

**PROYECTO FINAL OPCIÓN DE GRADO 3**

**MARLO**

**Chaquetas transformables femeninas, que funcionen en diversas ocasiones de uso, para mujeres amantes del rock, en la ciudad de Bogotá.**

**HEIDY DAYAN MARTINEZ LOPEZ**



**CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN**

**ESCUELA DE COMUNICACIÓN Y BELLAS ARTES**

**PROGRAMA OPCIÓN DE GRADO III**

**BOGOTÁ, CUNDINAMARCA**

**2019**

**PROYECTO FINAL OPCIÓN DE GRADO 3**

**MARLO**

**chaquetas transformables femeninas, que funcionen en diversas ocasiones de uso, para mujeres amantes del rock, en la ciudad de Bogotá.**

**HEIDY DAYAN MARTINEZ LOPEZ**

**Trabajo de grado para la obtención del título de**

**Profesional en Diseño de Modas**

**Asesor: IRVING TOVAR RIVER**

**Economista**



**CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN**

**ESCUELA DE COMUNICACIÓN Y BELLAS ARTES**

**PROGRAMA OPCIÓN DE GRADO III**

**BOGOTÁ, CUNDINAMARCA**

**2019**

## **Agradecimientos**

A mi amada hija Sofía Rodríguez Martínez, por darme su amor y ternura.

A mis padres Hilda López Montenegro y Gonzalo Martínez López por el total apoyo brindado y a mis hermanos que siempre están presentes, creen en mí e inspirarme. También por brindarme afecto y atención.

Al docente Irving Tovar Rivera por inspirarme a realizar mi proyecto.

Al SENA por forjarme como persona laboral y mostrarme la parte industrial de la moda.

A la Corporación Unificada Nacional por enseñarme lo necesario para enfrentarme a una vida profesional y fijar mis metas a futuro.

Al rock por inspirarme, llenarme diariamente e impulsarme a crear.

## **Resumen**

Comprobar la viabilidad del proyecto, de creación de chaquetas transformables para diversas ocasiones de uso, para consumidoras exhibicionistas amantes del rock en Bogotá.

Crear chaquetas transformables para diversas ocasiones de uso (desde la oficina, hasta un toque o concierto), que contengan una estética femenina, sensual y apropiada para cada situación, sin perder su esencia rock, este proyecto pretende acabar con los estereotipos hacia las mujeres amantes del rock y su estética, demostrado que las mujeres del rock también pueden ser versátiles, sin perder su estilo. Crear un indumento, que puedan favorecer y acompañar a cada usuario en todo aspecto de su vida, mejorar la calidad de vida y optimización de los recursos, como el guarda ropa. Se realizará la creación de prototipos deportivos y formales para cumplir el objetivo, con ayuda de herramientas como en este caso las técnicas de Patronaje con materiales maleables. Este proyecto intenta demostrar que los conocimientos adquiridos de la carrera de Diseño de modas, las herramientas correctas y materiales precisos se pueden desarrollar elementos óptimos y funcionales.

## Tabla de contenido

<b>Introducción .....</b>	<b>7</b>
<b>Capítulo I: Planteamiento del Problema .....</b>	<b>8</b>
<b>Problema de Investigación .....</b>	<b>8</b>
<b>Antecedentes y Justificación .....</b>	<b>8</b>
<b>Variables .....</b>	<b>14</b>
<b>Definición de Términos.....</b>	<b>16</b>
<b>Propósito del Estudio.....</b>	<b>19</b>
<b>Capítulo II: Revisión de Literatura.....</b>	<b>20</b>
<b>Subtítulos de los temas.....</b>	<b>20</b>
<b>Preguntas de investigación .....</b>	<b>38</b>
<b>Capítulo III: Metodología .....</b>	<b>38</b>
<b>Enfoque metodológico .....</b>	<b>38</b>
<b>Diseño .....</b>	<b>40</b>
<b>Muestra.....</b>	<b>41</b>
<b>Instrumentos.....</b>	<b>43</b>
<b>Procedimiento.....</b>	<b>44</b>
<b>Análisis de la información .....</b>	<b>45</b>
<b>Capítulo IV: Resultados del Análisis de Datos.....</b>	<b>46</b>
<b>Recolección y Tabulación de Resultados .....</b>	<b>46</b>
<b>Resultados .....</b>	<b>59</b>
<b>Correlación entre la Variables .....</b>	<b>59</b>
<b>Capítulo V: Discusión, Conclusiones y Recomendaciones .....</b>	<b>62</b>
<b>Discusión.....</b>	<b>62</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>63</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>64</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>65</b>

## Tabla contenido figura y tablas

### Figuras y tablas

Tabla 0.1 diseño de muestra .....	41
Tabla y figura 1 .....	47 y 48
Tabla y figura 2 .....	48 y 49
Tabla y figura 3 .....	49 y 50
Tabla y figura 4 .....	50 y 51
Tabla y figura 5 .....	51 y 52
Tabla y figura 6 .....	52 y 53
Tabla y figura 7 .....	53 y 54
Tabla y figura 8 .....	54 y 55
Tabla y figura 9 .....	55 y 56
Tabla y 10 .....	56 y 57

## Tabla de contenido imágenes

### Imágenes

Imagen 1 diosas del rock .....	21
Imagen 2 Kim Gordon's Favorite Books .....	23
Imagen 3 Pattern Magic: La magia de los patrones a la japonesa .....	26
Imagen 4 BOLSA DE DORMIR TRANSFORMABLES 2000 .....	32
Imagen 5 Hussein Chalayan. Un artista que hace moda .....	35
Imagen 6 Rise by Hussein Chalayan .....	36
Imagen 7 1 = 4 y más .....	37
Imagen 8 Lo que distingue a nuestra ciudad. ....	39
Imagen 9 mapa de Bogotá y sus localidades .....	43

## Introducción

En el globalizado mundo de la moda, cada vez se muestra gran competitividad entre marcas para que estas sobrevivan en el mercado y es que con un consumidor que cada vez es menos fiel con las marcas, que es un amante y seguidor de la tecnología, el internet y las redes sociales, el cual se entera de todo lo que pasa en mundo en tiempo real, convirtiéndose en unos cazadores de contenido, tendencias y por supuesto de moda y constante búsqueda de propuestas que satisfagan sus gustos y necesidades convirtiéndose así en consumidores insaciables, es por eso que en dicha industria de la moda y las marcas de la misma se han visto obligadas a tener un cambio de enfoque ubicándose en sectores o nichos más específicos, mirando más allá de la prenda y añadiéndoles un toque propio, un sello, una historia, un valor o implementando nuevas formas de comercialización para acercarse así más al consumidor.

En Bogotá ahí un gran número de sectores de mercado, uno de ellos es el del rock o la cultura rock que ha crecido a pasos agigantados, una muestra de ello es el festival rock al parque que va a cumplir 25 años de existencia, volviéndose los fanático del rock en un buen nicho de mercado, ya que la especialización y enfoque en sector de mercados son una gran oportunidad para los futuros emprendedores, debido a que empresas se enfocan más en masificar productos, que en brindar una atención más específicas en sectores pequeños que están desaprovechando. Uno de estos segmentos de mercado desaprovechados son los amantes del rock que viven y sienten este género “vanguardistas”, y es que para ellos no solo es moda y música, para ellos el rock es un estilo de vida, un sentimiento que acompaña su existencia diariamente, de esta manera hablamos que el rock tiene gran influencia sensitiva y estimulante por medio de sus sonidos. Considerando la

importancia de dicha cultura rock, son pocas las marcas y tiendas que ofrecen productos para ellos.

## **Capítulo I**

### **Planteamiento del problema**

#### **Problema de investigación**

¿Cómo crear chaquetas transformables femeninas, que funcionen en diversas ocasiones de uso, para mujeres amantes del rock en la ciudad de Bogotá?

Esta investigación busca comprobar la viabilidad de la creación de chaquetas transformables femeninas rock, para la ciudad de Bogotá y a su vez acabar con los estereotipos que se tienen hacia las mujeres de la cultura rock, demostrando que la mujer rockera puede ser femenina, sensual, elegante y versátil ante la vida laboral y personal. “La feminidad no radica en la música que escuchamos, ni en el deporte que se practique, ni mucho menos en la profesión o labor que se ejerza, estos atributos están implantados en el ser, es por ello que la feminidad es reconocida como la naturaleza propia de la mujer, una característica propia del género”.

#### **Antecedentes y justificación**

“Uno de los estereotipos locos que escucho seguido.... Aun no comprendo a la gente, muchos piensan que los músicos no saben nada, pero los músicos del rock o los que aman al género, están más sometidos a esos prejuicios nos tildan de vagos y perezosos... Y aquí estoy yo con un doctorado en economía y ejerciendo de la mano de música



durante 10 años.” Entrevista a San Mantuen vocalista de Tremiun banda de funk.rock”  
(Mendoza, 2015)

Desde los inicios del rock en los años 50, esta industrial musical tuvo gran dominio del género masculino. Sin embargo, este género musical trabajó en la construcción de la identidad femenina, al transformar, apoyar y reconocer a las artistas femeninas que se ha abierto camino en dicha industria como el caso de Janis Joplin la bruja cósmica. Aquellas artistas, se resistían a los roles y hábitos impuestos a las mujeres de aquellas épocas por una sociedad conservadora y en muchos casos machista, lo cual las llevó a componer y exponer no solo canciones, sino himnos de protesta en contra de todo lo negativo del sistema opresor y conservador. Estas artistas plasmaron a través de su música y puesta en escena una redefinición de su identidad, creando múltiples estéticas, pensamientos colectivos y estilos que iban desde la agresividad y dureza, como el odio de todo lo que la sociedad con el género punk, que después dio paso a las artistas del género anarco punk, anarco hardmetal, hasta llegar a la muestra de sensualidad y erotismo del glam rock, punkrose, grunge sex y rock industrial. Estas artistas que, con su inmensa energía y personalidad auténticas y explosivas, desencadenarían pasiones y toda una ola de estética rebelde y atrevida. Por tanto, se puede decir que aborda el tema de género en cuanto a las representaciones de la identidad femenina dentro de la música rock.

“Gracias a estas artistas del rock, activista y mujeres valientes que lucharon por igualdad, en la última década las mujeres profesionales, tecnólogo o técnicas han ganado terreno en el mercado laboral en Colombia, pasando del 54,4% de participación en el 2008 al 59,6% en el 2017. Así lo afirma una investigación hecha por el Departamento de

Economía, Comercio Internacional y Política Social de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, en cabeza de su director, Jaime Tenjo, y de la profesora Luisa Fernanda Bernat”(empleo, 2018) . Retomando el caso, es clave aclarar que este aumento laboral y profesional positivo a permeado a muchas mujeres de distintos niveles socioeconómicos, gustos y culturas y en este caso las mujeres amantes de rock no son la excepción, así mismo tienen que estar preparadas para los protocolos de vestuario impuestos por parte de las empresas o por sus propias profesiones u oficios, aunque no estén del todo cómodas con ello, el protocolo del vestuario hace parte del buen desarrollo profesional y personal para todos.

“Aunque a todos no les gusta, los códigos de vestuario parecen obsoleto, aún están presentes en la actualidad empresarial.”

En la actualidad es fundamental la creación de un valor agregado a toda marca, para no fracasar el intento y las experiencias nuevas llaman la atención de todo consumidor, estos consumidores que con el pasar del tiempo son más exigentes y menos fieles con las marcas. Pero la pregunta sería ¿cómo crear esa atención del consumidor? antes que nada tenemos que preguntar ¿Qué siente el cliente?, ¿Qué quiere?, ¿Qué sueña?, ¿Qué le gusta o lo mueve? Y es que sentir de cada cliente, es lo que realmente está forzando al mercado actual a tener un nuevo enfoque, el mostrar historias que conecten al consumidor y lo identifique, fortalecer el lazo con la marca, generando recuerdo y amor por la misma, dar experiencias personales, es la nueva apuesta de las grandes marcas de moda. Para que esto se cumpla es importante conocer en su totalidad al consumidor o nicho de mercado, siendo lo más específico posible y mantenerse atento a todo cambio que este tenga, en el entorno social, cultural y económico.

La industria de la moda se reinventa, enfocándose en crear una propuesta de valor única, siendo un factor importante la creación de experiencias nuevas de tipo personal que llamen la atención, ya que los consumidores al pasar de los años son más exigentes y menos fieles con las marcas, dichos consumidores necesitan un constante estímulo que los conecten e identifiquen con la marca, pero la pregunta sería ¿cómo crear esa atención del consumidor?, antes que nada se debe saber que la competitividad entre marcas es sumamente agresiva para sobrevivir en el mercado y que los consumidores son uno con la tecnología y se encuentran en una constante búsqueda de propuestas que satisfagan sus gustos y necesidades en tiempo récord, que los acompañen en su día a día, es por eso que la industria de la moda se ha visto obligadas a tener un cambio de enfoque ubicándose en sectores o nichos más específicos, mirando más allá de la prenda y vendiendo así un estilo de vida.

