

Material Imprimible

Curso de Personal Shopper

Módulo 2

Contenidos:

- Tipos de clientes
- Tipos de personal shopper y su relación con el cliente
- Proporciones corporales
- Principales tipologías femeninas
- Recomendaciones para destacar virtudes y ocultar defectos

Tipos de clientes y de personal shopper

Podría decirse que hay tantos tipos de personal shopper, como tipos de clientes. Algunos se dedican a asesorar de manera personalizada a un solo cliente por vez, y otros arman propuestas para grupos reducidos de personas. Los más osados, aceptan trabajar para empresas haciéndose cargo de la imagen de todo el personal. Es erróneo pensar que solo los individuos que tienen un problema de imagen contratan a un personal shopper: hoy en día hay muchas otras necesidades que un comprador profesional puede solucionar.

- Una es la decoración. Los clientes buscan ayuda para realizar la compra de mobiliario y de todo objeto decorativo que quieran o necesiten para sí mismos, o para regalar. En estos casos, el asesoramiento puede efectuarse tanto para un domicilio particular como para un local gastronómico, o de venta al público, e incluye todo lo relativo a materiales, medidas, acabados, precios, combinaciones, etcétera. Al igual que un personal shopper de moda puede complementar su trabajo con el de un asesor de imagen, un personal shopper de decoración, puede hacerlo con un diseñador de interiores, o un arquitecto.
- Otra es la gastronomía. En este caso los clientes requieren asesoramiento sobre qué y dónde comer, o sobre dónde adquirir determinados productos muy específicos del rubro. El objetivo de un personal shopper dedicado a la gastronomía, es conseguir que sus clientes aprendan y disfruten de la comida, encargándose de las compras en el supermercado; buscando restaurantes en el lugar de residencia, o en otras ciudades; u organizando almuerzos o cenas, tanto personales como corporativas.
- Un personal shopper también puede ser contratado para asesorar a un cliente sobre obras de arte y antigüedades, puede acompañarlo a una galería de arte y consultar a un marchand, o contratar a un personal shopper muy específico que se haya especializado en estos temas. Estos profesionales se encargan de seleccionar y comprar obras y objetos artísticos para clientes particulares o para empresas que desean decorar con ellas sus instalaciones.

Otras posibles necesidades de los clientes son:

- Respecto a la tecnología, el personal shopper especializado en esta materia, está entrenado para resolverle a los clientes todas sus dudas con respecto a las nuevas tecnologías, y a la adquisición de cualquier tipo de dispositivo electrónico. Su principal trabajo se centra en elegir el producto adecuado, que cumpla con las necesidades del cliente y se adapte a su presupuesto.
- También hay profesionales que asesoran sobre productos inmobiliarios. Un personal shopper inmobiliario es una especie de asesor personal para compradores de viviendas, que asesora, aconseja y resuelve problemas de clientes que buscan comprar o alquilar una propiedad, ya sea para vivir o para vacacionar. Sus clientes no son los que colocan a la venta, o en alquiler, una propiedad, son los que precisan sus servicios para mudarse a una vivienda acorde a su bolsillo, pero también a sus necesidades, gustos, y características. Este tipo de profesionales poseen un amplio conocimiento sobre las relaciones interpersonales y los mercados inmobiliarios con los que se manejan. Si bien, en general, trabajan de manera independiente, algunos son contratados por inmobiliarias para sumar sus servicios.
- Y, finalmente, podemos mencionar el área de la estética y la belleza. Aunque este es un rubro estrechamente relacionado con el de la moda, un personal shopper que se dedique exclusivamente a él, debe aprender a manejar otras disciplinas, ya que los requerimientos de sus clientes serán diferentes. Un comprador personal que se especialice en belleza deberá, en primer lugar, encontrar los productos y los tratamientos cosméticos que mejor se adapten a las características físicas de su cliente. Y, en segundo lugar, tenerlas en cuenta para asesorarlo con respecto al cuidado de su piel y de su cabello, entre otras cuestiones.

