



“UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA”

**ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA
COMUNICACIÓN**

**TECNOLOGÍA EN DISEÑO DE INTERIORES Y
DECORACIÓN DE AMBIENTES**

***“DECORACIÓN DE UN ESPACIO COMERCIAL PARA
LA VENTA DE COMPUTADORAS EN LA
CIUDAD DE LOJA”***

**Trabajo previo la obtención del
Título de Tecnóloga en Diseño de Interiores
y Decoración de Ambientes.**

AUTORA:

CARMEN GRACIELA PAUTA FREIRE

DIRECTORA:

LCDA. SANDRA JIMBO PAUTE

LOJA – ECUADOR

2011

II. CERTIFICACIÓN

Lcda. Sandra Jimbo Paute

CATEDRÁTICA DE LA TECNOLOGÍA DE DISEÑO DE INTERIORES Y DECORACIÓN DE AMBIENTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CERTIFICA:

Haber dirigido, corregido y revisado en todas sus partes el desarrollo del proyecto denominado: “**DECORACIÓN DE UN ESPACIO COMERCIAL PARA LA VENTA DE COMPUTADORAS EN LA CIUDAD DE LOJA**”, realizado por la Egda. Carmen Graciela Pauta Freire, autorizo su presentación y sustentación pública.

Loja, Abril del 2011

.....
Lcda. Sandra Jimbo Paute
DIRECTORA DE TESIS

III. AUTORÍA

Las ideas, conceptos, opiniones y demás interpretaciones vertidas en el presente trabajo de investigación han sido elaborados bajo el criterio de la autora, por lo tanto se declara como autora legítima de este trabajo de tesis.

IV. DEDICATORIA

A mi adorada hija Josselyn Yokebéd, mi compañera de juegos, acicate de luchas, estímulo en las penas y reforzamiento en las glorias.

A mi amado esposo Leonardo, por su constante apoyo y comprensión, todo enmarcado con una gran dosis de amor.

A mis padres por enseñarme todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia y mi empeño, todo ello sin pedir nunca nada a cambio.

A todos ellos,
gracias de todo corazón.

Carmita

V. AGRADECIMIENTO

Primeramente quiero agradecer a Dios por darme fuerza y valor, por enriquecer mi alma y mi espíritu, sin lo cual no hubiese llegado a culminar esta etapa de mi vida.

Me gustaría agradecer a mi directora de Tesis, Lcda. Sandra Jimbo Paute por su esfuerzo y dedicación. Sus conocimientos, sus orientaciones, su manera de trabajar, su persistencia, su paciencia y su motivación han sido fundamentales para mi formación.

También agradezco los consejos recibidos a lo largo de mis estudios universitarios a los profesores de la Carrera de Tecnología en Diseño de Interiores y Decoración de Ambientes de la U.N.L., que de una manera u otra han aportado su granito de arena en mi formación.

Al Lcdo. Carlos Andrade docente de la U.N.L., por su colaboración incondicional en el desarrollo y ejecución de esta tesis. Él ha inculcado en mí un sentido de seriedad, responsabilidad y rigor académico.

En general quisiera agradecer a todas y cada una de las personas que han vivido conmigo la realización de esta tesis y que no necesito nombrar porque tanto ellas como yo sabemos que desde lo más profundo de mi corazón les agradezco el haberme brindado todo el apoyo, colaboración, ánimo y sobre todo cariño y amistad.

Para ellos,
muchas gracias por todo.

Carmita

VI. INDICE

ÍNDICE	PAG.
II.- CERTIFICACIÓN	ii
III.- AUTORIA	iii
IV.- DEDICATORIA	iv
V.- AGRADECIMIENTO	v
VI. INDICE	vi
VII.- RESUMEN / SUMMARY	ix
1. TEMA	1
2. JUSTIFICACIÓN	2
3. OBJETIVOS	3
3.1. Objetivo General	3
3.2. Objetivo Específico	3
4. CONSTRUCCIÓN TEÓRICA DEL OBJETO DE INVEST.	4
4.1. Aspectos Históricos	4
4.1.1. Historia del Estilo Minimalista	4
4.1.2. Historia del Estilo Futurista	4
4.1.3. Historia del Local Comercial	5
4.2. Aspectos Teóricos - Conceptuales	5
4.2.1. Local Comercial	5
4.2.2. Trazado Y Disposición Interna Del Local	5
4.2.2.1. Funcionalidad	6
4.2.2.1.1. Elementos	6
◆ Determinación Del Punto De Acceso	6
◆ Localización Teórica De La Zona Caliente Y De La Zona Fría	7
◆ Ubicación De Las Secciones	7
◆ Disposición Del Mobiliario	8
◆ Diseño De Pasillos	8
4.2.3. Mobiliario	9
4.2.3.1. Vitrina	9
4.2.3.2. Counter	9

4.2.3.3. Silla	10
4.2.4. Color	10
4.2.5. Ventilación	10
4.2.6. Circulación	11
4.2.7. Pisos	11
4.2.8. Alarmas Contra Robos	11
4.2.9. Ergonomía	12
4.2.10. Antropometría	12
4.2.11. Estilo	14
4.2.12. Psicología Ambiental en espacios Comerciales	14
4.3. Aspectos Referenciales	15
4.3.1. Referente Internacional	15
4.3.1.1. Estilo Futurista	16
4.3.1.2. Características	16
4.3.2. Referente Nacional	17
4.3.2.1. Estilo Minimalista	18
4.3.2.2. Características	18
4.3.3. Referente Local	20
4.4. Investigación De Campo	20
4.4.1. Loja	20
4.4.2. Diseño Interior En Locales Comerciales De Loja	21
4.4.3. JLC Computer System En La Ciudad De Loja	21
5. CONDICIONANTES Y DETERMINANTES	22
5.1. Condicionantes	22
5.1.1. Medio Natural	22
5.1.2. Medio Artificial	22
5.1.3. Aspectos Físicos	23
5.2. Determinantes	23
5.2.1. Aspectos Sociales	23
5.2.2. Aspectos Culturales	24
5.2.3. Aspectos Económicos	24
6. IMAGEN OBJETIVO	25
6.1. Diagnóstico	25

6.2. Pronóstico	26
7. ELABORACION DEL PROGRAMA	27
7.1. Lo Conceptual	27
7.1.1. Cuadro de Necesidades	27
7.2. Lo Dimensional	28
7.2.1. El Sujeto	28
7.2.2. El Objeto	29
7.2.3. Relación Sujeto – Sujeto	29
7.2.4. Relación Sujeto – Objeto	31
7.2.5. Relación Objeto – Objeto	32
7.3. Lo Técnico	32
7.3.1. Iluminación	32
7.3.2. Circulación	33
7.3.3. Comunicación Y Articulación	33
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	34
8.1. CONCLUSIONES	34
8.2. RECOMENDACIONES	35
9. BIBLIOGRAFÍA	36
10. ANEXOS	37
A. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN	38
B. PRESUPUESTO	39

VII. RESUMEN

El presente trabajo expone una propuesta de decoración de un espacio comercial para la venta de computadoras en la ciudad de Loja, para ello se utilizó como referentes a los estilos minimalista y futurista con el fin de adoptar un estilo propio, lo que se refleja en la adecuación y ambientación del aspecto físico del local como: la aplicación del color en las paredes, implementación de un nuevo piso, adaptación de luminarias y la construcción del mobiliario para la exhibición de los productos, todo esto en base a un diagnóstico y pronóstico del objeto a tratar y presentar una propuesta viable para este tipo de espacios comerciales.

