DISCUSSIÓ DE RESULTATS	40
6.1.-Test inicial al març	
6.2.- Diferències a les talles: col·lecció primavera – estiu / tardor - hivern	
6.2.1. Comparació de les mateixes talles a diferents botigues	
6.2.2. Comparació de les talles d'una mateixa botiga en les diferents estacions	

6.3.- Abundància de talles: col·lecció primavera - estiu / tardor - hivern

6.3.1. Pantalons i camises: infantil nens/nenes

6.3.2. Pantalons i camises: adolescents nois/noies

6.3.3. Pantalons i camises: adults homes/dones

7. CONCLUSIONS 56

8. BIBLIOGRAFIA 62

- **WEBS**

1. INTRODUCCIÓ

Inicialment vam pensar en fer el treball "**SOM TITELLES DEL MARKETING**" ja que sempre que anàvem a comprar roba a les botigues juvenils esmentades en el treball, a l'hora de provar-nos-la, gairebé mai ens valia la nostra talla. Segons la botiga a què anàvem, utilitzàvem una talla o una altra.

Això ens va cridar molt l'atenció, ja que no només ens passava a nosaltres sinó que també li passava a noies i dones del nostre entorn, com ara a les nostres amigues, mares....

Vam cercar informació sobre aquest tema i a Internet vam veure en diverses pàgines web que hi havia associacions que demanaven la unificació de talles, perquè deien que aquest era un factor que influïa en els joves, sobretot en les noies, i comportava un risc de no estar a gust amb el propi cos i d'acabar patint trastorns alimentaris com la bulímia i l'anorèxia.

En veure que aquest era un problema real hi vam voler aprofundir i vam pensar que podia ser un bon tema per enfocar el nostre Treball de Recerca.

El que ens vam proposar inicialment va ser estudiar si hi havia diferències en les mateixes talles a diferents botigues tant per a nois com per a noies adolescents, ja que suposadament és en aquesta edat on les diferències són més notables.

Per poder fer el nostre TR primer havíem de comprovar que la diferència entre les talles existia, i si aquest no era un problema suficientment notable no podríem haver seguit desenvolupant-lo, o hauríem d'haver-li donat un altre enfocament.

Per saber d'aquesta desigualtat vam anar al mes de març al centre comercial d'Hospitalet Gran Via-2, amb una cinta de mesurar, un llapis i una taula feta per nosaltres i vam començar a mesurar pantalons de les diferents botigues, tant per a nois com per a noies.

Afortunadament per al nostre treball, vam veure moltes diferències, motiu pel qual podíem seguir endavant amb la nostra recerca.

Una vegada comprovat que existien aquestes diferències en les talles de pantalons per a nois i noies, vam ampliar les peces de vestir a camises i pantalons i als grups d'edats, infantil, juvenil i adults per ambdós sexes, i també es va augmentar el nombre de botigues a estudiar per tal de que hi hagués més varietat de talles i d'edats, amb el fi de saber amb

més certesa si era un factor només present a la roba juvenil o si també afectava a totes les altres franges d'edat.

També vam pensar en fer aquest estudi en dues èpoques, a la temporada de primavera-estiu i a la de tardor- hivern, per veure si també hi havia uniformitat entre la mateixa talla, a la mateixa botiga, però en diferents estacions de l'any.

Vam començar a cercar informació per poder acabar la part teòrica el més abans possible i així dedicar-nos plenament a la part pràctica.

Volem agrair a la nostra tutora Dúnia l'ajuda que ens ha donat, les correccions i les seves orientacions.

2. JUSTIFICACIÓ I INTERÉS DE LA RECERCA

L'objectiu general de la nostra recerca consisteix a analitzar si realment els/les adolescents ens veiem exposats a ser models del màrqueting.

Avui en dia, a la nostra societat és predominant la idea de tenir un "cos perfecte" sobretot en les franges de la nostra edat i no ens adonem que per aquest simple fet podem caure en els anomenats trastorns alimentaris.

L'interès de la nostra recerca prové de la diferència de talles a l'hora de comprar peces de roba a botigues de marques diverses. Aquest fet ens ha ocasionat tenir diferents talles segons l'establiment on compràvem.

Quan vam descobrir la possibilitat de tenir fins a dues talles de diferència, vam voler extreure més informació i comprovar si realment hi havia uniformitat a les botigues de roba tant infantil, juvenil com adulta. I és que a l'hora de parlar de moda també ens vam adonar que el fet que no existís una uniformitat en les talles en les diferents botigues pot anar relacionat amb un tema molt quotidià: l'alimentació.

L'alimentació és una qüestió que assoleix un gran interès social i que preocupa molt, tant a nivell personal com en l'opinió pública en general. L'alimentació forma part de la nostra vida i a l'adolescència acostuma a tenir un comportament relacionat amb el menjar que podria donar lloc a trastorns alimentaris, com ara l'anorèxia o la bulímia, entre d'altres.

El fet d'anar descobrint diferents aspectes relacionats amb la nostra proposta de treball d'investigació i trobar notícies d'actualitat del tema que ens pertoca, on la informació ens era adient i assequible, ens va permetre elaborar el nostre treball de recerca.

3. OBJECTIUS DE LA RECERCA I HIPÒTESIS

Els objectius que volem assolir en aquesta recerca són els següents:

- En primer lloc, saber quins podrien ser els efectes negatius que poden presentar les talles de roba "perfectes" en les persones.
- Analitzar quins són els costos de devolució per a les empreses en les compres per *Internet* com a resposta a la no unificació de les talles entre les diferents marques.
- Per últim, esbrinar si existeix i què diuen la Normativa Europea i la Legislació Espanyola de Regulació de talles.

3.1 EFECTES NEGATIUS DE LA TALLA PERFECTE (ANORÈXIA I BULÍMIA)

“ Imatge d'una malaltia greu ”



28.02.2017 *“El pais.es”*

La suposada talla perfecta pot ocasionar efectes negatius tant psíquics com físics. Moltes marques de roba utilitzen un patró per sota de les mides reals. Això provoca que el consumidor, quan va a les botigues i es prova la roba se senti insatisfet amb el seu cos i acabi sense comprar res i, tot seguit, vulgui sotmetre's a dietes per poder assolir la talla desitjada. Aquest és el camí que pot portar a malalties, com la bulímia i l'anorèxia.

Per exemple, el modista Karl Lagerfeld va fer una col·lecció per a H&M i es va negar a confeccionar les talles superiors a una 38.

Aquesta decisió en una marca tan coneguda com és H&M provoca que les persones que vulguin comprar una peça de roba i no entrin en aquest patró tinguin dues opcions: aprimar-se o comprar en una altra botiga. Però com se senten malament amb elles mateixes per no tenir una talla 38, moltes persones decideixen aprimar-se.

Diferents articles -entre ells el publicat el 20.11.2016 en el diari El Confidencial- indiquen que el 50% de les dones utilitzen una talla 44 o més, però la majoria de les botigues de roba estàndard s'adapten com a màxim a mides fins a 44, sent les més habituals més petites. Amb això tenim encara més clar que les empreses de roba volen crear un patró ideal de dona, no fabricant talles superiors i confeccionant les altres més petites del que seria normal.

Una de les afirmacions més doloroses respecte a les dones i els seus cossos va ser dita per la fundadora d'una de les empreses de moda més reconeguda arreu del món, "Coco Chanel": **"Mai s'és prou jove, ni prou rica, ni s'està prou prima"**.

A més, les marques importants utilitzen models extremadament primes, reforçant així un cànon de bellesa inabastable.

Com a exemple trobem una fotografia d'una campanya de la marca Escada en la qual apareix una jove extremadament prima que ha revolucionat las xarxes socials. La periodista Julia Otero va publicar la imatge que, **lluny de l'estètica de la moda**, representa **"una malaltia greu"**.

La publicació va indignar Twitter, que es van manifestar en contra de la tendència de la indústria de la moda d'utilitzar models alarmantment primes per a les seves campanyes, fomentant aquests cossos com a referents per a l'estereotip de bellesa femenina.

Creure que es té una talla de roba i descobrir en una botiga que no és així pot afectar psicològicament. En ocasions, els joves persegueixen aquest "ideal de bellesa" i cauen en trastorns alimentaris com l'anorèxia i la bulímia que en casos més greus es poden convertir en malalties mortals.

Vivim en un planeta en el qual 1000 milions de persones passen fam cada dia, mentre que 1500 milions tenen sobrepès. I enmig, un 1% de persones que tot i que pot menjar no ho fa per por a engreixar, o ho fa de manera compulsiva i irregular. És una població silenciosa i obsessionada per aprimar-se i és incapaç de controlar els seus propis

impulsos. L'anorèxia i la bulímia són dos trastorns diferents però amb un rerefons comú: el menjar es converteix en un problema.

A *Internet* hi abunden moltes pàgines web sobre aquests trastorns alimentaris. Això ha fet que l'anorèxia i la bulímia s'hagin enfortit al segle XXI. Les pàgines web que fan apologia d'aquests trastorns han crescut un 450% en els últims anys. I el 75% de la gent que visita aquest tipus de pàgines són menors. Molts experts aposten per la participació de metges professionals per a evitar l'anorèxia i la bulímia.

Les associacions que tracten aquests trastorns alimentaris segueixen demanant una unificació de les talles de roba, que va ser promesa fa 5 anys.

La OCU va fer un estudi sobre les talles i la no uniformitat va ser evident, ja que hi havia fins a 10 centímetres de diferència entre talles que suposadament eren la mateixa. Però el que va ser més sorprenent va ser la no correspondència entre la mida de les peces de roba i el cos de les persones.

La OCU afirma que **la roba s'ha d'adaptar a las persones i no al revés**, sumant-se a l'exigència d'un patronatge comú.

La Federació Espanyola d'Associacions d'ajuda i lluita contra l'Anorèxia i la Bulímia (**FEACAB**) i la Fundació Imatge i Autoestima sobre el grau d'unificació de les talles perfectes de roba i l'impacte en la salut de les persones, van publicar al juny de 2010 un estudi titulat :

“ANÀLISI SOBRE EL GRAU D'UNIFICACIÓ DE TALLES DE ROBA A ESPANYA I L'IMPACTE A LA SALUT DE LES PERSONES.

Baròmetre de percepció social del sistema de talles de roba a Espanya: Què pensen i senten els/les consumidors/es?”

Els resultats van ser els següents:

Més de la meitat dels enquestats, en concret 560 persones que sortien de botigues de roba amb una mitjana d'edat de 30 anys, deien sentir-se culpables, incòmodes i preocupats per no poder comprar-se la talla de roba que creien que usaven. La gran majoria (44%) es plantejava seguir una dieta, augmentant el risc de sofrir un trastorn de la conducta alimentària.

D'aquest percentatge, el 81% són dones. D'altra banda, el 87% assegura que la seva talla canvia segons el model de roba que es prova, fins i tot en la mateixa botiga; i quatre de cada deu persones no troba la seva talla.

Els principals empresaris i creadors de moda a Espanya, com *Inditex*, *Mango*, *Cortefiel* o *El Corte Inglés*, van signar el gener de 2007 un acord amb el ministeri de Sanitat per a promoure cànons de bellesa saludables i homogeneïtzar les talles de roba.

Entre els compromisos que van acordar es tracta la qüestió que la talla 46 o equivalent no sigui considerada una talla especial, així com que la talla dels maniquins sigui almenys una 38, i d'unificar la informació de les talles de roba i aconseguir que aquestes no facin diferències segons les distintes marques i fabricants.

La OCU se suma a l'exigència d'un patronatge comú i obligatori que atengui a l'estudi antropomètric de la població, és a dir, la roba s'ha d'adaptar a les persones i no a l'inrevés.

“La nova campanya de JC Penney trenca els estereotips de les talles grans”



L'agència JC Penney va llançar una campanya anomenada “*Here I Am*”. Aquesta està protagonitzada per dones de talles grans que de petites van ser criticades pel seu cos i actualment són *influencers* als Estats Units. Aquestes models envien un missatge motivador per a qui no estigui còmode amb el seu cos i també reafirmen que el seu físic no condiona la seva vida.

Gràcies a campanyes com aquesta, els anunciants poden contribuir amb el seu gra de sorra a canviar la definició que tenim de bonic.