Tres tipos de formas en las que puede desarrollar su trabajo un personal shopper:

- Para una tienda o marca de ropa su trato con los clientes es mucho más personalizado y pormenorizado que el de un vendedor. Hay una etapa previa de conocimiento, otra de asesoramiento, y una tercera de búsqueda de los mejores productos según sus necesidades específicas y su presupuesto.
- Por cuenta propia asesora a los clientes en forma directa, en su propio domicilio, creando una relación mucho más estrecha y empática, trabajando, como ya hemos dicho, no solo con las prendas nuevas sino también con las que ellos poseen en su propio armario.
- El medio online, aunque se trata de una metodología de trabajo muy reciente, se encuentra en franco desarrollo, debido a que las nuevas generaciones realizan cada vez más compras por internet, siguen a sus marcas e ídolos en las redes sociales, y desean un servicio rápido, sin complicaciones y, fundamentalmente, más barato. Los profesionales independientes que trabajan de esta forma, poseen páginas en las cuales detallan sus servicios, acompañados por consejos prácticos gratuitos y tentadores. También hay empresas, como la española Lookiero, que posee una metodología sencilla pero eficaz, diseñada especialmente para mujeres. En primer lugar, la persona interesada debe crear un usuario detallado informando su estilo, el talle que usa y sus preferencias. A partir de estos datos, la compañía genera un perfil personalizado y envía un paquete con cinco prendas seleccionadas especialmente para el evento, o la ocasión de uso, que se haya especificado. La clienta tiene cinco días para probarse la ropa y elegir con cual quiere quedarse, Lookiero solamente le cobrará la vestimenta seleccionada ya que el resto es devuelto a la empresa.

Al igual que un buen asesor de imagen, según Ana Antic, un buen personal shopper debe poner sus conocimientos y su creatividad al servicio de la persona que lo contrata. En la relación que se comienza a entablar con cada cliente, lo primero que hay que tener en claro es que la ropa es solo ropa, salvo que se le imprima un sentido que tenga que ver

directamente con las características de la persona para la cual se está trabajando. La indumentaria tiene que ser siempre una extensión de la personalidad, por lo cual, si alguien hace una crítica sobre ella es porque algo en el asesoramiento no está bien.

Podría decirse que el objetivo que persigue todo profesional de la imagen es hacer sentir especial a alguien, sin transformarse en un tirano de sus consejos, sino más bien escuchando las necesidades, y aprendiendo algo nuevo y diferente de cada persona. Por esto, es tan importante la conexión casi afectiva que se establece con los clientes, la cual se basa principalmente en la confianza absoluta: el manejo de la imagen no solo tiene en cuenta las características físicas, sino también las psicológicas.

Para comenzar con el pie derecho, y luego poder mantener a lo largo del tiempo una excelente relación con los clientes, es necesario aprender a respetar el gusto de cada uno de ellos. Nunca hay que tratar de imponer el propio estilo, contrariamente, hay que aprender a explicar con tacto y criterio por qué una prenda, o un look, quedan bien y por qué no, por qué se los recomienda, y qué se debería cambiar, en caso de que sea necesario hacerlo. Parece difícil, pero estudiando profundamente los antecedentes, las manías, las preferencias, las características, las virtudes, los defectos y, fundamentalmente, lo que cada persona desea o necesita transmitir a los demás, es posible lograrlo. Lo fundamental es poder ponerse en el lugar de la persona a la cual se asesora, personalizando cada consejo, e intentando encontrar, mantener y potenciar su propio estilo. Siempre hay que recordar que cada individuo es un Yo distinto; que la principal razón por la que una persona es bella es porque es tal cual es; y que nadie debe sentirse presionado cuando se le aconseja ponerse una prenda u otra.

Un buen profesional de la imagen nunca debe transmitirle inseguridad a su cliente, por lo que siempre debe mantener la calma y, por nada del mundo, dejar que se trasluzca su nerviosismo ante una situación imprevista o problemática. Es clave poder armar un plan

de acción de acuerdo al estilo y a la personalidad de cada uno de ellos teniendo en cuenta los siguientes ítems:

- Evitar por todos los medios que la persona se sienta incómoda. Hace algunos años atrás era común que los profesionales le pidieran a sus clientes que se quedaran en ropa interior delante de un espejo para determinar su tipo de silueta y la relación entre hombros, cintura, cadera, etcétera. Cuando aún no se tiene la suficiente confianza, o la persona es tímida o pudorosa, esta situación se torna complicada y hasta violenta.