SUMARY

The present work exposes a proposal of decoration of a commercial space for the sale of computers at Loja city, for it it was used like referent to styles minimalista and futurist with the aim of embracing an own style, what is reflected in the adjusting and setting of the physical appearance of the premises like.

The application of the color in the walls, implementation of a new floor, adaptation of lights and the construction of the furniture for the exhibition of the products, everything this on the basis of a diagnosis and prognosis of the object to try and to present a viable proposal for this type of commercial spaces.

1. TEMA

“DECORACIÓN DE UN ESPACIO COMERCIAL PARA LA VENTA DE COMPUTADORAS EN LA CIUDAD DE LOJA”

2. JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto queda claramente justificado en su realización, debido a que es de mediano costo y cumple con las políticas académicas de la U.N.L., del AEAC y en especial de la Tecnología en Diseño de Interiores y Decoración de Ambientes, puesto que es necesario el desarrollo y ejecución de un proyecto, para el cual se aplique la investigación y los conocimientos adquiridos durante el proceso académico, de tal manera que se contribuya con el adelanto de la universidad, comprendiendo los problemas que enfrenta la sociedad y brindando un mayor servicio en las actividades diarias, alcanzando en su desarrollo convertir al local en un lugar acogedor y útil que todos deseamos.

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar la decoración del espacio para un local comercial de venta de computadoras, adoptando un estilo propio, basado en el minimalismo y futurismo.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar el proyecto abstrayendo los estilos minimalista y futurista para una interpretación personal en la decoración de un local comercial.
- Determinar la distribución del mobiliario para el local comercial.
- Establecer el uso adecuado del color y la iluminación necesaria para un local comercial de venta de computadoras.
- Realizar un diseño agradable y acogedor para brindar al cliente servicio y comodidad.

4. CONSTRUCCIÓN TEÓRICA DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN

4.1. ASPECTOS HISTÓRICOS

4.1.1. HISTORIA DEL ESTILO MINIMALISTA

El minimalismo nace a fines de los años 60 en New York, pero sus orígenes están anclados en Europa de la mano del arquitecto Ludwing Mies Van Der Rohe, éste elaboraba sus ideas acerca de la pureza de las formas.

Su influencia se podría resumir en una frase que él mismo dictó y que se ha convertido en el lema de la arquitectura de vanguardia de la primera mitad del Siglo XX: "*menos es más*".¹

Ya en la década del 70, el minimalismo alcanza su madurez como una forma de reacción a los estilos recargados de la época (principalmente el pop art) y la saturación comunicacional dentro del universo estético. Esto influenció no sólo en la decoración y la arquitectura, sino también en la pintura, la moda y la música.

4.1.2. HISTORIA DEL ESTILO FUTURISTA

El estilo de decoración futurista tiene su antecedente en el movimiento del mismo nombre, surgido en la primera mitad del siglo XX, fundado por Marinetti, donde se postula que la tecnología es más hermosa que las obras de arte. La velocidad, la irracionalidad y los instintos, son la consigna. La fragmentación de volúmenes y las líneas, son algunos de los objetivos.

Esta tendencia se manifiesta como una necesidad de dejar atrás los estilos tradicionales, para buscar la tecnología y el confort que los nuevos materiales y diseños pueden brindarnos.

¹ www.estiloambientación.com.ar/estilosminimalismo.htm

4.1.3. HISTORIA DEL LOCAL COMERCIAL

La idea básica que tienen todos los locales comerciales en común no es nueva ni norteamericana. Se basa más bien en las grandes galerías comerciales que nacieron sobre todo en la segunda parte del siglo XIX en muchas metrópolis europeas y que impresionaron por sus audaces construcciones férreas, por ejemplo tenemos: la Galleria Vittorio Emmanuele II en Milano, la Kaisergalerie en Berlín o el famoso local por departamentos GUM en Moscú.

Los primeros precursores de los centros comerciales modernos aparecieron en los Estados Unidos ya en la primera mitad del siglo XX, aunque no hay seguridad en señalar cual edificio fue el primer centro comercial del mundo.

En 1956 se construyó el primer gran centro comercial techado y climatizado, el "Southdale Shopping Center" cerca de Minneapolis (Estados Unidos). A partir de los años 50, sobre todo a partir de 1960, la moda de los centros comerciales procedente de América del Norte llegó a otros continentes, entre ellos el sudamericano.

4.2. ASPECTOS TEÓRICOS - CONCEPTUALES

4.2.1. LOCAL COMERCIAL

Es un tipo de establecimiento físico donde la gente puede adquirir bienes o servicios a cambio de una contraprestación económica, de forma tradicional.

Además se consideran tiendas de comercio donde se compra y se vende algún tipo de bien o servicio; el local está en la planta baja del edificio, en centros comerciales y en comercios frente a las calles.

4.2.2. TRAZADO Y DISPOSICIÓN INTERNA DEL LOCAL

Configurar la disposición interna del establecimiento o "layout", es la presentación del local de ventas es decidir cómo y dónde se van a ubicar las

distintas secciones, pasillos, mobiliarios, caja, ambientación, iluminación, exhibidores, temas de temporada, los colores, entre otros.

4.2.2.1. FUNCIONALIDAD

Esta se organiza con la finalidad de crear una circulación fluida y lógica de la tienda, logrando una circulación dirigida hacia todas las secciones y asegurando la rentabilidad en ventas al máximo.

4.2.2.1.1. ELEMENTOS

Los elementos que componen la arquitectura interior del local comercial, se clasifican en:

◆ Determinación del punto de acceso

Es de vital importancia su determinación, se localiza, en el *extremo derecho* de la sala de ventas, con el objetivo de situar al cliente en el punto de partida, que propicie el sentido del flujo natural de circulación que realizan los mismos. Los clientes cuando acceden a un local de ventas, tienen una clara tendencia de dirigirse *hacia el centro del establecimiento y girar en sentido contrario a las agujas del reloj*.

En los establecimientos de pequeñas dimensiones, puede haber inconvenientes a la hora de determinar el punto de acceso, cuando la entrada no coincide con el punto de acceso; por lo que se va a necesitar un espacio que no podrá destinarse a ventas. Sino a canalizar la entrada hacia el punto de acceso. Siempre y cuando resulte imposible modificar la entrada hacia la derecha.

◆ Localización teórica de la zona caliente y la zona fría

La zona caliente y fría son extensiones imaginarias, que dividen teóricamente, la sala de ventas en dos partes iguales. Dependiendo de la ubicación de la puerta de acceso.

Tiendas que poseen un solo punto de acceso:

En el caso de que el punto acceso a la sala de ventas se encuentre ubicado a la derecha, las zonas resultan del trazado diagonal, que parte desde el ángulo extremo izquierdo del punto de acceso al ángulo extremo derecho más profundo de la superficie de ventas, al revés en caso de que el acceso este ubicado a la izquierda. La diagonal parte desde el ángulo extremo derecho del punto de acceso, al ángulo extremo izquierdo más profundo de la sala de ventas, formando dos zonas:

La zona caliente, área más próxima al punto de acceso.

La zona fría, área más alejada al punto de acceso.

Tiendas que poseen dos o más puntos de acceso:

Teóricamente carece de zonas frías, ya que la circulación fluye en dos o más sentidos, aunque es importante localizar las zonas para poder ubicar estratégicamente las secciones.

◆ Ubicación de las secciones

La ubicación y dimensión de las distintas secciones son decisiones a tomar en la implantación y disposición inicial del local. Pueden distinguir las denominadas *zonas calientes, de circulación natural y zonas frías o áreas de tienda*. La parte posterior de las columnas, los rincones sin salida, las zonas peor iluminadas del establecimiento con ruidos u olores desagradables constituyen típicamente puntos fríos. Por el contrario, las cajas de salida, las zonas bien iluminadas o el nivel de exposición a la altura de los ojos son típicos puntos calientes.

