



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

INTERVENCIÓN INTERIORISTA DE UNA EDIFICACIÓN COMERCIAL  
A UN CENTRO PROMOCIONAL DE PRODUCTOS ORGÁNICOS  
LOCALES.

Autora

Madeline Andrea Auz Guerra

Año  
2020



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

INTERVENCIÓN INTERIORISTA DE UNA EDIFICACIÓN COMERCIAL A UN  
CENTRO PROMOCIONAL DE PRODUCTOS ORGÁNICOS LOCALES

Trabajo de titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos  
para optar con el título de arquitecta interior.

Profesor Guía:

Arq. Christian Fernando Yépez Guerrero

Autora:

Madeline Andrea Auz Guerra

Fecha

2020

### DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

"Declaro haber dirigido este trabajo, Intervención interiorista de una edificación comercial a un centro promocional de productos orgánicos locales, a través de reuniones periódicas con la estudiante Madeline Andrea Auz Guerra en el semestre 202010, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".



---

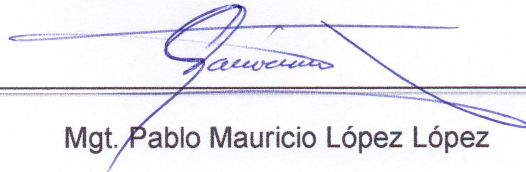
Christian Fernando Yépez Guerrero

Magister en Dirección de Empresas Constructoras e Inmobiliarias

CI:1711248375

### DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

"Declaro haber revisado este trabajo, Intervención interiorista de una edificación comercial a un centro promocional de productos orgánicos locales, de la estudiante Madeline Andrea Auz Guerra, en el semestre 202010 dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".

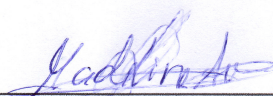


Magister en Rehabilitación Urbano Arquitectónica

CI:1705600367

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”



---

Madeline Andrea Auz Guerra

C.I. 1752285583

## **DEDICATORIA**

A Dios por permitirme culminar mis estudios Universitarios, a mis queridos padres Jaime y Amparito por su apoyo y amor incondicional, a mis hermanos, abuelitas y tíos por su amistad, respaldo y cariño

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mis maestros por su apoyo en la realización y culminación de mi proyecto. A mis queridos padres y hermanos por su apoyo incondicional durante el inicio y culminación de mi trabajo de titulación.

## Resumen

La propuesta del presente Proyecto se basa en la implementación de un espacio destinado a la promoción y venta de productos orgánicos locales, el cual está enfocado en usuarios que tengan una vida saludable y realicen deportes, el objetivo es implementar el uso de materiales naturales e iluminación de bajo consumo energético con la finalidad de generar una reducción en el impacto ambiental.

La edificación se encuentra ubicada en el valle de los chillos sector San Rafael, calles Avelina Lasso y Alfredo Dávila cuenta con 1043 m<sup>2</sup> incluyendo espacios exteriores.

El concepto del proyecto parte de los senderos naturales los cuales aportan con elementos de diseño como paredes, cielo raso, mobiliario los cuales son adaptados de la ramificación de los árboles, y a su vez se genera circulación abierta que conecta todas las zonas, el proyecto cuenta con diversas áreas como sala de exhibición, tienda de maquillaje orgánico, cuarto de servicio, bodegas, huertos hidropónicos, cava de vinos orgánicos, cafeterías, taller de cocina, sala de uso múltiple, cocina, oficinas y sala de meditación, todas las áreas sirven de complemento para generar un entorno natural, por otro lado se generó relación interior exterior para poder tener una conexión directa con la naturaleza



## **ABSTRACT**

The proposal of the present Project is based on the implementation of a space destined to the promotion and sale of local organic products, which is focused on users that have a healthy life and perform sports, the objective is to implement the use of natural materials and low energy consumption lighting in order to generate a reduction in the environmental impact.

The building is located in Valle de los Chillos, San Rafael sector, Avelina Lasso and Alfredo Dávila streets. It has 1043 m<sup>2</sup> including outdoor spaces.

The concept of the project starts with the natural trails which provide design elements such as walls, ceiling, furniture which are adapted from the branching of the trees, and in turn generates open circulation that connects all areas, the project has several areas such as showroom, organic makeup shop, service room, wine cellars, hydroponic gardens, organic wine cellar, cafeterias, kitchen workshop, multipurpose room, kitchen, offices and meditation room, all areas serve as a complement to generate a natural environment, on the other hand generated interior and exterior relationship to have a direct connection with nature

## ÍNDICE

<b>1. CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL TEMA .....</b>	<b>1</b>
1.1 TEMA: .....	1
1.2 INTRODUCCIÓN: .....	1
1.3 ALCANCE .....	2
1.4 JUSTIFICACIÓN.....	3
1.5 OBJETIVOS .....	4
1.5.1 Objetivo general.....	4
1.5.2 Objetivos específicos .....	4
1.6 FODA .....	5
1.7 Anexo fotográfico .....	7
<b>2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>9</b>
2.1 Histórico .....	9
2.1.1 Agricultura.....	9
2.1.2 Agricultura orgánica .....	10
2.1.3 Huertos Hidropónicos.....	12
2.1.4 Producción y productos orgánicos en Ecuador .....	16
2.1.5 Supermercados orgánicos. ....	18
2.1.6 Supermercados orgánicos en el Ecuador.....	20
2.1.7 Slow food .....	20
2.1.8 Arquitectura comercial .....	21
2.1.9 Aporte .....	28
2.2 Marco edilicio .....	29
2.2.1 Análisis IRM .....	29
2.2.2 Ordenanza No. 003-2015.....	30
2.2.3 Ordenanza No. 029-2015.....	31
2.2.4 Ordenanza No. de boletín 486 -2015 .....	31
2.2.5 Ordenanza No. 031-2017 .....	32
2.2.6 Ordenanza No. 031-2017.....	33
2.2.7 Ordenanza No. 031-2017 .....	34
2.2.8 Ordenanza No. 031-2017.....	35

2.2.9	Ordenanza No. 031-2017.....	36
2.2.10	Aporte .....	36
2.3	Marco conceptual .....	37
2.3.1	Arquitectura sostenible:.....	37
2.3.2	Biofilia: .....	37
2.3.3	Materiales reciclados: .....	38
2.3.4	Lámparas con agua y sal: .....	38
2.3.5	Jardines verticales: .....	39
2.3.6	Health coaching: .....	40
2.3.7	Hidroponía: .....	40
2.3.8	Materiales ecológicos:.....	41
2.3.9	Mecanismos de ahorro de agua: .....	41
2.3.10	Tienda de Autoservicio:.....	42
2.3.11	Arquitectura industrial: .....	43
2.3.12	Energía cinética: .....	43
2.4	Marco técnico.....	44
2.4.1	Especificaciones técnicas de energía renovable .....	44
2.4.2	Especificaciones técnicas de huertos hidropónicos.....	44
2.4.3	Especificaciones técnicas de espacios para comer.....	45
2.4.4	Especificaciones técnicas jardines verticales. ....	46
2.4.5	Aporte .....	47
2.5	Marco Referencial.....	47
2.5.1	Referente nacional supermercado Biomarket.....	47
2.5.2	Referente nacional superfoods.....	50
2.5.3	Referente internacional mercado san Valero.....	53
2.5.4	Referente internacional Mama campo.....	57
2.5.5	Aporte General.....	59
<b>3.</b>	<b>CAPÍTULO III. MATRIZ INVESTIGATIVA .....</b>	<b>61</b>
3.1	Planteamiento de hipótesis .....	61
3.2	Encuestas .....	61
3.2.1	Aporte .....	72
3.3	Entrevista Dulce Albaca .....	73
3.3.1	Aporte .....	74

3.4	Entrevista Lemongrass.....	75
3.4.1	Aporte.....	77
3.5	Entrevista Superfoods Ecuador.....	77
3.5.1	Aporte.....	78
3.6	Diagnóstico del problema.....	79
3.7	Recomendaciones.....	81
<b>4.</b>	<b>CAPÍTULO IV. DIAGNOSTICO.....</b>	<b>81</b>
4.1	Marco Empírico.....	81
4.1.1	Delineamiento de la propuesta.....	81
4.1.2	Vientos.....	84
4.1.3	Clima.....	85
4.1.4	Relieve.....	87
4.1.5	Vías.....	87
4.1.6	Hitos urbanos.....	90
4.1.7	Estado actual de la edificación.....	91
<b>5.</b>	<b>CAPÍTULO V. CONCEPTUALIZACIÓN DEL PROYECTO.....</b>	<b>94</b>
5.1	Concepto.....	94
5.2	Justificación del concepto.....	95
5.3	Memoria descriptiva.....	95
5.4	Partido Arquitectónico.....	95
<b>6.</b>	<b>CAPÍTULO VI. PROGRAMA ARQUITECTÓNICO ...</b>	<b>96</b>
6.1	condicionantes y determinantes.....	96
6.2	Diagrama de necesidades.....	99
6.3	Diagramación de zonas.....	99
6.3.1	Cuadro de áreas y necesidades.....	101
6.4	Diagrama de relaciones.....	103
6.5	Diagrama de zonificación.....	104
6.6	Diagrama de flujos.....	105
6.7	Grilla relacional.....	106
6.8	Plan masa.....	107

6.9	Zonificación general.....	108
8.9.1	Zonificación específica .....	109
<b>REFERENCIAS</b>	.....	<b>110</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1 Fachada frontal edificación</i>	7
<i>Figura 2 Terraza cubierta revestimiento de césped sintético</i>	7
<i>Figura 3 Planta alta, sección de maquinas</i>	8
<i>Figura 4 Grada planta baja, Bar proteína</i>	8
<i>Figura 5 Agricultura en la historia de la humanidad</i>	10
<i>Figura 6 Sikkim el paraíso orgánico de la india</i>	12
<i>Figura 7 Huerto hidropónico</i>	14
<i>Figura 8 Hidroponía orgánica</i>	15
<i>Figura 9 Productos orgánicos en Ecuador</i>	17
<i>Figura 10 Supermercado orgánico</i>	19
<i>Figura 11 Superfoods, supermercado orgánico</i>	20
<i>Figura 12 Logotipo slowfood</i>	21
<i>Figura 13 Kaufhaus Tietz (Almacén Comercial Tietz)</i>	22
<i>Figura 14 Arquitectura comercial</i>	23
<i>Figura 15 Bazar</i>	25
<i>Figura 16 Arquitectura sostenible</i>	28
<i>Figura 17 IRM municipio de Rumiñahui</i>	30
<i>Figura 18 Gráfico de zonificaciones</i>	33
<i>Figura 19 Alternativa de colocación de puestos de estacionamiento</i>	35
<i>Figura 20 Palau de les Arts de Valencia</i>	37
<i>Figura 21 Biofilia " amor por lo que está vivo "</i>	38
<i>Figura 22 Materiales reciclables</i>	38
<i>Figura 23 lampara de agua y sal</i>	39
<i>Figura 24 Jardín vertical</i>	39
<i>Figura 25 Health coaching (Salud de los pacientes)</i>	40
<i>Figura 26 Sistema Hidropónico</i>	40
<i>Figura 27 Materiales ecológicos</i>	41
<i>Figura 28 Ahorro de agua</i>	42
<i>Figura 29 Supermaxi</i>	42
<i>Figura 30 Arquitectura industrial</i>	43
<i>Figura 31 iluminación de alumbrado público</i>	43
<i>Figura 32 Panel solar</i>	44
<i>Figura 33 Instalación de hidroponía</i>	45
<i>Figura 34 Medidas mínimas mesas</i>	45
<i>Figura 35 Estructura de jardín vertical</i>	46
<i>Figura 36 Biomarket Supermercado Orgánico</i>	47
<i>Figura 37 Fachada Biomarket</i>	48
<i>Figura 38 Mobiliario</i>	49
<i>Figura 39 Espacio interior Biomarket</i>	49
<i>Figura 40 Superfoods Ecuador</i>	50
<i>Figura 41 Zona de tienda</i>	51
<i>Figura 42 Taller de cocina superfoods</i>	51
<i>Figura 43 Mobiliario de la cafetería</i>	52

<i>Figura 44 Mercado san Valero.</i>	<i>53</i>
<i>Figura 45 Espacio de comedor.</i>	<i>53</i>
<i>Figura 46 Diagrama de revestimientos.</i>	<i>54</i>
<i>Figura 47 Iluminación mercado Valero.</i>	<i>55</i>
<i>Figura 48 Planta de distribución.</i>	<i>56</i>
<i>Figura 49 Supermercado orgánico mama campo.</i>	<i>57</i>
<i>Figura 50 Fachada frontal Mama campo.</i>	<i>57</i>
<i>Figura 51 Zona de restaurante.</i>	<i>58</i>
<i>Figura 52 Tienda de productos Mama campo.</i>	<i>59</i>
<i>Figura 53 Diagrama de pastel referente a los resultados de la pregunta 1</i>	<i>64</i>
<i>Figura 54 Diagrama de pasteles referente a los resultados de la pregunta 2</i>	<i>64</i>
<i>Figura 55 Diagramas de pasteles referente de los resultados de la pregunta 3.</i>	<i>65</i>
<i>Figura 56 Diagrama de pasteles referente a los resultados de la pregunta 4</i>	<i>65</i>
<i>Figura 57 Diagrama de pasteles referente a los resultados de la pregunta 5</i>	<i>66</i>
<i>Figura 58 Diagrama de pasteles referente a los resultados de la pregunta 6</i>	<i>66</i>
<i>Figura 59 Diagrama de pasteles referente a los resultados de la pregunta 7</i>	<i>67</i>
<i>Figura 60 Diagrama de pasteles referente a los resultados de la pregunta 8</i>	<i>67</i>
<i>Figura 61. Diagrama de pasteles referente a la pregunta 9.</i>	<i>68</i>
<i>Figura 62. Diagrama de pasteles referente a los resultados de la pregunta 10</i>	<i>68</i>
<i>Figura 63 Diagrama de pasteles referente a los resultados de la pregunta 11</i>	<i>69</i>
<i>Figura 64 Diagrama de pasteles referente a los resultados de la pregunta 12</i>	<i>70</i>
<i>Figura 65 Diagrama de pasteles referente a los resultados de la pregunta 13</i>	<i>70</i>
<i>Figura 66 Diagrama de pasteles referente a los resultados de la pregunta 14</i>	<i>71</i>
<i>Figura 67 Diagrama de pasteles referente a los resultados de la pregunta 15</i>	<i>71</i>
<i>Figura 68 Mapa cantón Rumiñahui.</i>	<i>82</i>
<i>Figura 69 Mapa cantón Rumiñahui incluido en la provincia de pichincha.</i>	<i>82</i>
<i>Figura 70 Ubicación de edificación comercial.</i>	<i>83</i>
<i>Figura 71 Asoleamiento en Rumiñahui.</i>	<i>83</i>
<i>Figura 72 Proyección de recorrido solar.</i>	<i>84</i>
<i>Figura 73 Dirección del viento en la edificación.</i>	<i>85</i>
<i>Figura 74 Cuadro de temperatura promedio por año.</i>	<i>86</i>
<i>Figura 75 Gráfico de precipitación mensual promedio( lluvia).</i>	<i>86</i>
<i>Figura 76 Vías de acceso a la edificación.</i>	<i>87</i>
<i>Figura 77 Vías principales de acceso al proyecto.</i>	<i>88</i>
<i>Figura 78 Mapa de ruta de transporte urbano.</i>	<i>88</i>
<i>Figura 79 Ingreso vehicular y peatonal.</i>	<i>89</i>
<i>Figura 80 Transporte urbano, Av. General Enríquez.</i>	<i>89</i>
<i>Figura 81 Hitos urbanos.</i>	<i>90</i>
<i>Figura 82 Senderos naturales</i>	<i>94</i>
<i>Figura 83 Partido Arquitectónico</i>	<i>95</i>
<i>Figura 84 Cuadro de área de necesidades</i>	<i>99</i>
<i>Figura 85 Diagrama de relaciones</i>	<i>103</i>
<i>Figura 86 Diagrama de zonificación</i>	<i>104</i>
<i>Figura 87 Diagrama de flujo</i>	<i>105</i>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Foda.....	5
Tabla 2 Estrategias .....	6
Tabla 3 Cuadro de condicionantes y determinantes.....	96



## **1. CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL TEMA**

### **1.1 TEMA:**

Intervención interiorista de una edificación comercial a un centro promocional de productos orgánicos locales.

### **1.2 INTRODUCCIÓN:**

A partir de la segunda guerra mundial se desarrollaron cambios en la agricultura, debido al descubrimiento de efectos negativos producidos por pesticidas químicos empleados en plantaciones para el consumo humano, por este motivo se desarrollaron alternativas amigables para el medio ambiente como el uso de plaguicidas orgánicos para el control de plagas y enfermedades en cultivos agrícolas, conjuntamente se empezó a desarrollar productos para el uso humano como: shampoo, cepillo de dientes, maquillaje entre otros, con materiales biodegradables alternativas que reducen el impacto en el medio ambiente (Ecoticias, 2016).

En el Ecuador la producción orgánica agropecuaria se practica en 23 provincias, el mercado de productos orgánicos se ha incrementado, debido a la acogida de los consumidores que buscan preservar su salud y cuidar al planeta (Berrones, 2019). El banano y café orgánico producidos en Ecuador se ha difundido en mercados internacionales. Entre enero y agosto del 2018 se recaudó 191 millones de dólares lo cual ha significado un incremento de ventas de 27 % respecto al 2017 (El telégrafo , 2018).

Las empresas ecuatorianas dedicadas a la elaboración de productos orgánicos son abastecidas por materia prima de pequeños y medianos productores. En Ecuador la empresa Olojoya se dedica a la industrialización de aceite de palma para consumo humano y otros fines, el 96 % de su producción proviene de insumos de pequeños productores, apenas el 4 % proviene de plantaciones propias este tipo de empresas que promueven el desarrollo productivo y económico en localidades rurales en el Ecuador (Campana Sáenz, 2017).

El proyecto se llevará a cabo en el sector del Valle de los Chillos, en una edificación con tipología comercial, en este establecimiento se desea generar un espacio de promoción y consumo de productos orgánicos locales, proponiendo un diseño basado en el senderismo con un enfoque en la naturaleza a través de la materialidad, iluminación y cromática.

### **1.3 ALCANCE**

La edificación ubicada en el Valle de los Chillos en la calle Avelina Lasso, zona z6-1 barrio San Rafael, dispone de 809.77 m<sup>2</sup>, contiene cuatro plantas, tres son usadas para un gimnasio, una para zona comercial y un área de eventos, posee un parqueadero para doce autos. El establecimiento tiene gran acogida para el uso comercial debido a su ubicación estratégica en un lugar comercial, por lo cual el centro promocional de productos orgánicos sería visible para las personas.

Se desea implementar un espacio adaptado al diseño sostenible, que posea todas las características de un ambiente natural, y que a su vez brinde una gran variedad de productos libres de químicos para consumo humano, los productos orgánicos cada vez son más demandados debido a que la población tiene más conciencia acerca de sus beneficios, por lo tanto los establecimientos que brindan el servicio de comercialización de dichos productos se han ido incrementando, lo que se desea generar con este proyecto es un establecimiento que ofrezca productos de varias empresas que se dediquen a la producción orgánica local.

El establecimiento contará con talleres informativos acerca del proceso de agricultura libre de químicos, y a su vez, se desea implementar espacios con huertos hidropónicos que contribuyan con el diseño sustentable, con el objetivo de cumplir con las normativas sostenibles que aportan con las necesidades humanas, brindándoles un espacio confortable y saludable, la cromática y la iluminación poseen un papel fundamental en el proyecto debido a que se desea resaltar la belleza de la naturaleza.

## 1.4 JUSTIFICACIÓN

La contaminación ambiental generada por productos químicos empleados en diferentes actividades como la agricultura, industria, etc. Han ocasionado un impacto en los ecosistemas y por ende en la salud del ser humano, por lo cual la propuesta del presente proyecto consiste en implementar un rediseño de una edificación para establecer un centro de promoción y venta de productos orgánicos locales con el fin de promover un cambio en la mentalidad de las personas incorporando en la cultura el consumo de productos libres de sustancias tóxicas, para evitar problemas de salud ocasionados por dichos elementos, y a su vez contribuir indirectamente en la preservación del medio ambiente.

El fin de un diseño sostenible consiste en promover el cuidado al medio ambiente, por lo cual, al implementar materiales naturales y luminarias de bajo consumo energético (iluminación LED), permitirá optimizar los recursos naturales y de esta manera reducir el impacto ambiental, por otro lado, la aplicación de la cromática dará énfasis a la naturaleza y a los productos ofertados.

En el presente proyecto se implementará un diseño enfocado en la naturaleza de manera sostenible, para dar énfasis a los productos orgánicos promocionados además de promover un ambiente de armonía y tranquilidad en los clientes

## **1.5 OBJETIVOS**

### **1.5.1 Objetivo general**

Intervenir una edificación comercial, implementando un diseño interiorista sostenible enfocado en la promoción y comercialización de productos orgánicos locales.

### **1.5.2 Objetivos específicos**

-Implementar un sistema de iluminación de bajo consumo energético para resaltar el aspecto de los productos como su textura y color de manera que atraiga al consumidor.

-Implementar el uso de materiales ecológicos para la elaboración del mobiliario y el diseño en general, para adaptar el espacio al producto que se ofrece.

-Establecer un esquema funcional en el diseño interiorista para generar una relación adecuada con el mobiliario industrial.

-Implementar la cromática de la naturaleza para poder generar un ambiente armónico por medio de la psicología de los colores, y a su vez atracción por medio del consumidor.

- Desarrollar la combinación de tonos cálidos y fríos en la iluminación para generar un contraste entre la tienda y los productos.

- Implementar huertos hidropónicos en la planta baja, aprovechando la iluminación natural de la edificación.

## 1.6 FODA

Tabla 1  
Foda

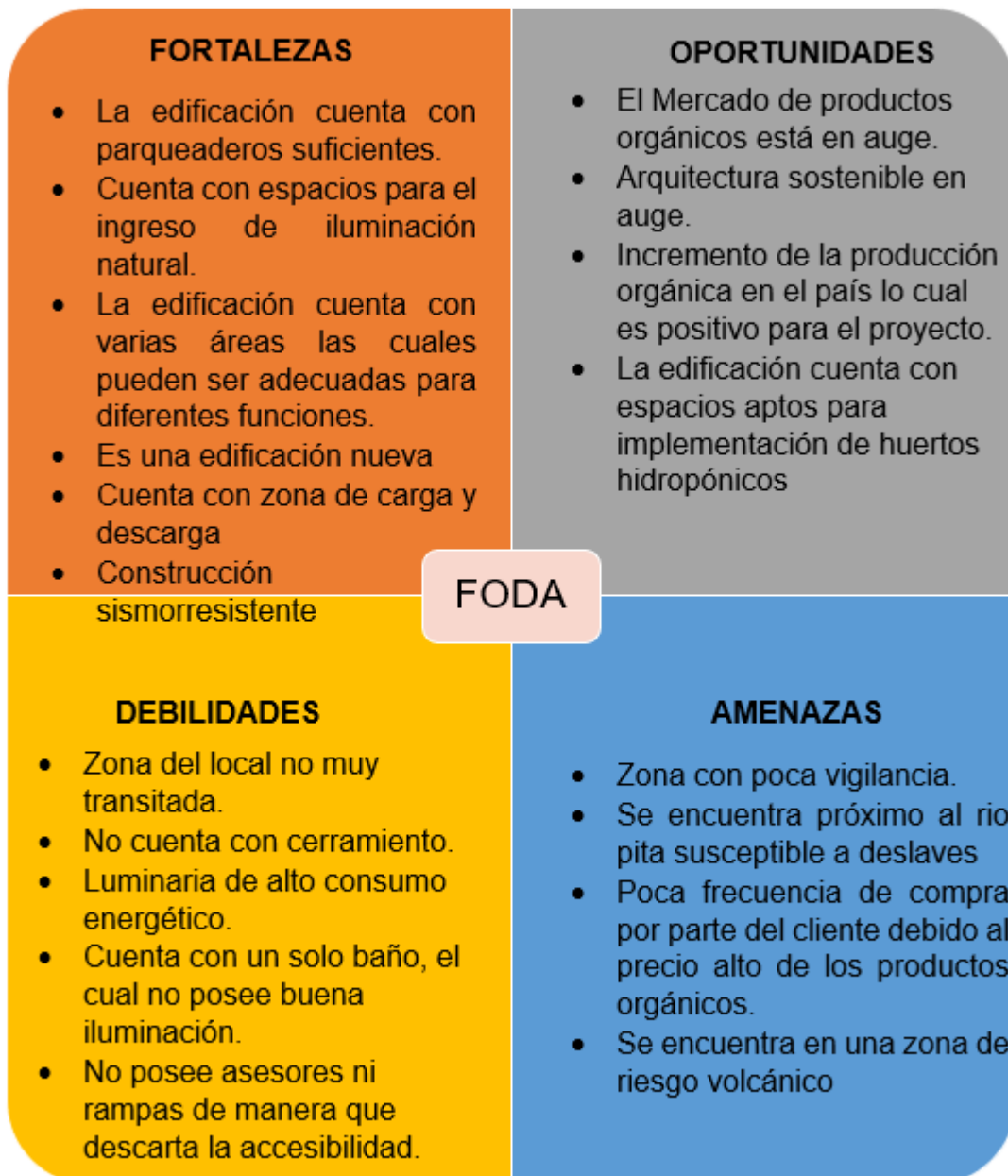
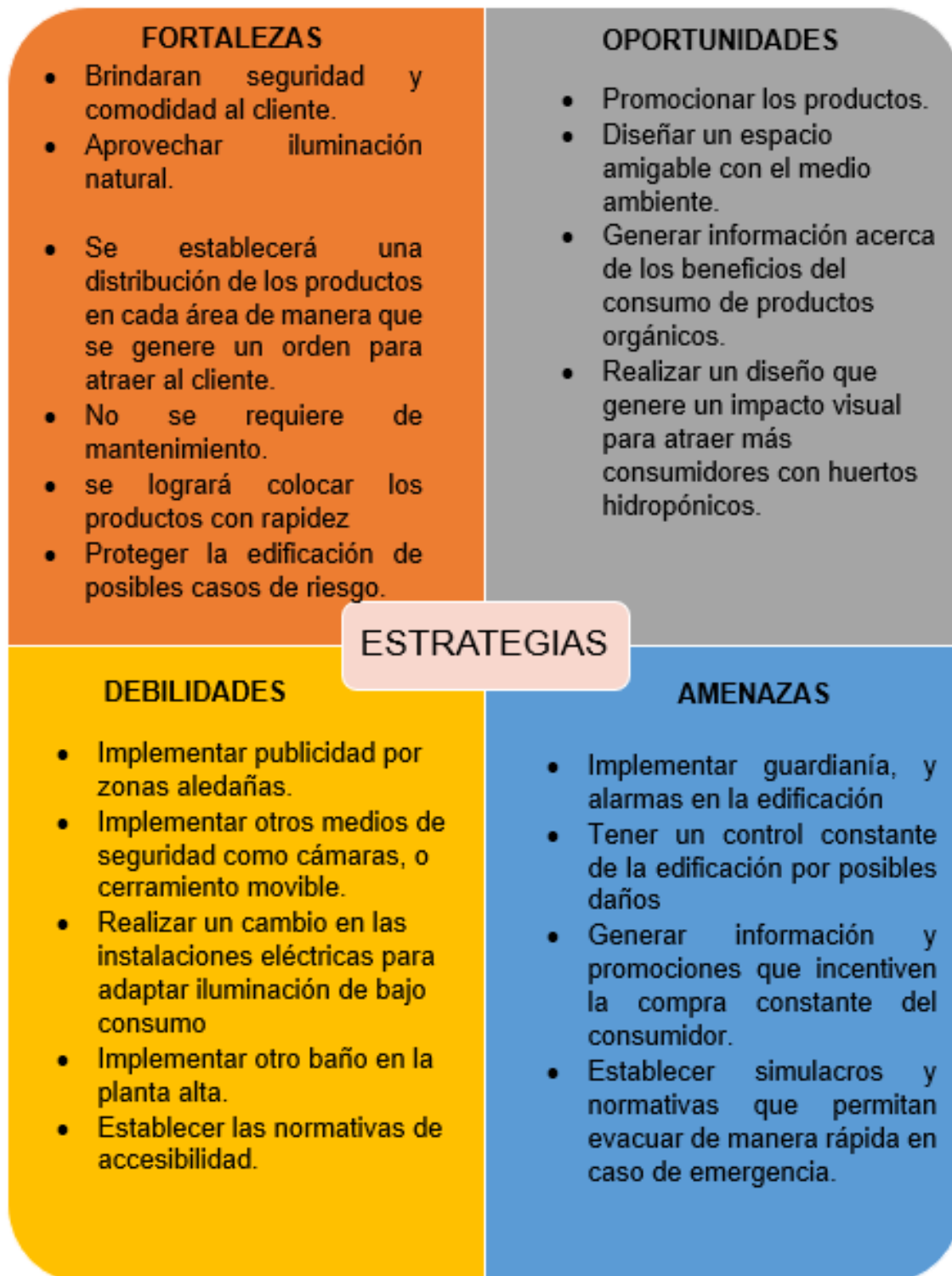


Tabla 2  
Estrategias



## 1.7 Anexo fotográfico



*Figura 1.* Fachada frontal edificación



*Figura 2.* Terraza cubierta revestimiento de césped sintético



*Figura 3. Planta alta, sección de maquinas*



*Figura 4. Grada planta baja, Bar proteína.*



## **2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Histórico**

En este capítulo se realizará un estudio sobre la evolución de la agricultura orgánica en el mundo y su desarrollo en el Ecuador, en donde se abordarán temas como las características de los productos orgánicos, sus beneficios para la salud y un enfoque relacionado con la arquitectura ecológica-sostenible para vincular ambos temas de manera que se podrá dar énfasis al proyecto.

#### **2.1.1 Agricultura**

Inicia durante el periodo neolítico comprendido en el año 6000 a.c, este suceso se da debido a que los recursos no abastecían a toda la población y a su vez por un cambio climático que genero suelo infértil por lo tanto surge como alternativa la agricultura, inicialmente se sembró el trigo y cebada, la transición de la recolección y caza a la agricultura generó enfermedades, y factores en los cuales la sociedad iniciaba distintas clases sociales, por otro lado, sin agricultura no existen civilizaciones (Heraldo Aragon Editora, 2016).

Según varias hipótesis las mujeres descubrieron la agricultura debido a que eran las que pasaban más tiempo en un asentamiento, por lo cual se cree que pudieron notar que las semillas generaban plantaciones, es así que, comenzaron a considerar que era más fácil tener las cultivos cerca de sus moradas, el desarrollo de la agricultura fue largo debido a que se realizaron varios procesos como la adaptación ,domesticación y selección de cultivos, años más tarde cuando la agricultura ya era parte de la sociedad en Egipto y Babilonia se generaron mecanismos de irrigación los cuales consistían en canales revestidos de ladrillo de manera que podían regar áreas de grandes hectáreas esto se estableció para poder tener mayor eficacia en la siembra (Morales, 2017).



*Figura 5.* Agricultura en la historia de la humanidad.

Tomado de: (Agricultura, 2014).

### **2.1.2 Agricultura orgánica**

La Agricultura orgánica nace a partir del sedentarismo de los humanos debido a que inicialmente se desconocía el manejo de producción química, por lo tanto, el proceso de cultivo poseía nutrientes obtenidos de la naturaleza, con el pasar de los años comienzan a desarrollarse distintos procesos de agricultura debido a que se requerían alimentos en menor tiempo por lo tanto inician descubrimientos de alteraciones de la alimentación, lo cual actualmente lo denominamos proceso químico, este proceso se utiliza hasta el presente por lo cual la alimentación se produce a gran escala generando daños en la salud humana, a partir de los años 20 se genera una revolución contra esta producción debido a que los humanos se percataban de los daños que los alimentos alterados causaban en las personas y el ecosistema es así que se inicia el movimiento orgánico.

Comprende a un sistema de producción que destaca la importancia de la fertilidad del suelo erradicando el uso de pesticidas y productos químicos, es un enfoque de la agricultura sostenible el cual tiene el fin de preservar la salud del ser humano y del medio ambiente, por otro lado, se ha ido incrementando su importancia en varios lugares del mundo, esto se debe a la demanda de productos orgánicos (FAO, 1999).

La producción orgánica requiere de la creación de la infraestructura es decir de la aplicación de maquinarias y a su vez de la adaptación de construcciones rurales, de esta manera se genera un orden (FAO, 2019).

La Agricultura orgánica inicia a partir del nacimiento de la siembra no obstante se establece en Europa en 1920, este proceso fue contra los productores químicos, debido a que se deseaba tener salud tanto para la tierra como para los seres humanos, el movimiento orgánico se dividió en 3 etapas y fue dirigido por Rudolf Steiner un filósofo austriaco, las etapas se establecieron de la siguiente manera: primera etapa de 1924 a 1970 este periodo tenía fallencias económicas, debido a que se desarrolló en el fin de la segunda guerra mundial por lo tanto era un ambiente desfavorable, el movimiento orgánico se estabiliza con la finalidad de generar fertilidad en la tierra. La segunda etapa de 1970 a 1980, en este periodo se establece la simbología del movimiento orgánico debido al incremento de productos orgánicos, y a su vez se constituye el IFOAM en Francia lo cual significaba federación internacional de movimiento de la agricultura orgánica, tenía el fin de hacer conocer al mundo los efectos adversos que traían los productos químicos. Para finalizar la tercera etapa comprende a los años siguientes es decir 1980 en adelante en estos años el movimiento orgánico tuvo mayor acogida tanto nacional como internacionalmente, es así que los gobiernos deciden establecer esquemas y normativas con la finalidad de apoyar a los productores orgánicos, en los años 80 en los países europeos y Estados Unidos inician el desarrollo de la producción orgánica (Morales R. G., 2010).



*Figura 6.* Sikkim el paraíso orgánico de la india.

Tomado de: (Pelliccia, 2017).

### **2.1.3 Huertos Hidropónicos**

Debido a que el Rey Nabucodonosor quiso complacer a su esposa con el diseño de jardines, montes y colinas exuberantes comenzó a recrear espacios con amplia vegetación y es así que sin darse cuenta construyó una de las 7 maravillas del mundo, de manera que los jardines de Babilonia son considerados como el primer huerto hidropónico de la humanidad, los jardines poseían un sistema de escalonamiento en el cual podían ser regados con facilidad, las aguas traían de pozos y se los regaban desde lo alto, otro de los puntos hidropónicos de la antigüedad son los jardines flotantes de los aztecas denominados chinapas, ellos realizan este proceso debido a que tuvieron conflictos con tribus rivales fueron desplazados hacia los lagos por lo cual no poseían tierras para realizar sus sembríos, a pesar que los conflictos finalizaron los aztecas continuaron con sus cultivos en el lago, el proceso que ellos realizaban consistía en realizar chinapas estas eran balsas de caña las cuales recogían lodo del lago de manera que aportaba con nutrientes orgánicos a la raíz, por lo tanto las plantaciones eran saludables. Con el continuar de los años en la conquista española se percataron que esta tipología de cultivo era muy productiva por lo que realizaron varios cultivos flotantes, como hortalizas, estos podían ser recolectados desde las orillas de los lagos de manera que existía abundancia de alimentación, los océanos comenzaron

a generar plantas ancestrales y a su vez se desarrolló más del 70 % de vegetación hidropónica en el planeta (Molina, 2001).

Este sistema consiste en erradicar el uso de tierra y generar el crecimiento de las plantas mediante el agua de esta manera absorben los nutrientes, este proceso se utilizó en la segunda guerra mundial debido a que los suelos eran áridos recurrieron a la hidroponía con el fin de abastecerse de comida, de igual manera la nasa utilizó este sistema con el fin de proporcionar alimentos a los viajeros, los beneficios de la hidroponía son a gran escala debido a que soluciona muchos inconvenientes de la agricultura convencional como es el caso del riego por lo general se usa mucha agua para poder generar una buena cosecha, en el caso de los huertos hidropónicos este no es un problema debido a que el agua es recirculada, en este caso los costos se reducen, otro beneficio importante de este sistema consiste en que las plagas son fáciles de tratar se tiene un mejor control y no requiere de ninguna sustancia o elemento toxico por lo tanto es amigable con el medio ambiente (Holandes, 2016).

Existen varios tipos de huertos hidropónicos debido a que poseen distintos procesos de asimilación de nutrientes y retención de agua el primero es el huerto hidropónico con sistema de inundación y drenaje este consiste en utilizar bandejas llenas de sustrato el cual puede ser orgánico, esto sirve para que las plantas absorban todo el nutriente, seguido a este proceso se realiza el drenaje y se vuelve a iniciar la inundación de sustrato, el segundo tipo posee un sistema de goteo con recogida de solución nutritiva este proceso es similar al goteo en riego la diferencia es que en este método se puede recoger el exceso y volverlo a utilizar en caso de que la plantación lo requiera, por otro lado en caso de que exista un excedente de riego se puede extraer con facilidad debido a que se encuentra en una pendiente, el siguiente tipo de huerto se denomina DWP se desarrolla de igual manera que lo hacían en la antigüedad se colocan piscinas con los componentes de nutrición encima de estas piscina se colocan unas planchas, por lo tanto la raíz absorberá los nutrientes ya que está en contacto directo con el agua, sin embargo este proceso

posee una problemática debido a que es agua estancada necesita un sistema similar al de los acuarios oxigenando el agua por medio de bombas, finalmente se encuentra el huerto hidropónico NFT, generalmente se utiliza por la industria consiste en la colocación de tubos PVC, mediante una red de bombeo se mantiene el proceso de nutrición de las plantas continuamente circulando.

Las ventajas de la hidroponía son el ahorro del espacio, el crecimiento rápido de la plantación, y a su vez no requiere de un terreno para poder generar cosecha, esto ayuda a la población debido a que cada vez se reducen más los espacios de plantaciones por motivo de crecimiento constructivo en las ciudades, no obstante, este método posee algunas desventajas como la necesidad de abundante agua y aprendizaje profundo sobre el cuidado de las plantas y la aplicación de nutrientes, estos huertos requieren de un cuidado minucioso para no perder la cosecha (Aitor, 2017).



*Figura 7.* Huerto hidropónico.

Tomado de: (Aitor, 2017).

### **2.1.3.1 Huertos Hidropónicos orgánicos**

La hidroponía orgánica nace hace muchos años atrás desde el inicio de los jardines de Babilonia, según varios científicos este mecanismo fue el que ayudo a mantener en pie la estructura monumental de Babilonia, por otro lado, este sistema de cultivo era el que ayudaba a la población a adquirir sus alimentos con mayor rapidez y de

igual manera absorbían los nutrientes de la forma eficaz, por lo cual los antepasados iniciaron distintos procesos de la hidroponía como balsas en el caso de los aztecas los cuales colocaban las plantaciones encima y la raíz absorbían los nutrientes del lago , sin embargo en este tiempo no existían químicos por lo cual los nutrientes eran obtenidos del lodo en algunas lagunas o de algunos alimentos como los cítricos por lo tanto aquí podemos ver presente la parte orgánica en la hidroponía.

Los huertos hidropónicos son aquellos que usan sustratos naturales para el desarrollo de las plantas, de igual manera se utilizan sustancias elaboradas a base natural para el control de plagas para esto generalmente se utilizan cítricos, este método posee un costo más elevado que la hidroponía convencional debido a que se necesita de más procesos, no obstante es una opción saludable para el consumidor, por otro lado podemos ver que la hidroponía orgánica posee un alto grado de limpieza en los cultivos desde que inicia la siembra hasta realizar la cosecha, existen varias ventajas en realizar este proceso como es la reducción de costos, rápida recuperación de inversión, los cultivos crecen con uniformidad, no se requiere de maquinaria agrícola, entre otros factores, sin embargo existen desventajas de este proceso como es el caso del crecimiento de la planta, este depende totalmente de un hidro cultor a diferencia de la agricultura que crece de manera independiente por medio de la tierra, este proceso en los últimos años a generado grande acogida debido a que la población opta por productos que beneficien su salud (AADA agricultura técnica, 2018).



*Figura 8.* Hidroponía orgánica.

Tomado de: (AADA agricultura técnica, 2018).

#### **2.1.4 Producción y productos orgánicos en Ecuador**

La población prehispánica desarrollo la agricultura hace 3 milenios, de manera que generaron distintos sistemas de infraestructura para poder realizar de manera correcta sus cultivos como es el caso de los camellones, estos son caminos de tierra en los cuales se colocaban las plantaciones, en estos años las comunidades de algunas provincias del Ecuador como Manabí, Guayas, Cañar y Chimborazo habían adquirido un amplio aprendizaje acerca del proceder de la naturaleza, de tal manera que dominaban la agricultura local por lo tanto tenían sistemas que funcionaban de manera ideal para el cultivo de productos orgánicos, sin embargo tras la llegada de los Españoles se generaron nuevos procesos de cultivo en los cuales erradicaban el suelo ecológico e implementaban el monocultivo, de manera que cambio la alimentación, algunos de los habitantes indígenas no adoptaron esos sistemas por lo cual transmitieron los conocimientos de la agricultura orgánica a varias generaciones con el fin de que no se pierda la esencia de la cultura, es así que en el año 1920 los huasipungos generaron las practicas ancestrales en varias haciendas, seguido a este acontecimiento en el año 1940 se generó un movimiento denominado el movimiento verde este consistía en realizar un aumento en la producción utilizando agroquímicos y fertilizantes, esto desencadeno las enfermedades en la población por lo cual después de 30 años es decir en los años 70 se retomaron las practicas ancestrales sin el uso de químicos y alteraciones genéticas en el Ecuador (Madrid, 2009).

En el Ecuador existe el 0.8 % de producción orgánica, a pesar de que posee bajo porcentaje, en los últimos años el incremento de este proceso de cultivo ha ido en aumento, sin embargo existen normativas para que el producto se encuentre en perfectas condiciones para esto se realiza un control de normativas con el fin de evitar el uso de productos químicos, para efectuar este proceso se designan agencias especializadas, las cuales revisaran el cumplimiento de las normativas mencionada anteriormente (Importadora, 2018).



En el Ecuador la agricultura orgánica se realiza en 23 provincias, las hectáreas designadas para la producción orgánica son 36.246 y los productores que se encuentran registrados cumpliendo todas las normativas requeridas son 11.529 (Agrocalidad, 2018).



*Figura 9.* Productos orgánicos en Ecuador.

Tomado de: (Agrocalidad, 2018).

Los productos orgánicos son aquellos que no cuentan con procesos químicos estos tienen distintas identidades como productos biológicos o ecológicos, poseen varios nutrientes, vitaminas y minerales que a su vez contribuyen con la salud ambiental, por otro lado, podemos ver que la salud humana no se queda atrás debido a que las enfermedades disminuyen con la erradicación de los químicos, en el caso de los productos de origen animal deben tener un control en el uso de hormonas, debido a que este proceso causa enfermedades graves, en el caso de los vegetales se vigila que estos no posean pesticidas en su crecimiento, el desarrollo de los productos orgánicos es más lento debido a que es un proceso natural en el cual no se altera la genética de los productos, estos productos se consiguen en tiendas especializadas y en algunos supermercados en los cuales se los identifica por el sello indicativo de que es un producto orgánico, estos productos poseen un costo elevado debido a que la oferta es limitada y a su vez el costo de producción es más elevado (Bojorquez, 2017).

#### **2.1.4.1 Productos orgánicos de origen animal en el Ecuador.**

Los productos de origen animal son considerados orgánicos cuando se evita el uso de hormonas y elementos químicos que desarrollen su crecimiento con rapidez, en el caso de los animales deben ser alimentados con granos de origen ecológico es decir que se desarrollen sin el uso de pesticidas, de manera que sea un producto netamente orgánico, por lo tanto, la alimentación de los animales es fundamental para un correcto desarrollo en la producción (libre, 2019).

En el Ecuador existen empresas dedicadas a la comercialización de productos y subproductos de origen animal como es el caso de la empresa ganadera Marullacta la cual cuenta con 14 productos certificados como queso, yogurt, mantequilla entre otros, procedentes de animales que han recibido una alimentación completamente orgánica (Castillo, 2018).

#### **2.1.4.2 Frutas y verduras orgánicas**

Los productos orgánicos de procedencia vegetal como frutas y verduras se cultivan en un sistema agrícola que conserva y mejora la fertilidad del suelo para ello se evita la aplicación de agroquímicos y fertilizantes artificiales optando por el uso de insumos orgánicos como bio fungicidas y abonos orgánicos (Agrocalidad , 2017).

En el Ecuador la producción orgánica de frutas y verduras está enfocada en productos como el banano, café, cacao y varias hortalizas como lechuga y brócoli. Productos que son exportados a diferentes países del mundo y son comercializados dentro del país (Agrocalidad , 2017).

#### **2.1.5 Supermercados orgánicos.**

Los supermercados inician debido a que se quería reducir el tiempo y a su vez generar ahorro en los usuarios, el nombre inicial fue piggly wiggly fue creado y patentado por Clarence Saunders el 16 de septiembre de 1916, dentro de este establecimiento se establecen varios expositores con distintos productos de varias marcas de esta manera funcionan los supermercados convencionales, estos supermercados poseen la misma estructura y funcionamiento de los supermercados orgánicos a diferencia del producto ofrecido.

Los supermercados orgánicos nacieron en los años 70 es así que se logra conseguir la certificación orgánica, en un inicio los productos solo se vendían a través de pequeñas tiendas, embargo en los años 90 el movimiento tuvo gran acogida y es así que los productos orgánicos ocuparon varias estanterías y a su vez poseen su propio espacio en los supermercados convencionales de manera que se generaron espacios adaptados únicamente a la distribución de productos ecológicos, estos establecimientos en la actualidad se encuentran en auge (El periódico verde , 2016).

Un supermercado orgánico es un establecimiento que ofrece una gran variedad de productos eco para uso cotidiano, se manejan de la misma manera que los supermercados convencionales, la diferencia de estos establecimientos son las dimensiones, por lo general poseen un tamaño medio, se promocionan productos de distintas marcas, y en caso de que el supermercado crezca tiene la posibilidad de adquirir una marca blanca esto se refiere a una marca propia del establecimiento, normalmente esto poseen los supermercados con gran acogida, esta idea nace debido a que estos productos no se podían adquirir con facilidad, por lo cual se recurría a sitios web o establecimientos especializados donde los precios son elevados (El periódico verde , 2016).



*Figura 10.* Supermercado orgánico.

Tomado de: (El periódico verde, 2016).

### **2.1.6 Supermercados orgánicos en el Ecuador.**

En el Ecuador existen pocos supermercados orgánicos debido al desconocimiento de los valores nutricionales que poseen estos productos, las personas suelen comprar sus alimentos en los supermercados convencionales debido a que poseen un precio menor, podemos ver el ejemplo del supermercado superfoods ubicado en Quito este supermercado posee un servicio completo en el cual se encuentran 4 áreas: área de cafetería, la tienda, talleres de cocina y el espacio para realizar asesorías health coaching, de esta manera se logra informar a la población cuales son los beneficios de estos productos e invitarlos a consumir, existen otro tipo de supermercados orgánicos en los cuales únicamente ofrecen el producto, generalmente estos poseen dimensiones pequeñas, y los productos incluyen la información, sin embargo en el Ecuador está iniciando la llegada de estos establecimientos por lo tanto no poseen gran acogida (Isan, 2017).



*Figura 11.* Superfoods, supermercado orgánico.

Tomado de: (Ecuador, 2017).

### **2.1.7 Slow food**

Inicia a partir de la inauguración de la cadena de comida rápida McDonald, Carlo Petrini crea un movimiento denominado slow food en 1986, este nace como la

oposición de la comida rápida o mejor conocida como fast food, se le denomina slow food ya que su fin era que la población pudiera degustar comida saludable lentamente para que pudieran obtener un realce de sus sentidos sin acelerar el proceso, se buscaba orientar a la gente hacia un estilo de vida distinto en el cual consuman comida fresca a base de productos naturales, por lo tanto se establecieron recetas locales, es así que se promueve el uso de alimentos ecológicos de esta manera también se buscaba proteger los alimentos y cultura local de cada país, el logotipo posee un caracol el cual hace referencia a la comida lenta.



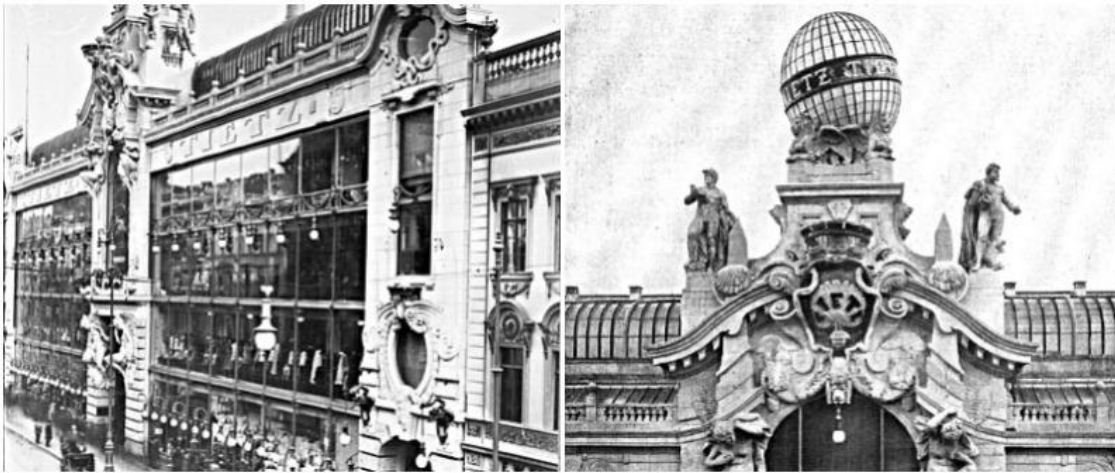
*Figura 12.* Logotipo slowfood.

Tomado de: (Tièartave, 2014).

### **2.1.8 Arquitectura comercial**

Los espacios adaptados para el comercio nacen a finales del siglo XIX, surge de la cultura norteamericana con la perspectiva de generar un espacio llamativo interiormente para brindar comodidad al consumidor, en el caso del modernismo podemos observar que rompió los esquemas saliendo del modelo rígido hacia algo más provocador, esto se utiliza hasta la actualidad, en el caso del art Nouveau se adoptó ciertos detalles como los espacios amplios, el uso de cristalería, los pasamanos decorados, esto provocaba mayor atención en los consumidores por lo cual partiendo de esto se generaron nuevos edificios como el samaritaine, este edificio contaba con fachadas abiertas lo cual lo convertía en un escaparate es así que nacen los escaparates para exhibir los productos mientras más llamativos eran poseían mejor apertura, otro ejemplo es el centro comercial establecido en Berlín

denominado Kaufhaus Tietz, en este lugar se utilizó la misma tipología de escaparate, se generaron grandes escaparates de 25x18 m la finalidad de este mecanismo era incorporar luz natural debido a que la electricidad en esta época era totalmente nueva por lo tanto esto generaba distintas sensaciones, es así que la arquitectura comercial inicia su desarrollo (Bohigues Sanz, 2016).



*Figura 13.* Kaufhaus Tietz (Almacén Comercial Tietz).

Tomado de: (Bohigues Sanz, 2016).

La arquitectura comercial consiste en desarrollar un espacio confortable de manera que el consumidor realice más compras creando un ambiente de experiencias, para esto se establece el diseño y la funcionalidad, un ambiente comercial requiere del diseño de fachadas, escaparates, iluminación, por otro lado es importante la implementación de identidad corporativa de cada marca de manera que el consumidor lo identifique con facilidad, desde este punto parte la distribución interna, el visual merchandising y todo lo que abarca el diseño interior, existen varias tipologías de formato comercial como son las islas estos espacios poseen dimensiones pequeñas, se encuentran ubicados en el interior de los centros comerciales, por lo tanto en este lugar se necesita optimizar los espacios de manera que todo el productos se exhiban de manera correcta adaptado a la marca, uno de los factores más importantes consiste en realizar una arquitectura resistente debido a

que se encuentran expuestos y podrían deteriorarse con facilidad, la segunda tipología se denomina tienda o comúnmente se lo conoce como local comercial, en este espacio se desea transmitir la identidad de la marca como se mencionaba anteriormente, el propósito de este establecimiento es brindar un servicio por lo tanto es importante satisfacer las necesidades del consumidor a través del diseño, seguido a esto viene la tipología departamental esto consiste en una tienda con dimensiones grandes en el cual se brinda una amplia gama de productos pertenecientes a diferentes marcas que son de una misma empresa, sin embargo no es lo mismo que un centro comercial únicamente es una tienda grande con varios servicios, finalmente se incluyen los supermercados este lugar comprende a la venta de varios productos en el cual se genera un autoservicio, en estos establecimientos se brindan precios bajos y generalmente poseen franquicias debido a la gran demanda de productos (Internacional, 2016).



*Figura 14.* Arquitectura comercial.

Tomado de: (Creativo, 2018).

### **2.1.8.1 Arquitectura de supermercados**

Los supermercados inician a partir del siglo 17 entre los años 1617 y 1619, durante estos años surge la aparición de centros de comercio en los cuales se promovían diversos productos como alimentos y ropa, en Irán se crea el Bazar de Isfahan el cual consistía en un pórtico de 5km de longitud, debido a su ubicación poseía ciertas dificultades climáticas como la arena, el viento y el calor, es por eso que se adecua

una calle larga cubierta de manera que los usuarios pudieran permanecer cómodos en el interior y que realicen un recorrido minucioso en todo el bazar, este espacio poseía ciertos mecanismos de ventilación e iluminación en la cubierta, años más tarde en 1825 en París Francia se crea el passage du Cerf, el cual posee características similares al gran bazar como la cubierta con mecanismo climatizador en este caso esta protegía a los usuarios del frío y la lluvia, en este establecimiento comercial incorporo la transparencia por medio de materiales como el vidrio y el acero, estos generaban una estructura más ligera y a su vez permitía la entrada de iluminación natural, por lo tanto el usuario tenía la sensación de estar en la ciudad con un clima adecuado, en el mismo año se realizó el palacio de cristal en Londres. Inglaterra la estructura de esta edificación es totalmente de vidrio y acero de manera que se generó una relación interior exterior de esta manera los productos se exhibían de manera artística y atraían al consumidor, es así que inician los procesos de desarrollo de establecimientos comerciales, en el año 1936 se realiza el diseño de la tienda bat`a Le Corbusier instala un concepto de la creación de una tienda en el cual se venden productos al por menor, el cual establece un sistema modular que se adapta a las necesidades urbanas, de manera que logra transmitir que la esencia de una tienda no es vender, más bien es representar que la tienda es la casa del producto, años más tarde en el año 1974 se realiza el montaje de los mejores showrooms en U.S.A en estos espacios se logra captar la atención de los espectadores ya que posee formas irregulares como fachadas rotas, inclinadas entre otras, esto provoca curiosidad, siguiendo el recorrido arquitectónico en el siglo X en este caso la arquitectura no está presente en la estructura, está presente en la parte urbanista debido a que este espacio genera un punto de encuentro y su vez espacios de ocio ( NABA Affiliate certificate, 2017).





*Figura 15. Bazar.*

Tomado de: (NABA Affiliate certificate, 2017).

En la actualidad podemos notar que el crecimiento masivo de los supermercados requiere tener inventiva de diseño con el fin de atraer más clientela, los aspectos más importantes en el momento de diseñar son la imagen, organización-distribución e iluminación, para generar una experiencia optima, en el momento de la compra es importante la imagen para esto se debe ofrecer productos de alta calidad, podemos ver los siguientes ejemplos como es el caso del supermercado megamaxi ofrecen productos de excelente calidad con los cuales los clientes se encuentran satisfechos a pesar de sus precios elevados a diferencia del establecimiento aki que poseen productos de menor calidad y a su vez estos poseen precios más bajos, esto se desarrolla realizando un análisis de mercado para poder identificar el target al cual va dirigido el establecimiento, seguido a esto otro punto importante es la organización y distribución las estanterías deben estar ubicadas de manera estratégica y establecer amplios pasillos con el fin de generar mayores ventas, para finalizar el último aspecto importante para implementar es la iluminación esto es fundamental en el diseño debido a que da un realce a los productos de manera que se vuelven más llamativos, para esto cada zona posee un tipo de iluminación distinto por ejemplo en la zona de frutas y verduras se utiliza iluminación fría con el fin de transmitir un producto fresco y a su vez que resalte el color de los productos, en el caso de la panadería se utiliza una cromática cálida para generar la sensación que

el pan sale del horno, esto genera que los consumidores una atracción visual por lo tanto realizan más compras (Arquitectura Comercial, 2016).

