



**UNIVERSIDAD DEL AZUAY.
FACULTAD DE DISEÑO.
ESCUELA DE DISEÑO INTERIOR.**

**SISTEMA DE DISEÑO INTERIOR EN BASE A LA IMAGEN
CORPORATIVA.
CASO: UNIVERSIDAD DEL AZUAY.**

Tesis previa a la obtención del
Título de Diseñador de Interiores.

**Realizado por: Giovanni Delgado Banegas.
María José Vásquez de la B. Altamirano.**

Dirigido por: Arq. Diego Jaramillo Paredes.

**Cuenca – Ecuador
2006 - 2007**



DEDICATORIA:

El resultado de este proyecto es gracias al apoyo de muchas personas que me entregaron cariño, que me impulsaron y me dieron la alegría más grande que hoy les quiero retribuir. Así llego a una de mis metas, la de ser un Diseñador de Interiores con orgullo y satisfacción; enriquecido de conocimientos, sabiduría y grandes amigos.

Dedico este trabajo a mi familia, a mis padres, hermanos, pero en especial a mi mami, quien ha sido mi ejemplo de esfuerzo, cariño y superación para crecer y llegar a donde estoy ahora.

Giovanny Delgado Banegas.

Al terminar esta etapa importante en mi vida, al incorporarme como profesional, quiero agradecer a mis padres por haberme enseñado a valorar, a dar lo mejor de mi, a ser responsable, dedicada y ser una buena persona, gracias a ellos he podido llegar al lugar en el que hoy me encuentro.

Y doy gracias a mi abuelita, porque ella me llenó de bendiciones, fue una persona a la cual admiré y ame mucho, y aún lo sigo haciendo. Se que donde quiera que esté, estará orgullosa de mí.

María José Vásquez de la B.

AGRADECIMIENTO.

Nuestro agradecimiento a Dios, por entregarnos en nuestras vidas a grandes personas que han compartido su cariño, apoyo y conocimientos, lo cual hoy nos ha llevado a alcanzar un objetivo muy importante como profesionales.

Agradecemos a nuestros padres, modelos de esfuerzo, quienes nos entregaron amor, dedicación y las ganas de salir adelante, permitiéndonos crecer con felicidad y valores como personas productivas.

A nuestros profesores de Diseño, amigos y guías, que nos han aportado con sus conocimientos y la fuerza para afrontar con responsabilidad la práctica profesional ante la sociedad.

Al Arq. Diego Jaramillo, director de nuestra tesis, por su generosidad al brindarnos la oportunidad de recurrir a sus conocimientos, capacidad y experiencia en un marco de confianza, afecto y amistad, aportes fundamentales para la concreción de este trabajo; A la Dis. Genoveva Malo y Arq. Manuel Contreras por sus valiosas sugerencias y acertados aportes durante el desarrollo del mismo, además al Arq. Leonardo Bustos C, Decano de la Facultad de Diseño, por el apoyo y el esfuerzo que ha realizado con cada uno de nosotros sus estudiantes y a la dedicación para la realización de exposiciones dentro de la Universidad y para la ciudad, lo cual nos beneficia en el plano profesional.

Al Dr. Mario Jaramillo Paredes, Rector de la Universidad del Azuay, Lcdo. Joaquín Moreno, Vicerrector, Ing. Jacinto Guillén, Decano de Investigaciones, Lcdo. Patricio Cáceres, Coordinador Administrativo, por su apertura, apoyo y colaboración para realizar la propuesta de nuestra tesis a la Universidad del Azuay.

Gracias y bendiciones a todos.

RESUMEN:

El presente trabajo tiene por objetivo generar una guía de diseño interior a partir de la Imagen Corporativa, para luego ser aplicada a la Universidad del Azuay.

El diseño interior se encuentra en relación con la imagen corporativa como un intermediario entre los objetivos institucionales y el consumidor como un agente comunicacional.

Este propósito de comunicación se logra a través de la sistematicidad como producto, como un todo, generando así un símbolo de identidad.

Nuestra posición, frente a estos resultados, es proponer un concepto fuerte, que conjugue la imagen corporativa actual de la UDA con el criterio de identidad única.

ABSTRACT:

The present work has as its objective an Interior Design guide starting from the corporative image, in order to be applied later on in the Universidad del Azuay.

The interior design is associated with the corporative image as a mediator between the institutional objectives and the consumer as a communicational agent.

The purpose of communication is obtained through the systematization as a product, as a whole, generating in this way an identity symbol.

Our position, in regard to these results, is to propose a concept which unifies the current corporative image of the Universidad del Azuay with the criteria of a distinctive identity.

INDICE.

PORTADA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT.....	v
INTRODUCCIÓN.....	viii

CAPITULO I REFERENCIA TEÓRICA.

1. CONCEPTOS

1.1 Imagen Corporativa.....	10
1.2 El diseño interior en relación con la imagen corporativa.....	11
1.3 Elementos que conforman la imagen corporativa.....	12
1.4 Diseño como proceso creativo y de comunicación.....	15
1.5 La comunicación a partir de un proceso creador: símbolos y significados	16
1.6 Sistema de diseño concepto genérico.....	17
1.7 Merchandising	17

CAPITULO II DIAGNOSTICO

1. INVESTIGACIÓN EN LA CIUDAD DE CUENCA.

1.1 Objetivos de la investigación.....	20
1.2 Segmento de mercado.....	20
1.3 Metodología de investigación: sondeo	21
1.4 Conclusiones de la investigación.....	22

CAPITULO III PROPUESTA

1. Guía para la elaboración de una propuesta de diseño interior25 a partir de la imagen corporativa.	
2. CASO DEMOSTRATIVO: UNIVERSIDAD DEL AZUAY.	
2.1 Fase de investigación y Diagnóstico	
2.1.1 Análisis de filosofía institucional.....27	
2.1.2 Análisis de Imagen Gráfica.....28	
2.1.3 Análisis de estado físico actual..... 31	
2.1.4 Imagen mental de sus consumidores..... 45	
3. Fase de Programación	
3.1 Condicionantes de diseño..... 49	
3.2 Creación de una estructura conceptual	
3.2.1 Temática conceptual de inspiración..... 54	
3.2.2 Criterios funcionales del espacio interior de la 57 empresa o institución.	
3.2.3 Criterios expresivo..... 57	
3.2.4 Criterios tecnológicos..... 59	
4. Proceso activo de diseño	
4.1 Concreción material y constructiva a partir del concepto.....62	
4.2 Imágenes de la propuestas.....66	
4.3 Presupuesto referencial.....83	
5. Conclusiones.....84	
6. Recomendaciones.....86	
7. Bibliografía.....87	
8. Anexos..... 88	

INTRODUCCIÓN:

La imagen corporativa es la manera por la cual una institución o entidad trasmite, quién es, qué es, qué hace y como lo hace. Es el diseño coordinado de los diferentes agentes de comunicación, los mismos que harán que la imagen sea correctamente transmitida, al auditorio deseado.

El diseño no solo genera realidades materiales, sino que también cumple con una función comunicativa. Entonces a partir de este precepto podemos entender al diseño interior como el conjunto de entes (elementos) que emiten señales y afectan al comportamiento, en este caso al usuario del espacio y de los visitantes del mismo.

El diseño interior como elemento constitutivo de imagen corporativa entonces genera un comportamiento basado en la comunicación, *“se convierte en un símbolo único que lo identifica y que principalmente comunica”*.

El objetivo de este trabajo es encontrar los mejores lineamientos que posee el diseño interior como herramienta de fortalecimiento a la imagen corporativa.

Al ser los primeros profesionales del Diseño Interior en la ciudad de Cuenca, el mercado potencial de desenvolvimiento profesional al cual apuntamos es a las instituciones y empresas comerciales a las cuales ofrecer nuestros servicios.

La investigación de este trabajo consta de dos partes; la primera para determinar el ámbito conceptual del Diseño Interior a partir de la imagen corporativa, esto a través de sondeo y entrevistas a 35 locales comerciales en la ciudad de Cuenca, donde los objetivos son:

- 📌 Conocer como se percibe a la Imagen Corporativa en los comercios de la ciudad de Cuenca.
- 📌 Encontrar si existe una conciencia de la importancia del diseño interior en la imagen corporativa institucional.
- 📌 Observar si existe una relación entre la imagen corporativa actual y el diseño interior de los locales visitados.

Esta investigación es importante para cumplir con los objetivos generales de este trabajo. A partir de estos resultados se generará una “Guía de diseño interior a partir de la imagen corporativa” a nivel genérico.

En la segunda parte se genera una propuesta de diseño interior para la Universidad del Azuay a partir de la guía de elaborada en la primera parte.

El objetivo es.

- Proponer un sistema de Diseño Interior para la Universidad del Azuay.

Para cumplimiento de este objetivo se elaboró un “Manual de Diseño Interior” entregado a la Universidad del Azuay.

CAPITULO I

REFERENCIA TEÓRICA.

Encontrar los mejores lineamientos para una correcta propuesta es importante. El apoyo conceptual es un fundamental como sustento teórico y de análisis.

En este estudio es muy importante conocer a cerca de la imagen corporativa en general, la misma desde el punto de vista del diseño interior, el diseño contemporáneo y sus medios, el diseño en punto de ventas como fortalecimiento de imagen corporativa (merchandising), un sistema de diseño.

Se desarrollará el sustento teórico de cada uno de los puntos mencionados, siempre relacionándolos hacia un punto en común, el diseño interior como herramienta que fortalezca la imagen corporativa.

1.1 Imagen corporativa.

La imagen corporativa es la manera por la cual una institución o entidad trasmite, quién es, qué es, qué hace y como lo hace. Es el diseño coordinado de los diferentes agentes de comunicación, los mismos que harán que la imagen sea correctamente transmitida, al auditorio deseado.

La construcción de una imagen conlleva una optimización de recursos, dado que los agentes comunicacionales tales como su ambiente interiores, los uniformes, el mobiliario y la papelería, son elementos necesarios para el posicionamiento de una institución o empresa. Al transformarlos a su vez en agentes de comunicación, se rentabilizan al máximo las inversiones.

“Las cosas físicas de la realidad son representables por imágenes. Las instituciones sociales, las ideas y los valores no son representables sino por símbolos.

Así, el principio de la identidad corporativa es necesariamente simbólico”.¹

Dentro del ámbito comercial la imagen corporativa conlleva a la aceptación de los consumidores como una seguridad empresarial posicionada en un nicho de mercado.

¹ Costa, Joan, *Imagen Global*, 2da edición. p 88

Para una entidad empresarial o una institución es de vital importancia su aceptación en el mercado, más aún cuando su nombre ha ganado un nombre importante en el campo competitivo.

Esta imagen corporativa está conformada por muchas instancias que en conjunto generan una identidad corporativa como institución y una identidad mental dentro de su target.

En la ciudad de Cuenca existen algunas entidades que han generado una identidad empresarial, a través de distintos caminos que los han llevado a tener el éxito buscado, muchas de estas instituciones son locales pequeños y otras que han traspasado fronteras lo que nos indica de su aceptación y de buen manejo de imagen.

La propuesta es integrar al diseño interior como una herramienta de imagen corporativa para el fortalecimiento visual y perceptivo en el mercado.

1.2 El diseño interior en relación con la imagen corporativa.

Para mantener un cierto estilo, se debe procurar reglamentar todas las expresiones en las que se mezcla la imagen (papel de cartas, rótulos externos, medios de transportes, diseño interior, etc.) por este motivo, es fundamental recurrir a un grupo de diseñadores tanto gráfico como de espacios interiores, objetos, textiles para que estudien el programa de imagen de la empresa.

Su trabajo consiste en realizar un auténtico código de comportamiento, denominado (manual de los estándares) o simplemente manual. En el se hallan todas las normas operativas a las que debe atenerse la institución que se rige por ejemplos visuales determinados.

El diseño no es solamente genera realidades materiales, sino que también cumple con una función comunicativa. Entonces a partir de este precepto podemos entender al diseño interior como el conjunto de entes (elementos) que emiten señales y afectan al comportamiento, en este caso al usuario del espacio y de los visitantes del mismo.

El diseño interior como elemento constitutivo de imagen corporativa entonces genera un comportamiento basado en la comunicación, se convierte en un símbolo único que lo identifica y que principalmente comunica.

Por ejemplo una silla de oficina debe satisfacer perfectamente las exigencias ergonómicas y constructivas pero ha de simbolizar también la posición jerárquica del usuario en la empresa o institución.



Son muchos los instrumentos por los cuales podemos comunicar o generar comportamientos, es por ello que el diseño interior es una herramienta muy fuerte al momento de fortalecer una imagen corporativa.

1.3 Elementos que conforman la Imagen Corporativa.

Al identificar lo que es la imagen corporativa es importante conocer los elementos que la constituyen y cual es el papel que cumplen dentro de la misma. A estos elementos se los suele conocer también como vocabulario esencial de la imagen el mismo que está conformado por los siguientes puntos. ²

Imagen Grafica: la imagen grafica constituye un subconjunto de las imágenes visuales materiales.

Son imágenes de dos dimensiones, obtenidas por medios manuales o técnicos: grafismo, ilustraciones, caricaturas, imágenes fotográficas, tipografías, informáticas, etc.

Imagen Visual: figura o forma material que reproduce las apariencias ópticas de las cosas de la realidad. Incluimos en el sentido amplio de “imagen visual”, figuras y formas no figurativas y abstractas (noción incondicional).

² Cfr. Costa, Joan, *Imagen Global*, 2da edición. p 184 – 185 – 186

Imagen material: en términos de la psicofisiología, es cualquier imagen percibida por los sentidos en el mundo exterior. Son materiales por que existen en el mundo físico de los objetos. Entre las imágenes materiales, las imágenes visuales poseen una característica perceptiva que conviene destacar: son registradas instantáneamente, mientras que los mensajes secuenciales tales como los sonoros, audiovisuales o visuales, requieren la intervención del elemento temporal para ser percibidos y comprendidos).

Imagen mental: es el resultado de la percepción externa, imaginación y memoria. Cuando estas imágenes dan como resultado un impacto emocional, pregnancia psicológica entonces conlleva a patrones de conducta.

Imagen de empresa: son las imágenes mentales enlazadas al aspecto institucional. Es la representación mental de un conjunto de valores atribuidos a la organización y transferidos a sus productos o a sus servicios.

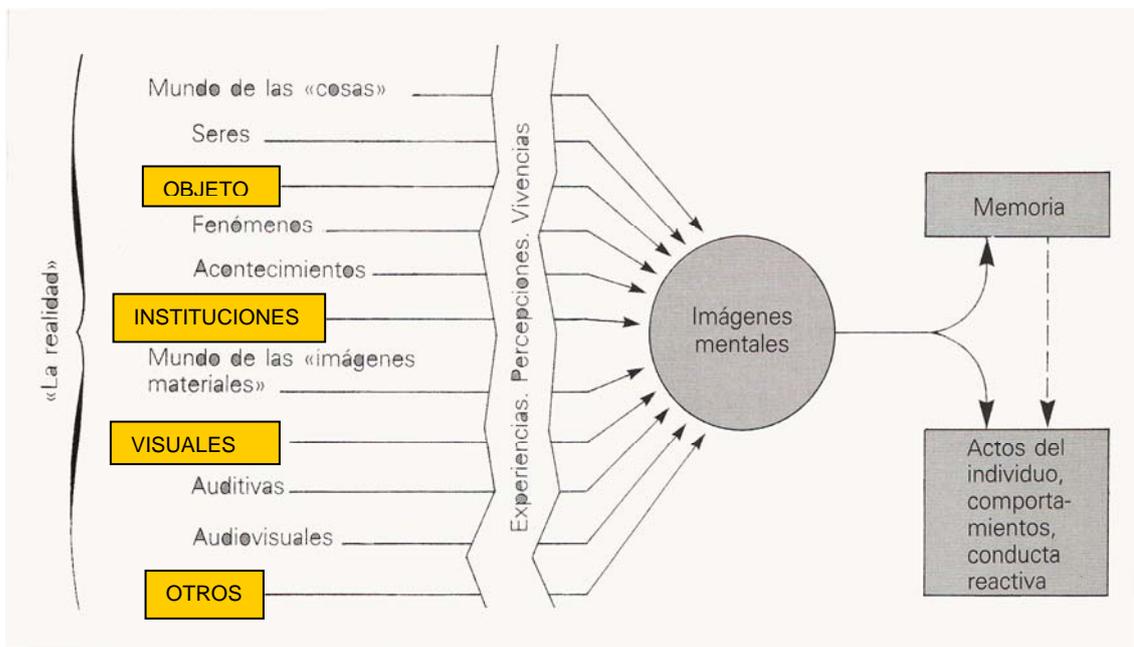


Imagen corporativa: es la imagen mental hacia una corporación, especialmente por su identidad visual a través de sus signos gráficos, pero también de sus comportamientos y sus actuaciones.

Es una imagen mental generada por el conjunto coherente de la identidad corporativa, el diseño arquitectónico e interior, señalética, que genera un comportamiento.

Según Joan Costa la estructura funcional de la comunicación global de la Imagen es:

Política del Diseño.

Diseño Gráfico.

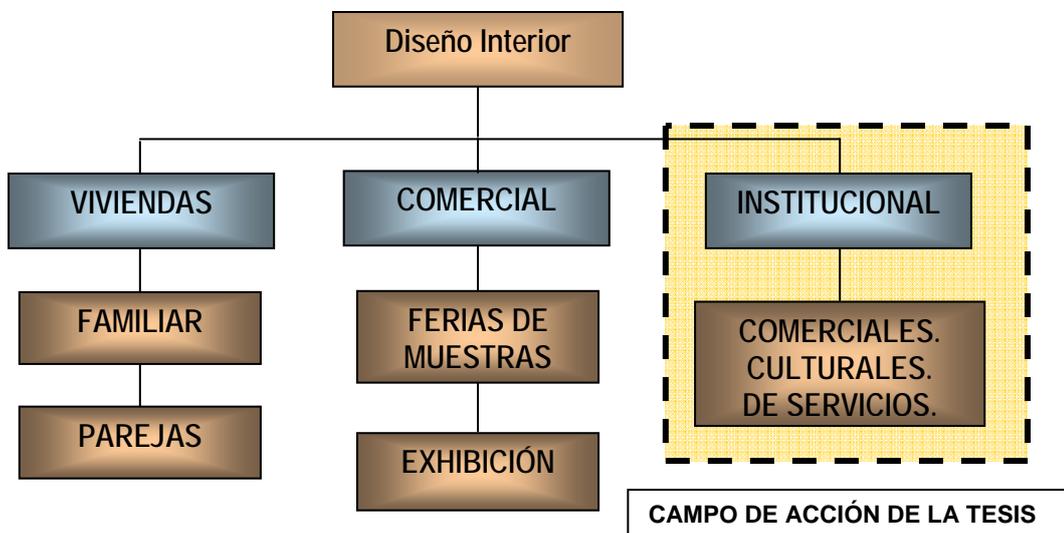
Diseño Audiovisual.

Diseño industrial.

Diseño Ambiental (diseño interior).

Diseño Arquitectónico.

