



DVSH

P R O J E C T

DASH PROJECT

Tiendas de moda sostenible como escenario comercial simbólico

DASHPROJECT

Sustainable fashion stores as a symbolic commercial setting

Proyectode Grado

YHIRLEY DAYANAROSAS CASTRO

Director

JORGE ARTUROGONZÁLEZ CASTRO

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES

PROGRAMA DE DISEÑO DE ESPACIOS Y ESCENARIOS

BOGOTÁ

(COLOMBIA) 2024

AGRADECIMIENTOS

De primera mano agradezco a la vida y al universo por permitirme vivir de esta experiencia, una de altos y bajos, de retos constantes y aprendizajes nuevos. Me permitió verme en otra faceta de evolución.

A mi padre, quien se esfuerza todos los días por ver crecer a su familia, hombre de admiración, su devoción y resiliencia, jamás permite permanecer caído después de un tropiezo, siempre arriba y con una mejor versión cada día. Te amo mucho, Gracias por todo.

A todas las personas cercanas que fueron testigos de esta odisea, James, su compañía, perspectiva, y complicidad. Mariluz, su hospitalidad, ayuda y apoyo.

Y por supuesto gracias a mí, por finalmente confiar, lograste algo que veías lejos, demostraste tus habilidades, ideas, y visión de las cosas que amas hacer. Permítete experimentar tus miedos, porque te han demostrado que si existen es porque puedes superarlos, tómalos como tu cohete propulsor que te llevarán a versiones impresionantes de ti misma.

ÍNDICE

Contenido

RESUMEN.....	5
PALABRAS CLAVE.....	5
ABSTRACT.....	5
KEY WORDS.....	6
 1. INTRODUCCIÓN.....	 6
 2. PLANTEAMIENTO.....	 11
2.1. Oportunidad de Diseño.....	13
2.2. Pregunta de Investigación.....	14
 3. OBJETIVOS.....	 14
3.1. Objetivo General.....	14
3.2. Objetivos Específicos.....	14
 4. MARCO TEÓRICO.....	 16
 5. METODOLOGÍA.....	 20
 Momentos de desarrollo	
5.1. Planteamiento de variables.....	20
5.2. Estructuración para propuesta espacial.....	25
5.3. Identificación para la reinterpretación.....	27
5.4. Anexos.....	32
5.4.1. Imágenes de referencia para análisis empírico.....	32
5.4.2. Archivo de respuestas de encuesta (32 respuestas)	33
5.4.3. Ideogramas y esquema básico de variables.....	38
 6. PROPUESTA DE DISEÑO (resultados)	 40
6.1. Anexo planimetría y render.....	55
 7. CONCLUSIONES.....	 77
 8. BIBLIOGRAFÍA.....	 79

ÍNDICE DE IMÁGENES

ILUSTRACIÓN 1. Mapa de localidades de Bogotá.....	8
ILUSTRACIÓN 2. Mapa vías principales.....	8
ILUSTRACIÓN 3. Mapa de actores.....	10
ILUSTRACIÓN 4. Diagrama de público.....	12
ILUSTRACIÓN 5. Definición de valor de signo y símbolo para.....	17
ILUSTRACIÓN 6. Valoraciones de prendas. Análisis empírico.....	21
ILUSTRACIÓN 7. Valoraciones de espacios. Análisis empírico.....	21
ILUSTRACIÓN 8. Motivaciones de compra, potencial.....	22
ILUSTRACIÓN 9. Motivaciones de compra, objetivo.....	23
ILUSTRACIÓN 10. Definición de variables.....	24
ILUSTRACIÓN 11. Diagramación de variables.....	25
ILUSTRACIÓN 12. Relación espacio-sujeto-objeto.....	26
ILUSTRACIÓN 13. Variables a nivel conceptual, formal y funcional.....	26
ILUSTRACIÓN 14. Convenciones del diagrama explicativo.....	27
ILUSTRACIÓN 15. Diagrama explicativo.....	28
ILUSTRACIÓN 16. Diagrama énfasis Ciclo de prendas.....	29
ILUSTRACIÓN 17. Características de discurso a mantener de moda rápida y moda sostenible.....	31
ILUSTRACIÓN 18. Planteamiento actividades.....	41
ILUSTRACIÓN 19. Actividad 1 y 2.....	42
ILUSTRACIÓN 20. Actividad 3 y 4.....	43
ILUSTRACIÓN 21. Diagrama de interacción.....	45
ILUSTRACIÓN 22. Determinantes espaciales 1.....	47
ILUSTRACIÓN 23. Decisiones de diseño espacial.2.....	48
ILUSTRACIÓN 24. Moodboard.....	49
ILUSTRACIÓN 25. Zonificación general.....	51
ILUSTRACIÓN 26. Zonas frías y calientes.....	52
ILUSTRACIÓN 27. Recorridos / permanencias / circulación.....	53

RESUMEN

Dash Project es un modelo de espacio de venta cuyo fin es generar nuevas interpretaciones sobre las prendas de segunda mano y upcycled (prendas confeccionadas a partir de otras). El presente texto expondrá la finalidad y proceso de este proyecto, basado en el análisis de la simbología y el proceso de significación mediante el cual se generan nuevos significados. Primero se establecerá una problemática, un público (objetivo y potencial) con su respectiva caracterización dentro del marco referencial de la moda circular, un modelo económico sostenible el cual pretende mantener en uso el mayor tiempo posible un producto. Se expondrá el estudio de datos actuales sobre las cifras de consumo, la socialización de intereses y necesidades; en segundo lugar, se realizará un planteamiento conceptual entorno a los procesos de interpretación simbólica entre los usuarios y las prendas y como el espacio influye en este escenario; y finalmente, se elabora una propuesta espacial de arquitectura efímera que permita evidenciar y evaluar los resultados de investigación y análisis de correlación dirigidos hacia el escenario comercial simbólico diseñado en torno a la premisa: “Las prendas reutilizadas aportan mayor valor que su producto original”.

PALABRAS CLAVE: Interacción simbólica, reinterpretación, valor de signo, valor de símbolo, upcycling, arquitectura efímera.

ABSTRACT

The Dash project is a retail space model designed to generate new interpretations of secondhand and upcycled clothing (garments made from other garments). This text will explain the purpose and process of this project, based on an analysis of the symbolism and the process of meaning-making through which new meanings are generated. First, a problem will be established, along with a target and potential audience, and their respective characteristics within the framework of circular fashion, a sustainable economic model that aims to keep a product in use for as long as possible. A study of current data on consumption

figures and the socialization of interests and needs will be presented. Second, a conceptual framework will be developed regarding the processes of symbolic interpretation between users and garments, and how space influences this scenario. Finally, a spatial proposal for ephemeral architecture will be developed to showcase and evaluate the research results and correlation analysis directed toward the symbolic retail space designed around the premise: “Reused garments offer greater value than their original products.”

KEY WORDS: Symbolic interaction, Sign Value, Symbol Value, Reinterpretation, Upcycling, ephemeral architecture.

1. INTRODUCCIÓN

Muchas personas no se imaginan que una de las principales causas de la contaminación mundial es la industria textil, además de promover el consumismo rápido. Para su producción se requieren grandes cantidades de agua, energía y materias primas. Según cifras dadas por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en el informe dado en la conferencia sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD – siglas en inglés) realizado en abril de 2019, esta industria produce más del 8 % de los gases de efecto invernadero y el 20% de las aguas residuales al año.

La mayoría de la población han interactuado con tiendas de ropa, sobre todo de moda rápida. Pues a diferencia de la moda circular y/o sostenible cuentan con una presencia dominante en el mercado, tanto en medios de comunicación como en espacios físicos.

En el artículo de la página oficial de noticias de la ONU publicado el 12 de abril de 2019 menciona empresas como *H&M* o *Guess* y su implementación de sistemas de recolección y guarda ropa como medio de influencia en el impacto contaminante. A partir de este contexto, la moda “upcycling” conocida también como sobreciclaje o reutilización creativa de materiales para generar nuevos productos textiles está surgiendo como respuesta innovadora y consciente frente a las problemáticas ambientales y sociales que

enfrenta la industria textil contemporánea y la moda rápida. Sin embargo, un estudio cuyo objetivo pretende demostrar la oportunidad creciente del mercado de segunda mano de Boston Consulting Group y Vestiaire Collective denominado 'What an Accelerating Secondhand Market Means for Fashion Brands and Retailers' demostró que, aunque el aumento de la moda sostenible ha incrementado sigue siendo tan solo el 3 a 4% a nivel global, lo cual responde a una viabilidad comercial por potencializar.

Además de estos resultados, un modo de crecer este mercado puede ser mediante propuestas relevantes mediante el diseño, ¿Será que el cambio visual y estético de estos espacios y su discurso hacia el usuario es importante para el éxito de consumo de moda circular?

La presente investigación pretende desarrollar la investigación y análisis de cómo el diseño de espacios influye en la apreciación e incremento en el consumo de la ropa de segundo uso y reutilizada involucrando características espaciales de retail, y la simbología social y cultural de la moda sostenible. Basándose en el discurso que se da a nivel espacio y escenario como justificación.

Este proyecto se caracteriza por su diseño itinerante, concebido para presentarse de forma esporádica en puntos estratégicos de la ciudad de Bogotá. Inicialmente, se ubicará en zonas como Chapinero, La Candelaria, Santa Fé y Teusaquillo, las cuales responden a características funcionales para el proyecto como la conectividad, accesibilidad (Ilustración 2) y su relación directa con el funcionamiento y dinámicas culturales, comerciales, y artísticas favoreciendo la fluidez del espacio.



ILUSTRACIÓN 1. Mapa de localidades de Bogotá. TOMADA DE: Blogstop.com

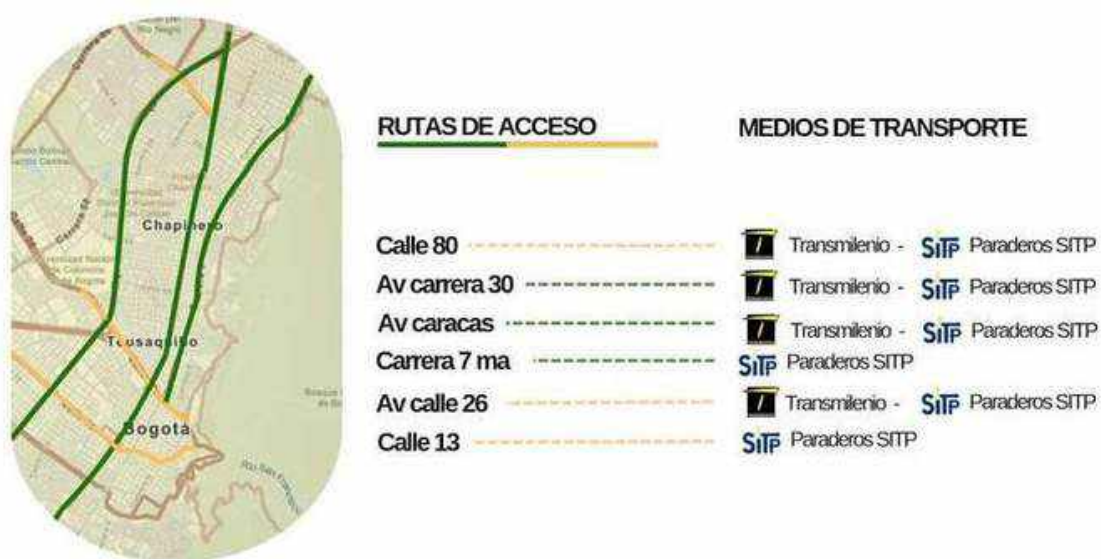


ILUSTRACIÓN 2. Mapa vías principales AUTOR: Dayana Rosas

De acuerdo con la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte en informes sobre “Bogotá y sus localidades” del 2023, y los análisis por localidad realizados por la Alcaldía de Bogotá, estas localidades se reconocen por su oferta cultural y diverso comportamiento, cuentan con espacios de encuentro para la expresión artística, cultural y patrimonial. Cuentan con vías importantes y versátiles, lo cual permite visibilidad y facilidad de acceso. Las tres localidades concentran una población significativa de adultos jóvenes (20-39 años).

Chapinero, cuenta con dinámica universitaria y con ello energía creativa dispuesta a explorar propuestas contemporáneas permitiendo una interacción y participación activa. La Candelaria y Santa Fé con su riqueza patrimonial y carácter bohemio, con un flujo constante de diversos públicos favoreciendo la visibilidad y generación de conexiones entre el proyecto y sus visitantes. Teusaquillo, participa en eventos culturales y valoriza espacios que fomentan el encuentro y la reflexión, alineándose con la intención de Dash Project.

El público objetivo en este proyecto, cuyas tendencias demográficas, comportamentales y de consumo de la zona entre las edades de 18 a 35 años según una encuesta realizada por el Centro Nacional de Consultoría en Colombia de 2023 para la aprobación de las medidas de gobierno del presidente Petro relacionadas con la economía, salud e interés comunes han demostrado en un 78% una preocupación y disposición por el consumo de productos que promuevan la sostenibilidad. Como también, a partir de las cifras del DANE el ingreso promedio de estas edades oscila en los 1.2 millones de pesos colombianos lo que los hace un mercado potencial para productos de moda.

Teniendo en cuenta las características de las localidades mencionadas anteriormente, y las cifras de preocupación por la promoción y consumo sostenible, se debe comprender cómo se lleva a cabo el proceso de venta y producción de las prendas de segundo uso dentro de la modalidad del “upcycling”. Se elaboró un planteamiento de actores involucrados en Dash Project y su proceso de venta de prendas de segundo uso en establecimientos físicos, basado e inspirado en el planteamiento de ciclo de vida de una prenda y su impacto realizado por Cosh (una plataforma de conocimiento de negocios sostenibles) en abril del 2023.

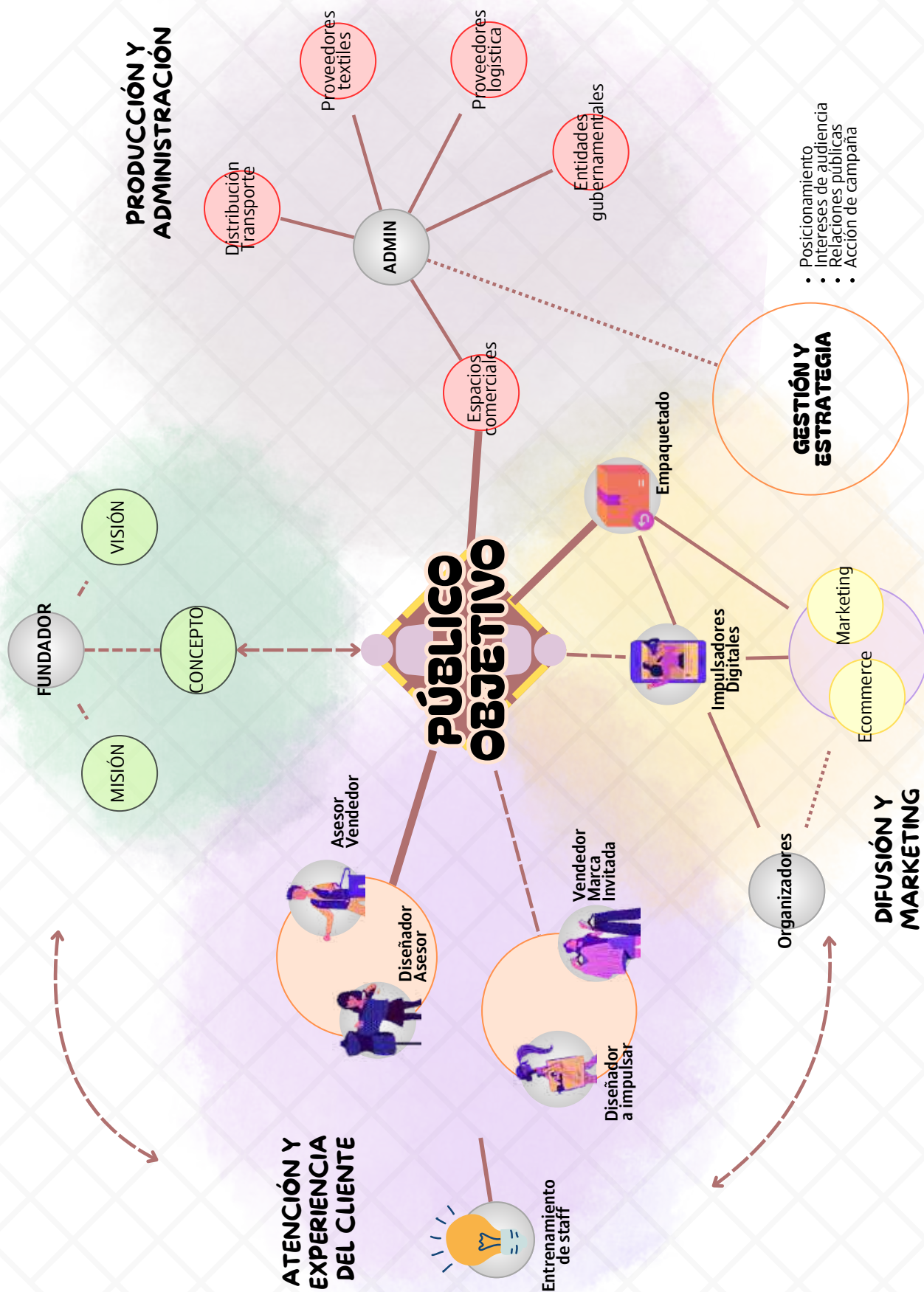


ILUSTRACIÓN 3. Mapa de actores. AUTOR: Dayana Rosas

Este mapeo reúne los actores que conlleva brindar una experiencia teniendo todos los factores relacionados dentro del concepto y discurso que se pretende proyectar. Las líneas representan el nivel de relación, directa (Línea continua) e indirecta (Línea discontinua). Por medio de esta representación se pudo evidenciar como el concepto del proyecto y su finalidad deben encabezar el sentido de los actores, siendo este el que debe recordar y asociar el usuario con el proyecto, es decir, cada acción realizada debe ser para una óptima experiencia del usuario. El vínculo de cooperación entre actores como, organizadores con el staff de servicio mediante el asesoramiento de venta se puede transmitir al cliente, difusión y marketing mediante el diseño de contenido multimedia y empaquetado de pedidos comunica y conecta directamente un concepto y memoria simbólica con el consumidor.

Finalmente, y teniendo en cuenta los factores involucrados se obtiene un panorama de lugar, actores y acciones influyentes en la producción e interacción como medio para la elaboración de una propuesta de diseño para la reinterpretación de las prendas de segundo uso por medio de la estructuración y posicionamiento de los elementos espaciales y conceptuales expuestos en esta introducción.

