



yanbal.

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

REDISEÑO INTERIORISTA DE LA MARCA DE COSMÉTICOS YANBAL

TOMO I

AUTOR

LILIANA VERÓNICA FLOR ROMERO

AÑO

2017



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

REDISEÑO INTERIORISTA DE LA MARCA DE COSMÉTICOS YANBAL

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

Profesor Guía

Mgt. Gustavo Raúl Valencia Aguilar

Autora

Liliana Verónica Flor Romero

Año

2017

## **DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

"Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, 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".

---

Gustavo Raúl Valencia Aguilar

Magister scientiae dirección de empresas Constructoras e inmobiliarias

C.I: 1703753051

## **DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR**

"Declaro(amos) haber revisado este trabajo, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".

---

Paulina Monserrat Soto Vergara

Magister en dirección de empresas Constructoras e inmobiliarias

C.I: 1714824628

## **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 ejercitación se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes".

---

Liliana Verónica Flor Romero

C.I: 1721070157

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a Dios por haberme escogido la mejor familia que cualquier persona puede desear. Ya que sin ella no podría ser la persona que soy. Son mi pilar, fortaleza y apoyo incondicional.

My dream team.

A mis padres por nunca dejar de creer en mí. Ayudarme a escoger cual es el mejor camino que debo tomar. Por sus consejos y enseñanzas los cuales no tienes precio. No tengo palabras para agrádeseles todo lo que han hecho por mí. A mis hermanos por su constante apoyo y sinceridad cuando les pido un consejo.

## **DEDICATORIA**

Mi proyecto de tesis se lo dedico a mi padre, madre y hermanos por su paciencia y apoyo incondicional.

Pero principalmente este trabajo se lo dedico a mi papi y mi mami por su constante apoyo, en toda mi carrera, quienes me acompaño en cada uno de los retos que se presentaba en las materias, y con sus consejos y conocimientos hacía que todas mis ideas puedan volverse realidad.

## RESUMEN

Este proyecto de tesis se origina por la necesidad de la empresa Yanbal de modernizar y actualizar los espacios utilizados por el departamento comercial y de marketing, el mismo que tiene por objeto el rediseñar, redistribuir y ampliar un sector de la planta de producción que está ubicada al norte en la ciudad de Quito ( Ecuador ). Los espacios que al momento existen y se van a intervenir son: oficinas, salas de reunión y cafetería. La edificación en total tiene aproximadamente unos 12 mil m<sup>2</sup> de construcción, y la superficie a intervenir tiene unos 800 m<sup>2</sup>. La finalidad del proyecto es crear espacios que por su diseño, ayuden a que el entrenamiento personalizado, y el entrenamiento masivo, tanto de las promotoras de ventas de la empresa como la de sus empleados, se realice en ambientes vanguardistas que den el confort necesario a las personas que los utilicen. Como resultado se tendrá una preparación del personal más fácil y de óptima calidad.

El área a ser intervenida, se dividirá en los espacios necesarios para la ejecución de las diferentes actividades, desarrolladas durante el entrenamiento de las promotoras. Estas áreas son: área de capacitación, área administrativa, área de servicios donde se considerarán: salas de reunión, sala de atención al cliente, estudio cosmetológico, un área interior–exterior de sociabilización, área de recepción, área de lectura y descanso. Las principales características que deben tener estas áreas son: multifuncionalidad, versatilidad, dinamismo, y mantener la imagen de la marca.

Como concepto se escogió el panel construido por las abejas, el cual se vincula con la marca físicamente por: la cromática, la simplicidad y solidez de la estructura, y en la parte de organización de las abejas porque la forma de trabajar de estas, tanto individualmente como colectivamente, es muy similar a la estructura comercial de la empresa.

La meta del proyecto se cumple al tener como resultado el diseño de ambientes funcionales de acuerdo al uso que se dé a cada área, y ergonómicamente ideados para que las personas los utilicen en forma confortable.

El proyecto cubre las necesidades de la empresa Yanbal en lo referente a tener espacios de capacitación creados en forma lógica y armónica.

## ABSTRACT

This thesis project has originated in the need of the Yanbal company to modernize and update the spaces used by the commercial and marketing department. Project is targeted to redesigning, redistributing and expanding a sector of the production plant, that It is located to the north in the city of Quito (Ecuador). The spaces that now exist, and are going to be intervened are: offices, meeting rooms and cafeteria. The building has approximately 12.000 m<sup>2</sup> of construction, and the selected surface to be intervened has about 800 m<sup>2</sup>. The aim of the project is to create spaces that help the personalized training, and the massive training, of the sales promoters of the company and its employees, is carried out in modern environments that give the necessary comfort to the people who use them. As a result, you will have an easier and better quality preparation to your collaborators.

The area to be intervened, will be divided into the spaces required for the execution of the different activities, developed during the training of the promoters. These areas are: training area, administrative area, service area where they will be considered: meeting rooms, customer service room, cosmetic study, an indoor-outdoor socialization area, reception area, reading and rest area. The main features that these areas must have are: usefulness, dynamism, and maintain the image of the brand.

As a concept was chosen the panel built by bees, which is linked physically to the brand by: the chromatic, the simplicity and solidity of the structure, and in the organization of bees because the way they work, it is very similar to the business structure of the company.

The goal of the project is fulfilled by having as a result the design of functional environments according to the use that is given to each area, and ergonomically devised for people to use them in a comfortable way.

The project covers the needs of the company Yanbal in terms of having training spaces created in logical and harmonic way.

# ÍNDICE

<b>1. Capítulo I . Planteamiento del tema</b> .....	1
1.1. Introducción .....	1
1.2. Justificación .....	3
1.3. Alcance .....	3
1.4. Objetivos .....	4
1.4.1. Objetivo general .....	4
1.4.2. Objetivo específico .....	4
1.5. Foda .....	4
1.5.1. Fortalezas.....	4
1.5.2. Oportunidades .....	5
1.5.3. Debilidades.....	6
1.5.4. Amenazas .....	6
1.6. Soporte fotográfico.....	6
1.6.1. Ubicación.....	6
1.6.2. Implantación .....	9
<b>2. Capítulo II . Marco teórico</b> .....	9
2.1. Marco histórico.....	9
2.1.1. Síntesis marco histórico.....	14
2.2. Marco edilicio .....	16
2.2.1. Informe de regulación metropolitana.....	16
2.3. Ordenanza municipal de quito.....	17
2.3.1. Capitulo III: normas generales de arquitectura .....	18
2.3.2. Capitulo IV: normas por tipo de edificación .....	24
2.3.3. Reglas técnicas metropolitanas – bomberos .....	28
2.3.3.1. Sistema de control de fuego y humo .....	29
2.3.3.2. Prevención de incendios .....	29
2.4. Síntesis del marco edilicio .....	32
2.5. Medidas referenciales para personas de capacidades reducidas .....	33
2.3.4. Síntesis personas con capacidades reducidas .....	35
2.6. Marco conceptual .....	36
1.1.1. Belleza.....	36

1.1.2.	Cuidado personal .....	36
1.1.3.	Cosmetología .....	37
1.1.4.	Maquillaje .....	37
1.1.5.	Joya.....	37
1.1.6.	Espacio ergonómico .....	37
1.1.7.	Ergonomía .....	37
1.1.8.	Antropometría.....	38
1.1.9.	Psicología del color.....	38
1.1.10.	Áreas de capacitación .....	39
1.1.11.	Área comercial.....	39
1.1.12.	Área promocional .....	39
1.1.13.	Salas de eventos .....	39
1.1.14.	Sala de espera .....	39
1.1.15.	Recepción .....	40
1.1.16.	Acústica en arquitectura .....	40
2.7.	Síntesis marco conceptual .....	40
2.8.	Marco técnico .....	41
2.8.1.	Circulación de personas .....	41
2.8.2.	Materiales .....	41
2.8.3.	Paredes .....	41
2.8.4.	Revestimientos.....	42
2.8.5.	Pisos .....	44
2.8.6.	Cielo raso .....	44
2.8.7.	Iluminación .....	44
2.8.8.	Ventilación.....	47
2.9.	Síntesis marco técnico .....	48
2.10.	Marco referencial.....	49
2.10.1.	Referencias internacionales.....	49
2.10.1.1.	Chanel .....	49
2.10.1.2.	L'oréal .....	51
2.10.2.	Referencias nacionales .....	53
2.10.1.3.	Belcorp.....	53
2.11.	Síntesis marco referencial.....	54
<b>3.</b>	<b>Capítulo III . Estrategia investigativa.....</b>	<b>55</b>

3.1. Entrevistas .....	55
3.1.1. Departamento de recursos humanos .....	55
3.1.2. Departamento de marketing y ventas .....	60
3.2. Experiencia personal .....	65
3.2.1. Lorena carrillo (academia de maquillaje profesional) .....	66
3.2.2. Mush (local comercial y academia de maquillaje) .....	70
3.2.3. Opportunity center de yanbal en quitumbe .....	75
3.3. Diagnóstico .....	84
3.4. Recomendaciones .....	86
<b>4. Capitulo IV . Marco empírico .....</b>	<b>90</b>
4.1. Análisis del entorno.....	90
4.1.1. Ubicación geográfica .....	90
4.1.2. Vialidad.....	92
4.1.3. Mapas de vías de circulación calderón –sector carapungo.....	92
4.1.4. Flujo vehicular .....	94
4.1.5. Flujo peatonal .....	95
4.1.6. Uso y ocupación del suelo parroquia calderón.....	96
4.1.7. Puntos referenciales .....	98
4.1.8. Clima en la parroquia calderón .....	98
4.1.9. Asoleamiento.....	99
4.1.10. Edificaciones colindantes .....	100
4.1.11. Usuarios .....	100
4.1.12. Descripción general .....	100
4.1.13. Descripción detallada .....	103
4.1.13.1. Área interior .....	103
4.1.13.2. Área exterior .....	108
4.1.14. Infraestructura .....	108
4.1.15. Servicios básicos.....	109
4.1.16. Condicionantes.....	110
4.1.17. Determinantes .....	111
4.2. Síntesis – marco empírico .....	112
4.3. Concepto.....	113
4.3.1. El panal de las abejas.....	113
4.3.2. Aplicación del concepto en el proyecto.....	115

4.3.3. Síntesis – concepto .....	115
<b>4.4. Programación arquitectónica .....</b>	<b>116</b>
4.4.1. Área interior .....	116
4.4.2. Área exterior .....	119
4.4.3. Cuadro de necesidades .....	120
4.4.4. Cuadro de áreas mínimas.....	122
4.4.5. Grilla de relación.....	124
4.4.6. Diagrama de relación espacial.....	125
4.4.7. Diagrama de flujos.....	126
4.4.8. Plan masa .....	127
4.4.9. Plan masa – planta .....	128
4.4.10. Zonificación por áreas .....	129
4.4.11. Zonificación por espacios .....	130
<b>5. Referencias .....</b>	<b>131</b>

## 1. Capítulo I . Planteamiento del Tema

### 1.1. Introducción

En la actualidad el cuidado personal ha llegado a ser un asunto de mucha importancia en la vida cotidiana para todas las personas, por lo que estas han recurrido a diferentes tratamientos para mejorar su apariencia. Dentro de los más utilizados se pueden indicar:

La práctica de ejercicios físicos, es el método más antiguo utilizado para embellecer al cuerpo humano. Y es el pueblo griego el primero los aplica con este objetivo. Es en Grecia donde se originan los deportes como actualmente los conocemos y se crean los Juegos Olímpicos.

Las dietas y programas de alimentación, son otro método que muy comúnmente se utilizan hasta hoy, para mejorar la apariencia del cuerpo.

Las cirugías de tipo estético en la actualidad están de moda, con el objeto de cambiar la apariencia de las personas de forma radical, y que estas logren tener un cuerpo con la apariencia deseada y de acuerdo a las tendencias de belleza del momento. En muchas ocasiones estas operaciones son simples, y en otras muy complicadas y riesgosas. Este es un método muy costoso al que no todos pueden acceder.

La vestimenta siempre ha sido muy importante para llegar al estándar de apariencia deseado. La cual se origina como la necesidad del hombre de protegerse de la inclemencia del medio ambiente. La constante evolución de este ha generado un requerimiento de vestidos más elaborados, y de características cada vez más específicas de acuerdo a cada época de la historia de la raza humana. Lo que ha impulsado el desarrollo de la industria textil.

Los procedimientos cosmetológicos desarrollados por el ser humano nacen de la necesidad, deseo y la búsqueda del mejoramiento de las características de su piel. Inicia en la prehistoria, y este, es y será, el más importante de los métodos que el hombre tiene a su mano para mejorar su apariencia. Lo que comienza

como un oficio dedicado a la mezcla de sustancias que se encuentran fácilmente en la naturaleza, de origen animal, vegetal o mineral, que durante muchos siglos fueron asociados como productos usados por: los curanderos con el objetivo de sanar el cuerpo, y por hechiceros como pócimas para dominar el alma, dieron la pauta necesaria para la creación, evolución, y crecimiento de una de las industrias más poderosas del mundo, la industria cosmetológica. Este afán del ser humano de mejorar su piel, se ha constituido en el motor para la investigación y la búsqueda de aplicación de extractos naturales en forma puntual, y por otra parte con la aplicación de los conocimientos del manejo de sustancias químicas se han sintetizado productos, orientados todos a suplir las necesidades cosmetológicas del hombre moderno.

La cosmetología ahora se le considera como una disciplina de las ciencias de la salud. Y sus principales objetivos son: el de mantener, mejorar, y embellecer la presentación personal.

Debido a que este campo ha tenido un gran crecimiento ya no solo se enfoca en la piel sino en la mayoría de las partes del cuerpo, y esta es la razón de que aparezca el negocio de la cosmetología.

Una de las empresas más grandes de cosméticos del Ecuador es la marca Yanbal. Siendo una de las compañías con más renombre por su gran variedad y calidad de productos ya sea para mujeres, hombres y niños. En su catálogo de productos se puede encontrar: maquillajes, cremas, fragancias, tratamientos para el cuidado del cuerpo, y del rostro, entre otros. Además ofrece elementos complementarios como son las joyas de bisutería fina. Siempre busca vender a sus clientes moda, belleza y bienestar.

Como toda gran empresa debe mantener su imagen fresca y vanguardista, por lo que vio la necesidad de ampliar y rediseñar varios espacios importantes de sus instalaciones, con el fin de dar a sus clientes ambientes confortables, funcionales, con un diseño moderno y novedoso.

Para conseguir este objetivo se propone un rediseño interiorista de una parte de la planta de producción de Yanbal, ubicada en la Avenida Panamericana Norte,

sector Los Pinos, vía a Carcelén. En la cual se crearán las nuevas áreas requeridas por la empresa.

### 1.2. Justificación

La empresa Yanbal tiene como política siempre mantener una excelente imagen y sus instalaciones deben estar a la vanguardia, con el objeto de brindar a sus clientes tanto internos como externos una atención del más alto nivel.

Por ello se vio la oportunidad de realizar un rediseño de varios espacios de las instalaciones para que estos sean: más novedosos y atractivos. Y que adicionalmente el cliente tenga un mejor contacto con el producto.

La propuesta interiorista es el rediseño de diversas áreas de las instalaciones de la empresa como: área de cafetería, área de recepción, talleres cosmetológicos, salas de eventos, áreas de capacitación, área comercial, entre otros.

### 1.3. Alcance

La edificación del proyecto tiene un área de 5.000 m<sup>2</sup> y el área que se va intervenir con el rediseño es de 800 m<sup>2</sup>.

El espacio de 800 m<sup>2</sup> contendrá: áreas de capacitación de vendedoras, clientes, trabajadores, técnicos cosmetólogos; área de recepción de clientes y proveedores; área comercial de los nuevos productos de joyería y productos promocionales; salas de espera de clientes; salas de eventos para lanzamientos de nuevos productos; áreas de promoción de nuevos productos; área de aprendizaje cosmetológico; cafetería.

Se llegará a tener un diseño innovador y de vanguardia, en el cual los espacios diseñados estén de acuerdo a los fines para los que van hacer utilizados, teniendo los mismos como principales características: ser funcionales, ergonómicos y generar una sensación de confort a los usuarios.

## 1.4. Objetivos

### 1.3.1. Objetivo general

Diseñar un espacio moderno que sea ergonómico y funcional, el cual comunique físicamente el bienestar que la marca ofrece a sus clientes. Con un enfoque muy moderno, el cual vaya acorde con el concepto de belleza de la empresa.

### 1.3.2. Objetivo específico

- Darle un toque más moderno a los diferentes espacios a intervenir mediante el diseño interiorista y la utilización de revestimientos y acabados novedosos.
- Tener un diseño interior moderno de espacios dinámicos en base a la combinación de iluminación natural e iluminación artificial.
- Diseñar un espacio vanguardista y llamativo de las áreas de exhibición de productos.
- Crear espacios: ergonómicos, funcionales y con tecnología de punta para el aprendizaje y capacitación tanto de clientes como vendedores.

## 1.5. FODA

### 1.3.1. Fortalezas

- La existencia de una estructura principal es la fortaleza más importante, ya que no es necesario construir un espacio adicional, sino rediseñar la parte interior del mismo, creando y acondicionando las áreas que sean necesarias para las actividades de la empresa.
- La amplitud de las áreas existentes ayuda a crear espacios con una mejor distribución, el diseño puede ser más libre y creativo, permitiendo usar acabados más originales.
- Es un proyecto en el cual se utilizará tecnología de punta, que permita la interacción con el cliente, y esta pueda fusionarse con el diseño interiorista, dando más realce a cada ambiente, lo que puede obtenerse

con el manejo automatizado de la iluminación que permitirá tener efectos visuales muy atractivos.

- Es un lugar que va a promover y facilitar la reunión de mucha personas, por contar con amplias áreas, espacios bien concebidos, y diseñados para atraer al público.
- Las vías de acceso a este nuevo centro de cosmetología se encuentran en excelente estado, y debido a la terminación del intercambiador el tráfico fluye con agilidad, lo que significa un considerable ahorro en tiempo para los visitantes de esta sede.

#### 1.3.2. Oportunidades

- Es un lugar en el cual se puede aplicar diseños interioristas novedosos y modernistas, debido al interés y apoyo brindado por la empresa, al querer esta mantener siempre una imagen fresca y actualizada de acuerdo a las tendencias del mundo.
- Es fundamental la oportunidad que se tiene de vincular e involucrar a varias personas, que trabajan en distintas áreas de la compañía en el desarrollo del diseño de los espacios de trabajo. Ya que serán estas las que aportarán con los datos de requerimientos, tanto de espacio como de equipamiento que sean necesarios en cada punto, para poder efectuar un trabajo óptimo, que llegue en forma atractiva y oportuna al cliente.
- Es posible diseñar espacios en los que se puede realizar diferentes actividades, es decir crear salas multifuncionales. Lo que se vuelve un reto muy interesante para el proyecto.

### 1.3.3. Debilidades

- El acceso restringido de personas a las instalaciones de la empresa, por lo que no se podría tener en cuenta ideas externas a la vivencia de la compañía.
- El tipo de estructura de comercio y venta de la compañía logra ser exclusivo en varias áreas, por lo tanto será difícil tomar ideas de otras empresas dedicadas a actividades similares para enriquecer los diseños.

### 1.3.4. Amenazas

- Los riesgos propios del negocio causados por las políticas gubernamentales, las mismas que han generado una fuerte caída de las ventas y por lo tanto el giro del negocio se ha vuelto más lento.
- El mercado se ha tornado muy selectivo debido a la falta de poder adquisitivo de la población, la cual se ha visto obligada a recortar sus presupuestos destinados a la compra de artículos de todo orden, y en especial los de tipo cosmetológico.

## 1.6. Soporte fotográfico

### 1.3.1. Ubicación

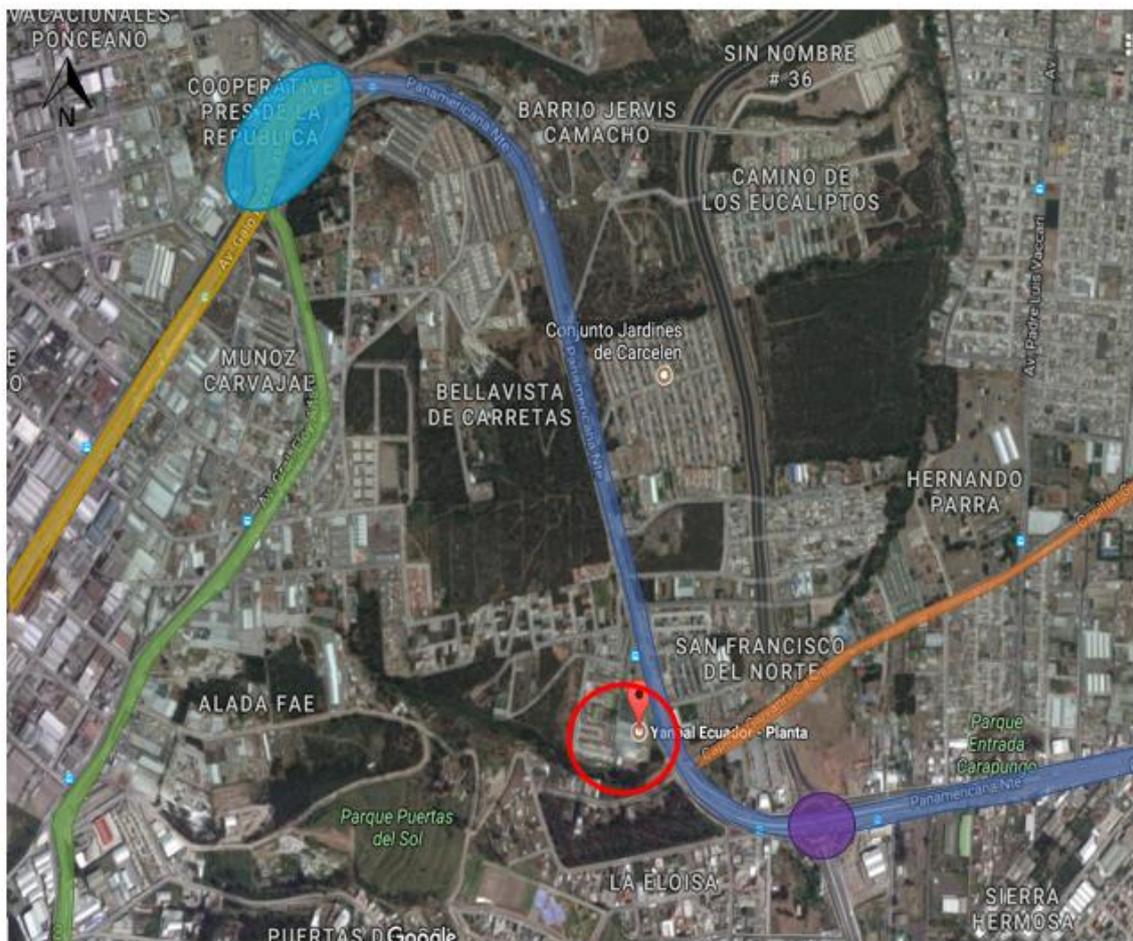
El proyecto se encuentra en la provincia de Pichincha, al noreste de la ciudad de Quito, en la zona de Carapungo, sector Los pinos.

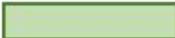
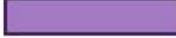
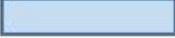


*Figura 1.* Ubicación del sector Los Pinos

Adaptado de: (Google Maps, 2016)

Para llegar a las instalaciones principales de la marca de cosméticos Yanbal desde la ciudad de Quito, se toma la Avenida Galo Plaza Laso en sentido norte hasta en intercambiador de Carcelén y se ingresa a la Panamericana Norte con dirección a Calderón hasta llegar al Km 9 ½, en donde a la derecha que la puerta de acceso.

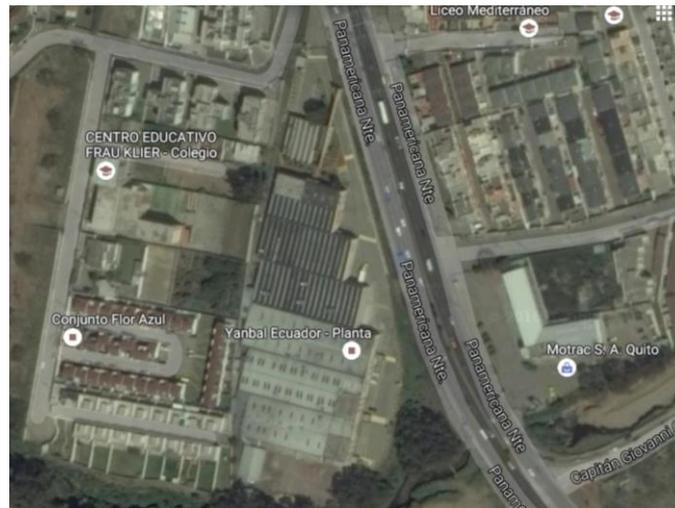


	Av. Galo Plaza Laso		Capitan Giovanni Calles
	Av. Gral. Eloy Alfaro		Intercambiador de Carapungo
	Panamericana Norte		Yanbal Ecuador - Planta
	Intercambiador de Carcelén		

*Figura 2. Ubicación de las instalaciones de Yanbal*

Adaptado de: (Google Maps, 2016)

## 2.3.2. Implantación



*Figura 3.* Implantación planta de producción de Yanbal.

Tomado de: (Google Maps, 2016)



*Figura 4.* Instalaciones exteriores de la planta de producción de Yanbal.

Tomado de: (Google Maps, 2016.)

## 2. Capítulo II . Marco Teórico

### 2.1. Marco histórico

“Bello es todo aquello que atrae y agrada a nuestros sentidos”

Santo Tomas de Aquino

A lo largo de la historia de la humanidad el culto del cuerpo y la belleza de este, siempre han tenido un puesto muy importante dentro de las actividades desarrolladas por el hombre.

El concepto de belleza y cuidado personal es una definición que ha ido creciendo cada año hasta volverse algo buscado por todos. Concepto que se ha desarrollado e implantado en el cerebro del ser humano. Belleza es un término que es conocido desde la creación del hombre.

Cosmetología proviene de la palabra *Kosmetos* la cual quiere decir belleza, y de la palabra *Logos* que significa tratado, que en definitiva quiere decir el tratado de la belleza. La historia de la cosmetología se origina en la prehistoria, ya que la mujer siempre trataba de verse más atractiva para seducir al hombre, comportamiento que nace con la mujer paleolítica con el uso de ungüentos elaborados a base de sustancias animales, hasta la mujer actual con los cosméticos más sofisticados que hasta hoy sean desarrollado.

Los primeros maquillajes creados por el ser humano fueron elaborados usando sustancias obtenidas: de las plantas, de los animales y hasta de los minerales existentes en su medio ambiente. Por ejemplo para proteger la piel de los rayos UV se mezclaba minerales rojos con la grasa de los animales, lo que hoy conocemos como protector solar.

Los egipcios fueron los primeros en crear diversos tratamientos de belleza con los cuales mejoraban su piel y su apariencia, ellos llegaron a tener un verdadero dominio de la cosmetología. Para los egipcios no era ningún lujo el tener cosméticos ya que estos estaban al alcance de todos. Para este pueblo la estética tenía una connotación terapéutica, ya que los productos que se fabricaban en ese entonces poseían efectos curativos, y por ello creían que eran pócimas mágicas.

Estos productos llegaron a ser tan importantes y requeridos por todo el pueblo, que incluso se les utilizaba para remunerar a los trabajadores por las tareas realizadas.

Una de las mezclas cosmetológicas de la cual se tiene conocimiento que preparaban, era la unión entre el aceite extraído de un árbol, con flores o pigmentos, los cuales se molían y se les agregaba goma o agua.

La variada gama de colores que tenían sus productos, lo lograban al obtener extractos de sustancias tales como: minerales naturales o plantas. Por ejemplo el color negro lo sacaban del carbón, el verde lo sacaban de la Malaquita (mineral de tipo V), el azul era extraído del lapislázuli. Las dos reinas egipcias de las que más se tiene conocimiento fueron Nefertiti y Cleopatra, quienes hacían gran uso de la cosmetología conocida en esos tiempos.



*Figura 5.* Rostros de Nefertiti y Cleopatra.

Tomado de: (Antiguo Egipto, 2012)

Por otro lado los griegos no eran muy a fines a la cosmetología, ya que ellos valoraban más la belleza natural, para esta cultura lo más importante era cultivar el cuerpo mediante el ejercicio físico.

Uno de los productos característicos que utilizaban los antiguos griegos eran los ungüentos que lograban que la tez de la mujer se vea más clara o pálida, con lo que el rostro tomaba una forma más estilizada. Este era un símbolo interpretado por este pueblo como pasión.

En cuanto al maquillaje era común el uso de sombras en los ojos, el cual fue una mezcla en base a la de ceniza de madera, que se aplicaba mediante el uso del KOHL (delineador).



*Figura 6.* Cosméticos del antigua Grecia

Tomado de: (Historia General, 2017)

En el imperio romano la estética tanto de hombres como de mujeres fue una verdadera obsesión. Indistintamente y por igual se maquillaban, peinaban, sin importar el género. Las fórmulas de los cosméticos eran guardadas celosamente como un preciado secreto.

Durante el período correspondiente a la edad media, el desarrollo de la cosmetología y cualquier otra forma de embellecimiento del cuerpo humano sufre un retroceso, por considerarse estas manifestaciones pecaminosas.

En el período de la historia humana conocido como renacimiento, los cosméticos comenzaron nuevamente a tomar fuerza, y las prácticas de belleza se vuelven a poner en auge.

Como notables eventos históricos de la cosmetología se podrían nombrar:

En el siglo XIV fue muy popular el utilizar un agua perfumada, la misma que estaba compuesta por tintura de romero, cedro y alcohol que se la conocía con el nombre de Agua Húngara.

Para el siglo XV los navegantes genoveses y venecianos fueron activos comerciantes de cosméticos.

Catalina de Medicis es quien introduce las técnicas de fabricación de cosméticos en Francia.

Se crea lo que podría decirse es el primer laboratorio cosmetológico, sus fundadores fueron los monjes de Santa María Novella en el siglo XVI, quienes también escriben los primeros tratados respecto al uso de sustancias para embellecer.

En el siglo XVIII sufre una gran expansión la producción y las prácticas cosmetológicas. Todas las cortes del mundo occidental de esa época están preocupadas profundamente por embellecerse.

Durante el siglo XX en primer lugar los franceses y después los americanos, apoyados en varios descubrimientos científicos, dan lugar a la creación de la gran industria cosmetológica tal como se la conoce hasta nuestros días.

A partir de este momento esta industria crece en forma apresurada haciéndose cada vez más grande y poderosa, la innovación es constante, siempre están presentando nuevos productos, la competencia entre las distintas empresas dedicadas a embellecer al ser humano es implacable, continuamente invaden el mercado de nuevos productos.

Los productos de belleza hoy en día han dejado de ser artículos de lujo, y han llegado a todos los estratos sociales, los mismos que se consumen a diario.

El marketing y la publicidad de masas han tenido un roll fundamental para estimular el consumo de estos artículos.

En la actualidad la presentación personal es una forma de indicar el nivel de nuestra autoestima.

El cuidado por la belleza ha dado lugar a la creación, desarrollo y evolución de grandes empresas transnacionales dedicadas a satisfacer esta necesidad.