#### **2.1.8.2 Arquitectura sostenible**

Nace entre los años 60 y 70 por motivos de industrialización en este periodo se comienzan a percibir los efectos negativos sobre el medio ambiente y a su vez se generan dudas acerca del crecimiento económico mundial por lo cual aparece el termino ecodesarrollo, este nunca tuvo cabida en el aspecto económico, sin embargo incentivó a que la sociedad a tomar conciencia acerca de los daños causados por la industrialización, en el año 1973 tras la decadencia del petróleo se desarrollaron nuevos planteamientos acerca del ahorro energético, seguido a esto en el año 1987 la población comienza a tomar conciencia acerca de la vida de generaciones futuras por lo cual se inicia el proceso de la arquitectura sostenible con el fin de generar la reducción de un impacto ambiental y en la población, por lo que en los años noventa se realizan cambios como el uso de materiales los cuales son obtenidos de la naturaleza, se optó por energías alternativas y de igual manera se realizaron mayores inversiones esto se desarrolla hasta la actualidad generando una perspectiva diferente del urbanismo de manera que toda la población conozca y opte por este tipo de arquitectura (Construmática, 2019).

El fin de la sostenibilidad satisface una necesidad y a su vez se adapta a los elementos de cada región tiene el enfoque de preservar el medio ambiente a través del uso de materiales reciclados, generalmente se aprovecha los recursos naturales para la realización de la edificación, el ahorro energético es fundamental debido a que se desea generar la reducción en gastos innecesarios, por otro lado, es importante identificar el impacto que tienen los edificios en la naturaleza de manera se pueda reducir esta problemática (Twenergy, 2014). La orientación y la colocación de ventanas es un aspecto primordial en la arquitectura sostenible debido a que si se coloca en buena posición generará un ahorro de energía y se reducirá el uso de iluminación artificial, respecto al diseño este no posee un limitante en cuanto a los materiales, puede ser un diseño libre e innovativo generando un nuevo estilo.

El motivo primordial por el cual la arquitectura sostenible aparece es debido a que el crecimiento de la población genera un desgaste en los recursos y a su vez mayor contaminación por el aumento de producción entre otros factores por lo tanto se necesita buscar un equilibrio con el desarrollo, la industria y la arquitectura, para considerar una edificación sustentable hay que considerar 5 áreas importantes como la planificación del lugar, ahorro del consumo de agua, uso de energías renovables y a su vez la reducción del gasto energético, conservación de materiales y reutilización de recursos naturales y finalmente el cuidado ambiental en el interior de la edificación (Cabal, 2011).

La arquitectura sostenible posee 3 tipos de beneficios los cuales son la salud, la economía, y la reducción del impacto ambiental, esto genera un mayor confort en el usuario, desde otro punto de vista no se ha logrado cumplir con la sostenibilidad en la arquitectura debido a que existen puntos y normativas sin cumplir, esto se debe a que la población no se encuentra formada para esta transformación no existe un cambio cultural en el cual la gente concientice la problemática real de la afectación al medio ambiente, por lo tanto es considerado un intento a la sostenibilidad, la principal razón se debe a que la mayoría de edificaciones son realizadas con elementos nocivos para el planeta tierra, estos son realizados de forma masiva a diferencia de los sostenibles que poseen un porcentaje pequeño de acogida (Cabal, 2011).



*Figura 16.* Arquitectura sostenible.

Tomado de: (Valvermont, 2015).

### **2.1.9 Aporte**

Según la investigación se pudo determinar que los inicios de la agricultura fueron los que generaron enfermedades y problemas en la población, y a su vez esto generó muchos beneficios en la población ya que facilitó el desarrollo de la humanidad y generó una evolución, seguido a esto se conocieron distintos métodos en los cuales se podía producir a gran escala utilizando procesos químicos de manera que se generó un impacto ambiental y a su vez conflictos en la salud de la población, como alternativa nace la agricultura orgánica la cual incentiva a la población a generar un cambio en la sociedad, conforme nace este método surge la aparición de huertos hidropónicos con la finalidad de generar rapidez por medio de procesos ecológicos los cuales a su vez brindan productos frescos, son procesos realizados en agua sin el uso de tierra, esto va acorde con la arquitectura sostenible debido a que por la falta de terreno se requiere de otra alternativa para

poder generar espacios verdes por lo cual la arquitectura sostenible tiene relación, a su vez ayuda con la reducción del impacto ambiental.

## **2.2 Marco edilicio**

En el siguiente marco se explicarán las normativas urbanísticas del municipio de Rumiñahui (Ordenanza No. 003, 2015), las cuales servirán para la Intervención interiorista de una edificación comercial a un centro promocional de productos orgánicos locales.

### **2.2.1 Análisis IRM**

Realizando el análisis pertinente del IRM podemos observar que es una edificación residencial combinada, el uso complementario es generado para vivienda, posee un lote mínimo de 500 m<sup>2</sup> con una altura máxima de 6 m.

Respecto a los servicios municipales la edificación cuenta con agua potable, calzada, bordillos, aceras y alcantarillado, el alcantarillado es tipo combinado este sistema es aquel que conduce a la par las aguas sanitarias y pluviales, posee un frente mínimo de 15 m.

Observaciones: La edificación se encuentra localizada en una zona de amenaza volcánica por lo cual se requiere de normativas para la dirección de riesgos y seguridad. En el presente proyecto podemos notar que se respeta la altura máxima que son 6 metros los cuales están distribuidos en 3 plantas el frente mínimo cumple con los 15 m, en el caso del retiro lateral 1 y 2 cuenta con 2 metros lo cual se encuentra dentro del porcentaje establecido, el retiro frontal posee 5 metros y para finalizar el posterior al igual que los laterales cuenta con 2 metros por lo tanto considero que se cumple con los requisitos del gobierno autónomo municipal del cantón de Rumiñahui.

**GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL  
DEL CANTON RUMIÑAHUI  
DIRECCION DE PLANIFICACION**

**Certificado de Normas Particulares:0009407      Año:2019**

Clave Catastral: 050304005000	En Propiedad Horizontal:
Propietario: GAONA JARAMILLO ULVIA NOHEMY	En Derechos y Acciones:
Cédula: 1709103327	Parroquia: SAN RAFAEL
Barrio: SAN RAFAEL	Area Terreno: 700.00
Dirección: AVELINA LASSO - -	Area Construcción: 811.72
Clave Anterior: C030303	Frente: 37.90

Fecha de Ingreso: 05 Abr 2019

<b>Calles</b>	<b>Anchos</b>	<b>Ref</b>	<b>Línea de Fábrica</b>	<b>Línea de Nivel</b>
AVELINA LASSO	10.00	1.5	CINTA GOTERA	RASANTE ACTUAL
AVELINA LASSO	VARIAB	1.5	CINTA GOTERA	RASANTE ACTUAL

USOS		FORMA DE OCUPACION		DATOS GENERALES	
Uso Principal:	RESIDENCIAL COMBINADO	No de Pisos:	2	Clasificación Suelo:	URBANA
Uso Complementario:	VIVIENDA	Altura Máxima:	6	Area:	700.00
Tipo Vivienda:	NINGUNA	COS Planta Baja:	60	Zona:	A502-60
Forma de Ocupación:	AISLADA	CUS:	120	Código:	RC1
Lote Mínimo:	500	No. Estacion.:		Radio C:	5
Frente Mínimo:	15			Curv:	
Existe Construcción	NO				
No de Construcciones:	0				

RETIROS		SERVICIOS MUNICIPALES		SITUACION PROPIEDAD	
Frontal:	5	Agua Potable:	SI	Afectada Total:	NO
Lateral 1:	3	Calzada:	SI	Afectada Parcial:	NO
Lateral 2:	3	Bordillos:	SI	En Línea de Fábrica:	SI
Posterior:	3	Aceras:	SI	Tiene Cerramiento:	SI
Entre Bloques:	6	Alcantarillado:	SI	Cerramiento Adecuado:	
Adosamiento:	NO	Tipo Alcantarillado:	COMBINADO		
Es Factible:	SI    EDIFICAR				

**Observaciones:**  
EL PREDIO SE ENCUENTRA DENTRO DE LA ZONA DE AMENAZA VOLCANICA, SOLICITAR INFORME DE DELIMITACION EN LA DIRECCION DE RIESGOS Y SEGURIDAD DEL GADMUR

Figura 17. IRM municipio de Rumiñahui

Realizando el análisis de las normativas correspondientes a los años 2012,2015 y 2017 se obtienen los siguientes datos.

### 2.2.2 Ordenanza No. 003-2015

Según el artículo 23 Ubicación de Áreas Verdes y Comunales. - Para la ubicación de las áreas verdes y comunales, se observará lo siguiente:

- a) Las áreas destinadas para espacios verdes y comunales, por ningún concepto estarán ubicadas en áreas afectadas por vías, líneas de alta tensión, derechos de vías férreas, autopistas, canales abiertos, tuberías de agua potable y alcantarillado, oleoductos y poliductos, en franjas de protección de ríos, en bordes de quebradas

y su área de protección, zonas de riesgo, áreas de protección ecológica. b) Los espacios destinados a áreas verdes y comunales no podrán tener una inclinación superior a 30°. c) Cuando el 50 % del lote tenga una inclinación superior a 30° la cesión gratuita se entregará arborizada con especies autóctonas de la zona (Ordenanza No. 003, 2015).

### **2.2.3 Ordenanza No. 029-2015**

Según el artículo 41 las condiciones para la instalación de redes de servicio. - Todo el espacio urbano y sus zonas de expansión del Cantón Rumiñahui, para efectos de instalación de Redes de Servicio, es considerado como "sector de canalización subterránea". Sin embargo, los Sujetos Obligados podrán solicitar con fundamento en el interés social, la autorización excepcional para el tendido de Redes de Servicio en el espacio público aéreo, en áreas en donde las normas técnicas impidan los procesos de soterramiento, o en áreas en donde no se estén implementando los respectivos Programas y Proyectos Específicos de Intervención (Ordenanza No. 003, 2015).

### **2.2.4 Ordenanza No. de boletín 486 -2015**

Según el Art. 2 referente a la Urbanización. - La Urbanización es la división de un terreno en más de diez lotes y se entregará por una sola vez como mínimo el quince por ciento (15 %), calculado del área útil del terreno en calidad de áreas verdes y comunales. Toda Urbanización deberá dotarse de obras de infraestructura y sujetarse al Plan Vial Cantonal. Las obras de infraestructura, deberán ser ejecutadas por el urbanizador, sujetándose a los diseños y especificaciones técnicas que hubieren sido aprobados por la Dirección de Planificación, y serán entregadas al GADMUR cuando las obras de infraestructura se encuentren terminadas.

La altura de los muros de cerramientos de los lotes privados que lindan con las áreas verdes y equipamiento comunal, no será mayor a 0.60 m. pudiendo ser el resto del cerramiento, hasta alcanzar una altura de 2.00 m. cerca viva o enrejado

que permita transparencia, permitiéndose exclusivamente ingreso peatonal (Ordenanzas Municipales 003, 2015).

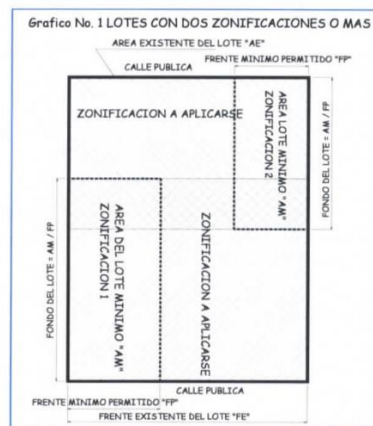
Por otro lado, de acuerdo a lo descargado de la página de ordenanzas municipales de Rumiñahui, por otro lado, el Art. 5 hace referencia al Fraccionamiento Agrícola. - Considerase Fraccionamiento Agrícola, el que se ejecuta en terrenos situados en zonas rurales destinados a cultivos o explotación agropecuaria. De ninguna manera se podrá fraccionar bosques, terrenos que superan el 30% de inclinación y otras áreas consideradas ecológicamente sensibles, de conformidad con la ley o que posean una clara vocación agrícola.

Esta clase de fraccionamientos se sujetarán al COOTAD, a las Leyes Agrarias y al Plan de Uso del Suelo del Plan de Desarrollo vigente donde se especifica el área y el frente de cada uno de los lotes (Ordenanzas Municipales 003, 2015).

### **2.2.5 Ordenanza No. 031-2017**

Según el artículo 27 acerca de Lotes con dos o más zonificaciones- Este tipo de lotes podrán acogerse a cada zonificación hasta la longitud equivalente al fondo de lote mínimo que se calculará al dividir el área de lote mínimo para el frente mínimo permitido en la zona. En el caso de existir un área remanente o traslapada esta podrá acogerse a la zonificación más favorable para el propietario, pero respetará las condiciones de ocupación de tal zona los retiros de cada vía. Los predios esquineros que tengan dos o más zonificaciones podrán acogerse a cada una de ellas respetando los retiros correspondientes a cada vía, en sus respectivos frentes, salvo el caso de tipología sobre línea de fábrica que no será aplicable sobre los ejes con retiros frontales. Ver GRÁFICO No. 1 LOTES CON DOS ZONIFICACIONES (Secretaría General , 2017).





*Figura 18.* Gráfico de zonificaciones.

Tomado de: (Secretaría General, 2017)

### 2.2.6 Ordenanza No. 031-2017

Según el artículo 51 referente a las condiciones de implantación en áreas de riesgo no mitigable. - En las zonas donde la Dirección de Gestión de Riesgos determine a través de Ordenanza Municipal o informe pertinente que el riesgo no es mitigable no se permitirá la aprobación, regularización, legalización, reconstrucción, ni ampliación de proyectos u obras destinadas a las actividades residenciales, comerciales, de servicio, administrativas, productivas, Se permitirá la construcción de soluciones viales playas de estacionamientos, proyectos u obras destinadas a usos recreacionales, deportivos, culturales o turísticos, tales como parques; miradores; paseos escénicos y paisajísticos; senderos; bulevares; y otros de similar naturaleza, que no motiven la aglomeración y permanencia prolongada de personas; actividades de servicio o comercio sin edificación permanente, las edificaciones de apoyo a estas actividades serán de carácter temporal, que podrán ser desmontadas. Cumplirán con la zonificación del sector con la altura máxima de pisos uno o tres metros. No se permitirá la regularización o construcción de edificaciones destinadas al hospedaje de turistas. En el área rural además de lo descrito en el párrafo anterior se permitirá preferencialmente, la implantación de proyectos ecológicos y dirigidos a la protección del medio natural, tales como

senderos eco-turísticos, y otros similares destinados a la recuperación y/o conservación de la flora, fauna, suelo y agua. Para efectos de este artículo toda actividad, obra o construcción, deberá poseer su correspondiente Plan de Contingencia y Mitigación de Riesgos revisado y aprobado por la Dirección de Gestión de Riesgos. SECRETARÍA GENERAL Montúfar 251 y Espejo Telf.: 2998 300 ext. 2030 [www.ruminahui.gob.ve](http://www.ruminahui.gob.ve) (Ordenanza No. 031, 2017).

### **2.2.7 Ordenanza No. 031-2017**

Según el artículo 57 referente a las normas generales para la implantación de estacionamientos se observarán los siguientes criterios: a) El ingreso vehicular no podrá ubicarse en las esquinas del lote ni realizarse a través de plazas, plazoletas, parques, parterres, ni pretilas y se lo hará siempre desde una vía pública vehicular. En caso de que el predio tenga frente a dos vías, el ingreso vehicular se planificará por la vía de menor jerarquía. b) Los accesos a los estacionamientos deberán conservar el mismo nivel de la acera con una tolerancia del 10% hasta 3m de ancho en dirección de la pendiente, a partir de la cual se producirá el cambio de pendiente de máximo 18%. (10 grados). c) El ancho mínimo de las rampas de acceso a los estacionamientos, será de 3m. d) Toda edificación que al interior del predio tenga más de veinte puestos de estacionamientos deberá instalar a la salida de los vehículos una señal de alarma de luz y de sonido. Esta será o suficientemente perceptible a la vista y audición de los peatones, indicando el instante de salida de los vehículos. e) Los lugares destinados a estacionamientos para personas con movilidad reducida y discapacidad deben ubicarse próximos a los accesos de los locales o edificaciones y preferentemente al mismo nivel del acceso. Para aquellos casos, donde se presente un desnivel entre la acera y el pavimento del estacionamiento, el mismo deberá solucionarse mediante rampas, de acuerdo a lo establecido en la norma NTE INEN 2245. f) Cuando se trate de ampliaciones de construcciones en predios que no permitan la ubicación del número de estacionamientos previstos se exigirán los que técnicamente sean factibles con excepción de aquellas que van a ser destinados a: cines; teatros, discotecas, salas

de baile, peñas, salones de banquetes y fiestas, coliseos, plaza de toros, estadios, mercados, universidades e institutos superiores, los que deberán cumplir con la normativa establecida. Se procederá de igual forma en edificaciones construidas antes de la vigencia de esta ordenanza y que vayan a ser declaradas en propiedad horizontal. g) No se podrán modificar los bordillos, las aceras ni las rasantes. La pendiente de la rampa de acceso de la vía con la acera será desarrollada en máximo 0.60 m, a partir de los bordillos. No se permitirá la ocupación de aceras como estacionamientos de vehículos (Ordenanza No. 031, 2017).

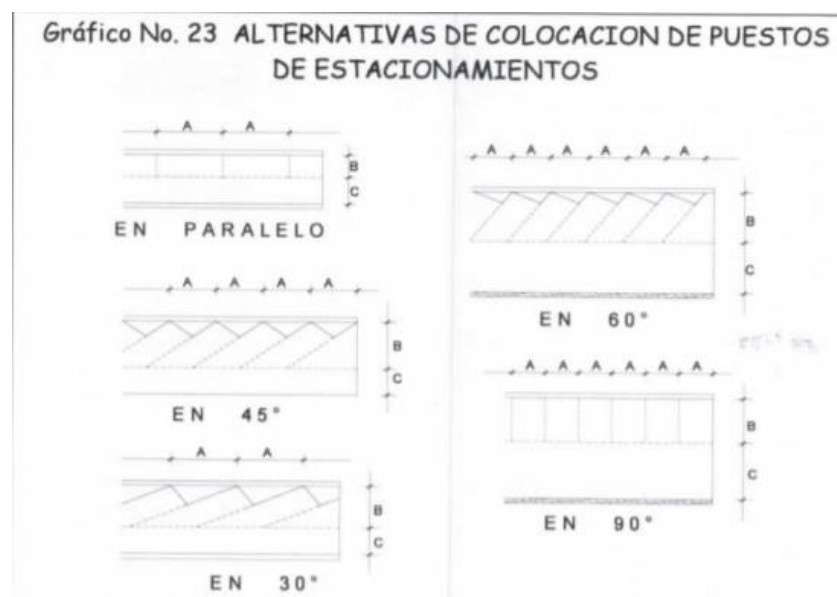


Figura 19 Alternativa de colocación de puestos de estacionamiento.

Adaptado de (Ordenanza No. 031, 2017).

### 2.2.8 Ordenanza No. 031-2017

Según el artículo 98 referente a los permisos Requerirán permisos las actividades realizadas por particulares enunciadas a continuación: a) Todo acto de aprovechamiento urbanístico o habilitación de suelo; movimientos de tierra; modificación de estructura; y, las demoliciones. b) Las construcciones y la implantación de cualquier edificación. c) Toda actividad comercial, industrial y de servicios (Ordenanza No. 031, 2017). En el presente proyecto este artículo nos ayuda para poder establecer las distintas solicitudes de permisos para poder

modificar la estructura de la edificación y a su vez para poder realizar la actividad comercial.

### **2.2.9 Ordenanza No. 031-2017**

Según el artículo 19 referente al suelo residencial en el área rural Esta clase de uso de suelo, se clasifica en: a) Residencial Rural (RR). - Corresponde a aquellas áreas y asentamientos humanos concentrados vinculadas con las actividades agrícolas, pecuarias, forestales y piscícolas. Comprende las actividades predominantemente residenciales y otros usos complementarios: comercio, servicios, actividades institucionales, áreas verdes y parques. El lote mínimo varía de 300m<sup>2</sup> a 1000m<sup>2</sup>. En la zona agrícola con los usos del suelo rural productivo (RP) y protección natural (PN) donde se desarrollan las actividades de producción agropecuaria, forestal, turística, granjas, huertos familiares, piscícolas, extractivas, protección natural y otras especificadas en el cuadro de la ordenanza; se puede implantar viviendas {denominación Agrícola Residencial AR} (Ordenanza No. 031, 2017).

### **2.2.10 Aporte**

De acuerdo a las normativas establecidas en el cantón Rumiñahui se pudo determinar que de acuerdo al artículo 2 la implementación de cerramiento es primordial, se deberá realizar un cerramiento con un mínimo de 60 cm y máximo de 2 m de alto con la finalidad de generar transparencia en el caso de añadir áreas verdes, respecto al presente proyecto se puede tomar como referencia para la aplicación de áreas verdes en la parte lateral de la edificación, por otro lado podemos ver la normativa referente a la implantación de áreas en riesgo, debido a que el proyecto se encuentra ubicado en zona volcánica debemos tener en cuenta que no se pueden realizar ampliaciones ni reconstrucciones, preferencialmente se establecerán proyectos ecológicos con la finalidad de proteger el medio natural, generando un ahorro de agua y preservación de flora y fauna, en el caso de las edificaciones deberán contar con un plan de contingencia y mitigación de riesgos lo cual deberá ser aprobado para generar seguridad a los usuarios, referente al artículo 57 acerca de los parqueaderos es importante tomar en cuenta las medidas

autorizadas, en el caso de incorporar mas de 20 parqueaderos se deberá establecer señales de luz con la finalidad de que el peatón pueda visualizar con facilidad la salida de los vehículos, el ancho mínimo de un parqueadero deberá ser de 3m, no se permitirá ocupar espacio de la acera ya que dificulta el tránsito peatonal y deberá constar con una pendiente de 60 cm a partir de los bordillo, es fundamental que en el caso de usuarios con discapacidad se incorpore un parqueadero a la altura del ingreso del establecimiento y a su vez estos no podrán ser ubicados en parques ni plazoletas, por lo cual para la edificación presente se basara en estas normativas para la incorporación de parqueaderos debido a que es fundamental administrarlos en el sector del valle de los chillos.

## **2.3 Marco conceptual**

### **2.3.1 Arquitectura sostenible:**

La arquitectura sostenible está encaminada en el uso eficiente de los materiales disponibles para optimizar los recursos naturales empleados en una edificación, además busca la eficiencia energética para evitar un gasto innecesario de la energía lo cual tiene como objetivo reducir el impacto medioambiental (Briones Fontcuberta, 2014).



*Figura 20.* Palau de les Arts de Valencia.

Tomado de: (Briones Fontcuberta, 2014).

### **2.3.2 Biofilia:**

Biofilia proviene del griego y significa “Amor a la vida”. Por lo cual se trata del vínculo del ser humano con la naturaleza como resultado de un largo proceso evolutivo, es

considerado como la conexión entre el ser humano, plantas y animales (Arvay, 2016).



*Figura 21.* Biofilia "amor por lo que está vivo".

Tomado de: (Naturblanch, 2017).

### **2.3.3 Materiales reciclados:**

Se consideran como materiales reciclados a los desechos sólidos no biodegradables que tienen la facultad de ser reutilizados o transformados en otros productos (Röben , 2003).



*Figura 22.* Materiales reciclables.

Tomado de: (El reciclaje, 2019).

### **2.3.4 Lámparas con agua y sal:**

Este mecanismo invento Aisa Mijeno, emprendedora filipina, a la par con su hermano Raphael inventaron la SALT Lamp es una lámpara que funciona con dos

cucharadas de sal y un vaso de agua, la cual aporta con luz durante ocho horas y a su vez esta permite que los dispositivos móviles puedan cargarse (vanguardia, 2017).



*Figura 23. Lampara de agua y sal.*

Tomado de: (Bloarquitectura, 2016).

### **2.3.5 Jardines verticales:**

consiste en la instalación de plantas de distintas especies en una pared de forma vertical, que aporta a los beneficios medioambientales, estos jardines poseen distintos mecanismos al de un jardín tradicional, debido a que requieren de mayores cuidados como es el caso del riego y la aplicación de nutrientes, esto se realiza mediante tuberías PVC entre otros. Son una adaptación de jardinería urbana, para la realización de estos jardines se requiere de un amplio conocimiento en ingeniería, hidroponía y botánica con el fin de generar un resultado optimo sin que puedan causar daños en las plantaciones (Generación Verde, 2017).



*Figura 24. Jardín vertical.*

Tomado de: (Generación Verde, 2017).

### 2.3.6 Health coaching:

Es un término que es empleado en la orientación en el área de la salud para mejorar y prevenir enfermedades en pacientes. El health coaching busca ayudar a los pacientes a adquirir habilidades y herramientas para el cuidado de su salud (López, 2016).



Figura 25. Health coaching (Salud de los pacientes).

Tomado de: (Craze, 2019).

### 2.3.7 Hidroponía:

La hidroponía es un sistema productivo en donde no se utiliza suelo como soporte o fuente de nutrientes para las plantas, en el sistema hidropónico los minerales esenciales son aportados mediante una solución nutritiva con agua, esta metodología permite optimizar espacio y recursos como el agua y nutrientes para maximizar la producción y la calidad de los productos (Beltrano , 2015).



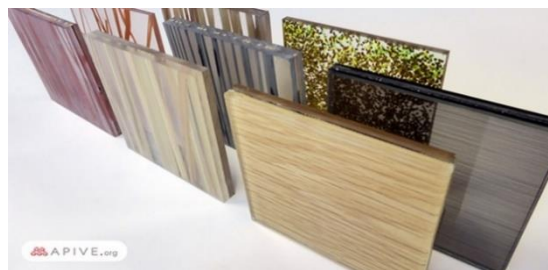
Figura 26. Sistema Hidropónico

Tomado de: (Municipalidad de Peñalolén, Chile, 2017)



### 2.3.8 Materiales ecológicos:

los materiales ecológicos son aquellos que son obtenidos por medio de la naturaleza, los cuales generalmente son utilizados para las construcciones cotidianas como la madera, corcho, mármol, entre otros. Otra manera de realizar materiales ecológicos es a través del reciclaje como la readequación de escombros o elementos industriales de manera que se optimicen los recursos económicos, en esto se incluye la energía eólica o solar ya que son mecanismos naturales (Vivienda saludable, 2001).



*Figura 27.* Materiales ecológicos.

Tomado de: (Apive, 2017).

### 2.3.9 Mecanismos de ahorro de agua:

Existen diversos mecanismos que permiten reducir de manera eficiente el consumo de agua en las viviendas o edificaciones comerciales entre estos se encuentran los dispositivos con interrupción de descarga para inodoros que permiten la interrupción del vaciado de agua de cisterna de manera voluntaria (Xarxa, 2010).



*Figura 28.* Ahorro de agua.

Tomado de: (Borras, 2017).

### **2.3.10 Tienda de Autoservicio:**

Es un establecimiento en el cual el cliente realiza un recorrido independiente de manera que sabe que productos adquirir sin necesidad de solicitar a un empleado, generalmente estos establecimientos cuentan con 120 hasta 399 m<sup>2</sup>, los productos se mueven solos, ciertas veces se requiere de impulsores o publicidad, el vendedor no es el papel fundamental en este lugar, un ejemplo de esta tipología de tienda es supermaxi (Tovar, 2014).



*Figura 29.* Supermaxi.

Tomado de: (Mall el jardín, 2017)

### 2.3.11 Arquitectura industrial:

Este tipo de arquitectura se establece debido a la revolución industrial, por lo tanto, busca cumplir con el ahorro económico, no se basa en la belleza si no en la parte funcional de un diseño, los materiales que se usan para este tipo de arquitectura son el hierro, el acero, el vidrio y el hormigón armado, este tipo de arquitectura cumple y satisface las necesidades de un mundo industrializado (Sala arquitectos, 2018).



*Figura 30.* Arquitectura industrial.

Tomado de: (Arquitectos especializados del noroeste, 2014).

### 2.3.12 Energía cinética:

Es un fenómeno que se produce mediante el movimiento de un objeto. Es considerado como el trabajo indispensable para producir aceleramiento en un cuerpo de una masa determinada. Una vez adquirida la aceleración el cuerpo mantiene su energía cinética sin considerar la variación de la rapidez (EcuRef, 2015).



*Figura 31.* Iluminación de alumbrado público.

Tomado de: (Smartlighting, 2017).

## 2.4 Marco técnico

### 2.4.1 Especificaciones técnicas de energía renovable

Para el presente proyecto se aplicará el uso de energía solar mediante paneles solares los cuales funcionan mediante átomos de hidrogeno, para poder establecer iluminación mediante el sol se requiere de 1000 vatios por metro cuadrado



*Figura 32.* Panel solar.

Tomado de: (López, 2018).

### 2.4.2 Especificaciones técnicas de huertos hidropónicos

- Para poder implementar un sistema de huertos hidropónicos es fundamental basarse en las siguientes características: localización, materia vegetal, sustrato, contenedor, solución nutritiva, agua de riego y drenajes. En el caso de la localización se deben tomar en cuenta los siguientes puntos
- La exposición al sol deberá ser mínima de 6 horas diarias
- Evitar generar sombras de edificios entre otros que impidan la exposición al sol
- Poner las plantaciones en un lugar protegido de vientos y lluvias
- Deberá constar con acceso de manera Fácil para poder manejar el agua de riego
- Seguido a esto se deberá tener preparada corriente eléctrica para poder tener control climático, riegos y ventilaciones y temperatura que este

establecida ente 15 y 18 °C con la finalidad de evitar sombras es recomendable generar una altura en los invernaderos de 3,5 m.

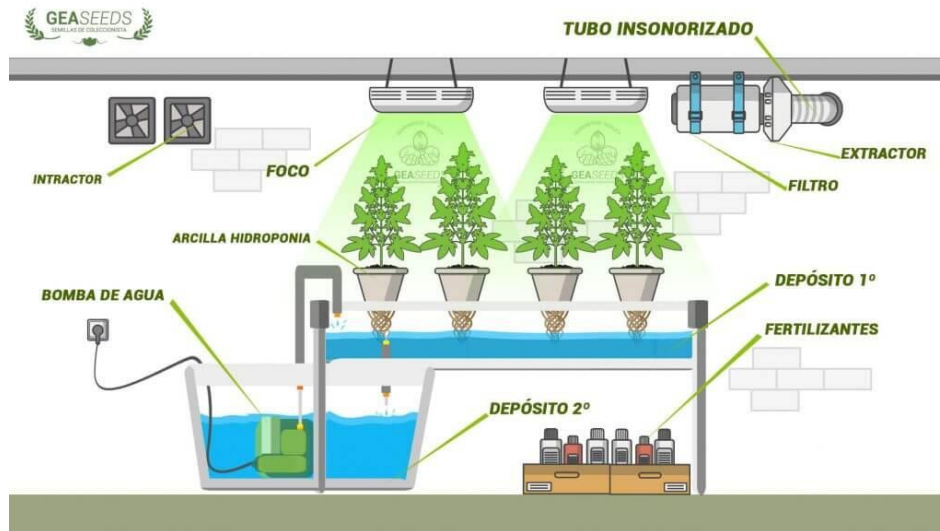


Figura 33. Instalación de hidroponía.

Tomado de: (Geaseeds, 2011).

### 2.4.3 Especificaciones técnicas de espacios para comer.

Para la incorporación del taller de cocina se requiere de un espacio en el cual puedan trabajar y probar los alimentos realizados

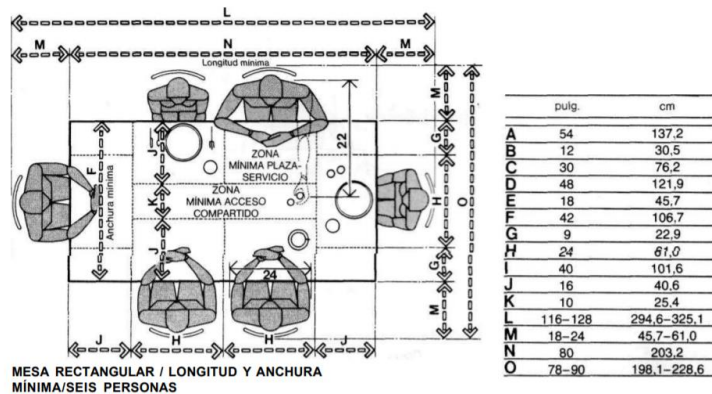


Figura 34. Medidas mínimas mesas.

Tomado de: (Panero, Julius, 2007).



Posee un espesor de 15 cm 4 cm de subestructura, 2,6 cm de soporte y 7 cm de plantación) posee un peso de 21 kg/m<sup>2</sup>. Por otro lado, posee un sistema de riego cerrado que requiere de un estanque registrable para el almacenamiento del agua con nutrientes que se recirculan, y una mantención periódica (Vergara, 2014).

#### **2.4.5 Aporte**

De acuerdo a los datos adquiridos sobre ciertos elementos que se implementaran en el proyecto pudimos determinar que en el caso de la instalación de huertos hidropónicos requiere de un proceso detallado en el cual se debe incorporar sistemas eléctricos y se debe generar el ingreso de luz natural por lo que se deberá buscar el uso de energía renovable para poder abastecer estos huertos, por otro lado el uso de jardines verticales también posee un estructura la cual tendrá que tener un sistema de riego, de manera que para generar un ahorro se deberá establecer un ciclo de riego que circule la misma agua sin desperdiciar de esta manera las plantas también podrán adquirir mejor los nutrientes, respecto a la implementación de paneles solares se requiere de 1000 voltios para abastecer de luz la edificación por lo que se deberán instalas 4 paneles, ya que el proyecto necesita de mucha luz, por lo tanto es importante seguir los procesos establecidos con la finalidad de obtener un óptimo resultado en el diseño.

### **2.5 Marco Referencial**

#### **2.5.1 Referente nacional supermercado Biomarket**



*Figura 36.* Biomarket Supermercado Orgánico.

Tomado de: (Biomarket, 2016).

Se encuentra ubicado en Guayaquil Av. los Arcos, Samborondón 092301, el estilo de esta tienda es rústico industrial, esto se debe a que el concepto de la tienda fue desarrollado por un grupo de personas especializadas en esta tipología de arquitectura, el objetivo es desarrollar una conexión con el producto ya que se ofrecen productos orgánicos, artesanales y naturales, en este establecimiento se ofrecen 190 marcas.



*Figura 37.* Fachada Biomarket.

Tomado de: (Lippke, 2017).

En la fachada podemos observar que la tienda invita a consumidor a ingresar a un espacio natural, mediante su Cromática y materialidad como la madera y los colores neutros que representan la naturaleza del entorno y a su vez esto genera un aporte medioambiental ya que no solo se utilizan materiales vistos, sí no que a su vez se utilizan materiales reciclados.





*Figura 38. Mobiliario*

Tomado de: (Lippke, 2017)

Respecto al mobiliario podemos observar que en el caso de la madera y la tubería son materiales reciclados los cuales aportan con el diseño industrial, ya que no poseen mucho diseño ni diferentes cromáticas en este caso las marcas pueden tener distintas presentaciones en estos exhibidores de manera que su producto sea más llamativo y pueda percibirse la diferencia entre los demás.



*Figura 39. Espacio interior Biomarket.*

Tomado de: (Avellan, 2017).

En el caso del interior podemos observar que la Cromática de colores neutros genera que los productos tengan un mayor destaque en el lugar, y a su vez genera

un aspecto de limpieza, por otro lado, podemos observar que existe una pared de ladrillos y el techo posee las instalaciones sin cubrir esto se debe a lo que la marca desea generar un concepto de industrialización de manera que el usuario se relacione con lo que va a consumir, es así que se genera un ahorro económico y la reducción de un impacto ambiental.

### 2.5.1.1 Aporte

En este referente podemos observar que realizan mobiliario con la misma cromática de manera que permiten que las marcas exhibidas en la tienda generen su propia publicidad por lo tanto se diferencian las 190 marcas exhibidas, lo que extrae de este referente para el proyecto es generar mobiliario con una misma cromática para poder resaltar los productos y poder diferenciarlos con facilidad, por otro lado en el aspecto negativo este referente posee varias características similares a las de los establecimientos que promocionan productos orgánicos de manera que no poseen un diseño llamativo.

### 2.5.2 Referente nacional superfoods



*Figura 40.* Superfoods Ecuador

Tomado de: (Superfoods Ecuador, 2014).

Ubicado en Cumbaya: Av. Interoceánica Km 11 1/2 y Av. Siena (Ref: A una cuadra del Scala Shopping en los Galpones de la Tejedora) el lugar cuenta con 4 zonas destinadas a diferentes actividades, una para talleres de cocina, la segunda la

cafetería, tienda saludable y asesoría en health coaching, de esta manera el espacio se convierte en un entorno interactivo.



*Figura 41.* Zona de tienda.

Tomado de: (Superfoods Ecuador, 2014).

La zona de tienda y cafetería no poseen división, cuenta con mobiliario reciclado como el uso de pallets y tuberías recicladas, respecto a la cromática podemos observar que se basa en colores neutros en el mobiliario de la tienda y en la zona de cafetería posee cromática de colores de manera que genera una diferencia de zonas.



*Figura 42.* Taller de cocina superfoods.

Tomado de: (Superfoods Ecuador, 2014).

En el taller de cocina se coloca mobiliario, iluminación y revestimientos industriales de manera que se genera una relación con el producto y la comida saludable, en el caso de la materialidad del piso se coloca microcemento pulido con la finalidad de conservar la ideología de preservación del medio ambiente.



*Figura 43.* Mobiliario de la cafetería.

Tomado de: (Superfoods Ecuador, 2014)

Respecto al mobiliario podemos observar que es completamente reciclado, son sillas de distintos tipos que generalmente ya no se utilizan en las viviendas esto genera un contraste en la tienda debido a que las paredes poseen color blanco y el mobiliario de la tienda poseen estilo moderno, y al momento de ingresar a la zona de la cafetería da la sensación de estar en otro ambiente.

### **2.5.2.1 Aporte**

En el caso de superfoods podemos ver que posee diferentes zonas las cuales se diferencian por medio de mobiliario y a su vez por separaciones como paredes de acero y vidrio, respecto al mobiliario reciclado podemos observar que son muebles de distintos estilos esto genera un dinamismo en el lugar y va de la mano con la arquitectura sostenible por lo tanto esta parte se desea implementar en el proyecto y la incorporación de la zona de talleres de cocina y health coaching.

### 2.5.3 Referente internacional mercado san Valero.



*Figura 44.* Mercado san Valero.

Tomado de: (Ott, 2019).

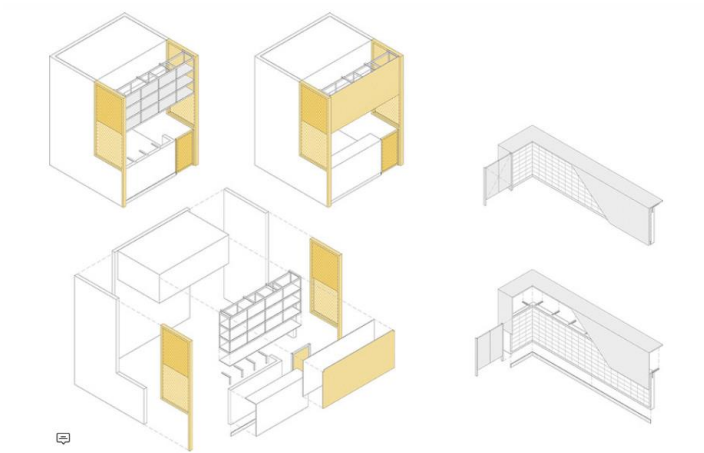
El mercado san Valero cuenta con 443m<sup>2</sup>, se encuentra ubicado Gran vía de les Germanies, 21, 46004 Valencia, España, fue diseñado por Nihil estudio. El concepto de mercado san Valero el concepto se basa en 2 partes en la cromática y en el espacio, respecto al color se utilizan colores de la pirámide alimenticia en el caso de las carnes frutos rojos y embutidos se utiliza el color rojo, en la sección de verduras, y sus derivados se utiliza el color amarillo y verde (Ott, 2019).



*Figura 45.* Espacio de comedor.

Tomado de: (Ott, 2019).

Por otro lado, hablando del concepto referente al espacio se maneja de manera que se genere una zona pública y otra privada, el mobiliario posee la intencionalidad de generar una conexión entre ambas zonas.



*Figura 46.* Diagrama de revestimientos.

Tomado de: (Ott, 2019).

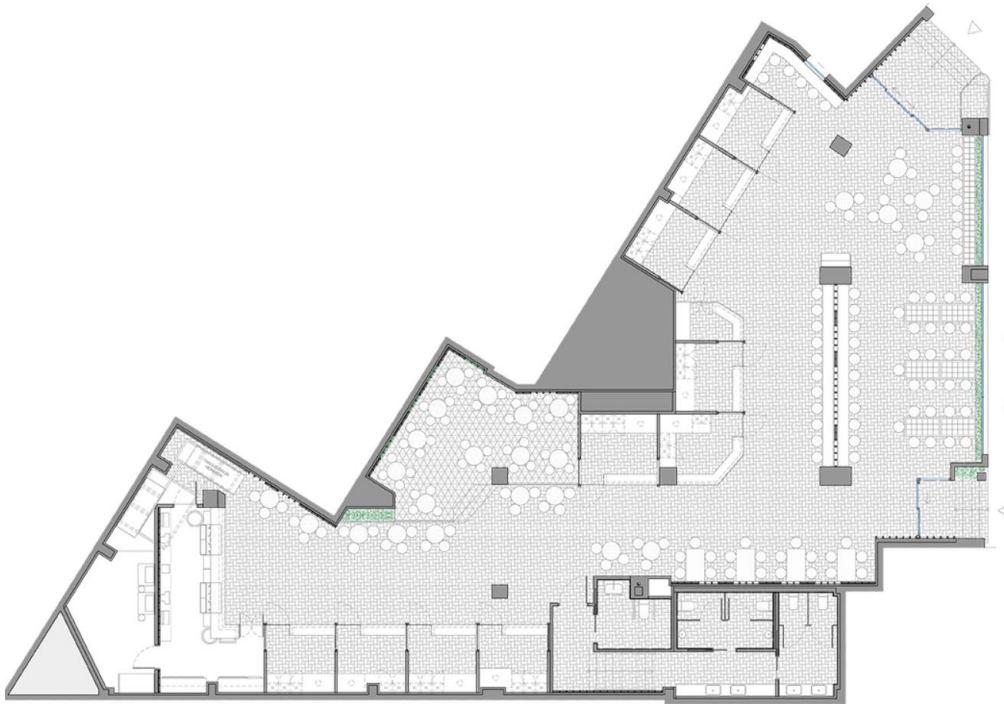
En el caso de los revestimientos podemos observar que se generan pieles de distintos materiales con la finalidad de ayudar con el acondicionamiento acústico, los materiales utilizados en paredes son listones de madera, ladrillo panel, revestimiento de barrecha y su vez la incorporación de vegetación vertical en ciertas partes del mercado (Ott, 2019).



*Figura 47.* Iluminación mercado Valero.

Adaptado de (Ott, 2019).

La iluminación posee dos variaciones una el día otra en la noche por lo cual se generan distintas sensaciones, en el caso del día se utilizan ventanales abiertos con la finalidad de que se genere un ingreso de luz natural, en el caso de la noche provoca una conexión con el exterior, y a su vez posee un falso techo de lamas con iluminación que sirve de guía para los pasillos (Ott, 2019).



*Figura 48.* Planta de distribución.

Tomado de: (Ott, 2019)

La distribución está realizada de manera que el usuario pueda generar un recorrido total del lugar. Los cubículos de venta poseen organización de manera que los pasillos se amplían brindando comodidad al usuario y fácil circulación, se ubican en distintas zonas cada producto con su respectivo color.

### **2.5.3.1 Aporte**

La distribución posee un orden adecuado de manera que por medio de la cromática guía al consumidor hacia el producto, por otro lado podemos ver que la iluminación juega un papel fundamental tanto en el día como en la noche de manera que integra la ciudad al interior del establecimiento por medio de iluminación natural y artificial, por lo tanto se desea incorporar el juego de colores e iluminación en el proyecto para generar un impacto visual en el consumidor y reflejar un espacio de naturaleza y vida.



## 2.5.4 Referente internacional Mama campo



*Figura 49.* Supermercado orgánico mama campo.

Tomado de: (The Monopolitan, 2015)

Mama campo se encuentra ubicado en España el concepto de la tienda es generar un espacio campestre de manera que el cliente se identifique con la naturaleza, se busca incentivar a la población a consumir productos ecológicos, en este lugar se utilizan materiales ecológicos con la finalidad de preservar el medio ambiente.



*Figura 50.* Fachada frontal Mama campo.

Tomado de: (Castillo T., 2017)

En la fachada podemos observar el uso de hormigón y madera invitando al consumidor a ingresar a un ambiente natural, de igual manera se coloca vegetación y mobiliario reciclado, la idea es traer el campo a la ciudad.



*Figura 51.* Zona de restaurante.

Tomado de: (Castillo T., 2017).

El lugar posee un espacio para restaurante, la tienda de los productos orgánicos y talleres de cocina, en el caso del restaurante conserva una cromática limpia de color blanco con pequeños detalles de colores de manera que el consumidor tiene la sensación de que los alimentos y la comida que adquiere en el lugar son completamente asépticos, en el caso de la tienda posee una cromática colorida con la finalidad de transmitir los colores de cada producto, el mobiliario cumple con la ideología eco ya que son reciclados.



*Figura 52.* Tienda de productos Mama campo.

Tomado de: (Castillo T., 2017).

El espacio se maneja con la misma ideología de la arquitectura sostenible los revestimientos de piso son de hormigón, las lámparas son realizadas de canastas añadidas con colores de la pirámide alimenticia, en el caso de la iluminación se coloca iluminación cálida de manera que transmita la calidez que el campo emana.

#### **2.5.4.1 Aporte**

la ideología el lugar consiste en plasmar un espacio campestre dentro de la ciudad, la cromática con colores neutros y detalles de colores fuertes representativo de las frutas y verduras generan un contraste llamativo y distinto al de los establecimientos normales de productos orgánicos, por otro lado el uso de mobiliario reciclado al igual que materiales como las canastas para la fabricación de lámparas entre otros detalles de la tienda generan un impacto visual, por lo tanto se tomara en cuenta pequeños detalles como el color y ciertos elementos para la fabricación de mobiliario o revestimientos del lugar para el presente proyecto.

#### **2.5.5 Aporte General**

Tomando en cuenta los siguientes referentes tanto los nacionales como los internacionales se pudo obtener que las características de los supermercados

orgánicos y espacios destinados a la venta de productos ecológicos poseen similitudes en cuanto al uso de materiales reciclados y cromática en algunos casos como el mercado Valero y mama campo cambia esto ya que utilizan colores fuertes como el rojo verde amarillo entre otros con la finalidad de dar un toque diferente y más amplio de la naturaleza, respecto a la iluminación se utiliza un juego de tonos tanto fríos como cálidos esto se debe a que desean resaltar los productos y como se ofrecen una gran variedad de los mismos se debe colocar distintos tipos de temperatura en la iluminación, rescatando ciertas ideas de los referentes lo que se desea implementar en el proyecto actual son los colores de la pirámide alimenticia de manera que se puedan generar distintas sensaciones en cada zona y que el consumidor pueda reconocerlo fácilmente, por otro lado respecto al referente de superfoods la idea de implementar mobiliario reciclado de distintos estilos en la sección de la cafetería convierte al espacio en un lugar más dinámico y divertido de esta manera el consumidor permanecerá más tiempo en el establecimiento y observará de mejor manera los productos por lo tanto se desea incorporar mobiliario como sillas lámparas entre otros que sean reutilizados, en el caso del uso de materiales en revestimientos de pisos y paredes se adaptará la idea del uso de hormigón visto, ladrillo, jardines verticales o a su vez pallets de madera de esta manera se contribuye con el ecosistema y combinando estas ideas se podrá obtener un diseño dinámico.

### 3. CAPÍTULO III. MATRIZ INVESTIGATIVA

#### 3.1 Planteamiento de hipótesis

La finalidad de esta encuesta es obtener la problemática para poder encontrar una solución con la implementación de un supermercado orgánico que acoja a la población que consume alimentos naturales, por otro lado, invitar a las personas que no conocen acerca de estos establecimientos a visitar e interactuar en este espacio, podemos ver que en el Ecuador las personas consumen productos de mercados o supermercados convencionales y no poseen mucha información acerca de la alimentación orgánica por lo cual se desea obtener información de las causas por las que las personas no adquieren estos productos, esta encuesta va enfocada hacia la población que realiza ejercicio, personas vegetarianas, veganas y personas que poseen un estilo de vida saludable, las encuestas están realizadas digitalmente.

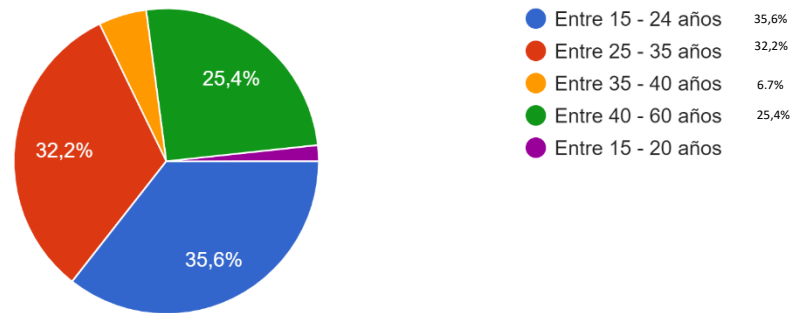
#### 3.2 Encuestas

1. ¿Cuál es su edad?
  - A. A 15-20
  - B. B 21-24
  - C. C 25-35
  - D. D 36-40
  - E. E 41-60
2. ¿De qué manera adquiere los productos orgánicos?
  - A. Vía web
  - B. Supermercados orgánicos
  - C. Supermercados convencionales
3. ¿Conoce lo que es un producto Orgánico?
4. ¿Qué es lo que le limita a consumir productos Orgánicos?
  - A. El establecimiento no cuenta con suficiente información ni diseño
  - B. Es muy difícil encontrarlos
  - C. El costo es muy elevado

5. Considera importante la aplicación de parqueaderos en un supermercado?
- A. Si
  - B. No
6. Que considera importante en un supermercado?
- A. Iluminación
  - B. Distribución del interior del establecimiento
  - C. Distribución de los productos
  - D. Materialidad en el interior del establecimiento
  - E. Diseño de fachadas
7. ¿Considera que los supermercados orgánicos deben tener el uso de materiales reciclados en mobiliario y revestimientos?
- A. Si
  - B. No
8. ¿Estarían dispuestos a pagar más por productos que posean certificado orgánico?
- A. Si
  - B. No
9. ¿Le gustaría encontrar un establecimiento en el cual se ofrezcan talleres de cocina, venta de productos orgánicos y huertos hidropónicos?
- A. Si
  - B. No
10. ¿Le gustaría tener estanterías hidropónicas de manera que pueda recoger su producto directo del huerto?
- A. Si
  - B. No

11. Considera que un Supermercado Orgánico debería tener:
- A. Diseño lujoso
  - B. Diseño industrial
  - C. Diseño limpio minimalista
12. ¿Le parecería interesante el uso de energía generado por el movimiento de los usuarios?
- A. Si
  - B. No
13. Si existiría una biblioteca de información acerca de los productos le daría uso?
- A. Si le veo interesante
  - B. No lo usaría, prefiero información del empleado
14. ¿Ha encontrado un supermercado orgánico en el Ecuador?
- A. Si
  - B. No
15. ¿Le gustaría tener un espacio de health coaching en el supermercado?
- A. Si
  - B. No

**1. ¿Cuál es su edad?**

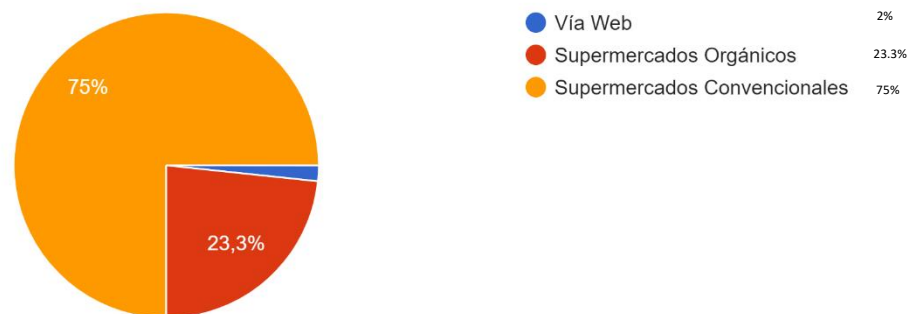


*Figura 53.* Diagrama de pastel referente a los resultados de la pregunta 1

Análisis:

El mayor porcentaje de encuestados se sitúa en el rango de edades comprendido entre 15 a 24 años y entre 25 a 35 años, por lo que podemos decir que se incluye en el grupo de los clientes potenciales.

## 2. ¿De qué manera adquiere los productos orgánicos?



*Figura 54.* Diagrama de pasteles referente a los resultados de la pregunta 2

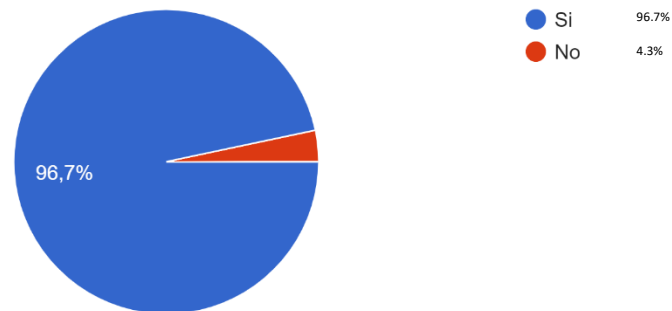
Análisis:

En los resultados podemos observar que el 75% de la población consume productos orgánicos en los supermercados convencionales y una cuarta parte de la población conoce y consume productos en supermercados orgánicos, esto quiere decir que



no existe mucho conocimiento ni posicionamiento de estos establecimientos en el Ecuador.

### 3. ¿Conoce lo que es un producto Orgánico?

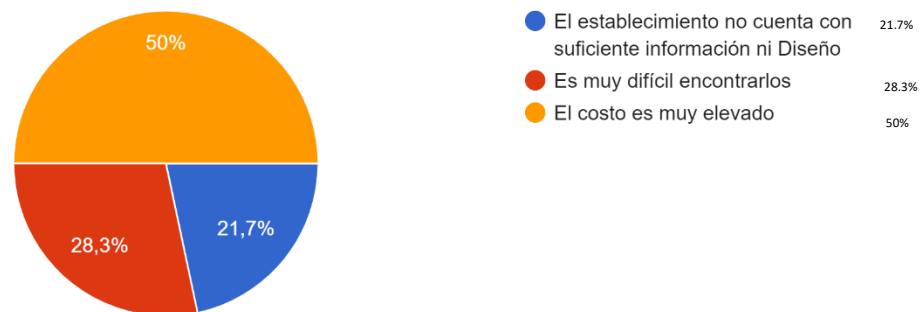


*Figura 55.* Diagramas de pasteles referente de los resultados de la pregunta 3

Análisis:

Según los datos obtenidos podemos ver que un alto porcentaje posee conocimiento acerca de los productos orgánicos, por lo cual podemos ver que si podría tener una gran acogida en el Ecuador.

### 4. Qué es lo que le limita a consumir productos Orgánicos?



*Figura 56.* Diagrama de pasteles referente a los resultados de la pregunta 4

Análisis:

Los resultados acerca de la limitante de los productos orgánicos sacan como resultado que el 50% de la población no los consume debido a que el precio es elevado, por lo cual se tendría que informar acerca del costo beneficio de los

productos con la finalidad de tener una mayor acogida por parte de los consumidores.

### 5. Considera importante la aplicación de parqueaderos en un supermercado?

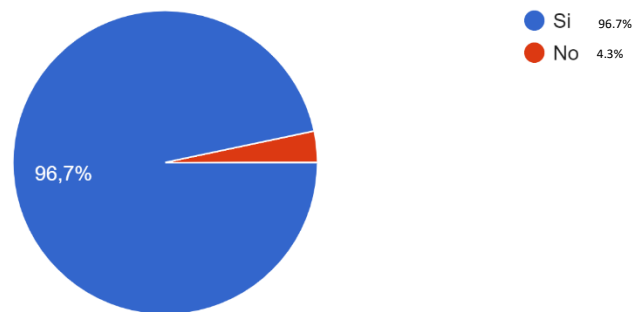


Figura 57. Diagrama de pasteles referente a los resultados de la pregunta 5

Análisis:

Según los resultados podemos observar que el 96,7% de la población prefiere un espacio que cuente con parqueaderos, por lo cual será fundamental implementar parqueaderos en este establecimiento, con la finalidad de brindar comodidad al usuario.