◆ Disposición del mobiliario

Hay diversos modelos de disposición, pero el más adecuado para un local es el de disposición libre, dado que con esta disposición se puede diseñar una atmósfera creativa en la que los clientes se desenvuelven libremente y consecuentemente pasen más tiempo en el local. El uso del espacio, es menos intensivo que en las otras disposiciones; como el modelo de disposición en “Parrilla” o rectangular y el modelo de disposición angular.



◆ Diseño de pasillos

Los pasillos son lugares donde circulan los clientes dentro de un local. Estos tienen que estar diseñados para facilitar la compra de los clientes, favoreciendo su circulación u orientación en la búsqueda de los productos.

4.2.3. MOBILIARIO

La inversión en mobiliario supone un desembolso fuerte y una vez tomada la decisión es difícilmente rectificable, por ello deben escogerse muebles con capacidad de adaptación a todo tipo de disposiciones y con un tamaño tal que sea proporcional al tamaño del local y permitir ser fácilmente divisado por el cliente.

4.2.3.1. VITRINA

Quizá uno de los puntos claves de las instalaciones sea la *vitrina*. Esta funciona como una especie de sala de exhibición de lo que se ofrece. Y por tanto, necesita corresponder a un diseño y distribución que resalte su contenido.

Se encuentran tantos aparadores como productos existen en el mercado (dado que también son un producto). Sea cual sea el material y el color escogido, se tiene que transmitir una idea de *seguridad y confianza*, el mueble es capaz de sostener lo que hay en su interior sin opacarlo.

En cuanto al orden de los objetos, hay que encontrar la separación exacta para que no sobrecargue la visión ni se perciban vacíos.

Lo mejor es ir moviendo la *distribución* de la vitrina cada tres meses o cuando notemos cambios en las tendencias de consumo. Por más sutil que sea la rotación, siempre ayudará a darle un aire de *renovación* que transmita nuestra capacidad de adaptación a las necesidades de nuestros clientes.

4.2.3.2. COUNTER

El escritorio debe de estar limpio y contar con una bandeja vacía en donde se puede colocar todos los papeles pendientes de revisión.

4.2.3.3. SILLA

Esta debe ir en correspondencia con la altura del escritorio y el nivel del ordenador. Es vital que cuente con un respaldo ergonómico firme y alto para evitar los molestos dolores de espalda.

4.2.4. COLOR

El color del local comercial debe estar en relación con sus proporciones, forma, carácter y naturaleza de la mercadería que en él se expende.

En las salas de venta es conveniente adecuar el color a la cualidad de la mercadería y a su público. Las secciones de venta habrán de tener colores diferentes y bien ajustados a cada artículo; nunca se debe utilizar el esquema de una sección de ferretería para otra de artículos de belleza. Los artículos a vender deben ser destacados por cierta oposición con sus fondos; cuando aquellos son del mismo color y aunque tengan un valor distinto, se fundirán en estos; los que tienen tamaños pequeños y etiquetas multicolores requieren un fondo gris.

“El gris perla claro es utilizado como color general, para que destaque las áreas de colores algo intensos, en fondos de vitrinas y partes que convengan situar en valor. El amarillo no debe ser utilizado como fondo, pero puede ser útil en la pared de menor superficie de una sala larga y estrecha para que atraiga la atención y rompa la impresión de estrechez; también en las escaleras y áreas de ascensores.”²

4.2.5. VENTILACIÓN

La ventilación de locales comerciales se realiza de manera sencilla, abriendo puertas y ventanas para pequeños negocios lo cual puede ser suficiente. En locales comerciales grandes se necesita algo suplementario para aportar aire

² NEUFERT ERNST, *Arte de proyectar en Arquitectura*, Ediciones G. Bilis S.A., México, 2001.

fresco y expulsar el viciado. Si además se debe añadir aire fresco y controlar la humedad, estamos ante un sistema de climatización.

Las instalaciones de sistemas de climatización son controladas automáticamente por lo que sus costos son muy elevados y únicamente se emplean en grandes comercios.

4.2.6. CIRCULACIÓN

Es el recorrido que permite el fácil acceso a los lugares que están en su entorno, los cuales deben tomarse en cuenta de acuerdo al lugar y al servicio que presten.

En los locales comerciales para venta de computadoras se debe tomar en cuenta el recorrido que hace el dueño, el vendedor y los clientes, tratando de que no existan interrupciones en el camino, por lo que debe tomarse en cuenta las medidas de: vitrinas, escaparates, caja, entre otras.

4.2.7. PISOS

En los locales comerciales al momento de elegir el piso, se debe tomar en cuenta el alto tráfico que por él va a circular, por lo tanto se puede utilizar de acuerdo a las características del lugar y del servicio que este va a ofrecer diversidad en pisos como: cerámica, porcelanato, alfombras, duela, parquet, baldosas, melamínicos o flotantes.

4.2.8. ALARMAS CONTRA ROBOS

Todo local comercial debe tener una debida protección contra los robos, pues se debe proteger el material de uso, la mercancía y los bienes muebles. En la actualidad, las alarmas contra robos se las puede contratar en diferentes lugares de alarmas contra robos y sus costos dependen del tamaño del lugar; su funcionamiento es de manera programada a través de circuitos que son

activados por ejemplo al forzar una entrada, al romper un vidrio, dependiendo de cómo se los haya programado a los sensores.

4.2.9. ERGONOMÍA

“La ergonomía es el estudio de los sistemas que conforma el ser humano con su entorno artificial”³, lo que pretende que cualquier actividad sea segura, confortable y efectiva.

La motivación que debe tener un cliente al visitar un establecimiento de venta de computadoras es satisfacer las necesidades en el menor tiempo posible. De ahí que el mobiliario y la ambientación en estos negocios deban estar pensados para que los productos sean entregados en el menor tiempo posible, “Pero, no por ello, el lugar en donde se realice la compra debe ser incómodo y poco acogedor”, el propietario de un comercio de este tipo debería poder garantizarles a sus visitantes que los pocos minutos que durará su estadía sean placenteros. La evolución que muestra el mercado en las áreas de mobiliario y ambientación es definitiva a la hora de cumplir esta condición.