Hoy, tanto los asesores de imagen, como los personal shopper, optan por pedir una foto de cuerpo entero, en ropa interior o en bikini, tomada delante de un espejo. Algunos más experimentados también pueden analizar la silueta y las proporciones solamente observando a sus clientes vestidos con prendas al cuerpo y muy ajustadas.

- Utilizar el centímetro con prudencia y sin abusar. Un personal shopper no es ni una modista, ni un sastre, por lo que no tiene por qué medir cada centímetro del cuerpo de su cliente.
- También no hay que abrumar al cliente con cantidades de datos y consejos sobre lo que tiene que ponerse y lo que debe evitar: las grandes dosis de recomendaciones pueden ser difíciles de asimilar en un solo encuentro. Incluso, sería un error armar durante la sesión, interminables listas de lo que se considera correcto según el tipo de cuerpo o silueta de la persona, y lo que está prohibido. Lo más recomendable es plantear lineamientos generales, mostrar algunas imágenes y prendas que los refuercen, y buscar permanentemente la colaboración del cliente, dejándole en claro que la última decisión siempre será la suya.
- Por último, podemos decir que los clientes no necesitan que se les recite una enciclopedia de estilo, lo que necesitan es una guía útil, que debe brindarse teniendo en cuenta la personalidad y la manera de recibir información que posee cada uno de ellos. Es aconsejable la formulación de preguntas durante la entrevista, para poder cerciorarte de que la persona está recibiendo

correctamente lo que se le quiere transmitir, y así evitar confusiones. Chequear sus nuevos comportamientos vestimentarios y comerciales mediante la narración, por parte del cliente, de algún ejemplo puntual, o la resolución de algún caso práctico, también es de mucha ayuda. Lo importante es que la información fluya y se reparta coherentemente a lo largo de las entrevistas, que pueden ser diarias, cada dos o tres días, o directamente semanales.

Tipologías y morfologías corporales

En el ámbito del estilismo, los estudios morfológicos no se limitan a examinar solo la forma y la estructura del cuerpo humano. En el mundo de la moda, la morfología se relaciona más bien con el estudio y el reconocimiento de la silueta corporal, algo que permite identificar con exactitud el tipo de cuerpo con el cual se trabajará a la hora de elegir las prendas que mejor se adapten a él.

Las proporciones y las medidas de cada persona determinan gran parte de su aspecto, y se relacionan en forma directa con el vestuario y los complementos, que son los encargados de amalgamar el mundo interior de esa persona con su imagen exterior, generando su propio estilo.

Las prendas que viste una persona deben estar siempre en completa armonía con el tamaño de su cuerpo, con su silueta, y también con sus facciones. Lo que alguien viste debe sentirse y verse como suyo, y nunca dar la impresión de ser algo prestado que queda demasiado largo, demasiado corto, demasiado ancho, etcétera.

Los tejidos, los estampados y los colores de la ropa deben verse también en consonancia con las formas, y en proporción, con la línea corporal del usuario. Cada individuo tiene un talle, una constitución, y unas facciones propias y singulares que, con la ayuda del personal shopper, puede aprender a aceptar y a mostrar de la mejor manera posible. Un buen profesional sabrá pulir la superficie para sacar a la luz todo el potencial natural de su cliente.

Muchas personas adquieren prendas que les gustan, o que han visto caer muy bien en otras personas, pero cuando quieren usarlas, solo se llevan una gran desilusión. En general, esas prendas, compradas al azar y por impulso, no les sientan cómodas, no tienen ocasiones de uso adecuadas para ser estrenadas o, sencillamente, no se relacionan en lo absoluto con su tipología corporal. La realidad es que los usuarios realizan ese tipo de compras sin tener en cuenta ni su morfología corporal, ni su estilo de vida, por lo que terminan vistiéndose mal, y pensando que nunca van a encontrar ni su estilo, ni su talle adecuado.

