

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO**  
**USFQ**

**Colegio de Arquitectura y Diseño interior**

**Atelier de identidades. Centro de certificaciones de moda**

**Daniela Arcentales Ruiz**

**Diseño de Interiores**

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito  
para la obtención del título de  
Licenciada en Diseño Interior

Quito, día de mes de año

# **UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Arquitectura y Diseño Interior**

## **HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

**Atelier de identidades. Centro de certificaciones de moda**

**Daniela Arcentales Ruiz**

**Nombre del profesor, Título académico**

**Andrea Pinto, MFA**

Quito, día de mes de año

## © DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombres y apellidos: Daniela Arcentales Ruiz

Código: 210627

Cédula de identidad: 1720300258

Lugar y fecha: Ciudad, día de mes de año

## ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

**Nota:** El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETheses>.

## UNPUBLISHED DOCUMENT

**Note:** The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETheses>.

## RESUMEN

En el presente trabajo se propone la creación de un centro de certificaciones de moda llamado "Atelier de Identidades", ubicado en La Floresta, una de las zonas más emblemáticas de la ciudad de Quito, Ecuador. El proyecto se enfoca en plantear un espacio físico en el que la moda se conecte con las personas de manera más personal y auténtica, permitiendo que diseñadores emergentes ecuatorianos se den a conocer y puedan obtener certificaciones de moda. Este centro ofrecerá diversas áreas de trabajo, exhibición y aprendizaje, promoviendo el desarrollo y reconocimiento del talento local mientras se fomenta una comunidad creativa y colaborativa.

**Palabras clave:** moda, diseñadores, creatividad, conexión, prendas de vestir.

## ABSTRACT

In the present work, the creation of a fashion certification center named "Atelier de Identidades" is proposed, located in La Floresta, one of the most emblematic areas of Quito, Ecuador. The project aims to establish a physical space where fashion connects with individuals in a more personal and authentic manner, enabling emerging Ecuadorian designers to gain recognition and obtain fashion certifications. This center will provide various areas for work, exhibition, and learning, thereby promoting the development and recognition of local talent while fostering a creative and collaborative community.

**Keywords:** fashion, designers, creativity, connection, clothing.

## TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN .....	5
ABSTRACT.....	6
TABLA DE CONTENIDOS.....	7
TABLA DE ILUSTRACIONES.....	10
1.    CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO.....	11
1.1.    Propuesta.....	11
1.2.    Razón.....	11
1.3.    Problemática.....	11
1.4.    Target.....	12
1.5.    Funcionamiento.....	12
1.5.1.    Propietarios e impulsador.....	12
1.5.2.    Administración.....	12
1.5.3.    Horarios de atención.....	13
1.6.    Programación de Áreas.....	13
1.7.    Justificación.....	14
1.8.    Alcance del proyecto.....	15
1.9.    Competencia.....	15
2.    CAPÍTULO II. UBICACIÓN Y ANÁLISIS DEL SECTOR.....	16
2.1.    Ubicación: La Floresta.....	16
2.2.    Análisis de la Zona.....	17
2.2.1.    Entornos y servicios.....	18
2.3.    Análisis Arquitectónico.....	19
2.4.    Implantación.....	20
2.5.    Análisis de tráfico y accesos.....	21
2.6.    Asolamiento y clima.....	21
3.    CAPÍTULO III: REFERENTES.....	22

3.1.	Dior Boutique.....	22
3.2.	Dior Atelier Paris.....	23
3.3.	Pabellón Ecuador Milán Expo 2015.....	23
4.	CAPÍTULO IV: CONCEPTO.....	24
4.1.	Concepto.....	24
4.2.	Subconceptos.....	25
4.2.1.	Conexión cultural:.....	25
	25	
4.2.2.	Conexión visual:.....	25
4.2.3.	Conexión creativa:.....	26
6.	CAPITULO VI: LA MODA.....	26
6.1.	Definición.....	26
6.2.	Historia de la moda.....	26
6.3.	La moda y la identidad.....	27
6.4.	La industria de la moda en Ecuador.....	28
6.4.1.	Diseñadores ecuatorianos.....	28
6.	CAPÍTULO V: INVESTIGACIÓN.....	29
6.1.	EXHIBICIÓN.....	29
6.1.1.	Definición.....	29
6.1.2.	Tipología.....	29
6.1.3.	Circulación.....	29
6.1.4.	Iluminación.....	30
6.2.	PASARELA.....	31
6.2.1.	Definición.....	31
6.2.2.	Escenario y pasarela.....	31
6.2.3.	Iluminación.....	32
	Disposición del público.....	32
6.2.4.	Backstage.....	32
6.3.	AULAS Y TALLERES.....	32



6.3.1. Definición.....	32
6.3.2. Medidas antropométricas.....	33
6.3.3. Iluminación.....	34
6.4. STANDS.....	34
6.4.1. Definición.....	34
6.4.2. Tipos de stands.....	35
7. BIBLIOGRAFÍA.....	36

**TABLA DE ILUSTRACIONES.**

Ilustración 1. Mapa Floresta.....	16
Ilustración 2. Fotos Floresta.....	17
Ilustración 3. Análisis Zona.....	17
Ilustración 4. Zonas y servicios.....	19
Ilustración 5. Análisis arquitectónico.....	19
Ilustración 6. Estructura edificación.....	20
Ilustración 7. Implantación.....	20
Ilustración 8. Asolamiento.....	21
Ilustración 9. Dior Boutique.....	22
Ilustración 10. Dior Atelier Paris.....	23
Ilustración 11. Pabellón Ecuador.....	24
Ilustración 12. Moodboard.....	24
Ilustración 13. Concepto.....	25
Ilustración 14. Conexión Cultural.....	25
Ilustración 15. Conexión visual.....	25
Ilustración 16. Conexión creativa.....	26
Ilustración 17. La circulación. Roldán, 2014.....	30
Ilustración 18. Tipos de luz. Roldán, 2014.....	31
Ilustración 19. Elementos de montaje. Roldán, 2014.....	31
Ilustración 20. Área por estudiante. Delgado & León, 2020.....	33
Ilustración 21. Stands.....	35

## **1. CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO.**

### **1.1. Propuesta.**

Se propone el diseño de un Centro de Certificaciones de Moda (Atelier de identidades) ubicado en el sector de la Floresta en Quito. El objetivo del proyecto es, la creación de un entorno pionero que funcione como un espacio para la certificación de diseñadores emergentes y como una plataforma dinámica destinada a impulsar y resaltar el talento local en Ecuador. La propuesta busca conectar a los consumidores con las historias detrás de las prendas, creando un vínculo emocional con la moda ecuatoriana.