### 6. Que considera importante en un supermercado?

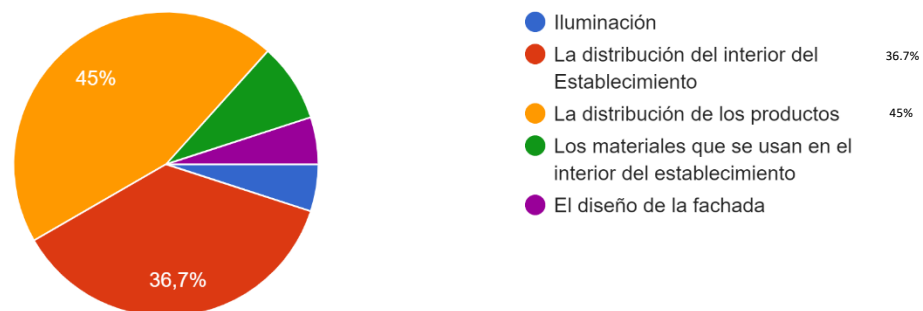


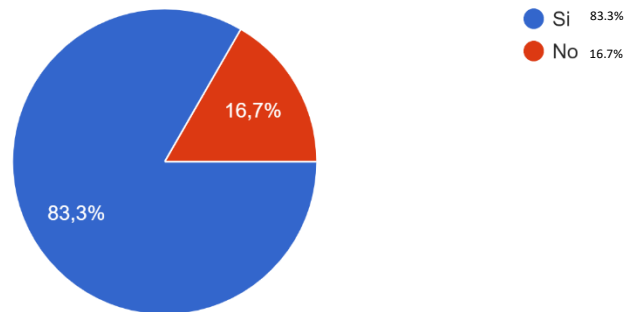
Figura 58. Diagrama de pasteles referente a los resultados de la pregunta 6

Análisis:

Obteniendo los resultados pudimos determinar que el mayor porcentaje de la población considera importante la distribución de los productos de manera que se

puedan adquirir con facilidad y a su vez que tenga una correcta relación entre productos, esto podemos tomar como referencia en el momento de diseñar.

**7. ¿Considera que los supermercados orgánicos deben tener el uso de materiales reciclados en mobiliario y revestimientos?**

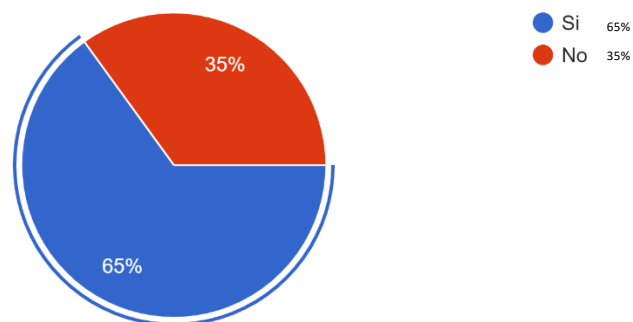


*Figura 59.* Diagrama de pasteles referente a los resultados de la pregunta 7

**Análisis:**

Los resultados de esta pregunta nos demuestran que el 83,3% de la población considera que un establecimiento eco debe poseer materiales reciclados, por lo cual se realizara un diseño tomando en cuenta materiales amigables con el medio ambiente de manera que tengan relación los productos con el supermercado.

**8. ¿Estarían dispuestos a pagar más por productos que posean certificado orgánico?**



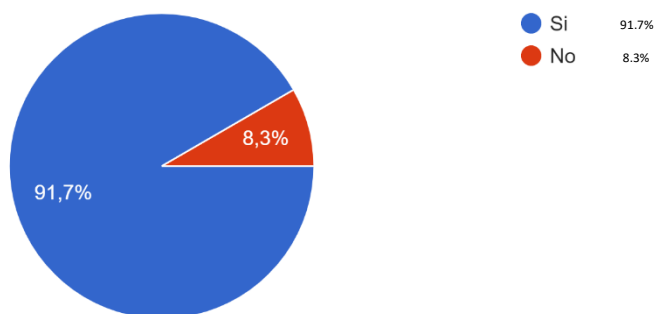
*Figura 60.* Diagrama de pasteles referente a los resultados de la pregunta 8

**Análisis:**

Según los resultados adquiridos con la encuesta podemos observar que el 65% de la población está dispuesto a pagar un valor más elevado por contar con una

certificación orgánica por lo cual se puede decir que existe una buena acogida de la venta de estos productos, por lo tanto, el crecimiento de estos establecimientos en el Ecuador podría incrementarse.

**9. ¿Le gustaría encontrar un establecimiento en el cual se ofrezcan talleres de cocina, venta de productos orgánicos y huertos hidropónicos?**

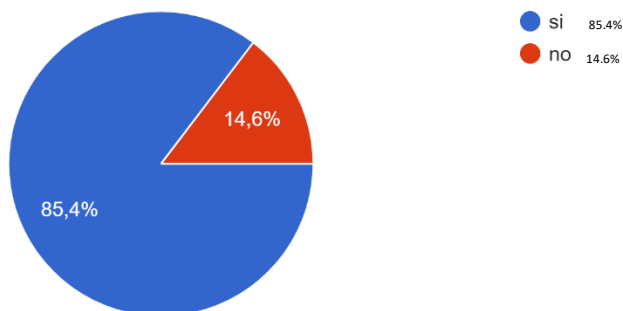


*Figura 61.* Diagrama de pasteles referente a la pregunta 9

Análisis:

Tomando como referencia la pregunta número 9 podemos concluir que el 91,7% si optaría por ingresar a un establecimiento que cuente con huertos hidropónicos y talleres de cocina destinados a la producción orgánica por lo tanto el proyecto posee una buena estadística de acogida.

**10. ¿Le gustaría tener estanterías hidropónicas de manera que pueda recoger su producto directo del huerto?**



*Figura 62.* Diagrama de pasteles referente a los resultados de la pregunta 10

Análisis:

Según los resultados obtenidos sobre esta pregunta podemos concluir que el mayor porcentaje opta por la implementación de estanterías hidropónicas de manera que puedan cosechar su producto y comprarlo lo cual les garantiza que es un producto fresco, tomando en cuenta este porcentaje podemos decir que añadir esta tipología de estanterías generaría un proyecto interesante de manera que el consumidor podrá interactuar en este espacio.

### 11. Considera que un Supermercado Orgánico debería tener:

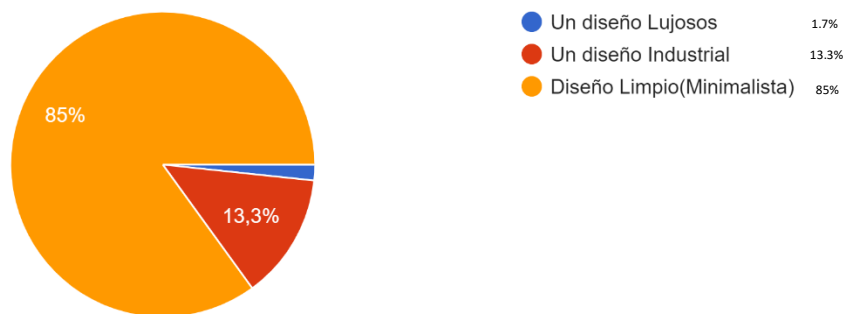
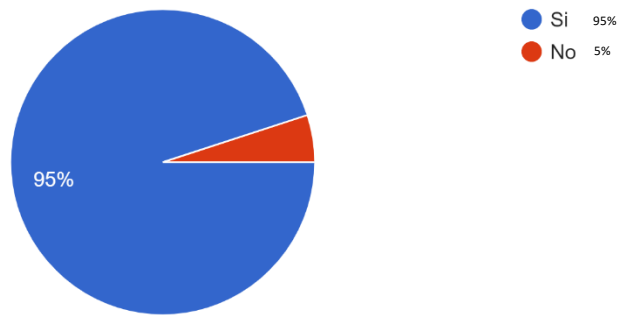


Figura 63. Diagrama de pasteles referente a los resultados de la pregunta 11

#### Análisis:

Según la encuesta realizada el 85% de la población opta por un diseño minimalista y sencillo de manera que se pueda percibir la asepsia del lugar, tomando en cuenta este porcentaje se podrán implementar el uso de mobiliario y materialidad simple fusionado con la implementación de materiales ecológicos.

### 12. ¿Le parecería interesante el uso de energía generado por el movimiento de los usuarios?



*Figura 64.* Diagrama de pasteles referente a los resultados de la pregunta 12

#### Análisis:

Los resultados de esta pregunta denotan que el mayor porcentaje apunta a que la incorporación de energía mediante el movimiento de los usuarios sería interesante por lo tanto se tomara en cuenta en el proyecto adaptándolo en una pequeña zona de manera que el usuario realice un recorrido detenido por el supermercado interactuando con la amplia variedad de actividades que se presentan.

#### **13. Si existiría una biblioteca de información acerca de los productos le daría uso?**



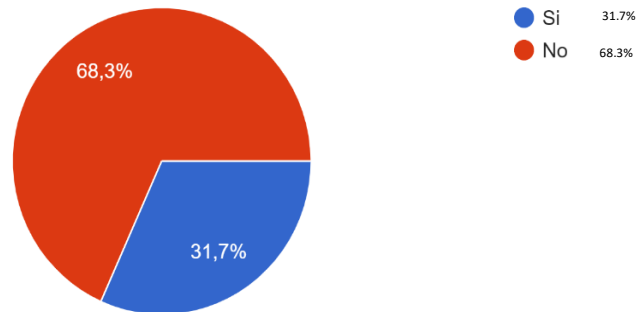
*Figura 65.* Diagrama de pasteles referente a los resultados de la pregunta 13

#### Análisis:

De acuerdo a las estadísticas obtenidas sobre esta pregunta se considera que existe un alto porcentaje acerca de la incorporación de una biblioteca de información en el establecimiento, sin embargo existe un porcentaje grande las personas que no lo consideran necesario debido a que poseen obtener información de parte de

un empleado, tomando en cuenta estos datos se puede concluir con que este espacio podría tener acogida si se le da un correcto uso o la realización de un diseño que invite al consumidor a interactuar con este punto.

#### 14. ¿Ha encontrado un supermercado orgánico en el Ecuador?

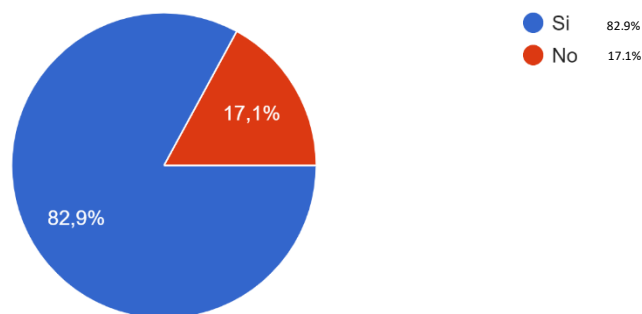


*Figura 66.* Diagrama de pasteles referente a los resultados de la pregunta 14

#### Análisis:

Según los resultados obtenidos podemos observar que el 68,3% de la población no ha encontrado supermercados orgánicos en el Ecuador. Por lo cual esto podría generar un correcto posicionamiento del establecimiento a realizar, sin embargo, la población no posee referencias de supermercados orgánicos, por lo cual se debería brindar mayor información con la finalidad de atraer la atención.

#### 15. ¿Le gustaría tener un espacio de health coaching en el supermercado?



*Figura 67.* Diagrama de pasteles referente a los resultados de la pregunta 15

#### Análisis:

Según las estadísticas podemos observar que el 82,9% de la población está interesado en la implementación de un espacio destinado a health coaching de

manera que puedan tener una guía acerca de sus comidas, por lo tanto, se tomara en cuenta adaptar una zona especializada en este punto.

### **3.2.1 Aporte**

En esta encuesta se pudo concluir que la población del Ecuador no se encuentra muy inmiscuida con el tema de productos orgánicos ni establecimientos que brinden este servicio, esto se debe a que hace pocos años se incorporó esta tipología de mercado, sin embargo se encuentra en crecimiento por lo cual la mayoría de las personas poseen un gran interés acerca de estos espacios, lo cual nos da una amplia acogida para realizar el diseño, por otro lado podemos ver que las personas consideran importante la aplicación de materiales ecológicos en estos lugares para que se genere una relación con el producto a vender, esto va de la mano con la arquitectura sostenible lo cual inicialmente se había propuesto, a su vez podemos ver presente la utilización de la hidroponía esta temática es nueva en el Ecuador lo cual generaría un atractivo visual en los usuarios, por lo tanto este proyecto posee una amplia apertura, de acuerdo a la pregunta número 10 podemos concluir que el 85,4% de la población desea ingresar a un establecimiento de productos orgánicos que brinde talleres de cocina y a su vez posea huertos hidropónicos por lo tanto se deberá implementar 4 zonas, por otro lado se optara por realizar estanterías hidropónicas debido a que al igual que la anterior pregunta posee el mismo porcentaje esto quiere decir que apunta a un rango alto de la población, esta tipología de supermercado se encuentra en crecimiento, sin embargo todos poseen el mismo diseño e ideología, la finalidad de la realización de esta encuesta fue obtener información acerca de si la población está de acuerdo con la implementación de nuevos mecanismos como la hidroponía la energía renovable, mobiliario reciclado, entre otros, en el caso de la pregunta número 6 se pudo concluir que la distribución de los productos posee mucha importancia posee un porcentaje del 45% por lo tanto considerando esto se deberán analizar las correctas agrupaciones de los productos para que el usuario pueda conseguirlos de manera fácil y su vez estos puedan conservarse de la mejor manera.



### **3.3 Entrevista Dulce Albaca**

Persona entrevistada Carolina Díaz asistente del establecimiento

#### **1. ¿El diseño del lugar tiene relación con el concepto de la comida?**

Inicialmente era un edificio perteneciente al ministerio, sin embargo, se generó un rediseño de fachada, por lo tanto, no cuenta con un diseño establecido, únicamente el logo está relacionado con la marca.

#### **2. ¿La iluminación tiene relación con la comida que se vende?**

No, se utilizan los plafones circulares debido a que se encuentran en auge, esto hace referencia con un estilo natural y a su vez posee iluminación cálida para dar un aspecto de frescura de la comida.

#### **3. ¿Qué venden en este lugar?**

Existe una sección de productos orgánicos y se realiza la venta de comida vegetariana y vegana

#### **4. Referente al mobiliario ¿se utilizan muebles reciclados? ¿cómo se utilizan?**

Inicialmente contaban con mobiliario lujoso porque se ofrecía otro tipo de servicio en el cual el cliente podía permanecer mucho tiempo, actualmente son muebles de madera sencillos no reciclados, debido a que se desea realizar un servicio similar al de McDonald es decir comida rápida por lo tanto no se desea que el cliente se quede mucho tiempo en las mesas, otro dato importante consiste en que cada mesa posee frases nutricionales referentes a cada ingrediente utilizado en el establecimiento.

#### **5. ¿La cromática como se establece?**

Se desea transmitir la sensación de naturaleza ya que el color verde tiene relación con el vegetarianismo, poseen 3 colores el blanco, verde y marrón, el ultimo color

se utiliza para realizar un corte y contraste con los demás colores de manera que causa un impacto en el consumidor.

#### **6. ¿el techo es visto, a que se debe esto?**

El de la cocina si posee cielo raso y la sección de las mesas posee un diseño industrial en el cual se ven las vigas ya que puede ser considerado parte del diseño natural, como normalmente obtuvieron el edificio.

#### **7. ¿Existe una pequeña biblioteca, ¿cómo funciona?**

Es un espacio en el cual se realiza un intercambio de libros y de igual manera pueden leer en la sección de los sillones.

#### **8. ¿En cuestión del movimiento de la clientela, la parte más usada son las mesas o la parte de sillones?**

Esto depende al tipo de gente y las edades generalmente los sillones utilizan personas jóvenes.

#### **3.3.1 Aporte**

De acuerdo a la entrevista realizada podemos ver que el establecimiento si cuenta con una cromática dirigida al producto ofrecido, a su vez el mobiliario expresa una temática referente a la comida el cual es generar un movimiento de circulación rápido, sin embargo la distribución interior no comunica el aspecto natural de la comida, la sección de los productos orgánicos posee la misma ideología de los biomarkets y a su vez la cromática de colores neutros, por lo tanto considerando estos puntos pudimos concluir con que todos los establecimientos destinados a productos naturales y orgánicos poseen la misma ideología, respecto al diseño interior podemos observar que el lugar posee mesas con frases nutricionales lo cual genera un espacio interactivo en el cual el cliente podrá ver lo que consume, por otro lado la implementación de la biblioteca e en la que se realizan intercambios de libros genera una zona de relajación ya que se encuentra ubicada cerca de la sección de sillones por lo tanto la gente que posea el habito de leer tendrá la opción

de ir hacia esa zona lo cual considero interesante porque los usuarios podrán interactuar con varias personas dentro del lugar, en el caso de la iluminación podemos tomar como referencia la aplicación de luz cálida en la sección de talleres de comida, esto genera un ambiente confortable para poder realizar los alimentos, la cromática del lugar posee una distinción hacia los demás lugares que ofrecen este tipo de servicio debido a que incorpora el color marrón para generar un contraste y romper la rutina del verde blanco y negro que generalmente se usa en estos establecimientos, por lo tanto la aplicación de varios colores generaría un diseño llamativo.

### **3.4 Entrevista Lemongrass**

Persona entrevistada Paula Romero gerente del establecimiento

#### **1. cuál es su objetivo de mercado?**

Se destina hacia la venta de los productos orgánicos con la finalidad generar un mejor estilo de vida en la población y brindar mejor salud.

#### **2. cuál es la visión de su negocio?**

Proveer a la comunidad productos que solo se encuentran en grandes ferias o a su vez productos de emprendedores y artesanos los cuales poseen registro sanitario, en este espacio existe el 90% de productos nacionales y el 10% es de productos que se traen del exterior, por lo tanto, se apuesta a un mercado en el cual no únicamente se exporten si no que se puedan adquirir aquí con facilidad.

#### **3. Cuál es el target al que apunta en el negocio?**

Se apunta hacia dos tipos de consumidor en el caso del local de los granados va destinado hacia gente joven como madres, y en el segundo local es para público extranjero debido a que ellos poseen más interés en consumir productos locales.

#### **4. cuál es el concepto del lugar?**

El lugar está basado en un biomarket con concepto de naturaleza, se desconoce el concepto del diseño.

#### **5. considera que es rentable el negocio en Ecuador?**

Actualmente es rentable sin embargo se encuentra en crecimiento y se apuesta a que se crezca mucho más conforme el tiempo.

#### **6. Que ventajas y desventajas poseen los productos orgánicos?**

Respecto a las Ventajas se puede decir que todas y desventajas que no se le da el verdadero valor por el precio debido a que no se conoce como es el proceso de la producción.

#### **7 conoce porque de mobiliario posee ese diseño?**

La verdad desconozco porque ese proceso lo realiza una diseñadora sin embargo se conserva la cromática de colores blanco y negro, y el uso de madera, debido a que es referente de la marca.

#### **8. posee actividades que complementen el negocio?**

Existen talleres para información, degustaciones promociones, de manera que se trabaja con distintos proveedores generando un mercado justo lo que quiere decir que se trabaja con cantidades en las que nadie pierda.

#### **9. cómo es la iluminación en el lugar?**

Juega un papel fundamental debido a que se desea generar comodidad en el cliente, y a su vez es importante la implementación de música la cual tenga relación con la marca lemongrass.

#### **10. que quisiera incorporar en el lugar para que sea más llamativo?**

Debido a que es rentado no se puede hacer nada en general, sin embargo, quisiera ampliarse por otro lado los ventanales generan el ingreso de mucho calor dentro del

establecimiento por lo cual deben ver la manera correcta de distribuir los productos con la finalidad de que no se dañen.

### **3.4.1 Aporte**

El establecimiento cuenta con pocos metros cuadrados por lo cual no existe buena circulación, a su vez una problemática grande que posee el lugar son las ventanas piso a techo que se encuentran en la fachada creando un efecto invernadero con el que tienen que lidiar para que no se dañen los productos, conservan la ideología fundamentada en los centros de promoción de productos orgánicos que maneja la arquitectura industrial y el uso de mobiliario reciclado en este caso el logotipo de la marca posee la cromática de colores neutros por lo que el mobiliario se rige a estos mismos colores, por otro lado la dueña desearía extenderse ya sea crenado un nuevo piso lo cual se tomara como referencia en el proyecto debido a que este tipo de establecimientos generalmente poseen pocos metros cuadrados y exhiben una amplia variedad de marcas, las cuales no pueden ser percibidas con facilidad, por lo tanto se desea establecer espacios con buena circulación y una correcta distribución de manera que todos los productos ofrecidos en el supermercado puedan ser observados, por otro lado la cromática de colores neutros genera un espacio muy apagado, por lo que respecto a este referente podemos incorporar en el proyecto colores más vivos vegetación e iluminación que genere un ambiente de completa frescura.

### **3.5 Entrevista Superfoods Ecuador**

Persona entrevistada María Gloria Dueñas, chef encargada

#### **¿La ubicación de los productos tiene un sentido especial?**

Si tienen una ubicación especial de acuerdo a la salida que demande el producto, los que más rotan tiene un acceso de frente recto hacia el cliente y los de menos rotación tienen un cierto piso más abajo, los productos nuevos también tienen un piso más hacia arriba dependiendo de la acogida que del cliente que vaya teniendo con el producto.

### **¿Qué marcas de productos manejan en el local?**

El 95 % de productos son de marca ecuatoriana y el otro restante se lo importa como Bob's que trae levadura nutricional, Matcha que es de té verde, goji berries, ciertos productos que aún no se producen aquí.

### **¿Qué materiales utilizan en el mobiliario y en las perchas para los productos?**

Los materiales son reciclados se les dio segunda vida a los barriles de petróleo a esos se les dio forma de perchas haciéndolos de manera circular digámoslo así, cortándolo un poco para entren varias secciones de percha y las lámparas son las tapas de los barriles de petróleo

### **¿Cómo manejan la iluminación en la exposición de los productos?**

De acuerdo al ambiente se maneja la iluminación para que vaya acorde al diseño de la tienda es acogedora suave y tenue para el tema de comidas que también tenemos restaurante

### **¿Qué tipo de servicios ofertan en super foods?**

Disponemos de un restaurante vegano vegetariano, cafetería y una tienda de productos alimenticios.

### **¿Qué productos exhiben en la tienda?**

Se maneja todo el tema de frutas y vegetales orgánicos los cuales se utilizan como materia prima en el restaurante hacemos también el tema de mantequillas y mermelada, que se utiliza en el tema de los desayunos y también tenemos a la venta, la marca que maneja super foods es kumara, todo lo que encuentres con la marca kumara se lo desarrolla acá.

#### **3.5.1 Aporte**

El espacio posee varias zonas las cuales generan un espacio de comercio completo, la implementación de materiales como el ladrillo el hormigón visto, entre otros genera un espacio relacionado con la arquitectura sostenible lo cual se desea

implementar en el proyecto por otro lado las 4 zonas poseen distinción mediante mobiliario, en el caso de la cafetería posee mesas y sillas de colores recicladas con distintas tipologías esto genera un espacio dinámico y divertido, en el caso de la tienda el mobiliario posee cromática de colores neutros como el negro y el blanco y el uso de la madera con la finalidad de generar un espacio más limpio y resaltar las distintas marcas que se promocionan, en la cocina se incorpora un ambiente industrial mediante los materiales mencionados anteriormente como el ladrillo, hormigo y acero, por lo tanto lo que se toma como referencia de este supermercado es la distinción de zonas para establecer un propósito diferente en cada área, esto será definido mediante mobiliario iluminación y revestimientos naturales pero con distintas cromáticas.

### **3.6 Diagnóstico del problema**

Por medio de la matriz investigativa se pudo determinar que existe desconocimiento acerca de los productos orgánicos y los procesos que implican su producción, por lo tanto, existen pocos establecimientos destinados a la venta de los mismos. En la actualidad la agricultura se ha destinado para abastecer las necesidades alimenticias de la población por lo cual se han implementado técnicas para el manejo de los cultivos incorporando insumos químicos para el control de plagas y para la nutrición de los cultivos, el uso indiscriminado de estos productos ha generado enfermedades en los consumidores, actualmente las practicas ancestrales en el manejo de cultivos se han dejado de utilizar por gran parte de los productores de cultivos, sin embargo existen empresas que se dedican a la producción alimentos orgánicos implementando estos conocimientos , una de las principales limitantes de la producción orgánica es la baja productividad obtenida lo cual incrementa los costos de producción y por ende el precio final de los productos, por este motivo la población opta por consumir productos en los supermercados convencionales ya que poseen costos bajos, en muchos casos las técnicas de manejo para su producción de estos productos no son adecuadas por el uso indiscriminado de productos químicos lo cual puede afectar la salud de los

consumidores. Los establecimientos destinados a la venta de productos orgánicos poseen pocos metros cuadrados ya que como mencionamos anteriormente aun no cuentan con gran acogida de la población, los supermercados orgánicos, biomarkets y tiendas orgánicas poseen la misma ideología de conservar el medio ambiente por lo tanto se adaptan a la arquitectura sostenible, lo que consiste en el uso de materiales reciclados el ahorro de agua y energía, esto se adapta a este movimiento ya que con la construcción se ido generando el incremento de contaminación por lo tanto esta tipología de arquitectura es una alternativa para reducir impactos ambientales y generar una mejor calidad de vida en los humanos, además podemos ver que la sostenibilidad al igual que los productos orgánicos no poseen mucha acogida debido a que la población piensa que se generaran mayores inversiones en estas edificaciones, lo cual es un mito ya que en realidad esta ayuda a generar ahorro y una conexión directa con la naturaleza, el único objetivo para poder realizar la arquitectura sostenible es generar un diseño correcto de manera que todos los mecanismos de ahorro funcionen correctamente, de acuerdo a las encuestas realizadas la población que opta por este tipo de servicios son entre los 15 a 35 años ya que se encuentran actualizados con los temas referentes a un nuevo estilo de vida, también pudimos observar que las personas adquieren sus productos orgánicos en supermercados convencionales esto se debe a la falta de establecimientos orgánicos en el país y a su vez el costo que es la parte fundamental por la cual no adquieren estos productos, de acuerdo a las entrevista realizada a superfoods un supermercado orgánico con actividades adicionales en el negocio como talleres de cocina, cafetería, health coaching, menciona que el crecimiento de estos lugares se encuentra en desarrollo ya que cada vez la población opta por tener mejor salud y calidad de vida, es por eso que genera un entorno dinámico aplicando la sostenibilidad con lo cual pudimos determinar que la población en la actualidad posee distintos intereses más apegados hacia el aspecto natural por lo tanto se pudo establecer que esta tipología de supermercados tendrá mayor acogida con el pasar de los años.



### **3.7 Recomendaciones**

Debido a que los establecimientos convencionales cuentan con pocos m<sup>2</sup> no se pueden exponer los productos con facilidad, ya que da la imagen de un espacio aglomerado por lo que se propone adecuar un lugar amplio de manera que las diversas marcas puedan ser visualizadas por los usuarios, por otro lado, podemos observar que los establecimientos destinados a la venta de productos orgánicos poseen la misma ideología y a su vez la incorporación de materialidad y cromática lo cual convierte un espacio apagado, por lo que se considerara implementar colores de la pirámide alimenticia para generar un contraste en el establecimiento transformándolo a un espacio más dinámico y llamativo, dirigido hacia la población de las edades de 15 a 35 años.

## **4. CAPÍTULO IV. DIAGNOSTICO**

### **4.1 Marco Empírico**

#### **4.1.1 Delineamiento de la propuesta**

En este proyecto se realizará la intervención interiorista de una edificación nueva la cual cuenta con 809.77 m<sup>2</sup> con una extensión total de 1043 m<sup>2</sup>, en este espacio se desea establecer un centro promocional de productos orgánicos de manera que aporte con la salud y armonía del sector del valle de los chillos, esta infraestructura tendrá finalidad de generar un ambiente natural para dar énfasis a los productos orgánicos ofertados.

##### **4.1.1.1 Ubicación**

El establecimiento planteado se encuentra ubicado en el cantón Rumiñahui, sector valle de los chillos Sangolquí, calles Alfredo Dávila y Avelina Lasso, la elección de este predio se debe a que se encuentra ubicado en una zona comercial y a su vez que aún posee naturaleza lo cual posee relación con el proyecto a implementar, por otro lado, posee buena circulación peatonal y vehicular lo cual facilita el acceso de los posibles clientes.



Figura 68. Mapa cantón Rumiñahui.

Tomado de:(Gallardo, 2017).



Figura 69. Mapa cantón Rumiñahui incluido en la provincia de pichincha.

Tomado de:(Limaico, 2015).



Figura 70. Ubicación de edificación comercial.

Adaptado de: (Google maps, 2019)

#### 4.1.1.2 Asoleamiento

De acuerdo a los datos adquiridos sobre el asoleamiento en el cantón Rumiñahui se pudo determinar que ingreso en sentido norte sur, generalmente el sol permanece a partir de las 6:00 am hasta las 18:00 pm, por otro lado, podemos observar que durante los meses de mayo a julio el sol se ubica en el sentido norte, y en los meses de diciembre en adelante se encuentra en el sentido sur por lo que se pudo determinar que durante los meses de mayo a julio el sol ingresa por la fachada frontal y en los meses siguientes por la parte posterior.

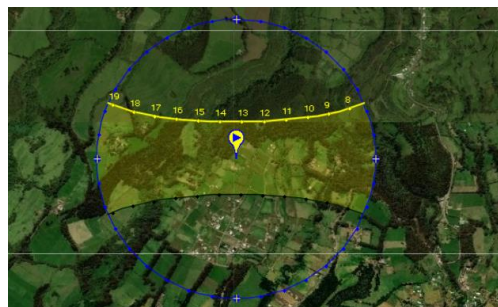


Figura 71. Asoleamiento en Rumiñahui.

Tomado de: (Tools, 2009-2019)

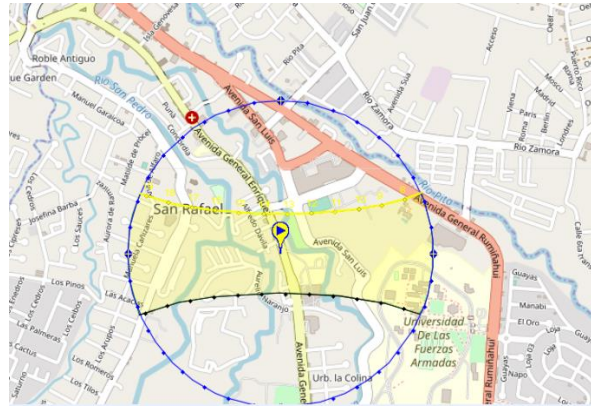


Figura 72. Proyección de recorrido solar.

Tomado de:(Tools, 2009-2019)

#### 4.1.2 Vientos

Según los datos obtenidos en el INHAMI se pudo determinar que en el sector del valle de los Chillos cantón Rumiñahui el viento fluye en dirección Norte Sur, por otro lado, se identificó que entre las horas 5:00 a 6:00 am el viento posee una velocidad de 0.91 a 0.93 m/s a una dirección de  $4,77^\circ$  en sentido norte con sentido a las agujas del reloj en el plano horizontal, a las 8:00 am la velocidad del viento es de 2.17 m/s y la dirección de  $345,6^\circ$ , en las horas de la tarde 13:00 pm cuenta con 3.39 m/s de velocidad y  $57,89^\circ$  de dirección a partir del norte, y para finalizar a las 23:00 pm el viento posee una velocidad de 0,83 m/s con dirección de  $85,37^\circ$ , determinando que a las horas de la noche y la madrugada posee menor temperatura y menor velocidad de viento que en las horas de la mañana y tarde, en el caso de la edificación podemos observar que posee ventilación completa lo cual genera un espacio confortable sin acumulación de calor en el interior (INHAMI, 2015).



Figura 73. Dirección del viento en la edificación

Adaptado de: (Google maps, 2019).

### 4.1.3 Clima

El clima del cantón Rumiñahui es considerado uno de los climas más agradables ya que fluctúa desde los 16 grados hasta los 23 generando un ambiente confortable, en caso de días lluviosos se presencia una temperatura de 8 grados centígrados, por lo tanto, es considerado uno de los más importantes recursos naturales de la zona, por otro lado, podemos ver que generalmente posee amplias áreas verdes, esto se debe a que en los meses de abril y octubre se desarrollan lluvias lo cual produce un suelo fértil, las precipitación se encuentra alrededor de 1000mm<sup>3</sup>, en los meses de julio, agosto y septiembre se presentan vientos debido a que el clima es seco (Limín, 2008).

#### 4.1.3.1 Temperatura

En Sangolquí la temperatura varía en los diferentes meses del año, en el caso de la temporada lluviosa que comprende a los meses de abril y octubre se genera neblina, durante el año se presentan variaciones de temperatura entre 11° centígrados a 21° muy pocas veces baja a 9° o sube a un índice mayor de 23°. Durante la temporada templada que tiene una duración de 3 meses la cual inicia el 13 de septiembre y finaliza el 11 de diciembre posee una temperatura de más de 21° centígrados durante estos meses existe un día considerado el más caluroso del año el 27 de septiembre el cual comprende una temperatura máxima de 21° centígrados y una mínima de 11° centígrados, por otro lado podemos observar que existe la temporada fresca que comprende los meses de mayo a julio por lo que posee una duración de

1.8 meses en este caso la temperatura máxima promedio se encuentra en el rango menos de 20 ° centígrados, para finalizar se obtuvieron los datos del día mas frio del año el 6 de septiembre que posee una temperatura de 11° centígrados, por lo tanto la edificación posee una temperatura optima ya que no cuenta con cambios extremos que puedan afectar la infraestructura (Weatherspark, 2010).

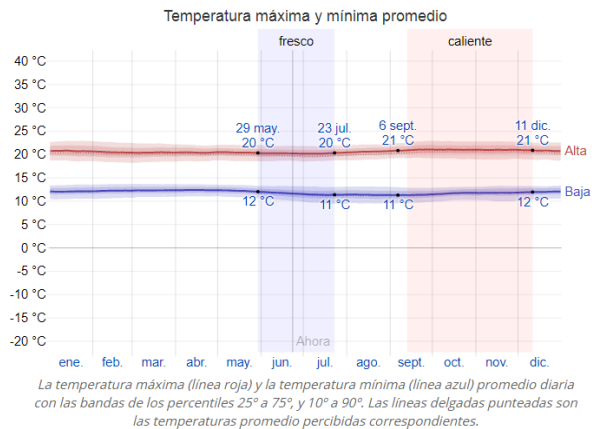


Figura 74. Cuadro de temperatura promedio por año.

Tomado de: (Weatherspark, 2010).

#### 4.1.3.2 Lluvia

La lluvia en Sangolquí es durante el año, sin embargo, posee una concentración de 31 días en el mes de abril con una acumulación total de 157 milímetros, en el caso del día que posee menor cantidad de lluvia se presenta una acumulación de 15 milímetros el cual comprende al día 9 de agosto (Weatherspark, 2010).

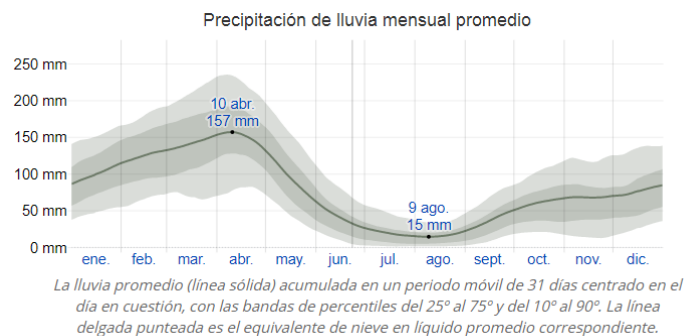


Figura 75. Gráfico de precipitación mensual promedio (lluvia).

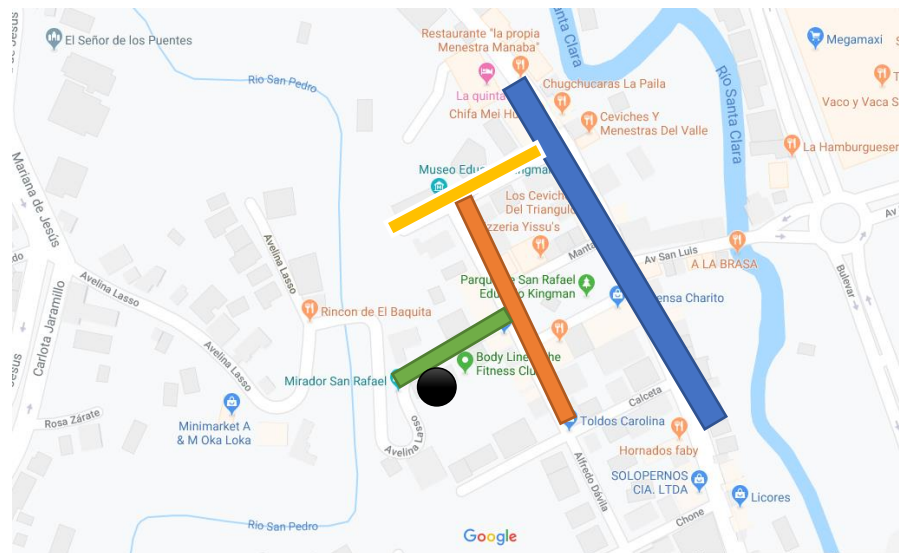
Tomado de: (Weatherspark, 2010).

#### 4.1.4 Relieve

El cantón Rumiñahui comprende 137.2 km<sup>2</sup>, se le considera el cantón más pequeño del Ecuador, se encuentra bañado por ríos y quebradas, los más importantes son el Río Pita, Río San Pedro, y Río Santa Clara, por otro lado, podemos ver que se encuentra delimitado al norte por el cantón, en este caso el río san pedro genera un límite entre ambos cantones el cual inicia desde la autopista general Rumiñahui (Limin, 2008).

#### 4.1.5 Vías

La vía principal Avelina Lasso, vía secundaria Alfredo Dávila cuenta con varios accesos a la edificación, se puede ingresar por dos rutas, la principal se dirige por la avenida General Enríquez Y La segunda por la vía Mariana de Jesús esta vía se conecta con Avelina Lasso y la primera avenida con Alfredo Dávila.



- |  |   |
|--|---|
| <span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: blue; margin-right: 5px;"></span> Av. General Enríquez    | <span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: green; margin-right: 5px;"></span> Av. Avelina lasso   |
| <span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: yellow; margin-right: 5px;"></span> Calle Portoviejo 2616 | <span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: orange; margin-right: 5px;"></span> Av. Alfredo Dávila |

Figura 76. Vías de acceso a la edificación.

Adaptado de: (Google maps,2019)



Figura 77. Vías principales de acceso al proyecto.

Adaptado de: (Google maps,2019).

#### 4.1.5.1 Transporte

Para llegar a la edificación se cuenta con una parada de buses en la Avenida General Enríquez a la altura de la gasolinera, la parada cuenta con 4 líneas de buses que son Los Chillos, Marco Polo, Condorvall y Turismo.

● Ruta a pie

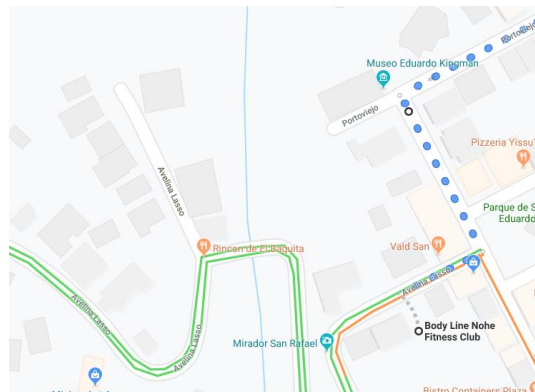
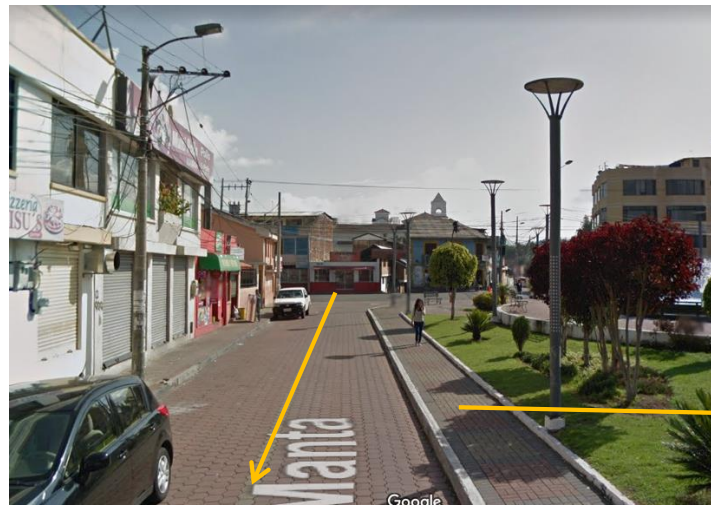


Figura 78 Mapa de ruta de transporte urbano.

Adaptado de: (Google maps,2019).





Ruta a pie

Figura 79. Ingreso vehicular y peatonal.

Adaptado de: (Google maps,2019).



Bus  
marco  
polo

Parada

Figura 80. Transporte urbano, Av. General Enríquez

Adaptado de: (Google maps,2019).

## 4.1.6 Hitos urbanos

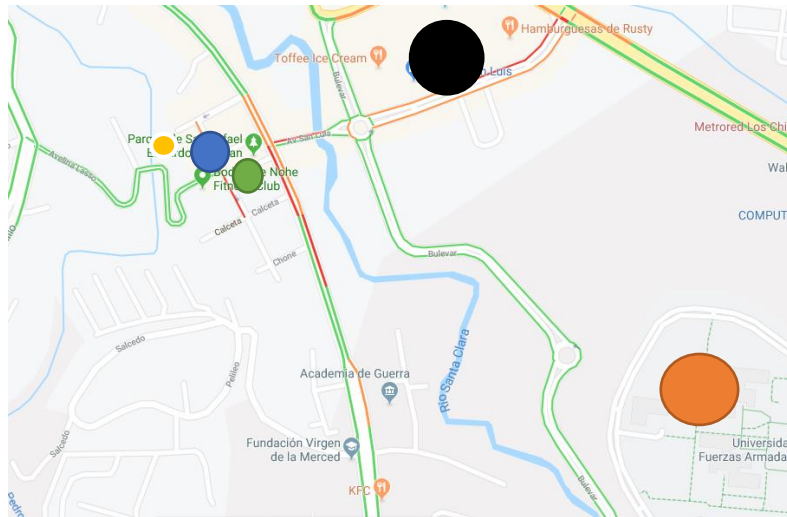


Figura 81 Hitos urbanos.

Adaptado de: (Google maps,2019).

1. Museo kingman
2. San Luis shopping
3. Monumento a la sed
- 4.ESPE
5. Parque San Rafael Eduardo Kingman

### 4.1.6.1 Comercio

1. Como perros y gatos store
2. Vald san Restaurante
3. Gráficas san Rafael ec
4. Pizzeria yissus

5. Le krujients

6. Farmacias económicas

#### **4.1.7 Estado actual de la edificación**

La edificación fue realizada en el año 2006 la finalidad de este proyecto es realizar la readecuación interiorista de esta infraestructura para convertirla en un espacio comercial destinado a la venta de productos orgánicos, cuenta con 3 plantas, las cuales son planta alta, planta baja y subsuelo, el establecimiento cuenta con 12 parqueaderos que están ubicados en la planta baja de manera que tienen acceso directo al ingreso, la edificación posee estilo moderno cuenta con 2 ingresos en la parte frontal uno que se encuentra en el actual local comercial y otro por la sección de recepción.

La edificación posee una pequeña área destinada a guardiana la cual se encuentra en desuso, por otro lado se puede observar que cuenta con una buena implementación de ventanas por lo que permite la entrada de luz natural, sin embargo la iluminación artificial también se encuentra distribuida de manera correcta, en la parte posterior de la edificación se encuentra ubicado un pequeño jardín exterior, sin embargo se han realizado modificaciones como la Cromatica y la colocación de espacios como el área de barra de proteína.

En el caso de los pisos también se realizaron reajustes como la implementación de césped sintético en la parte del jardín y en la planta alta en la sección de barra de proteína, actualmente funciona como un gimnasio el cual posee distintas zonas en la planta baja se encuentran ubicadas la zona de recepción y eventos, en el subsuelo se encuentran baños, duchas y camerinos, y en la planta alta podemos observar que se coloca la implementación de maquinarias de ejercicio, sala de baile, sala de spinning y la barra de proteína, en el ingreso principal se encuentran ubicadas las gradas lo cual genera una circulación fluida, respecto al mobiliario posee maquinaria de ejercicio, mesas plásticas con diseño en la planta alta con

sillas de distintos colores para la zona de barra de proteína, y un counter de madera en la parte de la recepción por lo tanto no existe un correcto diseño respecto al mobiliario.

#### **4.1.7.1 Infraestructura**

La infraestructura está adaptada para zona residencial combinada, actualmente funciona como gimnasio y peluquería, cuenta con servicios básicos en correcto estado, y posee áreas de:

1. Recepción
2. Salón de eventos
3. Camerinos con baños y duchas
4. Sala de ejercicios
5. terraza
6. zona de bar nutricional
7. jardín exterior
8. Parqueaderos

Todas las áreas se encuentran funcionando de manera correcta sin embargo no cuenta con suficientes baños y no poseen buena ventilación por lo que es primordial intervenir en la adecuación y reparación del área de camerinos y baños. Referente al agua se puede observar que posee agua potable la cual se encuentra en buen estado debido a que es una edificación nueva y cuenta con todos los mecanismos de tuberías en óptimas condiciones, por otro lado, se puede observar que posee una tipología de alcantarillado combinado, esto quiere decir que conduce al mismo tiempo las aguas sanitarias y pluviales.

#### **Paredes**

Las paredes se encuentran conformadas por mampostería de bloque enlucidas con pintura blanca y amarilla en el interior y en el exterior gris y amarillo.

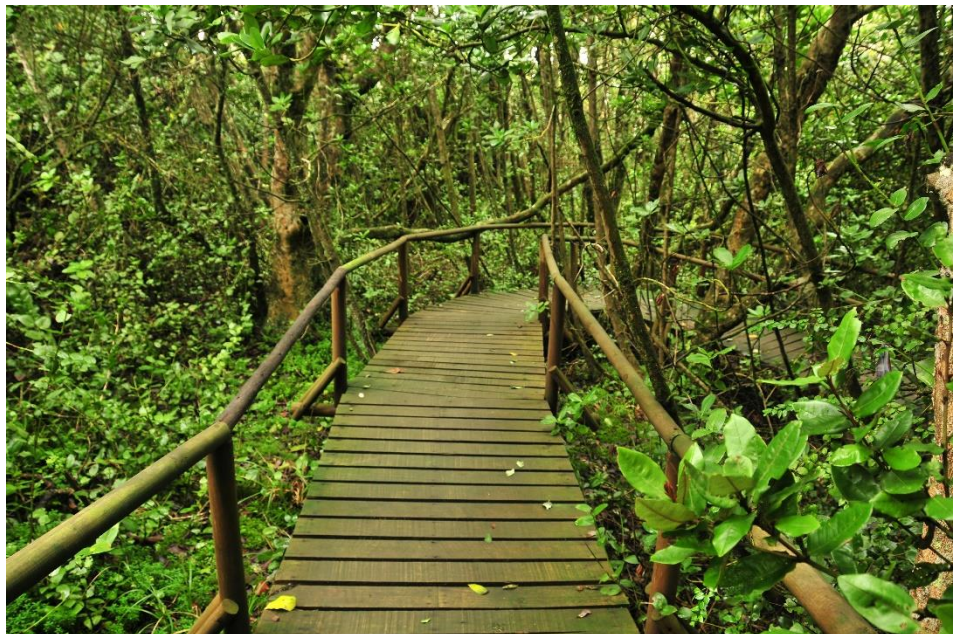
#### **Pisos**

Los pisos poseen revestimiento de cerámica en la planta baja, a excepción del jardín que posee revestimiento de césped sintético, en la planta alta se encuentra revestimiento de piso de goma para la parte de ejercicios, en zona de baile se encuentra revestimiento de cerámica y en la zona de bar proteína, se ubica el piso de césped sintético al igual que en el jardín.

## 5. CAPÍTULO V. CONCEPTUALIZACIÓN DEL PROYECTO

### 5.1 Concepto

El propósito del presente proyecto es dar énfasis a la importancia del consumo de los productos orgánicos en la salud y bienestar del ser humano. Tomando en consideración los puntos mencionados se trabajó en el diseño arquitectónico basado en el senderismo natural en el trayecto de las áreas de oferta los productos orgánicos con el fin de proporcionar una sensación de armonía y bienestar en los consumidores, por otra parte, el diseño de los senderos está basado en el uso de vegetación y en la geometrización de los recorridos con el objetivo de realizar un diseño abstracto imitando a la naturaleza. La geometrización se realizó imitando el patrón de las ramas en los árboles los cuales son parte fundamental de los senderos.



*Figura 82.* Senderos naturales

Tomado de: (Becerra, 2012).

## 5.2 Justificación del concepto

Se establece el concepto de la abstracción de senderos naturales debido a que este establece guías que, de manera que se puede llegar hacia un destino, a su vez posee relación con la naturaleza la idea inicial del proyecto propuesto, por otro lado, esto podrá establecer distinción entre las áreas establecidas de manera que el usuario podrá realizar un recorrido sin depender del personal.

## 5.3 Memoria descriptiva

El proyecto presente consiste en la intervención interiorista de una edificación comercial a un centro de promoción y venta de productos orgánicos, donde su diseño se verá presente en la abstracción de senderos naturales, desde este punto se establecerá la distinción de zonas en la edificación para diferenciar cada producto ofrecido y contar con un orden correcto para el fácil entendimiento del usuario, se generará un espacio destinado para los talleres de comida, una zona para la venta de productos y otra para la exposición de huertos hidropónicos, en cada una de estas zonas existirán guías y a su vez una distribución organizada con la finalidad de que los productos sean percibidos con facilidad.

## 5.4 Partido Arquitectónico

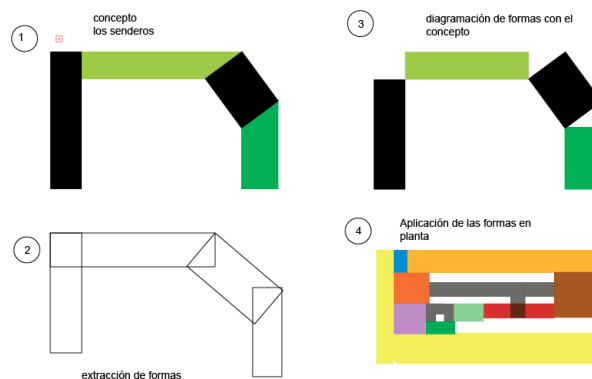


Figura 83. Partido Arquitectónico

## 6. CAPÍTULO VI. PROGRAMA ARQUITECTÓNICO

El área a intervenir posee 809 m<sup>2</sup> excluyendo los parqueaderos se pudo concluir que se cuenta con espacios amplios los cuales servirán para la correcta distribución de estanterías hidropónicas y a su vez de los productos de esta manera se establecerán amplios espacios de exhibición lo cual marcará una diferencia ya que generalmente los supermercados orgánicos cuentan con pocos m<sup>2</sup>, por otra parte se podrá generar una circulación fluida de manera que el usuario pueda recorrer todo el lugar sin molestias.

### 6.1 condicionantes y determinantes

Tabla 3  
*Cuadro de condicionantes y determinantes*

Área	Condicionantes	Determinantes
Estructura	Se deberá incorporar un espacio para baños y a su vez se deberán quitar algunas paredes internas para poder generar un espacio más amplio	
Parqueaderos	El establecimiento no cuenta con suficientes parqueaderos por lo cual se podría buscar alternativas para la satisfacción del cliente.	La edificación posee 12 parqueaderos, ubicados en planta baja lo cual permite un acceso directo del usuario.
Ingresos	se establecerá un ingreso más amplio para poder contar con buena circulación y organización en el momento de entrada y salida	Cuenta con un ingreso ubicado en la fachada frontal en la calle Avelina Lasso, el



---

		espacio de ingreso es muy pequeño
Pisos	Actualmente la edificación cuenta con 3 tipos de pisos los cuales serán modificados con materiales sostenibles.	
Revestimiento paredes	de se intervendrá en la modificación de revestimientos interiores de paredes ya que se utilizará materiales ecológicos y a su vez diferente Cromática a la que se encuentra actualmente	
Fachada	Actualmente la fachada cuenta con pintura de color gris y amarillo, se adaptarán revestimientos ecológicos y jardines verticales con la finalidad de generar un espacio natural	
Ventanas	Serán intervenidas en las dimensiones de largo y ancho, con la finalidad de contar con un espacio iluminado.	
Baños	Los baños no cuentan con suficiente iluminación ni ventilación por lo cual se deberá interferir en esta zona para generar espacios cómodos.	Actualmente cuenta con baños, camerinos y duchas los cuales se encuentran ubicados en el subsuelo.
Ubicación		El lugar donde se encuentra la edificación es en el sector del valle de los chillos, calle

---

---

Alfredo Dávila y Avelina  
Lasso.

Energía eléctrica

Debido a que se desea establecer un espacio amigable con el medio ambiente se establecerá un distinto sistema eléctrico por medio de energías alternativas para generar ahorro.

Puertas

El establecimiento cuenta con puertas de vidrio, en todas las áreas y de madera en los baños, se intervendrá en la aplicación de puertas corredizas para generar mayor relación entre las distintas zonas.