La mayoría de los clientes que recurren a un personal shopper, no son capaces de reconocer sus necesidades de estilismo, por lo que queda en manos del entendido descubrirlas, hacérselas ver, y buscar las soluciones, teniendo en cuenta, además del estudio morfológico previo, sus gustos y sus ocasiones de uso. El personal shopper, al realizar un estudio profundo de las proporciones del cliente, logra ubicar sus atributos y sus debilidades, pudiendo así averiguar las virtudes que podrá destacar, y los defectos que deberá disimular, recurriendo al viejo truco de desviar la atención de aquello que desea ocultar, para enfocarla en lo que quiere mostrar. Vale aclarar que el profesional siempre debe pensar en desviar la atención y no conformarse con solo tapar. Este recurso muy utilizado, que, en general, sobrecarga el atuendo de ornamentaciones y de tela, termina resaltando aún más lo que se debería sutilmente disimular. El objetivo, en todos los tipos de cuerpos será poder restar volumen donde sobre y aportarlo donde falte, a través de la premeditada y correcta elección de prendas, accesorios y colores.

Para reconocer la tipología corporal de sus clientes, el personal shopper puede utilizar tres métodos, dependiendo del grado de confianza y cercanía que tenga con cada uno de ellos.

- El primero consiste en colocar al cliente de pie frente a un espejo que lo refleje de cuerpo entero vestido solo con su ropa interior o, en el caso que éste lo requiera,

con prendas bien ceñidas y del mismo color, para dar uniformidad a la silueta. El profesional bien entrenado solo con mirar y analizar detenidamente ese cuerpo podrá formar sobre él alguna de las figuras geométricas que describen las principales tipologías para ambos sexos.

- El mismo estudio se puede realizar a partir de una fotografía de cuerpo entero del cliente, sobre la cual se marca la figura morfológica, teniendo en cuenta el ancho de los hombros, la cintura y la cadera. Este método se puede utilizar cuando el cliente tiene poco tiempo para pautar más encuentros o, cuando por razones de confianza y pudor, la persona prefiera mostrarse de esta manera frente a su asesor.
- Una última forma de reconocer la tipología corporal de sus clientes, se puede aplicar cuando el profesional no está tan bien entrenado como para reconocer solo mirando la tipología de su cliente. Aquí puede ayudarse de un centímetro para medir el ancho de sus hombros al rodearlos, el ancho de su cintura y el de su cadera. Calculando los centímetros de diferencia que haya entre estas tres medidas, podrá definir cuál de las morfologías corporales le corresponde a la persona.

Principales tipologías femeninas

La **tipología reloj de arena**, también denominada silueta en ocho, o de cuerpo de guitarra, es la tipología de las proporciones ideales, ya que, en ella, los hombros y las caderas presentan un ancho similar, mientras que la cintura es pequeña y marcada. Esta morfología voluptuosa, responde al tradicional canon de belleza 90-60-90, y es la que se toma de referencia para adaptar visualmente a las otras cuatro tipologías. Representa a mujeres delgadas, pero no menudas, ya que se caracteriza por el gran volumen de los hombros, que son anchos; los pechos, que son prominentes; y las caderas, que también son anchas. Mientras que la cintura es pequeña y entallada, las piernas son gruesas y fuertes, para poder soportar el peso proveniente de la estructura ósea.

Esta morfología corporal no tiene grandes limitaciones a la hora de seleccionar prendas ni accesorios, aunque los más favorecedores, son aquellos que acentúan las curvas naturales y no presentan grandes concentraciones de estampados o bordados en las zonas anatómicas más voluminosas. Lo ideal, al igual que en la silueta A, es tratar de alargar un poco la figura, pero manteniendo la sensualidad de las curvas, siempre teniendo en cuenta que, si la clienta ha ganado peso, su cintura, por ser mucho más pequeña que sus hombros y sus caderas, se verá aún más pequeña. En estos casos es aconsejable no marcarla por demás, para evitar que la silueta entera se desbalancee y las caderas comiencen a verse aún más grandes que los hombros. Para estilizar la figura siempre se puede recurrir al armado de conjuntos monocromáticos, acompañados por zapatos escotados en color nude, que afinan los tobillos y las pantorrillas.