Una de las empresas cosmetológica más grande y de más renombre conocida en nuestro medio es Yanbal. La misma que fue fundada por Fernando Belmont hace más de 40 años en 1967. El sueño de Belmont fue crear una empresa de venta directa con la idea de ayudar a las mujeres latinoamericanas a desarrollarse, tratando de hacer realidad sus metas y sueños. Para crear el nombre de la compañía el fundador de esta, conjugo la abreviación del nombre de su hija Janine, de 2 años de edad en ese entonces que era "YAN", con una abreviación del apellido de su familia el cual era "BAL", dando como resultado el nombre de la empresa "YANBAL".

Hoy en día la empresa se ha expandido a Bolivia, Colombia, España, Estados Unidos, Guatemala, Italia, México, Perú, Suiza y Venezuela. En Colombia, Ecuador, Perú, se encuentran las fábricas de producción y en Miami y Suiza se encuentran los centros de investigación y desarrollo de los productos. En Nueva York se encuentran los diseñadores de joyería, los cuales deben estar a la vanguardia de la moda en: estilos, colores, tendencias. En su catálogo encontramos productos como: tratamientos para el rostro, cuidado personal, maquillajes, fragancias y joyería.

### 2.3.1. Síntesis marco histórico

Hoy en día es muy común oír y hablar de los cosméticos, se conoce nombres de muchas marcas de perfumes, cremas, etc., se sabe de sus beneficios, y como se deben aplicar. Pero muy pocas personas conocen realmente: cuál fue su origen, como se crearon, donde se usaron por primera vez, y como han evolucionado.

Se originan en la necesidad del ser humano, del uso de sustancias que ayuden a su piel a soportar mejor las inclemencias del medio ambiente, lo que hoy es conocido como el uso de cosméticos.

Por naturaleza el hombre en las diferentes culturas que han existido a través de la historia en el mundo, siempre ha buscado verse: mejor, diferente, para lo cual ha recurrido a mezclas de compuestos que se han obtenido de sustancias provenientes de los animales, las plantas o los minerales, los que han aplicado a su cuerpo en busca de una nueva y mejor apariencia.

Actualmente la cosmetología busca cubrir una necesidad específica de la humanidad, que se resume en la búsqueda de verse y sentirse mejor como una forma de elevar la autoestima y consecuentemente alcanzar la satisfacción personal.

Para todas las personas el uso de cosméticos ha llegado a ser muy importante.

## 2.2. Marco Edilicio

### 2.3.1. Informe de regulación metropolitana

**Informe de Regulación Metropolitana - LOTE EN UNIPROPIEDAD**

**\* INFORMACIÓN FISCIAL**

DATOS DEL TITULAR DE DOMINIO	
C.C. R.U.C.	000000001
Nombre o razón social	INMOBILIARIA INMOVALVIANES S.A.
DATOS DEL PREDIO	
Número de predio	263902
Geo clave	17010505025002115
Clave catastral anterior	13159 01 005 000 000 000
En derechos y acciones	NO
ÁREAS DE CONSTRUCCIÓN	
Área de construcción cubierta	13296.64 m <sup>2</sup>
Área de construcción abierta	0.00 m <sup>2</sup>
Área bruta total de construcción	13296.64 m <sup>2</sup>
DATOS DEL LOTE	
Área según escritura	19556.00 m <sup>2</sup>
Área gráfica	17559.63 m <sup>2</sup>
Fronte total	289.38 m
Máximo ETAM permitido	10.00 % = 1955.60 m <sup>2</sup> (SU)
Zona Metropolitana	LA DELICIA
Parroquia	COMITE DEL PUEBLO
Barrio/Sector	CARRETERAS
Dependencia administrativa	Administración Zonal La Delicia

**IMPLANTACIÓN GRÁFICA DEL LOTE**

**\* CALLES**

Fuente	Calle	Ancho (m)	Referencia	Nonenzatura
IRI	TRONCAL METROPOLITANA CALDERON	30	a 25.00 mt del eje	
IRI	CALLE SAN	10	a 5.00 mt del eje	
SREC-Q	ERAMERICANA NORTE	8		

Para modificar o eliminar la información de las vías cuya fuente es el sistema SREC-Q, debe acercarse a la jefatura zonal de catastro de la Administración Zonal respectiva.

**REGULACIONES**

ZONIFICACIÓN	PISOS	RETROS
Zona AD (A01-30) Lote mínimo: 600 m <sup>2</sup> Fronte mínimo: 15 m CDS total: 10 % CDS en planta baja: 35 % Forma de ocupación del suelo: (A) Ancha Uso de suelo: (RUI) Residencial urbano 1 Clasificación del suelo: (SU) Suelo Urbano Facilidad de servicios básicos: SI	Altura: 12 m Número de pisos: 3	Frontal: 5 m Lateral: 3 m Posterior: 7 m Entre bloques: 5 m
Zona AD1 (PQ) Lote mínimo: 1 m <sup>2</sup> Fronte mínimo: 1 m CDS total: 1 % CDS en planta baja: 0 % Forma de ocupación del suelo: (A) Ancha Uso de suelo: (PE-CP) Protección ecológica/Conservación del patrimonio natural Clasificación del suelo: (SU) Suelo Urbano Facilidad de servicios básicos: SI	Altura: 0 m Número de pisos: 0	Frontal: 0 m Lateral: 0 m Posterior: 0 m Entre bloques: 0 m

**AFECTACIONES/PROTECCIONES**

Descripción	Tipo	Derecho de vía (m) (desde el eje)	Retiro (m)	Observación
PROTECCIÓN DE ACCIDENTE GEOMORFOLÓGICO	RETRO			El retiro de protección de accidente geomorfológico debe ser establecido de acuerdo a los artículos 116, 117 y 118 de la ordenanza No. 112 que establece el Régimen Administrativo del Suelo en el DMQ, en base a los parámetros establecidos en el informe de definición del borde superior de accidente geomorfológico emitido por la DMC.
QUEBRADA ABIERTA	QUEBRADA ABIERTA			El lote se encuentra en zona de protección de quebrada, talud o ribera de río. Para edificar solicitará la definición del borde superior de accidente geomorfológico a la DMC.

**OBSERVACIONES**

Observación

RADIO DE CURVATURAS 500 MT  
RETRO FRONTAL 1.00 MT A LAS VÍAS  
SEGUN RESOLUCIÓN 978 DEL 05/09/09 E INFORME IC-2006-219 DE LA COMISION DE PLANIFICACION  
RESOLVIO AUTORIZAR QUE LAS CONSTRUCCIONES EXISTENTES EN ESTE PREDIO SEAN APROXIMAS SOBRE LINEA DE FABRICA PARA CONSTRUCCIONES NUEVAS DEBERA RESPETAR EL RETRO FRONTAL DE 5 METROS  
PROPUESTA INFORME DE REGULACIONES MAJ 20-09/02 DE FECHA 01/07/2016 PRECISO APROXIMADO  
LA FAJA DE PROTECCION DE QUEBRADA SE ESTABLECIRA SEGUN ART 107 DE LA OND 0772 DEL REGIMEN DEL SUELO DE FECHA 23-12-2011  
PARA CUALQUIER TRAMITE DE HABILITACION DE L SUELO SOLICITE EN ANULOS Y CATASTRO ACTUALIZACION DE DATOS (RUC DE LA EMPRESA)

**NOTAS**

- Los datos aquí representados están referidos al Plan de Uso y Ocupación del Suelo e instrumentos de planificación complementarios, vigentes en el DMQ.
- Esta información consta en los archivos catastrales del MDIQ. Si existe algún error acercarse a las unidades desconcentradas de Catastro de la Administración Zonal correspondiente para la actualización y corrección respectiva.
- Este informe no representa título legal alguno que perjudique a terceros.
- Este informe no autoriza ningún trabajo de construcción o división de lotes, tampoco autoriza el funcionamiento de actividad alguna.
- "ETAM" es el "Error Técnico Aceptable de Medición", expresado en porcentaje y m<sup>2</sup>, que se acepta entre el área establecida en el Título de Propiedad (escritura), y la superficie del lote de terreno proveniente de la medición realizada por el MDIQ, dentro del proceso de regularización de excedentes y diferencias de superficies, conforme lo establecido en el Artículo 4011 del COOTAD, y a la Ordenanza Metropolitana 112 sancionada el 19 de julio de 2016.
- Para iniciar cualquier proceso de habilitación de la edificación del suelo o actividad, se deberá obtener el RMI respectivo en la administración zonal correspondiente.
- Este informe tendrá validez durante el tiempo de vigencia del PUCS.
- Para la habilitación de suelo y edificación los lotes ubicados en áreas rurales solicitará a la ERMAPS facilidad de servicios de agua potable y alcantarillado.

Figura 7. Informe de regulación metropolitana

Tomado de: (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. Secretaría de Territorio Hábitat y Vivienda, 2016)

### Ilustración 1. Informe de regulación metropolitana

*El número de predio 253902, la Geo clave es 170105050525002115 clave catastral*

Clave catastral anterior 13109 01 005 000 000 000.

El área de construcción es de 13296,64 m<sup>2</sup>, la que corresponde a un área bruta total de construcción de 13296,64 m<sup>2</sup>.

Está ubicado en la zona metropolitana de la Delicia, en la parroquia del Comité del Pueblo en el sector de las Carretas.

La zonificación es A8 (A603-35), el COS (coeficiente ocupacional del suelo) total 105%. El COS en planta baja es de 35%.

La forma de ocupación del suelo es (A) Aislada y la clasificación del suelo es (SU) Suelo Urbano.

El uso principal del lote es (RU1) Residencia Urbano tipo 1. El suelo puede ser utilizado para vivienda a la que se le den otros usos de barrio, y por industrias de bajo impacto.

De acuerdo a la ordenanza de zonificación No. 0031 del concejo metropolitana de Quito el uso residencial urbano tipo 1 (RU1) son áreas en las que se permite la presencia limitada de comercios y servicios de nivel barrial y equipamientos barriales y sectoriales

Cuenta con servicios básicos, es decir luz, agua, alcantarillado, líneas telefónicas.

La distancia en los retiros son: frontal: 5 m, lateral: 3 m, posterior: 3 m y entre bloques: 6 m.

### 2.3. Ordenanza municipal de quito

ORDENANZA 3457 - NORMAS DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

Las ordenanzas municipales son creadas con el objetivo de solventar la necesidad de reglamentar y regular las construcciones en general dentro del área urbana. La correcta aplicación de las mismas garantiza que las construcciones cumplan con las normas mínimas de edificación para precautelar la integridad de las personas que las utilizan.

A continuación se hace referencia a las ordenanzas que son aplicables al presente proyecto interiorista.

### 2.3.1. Capítulo III: normas generales de arquitectura

#### **Sección Segunda: iluminación y ventilación de locales**

##### **Art. 66 Bases del dimensionamiento**

Las dimensiones de los locales se sujetarán a las normas mínimas establecidas en la presente sección, las cuales se basarán en: las funciones o actividades que se desarrollen en ellos, el volumen de aire requerido por sus ocupantes, la posibilidad de renovación del aire, la distribución del mobiliario y de las circulaciones, la altura mínima del local y la necesidad de iluminación natural. Las medidas lineales y la superficie, que se refiere al dimensionamiento de locales corresponden a longitudes y áreas libre, y no a las consideradas entre ejes de construcción o estructura.

##### **Art. 67 Altura de locales**

A excepción de aquellos locales que en esta normativa se especifique con una altura mínima diferente, la altura mínima de locales será de 2.30 m. las plantas bajas, cuyos usos no sean de vivienda, y si estos son de comercio, oficinas o equipamientos podrán tener una altura libre de 2.70 m o mayor. Estas dimensiones se observarán desde el piso terminado hasta la cara inferior del elemento construido de mayor descuelgue.

**Art.71 Iluminación y ventilación indirecta**

Pueden tener iluminación y ventilación indirecta:

- a) Los locales integrados a una pieza habitable que reciba directamente del exterior, aire y luz, excepto dormitorios.
- b) Los comedores anexos a salas de estar que cumplan con lo dispuesto en el artículo 66.
- c) Las escaleras y pasillos podrán iluminarse a través de otros locales o artificialmente, pudiendo estar ubicados al interior de la edificación.
- d) Los locales, cuyas ventanas queden ubicadas bajo cubiertas, se considerarán iluminados y ventilados naturalmente, cuando se encuentren desplazados hacia el interior de la proyección vertical del extremo de la cubierta, en no más de 3.00 m.
- e) Las salas de estar podrán tener iluminación cenital.

**Art.79 Ventilación mecánica**

Siempre que no se pueda obtener un nivel satisfactorio de aire en cuanto a cantidad, calidad y control con ventilación natural, se usará ventilación mecánica. Los sistemas de ventilación mecánica deberán ser instalados de tal forma que no afecten la tranquilidad de los moradores del área donde se va a ubicar, especialmente por la generación de elevados niveles de presión sonora y vibración.

El ducto de evacuación no dará a espacio público y no podrá ubicarse la boca de salida a menos de 3 m. de altura del piso.

**Se usará ventilación mecánica en los siguientes casos:**

- a) Locales cerrados destinados a permanencia de personas donde el espacio sea igual o inferior a 3.00 m<sup>3</sup> por persona.
- b) Locales especializados que por su función requieran ventilación mecánica.

## **Sección Sexta: Protección contra incendios y otros riesgos**

### **Art.106 Generalidades**

Las medidas de protección contra incendios, derrames, fugas, inundaciones deberán ser consideradas desde el momento que se inicia la planificación de todo proyecto arquitectónico y se elaboren las especificaciones técnicas de los materiales de construcción.

Las edificaciones deberán contar con las instalaciones y los equipos requeridos para prevenir y combatir los incendios, derrames, fugas, inundaciones a la vez que prestar las condiciones de seguridad y fácil desalojo de personas en caso de pánico.

Las normas de protección contra incendios, fugas, derrames, inundaciones deberán ser cumplidas por todos los edificios existentes de acuerdo a lo que determina el Reglamento de Prevención de Incendios, así como por los edificios a construirse y aquellos que estando construidos fueran objeto de ampliación, alteración, remodelación, o remoción de una superficie que supere la tercera parte del área total construida de la edificación.

Si tales obras aumentaran el riesgo de incendio por la nueva disposición funcional o formal, o por la utilización de materiales altamente inflamables, el Cuerpo de Bomberos, podrá prohibir su ejecución.

### **Art.112 División de sectores de incendio**

Todo edificio se dividirá en sectores de incendio, independientes, de dimensiones máximas especificadas para cada uso, de manera que el fuego iniciado en uno de ellos quede localizado, retardando la propagación a los sectores de incendio próximos.

Se entenderá como sector de incendio al espacio limitado en todas las superficies de contigüidad con otros por cerramientos de materiales resistentes al fuego.

Los lugares de mayor riesgo de incendio son: cuarto de máquinas, calderos, hornos, cocinas industriales, bodegas de materiales altamente combustibles,

tanques fijos de gas (GLP), etc., se conformarán sectores independientes de incendio y de ninguna manera comprometerán las vías de evacuación, las que implementarán medidas de prevención de incendios según el riesgo que representen.

#### **Art.113 Muros cortafuegos**

Los sectores de alto riesgo de incendio, dispondrán de muros cortafuegos para evitar la propagación del incendio a los sectores contiguos, los mismos que, estarán contruidos en su totalidad con materiales resistentes al fuego durante 180 minutos, deberán levantarse desde los cimientos hasta la coronación del edificio, se prolongarán hasta las fachadas o aleros si los hubiera, no presentarán en lo posible aberturas y en el caso de existir puertas serán resistentes al fuego por el mismo período de tiempo que el muro.

#### **Art.125 Pisos, techos y paredes**

Los materiales que se empleen en la construcción, acabado y decoración de los pisos, techos y paredes, de las vías de evacuación o áreas de circulación general de los edificios serán a prueba de fuego y que en caso de arder no desprendan gases tóxicos o corrosivos que puedan resultar claramente nocivos.

#### **Art.130 Vías de evacuación**

Toda edificación deberá disponer de una ruta de salida, de circulación común continua y sin obstáculos que permitan el traslado desde cualquier zona del edificio a la vía pública o espacio abierto. Las consideraciones a tomarse serán las siguientes:

- a) Cada uno de los elementos constitutivos de la vía de evacuación, como vías horizontales, verticales, puertas, etc., deberán ser contruidas con materiales resistentes al fuego.
- b) La distancia máxima de recorrido en el interior de una zona hasta alcanzar la vía de evacuación o la salida al exterior será máximo de 25 m., pero puede variar

en función del tipo de edificación y del grado de riesgo existente. La distancia a recorrer puede medirse desde la puerta de una habitación hasta la salida en edificaciones que albergan pocas personas, en pequeñas zonas o habitaciones, o desde el punto más alejado de la habitación hasta la salida o vía de evacuación cuando son plantas más amplias y albergan un número mayor de personas.

c) Las vías de evacuación de gran longitud deberán dividirse en tramos de 25 m. mediante puertas resistentes al fuego.

d) La vía de evacuación en todo su recorrido contará con iluminación y señalización de emergencia.

f) Si en la vía de evacuación hubieran tramos con desnivel, las gradas no tendrán menos de 3 contrahuellas y las rampas no tendrán una pendiente mayor al 10%; deberán estar claramente señalizadas con dispositivo de material cromático. Las escaleras de madera, de caracol, ascensores y escaleras de mano no se aceptan como parte de la vía de evacuación.

#### **Art.131 Salidas de escape o emergencia**

En toda edificación y particularmente cuando la capacidad de los hoteles, hospitales, centros de reunión, salas de espectáculos, y espectáculos deportivos sea superior a 50 personas, o cuando el área de ventas, de locales, y centros comerciales sea superior a 1.000 m<sup>2</sup>., deberán contar con salidas de emergencia que cumplan con los siguientes requisitos:

a) Deberán existir en cada localidad o nivel del establecimiento.

b) Serán en número y dimensiones tales que, sin considerar las salidas de uso normal, permitan el desalojo del local en un máximo de 2.5 minutos.

c) Tendrán salida directa a la vía pública, a un pasillo protegido, o a un cubo de escalera hermética, por medio de circulaciones con anchura mínima igual a la suma de las circulaciones que desemboquen en ellas.

d) Las salidas deberán disponer de iluminación de emergencia con su respectiva señalización, y en ningún caso, tendrán acceso o cruzarán a través de locales de servicio, tales como cocinas, bodegas, y otros similares.

e) Ninguna parte o zona del edificio o local deberá estar alejada de una salida al exterior y su distancia estará en función del grado de riesgo existente, en todo caso el recorrido no excederá de 25 m.

f) Cada piso o sector de incendio deberá tener por lo menos dos salidas suficientemente amplias, protegidas contra la acción inmediata de las llamas y el paso del humo, y separadas entre sí. Por lo menos una de ellas constituirá una salida de emergencia.

#### **Art.132      Extintores de incendio**

Toda edificación deberá estar equipada con extintores de incendio del tipo adecuado, en función de las diferentes clases de fuego, el tipo de construcción y el uso de la edificación.

Los extintores se colocarán en las proximidades de los sitios de mayor riesgo o peligro, de preferencia junto a las salidas y en lugares fácilmente identificables y accesibles desde cualquier punto del local, considerando que la distancia máxima de recorrido hasta alcanzar el extintor más cercano será de 25 m.

Los extintores ubicados fuera de un gabinete de incendios, se suspenderán en soportes o perchas empotradas o adosadas a la mampostería, de tal manera que la base de la válvula estará a una altura de 1.50 m. del nivel del piso acabado; se colocarán en sitios fácilmente identificables y accesibles.

#### **Art.139      Iluminación de emergencia**

Las instalaciones destinadas a iluminación de emergencia aseguran su funcionamiento en los locales y vías de evacuación hasta las salidas, en casos de emergencia.

Deberá funcionar mínimo durante una hora, proporcionando en el eje de los pasos principales una iluminación de por lo menos 50 lux. Estará prevista para entrar en funcionamiento automáticamente al producirse el fallo de energía de la red pública.

#### **Art.140      Señalización de emergencia**

Todos los elementos e implementos de protección contra incendios deberán ser debidamente señalizados para su fácil identificación desde cualquier punto del local al que presten protección.

Todos los medios de salida con sus cambios de dirección (corredores, escaleras y rampas) serán señalizados mediante letreros con texto SALIDA o SALIDAS DE EMERGENCIA, según sea el caso y flechas o símbolos luminosos que indiquen la ubicación y dirección de la salida, debiendo estar iluminados en forma permanente aunque se interrumpa el servicio eléctrico general.

Los colores, señales, símbolos de seguridad como los colores de identificación de los diferentes tipos de tubería se regirán de acuerdo a lo establecido en las Normas INEN 440 y 439, se considerará además lo establecido en la NTE INEN 2 239:2000 referente a señalización y a lo dispuesto por el Cuerpo Metropolitano de Bomberos de Quito.

#### **Art.141      Ubicación de implementos**

La ubicación y colocación de los elementos e implementos de protección contra incendios se efectuarán de acuerdo con las disposiciones del Cuerpo Metropolitano de Bomberos, tanto en lugares, como en cantidad, identificación,

CAPITULO IV: NORMAS POR TIPO DE EDIFICACIÓN

### **Sección Segunda: edificaciones para educación**

#### **Art. 170      Norma general**

No se autoriza la apertura de ningún centro de educación en locales existentes no planificados para centros educativos, sin un informe previo favorable para su cambio de uso por parte de las administraciones Zonales.

Todo local que previo informe de las Administraciones Zonales autorizare para el funcionamiento de locales para educación en edificios existentes, deberá cumplir con todos los requisitos y normativas vigentes en este Libro y en lo

dispuesto en el Régimen del Suelo del Distrito Metropolitano, constantes en el Código Municipal.

#### **Art. 175 Locales para la enseñanza**

##### **a) Laboratorios, talleres y afines**

Para los locales destinados a laboratorios, talleres y afines, sus áreas y alturas mínimas estarán condicionadas de acuerdo al número de alumnos y equipamiento requerido. Considerando las normas mínimas descritas en el manual anterior.

#### **Art. Auditorios, gimnasios y otros locales de reunión**

Todos los locales destinados a gimnasios, auditorios y afines cumplirán con todo lo especificado en el Capítulo IV, Sección Octava referida a Salas de Espectáculos.

#### **Art. 188 Iluminación**

La iluminación de las aulas se realiza por la pared de mayor longitud, hasta anchos menores o iguales a 7.20 m. para anchos mayores la iluminación natural se realizara por ambas paredes opuestas.

Deberá disponerse de tal modo que los alumnos reciban luz natural por el costado izquierdo, y a todo lo largo del local. El área de ventanas no podrá ser menor al 20% del área del piso del local.

El sistema de iluminación suministrará una correcta distribución del flujo luminoso.

Cuando sea imposible obtener los niveles mínimos de iluminación natural, la luz diurna será completada por luz artificial. Los focos o fuentes de luz no serán deslumbrantes, y se distribuirán de forma que sirva a todos los alumnos.

Los niveles mínimos de iluminación en locales educativos se regirán por el siguiente cuadro:

Tabla 1.

*Niveles Lumínicos.* Tomado de: normas de arquitectura y Urbanismo.

Tipo de Local	Nivel Mínimo de Iluminación (lux)
Corredores, estantes o anaqueles de biblioteca	70
Escaleras	100
Salas de reunión, de consulta o comunales	150
Aulas de clase y de lectura; salas Para exámenes; tarimas o plateas; Laboratorios; mesas de lectura en Bibliotecas; oficinas	300
Salas de dibujo o artes	450

### **Art.261 Salones de uso múltiples**

Los salones para grandes banquete, actos sociales o convenciones estarán precedidos de un vestíbulo o lobby de recepción con guardarropas, baterías sanitarias independientes para hombres y mujeres y al menos dos cabinas telefónicas, cerradas e insonorizadas.

La superficie de estos salones guardara relación con su capacidad, a razón de 1.20 m<sup>2</sup> por persona y no se computara en la exigida como mínima para las áreas sociales de uso general.

### **Sección Octava: Salas de eventos.**

#### **Art. 269 Alcance**

Además de las normas señaladas en la presente Normativa, cumplirán con las disposiciones de esta sección los edificios o locales que se construyan, se adapten o se destinen para teatros, cines, salas de conciertos, auditorios, y otros locales de uso similar.

#### **Art. 270 Capacidad**

De acuerdo a su capacidad, las edificaciones se dividen en cuatro grupos:

- b) Segundo Grupo: Capacidad entre 500 y 999 espectadores.

**Art. 271 Accesos y salidas**

En caso de instalarse barreras en el acceso para el control de los asistentes, éstas deberán contar con dispositivos adecuados que permitan su abatimiento o eliminen de inmediato su oposición con el simple empuje de los espectadores, ejercido de adentro hacia afuera.

Las edificaciones del primer grupo tendrán sus accesos principales a dos calles o espacios públicos de ancho no menor a 16.00 m.

Las edificaciones del segundo grupo, tendrán frente a una calle de ancho no menor a 14.00 m. y uno de sus costados con acceso directo a la calle, por medio de un pasaje de ancho no menor a 6.00 m. En las edificaciones del tercer grupo, los accesos

Principales podrán estar alejados de la calle o espacio público siempre que se comuniquen a éstos por dos pasajes de ancho no menor a 6.00 m., con salidas en sus dos extremos.

Los pasajes y patios especificados anteriormente tendrán un piso de pavimento en un solo plano, pudiendo colocarse en la línea de la calle, rejas o puertas que se mantendrán abiertas durante las horas de funcionamiento del local.

En el caso de establecerse pórticos o arquerías, éstos no podrán disminuir el ancho mínimo fijado.

Además, cumplirán con todas las disposiciones pertinentes del Capítulo III, Sección Cuarta referida a Accesos y Salidas de la presente Normativa.

**Art. 279 Ventilación**

El volumen mínimo del local se calculará a razón de 7.00 m<sup>3</sup>., por espectador o asistente, debiendo asegurarse 4 cambios del volumen total de aire en una hora, sea con sistemas de ventilación natural o mecánica, que asegure la permanente pureza del aire y renovación del mismo. Además, se tomará en cuenta lo establecido en el Capítulo III, Sección Segunda referida a Iluminación y Ventilación de locales de la presente Normativa.

**Art. 280 Condiciones acústicas**

Los escenarios, vestidores, bodegas, talleres, cuartos de máquinas y casetas de proyección de las salas de espectáculos deberán aislarse del área destinada a los concurrentes mediante elementos o materiales que impidan la transmisión del ruido o de las vibraciones.

Las salas destinadas a esta clase de espectáculos deberán garantizar la buena audición en todos sus sectores, utilizando en caso necesario placas acústicas que eviten el eco y la deformación del sonido.

En los cines es necesario un espacio de 0.90 m. de fondo mínimo, entre la pantalla y los altavoces.

**Art. 295 Servicios sanitarios**

Los servicios sanitarios serán separados para ambos sexos, y el número de piezas se determinará de acuerdo a la siguiente relación:

- a) 1 inodoro, 1 urinario y 1 lavamanos para hombres, por cada 100 personas o fracción.
- b) 1 inodoro y 1 lavamanos para mujeres, por cada 100 personas o fracción.
- c) Se instalará por lo menos 1 bebedero con agua purificada, pudiendo estar fuera del servicio sanitario.
- d) Para palcos y galerías se preverán servicios sanitarios de acuerdo a la relación indicada en los incisos a) y b) de este artículo.
- e) Se preverá una cabina de servicio sanitario para personas con discapacidad o movilidad reducida, de conformidad a lo establecido en el literal b) del Art. 68 de esta Normativa referente al Área Higiénico Sanitaria.

**2.3.2. Reglas técnicas metropolitanas – bomberos**

### 2.3.2.1. Sistema de Control de Fuego y Humo

Se deberá proveer de elementos y/o dispositivos de control que eviten la propagación de humo o fuego a través de los sistemas de ventilación y aire acondicionado.

Los ductos de instalaciones en general deberán sellarse para guardar estanqueidad horizontal y vertical para evitar la propagación fuego y humo a los demás ambientes de la edificación.

### 2.3.2.2. Prevención de incendios

Reglas técnicas en función del riesgo derivado del destino u ocupación de la edificación, establecimiento o local o de la actividad que se realiza en ellos

#### **Mercantil, comercial y servicios**

##### **Medios de egreso.**

- a) **Número de salidas.** Todos los establecimientos deben contar con dos salidas separadas entre sí, exceptuándose los locales cuya superficie sea entre 50 y 200m<sup>2</sup> que dispongan puerta de acceso mayores a 1.20 metros.
- b) **Distancia de recorrido hasta las salidas.** La distancia de recorrido hasta la salida más próxima, será de 45 metros. En caso de que la edificación este protegida por un sistema de rociadores automáticos la distancia no deberá exceder los 65 metros.
- c) **Disposiciones adicionales de señalización.** En los centros comerciales se deberá colocar en un lugar visible y en cada piso, un esquema informativo en cada entrada, donde se muestre la identificación del lugar y la ubicación y recorrido hacia las salidas.
- d) **Iluminación de emergencia.** Todas las edificaciones de este grupo deberán tener iluminación de emergencia que cubra los pasillos,

escaleras, interiores y recorridos de salidas disponibles. Esta iluminación deberá cumplir con la RTQ 5/2014

### **Sistema de detección y alarma**

Los establecimientos mayores a 500m<sup>2</sup> deberán estar equipados con un sistema de alarma de incendios, que cumpla con la RTQ. 6 vigente.

Los establecimientos con áreas entre 200 y 500 m<sup>2</sup> deberán contar con un sistema de iniciación manual.

INICIACIÓN.- El sistema de alarma se deberá iniciar por medios manuales y detección automática (sensores de humo, calor)

NOTIFICACIÓN. El sistema de alarma de incendio deberá:

1. Activar una alarma general en todo el edificio, con métodos audibles y visuales.
2. Activar una señal audible con un panel centralizado.

### **Sistema de supresión o extinción de incendios**

- a) **Sistema de tubería vertical.** Las edificaciones de este grupo deberán proporcionar con un sistema tubería clase II cuando las edificaciones supere los 1200 m<sup>2</sup> de acuerdo a lo establecido en la RTQ 7/2014.
- b) **Sistema de rociadores automáticos.** Se deberá proporcionar un sistema de rociadores automáticos y portátiles en edificaciones nuevas de este grupo que cumpla con la RTQ 7/2014, cuando se presente cualquiera de las siguientes condiciones:

**Reuniones públicas como: Cafetería, salas de eventos**

### **Definición**

- a) Es un espacio usado para reunir (50) o más personas, con propósitos tales como: ceremonias religiosas, liberaciones, consumo de comida y/o bebidas, recreación, entretenimiento o sala de espera para transportes, o como edificio especial para diversiones, independientes de su carga de ocupantes.
- b) Las ocupaciones de este grupo se caracterizan por tener una presencia real o potencial de multitudes de personas sin limitaciones, con riesgo de pánico en situaciones de emergencia y, son habitual u ocasionalmente abiertas al público. Sus ocupantes se encuentran de manera voluntaria en el lugar, y por lo general, no están sujetos a la disciplina o control.
- c) Los tipos de edificaciones que incluyen el grupo de reuniones públicas son los siguientes:
  - 1. Salas de reuniones
  - 2. Sala de conferencia
  - 3. Edificios especiales para entretenimiento, independientemente de la carga de ocupantes.