NIKE I AMAZON S'UNEIXEN A LES CAMPANYES DE TALLES GRANS

Nike llançà al 2015 una campanya protagonitzada per models de talles grans que ha estat elogiada àmpliament a les xarxes socials pel gran públic, principalment pel sector femení.

Tot i que moltes dones i molts homes porten una vida molt activa i fan exercici de manera regular, tant ells com elles no tenen la forma escultural dels models que solen aparèixer a les campanyes de màrqueting.

Hi ha un corrent, cada cop més gran, que defensa l'acceptació dels cossos tal i com són en la realitat i la fugida de cossos esculturals i atlètics. L'aposta que ha realitzat Nike de recolzament a les talles grans ha rebut multitud d'elogis a les xarxes socials potenciant el seu compromís amb aquest tipus d'actuacions.

Habitualment les firmes de roba esportiva structuren les seves campanyes de màrqueting al voltant d'esveltes i esculturals figures d'homes i dones aconseguides a cop de gimnàs.

Nike ha decidit no evadir-se de la realitat i la seva nova campanya està protagonitzada per models de talles grans, unes models que son figures de la societat nord-americana.

Amazon s'afegeix a la tendència per a mostrar una nova campanya en què no són les models habituals les que criden l'atenció.

BENIZE

A *Benize* tenen totes les marques XL. També tenen una infinitat de recomanacions i activitats amb l'objectiu que cadascú se senti bé amb si mateix.

L'objectiu de la marca *Benize* és apujar l'autoestima de la usuària, que arriba buscant roba de talles grans perquè no troba res i descobreix una revelació de principis sobre l'ideal de bellesa.



MANGO

Mango ha tret una col·lecció per a persones amb talla 'extra' anomenada *Violeta*. Pot ser que amb l'aposta de *Mango* per l'augment de les talles faci que altres botigues de roba s'uneixin a aquest moviment.

Mirant la pàgina web de *Mango* i entrant en l'apartat de *Violeta* hem pogut veure que la suposada botiga de talles grans no utilitza models d'acord amb aquestes mides. És a dir, encara que facin roba per a tothom segueixen volent imposar un patró de dona que totes hem de seguir.



Model de Violeta by Mango

Primesa no és sinònim de bonic tot i aquesta sigui una definició que s'ha imposat a la societat. I si entenem això per primesa, per grassor entenem el contrari, és a dir, lleig i, a més pot sonar insultant. Caldria normalitzar la publicitat i utilitzar models reals amb talles reals.

Les models de talles grans estan sotmeses a burles de la mateixa indústria de la moda, aquell sector que creu que les models han de ser extremadament primes. Però la realitat és que les models "plus size" es cuiden, han de fer exercici i portar una dieta equilibrada.

De la simple observació de les diferents desfilades de moda, de la publicitat de marques diverses, revistes de dona, etc., se'n desprèn que aquest patró de primesa és l'ideal, i que les talles grans esdevenen antiestètiques.

Temps enrere ni s'esperava ni s'exigia que les models fossin tan perjudicialment primes. Fins al punt que la gran part de les models de passarel·la incompleixen els criteris d'índex de massa corporal a causa de l'anorèxia.

La mida mitjana i el pes de les models han canviat en les últimes dues dècades.

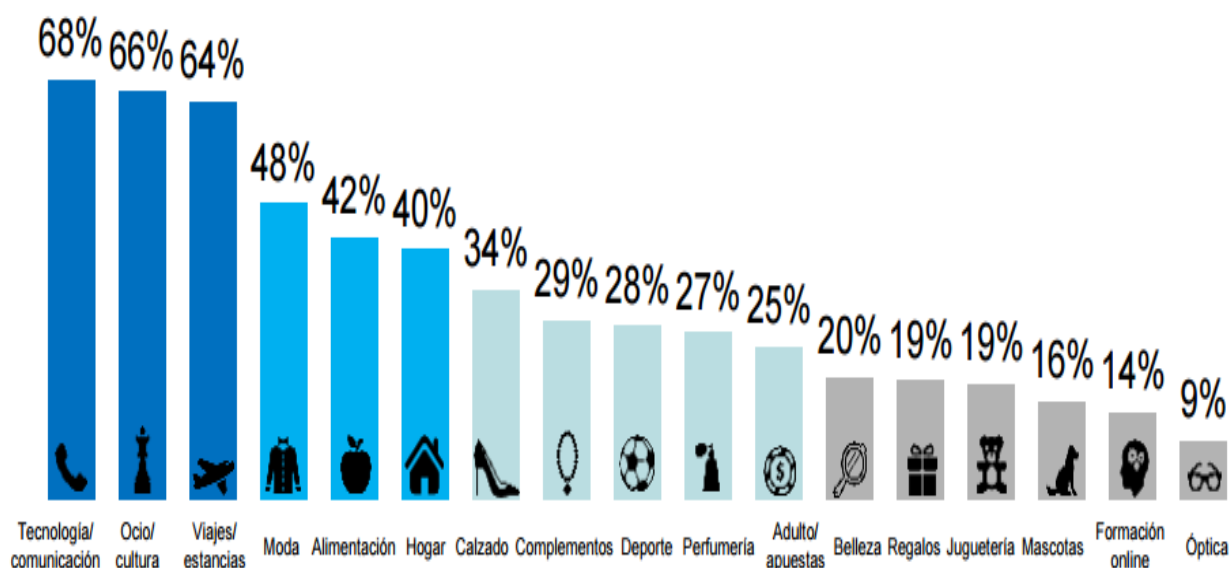
La publicitat irreal pot ocasionar altres problemes greus com l'autoestima. Des de l'ajuntament de Londres van decidir vetar els anuncis d'aquest tipus per a no fomentar les malalties alimentàries en els joves.

Per a reduir la publicitat no realista, en altres països europeus, les autoritats han pres la decisió d'obligar les models a presentar un informe mèdic demostrant i garantint que gaudeixen de bona salut per a treballar.

Aquestes decisions, a part de reduir la publicitat irrealista, també eviten que les models joves i vulnerables siguin pressionades per a tornar-se excessivament primes, protegir-les de l'anorèxia i lluitar contra les imatges de dones extremadament primes que apareixen en revistes de moda.

3.2.-COSTOS DE DEVOLUCIÓ PER FALTA D'UNIFICACIÓ DE LES TALLES.

Segons l'informe de la **IAB** (*Interactive Advertising Bureau*), a Espanya l'any 2015 el **sector de la moda seguia posicionant-se com un dels generadors de més vendes per Internet.**



Els motius que fan que els usuaris li donin al clic en lloc de dirigir-se a una botiga física són:

- El preu
- Les grans i recurrents promocions, ofertes i descomptes que el *e-commerce* els ofereix.
- La facilitat de poder triar el producte i que aquest es trobi fàcilment a la web.

La **compra de roba mitjançant Internet** és una tendència des de fa ja alguns anys. Segons una enquesta de **Fits.me**, un provador de roba virtual, més del 50% dels minoristes de roba *online* han incrementat les seves vendes a prop d'un 25% durant l'últim any.

No obstant això, no tot són coses positives al sector tèxtil: el rendiment del *e-commerce* no es basa només en aconseguir vendes, sinó també en mantenir aquestes vendes sense que es produeixin devolucions.



El 72 % dels dubtes previs a la compra d'un article tèxtil estan relacionats amb el problema de no poder emprovar-se la roba. Els usuaris no acostumen a saber quina és la seva talla a cada botiga i marca, **és un dels grans problemes que existeixen a l'hora de comprar roba per Internet**. Al canviar la talla a cada botiga i marca, aquests no solen saber-la o en dubten i per aquest motiu decideixen no comprar de manera *online*.

Però, aquest inconvenient no només repercuteix en el client. Segons l'esmentat informe el 80% dels **minoristes de roba online** enquestats afirma tenir **problemes derivats de les devolucions** provocades per no encertar amb la talla. I és que **més d'un 70% de les devolucions estan relacionades amb problemes amb les talles**. Aquest fet provoca irremeiablement unes despeses extres per a la empresa tèxtil.

La falta d'acord existent entre fabricants, majoristes i minoristes fa que molts usuaris que estaven disposats a comprar online, finalment no ho acabin fent o bé, que els que sí ho fan **comprin talles diferents d'una mateixa peça per tal de garantir la mida idònia** i després tornar les que no els serveixen. Prop d'un 40% dels minoristes va afirmar que aquest és un dels obstacles més grans per a la conversió *online*.

L'avantatge de preu que gaudeixen els detallistes d'Internet deixarà d'existir a mida que els Estats aprovin lleis que obliguin als minoristes *online* a pagar impostos de residents en els seus respectius territoris.

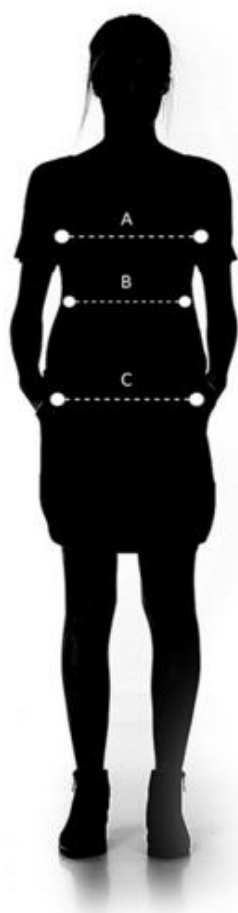
Eines per a saber la teva talla de roba

Segons dades de l'informe de la **IAB** (*Interactive Advertising Bureau*), més d'un 70% dels dubtes dels consumidors de les botigues de roba *online* són sobre les talles i guies de talles.

Com solucionar el problema de les talles a les botigues de roba *online*?

Quan l'usuari ja ha escollit el producte i només li falta especificar quina talla necessita abans de procedir a afegir-lo al carret de compra, la botiga *online* deu facilitar-li el que es denomina la "Guia de talles".

Les solucions que van trobant els **e-commerce** del sector tèxtil són variades. Algunes botigues han intentat solucionar-ho col·locant una guia en les seves pàgines web on s'explica que cada talla correspondria a cada persona segons el seu pes o estatura. La botiga de roba *online* Sita Murt en totes les seves peces mostra aquesta guia de talles on especifica, fins i tot, quina talla ha de triar el client segons el país d'on provingui.



sita murt/

ESPAÑA - FRANCE	36	38	40	42	44	46
ITALIA	40	42	44	46	48	50
DEUTSCHLAND	34	36	38	40	42	44
UK	8	10	12	14	16	18
USA	4	6	8	10	12	14
MEXICO	3	5	7	9	11	13

Size						
A (cm)	83-87	87-91	91-95	95-99	99-103	103-107
B (cm)	62-66	66-70	70-74	74-78	78-82	82-86
C (cm)	89-93	93-97	97-101	101-105	105-109	109-113

Size	S	M	L	XL
A (cm)	87-91	93-97	97-101	103-107
B (cm)	66-70	72-76	76-80	82-86
C (cm)	93-97	99-103	103-107	109-113

Però l'usuari vol rapidesa i no perdre el seu temps llegint. Per aquest motiu, han sorgit diverses eines que simplifiquen aquest procés de manera notable. **En els últims anys, diferents empreses, en col·laboració amb investigadors i especialistes en visió per computació, han desenvolupat eines d'estimació de talles** com Fits.me, Vercy o Sizemenow que permeten a l'usuari esbrinar la seva talla a cada botiga.

Aquestes eines s'integren a la web de la botiga permetent que el client sàpiga la seva talla només introduint les seves dades físiques (altura, pes, edat i perfil).

Algunes com Sizemenow van un pas més enllà i permeten a l'usuari introduir dues fotografies seves (de front i de perfil), fent que l'anàlisi sigui encara més exhaustiu.

Encertar la talla a la compra *online* és fàcil si s'utilitza alguna d'aquestes eines.

S'intenta disminuir els costos associats a una devolució, **millorar la imatge** que ofereix l'empresa i **augmentar les vendes**, ja que hi haurà nous clients que s'animaran a comprar en veure l'efectivitat i seguretat d'aquestes eines.

3.3 **NORMATIVA EUROPEA I LEGISLACIÓ ESPANYOLA DE REGULACIÓ DE LES TALLE**

Si ens preguntessin quina talla de pantalons o de camisa utilitzem quina seria la resposta?

La majoria de nosaltres contestaríem sense dubtar-ho que "depèn" de la marca o de la línia o estil de roba que utilitzem.