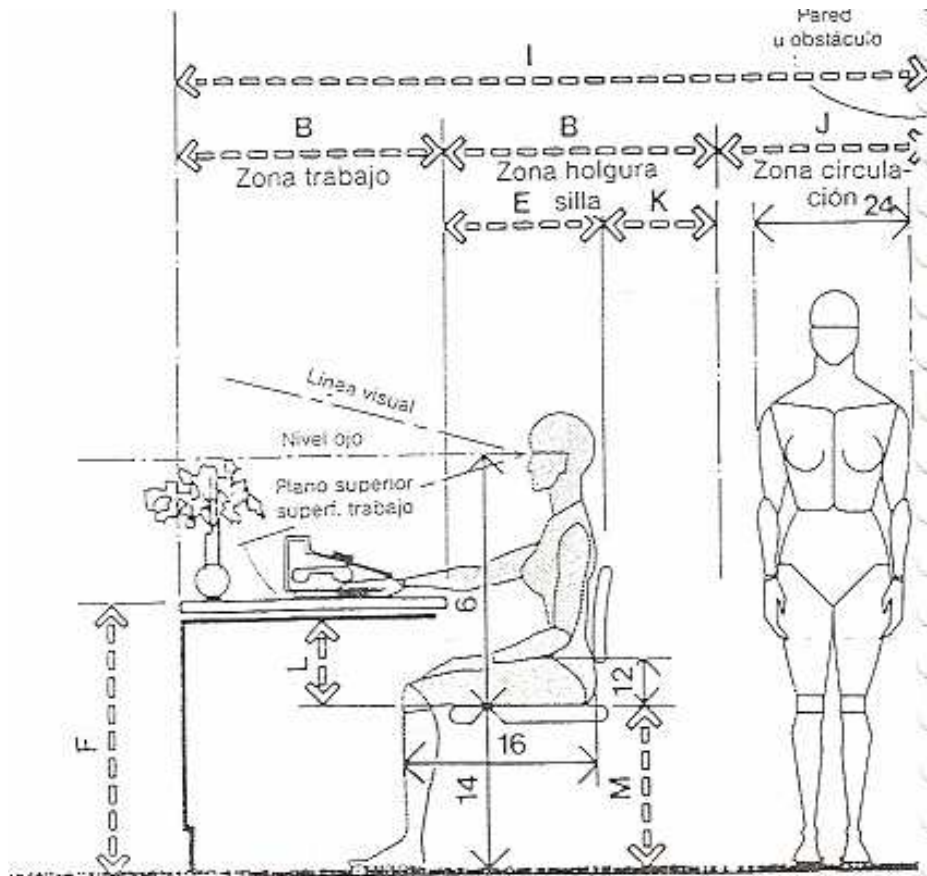
4.2.10. ANTROPOMETRÍA

La antropometría es la ciencia que estudia en concreto las medidas del cuerpo, a fin de establecer diferencias en los individuos, grupos, etc.

En el diseño de todo local comercial se debe tomar en cuenta al trabajador (medidas, formas, alturas) y la tarea que va a realizar (de pie o sentado), a fin de que esta se lleve a cabo cómodamente, sin problemas y eficientemente.

En el *counter* estas medidas deben ser tomadas muy a consideración por lo que es fundamental ubicarlo una altura adecuada, tomando en cuenta que también se necesita una superficie más alta que será la que haga la función de recepción.

³ www.miracle.com/ERGONOMIA.htm



	pulg.	cm
A	96-128	243,8-325,1
B	30-36	76,2-91,4
C	48-68	121,9-172,7
D	18-22	45,7-55,8
E	18-24	45,7-61,0
F	30-44	76,2-111,8
G	29-30	73,7-76,2
H	28-30	71,1-76,2
I	90-102	228,6-259,1
J	30	76,2
K	12	30,5
L	7.5 min.	19,1 min.
M	15-18	38,1-45,7

Fuente: JULIUS PANERO, *Las Dimensiones Humanas en los Espacios Interiores*, Ediciones Gili, México, 1993.

Las estanterías son usadas frecuentemente en todo local de ventas, es por esto que deben tener medidas máximas para evitar problemas futuros en la salud del usuario, es así que la medida máxima en un estante es de 182,9 cm. con una profundidad de 47,5 cm. para poder exhibir cualquier producto.

En el *baño*, los inodoros deberán cumplir con las especificaciones generales altura de 45 a 50cm, el lavamanos a una altura de entre 76 y 80 cm y los accesorios deberán instalarse por debajo de 1.2 m de altura y no obstaculizar la circulación.

4.2.11. ESTILO

“Es el resultado de una época, un país o un artista, que han aportado cultura y bellas artes.”⁴

La palabra *estilo* se define como una manera particular de hacer algo; una expresión distintiva.

En decoración decimos que un estilo es una forma particular de decorar o ambientar un espacio, a través de ciertas pautas, cierta composición, formas, colores, muebles e incluso cierta arquitectura, que están vinculadas generalmente a un contexto socio-cultural determinado que les da características propias.

Los estilos en la decoración no son más que tendencias que se pueden utilizar para decorar y así darle una distinción al ambiente, haciéndolo un lugar único y mejor habitado.

Existen una amplia variedad de estilos, como son: estilos rustico, loft, clásico, minimalista, zen, kitsch, oriental, Shabby chic, étnico, escandinavo, futurista, etc.

4.2.12. PSICOLOGIA AMBIENTAL EN ESPACIOS COMERCIALES

Psicología ambiental es un nuevo campo de la ciencia que surge de las necesidades sociales. “Esencialmente estudia todo aquello que tiene que ver con las relaciones del hombre y su ambiente físico.”⁵

4 www.decoracion-interiores.com.mx

5 J.I ARAGONÉS Y F.J. BURILLO, *Introducción a la Psicología Ambiental*, Editorial Alianza, Madrid, 1985.

La familiaridad que tienen los individuos con el ambiente influye en la manera en que éste es percibido ya que entrar en ambientes desconocidos representa novedad y complejidad para los clientes.

4.3. ASPECTOS REFERENCIALES

4.3.1. REFERENTE INTERNACIONAL

Como referentes internacionales tenemos algunos locales de gran importancia decorativa, entre los cuales podemos mencionar:

MILAN, Arq. Alberto Apostoli

La decoración toma como referente al estilo futurista, para lo cual se utilizó líneas curvadas con un fondo iluminado en color rosado. El uso del color, aunque sea en todo pastel, llama la atención, pero en este caso, no satura a los elementos que se exponen. La iluminación colorida de las paredes contrasta con el blanco y negro de la fachada.



Esta con una iluminación sutil de fibra óptica, lo que porta elegancia y llama la atención. Los elementos están expuestos en cajas circulares de vidrio transparente, adecuado y llamativo.

4.3.1.1. ESTILO FUTURISTA

Este estilo se manifiesta como una necesidad de dejar atrás los estilos tradicionales, para buscar la tecnología y el confort que los nuevos materiales y diseños pueden brindarnos.

Esta decoración incluye toda la línea de electrodomésticos de última generación, para complementarse con mobiliario de diseñador, y objetos decorativos artísticos.

4.3.1.2. CARACTERÍSTICAS

El estilo de decoración futurista propone el uso de nuevos materiales, colores y nuevos diseños, atendiendo a criterios ergonómicos y tecnológicos. Estas propuestas revolucionarias, permiten dar nueva forma a los elementos decorativos.

Diseños espectaculares y atrevidos, rompen la monotonía de la decoración tradicional, para ofrecernos piezas totalmente nuevas, que se ubican en espacios despoblados, exentos de ornamentos.

Los metales como el acero o el aluminio, los materiales plásticos, como el metacrilato, el policarbonato, son los elegidos para construir las piezas decorativas y muebles futuristas.

Los colores vivos y fluorescentes, tienen lugar en esta tendencia, aplicados en objetos diseñados bajo los principios de la ergonomía. Las líneas simples desprovistas de toda ornamentación, son el común denominador de este estilo.

La ambientación de los interiores decorados en estilo futurista recuerda el interior de las naves espaciales, con superficies metalizadas y mucho cristal, materiales plásticos y otros elementos decorativos.



El minimalismo es una de las características de esta decoración, se prescinde totalmente de detalles ornamentales en el mobiliario y las paredes o artefactos.

La combinación de acero con cristal negro es una de las más populares de la decoración futurista.

Los objetos ornamentales son sustituidos por el equipo de audio, DVD, el computador, que se convierten en los focos de atención de la decoración. La tecnología se adueña de los espacios, convirtiendo los ambientes en multifuncionales.