### **1.2. Razón.**

La creación de Atelier de identidades (ADI) tiene como objetivo principal respaldar a los diseñadores emergentes, impulsar la industria textil local, ofrecer certificaciones especializadas en moda, resaltar el talento local a través de exposiciones y conectar a los consumidores con productos únicos. Este proyecto integral busca no solo educar y certificar a profesionales del diseño, sino también fomentar una colaboración que fortalezca la moda local y brinde experiencias genuinas tanto para los diseñadores como para los consumidores.

### **1.3. Problemática.**

- Diseñar un ambiente propicio para el aprendizaje de los estudiantes de Atelier de identidades.
- Crear un ambiente que fomente la conexión con la identidad a través de la moda.
- Encontrar el equilibrio adecuado entre la funcionalidad de un centro educativo y la inspiración creativa de un espacio de diseño.
- Definir una distribución espacial que facilite la interacción entre las áreas de aprendizaje, exposiciones y tiendas, mientras se mantiene la privacidad y la comodidad para los estudiantes y visitantes.

## 1.4. Target.

El target de ADI (atelier de identidades) se divide en dos grupos.

- Estudiantes (18 años en adelante): Diseñadores emergentes que buscan expandir sus conocimientos en el mundo de la moda.
- Consumidores o usuarios (20 años en adelante): Individuos con un interés activo en la moda que buscan productos de moda con producción local y que desean conocer la historia y el proceso detrás de las prendas que adquieren.

Nivel socio económico: medio y medio-alto.

## 1.5. Funcionamiento.

### 1.5.1. Propietarios e impulsador.

ADI (atelier de identidades) es respaldado por el Colegio de Diseñadores Profesionales Autónomos del Ecuador "está conformado por profesionales en diseño, con el propósito de servir a la comunidad; aportando con el conocimiento, experiencia, aptitudes, capacidades y valores para la solución de un problema, que mejorará la calidad de vida de las personas" (CDPAec)

El impulsador del proyecto es la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE), una organización sin fines de lucro que agrupa a las empresas textiles del país. La AITE desempeña un papel crucial en el desarrollo del sector textil ecuatoriano. La AITE se hará cargo de las tiendas de insumos textiles.

### 1.5.2. Administración.

La administración del Centro de certificaciones de moda se divide de la siguiente manera:

- Certificaciones y cursos.  
Las certificaciones y cursos serán administradas por los propietarios el Colegio de Diseñadores Profesionales Autónomos del Ecuador. Matrícula: Costo de la matrícula para las certificaciones.  
Costo del Curso: Se establecerá un costo para cada curso de certificación, acceso a las instalaciones y participación en actividades prácticas.
- Tiendas de insumos textiles.  
Será administrado por el AITE, ellos se encargarán de dar espacio a los productores textiles dentro del Centro de Certificaciones de Moda.

- Boutique de diseñadores emergentes, restaurante y cafetería.  
Estas áreas serán administradas por sus respectivos dueños.

### 1.5.3. Horarios de atención.

Al analizar el target y la funcionalidad del Centro de Certificaciones el horario se estableció de la siguiente manera.

Horario Regular (lunes a jueves):

- Inicio de clases a partir del mediodía (12:00 p.m.).
- Última clase o actividad finalizando en la noche (8:00 p.m.).

Horario de Fin de Semana (viernes a domingo):

- Apertura (10:00 a.m.).
- Cierre de actividades más tarde en la noche (10:00 p.m.).

Eventos Especiales:

- Horarios específicos según el tipo de evento.
- Se pueden programar eventos durante el día y la noche según la naturaleza de la actividad.

## 1.6. Programación de Áreas.

Las áreas dentro del centro de certificaciones de moda se dividirán según su funcionamiento y concepto.

### ÁREAS DE EXPOSICIÓN:

- Concepto: Conexión visual

Exhibición de moda.

Pasarela.

Recepción.

### ÁREAS COMERCIALES:

- Concepto: Conexión cultural

Tiendas de Suministros de Moda.

Boutique de diseñadores emergentes.

Restaurante.

#### ÁREAS DE ESTUDIO Y CREACIÓN:

- Concepto: Conexión creativa

Aula teórica.

Taller de moda.

Sala de profesores.

Administración.

#### ÁREAS DE SERVICIO:

Baños.

Limpieza.

Bodegas.

### **1.7. Justificación.**

- Se fundamenta en la rica tradición artística y creativa de la ciudad, así como en la necesidad de fortalecer el desarrollo de la industria de la moda local.
- Proporciona un entorno vibrante y diverso que sirve de inspiración para los diseñadores emergentes.
- Expresión artística.
- Impulsa la creatividad local.
- Urgencia de apoyar a los diseñadores emergentes ecuatorianos.
- Ubicación ideal debido a la creciente

## 1.8. Alcance del proyecto.

El proyecto tiene como objetivo principal la creación y desarrollo de un Centro Integral de Certificaciones de Diseño de Moda en el barrio La Floresta, Quito, Ecuador. La intervención abarcará diversas áreas para garantizar un entorno educativo y creativo completo

## 1.9. Competencia.

- **ATENAS Escuela de modas.**  
Ofrece una oferta de capacitación adaptada a las necesidades reales del mundo de la industria de la confección y el patronaje industrial.  
Se considera competencia ya que ofrece cursos con certificaciones en moda.  
Ubicación: Juan de Salinas N17 - 283 y Asunción. Detrás de la Caja del Seguro, Sector El Ejido, Quito.
- **DiyClub.**  
Escuela y certificaciones en patronaje y costura. Diseño digital.  
Se considera competencia ya que ofrece cursos con certificaciones en moda.  
Ubicación: Quito Centro-Norte, Av. Luis Cordero E10-55 y 12 de octubre Edificio Sancho Arias.
- **Libertina Tienda Galería.**  
Tienda multimarca de diseñadores emergentes. Venden moda, decoración, arte y cuentan con una cafetería y un centro de exposiciones.  
Se considera competencia al ser una tienda de diseñadores emergentes y contar con un centro de exposiciones.  
Ubicación: Coruña N-24-255 entre Lugo y Vizcaya, Quito,
- **Piso Rosa Store.**  
Tienda de ropa diseñadores ecuatorianos emergentes. Se enfocan en ropa de diseñador y accesorios.  
Se considera competencia ya que venden ropa y accesorios de diseñadores ecuatorianos.  
Ubicación: José Tamayo 655., Quito.