En Bogotá ahí un gran número de nichos de mercado, uno de ellos, el nicho de mercado de la escena rock, que ha crecido a pasos agigantados, una muestra de ello es el festival rock al parque con 24 años de existencia, que se ha vuelto uno de los festivales gratuitos más importantes de Latinoamérica, y que tiene un aumento del 5,4% de participación anual en los últimos 5 años, así fue como reporto el mismo festival y la alcaldía de Bogotá sobre la asistencias para el 2017 “más de 182 mil almas vivieron rock al parque un festival de talla internacional ” y para el 2018 asistieron más de 185.000 personas según la página oficial.(Osorio, 2018)

Es importante tener en cuenta que la creación de eventos y feriado ha crecido un 47% en la ciudad de Bogotá para el 2018, de este porcentaje un 70 % está enfocado o relacionado con la escena rock, mostrando gran participación de nacionales y extranjeros

amantes del género, en lo recorrido del año 2017 se registraron 103 eventos relacionados con el rock contando eventos de gran magnitud como el BogotaFest , Kaníbalfest, Bogotá grita rock etc. Que llegan a tener una participación de 2 mil asistentes en un día.(Rockombia, 2019)

A través de los años la música se convirtió en una herramienta de comunicación y expresión del sentimiento humano. Estos sentimientos se transforman en un espejo emocional, social y político. Es así como la industria del rock, nace como una respuesta juvenil a las necesidades de una época en una sociedad constante represiva de finales de los años 50 inicio de los 60, para luego convertirse en un instrumento de rebeldía y transformación utilizado para la apertura de la liberación del ser, en aspectos políticos, sociales, religiosos y sexuales, como uno de sus casos más relevantes fue la ola de los años 70 con la revolución sexual en auge, en muchos casos auspiciada por el género, desde entonces, ha pasado a formar parte del imaginario social de la cultura occidental. Este estilo musical a pesar de querer cambiar todo un sistema tenía un tono algo sexista y se asocia a una iconografía claramente masculina, que hizo el camino tormentoso y largo, para las artistas femeninas del rock.

La escena rock es un sector de mercado provechoso si se aborda de manera específica y enfocada, los amantes del rock pueden ser fervientes consumidores de una marca si realmente se crea un imaginario de estilo de vida. Este segmento de mercado está siendo desaprovechado por la escasa oferta de productos ya que las marcas especializadas son pocas. Y es que las marcas, almacenes y sitios web que sirven de plataforma de comprar para estos son pocos y ofrecen productos muy similares no varían de ciertos tipos de prendas y estampados de bandas o calaveras, que son característicos en el rock, pero se

vuelven repetitivos y aburridos. En cuanto a ofertas internacionales la variedad es numerosa pero los productos tienen un costo muy elevado, sumando el costo de envío y los problemas de reclamo en caso de que el producto llegue imperfecto o de talla equivocada.

“Se debe acabar con los estereotipos hacia las mujeres amantes del rock, demostrando que toda mujer puede ser femenina, profesional y atrevida sin importar sus gustos musicales.”

Utilizando la estrategia de valor se podrá atraer a este nicho de mercado de la escena rock en Bogotá, si se le ofrece una solución y una oferta amplia de prendas para toda ocasión, acompañarlas en cada aspecto de su vida y conseguir una optimización y provecho de su armario, buscando alianzas estratégicas para crear experiencias físicas, con bandas locales rock. Ofreciendo un imaginario de estilo de vida completo, ya que para ellos ven el rock como un compañero que está día a día en su vida.

Es por ello, que se plantea un proyecto de creación de chaquetas transformables para diversas ocasiones de uso, para consumidoras exhibicionistas amantes del rock en Bogotá, que tiene dos puntos importantes:

El primero crear chaquetas transformables para diversas ocasiones de uso (desde la oficina, hasta un toque o concierto), que contengan una estética femenina, sensual y apropiada para cada situación, sin perder su esencia rock, que cada una de las consumidoras se sientan acompañadas, seguras y preparadas para cada situación, este proyecto pretende acabar con los estereotipos hacia las mujeres amantes del rock y su estética, demostrado que las mujeres del rock también pueden ser versátiles, sin perder su

estilo. Contando con un proceso, desde diseño y producción 100% bogotano y apoyándose en la industria textil nacional.

El segundo es crear una experiencia diferencial, personal y crear historia. Realizando eventos musicales “toques, showroom con conceptos underground o pequeños conciertos” pagos con entradas en el bar ROCK DOG en el barrio Galerías en Bogotá, repartiendo algunas entradas a nuestras consumidoras, estos eventos se realizarían a través alianzas estrategias con bandas de rock “locales” que necesiten escenario para mostrarse, pagando por su presentación en el evento.

Se prioriza la creación de chaquetas transformables, que permitan al consumidor tener una optimización de su guarda ropa, acompañarlo para que esté preparados para cualquier situación y en todo aspecto de su vida, además darles un nuevo concepto a las prendas al convertirlas en una herramienta mejorando la calidad de vida. Esto enfocándose en los conocimientos del diseñador en patronaje, optimización de recursos, uso de materiales óptimos y herramientas, generando prototipos pensados bien pensados en las necesidad y sentimientos de cada consumidor, que es lo que realmente quiere y necesita para mejor su vida. Por ende, el proyecto intenta demostrar que la creación de prototipos versátiles desde el diseño de modas es posible, prendas funcionales, prendas se convierten en herramientas que suplen distintas necesidades del consumidor.

El Proyecto de chaquetas transformables busca convertir a las prendas en herramientas que mejoren la calidad de vida de los consumidores, prendas capaces de cambiar en pocos y sencillos pasos, según las necesidades del consumidor y en la situación que se encuentre. Actualmente, debido a los diferentes cambios climáticos, laborales y

personales con los que las personas sufren a diario, las prendas comunes realmente no dan una solución, se dejan llevar de la moda fugas ,dejando a un lado las demandas y necesidades, no se ha analizado la incomodidad o la actividad del consumidor, ya que en un mismo día puede ir a la oficina, ir a un almuerzo y terminar en un concierto, sin contar con los duros cambios climáticos, combatir con la lluvia, el frío de la mañana y luego un intenso calor. Por lo tanto, se pretende generar una prenda que sea una herramienta antes que una prenda, funcional y con mucho estilo rock. Es decir, crear una chaqueta que sufre cambios y se convierte en una chaqueta, prenda o accesorio diferente y se adapte a la necesidad, situaciones como “el cambio del clima, concierto” o gustos del consumidor.

## **Variables**

Crear chaquetas femeninas transformables para diversas ocasiones de uso, para consumidoras exhibicionistas amantes del rock en Bogotá (que estén preparadas para un día movido, desde la oficina, hasta un toque o concierto y cambios climáticos), convirtiendo a las prendas en herramientas con mucho estilo, acabando con los estereotipos hacia las mujeres amantes del rock y su estética, demostrando que las mujeres del rock también pueden ser versátiles, sin perder su estilo. Que genere a su vez de una experiencia diferencial, realizando eventos musicales “toques, showroom con conceptos underground o pequeños conciertos”.

- Examinar minuciosamente el nicho de mercado de la escena “rock” para determinar la viabilidad del proyecto, e identificar qué es lo que quieren y necesitan.

- Conocer e investigar procesos de patronaje de prendas reformables para la ejecución del proyecto.
- Preguntar al nicho de mercado sobre el producto y cuáles son sus mayores dificultades en el cambio de vestuario en las actividades diarias. por medio de estadísticas que me comprueben, cuántas mujeres amantes del rock, buscan versatilidad en sus atuendos cotidianos y estén a gusto con el proyecto.

### **Objetivo general**

Crear chaquetas transformables femeninas, que funcionen en diversas ocasiones de uso, para mujeres amantes del rock, sin que estas pierdan su esencia en la ciudad de Bogotá.

### **Objetivos específicos**

- Realizar el estudio pertinente del nicho de mercado de la escena “rock” para determinar la viabilidad del proyecto, e identificar la oferta y demanda del mismo.
- Indagar y generar muestras estadísticas que comprueben, cuántas mujeres amantes del rock, buscan versatilidad en sus atuendos cotidianos y estén a gusto con el proyecto.
- Preguntar a nuestro nicho de mercado, por medio de muestras estadísticas, las profesiones, oficios o actividades y cada cuanto se enfrenta a cambios fuertes de vestuario en lo laboral y lo personal, preguntando como se sienten al respecto y si en algún momento se han visto afectados con el protocolo de vestuario.
- Investigar e identificar los estereotipos, que envuelven a la cultura rock y buscar una posible disolución de los mismos.



- Realizar una investigación de todo lo que refiere a los eventos “toques, showroom con conceptos underground o pequeños conciertos” de rock en Bogotá que tal lucrativos y efectivos son.

## **Hipótesis**

Utilizando la estrategia de valor, identificando que necesita y desea un consumidor se podrá atraer a este nicho del rock en Bogotá, si se le ofrece una solución y una oferta amplia de prendas para toda ocasión, acompañarlas en cada aspecto de su vida y conseguir el mayor provecho a su guarda ropa, buscando alianzas estrategias para crear experiencias físicas, con bandas locales rock. La fanática del rock se puede fidelizar, si se le ofrece un imaginario de estilo de vida completo, ya que para ellos ven el rock como un compañero que esta día a día en su vida.

## **Definición de términos**

**Feminidad:** *“Es un concepto que alude a los valores, cualidades y características, comportamientos y naturaleza intrínsecas de la mujer, como género. Tiene su contrapartida en el concepto de masculinidad. El concepto de feminidad también se ha desarrollado como "ideal de feminidad" en el sentido de un patrón o modelo deseable de mujer. Mujer (del latín femina,ae) es el ser humano de sexo femenino.”*(“Feminidad - EcuRed,” 2016)

**Rock:** *“Es un género musical del siglo XX y de la época contemporánea del cual nacen cada uno de los diversos géneros musicales derivados del rock and roll. Suele interpretarse, entre otros muchos instrumentos que*

*normalmente se adicionan, con guitarra, batería, bajo y algunas veces, instrumentos de teclado como el órgano y piano. El primitivo rock se deriva de gran cantidad de fuentes, principalmente blues, rhythm and blues y country, pero también del gospel, jazz y folk. Todas estas influencias combinadas en una simple, estructura musical basada en blues «que era rápida, bailable y pegadiza.»(Montemiranda, 2019)*

**Moda:** *“Según Diana Fernández, profesora de Historia de la Moda en el Centro Superior de Diseño de la Universidad Politécnica de Madrid, «se admite y reconoce que la indumentaria –como parte de la cultura material de los pueblos– la moda estaría directamente vinculada con las artes aplicadas, por contener cada pieza o accesorio diversas de las llamadas artes menores (tejeduría, orfebrería, encajes bordados, incrustados, marroquinería). Una prenda podría ser considerada como objeto de arte en tanto que puede producir disfrute estético»”(Torrecillas Toni, 2015)*

*“Según el historiador Pablo Pena González la moda no ha conseguido ser reconocida como merece por motivos complementarios. «La historia del Arte nace en la Edad Contemporánea (siglo XIX) y la crean los hombres, que son precisamente esa mitad de la humanidad que por aquel entonces decidió renunciar a la brillantez de la indumentaria y convertirla en atributo femenino, con lo que esto tiene de peyorativo para una sociedad patriarcal: ‘cosas de mujeres’», justifica el autor de Indumentaria en España: el periodo isabelino (1830-*

1868) (Ed. Museo del Traje) y *El traje en el Romanticismo y su proyección en España (1828-1868)* (Ed. Ministerio de Cultura).”(Torrecillas Toni, 2015)

“Pilar Pasamontes, profesora de Historia especializada en los siglos XX y XXI en el Instituto Europeo de Diseño (IED) y vicepresidenta del ModaFAD, ambos de Barcelona, puntualiza: «Debemos ser sinceros. En 100 años de moda, arte hay, pero lo justo. Tampoco divinizamos esta forma de expresión. Hay pinturas y esculturas que son solo objetos»”(Torrecillas Toni, 2015)

**Ocasión de uso.** “Adaptabilidad de las prendas y su ocasión de uso se inscribe dentro de la categoría *Creación y Expresión* y en la línea temática *Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes*. El PG se encuentra enmarcado dentro de esta categoría ya que el objetivo final es la creación de una colección que comprenda las características desarrolladas a lo largo del proyecto. La misma se desarrollará exponiendo también la inspiración que se utiliza como punto de partida, así como su paleta de color, los textiles y avíos que componen a las prendas.”(Guerrera, 2016)