### **Medios de egreso**

- a) **Cantidad de salidas.** Las edificaciones de este grupo con carga de ocupantes hasta 500 personas contarán con dos salidas en cada piso, separadas entre sí.
- d) **Distancia de recorrido hasta las salidas.** En edificios de reuniones públicas, la distancia de recorrido hasta la salida más próxima, que cumpla con los criterios de un medio de egreso, de acuerdo a lo establecido en la RTQ 5/2014, no deberá superar los 45 metros.
- e) En caso de que la edificación esté protegida en su totalidad por un sistema de rociadores automáticos la distancia no deberá exceder los 60 metros.
- f) **Iluminación de emergencia.** Todas las edificaciones de este grupo deberán tener iluminación de emergencia que cubra los pasillos, escaleras y recorridos de salidas disponibles. Esta iluminación deberá cumplir con la RTQ 5/14.

## Sistemas de detección y alarma

Toda edificación clasificada como grupo de reuniones públicas deberá estar equipada con un sistema de alarma de incendios, que cumpla con la RTQ 6/2014

a) INICIACIÓN. La iniciación se efectuará de acuerdo a los siguientes criterios:

1. Por medios manuales solamente, si el sector de incendio es igual o menor a 500 m<sup>2</sup>.
2. La iniciación será por medios manuales y detección automática (sensores de humo, calor), si el sector de incendio es mayor a 500m<sup>2</sup>
3. En los edificios equipados con protección mediante rociadores automáticos, la operación del sistema de rociadores deberá activar automáticamente el sistema de alarma de incendio.

b) NOTIFICACIÓN. El sistema de alarma de incendio deberá:

1. Activar una alarma general en todo el edificio, con métodos audibles y visuales.
2. Activar una señal audible y visible en un panel centralizado

## Sistemas de supresión o extinción de incendios

a) **Sistema de rociadores automáticos.** Se deberá proporcionar un sistema de rociadores automáticos, que cumplan con lo establecido en la RTQ 7/14 cuando su aforo es mayor a 300 personas o 500 m<sup>2</sup>.

b) **Extintores portátiles.** se deberán colocar extintores portátiles de incendio en toda el área de la edificación de este grupo. Éstos deberán cumplir con la RTQ 7/2014.

### 2.4. Síntesis del marco edilicio

Una vez analizadas las Ordenanzas Municipales de Distrito Metropolitano de Quito en la parte pertinente a Normas Urbanísticas, se ha seleccionado aquellas que directamente tienen relación con el desarrollo del presente proyecto, las mismas que ayudarán para obtener como resultado final un diseño interiorista confortable y seguro, que cumpla las especificaciones indicadas en estas reglas.

Se deberá tener muy en cuenta el óptimo dimensionamiento de los lugares, de acuerdo a las actividades a realizarse en estos. De tal manera que se garantice que se cumplan regulaciones tales como: tener un nivel satisfactorio de aire, luz, y espacios, que permitan realizar un trabajo en forma placentera.

Otro punto muy importante que debe ser bien concebido, es el referente a la seguridad que brinde la edificación. Las normas al respecto son claras y precisas, se deben aplicar teniendo en cuenta: una correcta señalización de operación normal como de emergencia, deberá contar con los equipos necesarios para protección contra incendios, se definirán vías de evacuación, salidas de escape, y zonas de seguridad.

El diseño interiorista propuesto debe dar bienestar y seguridad a los usuarios.

## 2.5. Medidas referenciales para personas de capacidades reducidas

Con la ayuda del libro "Las dimensiones humanas de los espacios interiores" de Julius Panero y Martin Zelnik se puede tener unas referencias de las medidas necesarias para realizar un buen diseño que sea acorde a las personas con capacidades reducidas.

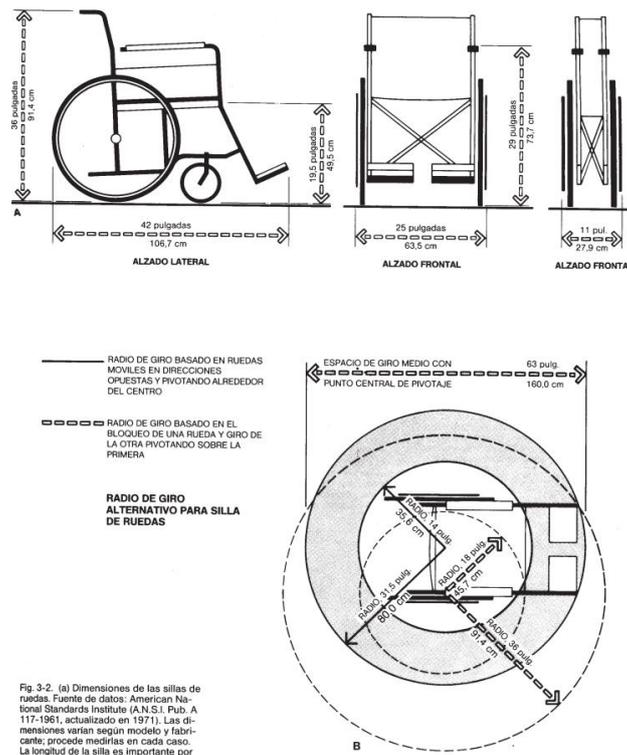


Figura 8. Medidas Atomar para personas en sillas de ruedas.

Tomado de: (Panero y Zelnik, 1996, p. 5)

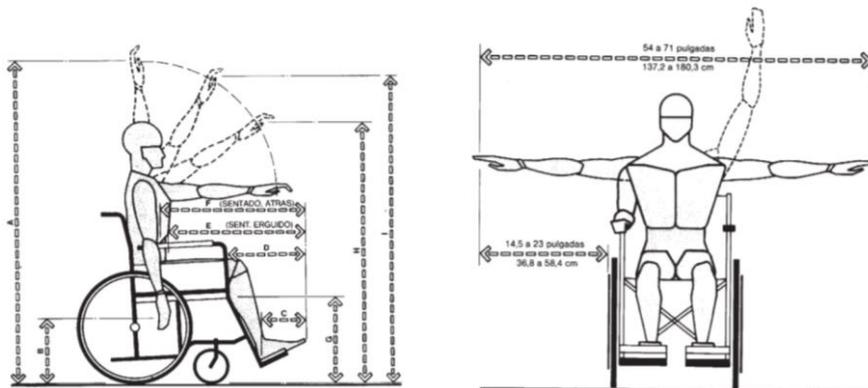


Figura 9. Medidas a tomar para personas en silla de ruedas.

Tomado de: (Panero y Zelnik, 1996, p. 53 y 54)

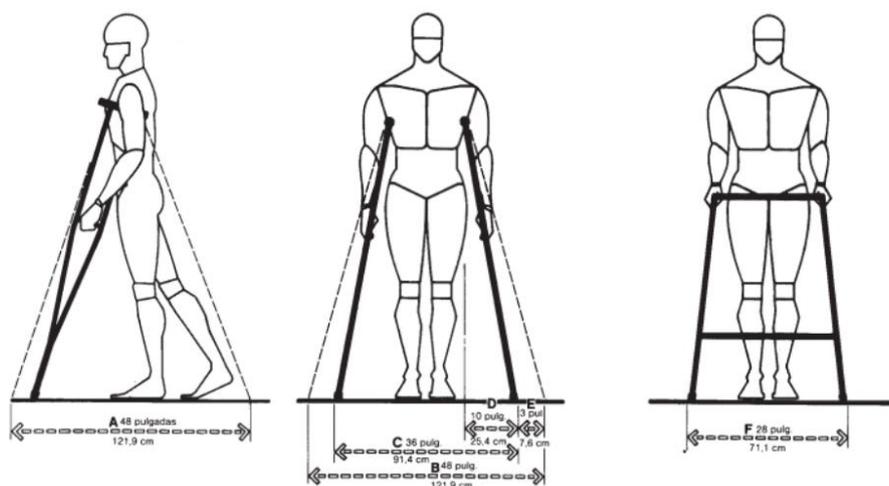


Figura 10. Medidas a tomar para personas con muletas.

Tomado de: (Panero y Zelnik, 1996, p. 54)

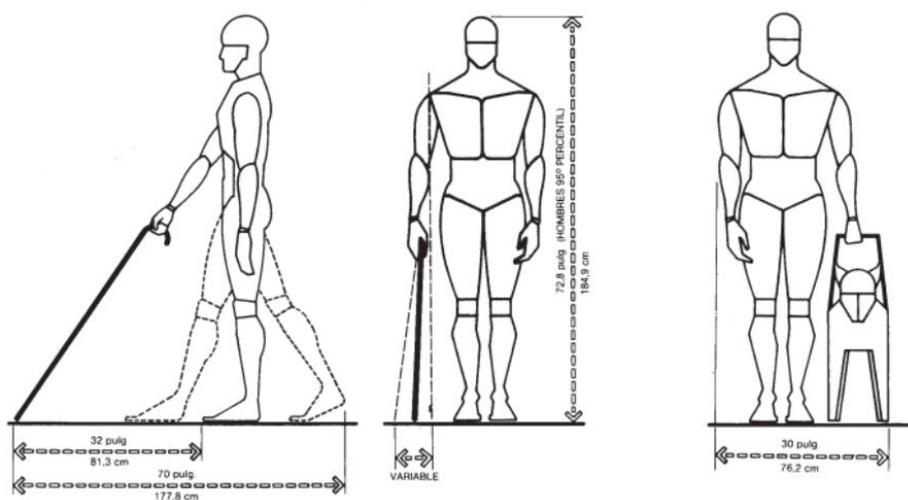


Figura 11. Medidas a tomar para personas con bastón.

Tomado de: (Panero y Zelnik, 1996, p. 54)

### 2.3.3. Síntesis personas con capacidades reducidas

Aplicando la información encontrada en el libro *Las Dimensiones Humanas en los Espacios Interiores* de Panero y Zelnik. Se definirán las medidas mínimas necesarias para un diseño interiorista que sea adecuado para las personas con capacidades reducidas es decir, se debe considerar que tanto los accesos como las salidas y todos los espacios destinados al movimiento para esta clase de personas, tengan las dimensiones correctas, de tal manera que estos usuarios puedan desplazarse con facilidad.

En los diferentes espacios que se diseñen debe establecerse áreas destinadas para la utilización de estas personas, los mismos deberán estar equipados con mobiliarios adecuados que faciliten el desarrollo de las actividades de las personas con capacidades especiales. De igual manera en el resto de zonas como: cafetería, baños, ascensores deberán implementarse diseños acorde a la necesidad de este grupo especial.

Este es un aporte importante para el diseño del proyecto planteado, ya que siempre se debe considerar los requerimientos de este sector de la población.

## 2.6. Marco conceptual

### 1.1.1. Belleza

La palabra belleza se deriva de bello, lo que proviene del Latín *bellus* que significa hermoso, este es uno de los conceptos más subjetivos y abstractos que se puede plantear, porque lo que para una persona puede ser bello, para otra no lo es. Lo que hace que sea muy difícil dar una definición de la belleza, a pesar de que es una palabra que está ligada a muchos aspectos de la vida de los seres humanos. En la historia algo bello o hermoso estaba relacionado: a la armonía, proporción, simetría y la perfección.

### 1.1.2. Cuidado personal

El cuidado personal es el que nos ayuda a mantener un equilibrio en el estado de nuestro cuerpo y mente, tanto la parte exterior como interior de nuestro ser,

deben estar en armonía. Es la práctica de acciones dirigidas a: conservar, guardar, preservar y cuidar la imagen personal. Son las costumbres relacionadas con el aseo, comida, vestimenta, higiene y cosmetología, las cuales usa el hombre para mejorar su aspecto personal.

#### 1.1.3. Cosmetología

La cosmetología es una rama de la dermatología. Básicamente consiste de técnicas y tratamientos para embellecer el cuerpo del ser humano mediante la aplicación de productos sobre la piel. La cual está encargada de hacer estudios y desarrollar un sin número de productos los cuales tienen la función de engalanar al ser humano.

#### 1.1.4. Maquillaje

Es un producto cosmético, el cual se aplica a la piel, destinado para el arreglo superficial, cuyo objetivo es: decorar, colorear, y cubrir imperfecciones principalmente del rostro del ser humano.

#### 1.1.5. Joya

Es un objeto básicamente ornamental para el cuerpo. Fabricado en diferentes materiales como: piedras y metales preciosos. La palabra viene del francés "joie". Pulseras, collares, anillos, pendientes, gargantillas, entre otros son los artículos más usuales en cuanto a joyería. Su costo varía dependiendo de: el tipo de material usado, y su tiempo de elaboración.

#### 1.1.6. Espacio Ergonómico

Un espacio ergonómico es aquel que está diseñado de acuerdo a las capacidades, actividades y posibilidades del hombre que lo va a utilizar. Lugar que tiene las medidas adecuadas y funcionales, para que el ser humano pueda realizar su trabajo de la mejor manera, y con el menor esfuerzo posible.

#### 1.1.7. Ergonomía

Es la disciplina encargada de diseñar tanto lugares como herramientas perfectamente adecuadas a las características fisiológicas y anatómicas del ser humano. Además analiza la relación del ser humano y los elementos a su alrededor, para lograr el bienestar humano y la armonía entre el cuerpo del

hombre y su entorno inmediato, las herramientas que deba utilizar y la tecnología. La ergonomía estudia y define parámetros de factores como son: la iluminación, la temperatura, el ruido, turnos de trabajo y horarios, con el objeto de hacer más eficiente y productivo al trabajador, y en general para dar mayor confort al hombre en sus actividades.

#### 1.1.8. Antropometría

Es la ciencia de la medición de las proporciones y dimensiones de las diferentes partes del cuerpo humano. Las medidas dependen de la edad, sexo, raza, nivel socioeconómico de las personas.

#### 1.1.9. Psicología del color

Campo que estudia y analiza los efectos inconscientes sobre nuestro cerebro al momento de percibir los colores. Los mismos que afectan la percepción y conducta humana. El conocimiento de la psicología del color puede ser de gran ayuda en diferentes campos profesionales, como por el ejemplo en la moda, el diseño, arquitectura, arquitectura interior, señaléticas, publicidad y el arte. En la antigüedad ya se tenía una noción de la psicología del color, un ejemplo es la codificación con colores de los puntos cardinales.

Generalmente la gente se confunde entre Teoría del Color y Psicología del Color, pero son completamente diferentes entre sí. La teoría del color habla más de los efectos ópticos, físicos y de composición de los colores. Y la psicología del color habla del comportamiento del ser humano al percibir un color.

Si nos ponemos a pensar la psicología del color está en el día a día de las personas y en la educación desde pequeños, por ejemplo: el color rojo simboliza prohibición, el color verde la unión con la naturaleza y el negro con la ausencia de luz y la muerte.

Uno de los estudios más reconocidos acerca del significado del color es de Eva Heller quien era una socióloga y psicóloga alemana. Lo que ella propone en su libro "Psicología del color" es que los colores no son solo un fenómeno óptico, sino que también son un fenómeno social, y dice "Los colores y los sentimientos no se combinan de manera accidental, sino que se basan en el contexto y la

historia individual de cada uno a través del tiempo” queda latente la pregunta y cómo actúan los colores en los sentimientos y la razón.

#### 1.1.10. Áreas de Capacitación

Capacitación se denomina a la acción de adiestrar con el propósito de preparar, desarrollar a las personas para realizar una actividad específica. Para lo cual es necesario contar con espacios especialmente diseñados y equipados cuyo objetivo es facilitar la adquisición de conocimientos en un corto plazo con el fin de realizar una actividad puntual. Es un lugar que promueve un aprendizaje práctico, dinámico y creativo. En el cual puedes desarrollar destrezas y habilidades.

#### 1.1.11. Área Comercial

Son lugares o zonas pensadas y construidas para la socialización de las personas y el desarrollo de la actividad comercial de diversos artículos. Esta área es la de intermediación entre, la fábrica en la cual se hacen los productos, y el comprador quien adquiere el producto. Este tipo de espacios pueden promover tanto productos como servicios.

#### 1.1.12. Área Promocional

Es un espacio destinado para dar a conocer o informar al consumidor de un producto nuevo, o de mejoras realizadas en uno ya existente, generalmente son espacios destinados a exhibir los artículos que se desea promocionar.

#### 1.1.13. Salas de Eventos

Este término se refiere a un espacio arquitectónico diseñado con fines recreativos, educativos y promocionales. Es un lugar de grandes dimensiones el cual puede albergar a una gran cantidad de personas. Son espacios adaptables en los cuales pueden realizarse distintos tipos de actividades de acuerdo a lo que se requiera.

#### 1.1.14. Sala de Espera

Es un espacio interior en el cual la gente se encuentra sentada o parada, hasta ser recibida o ser atendida. Son áreas que pueden abarcar una gran cantidad

de gente, como en los aeropuertos, o poca cantidad de gente como en un consultorio médico.

#### 1.1.15. Recepción

Es un espacio interior cuya función es brindar información, y controlar el ingreso a la edificación.

#### 1.1.16. Acústica en Arquitectura

Es la rama de la arquitectura que se encarga de estudiar y controlar el sonido en edificaciones o locales. Con el objetivo de lograr un adecuado aislamiento acústico entre diferentes áreas, o para difundir las ondas sonoras en un espacio determinado con la menor distorsión posible. Lo que se logra con la utilización de materiales adecuados en las diferentes partes de las edificaciones. Por lo general depende mucho del uso correcto de revestimientos porosos o resonantes.

## 2.7. Síntesis marco conceptual

Específicamente para el desarrollo de este proyecto se ha considerado el diseñar varias áreas destinadas a que se realicen actividades como: capacitación, promoción, eventos, recepción entre otras, las que deberán ser concebidas para facilitar y dar realce a las tareas directamente vinculadas con la belleza y la cosmetología.

Para el diseño de cada uno de los espacios indicados, se deberá: aplicar y conjugar, reglas y principios, de ergonomía y antropometría, con la utilización de colores adecuados, con el objeto de crear ambientes confortables y seguros de un corte vanguardista, que inviten a la creatividad, obteniendo como resultado un mejor rendimiento del personal al momento de desarrollar estas actividades en estos espacios.

En una empresa enfocada en la belleza y cuidado de la presentación personal, es más que imprescindible que su propia imagen, emane bellos detalles de diseño.

## 2.8. Marco Técnico

El presente proyecto implica el diseño y construcción de partes interiores para dividir un espacio ya existente, con el objeto de adecuarlo y crear las áreas de: trabajo, eventos, y circulación requeridos por la empresa. A continuación se realiza una rápida descripción de los conceptos y elementos que posiblemente se tengan que aplicar.

### 2.3.1. Circulación de personas

La circulación de personas, tanto para la arquitectura y el interiorismo juega un papel importante en el diseño, ya que es la unión o vínculo entre las diferentes áreas, ya sea que estas estén en un mismo nivel o en diferentes niveles. El objetivo de un estudio de flujo es lograr una distribución de espacios que permitan la fácil accesibilidad y una fluida movilidad, tanto de personas como de materiales entre ellos.

Lo que se debe evitar en los espacios es el aglomeramiento y la paralización del flujo de la personas. El ancho mínimo de un área de circulación es de 1m. Pero esta medida se vuelve relativa dependiendo de la cantidad de gente que vaya a circular por el mismo.

### 2.3.2. Materiales

En general a continuación se detallan los materiales que posiblemente se van a utilizar en el desarrollo del presente proyecto de diseño interiorista tanto en: paredes, pisos, cielo raso, los cuales deben tener: una alta durabilidad, ser resistentes al impacto, y resistentes al fuego, ya que los espacios a diseñar va a tener un gran flujo de gente.

### 2.3.3. Paredes

Para la separación de los espacios se utilizarán una combinación entre paredes de bloque y paredes de gypsum. Las mismas que tendrán diferentes acabados y revestimientos los cuales deben ser de vanguardia.

- **Pared de Bloque**

Es una obra vertical de albañilería con el fin de limitar los espacios arquitectónicos. El bloque es una pieza prefabricada en base de cemento, de forma prismática recta, con dos o más perforaciones verticales que tiene por objetivo alivianarlos, con medidas de: 10, 12, 15 y 20 cms. de ancho, por 20 cm. de altura y 40 cm. de largo, los cuales se juntan con mezcla y se apilan de acuerdo a lo requerido, dando como resultado paredes muy robustas.

- **Pared de Gypsum**

Gypsum es un sistema de construcción con paneles alivianados, se utilizan placas de yeso con una estructura de acero galvanizado. Este tipo de construcción puede funcionar tanto como paredes como para cielos falsos, es un material moldeable, esto quiere decir que puede tomar cualquier forma y dimensión. Su instalación es fácil y no necesita de herramientas especiales. Se lo aplica por general en espacios que necesitan ser subdivididos.

- **Poliestireno expandido**

Es un material que permite la construcción de paredes, techo, losas con mayor agilidad.

Es un sistema de construcción ultraliviano el mismo que facilita la construcción de mampostería, estructura, losas entre otros. La eficiencia del material radica en su composición. Sus dos caras están revestidas por malla de acero la misma que le brinda resistencia, al aplicar el concreto se transforma en una estructura con una alta capacidad portante y una alta aislación tanto acústica como térmica.

#### 2.3.4. Revestimientos

- **Paneles decorativos**

Son elementos creados con fibras como la del bambú, y una de sus características es que pueden ser paneles en tres dimensiones. Es un buen

aislante acústico, amigable con el medio ambiente, resisten al fuego, de fácil instalación y limpieza.

- **Corchos**

Es un producto natural y ecológico, es un material impermeable, resistente a agentes químicos, elástico, ligero, es un buen aislante térmico y acústico.

- **Teselados**

Es un patrón que reviste completamente cualquier superficie plana y lisa que no deja orificios y que no se superponen entre sí.

- **Madera tratada**

Es aquella madera la cual su durabilidad ha sido mejorada o tratada con agentes bióticos degradadores. Con la cual se pueden tener hermosas superficies, sus principales problemas son: necesita un constante y buen mantenimiento, y es un material muy inflamable.

- **Listones verticales de madera**

Es una forma de utilizar la madera como una técnica de decoración.

- **Placas metálicas**

Soportan condiciones ambientales extremas, son elaboradas en distintos materiales como aluminio, acero inoxidable, latón y cobre. Se debe considerar el costo de las mismas, y dentro de los ambientes dan una sensación de frío, y por el lado acústico refractan mucho los sonidos. Son de fácil montaje relativamente.

- **Textil**

Se pueden utilizar tanto fibras naturales como el algodón, lino, seda o también fibras sintéticas como el nylon y el poliéster. Dan un terminado elegante, se tienen en gran variedad. El principal problema de las mismas es que son muy inflamables.

### 2.3.5. Pisos

Los materiales que se aplicarán en los pisos deben ser para un alto tráfico, durables y de fácil limpieza. Por ello se puede considerar el uso de: vinyl, madera, porcelanato, pisos flotantes entre otros.

- **Vinyl**

Es un piso es cual soporta un alto tráfico, de fácil instalación, limpieza rápida, una gran variedad de acabados, estilos y diseños, absorbe el ruido.

- **Madera**

Es un material más estético y aporta elegancia al espacio. Es versátil el cual puede utilizarse tanto para interior como exterior, durable y le brindan calidez al espacio. Se le debe dar mantenimiento continuamente y es inflamable.

- **Porcelanato**

Es una opción elegante, llamativa y que brinda estilo a los espacios. Su mantenimiento es muy sencillo, tiene una buena resistencia al roce y una gran versatilidad. Es de fácil instalación y resistente al fuego.

- **Pisos flotantes**

Son pisos de instalación rápida, resistentes, durables, fácil limpieza, son térmicos y acústicos.

### 2.3.6. Cielo raso

El material que se va a utilizar para el diseño del Cielo Raso debe ser moldeable con alta resistencia para que se pueda crear dinamismo en el ambiente, por eso se ha pensado usar: madera, acero inoxidable, sistema drywall entre otros. Estas alternativas permitirán desarrollar un diseño original, creativo y llamativo.

### 2.3.7. Iluminación

Es importante conseguir un equilibrio en la iluminación, ya que si existe exceso o escasas de luz, la capacidad visual de los usuarios de estos espacios disminuye, distorsionando la apreciación de los objetos, y estos pueden tener consecuencias psicológicas y físicas negativas (Barbosa, 2016).

Para el proyecto se utilizará la combinación entre iluminación natural e iluminación artificial. En cuanto a la iluminación artificial se utilizara focos LED, fluorescentes e incandescentes. Con lo que se puede tener un equilibrio de iluminación, permitiendo de esta forma tener áreas acogedoras.

Respecto a la iluminación general de cada área, se utilizarán luminarias empotradas con focos. Para espacios que necesiten de una iluminación más puntual se colocarán spotlight, con el objeto de darle dinamismo al espacio, y lograr resaltar mejor zonas específicas.

Para destacar espacios o algún elemento de diseño, se utilizará una iluminación de exposición o decorativa. Para lograr el efecto de resaltar una zona o elemento puntual se podrá usar: dicroicos, ojos de buey, spotlights o rieles.

- **Iluminación Natural**

Es la luz que proviene directamente del sol. La intensidad de este tipo de iluminación no es constante ya que depende del movimiento de la Tierra alrededor del Sol, de la ubicación geográfica, de la orientación del área, y de las condiciones ambientales. Por estos factores es siempre necesario el apoyo de iluminación artificial.

- **Iluminación Artificial**

Es la iluminación que es producida por un equipo u objeto especializado en transformar energía eléctrica en energía lumínica. Lo que se logra con el uso de los distintos tipos de bombillas existentes en el mercado como son: la de filamento, la fluorescente, y la led, comúnmente conocidas con el nombre de focos.

- **Iluminación General**

Es una de las más funcionales ya que ilumina de manera general todo el volumen del espacio, este tipo de iluminación por lo general solo utiliza una fuente de luz en el centro del espacio.

- **Iluminación Puntual**

Es una luz más intensa enfocada sobre el objeto o zona que se desea destacar, este tipo de luz se difunde menos y se concentra más en un punto. Esta puede llegar a ser una iluminación suplementaria, con la que es posible crear juegos de sombras, y combinación de colores.

- **Iluminación de Exposición**

Este tipo de iluminación busca crear un efecto escénico o teatral, logrando llamar la atención y llegando a ser la protagonista, ya que capta la atención de la vista del ser humano.

- **Iluminación Decorativa**

Se la utiliza para resaltar detalles y la predominancia de un objeto en especial. Es usual utilizar este tipo de iluminación en cuadros, esculturas. Esta luz resalta el protagonismo del objeto.

- **Iluminación Directa**

Es un flujo de luz que alumbrar: directamente y completamente a un objeto o lugar. Se utiliza un 90% o 100% de la iluminación, en forma puntual. En este caso no se utiliza el difusor en la lámpara.

- **Iluminación Indirecta**

En este tipo de iluminación la mayoría de la luz se suele dirigir hacia el techo, para que después sea distribuida al espacio por refracción. Creando un ambiente muy agradable con la utilización de luz distribuida uniformemente.

- **Iluminación Semi-directa**

Para obtener este tipo de iluminación es necesario el uso del difusor en la lámpara, ya que este logra que la luz se dirija hacia las paredes logrando así que la luz que va a llegar sobre la superficie tenga una intensidad del 10% a 40%. Existe menos deslumbramiento y se generan sombras tenues.

- **Iluminación con focos LED**

Esta es la iluminación del siglo 21. Es generada por un diodo semiconductor que es el elemento encargado de transformar la energía eléctrica en energía lumínica. Es un sistema que tiene como características principales ser: ecológica, tiene mayor tiempo de vida, de alta eficiencia energética, el nivel de calor emitido es bajo, y su mantenimiento es mínimo.

- **Iluminación con focos fluorescentes**

El uso de lámparas fluorescentes como medio de iluminación de locales comerciales, oficinas, espacios públicos y vivienda se ha vuelto muy común. Este foco está constituido por dos electrodos los cuales están en los extremos de un tubo de vidrio, y las paredes internas de este se encuentra revestidas por sustancias fluorescentes, en su interior se encuentran pequeñas cantidades de gas argón y el mercurio en estado de vapor. Este tipo de focos emiten poco calor, consumen menos energía eléctrica. Pero el problema es que contaminan mucho el medio ambiente.

### 2.3.8. Ventilación

Para una edificación es muy importante el tipo de ventilación que se va utilizar.

Por ventilación debemos entender que es la capacidad de mantener el ambiente interior de un espacio, con la suficiente cantidad de aire fresco para que sus usuarios no se sofoquen.

Para el proyecto se ha considerado tener dos tipos de ventilación. Ventilación natural que se genera por las corrientes de aire del medio ambiente, la cuales ingresan por las ventanas o las puertas de las edificaciones, debido a un efecto de diferencia de presión entre: la presión externa y la presión interna del local que se desea ventilar. Y ventilación forzada la cual es causada por máquinas diseñadas para crear la diferencia de presión en los espacios y propiciar la circulación del aire. Para realizar este trabajo se tienen: ventiladores, extractores y sistemas de aire acondicionado.

- **Aire acondicionado Cassette**

Es un aire acondicionado que se instala en el techo del espacio del que se desea tener control del ambiente, a una altura similar a la de la iluminación, es un aparato que logra pasar desapercibido. Es perfecto para oficinas, cafés, hoteles, auditorios. Es de tecnología inverter, enfriamiento rápido, ahorro de energía, bajo nivel de ruido, operación hasta 54 grados centígrados. Especiales para lugares con mucha acumulación de gente.

- **Aire acondicionado para techo**

Se instala en el cielo raso de la oficina, con una parte del equipo expuesta. Produce un buen flujo de aire, es ideal para oficinas, es un equipo silencioso y de bajo mantenimiento. Es recomendable usarlos en espacios donde se tiene una concurrencia media de personas.

## 2.9. Síntesis marco técnico

Para lograr el objetivo de generar los espacios requeridos se tendrá que tomar en cuenta todos los aspectos técnicos indicados anteriormente, los mismos que permitirán que se desarrolle un diseño interiorista que dé a los usuarios un ambiente de confort durante la ejecución de sus actividades.

La selección correcta de materiales es crucial para construir los diferentes elementos que hagan falta, los mismos que deben ser duraderos y soportar un alto nivel de utilización, como son los pisos, los que deberán resistir una gran carga de circulación.

El revestimiento de las paredes debe ser seleccionado cuidadosamente, para garantizar un nivel de aislamiento que evite la filtración de ruidos que interfieran con las actividades a realizarse, en la propia área y las circundantes. En especial en las salas de uso múltiple se deberá considerar un revestimiento que permita tener una buena acústica con el objeto de que todos puedan escuchar claramente.

El sistema de iluminación deberá combinar, la iluminación natural con la artificial, por cuanto se desea que el diseño este dentro de la corriente ecologista, y debe garantizar el tener un buen nivel de percepción visual.

Se utilizará focos led, para tener un bajo consumo de energía, y garantizar que estos elementos de iluminación no sean nocivos para la salud de las personas.

El sistema de iluminación también tendrá como función ser un elemento decorativo, al dar diferentes tipos de ambientación, resaltar detalles y generar juegos de luz y sombra, creando de esta manera espacios confortables y llamativos.

El sistema de ventilación será mixto, es decir se usará el fenómeno de termosifón y la ventilación forzada, para garantizar que es reemplazado dentro de los ambientes el volumen total de aire, de acuerdo a lo estipulado en las ordenanzas municipales.