## 2. CAPÍTULO II. UBICACIÓN Y ANÁLISIS DEL SECTOR.

### 2.1. Ubicación: La Floresta.

El barrio La Floresta, se encuentra ubicado en el norte de Quito, es uno de los centros culturales de la ciudad y es considerado como la casa de muchos artistas gracias a la mezcla de cultura y arte que habita el lugar. La Floresta es uno de los barrios más antiguos de Quito con más de 100 años de trayectoria, en sus inicios era una hacienda perteneciente de a la familia Urrutia. En la década de 1920, este sector se convirtió en un lugar atractivo para ser una zona residencial gracias a la expansión de Quito.

El nombre del barrio hace honor a que la zona solía estar llena de flores, por lo que decidieron nombrarla "La Floresta". El sector de La Floresta se caracteriza por albergar nuevas propuestas sociales y económicas, cuenta con presencia de población joven, estudiantes universitarios, extranjeros y artistas.



Ilustración 1. Mapa Floresta

El barrio alberga una gran cantidad de casas y edificios de diferentes estilos arquitectónicos, lo que enriquece a la estética del barrio.

La edificación elegida para la realización del proyecto se encuentra en la Floresta, actualmente se divide en un almacén de telas y en un almacén de alquiler de mobiliario. Gracias al gran movimiento cultura del barrio, el sitio elegido es idónea para el planteamiento del centro de certificaciones de moda, "Atelier de identidades"





Ilustración 2. Fotos Floresta

## 2.2. Análisis de la Zona.

El establecimiento está ubicado en la esquina entre la calle Lugo y Guipúzcoa, en el barrio La Floresta en Quito, Ecuador. Se encuentra rodeado por 3 avenidas principales: La Madrid, La Coruña y Ladrón de Guevara, las cuales tienen conexión con sectores residenciales y comerciales, gracias a esto se convierte en un lugar estratégico para el planteamiento de Atelier de Identidades.

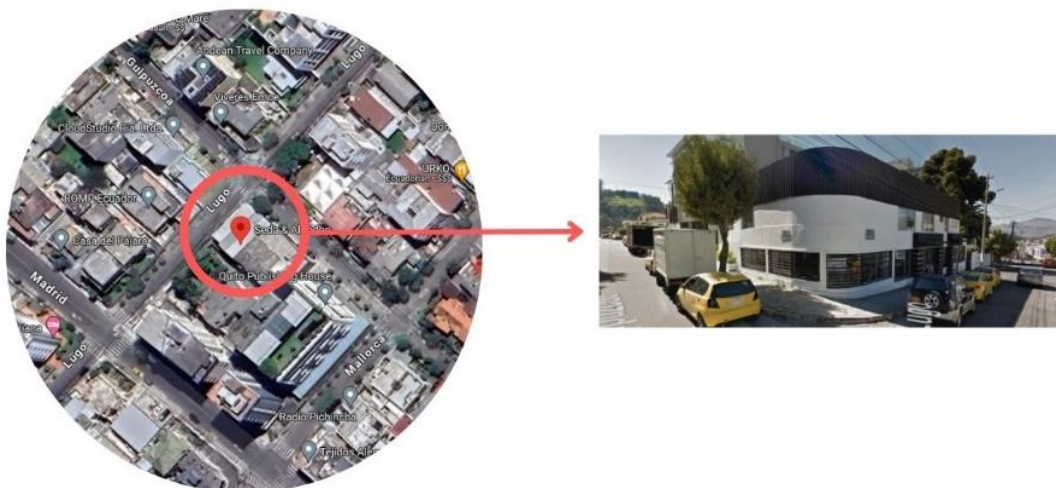


Ilustración 3. Análisis Zona

### 2.2.1. Entornos y servicios.

Para el planteamiento del proyecto, es necesario entender los entornos del lugar. Se tomará en cuenta espacios concurridos, comercios a los alrededores, instituciones educativas, restaurantes.

#### Centros de entretenimiento y culturales.

- Cine ochoymedio.
- Radio pichincha.
- N24 Galería de arte.
- Teatro casa Toledo.

#### Restaurantes y cafeterías.

- Casa Warmi.
- Nero Café.
- Pacari casa de Experiencias.
- Urko.
- Gatorium cat pizza y café.

#### Instituciones educativas.

- Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Instituto Técnico de Tecnologías.
- Instituto Metropolitano de Diseño.
- Universidad Andina Simón Bolívar.

#### Hoteles y hostales.

- Swiss Hotel.
- Selina Quito.
- Casa Aliso Hotel Boutique.



Ilustración 4. Zonas y servicios.

### 2.3. Análisis Arquitectónico.

La arquitectura del local se caracteriza por ser un galpón industrial en forma rectangular, una de sus esquinas es curva. Es una construcción grande y que destaca entre las edificaciones del sector debido a su aspecto industrial y modernizado. La edificación es de color blanco y mantiene un borde ancho en la parte superior de metal negro.



Ilustración 5. Análisis arquitectónico.

El área del local es de 1000m<sup>2</sup> de construcción en dos pisos; el primer piso tiene una altura de 3,40 m y el segundo piso 2,60m. El galpón tiene como altura total de 8m en su punto más alto. Cuenta con un desnivel del terreno de +85cm sobre el NNT.

En su interior presenta una malla estructural de columnas de concreto de 37,5 x 37,5 cm. La distancia entre columnas es de 10,20m longitudinalmente y 5,14m transversalmente. La fachada lateral izquierda esta adosada al edificio Quito Publishing House. La edificación tiene dos retiros, uno en la parte posterior, el cual será utilizado como área de servicio y salida de emergencia y un segundo retiro que será utilizado como entrada de insumos para el restaurante y bodegas.