**Versatilidad:** “Versátil. (Del lat. *versatilis*). 1. adj. Que se vuelve o se puede volver fácilmente. 2. adj. Capaz de adaptarse con facilidad y rapidez a diversas ... Esto es un extracto, definición completa en el Diccionario de la RAE.”(RAE, 2017)

**Estilo:** “El concepto de estilo tiene su origen en el término latino *stilus*. La palabra puede ser utilizada en diversos ámbitos, aunque su uso más habitual

*está asociado a la apariencia, la estética o la delineación de algo.”(Definición, 2019d)*

***Esteretipos:*** “Según la definición que se recoge en la RAE, un estereotipo consiste en una imagen estructurada y aceptada por la mayoría de las personas como representativa de determinado colectivo que no siempre son positivas. Esta imagen se forma a partir de una concepción estática sobre las características generalizadas de los miembros de esa comunidad.”(Definición, 2019c)

***Alternativo:*** “Que se contraponen a modelos comúnmente delimitados.”(Definición, 2019b)

***Cultura:*** “Complejo que incluye creencias, arte, religión, costumbres, hábitos adquiridos por los seres humanos.”(Significados, 2019)

**“Identidad:** es la relación que toda entidad mantiene sólo consigo misma.”(Concepto de, n.d.)

**“Accesorios:** Se trata de productos que no son indispensables para la vestimenta, pero cumplen con una función decorativa o estética.”(Definición, 2019a)

**Patronaje:** “Se llama «patronaje» a la actividad de diseñar y adaptar patrones. «patronista» es el profesional que se dedica al patronaje.”(Fábrica de moda, 2019)

**Nicho de mercado:** *“Un nicho de mercado es un término de mercadotecnia utilizado para referirse a una porción de un segmento de mercado en la que los individuos poseen características y necesidades homogéneas, y estas últimas no están del todo cubiertas por la oferta general del mercado.”*(Cabello, 2019)

### **Propósito del estudio**

El propósito de dicho estudio, es realizar una investigación de manera cualitativa y cuantitativa minuciosa en el análisis del nicho de mercado “rock” y para demostrar la viabilidad del proyecto de creación de chaquetas transformables para diversas ocasiones de uso, identificar si el público objetivo quiere o le interesa dichos productos y experiencias, es clave recordar que este proyecto tiene dos puntos claves:

El primero crear prendas transformables para diversas ocasiones de uso (desde la oficina, hasta un toque o concierto), que contengan una estética femenina, sensual y apropiada para cada situación, sin perder su esencia rock, este proyecto pretende acabar con los estereotipos hacia las mujeres amantes del rock y su estética, demostrado que las mujeres del rock también pueden ser versátiles, sin perder su estilo. Contando con un proceso, desde diseño y producción 100% bogotano y apoyándose en la industria textil nacional.

El segundo la creación de eventos, que generen a su vez experiencia atractivas a las consumidoras, con la alianza con bandas bogotanas de rock, pagando por evento la participación de dichas bandas.

## Capítulo 2

### Revisión literaria

Se aclara que dicha investigación está fundamentada en las siguientes fuentes.

**La vida complicada de Mery:** Esta historia escrita, por su propia protagonista, cuenta anécdotas divertidas de Mery Tomson guitarrista de la banda de metal norte americana “Andras”, de cómo se tiene que dividir entre la maternidad, como profesional y empresaria, en la conducción de su empresa de contaduría y ser una estrella de rock. En unas de sus anécdotas hablaba de como su camioneta y sus bolsos estaban llenos de atuendos para cualquier situación eventos, para ser ella y estar preparada para todo, de cómo se cambiaba a menudo sus atuendos, por el cambio distinto de sus labores, ser madre, contadora contraje formal y ser guitarrista de metal. A pesar de que ella ama la contabilidad odiaba el protocolo de vestuario que esta profesión impartía, sin embargo, era consciente de la importancia del mismo para el desarrollo profesión, claro está que cada atuendo formal que ella utilizaba, tenía su toque de rock, nunca quiso perder su esencia. (Tomson, 2010)

*“Mujeres del rock. Su historia: Al enfocarse en las leyendas del rock, la generalidad de gentío echa la mirada atrás y se le ocurren nombres como Elvis, Jagger o Lennon. pero en contexto el rock no sería lo que es, sin el poderoso dominio de muchas mujeres que han contribuido a formar un estilo musical mezclado a la rebeldía”* (Vélez, 2018)

fuerza y a la guerra generacional. De allí la trascendencia de las voces femeninas más

relevantes y claves, es un libro, que recopila la vida e historia real y cronológica de estas mujeres que marcaron el rock.”(Vélez, 2018)



*Imagen 1 las diosas del rock* Fuente: (Azul @Andii\_SaMar, 2015) publicación 19 de agosto del 2015 de <https://es.paperblog.com/diosas-del-rock-3342797/>(Andii, n.d.)

**Mujeres, rock y heavy metal. ¿Quién dijo sexo débil?:** si se ha preguntado en algún momento por qué el gentío de los conciertos de rock y heavy metal, en su mayoría, tienden a ser masculino rudos y fuertes; como sería el entorno de una mujer, en un conjunto de rock o heavy metal, realmente es valorada por su talento antes que juzgada por su belleza y físico; si el embarazo y maternidad van de la mano con ser músico de rock y heavy metal? Ivan Allué Montilla afirmativamente se plantó estas interrogantes y muchas otras, y asimismo se

ha hecho conocer a un centenar de mujeres rockeras, cantantes, músicos o aficionadas para que cuenten sus puntos de vida. (Allué Montilla, n.d.)

**La chica del grupo:** Escrito por Gordon kim, en el 2015, kim Gordon cuenta la historia de su experiencia de ser la chica en un grupo de hombre en los 80, con su esposo, Thurston Moore, y el guitarrista Lee Ranaldo, una de las bandas únicas, extrañas e influyentes de la escena rock en estados unidos, Sonic Youth. “La chica del grupo” no es más que un texto de las experiencias vividas del autor, nada más ni nada menos que de un de los iconos femeninos más grandes de todos los tiempos, una chica que, creo su propio estilo y se hizo su propio lugar en selecto grupo masculino y, en su momento muy sexista. También cuenta como fue la creación la creación de sus grandes éxitos musicales, lo que tuvo que pasar a raíz de la fama y su vida descontrolada, sus excesos etc., al fin y al cabo “sexo, drogas y rock and roll.(Gordon, 2015)





*Imagen 2 Radical Reads, R. R. (2018, 18 abril). Kim Gordon's Favorite Books [Foto]. Recuperado de <https://radicalreads.com/>*

**Historia ilustrada del rock:** De la autora Susana Monteagudo Duro, en noviembre del 2018, del rock no se tiene un día de nacimiento preciso. Siquiera una persona lo ha intentado descifrar por sus extensas referencias a nivel mundial. todo parece indicar que nació en Norteamérica con la mezcla de distintos sonidos como el blues, el jazz, el country o el rhythm and blues, entre otros. En los años quincuagésimo algunos músicos mezclaron esos géneros desprendiendo este nuevo sonido sin querer gestaron toda una rebelión musical, donde ese nuevo ritmo provocaría una gran ola de descontrol juvenil que fue creciendo a pasos agigantados como ningún género en toda la historia musical, empezando con el inigualable y sensual Elvies Presley, sus ritmos, bailes y atuendos descarriados para la época, que lo convirtió en un icono sexual, musical y de la moda

para los jóvenes. La Historia ilustrada del rock, cuenta todo acerca de este fenómeno, esta revolución musical del rock que se gestó y cada uno de sus puntos entre ellos bandas, festivales, canciones y álbumes imprescindibles, tribus urbanas, soportes, estilos, medios de comunicación, discográficas... un libro infaltable e inolvidables en el repertorio literario de cualquier rockero.(Monteagudo, 2018)

**“Crónicas del Rock:** Crónicas del Rock es un éxodo in perdible a través de la toda la historia y leyenda de las 250 bandas más re del rock de todas las épocas. Sus minuciosos textos acogen todo el recorrido de los grupos, con sus cambios de integrante, ritmos, sonidos y estampilla o sellos discográfico, y también recordando y mostrando. Los grandes momentos de gloria que lograron y los llevaron a la consagración como grandes artistas, las canciones representativas de cada banda. La investigación se completa mediante imágenes y excepcionales fotografías de sus sencillos, discografías, conciertos, fiestas, escándalos y vida personal, que permiten estimar los cambios de imagen y estilo más icónicos de cada banda...”(Roberts, 2013)

### **Pattern magic: la magia del patronaje tomo 1, 2 y 3: El autor Tomoko**

**Nakamichi:** creo uno de los mejores libros de patronaje de todos los tiempos 'Pattern magic - La magia del patronaje' 'Pattern magic - La magia del patronaje' es el libro de culto entre diseñadores del patronaje moderno. El trabajo y obra, nació con principio de las investigaciones realizadas por Tomoko Nakamichi para instituir y enseñar a sus alumnos del Bunka Fashion College de Tokio, recopilo más de treinta patrones desde el inicio hasta las formas y prendas que forman en estructuras en dos dimensiones, estas creaciones aparentemente eran imposibles. Aberturas, prenses, alforzas, fruncidas, prominencias y protuberancias (dekoboko), cráteres o estructuras cóncavas, hoyos

(otoshiana), torsiones (nejiri), nudos y lazadas (musubu)... estos grandes volúmenes aportan a el patronaje grandes y fabulosas formas, que no pierden elegancia, estos patrones fueron creados a raíz de la práctica nipona de patronaje, arte de papel, arte manual y ancestral milenaria de una imaginación ilimitada. El efecto es una sinopsis de sencillas soluciones de patronaje que incluyen fotografías y prácticos diagramas de las fases de reconstrucción, las glasillas y las prendas acabadas.(Nakamichi & Herrero, 2012)

“**Pattern Magic Stretch Fabrics** es el tercer tomo de la serie de libros japoneses de trazo y corte de patrones de libros de patronaje de culto moderno, hoy traducidos al inglés. El original libro se centra en ocuparse y centrarse en la tela de tejido elástico y jersey, los tejidos que se extiende a lo extendido, largo o hacia los lados para la manipulación y convertirlo un patronaje mágico en sí mismo. Este libro toma las cualidades especiales de los tejidos elásticos y los utiliza para crear diseños escultóricos y sorprendentes. En dos partes, el libro muestra cómo ocuparse con tejidos elásticos y cómo cortar patrones

que explotan sus propiedades con sus resultados verdaderamente originales. El libro está acompañado por un mecanismo de patrón de papel básico”.(Nakamichi & Walker, n.d.)



*Imagen 3 NUNONU Blog, N. B. L. O. G. (2013, 25 septiembre). Pattern Magic: La magia de los patrones a la japonesa [Ilustración]. Recuperado de <http://www.nunonu.com/Los libros de Tomoko Nakamichi>, profesora en el Bunka Fashion College de Tokio, se consideran libros de culto al patronaje contemporáneo.*

**Patronaje, las bases / Pattern, the Basis:** creado por Teresa Gilewska, Es un libro manual para la consulta y referencias para la consulta de patronistas o diseñadores primíparos e inexpertos en este mundo de la moda se realizó un manual de consulta y de referencia básicas que todo los aficionados y profesionales de diseño de moda deben aprender, una herramienta útil y práctica..(Gilewska, 2012)

**Técnicas de patronaje: Carrera de Diseño y Gestión en Moda (Tomo I - Mujer):** Creado por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, en mayo 2017. El primer tomo de este compendio y dedicado a las figura, formas y composición de prendas de femeninas y está dirigido para hacer el camino y los primeros pasos de ingreso al mundo del patronaje por sus diseños de patronaje sencillos y fácil de

interpretar, seguir, trazar y realizar.(Carrera de Diseño y Gestión en Moda de la UPC, n.d.)

