



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

DEPARTAMENTO DE POSGRADOS

MAESTRÍA EN DISEÑO DE INTERIORES

**PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DE DISEÑO EN LA ESCUELA DE
DISEÑO DE INTERIORES EN LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY**

RELACIONES DE MARCA – CONTEXTO – CRITERIOS DE
DISEÑO CON LOS PROYECTOS DE FIN DE CARRERA
ENFOCADOS A ESPACIOS COMERCIALES

Trabajo previo a la obtención del título de:

MAGISTER EN DISEÑO DE INTERIORES

Autor
Ochoa Guerrero Felipe Andrés
Diseñador de Interiores

Director
Vanegas Peña Agustín Santiago
Arquitecto. Magister

CUENCA – ECUADOR
2020



Dedicatoria

A mis padres, hermanos, cuñados, sobrinos, por su apoyo y motivación incondicional.

Agradecimientos

A Dios,

A la Universidad del Azuay, por su extensa formación y capacitación académica durante el proceso de estudio.

Al Arq. Mgt. Santiago Vanegas Peña, por su excelente tutoría y apoyo para la elaboración del proyecto.

Dis. Mgt. Paula Moyano Lucero,

Dis. Diana Orellana Ordóñez,

Arq. Jhoanna Ortiz Camposano,

Mi infinito agradecimiento a cada uno por su incomparable amistad, constante ayuda, tutoría y apoyo incondicional durante todo este tiempo de enseñanza y aprendizaje.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Dedicatoria	II
Agradecimientos	III
Índice de contenido	IV
Índice de cuadros	VI
Índice de esquemas	VII
Índice de imágenes	VIII
Índice de tablas	IX

Resumen	10
Abstract	11
Introducción	12
Objetivo general	13
Objetivos específicos	13

PROYECTO

Descripción del autor	14
Descripción del coautor	14
Resumen	15
Palabras claves	15
Abstract	16
Key words	16
Introducción	17
Principios fundamentales	18

La marca	18
Contexto	21
Criterios de diseño	24
Diagnóstico	28
Metodología	28
Objeto de estudio	29
Generación de matriz de comparación diacrónica	29
Sección 1: Selección de proyectos	29
Título del proyecto de graduación, Caso (T1, T2, ..., T15)	29
Sección 2, desarrollo de los componentes de la marca	32
Actividad	32
Imagen	33
Rótulos	34
Sección 3, desarrollo de los componentes del contexto	35
El contexto desde el exterior	35
El contexto desde el interior, envoltentes	37
Sección 4, desarrollo de los componentes de los criterios de diseño	40
Resultados finales en el desarrollo de proyectos de fin de carrera	43
Influencia de la marca	43
Influencia del contexto	43
Influencia de los diferentes criterios de diseño	44
Conclusiones	45
Bibliografía	49

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1; Componentes del espacio	22
Cuadro 2; Condiciones sociales y culturales de la zona	23
Cuadro 3; Condiciones físicas y topográficas	24
Cuadro 4; Planificación del proceso de diseño	26

ÍNDICE DE ESQUEMAS

Esquema1; Proceso de diagnóstico	29
--	----

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1; Casos de estudio	30
Imagen 2; Sección 1, selección de proyectos	32
Imagen 3; Sección 2, análisis de marca	35
Imagen 4; Sección 3.1, análisis de contexto	37
Imagen 5; Sección 3.2, análisis de contexto	40
Imagen 6; Sección 4, análisis de criterios	42

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1; Sección 1, selección de proyectos	31
Tabla 2; Sección 2 de matriz, análisis de marca	35
Tabla 3; Sección 3.1, análisis del contexto	36
Tabla 4; Sección 3.2, análisis del contexto	36
Tabla 5; Sección 3.3, análisis del contexto	36
Tabla 6; Sección 3.4, análisis del contexto	36
Tabla 7; Sección 3.5, análisis del contexto	37
Tabla 8; Sección 3.6, análisis del contexto	38
Tabla 9; Sección 3.7, análisis del contexto	39
Tabla 10; Sección 3.8, análisis del contexto	40
Tabla 11; Sección 4.1, análisis de los criterios de diseño	41
Tabla 12; Sección 4.2, análisis de los criterios de diseño	41
Tabla 13; Sección 4.3, análisis de los criterios de diseño	41
Tabla 14; Sección 4.4, análisis de los criterios de diseño	42

PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DE DISEÑO EN LA ESCUELA DE DISEÑO DE INTERIORES EN LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY

RELACIONES DE MARCA – CONTEXTO – CRITERIOS DE DISEÑO CON LOS PROYECTOS DE FIN DE CARRERA ENFOCADOS A ESPACIOS COMERCIALES

RESUMEN

El diseño interior de espacios comerciales conlleva una serie de variables previas a su intervención. Mediante el análisis de los diferentes proyectos de titulación enfocados a espacios comerciales basados en tres principios fundamentales como son: marca, contexto y criterios de diseño, permitirán descubrir la aplicación de cada una de sus variables, en las que se basa el futuro profesional, permitiendo caracterizar la escuela de Diseño Interior del Universidad del Azuay; sirviendo como modelo de referencia el desarrollo de una matriz de análisis para las demás escuelas, facultades u otras instituciones y su aplicación al campo laboral.

Palabras claves

Diseño interior, espacios comerciales, marca, contexto, criterios de diseño.

FUNDAMENTAL DESIGN AT THE INTERIOR DESIGN SCHOOL IN AZUAY UNIVERSITY

BRAND-CONTEXT AND DESIGN CRITERIA RELATIONSHIPS WITH THE END OF CAREER PROJECTS FOCUSED ON COMMERCIAL SPACES

ABSTRACT

The interior design of commercial spaces involves a series of variables prior to its intervention. Through the analysis of the different degree projects focused on commercial areas based on three fundamental principles such as brand, context, and design criteria, they will allow discovering the application of each of its variables, on which the professional future is based, allowing to characterize the Interior Design School of the University of Azuay; being as a reference model for the development of an analysis pattern for the other schools, faculties or other institutions and its application to the labor field.

Key Words

Interior Design, commercial areas, Brand, context, Design criteria.