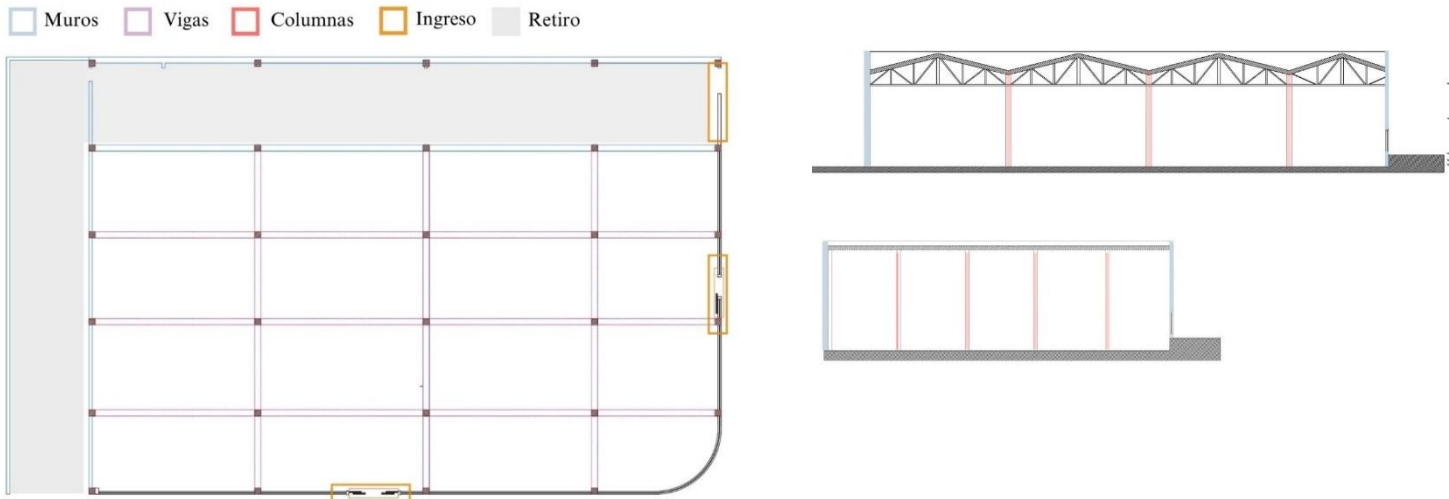


Ilustración 6. Estructura edificación.

Actualmente el sitio está dividido por dos bloques: el primer bloque lo ocupa ARRIENCO, y el segundo bloque lo ocupa la tienda de textiles Seda y Algodón.

## 2.4. Implantación.

Se puede destacar con claridad la posición del terreno en relación con sus accesos principales. Este está situado en la intersección de dos calles muy transitadas para peatones, la Lugo y la Guipúzcoa. Se puede examinar la estructura arquitectónica del edificio y su orientación en el contexto del lugar.



Ilustración 7. Implantación.

## 2.5. Análisis de tráfico y accesos.

El sector donde se ubica la edificación tiene baja afluencia vehicular ya que tanto la calle Lugo como Guipúzcoa son calles secundarias. Sin embargo, estas calles están conectadas a dos avenidas principales Av. Coruña y Av. Madrid, lo que facilita el acceso vehicular. La afluencia peatonal es media, gracias a los locales que existen a su alrededor y al contar con veredas que permiten el tránsito peatonal.

Existen varias estaciones de transporte público cerca del lugar.

- Estación de Bus: Madrid y Mallorca (Línea 21, 115)
- Estación de Bus: Madrid N24 (Línea 2)
- Estación de Bus: Parque Genero Larrea (Línea 115, R13)

Transporte privado.

- Parqueadero de zona azul en las calles.
- Frente al local existe un terreno baldío, puede ser utilizado como parqueadero.

## 2.6. Asolamiento y clima.

Quito presenta un clima templado, subtropical. El clima se divide en dos estaciones, el invierno caracterizado por lluvias extensas y bajas temperaturas que pueden llegar a los 0°C y la estación seca que presenta temperaturas más elevadas que pueden llegar a los 30°C.

Es necesario realizar un análisis del asolamiento con respecto a la edificación con la finalidad de aprovechar la luz natural dentro del diseño. La construcción cuenta con grandes ventanales en sus fachadas, lo que permite que la luz del sol ingrese al espacio a lo largo del día, lo cual será beneficioso para el diseño de los talleres de moda. Para el diseño y planificación del área de exhibiciones se debe tomar en cuenta el ingreso de luz natural. En la mañana el sol ingresará por la fachada derecha de la edificación y por la tarde la fachada izquierda recibirá el sol.



Ilustración 8. Asolamiento.

### 3. CAPÍTULO III: REFERENTES.

Para el desarrollo del proyecto se tomaron varios referentes. Los referentes fueron seleccionados debido a su diseño, materialidad, funcionamiento, esto permitirá realizar una exploración en cuanto a diseño para Atelier de identidades.

#### 3.1. Dior Boutique.

Boutique insignia de Dior, ubicada en París, cuenta con 10.000m<sup>2</sup>, en los cuales se pueden encontrar dos restaurantes, tres jardines, suite para invitados, oficinas, grandes exhibiciones y una boutique impresionante. Fue diseñada por el arquitecto Peter Marino. La fachada es de vidrio, lo que permite que los transeúntes puedan mirar los productos que se encuentran en los escaparates y en el interior de la tienda. Este referente fue seleccionado debido a su funcionamiento, diseño y concepto. La cromática del lugar se basa en una elegante paleta de blanco y crema. El concepto de la tienda se basa en sus obras de arte y sus diseños coleccionables. Las prendas son exhibidas alrededor de toda la tienda.



Ilustración 9. Dior Boutique.

### 3.2. Dior Atelier Paris.

Ubicada en el corazón de París, el atelier de Dior fue renovada en el 2015 por el estudio parisino Barbarito y Bancel. El referente fue seleccionado gracias al diseño interior de sus talleres los cuales son funcionales y perfectos para la creación de la alta costura. Los ambientes inspiran creatividad y elegancia. La paleta de colores es neutral y el uso de luz artificial juega un papel importante para asegurar un buen espacio de trabajo para los diseñadores.



Ilustración 10. Dior Atelier Paris.

### 3.3. Pabellón Ecuador Milán Expo 2015

La fachada del Pabellón Ecuador en la Expo Milán 2015 es un precedente importante para Atelier de identidades, debido a su capacidad para establecer una conexión cultural a través del diseño. Este pabellón empleó texturas inspiradas en tejidos ecuatorianos simbólicos, honrando así las tradiciones artesanales del país y comunicando su riqueza cultural a una audiencia global.

El uso de colores vibrantes en la fachada no solo capturó la atención de los visitantes, sino que también reflejó la diversidad y vitalidad de la cultura ecuatoriana. Estas características son fundamentales para Atelier de Identidades.