2. PLANTEAMIENTO

Basado en los datos recientes del 2023 Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) en Colombia, es una realidad que el consumo de moda rápida sigue siendo predominante en el país, representando aproximadamente el 85% del gasto total en prendas de vestir, sin embargo, ha habido un crecimiento significativo en la popularidad del mercado de ropa de segunda mano, que actualmente abarca aproximadamente el 15% del mercado de prendas de vestir en Colombia, un 60% es debido a la búsqueda de sostenibilidad económica como principal motivo, según un estudio de análisis de la tendencia de consumo de ropa de segunda mano realizado por la firma de consultoría Kantar en Colombia.

Se observa que los jóvenes adultos entre 18 y 35 años son los que más consumen tanto ropa nueva como de segunda mano en Colombia, los Millennials y la generación Z son los principales impulsores del mercado de segunda mano y upcycling según un informe de impacto del sobre la moda sostenible de Thread up (Empresa de reventa de prendas de segunda mano) realizado en 2022. Estas generaciones se caracterizan por ser especialmente receptivas a la idea de comprar prendas de segunda mano como una forma de expresar su estilo personal de manera única y sostenible.

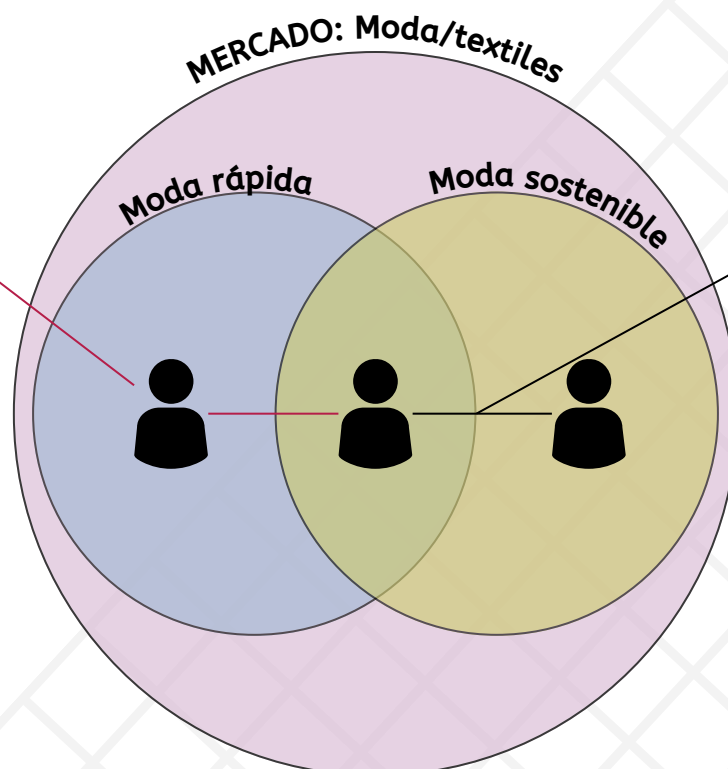
PÚBLICO

18-35 años

Están entre la mayor tasa de consumo de textiles, incluyendo ropa de segunda mano.

Público Objetivo

Aquellos consumidores de moda sostenible, con el fin de brindarle experiencias de alto valor.



Público Potencial

En este caso, son aquellas personas a las que se quiere persuadir e integrar al modelo de proyecto.

Por consiguiente, en la “ILUSTRACIÓN 4” se propone un público objetivo clave para impulsar el aumento del consumo de moda circular: entendiendo como público objetivo aquellos que consumen moda circular pero no están satisfechos completamente con sus factores de compra, al mismo tiempo que como público potencial están aquellas personas que consumen únicamente textiles dentro de lo que es denominado la moda rápida y se busca atraer a este modelo de negocio.

En resumen, el upcycling está potencialmente en ascenso dentro del mercado de la moda en Colombia, especialmente entre los jóvenes adultos, con un énfasis en la búsqueda de alternativas más respetuosas con el medio ambiente en el vestir diario y por qué no, en la autenticidad. Es por ello por lo que se identificó una **oportunidad de diseño**.

2.1 Oportunidad de Diseño

El mercado de la moda circular enfrenta un desafío, y es su baja visibilidad. Para el público objetivo, el dinamismo y la versatilidad son valores determinantes, por lo que el diseño de espacios puede convertirse en una herramienta estratégica para el desarrollo de un escenario que permita generar significados simbólicos sobre las prendas de segunda mano e impulsar su consumo. En este contexto, la exhibición de las prendas se concibe como un elemento para destacar su historia y transformación creativa haciendo de estas características memorables y atractivas. La interacción directa del público con las piezas, la posibilidad de personalizar o crear sus propios diseños, y el impulso de hacer parte de una experiencia alineada con principios de sostenibilidad permiten generar una reinterpretación de valor simbólico sobre las prendas de segundo uso a través de una experiencia que fomenta la afinidad y conexión con el consumidor.

2.2 Pregunta de Investigación

¿Cómo la interacción simbólica en un espacio de intercambio comercial puede influir en la reinterpretación de las prendas de segundo uso?

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Crear una reinterpretación del valor de las prendas de segunda mano, mediante un espacio de intercambio comercial que promueva experiencias de interacción simbólica.

3.2 Objetivos específicos

- Analizar la dinámica de intercambio comercial, centrado en la interpretación y valoración que los usuarios otorgan a las prendas de segundo uso, influenciados por elementos como el espacio físico y la interacción social. A partir de ello, identificar oportunidades de diseño que mejoren la experiencia física y social y fomenten una nueva valoración de las prendas.
- Relacionar y estructurar las variables conceptuales por medio de diagramas que faciliten comprender su influencia en el entorno real y en la interpretación y valoración de las prendas de segundo uso. Con el propósito de desarrollar e implementar en una propuesta espacial estrategias innovadoras que fomenten la reinterpretación de valor de las prendas mediante una experiencia de interacción simbólica, en la que los usuarios se involucren de forma significativa con el entorno y las prendas.
- Evidenciar como las representaciones de discurso consciente (Diseño espacial, lenguaje verbal y no verbal) y discurso inconsciente (sentido, historia, simbología, significado) se utilizan estratégicamente para propiciar interacciones simbólicas que influyan en la interpretación y valoración positiva de las prendas de segundo uso.

Es importante comprender los conceptos de “interacción simbólica” y “reinterpretación” y su incidencia en el desarrollo de este proyecto. Para ello se puede partir en entender como se generan significados por medio de una experiencia, todo lo que nos rodea se puede asumir como estímulo, desde simple observación hasta la generación de sensaciones más profundas, al introducir un acto social o interacción frente a esos estímulos (en este caso las prendas y el espacio diseñado en su enfoque) se origina una interpretación de significados frente a estos. En otras palabras, al existir un organismo que reaccione ante un estímulo, la generación de significados resulta en términos de reacción. “Espíritu, persona y sociedad desde el punto de vista del conductismo social” (H. Mead George, 2011). Así pues, al manipular el estímulo, las prendas de segundo uso y upcycled y su forma de expresión se puede generar una reinterpretación de significados y símbolos sobre los negativos que existen.

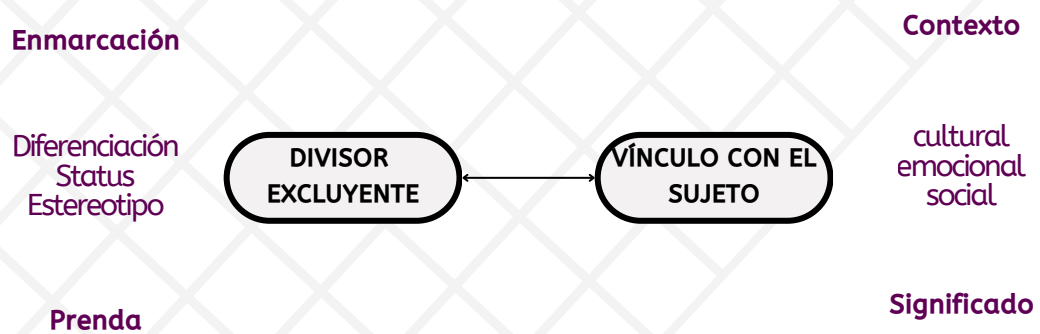
Pero, ¿Cómo se convierte en una interacción simbólica?, Se convierte en simbólica cuando el signo da que pensar más allá de su significado simplificado, lo cual influye en su conducta y reacción sobre este. A su vez, su sentido se construye y es reconocido y discutido por medio de la relación social, por lo que permite interpretaciones flexibles y modificables, y finalmente incorporables a su experiencia personal. “El interaccionismo simbólico” (Blumer Herbert, 1969). Por ende, el objeto y espacio en este caso, se convierten en una interacción simbólica pues la experiencia espacial y la dinámica social influye en como se interpretan las prendas, pues permite al sujeto reconocer una construcción y proceso detrás lo cual vincula con una emoción, identidad y/o empatía, siendo finalmente prendas portadoras de valoraciones simbólicas.

4. MARCO TEÓRICO

El presente proyecto se fundamenta principalmente en el análisis y comprensión de la influencia de diversos factores en la significación y valoración de una prenda. Cómo la forma de exhibición hacia al consumidor, los elementos visuales e informativos alusivos a sus características, y la experiencia de compra. Estos componentes repercuten en la significación y valoración de la prenda, es decir, la reinterpretación simbólica entendida como los atributos abstractos y significativos que se le asignan a través de la interacción entre el sujeto y su entorno.

Para ello debemos comprender bajo qué condiciones se define el valor de signo y valor de símbolo. Jean Baudrillard, filósofo y sociólogo francés plantea el sistema económico como una metodología de determinar las necesidades del usuario, las cuales son estructuradas gracias a los valores que confluyen sobre los objetos y sus estrategias de difusión que cobran vida en la acción del intercambio (compra, uso), es así como el análisis lo fundamenta en la evidencia de un discurso social inconsciente (historia detrás, simbología, significado), “Crítica a la Mediación cultural del Diseño” (Belts, 2017). Es por esto por lo que este proyecto se enfoca en dos factores que balancean ese lado inconsciente con el consciente.

valor de signo



valor de símbolo

ILUSTRACIÓN 5. Definición de valor de signo y símbolo. AUTOR: Dayana Rosas

Este esquema plantea la definición de las valoraciones de signo y símbolo para este proyecto, entendiendo que, basado en la clasificación de signos de Pierce, todo elemento es un signo el cual evoca un significado de uso y función, en este caso refiriéndose también a las valoraciones sociales de diferenciación, sin embargo, no todo signo es un símbolo, por lo que para que un signo se convierta en símbolo debe ser influenciado por asociaciones e ideas generadas por un contexto en concreto como lo es la creación de vínculos a partir de experiencias e interacciones, “La clasificación de signos según Pierce, un breve recorrido” (Florencia M., 2014). Es allí cuando podemos hablar de la importancia del discurso como resultado de un proceso de producción de sentidos, un medio capaz de producir significados a partir de la creación de una expectativa generando símbolos, “Contar según Jerome Bruner” (JM Sicilliani, 2014). Para comprender mejor estos conceptos de discurso en lo que es la moda y la estructura de representaciones, tomaremos el análisis realizado en el texto de “El sistema de la moda” (Barthes Roland, 2003, pg. 22-45).

Texto en donde propone un sistema de lenguaje a nivel de Imagen como lo icónico, la representación de las prendas que permite la visualización de posibilidades de contexto de uso, interpretado en varios niveles, a nivel escrito y en este caso verbal como el lenguaje transitorio entre el origen y la finalidad, a nivel real como la exhibición de la materia como mensaje final con el cual se interactúa directamente, en este último nivel se consolida la experiencia de consumo, en la cual los dos niveles anteriores son influyentes en la relación de valoraciones del usuario sobre la prenda.

Es así como se puede concretar en como la finalidad de un espacio puede ser diseñado más allá de una producción formal como una producción simbólica. Los objetos y los usuarios se redefinen mutuamente hablando en términos de valoraciones, las prendas son un ente significante los cuales portan cada una, referencias culturales, factor que por ende altera la relación entre el sujeto y ella misma, generando un sistema de valores que producen un carácter y personalidad. Es en ese proceso de interacción consciente e inconsciente que se articula lo simbólico con la forma. “Significación de los objetos: El diseño como instrumento de consumo” (Velázquez Felipe, 2013).

Las estrategias de comunicación y expresión en un entorno comercial resultan ser un factor crucial. Pues el Visual Merchandising permite una óptima distribución de elementos y productos dentro del espacio. Esta presentación visual genera una experiencia de uso en la cual influye en la valoración de los productos y la decisión de compra. Tener en cuenta estas variables permiten evaluar la conversión de clientes hacia objetivos basados en los intereses que demuestran al adquirir los productos. “Impacto de la visual merchandising en las decisiones de compra del consumidor en el punto de venta” (Delgado Danny y Muñoz Manuel, 2021, pg. 546)

En el texto *Comportamiento del consumidor de ropa de segunda mano: factores influyentes en la intención de compra*, del autor Oier Aroztegui Santacoloma del año 2022, página 12 dice: “Generalmente, los productos de segundo uso son

asociados con “suciedad” y “repugnancia”(Sandes y Leandro, 2016). En el estudio realizado por los investigadores Argo et al.(2006), relaciona que el motivo de ello se debe a señales de no higiene basada en las fuentes de contacto como: la proximidad de contacto, el tiempo transcurrido desde el contacto y, finalmente, el número de fuentes de contacto. la denominada Ley de Contagio (Law of Contagion). Según esta ley, cuando una fuente (persona/objeto) y un receptor (otra persona/objeto) entran en contacto directo o indirecto, la fuente influye en el receptor. Siguiendo lo establecido por estas señales, cuanto mayor sea la proximidad de contacto, menor el tiempo transcurrido y mayor el número de fuentes, mayor será el riesgo de contaminación percibido por los consumidores.”. De este modo, se puede plantear el espacio como medio de proximidad con el usuario, al utilizarlo como herramienta que visibiliza los procesos de limpieza, diseño y originalidad, mitigando el concepto negativo de las prendas de segundo uso. El mismo texto mencionado anteriormente resalta la influencia de las normas subjetivas en el comportamiento individual basado en el estudio de los investigadores Hameed et al. (2019), destacando la presión social como manifestación de estas normas, lo que determina su conducta en situaciones específicas y pueden llevarlos a adoptar comportamientos similares. Por ejemplo, si un grupo de referencia muestra una inclinación hacia el consumo de productos sostenibles, los consumidores pueden sentirse influenciados positivamente a consumir este tipo de productos. (pág. 15).

Reuniendo los datos anteriores, tanto los aspectos espaciales, visuales y las experiencias subjetivas son factores influyentes en la percepción y decisión de compra. “Factores como la presentación, el embalaje, la marca y las asociaciones emocionales que tengamos con un producto pueden influir en cómo lo valoramos” menciona el texto analítico “La psicología del recorrido de compra: Cómo diseñar la distribución de la tienda” (Impulso_06, 2019).

La arquitectura efímera es un planteamiento oportuno para el mercado de la

moda de segunda mano, pues su carácter temporal y adaptable permite el desplazamiento en puntos estratégicos, generando un impacto visual y sensorial inmediato, despertando la curiosidad de quien lo vea invitando a la exploración, pues la sensación de novedad y urgencia potencia la interacción con el público, generando una experiencia de compra memorable.

Además, el diseño espacial puede ser utilizado estratégicamente como medio comunicativo más allá de lo comercial, desde el espacio poder transmitir la sostenibilidad, la moda y la cultura: conectar emocionalmente con el usuario, resignificar las prendas de segundo uso y formar comunidad a partir del reconocimiento, conexión y posicionamiento primeramente simbólico.

5. METODOLOGÍA

Para analizar y comprender la influencia de los elementos mencionados, se abordará la investigación desde una metodología cualitativa, con enfoque exploratorio, basado en el análisis de conceptos y experiencias, pues se trabaja con variables conceptuales, relaciones simbólicas y percepciones del consumidor. 1) Análisis e identificación de variables conceptuales, 2) Estructuración y relación de variables conceptuales para planteamiento de una propuesta espacial, 3) Identificación de elementos estratégicos para propiciar una interacción simbólica para la reinterpretación de las prendas de segundo uso. Es importante aclarar que la investigación realizada está basada en una búsqueda y análisis empírico basado en textos relacionados con el entendimiento y percepción de los elementos visuales y de interacción humana, direccionado hacia la disciplina del diseño.

MOMENTOS DE DESARROLLO

5.1 Planteamiento de Variables

Para este primer momento, se realizó una caracterización basada en una

recopilación de imágenes de espacios comerciales tanto de ropa nueva como de ropa usada y la valoración de las prendas de cada contexto. “Anexos, 5.4.1”.



ILUSTRACIÓN 6. Valoraciones de prendas. Análisis empírico. AUTOR: Dayana Rosas



ILUSTRACIÓN 7. Valoraciones de espacios. Análisis empírico. AUTOR: Dayana Rosas

En estas comparaciones la intención es evidenciar el contraste de los diferentes contextos de compra, basado en una recopilación de características en las encuestas y trabajo de campo realizado, “Anexos 5.4”. A partir de este análisis, se resaltan en rojo las características que se pretenden descartar por resultar desfavorables para la propuesta de diseño, y en negro aquellas que se consideran valiosas dentro de la propuesta en desarrollo.

Para complementar, se realizaron en la encuesta preguntas direccionadas a conocer las motivaciones y las no motivaciones de compra de ropa de segundo uso “Anexos, 5.4.2”, es así como se plantearon las motivaciones de compra desde el público potencial y el público objetivo, tanto de ropa nueva como ropa de segundo uso.

Público Potencial



ILUSTRACIÓN 8. Motivaciones de compra, P potencial. AUTOR: Dayana Rosas

Público Objetivo

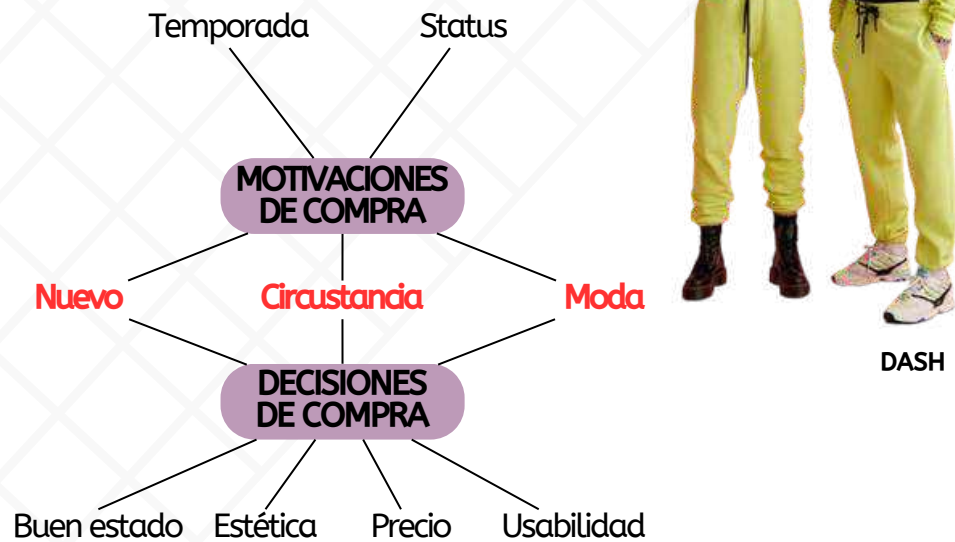


ILUSTRACIÓN 9. Motivaciones de compra, objetivo. AUTOR: Dayana Rosas

Se realizó una síntesis de motivaciones dirigidas hacia la decisión de compra, las que se disponen en el centro marcadas en rojo fueron seleccionados como factores importantes y esenciales al momento de interacción y adquisición de las prendas, características que la propuesta busca potenciar.