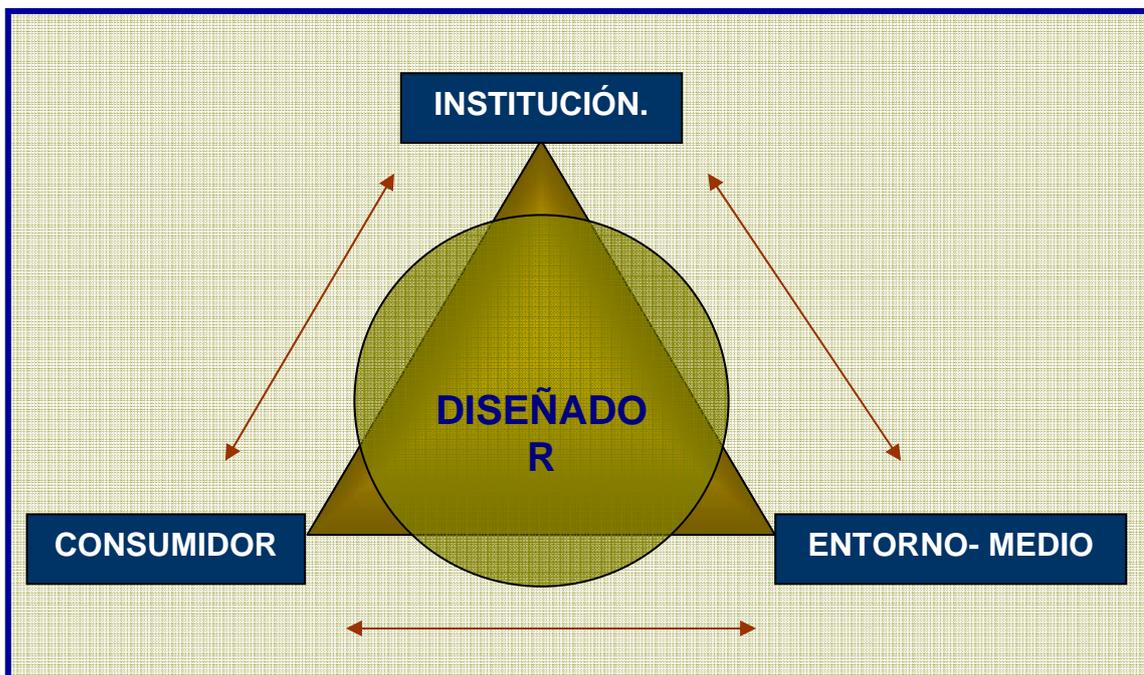
Para nuestro estudio es importante destacar al diseño ambiental (diseño interior), entonces la estructura de acción es:



1.4 DISEÑO COMO PROCESO CREATIVO Y DE COMUNICACIÓN.

Dentro de la imagen corporativa y basándonos en el enfoque comunicacional decimos que el diseño presenta la existencia de tres ejes fundamentales: la empresa o institución, el diseñador y el público.

El diseñador cumple la función de intermediario entre las instituciones, el entorno y el consumidor.



La empresa afecta al consumidor a través de la producción, comunicación y consumo. El entorno competitivo de consumo se convierte en los referentes para los objetivos institucionales y las necesidades de los consumidores, mientras que el consumidor es afectado por su sociedad, costumbres y normas.

La comunicación visual está a cargo del diseñador es el que genera la interrelación entre estos tres componentes.

“La identidad visual constituye una de las formas más antiguas de la expresión del hombre mediante los signos.”³

³ Costa ,Joan, *Imagen Global*, 2da edición p.10

Etapas del proceso creativo de diseño como guía para el diseño interior a partir de la Imagen Corporativa.

1. Información – documentación: recolección de información (datos).
2. Estudio de datos: Análisis de los elementos que conforman la imagen corporativa.
3. Idea creativa, descubrimiento de ideas.
4. Desarrollo de hipótesis creativas. Comprobaciones objetivas y correcciones.
5. Formalización de la propuesta.

“El diseño no es el mensaje. El diseño es una actividad múltiple y compleja que no se limita a la forma externa; la solución de la forma externa no es más que la expresión visible de un proceso creador”.⁴

1.5 La comunicación a partir de un proceso creador: símbolos y significados.

El símbolo se usa, socialmente. De hecho, es muy importante para emprender nuevas ideas: Simbolizarlas de la forma más conveniente. Cualquier necesidad de ese tipo podemos solucionársela, sólo con un concepto-idea del objetivo básico que mueve a la persona.

En la sociedad actual habrá que comunicar con lo trascendente; queda, si no, la vida relegada a aspectos muy pobres; el símbolo es el gran lenguaje del espíritu, siendo el arte el lenguaje de las emociones y la ciencia el lenguaje de la razón, dualidad manifiesta en los lados de la cabeza y sus funciones intrínsecas.

La postura como diseñadores es generar a través de una propuesta un símbolo que se impregne en la mente de las personas como las instituciones lo deseen y necesiten. El símbolo es un medio de comunicación. Dos partes de una misma cosa, que tienen que unirse; es la expresión de un lenguaje a un metalenguaje, algo que trasciende esa comunicación.

Proponemos exteriorizar un pensamiento o idea más o menos abstracta, así como el signo o medio de expresión al que se atribuye un significado convencional y en cuya génesis se encuentra la semejanza, real o imaginada, con lo significado.

⁴ Costa, Joan, *Imagen Global*, 2da edición p.15

A veces requieren un planteamiento intuitivo que extraiga su sentido y que, por consiguiente, los haga susceptibles de interpretación creativa. Intuición, inspiración, resolución creativa de problemas, como quiera que lo denominemos esta actividad no posee ninguna lógica, ningún patrón previsible.

Los símbolos pueden componerse de información realista, extraídas del entorno, fácil de reconocer, o también por formas, tonos, colores, texturas..., elementos visuales básicos que no guardan ninguna similitud con los objetos del entorno natural. No poseen ningún significado, excepto el que se les asigna a través del proceso del diseño.

1.6 Sistema de diseño concepto genérico.

Un sistema es un conjunto de entes y relaciones normadas por leyes de selección y combinación.

Cuando hablamos de un sistema encontramos niveles que deben encontrarse en el mismo, para ello se ha establecido tres tipos de inter-relaciones.

INTRA-RELACIONES – Las de un objeto en si mismo.

INTER-RELACIONES – Las de un objeto con otros objetos.

SUPRA-RELACIONES – Las del objeto con el sujeto.

1.7 MERCHANDISING

En el marketing actual son muchos los valores agregados que distinguen a una empresa o institución de otra, la filosofía de satisfacer las necesidades de los clientes ha ganado auge en los últimos años.

El merchandising se caracteriza por la exhibición de los productos en los puntos de ventas.

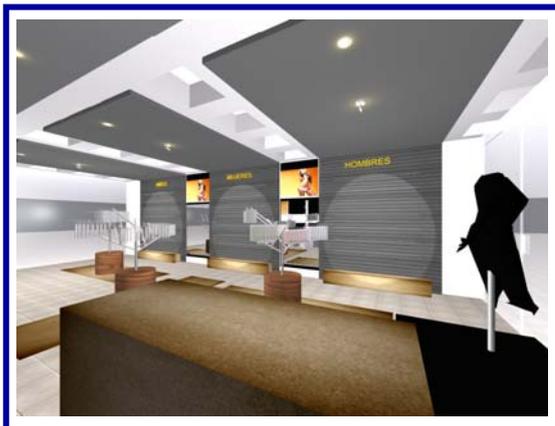
¿Pero en donde interviene el diseño interior? El diseño interior implica tanto escaparates como distribución de espacios, iluminación para exhibición y muchos aspectos más para la venta de un producto.

La finalidad del diseño interior en una institución es la generar comunicación institucional, entonces si el merchandising busca la exhibición de los productos, el diseño buscará generar una propuesta que relacione estos dos preceptos.

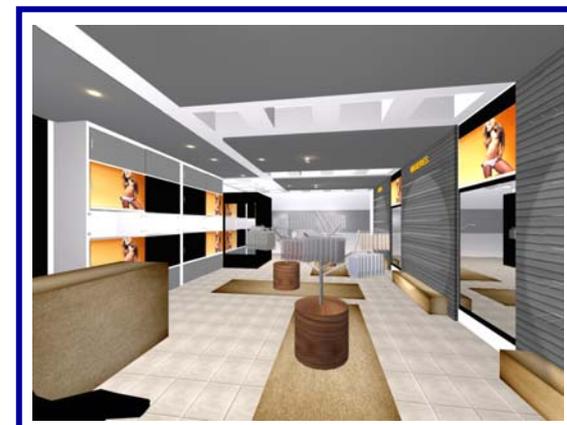
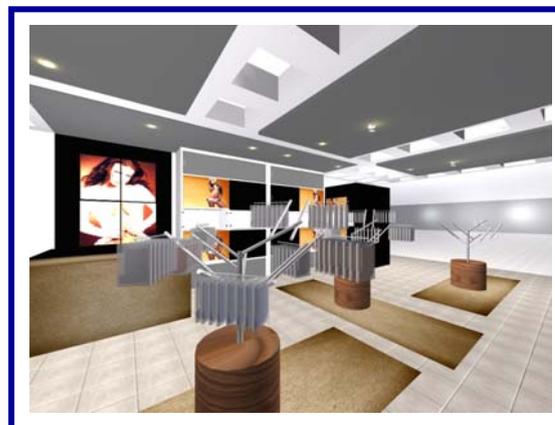
Cuando tratamos el término de imagen corporativa incluimos a entidades comerciales de productos, en donde la finalidad en una inversión de diseño es la fuerza en ventas, es entonces donde influye el diseño interior como herramienta fundamental para este cometido.



ESCAPARATISMO

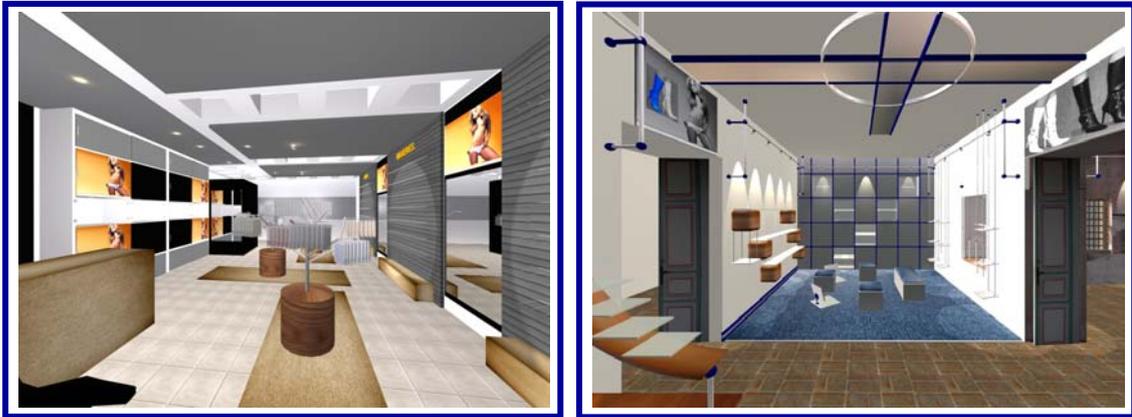


EXHIBICIÓN



DISEÑO INTERIOR

La finalidad de las técnicas de merchandising son las de poder seguir argumentando e influir sobre el público, de forma constante aunque no se encuentre el vendedor presente, o este no exista. Los círculos sociales actuales de nivel medio y medio alto, cada vez gustan más de independencia y libertad a la hora de la compra y sobre todo en el momento de la decisión de la compra.



Los comercios de mañana tenderán a sustituir en las ventas la argumentación verbal por la visual. Un buen plan de "merchandising" permite que el propio producto se presente y ofrezca mejor al cliente. Se puede afirmar, que el "merchandising" sirve para vender más y mejor de forma directa.

Esta comprobado científicamente, que el proceso de ventas no es mas que un proceso de comunicación visual, ya que la vista representa el 80 % de la percepción humana, el oído implica el 10 % y el resto de los sentidos tacto, olfato y gusto, el otro 10 %. Esto significa que lo visual es fundamental para vender, al igual que la participación del cliente en el proceso de compra. El Merchandising proporciona esa posibilidad al acercar las mercancías a los ojos y a las manos de los compradores.

Al relacionar la comunicación visual (diseño interior), con estos datos se encuentra que la percepción visual genera un comportamiento el mismo se llevará para fusionar al diseño y al mercadeo.

Si a través del Marketing se elabora la política a seguir en la gestión de venta, a través de la aplicación del Merchandising se ejecuta esta política, poniendo las mercancías en movimiento, exhibiéndolas, promocionándolas con técnicas apropiadas, utilizando elementos psicológicos que permitan impactar, interesar a los clientes e inducirlos a comprar.

CAPÍTULO II DIAGNOSTICO

INVESTIGACIÓN EN LA CIUDAD DE CUENCA.

Para la ejecución de la propuesta es necesario conocer todos los aspectos relevantes de la imagen corporativa en el contexto de la ciudad de Cuenca, para ello vamos a tener presente los puntos más importantes para la investigación.

Al momento de plantear los objetivos de la investigación se tomará en cuenta que este proyecto consta de una parte teórica general y de un caso puntual de ejecución.

Los objetivos que se plantean son para generar una guía de análisis y uso para una propuesta de diseño interior a partir de la imagen corporativa y el caso puntual de una propuesta de diseño para la Universidad del Azuay bajo este concepto.

1.1 Objetivos de la investigación.

- 📌 Conocer como se percibe a la Imagen Corporativa en los comercios de la ciudad de Cuenca.
- 📌 Encontrar si existe una conciencia de la importancia del diseño interior en la imagen corporativa institucional.
- 📌 Observar si existe una relación entre la imagen corporativa actual y el diseño interior de los locales visitados.

1.2 Segmento de mercado a donde se dirige la investigación.

El segmento de mercado en el que se realizó la investigación es a las instituciones comerciales y de servicios que posean una imagen corporativa en el mercado de Cuenca.

Aquellas instituciones que destinan financiamiento para imagen corporativa no se encuentran tabuladas en ningún tipo de información primaria como bibliografía.

1.3 Metodología de Investigación: SONDEO Y ENTREVISTAS.

- ✦ *Se utilizó el sondeo a 35 locales comerciales e instituciones con identidad corporativa.*
- ✦ *La entrevista y la observación fueron las técnicas utilizadas para el análisis de la Universidad del Azuay.*

Método usado en la investigación

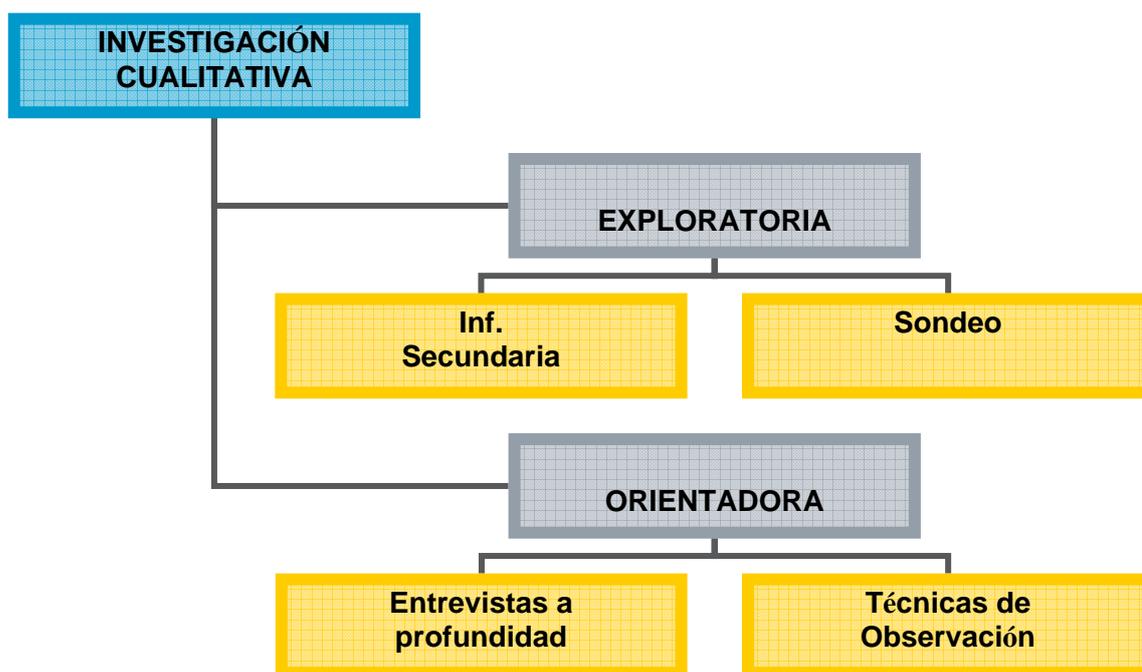


Gráfico tomado de: Orozco, A. Investigación de Mercados. (pg. 42-50)

El formato de la encuesta aplicada en el sondeo de investigación se encuentra en el ANEXO 1.

La tabulación de los datos de la investigación los encontramos en el **ANEXO 2**, análisis y resultados son los siguientes.

1.4 Conclusiones de la Investigación.

Según los resultados del sondeo obtuvimos que el 80% de las instituciones visitadas opinan que la imagen espacial fortalece el criterio de Imagen Corporativa, el mismo que es percibido como una aceptación y una fidelidad comercial.

La mayor parte de estas instituciones califican de 8 a 10 la importancia de su imagen corporativa dentro de su mercado. Este resultado refuerza la aceptación de la importancia de la imagen espacial dentro del ámbito comercial como fuerza en decisión de ventas.

Del mismo modo un poco más de la mitad de los locales sondeados indican que se encuentran de acuerdo con su imagen espacial actual, tomando en cuenta que los locales sondeados son establecimientos que de alguna manera poseen una imagen corporativa establecida en el mercado de Cuenca.

Encontramos que la razón por la cual están de acuerdo con su imagen interior actual es debido a que lo encuentran bonito estéticamente.

El 90% de los locales indicaron que estarían dispuestos a cambiar su diseño interior para fortalecer su imagen, al conocer que el diseño interior como herramienta propone una respuesta comunicacional que se impregnan en los consumidores, esto nos indica que hay una apertura a las nuevas tendencias de los negocios a mejorar la fuerza de ventas y de posicionamiento en el mercado meta de cada entidad comercial.

Al tratar el tema de la conciencia de sus clientes, consumidores, personas que visitan estas instituciones en relación a su imagen corporativa nos indicaron que si existe una aceptación de estas personas. Esta información es necesaria saber si el deseo de mejorar la imagen espacial es solamente un deseo de los directivos de cada entidad o si esta responde a la necesidad creada por los consumidores de sus productos o servicios.

Las 2/3 partes de estas instituciones piensa que sus consumidores se identifican con su imagen con mucha fuerza, los demás afirman que un poco y nada.

La mayor parte de instituciones de los locales nos indicaron que los criterios en donde es el diseño el generador de imagen son primordiales para un obtener una mejor respuesta de sus clientes pero que esto corresponde mucho más a la calidad del servicio que prestan, tomando a esta como un plus adicional de vital importancia si se desea expandirse en el mercado con un nombre fuerte conformado por todas las instancias que conforman la identidad corporativa.

Las entidades comerciales en la ciudad de Cuenca que presentan una imagen corporativa no utilizan un sistema concreto de diseño interior para la intervención de sus propuestas en sus distintos locales.

