

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	7
1. MARCO DE CONTEXTO	8
1.1 Análisis macro de participación empresarial en Bogotá	8
1.1.1 Participación de la industria textil-confección en Bogotá	9
1.2 Canales de distribución	10
1.2.1 Establecimientos comerciales (locales de ropa)	11
1.2.1.1 Proceso de compra	12
1.2.2 Tipología de tienda	13
1.2.2.1 Estrategia de consumo en punto de venta	16
1.3 Descripción del mercado	16
2. TRABAJO DE CAMPO	18
2.1 Contraste de tipología de tiendas	18
2.2 Estudios de caso	19
2.3 Conclusiones de trabajo de campo	25
3. TRABAJO ETNOGRÁFICO	27
3.1 Encuesta comerciante/vendedor	27
3.2 Entrevista clientes	28
4. PROBLEMÁTICA	29
4.1 Profundización de problemática	29
4.2 Hipótesis	31
4.2.1 Fuentes	31
5. OBJETIVOS	33
5.1 Objetivo General	33
5.2 Objetivos Específicos	33
6. GENERACIÓN DEL CONCEPTO DE DISEÑO	34
6.1 Requerimiento de Concepto	34
6.2 Concepto de Diseño	34

6.3 Maquetas de conceptos.....	36
7. PROCESO CREATIVO.....	37
7.1 Requerimientos de diseño.....	37
7.2 Análisis ergonómico.....	38
7.3 Bocetación.....	42
8. PROPUESTA FINAL.....	49
8.1 Explicación Propuesta.....	49
8.2 Visualización.....	50
8.3 Secuencia de Uso.....	51
8.4 Interior.....	55
8.5 Personalización de probador.....	57
8.6 Simulación de probador en espacio.....	58
9. CRITERIOS DE EVALUACIÓN.....	59
10. LÍMITES Y ALCANCES DEL PROYECTO.....	60
11. APORTES DEL PROYECTO AL DISEÑO INDUSTRIAL.....	61
12. CONCLUSIONES.....	62
BIBLIOGRAFÍA.....	63