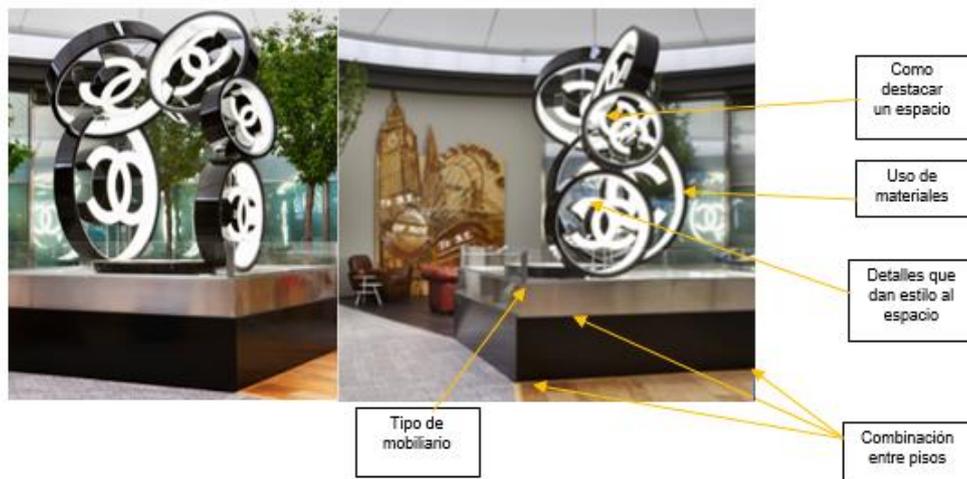
## 2.10. Marco Referencial

Se analizará la propuesta interiorista de algunas marcas reconocidas mundialmente, y localmente, que se mantengan a la vanguardia. Se buscará rescatar ideas y definir las tendencias actuales del manejo de la imagen de estas empresas.

### 2.10.1. Referencias Internacionales

#### 2.10.1.1. Chanel

Chanel es una de las marcas de cosméticos y de moda de renombre mundial, la marca fue creada por la diseñadora Coco Chanel. La historia comienza en el año 1909 con la apertura de una pequeña tienda en Paris. Sus tiendas o boutiques se volvieron famosas en el año 1915 por la inconformidad de la diseñadora con la moda del momento y la singularidad de sus productos.



*Figura 12.* Imágenes referenciales del diseño interiorista de la marca Chanel.  
Adaptado de:(Casa Decor, 2012)

Este es el nuevo estudio de maquillaje en Londres de la marca Chanel. El lugar fue diseñado por Peter Philips, que es el diseñador creativo de la firma, quien busca vender la experiencia Chanel, con todos los productos ya sea estos maquillajes, perfumes, o cuidados de la piel, todos al alcance del consumidor que realizó una cita previa para su ingreso.



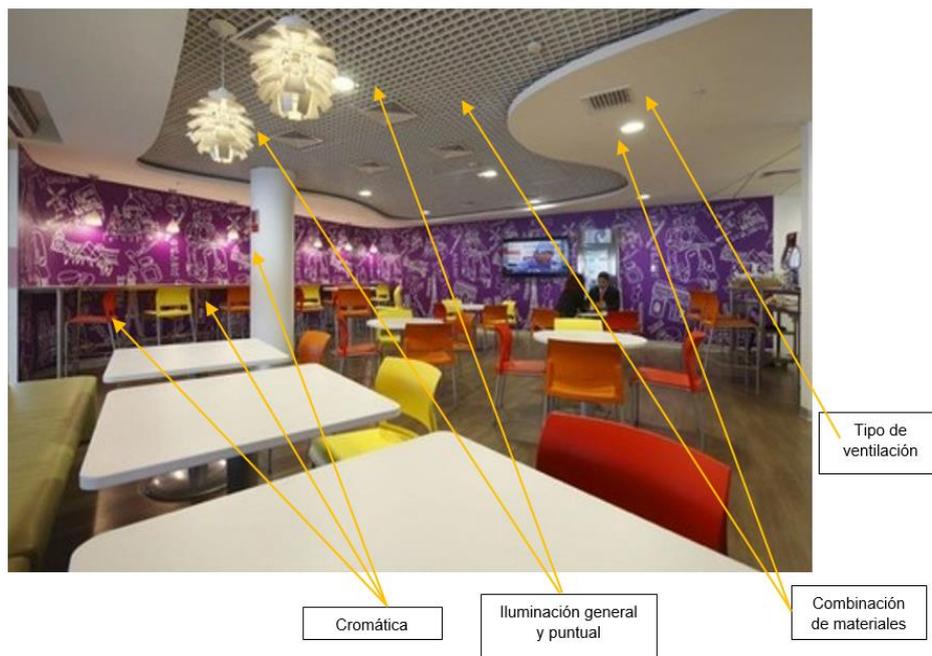
*Figura 13.* Nuevo Chanel makeup studio en Londres.  
Adaptado de: (Embelezia, 2009)

En estas tres fotografías se puede apreciar la calidad de interiorismo de la marca. En las primeras imágenes se puede observar el lobby de ingreso al edificio principal de Chanel, es una estructura metálica, con varias estructuras en forma del logo de la marca, creado así un dinamismo y protagonismo, los cuales son complementados con el tipo de iluminación que se está utilizando. Por otro lado en la imagen del nuevo estudio de maquillaje, podemos ver la sobriedad, el estilo modernista y futurista de la de la misma. Se puede apreciar que el producto es el que le da color al espacio, logrando así que estos se vean más llamativos.

#### 2.10.1.2. L'Oréal

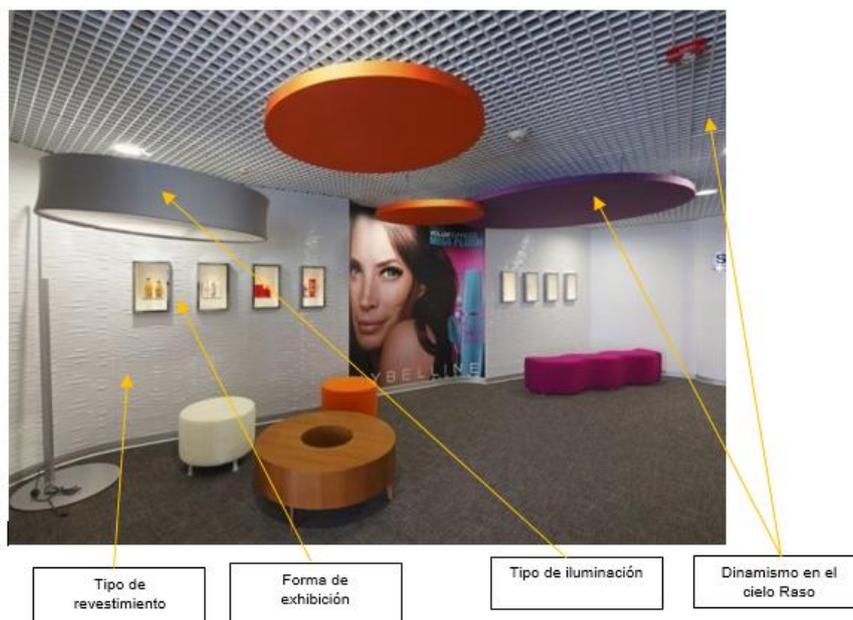
Más de un siglo involucrada en el campo de la belleza es lo que lleva la marca L'Oréal. Fundada por Eugène Schueller en el año de 1909, quien en la actualidad es el número uno en el mundo en la cosmetología. Empresa que se enfoca en el cuidado del cabello, piel, protección solar, maquillaje, perfumes. Es una de la empresa pionera en la investigación dermatológica, toxicológica y biofarmacéutica. Una de las que más utiliza la nanotecnología para sus productos. Tiene 6 centros de investigación y desarrollo en el mundo.

Su objetivo es buscar siempre la excelencia y preparar el futuro de la cosmetología.



*Figura 14.* Instalaciones de L'Oréal en Lima.

Adaptado de: (Decoesfera, 2009)



*Figura 15.* Instalaciones de L'Oréal en Lima

Adaptado de: (Decoesfera, 2009)

Del tipo de arquitectura interior que utiliza la marca L'Oréal, se puede apreciar que es un estilo más juvenil pero sin perder la elegancia. Como se observa en las imágenes de las nuevas instalaciones en Lima, el uso de figuras orgánicas es predominante tanto en el cielo raso como en el mobiliario. Es evidente la armonía lograda entre los diferentes materiales. Es interesante como se da el tipo de relieve y textura, tanto en paredes como en el cielo raso. Es importante el contraste de los colores del mobiliario con el entorno, y la utilización de distintos tipos de piso según la actividad que se vaya a realizar en ese espacio.

## 2.10.2. Referencias nacionales

### 2.10.1.3. Belcorp

Belcorp nació hace más de 45 años a manos de la familia Belmont. Pero la marca tuvo grandes cambios hasta el año 2000, cuando se convierte en la compañía paraguas para marcas comerciales: Cyberzone en la línea juvenil, y Esika que es para la mujer. Es una marca que busca impulsar el desarrollo de la mujer. Empresa que ya se encuentra en diez diferentes países. Y su objetivo es ser la empresa líder en la industria de la belleza. Se podría decir que esta empresa es la competencia directa de Yanbal.



Detalles lumínicos

*Figura 16.* Instalaciones de la marca Belcorp.

Adaptado de: (Marca 2.0, s.f)



*Figura 17.* Instalaciones de la marca Belcorp.

Adaptado de: (Marca 2.0, s.f)

En las imágenes se puede apreciar que la marca no maneja un diseño interiorista novedoso. Los acabados tanto en piso como paredes son los usuales, al igual que la iluminación, y el tipo de mobiliario se podrían calificar de tener un estilo sencillo.

## 2.11. Síntesis marco referencial

En cuanto a los referentes anteriormente analizados, es evidente que se puede realizar un mejor diseño interiorista, más innovador y vanguardista, utilizando materiales y tecnología de punta. Los referentes internacionales aportan de manera sustancial ideas para el planteamiento interiorista del proyecto, porque en ellos se puede evidenciar que: la elegancia, la tecnología y la creatividad van de la mano. Y que un buen acabado interiorista ayudará a mejorar la imagen de la marca. Además podemos darnos cuenta que en Quito no existen este tipo de establecimientos enfocados a la enseñanza, capacitación y exhibición de productos cosmetológicos.

### 3. Capítulo III . Estrategia Investigativa

En esta etapa se realizará un estudio con el objeto de recopilar datos de las diferentes áreas involucradas en el nuevo diseño interiorista. Para lo cual se realizarán entrevistas, visitas y consultas.

1. Se efectuarán entrevistas con cada uno de los personeros que la empresa determinen.
2. Se realizará visitas de estudio a varios centros de cosmetología con el fin de recopilar ideas en cuanto a diseño, distribución y funcionalidad de los diferentes espacios que van a ser útiles para la propuesta de diseño interiorista.
3. Se consultará en libros, revistas, material impreso o digital que ofrezca la información de apoyo en cuanto al funcionamiento y dimensionamiento mínimo de las diferentes áreas a diseñarse.

Todo lo antes mencionado proveerá la información, de cuáles son las características y necesidades puntuales de cada zona de trabajo, y de esta forma se podrá parametrizar y estructurar un diseño que solvete los requerimientos determinados.

#### 3.1. Entrevistas

##### 3.3.1. Departamento de recursos humanos

A la Señora Sandra Vivar quien es parte del Departamento de Talento Humano como trabajadora social de la planta principal de la empresa Yanbal. Ha trabajado durante 7 años, y una de sus funciones más importante es administrar los beneficios de los colaboradores y dar seguimiento a los casos sociales, creando proyectos para mejorar el estándar de vida de estos.

Con el fin de aprender y conocer cuáles son las necesidades reales del cliente y la empresa con respecto a la funcionalidad y correcto desempeño de las áreas

requeridas, por cada uno de los departamentos, se buscará ampliar y profundizar el conocimiento, en cuanto a la forma de capacitación tanto de vendedores como del personal administrativo de la empresa.

Preguntas a realizar:

1. ¿Para ustedes, porqué es importante que se realice capacitaciones tanto al personal como a vendedores?
2. ¿Actualmente donde realizan las capacitaciones, y como es el espacio?
3. ¿Cómo describirías a las áreas de capacitación actuales?
4. ¿Qué es lo que le falta al espacio actual de capacitación?
5. ¿Qué tan importante se vuelve el área de cafetería?
6. ¿Qué espacio es necesario para las aulas de capacitación?
7. ¿Qué actividades se suelen realizar en las capacitaciones?
8. ¿Con qué frecuencia se realizan estos eventos?
9. ¿Qué cantidad de personas asiste a las capacitaciones?
10. ¿En qué horario se realizan estos eventos?
11. ¿Cuáles cree usted que serían las áreas más importantes en los espacios de capacitación?
12. ¿Dentro de las salas de capacitación debe existir una bodega adicional?
13. ¿Qué tipo de instrumentos o equipos utilizan en las capacitaciones?
14. ¿Qué tipo de iluminación cree usted que sea la más adecuada para estos espacios?
15. ¿Se sirve algún tipo de alimento en las capacitaciones?
16. ¿Cree usted necesario la implementación de espacios recreativos como cafetería o áreas exteriores?
17. ¿Cuáles son los elementos físicos que usan para enfatizar su idea corporativa (colores, texturas)?
18. ¿De qué manera se maneja la publicidad de sus espacios?
19. ¿Por qué su venta se maneja solo por catálogo y páginas web y no un local comercial?
20. ¿Cómo se exhiben los productos dentro de las instalaciones?

## **ENTREVISTA – RESPUESTAS – Departamento de Recursos Humanos**

La entrevista a la señora Sandra Vivar se la realizó a las 11:30 am del miércoles 9 de Noviembre. En los exteriores de la planta principal de Yanbal la cual tiene un acceso restringido.

### **1. ¿Para ustedes, porqué es importante que se realice capacitaciones tanto al personal como a vendedores?**

Porque es importante, porque permite que nuestros colaboradores estén al día en las tendencias mundiales, y que los conocimientos adquiridos en las capacitaciones puedan ser aplicados en su trabajo.

### **2. ¿Actualmente donde realizan las capacitaciones, y como es el espacio?**

En nuestras propias instalaciones, en los salones de capacitación internos y cuando son afuera pues en el lugar que se vaya a dictar el curso. Cada sede u oficina Yanbal cuenta con sus áreas de capacitación. Todo lugar donde hay oficinas Yanbal Ecuador tiene salón de capacitación.

### **3. ¿Cómo describirías a las áreas de capacitación actuales?**

Haber, están pensadas primero en la imagen corporativa, que sean confortables y que tengan todos los servicios necesarios para realizar diferentes actividades.

### **4. ¿Qué es lo que le falta al espacio actual de capacitación?**

En verdad son bastante completas, como veras estamos muy apegados al tema de imagen exige mucho. Son espacios amplios con infocus también cuentan con servicios adicionales como de cafetería.

### **5. ¿Qué tan importante se vuelve el área de cafetería?**

Se vuelve algo importante. Por qué lo que pasa cuando hay una capacitación es que existe una coordinación con servicios generales a los cuales digo tengo una capacitación para 20 personas. Entonces necesito un break, necesito una estación de cafés permanentes entonces tienen todo. Y los baños siempre están súper cerca, las sillas son ergonómicas.

**6. ¿El espacio de capacitación es como las típicas aulas?**

No, porque es una sala multiuso, entonces esa misma sala puede ser una sala de reunión, una sala de festejo. Pero si hay salas específicas de capacitación y hay lugares donde son de uso múltiple.

**7. ¿Qué actividades se suelen realizar en las capacitaciones?**

La verdad es algo súper variado como puede ser algo informal como talleres como formal es la capacitación con técnicos. Eso sí depende de las necesidades de la empresa, si por ejemplo son internas son las necesidades de capacitación de acuerdo al área y si son a nuestras consultoras depende también de los productos que estemos lanzando, o de las líneas que queramos potenciar.

**8. ¿Con qué frecuencia se realizan estos eventos?**

No hay una frecuencia determinada, ósea, hay una planificación anual de acuerdo a las necesidades, entonces puede haber meses que hayan más y meses que hayan menos

**9. ¿Qué cantidad de personas asiste a las capacitaciones?**

Depende del tipo de capacitación, si como un mínimo de persona unas 10.

**10. ¿En qué horario se realizan estos eventos?**

Varia totalmente, no tienen horario fijo, como puede ser en la mañana en la tarde o en la noche.

**11. ¿Cuáles cree usted que serían las áreas más importantes en los espacios de capacitación?**

Todas las áreas de capacitación tienen baño cercano para las personas que estén en las capacitaciones entonces en esa parte estamos con los elementos de apoyo. Y deben existir pequeños espacios que estén dispuestos dentro de las salas. Entonces si necesitamos un ambiente de 40 sillas se sacan los 40 espacios. Para este tipo de enseres físicos si y que estén dentro de las mismas salas.

**12. ¿Dentro de las salas de capacitación debe existir una bodega adicional?**

La verdad es que no por que como se planifica con anticipación el material y los equipos ya vienen listos y solo se los instala adecuadamente para la capacitación.

**13. ¿Qué tipo de instrumentos o equipos utilizan en las capacitaciones?**

Como cada capacitación es pensada con anterioridad se trata de conseguir todos los equipos tanto tecnológicos y materiales de uso necesarios para la capacitación

**14. ¿Qué tipo de iluminación cree usted que sea la más adecuada para estos espacios?**

Led definitivamente para lo que es iluminación general, led blanco, e inclusive por cansancio visual, ponte si son capacitaciones de 8 horas con iluminación LED definitivamente es mejor. Ponte cuando hacen capacitación de maquillaje trabajan con exactamente con lo que necesitan entonces puede estar la sala normal con iluminación natural pero ese día instalan los espejos con la iluminación que necesitas para el maquillaje. Es como que se monta todo para esa capacitación.

**15. ¿Se sirve algún tipo de alimento en las capacitaciones?**

Si se realizan breaks. Con lo cual es indispensable tener un área de cafetería o stand de comida o café cercano y un área de descanso.

**16. ¿Cree usted necesario la implementación de espacios recreativos como cafetería o áreas exteriores?**

Si definitivamente si, ponte nosotros ahorita estamos tratando de implementar aquí en la planta un área de descanso donde vas a tener máquinas para hacer deporte, máquinas de juegos para que las personas tengan un descanso dentro de sus horarios de trabajo

**17. ¿Cuáles son los elementos físicos que usan para enfatizar su idea corporativa (colores, texturas)?**

El blanco y el naranja y son como que marca la tendencia y son los colores corporativos, todo el lineamiento de imagen corporativa viene de Perú. Son líneas bastante rectas y minimalistas en realidad, como tú has podido ver nuestros temas no tenemos nada que sea cargado y la verdad no tenemos ninguna textura todo nos manejamos con lo llano

**18. ¿De qué manera se maneja la publicidad de sus espacios?**

Todo a través de la área de la capacitación y comunicación y en cada capacitación se dan probadores del producto y siempre vas a tener ahí publicidad impresa como banners de lo que estamos queriendo promocionar. La publicidad impresa y los banners de publicidad dependen totalmente de la imagen corporativa.

**19. ¿Por qué su venta se maneja solo por catálogo y páginas web y no un local comercial?**

No porque es venta directa, porque la venta directa tiene como base la relación uno a uno

**20. ¿Cómo se exhiben los productos dentro de las instalaciones?**

Hay áreas de exhibición de los productos pero no de venta. Todas las oficinas de Yanbal Ecuador tienen exhibición de productos, la forma de la que se exhiben es con nichos iluminados básicamente donde se van poniendo los productos dependiendo de la tendencia o campana que estamos viviendo.

3.3.2. Departamento de marketing y ventas

Se realizará la entrevista a la Señora Ruth Eulalia Espinosa que ocupa el cargo de Gerente General de Ventas de Yanbal. La misma que lleva trabajando 25 años en la empresa. Se graduó en Administración de Empresas en la

Universidad Católica de Quito en el año 90. Por el tiempo de trabajo es una ejecutiva con una gran experiencia.

En el departamento de marketing se entrevistará a un personero que indique cuales son las políticas que tiene la empresa para manejar su imagen corporativa (logos, colores, texturas, publicidad). Adicionalmente se consultará a profesores de la Universidad de las Américas que tengan relación con este tema para poder comprenderlo mejor.

### **ENTREVISTA – RESPUESTAS – Departamento de Marketing y Ventas**

La entrevista a la Señora Ruth Eulalia Espinosa se la realizo a las 11: 30 am del día jueves 10 de Noviembre.

#### **1. ¿Para ustedes porqué es importante que se realice capacitaciones tanto al personal como a vendedores?**

Definitivamente porque dentro de la compañía consideramos que la capacitaciones el único factor que ayuda al mejor desempeño de las personas. Y si las personas tienen mejor van a tener más alta productividad y por supuesto con eso lo que la compañía quiere. La compañía quiere vender más, es posicionar más el producto, tener más mercado y lógicamente las personas tienen que estar a nivel profesional enteramente capacitado.

#### **2. ¿Actualmente dónde realizan las capacitaciones y cómo es el espacio?**

Las capacitaciones son de diferente forma de acuerdo a las áreas. Áreas comerciales, áreas no comerciales, áreas operativas y la fuerza de ventas. Entonces todos esos niveles de audiencias tienen capacitaciones de diferente manera de acuerdo a los objetivos. En su gran mayoría todos utilizamos los salones de los diferentes opportunities. Nuestros centros se llaman opportunity center. Entonces donde frecuente el área comercial y la fuerza de ventas es opportunity center y donde está la gente no comercial de la empresa y la gente que es operativa están en los diferentes centros de distribución o todo lo que son las plantas y cada uno de esos centros tiene su sala o salones en donde reúnen a las personas

### **3. ¿Cómo describirías a las áreas de capacitación actuales?**

Generalmente son salones que varían entre para 20, 50, 100 personas. Cada uno de esos salones tiene una distribución de mesas, sillas y de acuerdo a la modalidad de la capacitación. Si queremos hacer modalidad auditorio si queremos hacer modalidad escolar o si queremos hacer trabajos en grupo. Tiene que ser un espacio multifuncional para que nosotros podamos adaptarnos de acuerdo a la audiencia a la necesidad y al objetivo de la capacitación. Cada uno de esos salones está equipado de la parte tecnológica todo lo que son infocus para hacer presentaciones de power point, pizarras líquidas y demás materiales y enseres que requiere la capacitación.

### **4. ¿Qué es lo que le falta al espacio actual de capacitación?**

Ósea. Yo diría que en las diferentes áreas tenemos cubierto casi todo, casi todas las áreas tenemos cubiertas. Yo no podría decirte que le falta algo o una cosa específica y como por ejemplo yo manejo el área de ventas o el área comercial yo dispongo de todos los elementos de todos los salones de todos mis oportunitities de todo el país. Nosotros tenemos un sistema en donde cada persona o cada área pone en el sistema la necesidad y requerimiento de que salón y ese sistema automáticamente va auditando, controlando y dando el gold a la persona. Y se van separando los salones según las necesidades que se vaya teniendo.

### **5. ¿Qué tan importante se vuelve el área de cafetería?**

Es un espacio en donde generalmente se lo hace en el momento del lunch, para compartir algo, normalmente tenemos personas que nos aporten ya en nuestras oficinas. Pero en un lugar muy positivo porque es un espacio que no es tu casa pero es tu casa y compartes con tus compañeros

### **6. ¿El espacio de capacitación es como las típicas aulas?**

No se caracteriza por ser la típica aula que nuestras capacitación van variando de acuerdo al objetivo de la capacitación, puede ser una capacitación más a taller o algo más práctico.

**7. ¿Qué actividades se suelen realizar en las capacitaciones?**

Son totalmente variadas, totalmente diferente, somos multifacéticos, utilizamos todas las modalidades y las metodologías. Teórico, practico, talleres, dinámicas, con muebles, sin muebles, todo en muy diferente de acuerdo a las audiencias y objetivos.

**8. ¿Con qué frecuencia se realizan estos eventos?**

Todos los días 365 días del año los salones están ocupados, todos los días en todo los oportunities de todo el país y aparte en los que tenemos en los centros de distribución que queda en Aloag y el otro centro que es la planta que queda en Righetti. Cada uno tiene sus salones.

**9. ¿Qué cantidad de personas asiste a las capacitaciones?**

Entre 20 a 500 personas, dependiendo el tipo de capacitación y a que áreas va dirigida.

**10. ¿En qué horario se realiza estos eventos?**

Todo el día. Mañana, medio día, tardes. Todo el tiempo están las salas ocupadas.

**11. ¿Cuáles cree usted que serían las áreas más importantes en los espacios de capacitación?**

El principal el espacio físico y que este bien distribuido.

**12. ¿Dentro de las salas de capacitación debe existir una bodega adicional?**

No es necesario el espacio de una bodega en si ya que toda esta pensada y preparada. Pero si sería útil un pequeño espacio de almacenamiento en cada una de las áreas.

**13. ¿Qué tipo de instrumentos o equipos utilizan en las capacitaciones?**

El equipamiento depende totalmente al tipo de capacitación que se vaya a dar.

**14. ¿Qué tipo de iluminación cree usted que sea la más adecuada para estos espacios?**

Los salones tienen una iluminación normal de un salón pero aparte de eso también tienen iluminaciones puntuales a las pantallas y también modulares cuando exhibimos cosas o cuando necesitamos presentar hay luces preparadas para poder montar una presentación diferente. Con juego de luces si se quisiera.

**15. ¿Cree usted necesario la implementación de espacios recreativos como cafetería o áreas exteriores?**

Para capacitaciones si podría generarse en algunos centros de algunos oportunitities si tienen áreas exteriores, no todos los oportunitities tienen los mismos diseños o la misma distribución, pero si es parte de las metodologías es importante

**16. ¿Cuáles son los elementos físicos que usan para enfatizar su idea corporativa (colores, texturas)?**

Tenemos toda una política corporativa de imagen. Toda esta política tiene que ver desde el color del sillón, forma del sillón, la ventana, los escritorios, los muebles, las alfombras, paneles, todo. El muy lineal, muy minimalista, una línea muy fresca, muy suaves y sin decoraciones excesivas, más limpia. Absolutamente nada recargado. Tenemos los colores naranja que es nuestro prevalecer, el blanco y a veces en unas líneas el gris pero es bien limpio.

**17. ¿De qué manera se maneja la publicidad de sus espacios?**

La publicidad de los productos dentro de todos nuestros oportunitities se maneja en forma de nichos iluminados

**18. ¿Por qué su venta se maneja solo por catálogo y páginas web y no un local comercial?**

Es que nosotros tenemos una filosofía. La filosofía del desarrollo de las mujeres. La única forma de desarrollar a las mujeres es a través de que ellas sean dueñas de su negocio y que ellas a su vez sean las que hagan el contacto con los clientes

finales. Si nosotros pusiéramos locales comerciales estaríamos compitiendo con nuestra fuerza de ventas y esa no es la filosofía. La filosofía a través de la venta del producto es ayudar a todas las mujeres que toquen nuestra puerta para que mejoren sus niveles y calidad de vida, mejoren el nivel de su familia, que avancen, se desarrollen, crezca, se capaciten. Y precisamente por eso para nosotros son importantes todos los elementos que tienen que ver con el desarrollo de las personas a través de la capacitación

### **19. ¿Cómo se exhiben los productos dentro de las instalaciones?**

Tenemos un lineamiento corporativo para exhibirlos. Eso siempre está en las áreas de recepción, en todas las áreas de todo los oportunities. Se exhiben en diferentes nichos con sus luces respectivas y eso va cambiando la decoración de acuerdo a las campanas que queremos publicitar en cada una de ellas entonces más o menos cada cuatro semanas hay un nuevo cambio de productos que se exhiben de acuerdo a los productos focos y a los productos que queremos darle peso para cualquier persona que entre a los oportunities.

### **3.2. Experiencia personal**

Como experiencia personal se realizarán visitas a diferentes espacios los cuales aportarán con ideas de diseño, funcionalidad, equipamiento y distribución para la propuesta interiorista.

1. Se visitará una de las áreas de capacitación actual. Con el fin de conocer como es el funcionamiento, distribución, equipamiento, circulación, flujos tanto de personal y vendedores, tipo de iluminación, materiales utilizados en pisos, techo, paredes, cielo raso, tipo de ventilación, aislamiento acústico, asoleamiento y acabados en general.

2. Otros espacios que se visitarán son, varias academias de cosmetología y maquillaje que existen en Quito, con el propósito de conocer como es el funcionamiento, distribución, equipamiento, circulación, flujo de personas, tipo de iluminación utilizada, el tipo de material apropiado tanto para pisos, techo, paredes, cielo raso, tipo de ventilación necesaria y acabados en general para una buena distribución y equipamiento de un estudio de cosmetología.

**Las academias que se plantea visitar son:**

- 2.1. Mush : academia de maquillaje y local comercial.
- 2.2. Lorena Carrillo: escuela y estudio de cosmetología.

3.3.1. Lorena Carrillo (academia de maquillaje profesional)

El día viernes 11 de Noviembre se coordinó la visita a la escuela de maquillaje profesional de la Señora Lorena Carrillo la cual está ubicada en la Av. Diego de Almagro y Whimper en la planta baja de la Torre Whimper.

La finalidad de esta visita es poder conocer como es el funcionamiento, distribución, equipamiento, circulación, tipo de iluminación, materiales utilizados en pisos, techo, paredes, cielo raso, tipo de ventilación, aislamiento acústico, asoleamiento y acabados en general.

En cuanto a la distribución general se pudo divisar cuatro áreas indispensables:

1. Área Recepción – counter y venta
2. Área de Capacitación – espejos, muebles y espacios para los productos
3. Área de Almacenamiento – área donde se colocan los diferentes productos

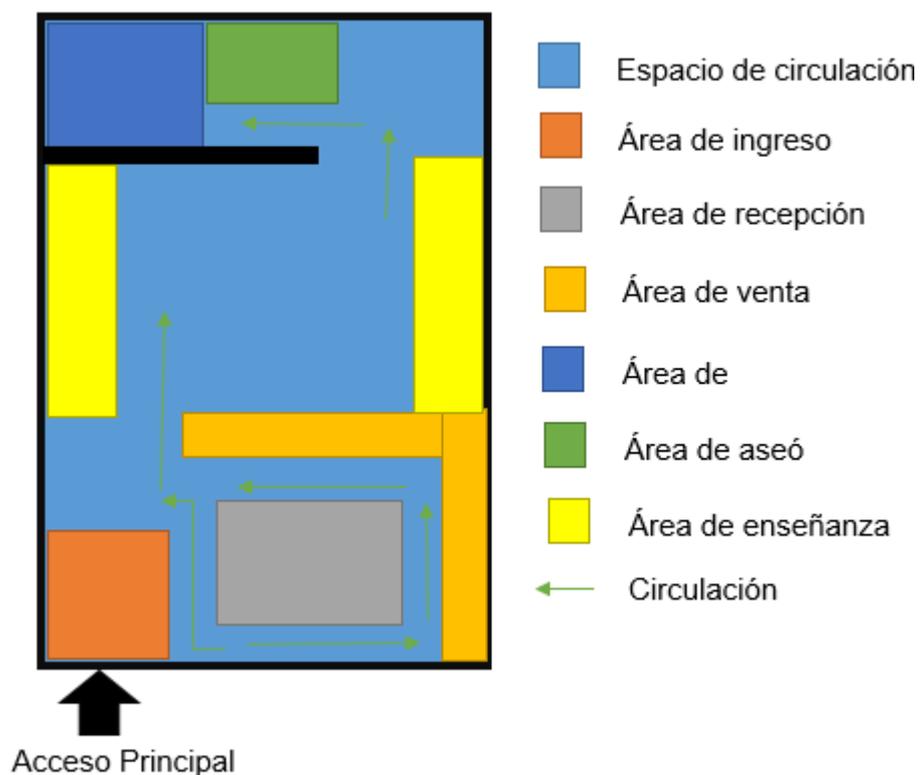
#### 4. Área de aseo – baños y almacenamiento de limpieza

En cuanto al funcionamiento del local se podría decir que tiene una distribución básica, con una circulación bien marcada y simple.