Para contextualizar, se recurrió a los aportes teóricos sobre los signos como elementos portadores de significados (Moles Abraham, 1972), y el modo como se disponen en un entorno comercial, mediante el discurso hacia los usuarios tanto a nivel espacial y lingüístico consciente como a nivel experiencial y simbología inconsciente (Baudrillard, 1968). Así pues, la revisión de estos autores permitió identificar, comprender, y reconocer cuales podían ser aplicados a la construcción conceptual de Dash. Posteriormente, se plantearon las variables de diseño vinculadas a la interacción simbólica para generar una reinterpretación de las prendas de segundo uso. En la siguiente ilustración se puede observar su definición y jerarquización.

Interacción Simbólica

La interacción simbólica es el resultado de la dinámica entre el discurso de venta verbal y no verbal con los usuarios, mediante el cual se interpretan o asignan significados simbólicos a las prendas. La interacción simbólica es en Dash la experiencia del usuario con el espacio, sus objetos, su servicio, sus actividades, su escenario.

Discurso

El discurso es el modo en el que se comunica la intencionalidad de la marca. A través del diseño espacial, las actividades y el lenguaje discursivo, se orienta la manera en que el usuario interpreta el mensaje. Esto permite activar el proceso de construcción de significado.

Reinterpretación

Es la finalidad del proyecto. Es el proceso mediante el cual el usuario le asigna e interpreta nuevos significados valorativos a las prendas de segundo uso asociados a la experiencia e interacción en Dash, obteniendo a partir de la experiencia, memorabilidad, afecto y símbolo sobre las prendas

Valor de Símbolo

Es la asignación de significado abstracto la cual los usuarios dan a las prendas, desde un contexto emocional, personal y cultural, esto ligado en la influencia en la historia detrás de las prendas, la experiencia de compra y la relación de ellos mismos con la prenda. Prendas dash como confiables, únicas, sostenibles.

Valor de Signo

Son los significados convencionales que el usuario asigna determinado por su contexto cultural, se refiere en este caso a la utilidad y función de las prendas según los usuarios. Este signo es la valoración previa a la experiencia Dash, la cual se convertirá en símbolo.

5.2 Estructuración de conceptos para propuesta espacial

Para aterrizar las variables establecidas anteriormente se realizó una jerarquización por medio de un diagrama de correlación.

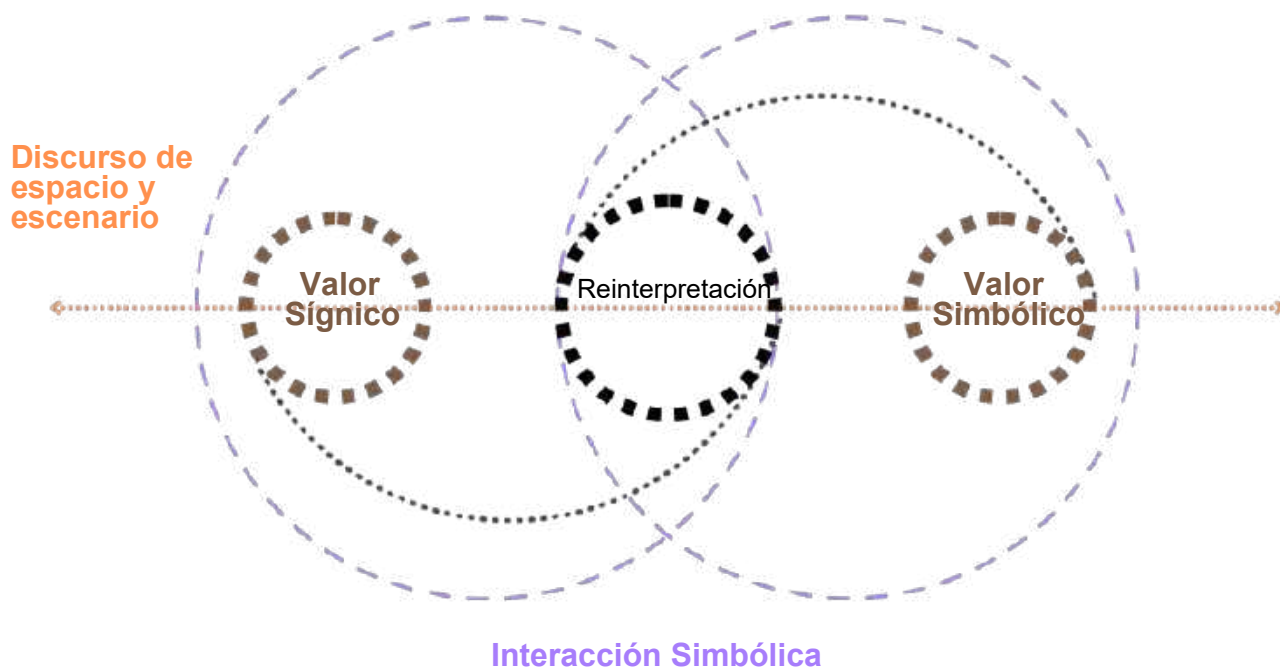


ILUSTRACIÓN 11. Diagramación de variables. AUTOR: Dayana Rosas

En esta ilustración la línea naranja representa el discurso, tanto de espacio como escenario interpretándose en una constante que siempre está implícita en cualquier acción, objeto o interacción. A su vez, la interacción simbólica envuelve todos los momentos, conceptos y valoraciones entendiéndola como el todo. El valor signo son las primeras interpretaciones sobre las prendas de segunda mano, pasando por una reinterpretación por medio de la experiencia Dash para luego generar valores simbólicos tanto sobre las prendas de segundo uso como del espacio, su interpretación y la experiencia dentro del mismo. En resumen, la interacción simbólica la cual se expresa mediante el constante discurso, envuelve el proceso de transformación del valor signo a símbolo.



ILUSTRACIÓN 12. Relación espacio-sujeto-objeto. AUTOR: Dayana Rosas

Teniendo la conceptualización definida, en la Ilustración 12 se procedió a comprender la relación entre el espacio – sujeto – objeto. Permitiendo identificar cómo se construyen las valoraciones en torno a las prendas a través de la interacción entre estos, y así, en la Ilustración 13 retomar estas características en un contexto de espacio y escenario, de modo conceptual formal, y funcional, con el fin de comprender la dinámica e influencia en cada parámetro y aplicarla en la propuesta de diseño.

	CONCEPTUALES	FORMALES	FUNCIONALES
ESPACIO	Discurso Lenguaje Signos	ELEMENTOS VISUALES Mensajes / infografías Jerarquización de elementos Elementos decorativos / de ambientación Iluminación SEÑALÉTICA Recorridos Circulación	OBSERVAR ↔ PERCIBIR ↓ RECORRER ↔ INTERPRETAR ↓ INTERACTUAR ↔ REINTERPRETAR ↓ DAR SENTIDO ↔ SIMBOLIZAR
ESCENARIO	Símbolos Interacción (re) Interpretación	Psicología del espacio Ambiente alusivo a una cultura y sentido Actividades	

ILUSTRACIÓN 13. Variables a nivel conceptual, formal y funcional. AUTOR: Dayana Rosas

5.3 Identificación para la reinterpretación

Basado en los dos procesos anteriores se generó un planteamiento de características traídas al contexto real organizadas en un esquema explicativo (Ilustración 15) en el cual se observa los conceptos explicados anteriormente, esto dividido en el escenario entendido como el desarrollo de actividades, proceso de percepción e interacción y el espacio como las características físicas involucradas en el espacio. En donde se plantea las prendas como emisor signo, las cuales empiezan a generar interpretaciones a través del discurso, siendo el espacio (visual) y escenario (experiencia y actividades) el medio para generar el resultado de reinterpretación de las prendas de segundo uso en el receptor, los usuarios. Obteniendo en la prenda final un símbolo.

Además, se puede observar en la parte inferior más detalladamente como se realiza el ciclo de prendas a través de la propuesta, es decir, las características para la selección de prendas que los usuarios pueden intercambiar, cumpliendo con unos parámetros para la calidad del producto final que se pueda obtener (Ilustración 16).

CONVENCIONES

DIAGRAMA EXPLICATIVO

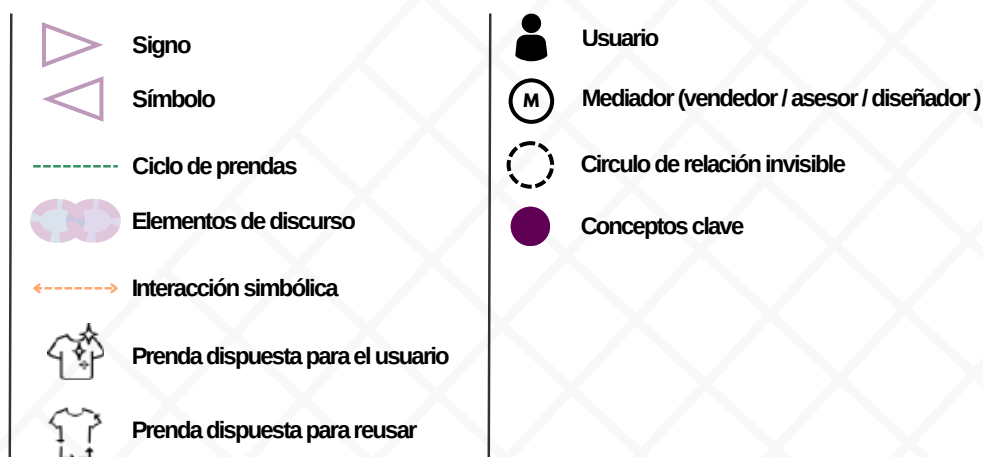


ILUSTRACIÓN 14. Convenciones del diagrama explicativo. AUTOR: Dayana Rosas

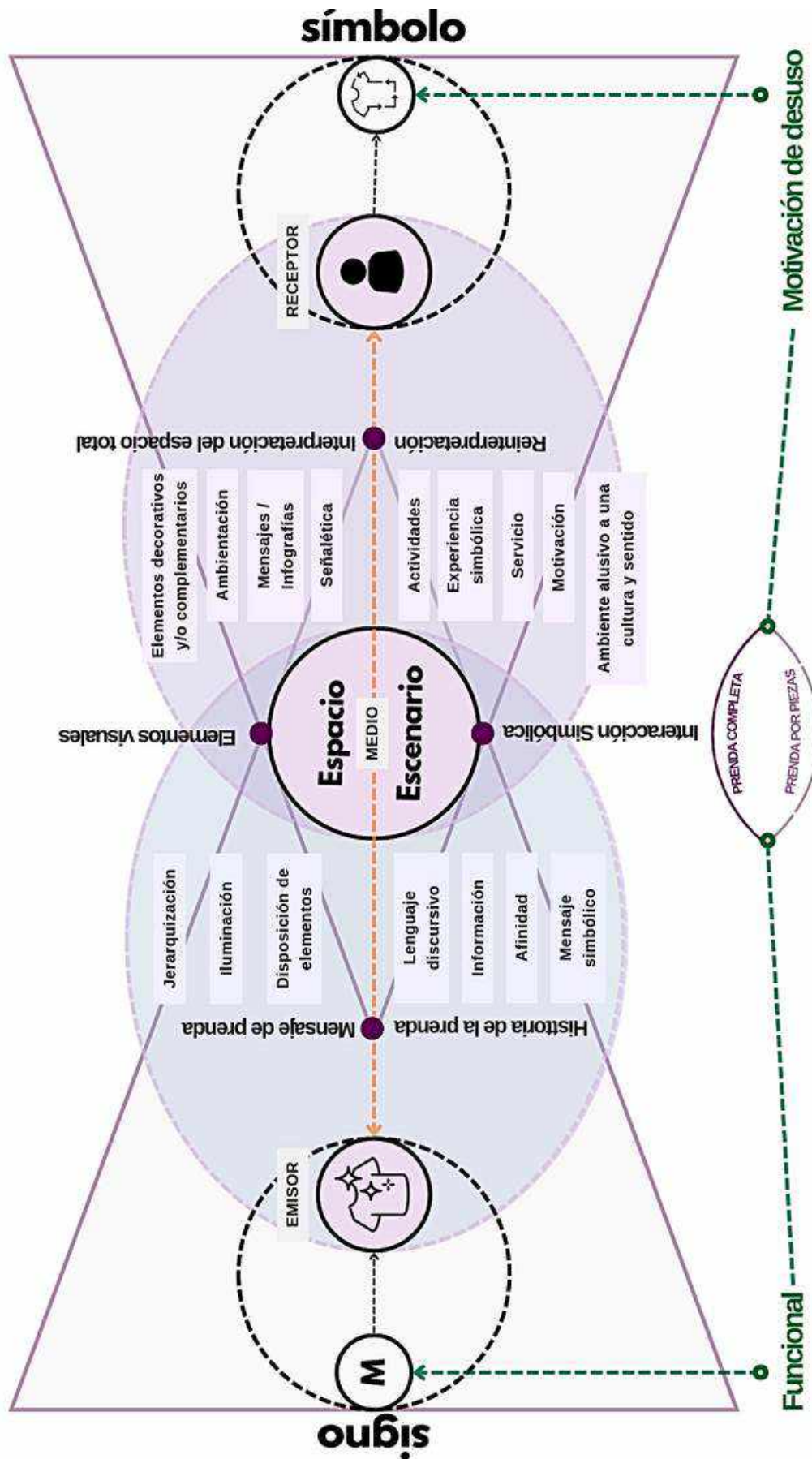


ILUSTRACIÓN 15. Diagrama explicativo de variables en el espacio.

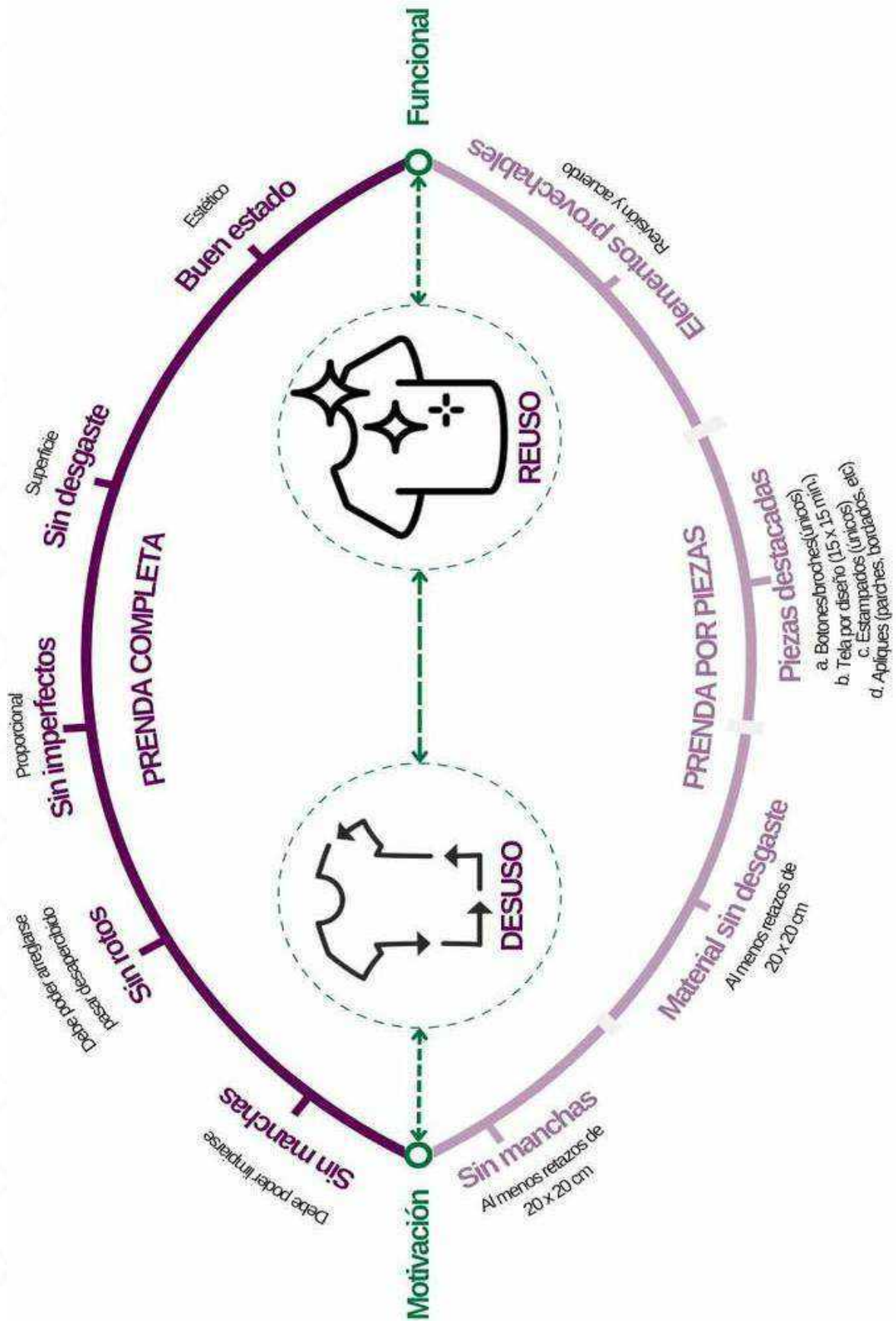


ILUSTRACIÓN 16. Diagrama énfasis Ciclo de prendas. AUTOR: Dayana Rosas

A partir de este planteamiento, se realizó la recopilación de características que se pretenden aterrizar en la propuesta de diseño, con el fin de involucrar los elementos de discurso que unan la interpretación y significado visual con la percepción e interpretación simbólica de las prendas de segundo uso a partir de las características positivas de los dos polos de tipología de moda, rápida y sostenible.

Por consiguiente se realizó una síntesis (Ilustración 17) la cual reúne referentes espaciales y experimentales para orientar las decisiones de diseño en forma, función y uso, pues es así como el concepto de la moda se presenta y se comunica a través de un entorno comercial, lo que lo hace un factor determinante para generar una experiencia espacial que permita la generación de símbolos sobre las prendas de segundo uso.