4.3.2. REFERENTE NACIONAL

QUITO

El mobiliario fue elaborado en MDF laminado en fórmica roja, presentando dos espacios claramente definidos: uno de exhibición ubicado en la parte superior y uno de depósito en la parte interna. En la exhibición se permite la observación

de los productos a la venta tanto de forma frontal como superior; la zona de depósito presenta puertas por la parte interna pero en la parte del público ese sector fue aprovechado para colocar una caja de luz en acrílico blanco forrado en vinil rojo con el logo del concesionario.



4.3.2.1. ESTILO MINIMALISTA

El minimalismo es construir cada espacio con el mínimo número de elementos posibles, de forma que se elimine o evite todo cuanto pueda resultar accesorio.

4.3.2.2. CARACTERÍSTICAS

El minimalismo se caracteriza por la extrema simplicidad de sus formas, líneas puras, espacios despejados y colores neutros, esto hace un ambiente equilibrado y armónico.

Se priorizan los espacios amplios y altos, el entorno debe ser armónico y funcional, hay que evitar el exceso, saturación y contaminación visual. Todo debe ser suavidad, serenidad y orden, sobriedad sin ornamentación.

En el minimalismo todos los elementos deben combinar y formar una unidad, priorizando el todo sobre las partes.

Otra de las características de este estilo es el uso de colores puros, con superficies o fondos monocromáticos, de tonos suaves predominando el blanco y el crudo, también se utilizan los tostados o el negro con sutiles toques de color para acentuar detalles y accesorios.

Para la decoración minimalista se utiliza la madera en pisos o en muebles y los materiales rústicos como el cemento alisado, vidrio, alambre de acero, cerámica y piedras.

Una de las premisas del minimalismo es “menos es más”, la austeridad en el diseño y en la cantidad de muebles es básica. Muchas veces los muebles se esconden en estanterías u en otros muebles.



En las paredes se debe evitar todo lo que esté de más, los cuadros de autor son una buena elección.

“El minimalismo va muy bien con personas ordenadas ya que ofrece un orden estético que se apoya en la no acumulación de objetos innecesarios que perturban la visión.”⁶

4.3.3. REFERENTE LOCAL

En nuestra ciudad, la decoración de los locales comerciales no tiene en su mayoría ningún estilo definido, esto se debe a que no se cuenta con la ayuda profesional en la decoración; además de lo que se ha observado para decorar un local comercial se combina varios elementos, dependiendo de la necesidad y situación económica del propietario lo cual hace que la decoración en algunos casos, no sean tan agradable, todo esto por no existir una cultura en el diseño como parte estratégica de venta e identificación de productos exclusivos.

4.4. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

4.4.1. LOJA

Loja, es una provincia ubicada en el sur de la Cordillera ecuatoriana; fue fundada por el Capitán Alonso de Mercadillo, el ocho de diciembre de 1548, por ser la costumbre de los conquistadores de dar el nombre de su tierra nativa a las ciudades que fundaban, hoy en día nuestra ciudad lleva el nombre de Loja.

Posteriormente su independencia fue el 18 de noviembre de 1820, limita al Norte con el cantón Saraguro, al Sur y Este con la Provincia de Zamora Chinchipe y al Oeste con parte de la Provincia de El Oro y los cantones Catamayo, Gonzanamá y Quilanga.

En la ciudad de Loja existen actividades de ocupación y producción como la agricultura, ganadería, comercio, minería y pequeña industria.

⁶ www.decoraestilo.com/decoracion-de-interiores-locales-comerciales

4.4.2. DISEÑO INTERIOR EN LOCALES COMERCIALES DE LOJA

En la ciudad de Loja, los locales comerciales no cuentan con una decoración basada en los diferentes estilos y muchas de las veces acoplan los locales únicamente a sus necesidades sin contemplar que estos tengan una estética y funcionalidad.

4.4.3. JLC COMPUTER SYSTEM EN LA CIUDAD DE LOJA

El local comercial fue creado en Octubre del 2004 en la ciudad de Loja, con todas las normativas reglamentarias requeridas para su correcto funcionamiento, este comercio nace como una iniciativa de los propietarios al desarrollo de software a la medida, posteriormente como complemento al software se inserta en el mundo del mantenimiento y venta de computadoras.

5. CONDICIONANTES Y DETERMINANTES

5.1. CONDICIONANTES

5.1.1. MEDIO NATURAL

El proyecto a realizarse es en la ciudad de Loja en el centro histórico, el mismo que se encuentra en una superficie plana, a su alrededor existen diversas casas y edificaciones en las cuales se desarrollan diferentes actividades de comercio por lo que se encuentra en el centro de la ciudad y es un lugar muy comercial.

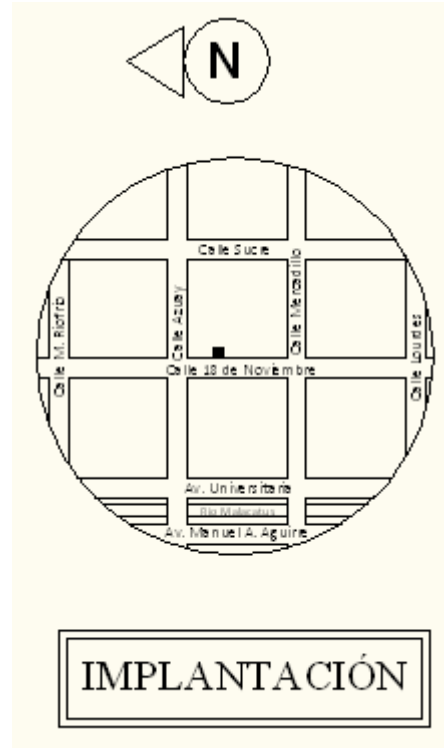
Posee un clima frío, con una temperatura que oscila entre 16°C y 22°C., por su ubicación recibe constantemente variaciones de temperatura, con vientos moderados lo que ayuda a la ventilación y además posee una continua radiación solar, que proporciona luz natural al local, sin afectar a los productos.

5.1.2. MEDIO ARTIFICIAL

El local comercial está ubicado geográficamente en el centro histórico de la ciudad de Loja, su acceso es por medio de una vía de primer orden a través de transporte privado.

El espacio físico a ser decorado se encuentra en la planta baja de una vivienda particular, la misma que está ubicada en las calles 18 de Noviembre entre Azuay y Mercadillo.

El material utilizado en la construir de este local es de hormigón armado y se encuentra deteriorado.



5.1.3. ASPECTOS FÍSICOS

El local comercial da a la calle, con una área es de 11.97m² y una forma rectangular, existe una sola ventana en la pared lateral la cual no ayuda en la iluminación, el piso es de baldosa blanca, posee un tragaluz que no proporciona iluminación, las paredes son de mampostería de ladrillo color rosado, verde claro y lila, el tumbado es blanco con verde, no cuenta con mobiliario, ni elementos decorativos.

5.2. DETERMINANTES

5.2.1. ASPECTOS SOCIALES

El local comercial en lo referente a su construcción cumple con las normas arquitectónicas municipales, las mismas que son: línea de fábrica, permiso de construcción, aprobación de planos, certificación de que el lugar cuenta con los servicios básicos, permiso de funcionamiento, se encuentra en el centro histórico de la ciudad y está dirigido a la comunidad.

El local está ubicado en la planta baja por lo que no requiere de escaleras, las normas de seguridad son limitadas.

El local comercial debe estar acondicionado para la atención adecuada a la ciudadanía.