---

## 6.2 Diagrama de necesidades

### Áreas por necesidades

Zona	Necesidad	Actividad	Espacio
PLANTA BAJA	Circulación de personas	Recibir clientes	Ingreso
	Estanterías para productos	Venta de productos	Sala de exhibición
	Cosecha de productos al aire libre	Venta de productos	Huertos hidropónicos
	Area para comer y vestidores	Descanso de personal	cuarto de servicio
	almacenar productos en repisas	Almacenamiento productos	cuarto Frío
	Repisas y kardex de registro	Almacenamiento productos	bodega
	necesidades biológicas	Necesidades básicas	baños
	Adecuación de implementos de limpieza	Almacenamiento productos de limpieza	cuarto de limpieza
	almacenamiento de vinos	Desgustación de vinos y almacenaje	Cava de vinos
	SUBSUELO		
PLANTA ALTA	alimentación y area para sociabilizar	Servicio de alimentos	Cafetería 1
	ventilación adecuada para comer	Servicio de alimentos	Cafetería 2
	adecuación de implementos de cocina	Clases de preparación de alimentos	Taller de cocina
	comodidad e implementos electrónicos	realización de varias actividades	Sala de uso múltiple
	Sala de espera y area para medidas	análisis nutricional en clientes	Sala healthcoaching
	archivar papeles, área de trabajo	Archivo de papeles	Administración
	ventilación y equipamiento necesario	Preparación de alimentos	Cocina
	necesidades biológicas	Necesidades básicas	baños planta alta
TERRAZA	relajación y comodidad	Espacio para relajación	sala de meditación

Figura 84. Cuadro de área de necesidades

## 6.3 Diagramación de zonas

### Zona pública

- Ingreso
- Sala de exhibición de productos orgánicos
- Parqueaderos
- Baños
- Sala de huertos hidropónicos
- Zona de mesas

### Zona semiprivada


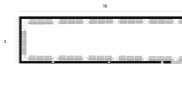
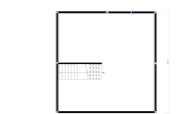
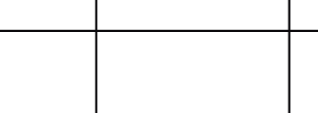
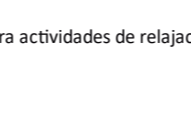
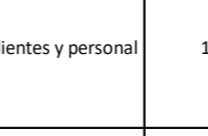
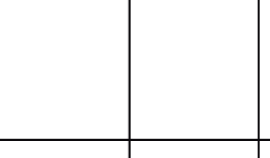

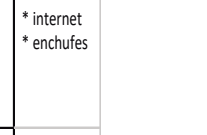

- Área interactiva

- Taller de cocina
- Sala de health coaching

### **Zona privada**

- Administración
- Almacenamiento
- Cocina
- Ingreso a servicio

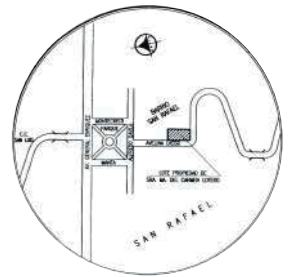
6.3.1 Cuadro de areas y necesidades tabla. 2

Zona	Área	Espacio	Actividad	Usuarios	#	Equipamiento		m2	Area minima necesaria	requisitos
						fijo	móvil			
zona pública	comercial	Ingreso	Ingreso a establecimiento comercial	personal y clientes	60			20m2		*iluminación *ventilación *sistema de seguridad
	comercial	Huertos hidropónicos	Venta de productos	clientes	20		estanterías	64.61		*iluminación *sistema hidropónico *enchufes
	comercial	Cava de vinos	Venta y degustación de productos	clientes y personal	10	repisas	mesas y sillas	125m2		*iluminación *internet *ventilación *enchufes
	comercial	Cafetería 1	Venta de comestibles	clientes			mesas y sillas	75.53m2		*iluminación *internet *ventilación *enchufes
	comercial	Cafetería 2	Venta de comestibles	clientes	30		mesas y sillas	25.3m2		*iluminación *internet *ventilación *enchufes
	comercial	sala de uso múltiple	Área para tareas y descanso	clientes	12		escritorio	69.34m2		*iluminación *internet *ventilación *enchufes
	comercial	sala healthcoaching	Asesorías alimenticias	clientes y personal	3		escritorio	13.20m2		*iluminación *internet *enchufes
	comercial	sala de meditación	Espacio para actividades de relajación	clientes y personal	10			127m2		*iluminación *internet *enchufes
	comercial	baños	Necesidades básicas	clientes	8	piezas sanitarias	espejos	12.60m2		*iluminación *ventilación
	comercial	Sala de exhibición	Venta de productos	clientes	20		estanterías	146.99m2		*ventilación *iluminación *red telefónica *internet *sistema de seguridad



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
ESCUELA DE ARQUITECTURA INTERIOR

UBICACIÓN DEL PROYECTO:



TEMA:  
INTERVENCIÓN INTERIORISTA DE UNA EDIFICACIÓN COMERCIAL A UN CENTRO PROMOCIONAL DE PRODUCTOS ORGÁNICOS LOCALES

AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
CUADRO DE NECESIDADES

TUTOR  
ARQ. CHRISTIAN YÉPEZ

Escala: S/E      Fecha: 2019

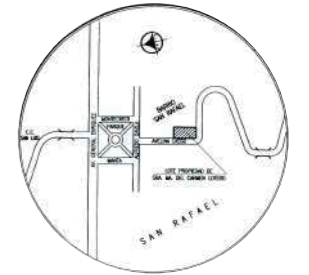
Lámina:  
1



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

UBICACIÓN DEL PROYECTO:



TEMA:  
INTERVENCIÓN INTERIORIS-  
TA DE UNA EDIFICACIÓN  
COMERCIAL A UN CENTRO  
PROMOCIONAL DE  
PRODUCTOS ORGÁNICOS  
LOCALES

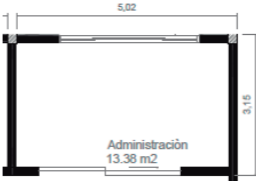
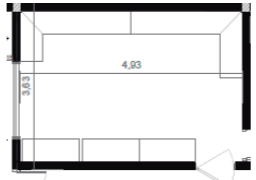

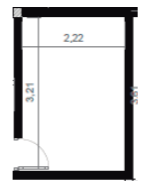
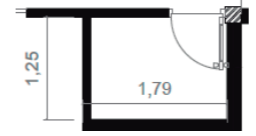

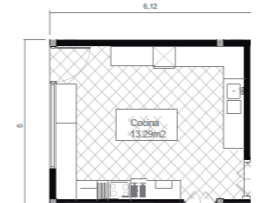
AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
CUADRO DE NECESIDADES

TUTOR  
ARQ. CHRISTIAN YÉPEZ

Escala: S/E      Fecha: 2019

Lámina:  
1

zona privada	administrativa	Administración	control del negocio	personal	2	escritorio	13.38m <sup>2</sup>		*enchufes *iluminación *internet *red telefónica
	servicio	Cuarto de servicio	descanso de personal	personal	12		16.28m <sup>2</sup>		*iluminación *internet *ventilación *enchufes
	servicio	Bodega	organización de productos	personal	2	esteranterías	16m <sup>2</sup>		*iluminación *internet *ventilación *enchufes
	servicio	Cuarto frío	organización de productos	personal	2	esteranterías			*iluminación *ventilación *sistema de refrigeración *enchufes
	servicio	Cuarto de limpieza	organización de productos y limpieza	personal	1				*iluminación *ventilación *enchufes
zona semi privada	servicio	Taller de cocina	clases y preparación de alimentos	clientes y personal	7	cocina	32.17m <sup>2</sup>		*iluminación *ventilación *internet *tv
	servicio	Cocina	preparación de alimentos	personal	3	cocina	13.29m <sup>2</sup>		*iluminación *ventilación *enchufes

## 6.5 Diagrama de zonificación

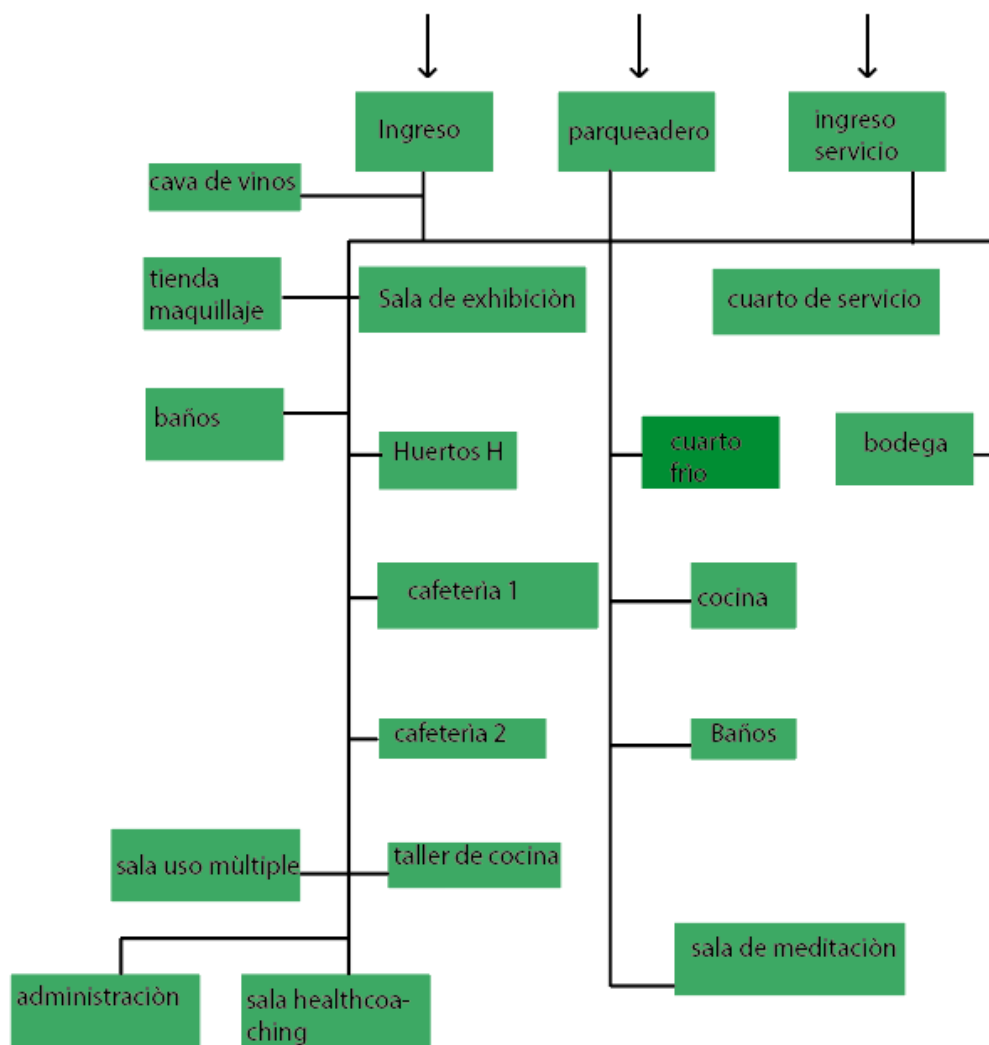


Figura 86. Diagrama de zonificación

## 6.6 Diagrama de flujos

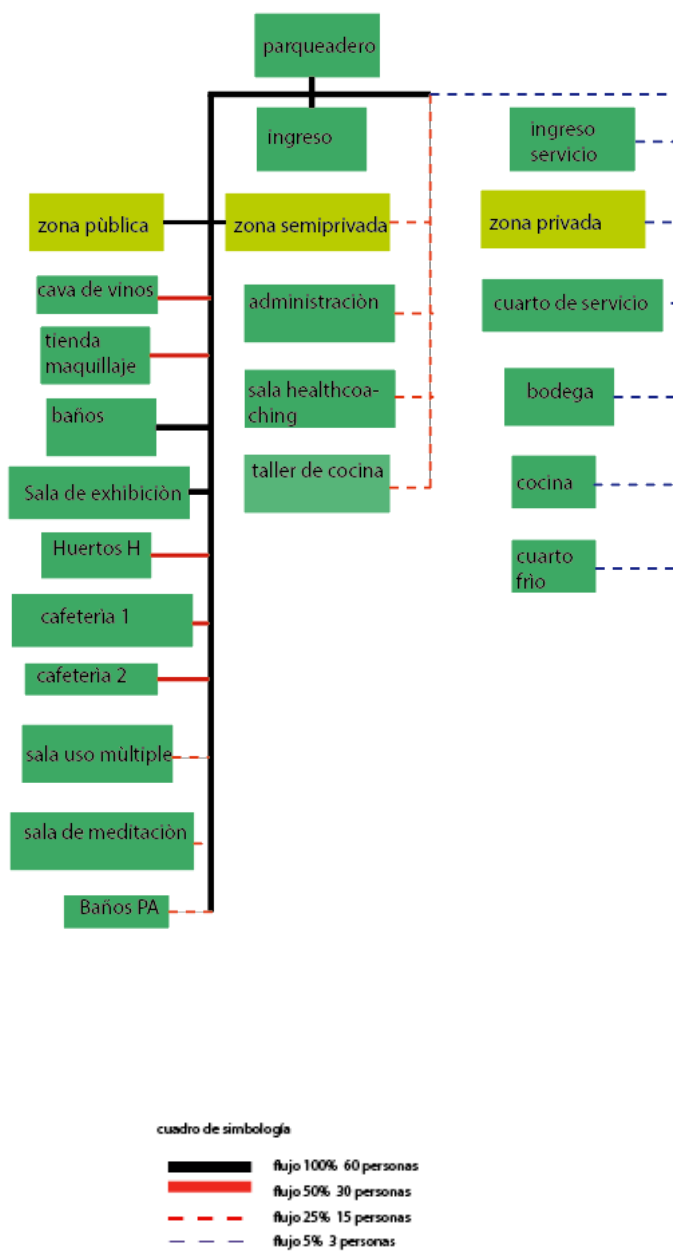


Figura 87. Diagrama de flujo



## 6.7 Grilla relacional

tabla 3.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	
1 parqueadero	x																			
2 ingreso		x																		
3 ingreso de servicio			x																	
4 sala de exhibición				x																
5 cuarto de servicio					x															
6 bodega						x														
7 cuarto frio							x													
8 huertos hidróponicos								x												
9 cafetería 1									x											
10 cafetería 2										x										
11 cocina											x									
12 taller de cocina												x								
13 sala de uso múltiple													x							
14 sala healthcoaching														x						
15 administración															x					
16 baños pb																x				
17 Baños pa																	x			
18 subsuelo																		x		
19 terraza																				x

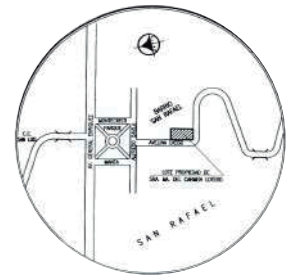
- INDIRECTA
- NO HAY RELACIÓN
- DIRECTA

*uda*

FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

UBICACIÓN DEL PROYECTO:



TEMA:  
INTERVENCIÓN INTERIORIS-  
TA DE UNA EDIFICACIÓN  
COMERCIAL A UN CENTRO  
PROMOCIONAL DE  
PRODUCTOS ORGÁNICOS  
LOCALES

AUTOR:  
MADELINE AUZ

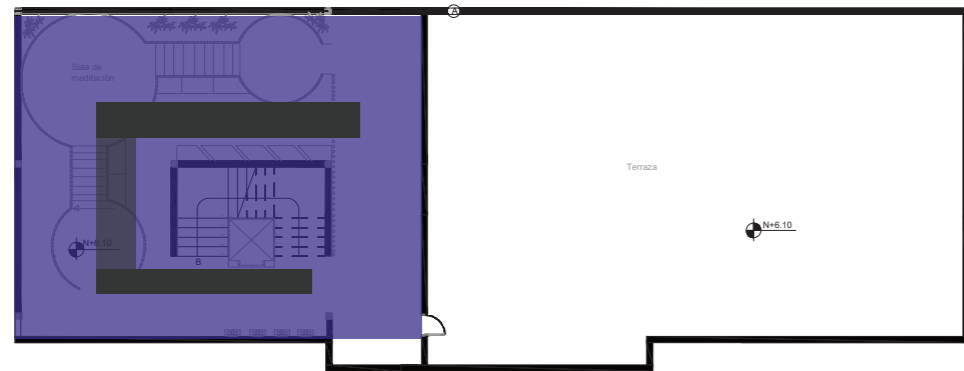
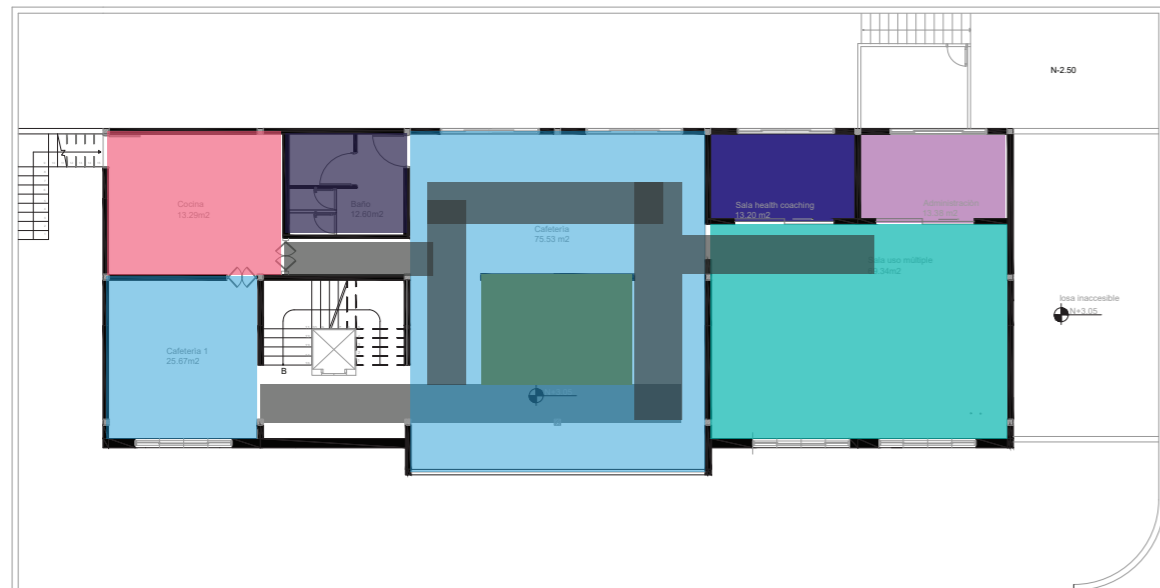
CONTENIDO:  
GRILLA

TUTOR  
ARQ. CHRISTIAN YÉPEZ

Escala: S/E      Fecha: 2019

Lámina:  
1

# 6.8 Plan masa



circulación

ingreso 1

baño planta alta

ingreso servicio

sala de exhibición

huertos hidropónicos

taller de cocina

administración

cafetería

cocina

cava de vino

Sala de health coaching

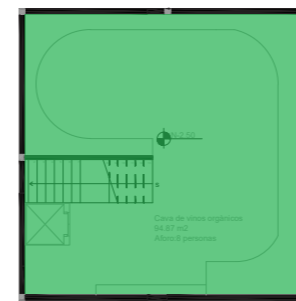
tienda de maquillaje

bodegas

parqueaderos

cuarto de servicio

sala uso múltiple



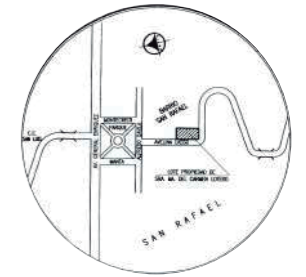
PLANTA SUBSUELO ESC 1/200



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA INTERIOR

UBICACIÓN DEL PROYECTO:



TEMA:  
INTERVENCIÓN INTERIORISTA DE UNA EDIFICACIÓN COMERCIAL A UN CENTRO PROMOCIONAL DE PRODUCTOS ORGÁNICOS LOCALES

AUTOR:  
MADELINE AUZ

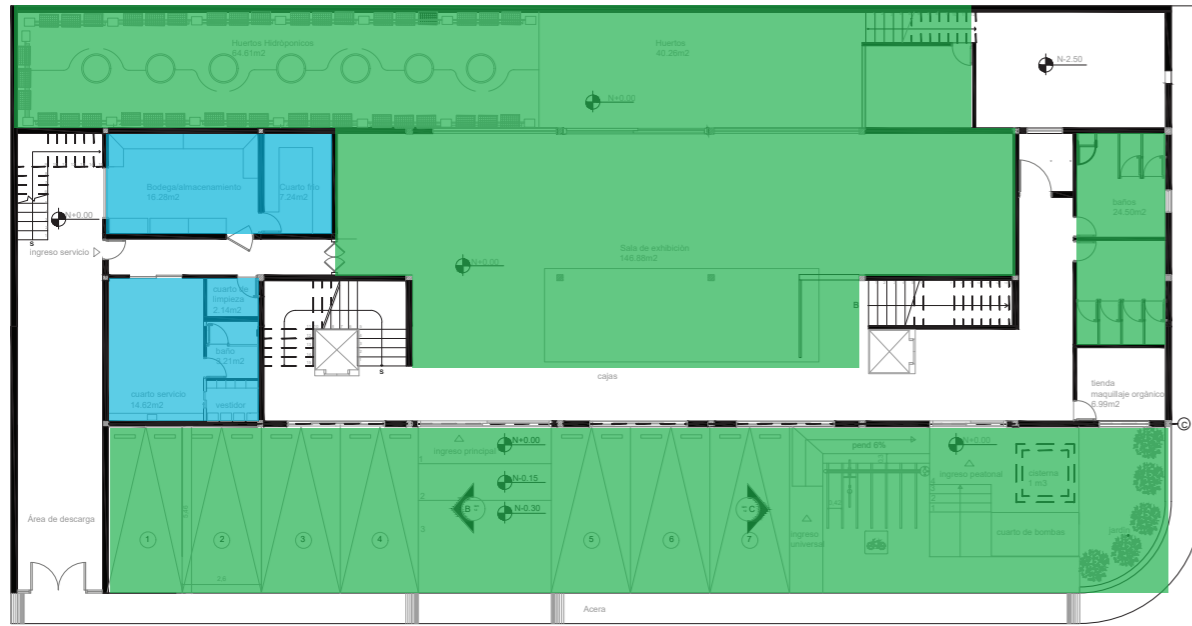
CONTENIDO:  
PLAN MASA

TUTOR  
ARQ. CHRISTIAN YÉPEZ

Escala: S/E	Fecha: 2019
----------------	----------------

Lámina:  
1

## 6.9 Zonificación general



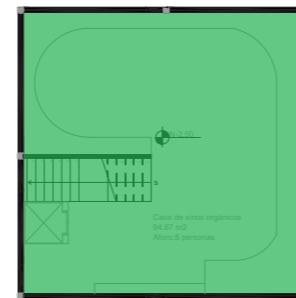
PLANTA BAJA ESC 1/200



PLANTA TERRAZA ESC 1/200



PLANTA ALTA ESC 1/200



PLANTA SUBSUELO ESC 1/200

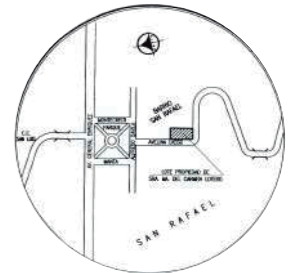
semipública
  privada
  Pública

*uda*

FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

UBICACIÓN DEL PROYECTO:



TEMA:  
INTERVENCIÓN INTERIORIS-  
TA DE UNA EDIFICACIÓN  
COMERCIAL A UN CENTRO  
PROMOCIONAL DE  
PRODUCTOS ORGÁNICOS  
LOCALES

AUTOR:  
MADELINE AUZ

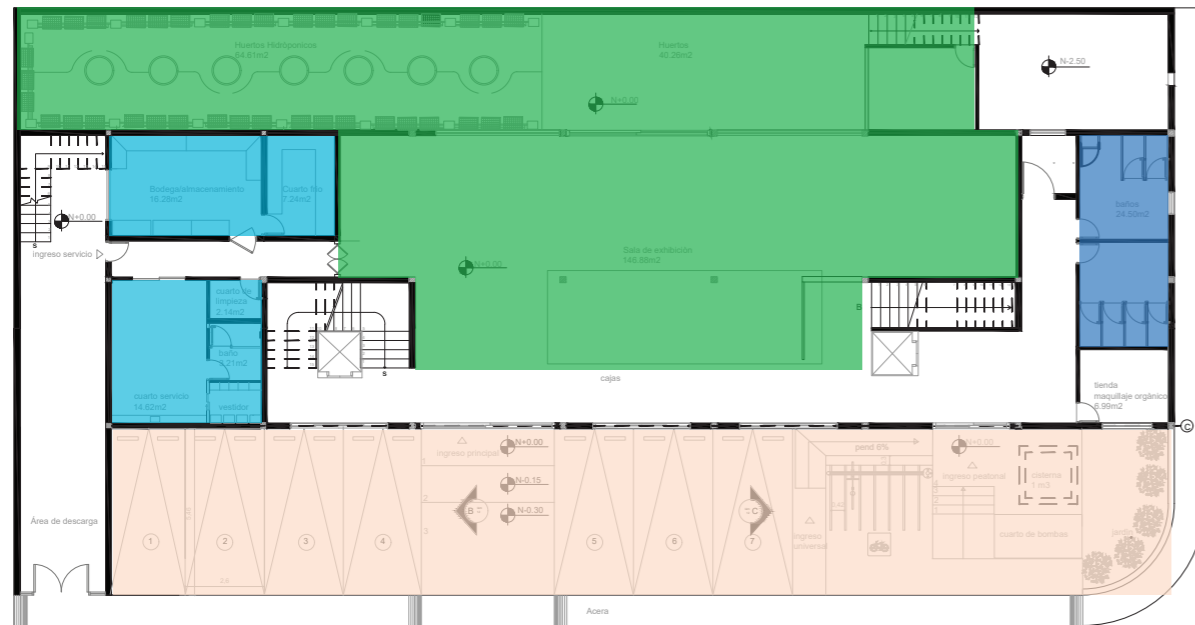
CONTENIDO:  
ZONIFICACIÓN

TUTOR  
ARQ. CHRISTIAN YÉPEZ

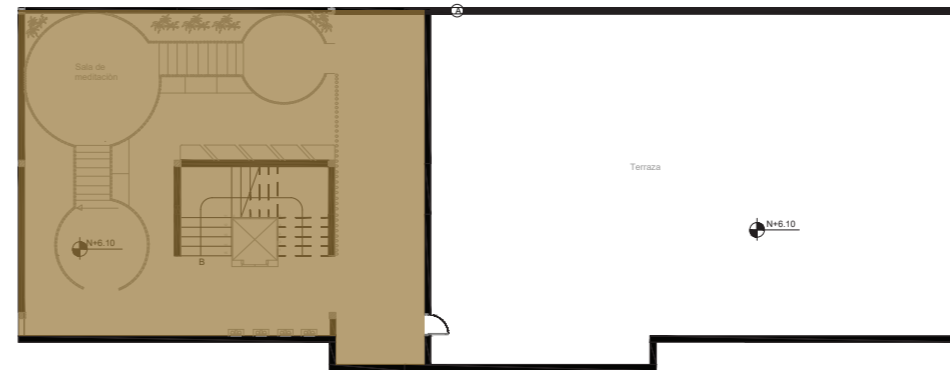
Escala: S/E	Fecha: 2020
----------------	----------------

Lámina:  
1

## 6.9.1 Zonificación Específica



PLANTA BAJA ESC 1/200

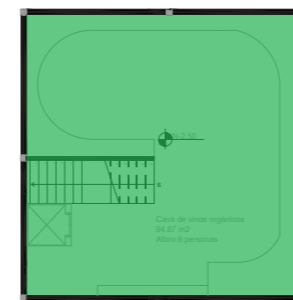


PLANTA TERRAZA ESC 1/200



PLANTA ALTA ESC 1/200

- zona de restaurante
- zona de nutrición
- zona de servicio
- zona de relajación
- zona de sanitarios
- zona de parqueaderos
- zona de exhibición
- zona de preparación de alimentos
- zona de trabajo



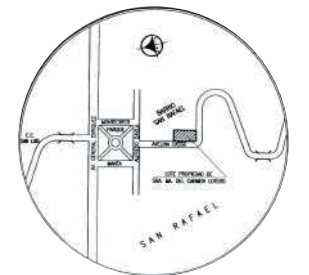
PLANTA SUBSUELO ESC 1/200

*uda*

FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

UBICACIÓN DEL PROYECTO:



TEMA:  
INTERVENCIÓN INTERIORIS-  
TA DE UNA EDIFICACIÓN  
COMERCIAL A UN CENTRO  
PROMOCIONAL DE  
PRODUCTOS ORGÁNICOS  
LOCALES

AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
ZONIFICACIÓN

TUTOR  
ARQ. CHRISTIAN YÉPEZ

Escala: S/E	Fecha: 2020
----------------	----------------

Lámina:  
1

## REFERENCIAS

- NABA Affiliate certificate. (2017). Affiliate Certificate Diseño de productos e interiores especialización en diseño interior. Laureate International universities.
- AADA agricultura tècnica. (2018). *Què es la hidroponia orgànica*. Obtenido de <https://aadaa.es/que-es-la-hidroponia-organica/>
- Agrocalidad . (2017). *Productos Orgánicos en Ecuador*. Obtenido de <http://www.agrocalidad.gob.ec/productos-organicos-en-ecuador/>
- Agrocalidad. (2018). *Productores orgánicos en Ecuador*. Obtenido de <http://www.agrocalidad.gob.ec/productos-organicos-en-ecuador/#>
- Agroicultura. (2014). *LA AGRICULTURA EN LA HISTORIA DE LA HUMANIDAD*. Obtenido de <https://agroicultura.com/general/la-agricultura-en-la-historia-de-la-humanidad-ii/>
- Aitor. (2017). *Què es un huerto hidropònico*. Obtenido de <https://erenovable.com/que-es-un-huerto-hidroponico/>
- Apive. (2017). *Materiales de construcción ecológicos*. Obtenido de <https://apive.org/materiales-construccion-ecologicos/>
- Arquitectos especializados del noroeste. (2014). *La arquitectura industrial busca mejorar la funcionalidad de los espacios para favorecer la productividad de la empresa*. Obtenido de <https://aen.mx/arquitectura-industrial-en-mexico-aen-corp/>
- Arquitectura Comercial. (2016). *importancia del diseño de supermercados*. Obtenido de <http://arquitectura-comercial.blogspot.com/2016/09/importancia-del-diseno-de-supermercados.html>
- Arvay, C. (2016). *El efecto de la biofilia*. Barcelona: Urano.

- Avellan, L. (2017). *Biomarket*. Obtenido de <https://www.google.com/maps/uv?hl=es&pb=!1s0x902d6cfac2dea70b%3A0x6430cac5f7e249a2!2m2!2m2!1i80!2i80!3m1!2i20!16m16!1b1!2m2!1m1!1e1!2m2!1m1!1e3!2m2!1m1!1e5!2m2!1m1!1e4!2m2!1m1!1e6!3m1!7e115!4shttps%3A%2F%2Fh5.googleusercontent.com%2Fp%2FAF1QipNcNPXyJRxaxa>
- Becerra, N. (2012). *Senderos del Parque Nacional Fray Jorge*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Senderos\\_del\\_Parque\\_Nacional\\_Fray\\_Jorge.JPG](https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Senderos_del_Parque_Nacional_Fray_Jorge.JPG)
- Beltrano, J. (2015). *Cultivo en hidroponía*. La Plata: Universidad nacional de la Plata.
- Berrones, T. (2019). *Expreso.ec*. Obtenido de <https://www.expreso.ec/suplementos/semana/guayaquil-salud-alimentosorganicos-nutricion-negocios-salud-tendencia-LF2007058>
- Bloarquitectura. (2016). *Lámpara que funciona con agua y sal*. Obtenido de <http://www.ecohabitar.org/lampara-que-funciona-con-agua-y-sal/>
- Biomarket. (2016). *¡BIOMARKET ABRE SUS PUERTAS!* Obtenido de <https://www.biomarket.com.ec/#nosotros>
- Bohigues Sanz, M. J. (2016). *Edificios comerciales. El nacimiento de los centros comerciales*. Obtenido de <https://www.arquitecturayempresa.es/noticia/edificios-comerciales-el-nacimiento-de-los-centros-comerciales>
- Bojorquez, A. (2017). *el universal*. Obtenido de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/menu/2017/04/3/que-son-los-alimentos-organicos>
- Borras, C. (2017). *Trucos para ahorrar agua en casa*. Obtenido de <https://www.ecologiaverde.com/trucos-para-ahorrar-agua-en-casa-96.html>

- Briones Fontcuberta, M. (2014). *La arquitectura*. Obtenido de Nuevas iniciativas en el uso de los materiales: <http://www.fertbatxillerat.com/wp-content/uploads/Briones-Marta-La-arquitectura-sostenible.pdf>
- Cabal, R. (2011). *Arquitectura sostenible: volver al origen*. <http://www.revistacabal.coop/actualidad/arquitectura-sustentable-volver-al-origen>.
- Campana Sáenz, P. (2017). Ecuador Certificado. *CATÁLOGO DE OFERTA EXPORTABLE ECUATORIANA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y CON CERTIFICACIONES*. Obtenido de CATÁLOGO DE OFERTA EXPORTABLE ECUATORIANA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y CON CERTIFICACIONES.
- Castillo, M. A. (2018). *Líderes*. Obtenido de La ganadería orgánica es el centro de este negocio en Papallacta: <https://www.revistalideres.ec/lideres/ganaderiaorganica-centro-negocio-papallacta-productos.html>
- Castillo, T. (2017). *Mama Campo, el ecológico que también es colmado*. Obtenido de <http://www.bonviveur.es/restaurantes/mama-campo-el-ecologico-que-tambien-es-colmado>
- Construmática. (2019). *Construcción Sostenible: Historia*. Obtenido de [https://www.construmatica.com/construpedia/Construcci%C3%B3n\\_Sostenible:\\_Historia](https://www.construmatica.com/construpedia/Construcci%C3%B3n_Sostenible:_Historia)
- Corporación de Desarrollo Territorial, E. (2016). *Catastro Rural Multifinalitario de Pichincha*. Obtenido de <http://www.codurbam.com.ec/component/content/article/16-catastros-municipales/26-catastro-rural-multifinalitario-de-pichincha>
- Craze, V. (2019). *What is Health Coaching?* Obtenido de <https://wellbeingcoaches.com/what-is-health-coaching/>

- Creativo. (2018). *Arquitectura comercial* . Obtenido de <https://creativoepm.com/arquitectura-comercial/>
- Ecoticias. (2016). *Breve historia de la alimentación ecológica* . Obtenido de <https://www.ecoticias.com/especial-alimentos-ecologicos-2016/115561/Breve-historia-alimentacion-ecologica>
- Ecuador, s. (2014). *superfoods*. Obtenido de <https://www.google.com/maps/uv?hl=es&pb=!1s0x91d59120cbc4f745%3A0xd204fec033a905a5!2m2!2m2!1i80!2i80!3m1!2i20!16m16!1b1!2m2!1m1!1e1!2m2!1m1!1e3!2m2!1m1!1e5!2m2!1m1!1e4!2m2!1m1!1e6!3m1!7e115!4shttps%3A%2F%2Fh5.googleusercontent.com%2Fp%2FAF1QipPhB0U0VmPE>
- Ecuador, S. (2017). *superfoods*. Obtenido de <https://superfoodsecuador.com/>
- EcuRef. (2015). *Energía cinética*. Obtenido de [https://www.ecured.cu/Energ%C3%ADa\\_cin%C3%A9tica](https://www.ecured.cu/Energ%C3%ADa_cin%C3%A9tica)
- El peridodico verde . (2016). *Especial alimentos ecologicos* . Obtenido de <https://www.ecoticias.com/especial-alimentos-ecologicos-2016/115561/Breve-historia-alimentacion-ecologica>
- El reciclaje. (2019). *MATERIALES RECICLABLES*. Obtenido de <https://elreciclaje.org/materiales-reciclables/>
- El telégrafo . (2018). *Cultivos orgánicos crecieron el 15% a nivel mundial*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/cultivos-organicos-crecimiento-ecuador>
- FAO. (1999). *La agricultura orgánica*. Obtenido de <http://www.fao.org/ag/esp/revista/9901sp3.htm>
- FAO. (2019). *Organic agriculture*. Obtenido de <http://www.fao.org/organicag/oa-faq/oa-faq9/es/>



- Gallardo, J. E. (julio de 2017). Universidad Central del Ecuador . *Rediseño del mercado turismo con intervención en el espacio público, en la parroquia de Sangolquí, cantón Rumiñahui*,. Universidad Central del Ecuador .
- Geaseeds. (2011). *como montar un cultivo hidropónico, guía paso a paso* . Obtenido de <https://geaseeds.com/blog/como-montar-cultivo-hidroponico/>
- Generación Verde. (2017). *Jardines Verticales: ¿Qué son?* Obtenido de <https://generacionverde.com/blog/jardines-verticales/que-son-los-jardines-verticales>
- Google maps. (2019). *dirección body line gym*. Obtenido de <https://www.google.com/maps/dir/-0.2842624,-78.4859136/ubicacion+body+line+gym/@-0.3095601,-78.4540342,18.55z/data=!4m9!4m8!1m1!4e1!1m5!1m1!1s0x91d5bd403035765f:0x5a389f5c8e603072!2m2!1d-78.4532547!2d-0.3100731>
- Heraldo Aragon Editora, S. (2016). *Donde y como se origino la agricultura?* Obtenido de <https://www.heraldo.es/noticias/sociedad/2016/07/14/donde-como-origino-agricultura-966623-310.html>
- Holandes, E. (2016). *la historia de la hidroponia*. Obtenido de <https://elholandespicante.com/plantas/la-historia-la-hidroponia/>
- Importadora. (11 de Agosto de 2018). *OCARU, la agricultura orgànica crece en el Ecuador* . Obtenido de <http://ocaru.org.ec/index.php/comunicamos/noticias/item/8455-la-agricultura-organica-crece-en-ecuador>
- INHAMI. (2015). *Red de estaciones automaticas*. Obtenido de <http://186.42.174.236/InamhiEmas/#>
- Internacional. (2016). *¿Por qué es importante la arquitectura comercial en el sector retail?* Obtenido de <https://www.peru-retail.com/importante-arquitectura-comercial-sector-retail/>

- Isan, A. (2017). *Supermercados orgánicos de productos ecológicos* . Obtenido de <https://www.ecologiaverde.com/supermercados-organicos-de-productos-ecologicos-483.html>
- libre, M. (2019). *Que son los alimentos orgánicos y que opciones hay* . Obtenido de <https://ideas.mercadolibre.com/ar/bienestar/que-son-los-alimentos-organicos/>
- Limaico, F. X. (septiembre de 2015). Centro integral para niños con capacidad intelectual diferente. *Trabajo de graduación para optar al título de arquitecto* . Universidad central del Ecuador .
- Limin, L. (2008). *Rumiñahui (cantón)*. Obtenido de [http://taga.mex.tl/730887\\_canton-ruminahui.html](http://taga.mex.tl/730887_canton-ruminahui.html)
- Lippke, F. (2017). *Biomarket*. Obtenido de <https://www.google.com/maps/uv?hl=es&pb=!1s0x902d6cfac2dea70b%3A0x6430cac5f7e249a2!2m2!2m2!1i80!2i80!3m1!2i20!16m16!1b1!2m2!1m1!1e1!2m2!1m1!1e3!2m2!1m1!1e5!2m2!1m1!1e4!2m2!1m1!1e6!3m1!7e115!4shttps%3A%2F%2Fwww.nativapaleoec.com%2Falianzas%2Fdiseno-sin-ti>
- López, I. (2016). «HEALTH COACHING», UN NUEVO PARADIGMA EN LA INTERVENCIÓN SOBRE EL PACIENTE CRÓNICO. *Enferm Cardiol*, 72-76.
- Lopez, J. c. (2018). *Los paneles solares orgánicos se lo ponen muy difícil a los convencionales: son más baratos, flexibles y cada vez más eficientes*. Obtenido de <https://www.xataka.com/energia/paneles-solares-organicos-se-ponen-muy-dificil-convencionales-baratos-flexibles-cada-vez-eficientes>
- Madrid, A. (2009). La agricultura orgánica y la agricultura tradicional : una alternativa intercultural. *Letras verdes* 4(4), 24-26.
- Mall el jardín. (2017). *LOCAL – SUPERMAXI*. Obtenido de <https://malleljardin.com.ec/supermaxi/>

- Molina, G. S. (2001). *HISTORIA DE LA HIDROPONIA Y DE LA NUTRICION VEGETAL*. Obtenido de [http://www.drcalderonlabs.com/Publicaciones/Historia\\_de\\_la\\_Hidroponia/Historia\\_de\\_la\\_Hidroponia.htm](http://www.drcalderonlabs.com/Publicaciones/Historia_de_la_Hidroponia/Historia_de_la_Hidroponia.htm)
- Morales, C. (2017). Origen de la agricultura . Escuela de Biología, UCR.
- Morales, R. G. (octubre de 2010). Agricultura organica . México: universidad autonoma agriaria.
- Municipalidad de Peñalolén, Chile. (2017). *Sistema de Cultivo Hidroponico Casero "HidroponiK"*. Obtenido de <http://www.xn--peamercado-u9a.cl/tienda/productos/sistema-de-cultivo-hidroponico-casero-hidroponik/>
- Naturblanch. (2017). *Biofilia: amor por lo que está vivo, por la Vida*". Obtenido de <https://naturblanch.es/biofilia-amor-por-lo-que-esta-vivo-por-la-vida/>
- Ordenanza No. 003. (23 de Abril de 2015). Normativa urbanistica rumiñahui.
- Ordenanza No. 031. (28 de Diciembre de 2017). Ordenanza No. 031-2017. *El consejo municipal del gobierno autónomo descentralizado municipal de Rumiñahui*. Sangolquí.
- Ordenanzas Municipales 003. (9 de Marzo de 2015). ordenanzas municipales 003-2015 canton Rumiñahui:Que regula los proyectos de urbanizaciones, subdivisiones, reestructuraciones e integraciones parcelarias. Rumiñahui.
- Ott, C. (7 de febrero de 2019). *Plataforma arquitectura*. Obtenido de <https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/910829/mercado-san-valero-nihil-estudio>
- Panero, Julius. (2007). dimensiones humanas. Mexico: Ediciones G. Gili, S.A. de C.V.

- Pelliccia, M. (2017). *El país*. Obtenido de [https://elpais.com/elpais/2017/08/30/planeta\\_futuro/1504105701\\_009422.html](https://elpais.com/elpais/2017/08/30/planeta_futuro/1504105701_009422.html)
- Röben , E. (2003). *El Reciclaje*. Obtenido de Oportunidades Para Reducir la Generación de los Desechos Sólidos y Reintegrar Materiales Recuperables en el Círculo Económico: [http://www.bvsde.paho.org/bvsacg/guialcalde/3residuos/d3/062\\_Reciclaje/Reciclaje.pdf](http://www.bvsde.paho.org/bvsacg/guialcalde/3residuos/d3/062_Reciclaje/Reciclaje.pdf)
- Sala arquitectos. (2018). *¿En qué consiste la arquitectura industrial?* Obtenido de <http://salaarquitectos.com/blog/planta-industriales/consiste-la-arquitectura-industrial/>
- Secretaría General . (2017). *Ordenanza No 031-2017*. Obtenido de <http://181.112.151.212/Documentacion/LOTAIP/2017/pdf/s/Ordenanza%2031-2017.pdf>
- Smartlighting. (2017). *Iluminación de alumbrado público* . Obtenido de <https://smartlighting.es/alumbrado-publico-pasos-peatonales-vegas/>
- Superfoods Ecuador. (2014). *Tienda*. Obtenido de <https://superfoodsecuador.com/tienda/>
- The Monopolitan. (18 de enero de 2015). *Mamá campo - Tienda de productos ecológicos*. Obtenido de <https://themonopolitan.com/2016/06/mama-campo-tienda-de-productos-ecologicos>
- Tièartevè. (2014). *recomendaciones de slow food ante las elecciones al parlamento europeo*. Obtenido de <http://tièartevè.com/slow-food-elecciones-europeas/>
- Tools, S. E. (2009-2019). *posición del sol*. Obtenido de [https://www.sunearthtools.com/dp/tools/pos\\_sun.php?lang=es](https://www.sunearthtools.com/dp/tools/pos_sun.php?lang=es)
- Tovar, A. F. (2014). *Tienda de autoservicio* . Obtenido de [https://prezi.com/x\\_wjsolspey9/tiendas-de-autoservicio/](https://prezi.com/x_wjsolspey9/tiendas-de-autoservicio/)

- Twenergy. (2014). *Arquitectura sostenible*. Obtenido de <https://twenergy.com/sostenibilidad/arquitectura-sostenible>
- vanguardia, L. (2017). *Estos son los inventos más ecológicos para que se haga la luz y, de paso, ahorrar dinero*. Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/natural/20170127/413690619139/inventos-ahorrar-luz-ecologicos.html>
- Valvermont. (julio de 2015). *Mediambiente y naturaleza* . Obtenido de <https://medioambienteynaturaleza.com/coleccion-de-fotos-de-arquitectura-sostenible/>
- Vergara, E. (2014). *En Detalle: Jardines Verticales*. Obtenido de <https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/02-349031/en-detalle-jardines-verticales>
- Vivienda saludable. (2001). *Materiales ecológicos*. Obtenido de <https://www.viviendasaludable.es/sostenibilidad-medio-ambiente/ecoproductos/materiales-ecologicos>
- Weatherspark. (2010). *El clima promedio Sangolquí Ecuador*. Obtenido de <https://es.weatherspark.com/y/20029/Clima-promedio-en-Sangolqu%C3%AD-Ecuador-durante-todo-el-a%C3%B1o>
- Xarxa. (2010). *El ahorro de agua doméstica*. Barcelona: Diputación de Barcelona.

*uobd.*

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

TOMO II

INTERVENCIÓN INTERIORISTA DE UNA EDIFICACIÓN COMERCIAL A UN  
CENTRO PROMOCIONAL DE PRODUCTOS ORGÁNICOS LOCALES.

Autor

Madeline Andrea Auz Guerra

Año

2020



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

INTERVENCIÓN INTERIORISTA DE UNA EDIFICACIÓN COMERCIAL A UN CENTRO PROMOCIONAL DE PRODUCTOS ORGÁNICOS LOCALES .

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos para optar por el título de  
Arquitectura Interior

TALLER DE ASESORIA

Profesor Guía  
Arq. Christian Yépez

Autor  
Madeline Andrea Auz Guerra

Año  
2020

# ÍNDICE

## TITULACIÓN

1. Memoria gráfica .....	1
--------------------------	---

## PLANOS ARQUITECTÒNICOS ACTUALES

2. Ubicaciòn .....	2
3. Plano arquitectònico - Planta subsuelo .....	3
4. Plano arquitectònico - planta baja .....	4
5. Plano arquitectònico- planta alta .....	5
6. Plano arquitectònico- planta terraza .....	6
7. Elevaciòn frontal .....	7
8. Elevaciòn lateral .....	8

## PLANOS TÈCNICOS DEFINITIVOS

9. Plantas de derrocamiento .....	9
10. Implantaciòn general .....	14
11. Cuadro de áreas.....	14
12. Plantas arquitectònicas - Planta baja .....	15
13. Planta baja segmentada .....	16
14. Plantas arquitectònicas - Planta alta .....	18
15. Planta alta segmentada.....	19
16. Planta terraza .....	20
17. Planta subsuelo .....	22
18. Planta amoblada - Planta baja .....	23
19. Planta baja amoblada segmentada. ....	24
20. Planta amoblada- planta alta .....	25
21. Planta alta amoblada segmentada .....	27
22. Planta amoblada -terrazza .....	29
23. Planta amoblada subsuelo .....	30
24. Elevaciòn frontal .....	31
25. Elevaciòn lateral .....	32
26. Corte Arquitectonico A`A .....	33
27. Corte Arquitectonico B`B+ CC .....	34
28. Corte amoblado A`A .....	35
29. Corte amoblado B`B+CC .....	36

## PLANOS AMBIENTADOS

30. Implantaciòn Ambientada.....	37
31. Zonificaciòn - planta baja .....	38
32. Zonificaciòn -planta alta .....	39



33. Zonificaciòn -planta terraza .....	40
34. Zonificaciòn -planta subsuelo.....	41
35. Elevaciòn Frontal ambientada .....	42
36. Elevaciòn Lateral Derecho ambientada .....	43
37. Planta interiorista - Planta Baja .....	44
38. Planta interiorista - Planta Alta .....	45
39. Planta interiorista - Planta terraza .....	46
40. Planta interiorista - Planta subsuelo .....	47
41. Corte interiorista A´A.....	48
42. Corte interiorista A´A.....	49

## ISOMETRIAS

43. Isometria - Planta Subsuelo .....	50
44. Isometria - Planta Baja .....	51
45. Isometria - Planta alta .....	52
46. Isometria - Planta terraza .....	53

## RENDERS

47. Rendes 1, 2 .....	54
48. Rendes 3, 4 .....	55
49. Rendes 5, 6 .....	56
50. Rendes 7, 8 .....	57
51. Rendes 9,10 .....	58
52. Rendes 11, 12 .....	59
53. Rendes 13, 14 .....	60
54. Rendes 15 .....	61

## DETALLES CONSTRUCTIVOS

55. Detalle constructivo - pèrgola.....	61
56. Detalle constructivo - gradas volada.....	62
57. Detalle constructivo - pared de hormigòn uniòn estructura de madera.....	63

## ASESORIA DE INTERIORISMO

1. Moodboard.....	1
2. Esquema cròmatico .....	2
3. Pisos .....	3
4. Paredes.....	8
5. Cielo raso .....	14
6. Muebles emblemàticos .....	28
7. Catàlogo de mobiliario .....	42
8. Señalética y vegetaciòn .....	54

## TALLER DE ASESORIA

1. Planta baja de agua potable .....	1
2. Planta alta agua potable .....	2
3. Planta baja hidrosanitaria .....	3
4. Planra alta hidrosanitaria .....	4
5. Plantas de bomberos .....	5
6. Planos eléctrico .....	9
7. Planos de tomacorrientes .....	13
8. Planos de voz y datos .....	16
9. Planos de ventilaciòn .....	19
10. Presupuesto .....	23

# GREEN SPACE

Ubicación  
Valle de los chillos  
Sector San rafael calle Avelina lasso  
y Alfredo Dávila

## Usuarios potenciales



Deportistas



personas con dieta saludable



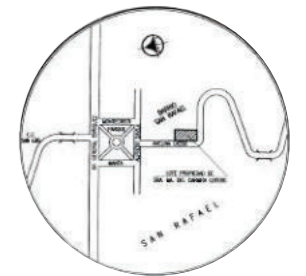
Ecologistas



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

### Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produ-  
ctos orgánicos locales.

AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
MEMORIA GRÀFICA

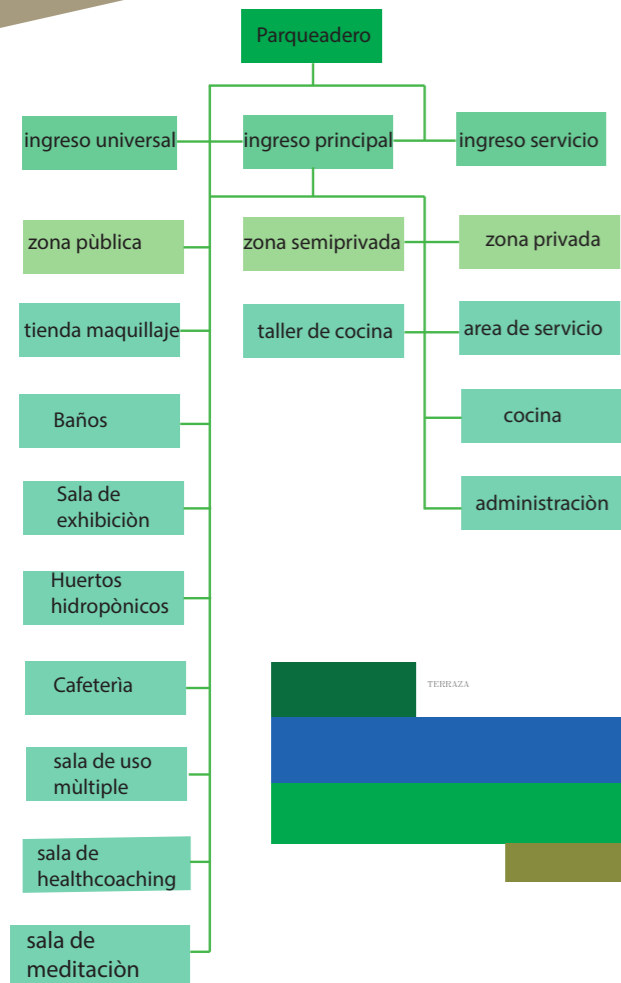
ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala:  
S/E

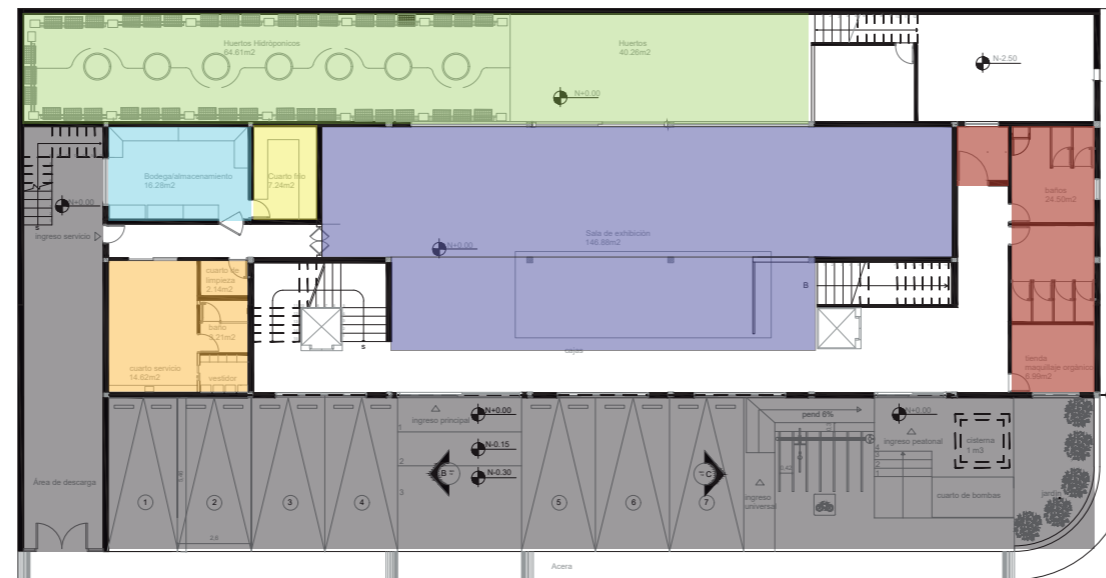
Fecha:  
2020-1

Lámina:

## Diagramas

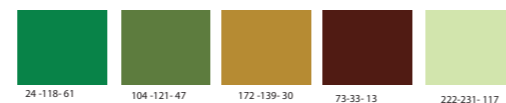


## Zonificación



parqueadero  
huertos hidropónicos  
bodegas  
cuarto de servicio  
baños y tienda de maquillaje  
cuarto frío

## Cromática



## Materialidad



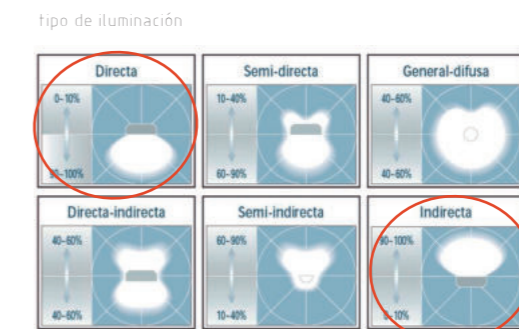
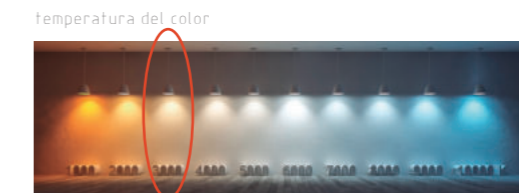
fachada de bloque enlucido  
con acabado de pintura color  
gris y amarillo.

## Asoleamiento

En el cantón Rumiñahui se pudo determinar que ingres en senti- do norte sur, generalmente el sol permanece a partir de las 6:00 am hasta las 18:00 pm.



## Iluminación



## Estado actual



piso de goma para soporte de máquinas.



piso vinil amaderado, cielo raso de fibra mineral.

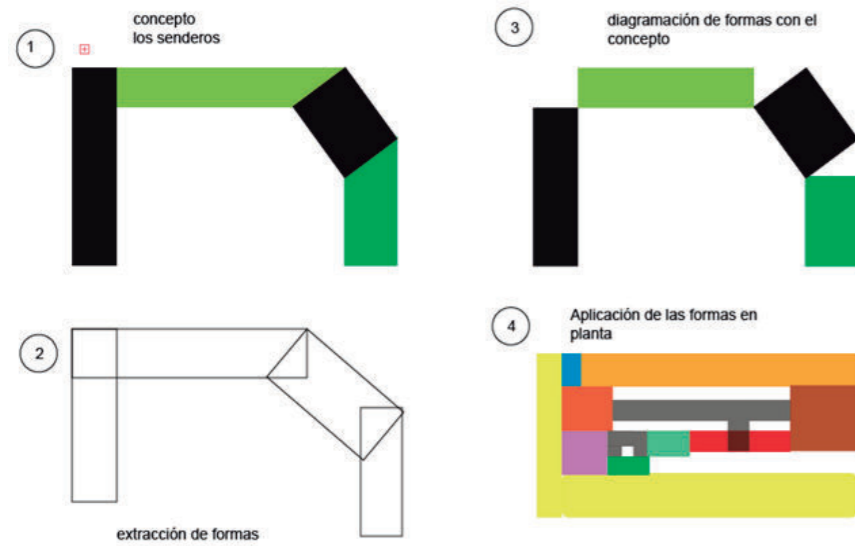


# GREEN SPACE

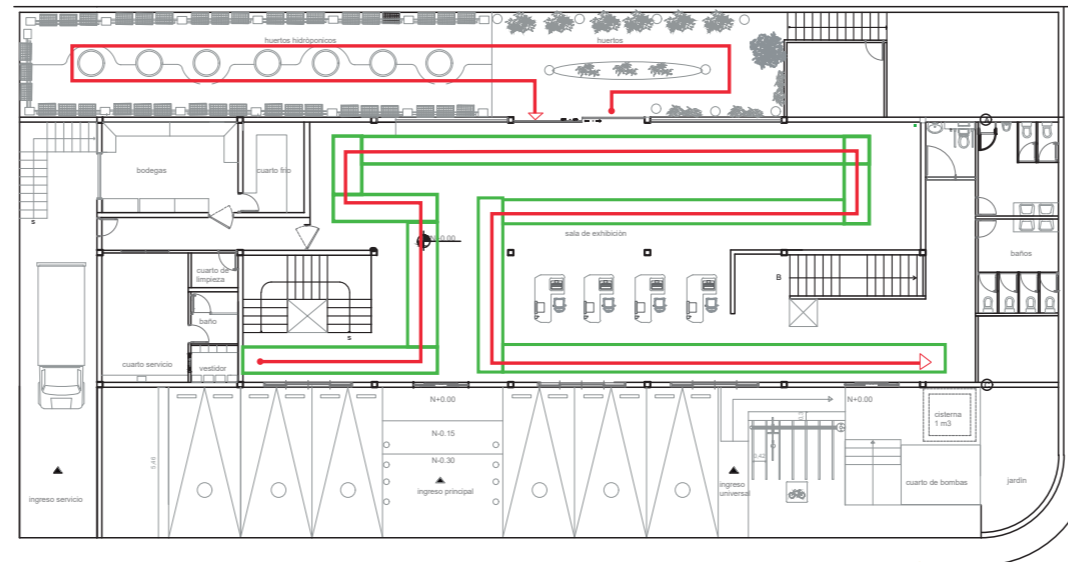
## Concepto

los senderos son vías angostas que conectan pueblos, los cuales se encuentran cubiertos de naturaleza.

En el presente proyecto se realiza la geometrización de las rutas y los árboles de los senderos con la finalidad de transmitir la sensación de conexión entre varias zonas y a su vez la armonía que refleja la naturaleza.

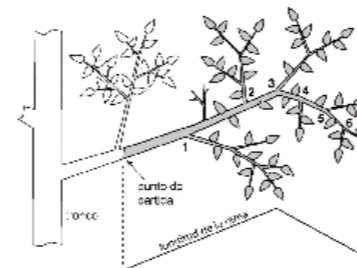


## Esquema funcional



Se generan circulaciones y pasillos que conecten varias zonas compartiendo la ideología de un sendero natural.

## Elementos del diseño



## Visualización 3D



- 1 Sala de exhibición
- 2 Taller de cocina
- 3 Taller de cocina
- 4 Cafetería 1
- 5 sala de uso múltiple
- 6 sala de exhibición

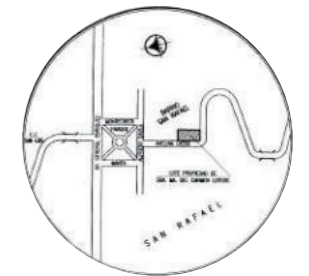
## Vegetación



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA INTERIOR

## Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una edificación comercial a un centro promocional de productos orgánicos locales.

AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
MEMORIA GRÀFICA

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala:  
S/E

Fecha:  
2020-1

Lámina:



MAPA DEL ECUADOR- PROVINCIA PICHINCHA



PROVINCIA PICHINCHA



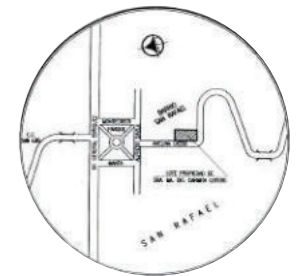
MAPA CANTÓN RUMIÑAHUI



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de productos  
orgánicos locales.

AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
UBICACIÓN

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: S.E	Fecha: 2019
----------------	----------------

Lámina:  
2



CANTÓN RUMIÑAHUI



AVELINA LASSO- ALFREDO DÀVILA



BODY LINE FITNESS CLUB  
AVELINA LASSO- ALFREDO DÀVILA

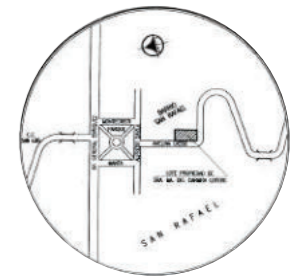


*ucla*

FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de productos  
orgánicos locales.

AUTOR:

MADELINE AUZ

CONTENIDO:

PLANTA SUBSUELO  
ESTADO ACTUAL

ASESORIA:

ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala:

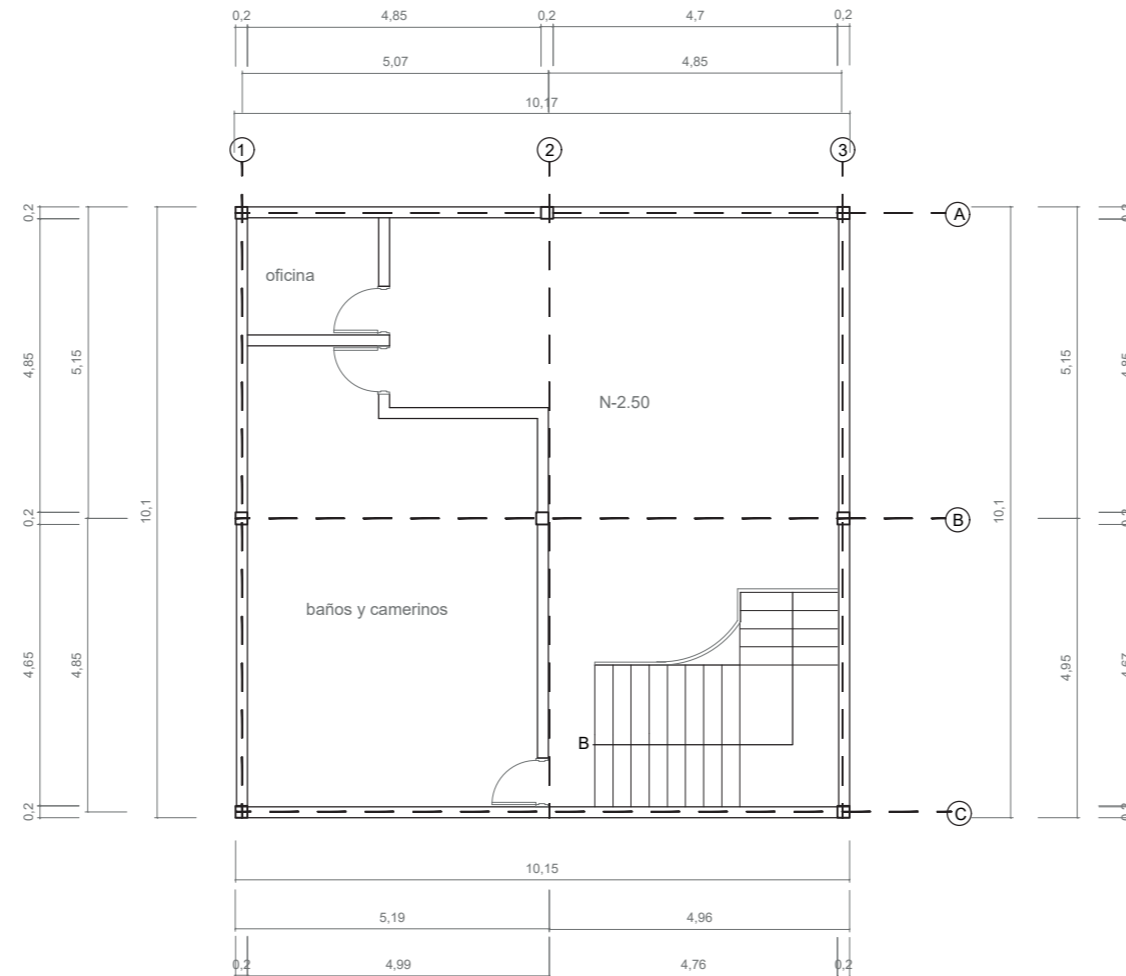
1/125

Fecha:

2020-1

Lámina:

3



PLANTA SUBSUELO ESTADO ACTUAL ESC: 1/125

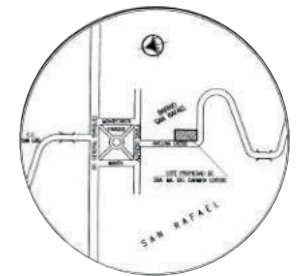


*uola*

FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produ-  
ctos orgánicos locales.

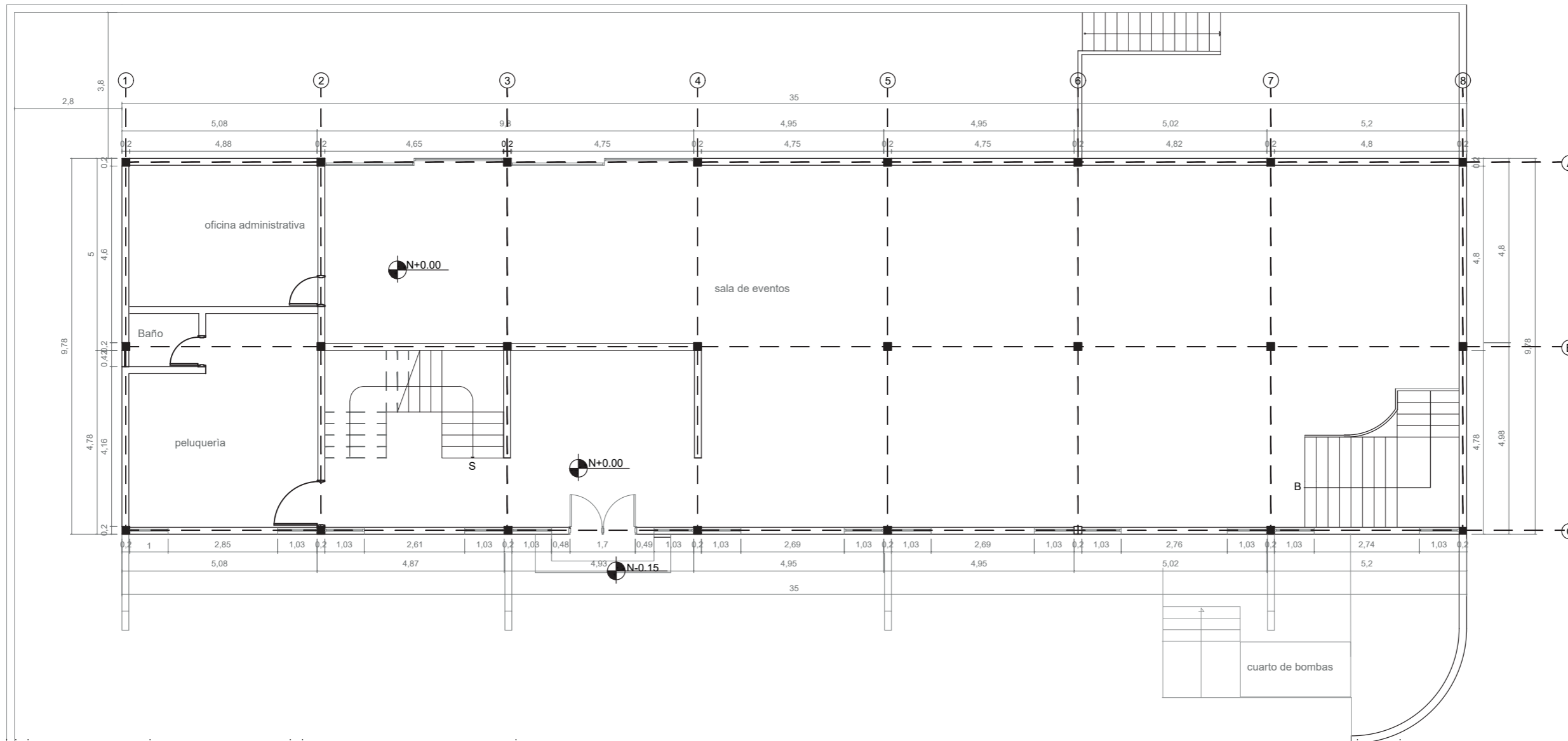
AUTOR:  
**MADLINE AUZ**

CONTENIDO:  
**PLANTA BAJA ACTUAL**

ASESORIA:  
**ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ**

Escala: 1/125	Fecha: 2020-1
------------------	------------------

Lámina:  
4



PLANTA BAJA ESTADO ACTUAL ESC: 1/125

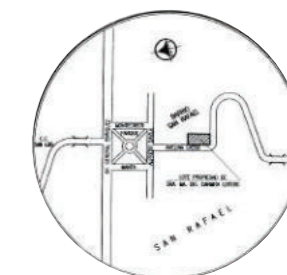


*ucla*

FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de productos  
orgánicos locales.

AUTOR:

MADELINE AUZ

CONTENIDO:

PLANTA ALTA ACTUAL

ASESORIA:

ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala:

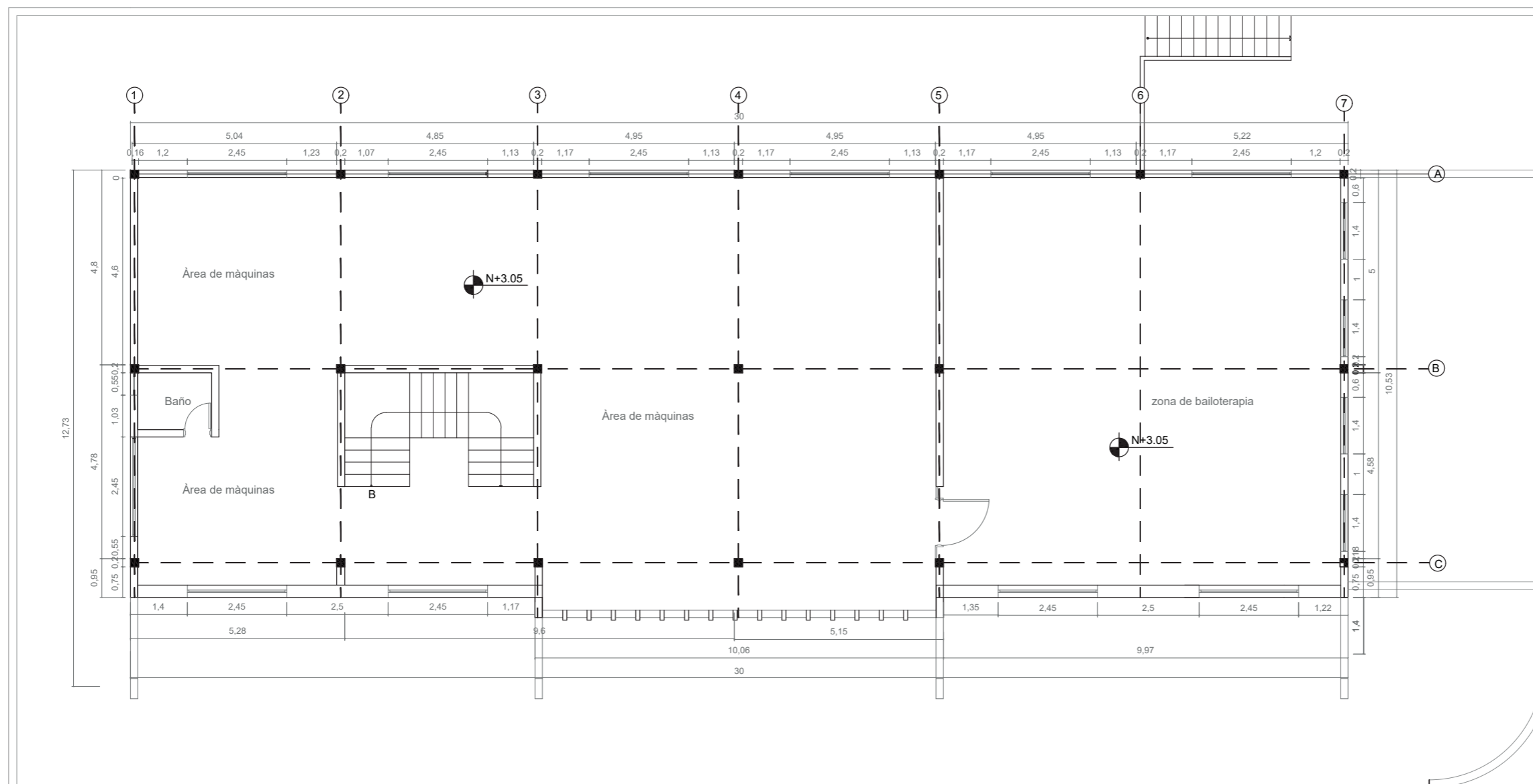
1/125

Fecha:

2020-1

Lámina:

5



PLANTA ALTA ESTADO ACTUAL ESC: 1/125



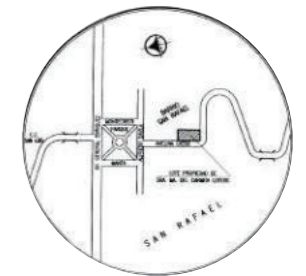


*uol/a*

FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de productos  
orgánicos locales.

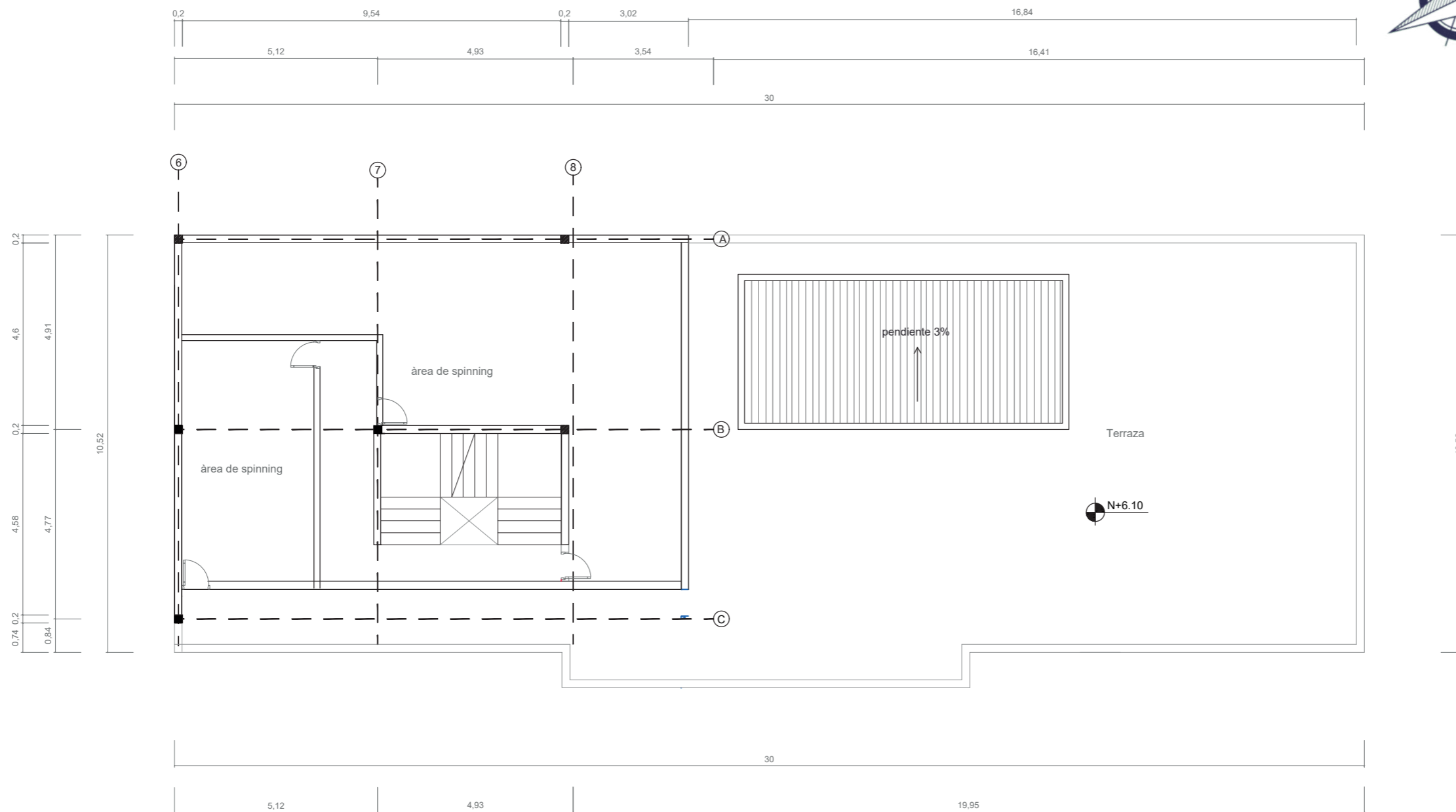
AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
PLANTA TERRAZA  
ESTADO ACTUAL

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/125	Fecha: 2020-1
------------------	------------------

Lámina:  
6



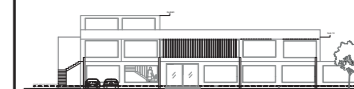
PLANTA TERRAZA ESTADO ACTUAL ESC: 1/125



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produc-  
tos orgánicos locales.

AUTOR:

MADELINE AUZ

CONTENIDO:

FACHADAS ACTUALES

ASESORIA:

ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala:

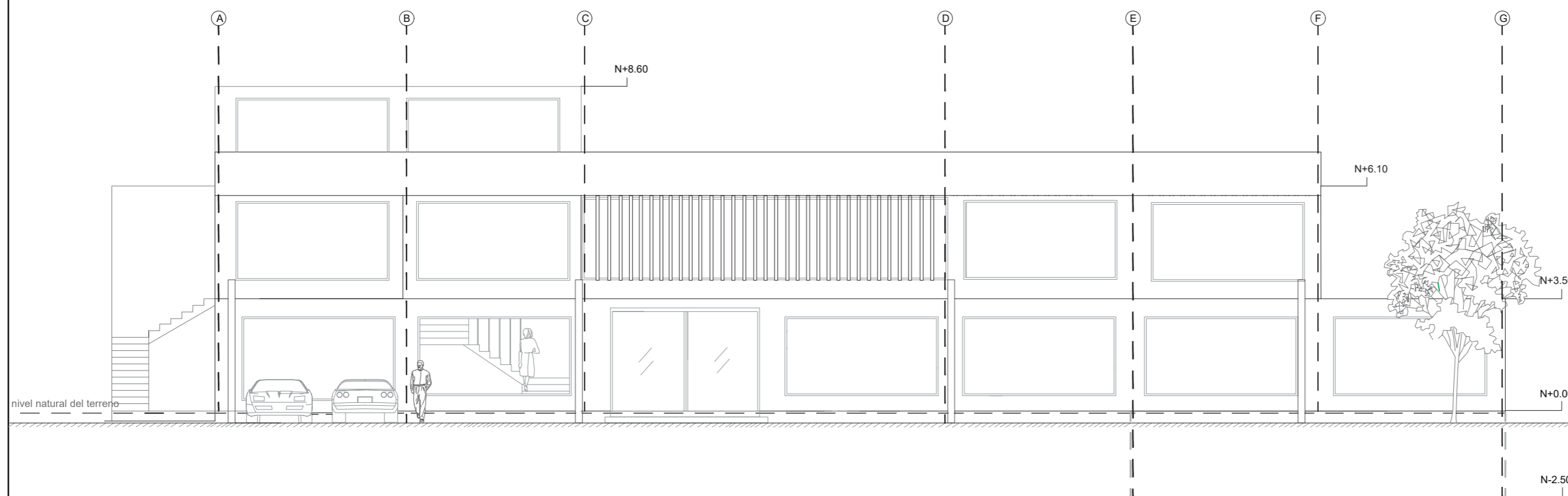
1/125

Fecha:

2020-1

Lámina:

7



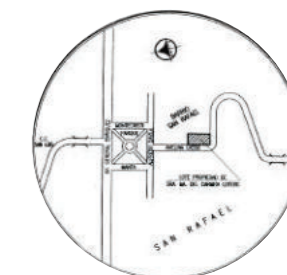
FACHADA NORTE ESTADO ACTUAL ESC: 1/125



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produc-  
tos orgánicos locales.

AUTOR:

MADLINE AUZ

CONTENIDO:

FACHADA LATERAL  
DERECHA ACTUAL

ASESORIA:

ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala:

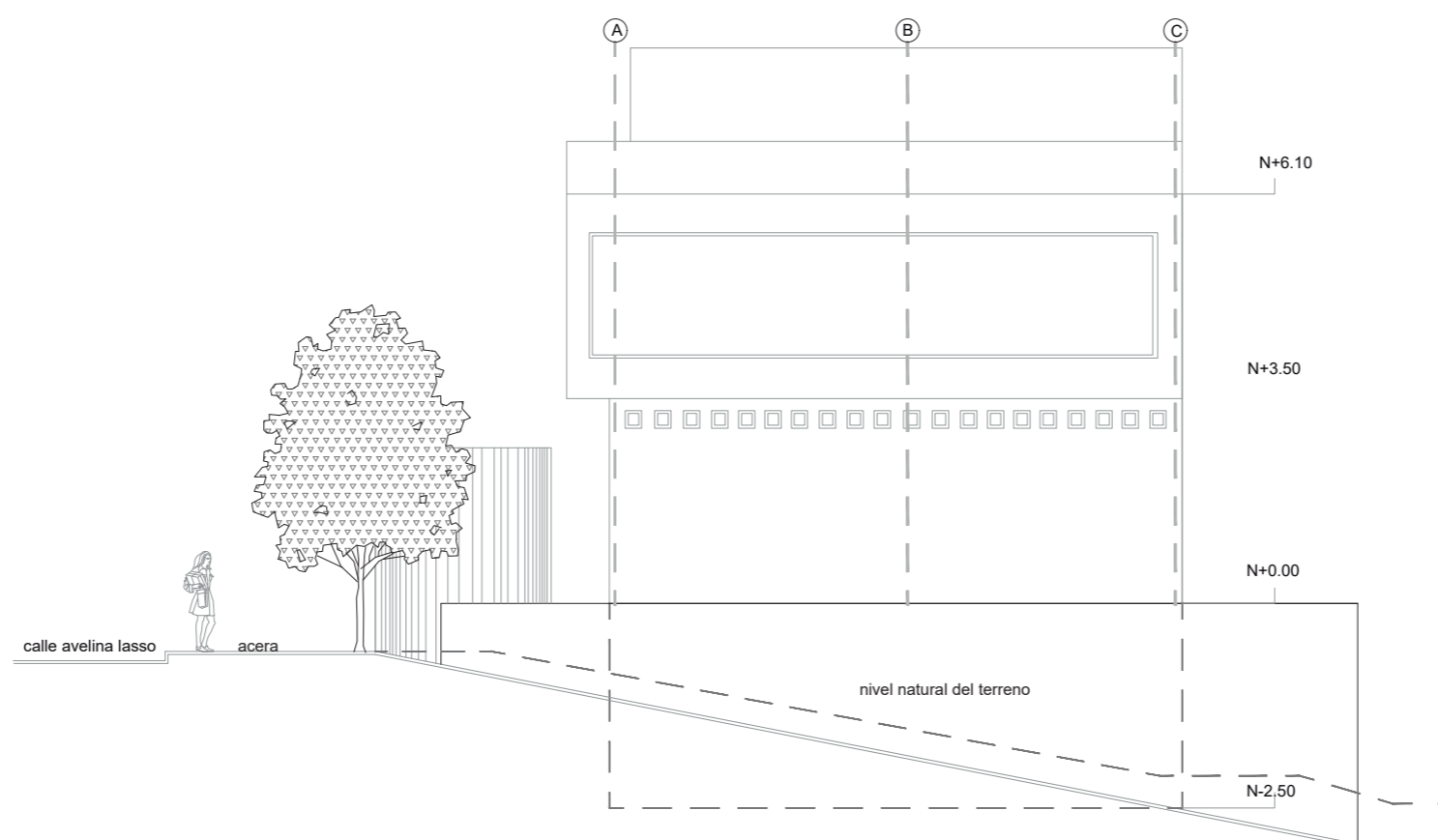
1/125

Fecha:

2020-1

Lámina:

8



FACHADA LATERAL DERECHA ESTADO ACTUAL ESC: 1/125

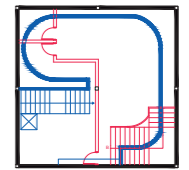


*ucla*

FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de productos  
orgánicos locales.

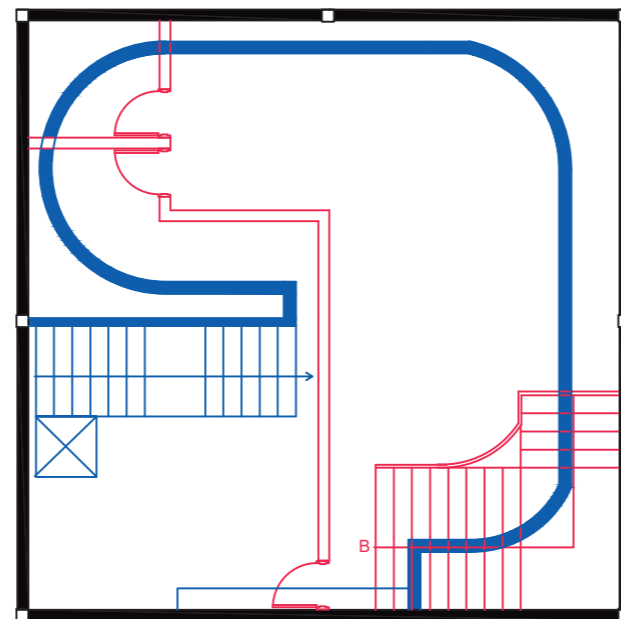
AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
PLANTA SUBUELO  
DERROCAMIENTO

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/125	Fecha: 2020-1
------------------	------------------

Lámina:  
9



PLANTA SUBUELO DERROCAMIENTO ESC: 1/125

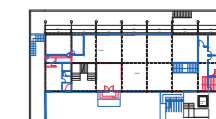
- Lo que se construye
- Lo que se derroca
- Lo que se mantiene

*uda*

FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produ-  
ctos orgánicos locales.

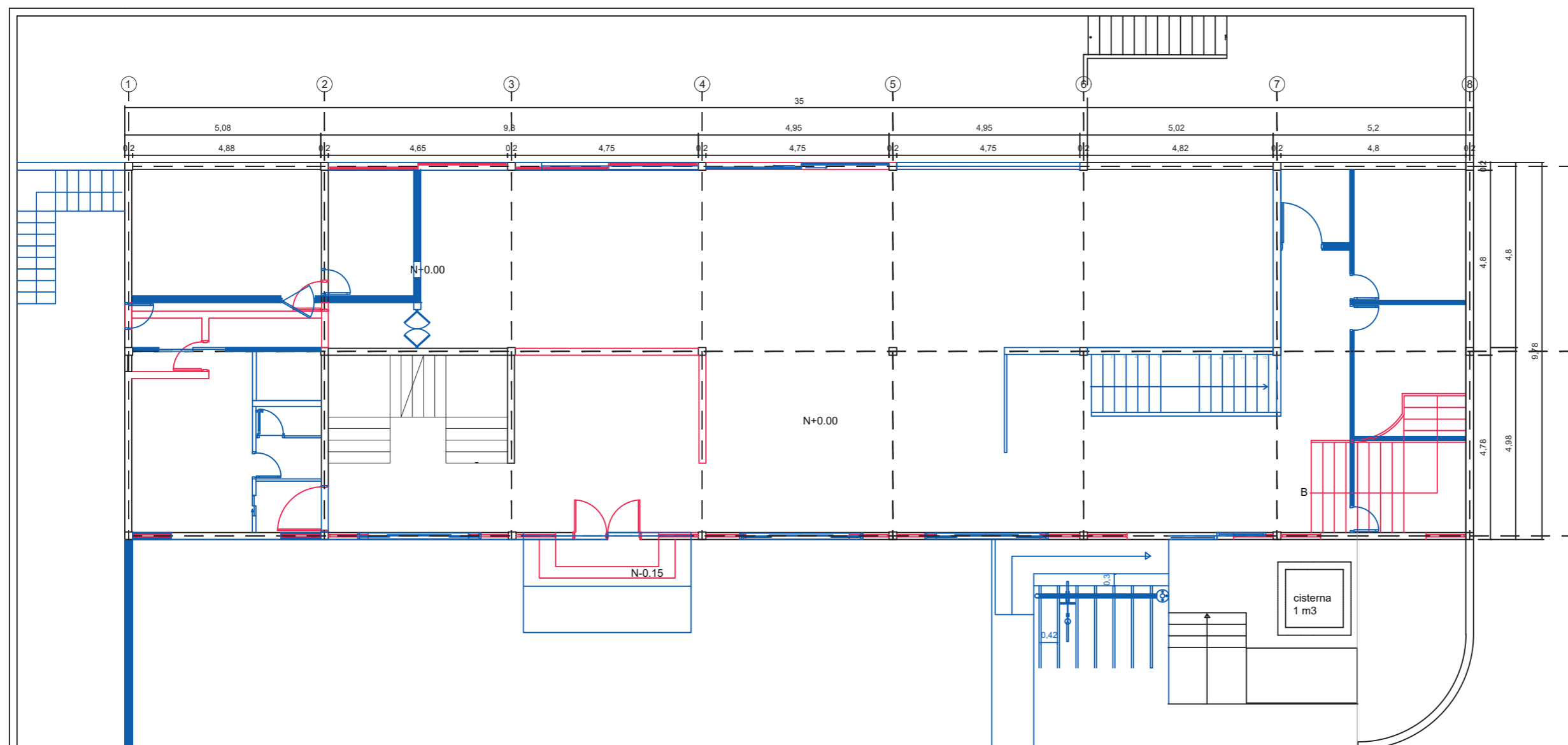
AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
PLANTA BAJA  
DERROCAMIENTO

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/125	Fecha: 2020-1
------------------	------------------

Lámina:  
10



- Lo que se construye
- Lo que se derroca
- Lo que se mantiene

PLANTA BAJA DERROCAMIENTO ESC: 1/125

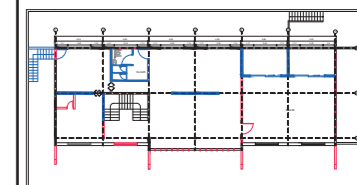


*uda*

FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produc-  
tos orgánicos locales.

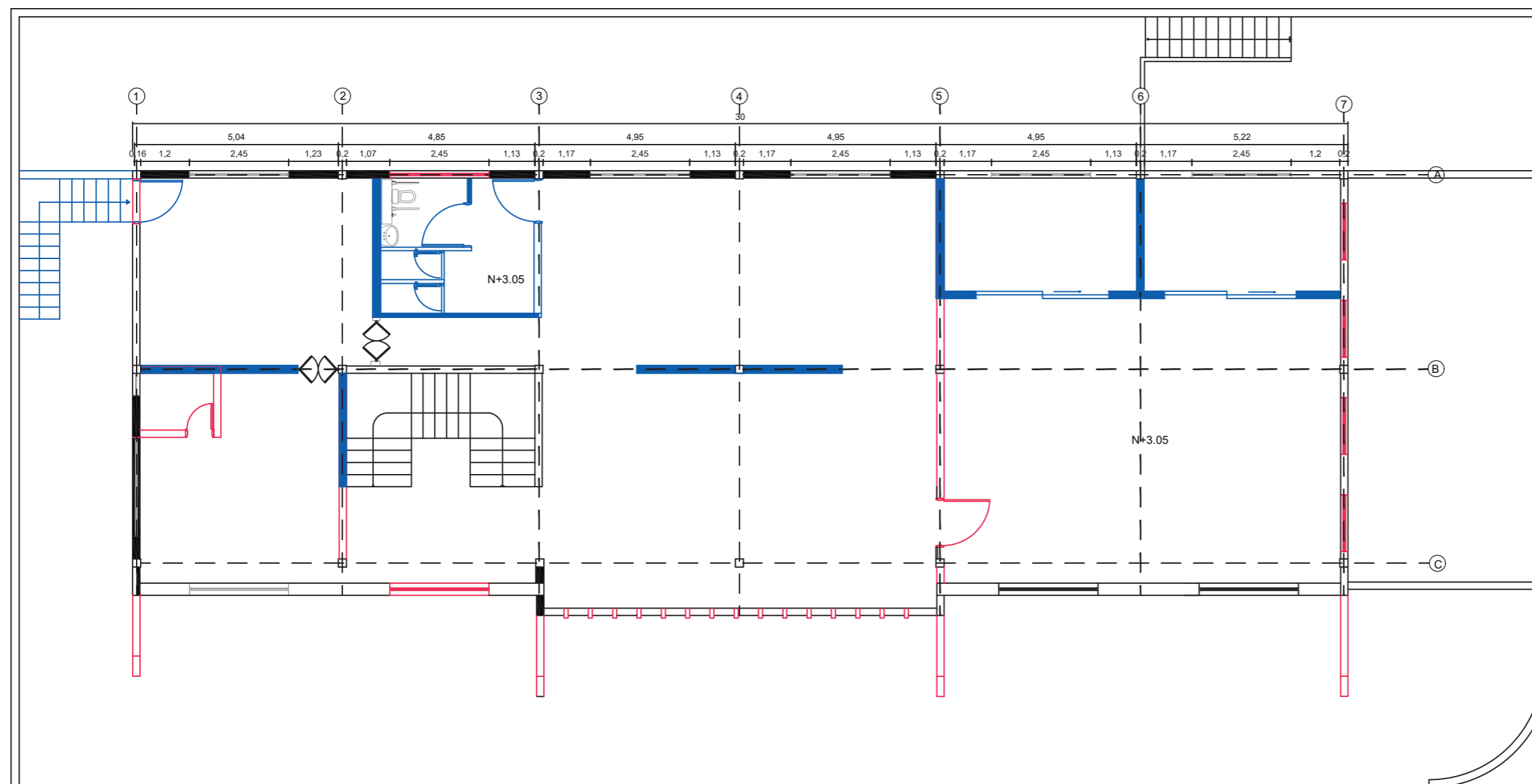
AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
PLANTAS ALTA  
DERROCAMIENTO

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/125	Fecha: 2020-1
------------------	------------------

Lámina:  
11



PLANTA ALTA DERROCAMIENTO ESC: 1/125

- Lo que se construye
- Lo que se derroca
- Lo que se mantiene

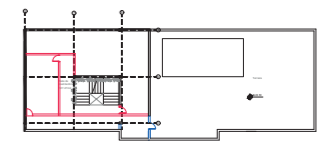


*uda*

FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produ-  
tos orgánicos locales.

AUTOR:

MADELINE AUZ

CONTENIDO:

PLANTA TERRAZA  
DERROCAMIENTO

ASESORIA:

ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala:

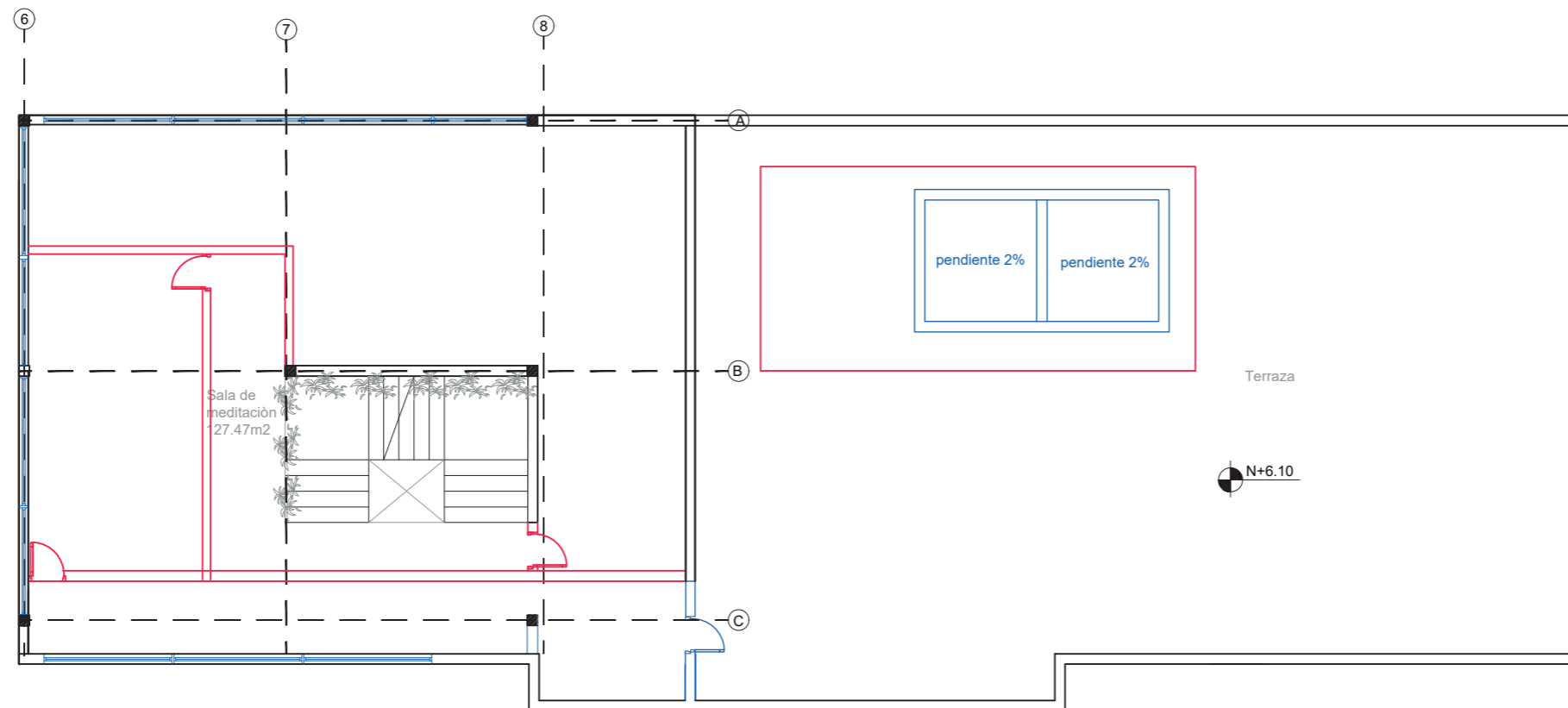
1/125

Fecha:

2020-1

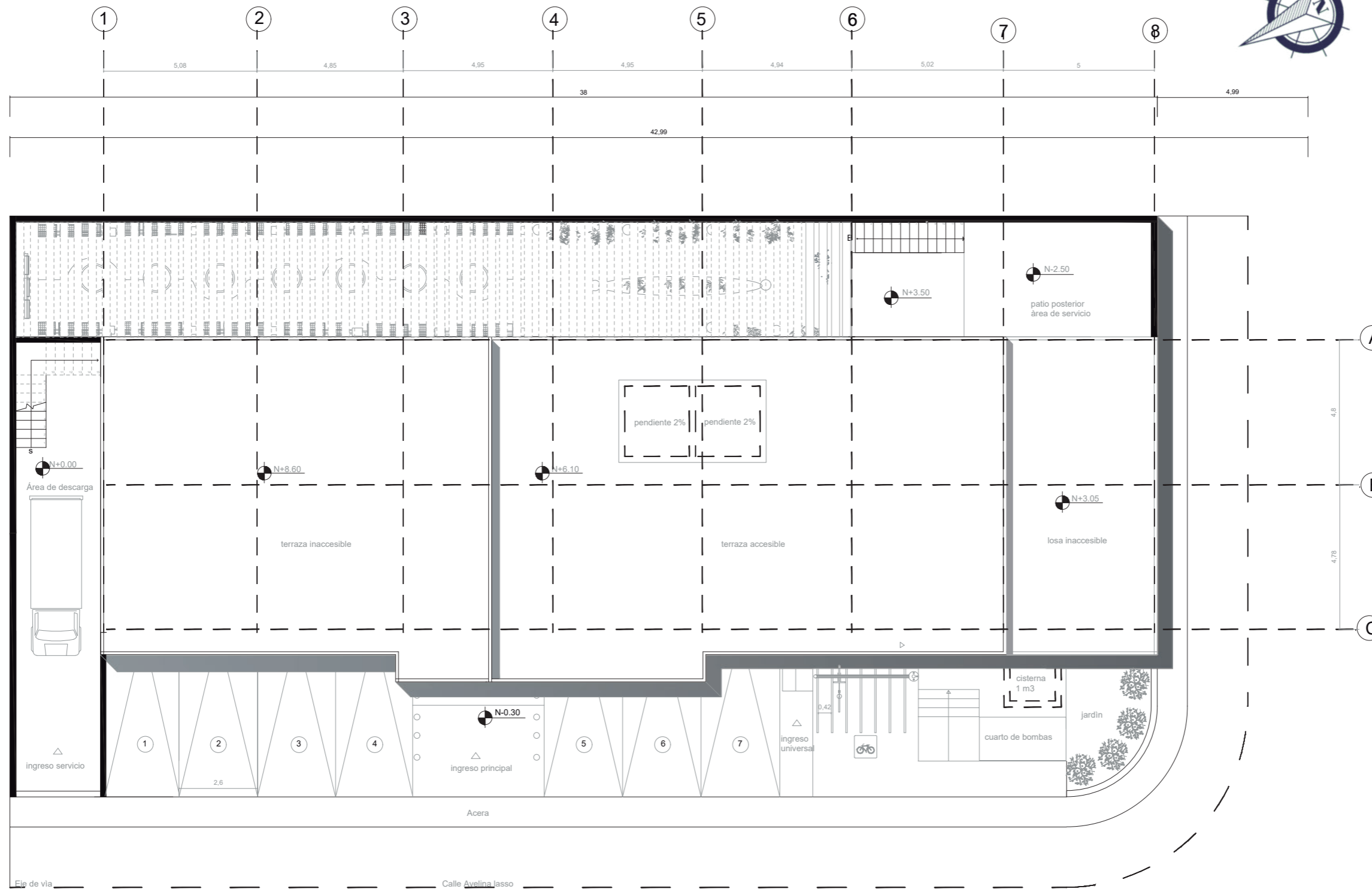
Lámina:

12



PLANTA TERRAZA DERROCAMIENTO ESC: 1/125

- Lo que se construye
- Lo que se derroca
- Lo que se mantiene



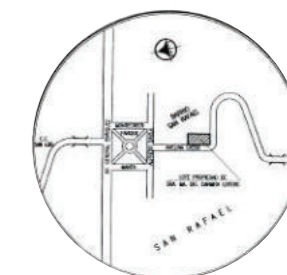
IMPLANTACIÓN ESC 1/150



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produc-  
tos orgánicos locales.

AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
IMPLANTACIÓN

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/150	Fecha: 2019
------------------	----------------

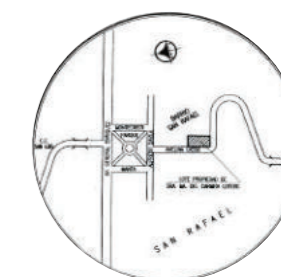
Lámina:  
13





FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO  
ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produc-  
tos orgánicos locales.

AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
PLANTAS ARQUITECTÒNICAS

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/125  
Fecha: 2019

Lámina:  
14

### CUADRO DE ÁREAS

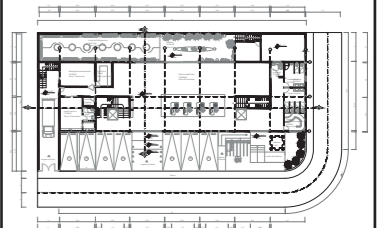
CUADRO DE ÁREAS												
PROPIETARIO: GAONA JARAMILLO ULVIA NOHEMY						IRM: _____		FECHA:				
CLAVE CATASTRAL: 050304005000			# PREDIO: 0009407		ZONA ADMINISTRATIVA: Municipio Rumiñahui			PARROQUIA: SAN RAFAEL				
ZONIFICACIÓN: A502-60			ÁREA DE TERRENO: 700 m2		ÁREA A UTILIZAR : 1043 m2		# UNIDADES:		USO PRINCIPAL: COMPLEJO RECREATIVO			
PISO	NIVEL	USOS	UNIDADES	ÁREA ÚTIL O COMPUTABLE	ÁREA NO COMPUTABLE		ÁREA BRUTA TOTAL	ÁREA A ENAJENAR		ÁREAS COMUNALES		
					CONSTRUIDA	ABIERTA		CONSTRUIDA	ABIERTA	CONSTRUIDA	ABIERTA	
1	N- 2.50	CAVA DE VINOS ORGÁNICOS		95.69m2			95.69 m2					
2	N+ - 0.00	BAÑOS MUJERES		9.88 m2			9.79 m2					
		BAÑOS HOMBRES		9.88 m2			9.79 m2					
		BAÑO UNIVERSAL		3.39 m2			3.39 m2					
		SALA DE EXHIBICIÓN		146.88m2			146.88 m2	146.88 m2				
		TIENDA DE MAQUILLAJE ORGÁNICO		7.10m2			6.99m2					
		CUARTO FRÍO		7.24 m2			7.24 m2					
		BODEGA				16.28m2		16.28 m2	16.28m2			
		CUARTO DE SERVICIO				14.62 m2		14.62 m2				
		HUERTOS HIDROPÒNICOS					64.61m2	64.61 m2				
HUERTOS					40.26 m2	40.26 m2						
3	N+ - 3.05	CAFETERIA 1		25,67 m2			25,67 m2					
		CAFETERIA 2		75.53 m2			75.53m2					
		COCINA		13.29 m2			13.29m2					
		BAÑOS		12.60m2			12.60m2					
		SALA DE USO MÚLTIPLE		69.34m2			69.34 m2					
		SALA HEALTH COACHING		13.20 m2			13.20 m2					
		TALLER DE COCINA		32.17 m2			32.17 m2					
		ADMINISTRACIÒN		13.38 m2			13.38 m2					
3	N+ - 6.10	SALA DE MEDITACIÒN		129.04 m2			129.04 m2					
		CIRCULACIÒN				101.83 m2	101.83m2					
4	N- 0.30	PARQUEADERO				121.76m2			121.76m2			
		RAMPA+ ÀREA DE BICICLETAS				51.27m2			51.27m2			
SUBTOTAL:												
TOTAL:					800.05 m2	127.87 m2		901.88m2				
COS PB CONSTRUCCIÒN: 38 , 40 %				ÁREA ÚTIL PLANTA BAJA: 822.58 m2				COS PB MUNICIPIO: _____				
COS TOTAL CONSTRUCCIÒN: _____				ÁREA ÚTIL TOTAL:				COS TOTAL MUNICIPIO: _____				



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produ-  
ctos orgánicos locales.

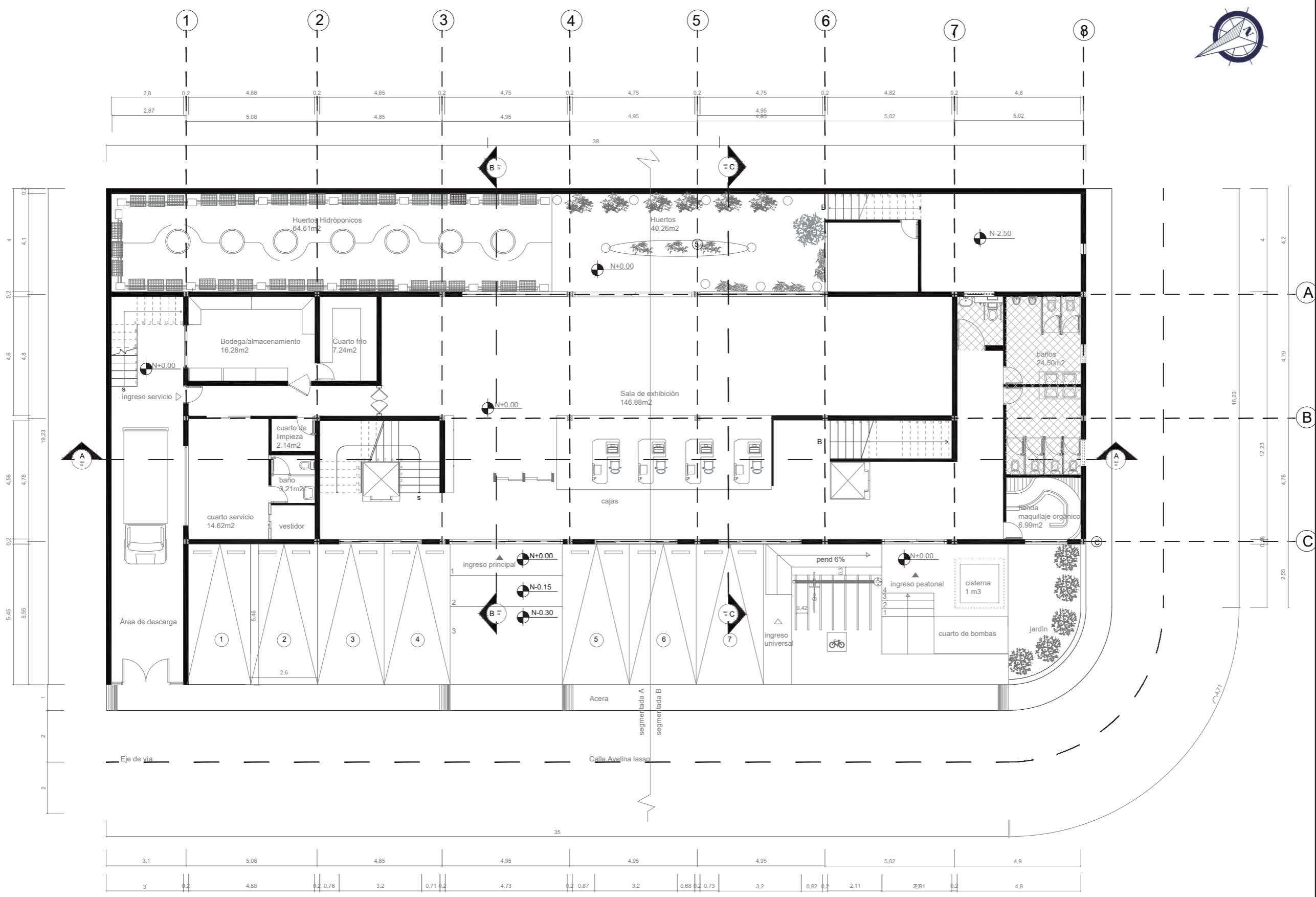
AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
PLANO ARQUITECTÓNICO

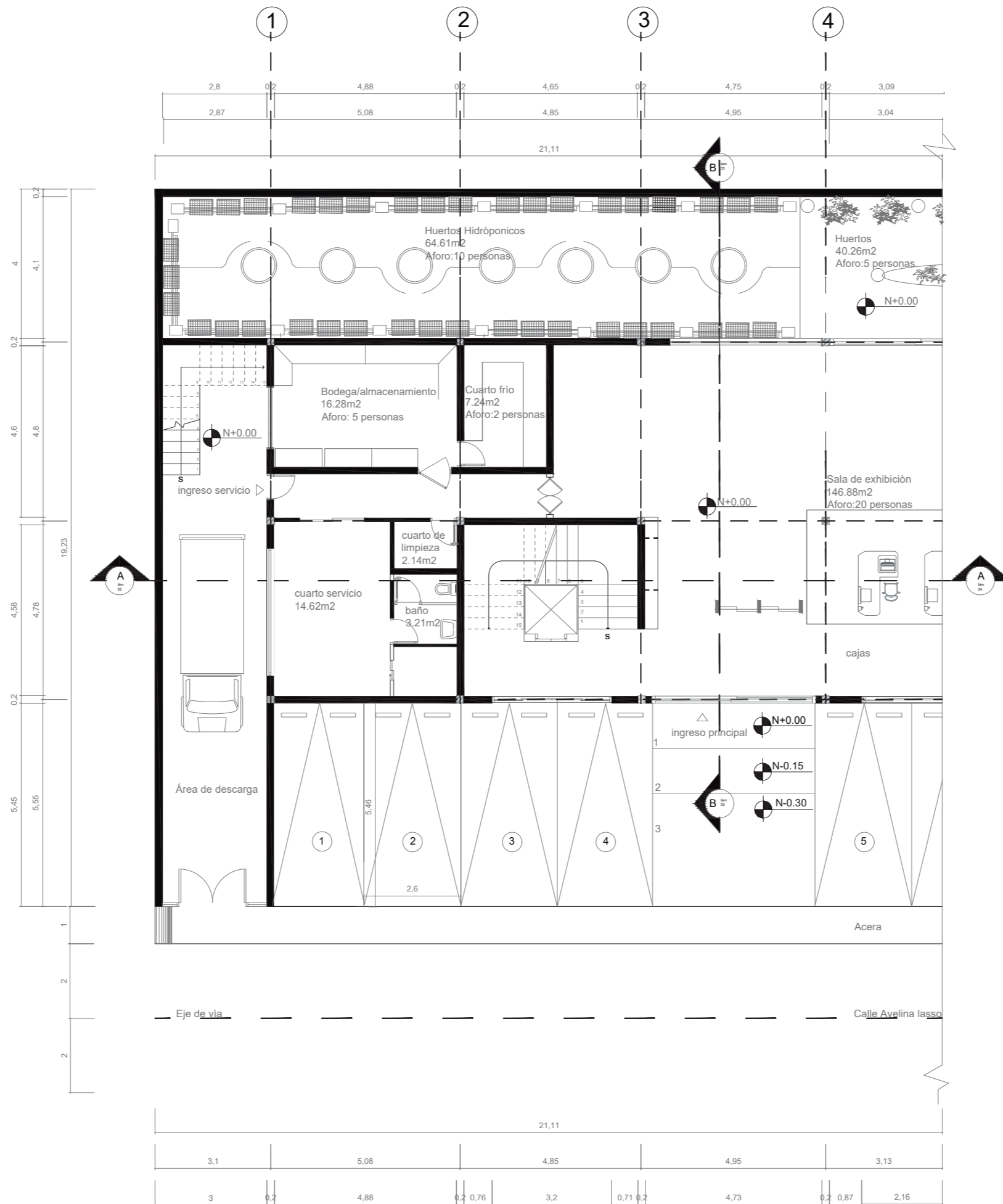
ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/150  
Fecha: 2020-1

Lámina:  
14



PLANTA BAJA ESC: 1/150



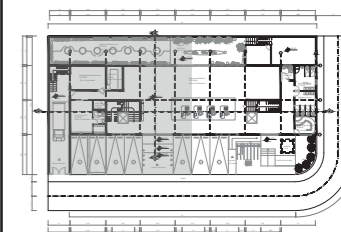
PLANTA BAJA SEGMENTADA LADO A ESC: 1/125



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una edificación comercial a un centro promocional de productos orgánicos locales.