El espacio destinado a la recepción de clientes de la academia es demasiado pequeño. La circulación que se tiene en este espacio no es la adecuada para el flujo de personas que ingresan. El mobiliario que se encuentra en esta zona es un pequeño counter, no existe una silla para el personal que atiende el ingreso de clientes, y su espacio de exhibición y vitrinas obstaculiza la visibilidad del cliente hacia el espacio destinado como academia.

En el área de enseñanza tenemos un espacio de circulación amplio, el cual puede abarcar una cantidad moderada de clientes. En cuanto al mobiliario en sí, este se encuentra empotrado hacia las paredes laterales de la escuela. Pero no cuenta con las medidas ergonómicas óptimas para el desempeño de las actividades que se están realizando en el mismo. Es un mobiliario que no brinda confort y carece de un buen diseño. Las sillas no son las adecuadas ergonómicamente, y poco funcionales para el espacio disponible, estas son el elemento que le da un toque de diseño al área de capacitación.

El sitio de almacenamiento cuenta con varios muebles tipo repisas, los cuales permiten guardar y clasificar el producto. Es un espacio que carece de iluminación y ventilación.



*Figura 18.* Distribución de la academia de maquillaje Lorena Carrillo

El tipo de iluminación utilizado en la escuela de maquillaje es a base de tubos fluorescentes de luz blanca con difusor (tensoflex), la cual estaría empleada de una forma adecuada para el espacio, ya que brinda una iluminación tenue que no causa encandilamiento. Y una iluminación puntual para lo que son áreas de maquillaje, la cual se realiza con bombillas tradicionales del tipo incandescente. Para mi punto de vista no se debería utilizar este tipo de bombillas en un espacio como este, por cuanto estas emiten gran cantidad de calor, y puede causar accidentes en la escuela.

Los tipos de materiales utilizados son los básicos. Como son:

- Paredes - De pintura blanca sin ningún acabado. Se utiliza este tipo de acabado en paredes, ya que es el de más rápida aplicación, y de un bajo costo, además su limpieza es fácil. El color de las paredes es blanco lo que aporta al espacio en iluminación, y logra que este se vea más amplio y limpio.

- Piso – De porcelanatos llanos de color gris por su fácil limpieza. Es un material que soporta un alto tráfico de personas, y es resistente al impacto.
- Techo - Tiene un cielo raso tipo Armstrong. El cual permite realizar fácilmente un mantenimiento a la iluminación, además su instalación es rápida y sencilla.

La primera deficiencia del local es la carencia de una adecuada ventilación, es un lugar que carece de confort ya que con el aumento de calor causado tanto por el ser humano como el de la iluminación, genera un ambiente sofocante e incómodo para las personas.

No existía: ningún aislante acústico, ni un diseño interiorista que impacten y que causen o brinden comodidad al cliente.

El tipo de equipamiento que se utiliza en la academia es el básico, sin un concepto de ergonomía, materialidad, y funcionalidad. El mobiliario está constituido por:

- Sillas
- Espejos
- Consolas para maquillaje
- Estanterías

## **COMENTARIO**

En este local se encontraron falencias en diferentes aspectos como: en lo pertinente al diseño se tuvo la sensación de que los espacios son improvisados, al ser estas áreas acomodadas su distribución deja mucho que desear, la funcionalidad de los espacios también se vuelve deficiente, las dimensiones son inadecuadas para las actividades que se ahí realizan. Se puede evidenciar una falta de conocimiento de ergonomía en el diseño de los muebles, también se

puede observar que se está incumplimiento la ordenanza municipal en cuanto se refiere a la ventilación e iluminación del espacio.

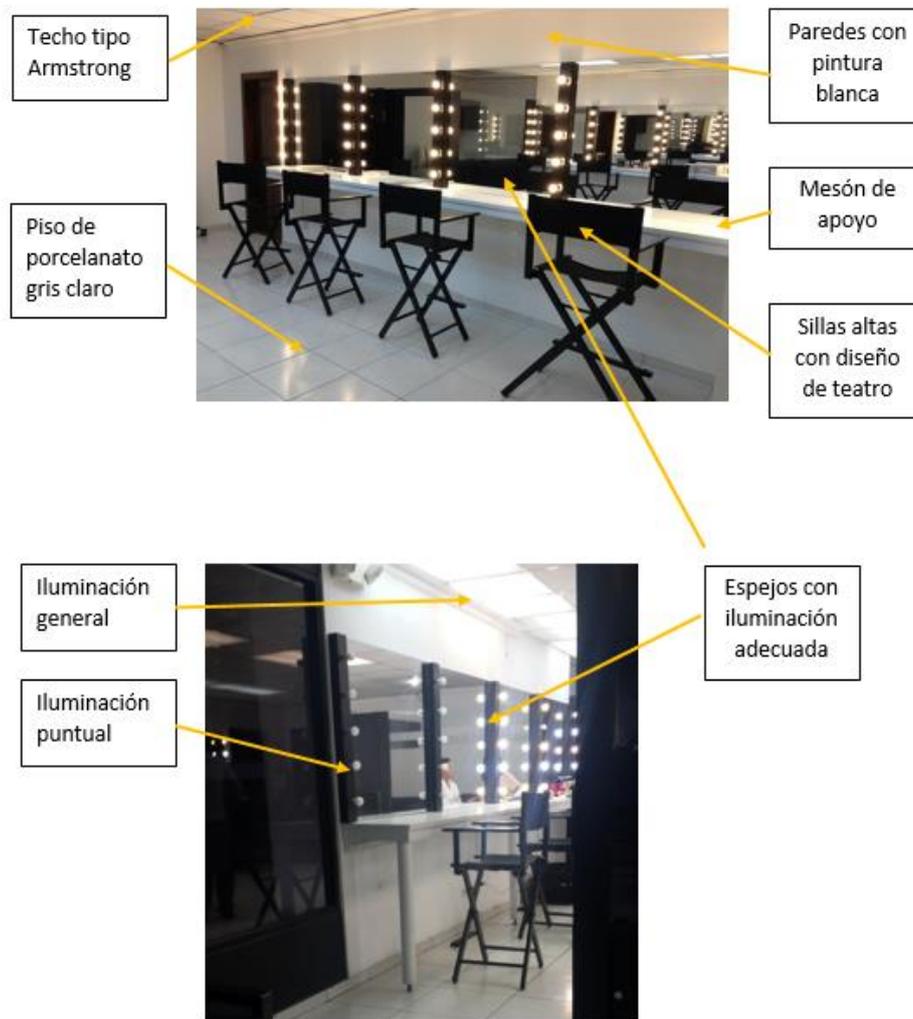


Figura 19 . Academia de maquillaje Lorena Carrillo.

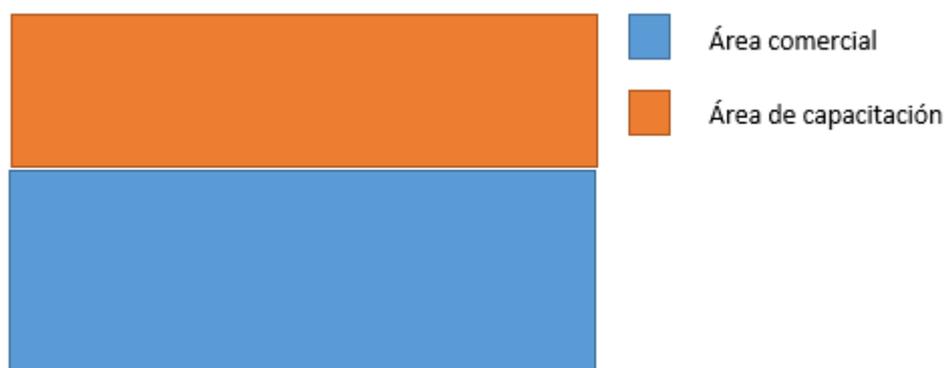
### 3.3.2. MUSH (Local comercial y academia de maquillaje)

El día sábado 13 de Noviembre se realizó la visita la academia de maquillaje y local comercial Mush, el cual está ubicado en el centro comercial El Jardín en el segundo piso cerca del Supermaxi.

La visita se la efectuó con el objeto de conocer como es el funcionamiento, distribución, equipamiento, circulación, tipo de iluminación, materiales utilizados en pisos, techo, paredes, cielo raso, tipo de ventilación, aislamiento acústico, asoleamiento y acabados en general de este tipo de espacios.

Se puede decir que el funcionamiento de esta academia es variado ya que se realizan dos actividades diferentes en un mismo lugar, como son: la zona comercial, y la zona de enseñanza.

El área comercial se caracteriza por vender y ofrecer al cliente toda clase de cosméticos, la circulación que se maneja es de tipo orgánico con el fin que el cliente recorra todas las zonas del local. En el local existe una pequeña área de apoyo cosmetológico en la cual las clientes pueden pedir una asesoría en maquillaje en ese momento. El mobiliario que se manejan es de tipo: góndolas, estaciones y perchas.



*Figura 20.* Plan masa de la tienda de cosméticas Mush

En cuanto a la distribución del espacio del área de capacitación, se tiene una distribución tradicional, sin ninguna complicación en la misma, es muy sencilla. La cual está constituida por cuatro espacios fundamentales que son:

1. Una isla para exhibición del producto a utilizarse
2. Área de aprendizaje
3. Área de almacenamiento
4. Áreas de limpieza

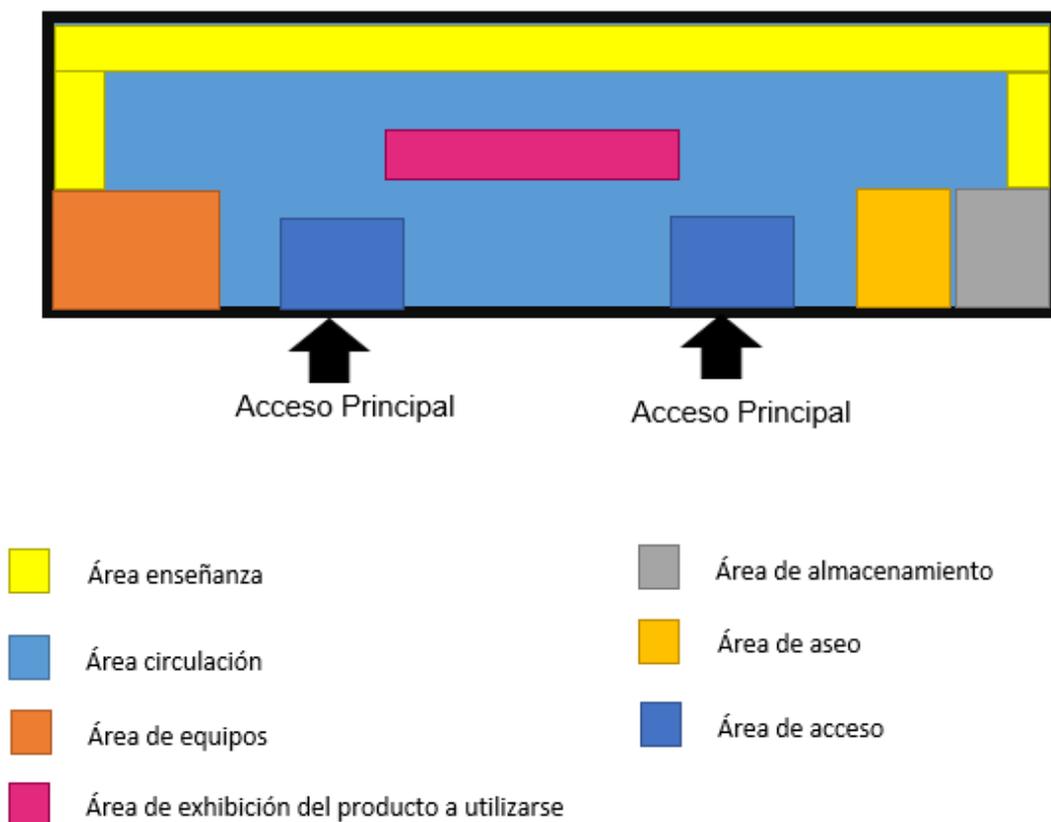
El área de exhibición y promoción del producto dentro del lugar de capacitación es simplemente un mobiliario tipo isla, sin un diseño acorde a la marca.

En el espacio destinado al aprendizaje, parte del mobiliario se encuentra empotrado en las paredes laterales y frontal, los mismos que tienen un acabado superficial en base a MDF lacado de color negro. También se aprecia un módulo adicional de almacenamiento de enseres necesarios para la capacitación. El tipo de silla tiene un diseño común estilo bar, forrado de cuerina negra, la misma que facilita su limpieza.

El almacenamiento del maquillaje se lo realiza en una pequeña zona, la cual cuenta con estanterías tipo repisas para poder ordenar, clasificar y contabilizar el producto. Es un espacio sin diseño y poca iluminación en general.

Prácticamente en una de las esquinas del local se ha implementado un lavamanos, que está ubicado en una pequeña zona destinada al aseo. Tanto el personal que labora en este local como el cliente tienen que ir a las baterías sanitarias que dispone el centro comercial.

En cuanto al área de circulación es muy reducida. La distancia que se deja entre mobiliario y mobiliario es muy estrecha para la circulación de dos personas, y peor aún si una persona está sentada recibiendo clases, y dos quieren parar por dicho lugar. Esto crea una gran falencia en la funcionalidad y distribución del espacio, el cual carece también de un diseño ergonómico.



*Figura 21.* Distribución de la tienda de cosméticas Mush

El tipo de iluminación que se está utilizando en este espacio es industrial, y con una luz puntual difusa en lo que son las áreas de aprendizaje. Tanto la iluminación general como la puntual utilizan focos tipos led, pero en la puntual se aplica un difusor.

El tipo de materiales que se han utilizado son los básicos. Como son:

- Paredes - De pintura negra, y un adhesivo con textura de piedra el cual brinda un toque de diseño al espacio
- Piso – De porcelanato llano gris brillante, por su fácil limpieza, resistente a la fricción y apto para un tráfico alto de personas.
- Techo - No tiene un cielo raso, el diseño es más de tipo industrial, las acometidas tanto de luz como de agua están a la vista, con lo que se logra dar la idea de un diseño modernista del espacio.

La ventilación de este espacio está realizada mediante un equipo de aire acondicionado, esto quiere decir que es una ventilación forzada. Se pudo ver las tuberías por el tipo de diseño que se empleó.

En cuanto a acabados se pudo observar un mejor criterio de diseño, un buen manejo de la materialidad, y con un concepto de modernidad en sus interiores.

## COMENTARIO

A pesar de ser un local de pequeñas dimensiones, logra tener un mejor manejo de espacio y un básico conocimiento de diseño. La iluminación que utilizan no es la adecuada, pero si se pudo observar una mejor concepción de la misma. Se tienen errores como: la distancia mínima que se necesita dejar entre mobiliario y mobiliario para tener una circulación fluida; la inexistencia de espacios básicos como son: área de sanitarios, cafetería, sala de espera, con los que se tendría un mejor funcionamiento del local.



Figura 22. Acabados existentes en la tienda de cosméticos Mush.

### 3.3.3. Opportunity center de Yanbal en Quitumbe

El día Miércoles 23 de Noviembre se coordinó la visita a una de las instalaciones de capacitación para consultoras y directoras de la marca Yanbal, y a las oficinas del staff que maneja el Opportunity. Está ubicado en el Sur de Quito en la Avenida Morán Valverde frente al Centro Comercial Quicentro del Sur.



*Figura 23. Ubicación del Opportunity Center de Quitumbe*  
Adaptado de: (Google Maps, 2016)

El objetivo principal de la visita era para conocer como es el funcionamiento, distribución, equipamiento, circulación, tipo de iluminación, materialidad en acabados tanto para pisos, paredes, techo, cielo raso, y como se logra plasmar la imagen corporativa en los diferentes espacios. Una parte fundamental fue ver la disposición las áreas básicas, para poder implementar un espacio dedicado a la capacitación del personal.

En la distribución general del espacio se pudo observar 10 áreas indispensables:

1. Área de recepción – counter y sala de espera
2. Área de servicio al cliente
3. Área de oficinas para el personal del centro
4. Área de servicio del personal – cafetería , comedor, baños y almacenamiento
5. Área de capacitación personalizada
6. Área de capacitación masiva
7. Área de descanso o espera
8. Área de mantenimiento
9. Área de servicios higiénicos
10. Salas de reuniones

Basándonos en la división de los espacios, este es un lugar con una distribución bastante funcional, la cual está bien marcada y señalizada. Los diferentes ambientes de trabajo se comunican por corredores, los cuales llevan en forma fluida a las diferentes áreas ya sean estas para el personal o para vendedores.

El área de recepción es un espacio que invita a entrar, ya que por su diseño, y la forma de exhibición de productos logra llamar la atención del cliente. Tiene las dimensiones adecuadas para recibir cómodamente a sus clientes. El tipo de iluminación que se maneja en este espacio es combinada entre luz natural y luz artificial de focos fluorescente, con luminarias especulares metálicas empotradas al techo. El tipo de cielo raso que se maneja en estos espacios es el Armstrong. Lo que le da diseño a este espacio es una pared de gypsum con una ligera curva en la cual se forman nichos donde se exhiben los diferentes productos de temporada.

El área de servicio al cliente se maneja como un área normal de oficina, en la cual las consultoras se dirigen a realizar sus pedidos, o realizar reclamos. Es un lugar donde tenemos 4 puestos de trabajo. El tipo de iluminación que se maneja es natural y artificial con focos fluorescente con luminarias especulares metálicas empotradas al techo. El tipo de piso es de cerámica color crema brillante y el

acabado en paredes es de pintura blanca. El tipo de mobiliario del lugar es modular y con poco espacio de trabajo.

El área de oficinas del personal es abierta donde caben de 5 a 10 puestos de trabajo. El piso es alfombrado de color gris, la iluminación que se maneja en este espacio es combinada entre luz natural y luz artificial de focos fluorescente con luminarias especulares metálicas empotradas al techo. El cielo raso es tipo Armstrong. Tiene un espacio amplio de circulación.

El área destinada para el personal básicamente es pequeña pero cuenta con todo lo necesario. Tiene una distribución sencilla y su ventilación es natural. El área de comedor es un área bastante pequeña, con tan solo una mesa para 6 personas, la iluminación es natural y artificial, del mismo tipo que las anteriores áreas. El baño consta de dos baterías sanitarios y dos lavamanos, con la misma aplicación de acabados tanto en paredes, piso y cielo raso.

Existen dos áreas diferentes de capacitación:

1. Área de capacitación personalizada es un espacio en el cual se entrena a las directoras de cada una de las colaboradoras. Es un espacio el cual se divide por medio de mamparas de vidrio, cuenta con una mesa y sillas para 6 persona. La dimensión de este espacio es el mínimo para una sala de reuniones para ese número de gente. Los acabados de piso, paredes, techo e iluminación se manejan de la misma manera que en las áreas antes mencionadas
2. Área de capacitación masiva, son espacios que logran albergar a más de 200 personas. Estos sitios son adaptables a la cantidad de personas que van a la capacitación. La división de estos espacios se maneja con paredes montables con riel en el techo para poder ser recogidas y ser escondidas en un espacio específico de la sala. El único acabado que tienen estos espacios es en las paredes con pintura blanca o naranja. En cuanto al material que se usa en el piso es cerámica color beige, y el cielo raso es Armstrong blanco. La iluminación es la misma que se maneja en todo el centro. Existen tarimas desmontables las cuales se utilizan según

el tipo de capacitación. Dentro de estas áreas hay dos pequeñas estaciones de lavamanos, los cuales son necesarios para las capacitaciones prácticas. Son salas que tienen su propio espacio de almacenamiento.

El área central es un espacio el cual puede tener diferentes usos como: Sala de espera, zona de atención al cliente, área de comedor para las capacitaciones, o área recreativa. En este sitio el piso es del tipo flotante. El cielo raso presenta un diseño diferente con más detalles. Llama la atención la presencia de un gran mesón de preparación de alimentos, elaborado en granito negro como enchape de madera. La iluminación artificial es creada por focos fluorescente con luminarias empotradas.

Las áreas de mantenimiento, son un lugar en el cual se guarda todos los implementos de limpieza para el centro, son lugares sin diseño ni acabados.

El área de servicios higiénicos consta de dos baterías de sanitarios y dos lavamanos, con la misma aplicación de acabados tanto en paredes, piso y cielo raso.

Existen dos salas de reuniones las mismas que tienen un piso alfombrado, pintura blanca o naranja como acabado en paredes, y el cielo raso es el mismo que se utiliza en todo el centro. Son áreas con bastante amplitud y espacio de circulación.

Los tipos de materiales usados en los acabados son:

- Paredes - De pintura blanca o naranja sin ningún acabado. Ya que la marca no utiliza ningún tipo de textura.
- Piso – De cerámica color crema, para las áreas que necesita que la limpieza se realice con facilidad como son las áreas de capacitación, piso flotante para las áreas que se busca darles un toque más acogedor como: el área de comedor, y para espacios de reuniones de carácter más formal.

- Techo - Tiene un cielo raso tipo Armstrong. El cual permite realizar fácilmente un mantenimiento a la iluminación, además su instalación es rápida y sencilla.

El tipo de iluminación que se pudo observar en todo el centro es una combinación de iluminación natural e iluminación artificial. La misma que es generada por focos fluorescentes con luminarias empotradas, ya sean del tipo lámpara especular metálica o plafones. Para darle un poco de dinamismo se utilizan focos fluorescentes en el detalle del cielo raso del área central del opportunity.

Iluminación puntual de decoración se encuentra en los nichos promocionales la que es dada por dicroicos antiguos. En el opportunity se maneja dos formas de ventilación la natural y la forzada por medio de aire acondicionado, el cual está instalado en cada una de las salas de capacitación del centro, ya que no en todas las áreas tienen una ventilación natural.

DISTRIBUCION DE AREAS DEL OPORTUNITY CENTER DE YANBAL

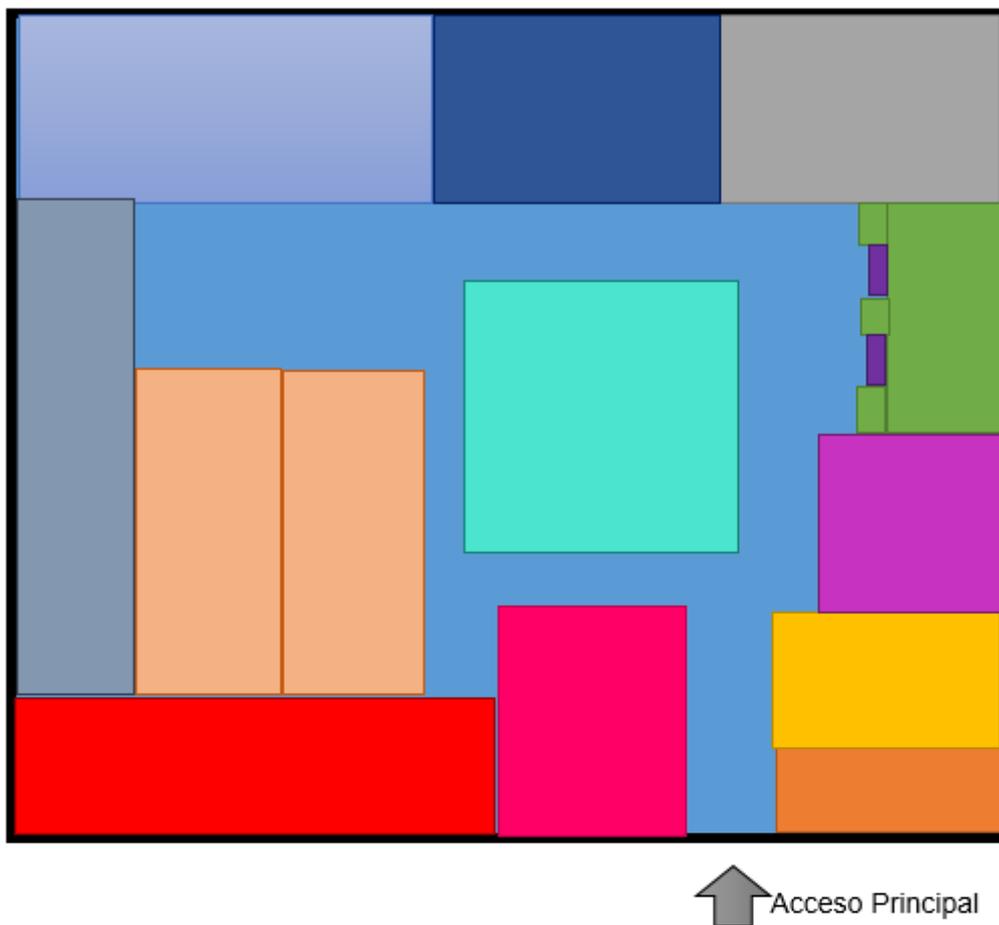


Figura 24. Distribución del Opportunity en Quitumbe



## Materialidad y acabados en diferentes espacios

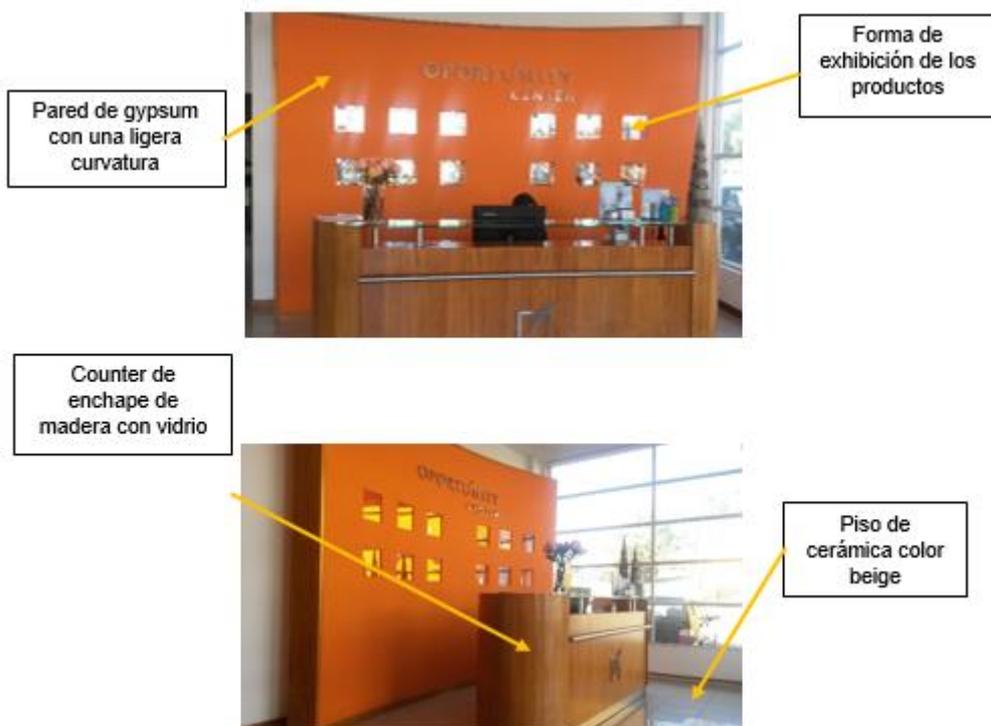


Figura 26. Área de recepción del Opportunity Center



Figura 27. Área de Capacitación del Opportunity Center

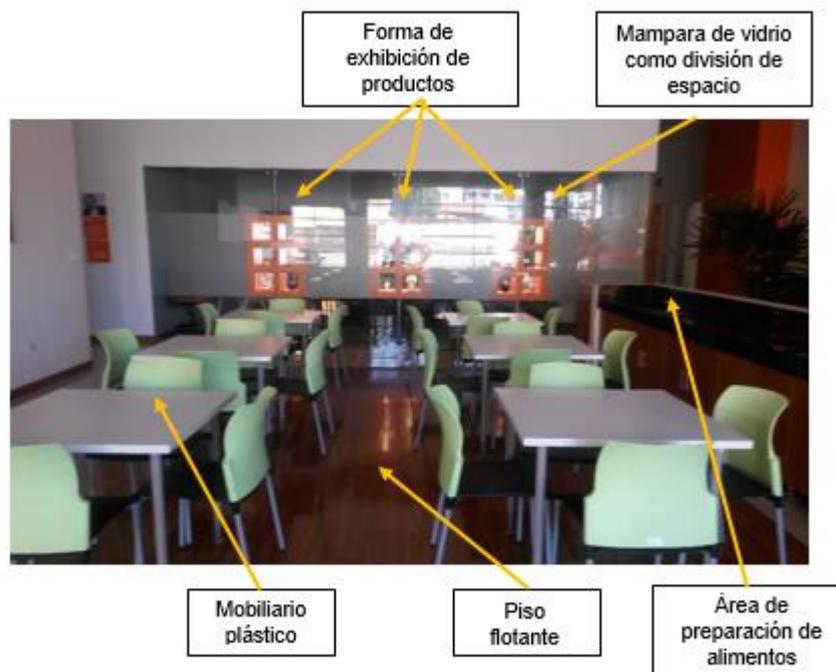


Figura 28. Área de cafetería del Opportunity Center.



Figura 29. Tipo de exhibición que maneja la marca Yanbal.

### 3.3. Diagnóstico

En base a los conocimientos adquiridos durante las diferentes etapas de estudio y procesos de búsqueda de información, se puede decir que el concepto de área de capacitación es muy variable y extenso ya que este depende principalmente de dos factores el tema a ser tratado y la modalidad que se vaya a utilizar en el proceso de enseñanza. En este tiempo ya no solo se concibe a un área de aprendizaje como un espacio lleno de sillas y mesas sino que el equipamiento de estos espacios depende del objetivo y tipo de capacitación a desarrollarse. Actualmente las áreas de capacitación tienen una concepción que está obsoleta, es muy poco práctica y carece de funcionalidad. Las salas a diseñarse deberán tener un alto grado de tecnología aplicada, para que sean verdaderos espacios de entrenamiento interactivo.

El diseño debería adaptarse a las sugerencias dadas por los futuros usuarios.

Son locales que no tienen salas de uso múltiple que cubran todos los requerimientos que se le pueda presentar al cliente.

De la información que se ha logrado obtener mediante el trabajo de campo, también se ha podido concluir que actualmente existe un déficit de centros cosmetológicos que puedan dar un buen servicio. Esta falencia detectada está relacionada con el gran incremento de población que se ha dado en los últimos años, mientras que el número de locales que dan servicio de cosmetología de calidad no han crecido en igual proporción.

En general se ha observado deficiencias en:

- Los diferentes espacios carecen de áreas de soporte y áreas complementarias para un mejor confort de los usuarios.
- Los mobiliarios y equipamientos son antiguos y revelan una falta de diseño interiorista. Los mismos fueron construidos sin tener en cuenta ningún criterio ergonómico, por lo que no pueden brindar ni comodidad,

ni facilidad a las personas que los utilizan. De igual forma nunca se realizó un análisis de funcionalidad de los mismos, por lo cual se vuelve ineficiente su uso. Realmente se debe trabajar modernizando tanto los mobiliarios como los equipamientos de estos locales.