Es una respuesta decorativa que si bien presenta una solución para elementos representativos del diseño interior tales como los pisos, cielo rasos, paneles, exhibidores, mobiliario, iluminación, carecen de una sistematicidad acorde con la imagen mental creada por sus consumidores.

Es fácil de percatarse con un ejemplo. La cadena de locales VATEX, que se ha ganado una posición dentro del campo de la moda posee algunas tiendas dentro de la ciudad de Cuenca, pero ninguna de ellas tiene un sistema que los identifique claramente. Si bien la solución de ambientación interior puede ser bonita no es **única**, ni diferenciada de cualquier otra tienda de ropa.

Además es importante tomar en cuenta el criterio de la imagen mental para generar una propuesta que debería quedar plasmada en un símbolo de unidad dentro de un segmento de mercado para instituciones comerciales y de servicio.

Por supuesto que son muchos los puntos a tomarse en cuenta al momento de generar una propuesta de diseño interior con la finalidad de imagen corporativa, es de ahí que el diseño se encuentra como enlace comunicacional entre los objetivos institucionales y las necesidades de sus consumidores.

Además la expansión comercial, institucional, en el mercado actual, obliga a tener claros parámetros de imagen para distinguirse y ser competitivos.

CAPÍTULO III

PROPUESTA

Dentro de este capítulo vamos a generar una guía de análisis y uso para una noción de acción al momento de concebir una propuesta de diseño interior a partir de la imagen corporativa.

Estos lineamientos nos apoyarán de gran manera al momento que vayamos a generar un proyecto en el ámbito profesional.

El diseño interior se encuentra en relación con la imagen corporativa como un intermediario entre los objetivos institucionales y el consumidor como un agente comunicacional.

Este propósito de comunicación se logra a través de la sistematicidad como producto, como un todo generando así un símbolo de identidad.

El objetivo del diseño interior es generar un comportamiento en los consumidores que satisfaga las necesidades de la organización institucional y los identifique como parte de la misma.

Luego de realizar el análisis teórico, y la investigación, la propuesta de guía de diseño interior a partir de la imagen corporativa es la siguiente.



GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE UNA PROPUESTA DE DISEÑO INTERIOR A PARTIR DE LA IMAGEN CORPORATIVA.

FASE DE INVESTIGACIÓN Y DIAGNÓSTICO.

● Análisis de filosofía institucional.

📁 Misión y Visión

📁 Valores

📁 Principios

CONCLUSIONES.

PARTIDOS DE DISEÑO.

● Análisis de imagen gráfica.

📁 Logotipo

📁 Papelería

📁 Manual de imagen gráfica.

📁 Señalética

CONCLUSIONES.

PARTIDOS DE DISEÑO.

De estar en creación, trabajar en conjunto con el diseñador gráfico para la generación de la propuesta.

● Análisis de imagen material.

📁 Colores

📁 Materiales

📁 Formas

CONCLUSIONES

PARTIDOS DE DISEÑO.

● Imagen mental de sus consumidores.

📁 Investigación de campo

📁 Grupos focales a personal Interno.

📁 Entrevistas

CONCLUSIONES

PARTIDOS DE DISEÑO.

FASE DE PROGRAMACIÓN.

- Establecer condicionantes de diseño a partir de la investigación
- Creación de una estructura conceptual.

En consecuencia de la investigación, de los condicionantes y criterios personales .

Criterios funcionales del espacio interior de la empresa o institución.

- ▣ Que se va a realizar
 - ▣ Como se va a realizar
 - ▣ Donde se va a realizar
- } En función del uso

Criterios expresivos.

Temática conceptual de inspiración.

- ▣ Lenguaje
- ▣ Morfología
- ▣ Mobiliario

Criterios Tecnológicos.

- ▣ Materiales
- ▣ Instalaciones

FASE PROPUESTA DE DISEÑO.

- Proceso activo de diseño.

2. CASO DEMOSTRATIVO: UNIVERSIDAD DEL AZUAY.

Luego de haber realizado la guía de análisis para la elaboración de una propuesta de diseño interior a partir de la imagen corporativa, vamos a dirigir la misma hacia la Universidad del Azuay. La ejecución de la misma forma parte de la programación de la propuesta de diseño.

2.1 FASE DE INVESTIGACIÓN Y DIÁGNOSTICO

2.1.1 ANÁLISIS DE FILOSOFÍA INSTITUCIONAL.

1. Misión y Visión

La misión

Formar personas con sólidos valores y conocimientos; y responder a las necesidades de la sociedad, mediante la variada, oportuna y permanente renovación de su oferta académica.

La visión

La Universidad del Azuay se propone ser una institución con calidad académica y humanística, que aporte al conocimiento y promueva el desarrollo integral de la persona y su entorno.

Los principios

- Excelencia Académica
- Trabajo por una sociedad justa guiada por los principios cristianos.
- Pluralismo ideológico y ejercicio de la razón para su desenvolvimiento institucional.
- Búsqueda de la verdad con absoluta libertad y sin prejuicios tanto para la docencia como en la investigación.
- Apertura a todas las corrientes del pensamiento, que serán expuestas y estudiadas de manera rigurosamente científica.
- No se privilegiará ni perjudicará a nadie por su ideología.

Los valores

- Honestidad
- Responsabilidad
- Trabajo en equipo
- Actitud de servicio
- Innovación
- Desarrollo Continuo
- Liderazgo
- Respeto a la naturaleza
- Uso adecuado de los
- Vinculación con la comunidad

Conclusión.

Luego de haber realizado un análisis de la filosofía institucional estamos en capacidad de entregar un criterio como próximos diseñadores de la imagen mental más importante de la Universidad del Azuay.

- Seguridad y seriedad.
- Educación y respeto.
- Contemporánea y elegante.

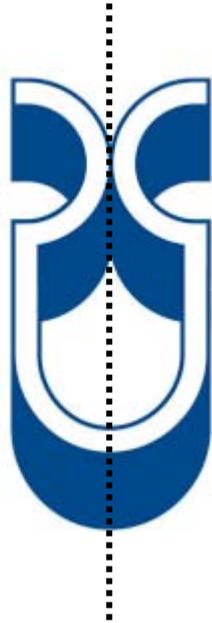
2.1.2 ANÁLISIS DE IMAGEN GRÁFICA

La Universidad del Azuay posee un manual de imagen donde se establece el manejo del logotipo de la institución con todos sus restricciones y libertades, el manejo de los colores primarios y secundarios permitidos por el manual, y la reglamentación en la papelería.

A través de su logotipo, la Universidad, se ha posicionado dentro de la ciudad y es muy importante su análisis para una propuesta de diseño interior a partir de la imagen corporativa.



Análisis del identificador o logotipo de la Universidad del Azuay.



Elementos morfológicos:

Al analizar el logotipo de la universidad del Azuay como un todo, se observa una relación entre lo bi-dimensional y lo tri-dimensional.

Las dicotomías se observan claramente y son datos importantísimos para tomarlos como referentes para el proceso de diseño.

Virtual - concreto.
Unidad - fragmentación.
Continuidad - ruptura.
Cerrado - abierto.

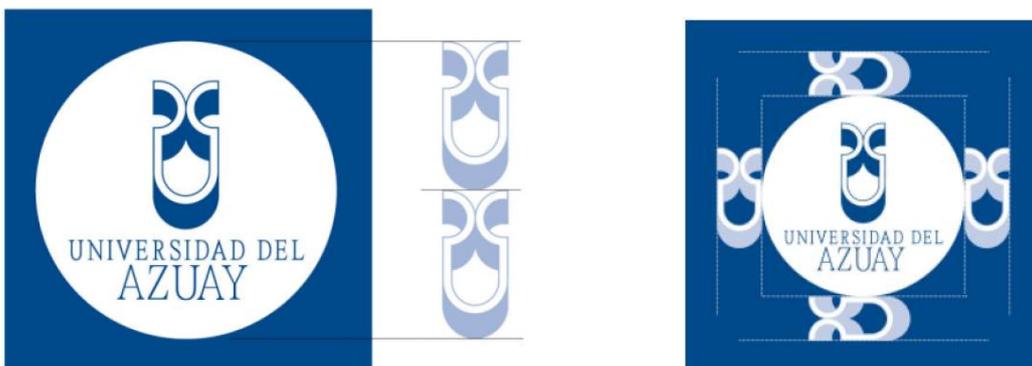
Existe además un eje de simetría.

Las sombras producen la tridimensionalidad y ruptura, mientras que forma bidimensional totaliza al logotipo.

Articulaciones y contactación.



Al observar las articulaciones del logotipo de la Universidad del Azuay, vemos el predominio de la línea curva, las simetrías y las formas de arcos.



2.1.3 ANÁLISIS DEL ESTADO FÍSICO ACTUAL

Se realizó una observación de los diferentes espacios interiores de la Universidad del Azuay con la finalidad de analizar su estado actual, encontrar problemas, conocer sus estructuras, la concepción de los espacios, su propuesta interior, y tomar las ideas más importantes, y encontrar ciertos parámetros que nos entreguen información para realizar la programación de la propuesta de diseño.

FOTOGRAFÍAS DE ALGUNOS ESPACIOS DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY.



La Universidad del Azuay por ser una institución académica, al igual que otras universidades cumple con diferentes funciones, ya que esta cuenta con espacios destinados para cada facultad.

Dentro de esta institución encontramos departamentos administrativos, oficinas privadas y oficinas en general, espacios académicos como las aulas, talleres, etc. Y las diferentes áreas que son para público en general como auditorios, bares, biblioteca.

Por ello hemos visto necesario dividir a la Universidad del Azuay en tres categorías:

- Aulas, cerca del 70%
- Decanatos de cada facultad (zonas administrativas), que es el 15%
- Zona pública en general, que es el 15%

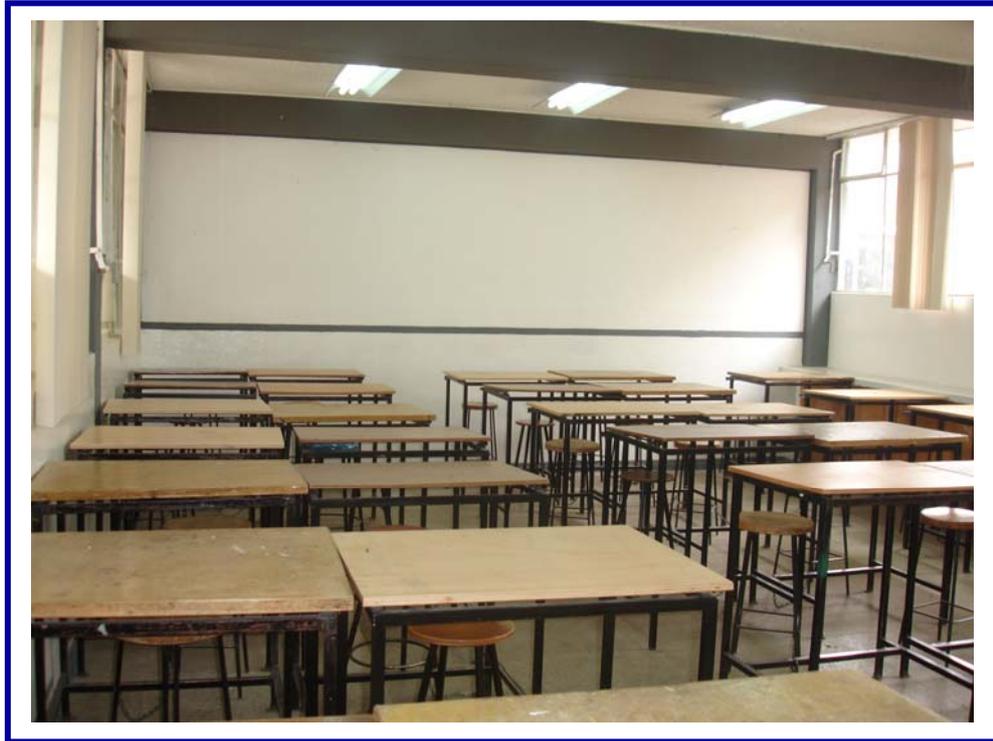
Como cada facultad cumple una función diferente, por lo tanto se diferencian en materiales, colores, mobiliario y distribución de espacios.

Las aulas dentro de cada una tienen un correcto uso del espacio, pese a que algunas son más amplias que otras, sin embargo la distribución del mobiliario es el correcto y suficiente para cada aula, pero este, debido al uso no satisface las necesidades de los estudiantes. Unos se encuentran en mal estado, rotos u oxidados.

En cuanto a la iluminación y ventilación en las aulas debido al diseño arquitectónico en algunas es favorable y en otras no, como por ejemplo: en las aulas de la facultad de diseño se ha observado que la iluminación y ventilación es correcta; en cambio en los últimos pisos de cada facultad, estos factores no son favorables por su forma y construcción.

La señalización en cada aula es de forma enumerada, pero en ciertas facultades las aulas carecen de señalización, no tienen soporte o lo que es peor no cuentan con el orden de la enumeración y esto es perjudicial tanto para estudiantes como para los profesores.





Aula de la Facultad de Diseño de la Universidad del Azuay



Aula de la Facultad de Administración de empresas de la Universidad del Azuay

El 15% del área interna de la Universidad del Azuay es para los decanatos de cada facultad, estos cumplen un papel muy importante ya que son la puerta principal para los estudiantes.

Cada decanato se diferencia en aspecto físico de construcción y diseño dentro de los cuales esta: pisos, cielorraso, paneles, mobiliario e iluminación.

Algunos decanatos en los últimos meses han cambiado colores y materiales, pero ninguno de ellos maneja un mismo criterio de diseño interior, como por ejemplo: el decanato de la facultad de diseño maneja colores rojo y blanco, paneles de madera pintados de color blanco, el piso alfombrado en ciertas partes y en otros es de vinil. En cambio en la facultad de administración los colores de las paredes son blancos, se usa el piso flotante y paneles de madera de color café.



Facultad de Diseño de la Universidad del Azuay

También podemos decir que ciertos decanatos constan con diferentes dimensiones, unos son más grandes que otros, por lo tanto cuentan con una mejor distribución del espacio.

Los decanatos más grandes cuentan con:

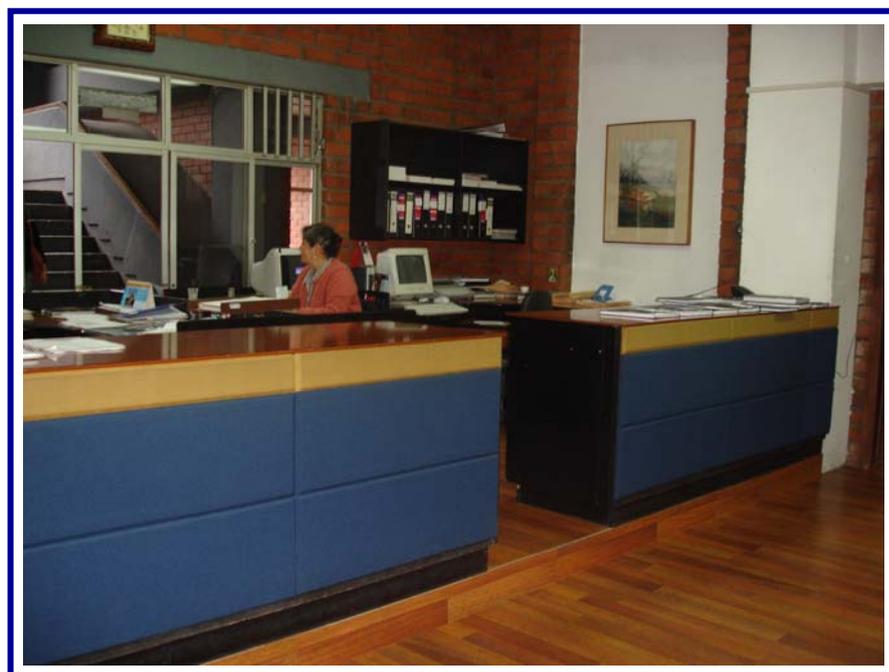
- Secretaria
- Decanato
- Subdecanato
- Sala de espera
- Sala de sesiones
- Servicios higiénicos

Los decanatos más pequeños cuentan con:

- Secretaria
- Decanato
- Subdecanato
- Sala de sesiones
- Servicios higiénicos



Decanato de la Facultad de Administración de empresas de la Universidad del Azuay





Decanato de la Facultad de Administración de empresas de la Universidad del Azuay



Decanato de la Facultad de Diseño de la Universidad del Azuay



Decanato de la Facultad de Diseño de la Universidad del Azuay

Como se observa en las fotografías de los diferentes decanatos de la universidad, no existe una ningún criterio de sistema uniforme, no existe ni semejanzas en colores, materiales, mobiliario.

Las decisiones son tomadas a razón de gustos y criterios de cada autoridad en las distintas facultades de la universidad.

El 15% de la universidad del Azuay es destinada a zona pública.

Dentro de este encontramos espacios como: *Administración general, la biblioteca, auditorios y el bar*. Por lo tanto son muy utilizados por la función que desempeña cada uno para los estudiantes y profesores.

En el bloque administrativo, la distribución de las oficinas es buena, en la planta baja se encuentran oficinas como secretaria general, información, etc. En la planta alta se encuentran oficinas como rectorado, vicerrectorado, recursos humanos, etc, jerarquiza espacios como son las oficinas de atención al publico diferenciando a las oficinas como rectorado, vicerrectorado.



Rectorado que se encuentra en el Bloque Administrativo de la Universidad del Azuay

El rectorado no mantiene un mismo criterio de diseño interior, pues también se diferencia en los materiales, colores y mobiliario a los decanatos de cada facultad. Los materiales que utiliza son madera de color café, paredes de color blanco, pisos de cerámica y madera, no marca áreas de circulación, mantiene un mismo criterio de iluminación al igual que las otras oficinas de la universidad.



Bloque Administrativo de la Universidad del Azuay



Acceso al Bloque Administrativo de la Universidad del Azuay



Vestíbulo del Bloque Administrativo de la Universidad del Azuay



Vestíbulo del Bloque Administrativo de la Universidad del Azuay

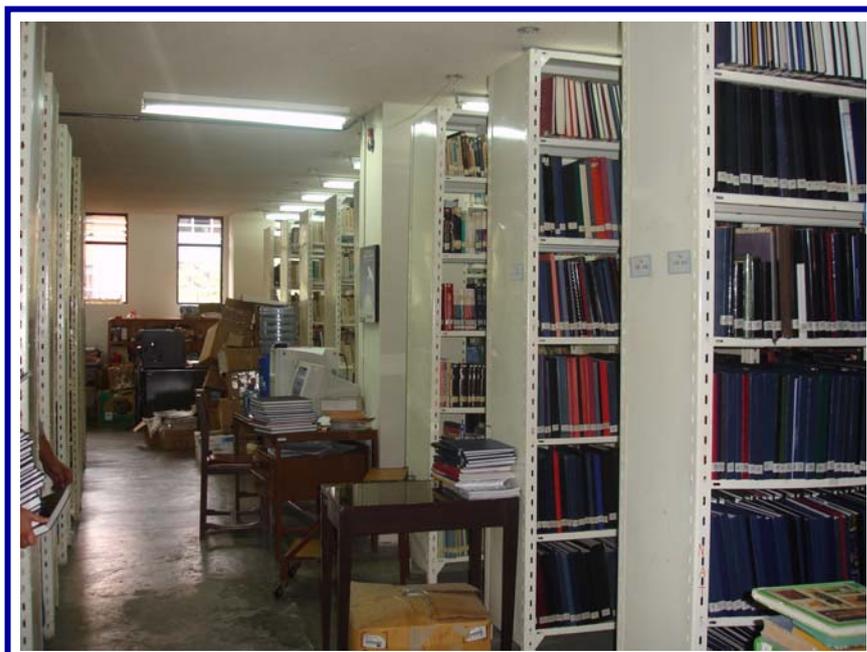


Oficinas planta alta del bloque Administrativo de la Universidad del Azuay

La biblioteca al igual que el bloque Administrativo maneja otro tipo de materiales, pero sin embargo es un espacio amplio que mantiene una buena distribución del mobiliario, tal vez este no se encuentra en tan buenas condiciones debido a los años de uso.