**El lenguaje de la moda:** La novelista Alison Lurie, crea en 1994, este libro que pretende hurgar entre lo más profundo del pensamiento, cuestionando y analizando profundamente todo aquello que dice o pregonan nuestra forma de vestir “que dice nuestra ropa de nosotros” y consentir con ello una teoría considerablemente atractiva, por que se generan los cambios en las modas y que producen, cuestiona e invita a no seguir a los diseñadores. A partir de allí, Alison Lurie analiza e investiga sobre las prendas “ropas o indumentarias, y extrayendo de ellas pesquisa o información totalmente ligada y relacionado gustos, profesiones, culturas, religiones, procedencias geográficas, personalidades, política, sexualidad e incluso el estado de ánimo y apariencias de los individuos. La consumación del libro obligara a pensar realmente lo que se utiliza.(Lurie, 1994)

**Tribus urbanas: cazadores de identidad:** “En este fascinante libro escrito en 2009, por Constanza Cafarelli plantea dos ítems fundamentales, por un parte, situar en argumento y explicar las que son las tribus urbanas, su historia, cronología y propósitos como grupo, contar la variedad de tribus que existen que son bastantes; por otro, efectuar un estudio exhaustivo para la explicación entre la relación de sus ideas, pensamientos y comportamientos de las tribus urbanas. Para lograr estos objetivos, al iniciar explica la etapa del joven, comportamiento, hábitos y la concepción de tribus, más allá se describe algunos grupos específicos, metaleros, punk y sus comportamientos anarcos y

encontrar de toda autoridad y para finalizar se intenta dar recuento del sentido que reviste ser parte de una tribu urbana y por qué pertenecen a ellas”.(Cafarelli, 2008)

**“Ritos simbólicos y costumbres de las tribus urbanas:** Se trata pues de una introducción al tema de una manera, sensible, accesible y amena para entender dichas tribus, repleta de recopilación de anécdotas y ejemplos de muchas personas que pertenecen a los mismos. Las tribus urbanas son visibles en la grandeza de las ciudades de los cinco continentes, pero para el habitante de a común constituyen un consumado enigma. Este libro es el producto de una exploración exhaustiva llevada a extremidad por dos miembros de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, que narran su propio conocimiento con skinheads, siniestros, ocupas y muchos otros grupos. Sus creencias y gustos, sus ritos y costumbres, no dejarán inmutable a lector ninguno, si bien interesarán en específico a los padres de adolescentes que en un día a día conviven con estas "tribus". Un libro que refuerza a entender las claves que rigen ese complicado mundo, a veces furtivo en la concavidad de nuestros hogares.

Sociología de las Tendencias un libro que nos sumergir en un universo de las tendencias desde de un punto de vista sociológico. A través de su usual estilo fresco y de una albúmina aptitud divulgativa, Guillaume Erner crea un relato sarcástico y divertido referente a cómo unos individuos, distintos los unos de los otros, sin haberse puesto anticipadamente un convenio, nos muestran comportamientos y estilos de forma simultánea y parecida. Sociología de las tendencias explora la tradición actual de este fenómeno presentando los enfoques teóricos mas

relevantes que abordado la investigación exhaustiva de las tendencias de la moda desde lo psicológico y los comportamientos humanos.” (Matus Madrid, 2000)

**“vestimenta y protocolo: "La elegancia no es sinónimo de poder económico, sino de buen gusto"” dijo Coco Chanel**, ella seguramente uno de los personajes mas innovadores y rebeldes de la moda, que con una gran inteligencia reflexionó sobre la moda. La elegancia es un état d'esprit, es decir, **“una fase del espíritu”**, muestra que no tiene que percibir con el capital, ni con las marcas, ni con la situación social. **“Vestimenta y protocolo”** es una guía básica de buenas costumbres en la forma del buen vestir, escrita por un profesional de la moda y del estar al tanto estar como Ramón Piqué, nacido de la unión de sastre y una confesionista, que cuenta con una basta experiencia y practica en la materia de más de treinta años en varias prestigiosas firmas de moda internacionales.” (Piqué Sans & Carol, 2008)

“El texto abarca, de modo didáctico y practico estos puntos para un buen vestir, a través de situaciones anécdotas y ejemplos propias y de personas allegadas, los distintos códigos de vestimenta (informal, formal, festivo) que imperan en nuestra generalidad, siendo un instrumento de gran provecho para todas aquellas personas que quieren verse y vestir de una forma adecuada, elegante en cada momento y que consideren significativo el asesoramiento y direccionamiento de un profesional de la moda. **“Vestimenta y protocolo”** fue presentado el pasado 18 de diciembre de 2008 en el Ilustre Colegio de Abogados de Barcelona. En el acto intervinieron: Marius Carol,

periodista de La Vanguardia, Chantal Moll de Alba, editora y el autor, Ramón Piqué.  
 ""(Piqué Sans & Carol, 2008)

**Prendas transformables. (El clima como factor influyente en la modificación morfológica de la indumentaria urbana)** “El tema central del Proyecto de Grado es la creación de prendas transformables, que favorezcan e incrementen la calidad de vida de las personas. Ello depende de las capacidades que posee el diseñador de solventar las demandas empleando diversos mecanismos y herramientas. Es sumamente importante plantear que, en estos casos, los creadores tienen que estar preparados para disponer y recurrir a distintos recursos que superan lo puramente estético del producto, incorporando conocimientos sobre elementos constructivos, que permiten crear diseños funcionales. Por ende, el presente trabajo intenta demostrar que la disciplina del Diseño de la Indumentaria permite desarrollar, desde las diferentes etapas que componen su proceso de diseño, indumentos funcionales planteados para cubrir distintas necesidades que poseen los individuos.”(Finkelstein, 2011)

**“Bolsa de dormir transformables 2000:** En base al artículo del 2015, Company Store establece que ...Habiendo creado la primera pieza "Crystal Wind" tintada al desarrollar el paquete de hombro de la compañía CP, Moreno Ferrari diseñó el "Saco de dormir" para la línea Transformables en el año 2000. Esta pieza translúcida también se produjo en un color naranja intenso, y podría decirse que Su diseño más innovador hasta la fecha. Company Store, D. P. (2015, 19 septiembre). BOLSA DE DORMIR TRANSFORMABLES 2000. La pieza era hermosa en su simplicidad, pero presentaba una serie de detalles funcionales que mejoraban su versatilidad; permitiendo que se transforme de una chaqueta con capucha y una bolsa de hombro en un saco de dormir de



largo completo con el uso de una sola cremallera. En cada estado, el diseño presentaba una multitud de bolsillos, costuras selladas y cordones ajustables para adaptarse a los requisitos del usuario en diferentes condiciones.” (CP Company Store, 2015)



*Imagen 4 Company Store, D. P. (2015b, 19 septiembre). BOLSA DE DORMIR TRANSFORMABLES 2000 [Foto]. Recuperado de <https://www.cpcompany.co.uk/blogs/archive/59086725-transformables-sleeping-bag-2000> (CP Company Store, 2015)*

**“Moda transformable "Los diseños de Ximena Valero"”:** En un estudio reciente ... YANIRA FRANCO (2014) ha descubierto en un estudio reciente ...En 2014, YANIRA FRANCO establece que ...Con un poco de creatividad, "Los diseños de Ximena Valero" pueden ir desde recatada a sexy, e incluso puede llegar a ser sólo un top o falda. “Ximena Valero nacida en México, es una diseñadora reconocida a nivel mundial por la moda transformable, su línea de vestidos que pueden ser usados de múltiples formas han hecho que se haya consolidado en el mercado como un gran talento mexicano a pesar de radicar en Los Ángeles California. La idea se remonta a los inicios de la carrera de Valero. A la edad de 9 años, su madre,

una mujer amorosa, pero estricta, inscribió a Valero en una clase de costura.”(Franco, 2014)

**“Rise by Hussein Chalayan: En el artículo extraído de la revista de moda dezeen,** (Dan Howarth, 2013b) nos cuenta. Los vestidos dos en uno que se transforman con un solo tirón se mostraron como parte de la colección Otoño Invierno 2013 del diseñador de modas londinense Hussein Chalayan en la Semana de la Moda de París. Las prendas se tiran del escote para soltar poppers a través de los hombros y revelar una capa de material debajo. Esta capa de tela cae en cascada por el cuerpo, ocultando la parte superior anterior debajo y creando un nuevo atuendo de cuerpo entero. Las prendas diseñadas para Black Line de Chalayan tienen como objetivo combinar la ropa de día y la ropa de noche en una sola prenda. El primer atuendo se transforma de un vestido oscuro, con tirantes gruesos y cortes en la falda, a un look de noche más ligero con dibujos de degradados verticales de color beige para la mayor parte de la longitud, desvaneciéndose en morados hacia el dobladillo.”(Howarth, 2013)



Imagen 5 *After Words*. Colección Otoño/Invierno 2000. Presentado en febrero de 2000 en teatro Sadler Wells de Londres. Jose Cavero, J. C. (2013, 3 enero). Hussein Chalayan. Un artista que hace moda [Foto]. Recuperado de <https://amparela.com/>(Howarth, 2013)



*Imagen 6 Dan Howarth, D. H. (2013a, 6 marzo). Rise by Hussein Chalayan [Foto]. Recuperado de <https://www.dezeen.com/>*

“**1 = 4 y más:** En 2018, **Myst.fashion** establece que ...Digamos que usted compra una hermosa pieza de ropa con una personalidad adjunta. ¿Cuántas veces lo guardará antes de que comience a aburrirlo? 5, tal vez 10? La pieza clásica quedará en tu armario durante años. ¡Pero qué pasa con los amantes de la moda que simplemente no pueden pasar por delante de las tendencias de moda atractivas y esos colores llamativos! Si te encantan los colores y la personalidad, pero te gusta viajar mucho o solo buscas un estilo de vida minimalista, ¡hemos pensado en ti! Ahora puedes vestir de la manera que más te gusta en tus viajes y guardar tu extravagante pieza una y otra vez en diferentes transformaciones.”(Myst, 2018)

“**MYST** ha desarrollado una nueva línea de prendas transformables para hacer declaraciones que encarnan todos los valores que la marca representa: innovación de versatilidad, diseño y calidad excepcionales, junto con una fabricación ética. Echa un

vistazo a una de nuestras piezas de cachemir reversibles CHLOE. Esta pieza se transforma de una capa acampanada en una falda de círculo completo y se puede usar de 4 maneras diferentes.”(Myst, 2018)



*Imagen 7 Myst.fashion, M. Y. S. (2018b, 30 enero). 1 = 4 y más [Foto]. Recuperado de <http://myst.fashion/1-4-and-more>(Myst, 2018)*

### **Preguntas problema**

¿El nicho de mercado femenino de la escena “rock” en Bogotá, se identificaría con estas chaquetas transformables?

¿Cuántas mujeres amantes del rock, buscan versatilidad en sus atuendos cotidianos y estén a gusto con el proyecto?

¿Cuáles son las profesiones, oficios o actividades de las mujeres de la escena rock bogotana y cada cuanto se enfrenta a cambios fuertes de vestuario en lo laboral y lo personal, para conocer como se sienten al respecto y si en algún momento se han visto afectados con el protocolo de vestuario?

¿Cuales son los estereotipos, que envuelven a las mujeres de la cultura rock?

### **Capitulo 3**

#### **Metodología**

##### **Enfoque metodológico**

“Según un estudio reciente por Eliana Osorio, E. O. (2018, 21 agosto). Más de 185.000 personas vivieron Rock al Parque 2018, para la alcaldía mayor de Bogotá y el festival rock al parque 2018 se estima que hay unos 180.000 fanáticos del rock en la ciudad de Bogotá, donde el 45% son mujeres con un valor de 81.000, es importante establecer que se toma de referente de toma de muestra la ciudad de Bogotá no solo por que es la capital, sino que a su vez tiene una rica y diversa mezcla cultural ya que en la capital Colombiana, reside gente de todo el país y del mundo.”(Osorio, 2018)



*Imagen 8 Luz Viviana Ramírez, L. R. (2017, 21 noviembre). Símbolos - Lo que distingue a nuestra ciudad. Recuperado 16 mayo, 2019 (Ramírez, 2019)*

Esta investigación como cualquier otra, necesita de bases sólidas, rigurosa, organizada que deben ser realizada cuidadosamente, para saber la verdadera viabilidad del proyecto aquí presentado, apartando los hechos y evitar a toda costa suposición. Los datos y las muestras poblacionales totales del nicho de mercado de la ciudad de Bogotá, están guiadas por la participación de eventos de rock en la ciudad de Bogotá, encuestas realizadas por la Alcaldía Mayor de Bogotá, por emisoras radiales como radioactiva entre otras. de la misma manera se realizaron entrevistas y encuestas cuantitativas y cualitativas, para la recolección y análisis de dato de forma asertiva y directa con el nicho de mercado y fueron realizadas por el autor en el presente año 2019.

## **Diseño**

Se planteo una pregunta problema concreta ¿Como crear chaquetas transformables femeninas, que funcionen en diversas ocasiones de uso, para mujeres amantes del rock, sin que estas pierdan su esencia en la ciudad de Bogotá? Después de ser planteado la pregunta problema, se considera lo investigado de fuentes externas y se construye un marco teórico que genera una o varias hipótesis de la viabilidad, una de ellas y la mas importante es verificar si el consumidor realmente gusta, necesita y acepta el producto ofrecido, se sometió a prueba mediante los métodos estadísticos de investigación apropiados. Y así se genero una hipótesis final, dando respuesta a cada ítem investigativo del proyecto.