- Los acabados y revestimientos son muy simples, y con materiales clásicos. No se ha aprovechado el uso de materiales de vanguardia, por lo que estos locales dan la sensación de estar pasados de moda, y no generan ninguna atracción a los clientes.
- Los acondicionamientos de orden acústico son prácticamente nulos. En los locales que se pudo visitar, fue evidente la ausencia total de un control de sonidos, los ambientes se sentían contaminados audiblemente por ruidos generados en las áreas circundantes. Este alto nivel de ruido es perjudicial para los usuarios, los mismos que no podrán captar correctamente la información que el capacitador desea transmitir. Para las personas que deben hacer uso frecuente de estas áreas existe el potencial riesgo de sufrir lesiones de su oído.
- Ventilación, este es otro de los principales factores que es muy deficiente en este tipo de locales, ya que no cumplen con lo indicado en las ordenanzas municipales, de renovar totalmente el volumen de aire en los espacios de uso público por lo menos 4 veces. Se pudo observar la falta de ventanales que permitan una renovación natural, y la mayoría de locales tampoco tenían ventilación forzada. El objetivo de realizar estos cambios de aire es para mantener un ambiente fresco con un buen nivel de oxígeno, que permita al cerebro funcionar correctamente, lo que incidirá en una correcta asimilación de conocimientos. El ambiente creado en estas zonas con una ventilación eficientemente controlada, generará áreas confortables, en las que los usuarios podrán desarrollar sus actividades a satisfacción y sin tener sofocamientos.

- Iluminación la cual no es la requerida para el desenvolvimiento de las actividades de los usuarios, quienes deben en muchas ocasiones trabajar casi en la penumbra, la cantidad de lúmenes requeridos no es la recomendable, así como tampoco lo es la clase de luz utilizada, en varias ocasiones se vio que estaban instaladas luminarias del tipo incandescente, estas dos condiciones pueden convertirse en factores que afecten el correcto funcionamiento de los ojos de las personas, tanto de las que dictan los cursos como de los que lo reciben.

### 3.4. Recomendaciones

Se recomienda un diseño interiorista que modernice y de una imagen nueva de fresca, alegría y pujanza a este centro de entrenamiento.

Los principales puntos sobre los que se debe trabajar para lograr el objetivo de llegar a tener sitios que sean confortables y atractivos son:

- Se deberá realizar una redistribución del espacio existente, tanto en el tamaño, como en la ubicación de estos, con el objetivo de optimizar el uso del área disponible, y tener un mejor flujo de personas, para lo cual debe considerarse la relación y funcionalidad existente entre los diferentes espacios.
- El nuevo diseño debe contemplar la existencia de espacios de apoyo como: cafetería, baños, áreas de descanso, área de almacenamiento, jardines interiores y exteriores, salas de lectura, salas de espera.
- En el punto referente a la ventilación el proyecto deberá prever el cambio total del aire de acuerdo a las ordenanzas municipales, en lo posible esto debe darse por ventilación natural, para lo cual se debe dotar a la edificación de las ventanas y puertas que sean necesarias. Las mismas

que deben ser ubicadas correctamente, de manera que se permita una libre circulación del aire. Si fuera el caso deberá también considerarse la instalación de un sistema de cambio de aire forzado.

- Mediante el uso de recubrimientos, tanto a nivel de las paredes como de los techos, se deberá lograr tener espacios con una buena acústica, la misma que permitirá que los usuarios puedan recibir correctamente la información audible sin distorsiones o interrupciones, y que esta sea asimilada correctamente. Por otro lado el espacio deberá estar aislado de ruidos generados por el entorno inmediato, los mismos que generarían interferencia en la transmisión y recepción de la información.
- Los pisos deberán estar recubiertos de materiales de vanguardia y que estén acorde a la imagen corporativa de la marca. Se debe considerar que en las diferentes áreas de trabajo se tendrá un flujo intenso de personas.
- En cuando a la iluminación se deberán respetar lo estipulado en las ordenanzas municipales, utilizando luminarias de última tecnología, con el objeto de tener todas las instalaciones correctamente iluminadas. Se debe dar preferencia a la utilización de focos tipo led, con los que se garantiza una correcta iluminación, tanto en la cantidad de lúmenes necesarios por área, como en la durabilidad de estos. Además se estaría cuidando el medio ambiente, al requerir estos elementos de menor cantidad de energía eléctrica. Una correcta iluminación garantizará una muy buena comunicación visual. Todo el sistema de iluminación deberá ser controlado digitalmente, con el fin de poder generar efectos especiales de iluminación cuando el área se utilice para eventos o exhibiciones.
- Se deberá trabajar mucho en el diseño de los mobiliarios, de tal manera que estos reflejen la imagen que la empresa quiera proyectar a sus clientes, sin descuidar que sean ergonómicos para lograr que los usuarios

trabajen en forma cómoda y agradable. También los mobiliarios deberán ser concebidos para ser funcionales y apoyar el correcto desempeño de las actividades de las personas.

En el diseño de las áreas de capacitación se pondrá énfasis, en la creación de espacios amplios, y se aplicará en ellos la mejor tecnología que esté a nuestro alcance.

Las áreas de capacitación tendrán que ser versátiles, esto quiere decir que deben ser flexibles, y se puedan ajustar a los requerimientos de la modalidad de enseñanza que se vaya a impartir. Su capacidad debe fluctuar entre, un mínimo de 20 personas y un máximo de 300 personas. Serán espacios que cuenten con todos los servicios necesarios para que las capacitaciones sean impartidas en forma confortable. El diseño interiorista de esta área debe ser minimalista. Se debe utilizar texturas lisas en los acabados, para ajustarse a los lineamientos de la imagen corporativa que tiene la empresa.

En la recepción se debe lograr mediante el diseño tanto en paredes como en el cielo raso, que el cliente o consultora, se sienta a gusto y confortable.

El área comercial debe reflejar el compromiso de la empresa con el cliente, transformándose este en un punto de capacitación y solución de inquietudes al estilo persona a persona. Donde se solventa cualquier duda que tengan las consultoras, sobre todos y cada uno de los productos suministrados por la compañía.

En la sala de espera, el espacio debe brindar confort y comodidad, este será un espacio abierto con vista a cada una de las áreas del centro que sea posible. Deberá contar con una máquina dispensadora de café y agua.

Las salas de eventos tendrán un diseño moderno minimalista el cual evoque: vanguardia, elegancia y seguridad. Aquí debe ponerse mucho cuidado en la distribución y ubicación tanto de mobiliarios como del equipamiento, para obtener la mayor funcionalidad posible.

Las áreas de promoción van hacer espacios abiertos en los cuales se exhibirán los diferentes productos de la marca. Al mismo se le diseñará un mobiliario específico, el que deberá ser llamativo, con el objeto de incentivar la curiosidad de las personas presentes.

El área de aprendizaje cosmetológico, estará concebido como un pequeño estudio de maquillaje, simulando ser una pequeña academia de cosmetología. Esto quiere decir que se implementara todo el mobiliario y equipamiento necesario para dar este efecto.

La cafetería será el espacio destinado para que en el tiempo de receso, las consultoras puedan cimentar mejor la relación entre ellas. Deberá contar con el equipamiento necesario para preparar un refrigerio ligero.

Para las áreas de descanso se deberá considerar una interior y otra exterior, en las cuales la decoración principalmente deberá ser con plantas. Su ambientación y mobiliario deberá llamar a la relajación.

Los jardines exteriores e interiores, se deberán fusionar con las áreas de descanso.

La sala de lectura, deberá estar aislada acústicamente, se le dotara de iluminación indirecta y otra puntual. Para generar un ambiente que incite a la lectura.

Se planeará el espacio para bodegas, en función de la cantidad de materiales que deben ser guardados. Se pondrá el debido cuidado para que este lugar tenga una buena ventilación, y su ubicación debe facilitar el movimiento de su contenido a las distintas áreas donde sea requerido.

## 4. CAPITULO IV . Marco Empírico

### 4.1. Análisis del entorno

A continuación se estudiará, analizará y especificarán las características físicas más relevantes del entorno en el cual se ejecutará el proyecto.

### **EL SECTOR – CALDERÓN - CARAPUNGO**

Durante la presidencia del General Eloy Alfaro, el sector de Carapungo subió de categoría a Parroquia con el nombre de Calderón, en homenaje al héroe ecuatoriano Abdón Calderón. Dentro de la parroquia existe un sector el cual se quedó con el nombre de Carapungo, término que significa “Puerta de los Karas”, viene de las palabras quichuas “pungo” que significa puerta y “cara” que es el nombre del pueblo que habitaba esta zona.

La parroquia de Calderón está ubicada al noreste del distrito metropolitano de Quito. Es un sector con una alta densidad poblacional, esto se debe a que es un lugar con un alto grado de ocupación por muchas industrias, estos terrenos hace varios años se destinaron como parque industrial, el mismo que alberga: la grande, mediana, y pequeña industria. El 55% de la actividad económica industrial del Distrito Metropolitano de Quito se desarrolla dentro de este territorio.

#### 4.3.1. Ubicación geográfica

La edificación se encuentra ubicada en el Ecuador, en el centro la provincia de Pichincha.



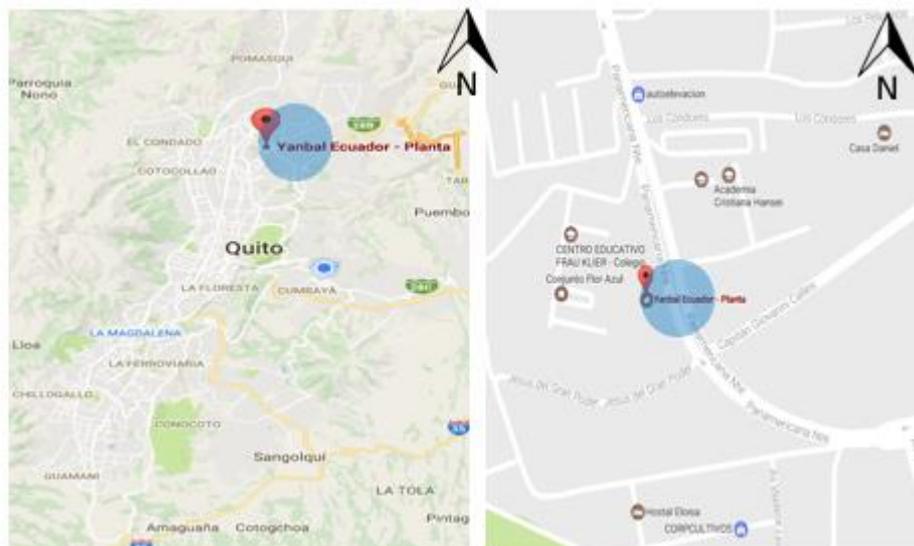
*Figura 30.* Mapa del Ecuador  
Tomado de: (Google Maps, 2016)

Se ubica en el sector nororiente del Distrito Metropolitano de Quito, en la parroquia Calderón, en la zona conocida como Carapungo. Esta localidad se encuentra a corta distancia del monumento a la línea Equinoccial.

Se encuentra ubicada a una altitud de 2.610 metros sobre el nivel del mar.



*Figura 31.* División parroquial del DMQ  
Tomado de: (Wikipedia, 2009)



*Figura 32.* Mapas de la ubicación de la planta de producción de Yanbal - Complejo Righetti.  
Adaptado de: (Google Maps, 2016)

#### 4.3.2. Vialidad

La parroquia de Calderón cuenta con cuatro vías de acceso principales:

- Panamericana Norte
- Av. Simón Bolívar
- Av. Galo Plaza
- Av. Eloy Alfaro

El sitio del proyecto se caracteriza por tener dos vías principales las cuales permiten el acceso a las instalaciones y estas son: Panamericana Norte y la Av. Simón Bolívar.

La más importante de las vías es La Panamericana Norte, por la cual circulan la mayor cantidad de vehículos tanto de entrada como de salida.

#### 4.3.3. Mapas de vías de circulación calderón –sector carapungo

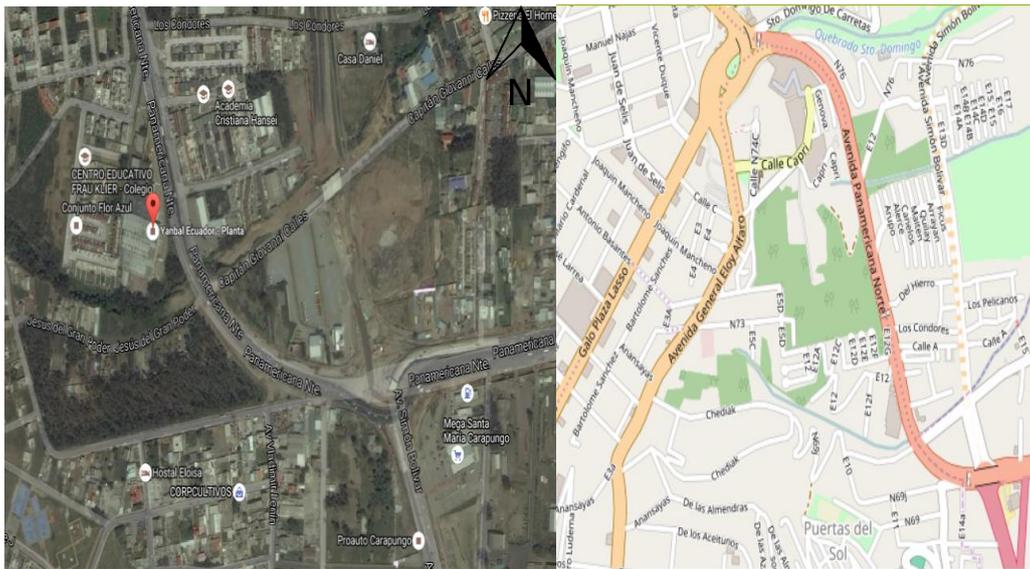


Figura 33. Mapas de las vías de circulación de Carcelén  
Tomado de: (Google Maps, 2016)

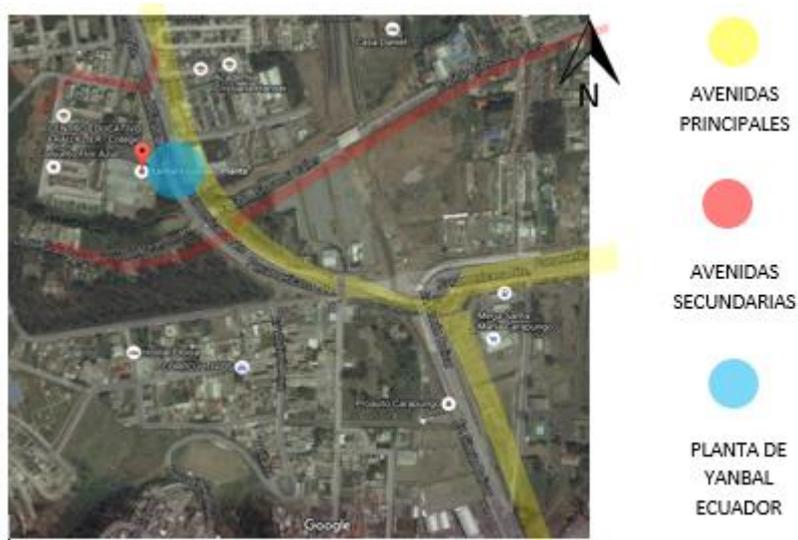
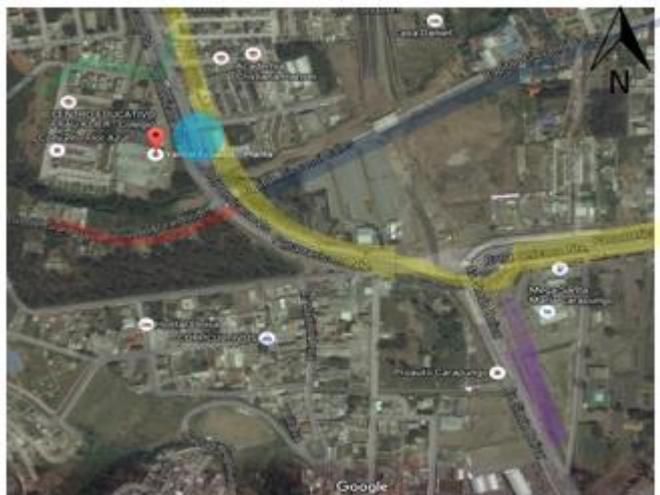


Figura 34. Mapa de calles principales y secundarias del sector.  
Adaptado de: (Google Maps, 2016)



*Figura 35.* Mapa de calles del sector  
Adaptado de: (Google Maps, 2016)

- Panamericana Norte
- Avenida Simón Bolívar
- Calle Capitán Gionanni Calles
- Calle Jesús de Gran Poder
- Calle sin nombre
- Implantación del proyecto.

#### 4.3.4. Flujo vehicular

La Panamericana Norte y la Avenida Simón Bolívar son dos de las arterias principales de circulación vehicular a nivel nacional. Por las cuales en forma cotidiana se tiene un alto flujo de vehículos tanto de transporte pesado como de automóviles de uso particular.

Otra de las calles con un alto flujo vehicular es la calle Gionanni Calles, que es la ruta directa entre la parroquia de Calderón y el sector de Carapungo.

El nivel de circulación en esta zona es alto durante las 24 horas del día y los 365 días del año.

Con la puesta en operación del intercambiador vial a la altura de Carapungo, actualmente se aprecia que la congestión vehicular ha disminuido de manera notable, facilitando la circulación por el sector.

La característica de tener un buen sistema vial que pase por estas instalaciones es una enorme ventaja, en tanto en cuanto agiliza el llegar o salir del mismo, ahorrando de esta manera tiempo a sus usuarios. Y por su ubicación, este puede ser accedido desde cualquier punto del país con relativa facilidad.



*Figura 36.* Nuevo flujo vehicular en el sector de Calderón.  
Adaptado de: (Municipio de Quito, s.f)

#### 4.3.5. Flujo peatonal

Este es un espacio donde la movilización de la gente es primordialmente mediante el uso de automotores. La circulación de peatones por estas áreas es realmente muy limitada.



*Figura 37.* Circulación en el sector de Calderón.  
Adaptado de: (Municipio de Quito, s.f)

#### 4.3.6. Uso y ocupación del suelo parroquia Calderón

Es muy importante dentro de la implantación del proyecto interiorista en mención, tener conocimiento de cómo está distribuido el uso de los terrenos de la parroquia a la que pertenece.

Del Diagrama de Porcentaje de Utilización del suelo de la parroquia Calderón, se puede concluir que tan solo un 3% de los terrenos que le competen pueden ser utilizados con propósitos industriales y múltiples, lo que equivale a 2 kilómetros cuadrados destinados para este tipo de ocupación.

Para el desarrollo del proyecto se debe tomar muy en cuenta que la planta está ubicada en un sector residencial tal como se aprecia en el siguiente gráfico y mapa de utilización del suelo.

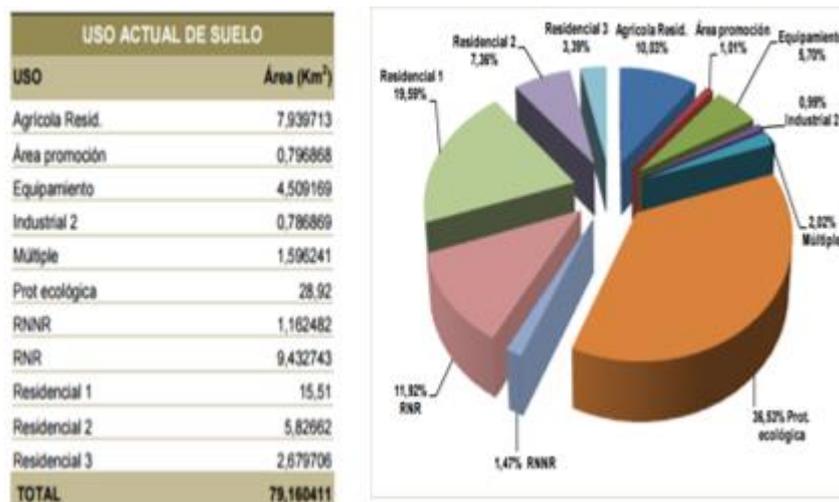
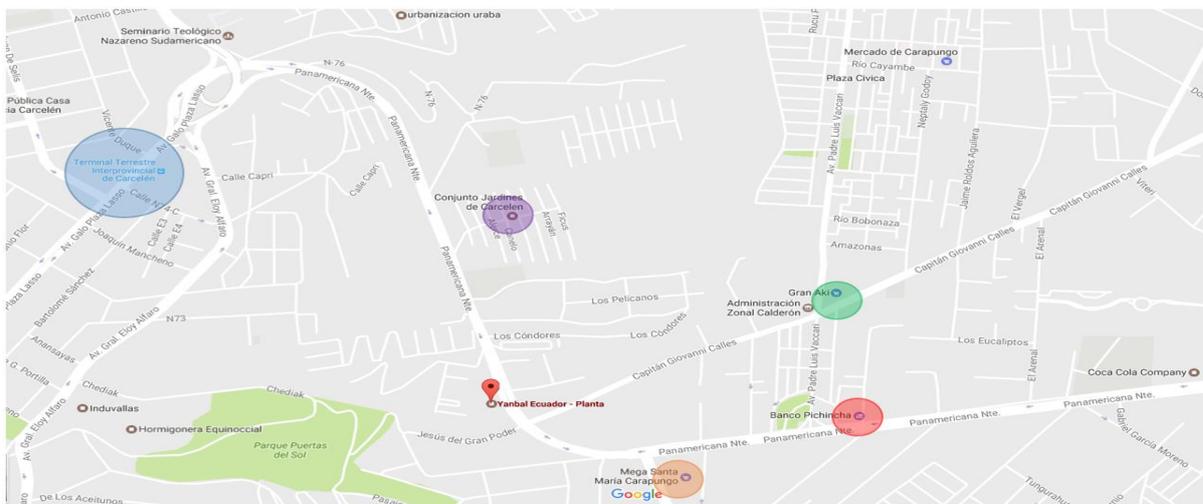


Figura 38. Tabla y diagrama de uso del suelo en la parroquia de Calderon. Tomado de: (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la Parroquia de Calderon, s.f )



Figura 39. Mapa de utilización del suelo en los alrededores de la planta de producción de Yanbal. Adaptado de: (Google Maps, 2016)

### 4.3.7. Puntos referenciales



**Figura 40.** Mapa de puntos de referencia cercanos a la planta Yanbal.  
Adaptado de: (Google Maps, 2016)

- Terminal Terrestre interprovincial de Carcelén
- Mega Santa María de Carapungo
- Banco del Pichincha
- Gran Aki
- Conjunto Jardines de Carcelén

### 4.3.8. Clima en la parroquia Calderón

En general el clima del Ecuador es muy variable y muy particular en cada una de las zonas. En cuanto al clima del sector específico de la parroquia de Calderón, tiene un clima seco con bajo nivel de precipitaciones. La mayoría del tiempo, las mañanas son muy calurosas, y las noches se caracterizan por ser frías.

Según los estudios del INAMHI la época de lluvia de la parroquia se da entre los meses de Febrero y Abril, las cuales se caracterizan por ser lluvias intensas con

una corta duración. La época seca está delimitada por los meses de Junio, Julio y Septiembre.

GRÁFICO 3

Fuente: INAMHI Año 1990 – 2009, 2010  
Elaboración: ETP-GADPP

PRECIPITACIÓN ANUAL  
Parroquia Calderón

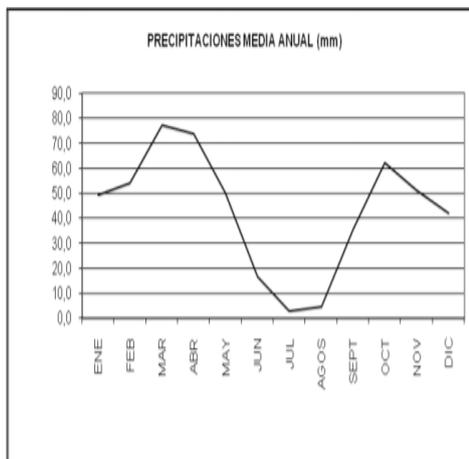


Figura 41. Diagrama de precipitaciones anuales de la Parroquia de Calderón Tomado de: (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la Parroquia de Calderón, s.f)

4.3.9. Asoleamiento

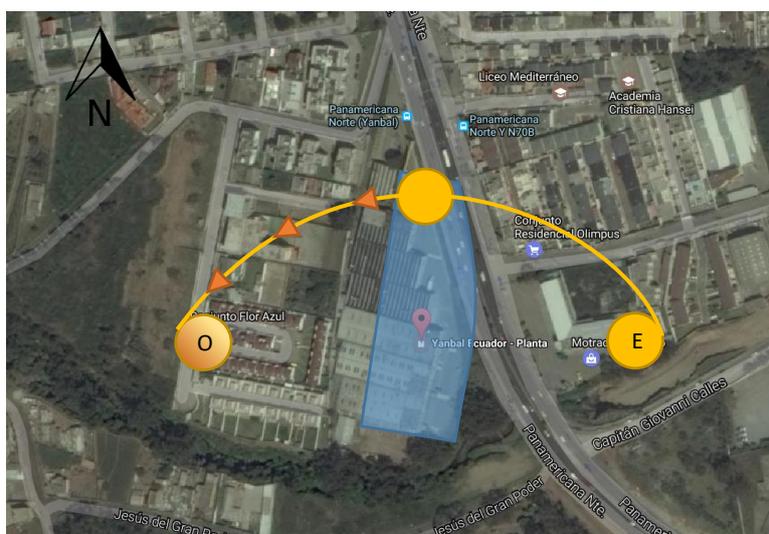


Figura 42. Asoleamiento Adaptado de: (Google Maps, 2016)

#### 4.3.10. Edificaciones colindantes

La planta Yanbal en la zona de Carapungo es la más importante y grande.

Como planta de tipo industrial es la única en este sector, y la misma colinda con construcciones tipo conjunto habitacional, por sus tres costados, ya que el frente de la misma da a la vía principal. Cabe indicar que se tienen dos instituciones educativas muy cerca de las instalaciones de la empresa.

#### 4.3.11. Usuarios

En este proyecto interiorista, se considera que los potenciales usuarios de los espacios a intervenir serán: personal administrativo de la empresa, cuerpo de ventas, consultoras, capacitadores y técnicos en cosmetología, invitados a los eventos de lanzamientos de nuevos productos, entre otros.

ANÁLISIS DE LA EDIFICACIÓN

### **Edificación Seleccionada – Planta Yanbal – Complejo Righetti**

La propuesta interiorista se realizará en una de las edificaciones que pertenecen al complejo Righetti, el mismo que es arrendado por la empresa Yanbal Ecuador. Este se encuentra ubicado al noreste de la ciudad de Quito, en el sector conocido como Carapungo.

Esta construcción alberga la planta de producción de esta afamada marca de cosmetología. Actualmente la edificación es utilizada como oficinas y planta de producción. Tiene un área de terreno de 10.000 metros cuadrados, con un espacio construido de 6.000 metros cuadrados.

#### 4.3.1. DESCRIPCIÓN GENERAL

La edificación cuenta con 3 niveles. En el primer nivel se encuentra: área de recursos humanos, recepción, cafetería, salas de reuniones, cocina, comedor, áreas de capacitación y baños.

### **PRIMER NIVEL**

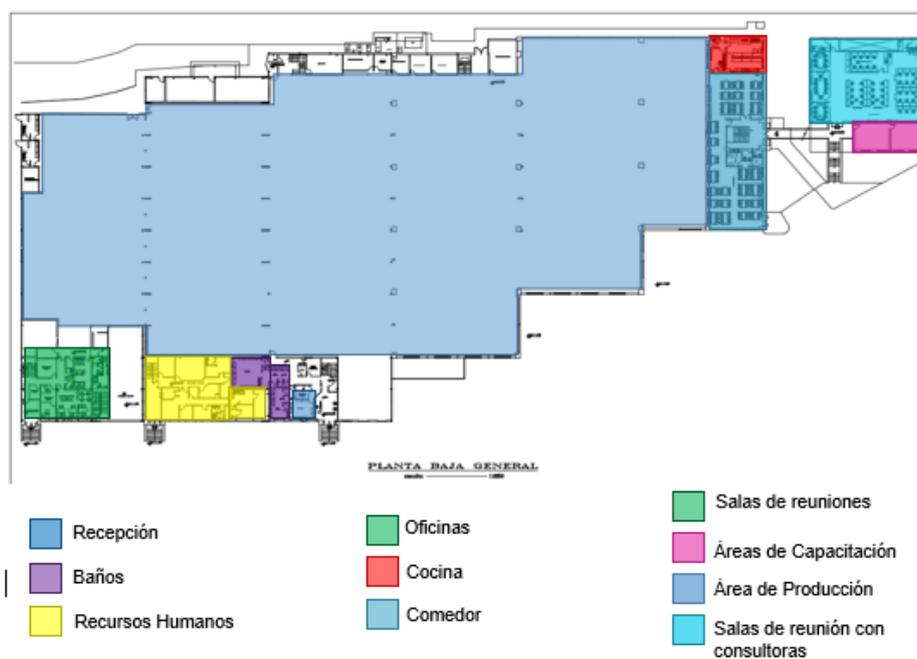


Figura 43. Áreas de la planta de producción

En el segundo y tercer niveles solo se tiene áreas de oficinas y baños.

## SEGUNDO NIVEL.

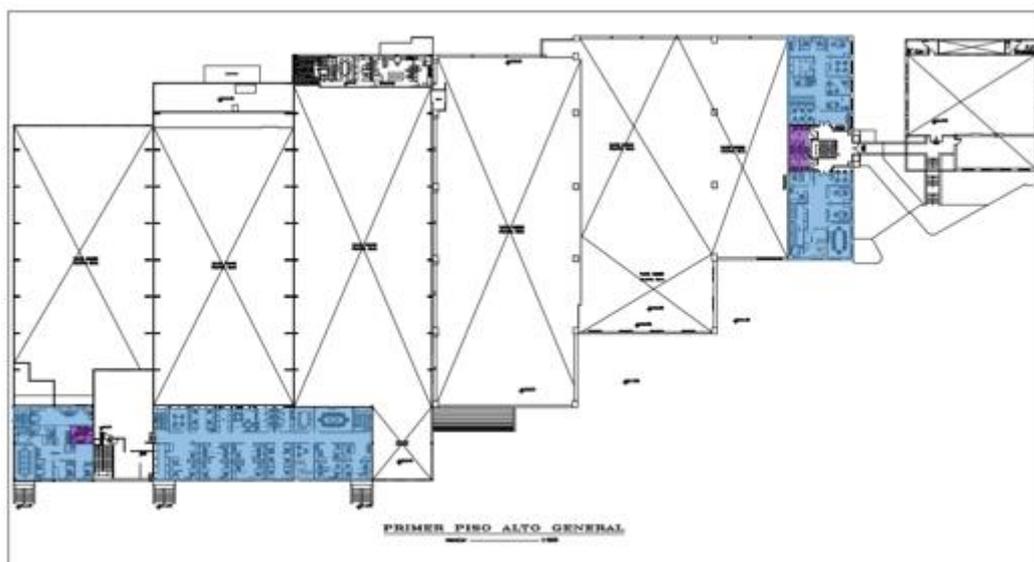


Figura 44. Áreas de la planta de producción.