Biblioteca de la Universidad del Azuay.



Estantería para libros de la biblioteca de la Universidad del Azuay



Los auditorios también son espacios funcionalmente importantes ya que en ellos se realizan ciertos eventos académicos. Al igual que el Bloque Administrativo y la Biblioteca tienen otros materiales, pero también mantienen una buena distribución del mobiliario y este es el adecuado para dicho espacio.

Auditorio de la Universidad del Azuay



El bar es un espacio en que los estudiantes se reúnen después de acabar con la jornada de clases, ya sea para servirse algo o solo para encontrarse con amigos y conversar.



Bar de estudiantes y profesores de la Universidad del Azuay



Debido a que es un espacio muy utilizado, este tiene buena iluminación, pero carece de una correcta ventilación, no consta con un buen sistema de instalación de aire.

La distribución del mobiliario está colocado manejando criterios convencionales que no presentan problemas. Mantiene áreas de circulación, no tiene señalización, ni áreas destinadas para diferentes funciones, como son, el área de fumadores y no fumadores.

Algunos materiales arquitectónicos del bar, no están en buenas condiciones como son: pintura en las paredes, pisos, ventanas y servicios higiénicos.

Conclusiones generales.

La Universidad del Azuay presenta una imagen con su logotipo, con su papelería administrativa y como campus arquitectónico.

Los espacios interiores de la universidad mantienen respuestas en ciertos casos acertadas para el aspecto funcional, en otros no. Es importante a más de realizar un análisis espacial a nivel técnico, conocer los problemas que no son perceptibles, sino que las personas que laboran en estos espacios nos puedan dar sugerencias, de ahí que las más relevantes son.

En la biblioteca es muy incomodo para el personal administrativo tener que subir y bajar constantemente para la entrega de libros de investigación al estudiantado.

Los espacios no están en ciertos lugares mal utilizados, no existen zonas de estudio en base a discusión que son importantes pero que no se permiten actualmente.

La recomendación más grande fue la creación de una estantería abierta, donde sean los estudiantes quienes puedan acceder a los libros y realizar su investigación.

El control se manejaría a nivel electrónico a través de códigos y lectores de seguridad.

Ciertos aspectos funcionales para atención de estudiantes y público en general como ventanillas de secretarias no están bien resueltos.

En el bar de estudiantes obtuvimos información para un manejo de áreas de fumadores.

Como diseño, podemos ver que no existe ninguna relación entre las distintas zonas administrativas de la universidad, así como en su bloque administrativo.

En el caso de la señalética observamos que los soportes para la misma no se encuentran detallados en el actual manual de imagen de la universidad.



Entonces luego de este análisis destacamos que se hace imprescindible el planteamiento de una propuesta de “sistema”, que permita institucionalizar la imagen corporativa.

Planos arquitectónicos de los espacios indicados en el alcance **ANEXO 3**.

2.1.4 IMAGEN MENTAL DE SUS CONSUMIDORES.

Dentro de un proceso de diseño es importantísimo conocer las opiniones, las necesidades las visiones, las ideas que poseen las autoridades de la UDA como institución hacia una idea de renovación y fortalecimiento corporativo a través de su presentación visual en sus edificaciones a nivel de diseño interior.

Para la investigación de campo en la Universidad del Azuay nos dirigimos a las autoridades de la universidad en las personas de:

Dr. Mario Jaramillo Paredes.	Rector de la Universidad del Azuay.
Lcdo. Patricio Cáceres.	Coordinador Administrativo.
Ing. Jacinto Guillén.	Decano de Investigaciones.
Arq. Leonardo Bustos.	Decano de la Facultad de Diseño.
Arq. Roberto Zamora.	Director de Mantenimiento y Construcciones.

Análisis y conclusiones de la entrevista.

Al recopilar la información obtuvimos como resultado que la Universidad del Azuay presenta una imagen de una institución de educación de primera, de excelencia académica, en un marco de armonía entre sus estudiantes y sus autoridades.

El servicio de la educación es dirigido siempre desde un punto de vista de la excelencia académica y la relación de respeto y aprecio por parte del estudiantado y de las distintas autoridades de la Universidad.

Que caracteriza a esta institución:

En el plano:

Social:

La excelencia académica y esto se refleja en que la Universidad del Azuay es la primera universidad acreditada del Ecuador, este es un merito ganado por esta institución a partir de todo su esfuerzo.

Físico:

En el plano físico es muy interesante su campus, ya que presenta una armonía con la naturaleza.

Años atrás y en la actualidad ha sido afectado por los deslizamientos del terreno lo que ha impedido su crecimiento arquitectónico debido al alto costo de mantenimiento por los daños ocurridos.

Lo más característico de las edificaciones es el ladrillo visto.

Académico:

En el nivel académico posiciona a sus estudiantes como profesionales apetecidos en el medio profesional.

La calidad y la excelencia académica son una constante en la misión de la Universidad.

Desde el punto de vista comercial es muy importante la imagen corporativa para ser reconocida dentro de su mercado:

Dentro de este concepto la universidad posee una identidad arquitectónica dada por sus materiales, pero dentro en espacio interior no lo posee.

Es por ello de su apreciación de que son las personas especializadas en el tema son las personas más indicados para proponer criterios que identifiquen a la Universidad del Azuay, y que es una ventaja tener dentro de la Universidad a estos profesionales.

Otro punto importante a tener muy presente es que el 100% de las entrevistas nos entregó como resultado que es el color azul el color con el cual se identifica a la Universidad del Azuay.

Con el avance del tiempo las necesidades de establecer una fortaleza en la imagen corporativa es vital, y la Universidad del Azuay no puede quedar fuera ni retrasarse de esta actualidad institucional, fue la respuesta por parte de los directivos de esta institución. También el deseo de contar con una imagen contemporánea, nueva y que refleje la actualidad en conjunto con la historia e imagen establecida a lo largo de estos años.

La mejor manera de proponer una solución de diseño interior para la Universidad del Azuay, es llevar una idea de un sistema que unifique a la imagen de los espacios interiores de la Universidad del Azuay.

Entonces observamos que un sistema de diseño interior a través de un manual es la mejor manera de realizar una propuesta eficaz.

La visión de los espacios con una nueva estética y con una identidad corporativa es la de espacios más amigables para las personas que trabajan en los mismos y los que acceden a sus servicios.

Una idea de contemporaneidad que refleje el diseño actual, que no descordine con la apariencia exterior, espacios abiertos que no encierren a las personas.

Al mantener una identidad en todos sus componentes la mejor manera de coordinar todas las instancias de diseño de la Universidad del Azuay es fundamental, es por ello

que se tiene que tomar muy en cuenta el manual de imagen gráfica actual de la universidad.

Si bien el costo de ejecución de un proyecto de diseño para toda la universidad es alto, es necesario tener una normativa global para toda la Universidad, si solucionamos casos puntuales, esto fragmentaría más a la estética interior de los espacios de la universidad.

Si bien el aspecto económico es muy importante y en muchos casos restringidos, hay elementos como pisos, paneles, cielo rasos que son los elementos más significativos del diseño interior y que se deberían cambiar por necesidad de la sistematicidad.

Al terminar la investigación podemos analizar que es muy importante tomar en cuenta el manual de imagen gráfica de la Universidad del Azuay, que entrega de una manera general ciertos criterios que se tendrán muy en cuenta al momento de crear una propuesta de Diseño Interior.

Así también observamos la apertura para el progreso en el mundo del diseño contemporáneo por parte de las autoridades de la Universidad del Azuay.

Luego de haber realizado un análisis profundo de varios aspectos que van desde un análisis espacial, hasta un criterio personal, se han encontrado muchos lineamientos que nos llevarán a proponer un sistema de diseño interior que satisfaga a todas las necesidades encontradas, siempre realizando ajustes necesarios, ya que no podemos dejar de analizar mientras se realiza el proceso de diseño, este aspecto es muy importante ya que nos llevará al éxito de la propuesta.

Manual de Imagen de la Universidad del Azuay. **ANEXO 4.**

3 FASE DE PROGRAMACIÓN

3.1 CONDICIONANTES DE DISEÑO.

A través de la filosofía institucional:

- Seguridad y seriedad.
- Educación y respeto.
- Contemporánea y elegante.

A través de la imagen mental:

- El color azul como color identificativo de la Universidad del Azuay.
- Ambiente sociable: personal – estudiantil.
- Evolución en el ámbito empresarial y de imagen corporativa.
- Unidad como identidad institucional.

A través del logotipo:

- Línea curva y el dinamismo

A través del estado actual:

- Unificar con un concepto de identidad a los espacios interiores de la UDA.

A través de sus espacios y sus funciones.

Formamos matrices de espacios, su uso, sus necesidades.

AULA TIPO	AREA	MOBILIARIO	NECESIDAD
Área profesor	2m ²	escritorio	Área amplia
		sillas	escritorio
			sillas
			pizarrón
área de alumnos	18m ²	escritorios	escritorios
		sillas	sillas
			área amplia
			casilleros

Bloque Administrativo.

ESPACIO	ÁREA	MOBILIARIO	OBSERVACIONES
PLANTA ALTA.			
RECTORADO	49 m2	Escritorio con auxiliar 3 sillas para recepción Sala de recepción Librero	El área más importante del espacio. Distintivo por su elegancia.
VICERRECTORADO			
	32 m2	Escritorio con auxiliar 3 sillas para recepción	Importante por su imagen elegancia.
SECRETARIA GENERAL		2 sofás de espera	
	66 m2	4 escritorios sillones de espera iluminación muy eficiente.	Hambiente calido de atención al público en general.
SECRETARIA RECTORADO			
	10 m2	escritorio 2 sillones de atención 2 sillones de espera	se convierte en el vestibulo del rectorado, entonces tipología adecuada.
SALA DE SECCIONES		fichero	
	22 m2	sala de reuniones archivero area de receso	espacios adecuados para una circulación eficaz
CONSEJO UNIVERSITARIO		2 escritorios	
	20 m2	mesa de reunión librero	espacios adecuados para una circulación eficaz
SECRETARIA RECURSOS HUMANOS.			
	36 m2	1 escritorio 2 sillones de atención 2 sillones de espera archivero	espacios adecuados para una circulación correcta.
RECURSOS HUMANOS			
	28 m2	escritorio 2 sillones de atención	espacios adecuados para una circulación correcta.
SALA DE ESPERA.		2 sillones de espera	
	50 m2	muebles de descanso mesa de centro	espacios adecuados para una circulación correcta.

PLANTA BAJA			
DECANATO ADMINISTRATIVO			
	36 m2	escritorio con auxiliar 2 sillones de atención sala de espera	ambiente confortable para la espera de atención.
CONTABILIDAD			
	50 m2	2 escritorios con auxiliar escritorio simple area de receso	no accesos al público en general.
CONESUP			
		2 escritorios con auxiliar escritorio simple	acceso por ventanilla para trámites inmediatos.
PERSONAL			
	28 m2	sala de estar	area de receso para el personal
INFORMACIÓN			
	9 m2	escritorio archivero	espacio de atención por ventanilla.
COLECTURIA			
	28 m2	3 escritorios 2 archiveros	atención por ventanilla
VESTÍBULO ADMINISTRATIVO.		3 sillones	
		sala de estar información y señalización.	área amplia y con excelente iluminación natural.

FACULTAD DE DISEÑO.

FACULTAD DE DISEÑO			
SECRETARIA GENERAL	9 m2	escritorio con auxiliar archivero librero	maneja la comunicación para relacionar al sistema interno con el estudiantado y público en general.
SECRETARIA 2	16 m2	1 escritorio archiveros librero	manejo interno de la facultad de diseño.

SALA DE PROFESORES	15 m2	sala de estar área de cafetería	punto fácil de acceder en la circulación por el espacio.
DECANATO	26 m2	escritorio con auxiliar sillones de atención 3 sillones de espera librero	demostrar la imagen de la facultad de diseño.
SUBDECANATO	14 m2	escritorio con auxiliar 2 sillones de atención 1 archivador 1 mesa de reunión	La imagen académica de la facultad de diseño.
SALA DE SESIONES	17 m2	1 mesa para 10 personas 1 librero	espacio muy pequeño para el número de personas en sesión.
SALA DE SESIONES ESTUDIANTIL.	70 m2	40 sillas 1º escritorio instalaciones para presentaciones digitales	espacio amplio y que presenta las facilidades para realizar las actividades de clases y reuniones.

BAR DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY			
	AREA	MOBILIARIO	NECESIDAD
Cocina	19,95m ²	Módulos de cocina	Área amplia
		cocina	área limpia
		lavador de platos	área ventilada
		refrigeradora	
Área de comidas	169m ²	mesas	mesas
		sillas	sillas
		barra	barra
		taburetes	taburetes
			ceniceros
expendios	49m ²	repisas	repisas
		neveras	neveras
		estantes	estantes
servicios higiénicos	30m ²	inodoros	inodoros
		lavamanos	lavamanos
		jaboneros	jaboneros
		papeleros	papeleros
		espejos	espejos
			extractor de olores

BIBLIOTECA DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY			
	AREA	MOBILIARIO	NECESIDAD
Bodega de libros	136,5m ²	estantes	Área amplia
		libreros	estantes
			área ventilada
			libreros
Zona Administrativa	52m ²	escritorios	escritorios
		sillas	sillas
		estantes	estantes
		libreros	libreros
			área baja
Área de investigación	54m ²	mesas	mesas
		sillas	sillas
			cubículos
servicios higiénicos	4m ²	inodoros	inodoros
		lavamanos	lavamanos
		jaboneros	jaboneros
		papeleros	papeleros
		espejos	espejos
			extractor de olores

3.2 CREACION DE UNA ESTRUCTURA CONCEPTUAL.

A partir de la investigación y al realizar el análisis del uso de los espacios seleccionados se plantea la idea de crear un espacio percibido como un todo y que al mismo tiempo se segmente por la funcionalidad.

3.2.1 Temática conceptual de inspiración.

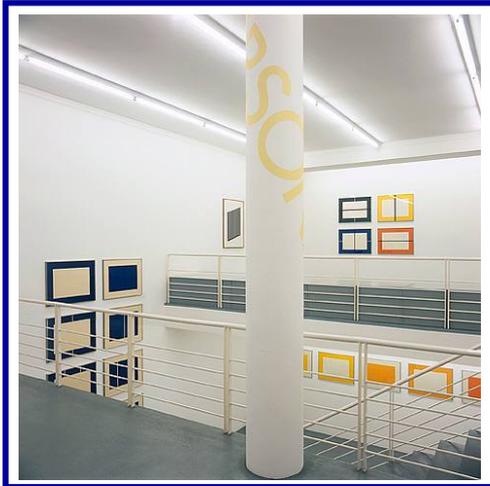
Como se mencionó en el análisis de la imagen gráfica de la Universidad del Azuay, es importante tener en cuenta las conclusiones tomadas de este estudio, además de fusionarla con todo la investigación realizada a partir de la guía de diseño.

Nuestra posición, frente a estos resultados, es proponer un concepto fuerte, que conjugue la imagen corporativa actual de la UDA con el criterio de identidad única, para reforzar la comunicación a través del diseño.

Por ello planteamos un concepto a partir de la huella digital y del código de barras como inspiración de identidad en conjunto con la morfología del logotipo, en donde los parámetros más generales son la sobriedad, la elegancia, la innovación, la sistematización del espacio como un todo uniforme y armónico.

Proponemos el concepto de huella digital y del código de barras, ya que su significado conlleva a un **identificativo único**, que necesita la Universidad del Azuay en su diseño interior. Esta propuesta llevará a esta institución a tener una huella única que la identifique de cualquier institución educativa superior y que a su vez fortalecerá obviamente a su imagen corporativa.





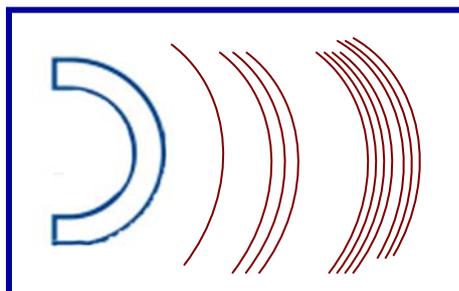
Huella dactilar.

Una huella dactilar o digital es la impresión visible o moldeada que produce el contacto de las crestas papilares. Característica individual que se utiliza como medio de identificación de las personas. En este caso al ser llevada al campo del diseño será manejada bajo las instancias de bi y trimimensionalidad.



Crestas papilares.

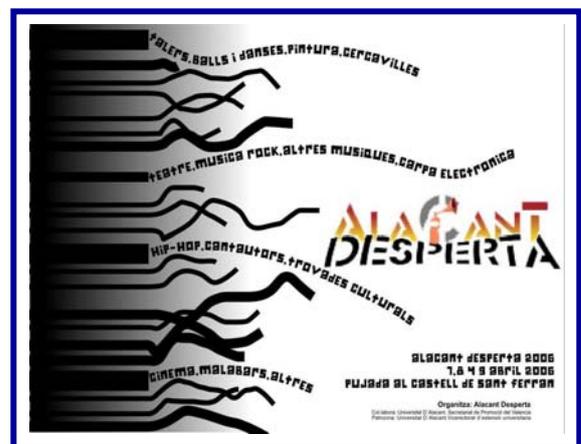
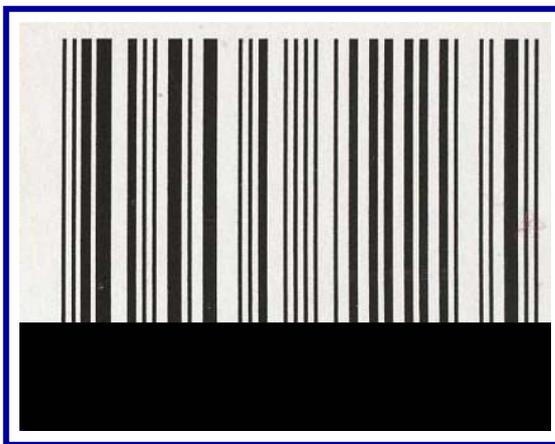
La relación existente con el logotipo es a través de los elementos morfológicos curvos.



El código de barras.

Es la representación de una determinada información mediante un conjunto de líneas paralelas verticales de diferente grosor y espaciado.