5.2.2. ASPECTOS CULTURALES

El local comercial está destinado a la venta al por mayor y menor de suministros y equipos de computación del comercial JLC Computer System, brinda sus servicios al sector público y privado pues los avances tecnológicos y medios informáticos hoy en día son muy necesarios en nuestro medio,

5.2.3. ASPECTOS ECONÓMICAS

Los propietarios del local están en la capacidad de cubrir económicamente este tipo de decoración, debido a que el mobiliario requerido se encuentra en nuestro medio y con precios accesibles.

6. IMAGEN OBJETIVO

6.1. DIAGNÓSTICO

El local se encuentra ubicado en la ciudad de Loja, en la calle 18 de Noviembre entre Azuay y Mercadillo, cuenta con una área interna bien definida de 3.15 x 3.80m de longitud, lo que da un área de 11.97m².

Cuenta únicamente con una sola puerta de acceso, la misma que es enrollable y de color roja; posee una sola ventana grande de aluminio con protección de hierro en la parte derecha del local, por la cual no ingresa luz natural.

El piso es de baldosa blanca en todo el local y su estado parcialmente bueno, además cuenta con un traga luz en la parte derecha el cual es limitado para tener una iluminación natural.

El local no posee suficiente luz natural únicamente por la puerta de entrada, por lo que es indispensable el uso de luz artificial, en sus instalaciones eléctricas consta de 3 focos, un interruptor simple, dos tomacorrientes dobles y su estado es relativamente bueno.

En sus instalaciones hidrosanitarias consta de un baño en la parte interior izquierda, el cual está en buen estado y funcionando correctamente.

Su tumbado es loza la cual se encuentra en buen estado puesto que es una construcción moderna, el color es unificado, en el exterior se ha utilizado mármol en tono rojo, el tumbado es de color blanco, rosado, verde oscuro, e interiormente sus paredes son: rosado, verde claro y lila en todo el espacio, lo cual le da una sensación muy desagradable.

6.2. PRONÓSTICO

Para la decoración del local comercial, se aplicará el proyecto decorativo el cual espera brindar una imagen equilibrada entre funcionalidad y estética, más allá de lo arquitectónico y común típico en nuestro medio.

Se realizará un diseño a partir de los estilos minimalista y futurista como base para obtener un estilo propio.

Este proceso de propuesta para la decoración interna del local, dará cambios en el tipo de iluminación pues se colocará luminarias directas en lámparas decorativas con focos led dicroicos y focos ahorradores, para la exhibición de los productos y del local en general; el tumbado es de color blanco; el piso es flotante en color caramelo.

Además otro de los cambios que se realizará en el local será el color de sus paredes el cual estará dado en un fondo monocromático de tono suave, en color SILVER STREP 171-2P satinado, el mismo que se contrastará con el mobiliario, que será diseñado en madera MDF color grafito, para los exhibidores, el counter y el escritorio, todo esto ensamblado con cables de acero desde el tumbado al piso, este diseño está dado en líneas simples y puras que rompen la monotonía de la decoración tradicional.

7. ELABORACIÓN DEL PROGRAMA

7.1. LO CONCEPTUAL

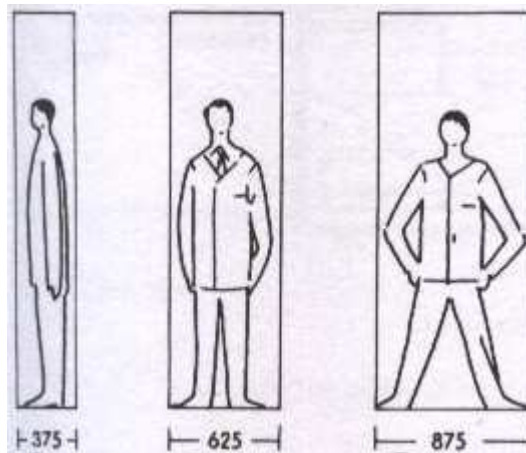
7.1.1. CUADRO DE NECESIDADES

Necesidad	Necesidad	Actividad	Función	Espacio	Objetos	Mobiliario	Acabados	Elementos Decorativos
	Adquirir la mercadería	Despachar		Zona de Caja	Mercadería	Escritorio de Caja	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Madera ◆ Porcelanato ◆ Vidrio ◆ Acero 	◆ Lámpara
	Empaque	Empacar						
	Exhibición	Exhibir		Zona de Exhibición y Almacenamiento	Exhibidores y Luminarias	Estantería		◆ Lámparas
	Almacenamiento	Almacenar						◆ Afiche
	Archivo	Archivar		Zona de Archivo	Carpetas	Archivador		

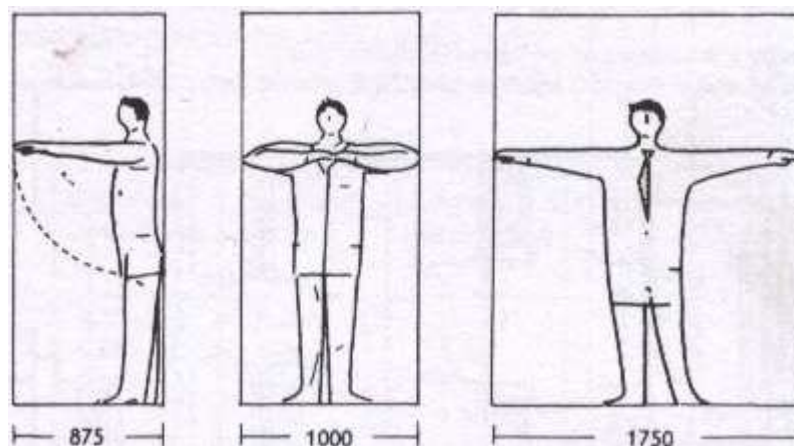
7.2. LO DIMENSIONAL

7.2.1. EL SUJETO

Existe un cierto grado de variabilidad para cualquier dimensión del cuerpo humano, tanto entre miembros de una población en particular como entre miembros de poblaciones diferentes, por lo que es “necesario establecer parámetros promedios e intentar englobar el mayor número de individuos dentro de unos intervalos de confianza considerados adecuados para satisfacer al mayor número de ellos.”⁷



Fuente: PLAZOLA Alfredo, *Arquitectura Habitacional.*, Volumen 1., Edit. Limusa., Cuarta Edición., México., España.



⁷ JULIUS PANERO, *Las Dimensiones Humanas en los Espacios Interiores*, Ediciones Gili, México, 1993.

7.2.2. EL OBJETO

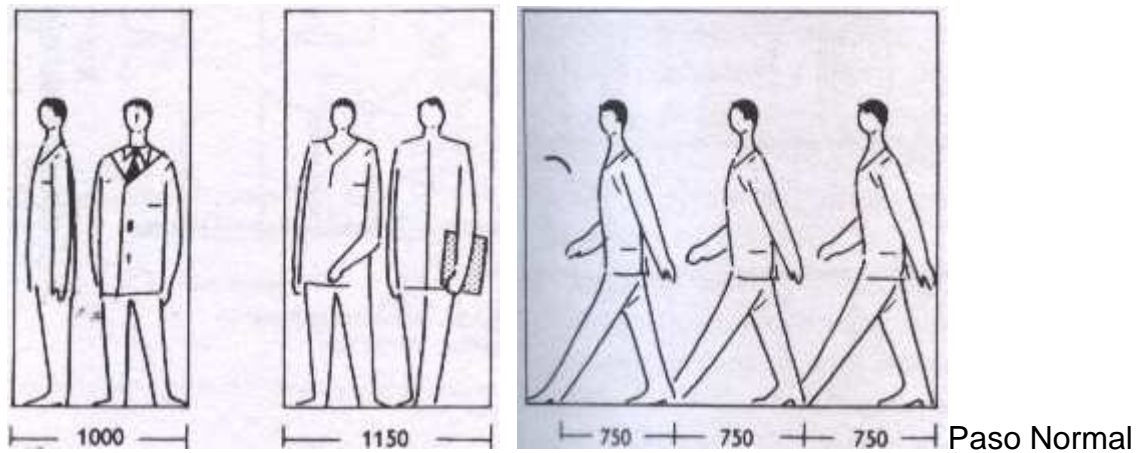
Los locales destinados a ventas de computadoras también se rigen a medidas mínimas, para que el diseño de un local de venta sea un éxito, otro aspecto a vigilar es que los artículos que se expenden gocen de buena visibilidad desde el interior y el exterior.