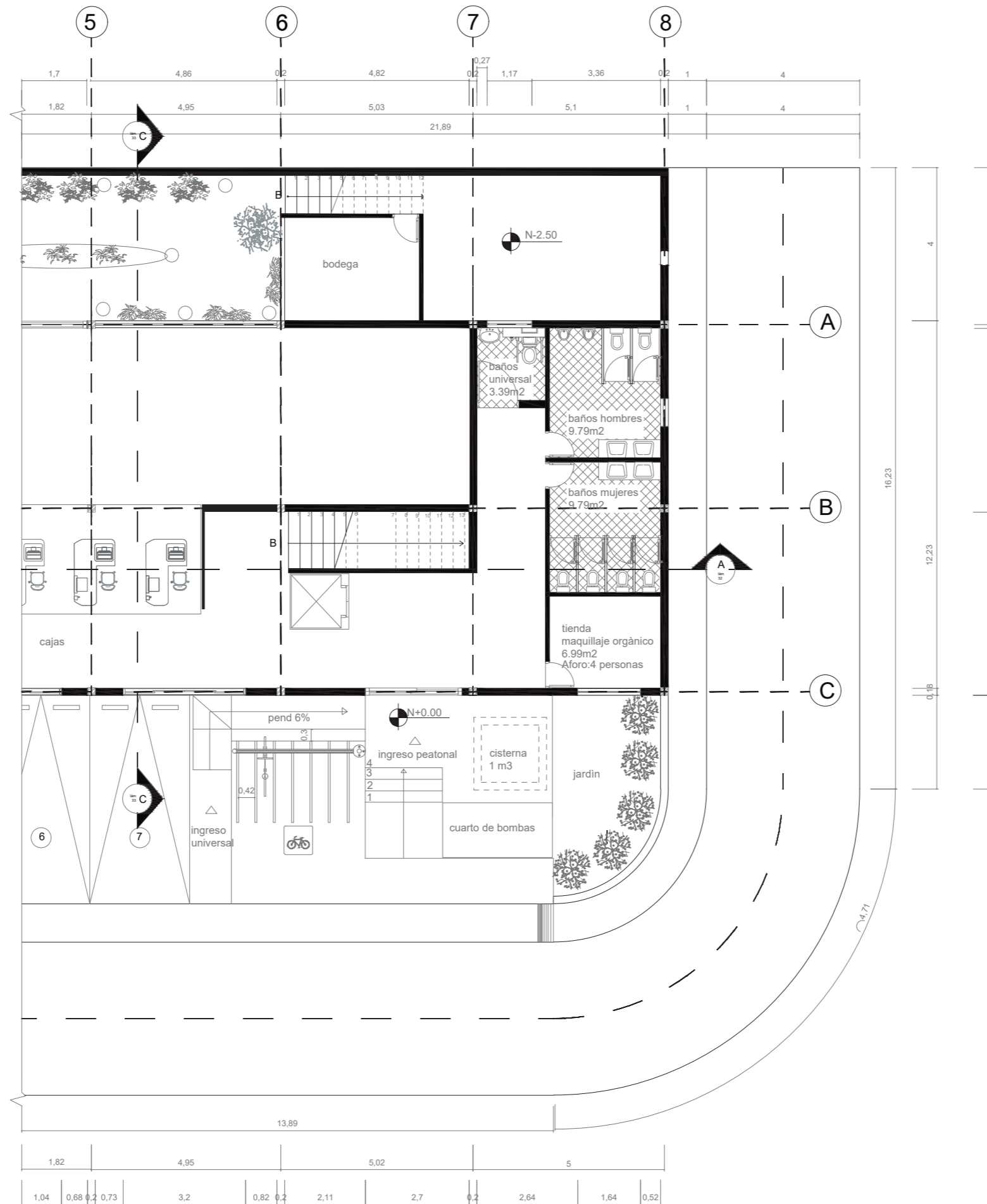
AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
PLANTAS SEGMENTADA

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/125	Fecha: 2020-1
------------------	------------------

Lámina:  
15



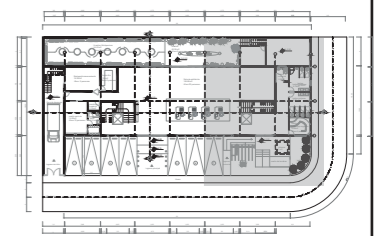
PLANTA BAJA SEGMENTADA LADO B ESC: 1/125



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una edificación comercial a un centro promocional de productos orgánicos locales.

AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
PLANTAS SEGMENTADA

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/125	Fecha: 2020-1
------------------	------------------

Lámina:  
16

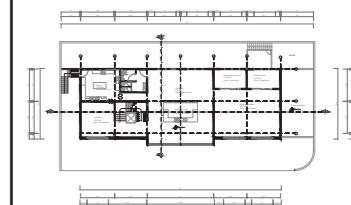


*uola*

FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produ-  
ctos orgánicos locales.

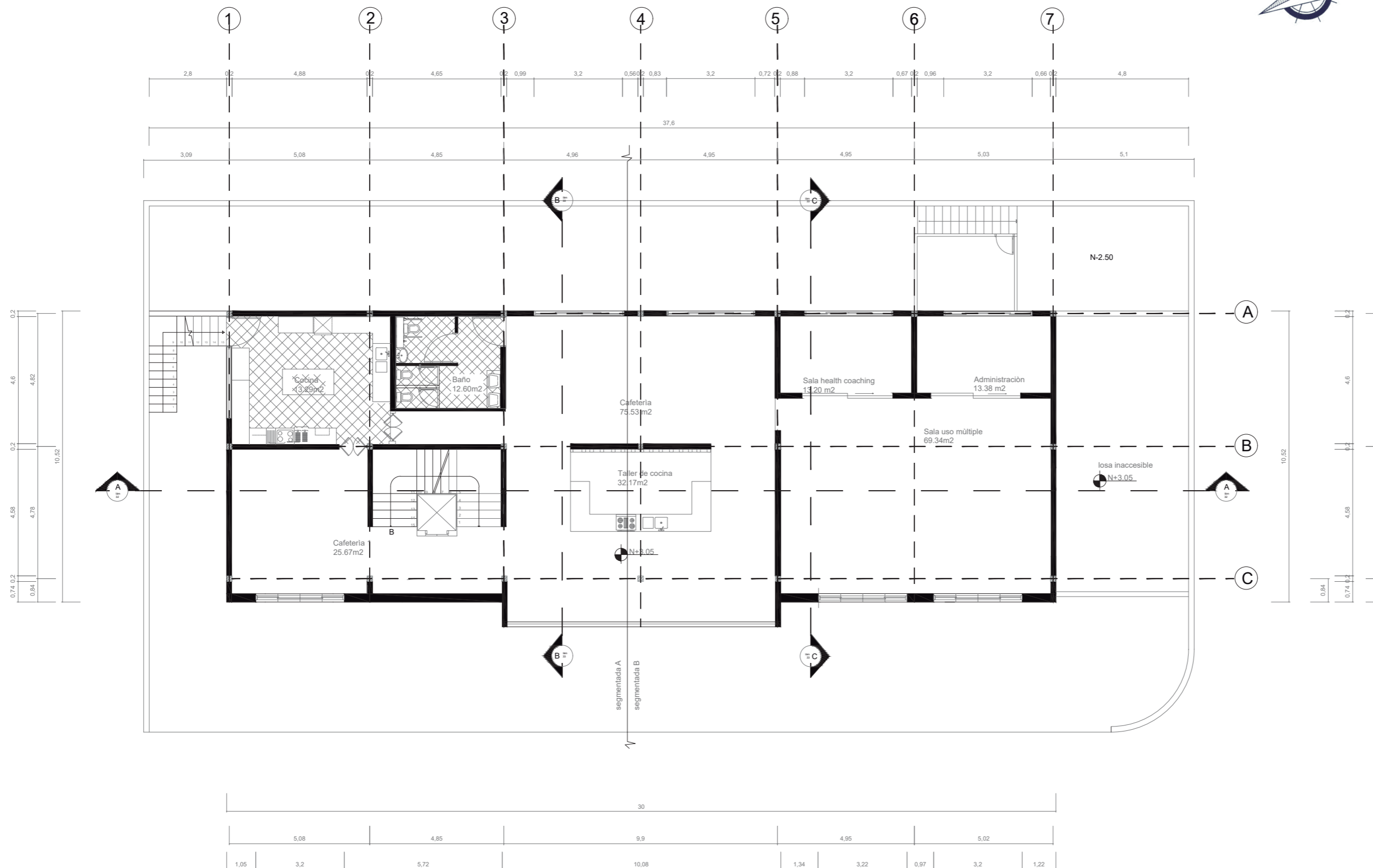
AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
PLANTA ARQUITECTÓNICA  
ALTA

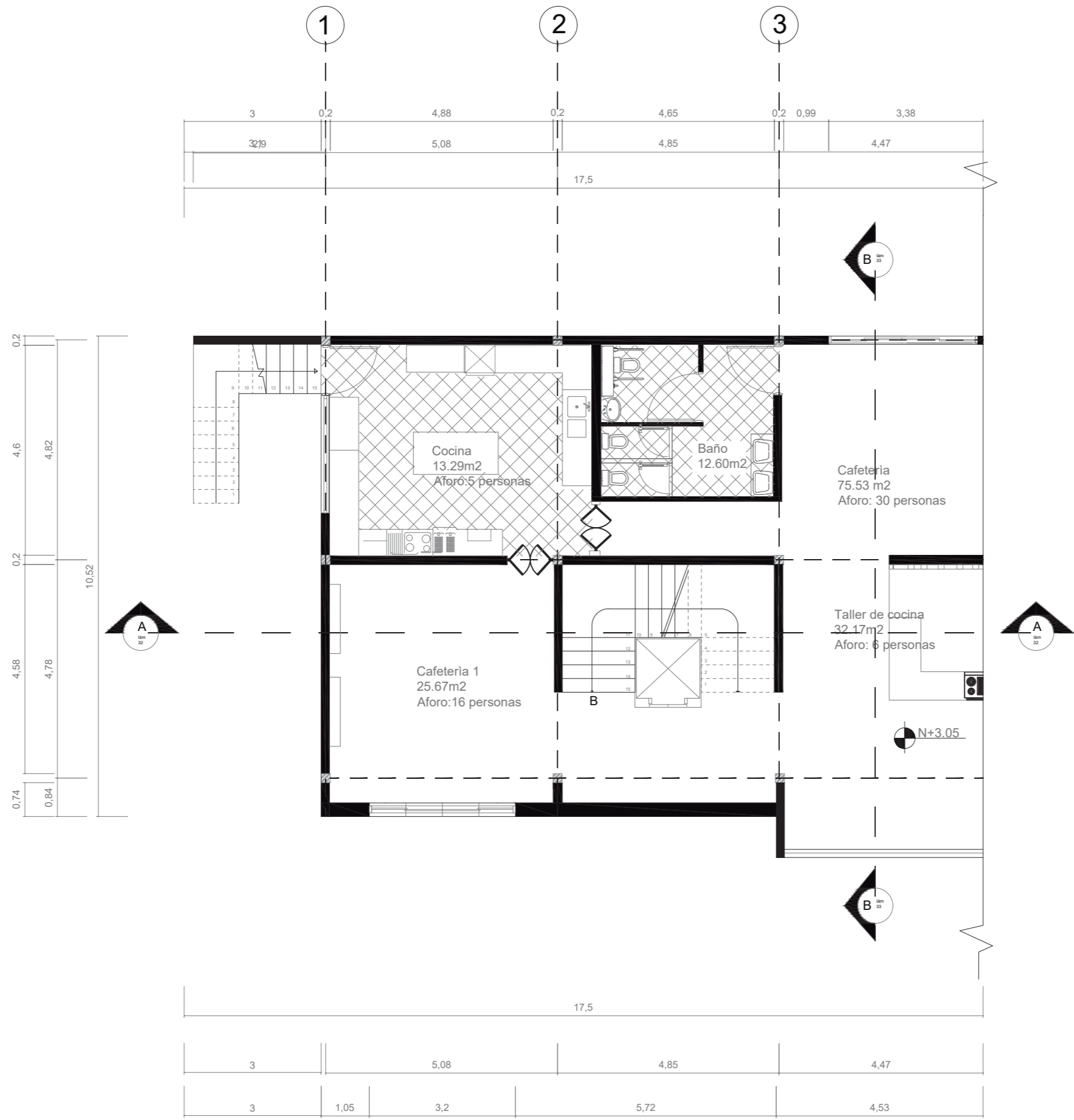
ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/150  
Fecha: 2020-1

Lámina:  
17



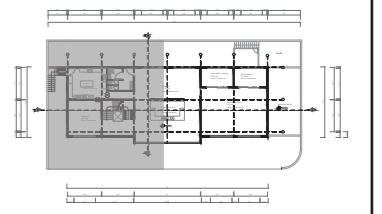
PLANTA ALTA ESC: 1/150



*uda*

FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO  
ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produc-  
tos orgánicos locales.

AUTOR:  
MADELINE AUZ

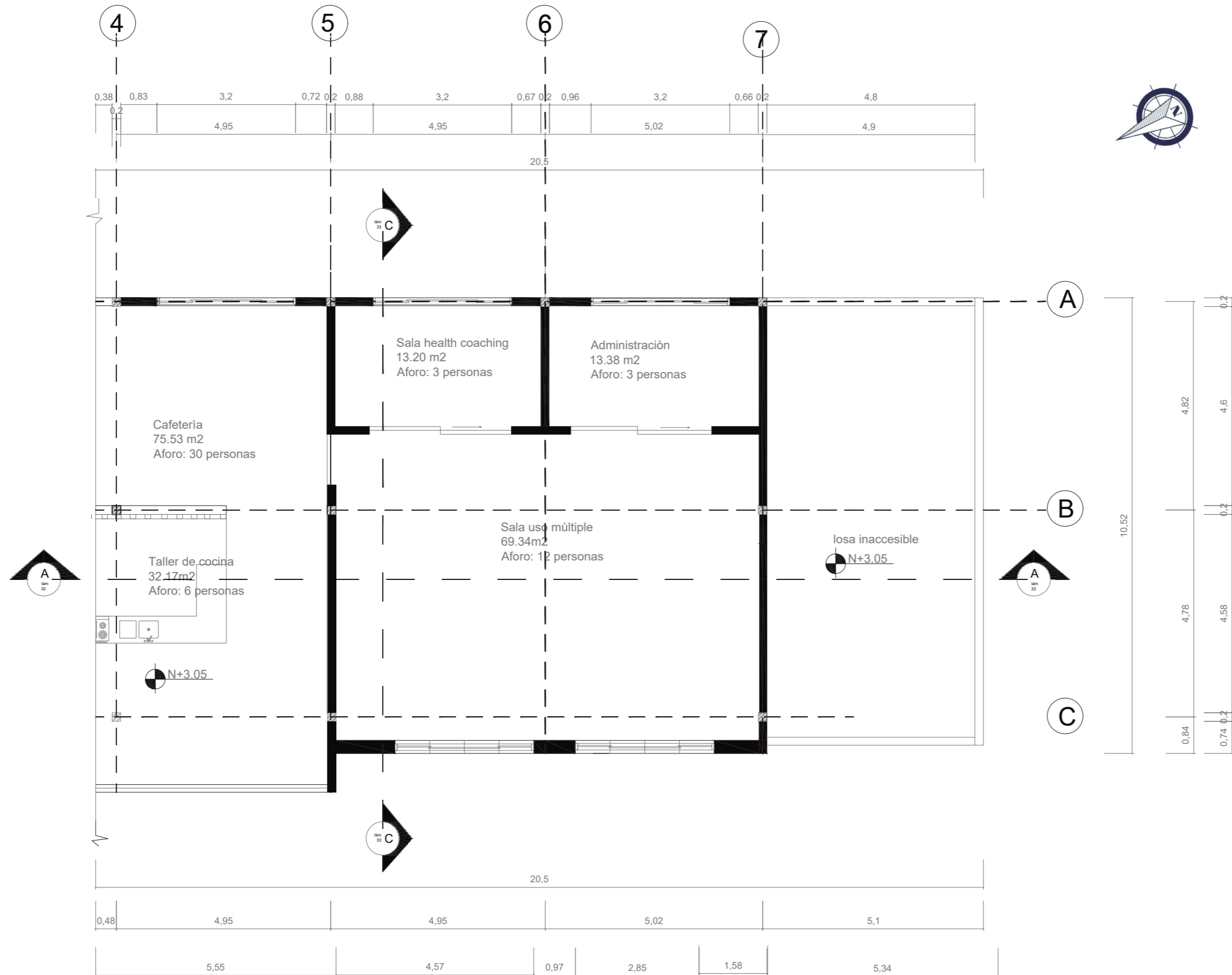
CONTENIDO:  
PLANTA ALTA SEGMENTADA

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/100	Fecha: 2020-1
------------------	------------------

Lámina:  
18

PLANTA SEGMENTADA ESC: 1/100



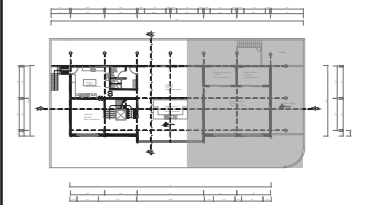
PLANTA SEGMENTADA ESC: 1/100



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una edificación comercial a un centro promocional de productos orgánicos locales.

AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
PLANTA ALTA SEGMENTADA

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/100	Fecha: 2020-1
------------------	------------------

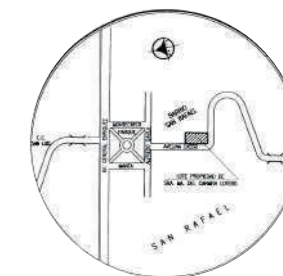
Lámina:  
19

*uola*

FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produc-  
tos orgánicos locales.

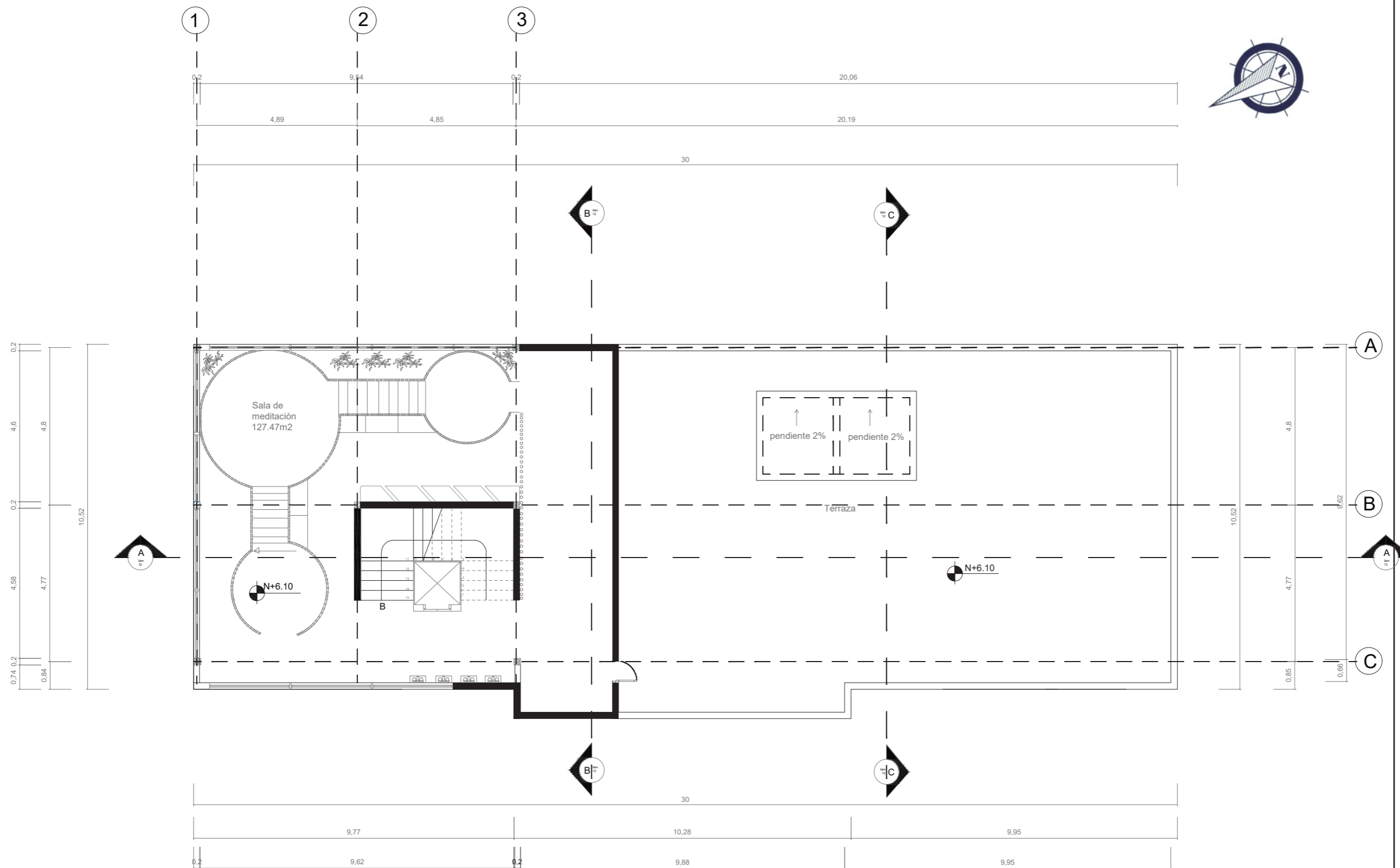
AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
PLANO ARQUITECTÓNICO

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/125	Fecha: 2020-1
------------------	------------------

Lámina:  
20



PLANTA TERRAZA ESC: 1/125

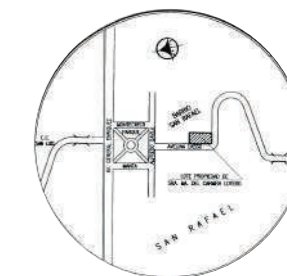




FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de productos  
orgánicos locales.

AUTOR:

MADELINE AUZ

CONTENIDO:

PLANTA SUBSUELO

ASESORIA:

ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala:

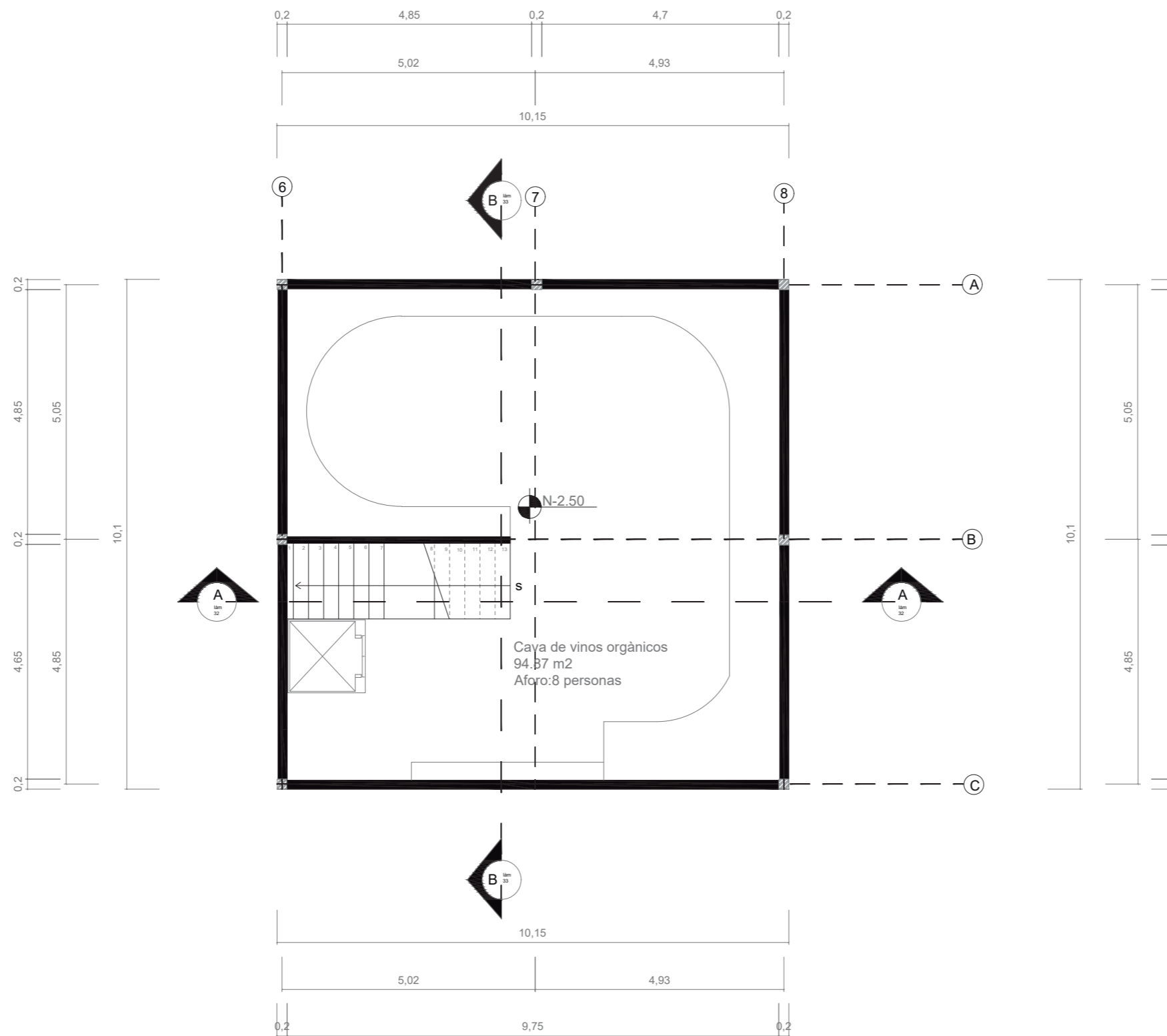
1/100

Fecha:

2020-1

Lámina:

21



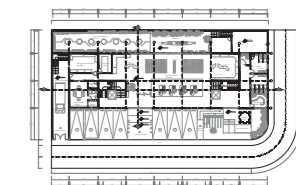
PLANTA SUBSUELO ESC: 1/100



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produ-  
ctos orgánicos locales.

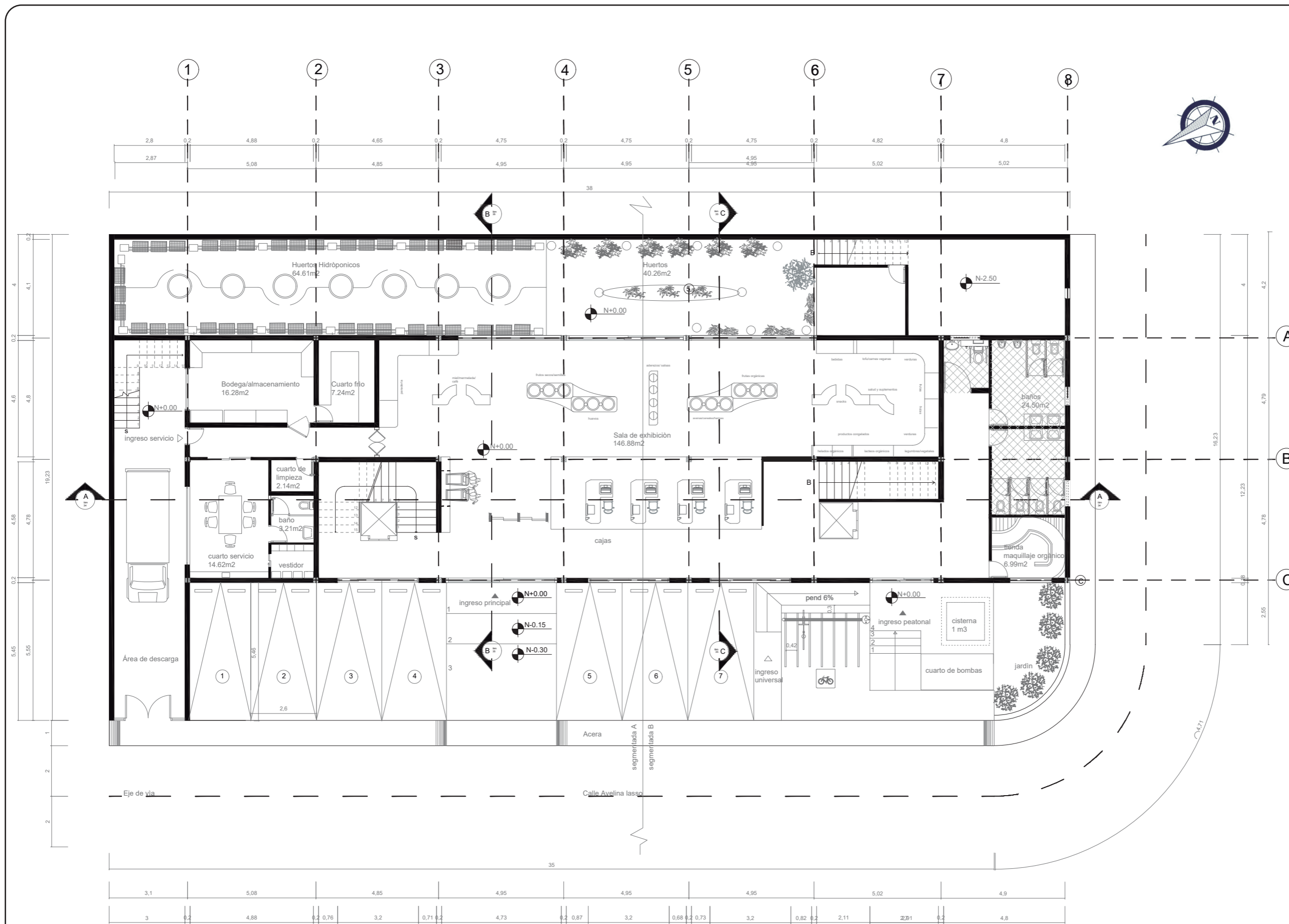
AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
PLANTA BAJA AMOBLADA

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/175  
Fecha: 2020-1

Lámina:  
22



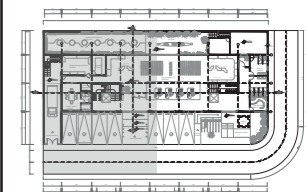
PLANTA BAJA AMOBLADA ESC: 1/150



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produc-  
tos orgánicos locales.

AUTOR:

MADELINE AUZ

CONTENIDO:

PLANTAS BAJA AMOBLADA  
SEGMENTADA

ASESORIA:

ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala:

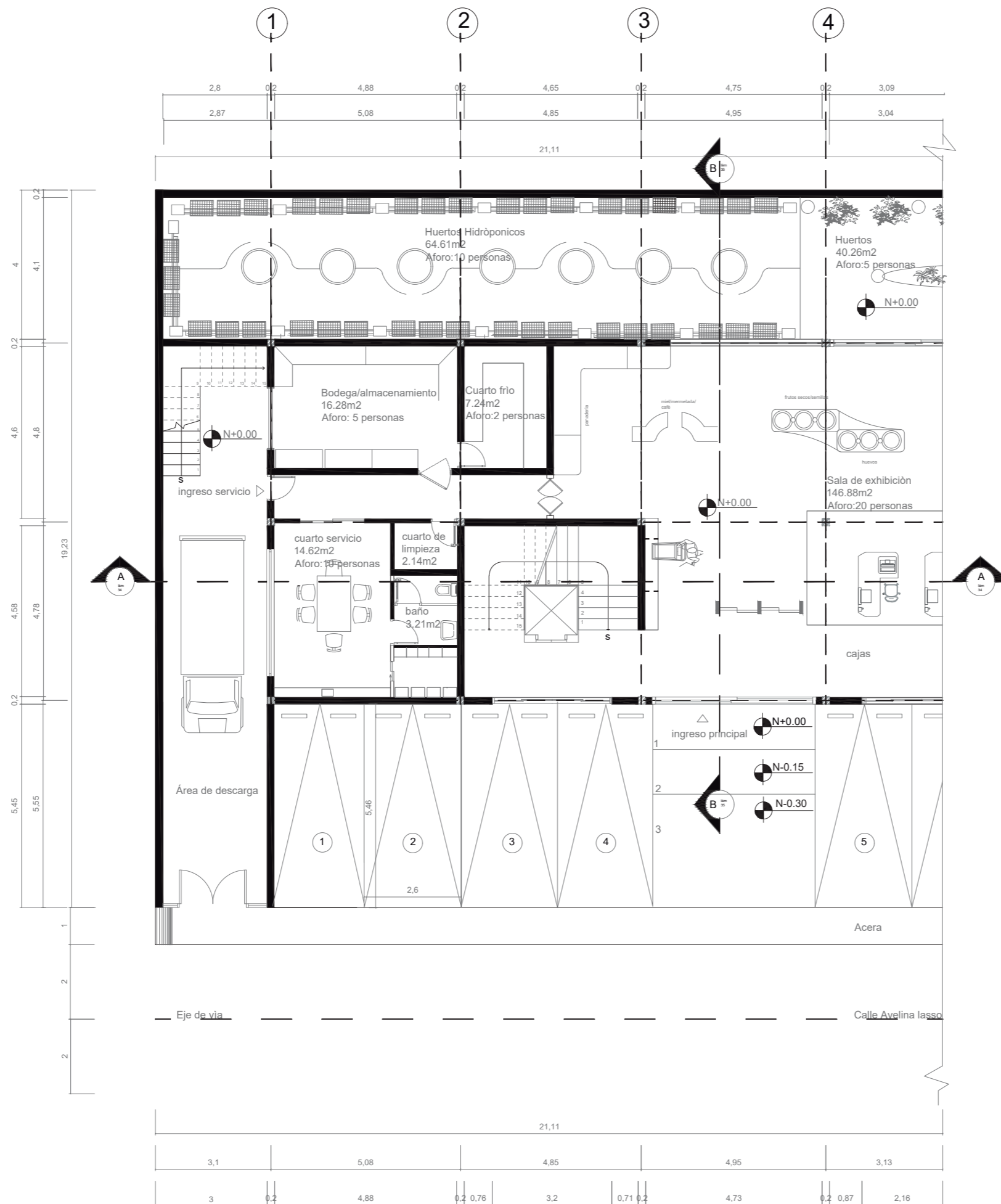
1/125

Fecha:

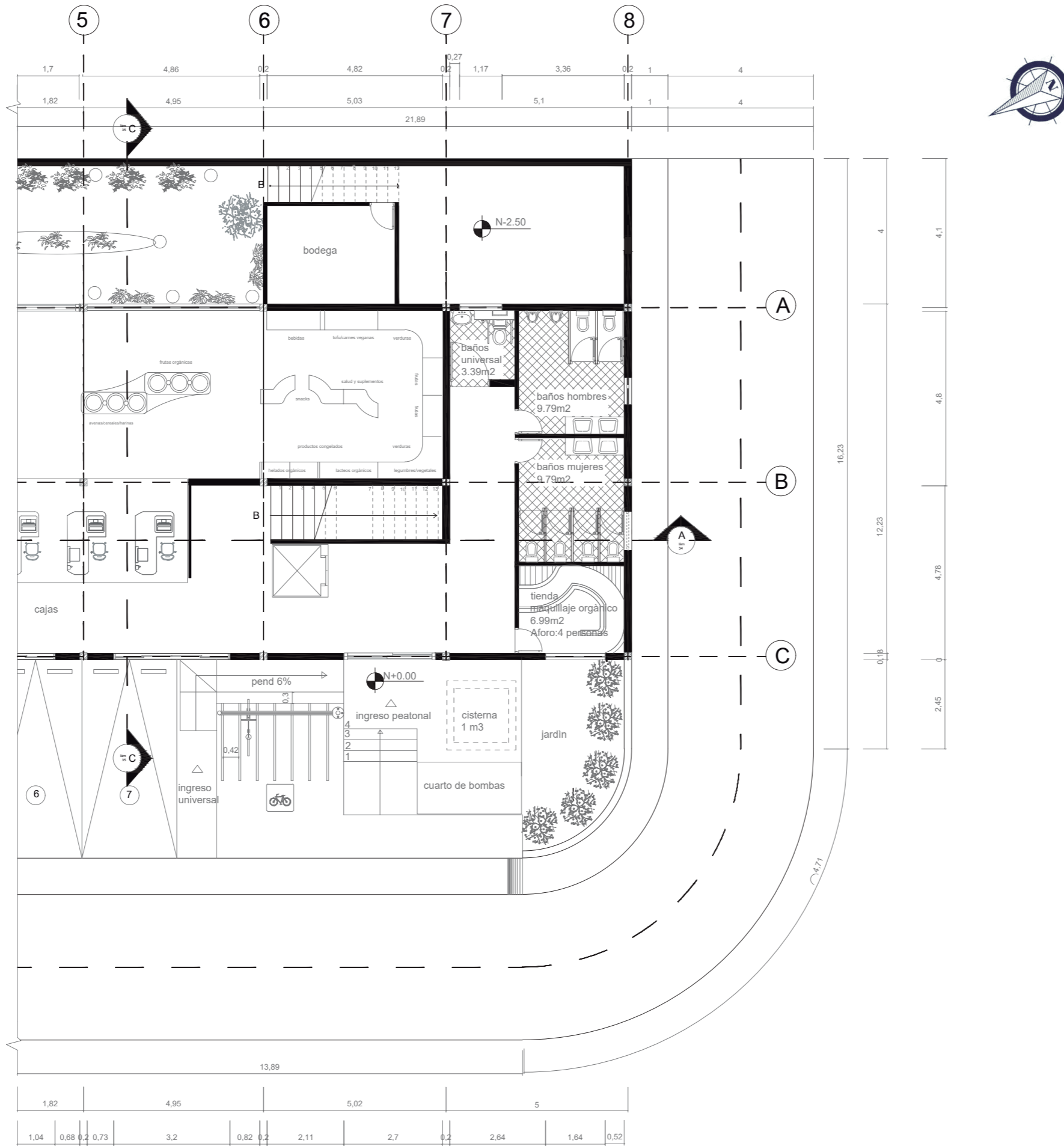
2020-1

Lámina:

23



PLANTA BAJA AMOBLADA SEGMENTADA LADO A ESC: 1/125



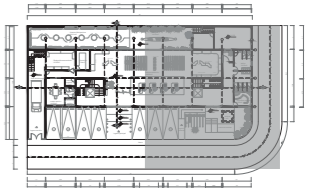
PLANTA BAJA AMOBLADA SEGMENTADA LADO B ESC: 1/125



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una edificación comercial a un centro promocional de productos orgánicos locales.

AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
PLANTAS BAJA AMOBLADA SEGMENTADA

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/125	Fecha: 2020-1
------------------	------------------

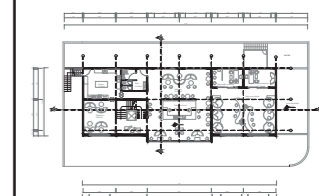
Lámina:  
24



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produ-  
ctos orgánicos locales.

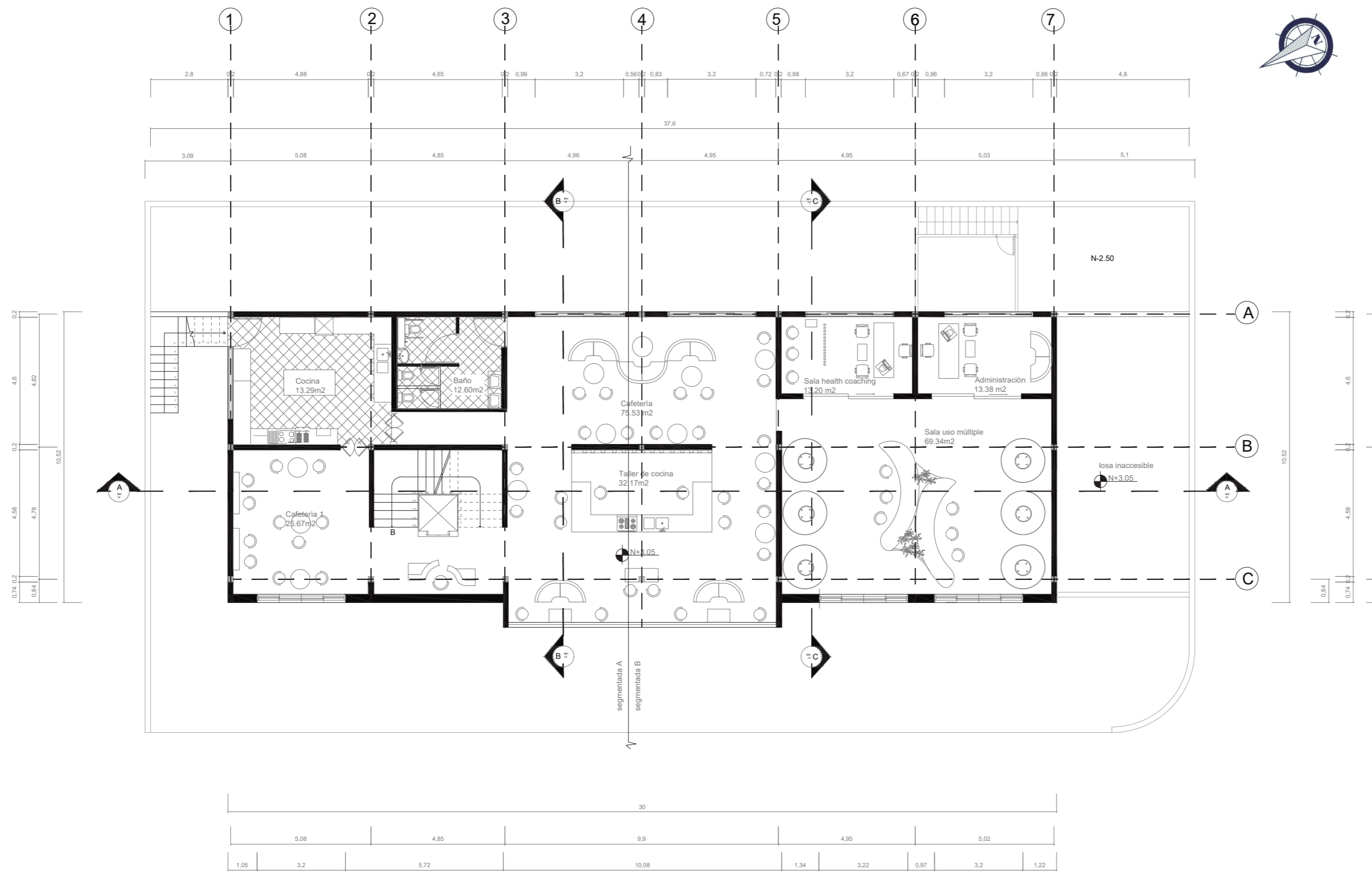
AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
PLANTAS ALTA AMOBLADA

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/150  
Fecha: 2020-1

Lámina:  
25



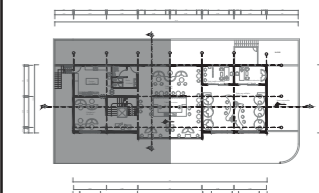
PLANTA ALTA AMOBLADA ESC: 1/150



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de productos  
orgánicos locales.

AUTOR:

MADELINE AUZ

CONTENIDO:

PLANTAS ALTA AMOBLADA  
SEGMENTADA

ASESORIA:

ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala:

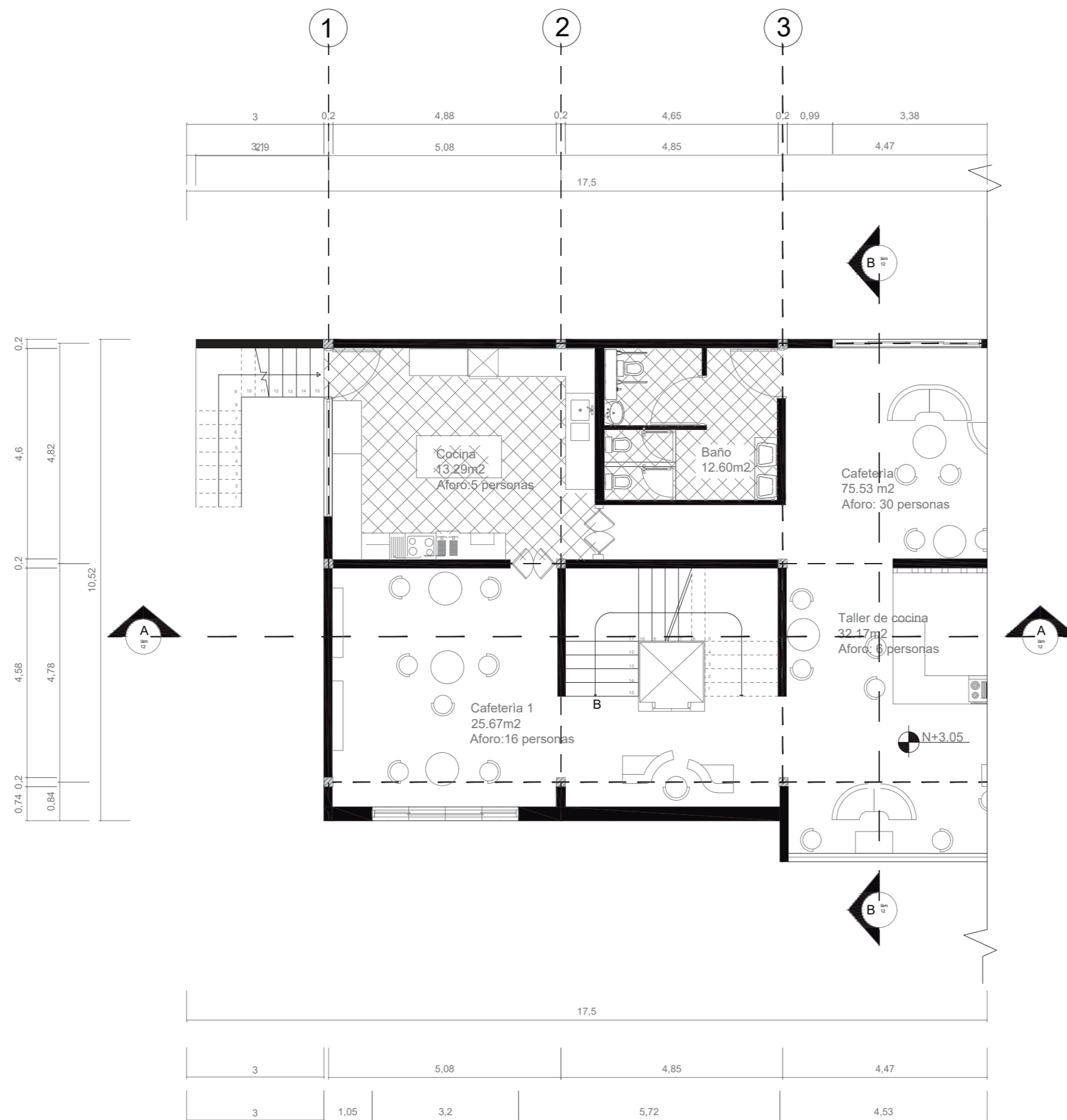
1/100

Fecha:

2020-1

Lámina:

26



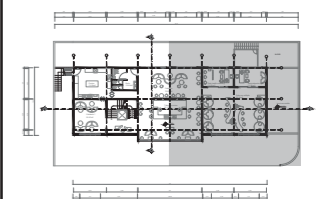
PLANTA ALTA AMOBLADA LADO A SEGMENTADA ESC: 1/100



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produ-  
ctos orgánicos locales.

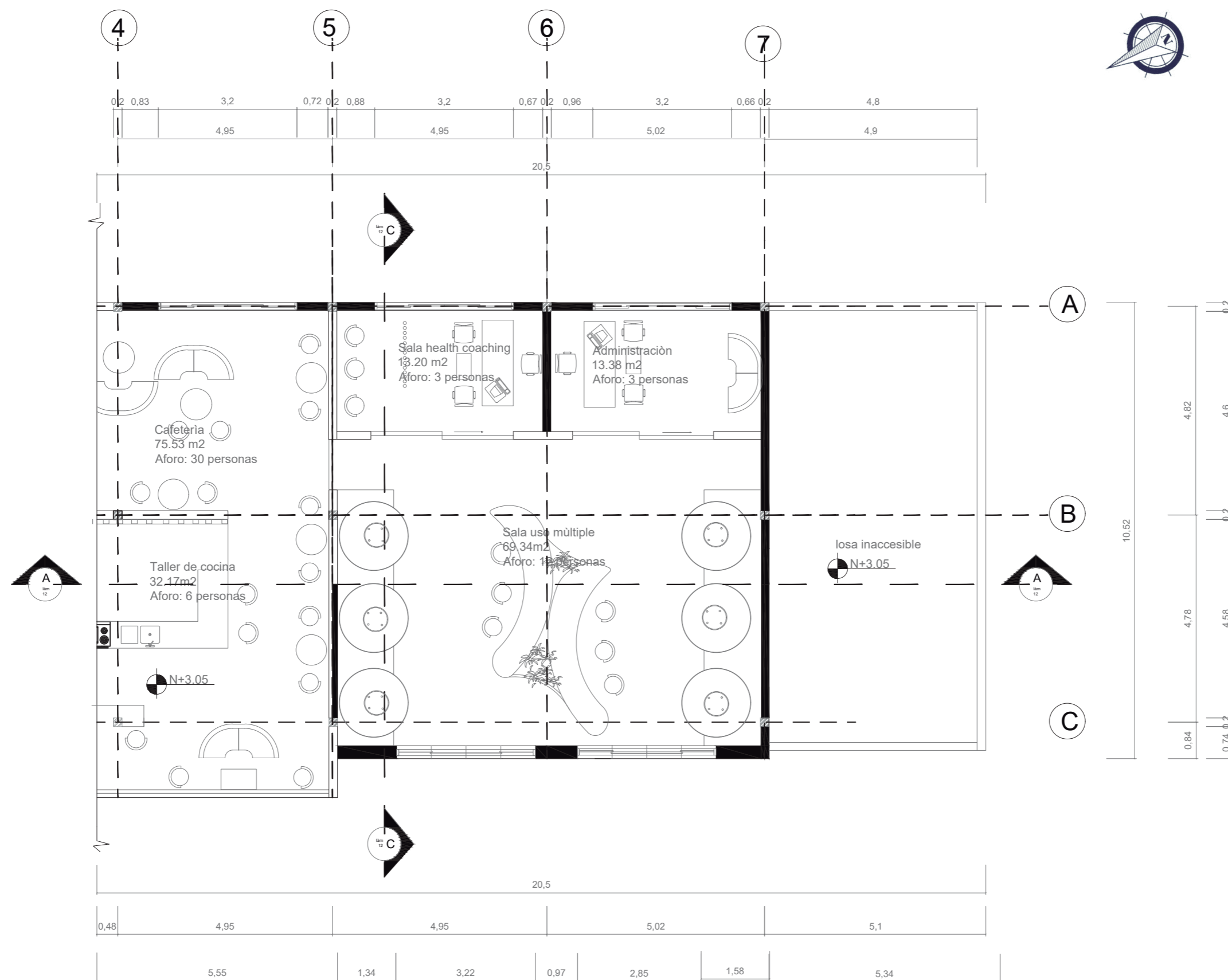
AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
PLANTAS ALTA AMOBLADA  
SEGMENTADA

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/100  
Fecha: 2020-1

Lámina:  
27



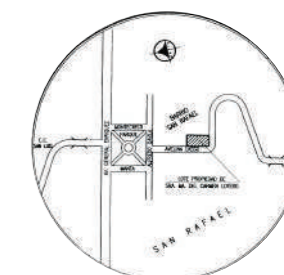
PLANTA BAJA AMOBLADA SEGMENTADA LADO B ESC: 1/100



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produ-  
ctos orgánicos locales.

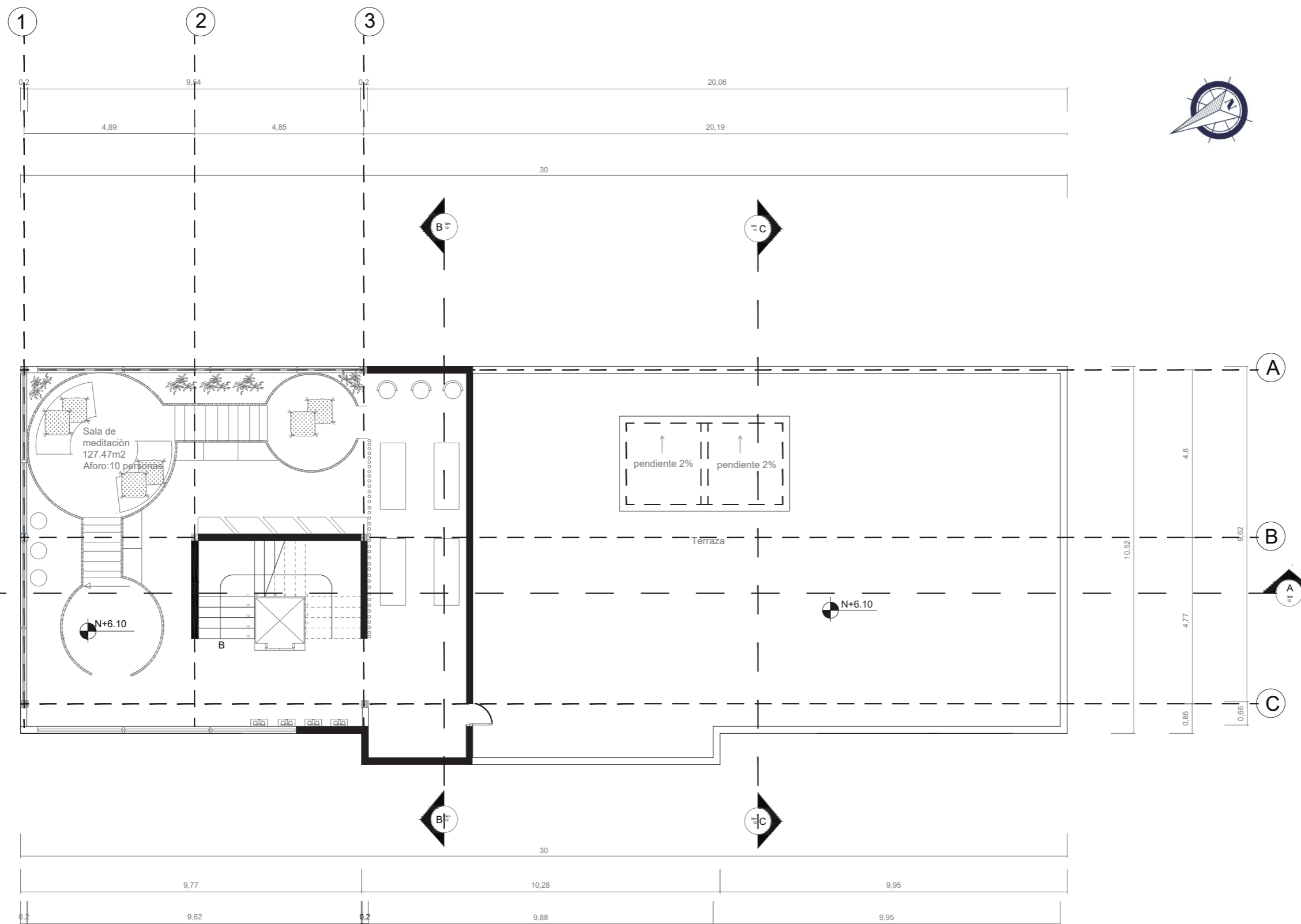
AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
PLANTAS TERRAZA  
AMOBLAGADA

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/125	Fecha: 2020-1
------------------	------------------

Lámina:  
28



PLANTA TERRAZA AMOBLAGADA ESC: 1/125

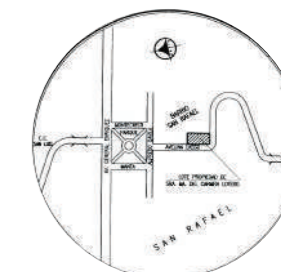




FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produ-  
ctos orgánicos locales.

AUTOR:

MADELINE AUZ

CONTENIDO:

PLANTAS SUBSUELO  
AMOBLADA

ASESORIA:

ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala:

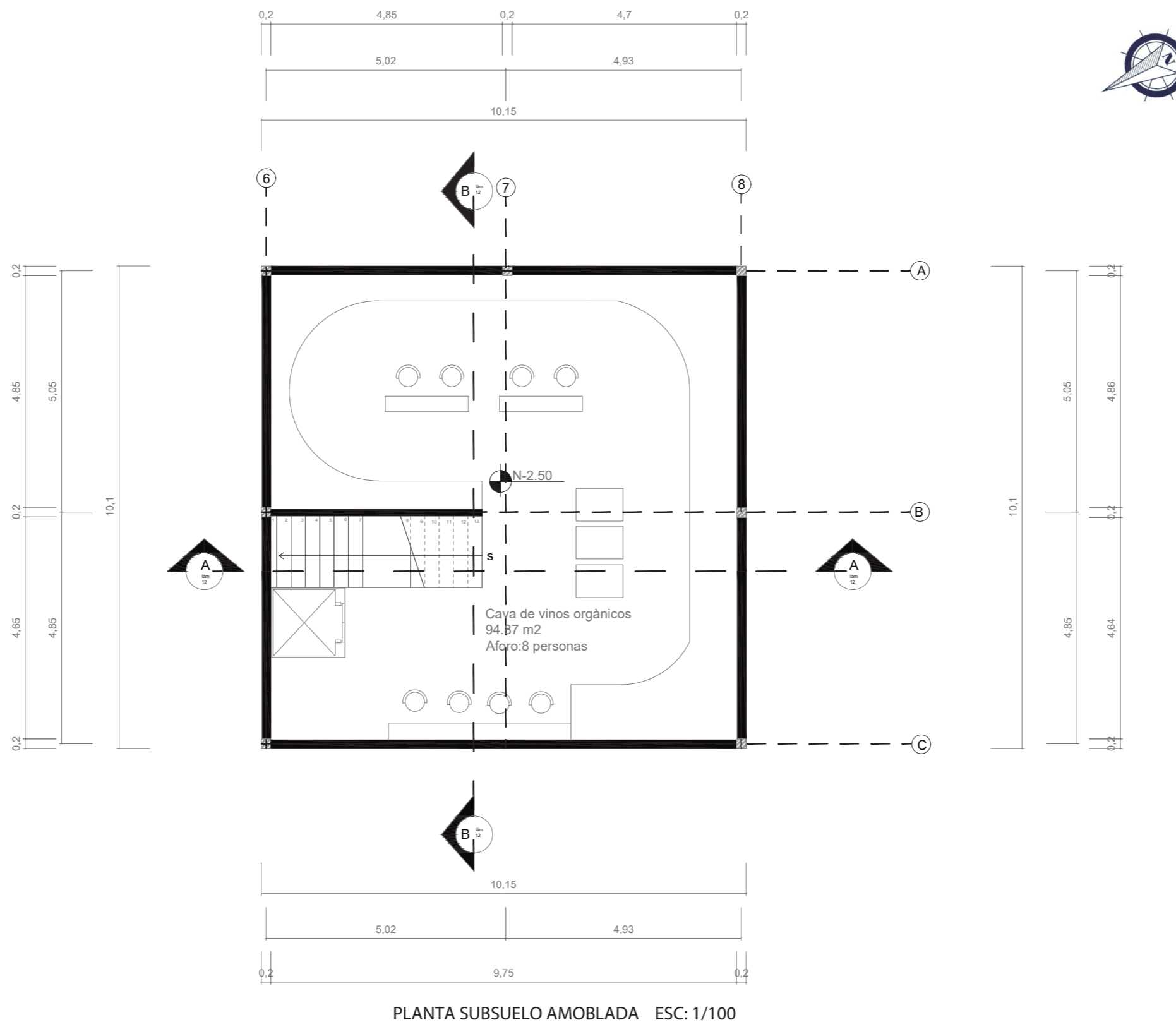
1/100

Fecha:

2020-1

Lámina:

29

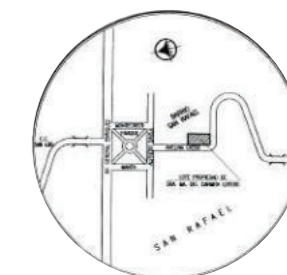




FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de productos  
orgánicos locales.