Els fabricants de roba han utilitzat el tema de les talles com una més de les seves estratègies comercials, aprofitant-se del buit legal existent fins al moment en aquest tema, a nivell nacional i europeu.

La Federació Espanyola d'Associacions d'Ajuda i Lluita contra l'Anorèxia i la Bulímia (FEACAB) i la Fundació Imatge i Autoestima **han alertat sobre els perills de la falta d'unificació en les talles i el seu impacte en la salut de les persones**, a la llum dels resultats d'un baròmetre realitzat (anteriorment citat) per mesurar les percepcions que sobre aquest assumpte existeixen entre els consumidors/es espanyols.

Els resultats són bastants preocupants: **quatre de cada deu enquestats afirma tenir problemes per trobar roba de la seva talla**; gairebé 9 de cada 10 denuncia que la seva

talla canvia segons el model o el fabricant; més de la meitat reconeix sentir-se culpable per no poder comprar la talla de roba de creien usar; i, conseqüència d'això, **gairebé la meitat es planteja fer dieta a risc de poder sofrir un trastorn alimentari.**

A Espanya es va signar un acord al gener de 2007 entre el Govern i empresaris del món de la moda per a la regularització de les talles. Diverses marques que es van unir a l'acord són de les quals més varien les talles de roba d'uns models a uns altres.

Al 2010 el Ministeri de Sanitat i Consum va arribar a un acord amb les principals signatures del sector tèxtil espanyol (entre uns altres, Inditex, El Corte Inglés, Mànec o Cortefiel) **per unificar talles, i d'aquesta manera lluitar contra l'anorèxia promovent una imatge física saludable.** L'acord incloïa l'elaboració d'un estudi antropomètric de la població femenina, que permetria conèixer quines eren les mides més freqüents en les dones del nostre país, servint amb això de base als fabricants per elaborar un sistema de talles acord a la realitat i molt més homogeni.

Les empreses es comprometien en un termini de cinc anys a unificar les seves talles sobre la base dels resultats d'aquest estudi. Encara cap firma ha complert l'acord.

Dóna la sensació de que la regulació de les talles ha quedat dormitant en un limb del que no acaba de sortir, ja que l'esmentat acord no s'està complint actualment.

El Parlament Europeu, al 2010, es va pronunciar sobre un reglament pel qual es pretén obligar als fabricants d'empreses tèxtils a etiquetar de forma més escrupolosa l'origen del producte.

L'interès comunitari per resoldre aquesta qüestió mostra a les clares que **no es tracta d'un problema puntual o d'un país, sinó d'un problema generalitzat, perpetuat i comú.**

Els eurodiputats van fer també referència a la necessitat de concretar un sistema uniforme a nivell europeu per a l'etiquetatge de la roba i el calçat. L'homogeneïtzació dels sistemes contribuirà positivament als debats sobre el pes corporal i els ideals del cos.

El 27 de maig de 2016 els membres del Comitè Europeu de Normalització *CEN/TC 248/WG 10 "Sizsystem of clothing"* es van reunir a la seu de l'Institut de Biomecànica (IBV) per donar els últims passos en l'estandardització del sistema de talles de roba.

Prop de 20 experts europeus de diferents països de la Unió Europea (representants dels organismes nacionals d'estandardització, empreses, universitats, centres tecnològics) van treballat per avançar en la citada norma europea *CEN/TC 248/WG 10* que pretén estandarditzar les talles de roba.

Juan Carlos González, director d'Innovació en Indumentària del IBV va dir : “

“La nova normativa, una vegada aprovada, no serà d'obligat compliment però contribuirà a organitzar i millorar la situació actual que contempla diferències de talla entre països i marques. Les empreses podran anar incorporant la norma de forma progressiva sense que hagi de suposar un cost addicional o pèrdua de competitivitat sinó tot el contrari, ja que els experts afirmen que adoptar aquesta normativa millorarà la competitivitat de les empreses en augmentar la satisfacció dels seus clients i reduir les devolucions, sobretot en la compra per Internet”.

Per assegurar que les empreses que venen a tot el món no hagin d'adoptar diferents sistemes de talles, alguns dels experts que van treballar en la normativa europea també van participar en l'equip que van definir la normativa a escala mundial (ISO/TC 133 Clothingsizingsystems sizedesignation, sizemeasurementmethods anddigital fittings), de manera que ambdues siguin equivalents en el futur i hi hagi un criteri unificat a tot el món.

Quan s'engegarà la nova normativa ?

Al maig de 2017 encara persistia el caos i la llacuna de les talles de roba i **falta de regulació sobre l'estandardització de talles.**

Les companyies del sector tèxtil generalment aprofiten el buit legal a nivell tant nacional com a europeu en aquesta matèria. Això es tradueix en què, a més de vulnerar el dret del consumidor a rebre informació homogènia i fidedigna en les etiquetes de les peces de roba, es promoguin uns cànons i ideals de bellesa relacionats amb la primesa que poden afectar a la salut física i psicològica de les persones; poden provocar des d'ansietat o insatisfacció personal fins a trastorns més greus com la depressió o l'anorèxia. Especialment en el col·lectiu de dones joves, doncs són les més propenses a sentir angoixa o tenir una baixa autoestima per aquests temes.

Existeix una **NORMA EUROPEA** sobre la matèria, “l'EN13402”, sobre designació de les talles per a peces de vestir, que defineix les dimensions corporals que han de ser usades en la designació de les etiquetes. No obstant això, **és una disposició de caràcter voluntari** i per tant, **no és obligatòria.**

Per tant, seria desitjable una **directiva europea** (ja que això sí seria vinculant i tots els

estats membres estarien **obligats a adaptar-la** als seus ordenaments jurídics en el termini establert per a la seva transposició) en vistes a donar-li un caràcter unitari a aquesta matèria en tots ells.

En el cas del nostre país (**Espanya**), fins al moment (exceptuat per un intent l'any 2007) no se li ha prestat a aquest problema l'atenció que mereix; seria com interessant dictar una llei que homologués les talles perquè els consumidors no es vegin exposats a problemes físics o psicològics.

Avui dia les talles de moltes peces **s'allunya massa del que veritablement tindria un cos sa.**

Variar de talla o tenir una talla normal i no trobar roba genera insatisfacció i la tendència al seguiment de dietes sense control mèdic. Hi ha dades inquietants. Algunes d'elles llençats per l'informe realitzat per la Fundació IMA (Fundació Imatge i Autoestima), que **analitza el sistema de talles de roba i l'impacte per a la salut dels espanyols** són que la majoria de les dones al nostre país no respon a la talla 38 malgrat que més d'un 80% d'elles tenen un pes dins dels rangs normals; que més del 50% de les persones se senten tristes, preocupades o culpables en comprovar que no usen la talla que creien i un 44% es planteja fer dieta per això; i que en 2016 **els trastorns alimentaris han estat la tercera malaltia crònica entre la població femenina adolescent de les societats desenvolupades.**

A la llum dels estudis i informes una part important **de la població espanyola té tendència a voler abaixar el seu pes entre altres coses per la pressió que exerceix el sistema de talles actual.**

La Constitució Espanyola resa en els seus articles **43.1 i 43.2** respectivament: **“Es reconeix el dret a la protecció de la salut”** i **“Competeix als poders públics organitzar i tutelar la salut pública a través de mesures preventives (...).”**

Un sistema de talles més acord a la realitat podria reduir els problemes d'ansietat i insatisfacció personal que comporten els trastorns més greus com ara la depressió o l'anorèxia, especialment en el col·lectiu de dones joves, doncs són les més propenses a sentir angoixa o tenir una baixa autoestima per aquests temes.

A certs països com **Argentina i Mèxic existeixen lleis que estableixen talles mínimes de peces** amb l'objectiu de prevenir malalties tan greus com són la bulímia o l'anorèxia.

A França segon un article publicat el 14 d'agost de 2017 al diari “EL PAIS” indicava que exigia a les models massa primes un certificat mèdic per a desfilar. El certificat haurà de ser expedit per metges habilitats a aquest efecte i, tindrà una validesa de dos anys.

Les models han d'acreditar un índex de massa corporal adequat. Aquesta és una mesura contra l'anorèxia. La mesura també s'aplica a les models d'altres països de l'Espai Econòmic Europeu quan exerceixin a França.

Si el metge certifica que no són dones (o homes) saludables o que les seves dades de pes i alçada no guarden la proporció de l'índex de massa corporal, no podran pujar a les passarel·les franceses.

Els responsables de les revistes de moda o agències que no respectin la llei podran ser condemnats a penes de fins a sis mesos de presó i multes de 75.000 euros.

L'Organització Mundial de la Salut (OMS) considera a una persona excessivament prima quan el seu IMC -la relació entre pes i estatura- és inferior a 18,5. I distingeix entre primesa lleugera (entre 17,8 i 18,5), moderada (entre 16 i 17) i severa (per sota de 16).

Els trastorns de conducta alimentària afecten a unes 600.000 joves a França (40.000 de les quals pateixen anorèxia) i són la segona causa de mortalitat entre les persones de 15 a 24 anys, per darrere dels accidents de trànsit.

El ministeri de Salut del país gal diu que l'objectiu és "canviar la imatge del cos en la societat per evitar la promoció d'ideals de bellesa inaccessibles i evitar l'anorèxia en els joves", així com "protegir la salut d'una categoria de la població especialment afectada per aquest risc: les models".

L'anorèxia és una malaltia que augmenta en els països desenvolupats. Als EUA l'anorèxia nerviosa suposa ja la tercera malaltia crònica més freqüent entre dones adolescents, després de l'obesitat i l'asma. I a Espanya els Trastorns de la Conducta Alimentària (TCA) té una taxa de prevalença en la població adolescent entre el 4,1% i el 4,5%. Una xifra que augmenta entre el 11% i el 16% si es té en compte la totalitat de l'espectre femení i s'inclou les seves manifestacions més lleus.

4. METODOLOGIA

Per aquesta verificació s'han escollit:

- Peces de roba: pantalons i camises.
- Categories de persones: infantil, adolescents i adults.
- Empreses: Zara, Stradivarius, H&M, Bershka, Pull & Bear, Desigual, Jack & Jones, Okaïdi, Mango, Benetton, Hollister, Kaotiko, Springfield, Levis.

Es vol verificar si hi ha o no uniformitat en les talles de pantalons i de les camises, peces de roba que s'han estudiat al centre comercial Gran Via 2 en les diferents estacions de l'any, i que més es venen en els grups d'edat escollits.

L'objectiu principal és saber si darrere de les talles existeix una intenció o estratègia de màrqueting, o si simplement hi ha un desinterès entre les diferents empreses tèxtils a arribar a un acord per a normalitzar les talles.

Si es dona el primer cas, seran els Estats els qui obliguin a les empreses per mitjà de lleis a normalitzar les talles, ja que provoquen un greu impacte en els hàbits de salut de la societat.

En canvi, si es dona el segon cas, pot ser que l'increment de vendes *online* i els alts costos de devolució obliguin a les empreses a posar-se d'acord per a fer uns patrons més normals i iguals.

Durant el mes de febrer i març del 2017 es va anar al Centre Comercial Gran Via 2 d'Hospitalet de Llobregat, Barcelona a les diferents botigues esmentades abans.

L'estudi realitzat fou mesurar totes les talles de les peces de roba de les botigues triades i analitzar les equivalències en centímetres (*cm*). Durant aquest període de temps es va mesurar la col·lecció d'hivern.

La mesura que es va fer al febrer-març va ser de prova, per a esbrinar si realment hi havia diferències entre una mateixa talla i així poder seguir realitzant el treball de recerca.

Les talles analitzades en pantalons van ser les 32, 34, 36, 38, 40, 42, 44, 46, 48 i 50.

I les talles mesurades en camises foren les XXS, XS, S, M, L, XL i XXL.

Durant el mes de Juny i part del Juliol es va tornar a anar al Gran Via 2 i es van mesurar les mateixes talles a les mateixes botigues, però aquest cop de la col·lecció primavera-estiu. A la segona quinzena de setembre vam tornar a al Gran Via 2 per realitzar les mesures en les peces de la temporada tardor-hivern.