Un local comercial debe tener una superficie de exhibición y de venta además de un espacio de holgura para la circulación debido a que las personas que recorrerán el local comercial necesitaran el espacio adecuado para poder observar el producto.

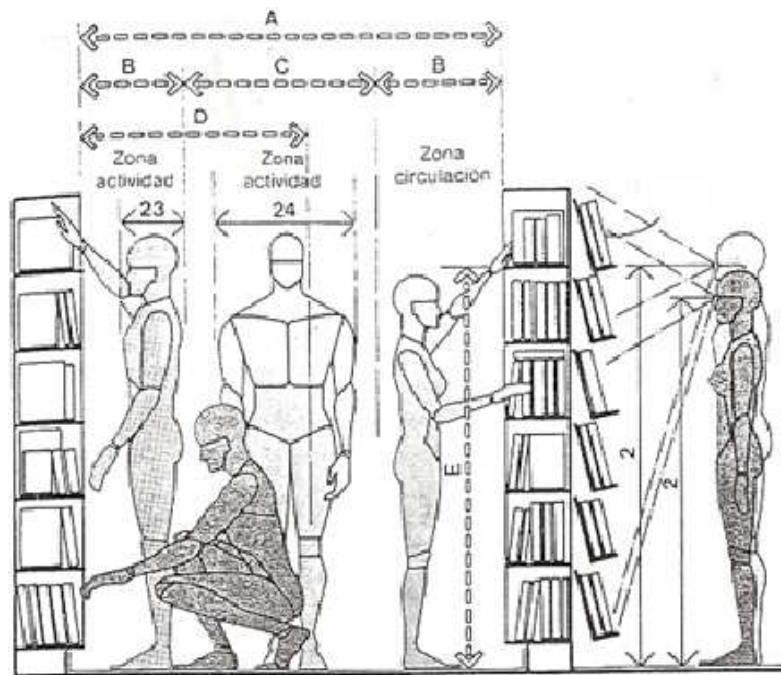


7.2.3. RELACIÓN SUJETO – SUJETO

Aquí es muy importante la circulación para el movimiento de las extremidades de los sujetos, en un local de venta de computadoras debe tener una superficie de exhibición y de venta además de un espacio de holgura para la circulación debido a que las personas que recorrerán el local comercial necesitaran el espacio adecuado para poder observar el producto, puesto que es únicamente en la zona de exhibición donde existe una relación entre los clientes, cuya afluencia es media, por lo que está acondicionado para mantener a cada uno de ellos en un espacio suficiente sin causar molestias en el entorno con aglomeraciones o caos, acondicionamiento que se ha dado en base a las medidas antropométricas detalladas a continuación:



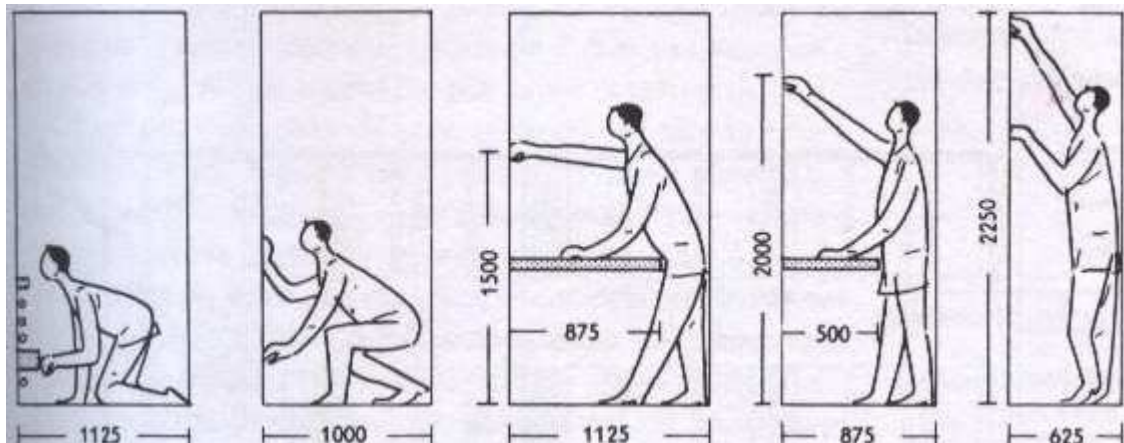
Fuente: JULIUS PANERO, *Las Dimensiones Humanas en los Espacios Interiores*, Ediciones Gili, México, 1993.



	pulg.	cm
A	66 min.	167,6 min.
B	18 min.	45,7 min.
C	30 min.	76,2 min.
D	36	91,4
E	68	172,7
F	48	121,9
G	36 min.	91,4 min.
H	66	167,6
I	72	182,9
J	60-66	152,4-167,6

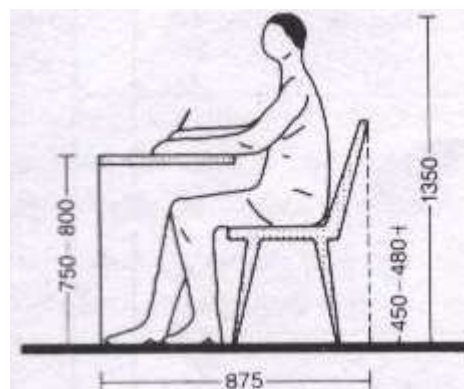
7.2.4. RELACIÓN SUJETO – OBJETO

El local comercial cuenta con la zona donde se encuentra la caja la misma que es fija y sus medidas son estándares para su funcionalidad entre el cliente y la persona que atiende el local.



Fuente: JULIUS PANERO, *Las Dimensiones Humanas en los Espacios Interiores*, Ediciones Gili, México, 1993.

Los exhibidores tendrán una altura de acuerdo a las necesidades establecidas, al espacio, al personal que labora en este local y a los clientes del mismo. La silla giratoria de la caja tendrá una medida estándar, cuya altura es regulable dependiendo del usuario y alrededor cuenta con medidas y espacios viables.



Sentado en Silla de Trabajo

7.2.5. RELACIÓN OBJETO – OBJETO

En la propuesta de decoración interior para el local comercial de venta de computadoras en la ciudad de Loja se ha planteado un estilo propio basado en el minimalismo y futurismo, el mismo que requiere en sus características la utilización del material, elementos y mobiliario necesario para la prestación de servicios cumpliendo con una función decorativa y tratando de evitar la utilización de elementos innecesarios que darían únicamente la sensación de ahogo.

En el local comercial se ha tratado de almacenar los suministros de computación en los muebles de exhibición y cerca del mobiliario destinado para el despacho de los mismos.

7.3. LO TÉCNICO

Dentro de los aspectos técnicos a considerar para realizar una correcta decoración tenemos:

7.3.1. ILUMINACIÓN

Considerando la importancia de la iluminación en el área a decorarse debe realizarse una adecuada planificación de la iluminación tanto natural como artificial, sería ideal el utilizar la mayor luz natural posible, pero se debe tomar en cuenta que su iluminación es variable por lo que es necesario aplicar un sistema de iluminación acorde con la tipología del objeto.