MODA SOSTENIBLE



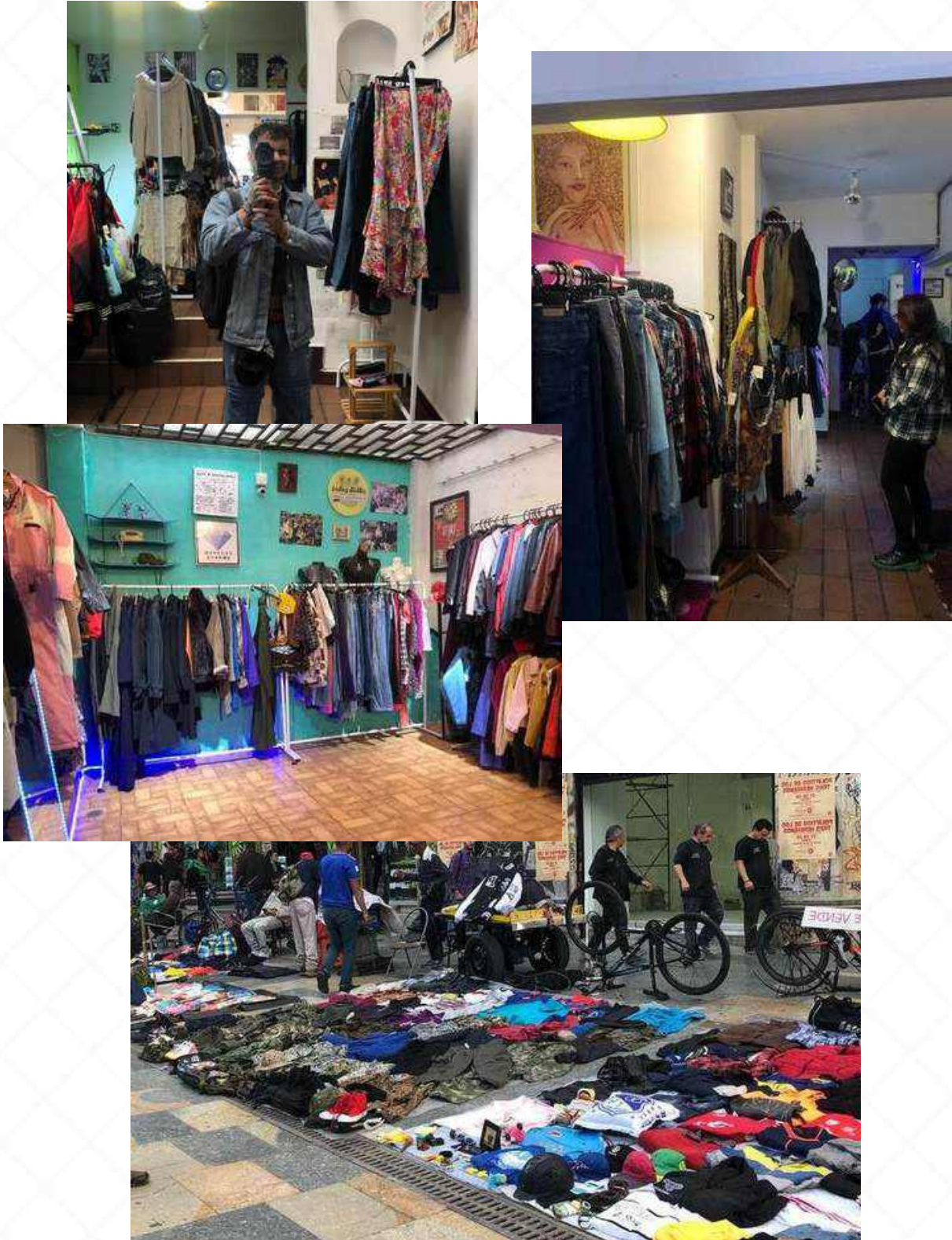
MODA RAPIDA

ILUSTRACIÓN 17. Características de discurso para mantener de moda rápida y moda sostenible.
AUTOR: Dayana Rosas

5.4 Anexos

5.4.1

Imágenes de referencia para análisis empírico de caracterización del espacio (Ilustración 7)



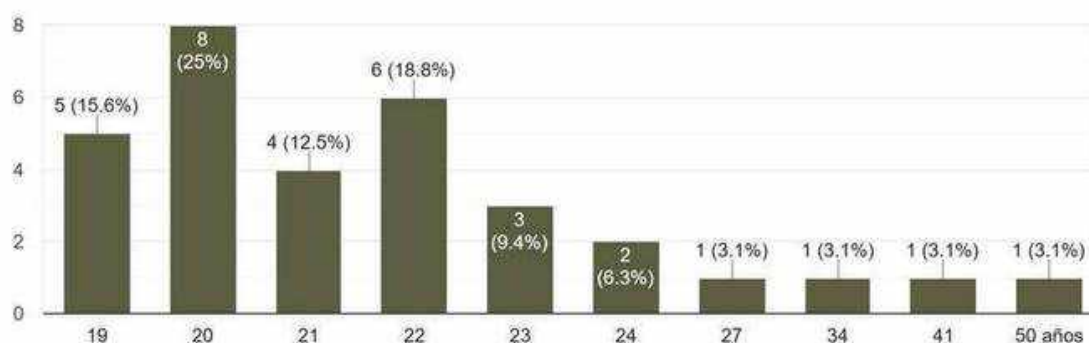
5.4.2 Archivo de resultados de encuesta sobre el consumo de moda (32 respuestas)

Esta encuesta fue realizada en octubre de 2024, en los inicios del planteamiento de este proyecto, dirigido hacia público de 18 o más años, con el objetivo de identificar las características de nuestro público objetivo, percepciones, motivaciones y barreras frente a las prendas de segundo uso y el upcycling y su conocimiento.

Conocimiento de características básicas del usuario y las tendencias de consumo de ropa

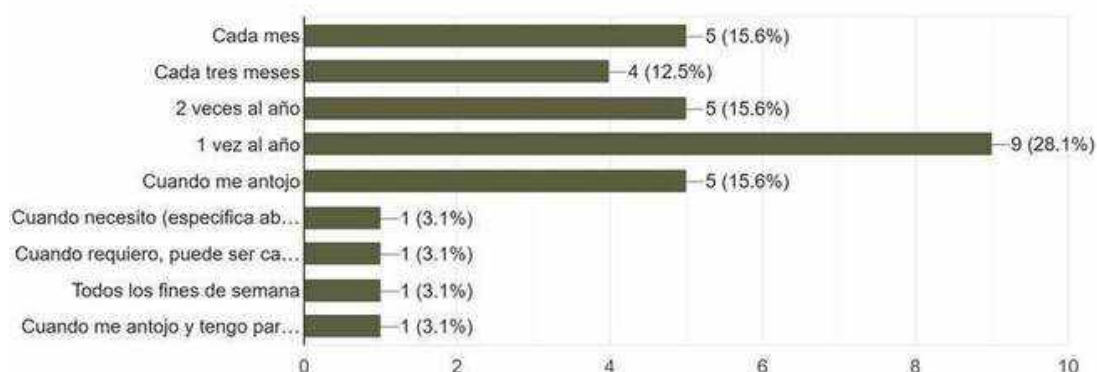
¿Cuántos años tienes?

32 respuestas



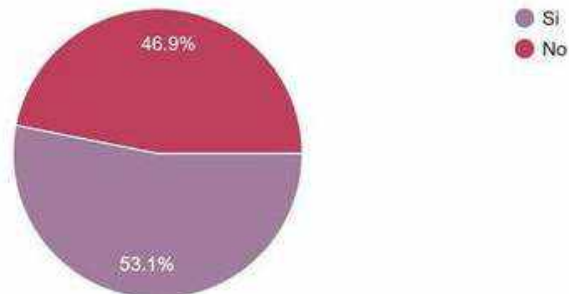
¿Cada cuanto compras ropa?

32 respuestas



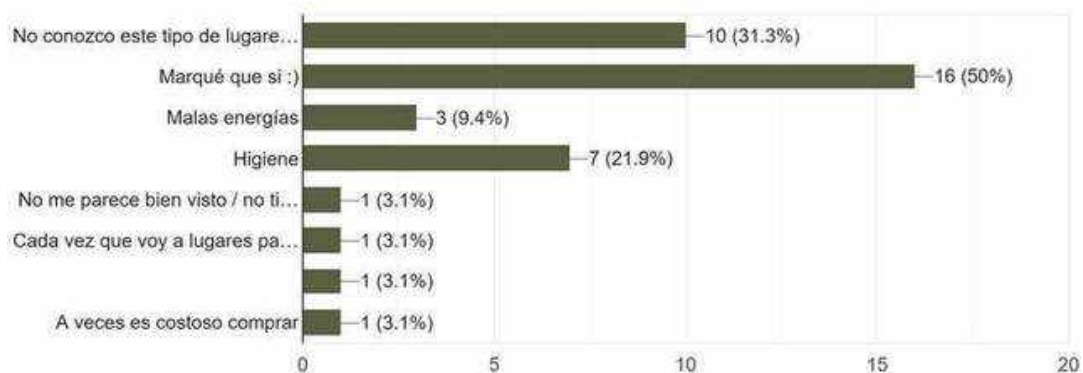
Estoy trabajando en un proyecto sobre como podemos mejorar el concepto del consumo de ropa de segunda por medio de un escenario y experienci...e compra. ¿Has consumido ropa de segunda mano?

32 respuestas



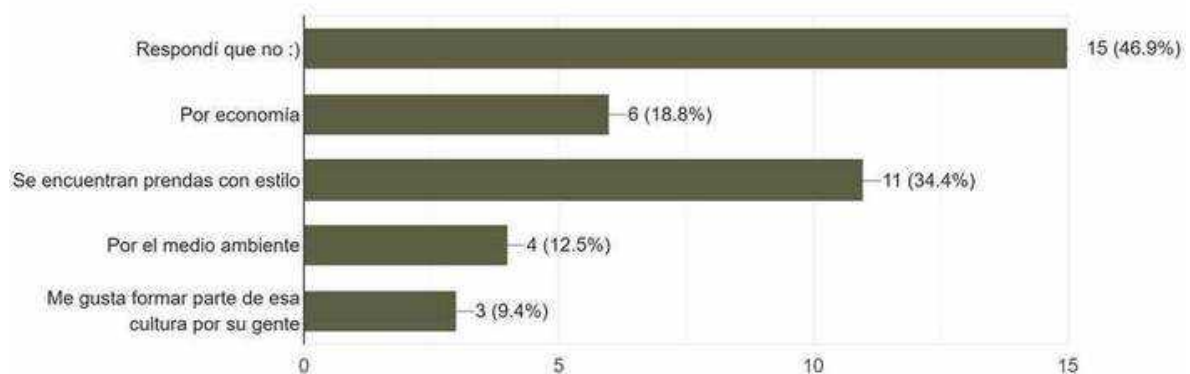
Si tu respuesta fue no, ¿Por Qué?

32 respuestas



Si tu respuesta fue si. ¿Por Qué?

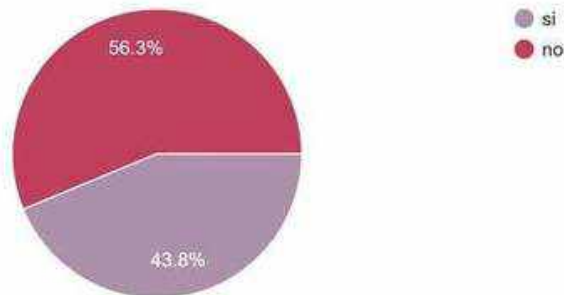
32 respuestas



Conocimiento acerca de la industria textil e impacto ambiental

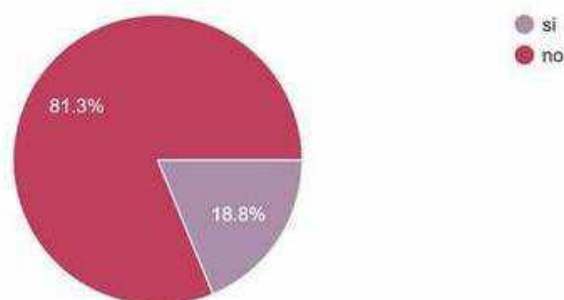
¿Sabías que la industria textil es responsable del 20% de contaminación de aguas residuales a nivel global, es decir un estimado de 93.000 millones de...er las necesidades de cinco millones de personas?

32 respuestas



Sabías que en Colombia, solo en Bogotá se cuentan aproximadamente 147.000 toneladas de textiles en el basurero?

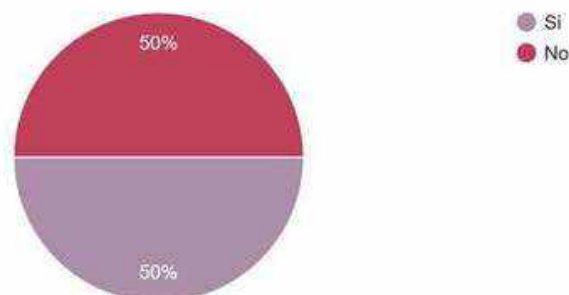
32 respuestas



Después de explicar la tendencia upcycled, reconocer su conocimiento y opiniones frente a la misma

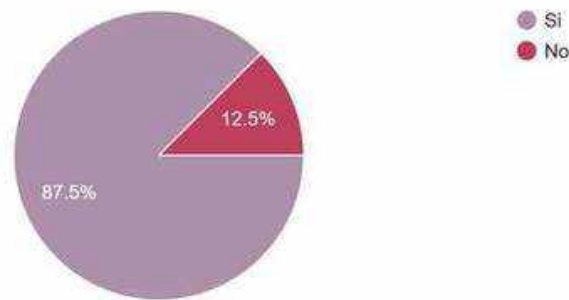
¿Conocías acerca de esta moda?

32 respuestas

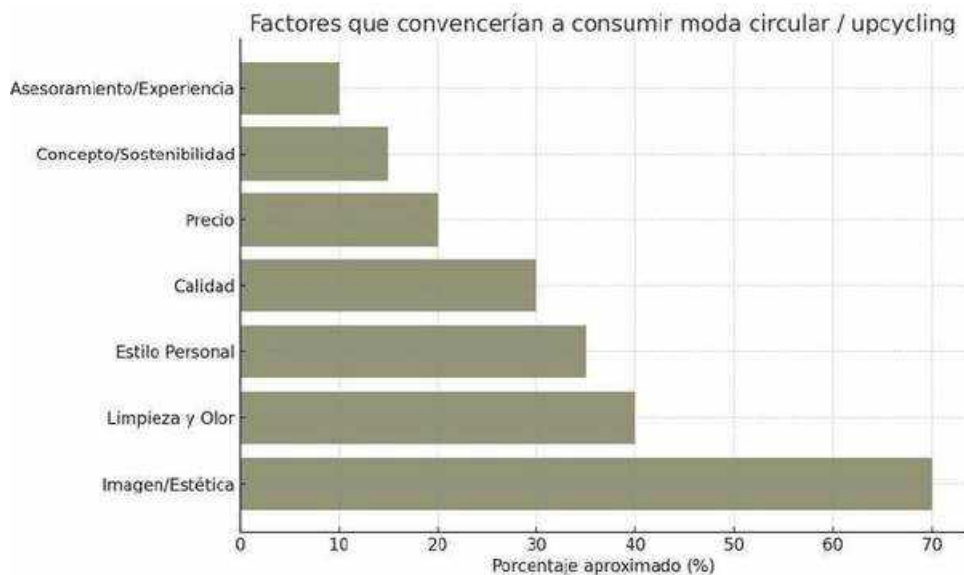


¿Crees que el upcycling es una forma más llamativa para usar que la ropa usada de segunda?

32 respuestas

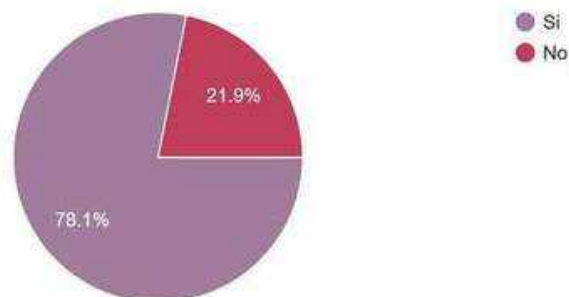


Identificación de preferencias y reconocimiento de las necesidades de los usuarios para el consumo de prendas de segunda y upcycled



Si tuvieras la oportunidad de diseñar tu propia ropa por medio de indicaciones y se te sea entregada por medio de tiendas de UPCYCLING, ¿te atreverías a consumir más de este tipo de moda?

32 respuestas



PARA TODOS:

¿Qué te gustaría experimentar o qué aconsejarías a estos emprendimientos para que se consuma más este tipo de moda?

32 respuestas:

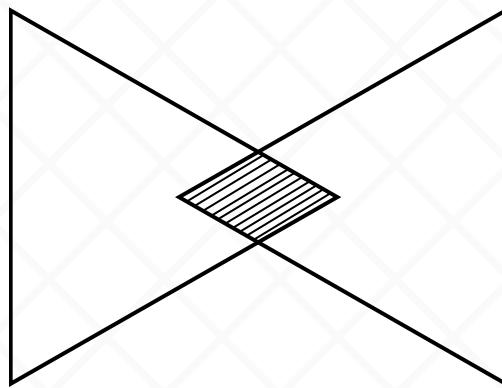
- Venderla como algo único, diseñar algo tan exótico que le dé más valor a la marca.
- Hacer más visible todo el proceso que conlleva y cómo ayuda al medio ambiente.
- Mostrar el tratamiento de desinfección de las prendas.
- Crear estrategias de marketing o marketing de contenidos.
- Tener una mejor selección o curaduría de prendas.
- Presentar las prendas de manera más casual y cotidiana.
- Más publicidad sobre los beneficios y diseños.
- Reducir costos para ampliar accesibilidad sin perder calidad.
- Asesoría personalizada profesional.
- Modernizar prendas que ya no usamos dándoles un toque nuevo.
- Sacar diseños nuevos y permitir personalización.
- Garantizar que la ropa no sea usada (para quienes lo prefieran).
- Definir claramente un estilo.
- Pensar siempre en el cliente: durabilidad, moda, precios.
- Preferir prendas de valor y calidad que no afecten el medio ambiente.
- Talleres donde uno pueda crear su ropa.
- Campañas publicitarias fuertes, en redes y en calles.
- Ropa para todo tipo de cuerpos.
- Sensibilización sobre impactos ambientales y beneficios.
- Diseños con retazos y materiales diversos.
- Campañas pedagógicas intensivas.
- Apelar más a la conciencia.
- Mejorar visibilidad y alianzas con marcas grandes.
- Dar variedad de estilos.
- Mejor lavado y creación de nuevos estilos desde ropa usada.
- Asesoría de imagen según tipo de cuerpo.
- Mostrar que es un emprendimiento seguro y que la ropa está en buen estado.
- Promocionar más la marca y su impacto ambiental.
- Ropa para todas las personas, estilos y tallas.
- Más propaganda y claridad sobre puntos de venta.