L'estudi dels pantalons consistia en agafar un metre i enrotllar-lo al voltant de la cintura del pantaló. Seguidament, s'observava quant mesurava i s'apuntava el resultat a unes taules comparatives que s'analitzaran posteriorment.

Per a calcular la mida de les camises s'havia d'agafar el metre i col·locar-lo a l'altura de les espatlles, i mesurar d'un costat a l'altre. Després, a l'igual que amb els pantalons s'apuntaven els centímetres mesurats a una graella.



Joma-sport.com/es/guia-de-talla

1. **A Pit**, mesurar al voltant de la part més ample del pit, mantenint la cinta de manera horitzontal.
2. **B Cintura**, mesurar al voltant de la part més estreta de la cintura, mantenint la cinta de manera horitzontal.
3. **C Maluc**, mantenint els dos peus junts, mesurar al voltant de la part més ample del maluc, mantenint la cinta de manera horitzontal.

Talla	Cintura		
	Pit (A)	(B)	Maluc (C)
S	87 - 95	75 - 83	86 – 94
M	95 - 102	83 - 91	94 – 101
L	102 - 109	91 - 98	101 – 110
XL	109 - 115	98 - 104	110 – 114
XXL	115 - 143	104 - 134	114 – 138
3XL			

Nota: Mesures en centímetres (cm)

A més de mesurar les peces de roba també es va estudiar la seva abundància, és a dir, la quantitat de mostres d'una mateixa talla que estaven presents en les diferents botigues. Per a esbrinar quines són les talles més i menys fabricades, i les que directament gairebé ni es fabriquen.

L'anàlisi de l'abundància només es va fer en les temporades primavera-estiu i tardor-hivern. Al març, donat que només es tractava d'una prova, no va fer falta realitzar-la, a més coincidia amb les rebaixes i per tant si s'hagués realitzat no tindria validesa per al treball d'investigació.

5. ESTAT DE LA QÜESTIÓ (BASE EMPÍRICA DE L'ESTUDI)

5.1.-VERIFICACIÓ DE SI REALMENT NO EXISTEIX UNIFORMITAT ENTRE LES EMPRESES: TEST INICIAL AL MARÇ

TAULA 1

PANTALONS ROBA JUVENIL	ZARA		STRADI - VARIUS		LEVIS		BERSH- KA		HOLLIS- TER		JACK & JONES	
	Cm		Cm		Cm		Cm		Cm		Cm	
TALLA	H	D	H	D	H	D	H	D	H	D	H	D
32		67		74	-	75	-	65		64	-	
34		68		74	-	75	76	68		69	-	
36		75		75	-	81	77	69	75	74	-	
38		78		75	85	79	80	73	83	78	80	
40		81		81	87	83	83	77	89	87	83	
42		84		86	93	89	89	86	90	-	92	
44		89		89	93	-	94	89	99	-	94	
46		-		-	-	-	97	-	-	-	102	
48											106	

FONT: ELABORACIÓ PROPIA

TAULA 3

PANTALONS ROBA INFANTIL	ZARA		C&A		H y M		SPRING -FIELD		BENETTON		OKAIDI	
	Cm		Cm		Cm		Cm		Cm		Cm	
TALLA	H	D	H	D	H	D	H	D	H	D	H	D
7-8	68	64			68	61			64	64	62	59
8-9	72	67			70	68			68	67	63	62
9-10	77	69			73	71			72	69	65	65
10-11	80	72			77	73			76	72	68	66
11-12	82	74			79	79			80	74	72	68
12-13	84	77			78	78			83	77	72	71

FONT: ELABORACIÓ PROPIA

TAULA 2

CAMISES ROBA JUVENIL	ZARA		STRADI- VARIUS		LEVIS		BERSH- KA		HOLLIS - TER		JACK & JONES	
	Cm		Cm		Cm		Cm		Cm		Cm	
TALLA	H	D	H	D	H	D	H	D	H	D	H	D
XXS		-		-		-	-	-	-	-	-	-
XS		-		-	-	40	38	34	-	40	-	
S		36		39	-	41	40	38	42	41	42	
M		39		40	48	44	41	39	43	42	45	
L		39		41	50	-	44	41	44	43	46	
XL		-		-	51	-	46	-	46	-	46	
XXL		-		-	53	-	-	-	-	-	-	

FONT: ELABORACIÓ PROPIA

TAULA 4

CAMISES ROBA INFANTIL	ZARA		H y M		BENETTON		OKAIDI	
	Cm		Cm		Cm		Cm	
TALLA	H	D	H	D	H	D	H	D
4-6	30	30	33	31	31	29	30	27
6-8	32	31	35	34	33	32	32	29
8-10	38	38	37	36	38	34	34	32
10-12	39	38	39	39	39	36	37	36
12-14	40	39	40	40	41	38	40	39

FONT: ELABORACIÓ PROPIA

5.2.1 PANTALONS I CAMISES: INFANTIL: NENS/NENES

TAULA 5

PANTALONS ROBA INFANTIL	ZARA		H&M		BENE- TTON		DESIGUAL		OKAIDI	
	Cm		Cm		Cm		Cm		Cm	
TALLA	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH
8-9	65	69	71	70	75	72	64	65	64	65
-10	68	73	72	72	76	76	69	70	66	67
10-11	73	75	75	74	78	78	73	74	70	69
11-12	78	78	77	76	80	79	76	77	75	76
12-13	82	80	79	79	83	80	78	83	78	78
13-14	86	84	84	83	85	84	81	86	80	81

FONT: ELABORACIÓ PROPIA

TAULA 6

PANTALONS ROBA INFANTIL	ZARA		H&M		BENE- TTON		DESIGUAL		OKAIDI	
	Cm		Cm		Cm		Cm		Cm	
TALLA	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH
8-9	63	63	64	67	71	65	63	64	64	64
9-10	65	64	65	69	72	67	68	65	65	67
10-11	67	66	69	71	73	69	70	67	66	68
11-12	69	69	71	72	77	75	72	70	69	69
12-13	72	73	72	73	80	76	76	76	71	70
13-14	75	76	76	76	82	78	80	79	72	72

FONT: ELABORACIÓ PROPIA

TAULA 7

CAMISES ROBA INFANTIL	ZARA		H&M		BENE- TTON		DESI- GUAL		OKAIDI	
	Cm		Cm		Cm		Cm		Cm	
TALLA	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH
4-6	34	30	35	31	29	32	28	32	28	30
6-8	37	35	36	32	33	35	30	33	30	34
8-10	44	39	37	34	34	36	32	35	31	40
10-12	53	40	40	38	39	39	34	37	35	42
12-14	55	43	41	39	40	43	36	39	37	43

FONT: ELABORACIÓ PROPIA

TAULA 8

CAMISES ROBA INFANTIL	ZARA		H&M		BENE- TTON		DESI- GUAL		OKAIDI	
	Cm		Cm		Cm		Cm		Cm	
TALLA	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH
4-6	36	32	34	31	28	27	27	31	28	27
6-8	39	36	35	32	30	29	29	34	29	30
8-10	43	39	38	34	33	31	31	37	30	32
10-12	50	40	39	36	35	35	32	38	33	34
12-14	52	43	40	41	37	37	35	40	34	39

FONT: ELABORACIÓ PROPIA

5.2.2 PANTALONS/ CAMISES : ADOLESCENTS: NOIS/NOIES

TAULA 9

PANTALONS ROBA JUVENIL	ZARA		KAOTIKO		STRADI- VARIUS		SPRING- FIELD		H & M		BERSHKA		PULL & BEAR		HOLLISTER		JACK & JONES		
NOIS	Cm		Cm		Cm		Cm		Cm		Cm		Cm		Cm		Cm		
TALLA	PE	TH	PE	TH	PE	T H	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	
32	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
34	-	-	75	73	-	-	-	-	-	-	78	73	-	-	-	-	-	-	-
36	82	77	79	75	-	-	-	77	-	-	81	76	73	74	80	-	85	74	
38	85	80	82	82	-	-	83	82	-	82	83	79	84	78	83	75	89	77	
40	89	82	86	87	-	-	87	88	-	88	88	81	86	80	88	83	93	81	
42	95	89	88	90	-	-	90	91	-	92	90	87	88	88	89	90	96	87	
44	98	93	94	93	-	-	92	94	-	99	92	93	90	91	98	94	98	89	
46	100	94	98	94	-	-	-	97	-	103	99	99	99	95	-	104	100	100	
48	106	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	101	-	-	-	103	-	
50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

FONT:
ELABORACIÓ
PROPIA

TAULA 10

<i>PANTALONS ROBA JUVENIL</i>	ZARA		KAOTIKO		STRADI- VARIUS		SPRING- FIELD		H & M		BERSHKA		PULL & BEAR		HOLLISTER		JACK & JONES	
<i>NOIES</i>	Cm		Cm		Cm		Cm		Cm		Cm		Cm		Cm		Cm	
<i>TALLA</i>	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH
32	70	59	65	-	69	67	-	-	71	-	68	60	70	55	67	63	-	-
34	71	68	69	70	72	72	70	69	74	64	71	63	71	61	74	71	-	-
36	74	75	70	74	76	73	74	67	78	72	76	72	73	64	75	76	-	-
38	79	76	75	78	84	78	80	73	85	74	80	74	75	68	80	80	-	-
40	79	82	80	80	87	80	84	79	88	82	83	76	79	72	84	85	-	-
42	83	86	84	83	94	88	88	86	92	84	-	82	84	77	-	92	-	-
44	-	91	-	-	-	89	91	89	97	-	-	88	-	-	-	-	-	-
46	-	-	-	-	-	-	-	97	99	-	-	-	-	-	-	-	-	-
48	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

FONT:
ELABORACIÓ
PROPIA

TAULA 11

CAMISES ROBA JUVENIL	ZARA		KAOTIKO		STRADI- VARIUS		SPRIENG- FIELD		H&M		BERSHKA		PULL & BEAR		HOLLISTER		JACK & JONES	
NOIS	Cm		Cm		Cm		Cm		Cm		Cm		Cm		Cm		Cm	
TALLA	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH
XXS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
XS	-	-	-	-	-	-	-	41	-	42	51	43	43	41	40	42	41	42
S	45	45	52	59	-	-	42	43	-	45	52	45	46	45	41	43	42	44
M	47	47	54	61	-	-	44	44	-	49	54	48	47	46	42	46	44	47
L	48	52	57	62	-	-	48	46	-	52	56	50	50	48	44	47	45	52
XL	53	53	59	63	-	-	52	49	-	54	59	52	53	51	46	52	50	54
XXL	-	55	-	-	-	-	54	53	-	-	-	-	-	53	-	-	55	58

FONT: ELABORACIÓ PROPIA

TAULA 12

CAMISES ROBA JUVENIL	ZARA		KAOTIKO		STRADI- VARIUS		SPRIENG- FIELD		H&M		BERSHKA		PULL & BEAR		HOLLISTER		JACK & JONES	
NOIES	Cm		Cm		Cm		Cm		Cm		Cm		Cm		Cm		Cm	
TALLA	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH
XXS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
XS	-	36	-	-	42	37	-	35	40	44	40	35	42	31	39	42	-	-
S	40	37	42	48	43	39	35	37	41	45	44	37	43	32	40	43	-	-
M	41	38	44	52	44	40	38	39	44	46	46	38	44	36	42	44	-	-
L	42	39	44	54	47	43	41	41	47	51	50	39	45	39	45	46	-	-
XL	-	41	45	58	47	-	43	47	50	55	-	-	47	43	-	-	-	-
XXL	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

FONT: ELABORACIÓ PROPIA

5.2.3 PANTALONS I CAMISES: ADULTS: HOMES/DONES

TAULA 13 I TAULA 14 FONT: ELABORACIÓ PROPIA

<i>PANTALON ADULT</i>	ZARA		MANGO		STRADI-VARIUS		LEVIS		SPRIN-FIELD		DESIGUAL	
<i>HOMES</i>	Cm		Cm		Cm		Cm		Cm		Cm	
TALLA	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH
32	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
34	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
36	82	77	-	-	-	-	-	75	80	77	-	-
38	85	80	-	-	-	-	78	78	83	82	82	83
40	89	82	-	-	-	-	81	81	87	88	84	87
42	95	89	-	-	-	-	88	88	90	91	87	93
44	93	93	-	-	-	-	92	95	92	94	92	94
46	100	94	-	-	-	-	94	96	-	97	97	99
48	106	-	-	-	-	-	105	-	-	100	99	103
50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	103	-	-