Entre sus requisitos básicos se encuentran la visibilidad y fácil legibilidad, por lo que es imprescindible un adecuado contraste de colores. En este sentido, el negro sobre fondo blanco es el más habitual, encontrando también azul sobre blanco o negro sobre marrón.



Código de barras.



El concepto que generará la propuesta de diseño interior está enfocado a crear un sistema de lectura clara entorno a los criterios ya mencionados, provoca una postura fácil a seguir y entrega lineamientos precisos para su ejecución.

Más detalles de los elementos de la temática de inspiración. **ANEXO 5.**

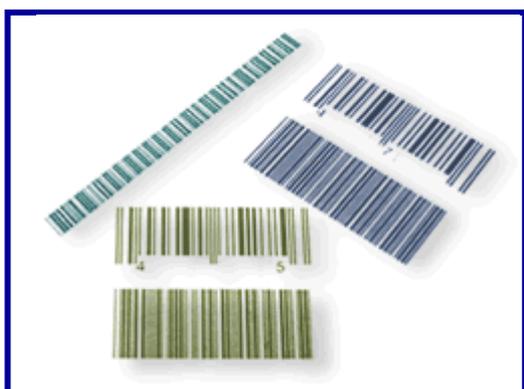
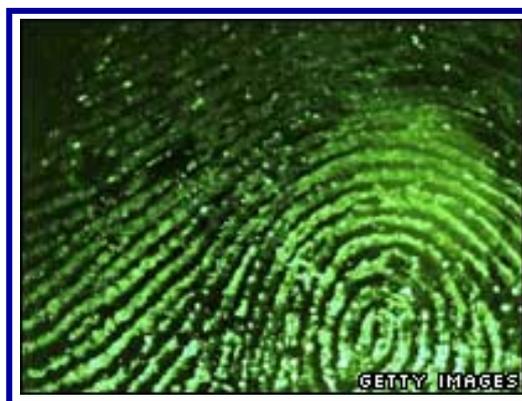
3.2.2 CRITERIOS FUNCIONALES

- Optimizar áreas de circulación.
- Correcta distribución de espacios a partir del organigrama institucional.
- Mejorar el proceso de interrelación en las zonas públicas y de atención.
- Renovar los procesos de uso a través de tendencias actuales.

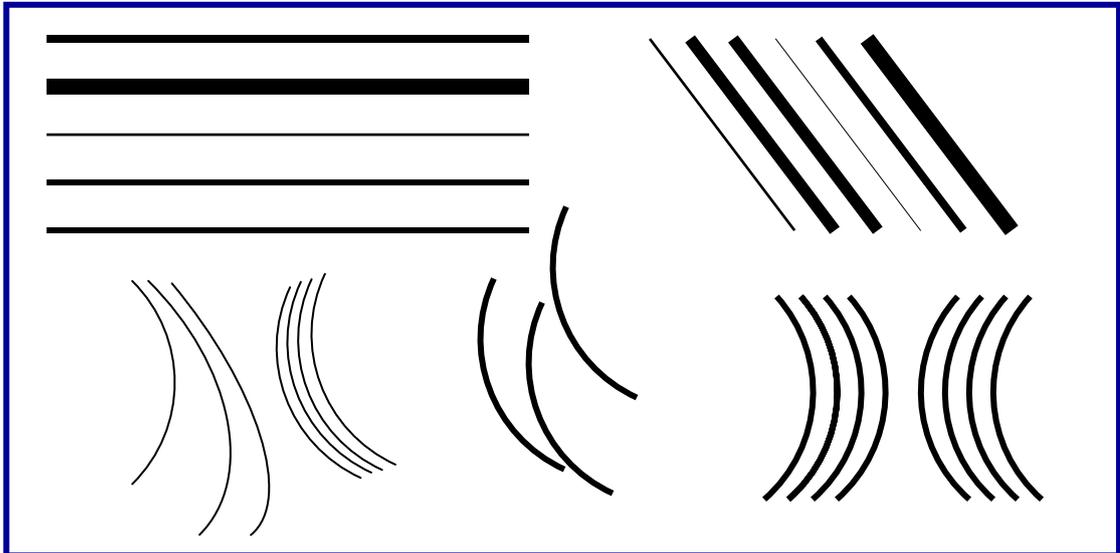
3.2.3 CRITERIOS EXPRESIVOS

Determinar los elementos más representativos para un manejo del lenguaje y de la morfología en una instancia posterior es importante para tomar los referentes para la propuesta de diseño.

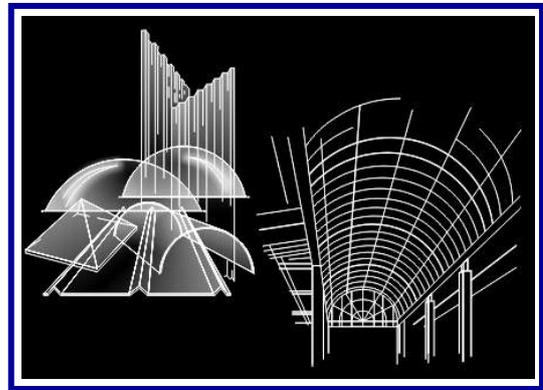
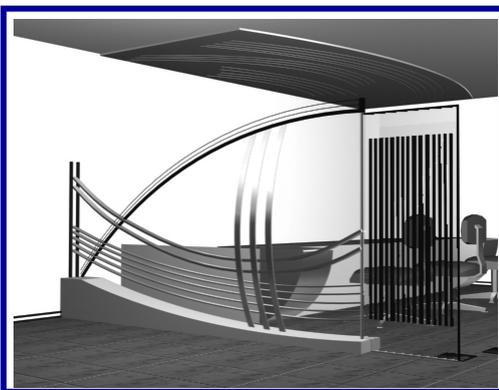
Como se indicó anteriormente los elementos más dominantes para generar la propuesta de diseño están basados en líneas curvas (logotipo, huella digital) y en líneas rectas (código de barras), instrumentos que provocan pares semánticos y amplitud de criterios para elaborar propuestas.



Al momento lo más importante es encontrar los elementos más significativos antes de llegar a una etapa de lenguaje y morfología como propuesta, ya conociendo cuales son los mecanismos a seguir.



Estos elementos morfológicos tomados del mundo bidimensional lo llevamos a lo tridimensional como lenguaje.

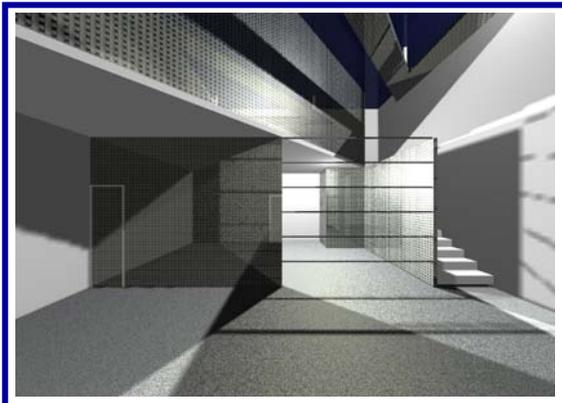




3.2.4 CRITERIOS TECNOLÓGICOS.

En el campo del diseño los materiales pueden transformarse dentro de una propuesta y ser llevados a nuevas formas, nuevas funciones, nuevas estéticas lo que nos demuestra que en el mundo contemporáneo para el diseño, es la creatividad y la imaginación lo que rige como referente al momento de realizar una propuesta.

La iluminación hoy en día es un arte, la gran carga expresiva que puede generar un correcto uso de este criterio y sus características conllevan a soluciones con efectos visuales y profesionales.



A partir de estos preceptos nuestra postura es que a través de la tecnología la propuesta sea:

● Versátil.

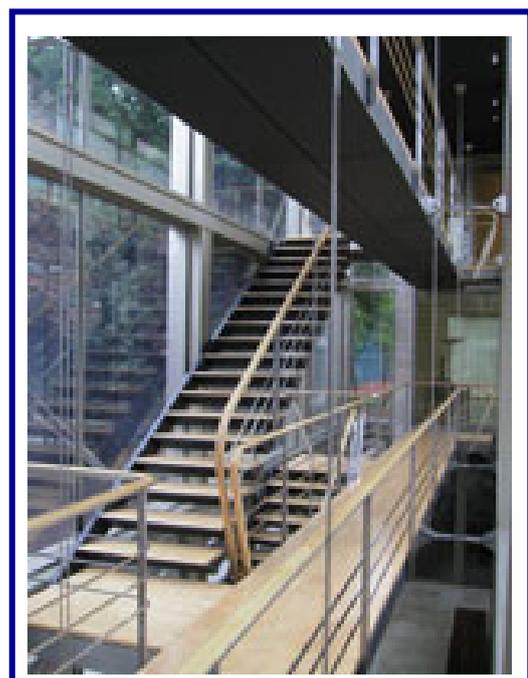
Es decir que la propuesta pueda tener la posibilidad de “moverse”, que no se permanente, que a través de mecanismos tecnológicos el diseño interior pueda variar.

Además es muy importante conocer el contexto actual del diseño para tener una visión más amplia para ir generando casos puntuales. Por poner un ejemplo.

Los sistemas de seguridad facilitan el trabajo y mejoran los resultados en muchos ámbitos, tal es el caso de la biblioteca en donde la propuesta estará dirigida a un autoservicio por parte de los visitantes a realizar su investigación, con la propuesta de estantería abierta. Es por ello que se necesita de sensores de seguridad para evitar la sustracción de libros sin autorización.



CONTEXTO ACTUAL DEL DISEÑO.





4. FASE DE PROPUESTA.

En esta etapa luego de haber recogido los datos más importantes y haber generado un lenguaje a través de un concepto, se presenta la propuesta de diseño.

La propuesta generada para la Universidad del Azuay tiene un alcance para los espacios de:

- Bloque Administrativo
- Facultad de Diseño
- Biblioteca
- Bar de estudiantes
- Aula tipo

4.1 Concreción material y constructiva a partir del concepto.

Los elementos que representan el diseño interior son:

- Pisos
- Cielos rasos
- Panelería
- Paredes
- Disposición espacial
- Relación con la señalética
- Iluminación
- Seguridad

Los parámetros que se han tomado para la resolución del proyecto, fueron a partir de la forma, la función y la tecnología, que son los elementos conceptuales del diseño.

Pisos.

En los espacios los pisos se manejan a través de criterios según su función, así las zonas de oficinas se materializan a través de alfombra color azul tomado de la imagen gráfica (fig1), las zonas de circulación entablado de madera (teca) con placas metálicas de dimensiones variables en su ancho para materializar el concepto de código de barras (fig2), que se encuentran colocadas en las zonas de atención al público, de circulación y para focalizar zonas de descanso.

Todos los detalles técnicos y constructivos se encuentran en el “Manual de Diseño Interior” adjunto en este proyecto.



fig1

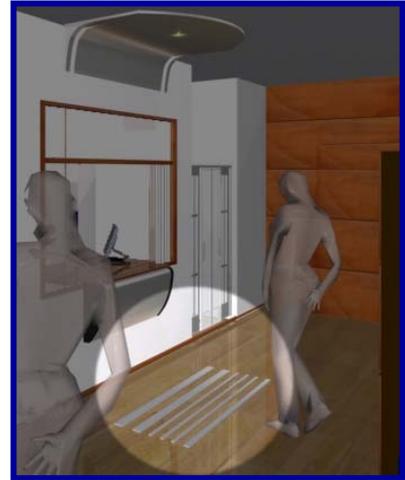


fig 2



Cielos rasos.

La concepción de los cielos rasos fue a través de la línea curva tomada del logotipo de la UDA, con detalles finales de color azul, iluminación general e iluminación por cornisa. Este criterio está propuesto para todos los espacios administrativos. (fig3)



fig3



Panelería.

Los criterios tomados fueron los del código de barra, expresados y materializados en vidrio con franjas deslustradas y traslucidas, con el objetivo de crear espacios abiertos visualmente. (fig4)

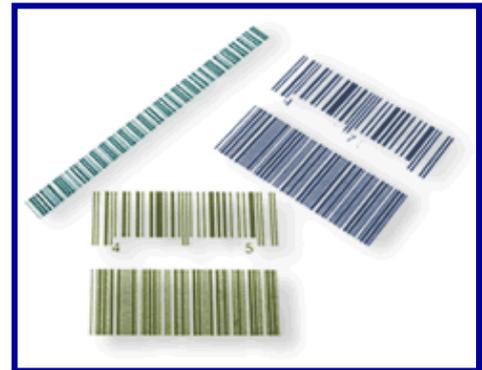


fig4

Paredes.

Las paredes se convierten en elementos neutros de separación de espacios, está tomado del fondo blanco que envuelve al logotipo de la UDA. (fig5)



fig5

Panelados.

Panelados de madera tomados de la filosofía e imagen mental del estudiantado, para generar elegancia, seriedad, seguridad, contemporaneidad.

Los módulos rectos fueron tomados del código de barras. (fig6)



fig6

Zonas de Atención.

La Universidad del Azuay al ser una institución de servicio, debe presentar zonas amigables para la atención al público en general, estas zonas las realizamos con los criterios del código de barras e iluminación por focalización, además de mobiliario diseñado en relación a la estética especial. (fig7, fig8)