Se creará confianza y peso investigativo en la teoría de sustentación. La hipótesis se genero antes de la recolección y análisis de datos. La recolección de datos de este proyecto se basa en la medición de las muestras estadísticas. Como esta información resultante se pretende dar medida, a las incógnitas del estudio, siendo reales y verídicas, comprobadas en el “mundo real”, debido a que los datos son producto de una medición exhaustiva que se representan mediante números y se deben analizar a través de métodos estadísticos. En el proceso se busco tener el máximo control y manejo de las muestras estadísticas para minimice el error, se intento explicar y predecir los fenómenos investigados buscando regularidades para construcción y demostración de teorías, se siguió rigurosamente el proceso y, enfocado a la lógica, los datos generados poseen los estándares de validez y confiabilidad, y las conclusiones derivadas contribuirán a la generación aproximación utiliza la lógica o razonamiento deductivo.

Sistema de medición empleado en la investigación, técnica de muestreo aleatoria simple, como enfoque y universo la ciudad de Bogotá D.C.



<b>SISTEMA DE MEDICIÓN</b>	
Universo:	Bogotá D.C
Técnica de Muestreo	Muestreo Aleatorio Simple
Unidad de Muestreo:	Mujeres amantes del rock entre 25 y 35 años
Marco de la Muestra:	Poblacion femenina amante del rock
	Nivel de educación de entrevistados
	Viabilidad del producto
	Aceptación del producto
Tamaño de la Muestra:	100 encuestas para usuarios finales
	50 encuestas para la viabilidad del producto

*Tabla 0,1 investigación cuantitativa realizada por Heidi Dayan Martínez López (Lopez, 2019) En un estudio reciente (Encuesta, MARLO) MARLO encuesta, M. L. (s.f.). MARLO "prendas transformables Multiocasión para amantes del rock".*

## **Muestra**

El proyecto de investigación aquí presentado esta dirigido y centrado en la ciudad de Bogotá D.C, Colombia y está dirigido a la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN) al programa de diseño de modas de la sede centro, por lo tanto, será regida por las normas establecidas en este país y ciudad en específico. Leyes que impulsan el emprendimiento. Según un estudio reciente. Más de 185.000 personas vivieron Rock al Parque 2018, para la alcaldía alcaldía mayor de Bogotá y el festival rock al parque 2018 se estima que hay unos 180.000 fanáticos del rock en la ciudad de Bogotá, donde el 45% son mujeres con un valor de 81.000, es importante establecer que se toma

de referente de toma de muestra la ciudad de Bogotá no solo por que es la capital, sino que a su vez tiene una rica y diversa mezcla cultural ya que en la capital Colombiana, reside gente de todo el país y del mundo.

Se implementarán dos enfoques el cualitativo y el cuantitativo, para analizar de forma crítica, es decir que se evaluará y se busca tener una mejora constante. Suponiendo así que la observación precisa y el análisis de valores llevaran a la explicación de relación entre los resultados, creando bases solidadas para resultados, haciendo una constante predicciones de más resultados. se miden todos los resultados determinado una situación o pregunta problema; se analizan las mediciones de los valores optenidos “respuestas” obtenidas del (método estadístico) utilizado en este proyecto, y se establece una serie de, soluciones, común denominador, dando así una conclusión respecto a la hipótesis central del proyecto y dando respuesta a las preguntas problema. Los objetivos de estos dos métodos de investigación son, definir el enfoque cuantitativo y cualitativo del proyectó, reconocer las características del nicho de mercado del proyecto, comprobar la aceptación del producto ofrecido al consumidor entre otras. Estos métodos nos entregan una explicación y una solución a la pregunta problema siendo secuencial y probatorio que va acotándose y delimitando derivando así uno a uno los objetivos y preguntas de investigación, revisa la literatura constantemente y constituyendo un marco para la conclusiones y viabilidad del proyecto, se establecerían hipótesis de las preguntas impuestas.



*Imagen 9 mapa de Bogotá y sus localidades Fuente: (Alcaldía mayor de Bogotá, 2019)*

## Instrumentos

Los instrumentos utilizados para la investigación se harán por medio de una investigación cualitativa y cuantitativa obtenida por el autor, para dar así una prueba a la hipótesis y al logro de objetivos que es este caso serian:

- Examinar minuciosamente el nicho de mercado de la escena “rock” para determinar la viabilidad del proyecto, e identificar que es lo que quieren y necesitan.

- Conocer e investigar procesos de patronaje de prendas reformables para la ejecución del proyecto. Preguntar al nicho de mercado sobre el producto y cuales son sus mayores dificultades en el cambio de actividades diarias.
- Por medio de estadísticas que me comprueben, cuantas mujeres amantes del rock, buscan versatilidad en sus atuendos cotidianos y estén a gusto con el proyecto.
- Realizar el estudio pertinente del nicho de mercado de la escena “rock” para determinar la viabilidad del proyecto, e identificar la oferta y demanda del mismo.
- Indagar y generar muestras estadísticas que comprueben, cuantas mujeres amantes del rock, buscan versatilidad en sus atuendos cotidianos y estén a gusto con el proyecto.
- Preguntar a nuestro nicho de mercado, por medio de muestras estadísticas, las profesiones, oficios o actividades y cada cuanto se enfrenta a cambios fuertes de vestuario en lo laboral y lo personal, preguntando como se sienten al respecto y si en algún momento se han visto afectados con el protocolo de vestuario.
- Investigar e identificar los estereotipos, que envuelven a la cultura rock y buscar una posible disolución de los mismos.
- Realizar una investigación de todo lo que refiere a los eventos “toques, showroom con conceptos underground o pequeños conciertos” de rock en Bogotá que tal lucrativos y efectivos son.

## **Procedimiento**

Los datos usados por el proyecto se basan en encuestas cualitativas y cuantitativas realizadas por el autor Heidy Dayan Martínez López, festivales de música y eventos de

música de rock o afines, tales como rock al parque, Bogotá grita rock y Bogotá tatto fest, dichos eventos fueron realizados en el presente año “2018” y monitoreados por la Alcaldía mayor de Bogotá, acompañados y apoyados de datos del comportamiento del consumidor.

### **Análisis de la información**

El propósito de este estudio, es realizar una investigación completa de manera cualitativa y cuantitativa del nicho de mercado femenino “rock” en la ciudad de Bogotá, para demostrar la viabilidad del proyecto de creación de chaquetas transformables para diversas ocasiones de uso, identificar si el público objetivo quiere o le interesa dichos productos y experiencias, es clave recordar que este proyecto tiene dos puntos claves:

1. El primero crear prendas transformables para diversas ocasiones de uso (desde la oficina, hasta un toque o concierto), que contengan una estética femenina, sensual y apropiada para cada situación, sin perder su esencia rock, este proyecto pretende acabar con los estereotipos hacia las mujeres amantes del rock y su estética, demostrado que las mujeres del rock también pueden ser versátiles, sin perder su estilo. Contando con un proceso, desde diseño y producción 100% bogotano y apoyándose en la industria textil nacional.
2. El segundo la creación de eventos, que generen a su vez experiencia atractivas a las consumidoras, con la alianza con bandas bogotanas de rock, pagando por evento la participación de dichas bandas.

El nicho de mercado estudiado es la mujer bogotana exhibiciones, amante de la música rock, independiente, profesional y soñadora, odia los estereotipos y el protocolo social, es

valiente, empoderada, impertinente, sensual y femenina, se enfrenta a múltiples situaciones laborales y personales donde tiene que sacar su lado mas versátil y camaleónico sin perder su esencia. Una exploradora constante e inquieta observadora que siente fascinación por los nuevos referentes. Ama intensamente lo que hace y a los suyos, la tecnología y las redes sociales hacen parte de su día a día lo cual las mantiene informadas y actualizadas ante todo lo que pasa en el mundo, su vida y sus experiencias viajan a la velocidad del Internet.

## **Capitulo IV**

### **Resultado de análisis de datos**

Según la investigación cuantitativa y cualitativa realizada por Heidy Dayan Martínez López. En un estudio recientes encuestas realizadas por el autor y el proyecto MARLO " chaquetas transformables Multiocasión para amantes del rock". Recuperado 16 mayo, 2019, ", se dio respuesta a cada incognitita que se tenia previamente. Esta encuestas se realizo en la ciudad de Bogotá, con mujeres amantes del rock, entre los 25 y 40 años, con una muestra de 100 participantes.

### **Recolección y tabulación de resultados**

#### **Encuesta (método cuantitativo)**

¿Como crear chaquetas transformables femeninas, que funcionen en diversas ocasiones de uso, para mujeres amantes del rock, en la ciudad de Bogotá?

Examinar minuciosamente el nicho de mercado de la escena "rock" para determinar la viabilidad del proyecto, e identificar que es lo que quieren y necesitan.

Según un estudio reciente por (Eliana Osorio, 2018) Eliana Osorio, E. O. (2018, 21 agosto). Más de 185.000 personas vivieron Rock al Parque 2018, para la alcaldía mayor de Bogotá encuestas de tribus urbanas 2018 y el festival rock al parque 2018 se estima que hay unos 180.000 fanáticos del rock en la ciudad de Bogotá, donde el 45% son mujeres con un valor de 81.000, es importante establecer que se toma de referente de toma de muestra la ciudad de Bogotá no solo por que es la capital, sino que a su vez tiene una rica y diversa mezcla cultural ya que en la capital Colombiana, reside gente de todo el país y del mundo.

1. Realizar una investigación de todo lo que refiere a los eventos “toques, showroom con conceptos underground o pequeños conciertos” de rock en Bogotá que tal lucrativos y efectivos son.

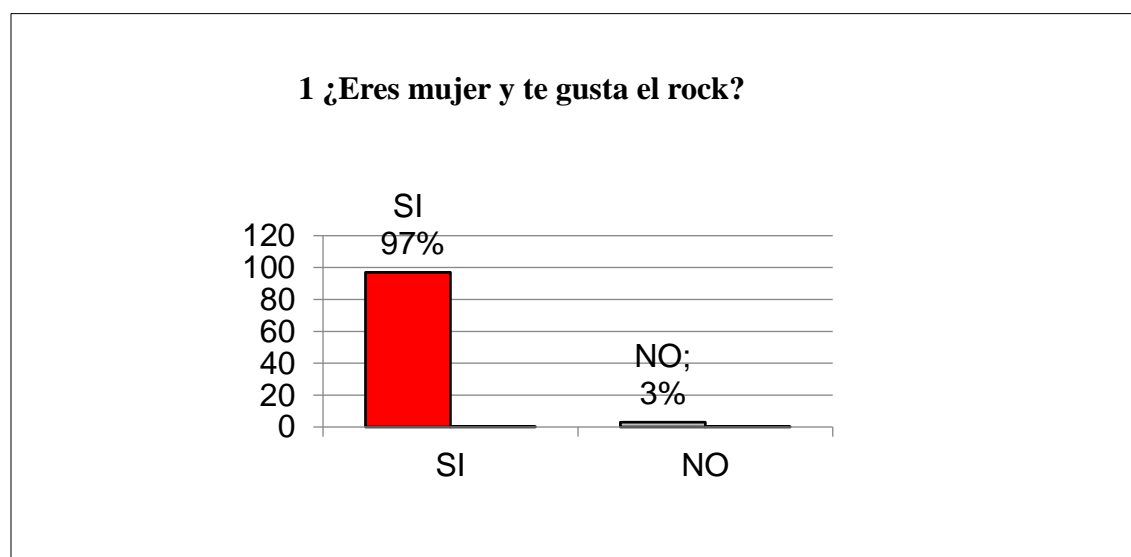
Es importante tener en cuenta que la creación de eventos y ferias a crecido un 47% en Bogotá para el 2018, de este porcentaje un 70 % esta enfocado o relacionado con la escena rock, mostrando gran participación de nacionales y extranjeros amantes del genero, en lo recorrido del año 2017 se registraron 103 eventos relacionados con el rock contando eventos de gran magnitud como el BogotaFest , Kaníbalfest, Bogotá grita rock etc. Que llegan a tener una participación de 2 mil asistentes en un día (rockombia, s.f., pág. ROCKOMBIA ) .

2. Realizar el estudio pertinente del nicho de mercado de la escena “rock” para determinar e identificar la oferta y demanda del mismo, indagar y generar muestras estadísticas que comprueben, cuantas mujeres amantes del rock, buscan versatilidad en sus atuendos cotidianos y estén a gusto con el proyecto.