Estos resultados dejaron ver que en su mayoría, la percepción y valoración positiva hacia las prendas de segundo uso son influidas por factores como, la confianza del estado de las prendas, la seguridad de un proceso de transformación limpio, y su forma de exhibición en el espacio. Como también la apreciación por el dinamismo participativo durante la compra. Características influyentes en el diseño de un entorno que permita generar comodidad, confianza, transparencia y apreciación. Facilitando un resultado capaz de resignificar las prendas de segundo uso y propiciar atractivo de consumo.

5.4.3 Ideogramas y Esquema básico de variables

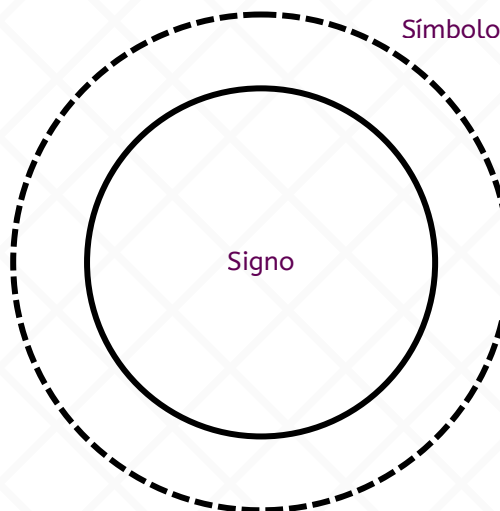
Los ideogramas a continuación se realizaron desde un planteamiento personal sobre cómo se comportan cada uno de los conceptos definidos anteriormente. (Ilustración 10). Un ideograma se define como:

“Imagen convencional o símbolo que representa un ser o una idea, pero no palabras o frases fijas que los signifiquen.” Según la Real Academia Española.



**Interacción
Simbólica**

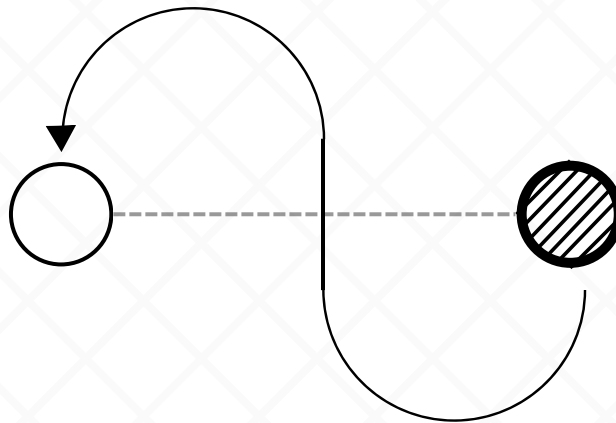
En este ideograma los dos triángulos representan la unión del signo y el símbolo como resultado de la interacción simbólica.



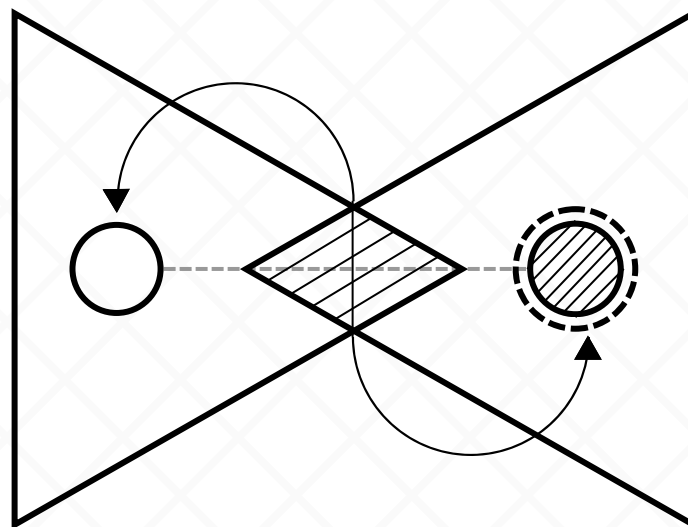
Signo / Símbolo

En este podemos observar el signo como elemento que no contiene al símbolo, pero puede exteriorizarse y convertirse en uno sin dejar de ser un signo.

Reinterpretación



Allí el círculo de la izquierda se ve como un simple signo y el recorrido de las flechas es el camino para convertirse en símbolo, por ende, resulta siendo una reinterpretación sin dejar de contenerse y relacionarse el signo y el símbolo.



Esquema básico, una representación simplificada en la que se integran los ideogramas previos mostrando sus conexiones principales. Reúne la transformación de signo en símbolo, la reinterpretación generada debido a la interacción simbólica. De allí se comprende la forma en que contienen uno dentro de otros, para definir el comportamiento de los conceptos en Dash Project.

6. PROPUESTA DE DISEÑO (resultados)

Con el fin de evidenciar en la propuesta espacial los conceptos utilizados en la investigación sobre la generación de significados y símbolos dentro de un espacio comercial relacionado con las prendas de segundo uso, se realizó un planteamiento de actividades y espacios clave direccionados a la visibilidad óptima de las prendas dentro del espacio, la interacción de los usuarios con el diseño de prendas, el conocimiento de su proceso hasta su llegada a la tienda, para generar seguridad y confianza, como también, la interacción y atracción dinámica del público por medio de actividades que generen experiencias memorables emocional y culturalmente, para así valorizar desde la interacción el símbolo de las prendas de segundo uso.

Las actividades dispuestas en la ilustración 18 están dirigidas hacia el usuario y la interacción hecha para generar dinamismo dentro del espacio.

ESPACIO **Actividades**

**Compra usual de prendas
Trueque por bonificación
+ experiencia.**

1**COMPRA
O TRUEQUE****CREA TU
PRENDA****2**

**Imagina y crea tu prenda
Personifica tu prenda
con accesorios y retazos
+ experiencia.**

**Exhibición llamativa
Performance disruptivo
Diseño e intervención de
prendas en vivo**

3**TALENTO VIVO
PRENDA VIVA****BIEN
FRESCO****4**

**Comodidad y confianza
Visualiza como llegan las
prendas
Observación e informativo**

COMPRA O TRUEQUE

1

Los usuarios pueden tomar y dejar prendas. Pueden medirse en ese mismo lugar cualquier prenda.

- Escaparates
- Maniqués
- Espejos

Zona de exhibición de prendas

Muestrario

Allí las personas pueden armar un outfit mediante los espejos con prendas disponibles en la prenda, se buscan en físico para ellos y se realiza la compra, de este modo se adapta una manera diferente de consumo.



Espejos Arma tu outfit

En este lugar se donan prendas, o se realiza la verificación de condiciones de las prendas para trueque.

- Repisa
- Zona de recolección

Zona de trueque

Los usuarios pueden medirse las prendas que deseen con mayor privacidad.

- Espejos
- Sillas

Zona de exhibición de prendas

Esta será la zona en donde los usuarios pueden observar los tipos de tela y accesorios disponibles con sus respectivos nombres, para así poder buscarlos en las pantallas interactivas y aplicarlo a su diseño

Es un dispositivo que funciona como una aplicación de vestir, en donde puedes crear y modificar prendas basados en la disponibilidad de telas y accesorios de la tienda.

Pantalla Interactivo

Los maniqués singer son ajustables, permiten mayor flexibilidad para el diseño y costura de prendas. Con estos los usuarios podrán realizar prototipos con retazos disponibles y moldes, todo mediado por un asesor.

Maniqués Singer

2

CREA TU PRENDA

TALENTO VIVO PRENDA VIVA

3

Experiencia
memorable,
atractivo visual!

Zona inesperada, “improvisada” para realizar la actividad performativa de activación. (se puede fusionar con actividad 2 “crea tu prenda”)

Espacio de Exhibición Dinámica

Información
valorativa
+confianza
+comunidad

En esta zona se hará alusión al proceso de llegada de las prendas a la tienda con el fin de dar conocimiento a los usuarios de ello.

Infografías

Espacio de Acento

4

BIEN
FRESCO

De este modo se proponen medios de afinidad entre el usuario y las prendas mismas, el involucramiento e interacción con la ropa y el conocimiento de la historia de su limpieza y trayecto genera ese factor visual y de cercanía con los usuarios, atendiendo como solución a las motivaciones de compra de ambos tipos de público, objetivo y potencial (Archivo de resultados de encuesta, pg. 28-29, del presente documento). Por otro lado, se genera una recompensa tanto física como emocional al redimir y realizar tratos de cambio obteniendo bonos, puntos redimibles y beneficios económicos, esto como añadidura para un modelo de servicio memorable.

Para entender el funcionamiento de lo mencionado anteriormente se planteó en un diagrama de interacción dejando en evidencia las acciones de los actores las cuales permiten el desarrollo contemporáneo de las variables de diseño conceptuales, interacción, significación de signos y generación de símbolos.

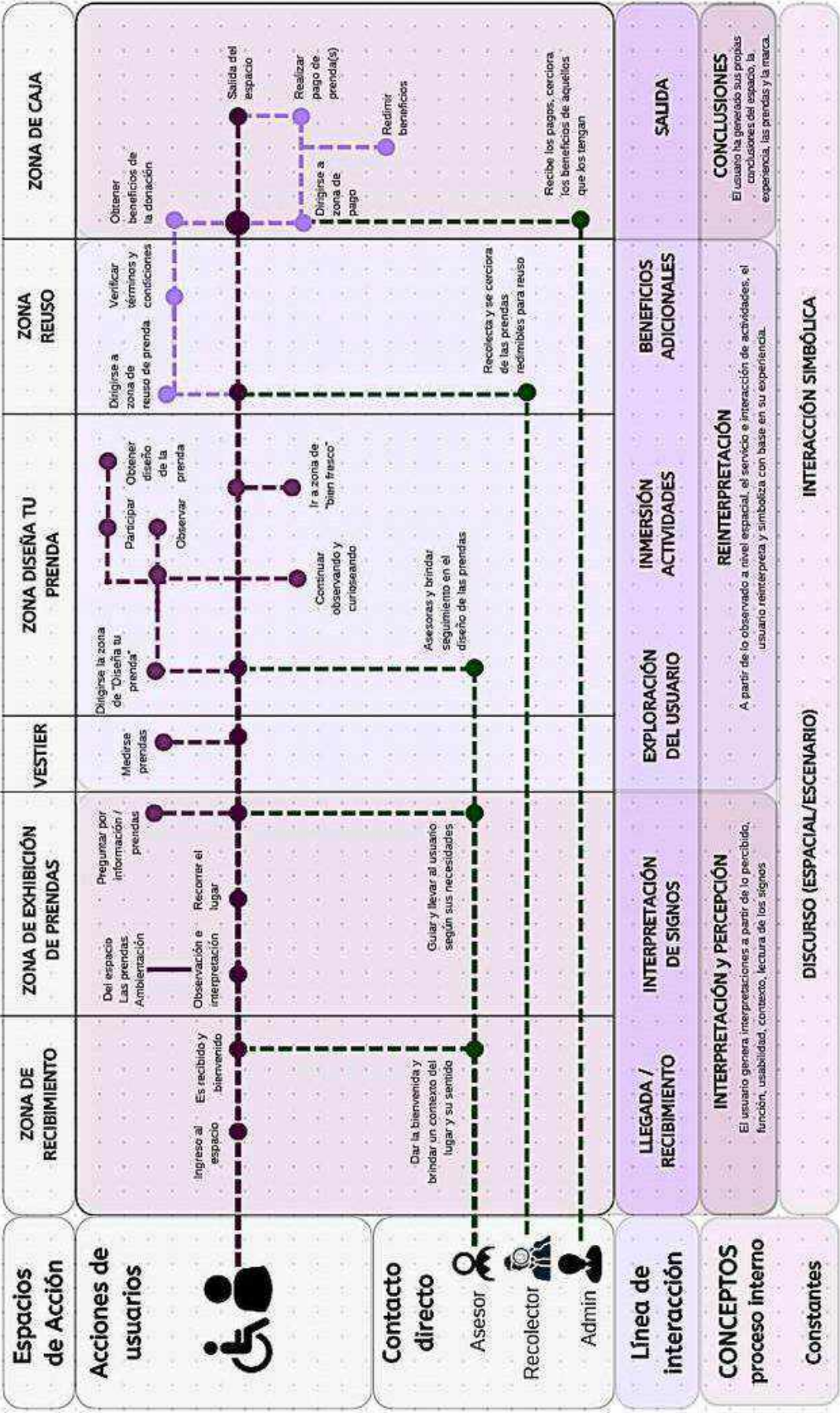


ILUSTRACIÓN 21. Diagrama de interacción. AUTOR: Dayana Rosas

Basado en el análisis de las determinantes (factores influyentes en la decisión de diseño) mencionadas en la introducción de los sectores de la ciudad, su uso comercial, demografía, usabilidad y función, se concluyeron los requerimientos para el desarrollo y diseño espacial del establecimiento con la temática y estilo que se quiere transmitir. Por ejemplo, los espacios públicos como la plaza Lourdes, Estación Museo Nacional, y el Parque de Los periodistas, permiten los respectivos permisos para eventualidades, ferias, pop ups siempre que involucre la cultura e incentive la sostenibilidad, impuestas por de las diferentes entidades mencionadas en la Ilustración 22. Su formalidad permite la disposición de elementos divisores, cuenta con espacios que permiten su óptimo uso y funcionamiento: zona de exhibición y compra, mobiliario que satisfaga las necesidades del usuario como observar sus prendas puestas (espejos, vestidores), tomar y dejar prendas (ganchos y racks de sostén para las prendas, elementos interactivos para el dinamismo de observación de prendas y diseño (pantallas y espejos interactivos), zonas de servicio (caja, punto de donación y trueque, primeros auxilios), zona de diseño (utensilios de corte, cosido, programas de diseño en pantallas interactivas). Y para finalizar el estilo de diseño del espacio para este proyecto se denomina “estilo ecléctico”, definido según KYBALION DECO, una plataforma de servicios de diseño de interiores online, como «una recopilación cuidadosa de elementos que encajan bien entre ellos», este tipo de decoración puede tomar varios estilos como inspiración y mezclarlos de manera homogénea y visualmente coherente. De modo que es el ideal para aprovechar los tipos de moda y su modo de expresión reunidos en ‘Dash’.

	DETERMINANTES	REQUERIMIENTOS
USO	ACTIVIDAD COMERCIAL Para que sea posible el óptimo funcionamiento de esta, se debe contar con seguridad y libre funcionamiento bajo la seguridad del usuario, y reglamentos del lugar de implantación.	- Registro mercantil y licencia, normas de publicidad y autorización de uso del espacio. - Programa espacial con buena distribución espacial que permitan la óptima circulación, ventilación y comodidad del usuario.
	DISEÑO E INTERACCIÓN Los usuarios deben sentirse en un espacio seguro, profesional de modo que se permita generar confianza, afinidad y una buena experiencia memorable. En el cual se permita un uso adecuado del espacio sin incidir en problemáticas de interacción entre usuarios.	- Los asesores deben contar con experiencia y certificación para el óptimo desarrollo de su labor - Las herramientas y espacio deben cumplir parámetros de limpieza y salubridad. - El servicio al cliente debe ser seguro y amigable. - Los organizadores deben atender a la circulación y aglomeración de personas, responsabilidad social.
	MODIFICACIÓN DE PRENDAS Se debe brindar seguridad e integridad en medio de la modificación de prendas y el uso de herramientas.	- Personal calificado y atento a la seguridad del usuario. - Seguridad y salud en el trabajo para los trabajadores.
FUNCIÓN	ERGONOMÍA Los espacios de uso y exhibición deben contar con medidas ergonómicas para los usuarios y trabajadores.	- Medidas de pasillos 80cm-1m - Medida entre exhibiciones 90 cm - Zona de trabajo 45cm + 60cm - Altura de exhibición 1.5 a 1.8 metros sobre el suelo
	VISUALIZACIÓN Sin importar el diseño escogido no puede llegar a alcanzar la contaminación visual, para un mejor entendimiento del espacio y su objetivo.	- Altura de prendas al ojo de los usuarios - No acumulación de prendas en un mismo mobiliario - Señalética a la altura de los ojos y con tipografía clara
	MOBILIARIO FUNCIONAL El espacio debe contar con mobiliario que permita la fácil manipulación de prendas e interacción de estas con el usuario.	- Espejos distribuidos funcionalmente - Ganchos montables y desmontables - Racks estáticos y móviles - Prendas y accesorios medibles para visualizar outfits.
	SEGURIDAD GENERAL La distribución del espacio debe cumplir con un buen funcionamiento del mismo para evitar riesgos de seguridad y el no entendimiento del espacio.	- Ruta de evacuación clara. - Extintores y señalización. - Materiales resistentes al clima y al uso. - Control de aforo. - Puntos de iluminación seguros.
	INFRAESTRUCTURA AUTOSOSTENIBLE Debe ser una instalación con los elementos necesarios para su funcionamiento en las diferentes locaciones.	- Generador de energía portante - Datos móviles propios si no hay Wi-Fi - Contenedor móvil propio de residuos.
CONTEXTO	En un contexto general, la instalación debe cumplir con normativas de uso, atender una buena accesibilidad dentro de la ciudad como también a las tendencias culturales y comerciales con el fin de priorizar el enfoque hacia el público objetivo.	NORMATIVAS COMERCIALES • Registro de actividades comerciales • Registro de establecimientos • Registro de establecimientos • Registro de establecimientos • Registro de establecimientos NORMATIVAS AMBIENTALES • Código Ambiental • Código Ambiental • Código Ambiental • Código Ambiental • Código Ambiental TENDENCIAS CULTURALES • Tendencias culturales • Tendencias culturales • Tendencias culturales • Tendencias culturales • Tendencias culturales VÍAS DE ACCESO Y VÍAS DE EVACUACIÓN • Vías de acceso • Vías de acceso • Vías de acceso • Vías de acceso • Vías de acceso

ILUSTRACIÓN 22. Esquema determinantes espaciales 1. AUTOR: Dayana Rosas

	DECISIONES DE DISEÑO	REQUERIMIENTOS
FORMA	ESPACIALIDAD - Disponibilidad y versatilidad espacial - Accesos y salidas - Programa espacial - Optimización de circulación - Zonas abiertas y cerradas	FORMA, DISPOSICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE ESPACIALIDAD - Espacio semiabierto - Ingreso principal (costado posterior oriente y occidente) - Ingreso alternativo (módulos) - Muros de separación modulares - zonas separadas ambientalmente - Óptima circulación y resolución de actividades
	INTERCONEXIÓN DE ESPACIOS - Optimización y visibilidad clara - Geometría y transición de espacios - Elementos divisores e identificación de espacios	
	MODULARIDAD ADAPTABLE - Módulos configurables - Montaje rápido (ideal <4horas) - Desmontaje rápido (<4horas) - Piezas de fácil transporte	
	LOGÍSTICA TRANSVERSAL - Transporte seguro - Rutinas de carga y descarga - Equipos definidos por rol (montaje, atención, seguridad, desmontaje)	
MATERIAL	AMBIENTACIÓN - Estilo decorativo ecléctico - Figuras dinámicas y funcionales - Materiales termoacústicos	- Estilo decorativo según tipología de textiles, utilizando ambientación y decoración a fines. - Materiales sostenibles (textiles reutilizados, plantas, etc)
	ILUMINACIÓN - Ambiental - Focal - Decorativa - Directa e indirecta	- Luces led - Empotramiento montable y desmontable - Canaletas de recubrimiento
	MOBILIARIO - Montable y desmontable - Adaptativo - Fácil de uso y confortables	- Aluminio, madera reutilizada, policarbonato reciclado - Racks adaptables, reutilizables y sustentables
	MÓDULOS - Ensamble de fácil montaje - Materialidad liviana de fácil transporte - Sostenibles y reutilizables	- Policarbonato alveolar reciclado - Madera plástica reciclada - poliéster con recubrimiento poliuretano (sistemas de cerramiento e impermeable)
	ESTRUCTURA - Fácil montaje - Material manipulación fácil	- Perfiles en aluminio H,L (+tornillería) - Acrílico (letrero) - Cold rolled (letrero)

ILUSTRACIÓN 23. Esquema decisiones de diseño espacial 2. AUTOR: Dayana Rosas

MOODBOARD



ILUSTRACIÓN 24. Moodboard. AUTOR: Dayana Rosas

Con el moodboard observado en la Ilustración 24, se pretende construir y visualizar conceptos abstractos en imágenes, definir una atmósfera estética, espacial y experiencial. Se quiere resaltar elementos decorativos y modos de exhibición de las prendas combinando los estilos mencionados anteriormente, incluyendo elementos de las tiendas comerciales de ropa nueva como de ropa de segundo uso, mezclando el lenguaje visual priorizando la jerarquización y vista panorámica de las prendas, al mismo tiempo que manteniendo el estilo de la cultura mezclando elementos decorativos que evocan un ambiente dinámico y con estilo llamativo (diseño que combina elementos poco usuales y resalta sobre lo común).