<i>PANTALONS ADULT</i>	ZARA		MANGO		STRADI-VARIUS		LEVIS		SPRIN-FIELD		DESIGUAL	
<i>DONES</i>	Cm		Cm		Cm		Cm		Cm		Cm	
TALLA	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH
32	-	59	74	-	69	67	70	59	-	-	-	-
34	74	68	76	-	72	72	74	64	70	70	76	66
36	78	75	81	-	76	73	77	67	74	67	78	71
38	82	76	83	-	84	78	84	76	80	73	83	73
40	85	82	87	-	87	80	86	82	84	79	87	78
42	90	86	-	-	94	88	93	87	88	86	90	80
44	-	91	-	-	-	89	-	-	91	89	94	85
46	-	-	-	-	-	-	-	-	-	97	-	99
48	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	102
50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

TAULA 15

CAMISES ROBA ADULT	ZARA		MANGO		STRADI- VARIUS		LEVIS		SPRIN- FIELD		DESIGUAL	
HOMES	Cm		Cm		Cm		Cm		Cm		Cm	
TALLA	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH
XXS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
XS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	41	-	-
S	45	45	-	-	-	-	43	42	42	43	44	42
M	47	47	-	-	-	-	45	45	44	44	45	43
L	48	52	-	-	-	-	46	47	48	46	47	45
XL	53	53	-	-	-	-	52	49	52	49	48	48
XXL	-	55	-	-	-	-	54	61	54	53	53	53

FONT: ELABORACIÓ PROPIA

TAULA 16

CAMISES ROBA ADULT	ZARA		MANGO		STRADI- VARIUS		LEVIS		SPRIN- FIELD		DESIGUAL	
DONES	Cm		Cm		Cm		Cm		Cm		Cm	
TALLA	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH
XXS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
XS	38	36	39	-	41	37	39	39	-	35	-	39
S	39	37	40	-	42	39	43	44	35	37	38	40
M	40	38	41	-	44	40	44	46	38	39	40	42
L	42	39	43	-	47	43	45	49	41	41	42	43
XL	44	41	45	-	48	-	47	-	43	47	43	45
XXL	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	47

FONT: ELABORACIÓ PROPIA

- **ABUNDÀNCIA O NO DE CERTES TALLES EN LES DIFERENTS ESTACIONS:**

5.3.-COLECCIÓ PRIMAVERA- ESTIU / TARDOR -HIVERN

5.3.1.PANTALONS I CAMISES: INFANTIL: NENS/NENES

PANTALONS INFANTIL	ZARA		H & M		BENETTON		DESIGUAL		OKAIDI	
	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH
8-9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
9-10	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
10-11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
11-12	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
12-13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
13-14	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
+14	1	2	2	2	1	3	1	3	1	2

TAULA 17 i 18

FONT: ELABORACIÓ PROPIA

CAMISES INFANTIL	ZARA		H & M		BENETTON		DESIGUAL		OKAIDI		QUANTITAT	CÓDIS
	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH		
4-6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
6-8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
8-10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	INEXISTENT	1
10-12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	POQUES	2
12-14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	ABUNDANTS	3
14 +	1	2	2	3	1	2	1	3	1	2		

5.3.2 PANTALONS I CAMISES: ADOLESCENTS: NOIS/NOIES

TAULA 19

PANTALONS JUVENIL NOIS	ZARA		KAOTIKO		STRADIVARIUS		SPRINGFIELD		H&M		BERSHKA		PULL&BEAR		HOLLISTER		JACK& JONES	
	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH
32	2	1	2	1					2	1	3	1	3	1		1	1	1
34	3	1	3	2					3	1	3	2	3	1		1	1	1
36	3	2	3	2					3	1	3	3	3	3		1	3	3
38	3	3	3	3					2	3	2	3	3	3		3	3	3
40	2	3	2	3					3	3	2	3	3	3		3	3	3
42	2	3	3	3					3	3	3	3	2	3		3	3	3
44	1	3	1	3					2	3	1	3	1	3		3	3	3
46	1	3	2	3					2	3	1	2	1	3		3	3	3
48	1	1	2	1					1	1	1	1	1	1		1	3	3
50	1	1	1	1					1	1	1	1	1	1		1	3	1

FONT: ELABORACIÓ PROPIA

TAULA 20

PANTALONS JUVENIL NOIES	ZARA		KAOTIKO		STRADIVARIUS		SPRINGFIELD		H&M		BERSHKA		PULL&BEAR		HOLLISTER		JACK& JONES	
	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH
32	2	3	2	1		3			2	1	3	2	3	3	2	2		
34	3	3	3	2		3			3	2	3	2	3	3		3		
36	3	3	3	3		3			3	3	3	3	3	3		3		
38	3	3	3	3		2			2	3	2	3	3	2		3		
40	2	3	2	3		2			3	3	2	3	3	2		3		
42	2	3	3	3		3			3	3	3	2	2	2		3		
44	1	2	1	1		3			2	1	1	2	1	1		1		
46	1	1	1	1		1			2	1	1	1	1	1		1		
48	1	1	1	1		1			1	1	1	1	1	1		1		
50	1	1	1	1		1			1	1	1	1	1	1		1		

FONT: ELABORACIÓ PROPIA

QUANTITAT	CÓDIS
INEXISTENT	1
POQUES	2
ABUNDANTS	3

TAULA 21

<i>CAMISES JUVENIL</i>	ZARA		KAOTIKO		STRADI-VARIUS		SPRIENG-FIELD		H&M		BERSHKA		PULL & BEAR		HOLLISTER		JACK & JONES	
<i>NOIS</i>																		
TALLA	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH
XXS	1	1	1	1					1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
XS	1	1	1	1					2	2	3	3	2	2	2	3	3	3
S	3	2	3	3					3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
M	3	3	3	3					3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
L	2	3	3	3					3	3	2	2	3	3	2	3	3	3
XL	2	3	2	3					3	3	3	3	2	3	2	1	2	3
XXL	1	2	1	1					2	1	2	1	1	2	1	1	1	3

FONT: ELABORACIÓ PROPIA

TAULA 22

<i>CAMISES JUVENIL</i>	ZARA		KAOTIKO		STRADI- VARIUS		SPRIENG -FIELD		H&M		BERSHKA		PULL&BEAR		HOLLISTER		JACK & JONES	
<i>NOIES</i>																		
TALLA	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH
XXS	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1		
XS	1	2	1	1	1	1	1		2	3	3	3	2	2	2	2		
S	3	3	3	3	3	3	2		3	3	3	3	3	3	3	3		
M	3	3	3	3	3	3	3		3	3	3	3	3	3	3	3		
L	2	3	3	3	2	3	3		3	3	3	3	3	3	3	3		
XL	1	2	1	3	1	1	2		2	3	1	1	2	2	2	3		
XXL	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1		

FONT: ELABORACIÓ PROPIA

5.3.3 PANTALONS I CAMISES: ADULTS: HOMES / DONES

TAULA 23

<i>PANTALONS ADULT</i>	ZARA		MANGO		STRADI-VARIUS		LEVIS		SPRING-FIELD		DESIGUAL	
<i>HOMES</i>												
TALLA	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH
32	2	1	1				3	1		1	1	1
34	3	1	1				3	1		1	2	1
36	3	2	2				3	3		3	3	1
38	3	3	2				3	2		3	2	3
40	2	3	2				3	3		3	3	3
42	2	3	1				3	3		3	3	3
44	1	3	1				3	3		3	2	3
46	1	3	1				3	3		3	1	3
48	1	1	1				3	1		3	1	3
50	1	1	1				3	1		2	1	1

FONT: ELABORACIÓ PROPIA

TAULA 24

<i>PANTALONS ADULT</i>	ZARA		MANGO		STRADI-VARIUS		LEVIS		SPRING-FIELD		DESIGUAL	
<i>DONES</i>												
TALLA	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH
32	2	3	1		2	3	3	3		1	1	1
34	3	3	1		3	3	3	3		3	2	3
36	3	3	2		3	3	3	3		3	3	3
38	3	3	2		3	3	3	3		3	2	3
40	2	3	2		2	3	3	3		3	3	3
42	2	3	1		3	3	3	3		3	3	3
44	1	2	1		1	3	1	1		3	2	3
46	1	1	1		2	1	1	1		3	1	2
48	1	1	1		2	1	1	1		1	1	2
50	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1

FONT: ELABORACIÓ PROPIA

<i>CAMISES ROBA ADULT</i>	ZARA		MANGO		STRADI- VARIUS		LEVIS		SPRING- FIELD		DESIGUAL	
<i>HOMES</i>												
TALLA	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH
XXS	1	1	1		1		1	1	1	1	1	1
XS	1	1	1		1		1	1	1	2	1	1
S	3	2	3		3		3	3	2	3	3	3
M	3	3	3		3		3	2	3	3	3	3
L	2	3	3		2		3	3	3	3	3	3
XL	2	3	2		1		3	3	2	3	3	3
XXL	1	2	1		1		3	2	1	3	2	3

TAULA 25

TAULA 25 *FONT: ELABORACIÓ PROPIA*

TAULA 26

<i>CAMISES ROBA ADULT</i>	ZARA		MANGO		STRADI- VARIUS		LEVIS		SPRING- FIELD		DESIGUAL	
<i>DONES</i>												
TALLA	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH	PE	TH
XXS	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1
XS	1	2	1		1	1	3	3	1	3	1	3
S	3	3	3		3	3	3	2	2	3	3	3
M	3	3	3		3	3	3	2	3	3	3	3
L	2	3	3		2	3	3	2	3	3	3	3
XL	1	2	2		1	1	3	1	2	2	3	3
XXL	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	3

FONT: ELABORACIÓ PROPIA

6. ESTUDI DE LES DADES, ANÀLISI, PRESENTACIÓ I DISCUSSIÓ

DE RESULTATS

6.1 TEST INICIAL AL MARÇ

La prova de març era molt important, ja que ens permetria verificar si el que havíem llegit sobre la no uniformitat a les talles entre les diferents empreses de distribució de peces de vestir, es complia a les botigues del Gran Via 2, lloc on hem dut a terme el nostre treball de camp.

Aquesta prova era concloent si n'hi havia uniformitat en les talles, ja que sinó el nostre TR hauria de canviar d'enfocament o de tema.

A les taules 1,2,3 i 4 estan anotades les mesures realitzades i la seva anàlisi l'anotem a continuació. Com es pot observar en aquestes taules les columnes marcades amb una M fan referència al gènere masculí i té un fons de color verd. La columna marcada amb una D es refereix al gènere femení i el fons és blanc.

PANTALONS ROBA INFANTIL NENS I NENES

Les botigues en què hem realitzat els nostres mesuraments han estat: ZARA, H&M, SPRINGFIELD, BENETTON i OKAÏDI. Els números en vermell corresponen a la coincidència en les talles dels nois i, els números en blau a les noies. Com es pot observar no hi ha un criteri uniforme en assignar a la talla una mesura en cm.

Només hi ha una coincidència en pantalons per a nens, en la talla 7-8 a les botigues ZARA i H&M.

A les 6 talles que hi ha, tant de nens com de nenes, en el cas de les nenes les botigues ZARA i BENETTON coincideixen les seves mesures en totes les talles. A la resta de botigues no hi ha coincidències en cap talla.

CAMISES ROBA INFANTIL NENS I NENES:

A les camises trobem més coincidències per a les de nois que per a les de noies entre les botigues analitzades.

En les nenes només hi ha dues coincidències: en les talles de 10-12 anys que coincideixen BENETTON i OKAÏDI i en la de 12 a 14 anys que coincideixen ZARA i OKAÏDI.

A les camises de nens hi ha coincidències a les talles 4-6 i 6-8 a les botigues ZARA i OKAÏDI i a la 8-10 ZARA i BENETTON.

En la talla 10-12 coincideixen tres botigues ZARA, BENETTON i H&M.

I per últim a la talla 12-14 coincideixen ZARA, H&M i OKAÏDI.

S'observa que en les camises de nens ZARA sempre coincideix en totes les talles des de 4-6 fins a la 12-14 amb una o dues botigues.