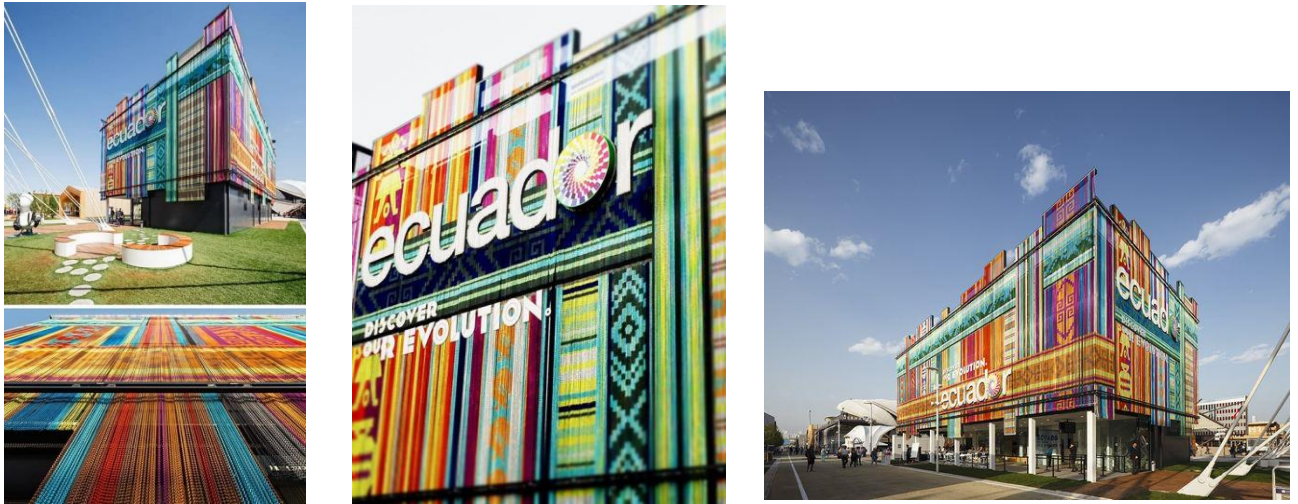


Ilustración 11. Pabellón Ecuador.

## 4. CAPÍTULO IV: CONCEPTO.

### 4.1. Concepto

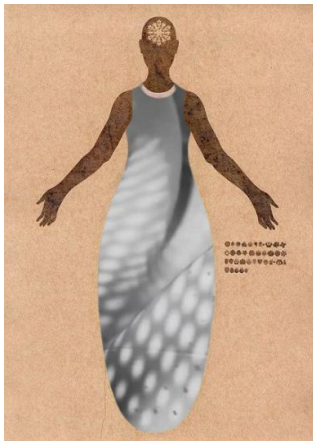
Moodboard.



Ilustración 12. Moodboard.



## Conexión con la identidad.



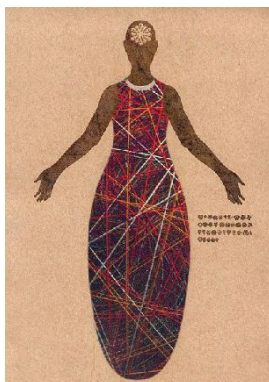
El concepto de Atelier de identidades resalta la relación entre la moda y la identidad personal, reconociendo así que la moda es mucho más que prendas de vestir, es un medio que permite a las personas expresar, explorar y fortalecer su identidad.

La esencia del concepto nace de la idea de que cada elección de moda refleja la personalidad, historia, valores y preferencias de un individuo.

Ilustración 13. Concepto.

## 4.2. Subconceptos

### 4.2.1. Conexión cultural:



Destaca la relación entre moda y cultura ecuatoriana, representado por una chica con un vestido decorado con hilos de colores tradicionales. Los hilos simbolizan la diversidad y herencia cultural, fusionando pasado y presente.

En ADI, este subconcepto incluye el restaurante y las tiendas

Ilustración 14. Conexión Cultural.

### 4.2.2. Conexión visual:

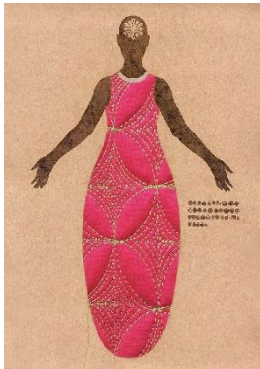


Resalta la importancia de la relación visual entre las personas y la moda, representado por una chica con un vestido de texturas transparentes. Las transparencias simbolizan cómo podemos ver a través de la moda, revelando su esencia y significado.

Este concepto la pasarela y exhibiciones, donde la transparencia de los cristales permite una conexión visual directa y clara con las creaciones.

Ilustración 15. Conexión visual.

#### 4.2.3. Conexión creativa:



Celebra la relación innovadora entre la moda y la creatividad humana, representado por una chica con un vestido con texturas en impresión 3D. Estas texturas simbolizan la vanguardia y la innovación en la moda y su fabricación.

Este concepto se materializa en las áreas de talleres y coworking.

Ilustración 16. Conexión creativa.

## 6. CAPITULO VI: LA MODA

"La moda es la última piel de la civilización." - Pablo Picasso

### 6.1. Definición.

Se define a la moda como una colección de prendas de vestir, accesorios y adornos que son elegidos por la mayoría de las personas, basándose en gustos y costumbres durante un periodo específico y que cambiará según su aceptación.

La moda se caracteriza por ser cambiante y flexible. Dentro de la sociedad la moda juega un rol importante ya que se ha considera como un factor para la creación de la identidad ya sea de un individuo o de una comunidad.

Según Lipovetsky (2004) la moda es una “forma específica del cambio social que no se haya unida a un objeto, sino que es ante todo un dispositivo social caracterizado por una temporalidad particularmente breve”

### 6.2. Historia de la moda.

La historia de la moda abarca siglos de evolución cultural, económica y social. Es un reflejo de la evolución del ser humano a lo largo del tiempo. En la antigüedad las prendas de vestir eran elaboradas con materiales naturales como lino, lana y pieles, la vestimenta era vista como una

necesidad por eso su diseño dependía mucho del sitio y del clima. En la edad media surge la Alta Costura con prendas más elaboradas, en esta época la moda era influenciada por la religión y las clases sociales. Nuevos materiales fueron introducidos al mundo de la moda entre ellos la seda, el algodón y el terciopelo.

Durante el Renacimiento la moda había evolucionado hacia nuevos géneros y a su vez tomo un grado de profesionalización. Para los siglos XVII Y XVIII los estilos extravagantes y ornamentados dominaron en Europa, estos reflejaban la opulencia de la aristocracia. Las telas bordadas, encajes y accesorios fueron las estrellas de estos siglos. La moda comenzó a ser parte de la sociedad, una persona encajaba y era juzgada por su forma de vestir y su poder de adquisición. “Se considera que durante el siglo XVIII tomó forma el consumismo moderno: el consumo y el shopping se convirtieron en parte integrante de la vida social” (Maiorano, 2017)

La revolución industrial fue uno de los acontecimientos que más ha influenciado en la historia del ser humano, durante esta época la moda tuvo un gran crecimiento gracias a la maquinaria. La producción de prendas de vestir aumento, lo que significaba que había mayor disponibilidad y accesibilidad. Nuevas técnicas también fueron introducidas al mundo de la moda, nuevas texturas y sobre todo nuevos estilos.