A continuación se evidencia la formalidad del espacio, una proyectada en forma hexagonal por su forma modular y amplia, la cual facilita la configuración y adaptación, lo que permite versatilidad al mismo tiempo que la separación de ambientes lo cual deja la adaptación de cada módulo a la imagen y expresión de cada estilo de moda presentadas en cada uno de ellos.

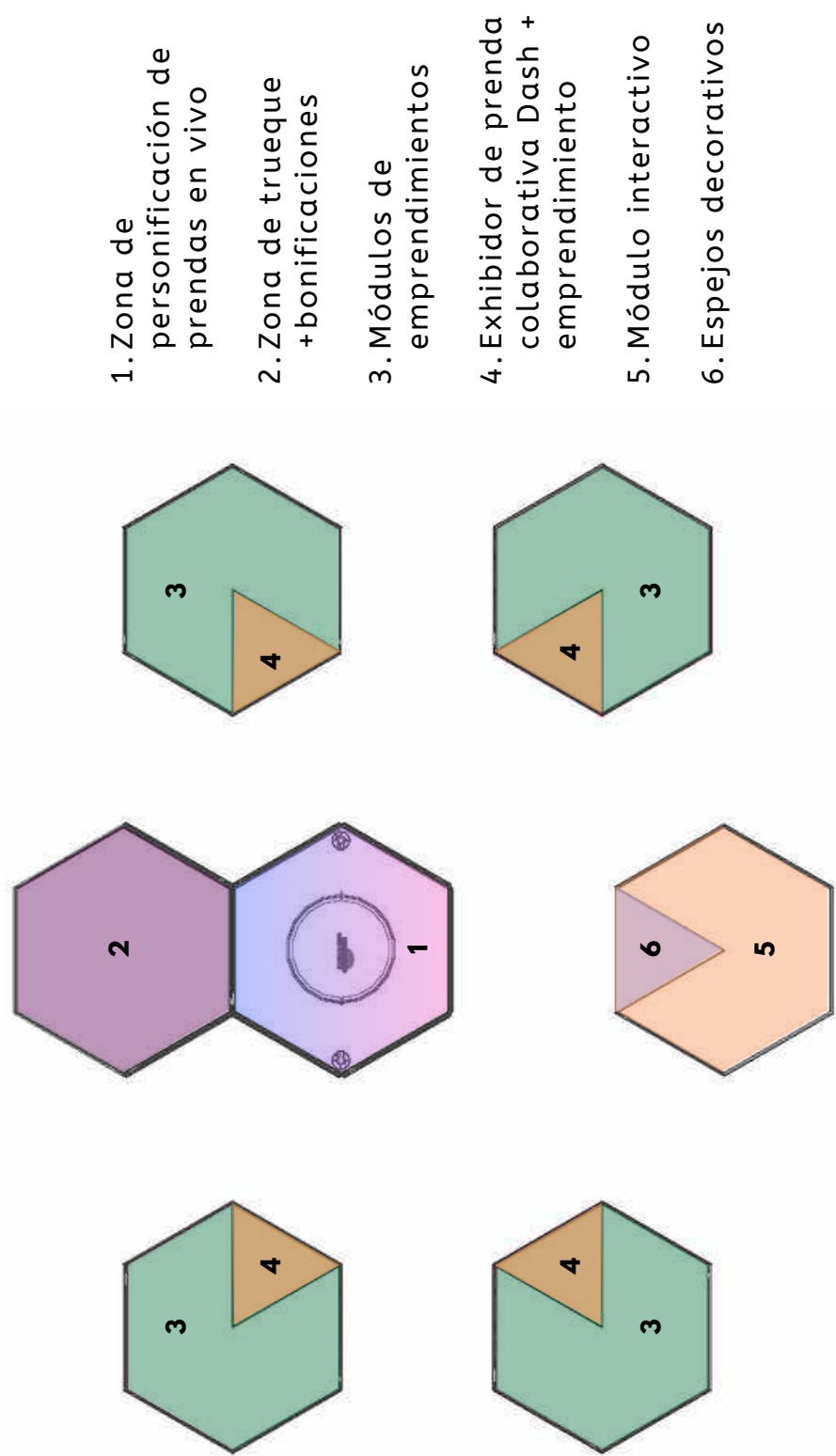


ILUSTRACIÓN 25. Zonificación general. AUTOR: Dayana Rosas

Zonas Calientes

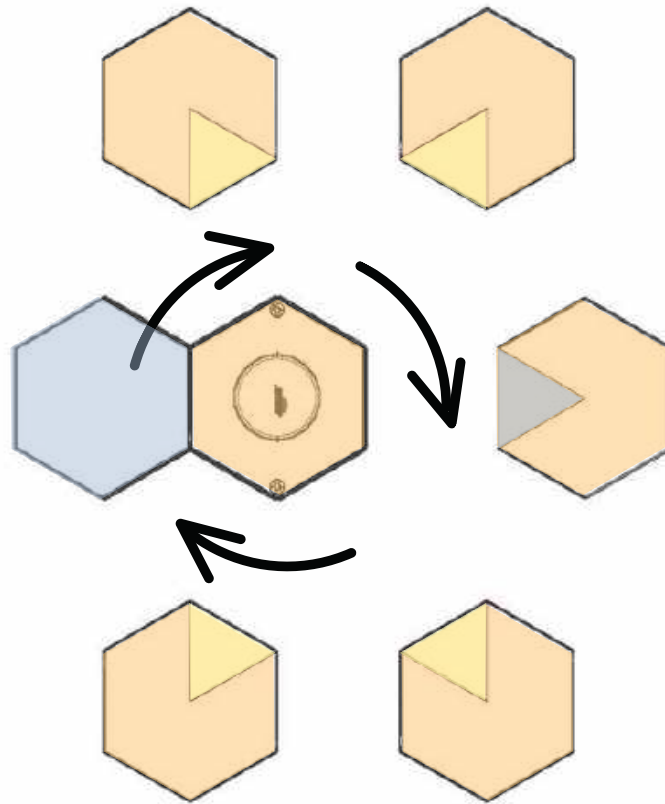
Áreas de alta concentración. Se busca estimular, atraer o facilitar el uso frecuente del espacio

Medio

Zonas de exhibición y enganche de observación.

Zonas Frías

Espacios periféricos, no son menos importantes, sin embargo, no son actividades de larga duración.



Atracción y contacto, su ubicación genera una circunferencia de flujo manteniendo el movimiento sin saturar el centro.

Whitley

Anclan la mirada sin necesidad de mantener permanencia, lo que evita la aglomeración que perjudique la circulación.

Whitley

Su ubicación permite que estas funciones se desarrollen sin interrupciones, pero manteniendo conexión visual con el resto del espacio.

Whitley

ILUSTRACIÓN 26. Zonas frías y calientes. AUTOR: Dayana Rosas

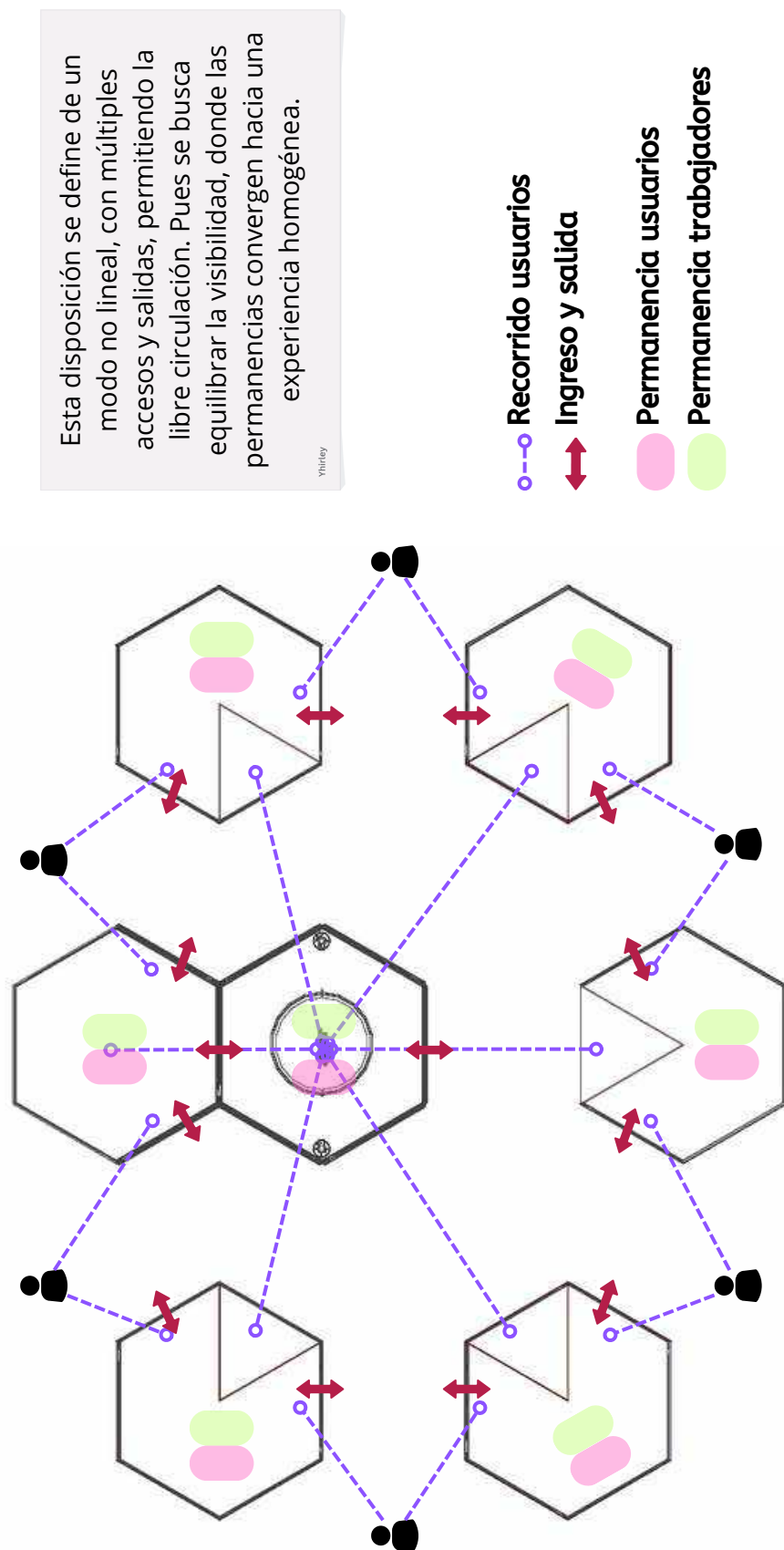


ILUSTRACIÓN 27. Recorridos / permanencias / circulación. AUTOR: Dayana Rosas

Del concepto al espacio

Al implementar áreas de observación, e involucrar el discurso como método bajo esta disposición espacial, se genera un desarrollo de actividades transitorio y progresivo, lo que responde a un proceso dirigido hacia la reinterpretación, permitiendo que el usuario en un primer momento observe las prendas desde su valor signo previa a la experiencia, es decir, realiza una lectura inicial inmediata y funcional. Seguido de esto, la observación guiada, conocer la información de origen y transformación, y la exhibición jerárquica, entran en interacción con el usuario como los primeros estímulos, irrumpiendo en la lectura automática de signo, pasando a ser símbolo, como no solo un objeto de uso sino un resultado de un proceso.

Su distribución no lineal y jerarquización mediante la zonificación de espacios calientes permite la permanencia y trayecto de cruce con todas las actividades, activando una nueva valoración. La interacción directa en actividades como el trueque, la personalización y la dinámica en vivo, involucra al usuario física y emocionalmente, haciéndolo participe de la creación de nuevos significados, lo que genera una carga gradual simbólica sobre el signo, pues vincula y facilita el contacto entre el sujeto - objeto y medio a través de la elección, y participación, proyectando identidad y narrativa propia. La interacción social desde lo performativo, asesoramiento y diseño, construye una valoración colectiva, formando sentido de pertenencia sobre el valor simbólico de las prendas, asociando valores como sostenibilidad, creación y cuidado ambiental.

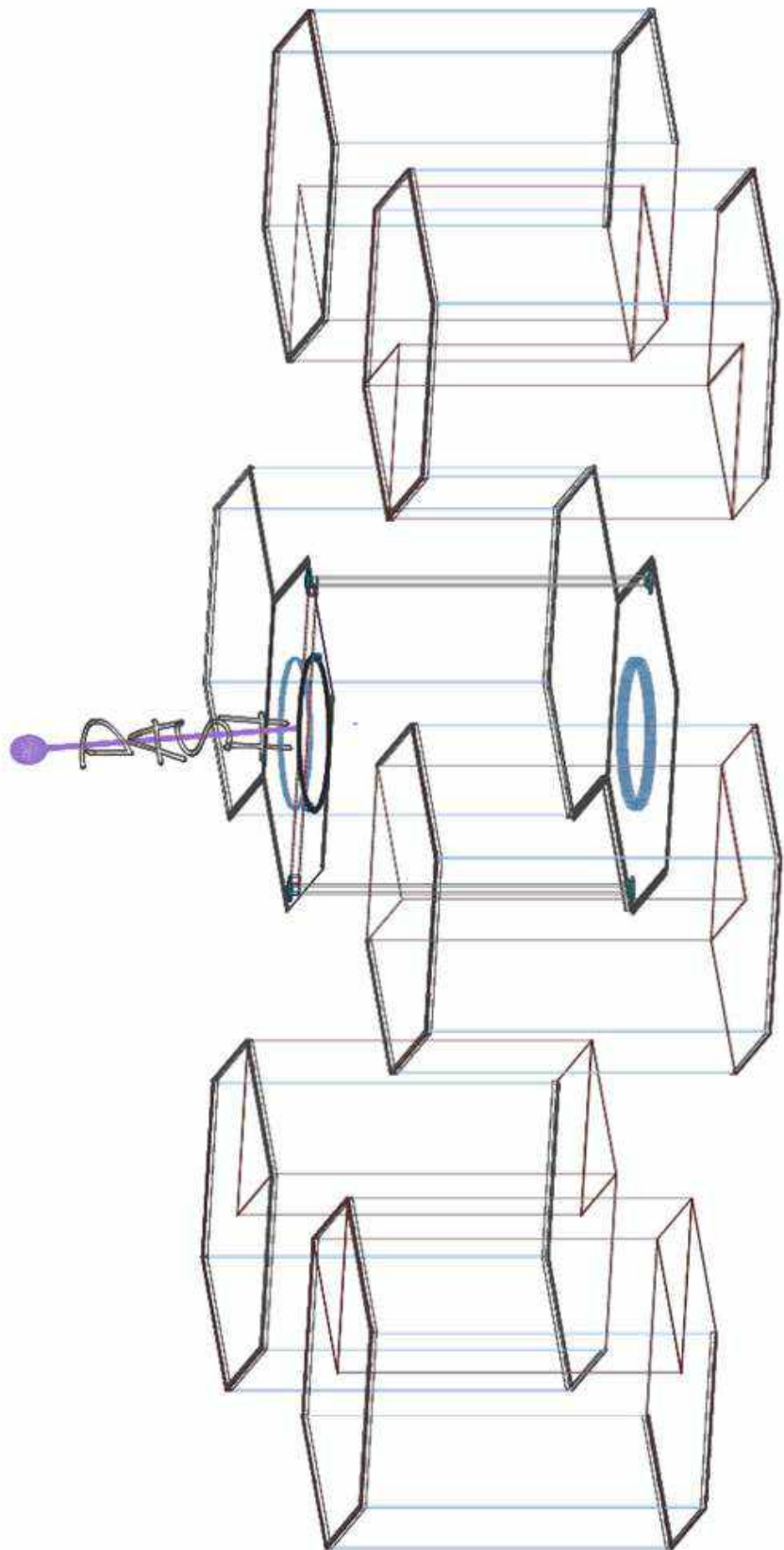
En consecuencia la forma, recorrido y actividades propuestas no operan de manera espontánea sino que dependen de un trayecto procesual mediado por el discurso de Dash. De este modo el espacio asume más que una actividad comercial, y se apropia de un rol comunicativo y cultural. La reinterpretación sobre el signo ocurre a través de cada actividad y estímulos a lo largo de la interacción con estos, evidenciándolos como medio que posibilita el tránsito de signo a símbolo.