PANTALONS ROBA JUVENIL NOIS I NOIES:

Les botigues en què hem realitzat les nostres mesures han estat: ZARA, STRADIVARIUS, LEVIS, BERSHKA, HOLLISTER i JACK&JONES.

Els números en vermell corresponen a la coincidència en les talles dels nois i els números en blau a les noies i com es pot observar no hi ha un criteri uniforme en assignar a la talla una mesura en cm.

Hi ha més coincidències en les talles dels pantalons per a noies que per a nois, però de les 6 botigues analitzades el normal és que no coincideixin i quan coincideixen ho solen fer dues botigues.

Per tant, podem afirmar que no hi ha un patró o norma comú que les obligui a tenir la mateixa talla per als mateixos cm de cintura.

CAMISES ROBA JUVENIL NOIS I NOIES:

Pel que fa a les camises passa tres quart del mateix: En els pantalons no hi ha coincidència en el criteri d'assignar talles i mesures corporals.

Per a les camises de les noies hi ha coincidència en les talles XS i S a les botigues LEVIS i HOLLISTER.

Per la L al BERSHKA i STRADIVARIUS.

A les camises de nois en la talla L i XL coincideixen BERSHKA i HOLLISTER i en la XL també JACK & JONES a més d'aquestes dues esmentades.

Les mesures de les diferents talles en pantalons i camises per als grups d'edat infantil i juvenil de tots dos sexes a les botigues analitzades ZARA, H&M, SPRINGFIELD, BENETTON, OKAÏDI, STRADIVARIUS, LEVIS, BERSHKA, HOLLISTER i JACK&JONES ens van mostrar que no hi havia uniformitat en les talles de les diferents peces entre les botigues analitzades. Per tant el nostre TR seguiria el seu desenvolupament i afegiríem el grup d'edat de persones adultes d'ambdós sexes per a

les mateixes peces i ampliariem el grup de botigues amb les marques MANGO i DESIGUAL.

6.2 DIFERENCIES A LES TALLEES: COLECCIÓ PRIMAVERA-ESTIU/TARDOR-HIVERN

6.2.1.COMPARACIÓ DE LES MATEIXES TALLEES A DIFERENTS BOTIGUES

PANTALONS ROBA INFANTIL NENS:

8-9: Coincideixen les botigues Zara, Desigual i Okaidi, dues en la mateixa estació i l'altre en diferent.

9-10: No hi ha cap coincidència entre les botigues estudiades.

10-11: Coincideixen Zara i Desigual en una mateixa estació, Zara i H&M en estacions diferents i H&M amb Desigual en una mateixa estació.

11-12: Coincideixen H&M amb Desigual en estacions diferents i H&M amb Desigual i Okaidi dues a la tardor-hivern i l'altre a la primavera-estiu.

12-13: Zara coincideix a la primavera-estiu amb Benetton i Desigual amb Okaidi en la mateixa estació.

13-14: Zara coincideix amb Desigual en estacions diferents y Zara amb H&M i Benetton en estacions també diferents.

Per tant, podem dir que les talles en la roba infantil per a nens, no són equiparables i s'observa que en una gran majoria no coincideixen les talles a les botigues estudiades.

PANTALONS ROBA INFANTIL NENES:

8-9: Coincideixen Zara i Desigual en la mateixa estació. També coincideix H&M, però en diferents estacions.

9-10: Coincideix Zara, H&M, Desigual i Okaidi, tres d'elles en la mateixa estació i Desigual en la temporada de tardor.

10-11: Zara coincideix amb Desigual però en diferents estacions. També coincideixen Zara i Okaidi en diferents estacions.

11-12: Aquí coincideix Zara i Okaïdi en les dues estacions i H&M amb Desigual en estacions diferents, entre elles.

12-13: Coincideixen Zara i H&M en la mateixa estació.

13-14: Zara i H&M coincideixen en estacions diferents.

Observem que en un alt percentatge les diferents botigues no coincideixen en les talles per edats.

CAMISES ROBA INFANTIL NENS:

4-6: Coincideixen el Zara i l' Okaidi a la tardor-hivern, el Benetton i Desigual a la tardor-hivern i el Desigual i l' Okaidi a la primavera-estiu.

6-8: Coincideixen el Zara amb el Benetton a la mateixa estació i el Desigual amb l' Okaidi també a la mateixa.

8-10: Només coincideix l' H&M amb el Benetton a estacions diferents.

10-12: Coincideix el Zara amb l' H&M en estacions diferents.

12-14: Coincideix el Zara amb el Benetton en la mateixa estació i l' H&M amb Desigual en estacions diferents.

En un percentatge molt alt no hi ha cap coincidència en les talles entre les botigues estudiades.

CAMISES ROBA INFANTIL NENES:

4-6: Coincideixen Benetton, Desigual i Okaidi, dos d'elles en igual estació.

6-8: Tornen a coincidir Benetton, Desigual i Okaidi, dos d'elles en la mateixa estació.

8-10: Només Benetton i Desigual coincideixen, però en diferents estacions.

10-12: Aquí no hi coincideix cap.

12-14: Coincideixen H&M i Desigual en diferents estacions.

Com podem veure pràcticament no hi ha uniformitat en les talles entre les botigues estudiades

PANTALONS ROBA JUVENIL NOIS:

32: No existeix aquesta talla.

34: Coincideixen Kaotiko amb Bershka a la mateixa estació, tardor-hivern.

36: Coincideixen Zara amb Springfield a la mateixa estació, tardor-hivern i Pull & Bear amb Jack & Jones també a la mateixa.

38: Coincideixen Kaotiko amb Springfield a la mateixa estació, tardor-hivern y Springfield, Bershka i Hollister a la mateixa estació, primavera-estiu.

40: Coincideixen Kaotiko amb Pull & Bear a la mateixa estació, primavera-estiu. Kaotiko i Springfield en estacions diferents. Springfield, H&M, Bershka i Hollister en temporades diferents i Bershka amb Jack & Jones en la mateixa estació, tardor-hivern.

42: Coincideixen Zara i Hollister en estacions diferents, Kaotiko i Pull&Bear a la mateixa estació, primavera-estiu, Kaotiko Sprigfield, Bershka i Hollister en estacions diferents i Bershka amb Jack & Jones en la mateixa estació, tardor-hivern.

44: Coincideixen Zara, Hollister i Jack & Jones en la mateixa estació, primavera-estiu, Zara, Kaotiko i Bershka a la mateixa estació, tardor-hivern, Kaotiko, Springfield i Hollister en estacions diferents i Springfield i Bershka a la mateixa estació, primavera-estiu.

46: Coincideixen Zara i Jack & Jones a la mateixa estació, primavera-estiu, Zara i Kaotiko a la mateixa estació, tardor-hivern i Bershka i Pull & Bear a la mateixa estació, primavera-estiu.

48: No hi ha cap coincidència.

50: Coincideixen Kaotiko i Bershka a la mateixa estació, tardor-hivern.

No hi ha uniformitat en les talles entre les botigues estudiades

PANTALONS ROBA JUVENIL NOIES

32: Només coincideixen Zara i Pull&Bear en la mateixa estació. Stradivarius i Hollister en diferents.

34: Zara, Bershka i Pull&Bear coincideixen en la mateixa i Hollister coincideix també però en diferent estació. També coincideixen Kaotiko i Springfield en diferents estacions.

36: Zara i Springfield coincideixen en la mateixa, Kaotiko també hi coincideix però en una altra estació. Zara torna a coincidir amb Hollister en diferent estació. Stradivarius i

Bershka coincideixen en la mateixa estació, mentre que Hollister ho fa en diferent estació. Stradivarius i Pull&Bear també coincideixen en estacions que no són iguals i per últim H&M i Bershka coincideixen en igual estació.

38:Kaotiko i Pull&Bear coincideixen en la mateixa estació. Kaotiko i Stradivarius també coincideixen en igual estació. Springfield, Bershka i Hollister coincideixen en la mateixa. Finalment, H&M i Bershka, coincideixen en la mateixa.

40:Zara i Pull&Bear coincideixen en la mateixa estació, Springfield també però en diferent estació. També hi coincideixen Zara i H&M en la mateixa estació. Kaotiko i Stradivarius coincideixen en la mateixa estació i en diferent. Springfield i Hollister són iguals en la mateixa estació.

42:Zara i Kaotiko coincideixen en diferent estació. Zara i Springfield són iguals en la mateixa estació. Kaotiko i Pull&Bear coincideixen en la mateixa estació i H&M també és igual però en diferent estació. Stradivarius i Springfield coincideixen en diferent estació. I H&M i Hollister coincideixen en diferent estació.

44:Només coincideixen Zara i Springfield però en diferent estació i Stradivarius i Springfield en la mateixa.

46:No hi coincideix cap i 48 i 50: no existeix aquestes talles.

Aquí podem veure que algunes talles coincideixen, però són de manera aleatòria. També observem que Zara és de les botigues que més coincideix amb les altres.

CAMISES ROBA JUVENIL NOIS:

XS: Coincideixen Springfield, Pull & Bear i Jack & Jones en estacions diferents. H & M, Hollister i Jack & Jones a la mateixa estació, tardor-hivern i Bershka i Pull & Bear en estacions diferents.

S: Coincideixen Zara, H & M, Bershka i Pull & Bear a la mateixa estació. Tardor-hivern, Kaotiko, Bershka a la mateixa estació, primavera-estiu, Springfield i Jack & Jones a la mateixa estació, primavera-estiu i Springfield i Hollister a la mateixa estació, tardor-hivern.

M: Coincideixen Zara, Pull & Bear i Jack & Jones en estacions diferents, Kaotiko i Bershka a la mateixa estació, primavera-estiu, Springfield i Jack & Jones a la mateixa estació, primavera-estiu i Pull & Bear i Hollister també a la mateixa estació, tardor-hivern.

L: Coincideixen Zara i Springfield en estacions diferents, Zara, H & M i Jack & Jones en estacions diferents i Bershka i Pull & Bear també a diferents estacions.

XL: Coincideixen Zara i Pull & Bear a la mateixa estació, primavera-estiu, Kaotiko i Bershka a la mateixa estació, primavera-estiu, Springfield, Bershka i Hollister en estacions diferents i H & M i Jack & Jones a la mateixa estació, tardor-hivern.

XXL: Coincideixen Zara i Jack & Jones en estacions diferents i Springfield amb Pull & Bear a la mateixa estació, tardor-hivern.

No hi ha uniformitat en les talles entre les botigues estudiades, algunes talles coincideixen però són de manera aleatòria.

CAMISES ROBA JUVENIL NOIES

XS: Només coincideixen Stradivarius i Hollister i en estacions diferents

S: Coincideixen H & M i Bershka per una banda i Pull & Bear i Stradivarius per un altre per a la mateixa temporada i amb aquestes dues últimes Hollister però en temporada diferent

M: KAOTIKO, STRADIVARIUS, H&M I PULL&BEAR coincideixen en la mateixa temporada i HOLLISTER en una altra. En aquesta talla és on es registren més coincidències.

L: ZARA, PULL & BEAR i BERSHKA Són les coincidents i per a la temporada tardor-hivern.

XL: STRADIVARIUS i PULL&BEAR en la temporada primavera-estiu i SPRINGFIELD a la temporada tardor-hivern.

XXL. No hi ha oferta.

Tampoc hi ha uniformitat en les talles entre les botigues estudiades, algunes talles coincideixen però són de manera aleatòria.

PANTALONS ROBA ADULT HOMES:

34: No existeix aquesta talla.

36: Coincideixen Zara i Springfield a la mateixa estació, tardor-hivern.

38: Coincideixen Springfield i Desigual en estacions diferents.

40: Coincideixen Springfield i Desigual en estacions diferents.

42: No hi ha cap coincidència.

44: Coincideixen Levis, Springfield i Desigual a la mateixa estació, primavera-estiu i Springfield i Desigual a la mateixa estació, tardor-hivern.

46: Coincideixen Zara i Levis a diferents estacions i Springfield i Desigual també a diferents estacions.

48 i 50: No hi ha cap coincidència.

No hi ha uniformitat en les talles entre les botigues estudiades, algunes talles coincideixen però són de manera aleatòria

Les talles grans 48 i 50 manifesten diferències d'oferta respecte a les altres talles. La talla 48 llevat Desigual que l'ofereix a les dues temporades, la resta de marques només l'ofereix en una temporada a la primavera-estiu. La talla 50 també l'ofereix Springfield i per a la temporada tardor-hivern.