¿Eres mujer y te gusta el rock?

Alternativas	# Encuestas	% Respuestas
SI	97	24,25%
NO	3	0,75%
TOTAL	400	25,00%

Tabla 1 investigación cuantitativa realizada por Heidi Dayan Martínez López. (Lopez, 2019) En un estudio reciente (Encuesta, MARLO) MARLO encuesta, M. L. (s.f.). MARLO "prendas transformables Multiocasión para amantes del rock".



Grafica 1 investigación cuantitativa realizada por Heidi Dayan Martínez López. (Lopez, 2019) En un estudio reciente (Encuesta, MARLO) MARLO encuesta, M. L. (s.f.). MARLO GRAFICA "prendas transformables Multiocasión para amantes del rock".

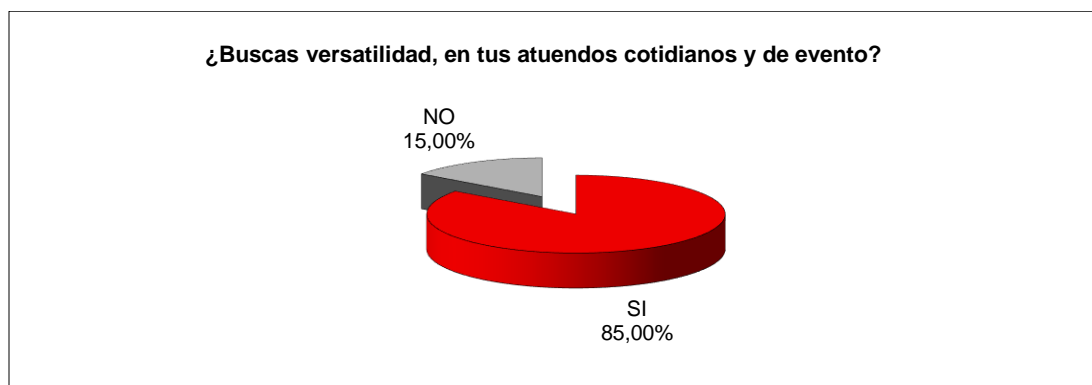
¿Buscas versatilidad, en tus atuendos cotidianos y de evento?

Alternativas	# Encuestas	% Respuestas
SI	85	85,00%



NO	15	15,00%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100,00%</b>

Tabla 2 investigación cuantitativa realizada por Heidy Dayan Martínez López (Lopez, 2019) En un estudio reciente (Encuesta, MARLO) MARLO encuesta, M. L. (s.f.). MARLO GRAFICA "prendas transformables Multiocasión para amantes del rock".

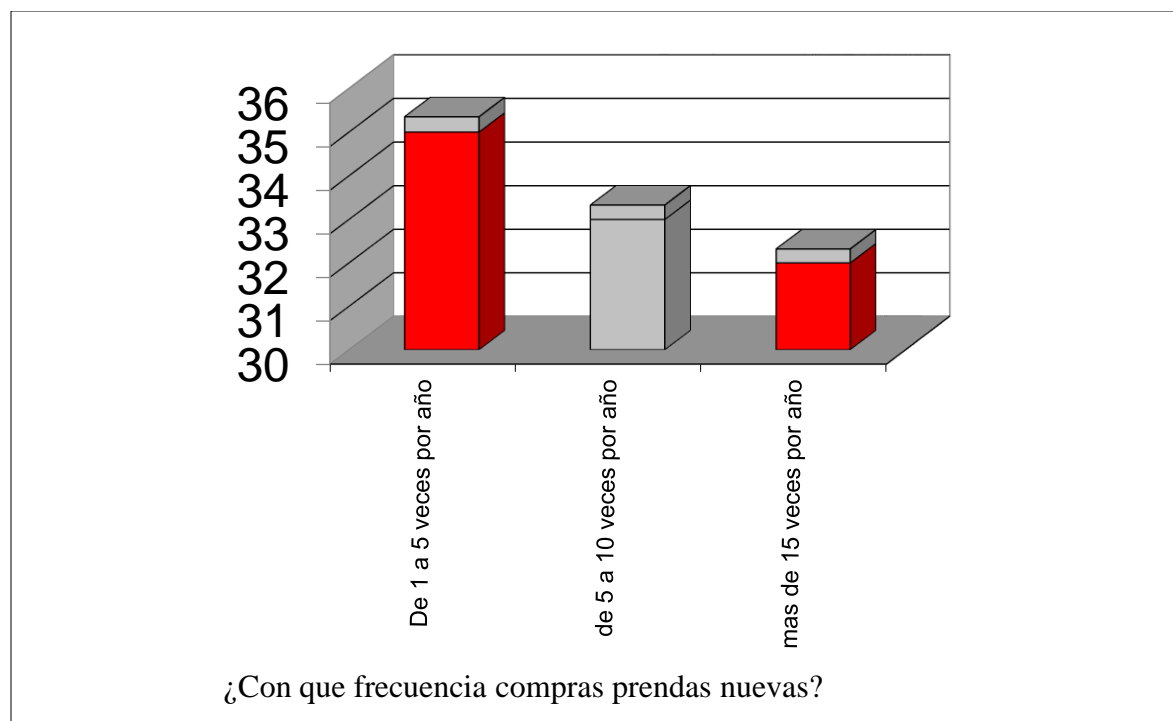


Grafica 2 investigación cuantitativa realizada por Heidy Dayan Martínez López (Lopez, 2019) En un estudio reciente (Encuesta, MARLO) MARLO encuesta, M. L. (s.f.). MARLO GRAFICA "prendas transformables Multiocasión para amantes del rock".

¿Con que frecuencia compras prendas nuevas?

Alternativas	# Encuestas	% Respuestas
<b>De 1 a 5 veces por año</b>	35	35,00%
<b>de 5 a 10 veces por año</b>	33	33,00%
<b>mas de 15 veces por año</b>	32	32,00%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100,00%</b>

Tabla 3 investigación cuantitativa realizada por Heidy Dayan Martínez López (Lopez, 2019) En un estudio reciente (Encuesta, MARLO) MARLO encuesta, M. L. (s.f.). MARLO GRAFICA "prendas transformables Multiocasión para amantes del rock".



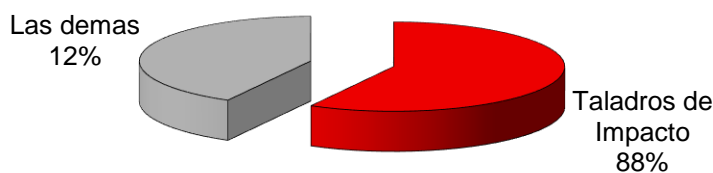
Grafica 3 investigación cuantitativa realizada por Heidy Dayan Martínez López (Lopez, 2019) En un estudio reciente (Encuesta, MARLO) MARLO encuesta, M. L. (s.f.). MARLO GRAFICA "prendas transformables Multiocasión para amantes del rock".

¿Compras una prenda para cada situación o evento nuevo que tengas?

Alternativas	# Encuestas	% Respuestas
SI	58	58,00%
NO	42	42,00%
TOTAL	100	100,00%

Tabla 4 investigación cuantitativa realizada por Heidy Dayan Martínez López (Lopez, 2019) En un estudio reciente (Encuesta, MARLO) MARLO encuesta, M. L. (s.f.). MARLO "prendas transformables Multiocasión para amantes del rock".

**¿Compras una prenda para cada situación o evento nuevo que tengas?**



*Grafica 4 investigación cuantitativa realizada por Heidy Dayan Martínez López (Lopez, 2019) En un estudio reciente (Encuesta, MARLO) MARLO encuesta, M. L. (s.f.). MARLO GRAFICA "prendas transformables Multiocasión para amantes del rock".*

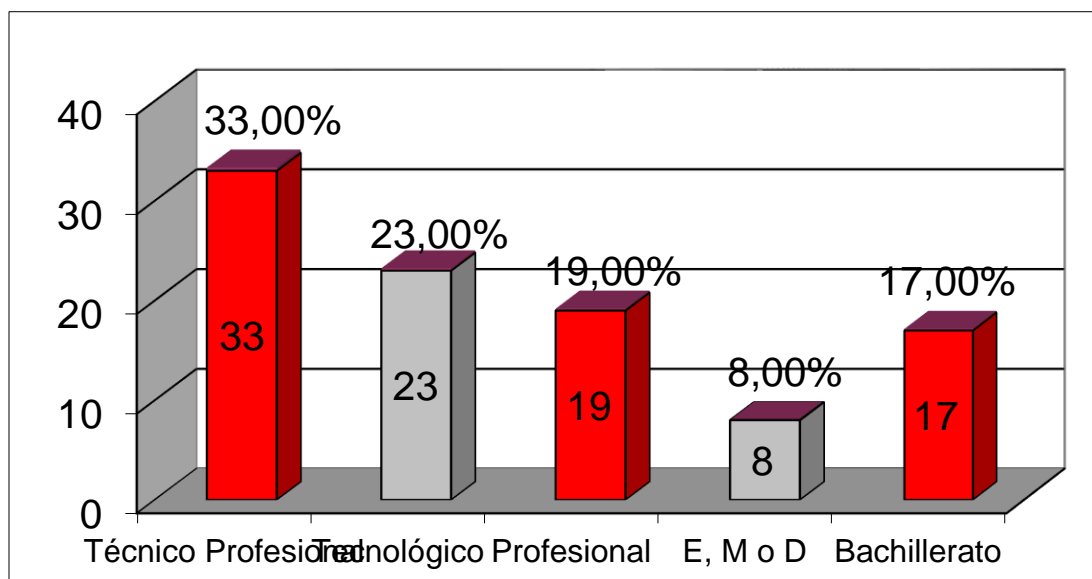
3. Preguntar a nuestro nicho de mercado, por medio de muestras estadísticas, las profesiones, oficios o actividades y cada cuanto se enfrenta a cambios fuertes de vestuario en lo laboral y lo personal, preguntando como se sienten al respecto y si en algún momento se han visto afectados con el protocolo de vestuario. ¿Cuáles son las profesiones, oficios o actividades de las mujeres de la escena rock bogotana?

¿Que nivel de formación educativa tienes?

Alternativas	#	Total Encuestas	% Respuestas
Técnico Profesional	33	100	33,00%
Tecnológico	23	100	23,00%
Profesional	19	100	19,00%

E, M o D	8	100	8,00%
Bachillerato	17	100	17,00%
TOTAL	100		

Tabla 5 investigación cuantitativa realizada por Heidi Dayan Martínez López (Lopez, 2019) En un estudio reciente (Encuesta, MARLO) MARLO encuesta, M. L. (s.f.). MARLO "prendas transformables Multiocasión para amantes del rock".

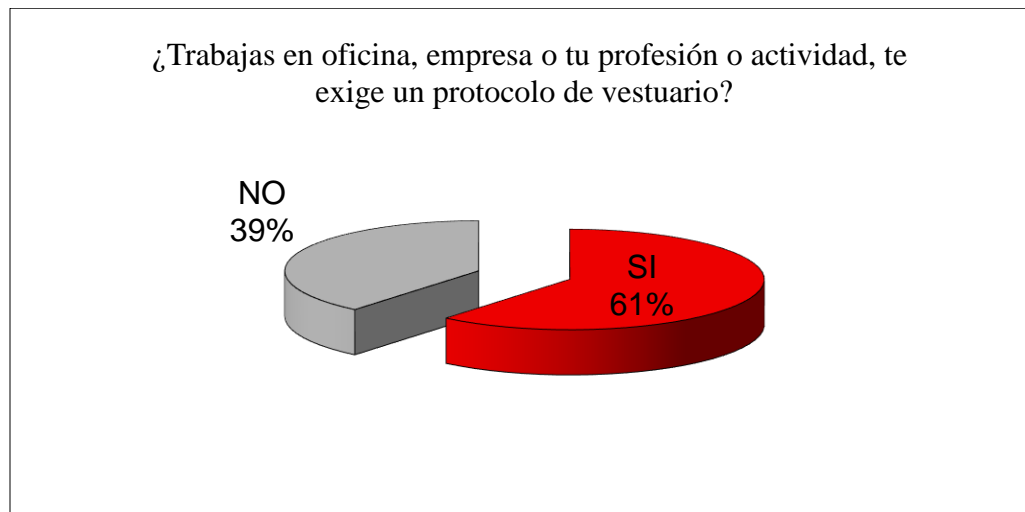


Grafica 5 investigación cuantitativa realizada por Heidi Dayan Martínez López (Lopez, 2019) En un estudio reciente (Encuesta, MARLO) MARLO encuesta, M. L. (s.f.). MARLO GRAFICA "prendas transformables Multiocasión para amantes del rock".