fig 7

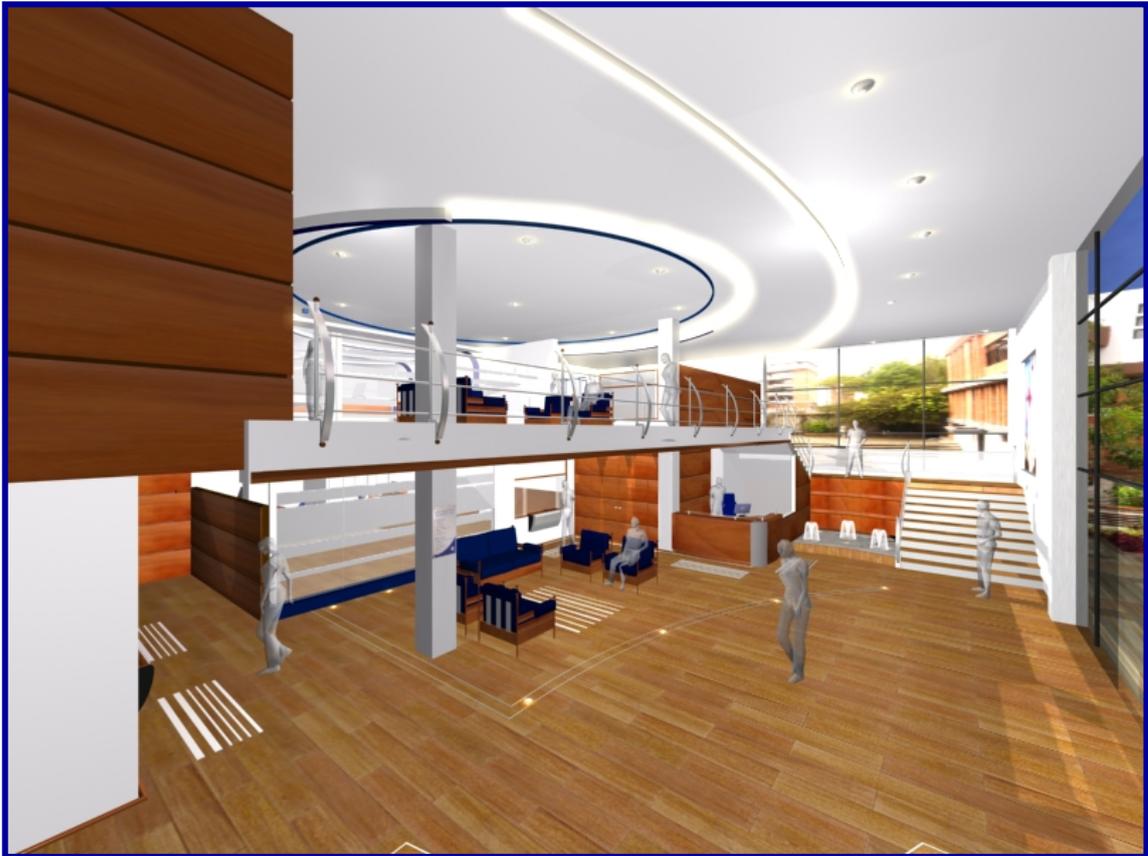


fig8

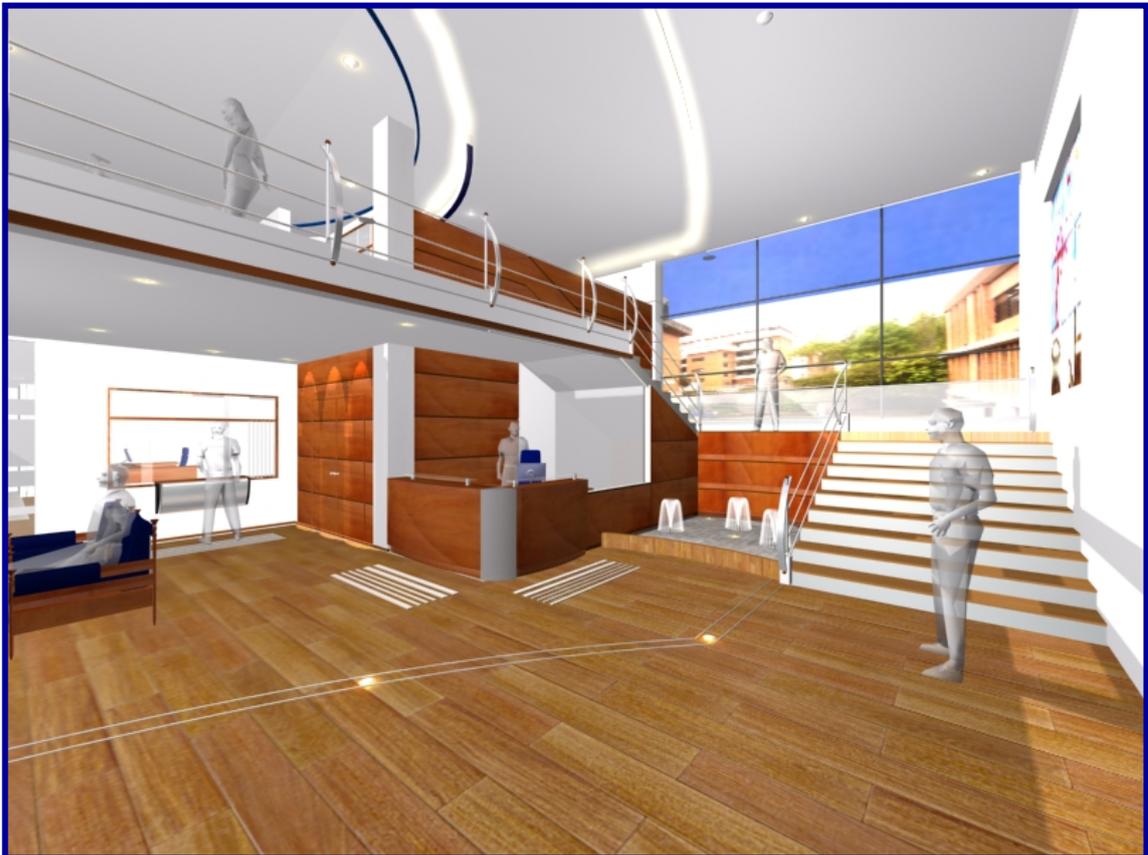
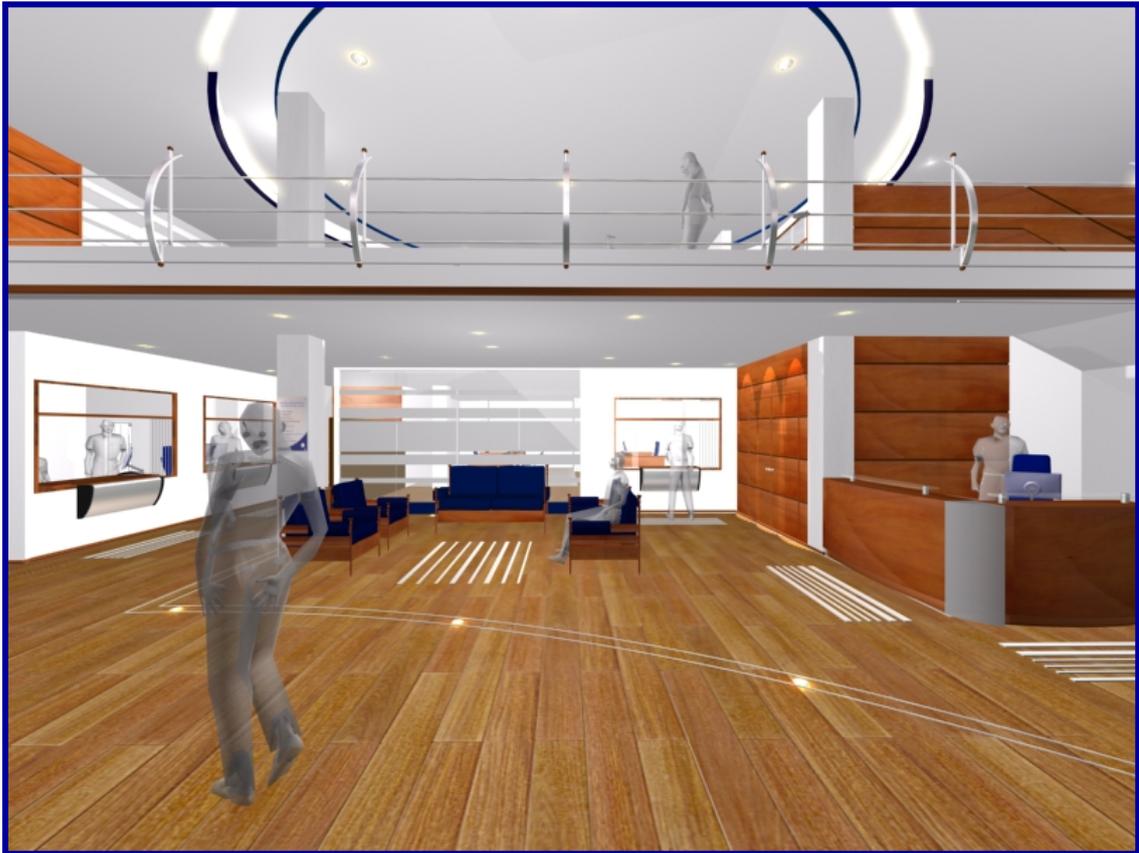
A continuación se presentan las imágenes completas de los espacios mencionados.

4.2 Imágenes de la propuesta.

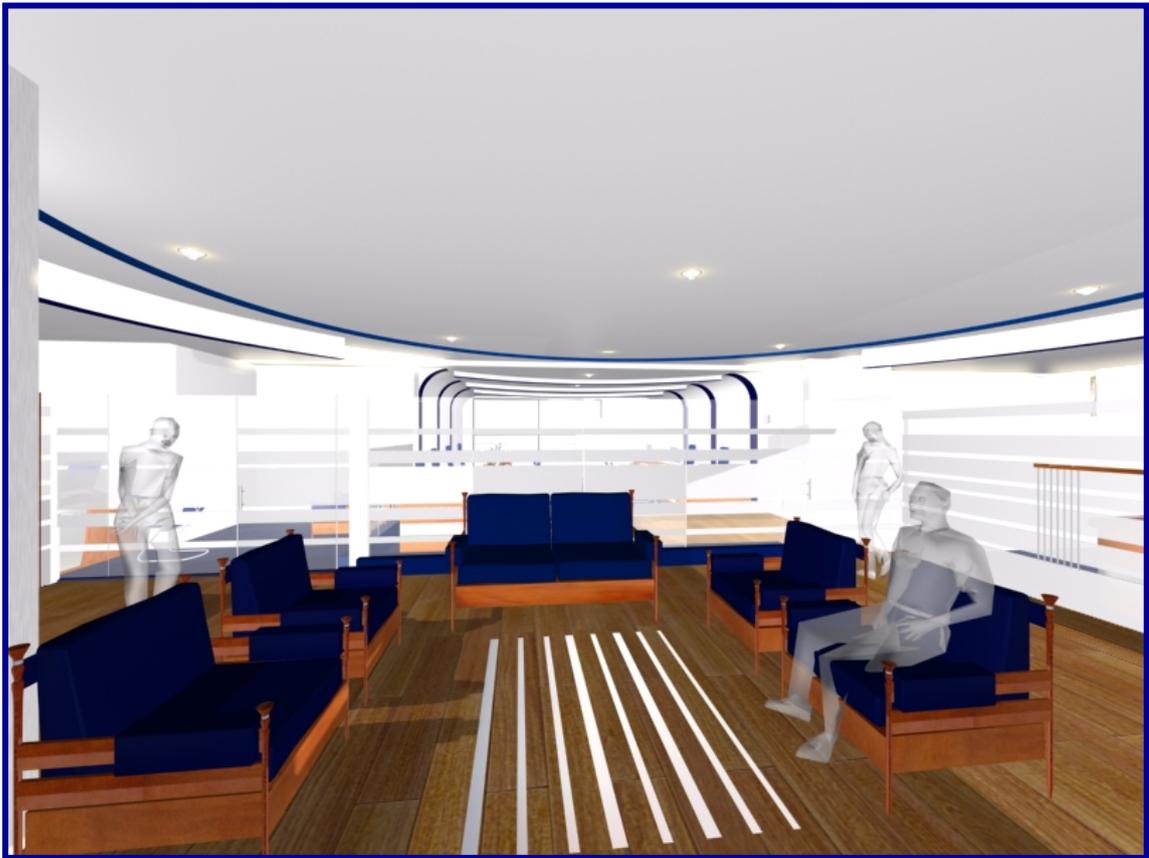
BLOQUE ADMINISTRATIVO.



BLOQUE ADMINISTRATIVO



BLOQUE ADMINISTRATIVO



BLOQUE ADMINISTRATIVO



FACULTAD DE DISEÑO.



FACULTAD DE DISEÑO.



FACULTAD DE DISEÑO.



BIBLIOTECA



BIBLIOTECA



BIBLIOTECA



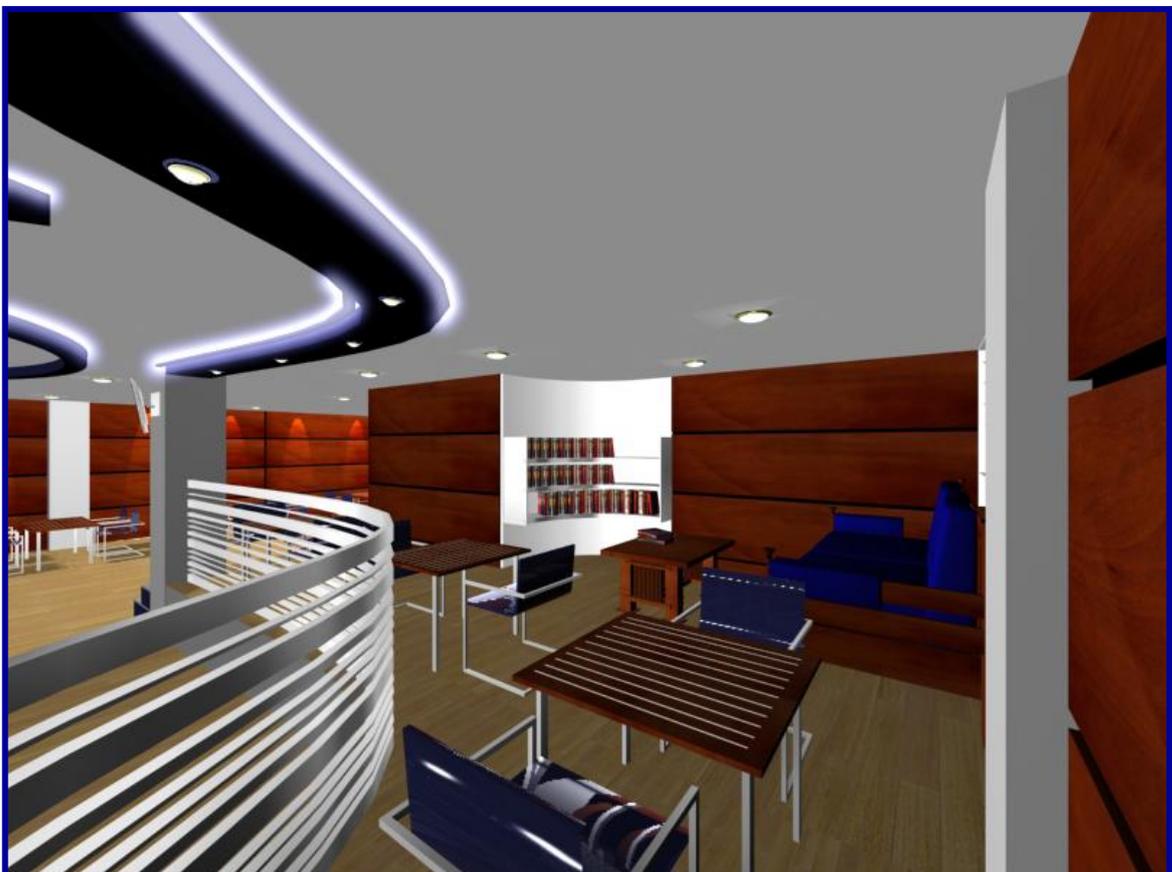
BAR DE ESTUDIANTES



BAR DE ESTUDIANTES



BAR ESTUDIANTIL



AULA TIPO



AULA TIPO



Luego de realizarse La fase de propuesta es importante entregar un presupuesto referencial para conocer los gastos que se incurre en la misma.

El presupuesto que se presenta a continuación es del bloque administrativo de la Universidad del Azuay.

El presupuesto consta de un listado de rubros, un presupuesto referencial, cronograma valorado y precios unitarios, para estos dos últimos ver **(ANEXO 6)**

Codigo	LISTADO DE RUBROS.	Unidad	área
1000A	Obras Preliminares		
1000A2	Remoción de tabiquería.	m2	5
1000A3	Remoción de piso de cerámica	m2	243,79
1000A4	Derrocamiento de mampostería	m3	3
1000A5	Desalojo de material	m3	10
1000A6	Remoción de cielo raso	m2	487
1002B	Panelería		
1002B1	Vidrio templado de 10 líneas	m2	20,6
1002B2	Tabiquería de cedro	m2	29,07
1002B3	marcos para ventanilla de atención	U	4
1003C	Revestimientos y acabados		
1003C1	Grafiado de columnas	m2	9,6
1005D	Pisos		
1005D1	Piso flotante de mediano tráfico	m2	* 271,59
1005D3	Entablado de madera (TECA)	m2	254,24
1005D4	Alfombra (antialérgica)	m2	* 271,59
1006E	Cielo raso		
1006E1	Gypsum de 1,5cm (estructura de aluminio)	m2	852
1010G	Instalaciones Eléctricas		
1010G2	Puntos de iluminación	U	20
1010G3	Toma corriente	U	20
1013J	Mobiliario		
1013J1	Silla para oficina LAVORO	U	16
1013J2	Áreas de descanso LAVORO	U	2
1013J3	Escritorios de atención al público	U	8
1013J4	Archivadores LAVORO	U	5
1013J5	Silla para gerencia LAVORO	U	4
1013J6	Escritorios para oficinas	U	4
1013J7	Mobiliario para información	U	1
1013J8	Estantes para oficinas LAVORO	U	4

1016M	Pinturas		
1016M1	(SPRED SATIN) INTERIORES	m2	108
1017N	Puertas		
1017N1	PUERTA VIDRIO 10 LINEAS	m2	4,8
1017N2	PUERTA DE MADERA Y VIDRIO	U	5
1018O	Luminarias		
1018O1	lets	U	12
1018O2	Ojo de buey	U	
1018O3	LAMPARAS FLUORESCENTES	U	8
1018O4	Iluminación por cornisa	m	82,2
1018O5	Media luna	u	24
1019P	Fuente de agua		
1019P1	Fuente de agua	U	1
1020Q	Pasamano		
1020Q1	Pasamano de metal cromado	ml	11
1021R	Señalética		
1021R1	Señalética individual	U	15
1021R2	Señalética informativa	U	2

* Materiales que son de opción para las áreas de oficina

Tiempo estimado para la ejecución del proyecto. 6 semanas

4.3 PRESUPUESTO REFERENCIAL

PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FECHA: 14 DE ENERO DE 2007 AREA DE INTERVENCIÓN: 756 m2

ITEM	ACTIVIDADES SEGÚN PROGRAMA DE OBRA	UNIDAD	COSTO UNIT	AREA TOTAL	COSTO TOTAL	% OBRA
1000A2	Remoción de tabiquería	m3	\$ 3,58	5	\$ 17,90	0,03%
1000A3	Remoción de piso de cerámica	m2	\$ 3,63	243,79	\$ 884,96	1,38%
1000A4	Derrocamiento de mampostería	m3	\$ 4,05	3	\$ 12,15	0,02%
1000A5	Desalojo de material	m3	\$ 10,09	10	\$ 100,90	0,16%
1000A6	Remoción de cielo raso	m2	\$ 2,74	487	\$ 1.334,38	2,08%
1006EI	Cielo Raso gypsum general	m2	\$ 18,74	852	\$ 15.966,48	24,85%
1003C1	Grafiado de columnas	m2	\$ 15,32	9,6	\$ 147,07	0,23%
1002B1	Panelería de vidrio	m2	\$ 132,72	20,6	\$ 2.734,03	4,25%
1002B2	Tabiquería de cedro	m2	\$ 42,63	29,07	\$ 1.239,25	1,93%
1002B3	Marco para ventanilla de atención	U	\$ 39,00	4	\$ 156,00	0,24%
1005D4	Piso alfombra	m2	\$ 18,13	271,59	\$ 4.923,93	7,66%
1005D3	Entablado	m2	\$ 44,59	254,24	\$ 11.336,56	17,64%
1010G2	Punto de luz en EMT	U	\$ 17,78	20	\$ 355,60	0,55%
1010G3	Toma corrientes	U	\$ 25,18	20	\$ 503,60	0,78%
1017N2	Puertas de madera	U	\$ 337,50	5	\$ 1.687,50	2,63%
1013J1	Mobiliario (sillas para oficina)	U	\$ 118,75	16	\$ 1.900,00	2,96%
1013J2	Mobiliario área de descanso	U	\$ 762,50	2	\$ 1.525,00	2,37%
1013J7	Mobiliario para información	U	\$ 274,59	1	\$ 274,59	0,43%
1013J3	Escritorios de atención al	U	\$ 242,90	8	\$ 2.196,72	3,42%
1013J2	Archivadores	U	\$ 118,75	5	\$ 593,75	0,92%
1013J6	Escritorios para oficinas	U	\$ 300,00	4	\$ 1.200,00	1,87%
1013J5	Mobiliario (silla para gerencia)	U	\$ 137,50	4	\$ 550,00	0,86%
1013J8	Mobiliario (estante para oficina)	U	\$ 450,00	5	\$ 2.250,00	3,50%
1016M1	Pintura	m2	\$ 4,44	108	\$ 479,52	0,75%
1018O1	lets	U	\$ 8,95	12	\$ 107,40	0,17%
1018O2	media luna	U	\$ 26,20	24	\$ 628,80	0,98%
1018O4	Iluminación por cornisa	m	\$ 50,00	82,2	\$ 4.110,00	6,40%
1018O3	Lámpara fluorescente	U	\$ 42,19	8	\$ 337,52	0,53%
1019P	Puerta de vidrio	m2	\$ 150,94	4,8	\$ 724,51	1,13%
1019P1	Fuente de agua	U	\$ 4.082,13	1	\$ 4.082,13	6,35%
1020Q1	Pasamano	ml	\$ 121,28	11	\$ 1.334,08	2,08%
1021R1	Señalética individual	U	\$ 20,00	15	\$ 300,00	0,47%
1021R2	Señalética informativa	U	\$ 131,25	2	\$ 262,50	0,41%
			TOTAL		\$ 64.256,84	100,00%

5. CONCLUSIONES:

Al concluir con este trabajo es importante observar que los objetivos del mismo han sido cubiertos satisfactoriamente.

Se encontraron los mejores lineamientos para una correcta propuesta. El apoyo conceptual fue fundamental como sustento teórico y de análisis.

La investigación mostró que los criterios del diseño, como generador de imagen, son primordiales para obtener una mejor respuesta de clientes o consumidores dentro del ámbito comercial en empresas o instituciones, cuando hablamos de imagen corporativa.

Además se encontró que el 90% de entidades comerciales en la ciudad de Cuenca que presentan una imagen corporativa no utilizan un sistema concreto de diseño interior para la intervención de sus propuestas en sus distintos locales.

Los conocimientos que se han generado a través de los resultados de este trabajo apoyarán de gran manera al momento de generar un proyecto en el ámbito profesional del diseño interior.

El diseño interior se encuentra en relación con la imagen corporativa como un intermediario entre los objetivos institucionales y el consumidor como un agente comunicacional.

Este propósito de comunicación se logró a través de la sistematicidad como producto, como un todo generando así un símbolo de identidad.

Algunos de los resultados que se obtuvieron fueron:

- En primera instancia se investigó a 35 locales comerciales en la ciudad de Cuenca. Estos resultados entregaron los parámetros más importantes para crear una guía de diseño interior a partir de la imagen corporativa.

Esta guía está elaborada con la finalidad de ser aplicada a cualquier entidad de comercio o de servicios, que pretenda fortalecer su imagen corporativa a través del diseño interior.

La misma que facilitó mucho el proceso de diseño para la segunda parte de este trabajo.

- Dentro del proceso diseño se formuló un sistema de diseño interior para la Universidad del Azuay y que fue concretado en un “Manual de Diseño Interior” para la misma.
- El resultado final ha sido la consecuencia de un proceso activo sustentado, revisado y mejorado constantemente para alcanzar un producto que satisfaga y cumpla las expectativas de las autoridades de la Universidad del Azuay.
- Gracias al apoyo y colaboración de las autoridades de la UDA, se ha logrado satisfacer a las expectativas de las mismas y aportar con el desarrollo de su imagen institucional.
- Como estudiantes de la UDA es de mucho agrado aportar con soluciones a necesidades de diseño y de función que sólo como estudiante se puede sentir.

6. RECOMENDACIONES:

Luego de haber analizado la importancia del diseño interior dentro de la imagen corporativa institucional, se considera de gran importancia la aplicación de estos criterios para el fortalecimiento de imagen dentro de un mundo globalizado donde la identidad es la diferencia.