PANTALONS ROBA ADULT DONES

32: Zara i Levis són les úniques botigues que coincideixen i ho fan a la temporada tardor-hivern

34: Coincideixen Zara amb Levis per a la mateixa temporada i Mango amb Desigual també en la mateixa temporada primavera-estiu

36: .Coincideix Zara amb Desigual i Levis amb Springfield les dues parelles en temporades diferents.

38: Aquí és on s'observen més coincidències. Hi ha 6 botigues coincidents dues a dos i per a la mateixa temporada.

40: Stradivarius, Desigual i Mango coincideixen i a més ho fan en la mateixa temporada

42: També per a aquesta talla és on s'observen més coincidències. Hi ha 6 botigues coincidents dos a dos, 4 per a la mateixa temporada primavera-estiu i altres dues per a temporades diferents

44: Levis i Mango no ofereixen aquesta talla, Zara i Stradivarius només ofereixen aquesta talla per a la temporada tardor-hivern. Springfield i Desigual són les úniques

botigues que ofereixen aquesta talla per ambdues tempores i no coincideixen en les mesures.

46: Springfield i Desigual són les úniques botigues que ofereixen aquesta talla però només per a la temporada tardor-hivern i no coincideixen en les mesures.

48: Només l'ofereix Desigual i només ho fa per a la temporada tardor-hivern.

50: Cap botiga ofereix aquesta talla.

Una altra vegada queda de manifest la no homogeneïtat en les mesures de les talles i que les talles grans com són la 48 i 50, o no s'ofereixen com passa amb la 50, o l'oferta és només de la marca Desigual. El mateix passa per a la temporada tardor-hivern en el cas de la talla 46.

Comparada l'oferta de talles a les dones adultes amb la d'homes adults, queda de manifest que les talles 46, 48 i 50, les anomenades talles grans, pràcticament no s'ofereixen per part de gairebé totes les marques.

CAMISES ROBA ADULT HOMES:

XXS: No existeix aquesta talla.

XS: No existeix aquesta talla.

S: Coincideixen Levis, Springfield i Desigual a diferents estacions.

M: Coincideixen Levis i Desigual a la mateixa estació, primavera-estiu.

L: Coincideixen Zara i Springfield a la mateixa estació, primavera-estiu, Levis i Springfield en estacions diferents i Levis i Desigual també en estacions diferents.

XL: Coincideixen Levis i Springfield a la mateixa estació, primavera-estiu i tardor-hivern.

XXL: Coincideixen Levis i Springfield a la mateixa estació, primavera-estiu i Springfield i Desigual a la mateixa estació, tardor-hivern.

CAMISES ROBA ADULT DONES

L: En aquesta talla és on hi ha més coincidències, per un costat coincideixen Mango, Stradivarius i Desigual però no en la mateixa temporada. Per un altre costat Zara i Desigual ho fan per a la mateixa temporada.

XL: El cas és semblant de la talla L, però entre marques diferents, coincideixen Levis i Springfield, i d'altra banda Desigual amb Mango i segons la temporada que sigui també ho fa Desigual amb Springfield.

XXL: Només l'ofereix Desigual i per a la temporada tardor-hivern.

L'anàlisi que podem fer pel que fa a l'oferta de talles grans, XXL, és semblant al de pantalons, 48 i 50, és pràcticament inexistent per a les dones adultes. Encara que curiosament hi ha més oferta de talles grans a camises per a homes que pantalons. El mateix passa per a les dones adultes.

6.2.2 COMPARACIÓ DE LES TALLE D'UNA MATEIXA BOTIGA EN LES DIFERENTS ESTACIONS:

PANTALONS ROBA INFANTIL NENS:

8-9: No hi ha cap coincidència en cap talla.

9-10: Mantenen la talla H&M i Benetton.

10-11: Només coincideix el Benetton.

11-12: Només coincideix el Zara.

12-13: Mantenen la talla Okaidi i H&M.

13-14: No hi ha cap coincidència.

Desigual mai manté les mesures per cap talla en ambdues temporades. H&M i Benetton mantenen les mateixa mesures per a les talles en ambdues estacions.

Observem que no hi ha un criteri de mantenir les talles entre les estacions.

PANTALONS ROBA INFANTIL NENES:

8-9: Només coincideix Zara i Okaidi en col·locar la mateixa talla en diferents estacions.

9-10: Cap botiga coincideix en col·locar la mateixa talla en estacions diferents.

10-11: Cap botiga coincideix en les diferents estacions.

11-12: Aquí només podem trobar a Zara i Okaidi que han col·locat la mateixa talla en diferents estacions.

12-13: Mantenen la mateixa mesura per ambdues estacions les botigues Zara i Desigual..

13-14: Mantenen la mateixa mesura per ambdues estacions H&M i OKAIDI.

Benetton mai manté les mesures per cap talla en ambdues temporades.

H&M i Desigual només mantenen les mesures per a una talla en ambdues temporades.

Zara manté la mesura per a dues talles i Okaidi ho fa per a tres.

Com podem veure, no hi ha criteri en posar la mateixa talla en ambdues estacions.

CAMISES ROBA INFANTIL NENS:

Només a la botiga del Benetton hi ha una coincidència, manté la talla entre estacions a la 10-12.

Com a conclusió podem dir que no existeix cap criteri de mantenir les talles entre estacions.

CAMISES ROBA INFANTIL NENES:

Només Benetton per a 10-12 anys i 12-14 manté la mateixa talla per a diferents estacions.

Podem dir que no hi ha pràcticament criteri per mantenir la talla en les diferents estacions.

PANTALONS ADOLESCENTS NOIS

AI KAOTIKO, SPRINGFIELD, JACK&JONES i BERSHKA coincideixen solament les mesures d'una talla per a les dues estacions. És a dir de 10 talles només manté les mesures en una, i de les 9 botigues analitzades només 4 mantenen les mesures, i només d'una talla, en les dues estacions. És a dir de 90 possibles parelles primavera-estiu i tardor-hivern només 4 coincideixen. El que manifesta un caos terrible en l'ordenament de les talles i les seves mesures respectives.

PANTALONS ADOLESCENTS NOIES:

En el cas de les noies, només coincideixen tres empreses, cadascuna amb una talla, en les mesures entre les dues estacions.

CAMISES ADOLESCENTS NOIS:

Hi ha 7 talles i 9 empreses analitzades, el que implicaria 63 possibles parelles de coincidència a l'hora de mantenir la mateixa mesura en ambdues estacions. Només s'han donat 3 parelles de manteniment de les mesurades. ZARA manté dos mesures i SPRINGFIELD L'ALTRE..

Queda un altre cop de manifest el caos en la correspondència de les talles i mesures.

CAMISES ADOLESCENTS NOIES:

Aquí encara queda més patent la falta de criteri en la correspondència entre talla i mesures corporals, només SPRINGFIELD manté i només per a una talla (L), la correspondència.

PANTALONS ADULTS HOMES:

De 10 talles i 6 botigues ens donarien 60 possibles parelles de coincidència entre talla i mesura i només s'observen 4, tres de LEVIS i una de ZARA.

PANTALONS ADULTS DONES:

Les mateixes Possibles parelles que en el cas dels homes adults, 10 talles i 6 botigues, el que implica 60 possibles parelles de coincidència entre talla i mesura, i només s'observen 1 que correspon a la botiga d'Stradivarius per a la talla 34. El caos és absolut.

CAMISES ADULTS HOMES:

Hi trobem 7 talles disponibles i 6 botigues analitzades, això dóna una possibilitat de 42 parelles de coincidència entre talla i mesures. Es poden observar 7 parelles de manteniment de les mesures respecte a les talles en les dues estacions. No és molt aquest 7/42 però és la màxima correspondència observada fins ara en totes les peces i totes les edats i grups. ZARA manté les mesures en tres talles i LEVIS i SPRINGFIELD en dos. Curiosament de les 7 parelles de coincidència, 3 corresponen a la talla S i 3 a la M.

CAMISES ADULTS DONES:

Passa el mateix que als Homes. Hi havia 42 possibles parelles de coincidència entre talla i mesura corporal i només s'han donat dos parelles de coincidència, és a dir 2/42, una xifra inferior a la dels homes i pràcticament indica que no hi ha el més mínim criteri d'uniformitat al manteniment de la correspondència de les talles i mesures corporals. El caos és absolut.

6.3 ABUNDÀNCIA DE TALLES: COLECCIÓ PRIMAVERA-ESTIU/TARDOR -HIVERN

6.3.1.-PANTALONS I CAMISES: INFANTIL NENS/NENES

PANTALONS INFANTIL:

Es pot observar que l'oferta es important en totes les botigues i en les dues estacions i per a totes les edats, exceptuant la talla +14 que la quantitat és gairebé inexistent.

CAMISES INFANTIL:

A les camises passa exactament el mateix que als pantalons a partir de la talla +14 tant en pantalons com en camises l'abundància és o poca o inexistent.

6.3.2.- PANTALONS I CAMISES: ADOLESCENTS NOIS/NOIES

PANTALONS NOIS:

La Levis manté l'abundància en les mateixes estacions de la talla 36 a la 46, encara que per les talles més grans l'oferta a la tardor-hivern és inferior.

Desigual per a talles extremes com són la 32 i la 50 mantenen la mateixa oferta en les dues estacions, la oferta és baixa. En canvi per a les altres talles l'oferta és alta.

Al Zara les talles altes (48-50) es troben en una proporció baixa, gairebé inexistent.

JACK&JONES (per a nois) manté constant l'oferta en les dues estacions per a totes les talles, sent inexistent en les talles 32 i 34 i molt abundant des de la 36 a la 48

PANTALONS NOIES:

La Levis manté la uniformitat i oferta en les dues estacions, però a partir de la talla 44, la oferta és inexistent.

El Zara és la segona botiga en mantenir la uniformitat a les talles en ambdues estacions. A partir de la talla 46, l'oferta és inexistent. En canvi entre les talles 34-38 la oferta és molt abundant.

Stradivarius és una botiga on abunden les talles de la 32 a la 44 en ambdues estacions. A partir de la 46, l'oferta és inexistent.

Hem de destacar que el Mango és va tancar i per tant l'anàlisi d'aquesta botiga no pot ser vàlid.

CAMISES NOIS

Pràcticament casi totes les empreses mantenen el mateix tipus d'abundància per a les dues estacions, sent poc abundant l'oferta per a les talles XXS i XXL i abundants les talles S,M i L

H&M, BERSHKA, PULL & BEAR mantenen constant la seva oferta d'abundància per les talles XXL per a les dues estacions

H&M, BERSHKA, PULL & BEAR mantenen constant la seva oferta d'abundància per les talles XXL per a les dues estacions.

CAMISES NOIES

Gairebé totes les empreses tenen el mateix criteri en l'abundància de totes les talles en totes les estacions. Inclou la XXL,

6.3.3.-PANTALONS I CAMISES: ADULTS HOMES/DONES

PANTALONS ADULTS HOMES

S'observa una tendència a que les botigues ofereixin per a les talles petites (32,34 i 36) major oferta d'abundància en la temporada primavera-estiu que a la tardor-hivern. Des de la talla 38 a la 46 s'observa una oferta igual o superior a la temporada tardor-hivern que a la temporada primavera-estiu

ZARA per a les talles 48 i 50 la seva oferta és inexistent en les dues temporades.

LEVIS manté constants la seva oferta d'abundància per a totes les talles en les dues temporades, sent abundants totes les talles a la primavera-estiu i poc abundants la 32, 34,48 i 50 a la temporada tardor-hivern.

PANTALONS ADULTS DONES

En general s'observa major oferta d'abundància en la talla 32 que a la 46, 48 i 50 que pràcticament són inexistents.

LEVIS ofereix Abundància des de la talla 32 a la 42 en les dues estacions i oferta inexistent des de la 44 a la 50 en les dues temporades.

ZARA té una oferta inexistent per les talles 46,48 i 50 en les dues temporades.

CAMISES ADULT HOMES:

Desigual: Manté una constància més gran en l'oferta entre les dues estacions. Hi ha poca abundància en les talles més petites i molta en les mitjanes i grans.

Levis: L'oferta és semblant a la del Desigual.

Zara: Manté poca oferta en les talles petites.