¿Trabajas en oficina, empresa o tu profesión o actividad, te exige un protocolo de vestuario?

Alternativas	# Encuestas	% Respuestas
SI	61	61,00%
NO	39	39,00%
TOTAL	100	100,00%

Tabla 6 investigación cuantitativa realizada por Heidy Dayan Martínez López (Lopez, 2019) En un estudio reciente (Encuesta, MARLO) MARLO encuesta, M. L. (s.f.). MARLO "prendas transformables Multiocasión para amantes del rock".



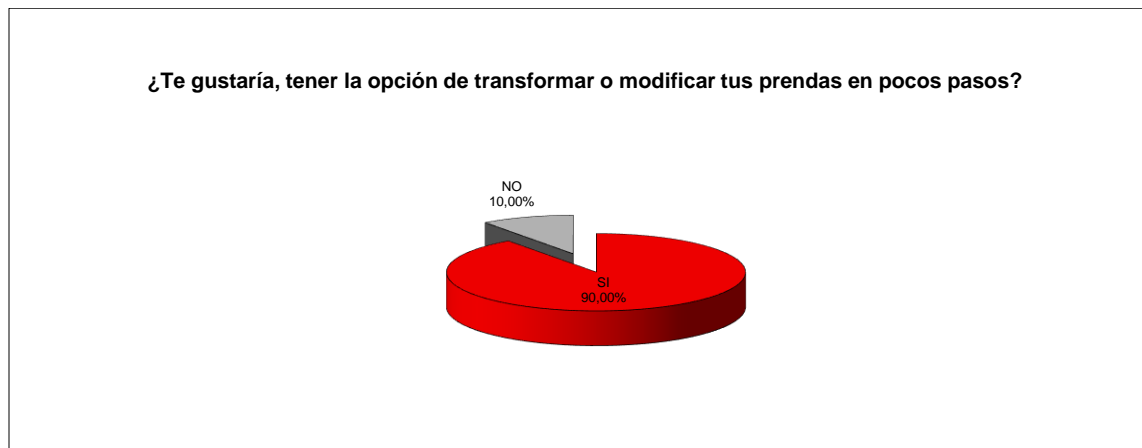
Grafica 6 investigación cuantitativa realizada por Heidy Dayan Martínez López (Lopez, 2019) En un estudio reciente (Encuesta, MARLO) MARLO encuesta, M. L. (s.f.). MARLO GRAFICA "prendas transformables Multiocasión para amantes del rock".

- Examinar minuciosamente el nicho de mercado de la escena "rock" para determinar la viabilidad del proyecto, e identificar que es lo que quieren y necesitan. Realmente el nicho de mercado le gusta la idea y estaría dispuesto a comprar estas chaquetas transformables.

¿Te gustaría, tener la opción de transformar o modificar tus prendas en pocos pasos?

Alternativas	# Encuestas	% Respuestas
SI	90	90,00%
NO	10	10,00%
TOTAL	100	100,00%

Tabla 7 investigación cuantitativa realizada por Heidy Dayan Martínez López (Lopez, 2019) En un estudio reciente (Encuesta, MARLO) MARLO encuesta, M. L. (s.f.). MARLO "prendas transformables Multiocasión para amantes del rock".

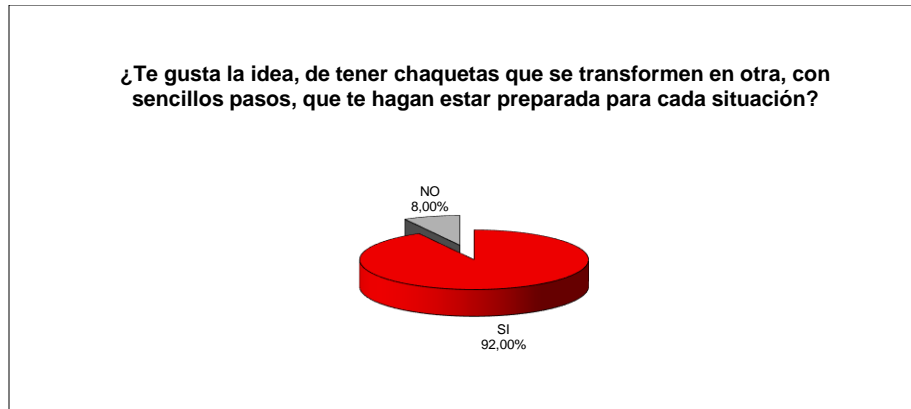


Grafica 7 investigación cuantitativa realizada por Heidy Dayan Martínez López (Lopez, 2019) En un estudio reciente (Encuesta, MARLO) MARLO encuesta, M. L. (s.f.). MARLO GRAFICA "prendas transformables Multiocasión para amantes del rock".

¿Te gusta la idea, de tener chaquetas que se transformen en otra, con sencillos pasos, que te hagan estar preparada para cada situación?

Alternativas	# Encuestas	% Respuestas
SI	92	92,00%
NO	8	8,00%
TOTAL	100	100,00%

Tabla 8 investigación cuantitativa realizada por Heidy Dayan Martínez López (Lopez, 2019) En un estudio reciente (Encuesta, MARLO) MARLO encuesta, M. L. (s.f.). MARLO "prendas transformables Multiocasión para amantes del rock".

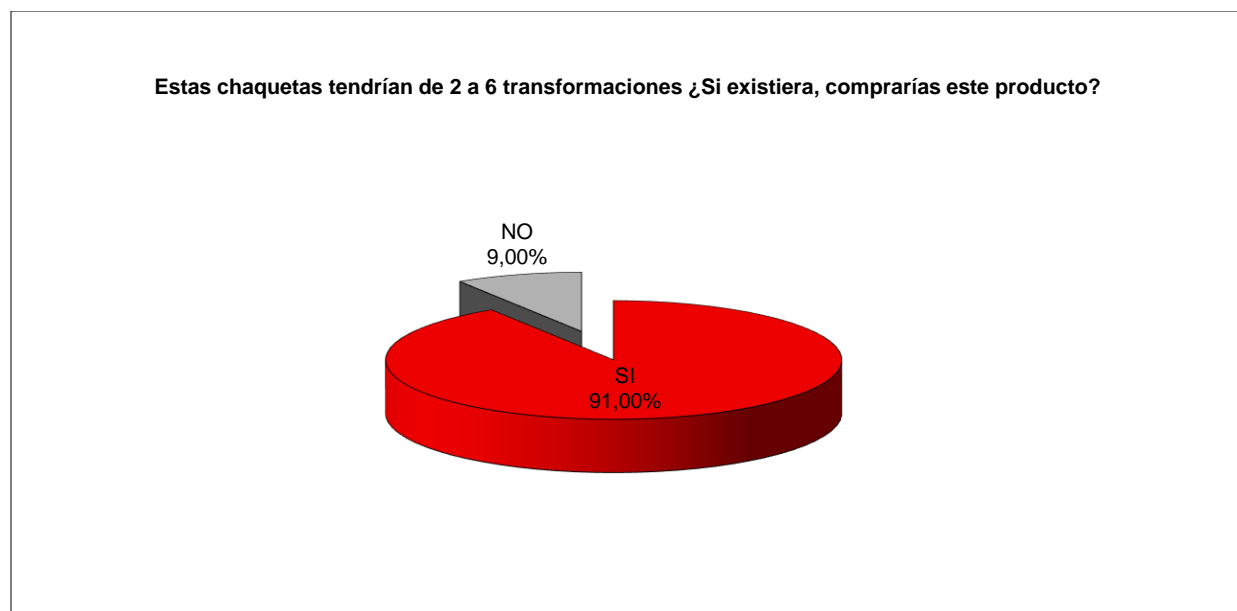


Grafica 8 investigación cuantitativa realizada por Heidi Dayan Martínez López (Lopez, 2019) En un estudio reciente (Encuesta, MARLO) MARLO encuesta, M. L. (s.f.). MARLO GRAFICA "prendas transformables Multiocasión para amantes del rock".

Estas chaquetas tendrían de 2 a 6 transformaciones ¿Si existiera, comprarías este producto?

Alternativas	# Encuestas	% Respuestas
SI	91	91,00%
NO	9	9,00%
TOTAL	100	100,00%

Tabla 9 investigación cuantitativa realizada por Heidi Dayan Martínez López (Lopez, 2019) En un estudio reciente (Encuesta, MARLO) MARLO encuesta, M. L. (s.f.). MARLO GRAFICA "prendas transformables Multiocasión para amantes del rock".



*Grafica 9 investigación cuantitativa realizada por Heidi Dayan Martínez López (Lopez, 2019) En un estudio reciente (Encuesta, MARLO) MARLO encuesta, M. L. (s.f.). MARLO GRAFICA "prendas transformables Multiocasión para amantes del rock".*

¿Ya conocías prendas con estas características?

Alternativas	# Encuestas	% Respuestas
SI	11	11,00%
NO	89	89,00%
TOTAL	100	100,00%

*Tabla 10 investigación cuantitativa realizada por Heidi Dayan Martínez López (Lopez, 2019) En un estudio reciente (Encuesta, MARLO) MARLO encuesta, M. L. (s.f.). MARLO "prendas transformables Multiocasión para amantes del rock".*





*Grafica 10 investigación cuantitativa realizada por Heidi Dayan Martínez López (Lopez, 2019) En un estudio reciente (Encuesta, MARLO) MARLO encuesta, M. L. (s.f.). MARLO GRAFICA "prendas transformables Multiocasión para amantes del rock".*

### **Entrevista (método cualitativo)**

Se entrevistaron por vía personal a 10 mujeres fanáticas del rock, que trabajan en oficina o que simplemente tienen o deben por su profesión o labor mantener cierto protocolo de vestuario, con preguntas específicas para que contasen como es su estilo de vida, a continuación, se enunciarán las entrevistas más relevantes.

#### **1. Ana María Moreno, 25 años, género rock preferido el Metal**

¿Cuál es tu profesión? Soy administradora de empresas y trabajo en el área administrativa en Ferre-Industrias metálicas RR.

¿Se ve afectado, tu estilo y tu vida personal por los protocolos de vestuario de tu profesión y actividad?

Pues si, en ocasiones es muy jarto tener que ponerse un uniforme, te sientes disfrazada, pero son gajes del oficio.

¿Qué haces con tu vestuario, cuando tienes un evento de rock o una salida de viernes con amigos, después del horario laboral?

Pues si me confirman con tiempo, me pongo una chaqueta para la noche y me la quito en el trabajo y llevo en mi maleta una muda de ropa y unas botas. Si me caen de sorpresa, pues en la mayor de veces no voy por estar así vestida o tienen que convencerme “no me gusta salir con los uniformes me siento rara, una cosa es ir al trabajo otra es salir.

## **2. Natalia Agamez Gomez , 28 años, genero rock preferido indi rock.**

¿Cual es tu profesión? Estudie contaduría publica y soy asistente contable en una empresa de venta de repuestos automovilísticos.

¿Se ve afectado, tu estilo y tu vida personal por los protocolos de vestuario de tu profesión y actividad?

Yo no tengo uniformes como tal, pero si me exigen llevar unas reglas de vestuario, cero escotes, cero ropas deportivas, tenis solo se pueden llevar los últimos viernes de cada mes, de resto zapatos formales. Pues a pesar de que yo tengo que ir formal y pues en cierto aspecto es incomodo, trato de comprar prendas que sean de mi estilo para que no sea muy duro.

¿Qué haces con tu vestuario, cuando tienes un evento de rock o una salida de viernes con amigos, después del horario laboral?

Tengo unas botas en el trabajo siempre, me llevo ropa dependiendo el evento, que me pueda servir para la oficina y lo que tenga en la noche.

### **3. Tatiana Forero, 31 años, genero rock preferido punk.**

¿Cual es tu profesión? Soy Trabajadora social y trabajo como tal en las obras del acueducto de Bogotá.

¿Se ve afectado, tu estilo y tu vida personal por los protocolos de vestuario de tu profesión y actividad?

No uso uniforme, pero tengo que estar impecable en el trabajo, es política de la empresa, a pesar de estar en obras yo permanezco en oficina y si salgo a campo me pongo los implementos de seguridad, pero pasa muy poco, el resto del tiempo me la paso recibiendo a los empleados y atendiéndolos. Pues la verdad es incomodo estar así todo un día, pero trato de comprar cosas que se adapten a mi estilo

¿Qué haces con tu vestuario, cuando tienes un evento de rock o una salida de viernes con amigos, después del horario laboral?

## **Resultados**

Según la investigación cuantitativa y cualitativa realizada por Heidi Dayan Martínez López (Lopez, 2019) En un estudio reciente (Encuesta, MARLO) MARLO encuesta, M. L. (s.f.). MARLO "prendas transformables Multiocasión para amantes del rock".