Consejos de vestimenta para la tipología reloj de arena:

- Optar por prendas superiores entalladas que sigan la línea de la cadera y subrayen la cintura. Un tórax con pecho grande necesita ser estilizado tanto por fuera como por dentro, lo cual se logra usando un buen corpiño con aro, pero sin push-up para que soporte bien el busto, pero sin agregar volumen. Los escotes pueden ser generosos, pero siempre suaves y sutiles. Los más favorecedores son los redondos, los cuadrados y los de forma de V. Estos últimos, que también pueden usarse hacia la espalda, estilizan mucho la figura y realzan el pecho, pero sin sumar centímetros.
- Usar pantalones de tiro alto porque marcan la cintura. Los que mejor le quedan a esta tipología son los rectos y los palazzos, los pitillos y los *boot cut*.
- Elegir faldas de talle alto y entalladas en la cadera, tipo lápiz y preferentemente hasta las rodillas. Modelos acampanados o en forma de A, algo más largos, también están permitidos.
- Dar la bienvenida a los vestidos entallados, a los que marcan la cintura, a los cruzados, y a los *wrap dress*, apostando por estampados suaves, tejidos con caída, colores intensos, plenos, pero no brillantes, y cero volúmenes extra.

- Invertir en un abrigo de buena sastrería y excelente confección, adquiriendo un modelo que defina la cintura y ligeramente *evasé* hacia la zona de las caderas. Los conjuntos de chaqueta son más favorecedores si se integran con faldas rectas en vez de pantalones.
- Evitar las prendas superiores ablusadas y las camisas que tengan bolsillos, volados, o bordados. Las lisas están permitidas acompañadas por un cárdigan abierto para que genere líneas verticales que adelgacen visualmente el busto.
- Esquivar los cuellos altos o de tipo cisne, y las mangas cortas que enfatizan la línea horizontal del pecho: es mejor emplear mangas super cortas o tres cuartos.
- No usar prendas sobrecargadas con estampados fuertes o volados en la zona del busto y de los hombros, ya que potencian su volumen.
- Obviar los pantalones de tiro bajo porque amplían visualmente el ancho de las caderas.
- Desestimar los vestidos ajustados o pegados al cuerpo, al igual que los amplios o rectos que no marcan la cintura, tipo *baby doll*; los confeccionados en tejidos rígidos; y los extremadamente recargados de adornos y detalles.
- No tentarse con las faldas drapeadas o plisadas porque suman tamaño.
- Rechazar todo tipo de prendas *oversize* y sin forma, o con volúmenes extra, porque agrandan la figura hasta en dos talles.

La tipología triángulo o pera, también conocida como morfología tipo A. Esta tiene como característica principal que las caderas son más anchas y pronunciadas que los hombros, mientras que la cintura es pequeña y entallada. A simple vista las caderas sobresalen sobre el resto del cuerpo y, obviamente, su medida es la más ancha; los muslos también son anchos y la cola es pronunciada. Para vestir adecuadamente a esta figura es esencial centrar siempre la atención en la parte superior del cuerpo, compensando la falta de equilibrio y acercando visualmente la silueta a un formato más tipo reloj de arena. Lo ideal es utilizar colores claros en la zona top y oscuros en la *bottom*; destacar siempre la cintura y olvidarse de los accesorios a la altura de la cadera, como cinturones, bandoleras,

bolsos; recurrir a los tacos altos para alargar la figura. Los collares siempre se deben mantener por encima del pecho, siendo ideales las gargantillas.

Otros consejos para esta silueta:

- Utilizar blusas, camisetas o chaquetas con estampados, colores claros, o volúmenes, como bolsillos o drapeados, que ayuden a compensar la silueta al equilibrar la parte inferior y la superior del cuerpo. Si la persona tiene mucho busto, será mejor valorizarlo con escotes en V, evitado agregar volumen al obviar bordados, volados y accesorios muy cargados. Por el contrario, si tiene poco, serán adecuados los escotes barco, corazón, u ojo de cerradura, con aplicaciones de todo tipo. Son muy sentadoras las mangas largas y las anchas o acampanadas, tipo farol o jamón.
- Invertir en pantalones rectos y de cintura alta, preferiblemente de colores oscuros. Los jeans están permitidos siempre que sean de tiro medio o alto, ajustados en la zona de la cadera, más anchos a partir de las rodillas, y sin bolsillos o bordados llamativos. Se utilizan mucho los modelos rectos, pata de elefante o acampanados, tipo *flare*.
- Elegir faldas largas o *midi* un poco acampanadas, de caída suave y, nuevamente, de cintura alta. También son válidas las de cortes rectos no demasiado ajustadas.
- Optar por vestidos de línea A y a la rodilla, o vestidos *strapless*, con escote corazón, o con adornos en la parte superior tipo lazada.
- Usar chaquetas largas, con hombreras que lleguen a la altura de la cadera y que tapen la cola, y de corte kimono, que puedan llevarse abiertas para valorizar los hombros y minimizar las caderas.
- Evitar añadir volumen o llamar la atención sobre las caderas con pliegues, prendas muy llamativas u *oversize*, y estampados poco favorecedores como las rayas horizontales.
- No utilizar prendas superiores demasiado cortas: los tops que dejan ver la panza y las caderas desfavorecen este tipo de figura.

- Obviar los pantalones pitillo o tipo *skinny*, porque acentúan la diferencia entre las caderas, los muslos y los tobillos.
- Esquivar las faldas tipo sirena o con vuelo desde la cintura porque marcan y ensanchan la cadera.

La **tipología triángulo invertido** o morfología en V. Esta presenta hombros más amplios que las caderas y curvas poco definidas. Las mujeres de tipo atlético son las que más representan a esta silueta, muy común entre tenistas y nadadoras. Además de una marcada desproporción entre la parte superior e inferior del cuerpo, otras características para tener en cuenta son: tronco prácticamente recto, espalda ancha, busto mediano tirando a ancho, cintura ceñida pero poco definida, caderas y glúteos estrechos, y piernas delgadas. Algunas personas confunden esta morfología con el denominado cuerpo de manzana que también presenta hombros y pecho más anchos que las caderas, pero tiende a ser más redondeado en la zona abdominal. Aunque los cuerpos en V suelen ser armoniosos, es importante poder re-equilibrar visualmente sus proporciones, destacar los puntos fuertes, como las piernas y marcar la cintura.

Un truco para restar estructura a los hombros y la espalda, es optar por vestimentas inferiores que aporten el volumen que le falta a las caderas, combinando prendas superiores neutras, con prendas inferiores de colores claros, tejidos gruesos, llamativas y voluminosas. La realidad es que incluso si se trata de un cuerpo delgado, no es tan fácil elegir la ropa adecuada para este tipo de silueta.

Algunos tips:

- Escoger prendas superiores que permitan desviar la atención de la parte más ancha de la silueta, suavizando los hombros y la espalda. Las blusas, tops y camisetas pueden tener escotes en pico, en V, tanto delanteros como traseros, o cruzados tipo peplum. Las mejores mangas son las que no marcan la sisa y presentan costuras redondeadas como las *raglan*, las japonesas, o las tipo

kimono. Los mejores breteles son los gruesos. La gama de colores debe ser oscura y los diseños lisos y sencillos, preferentemente estampados mini.

- Preferir chaquetas y abrigos largos hasta la cadera o la rodilla.
- Usar pantalones de colores llamativos y estampados, transformando la parte inferior en el foco de la silueta. Son ideales los modelos con piernas anchas, sobre todo en jeanería; los acampanados, que alargan las piernas y otorgan volumen; los pinzados, que enmarcan la cintura, crean volumen en la cadera y se pueden llevar en situaciones más formales; y los capri, terminados en la pantorrilla o por encima del tobillo. Tanto el tiro alto, pero mayormente el bajo, ayudan a remarcar las caderas, aumentando visualmente su dimensión.
- Invertir en faldas que tengan vuelo, sean plisadas, tengan tablas, bolsillos o pliegues en la cadera; en maxifaldas y en faldas *midi* de telas livianas; y en modelos que sean ceñidos a la cintura, pero que se abran y caigan creando vuelo en la parte inferior, tipo *skater skirt*. Todas aportan movimiento, marcan la cintura y crean volumen en las caderas.
- Optar por vestidos de corte acampanado o con un poco de vuelo, que enfatizan la cintura y generen volumen en la parte inferior.
- Evitar los escotes que remarcan los hombros, como los denominados bote o los strapless, las prendas superiores estructuradas, los *bandeau*, los breteles finitos y las hombreras.
- Obviar las chaquetas muy rectas y estructuradas, con hombreras, de estilo torero y de tejidos rígidos.
- No usar chalecos o tiradores.
- Esquivar los pantalones muy ajustados y las minifaldas.
- No utilizar prendas, sobre todo vestidos, muy rectas, y muy ajustadas. Para la zona *bottom* no es aconsejable el uso de tejidos finos y sin volumen, con líneas verticales y de colores oscuros.