AUTOR:

MADELINE AUZ

CONTENIDO:

FACHADA FRONTAL  
PROYECTO

ASESORIA:

ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala:

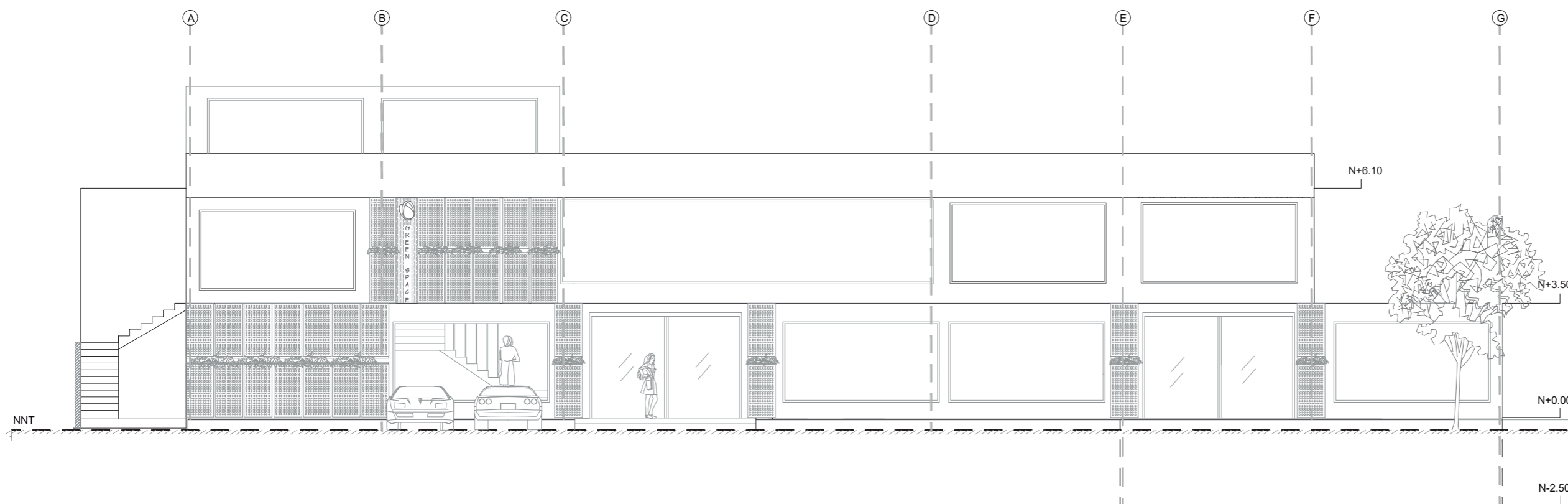
1/125

Fecha:

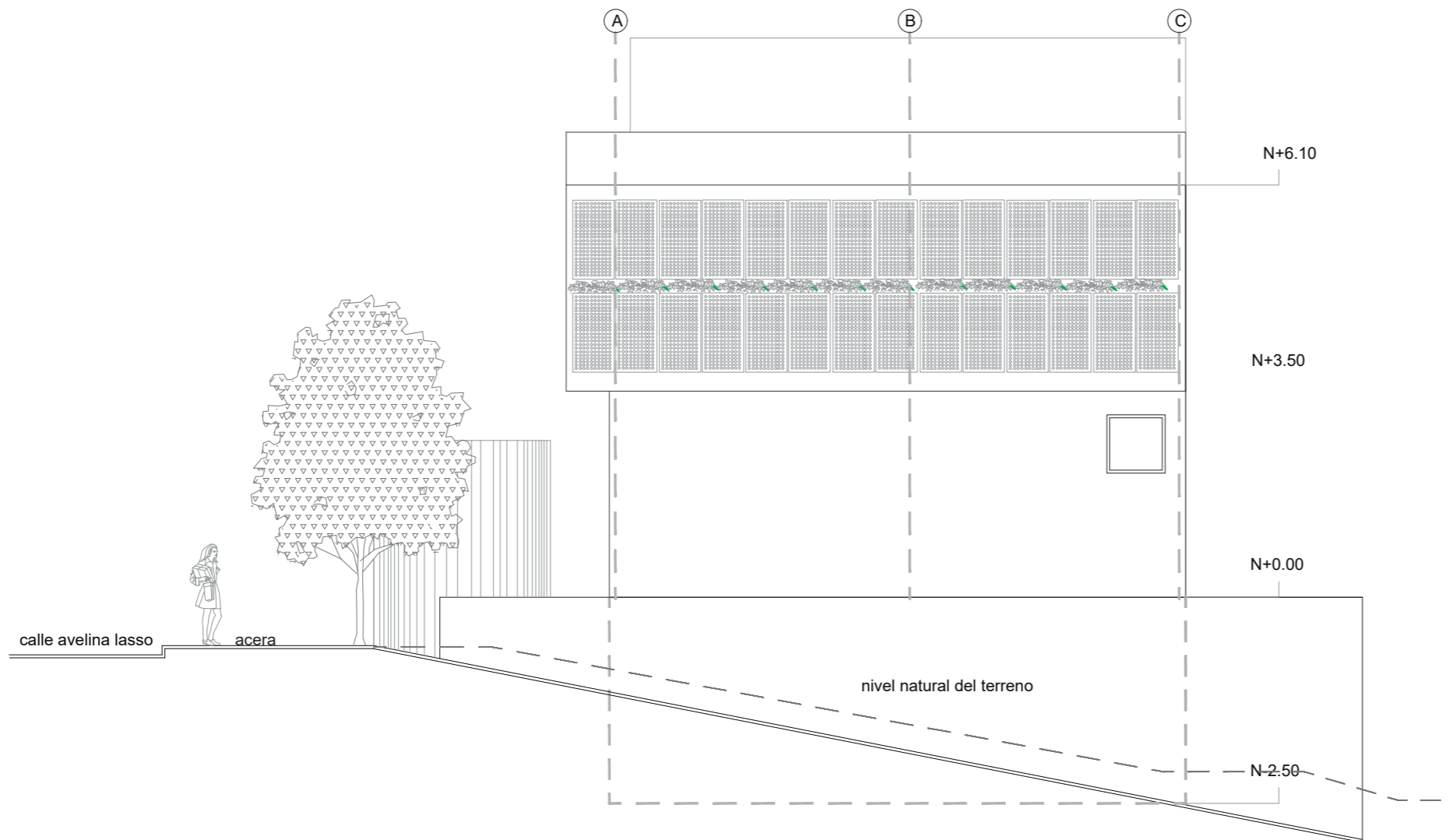
2019

Lámina:

31



FACHADA FRONTAL ESC 1/125



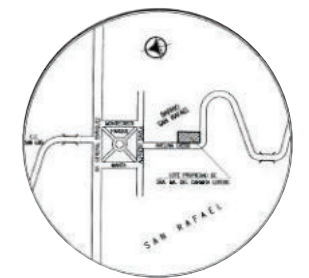
FACHADA LATERAL DERECHA ESC 1/100



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de productos  
orgánicos locales.

AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
FACHADA LATERAL  
DERECHA PROYECTO

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/100	Fecha: 2019
------------------	----------------

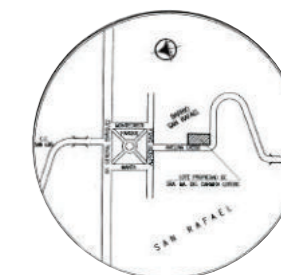
Lámina:  
32



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produ-  
ctos orgánicos locales.

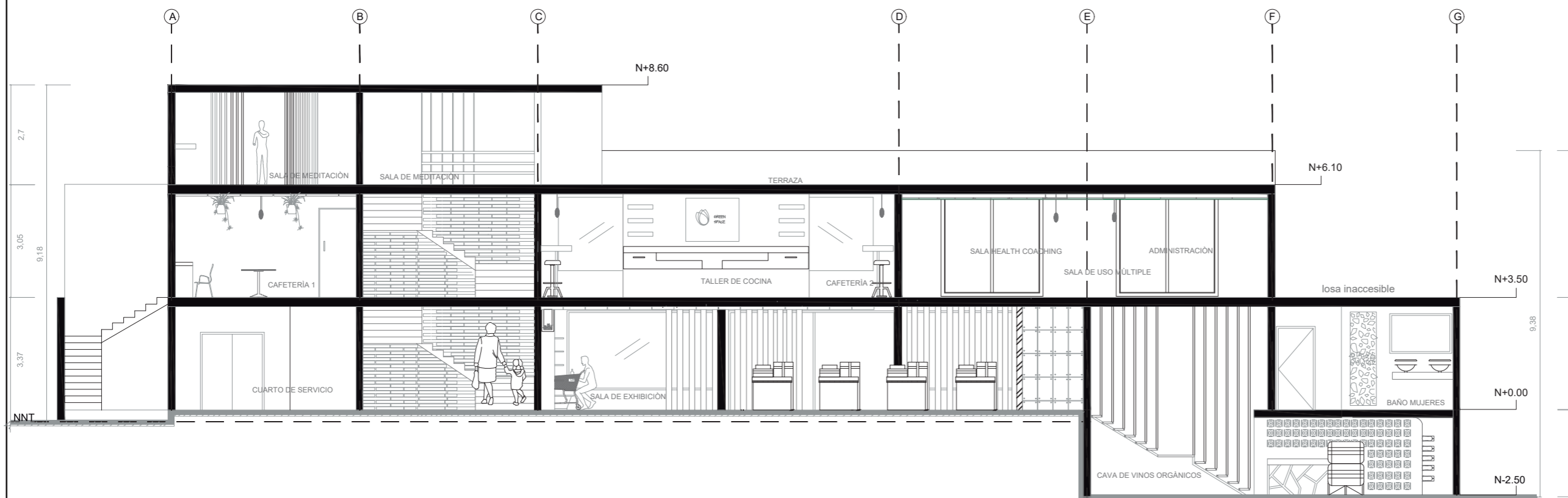
AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
CORTE ARQUITECTÓNICO  
A`A

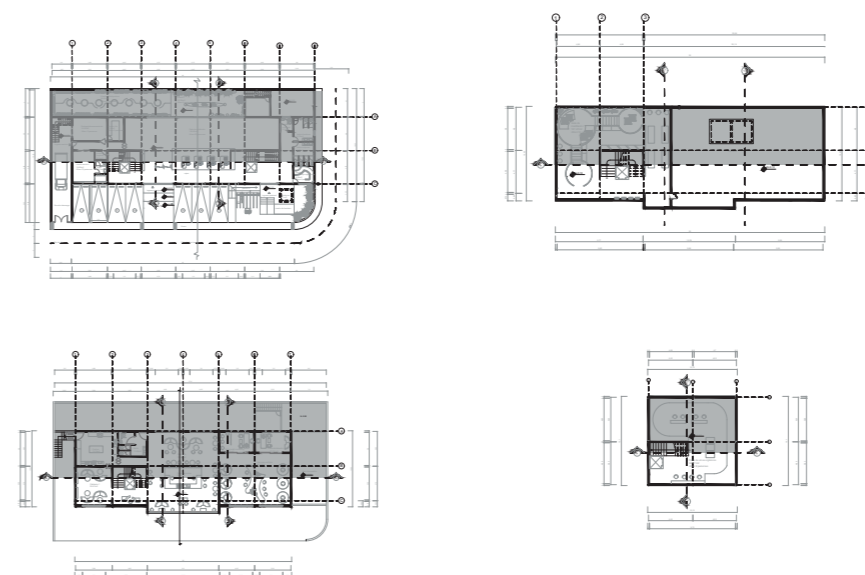
ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/125  
Fecha: 2019

Lámina:  
33



CORTE ARQUITECTÓNICO A`A ESC 1/125

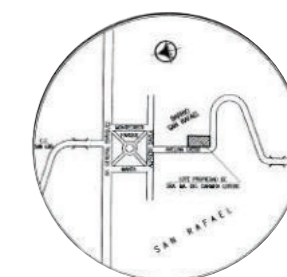




FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de productos  
orgánicos locales.

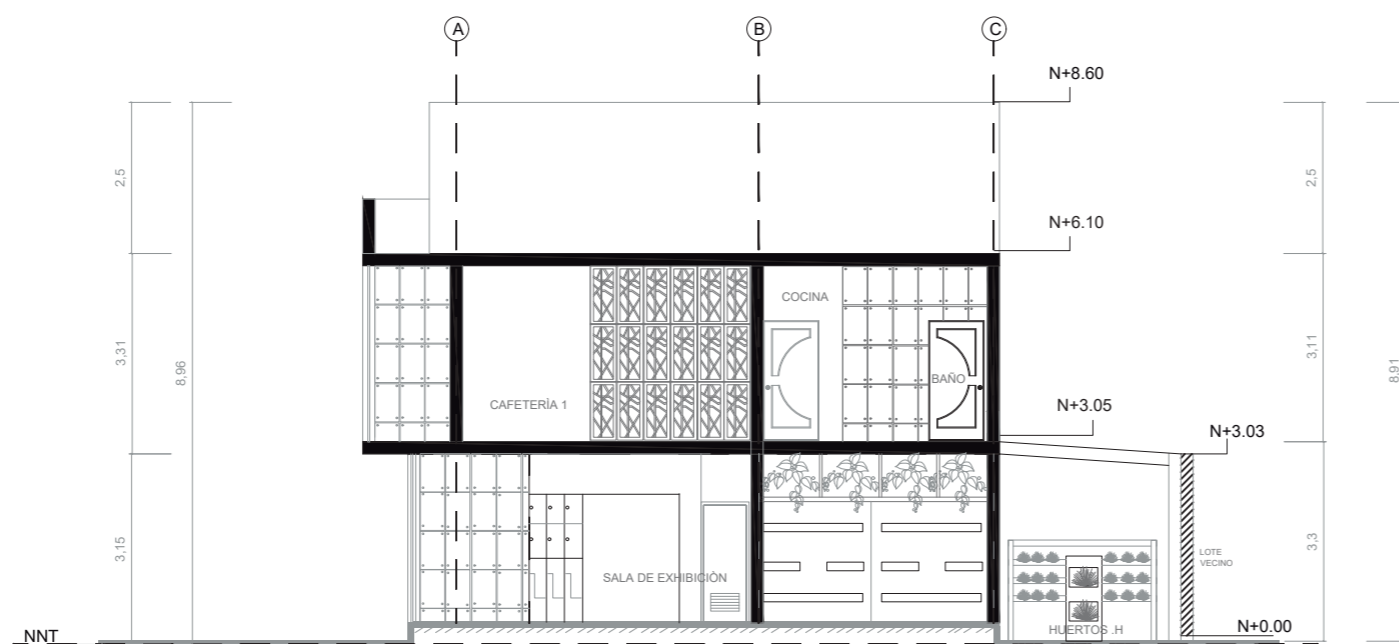
AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
CORTE ARQUITECTÓNICO  
B'B  
C'C

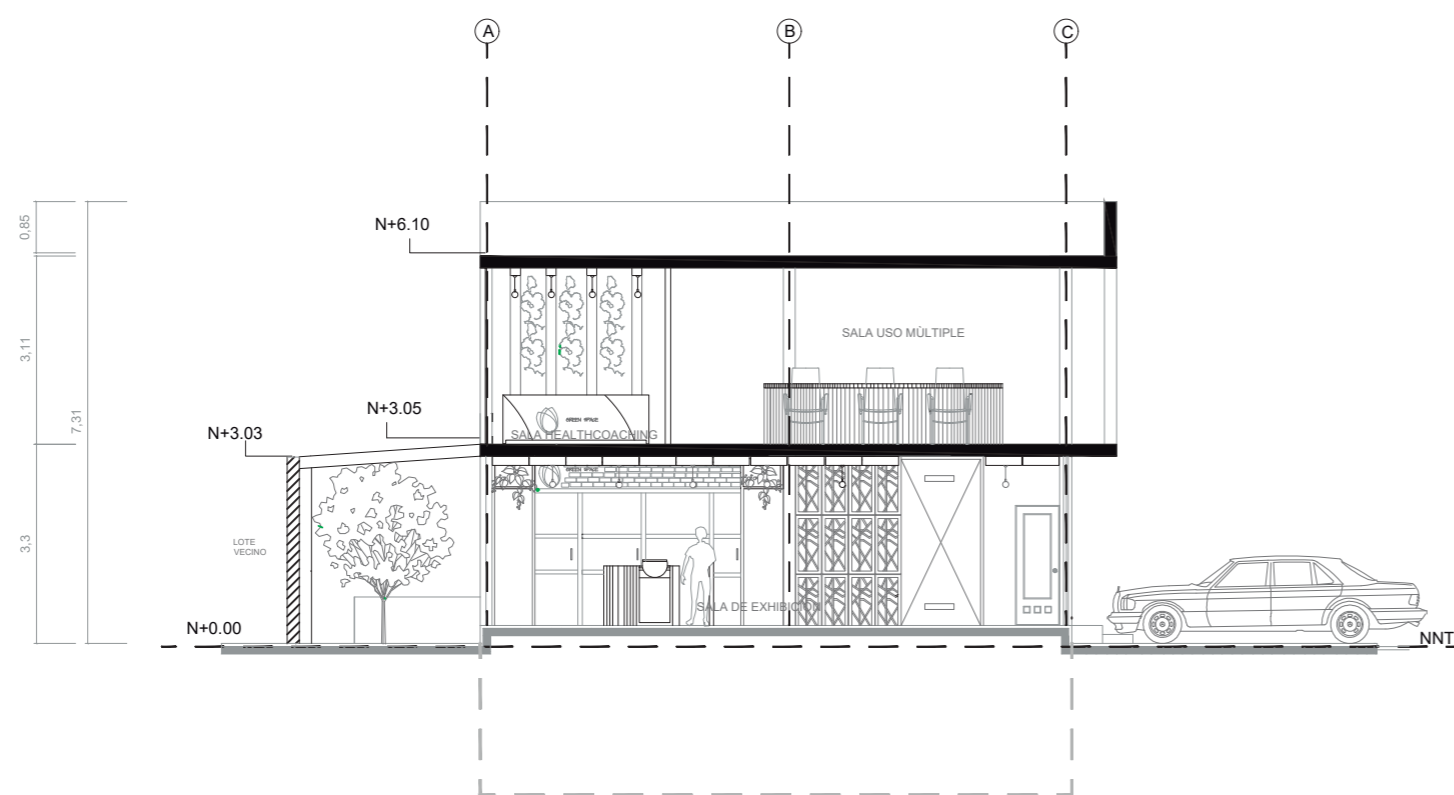
ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/125	Fecha: 2019
------------------	----------------

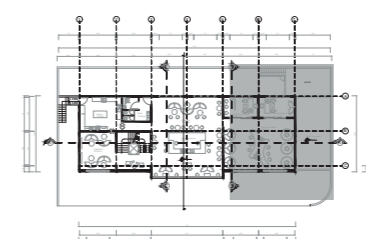
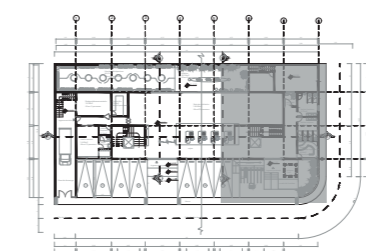
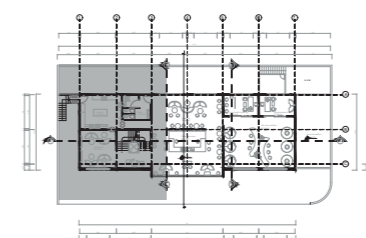
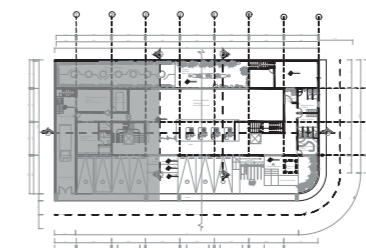
Lámina:  
34



CORTE ARQUITECTÓNICO B'B ESC 1/125



CORTE ARQUITECTÓNICO C'C ESC 1/125

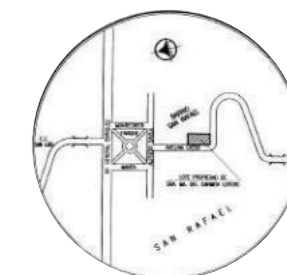




FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produc-  
tos orgánicos locales.

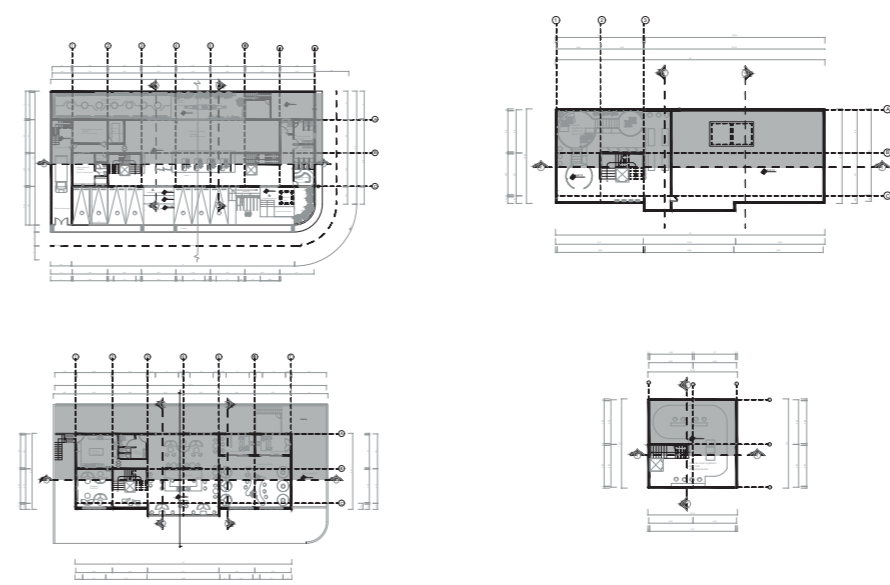
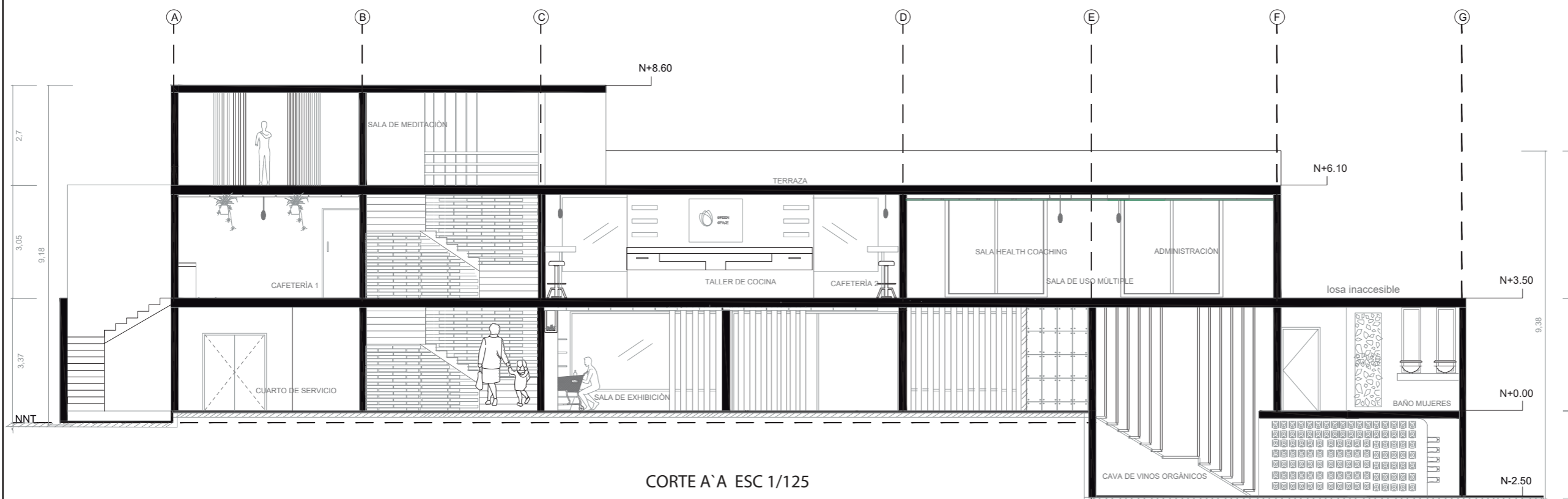
AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
CORTE A`A AMOBLADO

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/125  
Fecha: 2019

Lámina:  
35

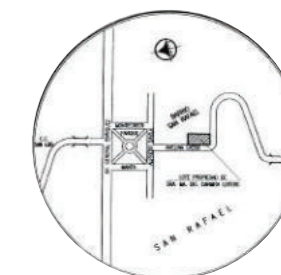




FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de productos  
orgánicos locales.

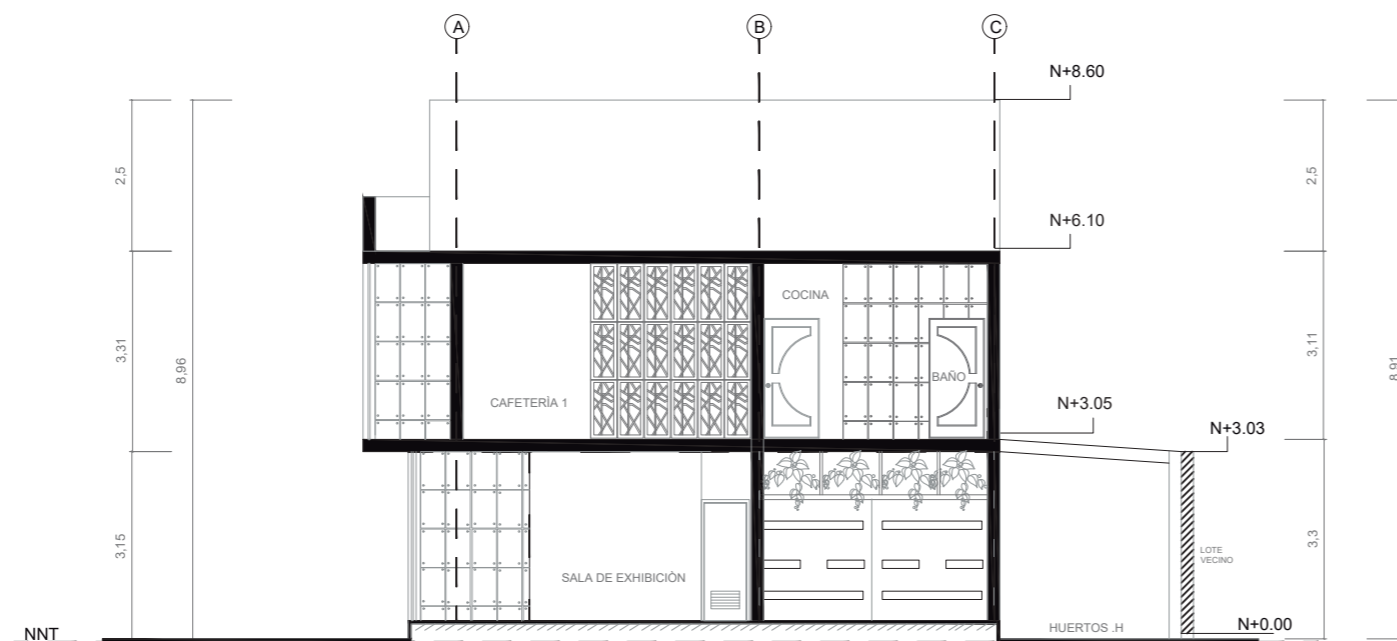
AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
CORTE AMOBLADOS  
CORTE B'B  
CORTE C'C

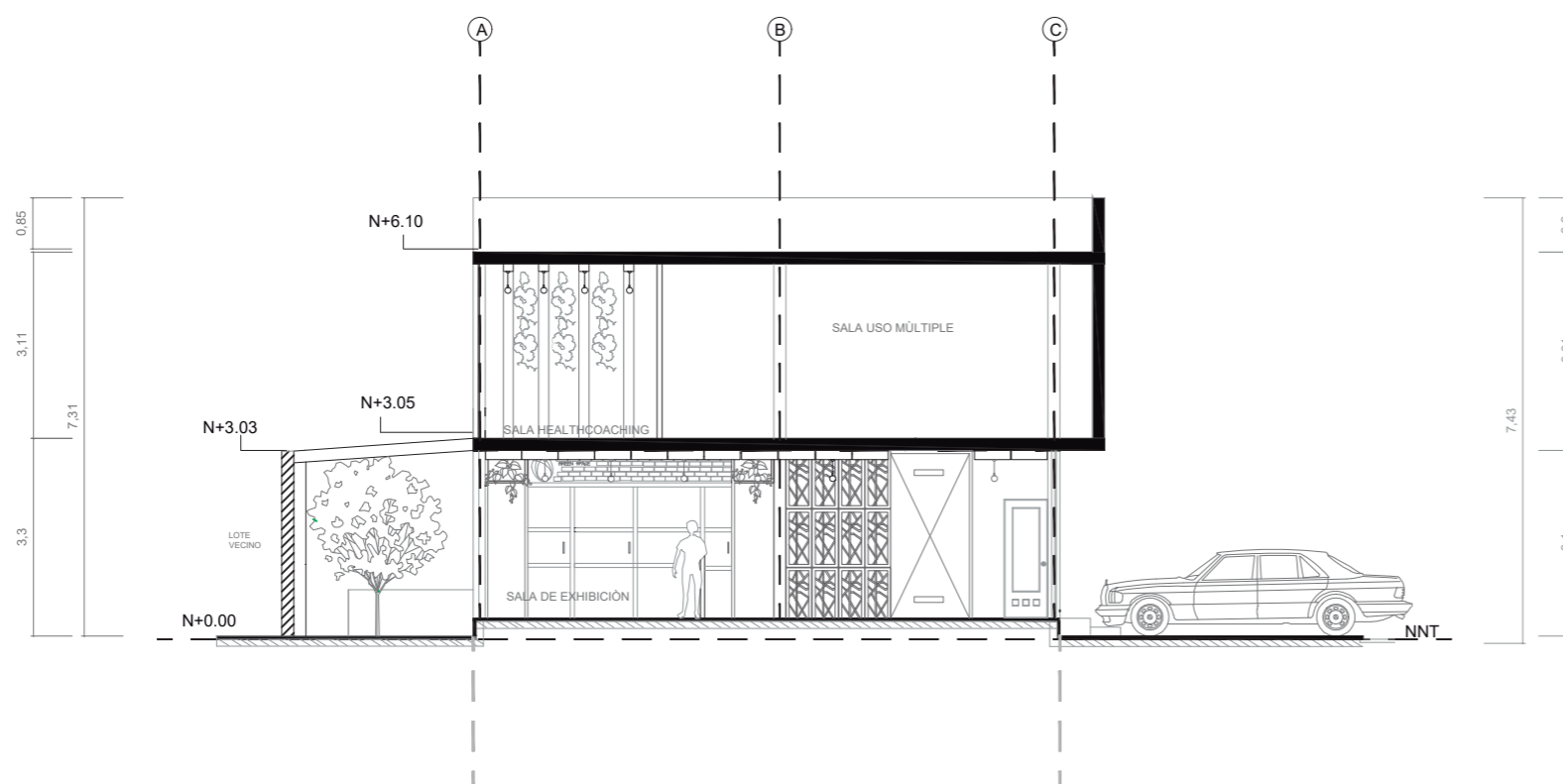
ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/125	Fecha: 2019
------------------	----------------

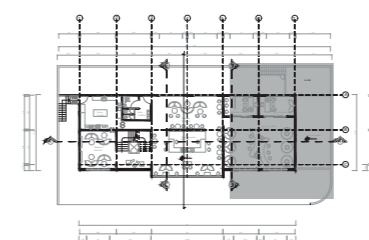
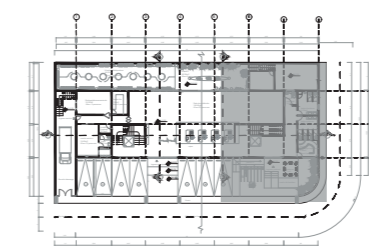
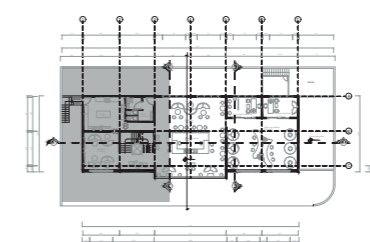
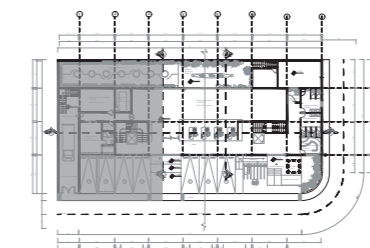
Lámina:  
36



CORTE B'B ESC 1/125



CORTE C'C ESC 1/125



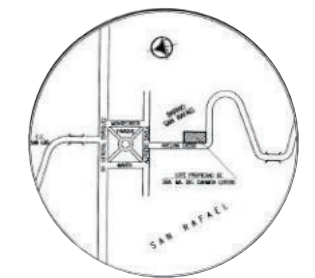


*uola*

FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produ-  
ctos orgánicos locales.

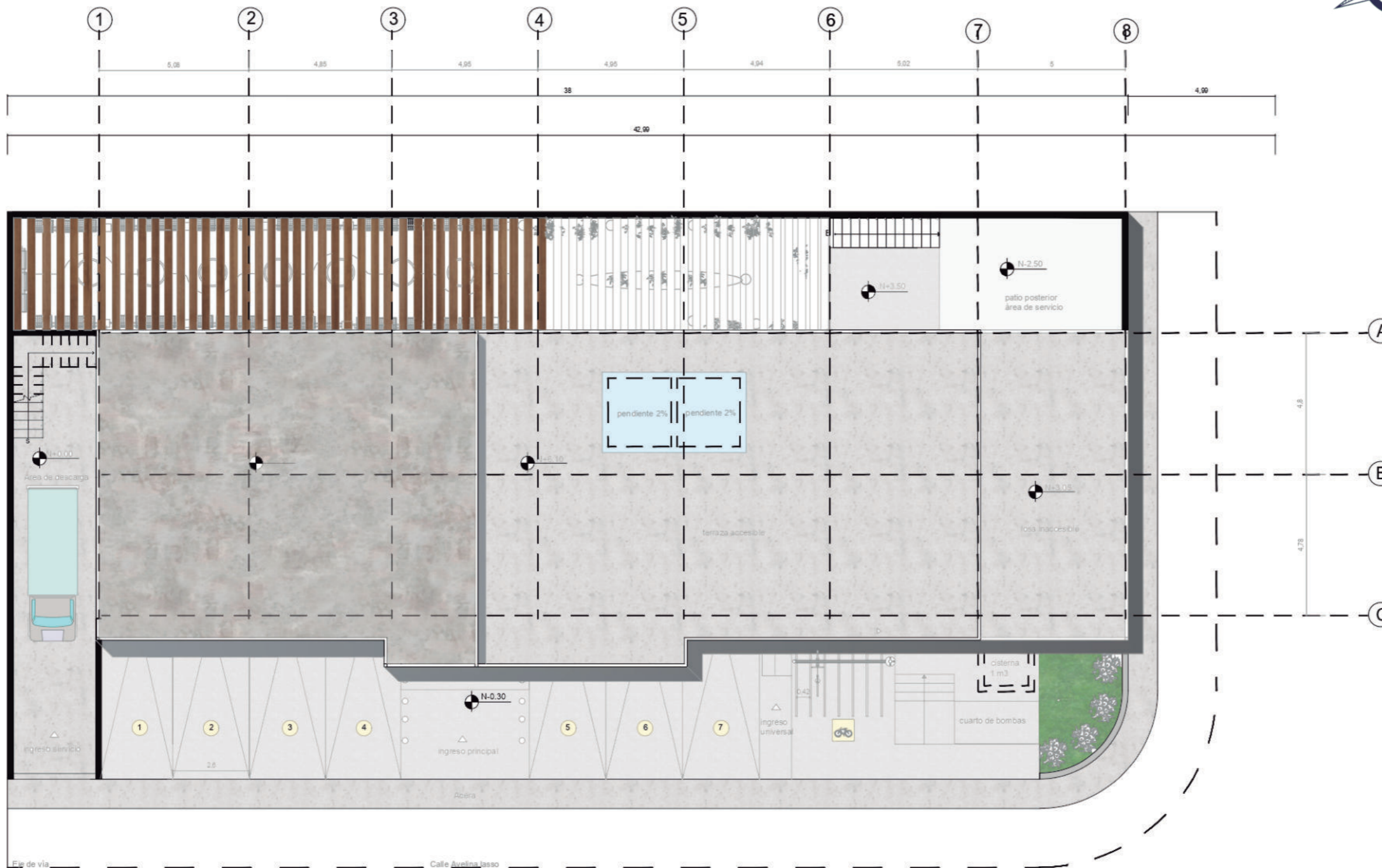
AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
PLANTAS INTERIORISTAS

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/125      Fecha: 2019

Lámina: 37



IMPLANTACIÓN ESC 1/150



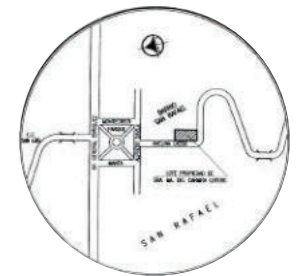


*uoba*

FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de productos  
orgánicos locales.

AUTOR:  
**MADELINE AUZ**

CONTENIDO:  
zonificación planta baja

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/125  
Fecha: 2020-1

Lámina:  
38



ZONIFICACIÓN PLANTA BAJA ESC 1/125

- parqueaderos
- sala de exhibición
- área de servicio
- baños
- bodega
- cuarto frío
- huertos hidropónicos

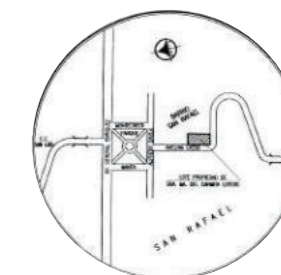


*uoba*

FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de productos  
orgánicos locales.

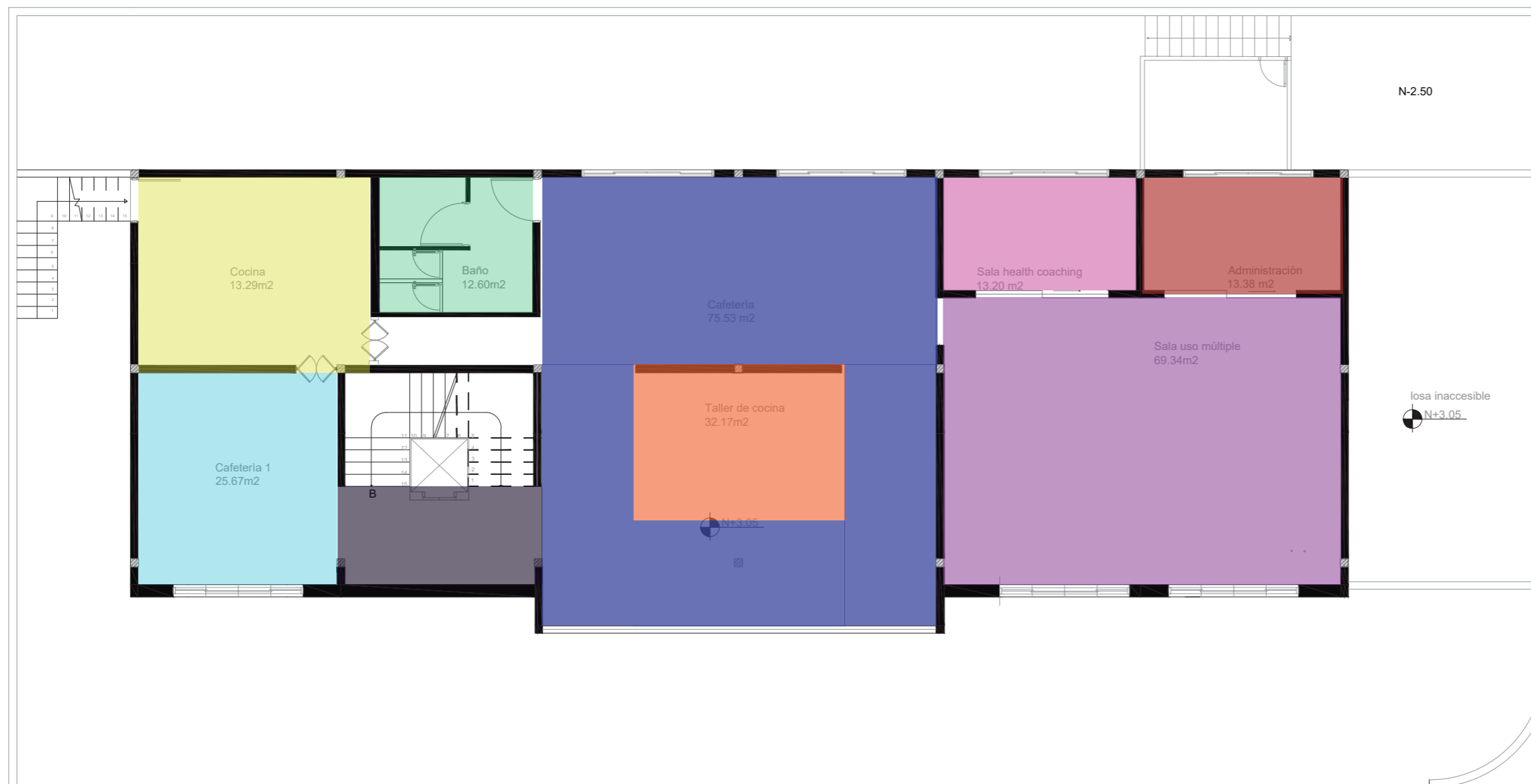
AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
zonificaciòn planta alta

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/125	Fecha: 2020-1
------------------	------------------

Lámina:  
39



- cafetería 1
- cocina
- recibidor
- baño
- taller de cocina
- cafetería 2
- sala de uso meditaciòn
- sala de healthcoaching
- administraciòn

ZONIFICACIÒN PLANTA ALTA ESC 1/125

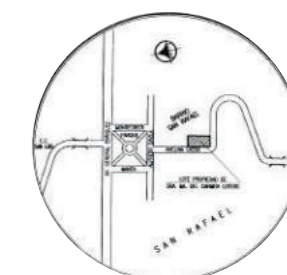


FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR



Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de productos  
orgánicos locales.

AUTOR:

MADELINE AUZ

CONTENIDO:

ZONIFICACIÓN TERRAZA

ASESORIA:

ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala:

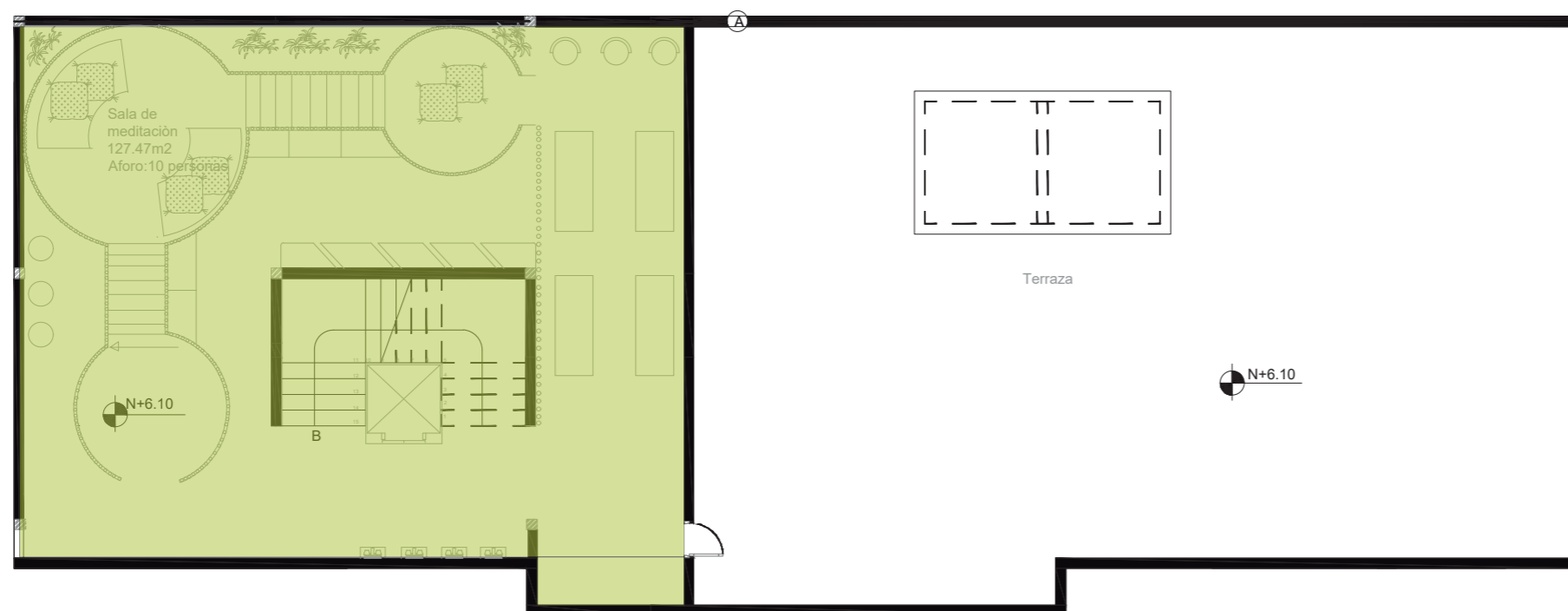
1/125

Fecha:

2020-1

Lámina:

40



■ sala de meditación

ZONIFICACIÓN PLANTA TERRAZA ESC 1/125

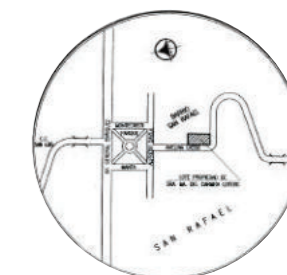


FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR



Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de productos  
orgánicos locales.

AUTOR:

MADLINE AUZ

CONTENIDO:

ZONIFICACIÓN SUBSUELO

ASESORIA:

ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala:

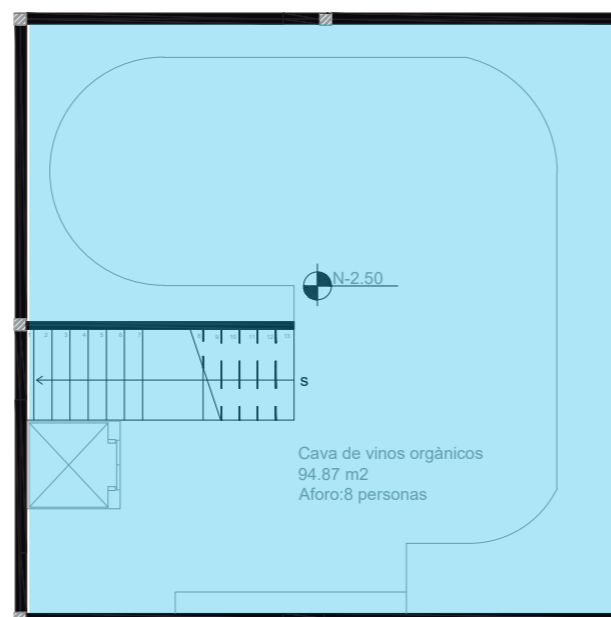
1/125

Fecha:

2020-1

Lámina:

41



■ cava de vinos orgánicos

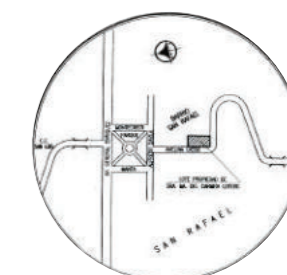
ZONIFICACIÓN PLANTA ALTA ESC 1/125



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produc-  
tos orgánicos locales.

AUTOR:

MADELINE AUZ

CONTENIDO:

FACHADAS INTERIORISTAS

ASESORIA:

ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala:

1/125

Fecha:

2019

Lámina:

42



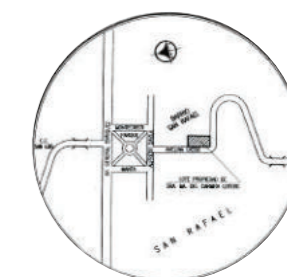
FACHADA FROTA INTERIORISTA ESC 1/125



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de productos  
orgánicos locales.

AUTOR:

MADELINE AUZ

CONTENIDO:

FACHADAS INTERIORISTAS

ASESORIA:

ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala:

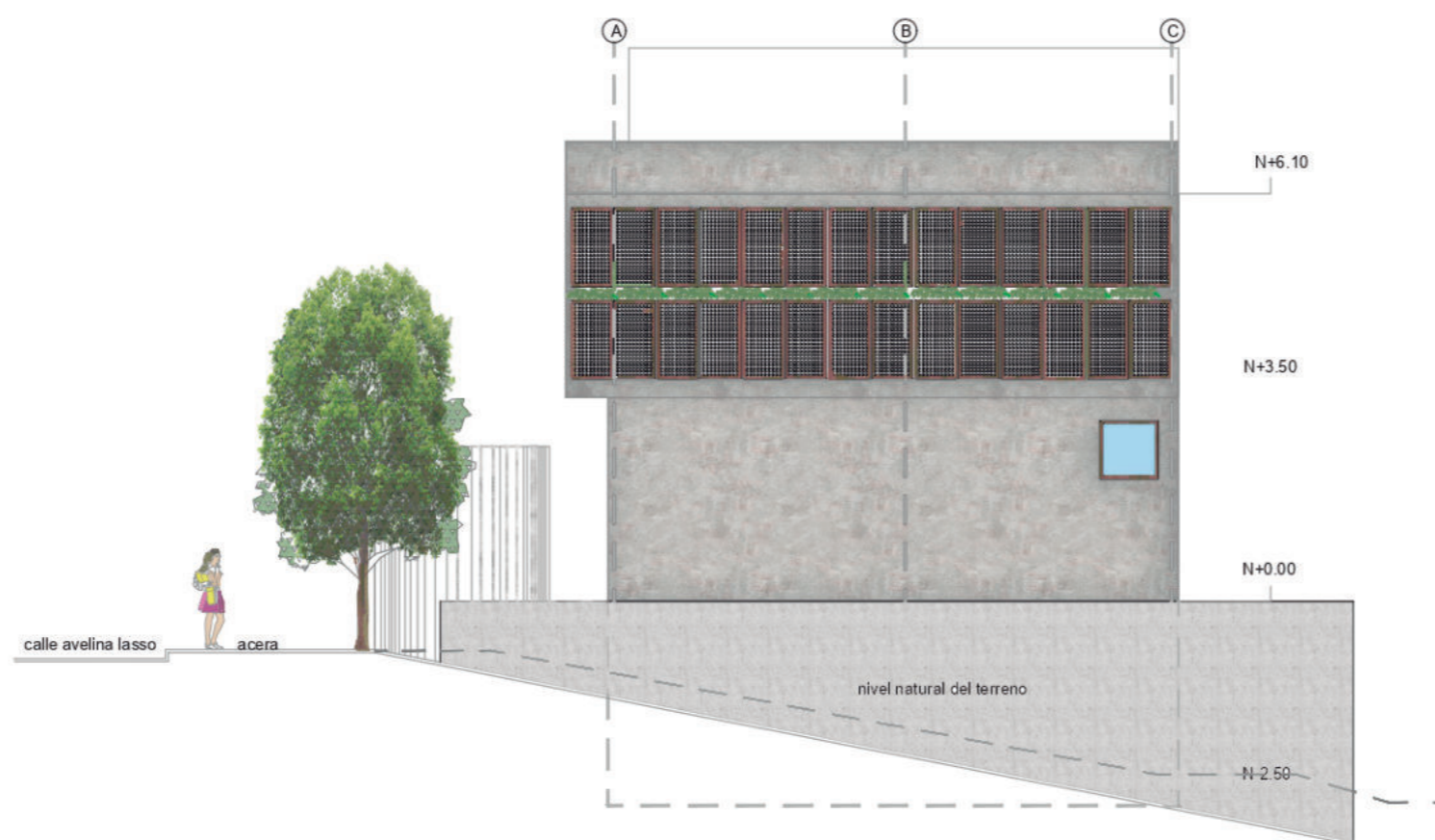
1/125

Fecha:

2019

Lámina:

43



FACHADA LATERAL INTERIORISTA ESC 1/125

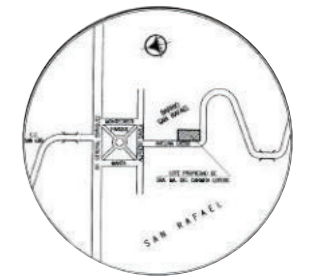


*uola*

FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produ-  
ctos orgánicos locales.

AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
PLANTAS INTERIORISTAS

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/125      Fecha: 2019

Lámina: 44



PLANTAS BAJA INTERIORISTA ESC 1/125

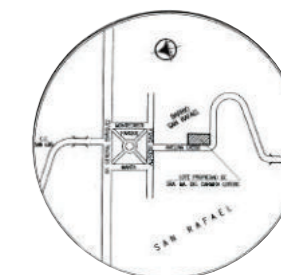


*ucla*

FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de productos  
orgánicos locales.

AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
PLANTAS INTERIORISTAS

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/125	Fecha: 2019
------------------	----------------

Lámina:  
45



PLANTAS ALTA INTERIORISTA ESC 1/125



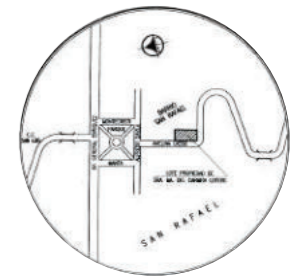


*uol/a*

FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



PLANTAS TERRAZA INTERIORISTA ESC 1/125

TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de productos  
orgánicos locales.

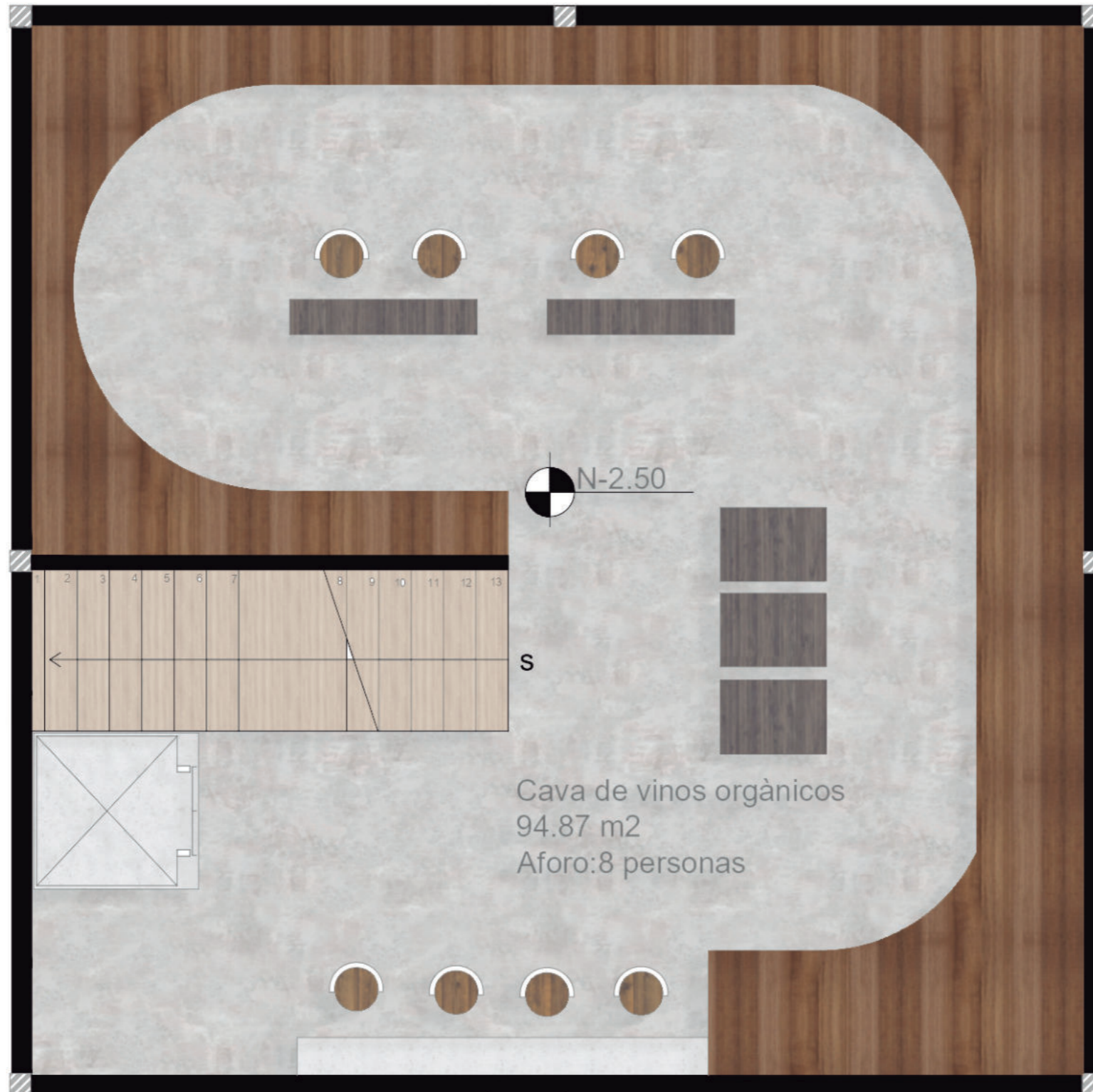
AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
PLANTAS INTERIORISTAS

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/125	Fecha: 2019
------------------	----------------

Lámina:  
46



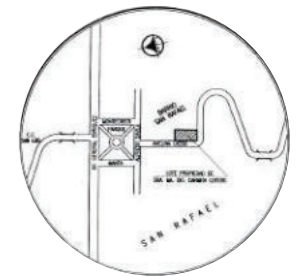
PLANTAS SUBSUELO INTERIORISTA ESC 1/50



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produc-  
tos orgánicos locales.

AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
PLANTAS INTERIORISTAS

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/50	Fecha: 2019
-----------------	----------------

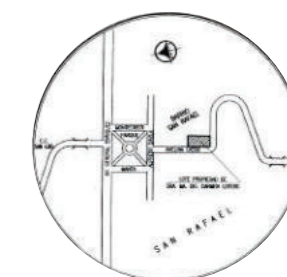
Lámina:  
47



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produc-  
tos orgánicos locales.

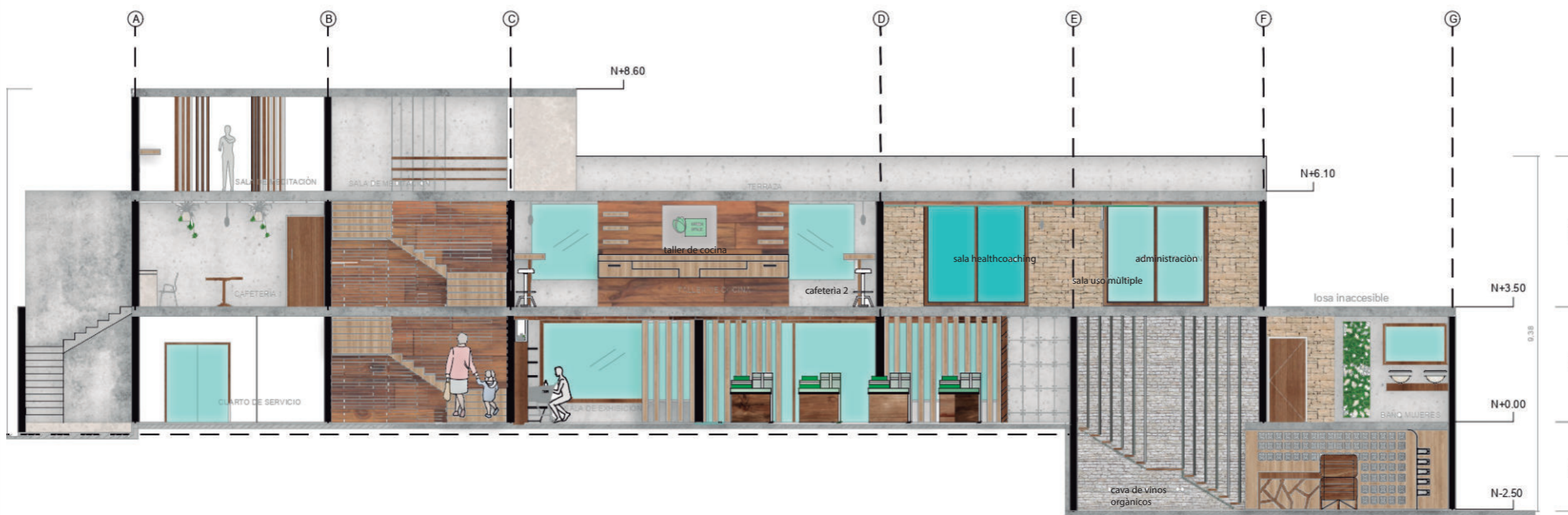
AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
CORTE INTERIORISTA

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/125	Fecha: 2019
------------------	----------------

Lámina:  
48



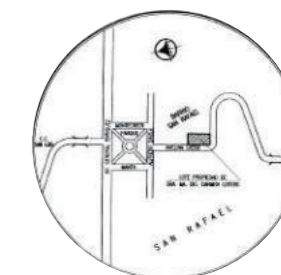
CORTE INTERIORISTA A`A ESC 1/125



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de productos  
orgánicos locales.

AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
CORTES INTERIORISTA

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/125	Fecha: 2019
------------------	----------------

Lámina:  
49



CORTE INTERIORISTA B'B ESC 1/125



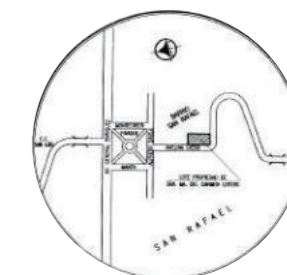
CORTE INTERIORISTA C'C ESC 1/125



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produc-  
tos orgánicos locales.

AUTOR:

MADLINE AUZ

CONTENIDO:

PERSPECTIVA SUBSUELO

ASESORIA:

ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala:

S/E

Fecha:

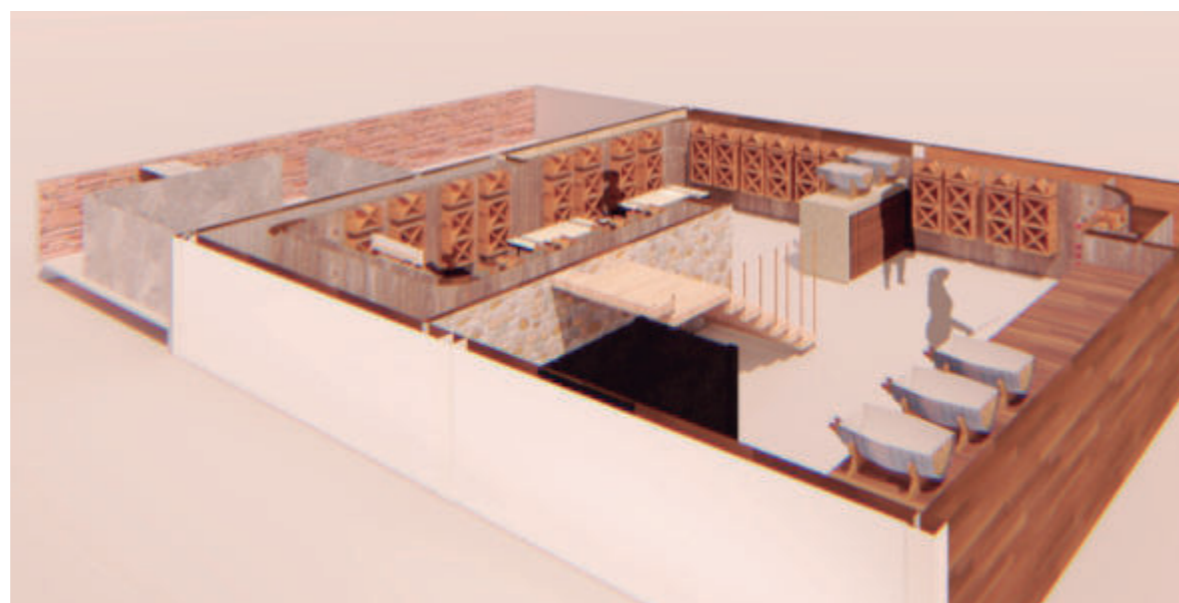
2020-1

Lámina:

50



ISOMETRIA SUBSUELO



PERSPECTIVA SUBSUELO



ISOMETRIA PLANTA BAJA



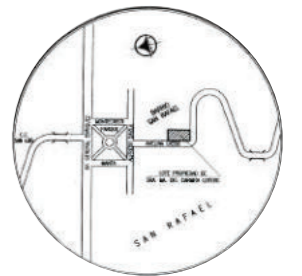
PERSPECTIVA PLANTA BAJA

*uola*

FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produc-  
tos orgánicos locales.

AUTOR:

MADLINE AUZ

CONTENIDO:

PERSPECTIVA  
PLANTA BAJA

ASESORIA:

ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala:

S/E

Fecha:

2020-1

Lámina:

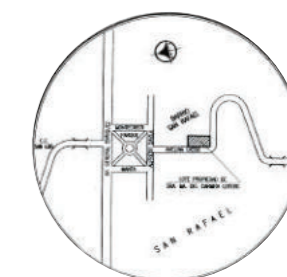
51



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produc-  
tos orgánicos locales.

AUTOR:

MADLINE AUZ

CONTENIDO:

PERSPECTIVA  
PLANTA ALTA

ASESORIA:

ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala:

S/E

Fecha:

2020-1

Lámina:

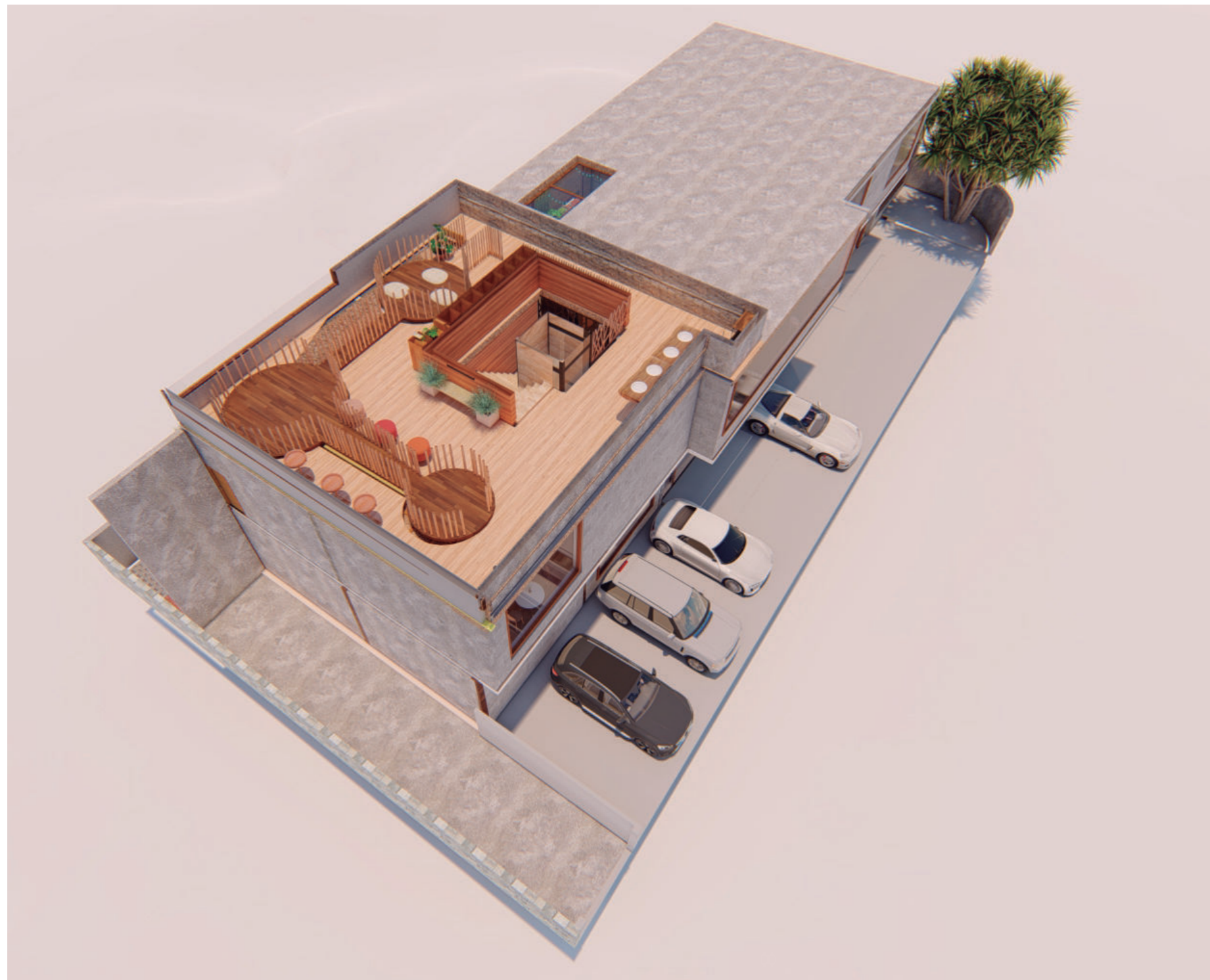
52



ISOMETRIA PLANTA ALTA



PERSPECTIVA PLANTA ALTA



ISOMETRIA TERRAZA



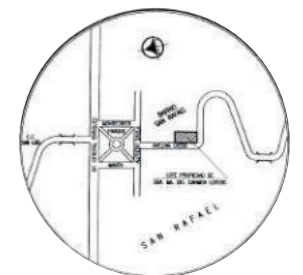
PERSPECTIVA TERRAZA

*uola*

FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produc-  
tos orgánicos locales.

AUTOR:

MADLINE AUZ

CONTENIDO:

PERSPECTIVA TERRAZA

ASESORIA:

ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala:

S/E

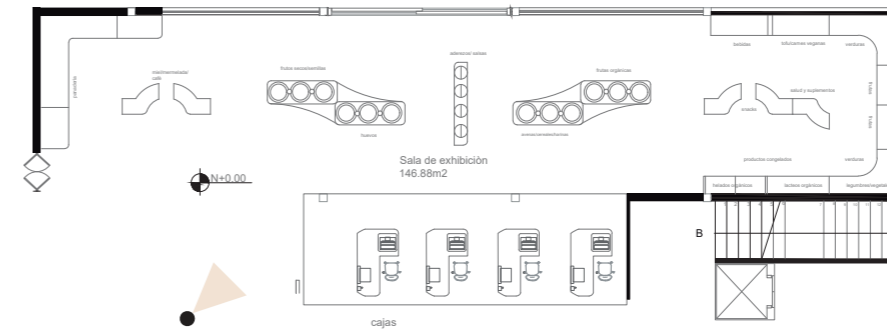
Fecha:

2020-1

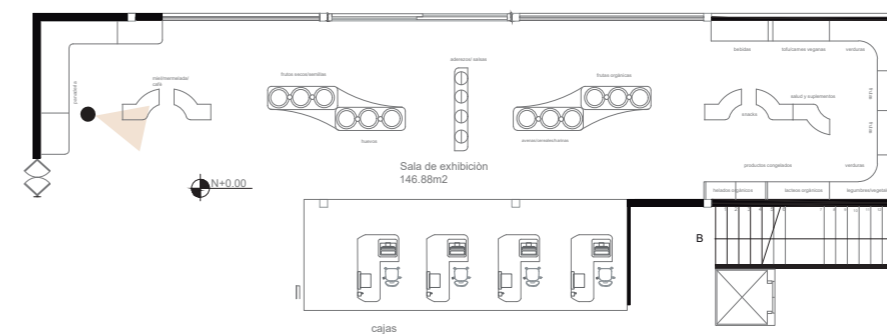
Lámina:

53





SALA DE EXHIBICIONES



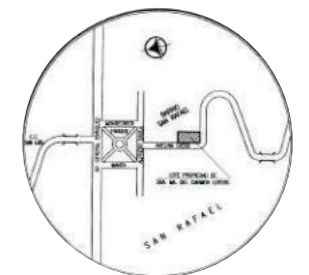
SALA DE EXHIBICIONES

*uola*

FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de productos  
orgánicos locales.

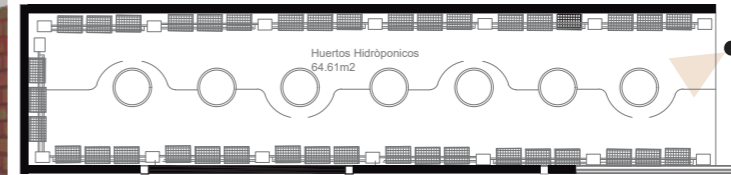
AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
RENDERS

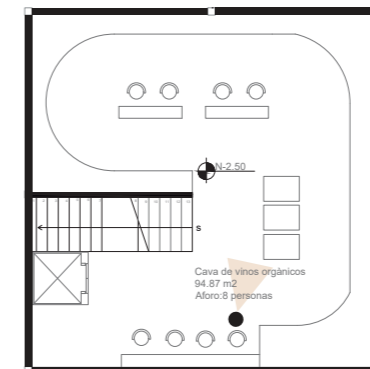
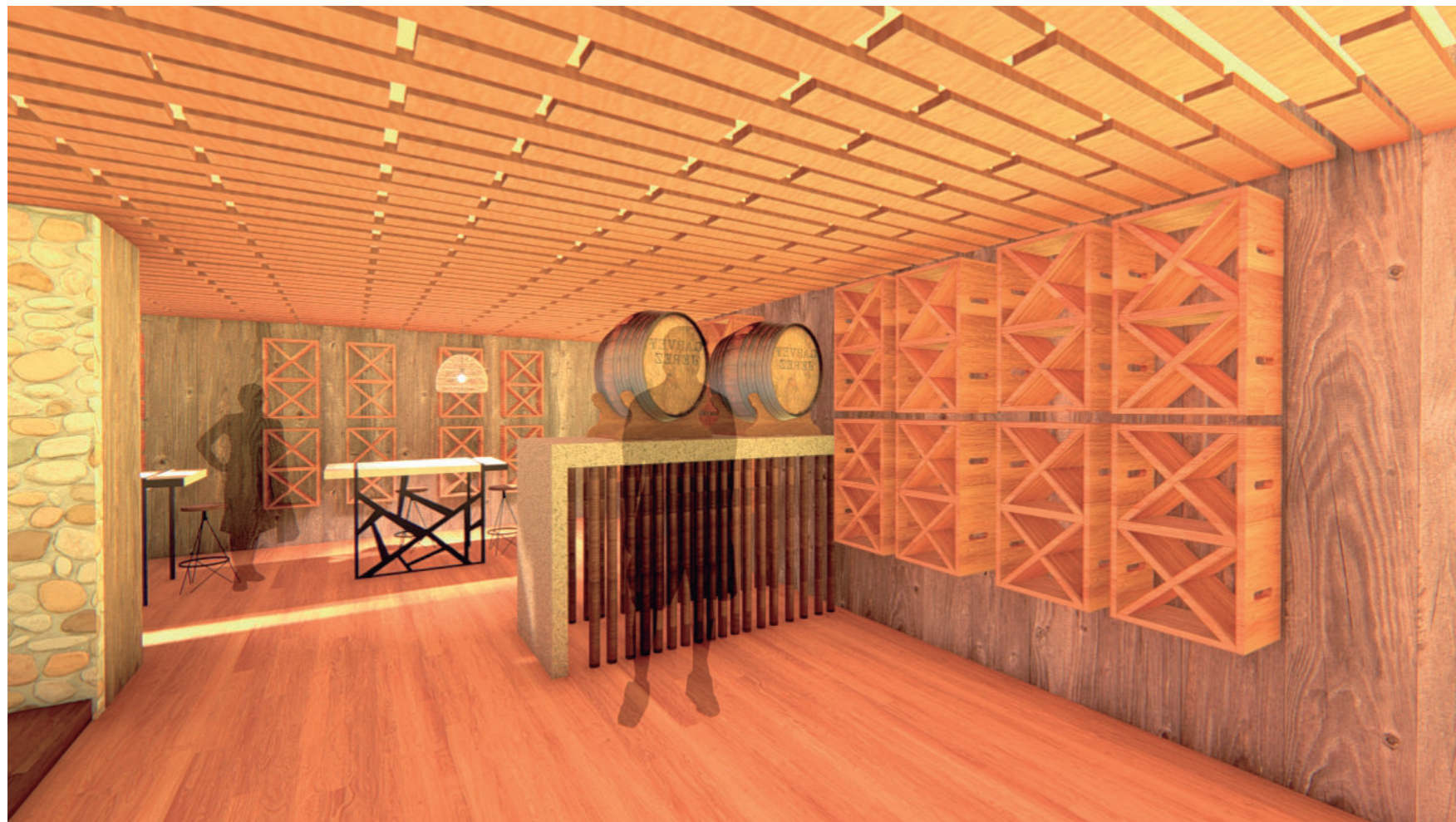
ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/125	Fecha: 2019
------------------	----------------

Lámina:  
54



ÀREA DE HUERTOS HIDROPÒNICOS



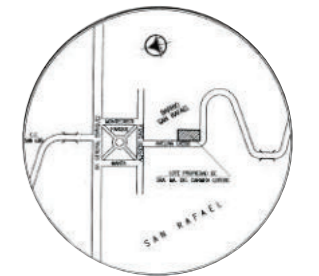
CAVA DE VINOS ORGÀNICOS

*ucla*

FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de productos  
orgánicos locales.

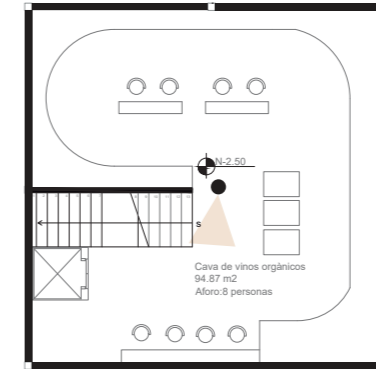
AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
RENDERS

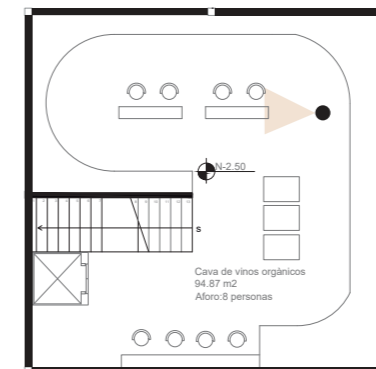
ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: S/E	Fecha: 2020-1
----------------	------------------

Lámina:  
55



CAVA DE VINOS ORGÀNICOS



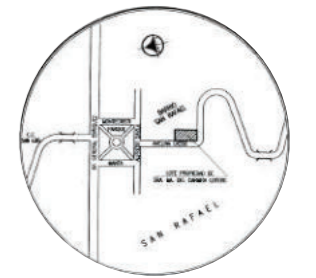
CAVA DE VINOS ORGÀNICOS

*ucla*

FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de productos  
orgánicos locales.

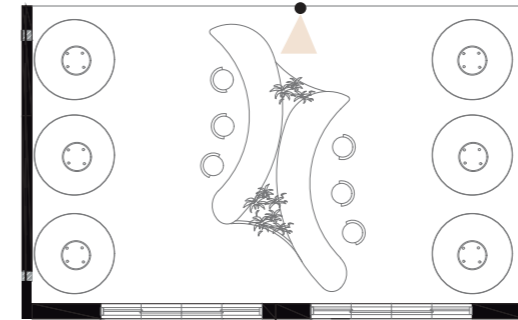
AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
RENDERS

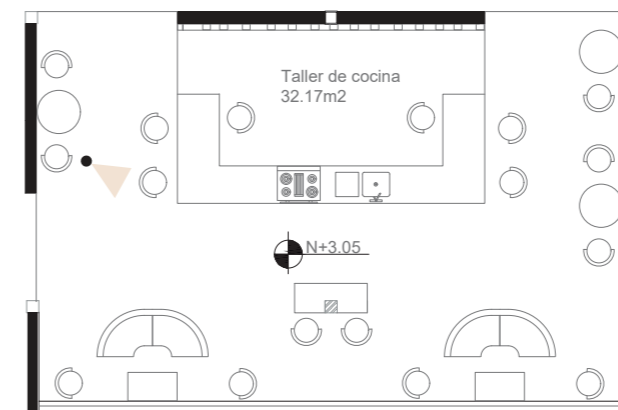
ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: S/E	Fecha: 2020-1
----------------	------------------

Lámina:  
56



SALA DE USO MÚLTIPLE



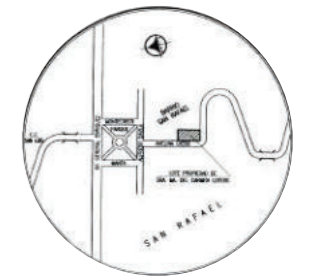
TALLER DE COCINA



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de productos  
orgánicos locales.

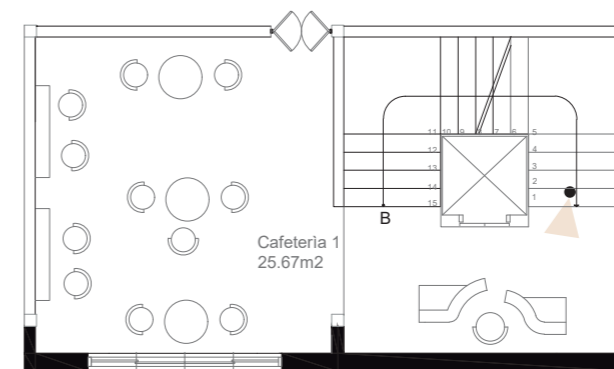
AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
RENDERS

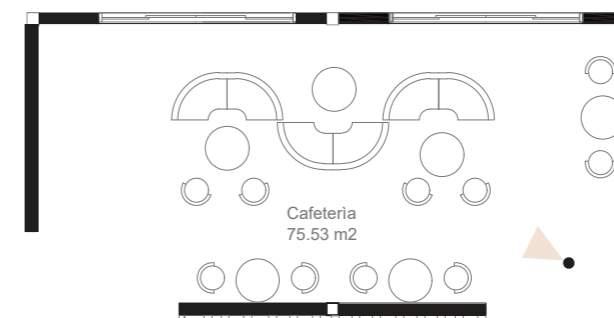
ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: S/E	Fecha: 2020-1
----------------	------------------

Lámina:  
57



RECIBIDOR



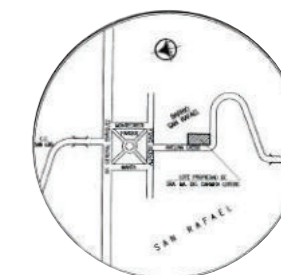
CAFETERIA



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de productos  
orgánicos locales.

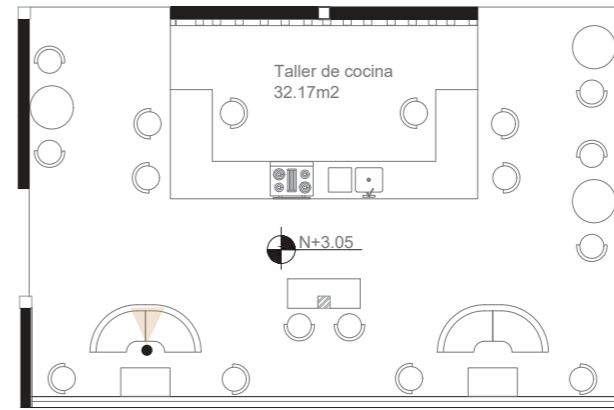
AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
RENDERS

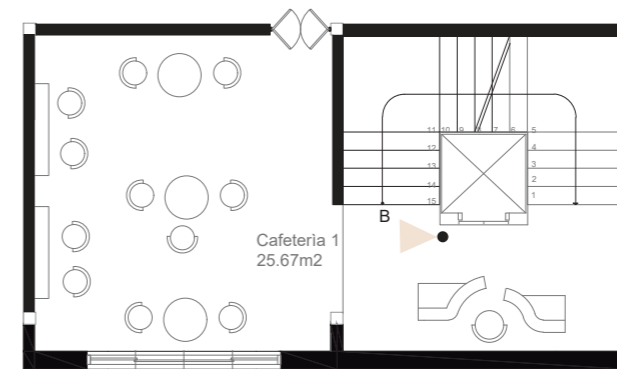
ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: S/E	Fecha: 2020-1
----------------	------------------

Lámina:  
58



TALLER DE COCINA



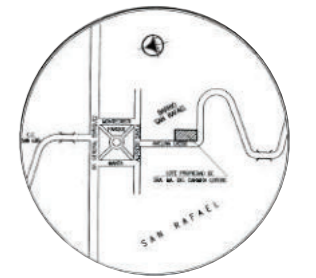
CAFETERIA 1



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de productos  
orgánicos locales.

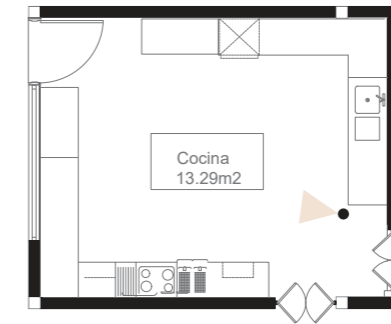
AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
RENDERS

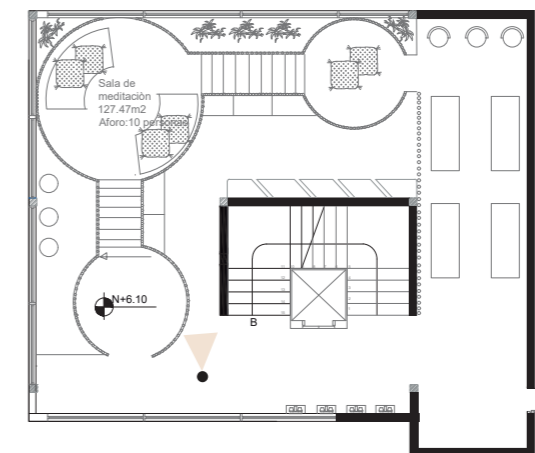
ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: S/E	Fecha: 2020-1
----------------	------------------

Lámina:  
59



TALLER DE COCINA



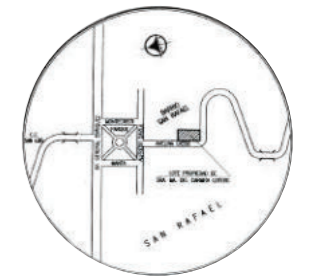
TERRAZA SALA DE MEDITACIÓN



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produ-  
ctos orgánicos locales.

AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
RENDERS

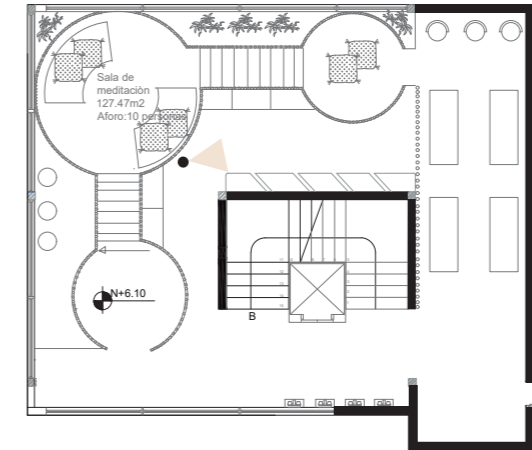
ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: S/E	Fecha: 2020-1
----------------	------------------

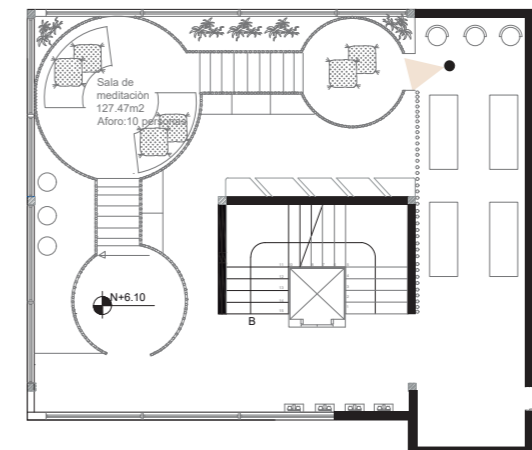
Lámina:  
60



TERRAZA SALA DE MEDITACIÒN



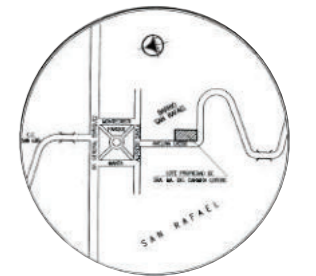
TERRAZA SALA DE MEDITACIÒN



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de productos  
orgánicos locales.

AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
RENDERS

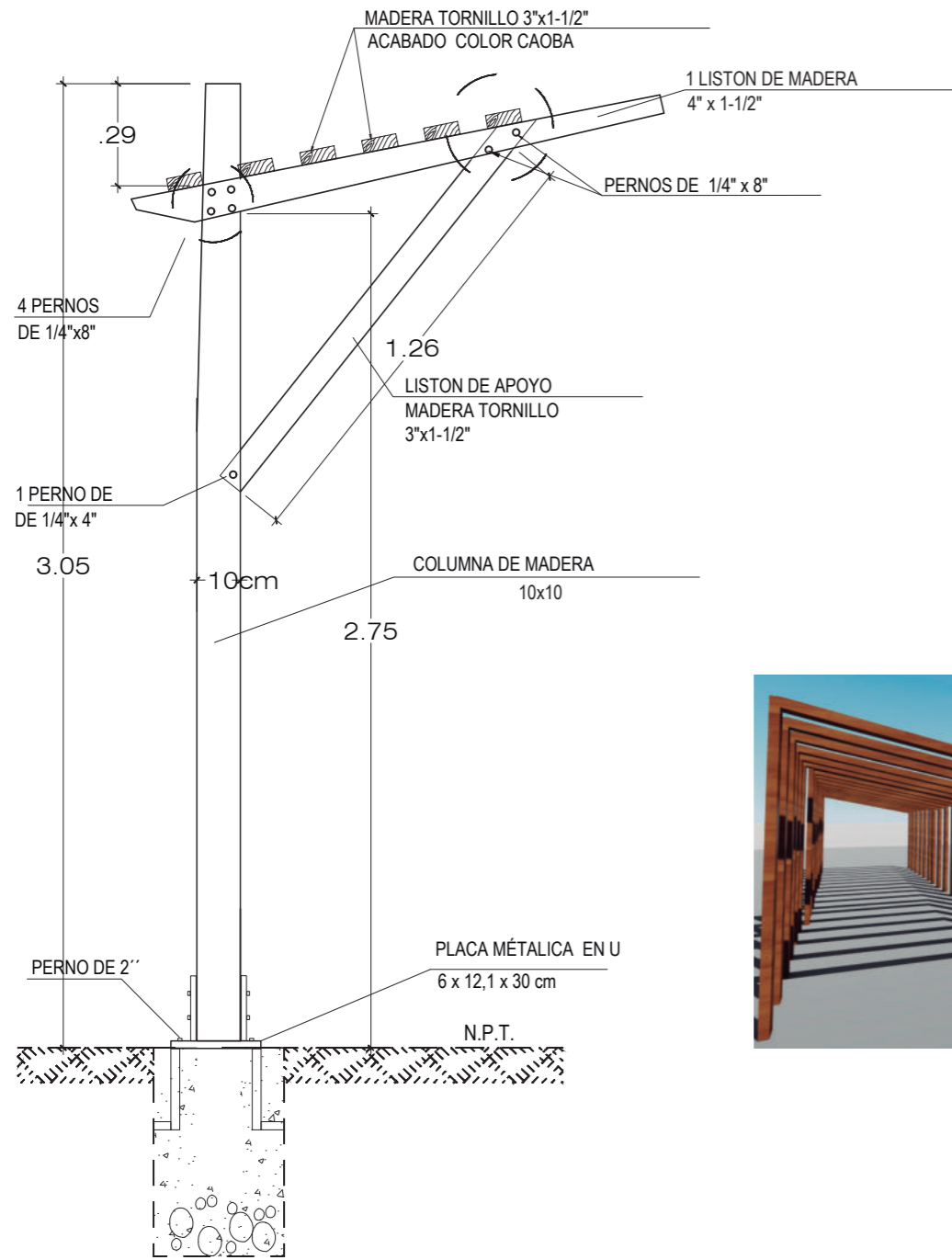
ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: S/E	Fecha: 2020-1
----------------	------------------

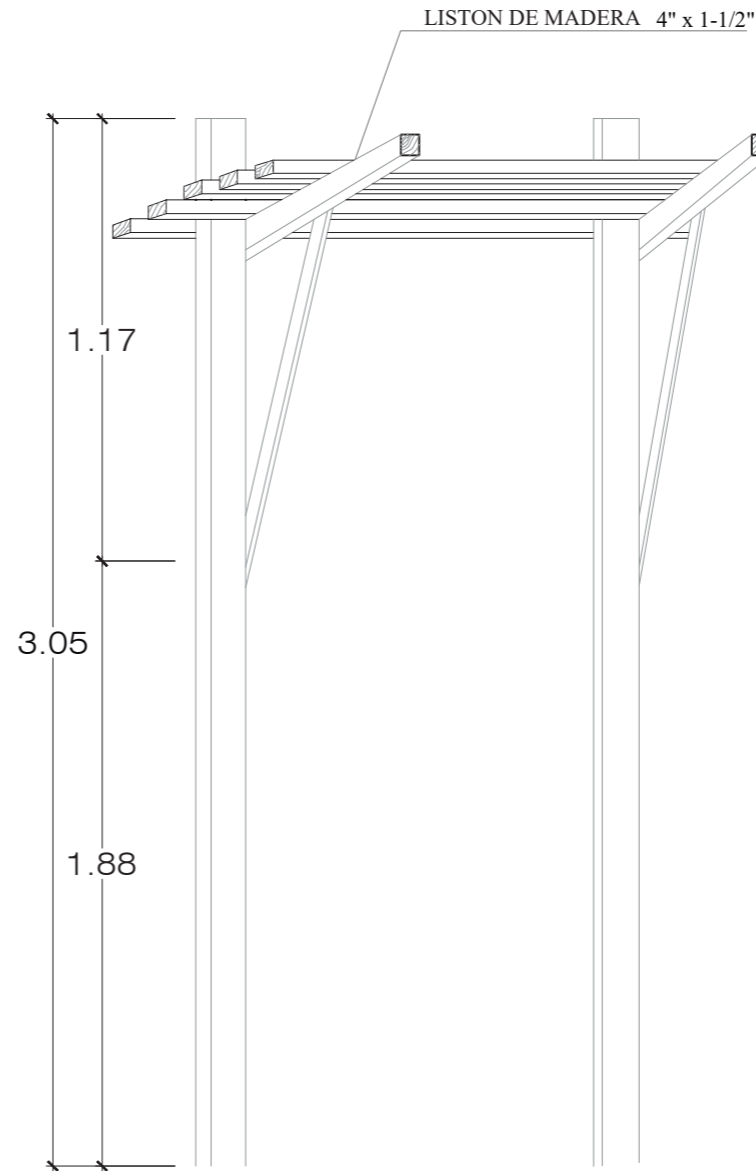
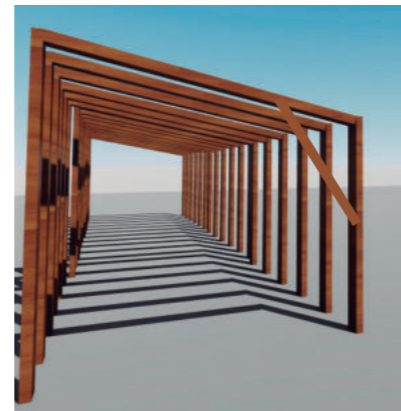
Lámina:  
61



DETALLE 3 PÈRGOLA



VISTA POSTERIOR ESC 1/20



ISOMETRIA ESC 1/20

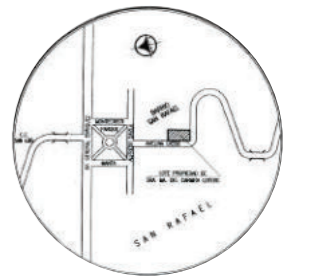
la estructura de la pèrgola se conforma por columna de madera y listones los cuales van anclados con pernos de 1/4, la columna de madera posee mayor densidad que los listones debido a que es el soporte principal de igual manera se encuentra dentro de la losa para tener mayor fijaciòn, posee soportes laterales los cuales van anclados con pernos de esta manera la estructura tendra buenos soportes



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una edificación comercial a un centro promocional de productos orgánicos locales.

AUTOR:  
MADELINE AUZ

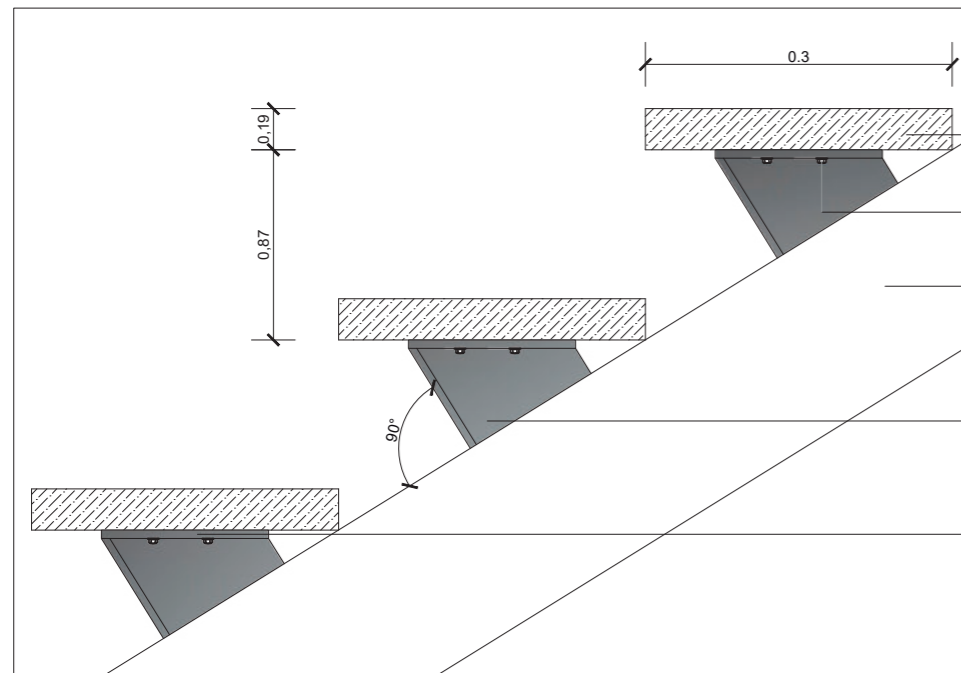
CONTENIDO:  
DETALLE PÈRGOLA

ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/2	Fecha: 2019
----------------	----------------

Lámina:  
62

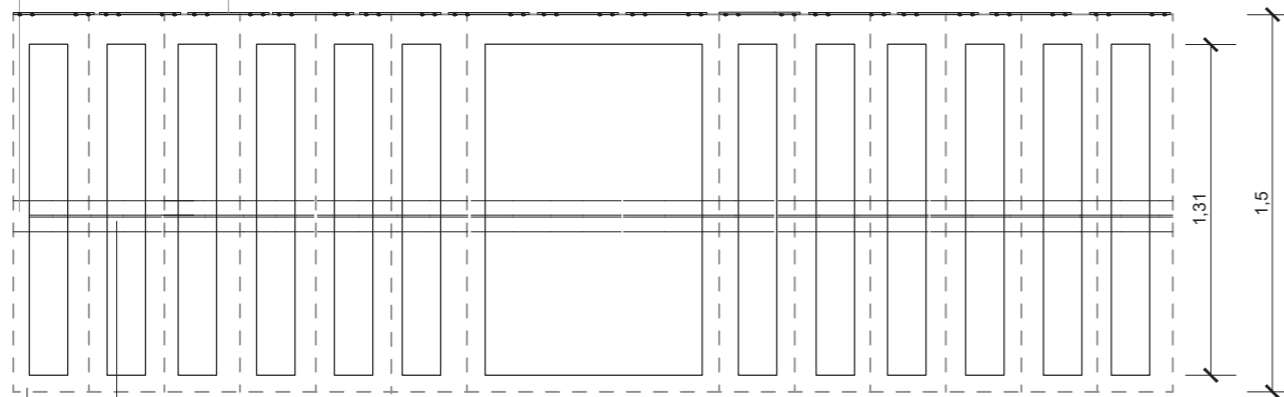
### DETALLE GRADAS VOLADAS ESC 1/2



- ESCALONES  
Tablón de madera de 1 1/2"
- ESTRUCTURA PRINCIPAL DE ESCALERA  
Doble perfil tipo "C" soldado de 160 x 60 x 20mm  
Terminación pintura sintética  
Color negro brillante
- ANCLAJE  
viga metálica de 7,6mm  
Fijado por medio de soldadura
- ESTRUCTURA DE ESCALÓN  
plancha metálica de a=152,4 e=7,6mm

-APOYO PRINCIPAL  
Empotrado en H°A° de fundación

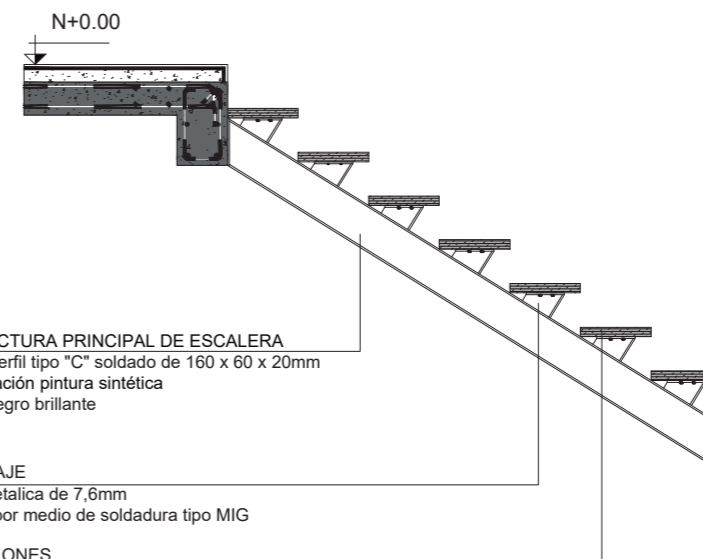
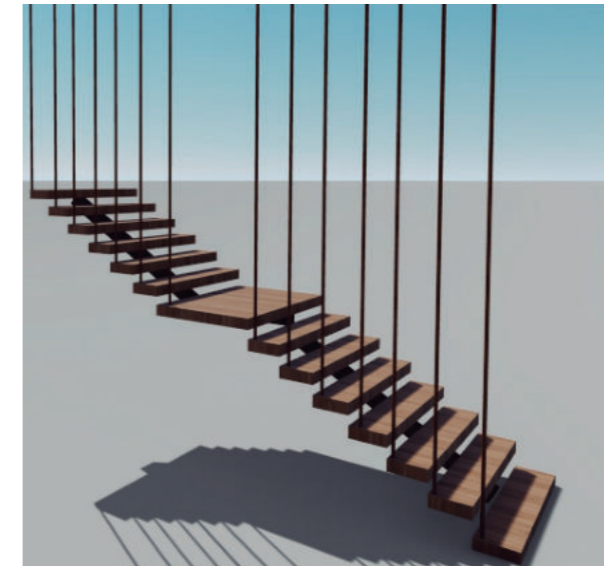
-REFUERZO



ESTRUCTURA PRINCIPAL DE ESCALERA  
Doble perfil tipo "C" soldado de 160 x 60 x 20mm  
Terminación pintura sintética  
Color negro brillante

PROYECCIÓN DE ESCALONES

### ESTRUCTURA GRADAS VOLADAS ESC 1/2



ESTRUCTURA PRINCIPAL DE ESCALERA  
Doble perfil tipo "C" soldado de 160 x 60 x 20mm  
Terminación pintura sintética  
Color negro brillante

-ANCLAJE  
viga metálica de 7,6mm  
Fijado por medio de soldadura tipo MIG

-ESCALONES  
Tablón de madera de 1 1/2"

### CORTE GRADAS VOLADAS ESC 1/10

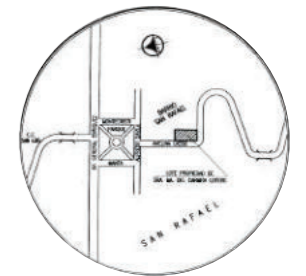
las gradas voladas cuentan con una estructura metálica la cual permite el soporte de los escalones cada tablon cuenta con una viga metálica que va soldada al perfil tipo c, los tablon van anclados mediante pernos con la viga metálica, cuentan con un refuerzo lateral hacia la pared y se encuentra empotrada a la losa de hormigón armado.



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA  
INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una  
edificación comercial a un  
centro promocional de produc-  
tos orgánicos locales.

AUTOR:  
MADELINE AUZ

CONTENIDO:  
DETALLE GRADAS SUBSUELO

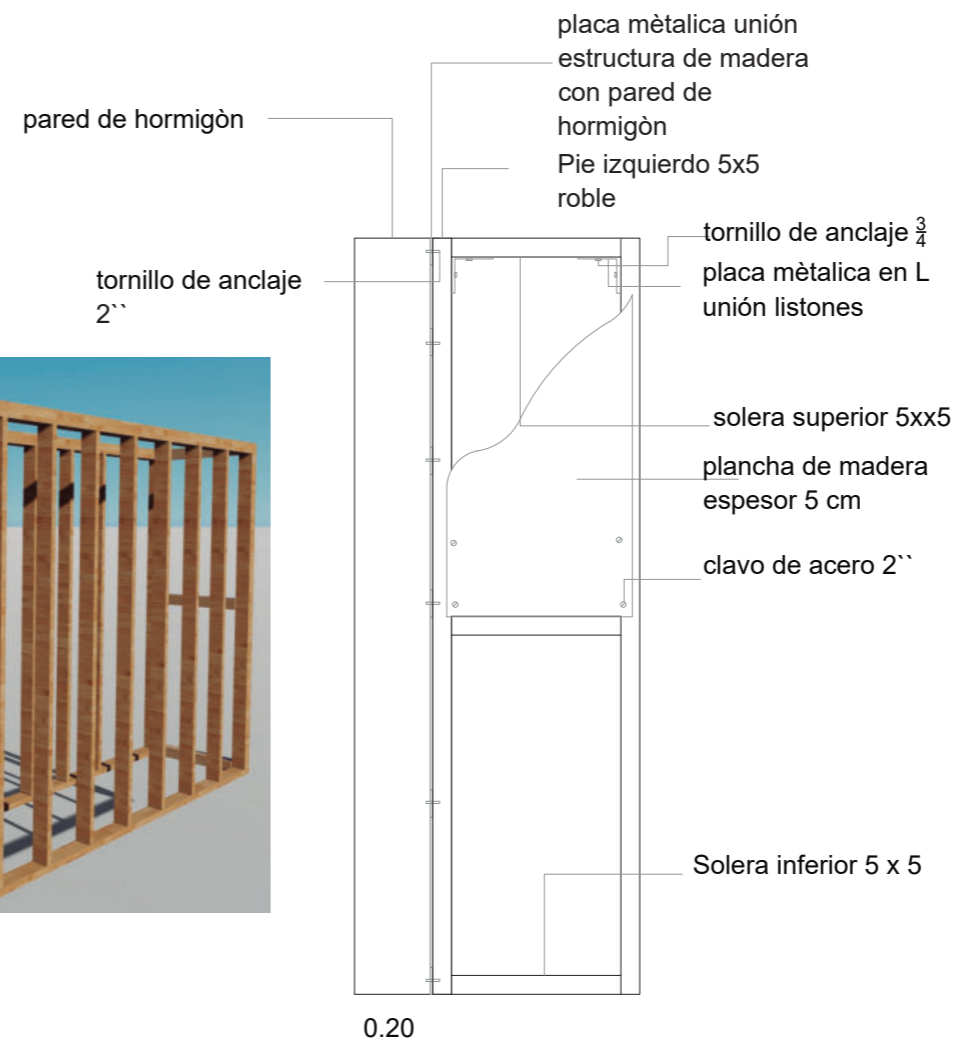
ASESORIA:  
ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala: 1/2	Fecha: 2019
----------------	----------------

Lámina:  
63

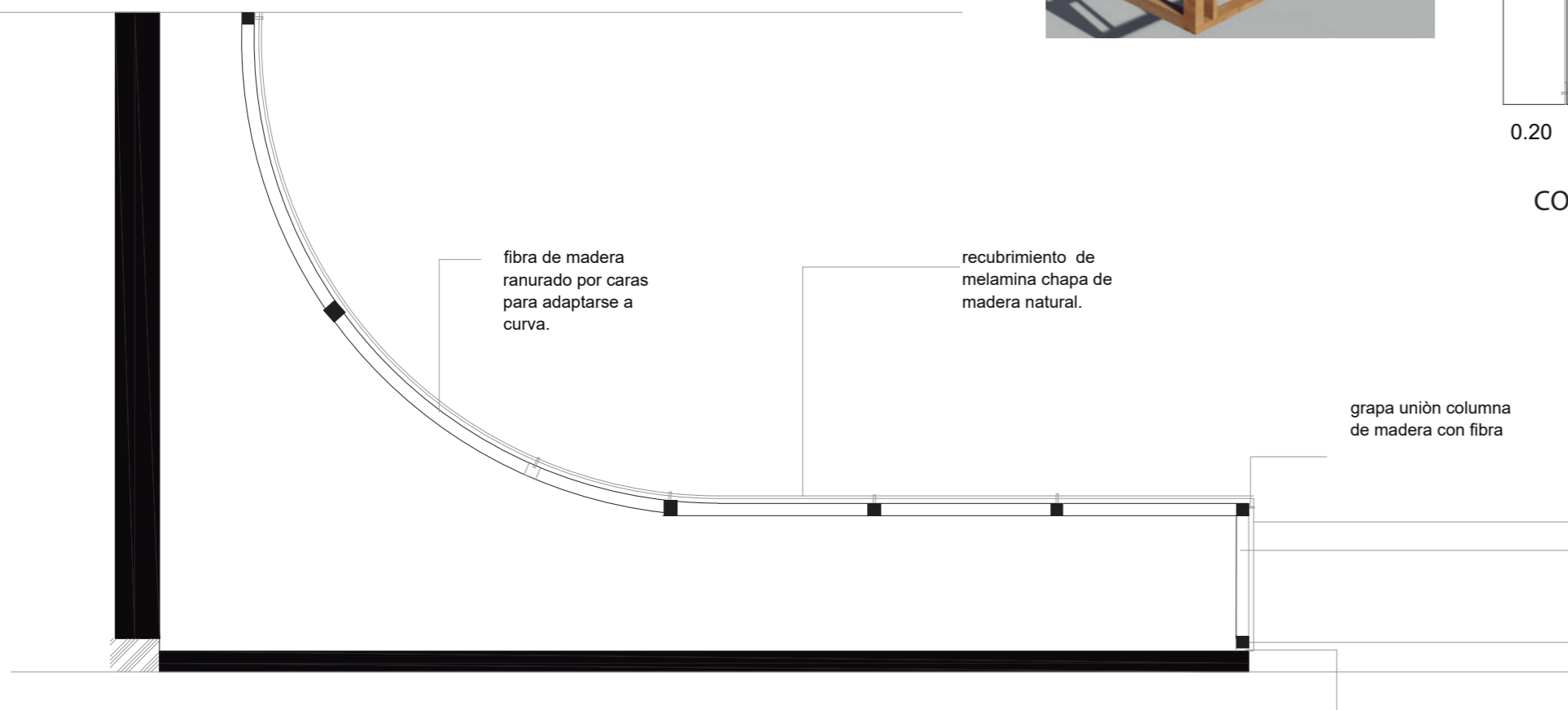
## DETALLE PARED PORTANTE UNION ESTRUCTURA DE MADERA

La unión se realiza mediante placas metálicas en L, de manera que se ancla la pared a la columna de madera con pernos de 2'' encima de esta estructura se utilizan planchas ranuradas para manejar las curvas las cuales son adheridas a la estructura de madera por medio de grapas encima de esta fibra se puede añadir cualquier tipo de revestimiento decorativo en este caso se utiliza melamina de madera natural.



0.20

CORTE ESC 1/10



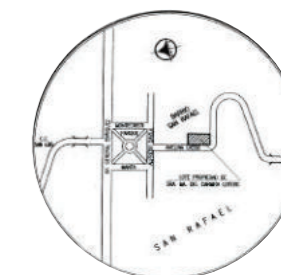
PLANTA ESC 1/25

*uola*

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

ESCUELA DE ARQUITECTURA INTERIOR

Ubicación del proyecto



TRABAJO FIN DE CARRERA  
Intervención interiorista de una edificación comercial a un centro promocional de productos orgánicos locales.

AUTOR:

MADELINE AUZ

CONTENIDO:

DETALLE UNION PAREDES

ASESORIA:

ARQ. CHRISTIAN YEPÈZ

Escala:

1/2

Fecha:

2019

Lámina:

64