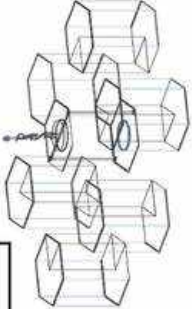
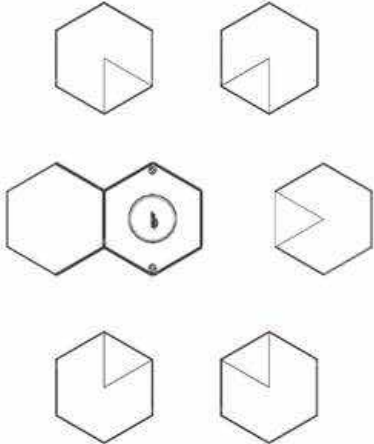
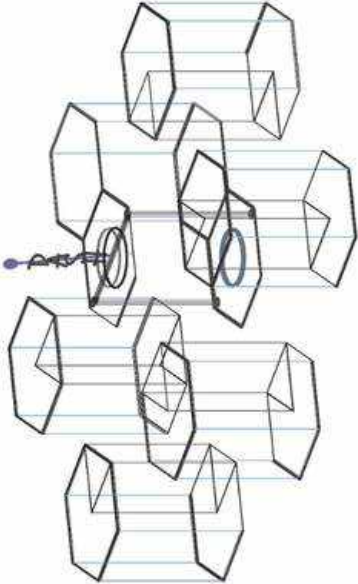
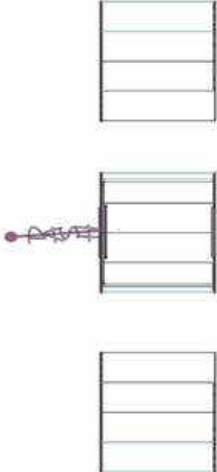
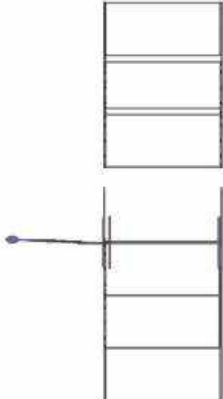
Por esto, Se diseñaron unos módulos hexagonales, de manera que el espacio permita ser aprovechado para distintas disposiciones y adaptabilidad al espacio público. 4 módulos pensados para emprendimientos, 1 para zona de trueque, 1 para personalización de prendas en vivo, 1 para pantallas interactivas, teniendo cada uno un diseño pensado para los diferentes propósitos del espacio. De este modo se distribuye en zonas calientes (mayor interacción) y zonas frías (menor interacción) las actividades dentro del espacio y la importancia de estas, poniéndolas objetivamente como espacios más llamativos respecto a los demás, generando una concentración de atención en los espacios de prendas (objeto por resignificar), actividades interactivas y personalización (respuesta a la apreciación y valor simbólico). Así pues, en las ilustraciones 25, 26 y 27 se evidencia la espacialidad, la interconexión de espacios, y el movimiento e interacción de los usuarios dentro del espacio.

Para esclarecer la propuesta espacial y la utilización de elementos de diseño, a continuación, los anexos constan de planos, isométricos, y sus respectivas representaciones del espacio. Primeramente planimetría técnica, modularidad y su funcionamiento, para luego observar el diseño en un contexto real, personas en el espacio, stands, y exhibición.

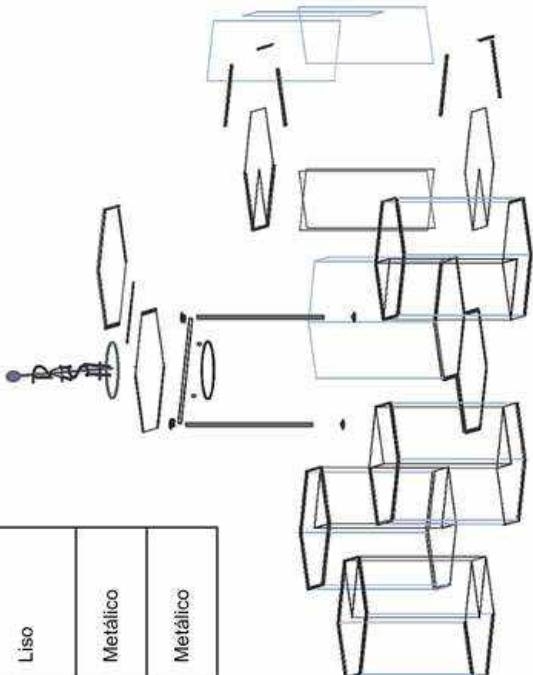
6.1. Anexo de planimetría y renderizado

DATA PROJECT



UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA		Nombre del proyecto: Dash project		Nombre de pieza: Vistas generales (Superior - perspectiva - Frontal - Izquierda)		Acotación Metros		Material: Aluminio estructural Madera plástica reciclada Policarbonato alveolar reciclado Acrílico		Plano 1/12		Formato A2		Dibujado por: Yhirley Dayana Rosas Castro		Docente: Jorge Arturo Gonzáles Castro		Fecha: 20/11/2025			
Superior				Perspectiva				Vista frontal				Vista izquierda									

#	NOMBRE	MATERIAL	Unds	COLOR	ACABADO
1	Módulos de piso	Madera plástica reciclada *2cm Grosor	7	Variedad de colores	Antideslizante
2	Módulos de techo	Polícarbonato alveolar reciclado *1cm Grosor	7	Traslúcido	Liso
3	Perfilería L	Aluminio estructural *4cmx6cm	60	Negro	Metálico
4	Perfilería H	Aluminio estructural	2	Negro	Metálico
5	Zapata estructural	Aluminio estructural	2	Negro	Metálico
6	Placa de anclaje en L	Aluminio estructural	2	Negro	Metálico
7	Barra estructural	Aluminio estructural	3	Negro	Metálico
8	Módulos verticales exteriores	Polícarbonato alveolar reciclado / madera reciclada *1cm Grosor	18	Variedad de colores	Liso
9	Módulos verticales interiores	Polícarbonato alveolar reciclado *0.5cm Grosor	10	Traslúcido	Liso
10	Collarín metálico	Acero inoxidable	2	Negro	Metálico
11	Aro	Aluminio	1	Negro	Metálico



UNIVERSIDAD PILOTO
DE COLOMBIA

Nombre del proyecto:
Dash project

Nombre de pieza:
Despiece modular

Número de módulos
7

Acotación
Cm

Material:
Aluminio estructural
Madera plástica reciclada
Polícarbonato alveolar reciclado
Acrílico

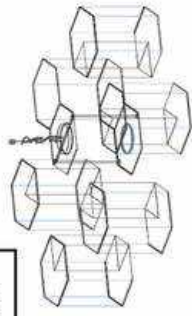
Plano
2/12

Formato
A2

Dibujado por:
Yhirley Dayana Rosas Castro

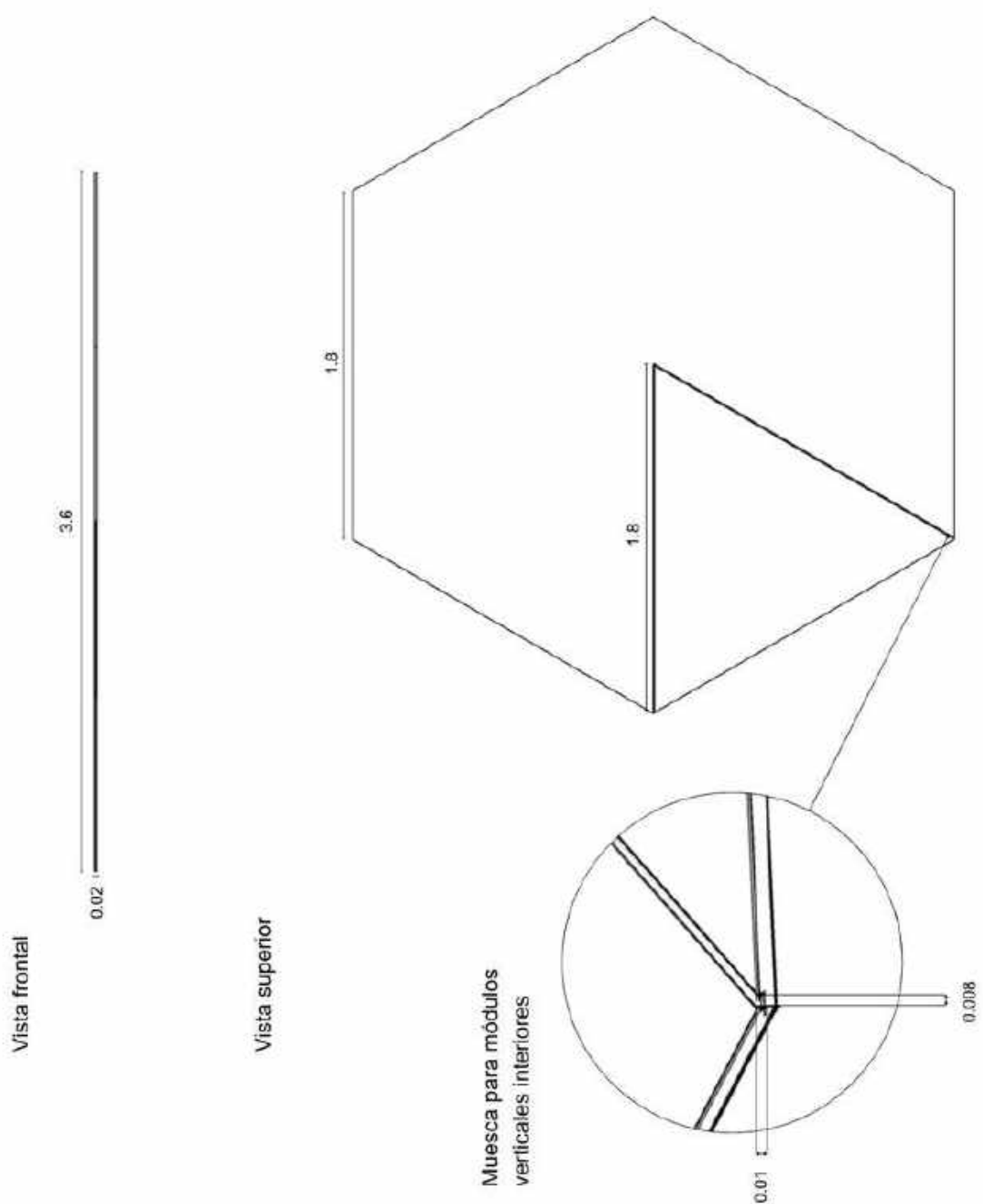
Docente:
Jorge Arturo Gonzáles Castro

Fecha:
20/11/2025



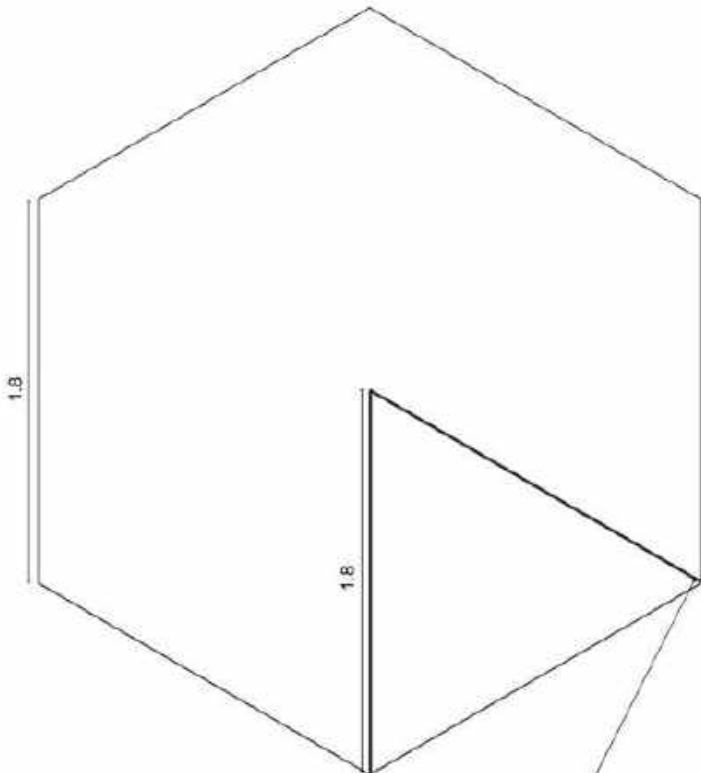
UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA	
Nombre del proyecto: Dash project	
Nombre de pieza: Módulo de suelo Para emprendimientos socios	
Número de módulos 5	Acotación Metros
Material: Madera plástica reciclada	
Plano 3/12	Formato A2
Dibujado por: Yhirley Dayana Rosas Castro	
Docente: Jorge Arturo Gonzáles Castro	
Fecha: 20/11/2025	
	

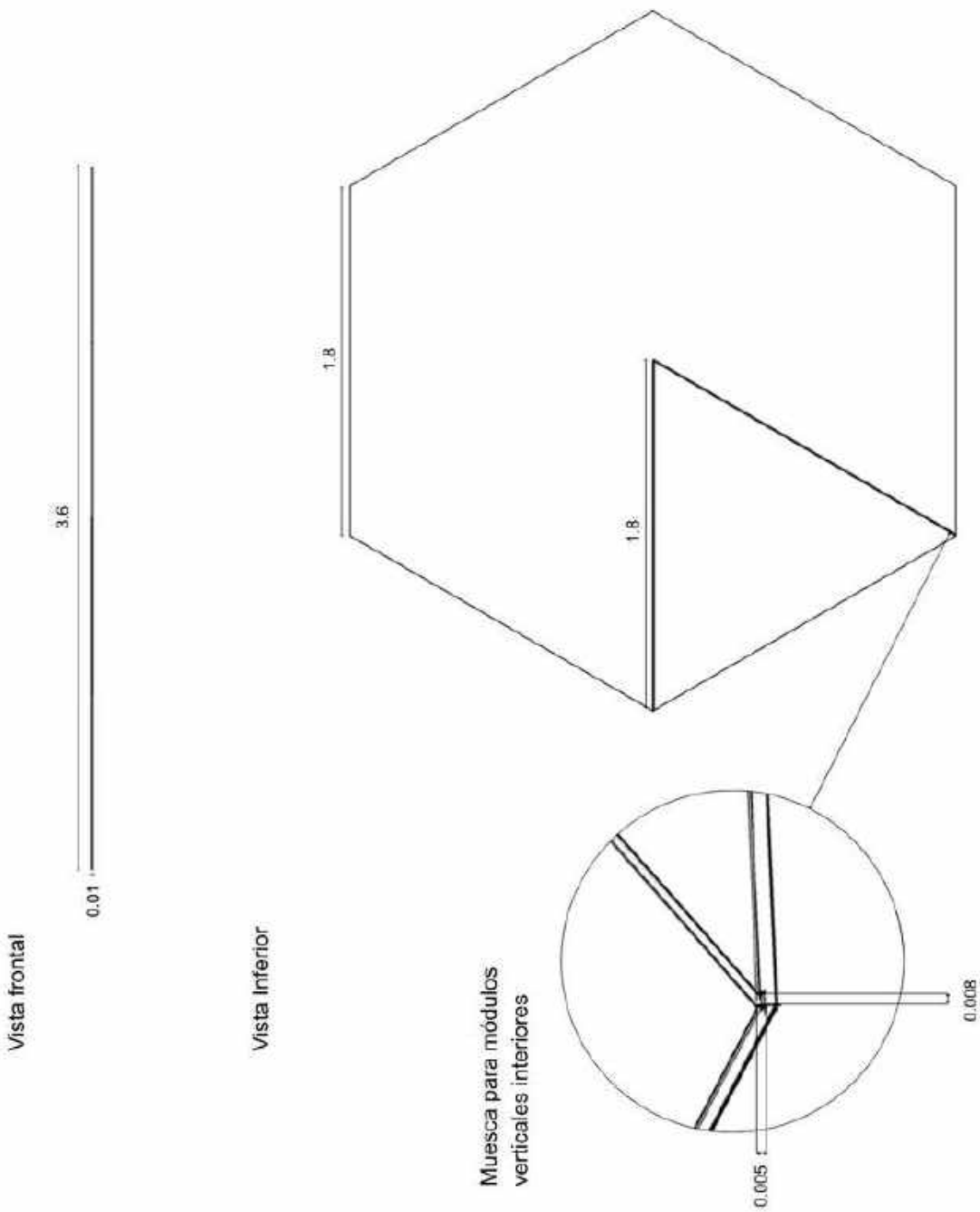
Vista frontal



Muesca para módulos
verticales interiores

Vista superior



UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA		 Vista frontal 0.01 3.6 Vista Inferior Muesca para módulos verticales interiores 0.005 0.008	
Nombre del proyecto: Dash project			
Nombre de pieza: Módulo de techo Para emprendimientos socios			
Número de módulos 5	Acotación Metros		
Material: Policarbonato alveolar reciclado			
Plano 4/12	Formato A2	Dibujado por: Yhirley Dayana Rosas Castro	
Docente: Jorge Arturo Gonzáles Castro			
Fecha: 20/11/2025			
			

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA	
Nombre del proyecto: Dash project	
Nombre de pieza: Módulo vertical	
Número de módulos 18	Acotación Metros
Material: Policarbonato alveolar reciclado Madera plástica reciclada	
Plano 5/12	Formato A2
Dibujado por: Yhirley Dayana Rosas Castro	
Docente: Jorge Arturo Gonzáles Castro	
Fecha: 20/11/2025	

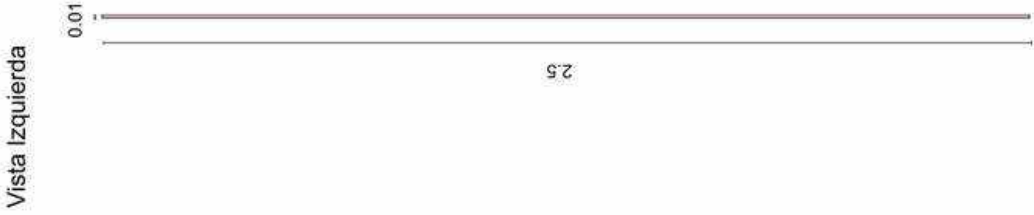
Vista superior



Vista frontal



Vista Izquierda



UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA	
Nombre del proyecto: Dash project	
Nombre de pieza: Módulo vertical interior	
Número de módulos 10	Acotación Metros
Material: Policarbonato alveolar reciclado	
Plano 6/12	Formato A2
Dibujado por: Yhirley Dayana Rosas Castro	
Docente: Jorge Arturo Gonzáles Castro	
Fecha: 20/11/2025	