## TERCER NIVEL

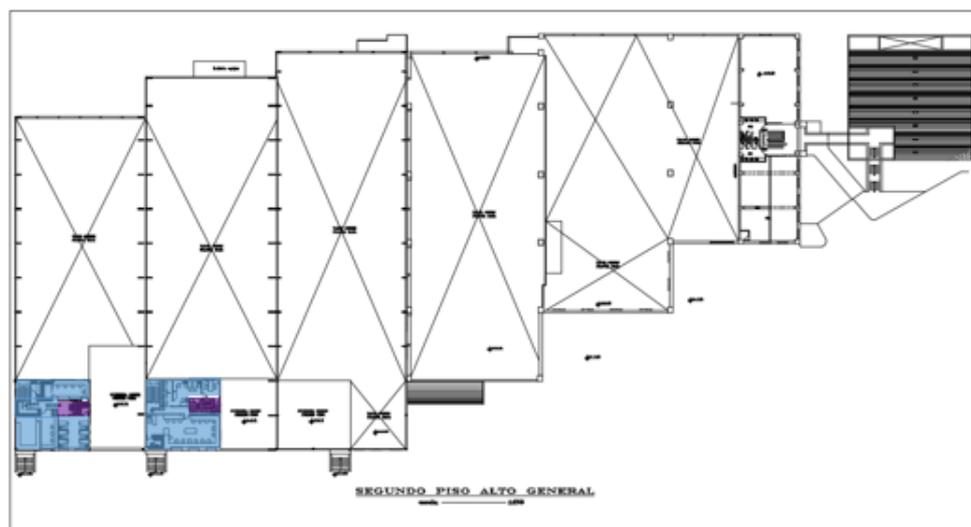


Figura 45. Áreas de la planta de producción.



## ESPACIOS A INTERVENIR

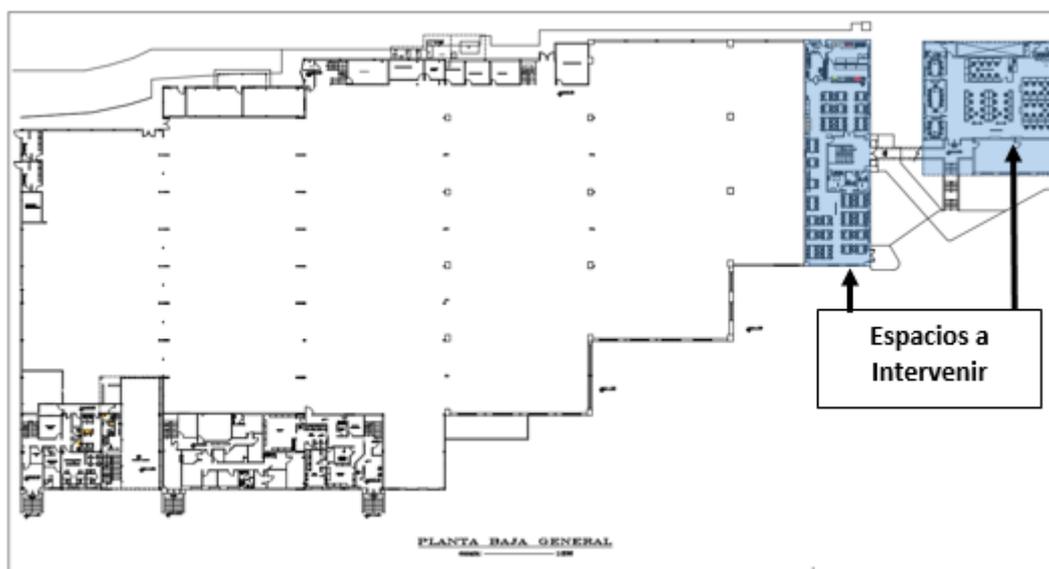
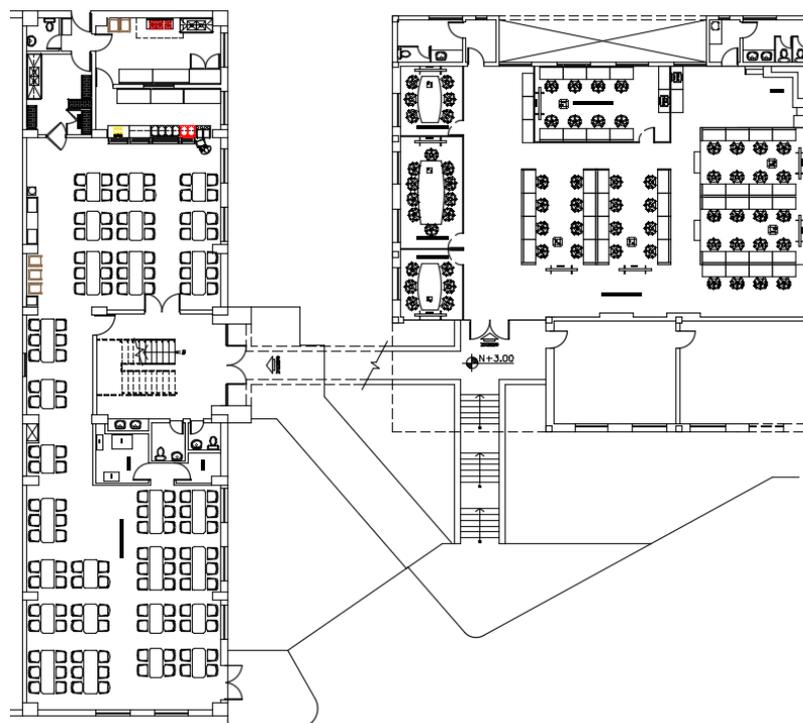


Figura 46. Espacio a intervenir

## Ampliación del espacio a intervenir



*Figura 47.* Ampliación del espacio a intervenir

### 4.3.2. Descripción detallada

A continuación se describirá el estado actual y en las condiciones en que se encuentran cada uno de los espacios, base de la intervención interiorista.

#### 4.3.2.1. Área interior

Todos los espacios tienen el mismo estilo corporativo, muy similar a lo que se pudo observar en el Opportunity Center ubicado en el sector de Quitumbe. Es importante el mencionar que todos y cada uno de estos espacios se encuentran en muy buen estado.

**Recepción**, esta área tiene una doble función, la de recibir a los visitantes a las instalaciones de la empresa, y la de exhibir los productos en sus típicas vitrinas

tipo nicho. El mobiliario consta de un counter, silla para la recepcionista, y sillas para los visitantes, todo en una tendencia minimalista y respetando los colores corporativos de la empresa. La iluminación en el día es prácticamente solo de tipo natural, debido a los amplios ventanales con los que cuenta este espacio.



Figura 48. Recepción

**Salas de reuniones**, en general estos espacios están equipados con una mesa y sillas que permiten que, de 10 a 12 personas trabajen confortablemente. Cuenta con una pizarra, he instalaciones para conectar laptops y un retroproyector. Se ha dispuesto también un sistema de aire acondicionado, y la iluminación es más del tipo artificial mediante la utilización de lámparas fluorescentes



Figura 49. Sala de reunión

**Salas de Capacitación**, estas son áreas grandes, y pueden dar cabida a unas 150 personas cómodamente sentadas. Cuenta con una tarina, mesa para los expositores, y está equipada con instalaciones de: amplificación de sonido, retroproyector, pantalla grande, conexiones para equipos de computación. El techo de las mismas se ha dispuesto sobre los 5 metros con el objeto de tener el volumen de aire mínimo necesario para que los participantes de estos efectos trabajen sin problemas por falta de ventilación. Tiene iluminación natural y artificial en base a lámparas fluorescentes.



*Figura 50.* Área de Capacitación

**Cafetería**, está diseñada para dar servicio al personal administrativo, o a un grupo pequeño de visitantes. Está equipada con: mesa y sillas para ocho personas, refrigeradora, horno microondas, tiene un lavadero pequeño, y

cuenta con todos los utensilios necesarios. Su mobiliario está elaborado en MDF blanco.



*Figura 51. Cafetería*

**Comedor**, está concebido para dar servicio a todo el personal de la planta, cuenta con mesas y sillas. La cocina se encuentra como parte del comedor y está totalmente equipada, dentro del área de cocina se tiene una zona de almacenamiento de alimentos.

**Oficinas**, son áreas abiertas donde se han dispuesto varios cubículos, los mismos que tienen el espacio necesario para que se desempeñe correctamente el trabajo, estos cuentan con todas las instalaciones requeridas, como son: línea telefónica, conexiones eléctricas, conexiones a internet. El mobiliario es de corte sencillo y predominan los colores blanco y naranja. Los techos se encuentran a una altura superior a los tres metros, por lo que el volumen de aire es el suficiente para que los usuarios trabajen sin sofocarse. Tienen grandes ventanales lo que permite una buena iluminación natural, y complementariamente se ha dispuesto iluminación artificial en base a lámparas fluorescentes. Se han ubicado en el cielo falso detectores de humo.

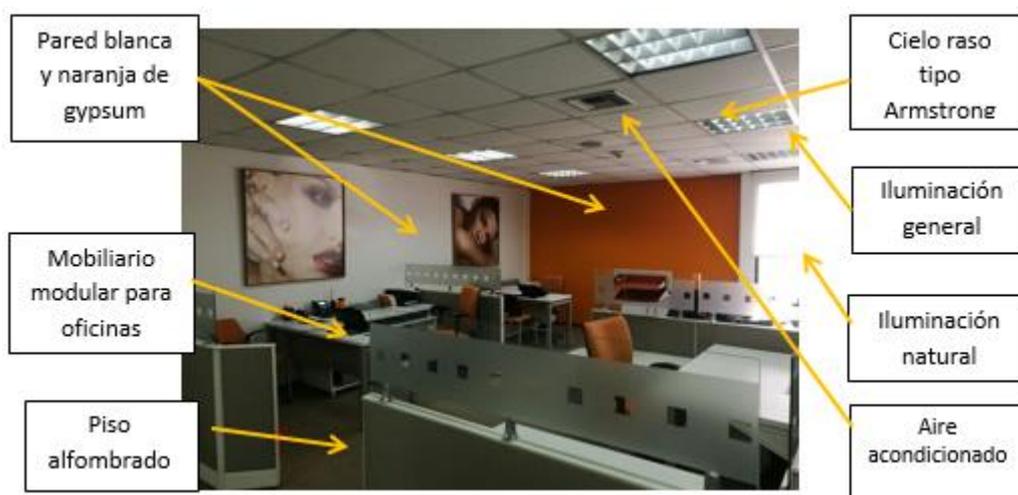


Figura 52. Oficinas

**Servicios higiénicos**, están dotados con todos los implementos necesarios, y es muy notorio el excelente mantenimiento de estos, con un alto grado de limpieza. Se encuentran correctamente señalizados. Y tienen una buena ventilación de tipo mixta, es decir natural y forzada.



Figura 53. Baterías Sanitarias

**Corredores**, es interesante observar que la mayoría de paredes que delimitan las oficinas son de vidrio, lo que da una sensación de espacios más grandes y con mejor nivel de iluminación, en todas las áreas.



Figura 54. Pasillos

#### 4.3.2.2. Área exterior

**Jardines**, a lo largo del ingreso a la zona de parqueaderos se tienen unas pequeñas jardineras longitudinales.

**Parqueaderos**, la zona de parqueaderos se encuentra bien determinada, en lo referente al espacio para ser utilizado por personal a nivel gerencial, administrativo y visitantes.

**Zona descarga de materiales**, en la parte posterior de la edificación, al final de los parqueaderos, está destinada la zona para la carga y descarga de materiales, que la planta debe procesar o de producto ya terminado que se debe enviar a los distribuidores o al consumidor final.

#### 4.3.3. Infraestructura

La infraestructura de la actual edificación presenta las siguientes características:

**Estructura**, la edificación a primera vista indica que se le ha dado un excelente mantenimiento. Esta se basa en un diseño con vigas y columnas de hormigón, las que confieren un aspecto de solidez, robustez a todo el conjunto Righetti. Es una estructura que cumple con normas de sismo resistencia

**Cubierta**, esta es de tipo metálico en excelentes condiciones, la misma que esta sostenida por cerchas metálicas.

**Paredes**, son elaboradas con bloque de hormigón las de tipo estructural, y las que dividen los espacios están elaboradas en gypsum y vidrio. Todas se encuentran pintadas de blanco en su gran mayoría, y algunas están pintadas en color tomate, que son los colores corporativos de la empresa.

**Pisos**, en general son de porcelanato, y se encuentran en muy buen estado.

**Cielo raso**, está elaborado con planchas livianas del tipo Amstrog. En el que se han dispuesto luminarias en base a tubos fluorescentes, y sensores de fuego.

#### 4.3.4. Servicios Básicos

La edificación cuenta con todos los servicios básicos, los mismos se encuentran en óptimas condiciones, como resultado del buen mantenimiento que la empresa brinda a las instalaciones.

Los servicios con los que cuenta son:

**Red de agua potable:** servicio suministrado por la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Quito.

**Red de Alcantarillado Pluvial y Sanitario:** servicio dado por la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Quito.

**Red de Energía Eléctrica y Alumbrado Público:** servicio provisto por la Empresa Eléctrica de Quito.

**Red de teléfono:** servicio brindado por CNT.

**Aseo Público:** principalmente se refiere al servicio de recolección de basura.

## CIRCULACIÓN

Se realiza un rápido análisis de los principales y más frecuentados recorridos utilizados por las personas en la zona de intervención de la planta.

Primer Nivel

Cafetería - comedor – salas de reuniones – áreas de capacitación – baños y oficinas

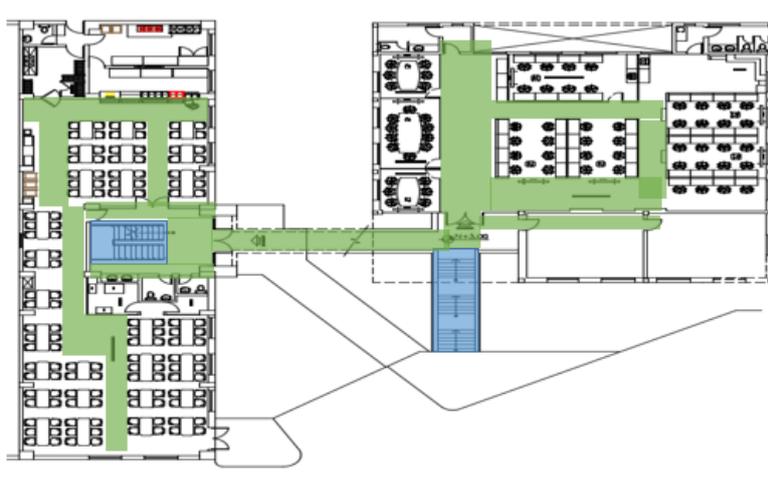


Figura 55. Circulaciones actuales del área a intervenir.

#### 4.3.5. Condicionantes

Es todo aquello que puede ser modificado o cambiado si presenta algún problema.

- **Tratamiento en paredes:** se aplicarán revestimientos de acuerdo a los requerimientos de cada espacio considerando especialmente las necesidades acústicas del mismo, y deberán estar de acuerdo a la imagen corporativa de la empresa.
- **Distribución de espacios:** se realizará una redistribución de estos de acuerdo a las necesidades de los usuarios, y considerando la ubicación de los mismos con el objeto de minimizar los flujos dentro de área de rediseño.
- **Áreas verdes:** serán rehabilitadas, y ampliadas dentro de lo posible.

- **Alturas de tumbados:** según la actividad y el uso de los diferentes espacios se especificará la altura necesaria para que cada uno de ellos cumpla con las normas de ventilación mínimas.
- **Pisos:** serán seleccionados considerando por lo menos los siguientes parámetros: la seguridad, bajo mantenimiento, alta durabilidad, y diseño, de tal manera que cubran las necesidades determinadas para cada espacio.
- **Mobiliario:** dependiendo del estado de cada uno de los muebles, estos serán rescatados o readecuados, para que cumplan con las características ergonómicas mínimas necesarias para el confort del usuario.
- **Acceso peatonal:** estará condicionado por la nueva distribución de los espacios.

#### 4.3.6. Determinantes

Son aquellos elementos que no pueden ser modificados bajo ningún motivo y que nos limita de una manera fija.

- **Normativas:** se encuentran establecida y es de cumplimiento obligatorio.
- **Estructura:** no se va a considerar un cambio en la obra civil
- **Cubierta:** Forma parte de la estructura y no necesita cambio
- **Fachadas:** no se puede alterar su diseño pero es posible darle un mejor acabado.
- **Accesos:** no pueden ser modificados ya que forman parte de la estructura.
- **Retiros:** no se puede alterar ya que es una normativa municipal.
- **Parqueaderos:** la ubicación ya está dada.
- **Forma y área del terreno:** ya se encuentran establecidos.
- **Equipos instalados:** cuya reubicación sea muy complicada o costosa.
- **Alturas:** no se pueden cambiar ni de las cubiertas, ni de las losas

## 4.2. Síntesis – marco empírico

Con el objeto de realizar un correcto desarrollo, diseño e implementación del proyecto interiorista, es necesario realizar una evaluación, de la ubicación geográfica de este y el estado actual de la edificación que se va a intervenir.

En la evaluación correspondiente a la situación geográfica es necesario tratar los siguientes puntos:

Definir la localización específica de la edificación, y recopilar información de la municipalidad a la que pertenece.

Es necesario realizar un análisis de la ocupación de los suelos colindantes, con el objeto de determinar si de alguna manera estos podrían afectar al proyecto, o si este podría afectar a la vecindad, causando algún inconveniente a las edificaciones aledañas.

También debe realizarse un análisis del clima de la zona, ya que será muy diferente plantear una alternativa en una zona seca, a la que se tendría para una zona lluviosa.

Respecto a la edificación es absolutamente necesario el realizar una valoración del estado actual, en el cual se debe revisar: áreas exteriores, áreas interiores e infraestructura.

En el punto de áreas interiores se debe estudiar los siguientes espacios:

- Área de recepción
- Salas de reunión
- Salas de capacitación
- Cafetería
- Comedor
- Oficina
- Servicios higiénicos
- Corredores

En cada una de estas áreas debe analizarse: si las dimensiones son las necesarias, su ubicación y relación con las otras áreas es la más conveniente para minimizar los flujos dentro de la edificación, la funcionalidad está de acuerdo con lo requerido. Y si el mobiliario y equipamiento es el adecuado.

En el área exterior, es necesario determinar el estado actual de: jardines, parqueaderos y zona de descarga.

Y por último se debe valorar la infraestructura, y servicios básicos con los que cuenta.

### 4.3. Concepto

#### 4.3.1. El panal de las abejas

Los panales que construyen las abejas se basan en una forma hexagonal simple, y son una obra maestra de ingeniería de la naturaleza. La mayoría de matemáticos de la antigüedad sabían que no existe mejor forma geométrica que el hexágono, para optimizar el uso de materiales cubriendo un máximo de área posible. El profesor Thomas C. Hales demostró matemáticamente por qué el hexágono aprovecha de mejor manera el espacio. El estudio lo realizó basándose en el panal de las abejas, y por ello el teorema se llama “Conjetura del panal de abejas”.

El teorema afirma que la retícula con la forma de este panal (malla hexagonal) es la mejor opción para dividir un espacio en diferentes secciones con una misma área y con un perímetro menor.

Los paneles son elaborados con la cera producida por una glándula que se encuentra en el interior del abdomen de las abejas.

Debido a forma hexagonal de las celdas del panal de las abejas, estas aprovechan al máximo el espacio interior disponible. Al compartir una celda interna sus seis caras con otras seis celdas, y así sucesivamente, se tiene una

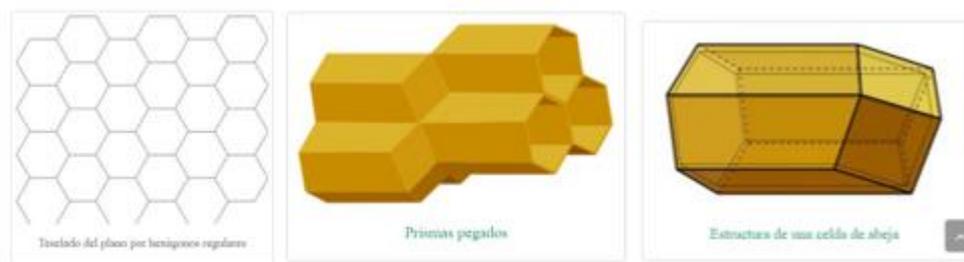
disposición geométrica que permite optimizar el material que es necesario utilizar para construir este tipo de panel, en relación a cualquier otra distribución similar.

La estructura que se obtiene, utilizando el modelo del panel de abeja, tiene características muy importantes como son:

- Liviano, debido a la menor cantidad de material que se necesita para su construcción.
- Resistente, el tipo de disposición geométrica le confiere una alta resistencia a esfuerzos de tipo mecánico.
- Menor cantidad de material para elaborarlo, lo hace económico.
- Economiza perímetro y maximiza área utilizable.
- Minimiza mano de obra necesaria para fabricarlo.

Con lo cual las abejas han logrado crear una estructura liviana y resistente utilizando menos cantidad de cera y obteniendo mayor volumen de almacenamiento para la miel.

En el diseño a desarrollar se aprovechará al máximo el espacio disponible, para lo cual se buscará que la forma o formas geométricas de los elementos a construir sean estos paredes o paneles, se ajusten correctamente para crear las áreas requeridas, tratando que los mismos sean de tipo modular y tengan como características: ser livianos, resistentes, económicos y de fácil montaje.



*Figura 56.* Imágenes de la formación del panel de abejas.  
Tomado de: (Wikipedia, 2009)

La empresa Yanbal tiene una estructura de panel ya que ha logrado optimizar la utilización de sus recursos teniendo una organización liviana – ágil, pero a la vez

muy resistente y sólidamente constituida, y con un mínimo de personal ha logrado maximizar los resultados.

#### 4.3.2. Aplicación del concepto en el proyecto

El concepto se verá plasmado con un adecuado manejo de los volúmenes de los diferentes espacios que se crearán

La distribución de las áreas va a estar dada por paneles de formas geométricas regulares como las hexagonales que son la base del panal de abejas.

Para revestimientos tanto de pisos, paredes y tumbado se utilizarán materiales que evoquen la ligereza, resistencia.

El diseño del mobiliario tanto fijo como móvil debe estar alineado con el concepto, para que concuerde con cada uno de los espacios.

Ya que el concepto y la marca no tienen una gran variedad de colores se utilizara la gama del anaranjado y colores neutros como base principal del diseño.

#### 4.3.3. Síntesis – concepto

El diseño interiorista que se propone debe reflejar las características fundamentales del concepto, es decir debe tener:

Ambientes que den una sensación de dinamismo y agilidad, donde el usuario este confortablemente realizando sus trabajos.

Optimizar la selección y utilización de materiales.

Se buscará obtener una estructura resistente - robusta, que de seguridad a las personas que lo utilicen.

Mediante un buen estudio de espacios se encontrará la mejor distribución de las áreas requeridas, maximizando los volúmenes funcionales disponibles

#### 4.4. Programación arquitectónica

##### 4.3.1. Área interior

### **ZONA PÚBLICA**

#### **ÁREA DE INGRESO**

- Hall de ingreso
  - Área la cual está destinada a la entrada del usuario. La que puede tener, o no tener mobiliario. Con un área de 6 m<sup>2</sup>.
- Recepción
  - Espacio el cual va a servir para recibir, direccionar, informar, atender al usuario. Lugar que tendrá tanto muebles fijos, como móviles y ocupará un área de 10 m<sup>2</sup>.
- Sala de espera
  - Lugar en el cual el usuario descansará hasta ser atendido, o que se le permita ingresar algún espacio específico. El mismo que va estar ambientado por mobiliario fijo o móvil. Ocupando un área de 12 m<sup>2</sup>.
- Áreas de capacitación
  - Espacio en el cual se entrena al usuario para que adquiera destrezas específicas. Estos espacios deben ser versátiles y estar equipados adecuadamente. Constará de un área aproximada de 28 m<sup>2</sup>.
- Salas de reuniones
  - Lugar en el que se congrega a un pequeño número de personas, en el que conversa o dialoga sobre temas específicos. Es un

espacio que necesita tanto mobiliario fijo como móvil. Cada una de las salas tendrá un área 15m<sup>2</sup>.

- Área de aprendizaje cosmetológico
  - Espacio que estará destinado al aprendizaje, manejo y aplicación de cosméticos. Este lugar estará abierto permanente. Tendrá un área de 12m<sup>2</sup>.

## **ZONA DE EXHIBICIÓN**

- Área comercial
  - Espacio destinado al equipo comercial de la empresa. Se dividirá en varios cubículos de trabajo.
- Áreas promocionales de productos
  - Son zonas destinadas para realizar promociones específicamente.
- Área de exhibición
  - Se distribuirán en varios sitios de la edificación, se mantendrá el diseño actual tipo nichos.

## **ZONA MIXTA**

- Cafetería
  - Espacio en el cual se puede consumir alimentos o bebidas típicas de un break. El mismo que contará con muebles fijos y muebles móviles. Tendrá un área de 84 m<sup>2</sup>.
- Áreas de descanso
  - Serán espacios destinados al descanso, ocio y socialización de los usuarios. Tendrá mobiliario fijo y móvil. Se destinará un área de 12 m<sup>2</sup>.
- Salas de lectura
  - Espacio donde el usuario podrá leer: libros, revistas, periódicos entre otros. Tendrá mobiliario fijo y móvil. Su área será de 12 m<sup>2</sup>.

## ÁREA ADMINISTRATIVA

- Oficina administrativa
  - Espacio en el cual se administra, organiza, planea y controla todas las actividades que se van a realizar en la empresa. El mismo que estará amoblado tanto con muebles fijos como móviles y tendrá un área de 6 m<sup>2</sup>.
- Oficinas en general
  - Área en la cual se organizará y planificará cada una de las actividades a realizar en el centro. Espacio en el cual se dispondrán diversas estaciones de trabajo con mobiliario fijo y móvil. Contará con un área de 20 m<sup>2</sup>.
- Área de sistemas
  - Espacio donde se estará el sistema central de proceso de datos de la empresa. Además aquí se chequeará y coordinará el buen uso de cada uno de los aparatos electrónicos, audio y proyección del centro. El mismo que tendrá mobiliario fijo y móvil. Con un área de 10m<sup>2</sup>.
- Atención al cliente
  - Lugar destinado a la atención, guía y servicio del cliente. Espacio que tendrá varias estaciones de trabajo con el correspondiente mobiliario fijo y móvil. Tendrá un área de 15m<sup>2</sup>.
- Salas de reuniones
  - Espacio en el que se reúne el personal a evaluar cada una de las actividades o problemáticas del centro. El mismo que tendrá mobiliario fijo y móvil. Con un área de 15m<sup>2</sup>.

## Áreas de servicios

- Baños

- Área de aseo personal tanto para los trabajadores como para los usuarios. Contará mobiliario fijo. Tendrá un área de 9m<sup>2</sup>.
- Cocina
  - Lugar en el cual se preparan los alimentos. El mismo que tendrá todo el mobiliario adecuado ya sea fijo o móvil, y se le equipará con todo lo necesario. Tendrá un área de 84m<sup>2</sup>.
- Bodega
  - Área de almacenamiento de cualquier material necesario para el centro. Tendrá un área de 10m<sup>2</sup>.
- Parqueadero
  - Esta área será bien delimitada, dejando el espacio de circulación necesario para los automotores.
- Garita
  - Se ubicará junto al acceso principal de la Planta
- Acceso
  - Área destinada tanto al ingreso como a la salida de las personas que laborar y visitan el complejo.

#### 4.3.2. Área exterior

- Áreas de descanso
  - Serán zonas donde el empleado o el cliente pueden descansar.
- Áreas verdes
  - Son las zonas destinadas para implementación de jardines.

## 4.3.3. Cuadro de necesidades

Tabla 1.  
Cuadro de Necesidades

CUADRO DE NECESIDADES			
AREA	NECESIDADES	ACTIVIDAD	ESPACIO
AREA DE SERVICIO	Ingreso al espacio	Ingreso y salida vehicular de los usuarios	Ingreso vehicular
	Estacionamiento de vehículos	Espacio para albergar vehículos de los usuarios	Estacionamiento / Parqueadero
	Conexión del exterior con el interior	Ingreso de usuarios al centro	Hall de ingreso
AREA DE CAPACITACION	Recepción de personas	Recibir, atender, acompañar, facilitar accesibilidad al usuario a las diferentes instalaciones	Recepción
	Espera	Permanecer en un espacio hasta ser atendido por el personal del centro	Sala de espera
	Reunirse	lugar en el cual se realizan diferentes tipos de juntas	Sala de reunión
	Aprendizaje	Lugar al cual se va a aprender con una modalidad diferente a la común	Áreas de capacitación
AREA MIXTA	Alimentación	Lugar en el cual se puede servir cualquier tipo de alimento o bebida	Cafetería
	Descanso o ocio	Lugar en que el usuario se tomo un tiempo para relajarse y descansar	Salas de descanso
	Leer	Espacio en el cual se puede leer libros, revistas, periódico, etc.	Salas de lectura
	Socialización	Lugar en el cual el usuario se puede enterar, socializar, conversar	Salas de eventos
AREA DE VENTA	Venta	Lugar en el cual se puede comercializar el producto	Área comercial
	Exhibir	Espacio en el cual se exhiben los diferentes productos	Área de exhibición
	Promocionar	Zona en la cual se exhiben productos en promoción	Área promocional
AREA PRIVADA O ADMINISTRATIVA	Administrar	Administrar, organizar, planear y control de las actividades a realizarse en el lugar	Oficina de administración
	Organizar	Lugar en el que se organizar y planificar cada una de las actividades a realizar	Oficinas en general
	Atender	Lugar en que se atiende, guía, sirve al cliente	Atención al cliente
	Espera	Permanecer en un espacio hasta ser atendido por el personal del centro	Sala de espera
	Conexiones	Chequear y coordinar cada uno de los aparatos electrónicos , radio, producción, etc. del lugar	Área de sistemas
	Reunión	lugar en el cual se realizan diferentes tipos de juntas	Sala de reuniones oficinas
AREA DE SERVICIOS	Servicios básicos	Lugar que tiene todos los servicios necesarios para que el personal realice sus actividades	Servicios
	Preparación	Espacio en el cual se preparan los diferente alimentos o bebidas	Cocina
	Servicios sanitarios	Aseo personal, el baño y la evacuación de los desechos humanos	Baños
	Almacenamiento	Alojamiento de material	Bodega

4.3.4. Cuadro de áreas mínimas

Tabla 3.