Si bien crear una imagen espacial global genera un alto costo de inversión, esta constituye una evolución que se la puede ir sembrando poco a poco.

La propuesta entregada se puede realizar por etapas bajo una correcta planificación y desarrollo.

Al realizar una propuesta bajo una investigación de campo, pueden existir puntos que no fueron detectados y que de ser importantes deben ser revisados y reestructurados, con la finalidad de encontrar un sistema de diseño que optimice los recursos y satisfaga significativamente las necesidades de la institución.

De aplicarse la propuesta de diseño interior, se debe tener en cuenta siempre la sistematicidad como unidad y como un agente de comunicación institucional, así no se deben pasar por alto las sugerencias entregadas.

Es importante la actualización constante en fase de concreción, ya que si bien la construcción de la propuesta está especificada en este proyecto, día a día aparecen nuevos productos y sistemas constructivos que optimizan la ejecución de una tarea.

7. BIBLIOGRAFIA:

Costa, Joan, *Imagen Corporativa del siglo XXI*, La Crujia, Barranquilla, 2002.

Diamond, Jay, Diamond, Ellen, *Merchandising Visual*, Pearson, México D.F

Kotler Philip, Armstrong Gary, *Marketing*, octava edición, Pearson Educación, México D. F, 2001.

Domínguez, Fernando, *Diseño de Interiores*, (s.e). Villegas Editores, Bogota, 2004.

Cordero, Magali, Malo, Genoveva, *Texto guía de teoría de diseño II*, (s.e), Cuenca, 2004

Tripaldi, Anna, *Texto guía marketing y comunicación II (Merchandising)*, (s.e), Cuenca, 2006.

Webibliografía:

<http://es.wikipedia.org/wiki/S%C3%ADmbolo>
día 22 de marzo de 2007.

<http://gemart.galeon.com/simbolos.htm>
día 24 de marzo de 2007.

ANEXOS



8. ANEXOS

ANEXO 1ª: ENCUESTA (sondeo).

**Ma José Vásquez
Giovanny Delgado**

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

1. ¿Cree usted que la imagen espacial de su local fortalece su Imagen Corporativa?

Mucho

Un poco

nada

2. Dentro de un rango de 1 a 10 califique usted la importancia de la Imagen Corporativa en sus consumidores.

El diseño interior consiste en manejar correctamente criterios de distribución de espacios, iluminación, expresión visual en pisos, cielo raso, paneles, exhibidores, señalización, etc.

3.- Cree usted que su Diseño Interior está de acuerdo a su imagen global.

Mucho

Un poco

nada

4.- Estaría dispuesto a cambiar su Diseño Interior para fortalecer su imagen Global.

Si _____ No _____

5. ¿Cree usted que los consumidores de su servicio valoran o se identifican con su Imagen Global?

Mucho

Un poco

nada

6.- La idea de imagen Corporativa Global desde el punto del diseño implica: Manual de Imagen Gráfica, Diseño Interior, Mobiliario, exhibición, uniformes.

¿Cree usted que estas herramientas fortalecen la idea de Imagen Corporativa desde el punto de vista administrativo y de marketing?

Mucho

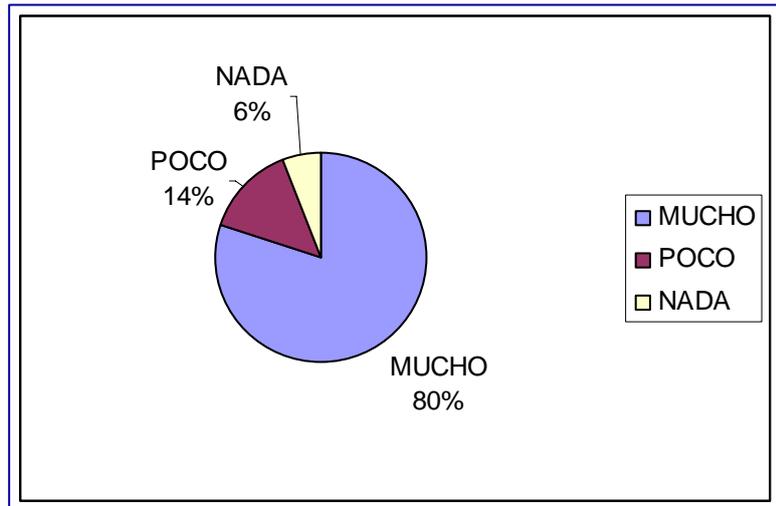
Un poco

nada

ANEXO 2.

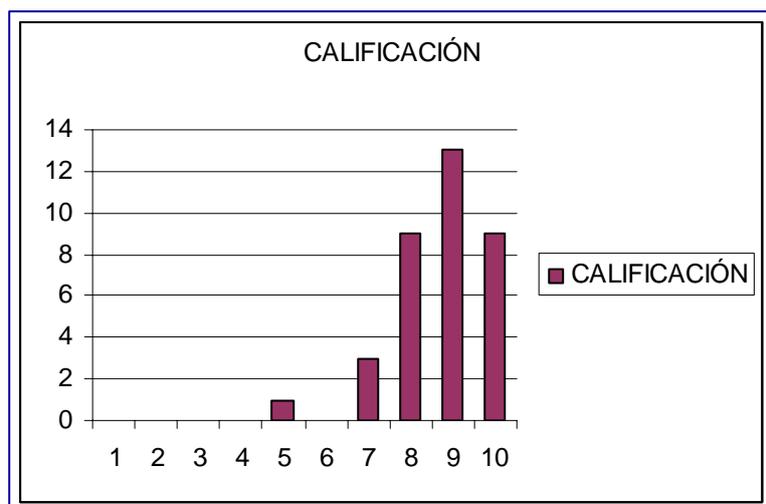
1. ¿Cree usted que la imagen espacial de su local fortalece su imagen corporativa?

MUCHO 28
POCO 5
NADA 2



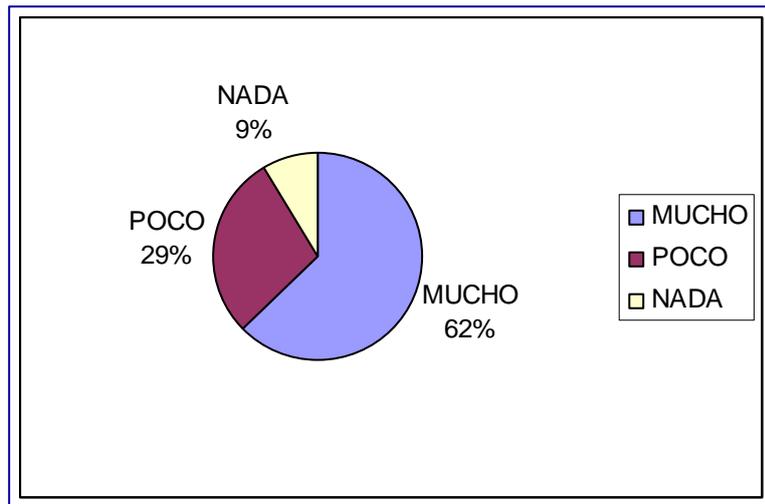
2. Dentro de un rango de 1 a 10 califique usted la importancia de la Imagen Corporativa en sus consumidores.

1 0
2 0
3 0
4 0
5 1
6 0
7 3
8 9
9 13
10 9



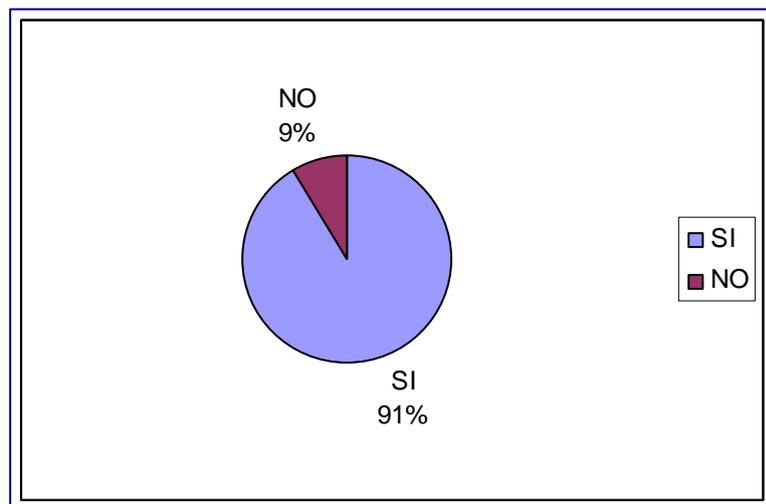
3. Cree usted que su Diseño Interior está de acuerdo a su imagen global.

MUCHO 22
 POCO 10
 NADA 3



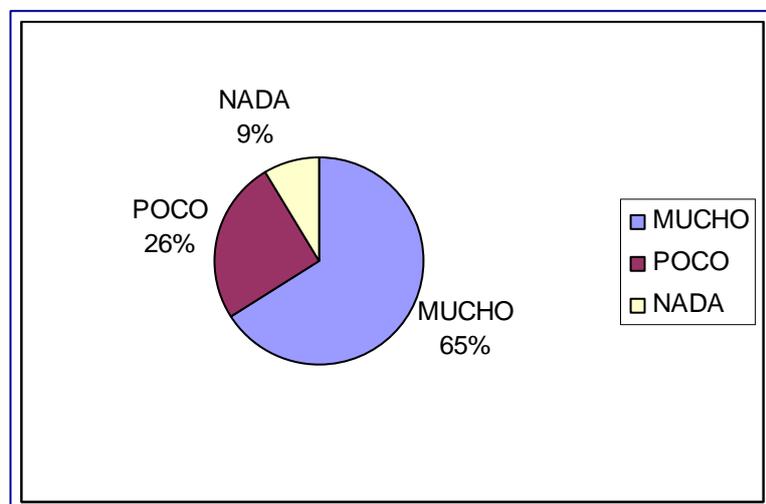
4. Estaría dispuesto a cambiar su Diseño Interior para fortalecer su imagen Global.

SI 32
 NO 3



5. ¿Cree usted que los consumidores de su servicio valoran o se identifican con su Imagen Global?

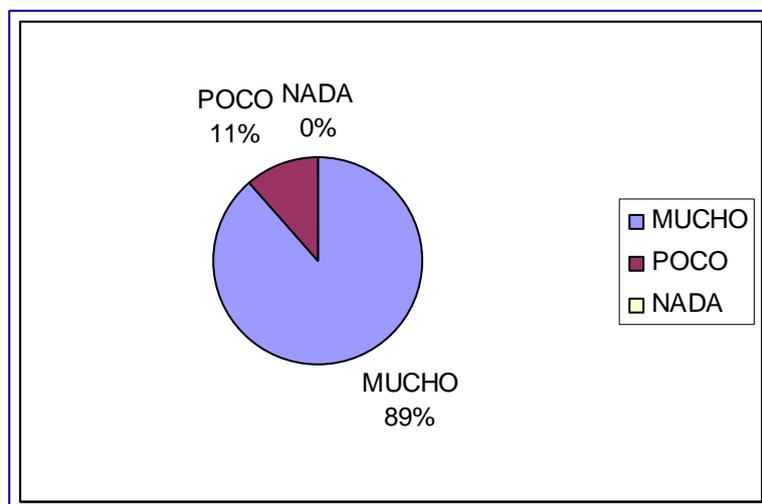
MUCHO 23
 POCO 9
 NADA 3



6. La idea de imagen Corporativa Global desde el punto del diseño implica: Manual de Imagen Gráfica, Diseño Interior, Mobiliario, exhibición, uniformes.

¿Cree usted que estas herramientas fortalecen la idea de Imagen Corporativa desde el punto de vista administrativo y de marketing?

MUCHO	31
POCO	4
NADA	0



ANEXO 3.

PLANOS DE SITUACIÓN ACTUAL.

Los planos que se presentan son de los espacios especificados en el alcance en este anteproyecto.

Los espacios tomados dentro de la Universidad del Azuay son: el bloque administrativo, la biblioteca, la facultad de diseño, el bar de estudiantes y una aula tipo.

ANEXO 4.

Manual de imagen de la Universidad del Azuay.

Para la realización de esta tesis se toma los elementos más relevantes del manual de imagen gráfica de la UDA, ya que el documento consta de 102 páginas.

ANÁLISIS DE Y CONCLUSIONES DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY A TRAVÉS DE SU MANUAL DE IMAGEN.



Analizar el logotipo de la UDA, para ser llevado a una propuesta de diseño interior, puede ser tomado como punto de partida para una múltiple creación de ideas y lineamientos.

Características importantes:

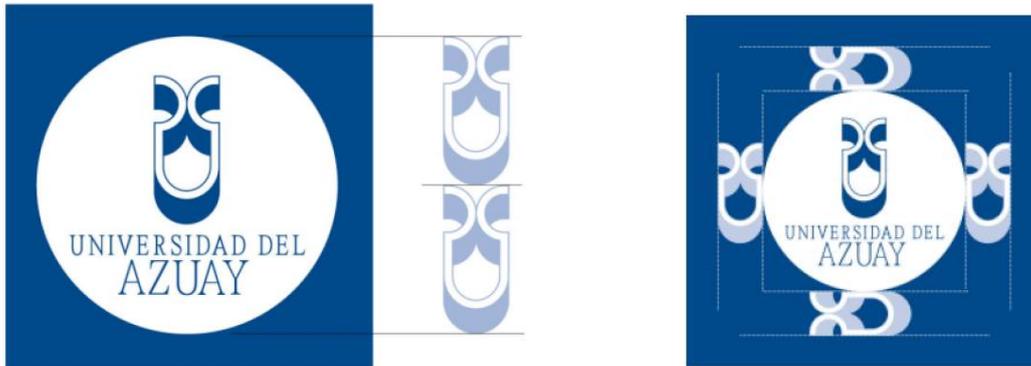
- Rasgos más fuertes como los ejes semánticos
Ortogonal – curvo.
Virtual – Concreto.
- Color de que maneja la imagen del logo y papelería de la Universidad del Azuay.
- Proporciones en el logotipo de la UDA.

Además a partir de la cuadrícula existente en el manual de imagen tomamos como una malla de diseño para crear formas de elementos estructurales y conceptuales del Diseño Interior. Diseñar a través de esta cuadrícula presenta una tipología llevada al campo tridimensional.



Como se mencionó anteriormente, las proporciones son muy importantes al momento de analizar al logotipo de la UDA.

Así tenemos que para formar nuestra idea de Diseño tenemos cierta información que se tomarán en cuenta en el momento de presentar la propuesta de diseño.



En todas las aplicaciones externas se manejará una franja en la que se colocará el logo de la Universidad del Azuay y la información de lo que se promocione en el producto, auspiciantes, etc. La razón de esta franja -aparte de resaltar al logo- es la de generar un orden lógico de lectura en todas las aplicaciones.

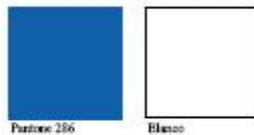
La franja sólo puede presentar dos posiciones: abajo o a la derecha, dando siempre preferencia a la primera; siempre cubriendo el área de extremo a extremo con respecto a la aplicación. El logo con respecto a la franja siempre se colocará a la derecha cuando la franja tenga un desarrollo horizontal, ó en la parte superior cuando la franja tenga un desarrollo vertical; y alineado hacia la parte superior o hacia la derecha respectivamente respetando siempre las áreas de protección.



Cuándo analizamos la cromática observamos que tenemos una variedad de alternativas para manejar la propuesta.

En cuanto al color de las aplicaciones, serán de preferencia blanco o azul Pantone 286, y cuando el caso lo requiera se usarán colores que, a más reforzar el criterio de sobriedad mantenga un criterio serio y contemporáneo a la vez. En base a estos lineamientos se ha creado una paleta de colores principales y secundarios, los que se pondrán como primera opción a la hora de escoger colores. Nunca se usará el color negro como predominante.

Colores primarios



Colores secundarios



ANEXO 5.

Temática de inspiración.

Depende de las condiciones en que se haga el dactilograma (impregnando o no de sustancias de color distinto al soporte en que asiente), y de las características del soporte (materias plásticas o blandas, en debidas condiciones), La ciencia que estudia las huellas dactilares se llama dactiloscopia y dentro de ella existen dos grandes ramas con su propia clasificación de huellas.

Dibujos papilares

- Los dibujos papilares son los formados por las crestas papilares y los surcos interpapilares.

- Son crestas papilares los relieves epidérmicos situados en la palma de las manos y en la planta de los pies.
- Surcos interpapilares: son lo que se determinan por las depresiones que separan dichos relieves o crestas.
- Dermis : es la capa interior y más gruesa de la piel, que contiene el dibujo papilar.
- Epidermis : es la membrana que cubre la dermis.
- Poros papilares: Son los diminutos orificios de forma y dimensiones variadas que en crecido número existen en las crestas papilares y por los cuales se expulsa el sudor.

Propiedades

Los dibujos que aparecen visibles en la epidermis, está demostrado científicamente y comprobado por la experiencia, que son *perennes*, *inmutables* y *diversiformes*:

Son *perennes*, porque desde que se forman en el sexto mes de la vida intrauterina, permanecen indefectiblemente invariables en número, situación, forma y dirección hasta que la putrefacción del cadáver destruye la piel.

Son *inmutables*, ya que las crestas papilares no pueden modificarse fisiológicamente. Si hay un traumatismo poco profundo, se regeneran y si es profundo, las crestas no reaparecen con forma distinta a la que tenían, sino que la parte afectada por el traumatismo resulta invadida por un dibujo cicatrizal.

Son *diversiformes*, pues no se ha hallado todavía dos impresiones idénticas producidas por dedos diferentes.

Crestas papilares.

Las *crestas papilares* son unas glándulas de secreción de sudor situadas en la dermis, llamadas sudoríparas. Constan de un tubo situado en el tejido celular subcutáneo, formado por un glomérulo glandular con un canal rectilíneo, que atraviesa la dermis, para venir a terminar en la capa córnea de la epidermis, concretamente en el poro, que es un orificio situado en los lomos de las crestas papilares.

Una vez que el sudor sale al exterior, se derrama por todas las crestas y se mezcla con la grasa natural de la piel, dando lugar a que cuando se toque o manipule un objeto apto para la retención de huellas, éstas se queden impresas en el mismo.

Impresión dactilar.

La impresión dactilar es la reproducción hecha a propósito sobre cartulina o papel del dactilograma natural (dibujo papilar), impregnado en tinta, generalmente tipográfica.

Puntos característicos.

Se designan así a las particularidades papilares que, en detalle, ofrecen las crestas en su curso por el dactilograma natural y su impresión. Es decir son las convergencias, desviaciones, empalmes interrupciones fragmentos etc. de las crestas y sus surcos.



El código de barras.

El **código de barras** es la representación de una determinada información mediante un conjunto de líneas paralelas verticales de diferente grosor y espaciado. El código de barras sirve para reconocer rápidamente un artículo en un comercio o en un punto de la cadena logística. Actualmente, el código de barras está masivamente implantado de forma internacional hasta el punto de que prácticamente la totalidad de los productos de consumo lo incorporan.