La **tipología rectangular** o silueta en H. En esta tipología el cuerpo rectangular se caracteriza por tener curvas poco pronunciadas, silueta recta, hombros de ancho similar a las caderas, poca cintura y piernas muy largas. En este tipo de silueta, que se repite casi constantemente sobre las pasarelas de todo el mundo, las medidas del ancho de los hombros, la cintura y las caderas son prácticamente iguales: a simple vista se podrá notar que los tres partes del cuerpo se encuentran perfectamente alineadas.

Para potenciar esta morfología, en la cual predomina la linealidad y la ausencia de curvas, se recomienda generar volumen en la zona superior e inferior, difuminando la intermedia desde debajo del pecho hasta el nacimiento de la cadera. El objetivo principal es romper las líneas rectas creando curvas y formas visuales más sinuosas, a partir de prendas y accesorios que entallen la zona central del tronco, marcando la cintura, resaltando los hombros y pronunciando las caderas. Las superposiciones y los efectos ópticos que ayudan a crear volúmenes son muy recomendables, al igual que los cinturones, o las bandas anchas tipo japonesa, que son los mejores aliados de este tipo de cuerpo.

Otros consejos para la elección de prendas para esta tipología:

- Elegir tejidos que pesen y tengan cuerpo, con relieve o estampados, con superposiciones, con volados, o algo plisados, para crear formas y volúmenes donde se los necesite.
- Escoger prendas superiores que potencien la sinuosidad de los hombros, como remeras sin mangas con rayas horizontales o diagonales, algún detalle o volado en los hombros, y remeras con mangas redondeadas y algo fruncidas. Las blusas y las camisas vaporosas, con capas superpuestas que generen movimiento y mangas importantes, pueden ser usadas por dentro del pantalón o anudadas en la cintura; si son largas y sin forma siempre se podrá añadirles un pequeño cinturón. Los escotes en V, los horizontales, los asimétricos, o los tomados del cuello, resaltan el busto y los hombros de manera muy natural.

- Utilizar sacos cortos, o de estilo torero, preferentemente entallados en la zona central del tronco. Las chaquetas entalladas, con uno o dos botones, y con un largo de no más de 10 centímetros por debajo de la cintura son ideales. Los sweaters pueden ser holgados y de tejidos gruesos.
- Optar por faldas cortadas al bias y con pinzas, faldas a media pierna y de tiro alto, faldas con muchos pliegues y volados, en forma de A y con vuelo; todas preferentemente en largo *midi*, aunque se pueden llevar más cortas si la estatura es media.
- Invertir en pantalones pitillos a la cadera, *skinny jeans*, modelos *bootcut* y *boyfriend*. Los shorts también son bienvenidos.
- Usar vestidos entallados en la cintura, cuyas faldas posean pliegues, y tengan caída. Pueden ser largos o cortos.
- Evitar todas aquellas prendas que acentúen la figura recta, posean talle bajo, y no tengan estructura. Los vestidos que no son entallados en la cintura, las faldas sin formas, y los abrigos de corte recto, y que terminen por debajo de la cadera.
- Obviar los modelos de pantalones rectos y los *palazzo*, sobre todo si son demasiado anchos.