Recuperado 16 mayo, 2019, ", se dio respuesta a cada incognitita que se tenia previamente. Esta encuentras se realizo en la ciudad de Bogotá, con mujeres amantes del rock, entre los 25 y 40 años, con una muestra de 100 participantes, a continuación, se

genera el debido análisis de los datos obtenidos cada. Con los datos obtenidos por la investigación cualitativa y cuantitativa se estableció que:

- La población femenina, fanática del rock es de 81.000 en la ciudad de Bogotá, por ende y por su gran numero de participantes, este nicho de mercado puede ser de muy provechó, también se tiene en cuenta que los eventos. Es importante tener en cuenta que la creación de eventos y feriados a crecido enfocado o relacionado con la escena rock 23% en Bogotá para el 2018, en lo recorrido del año 2018 se registraron 103 eventos relacionados con el rock contando eventos de gran magnitud como el BogotaFest , Kaníbalfest, Bogotá grita rock etc. Que llegan a tener una participación de 2 mil asistentes en un día según informes de ROCKCOMBIA, pagina colombiana especializada en la cartelera de eventos de rock.
- Se identifico que las fanáticas de rock bogotanas compran prendas en promedio de 5 a 10 veces por año, del cual en 58% de ellas compran una prenda, para cada situación o evento nuevo que tengan, por esta razón el nicho femenino de fanáticos del rock pueden ser lucrativo y provechoso por su forma de consumo.
- Se pudo identificar que las personas que trabajan en oficina o que sus profesiones les exige cierto, protocolo de vestuario, son las mas interesadas con una aceptación del 90% en las chaquetas transformables, por que de una o otra manera se ven afectado su estilo y su vida personal por los protocolos de vestuario impuestos por de tu profesión y actividad, ven dichas chaquetas transformables como una alternativa tener una chaqueta en la oficina y cambiar a tener una

chaqueta para una salida social, sin tener que cargar de mas e incomodarse en los viajes diarios al trabajo.

- El proyecto como tal tuvo una alta aprobación por los encuestados, ya que para el 89% es novedoso, por que no consensan prendas parecidas o con funciones similares, con lo que se puede afirmar que el proyecto de chaquetas transformables multiocasión para mujeres amantes del rock en la ciudad de Bogotá, si es viable y rentable, el 90% de las encuestadas afirmó que le gustaría, tener la opción de transformar o modificar tus prendas en pocos pasos, el 92% afirmo que la idea de las chaquetas transformables es novedosa y que les gustaría tener chaquetas, que te permitan estar preparada para cada ocasión y el 91% de las encuestas afirmo que comprarían estas chaquetas si existieran en el mercado.

## **Capítulo V**

### **Discusión, conclusiones y recomendaciones**

#### **Discusión**

Según la investigación aquí presentada se afirma, que es viable el proyecto de las chaquetas transformables multi ocasión, para mujeres amantes del rock en la ciudad de Bogotá, ya que, según datos arrojados por los diferentes métodos de investigación cuantitativa y cualitativa realizados, se dio una validación y aprobación del 92% por parte del nicho de mercado específico “consumidor”.

Se pudo identificar que las personas que trabajan en oficina o que sus profesiones les exige cierto, protocolo de vestuario, son las mas interesadas en este proyecto de las chaquetas transformables, con una aceptación del 90%, por que de una o otra manera, se ve afectado su estilo y su vida personal por los protocolos de vestuario impuestos por su profesión y/o actividad, ven dichas chaquetas transformables como una alternativa para tener cambios de vestuarios rápidos, llevar una chaqueta en la oficina y cambiar a una chaqueta para una salida social, sin tener que cargar de mas e incomodarse en los viajes diarios al trabajo.

## Conclusión

1. se afirma, que es viable el proyecto de las chaquetas transformables multi ocasión, para mujeres amantes del rock en la ciudad de Bogotá ya que, según datos arrojados por los diferentes métodos de investigación cuantitativa y cualitativa realizados, se dio una validación y aprobación del 92% por parte del nicho de mercado específico “consumidor”.
2. Se identifico que las fanáticas de rock bogotanas compran prendas en un promedio de 5 a 10 veces por año, del cual el 58% de ellas compran una prenda, para cada situación o evento nuevo que tengan, por esta razón el nicho femenino amante del rock puede ser lucrativo y provechoso por su forma de consumo.
3. Se identifico que las personas que trabajan en oficina o que en sus profesiones o actividades les exige cierto protocolo de vestuario, son las mas interesadas en las chaquetas transformables con una aceptación del 90%.
4. Se cree que el crecimiento de los eventos y feriados afines al rock, son grandes plazas para la posible, comercialización de estos productos.

## Recomendaciones

1. Se recomienda más investigación del nicho de mercado, tomar muestras mas grandes, para ser mas precisos.
2. Se recomienda ser constante en la participación de eventos musicales, y estar en constante búsqueda de los mismos.
3. Se recomienda participar en concursos de emprendimiento, o asesoramiento de programas de emprendimiento de origen público o privado.

## Referencias

Alcaldía mayor de Bogotá. (2019). Mapas. Retrieved June 5, 2019, from

<http://www.usme.gov.co/mi-localidad/mapas>

Allué Montilla, I. (n.d.). *Mujeres, rock & heavy metal : ¿Quién dijo sexo débil?*

Retrieved from <https://www.edmilenio.com/esp/mujeres-rock-y-heavy-metal-quien-dijo-sexo-debil.html>

Andii, S. (n.d.). las diosas del rock. Retrieved from <https://es.paperblog.com/diosas-del-rock-3342797/>



- Cabello, J. (2019). Marketing de nichos o nicho de mercado. Retrieved June 5, 2019, from <https://josecabello.net/marketing/marketing-de-nichos-o-nicho-de-mercado/>
- Cafarelli, C. (2008). *Tribus urbanas: cazadores de identidad*. Retrieved from [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/45068/Documento\\_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/45068/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Carrera de Diseño y Gestión en Moda de la UPC. (n.d.). *Técnicas de patronaje: Tomo I: Mujer (Spanish Edition)*. Retrieved from <https://tgfvcbefirebaseapp.com/aa860/tcnicas-de-patronaje-tomo-i-mujer-spanish-edition-by-carrera-de-diseo-y-gestin-en-moda-b00v6r7cso.pdf>
- Concepto de. (n.d.). Identidad: Concepto, Formación, Niveles e Identidad sexual. Retrieved June 5, 2019, from <https://concepto.de/que-es-identidad/>
- CP Company Store. (2015). C.P. Company | TRANSFORMABLES SLEEPING BAG 2000. Retrieved June 5, 2019, from <https://www.cpcompany.co.uk/blogs/archive/59086725-transformables-sleeping-bag-2000>
- Definición. (2019a). Definición de accesorio - Qué es, Significado y Concepto. Retrieved June 5, 2019, from <https://definicion.de/accesorio/>
- Definición. (2019b). Definición de alternativo - Goodrae: Diccionario de la RAE hipertextual, lematizado e inverso. Retrieved June 5, 2019, from <http://recursosdidacticos.es/goodrae/definicionmov.php?palabra=alternativo>
- Definición. (2019c). Definición de estereotipo - Qué es, Significado y Concepto.

Retrieved June 5, 2019, from <https://definicion.de/estereotipo/>

Definición. (2019d). Definición de estilo - Qué es, Significado y Concepto. Retrieved June 5, 2019, from <https://definicion.de/estilo/>

empleo. (2018). Mujeres en Colombia son más educadas que los hombres, pero tienen menos ingresos | Noticias empleo.com. Retrieved June 5, 2019, from <https://www.empleo.com/co/noticias/investigacion-laboral/mujeres-en-colombia-son-mas-educadas-que-los-hombres-pero-tienen>

Fábrica de moda. (2019). Métodos de patronaje - Fábrica de Moda. Retrieved June 5, 2019, from <http://fabricademoda.com/curso-patronaje-industrial-senora/patronaje-industrial-diseno-moda/metodos-de-patronaje/>

Feminidad - EcuRed. (2016). Retrieved June 5, 2019, from <https://www.ecured.cu/Feminidad>

Finkelstein, D. (2011). Prendas transformables. Retrieved June 5, 2019, from [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=393](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=393)

Franco, Y. (2014). Moda transformable. Retrieved June 5, 2019, from <https://www.milenio.com/estilo/moda-transformable>

Gilewska, T. (2012). *Diseño de moda. Patronaje, las bases*. Retrieved from [https://books.google.com.co/books/about/Patronaje\\_las\\_bases\\_Pattern\\_the\\_Basis.html?id=HLORtgAACAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.co/books/about/Patronaje_las_bases_Pattern_the_Basis.html?id=HLORtgAACAAJ&redir_esc=y)

Gordon, K. (2015). *La chica del grupo*. Retrieved from

<http://editorialcontra.com/producto/la-chica-del-grupo/>

Guerrera, M. A. (2016). Adaptabilidad de las prendas y su ocasión de uso. Retrieved June 5, 2019, from

[https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=3963](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=3963)

Howarth, D. (2013). Rise Autumn Winter 2013 collection by Hussein Chalayan.

Retrieved June 5, 2019, from <https://www.dezeen.com/2013/03/06/rise-by-hussein-chalayan/>

Lurie, A. (1994). *El lenguaje de la moda : una interpretación de las formas de vestir*.

Retrieved from

[https://books.google.com.co/books/about/El\\_lenguaje\\_de\\_la\\_moda.html?id=Nw4666NXXbgC&redir\\_esc=y](https://books.google.com.co/books/about/El_lenguaje_de_la_moda.html?id=Nw4666NXXbgC&redir_esc=y)

Matus Madrid, C. (2000). Tribus urbanas: entre ritos y consumos. El caso de la

discoteque Blondie. *Ultima Década*, 8(13), 97–120. <https://doi.org/10.4067/S0718-22362000000200006>

Mendoza, M. (2015). *Girl Poder: Mujeres del rock en español*.

Monteagudo, S. y D. L. (2018). Historia ilustrada del rock, de Susana Monteagudo y Luis

Demano. Retrieved June 5, 2019, from <https://www.efeeme.com/historia-ilustrada-del-rock-de-susana-monteagudo-luis-demano/>

Montemiranda, J. (2019). Calaméo - Cronología Del Rock. Retrieved June 5, 2019, from

<https://es.calameo.com/books/001556651a66920b7cc2c>

- Myst. (2018). 1 = 4 y más - Myst. Retrieved June 5, 2019, from <http://myst.fashion/1-4-and-more/>
- Nakamichi, T., & Herrero, B. (2012). *Pattern Magic = La magia del patronaje*. Gustavo Gili.
- Nakamichi, T., & Walker, A. (Translator). (n.d.). *Pattern magic : stretch fabrics*.
- Osorio, E. (2018). Más de 185.000 personas vivieron Rock al Parque 2018. Retrieved June 5, 2019, from <https://www.rockalparque.gov.co/noticias/mas-de-185000-personas-vivieron-rock-al-parque-2018>
- Piqué Sans, R., & Carol, M. (2008). *Vestimenta y protocolo*. Difusión Jurídica y Temas de Actualidad.
- RAE. (2017). versátil - Diccionario DRAE. Retrieved June 5, 2019, from <https://drae.es/palabras/versatil>
- Ramírez, L. V. (2019). Símbolos - Lo que distingue a nuestra ciudad | Bogota.gov.co. Retrieved June 5, 2019, from <https://bogota.gov.co/simbolos-de-bogota-la-bandera-el-escudo-la-flor-y-el-arbol-de-bogot>
- Roberts, D. (2013). *Crónicas del rock : una historia visual de las 250 mejores bandas de todos los tiempos*. Retrieved from <https://www.elargonauta.com/libros/cronicas-del-rock-una-historia-visual-de-las-250-mejores-bandas-de-todos-los-tiempos/978-84-9785-983-7/>
- Rockombia. (2019). *Eventos*. Retrieved from <https://www.rockombia.com/eventos/>
- Significados. (2019). Significado de Cultura (Qué es, Concepto y Definición) -

Significados. Retrieved June 5, 2019, from <https://www.significados.com/cultura/>

Tomson, M. (2010). *La vida complicada de Mery*.

Torrecillas Toni. (2015). ¿La moda es arte? | Actualidad, Moda | S Moda EL PAÍS.

Retrieved June 5, 2019, from <https://smoda.elpais.com/moda/la-moda-es-arte/>

Vélez, A. (2018). *Mujeres del rock : su historia : crónica de las grandes protagonistas*

*del rock*. Retrieved from <https://www.elargonauta.com/libros/mujeres-del-rock-su-historia/978-84-947917-6-5/>