El siglo XX se caracterizó por varios movimientos y estilos los cuales influenciaron a la moda, entre los más grandes están: el ArtDeco, el estilo de Hollywood, la moda hippie de los años 60 y el minimalismo de los 90. La tecnología tuvo un gran avance en el siglo XX, lo que facilito que las tendencias de la moda se esparcieran con mayor facilidad por el mundo. La moda tomo fuerza y se hizo parte la identidad social. En la actualidad el mundo de la moda se presenta de una forma diversa e inclusiva, aceptando una gran cantidad de estilos y de géneros. Al igual que la sociedad la moda se transforma y evoluciona.

### **6.3. La moda y la identidad.**

La moda ha tomado un papel fundamental en la construcción de la identidad de un individuo, esta se convierte en una herramienta que nos permite expresar quienes somos, nuestros gustos, personalidad y muchas veces creencias. La moda también se ha convertido en un medidor de la posición social de una persona y su poder adquisitivo, gracias a las tendencias y a la alta costura. “El acto de vestir no es únicamente una actividad estética o artística, sino también social”. (PEÑA CEBALLOS, 2021)

Cada prenda que un individuo selecciona para vestir tiene una razón, el complementar su identidad, ayudarlo a encajar dentro de un grupo social o simplemente sirve como una forma de

expresión. “Las prendas sirven para conocer aspectos generales de la persona, de su vida y de sus características personales, incluso de las más íntimas” (Sánchez-Contador Uría, 2016)

#### **6.4. La industria de la moda en Ecuador.**

La industria de la moda en Ecuador ha evolucionado en las últimas décadas, siendo un factor importante dentro del mundo económico del país. En la actualidad la industria textil genera alrededor de 100 000 empleos de forma directa al año y 200 000 empleos de forma indirecta.

Las cifras en cuanto a exportación de textiles ecuatorianos han crecido al 20% en exportaciones, teniendo en cuenta que el 75% se exporta a Colombia y el restante se exporta a más de 46 países alrededor del mundo. Ecuador es un país que tiene un gran potencial en cuanto a la industria textil.

La rica cultura de Ecuador también ha sido un factor importante para el crecimiento de la industria de la moda, tomando como inspiración atuendos típicos de varios sectores del Ecuador al igual que texturas y colores.

“El Ecuador es un país tan diverso que es imposible no inspirarse en él, esa inspiración que tiene el artista, diseñador o director creativo nace de la forma más tenue y natural a la vez que surge gracias a todo lo que ha podido ver y apreciar.” (Illescas & Redacción, 2021)

##### **6.4.1. Diseñadores ecuatorianos.**

El mundo de la moda en Ecuador se encuentra en constante crecimiento, cada día se suman a este maravilloso mundo más diseñadores emergentes, todos cuentan con un mismo objetivo, dejar su marca.

Hoy en día la moda ecuatoriana es reconocida a nivel mundial por sus nuevos diseñadores, quienes con su gran ingenio y creatividad han sabido abrirse camino. “La industria de la moda en Ecuador está progresando debido al crecimiento de las escuelas de diseño.” (Illescas & Redacción, 2021)

## 6. CAPÍTULO V: INVESTIGACIÓN.

### 6.1. EXHIBICIÓN.

#### 6.1.1. Definición.

Se puede definir a una exposición “como un conjunto de objetos e ideas (bienes materiales y conocimientos relacionados entre sí), que se exhiben a un público específico, particular o general, por ser dignos demostrarse y cuya exhibición persigue un fin determinado” (Roldán, 2014)

Dentro del alcance del proyecto se plantea crear una exposición de moda dentro del Centro de Certificaciones de Moda. La finalidad de la exhibición de moda es mostrar las creaciones de los estudiantes del CCM.

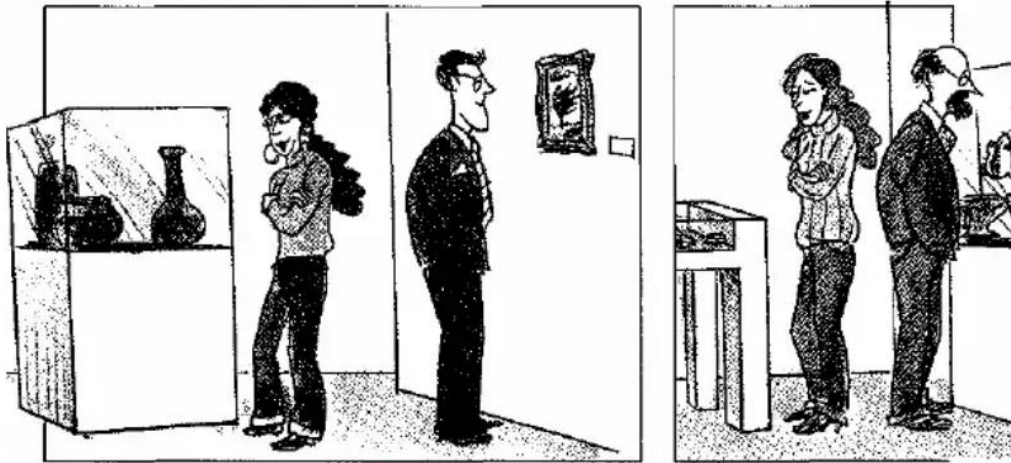
#### 6.1.2. Tipología.

Se puede clasificar a las exhibiciones por su propósito y temporalidad.

- Temporalidad y movilidad:
  - Exposiciones permanentes.
  - Exposiciones temporales.
  - Exposiciones itinerantes.
  - Stands.
  
- Por su contenido:
  - Exposiciones artísticas.
  - Exposiciones didácticas.

#### 6.1.3. Circulación.

La circulación es el recorrido que siguen los visitantes dentro de la exposición para verla. El diseño de recorrido es clave al momento de montar una exposición ya que este debe ser fluido y fácil de seguir. La circulación debe contar con un espacio mínimo de 1,40m, esto garantiza el cómodo desplazamiento de dos personas.