La tipología de ovalo, también conocida como cuerpo de manzana o en forma de O. La misma muestra volumen en pecho y abdomen, hombros y caderas alineados, y cintura poco definida, suele ser más ancha que las caderas. Quien tiene cuerpo de manzana tiene una muy amplia zona torácica: sus hombros son redondos y un poco más anchos o iguales a la cadera, y la cintura es alta y poco ceñida, o inexistente. Algunos la catalogan solo como silueta *plus size* o *curvy*, pero no necesariamente es así. Si bien esta morfología presenta una estructura ósea pesada y grande, la misma puede manifestarse también en mujeres de peso bajo. Si una persona se ve redondeada no es necesariamente porque tenga sobrepeso, puede tener una morfología en forma de O.

Para equilibrar esa tendencia a la redondez, alargando y estilizando la silueta, es muy importante estructurar la parte superior del cuerpo utilizando, por ejemplo, prendas muy lineales, gamas monocromáticas de colores discretos y oscuros en armonía, para minimizar los contrastes, y estampados de líneas verticales. También es aconsejable jugar con el largo de las prendas superiores para generar líneas verticales.

El abdomen y la cadera son los puntos en los cuales, quien tiene un cuerpo de manzana, suele engordar, mientras que las piernas, en cambio, se mantiene delgadas y esbeltas, por lo que son el punto fuerte a valorizar. Si el busto es generoso, también se puede resaltar, ya que el punto más sutil del torso de quien tiene un cuerpo de manzana se encuentra exactamente debajo del pecho. Para valorizarlo y, de paso, esconder la panza, es necesario levantarlo utilizando un buen sujetador capaz de sostenerlo adecuadamente, además de optar por el talle imperio para vestidos y prendas superiores. Hay que olvidarse de los cinturones gruesos y anchos, y cambiarlos por finitos y de cadena. En estos casos también hay que evitar absolutamente las prendas *oversize* y sin forma porque engordan visualmente, lo recomendable es usar prendas del talle adecuado que no queden ceñidas al cuerpo.

Más consejos para este tipo de silueta:

- Priorizar los colores lisos por sobre los estampados y bordados, si se opta por estos últimos deben ser pequeños y con diseños que tiendan a alargar visualmente la figura; los tejidos fluidos y con caída, también los finos y con peso; y los drapeados, que estilizan, pero a la vez generan curvas.
- Optar por escotes redondos o en forma de V, mangas tres cuartos, remeras que lleguen hasta los huesos de las caderas, con o sin vuelo, y camisas rectas por fuera del pantalón. Las prendas superiores deben tener preferentemente hombreras lineales para estructurar bien la zona de los hombros.
- Usar *cardigans*, chaquetas estructuradas y abiertas, o chalecos que alarguen verticalmente el torso y escondan las caderas.

- Equilibrar volúmenes mediante el uso de pantalones de corte recto, con pinzas, *boot cut*, o anchos desde la cadera, todos de tiro alto y medio, y con bolsillos traseros para resaltar la cola, la cual no suele ser muy prominente en este tipo de tipología. Los shorts están permitidos siempre que no sean muy cortos y posean cintura alta.
- Utilizar faldas también de cortes rectos y cintura alta, o levemente acampanadas, con muy pocos adornos y estampados, con largos a medio muslo, por encima de las rodillas, o directamente a los tobillos.
- Invertir en vestidos que no sean ni muy cortos, ni muy apretados, preferentemente rectos o de corte imperio, con hombros al descubierto, y largos a la rodilla o a los tobillos.
- Obviar los estampados grandes y vistosos, al igual que los tejidos rígidos y acolchados, y los contrastes en los colores. Tampoco es conveniente usar colores muy luminosos, claros y brillantes, o textiles como el raso.
- Evitar los cuellos altos; los escotes tipo barco, *halter* y asimétricos; los ornamentos, las aplicaciones y los collares recargados; los *crop top* que dejan la panza al descubierto.
- No utilizar leggings o pantalones pitillos ya que, a pesar de que en este tipo de silueta las piernas son más delgadas que el tronco, estos cortes solo exagerarán la diferencia de proporción entre las dos zonas.
- Esquivar las faldas globo o fruncidas en la cintura, ya que aportan volumen en la zona abdominal y en la cadera, y las minifaldas por encima de la mitad del muslo, que achican en vez de alargar la figura.
- No usar vestidos *cut out*, y de talles grandes, o estilo *boyfriend*, ya que agregan volumen a todo el cuerpo.