Cuadro de áreas mínimas

ZONA	CODIGO	ESPACIO	ACTIVIDAD	USUARIOS		EQUIPAMIENTO										GRAFICO MOBILIARIO	EQUIPAMIENTO NECESARIO				INSTALACIONES	
				TIPO	CANTIDAD	FIJO				MOVIL				REFERENCIAS	GRAFICO		ANCHO m.	LARGO M.	ALTO m.	TOTAL m.	BASICAS	ESPECIFICAS
						MOBILIARIO	ANCHO	LARGO	ALTO	REFERENTES	MOBILIARIO	ANCHO	LARGO									
AREA DE INGRESO	P1	Hall de ingreso	Ingreso y salida de usuarios	Vendedores	x	Elementos decorativos	x	x	x	X	Señalética	x	x	x			3,6	3,2	2,4	10	Eléctricas, voz, datos, fuerza	x
				Técnicos	x	x	x	x	Sofás		0,62	0,9	0,42									
				Profesores	x	x	x	x	Mesa de centro		0,6	0,9	0,35									
				Personal de la empresa	x	x	x	x	x		x	x	x									
	P2	Recepción	Recibir, direccionar, informar al usuario	Vendedores	x	Counter	0,6	1,5	0,75 / 1,10		Silla ergonómica	0,65	0,6	0,91			5,08	2	2,4	5,4	Eléctricas, voz, datos, fuerza	x
				Técnicos	x	x	x	x	Basurero		0,3	0,3	0,41									
				Profesores	x	x	x	x	Computador		x	x	x									
				Personal de la empresa	x	x	x	x	x		x	x	x									
	P3	Sala de espera	Lugar donde el usuario espera	Vendedores	x	Elementos decorativos	x	x	x	X	Señalética	x	x	x			3,6	3,2	2,4	10	Eléctricas, voz, datos, fuerza	x
				Técnicos	x	x	x	x	Sofás		0,62	0,9	0,42									
				Profesores	x	x	x	x	Mesa de centro		0,6	0,9	0,35									
				Personal de la empresa	x	x	x	x	x		x	x	x									
AREA DE CAPACITACION	C1	Área de estudio cosmético	Aprender a utilizar los diferentes cosméticos	Vendedores	x									X		6,2	6,2	2,4		Eléctricas, voz, datos, fuerza	x	
				Técnicos	x																	
				Profesores	x																	
				Personal de la empresa	x																	
	C2	Salas de eventos			Vendedores	x									X		15	19,74	2,4		Eléctricas, voz, datos, fuerza	x
					Técnicos	x																
					Profesores	x																
					Personal de la empresa	x																
	C3	Salas de capacitación	Capacitar y aprender dependiendo la modalidad de enseñanza	Vendedores	x	infocus	x	x	x	X	Sillas	0,45	0,45	0,43	X		7,2	4,1	2,4	96	Eléctricas, voz, datos, fuerza	x
				Técnicos	x	pizarrón	x	x	x		Mesas	0,6	1,5	0,75								
				Profesores	x	x	x	x	x		Tarima	x	x	x								
				Personal de la empresa	x	x	x	x	x		x	x	x	x								
C4	Salas de reunión	Reunirse a conversar sobre el proceso y proceso de las actividades, charlar sobre aspectos importantes	Administrador	1	Archivador	40,3	47,1	1		Mesa de conferencia	0,8	1,8	0,75			3,8	5,4	2,4	51,3	Eléctricas, voz, datos, fuerza	Ventilación forzada	
			Asistente	1	proyector	x	x	x		Sillas ergonómicas	0,65	0,6	0,91									
			Asesor de ventas	3	x	x	x	x		Pizarrón	0,02	1,5	1,2									
			Coordinador de actividades	3	x	x	x	x		Dispensador de café o agua	x	x	x									



4.3.5. Grilla de relación

Tabla 5.  
Grilla de Relación

		GRILLA DE RELACION																								
Área	Espacio	ÁREA DE SERVICIO		ÁREA PÚBLICA				ÁREA MIXTA		ÁREA DE EXHIBICIÓN		ÁREA PRIVADA O ADMINISTRATIVA			ÁREA DE SERVICIO											
		Acceso	Garita	Parqueadero	Hall de ingreso	Sala de espera	Sala de reuniones	Áreas de capacitación	Estudio cosmético	Cafetería	Salas de descanso	Sala de lectura	Área comercial	Área de Exhibición	Área promocional	Oficina administrativa	Oficinas en general	Atención al cliente	Sala de espera	Área de sistemas	Salas de reuniones	Área de servicios oficina	Cocina	Baños	Bodega	
ÁREA DE SERVICIO	Acceso	X																								
	Garita		X																							
ÁREA PÚBLICA	Parqueadero			X																						
	Hall de ingreso				X																					
	Recepción					X																				
	Sala de espera						X																			
	Sala de reuniones							X																		
	Áreas de capacitación								X																	
ÁREA MIXTA	Estudio cosmético								X																	
	Cafetería									X																
ÁREA DE SERVICIO	Salas de descanso										X															
	Sala de lectura											X														
ÁREA DE SERVICIO	Área comercial												X													
	Área de Exhibición													X												
	Área promocional														X											
ÁREA PRIVADA O ADMINISTRATIVA	Oficina administrativa														X											
	Oficinas en general															X										
	Atención al cliente																X									
	Sala de espera																	X								
	Área de sistemas																		X							
ÁREA DE SERVICIO	Salas de reuniones																			X						
	Servicio de oficinas																				X					
	Cocina																					X				
	Baños																						X			
ÁREA DE SERVICIO	Bodega																							X		

Tipos de relación	Relación directa	
	Relación indirecta	
	Relación nula	

4.3.6. Diagrama de relación espacial

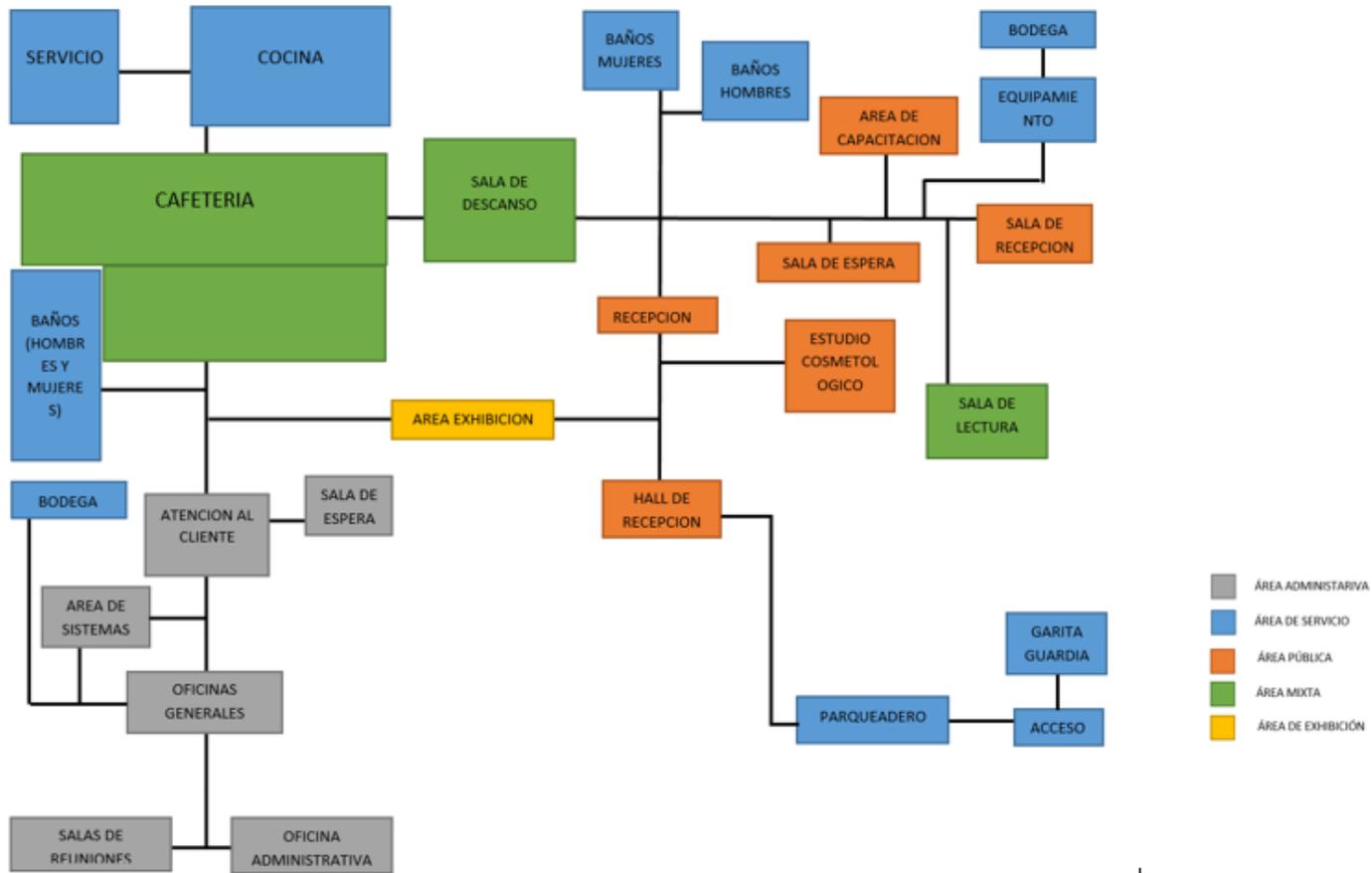


Figura 57. Diagrama de relación espacial.

4.3.7. Diagrama de flujos

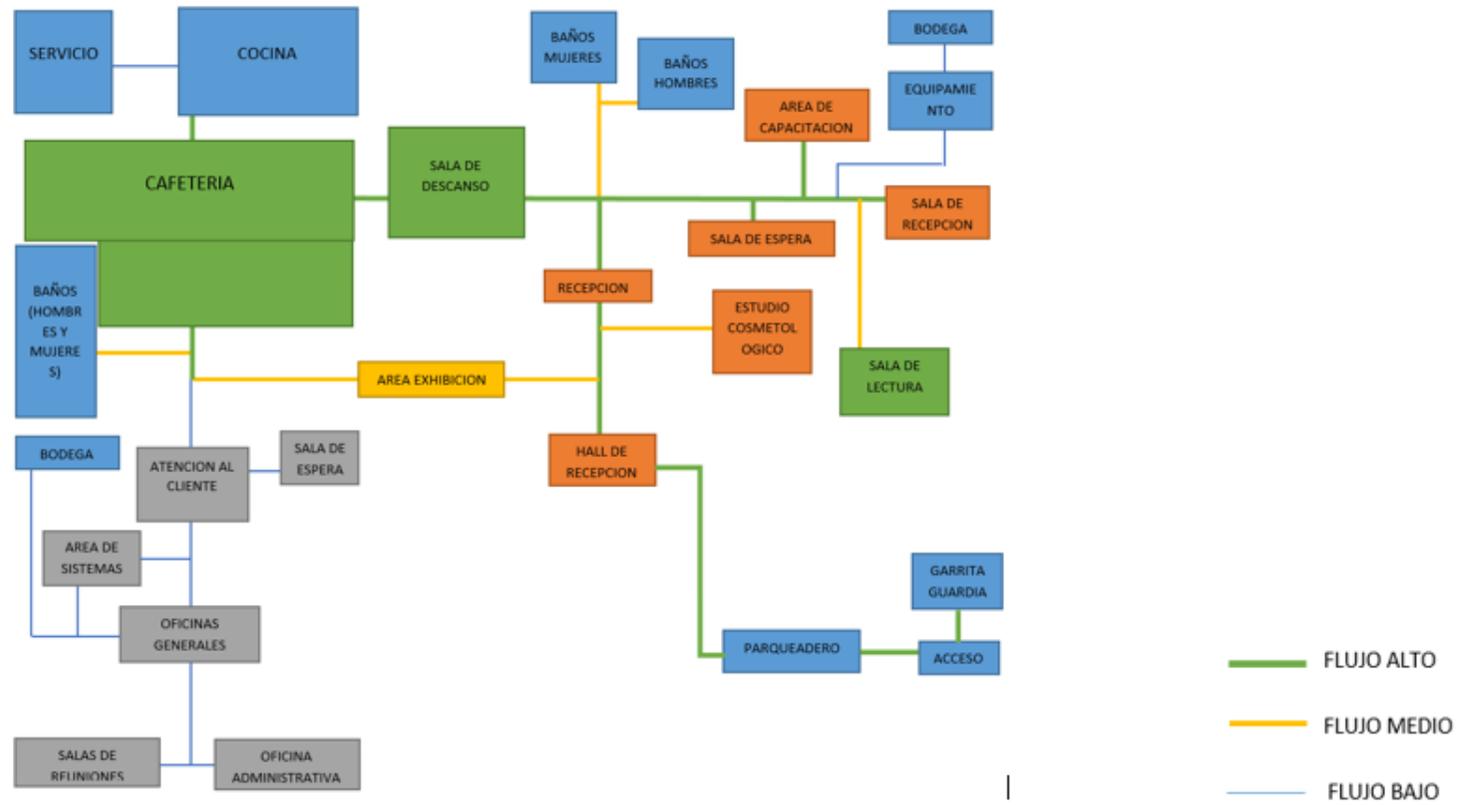


Figura 58. Diagrama de Flujos.

4.3.8. Plan masa

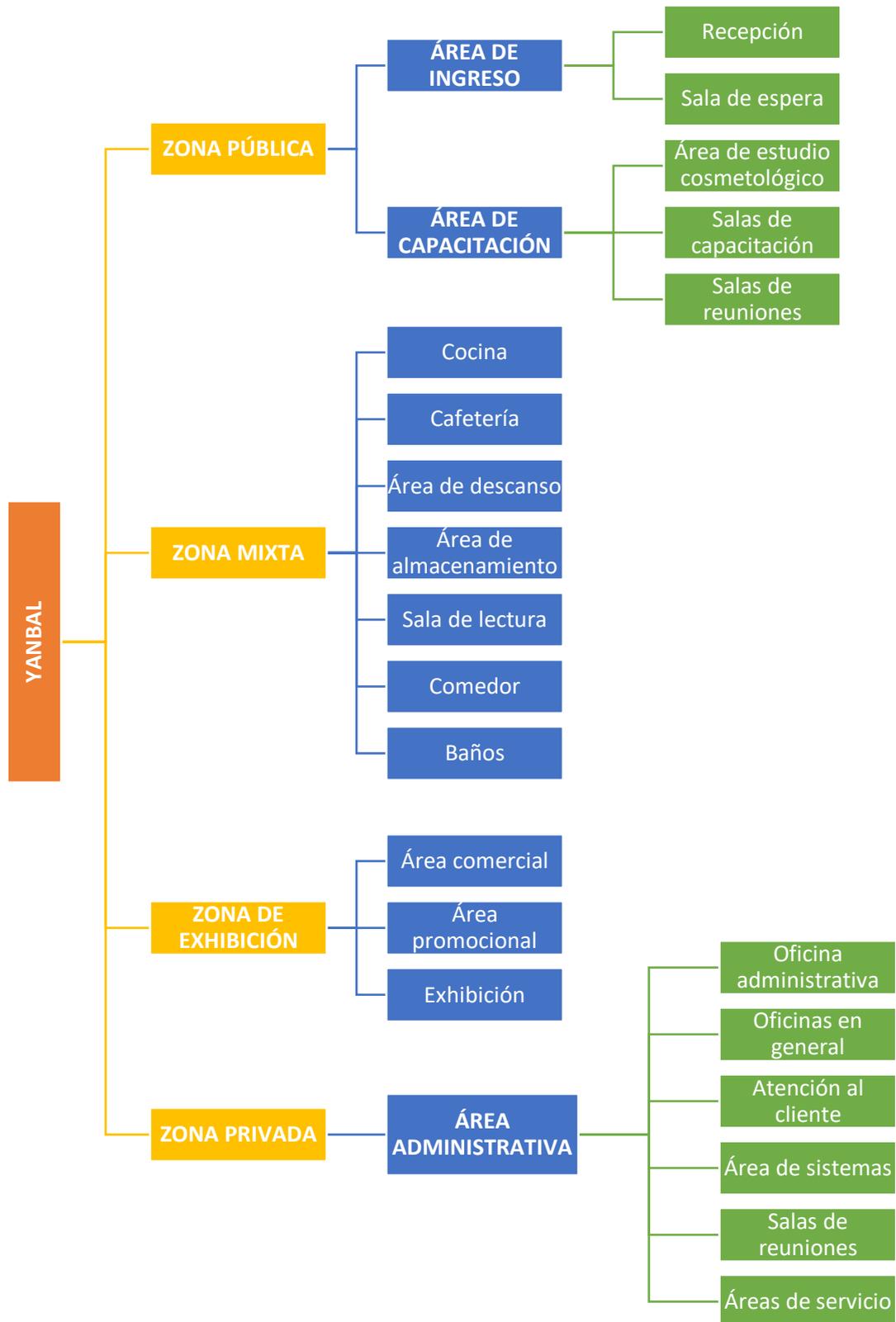


Figura 59. Plan masa.

4.3.9. Plan Masa - Planta

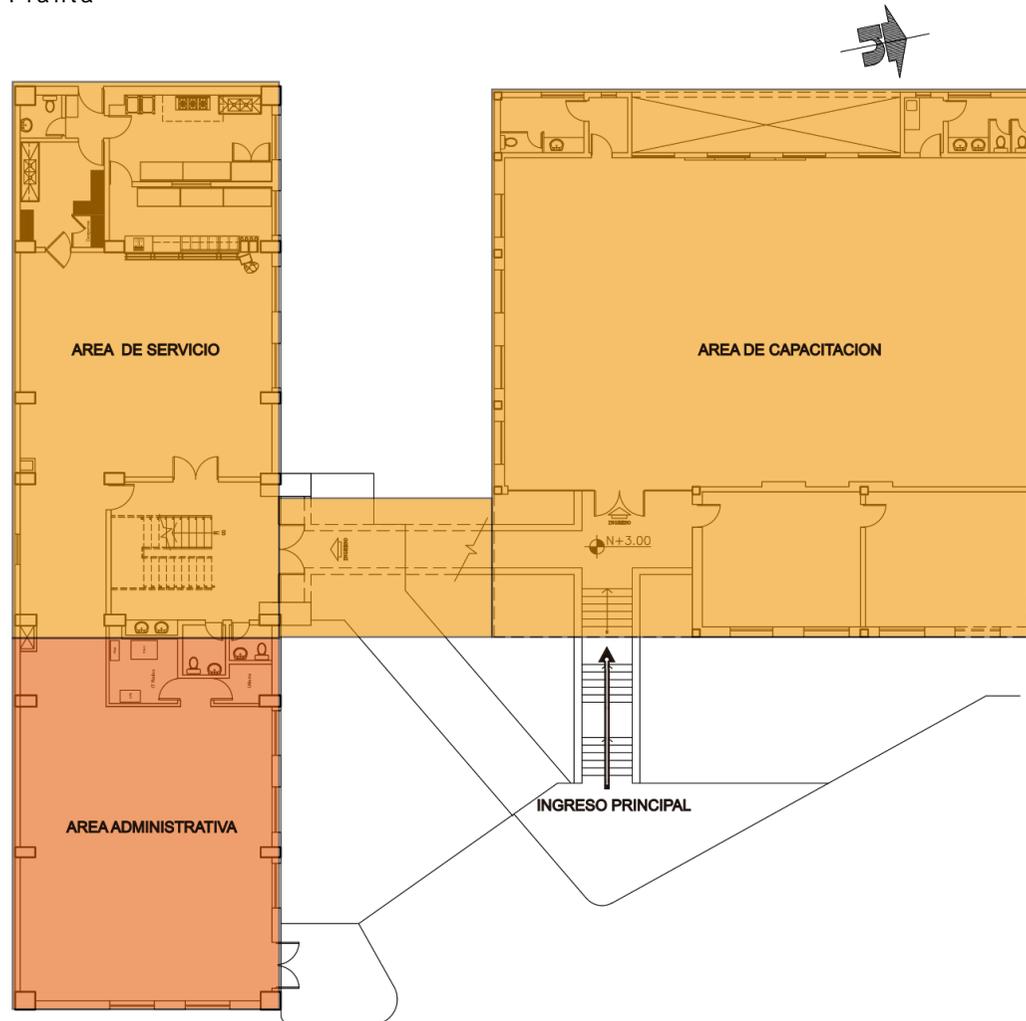


Figura 60. Plan Masa - Planta

## 4.3.10. Zonificación por Áreas

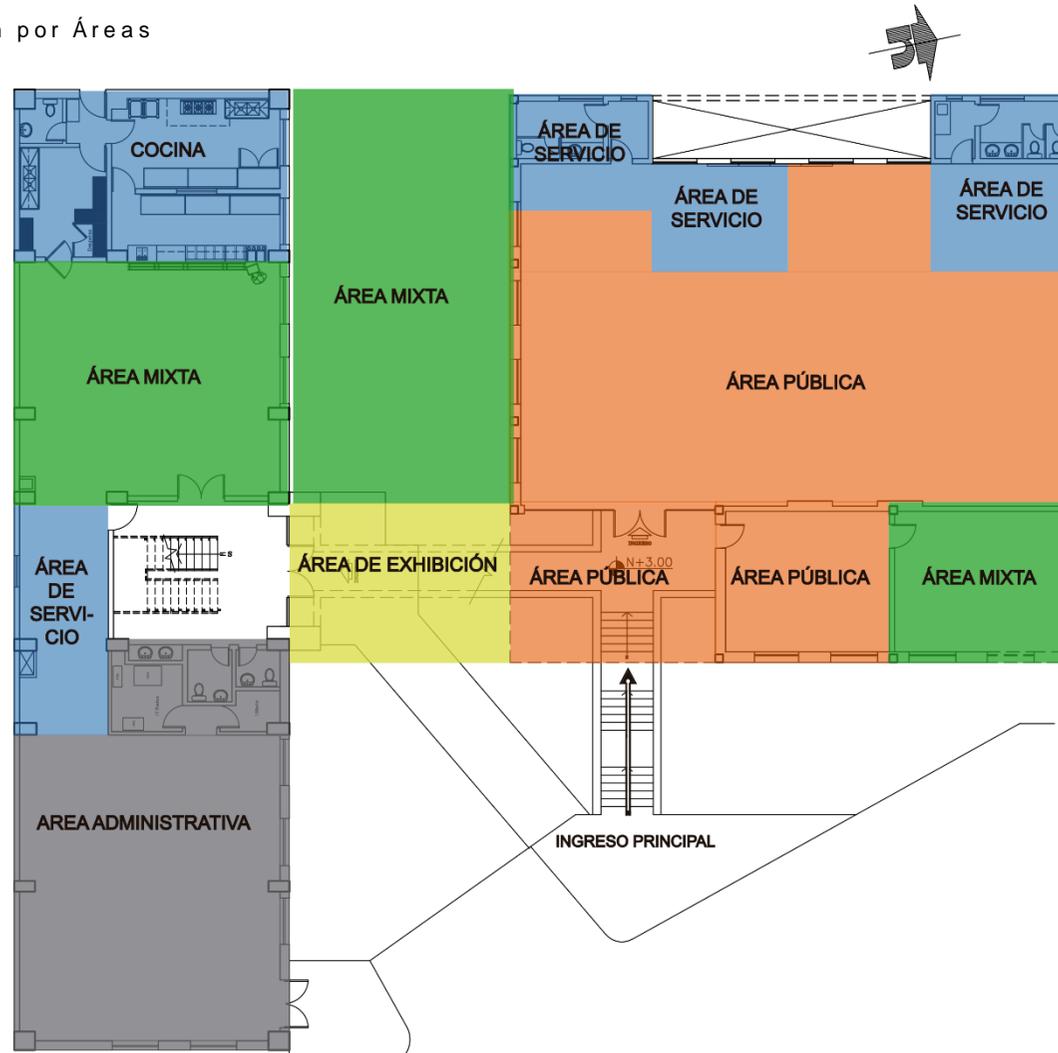


Figura 61. Zonificación por áreas.

## 4.3.11. Zonificación por espacios

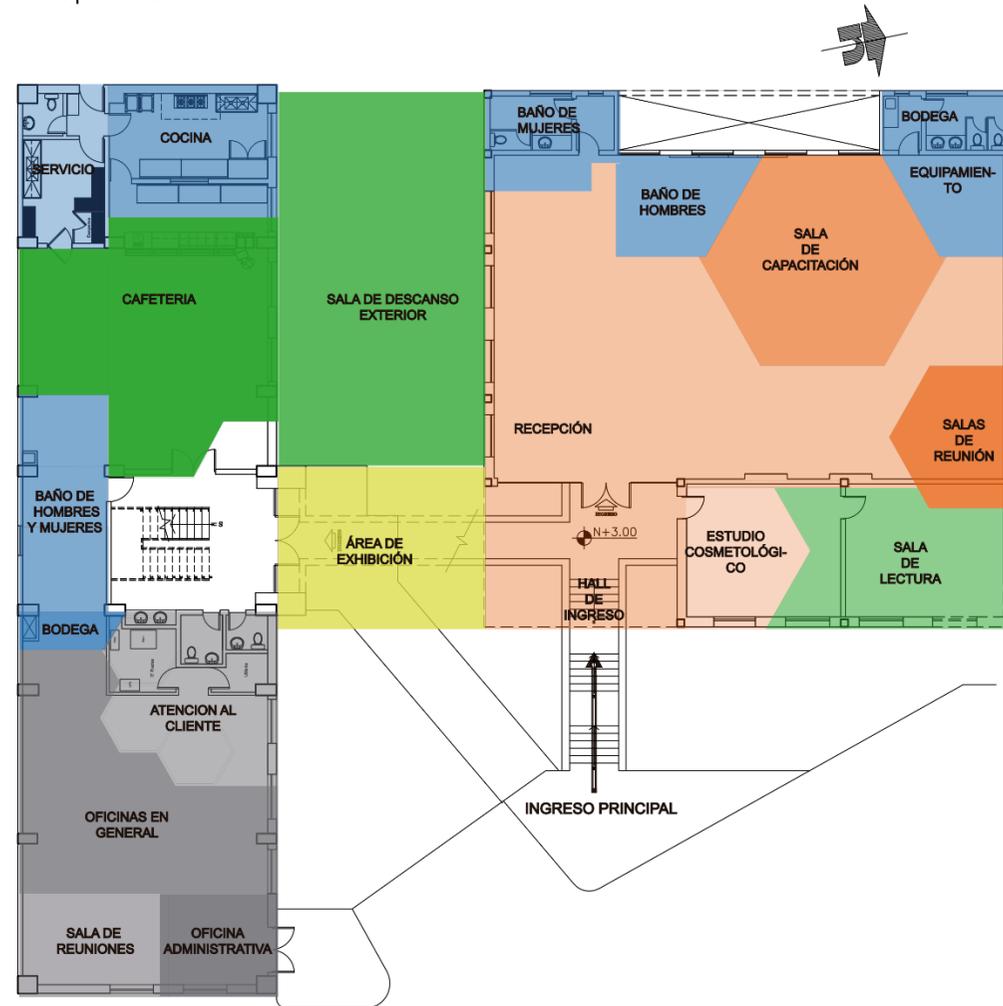


Figura 62. Zonificación por espacios

## Referencias

Anayelit, S. R. (s.f.). *Ergonomia*. Definicion de Antropometria. Recuperado el 2 de Octubre del 2016 de <https://sites.google.com/site/ergonomiasanchezriveraanayelit/1-2-definicion-de-antropometria>.

*Casadecor*. (2013).Espacios Decorados 2013, Espacios Chanel. Recuperado el 10 de Octubre del 2016 de <https://casadecor.es/interioristas/equipo-chanel/espacio-chanel/>.

Eco, U. (2010). *Historia de la belleza*. Recuperado el 2 de Octubre del 2017 de <https://h1aboy.files.wordpress.com/2015/04/eco-umberto-historia-de-la-belleza.pdf>.

El Universo. (2013). *Industria del cosmetico esta creciendo en el país* . Recuperado el 4 de Octubre del 2016 de <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/09/16/nota/1450436/industria-cosmetico-esta-creciendo-pais>.

*Trendemcias*. (s.f.). Nuevo Chanel makeup studio en Londres. Recuperado el 4 de Octubre del 2017 de <https://www.trendencias.com/lujo/nuevo-chanel-makeup-studio-en-londres>.

*Estilo ambiente*. (s.f.).Tipos de iluminacion. Recuperado el 10 de Octubre del 2016 de <http://www.estiloambientacion.com.ar/iluminaciontipos.htm>

*Expertos en marca*. (s.f.).historia de marca: Chanel, amor a la moda. Recuperado el 4 de Octubre del 2016 de <http://www.expertosenmarca.com/historia-de-marca-chanel-amor-la-moda/>.

*Guia de belleza y salud*. (2011). Historia de la cosmetologia. recuperado el 22 de Septiembre del 2016 de

<http://www.guiadebellezaysalud.net/trucos-de-belleza/novedades-cosmetica/historia-de-la-cosmetologia>.

Heller, E. (2008). Psicología del color, Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón. 25 de Octubre del 2016 de <http://www.sncpharma.com/assets/lib/kcfinder/upload/files/libros%20snc/Psicologia%20del%20Color.pdf>.

*Historia de Cosmetología*. (2008). Medicinam II , historia de la cosmetología. Recuperado el 19 de Septiembre del 2016 de [http://www.medicinam.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=89:historia-de-cosmetologia](http://www.medicinam.com/index.php?option=com_content&view=article&id=89:historia-de-cosmetologia).

*Iluminacion*. (s.f.). Tipos de iluminacion. recuperado el 10 de Octubre del 2016 de <http://iluminaciondeinteriores.blogspot.com/2009/04/tipos-de-iluminacion.html>

*Instituto Iberoamericano de cosmetologia y spa*. (s.f.). La historia de la cosmetologia. recuperado el 7 de Octubre del 2016 de <http://www.cosmetologiayspa.com/instituto-iberoamericano-de-cosmetologia-y-spa/>.

LG. (s.f.). Tipos de aire acondicionado. Recuperado el 27 de Octubre del 2016 <http://www.lg.com/co/aire-acondicionado-comercial/lg-ATNQ54GMLE3>.

Maldonado, C. (2014). La belleza en el Ecuador se vende bien. *Recuperado el 18 de Octubre del 2016 de <http://studylib.es/doc/5234568/la-belleza-en-el-ecuador-se-vende-bien>*.

*Ordenanza Metropolitana N°0470*. (s.f.). Ordenanza Metropolitana N°0470 Recuperado el 21 de Octubre del 2016 de [www.bomberosquito.gob.ec/images/stories/ordenanza470.pdf](http://www.bomberosquito.gob.ec/images/stories/ordenanza470.pdf)

*Ordenanzas de gestión urbana territorial N°3457 y 3477*. (s.f.). normas de arquitectura y urbanismo . Recuperado el 15 de Octubre del 2016 de

[http://www7.quito.gob.ec/mdmq\\_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20A%C3%91OS%20ANTERIORES/ORD-3457%20-%20NORMAS%20DE%20ARQUITECTURA%20Y%20URBANISMO.pdf](http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20A%C3%91OS%20ANTERIORES/ORD-3457%20-%20NORMAS%20DE%20ARQUITECTURA%20Y%20URBANISMO.pdf).

*Perfil Antropométrico* . (s.f.). Que es antropometría. Recuperado el 20 de Octubre del 2016 de <http://perfilantropometrico.blogspot.com/2011/10/que-es-la-antropometria.html>.

*Piel de porcelana*. (2011). Historia del maquillaje en Grecia. Recuperado el 30 de Octubre del 2016 de <http://conita-pieldeporcelana.blogspot.com/2011/07/historia-del-maquillaje-en-gracia.html>.

*Publicidad Pixel*. (s.f.). El significado de los colores y la psicología del color. Recuperado el 1 de Noviembre del 2016 de <http://www.publicidadpixel.com/significado-de-los-colores/>.

*Regla técnica metropolitana*. (2015). OPrevencion de incendios : sistemas de detencion y alarma contra incendios. Recuperado el 10 de Octubre del 2016 de [www.bomberosquito.gob.ec/images/stories/rtq6.pdf](http://www.bomberosquito.gob.ec/images/stories/rtq6.pdf)

*Regla técnica Metropolitana*. (2015). Obtenido de Prevencion de incendios: reglas tecnicas basicas . Recuperado el 13 de Octubre del 2016 de [www.bomberosquito.gob.ec/images/stories/rtq1.pdf](http://www.bomberosquito.gob.ec/images/stories/rtq1.pdf)

*Regla técnica Metropolitana*. (2015). Prevencion de incendios: sistemas de extincion de incendios. recuperado el 16 de Octubre del 2016 [www.bomberosquito.gob.ec/images/stories/rtq7.pdf](http://www.bomberosquito.gob.ec/images/stories/rtq7.pdf)