11

Ilustración 17. La circulación. Roldán, 2014

#### 6.1.4. Iluminación.

La iluminación dentro de galerías y exhibiciones es fundamental, ya que se debe tener en cuenta la conservación de las obras y el adecuado uso de esta para iluminarlas de forma correcta. “Un objeto puede estar mal iluminado tanto por exceso de luz como por defecto o carencia de la misma” (Roldán, 2014)

Una iluminación correcta puede:

- Destacar las obras.
- Crear un ambiente para asegurar el disfrute del arte.
- Proteger las obras del daño causado por la luz.

Tipos de iluminación:

- Luz natural: Se debe manejar como un complemento de la luz artificial. La luz solar no debe incidir de forma directa en los objetos de la exhibición ya que puede causar daños. Un correcto análisis del asolamiento del sitio es necesario para diseñar la disposición de la galería.
- Luz artificial: Se puede utilizar diferentes tipos de luces artificiales dentro de las galerías, todo dependerá del ambiente que se quiere generar y de los objetos en exposición. Se recomienda utilizar un tipo de luz que no genere sombras marcadas. En exhibiciones se recomienda el uso de rieles. Las bombillas que se deben utilizar deben contar con un filtro ultravioleta.

La orientación de la luz artificial debe ir dirigida a los objetos de la exhibición.

### Niveles de iluminación.

- Los niveles de iluminación deben ser uniformes, lo que asegura no generar sombras.
- Es recomendable utilizar una iluminación general de entre 300 y 500lux.
- Para resaltar a mayor detalle una obra se debe utilizar una iluminación de entre 500 y 750lux.

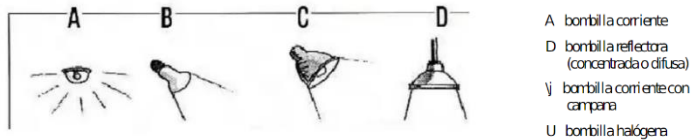


Ilustración 18. Tipos de luz. Roldán, 2014.

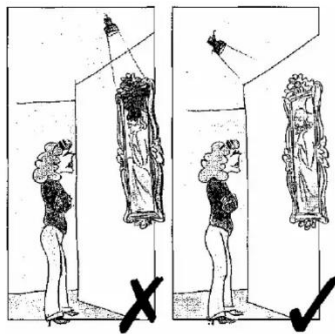


Ilustración 19. Elementos de montaje. Roldán, 2014.

## 6.2. PASARELA.

### 6.2.1. Definición.

La pasarela de moda es un espacio físico donde se llevan a cabo desfiles y exposiciones de moda. El espacio debe ser diseñado para proporcionar un escenario llamativo y funcional donde los diseñadores puedan presentar sus colecciones de moda y donde los modelos puedan desfilarse de manera efectiva. La pasarela standard que se conoce alrededor del mundo ha ido cambiando con el mundo de la moda. En la actualidad las pasarelas son diseñadas a gusto de los diferentes diseñadores de moda o de las grandes casas de moda, quienes por lo general son los encargados de los desfiles.

### 6.2.2. Escenario y pasarela.

Existe un modelo standard de pasarela que se caracteriza por tener forma de "T" o de "U" lo que permite tener una vista óptima desde el público. Hoy en día, se pueden encontrar pasarelas con diferentes formas, alturas y largo de recorrido, todo dependerá de la colección que se presente y el concepto de esta.

### 6.2.3. Iluminación.

La iluminación es un elemento fundamental para crear una atmosfera adecuada y resaltar las diferentes colecciones de moda. Se debe tener en cuenta tres tipos de iluminación dentro de este espacio.

- Iluminación general: Iluminara el espacio de manera uniforme, se suele utilizar luces LED.
- Iluminación de acento: Se utiliza para resaltar puntos específicos dentro de la pasarela Esta iluminación es la encargada de dar protagonismo a las prendas y a los pequeños detalles. Se debe tener en cuenta la tonalidad y la intensidad.
- Iluminación de efecto: Esta generara varios efectos dentro de la pasarela.

### Disposición del público.

El publico debe tener una vista libre hacia la pasarela, los asientos se sitúan alrededor de la pasarela. Se debe contemplar diferentes opciones de asientos al igual que alturas con la finalidad de brindar una buena experiencia para el espectador.

### 6.2.4. Backstage.

El backstage y áreas de preparación se deben contemplar dentro del diseño y distribución del espacio de la pasarela. La función de esta área es brindar un lugar donde los modelos se puedan preparar para desfilan. Dentro del backstage se deben incluir: vestidores, zonas de maquillaje y peinado y áreas para el personal técnico.

## 6.3. AULAS Y TALLERES.

### 6.3.1. Definición.

Aula es un espacio físico dentro de una institución educativa, donde se dan clases a grupos de estudiantes. En este espacio se lleva a cabo el proceso de enseñanza y aprendizaje. Dentro del centro de certificaciones se moda se plantean aulas teóricas y talleres para impartir clases a los estudiantes.

“El uso del diseño interior en los ambientes educativos ha permitido generar nuevas modalidades de educación, que marcan una tendencia hacia los ambientes de aprendizaje” (Delgado & León, 2020)

El diseño de las aulas debe ser funcional y contar con flexibilidad para que las mesas y sillas puedan ser dispuestas de diferentes formas dentro del espacio. El diseño además debe inspirar a la colaboración e interacción entre estudiantes y docentes.



### 6.3.2. Medidas antropométricas.

Existen medidas antropométricas que deben ser consideradas al momento de diseñar un aula y el mobiliario.

- Área normativa por estudiante dentro del aula 1.63m<sup>2</sup>
- Circulación principal puede variar dependiendo del espacio y del número de estudiantes.
- Circulación entre escritorios 0,45m a 0,90m. Dependerá de la disposición de los escritorios dentro del aula.

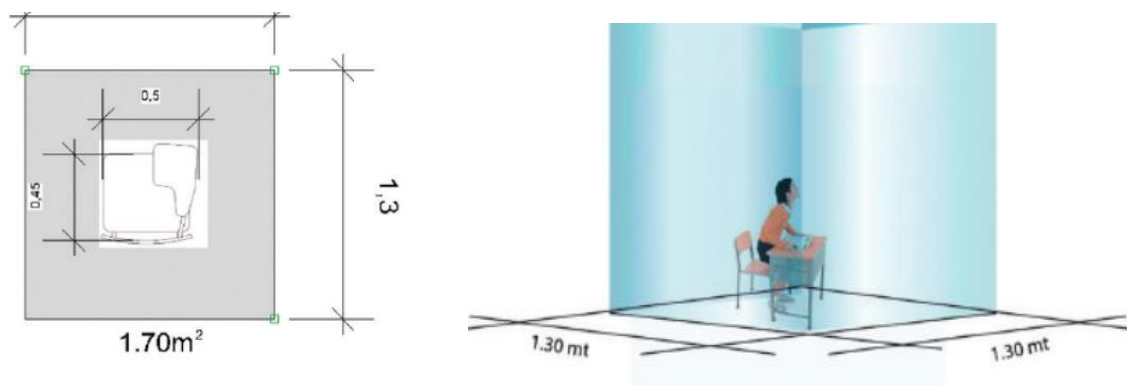


Ilustración 20. Área por estudiante. Delgado & León, 2020.