CAMISES ADULT DONES:

Stradivarius: És l'única botiga que manté la mateixa oferta d'abundància per a totes les talles. És poc abundant tant en les talles petites com en les talles més grans.

Springfield: És la següent botiga en mantenir més oferta en ambdues estacions, però tanmateix té més abundància en la talla XXL.

Al igual que l' Stradivarius, el Desigual manté una constància en l'oferta entre les diferents estacions, però tot i així té més oferta en les talles grans.

7. CONCLUSIONS

La prova de març era molt important ja que ens permetria verificar si el que havíem llegit sobre la no uniformitat en les talles, entre les diferents empreses de distribució de peces de vestir es complia a les botigues del Gran Via-2, lloc en el que hem dut a terme el nostre treball de camp.

Aquesta prova seria concloent, si hi havia uniformitat en les talles, sinó el nostre TR hauria de canviar d'enfocament o de tema.

Les mesures de les diferents talles en pantalons i camises per als grups d'edat infantil i juvenil d'ambdós sexes i, a les botigues analitzades ZARA, H&M, SPRINGFIELD, BENETTON, OKAÏDI, STRADIVARIUS, LEVIS, BERSHKA, HOLLISTER i JACK&JONES ens van mostrar que no hi havia uniformitat en les talles a les diferents peces entre les diferents botigues analitzades.

Per tant el nostre TR seguiria el seu desenvolupament i afegiríem el grup d'edat de persones adultes d'ambdós sexes per a les mateixes peces i ampliaríem el grup de botigues amb les marques MANGO i DESIGUAL.

Compararem les peces dels diferents grups d'edat en les botigues abans indicades, en les dues temporades, la de primavera-estiu i la de tardor-hivern. Analitzarem la diferència en les talles, i en l'abundància d'oferta per a cada talla entre les diferents botigues i en la mateixa botiga per a les dues temporades.

Les conclusions dels resultats obtinguts s'indiquen a continuació...

COMPARACIÓ DE LES TALLE A DIFERENTS BOTIGUES EN LES DIFERENTS ESTACIONS

Podem dir que les talles en la **roba, camises i pantalons, infantil per a nens i per a nenes**, no són equiparables i s'observa que en una gran majoria no coincideixen les talles a les botigues estudiades.

També podem dir que en la roba, **camises i pantalons juvenils per a nois i noies**, No hi ha uniformitat en le talles entre les botigues estudiades, algunes talles coincideixen però són de manera aleatòria.

En **pantalons per a homes adults** les talles grans 48 i 50 manifesten diferències d'oferta respecte a les altres talles. La talla 48 llevat DESIGUAL que l'ofereix a les dues temporades, la resta de marques només l'ofereix en una temporada, a la primavera-estiu. La talla 50 SPRINGFIELD i per a la temporada tardor-hivern. No hi ha uniformitat en les talles.

Comparada l'oferta, en pantalons tant per a dones adultes com per a homes adults, queda de manifest que les talles 46, 48 i 50, les anomenades talles grans, pràcticament

no s'ofereixen per part de gairebé totes les marques a la banda femenina. No hi ha uniformitat en les talles.

L'anàlisi que podem fer, les camises per a homes i dones adultes, pel que fa a l'oferta de talles grans, XXL, és semblant al de pantalons, 48 i 50, és pràcticament inexistent per a les dones adultes. Encara que curiosament hi ha més oferta de talles grans a camises d' homes que pantalons i el mateix passa per a les dones adultes.

COMPARACIÓ DE LES TALLEES D'UNA MATEIXA BOTIGA EN LES DIFERENTS ESTACIONS

Camises i pantalons, infantil per a nens i per a nenes no hi ha un criteri de mantenir les talles entre les estacions.

En pantalons juvenils per a noi de 10 possibles talles i de 9 empreses estudiades, és a dir de 90 possibles parelles primavera-estiu i tardor-hivern, 4 coincideixen i es manté la mateixa talla amb la mateixa mesura. El que manifesta un caos terrible en l'ordenament de les talles i les seves mesures respectives.

En el cas de pantalons juvenils per a noies només coincideixen tres empreses, cadascuna amb una talla, en les mesures entre les dues estacions.

A les camises, juvenil noi, de 63 possibles parelles de coincidència en mantenir la mateixa mesura en les dues estacions, només s'han donat 3 parelles de manteniment de les mesures. Queda una altra vegada més de manifest el caos que hi ha a la correspondència de talla i mida.

A les camises, juvenil noia, encara es nota més la manca de criteri en la correspondència entre talla i mesures corporals, de 63 possibles parelles de manteniment de les mesures, tan sols Springfield manté i només per a una talla, la L, la correspondència.

En pantalons, adults home, de 60 possibles parelles de coincidència entre talla i mesura i només s'observen 4.

En pantalons, adult dona, les mateixes Possibles parelles que en el cas dels homes adults, 10 talles i 6 botigues el que implica 60 possibles parelles de coincidència entre talla i mesura i només s'observa 1 que correspon a la botiga de Stradivarius per a la talla 34. El caos és absolut.

En camises, adult home, de 42 parelles de coincidència entre talla i mesures. Es poden observar 7 parelles de manteniment de les mesures respecte a les talles en les dues estacions. No és molt 7/42 però és la màxima correspondència observada fins ara en totes les peces i totes les edats i grups. Curiosament de les 7 parelles de coincidència 3 corresponen a la talla S i 3 a la M.

En camises, adult dona, de 42 possibles parelles de coincidència talla-mida corporal, només s'han donat dos parelles de coincidència, és a dir 2/42 una xifra inferior a la dels Homes i pràcticament indica que no hi ha el més mínim criteri de uniformitat en el manteniment de la correspondència talla-mida corporal. El caos és absolut.

EN RELACIÓ A L'ABUNDÀNCIA DE TALLES EN LES DIFERENTS ESTACIONS

L'oferta es important en pantalons i camises, **infantil per a nens i per a nenes**, en totes les botigues i per a totes les edats, exceptuant la talla +14 que la quantitat és gairebé inexistent.

Les talles 48 i 50, **pantalons juvenils per a nois**, són pràcticament inexistent a la majoria d botigues.

Coincideix que en la majoria de botigues de la talla 32 a la 36 hi sol haver més abundància a l'estació primavera-estiu i de la 38 a la 46 hi sol haver més oferta a l'estació tardor-hivern.

En totes les botigues s'observa, **pantalons juvenils per a noies**, poca oferta per a la talla 44 i inexistent per les talles 46,48 i 50 i l'abundància d'oferta es troba en les talles 34,36 i 38.

A diferència dels nois l'oferta es manté pràcticament constant per a les mateixes talles en totes les botigues per a les dues estacions.

Pràcticament casi totes les empreses, **camises nois**, mantenen el mateix tipus d'abundància per a les dues estacions. L'abundància de l'oferta està present en les talles S, M i L.

En la majoria de botigues, **camises noies**, l'abundància de l'oferta està present en les talles S, M i L i la XXL és inexistent.

S'observa una tendència a que les botigues, **pantalons homes**, ofereixin per a les talles petites (32,34 i 36) major oferta d'abundància en la temporada primavera-estiu que a la tardor-hivern.

Des de la talla 38 a la 46 s'observa una oferta igual o superior a la temporada tardor-hivern que a la temporada primavera-estiu.

En general s'observa major oferta d'abundància, **pantalons dones**, en la talla 32 que a la 46, 48 i 50 que pràcticament són inexistent.

S'observa major abundància en l'oferta, **camises homes**, de les talles S, M, L i XL i encara que l'abundància és menor a la XXL aquesta és més gran que les de les talles XXS i XS.

En general l'oferta d'abundància per a les diferents talles es manté per a les dues temporades

Les talles XXS i XXL són inexistent en l'oferta, **camises dones**, de les botigues en les dues temporades. L'oferta d'abundància es concentra en les talles S, M i L per a les dues temporades.

Finalment podem concloure:

- a) Que no hi ha un criteri d'unificació de les talles entre les diferents botigues i que en algunes botigues tampoc coincideixen les talles en les dues temporades (primavera-estiu i tardor-hivern).
- b) Que l'abundància de les talles ofertes no és la mateixa ni entre les diferents botigues ni entre les dues temporades en la mateixa botiga. Sent molt poc abundant les talles grans.
- c) Que la Unió Europea, tot i que aconsella que les talles s'unifiquin, no obliga a aquesta unificació.
- d) Que a certs països com Argentina i Mèxic existeixen lleis que estableixen talles mínimes de peces amb l'objectiu de prevenir malalties tan greus com són la bulímia o l'anorèxia .

França exigeix a les models massa primes un certificat mèdic per a desfilars. El certificat haurà de ser expedit per metges habilitats a aquest efecte, tindrà una validesa de dos anys.

- e) Que a Espanya es va signar un acord al gener de 2007 entre el Govern i empresaris del món de la moda per a la regularització de les talles, diverses de les marques que es van unir a l'acord, són de les quals més varien les talles d'uns models a uns altres de roba i que al maig de 2017 encara persistia el caos i la llacuna de les talles de roba i falta de regulació sobre l'estandardització de talles.
- f) Que l'anorèxia és una malaltia que augmenta en els països desenvolupats. Als EUA l'anorèxia nerviosa suposa ja la tercera malaltia crònica més freqüent entre dones adolescents, després de l'obesitat i l'asma. I a Espanya els Trastorns de la Conducta Alimentària (TCA) té una taxa de prevalença en la població adolescent entre el 4,1% i el 4,5%. Una xifra que augmenta entre el 11% i el 16% si es té en compte la totalitat de l'espectre femení i s'inclou les seves manifestacions més lleus
- g) Que *La Federació Espanyola d'Associacions d'Ajuda i Lluita contra l'Anorèxia i la Bulímia (FEACAB) i la Fundació Imatge i Autoestima han alertat sobre els perills de la falta d'unificació en les talles i el seu impacte en la salut de les persones*, a la llum dels resultats d'un baròmetre realitzat (anteriorment citat) per mesurar les percepcions que sobre aquest assumpte existeixen entre els consumidors/es espanyols.

Els resultats són bastants preocupants: **quatre de cada deu enquestats afirma tenir problemes per trobar roba de la seva talla**; gairebé 9 de cada 10 denúncia que la seva talla canvia segons el model o el fabricant; més de la meitat reconeix sentir-se culpable per no poder comprar la talla de roba de creien usar; i, conseqüència d'això, **gairebé la meitat es planteja fer dieta, encara a risc de poder sofrir un trastorn alimentari**.

- h) Que a falta d'una llei que obligui a tenir uns criteris comuns per a confeccionar les talles, potser siguin les vendes on-line, pel gran auge que estan adquirint, les que obliguin a les marques a posar-se d'acord, a causa dels importants costos de devolució en els quals s'estan incurrint per no adaptar la talla escollida en els catàlegs a la seva talla veritable.

8. WEBGRAFIA

www.ocu.org/alimentacion/adelgazar/noticias/anorexia-y-bulimia-contra-la-dictadura-de-las-tallas556164

<https://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/transformar-el-efecto-showrooming-del-comercio-en-valor-agregado>

<https://www.tlgcommerce.es/blog/guia-tallas-tienda-ropa-online/>

<http://www.trilogi.com/blog/guia-tallas-tienda-ropa-online/>

<http://WWW.dnstudio.com/disseny-del-comerc-electronic-el-primer-market-de-talles-grans/?lang=ca>

<http://lawyerpress.com/2017/05/12/el-caos-y-la-laguna-de-las-tallas-de-ropa/>

https://redit.es/ndex.php?option=com_k2&view=item&id=601:expertos-se-reunen-en-valencia-para-dar-los-ultimos-pasos-en-la-estandarizacion-del-tallaje-en-la-union-europea&Itemid=200&lang=es

<http://elblogdeecommerce.com/2013/04/16/identificacion-de-tallas/>

<http://www.marketingdeportivomd.com/2016/07/nike-se-suma-las-tallas-grandes.html>

<http://www.20minutos.es/noticia/812749/0/tallas/ropa/encuesta/>

<https://www.nytimes.com/es/2016/06/17/prohiben-la-publicidad-con-modelos-de-cuerpos-irreales-en-el-sistema-de-transporte-publico-de-londres/>

<https://encarnahernandez.wordpress.com/2010/09/15/unificacion-de-las-tallas-una-respuesta-europea/>