Vista superior



Vista frontal



Vista Izquierda

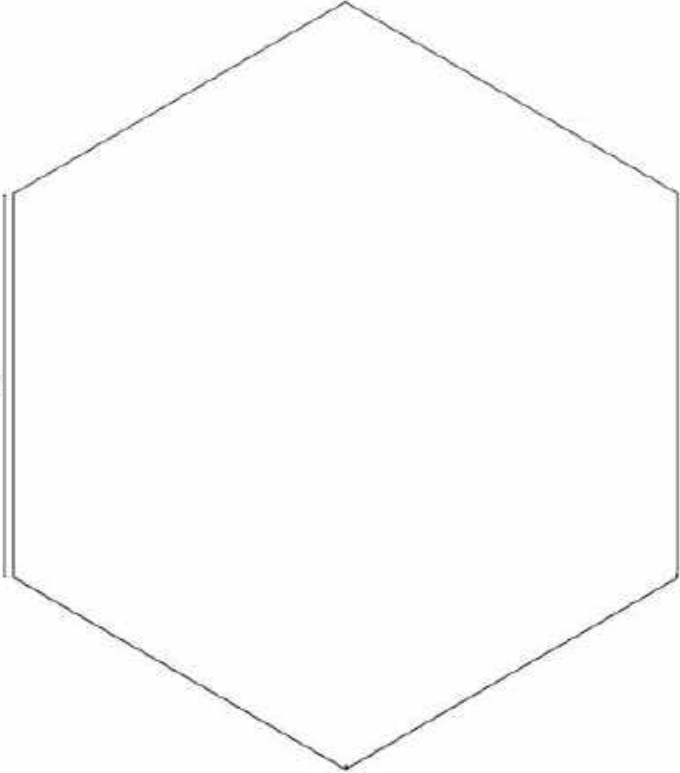


UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA	
Nombre del proyecto: Dash project	
Nombre de pieza: Módulo de suelo Módulo centrales	
Número de módulos 2	Acotación Metros
Material: Madera plástica reciclada	
Plano 8/12	Formato A2
Dibujado por: Yhirley Dayana Rosas Castro	
Docente: Jorge Arturo Gonzáles Castro	
Fecha: 20/11/2025	

Vista frontal

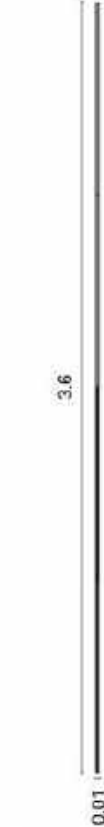


Vista superior

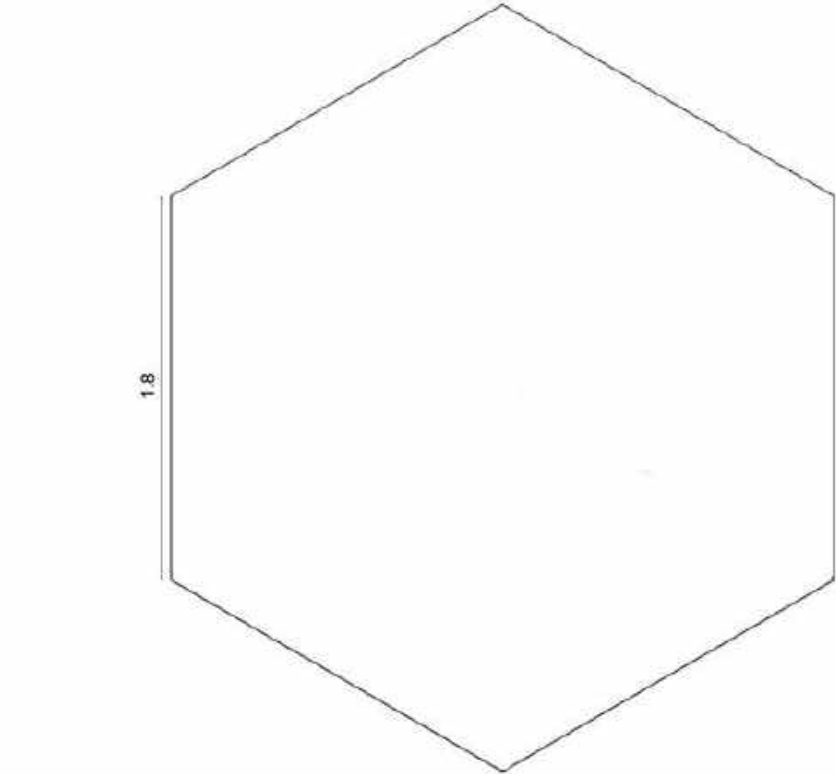


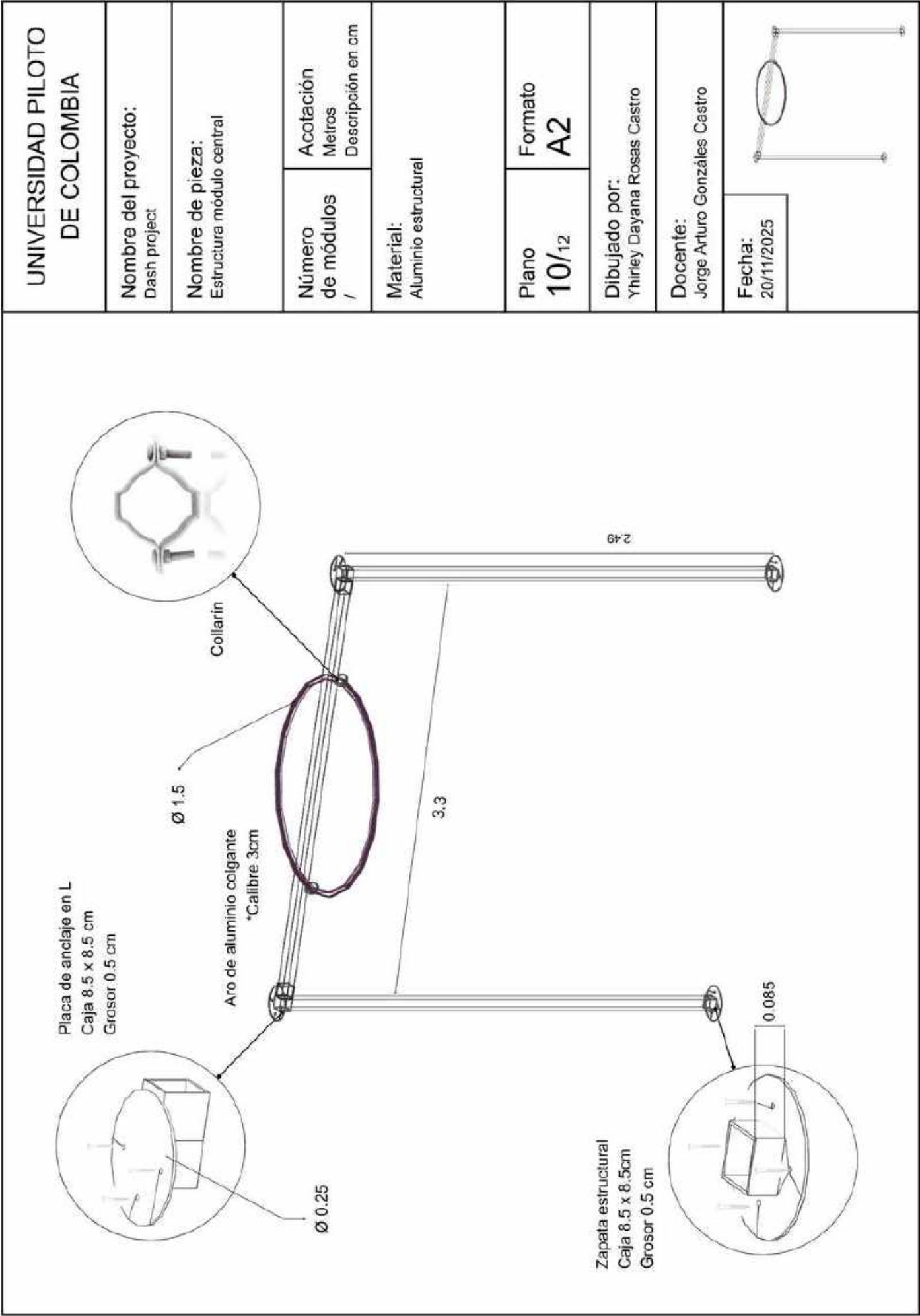
UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA	
Nombre del proyecto: Dash project	
Nombre de pieza: Módulo de techo Módulos centrales	
Número de módulos 2	Acotación Metros
Material: policarbonato alveolar reciclado	
Plano 9/12	Formato A2
Dibujado por: Yhirley Dayana Rosas Castro	
Docente: Jorge Arturo Gonzáles Castro	
Fecha: 20/11/2025	

Vista frontal



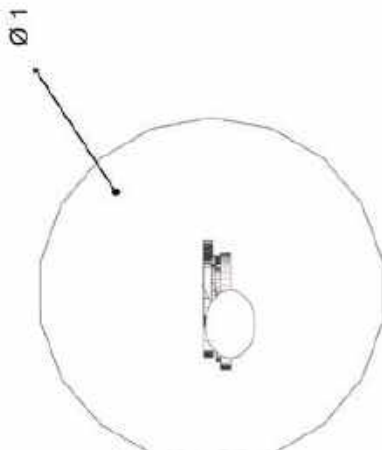
Vista superior





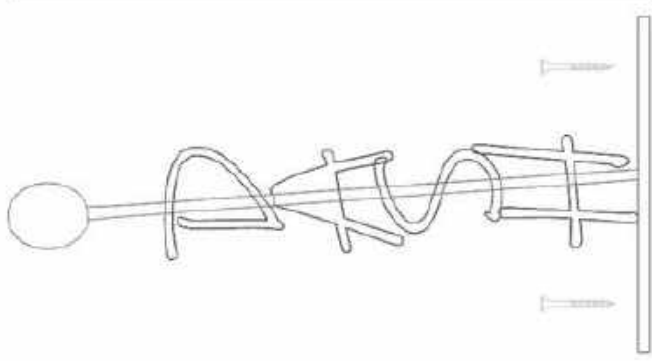
UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA	
Nombre del proyecto: Dash project	
Nombre de pieza: Letrero	
Número de módulos 1	Acotación Metros
Material: Acrílico	
Plano 11/12	Formato A2
Dibujado por: Yhirley Dayana Rosas Castro	
Docente: Jorge Arturo Gonzáles Castro	
Fecha: 20/11/2025	

Vista Superior



Ø 1

Vista frontal



1.2

Vista Izquierda



1.2



Zona de trueque

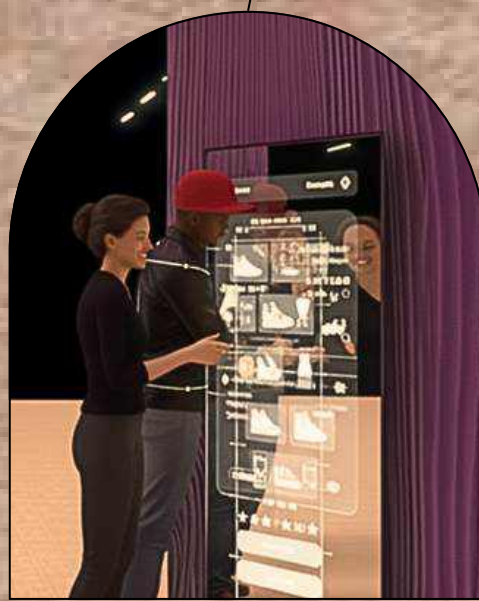


Personalización de prendas



Módulos de emprendimientos

Pantallas interactivas





¿DE DONDE VIENE LO QUE VES?



Prendas rescatadas,
renovadas y
transformadas.
Piezas que aún tienen
mucho por expresar.

Seleccionadas por su
material, estado y
potencial para
transformarse en algo
mejor y único para ti.



PRENDAS DVSCH

CURADURÍA

**Restauración
y Reparación**

**UPCYCLING
Y
REDISEÑO**

**DISEÑADORES
EMERGENTES**

Expertos que revisan, corrigen, adaptan y
elevan su valor.
Este proceso garantiza calidad,
durabilidad y una historia que conecta
contigo.



Render optimizado con IA



Render optimizado con IA



Render optimizado con IA



Render optimizado con IA



Render optimizado con IA



Render optimizado con IA

Prendas de Segunda Mano:
Infografía y videos relacionados a su selección, limpieza, personas detrás de este proceso.

Prendas Tesoro:
Catálogo de prendas con esta indicación. Al seleccionar la prenda, se muestra la historia especial detrás de esta prenda.

Prendas Upcycled:
Catálogo de prendas con esta indicación. Al seleccionar se muestran especificaciones y rediseño de esa prenda.



Render optimizado con IA



Etiqueta de color Amarillo:
Segunda mano
Información general de las prendas y su proceso proyectual hasta la tienda.



Etiqueta de color morado:
Tesoro especial
Información específica del valor e historia detrás de esta prenda.



Etiqueta de color verde:
Upcycled
Información específica del valor e historia detrás del diseño de esta prenda.

La implantación de códigos QR dentro de cada módulo y las etiquetas clasificadas por color, permite al usuario obtener más formas de conocimiento acerca de la historia de las prendas, generando intriga, afinidad, y mayor confianza sobre las prendas, incentivando la reinterpretación de su valor.

Así mismo, permite la integración de diferentes modos de interacción, es decir, el usuario decide por qué medio conocer, informarse, e interactuar con el espacio y sus actividades. Es por ello que a partir de esto, como complemento y profundidad del sentido del espacio Dash, se mostrarán a continuación el funcionamiento de las diferentes expresiones y discurso sobre el proceso e historias de cada prenda según las características y preferencias de cada sujeto al momento de interactuar a través del escenario.

MODO DE COMPRA	INTERACCIÓN AUTONOMA	INTERACCIÓN GUIADA	INTERACCIÓN COMPLETA
TIPO DE USUARIO	Observador Independiente y reservado	Gusta de la interacción social	Experiencia completa, social y observador.
MOTIVACIÓN DE COMPRA	Comprender y conocer información autónomamente	Intercambio de información mediante la validación de lo social	Comprensión y curiosidad profunda, participación y apropiación.
INTERACCIÓN	Recorrido libre, observación, poca interacción social.	Acompañamiento y asesoramiento.	Exploración visual y diálogo activo.
USO DE INFORMACIÓN	Uso de QR, paneles informativos y observación distante de las actividad social.	Aprecia y confía en el discurso de servicio, poco uso de lo visual,	Articula lo visual con lo social, integra QR y paneles informativos dentro del recorrido.
REINTERPRETACIÓN	Aprecia el valor desde su contexto y narrativa.	Se genera a partir de la interacción social, afinidad y validación colectiva.	Se consolida a partir de la experiencia completa, valor cultural, emocional, y social.

7. CONCLUSIONES

¿Cómo la interacción simbólica en un entorno de intercambio comercial puede influir en la reinterpretación de las prendas de segundo uso?

“El 90% de la decisión de compra es motivada por el impulso visual” (David Underwood). El espacio propicia una determinante de uso y función, la actividad humana y su interacción con el entorno propicia un escenario. Todo espacio que pueda llamarse escenario es aquel que de por sí conlleva simbología sobre los signos, tiene un sentido y un trasfondo.

El diseño de Dash permitió observar el diseño de espacios como una disciplina que influye en la interacción humana, y cómo las personas responden a los elementos de su entorno. El espacio no solo es un contenedor de objetos o un escenario de intercambio comercial, sino que es capaz de generar procesos de reinterpretación. Al ser un proyecto itinerante, se percibe el espacio como un medio adaptable según su objetivo en el que al mismo tiempo se puede involucrar desde lo dinámico y lo emocional, convirtiéndolo en un potencial simbólico, capaz de crear vínculos, cultura y afectividad.

En palabras más sencillas, en Dash se generan elementos visuales atractivos (diseño y estilo), elementos informativos (conexión y empatía con las prendas), e intervención directa del usuario (carga significativa personal), permitiendo influir en la lectura de valor de signo a símbolo, ampliando la interpretación de las prendas. Con ‘DASH project’ se deja atrás el concepto de “Mi prenda, su precio y su producción definen mi status y posición social” y se convierte en “Mi prenda aporta mayor valor que el producto original.”, haciendo que el usuario reconozca la prenda como portadora de historia, proceso de transformación y valor social.

Las actividades como la observación guiada, cercanía con la información del proceso detrás, la interacción directa en el trueque y recompensa, la participación en el diseño y personalización, el observar el diseño en vivo, permite posicionar al usuario como parte y creador de la construcción de valor, pues genera vínculos de apropiación emocional, narrativos y culturales, consolidando el valor simbólico sobre las prendas más allá de su función de uso.

En síntesis, Dash enseña que el espacio es un lenguaje vivo, capaz de enaltecer, conectar y transformar la experiencia del visitante cuando se diseña desde la intención y la sensibilidad, consolidando el espacio como medio discursivo con un sentido capaz de articular estímulos para generar símbolos dentro de un escenario comercial desde la creación de experiencias significativas. Dash promueve desde el rol del diseño de espacios una relación más consciente entre el sujeto - espacio - y objeto, reafirmando la construcción de nuevas valoraciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Betts Alvear, M. M. (2017). *Crítica a la mediación cultural del diseño*. Kepes.

Educación, S. (n.d.). *Caracterización del Sector Educativo Año 2001*. Edu.Co.

Delgado-Aviles, D., & Muñoz-Suárez, M. (2021). *Impacto del merchandising visual en las decisiones de compra del consumidor en el punto de venta*. 593 Digital Publisher CEIT, 6(6), 535–548.

El Signo, L. S. L. T. E. B. D. L. (n.d.). *The linguistic sign according to the theory of basic scheme of reference Abeer*.

Fast Fashion: Trend or Pollution. (n.d.). *Fast Fashion: ¿moda o contaminación?* Ucto.Mx. 2024.

Inexmoda. (2023, Febrero) Observatorio de moda.
La psicología del recorrido de compra: Cómo diseñar la distribución de la tienda. (2023, Junio 30). Impulso06.

Mendoza Florencia. *LA CLASIFICACIÓN DE SIGNOS SEGÚN PEIRCE UN BREVE RECORRIDO*.

Mundo, C. (2023, Julio 21). *En Colombia crece el negocio de la ropa de segunda mano*. Principales Noticias de Colombia y el Mundo Hoy | Colombia Mundo; Colombia Mundo.

OIER AROSTEGI SANTACOLOMA (2022, Junio 08). *Comportamiento del consumidor de ropa de segunda mano: Factores influyentes en la intención de compra*.

Orjuela Carmenza, Cogua M. Isabel. (2013). Bogotá. *“DINÁMICA DE LAS CONSTRUCCIONES POR USOS DE LA LOCALIDAD DE SANTA FE EN LOS AÑOS 2002 Y 2012.”*

Paramo M. Dagoberto. (2011) *Mundos Simbólicos*.

Plan de Ordenamiento territorial. Bogotá D.C. *Etapas de formulación Revisión General, upz91, Sagrado Corazón*.

Siciliani Barraza, J. M. (2014). *Contar según Jerome Bruner*. Itinerario Educativo, 28(63), 31.

Thread up (2022). *Impact report*.

United Nations. (n.d.). Datos y cifras | Naciones Unidas. Mayo 2024.

Vazques Felipe. (2013, Mayo). *Significación de los objetos: el diseño como instrumento del consumo*.

Villemain, P. (2019, Abril 12). *El costo ambiental de estar a la moda* Noticias ONU.

Tamayo Tamayo, M. (2009) *Tipos de investigación*.