- Mesas:
  - Altura: 0,60m a 0,75m.
  - Ancho: 0,60m a 0,80m.
  - Profundidad: 0,40 a 0,50m.
- Sillas:
  - Altura del asiento: 0,45m.
  - Altura respaldo: 0,50m.
  - Profundidad asiento: 0,45m.
- Pizarra.
  - Altura desde el suelo: 1,20m a 1,50m.
  - Ancho 1,20m a 1,80m.
- Taller de costura.
  - Área de taller para 4 o más personas: 30m<sup>2</sup>.
- Mesa de costura:
  - Altura: 0,75m.
  - Ancho: 1,20m.

Profundidad: 0,60m a 0,70m.

- Mesa de dibujo.

Alto: 0,75m.

Área de la mesa: 1.20m x 120m.

### 6.3.3. Iluminación.

El área de estudio y trabajo deben estar correctamente iluminadas para garantizar un proceso de aprendizaje adecuado.

Se debe jugar con la luz natural y el uso de iluminación artificial dentro del espacio de aprendizaje. El rango de iluminación indicada para espacios de estudio o de trabajo es del 300 a 500lux. Para actividades que necesitan un mayor enfoque visual se recomienda un rango de 500 a 750lux. Es necesario garantizar una luz uniforme.

Implementar el uso de recursos tecnológicos dentro de aulas y talleres como domótica para el control de iluminación, ventilación y acústica.

## 6.4. STANDS.

### 6.4.1. Definición.

Un stand se puede definir como un espacio asignado para dar a conocer un producto o servicio. Por lo general, se encuentra dentro de ferias, eventos de comercialización de productos, exposiciones, etc. El propósito de un stand es atraer la atención de los clientes.

El diseño del stand dependerá del producto o servicio que se quiere dar a conocer, el público objetivo y la identidad de la marca. Al momento de diseñar un stand se debe tener en cuenta varios aspectos. Los stands son utilizados como una estrategia de visual merchandising.

- Planificación: Se debe definir un concepto considerando la imagen de la marca y el producto. La planificación también dependerá del lugar donde se encuentre el stand.
- Mobiliario y materiales: El tipo de mobiliario y materiales deben ser de alta resistencia y duraderos, debido a la gran afluencia de personas que suelen tener las exposiciones. El mobiliario debe ser accesible, las repisas deben estar ubicadas a una altura en la cual el público pueda tener una buena visibilidad y los productos estén al alcance.
- Medidas: Las medidas del stand dependerán del lugar en el que se va a realizar la exposición. Por lo general un stand con medidas estándar tiene como dimensiones 3m x 3m.

- **Diseño visual:** Es un punto clave al momento de diseñar un stand ya que la finalidad de este es llamar la atención del público. El diseño visual dependerá del público objetivo, identidad de la marca, y producto.

#### 6.4.2. Tipos de stands.

Existen varios tipos de stands, los cuales pueden ser modificados dependiendo del objetivo de la marca.

- **Stand modular:** Por lo general son prefabricados, sus medidas son modulares lo que facilita el montar y desmontar el stand. Son económicos y suelen ser utilizados por empresas en ferias.
- **Stand isla:** Su característica principal es que su estructura se encuentra en el centro de un espacio abierto, lo que significa que estará rodeado de circulación. Los visitantes pueden rodear el stand en su totalidad.
- **Stand custom:** Son diseñados a la medida y preferencia del cliente. Son más costosos.
- **Stand pared:** Se encuentran adosados a una pared. Suelen ser económicos. Son una buena opción para pequeñas exhibiciones.



Ilustración 21. Stands.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

- Delgado, G. (2020). Diseño interior de aulas educativas para el aprendizaje colaborativo. *www.academia.edu*.  
[https://www.academia.edu/68151095/Dise%C3%B1o\\_Interior\\_De\\_Aulas\\_Educativas\\_Para\\_El\\_Aprendizaje\\_Colaborativo](https://www.academia.edu/68151095/Dise%C3%B1o_Interior_De_Aulas_Educativas_Para_El_Aprendizaje_Colaborativo)
- Illescas, S. A. G., & Redacción, N. (2021, 13 mayo). MODA & CULTURA (MADE IN ECUADOR) Fabrizio Célieri - Enrique Ortega Burgos. *Enrique Ortega Burgos*.  
<https://enriqueortegaburgos.com/moda-cultura-made-in-ecuador-fabrizio-celleri/>
- Meshor, L. (2010). Basics of interior design: retail design. Ava Publishing. <http://www.avabooks.com/>
- La Floresta «Un recorrido en su Historia»*. (2019, 22 enero). Urban Floresta.  
<https://urbanfloresta.wordpress.com/la-floresta-un-recorrido-en-su-historia/>
- Naranjo, W. (2013, 18 junio). *La moda según guiles lipovetsky* [Diapositivas]. SlideShare.  
<https://www.slideshare.net/slideshow/la-moda-segn-guiles-lipovetsky/23175330>
- Roldán, J. G. L. (2014). MUSEO NACIONAL DE COLOMBIA SUBDIRECCION NACIONAL DE MUSEOS Manual de Montaje de exposiciones. *www.academia.edu*.  
[https://www.academia.edu/7882385/MUSEO\\_NACIONAL\\_DE\\_COLOMBIA\\_SUBDIRECCION\\_NACIONAL\\_DE\\_MUSEOS\\_Manual\\_de\\_Montaje\\_de\\_Exposiciones](https://www.academia.edu/7882385/MUSEO_NACIONAL_DE_COLOMBIA_SUBDIRECCION_NACIONAL_DE_MUSEOS_Manual_de_Montaje_de_Exposiciones)
- Vanegas Osorio., J. E. (2013). DISEÑO Y ARQUITECTURA DE LOCALES COMERCIALES. *Revistas Uni Libre*.