La iluminación interna se la manejará con lámparas LED en luminarias decorativas las mismas que irán en el tumbado y servirán para la iluminación en general las cuales se encenderán con un interruptor simple ubicado a la entrada; además se dispondrá de lámparas fluorescentes de luz blanca dentro de los exhibidores para aprovechar las ventajas que estas ofrecen como el ahorro de energía tal es el caso que una lámpara de 40W tiene la misma potencia de luminosidad que una lámpara incandescente de 160W, además no

producen sombras ni calor, particular muy importante que se requiere al manejar suministros de computación, los mismos que se encenderán con un interruptor doble uno para cada exhibidor y estará colocado a la entrada.

Además se contará con un sistema de tomacorrientes y uno de toma especial para el caso de la línea telefónica.

7.3.2. CIRCULACIÓN

El local comercial cuenta con un sistema de circulación fluida, la forma del recorrido se debe a su forma geométrica. Para la planificación de la circulación se ha determinado el recorrido de los vendedores y de los clientes entre las zonas, buscando siempre que no haya interrupciones en el camino y que en lo posible sean estos los más cortos.

Se ha tomado como referencia tener en el área del local comercial 90cm como mínimo disponibles para circular, vale destacar que debe existir el suficiente espacio para que los clientes puedan observar los productos que se encuentran en los exhibidores.

En cada zona se han distribuido los espacios en base a la forma geométrica del lugar, ubicando el mobiliario y los servicios que esta entidad ofrece de tal forma que no hayan recorridos incómodos y respetando los 90cm de circulación; además las labores de limpieza se las realiza cuando el local sierra su atención al público lo que permite que los clientes circulen sin ningún inconveniente.

7.3.3. COMUNICACIÓN Y ARTICULACIÓN

En el local comercial las zonas de caja y exhibidores están bien definidas entre sí, cada espacio interno se define como tal gracias a la señalética específica que distingue concretamente cada zona con una señal gráfica y tipográfica, cuyos colores y diseños no son normados lo que permite realizarlos en base a la gama de colores que se utilizaran en el diseño del local.

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1. CONCLUSIONES

Una vez realizado el estudio para la decoración de un espacio para un local comercial de venta de computadoras en la ciudad de Loja, se ha determinado las siguientes conclusiones:

- ◆ El mobiliario está diseñado con la intención de producir comodidad, pensado en el confort y funcionalidad de quien lo va a ocupar.
- ◆ El juego de luces y sombras hacen que la mercadería carezca de plasticidad dando un aspecto sobrio.
- ◆ Los exhibidores y el counter destilan un estilo sobrio de líneas rectas y gran simplicidad que combinan entre sí por sus materiales.
- ◆ Al decorar el local, se ha conseguido notar claramente la confluencia de propuestas conceptuales, emprendimientos tecnológicos y tendencias singulares.
- ◆ El uso de los estilos minimalista y futurista han permitido obtener en el local comercial un ambiente acogedor, singular, llamativo y tecnológico lo cual ayuda para el crecimiento de este comercio.

Estos cambios que se han realizado en este local son apropiados a las necesidades de los clientes en base a la funcionalidad de este ambiente; se tomará en cuenta aspectos técnicos importantes e ideas innovadoras acordes con la realidad, el entorno y el momento.

8.2. RECOMENDACIONES

Una vez realizado el diseño y ejecución del proyecto “Decoración de un espacio comercial para la venta de computadoras en la ciudad de Loja”, se ha podido determinar las siguientes recomendaciones.

- ◆ Tener un conocimiento de cultura general de lo que es el diseño, para plantear nuevas perspectivas que se enmarquen en soluciones funcionales estéticas y estructurales.
- ◆ Establecer las necesidades requeridas por el usuario al implementar un local comercial.
- ◆ Para exponer la mercadería se necesita una iluminación complementaria y puntual, además de la iluminación general.
- ◆ No sobrecargar de elementos decorativos ni mobiliario al espacio, pues es un ambiente pequeño en el cual debe haber solo los recursos necesarios.

9. BIBLIOGRAFÍA

TEXTO

- ◆ PLAZOLA Alfredo, Arquitectura Habitacional., Volumen 1., Edit. Limusa., Cuarta Edición., México., España.
- ◆ ROCHEFORT Michel, Mil Ideas Para Embellecer., Quinta Edición., Barcelona., 1980.

PÁGINAS WEB Y ARCHIVOS DIGITALES

- ◆ PDF: Arq. Alberto Apostoli.
- ◆ PDF: NEUFERT ERNST, Arte de proyectar en Arquitectura, Ediciones G. Bilis S.A., México, 2001.
- ◆ PDF: JULIUS PANERO, Las Dimensiones Humanas en los Espacios Interiores, Ediciones Gili, México, 1993.
- ◆ PDF: J.I. ARAGONÉS Y F.J. BURILLO, Introducción a la Psicología Ambiental, Editorial Alianza, Madrid, 1985.
- ◆ www.decoracion-interiores.com.mx
- ◆ www.estiloambientación.com.ar/estilosminimalismo.htm
- ◆ www.decoraestilo.com/decoracion-de-interiores-locales-comerciales
- ◆ www.google.com.ec/imgres?imgurl=http://www.corporacioneurovenezolana.com
- ◆ www.miraclely.com/ERGONOMIA.htm

10. ANEXOS

A. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

B.PRESUPUESTO

“UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA”

TECNOLOGÍA EN DISEÑO DE INTERIORES Y DECORACIÓN DE AMBIENTES

PROYECTO: “DECORACIÓN DE UN ESPACIO COMERCIAL PARA LA VENTA DE COMPUTADORAS EN LA CIUDAD DE LOJA.”

ELABORADO POR: CARMEN PAUTA FREIRE

NRO. RUBRO	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO \$	COSTO TOTAL \$
A	TRAGALUZ				
A1	Varilla de 3/4	ángulo	1	15	15
A2	Pernos		8	0,1	0,8
A3	Tacos Firrer		8	0,05	0,4
A4	Plywood	plancha	1	18	18
A5	Listón de Encofrado		1	1,5	1,5
A6	Empaste	lb.	1	0,2	0,2
A7	Clavos de 1 pulg.	lb.	1	0,6	0,6
B	PISO				
B1	Flotante color Caramelo	m2	10,47	12	125,64
C	PAREDES				
C1	Lijas		5	1	5
C2	Pintura Blanca	galones	5	4,2	21
C3	Pintura Satinada Silver Strep	galón	1	25	25
C4	Pintura Esmalte Negra		1	3,5	3,5
D	MOBILIARIO				
D1	Cable Acerado	m	60	0,45	27
D2	MDF Color Grafito	planchas	3	70	210
D3	Enchapado	m	130	0,15	19,5
D4	Templadores P-Cable 3/16		4	2	8
D5	Pernos de Presión con Argolla		22	0,7	15,4
D6	Cancamos		130	0,25	32,5
D7	Cajas de Vidrio		6	30	180

E	DECORATIVOS				
E1	Macetero		1	15	15
F	ILUMINACIÓN				
F1	Lámparas Decorativas		7	13	91
F2	Foco Dicroico LED 3LX1W		7	19	133
F3	Focos ahorradores		2	4	8
G	OTROS				
G1	Alarma		1	280	280
H	MANO DE OBRA				
H1	El treinta por ciento				370,812
TOTAL COSTO INCLUIDO EL 12% DEL IVA					1606.85