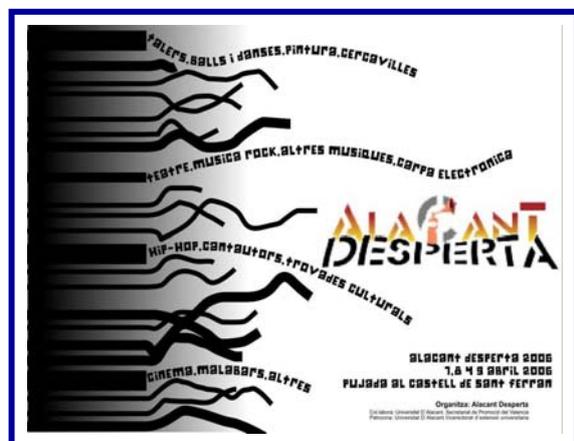
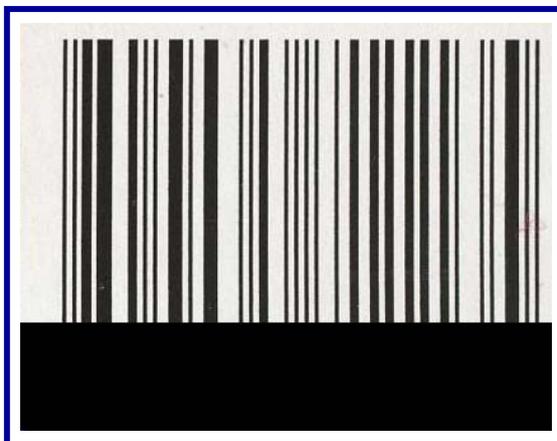
La correspondencia o mapeo entre los mensajes que representan y el código de barras se denomina *simbología*. Las simbologías pueden ser clasificadas en dos grupos, atendiendo a dos criterios diferentes:

- *Continuo frente a discreto*: los caracteres en las simbologías continuas, comienzan con un espacio y el siguiente comienza con una barra, o viceversa. Los caracteres en las simbologías discretas comienzan y terminan con barras; el espacio entre caracteres es ignorado, en cuanto no es lo suficientemente ancho para parecerse al final del código.
- *Bidimensional frente a multidimensional*: las barras en las simbologías bidimensionales son anchas o estrechas; cuanto sean de anchas, no importa y pueden variar de un carácter al siguiente. Las barras en las simbologías multidimensionales son múltiplos de una anchura llamada X; generalmente, se emplean barras con anchura X, 2X, 3X, y 4X.

Código de barras en el producto.

Los códigos de barras se imprimen en los envases, embalajes o etiquetas de los productos. Entre sus requisitos básicos se encuentran la visibilidad y fácil legibilidad por lo que es imprescindible un adecuado contraste de colores. En este sentido, el negro sobre fondo blanco es el más habitual encontrando también azul sobre blanco o negro sobre marrón en las cajas de cartón ondulado.

Para no entorpecer la imagen del producto y sus mensajes promocionales, se recomienda imprimir el código de barras en lugares discretos tales como los laterales o la parte trasera del envase. Sin embargo, en casos de productos pequeños que se distribuye individualmente no se puede evitar que ocupe buena parte de su superficie: rotuladores, barras de pegamento, etc.



Tipos de códigos de barras

Los códigos de barras se dividen en dos grandes grupos, los códigos de barras lineales y los códigos de barras de dos dimensiones

Códigos de barras de dos dimensiones

- *PDF417*, Es un código multifilas, continuo, de longitud variable, que tiene alta capacidad de almacenamiento de datos. El código consiste en un patrón de marcas (17,4), los subjuegos están definidos en términos de valores particulares de una función discriminadora, cada subjuego incluye 929 codewords (925 para datos, 1 para los descriptores de longitud y por lo menos 2 para la corrección de error) disponibles y tiene un método de dos pasos para decodificar los datos escaneados.
- *DATAMATRIX*, Esta hecho por módulos cuadrados organizados dentro de un modelo descubridor de perímetro. Cada símbolo tiene regiones de datos, que contienen un juego de módulos cuadrados nominales en un arreglo regular. En grandes símbolos ECC 200, las regiones de datos están separadas por patrones de alineamiento. Puede codificar hasta 2335 caracteres en una superficie muy pequeña.
- *Código QR (Quick Response Barcode)*, Es un código bidimensional con una matriz de propósito general diseñada para un escaneo rápido de información. QR es eficiente para codificar caracteres Kanji (su diseñador fue Denso y lo desarrollo en Japón), es una simbología muy popular en Japón. El código QR es de forma cuadrada y puede ser fácilmente identificado por su patrón de cuadros oscuros y claros en tres de las esquinas del símbolo.

Ventajas del código de barras

Entre las primeras justificaciones de la implantación del código de barras se encontraron la necesidad de agilizar la lectura de los artículos en las cajas y la de evitar errores de digitación. Otras ventajas que se pueden destacar de este sistema son:

- Agilidad en etiquetar precios pues no es necesario hacerlo sobre el artículo sino simplemente en el lineal.
- Rápido control del stock de mercancías.

- Estadísticas comerciales. El código de barras permite conocer las referencias vendidas en cada momento pudiendo extraer conclusiones de merchandising.
- El consumidor obtiene una relación de artículos en el ticket de compra lo que permite su comprobación y eventual reclamación.

Entre las pocas desventajas que se le atribuyen se encuentra la imposibilidad de recordar el precio del producto una vez apartado del lineal.



ANEXO 6.

Precios Unitarios y cronograma valorado

ANALISIS PRECIOS UNITARIOS	
PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY RUBRO: DERROCAMIENTO DE MAMPOSTERIA FECHA: 25 / 06 / 2007	
ITEM	UNIDAD m3

1000A4	a) Material				

	b) Maquinaria				
		Horas / equipo	Costo		Subtotal
	herramienta menor	1,5	\$ 1,20		\$ 1,80

	c) Mano de Obra				
		Categoria	Horas/hombr e	Costo / hora	Subtotal
		peon	1,5	\$ 0,96	\$ 1,44

Costo Directo		\$ 3,24
Costo Indirecto 25%		\$ 0,81
COSTO TOTAL		\$ 4,05

ANALISIS
PRECIOS
UNITARIOS

PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
RUBRO: DESALOJO DE MATERIAL
FECHA: 25 / 06 / 2007

ITEM **UNIDAD** m3

1000A2	a) Material				

	b) Maquinaria				
		Horas / equipo	Costo/hora		Subtotal
	volqueta	0,3	\$ 25,00		\$ 7,50
	pala	0,3	\$ 0,30		\$ 0,09
	carretilla	0,3	\$ 0,20		\$ 0,06
					\$ 7,65

	c) Mano de Obra				
		Categoria	Horas/hombre	Costo / hora	Subtotal
		peones	0,3	\$ 1,40	\$ 0,42

Costo Directo	\$ 8,07
Costo Indirecto 25%	\$ 2,02
COSTO TOTAL	\$ 10,09

ANALISIS
PRECIOS
UNITARIOS

PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
RUBRO: REMOCIÓN DE TABIQUERIA
FECHA: 25 / 06 / 2007

ITEM UNIDAD m2

1000A2	a) Material				
		Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
	retiro de tabiquería	m2	1	\$ 1,00	\$ 1,00

	b) Maquinaria				
		Horas / equipo	Costo		Subtotal
	combo	1,5	\$ 0,10		\$ 0,15
	pala	0,3	\$ 0,30		\$ 0,09
	sincl	0,2	\$ 0,10		\$ 0,02
					\$ 0,26

	c) Mano de Obra				
		Categoria	Horas/hombre	Costo / hora	Subtotal
		Albañil	0,5	\$ 1,80	\$ 0,90
		peón	0,5	\$ 1,40	\$ 0,70
					\$ 1,60

Costo Directo	\$ 2,86
Costo Indirecto 25%	\$ 0,72
COSTO TOTAL	\$ 3,58

ANALISIS
PRECIOS
UNITARIOS

PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
RUBRO: REMOCIÓN DE CERÁMICA
FECHA: 25 / 06 / 2007

ITEM **UNIDAD** m2

1000A3					

a) Maquinaria					
		Horas / equipo	Costo		Subtotal
	combo	1,5	\$ 0,10		\$ 0,15
	pala	0,3	\$ 0,10		\$ 0,03
	sincl	0,2	\$ 0,10		\$ 0,02
					\$ 0,20

b) Mano de Obra					
		Categoría	Horas/hombr e	Costo / hora	Subtotal
		Albañil	1,5	\$ 1,80	\$ 2,70
					\$ 2,70

Costo Directo		\$ 2,90
Costo Indirecto 25%		\$ 0,73
COSTO TOTAL		\$ 3,63

ANALISIS
PRECIOS
UNITARIOS

PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
RUBRO: REMOCIÓN DE CIELO RASO
FECHA: 25 / 06 / 2007

ITEM **UNIDAD** m2

1000A6					
--------	--	--	--	--	--

a) Maquinaria					
		Horas / equipo	Costo		Subtotal
	playo	0,1	\$ 0,10		\$ 0,01
	andamio	0,08	\$ 0,30		\$ 0,02
					\$ 0,03

b) Mano de Obra					
		Categoría	Horas/hombr e	Costo / hora	Subtotal
		peón	1,2	\$ 1,80	\$ 2,16
					\$ 2,16

Costo Directo		\$ 2,19
Costo Indirecto 25%		\$ 0,55
COSTO TOTAL		\$ 2,74

ANALISIS
 PRECIOS
 UNITARIOS

PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
 RUBRO: ENTABLADO
 FECHA: 25 / 06 / 2007

ITEM **UNIDAD** **M2**

ITEM	UNIDAD	M2	Precio Unitario	Subtotal
1005D3	a) Material			
		Unidad	Cantidad	
	tablón madera TECA	u	1 \$ 15,20	\$ 15,20
	tira de cedro 4cm * 5cm * 2,7m	u	1 \$ 5,00	\$ 5,00
	Sellador	GAL	0,25 \$ 12,40	\$ 3,10
	Tinte de cedro	LIT	0,35 \$ 4,50	\$ 1,58
	laca Naberpur-80 Semibrillo	GAL	0,25 \$ 12,98	\$ 3,25
	Tornillos	U	4 \$ 0,03	\$ 0,12
				\$ 28,24

	Horas / equipo	Costo	Subtotal
b) Maquinaria			
	martillo	1,5 \$ 0,10	\$ 0,15
	taladro	0,3 \$ 0,20	\$ 0,06
	destornillador	0,2 \$ 0,10	\$ 0,02
	cierra circular	3 0,5	\$ 1,50
	cafetera para lacado	1 0,2	\$ 0,20
			\$ 1,93

	Categoría	Horas/hombre	Costo / hora	Subtotal
c) Mano de Obra				
	Maestro carp.	2	\$ 2,30	\$ 4,60
	Ayudante	0,5	\$ 1,80	\$ 0,90
				\$ 5,50

Costo Directo	\$ 35,67
Costo Indirecto 25%	\$ 8,92
COSTO TOTAL	\$ 44,59

ANALISIS
PRECIOS
UNITARIOS

PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
RUBRO: PISO DE ALFOMBRA
FECHA: 25 / 06 / 2007

ITEM **UNIDAD** m2

1005D4	a) Material				
		Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
	ALFOMBRA ANTIALERGICA	m2	1	\$ 11,90	\$ 11,90
	ALTO TRAFICO				
					\$ 11,90

	b) Maquinaria				
		Horas / equipo	Costo		Subtotal
	Equipo menor	1	\$ 0,30		\$ 0,30
					\$ 0,30

	c) Mano de Obra				
		Categoria	Horas/hombre	Costo / hora	Subtotal
		Instalador	1	\$ 2,30	\$ 2,30
					\$ 2,30

	Costo Directo			\$ 14,50
	Costo Indirecto 25%			\$ 3,63
	COSTO TOTAL			\$ 18,13

ANALISIS
PRECIOS
UNITARIOS

PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
RUBRO: GRAFIADO DE COLUMNAS
FECHA: 25 / 06 / 2007

ITEM UNIDAD m2

1003C1	a) Material				
		Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
	Carbonato de calcio * 50Kg	U	0,05	\$ 6,20	\$ 0,31
	Resina RESAFLEX	gal	0,2	\$ 12,30	\$ 2,46
	espesante	lb	0,35	\$ 4,85	\$ 1,70
	Grano de marmol	m3	0,1	\$ 25,00	\$ 2,50
	Pintura de caucho (agua)	gal	0,04	\$ 25,00	\$ 1,00
	2 manos				
					\$ 7,97

	b) Maquinaria				
		Horas / equipo	Costo		Subtotal
	Llana metálica	0,5	\$ 0,20		\$ 0,70
	mango y rodillo	0,25	\$ 0,03		\$ 0,28
	Guantes de caucho	1,25	\$ 0,15		\$ 1,40
	brocha	0,25	\$ 0,10		\$ 0,35
	andamios	1,25	\$ 0,30		\$ 1,55
					\$ 0,98

	c) Mano de Obra				
		Categoría	Horas/hombre	Costo / hora	Subtotal
		Albañil	1,2	\$ 1,80	\$ 2,16
		Maestro	0,5	\$ 2,30	\$ 1,15
					\$ 3,31

Costo Directo	\$ 12,26
Costo Indirecto 25%	\$ 3,06
COSTO TOTAL	\$ 15,32

ANALISIS
PRECIOS
UNITARIOS

PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
RUBRO: TABIQUERÍA DE CEDRO
FECHA: 25 / 06/ 2007

ITEM **UNIDAD** m2

1002B2	a) Material	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
	Tablón de cedro 3m * 0.20m	u	1	\$ 14,70	\$ 14,70
	Sellador	GAL	0,25	\$ 12,40	\$ 3,10
	Tinte de cedro	LIT	0,35	\$ 4,50	\$ 1,58
	laca Naberpur-80 Semibrillo	GAL	0,25	\$ 12,98	\$ 3,25
	Tornillos	U	4	\$ 0,03	\$ 0,12
	tacos fisher	u	4	\$ 0,02	\$ 0,08
					\$ 22,82

	b) Maquinaria	Horas / equipo	Costo	Subtotal
	Cierra metálica	0,5	\$ 0,20	\$ 0,70
	Pegamento	0,25	\$ 0,03	\$ 0,28
	Taladro	0,5	\$ 0,15	\$ 0,65
	Martillo	0,25	\$ 0,10	\$ 0,35
	andamios	1,25	\$ 0,30	\$ 1,55
				\$ 0,98

	c) Mano de Obra	Categoría	Horas/hombre	Costo / hora	Subtotal
		Ayudante	1,5	\$ 1,50	\$ 2,25
		Maestro	3,5	\$ 2,30	\$ 8,05
					\$ 10,30

Costo Directo	\$ 34,10
Costo Indirecto 25%	\$ 8,53
COSTO TOTAL	\$ 42,63



ANALISIS
PRECIOS
UNITARIOS

PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
RUBRO: PISO FLOTANTE
FECHA: 25/ 06 / 2007

ITEM

UNIDAD

m2

a) Material					
		Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
1005D1	Piso flotante mediano tráfico	m2	1	\$ 14,00	\$ 14,00
c) Mano de Obra					
		Categoría	Horas/hombre	Costo / hora	Subtotal
		Ayudante	0,5	\$ 1,50	\$ 0,75
		Instalador	1,2	\$ 2,30	\$ 2,76
					\$ 3,51

Costo Directo	\$ 17,51
Costo Indirecto 25%	\$ 4,38
COSTO TOTAL	\$ 21,89

ANALISIS
PRECIOS
UNITARIOS

PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
RUBRO: PISO FLOTANTE
FECHA: 25/ 06 / 2007

ITEM **UNIDAD** m2

a) Material					
		Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
1005D1	Piso flotante mediano tráfico	m2	1	\$ 14,00	\$ 14,00
c) Mano de Obra					
		Categoría	Horas/hombre	Costo / hora	Subtotal
		Ayudante	0,5	\$ 1,50	\$ 0,75
		Instalador	1,2	\$ 2,30	\$ 2,76
					\$ 3,51

Costo Directo	\$ 17,51
Costo Indirecto 25%	\$ 4,38
COSTO TOTAL	\$ 21,89

ANALISIS
PRECIOS
UNITARIOS

PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
RUBRO: CIELO RASO DE GYPSUM
FECHA: 25 / 06 / 2007

ITEM **UNIDAD** m2

1006E1	a) Material				
		Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
	Gypsum	m2	1	\$ 11,60	\$ 11,60
	perfilería galvanizada z	m	1	\$ 0,75	\$ 0,75
					\$ 12,35
	c) Mano de Obra				
		Categoría	Horas/hombre	Costo / hora	Subtotal
		Ayudante	0,5	\$ 0,96	\$ 0,48
		Instalador	1,2	\$ 1,80	\$ 2,16
					\$ 2,64

Costo Directo	\$ 14,99
Costo Indirecto 25%	\$ 3,75
COSTO TOTAL	\$ 18,74

ANALISIS
PRECIOS
UNITARIOS

PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
RUBRO: MARCO PARA VENTANILLA DE ATENCIÓN
FECHA: 25 / 06/ 2007

ITEM

UNIDAD

U

1002B3	a) Material				
		Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
	marco de cedro 4cm * 1 cm	m	11	\$ 1,20	\$ 13,20
	Sellador	GAL	0,01	\$ 12,40	\$ 0,12
	Tinte de cedro	LIT	0,01	\$ 4,50	\$ 0,05
	laca Naberpur-80 Semibrillo	GAL	0,01	\$ 12,98	\$ 0,13
					\$ 13,50

	b) Maquinaria				
		Horas / equipo	Costo		Subtotal
	Cierra metálica	2	\$ 0,20		\$ 0,40
	Taladro	2	\$ 0,15		\$ 0,30
	Martillo	2	\$ 0,10		\$ 0,20
					\$ 0,90

	c) Mano de Obra				
		Categoría	Horas/hombre	Costo / hora	Subtotal
		Maestro	6	\$ 2,80	\$ 16,80
					\$ 16,80

Costo Directo	\$ 31,20
Costo Indirecto 25%	\$ 7,80
COSTO TOTAL	\$ 39,00

ANALISIS
PRECIOS
UNITARIOS

PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
RUBRO: PUNTOS DE LUZ EN EMT
FECHA: 25 / 06 / 2007

ITEM

UNIDAD U

a) Material					
		Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
1010G2	Tubería metálica liviana EMT	m	5	\$ 1,50	\$ 7,50
	Piezas eléctricas leviton	U	1	\$ 2,10	\$ 2,10
	CABLE DE LUZ RIGIDOS # 14	m	5	\$ 0,08	\$ 0,40
	interruptor DOBLE C/LP DK-101	U	1	\$ 5,41	\$ 5,41
	Grapas	U	1	\$ 0,01	\$ 0,01
					\$ 9,60

b) Maquinaria					
		Horas / equipo	Costo		Subtotal
	Dobladora de tubo EMT	0,3	\$ 0,20		\$ 0,06
	Acanaladora eléctrica	0,7	\$ 0,03		\$ 0,02
					\$ 0,08

c) Mano de Obra					
		Categoría	Horas/hombre	Costo / hora	Subtotal
		Técnico especi	1,2	\$ 3,20	\$ 3,84
		peón	0,5	\$ 1,40	\$ 0,70
					\$ 4,54

Costo Directo				\$ 14,22
Costo Indirecto 25%				\$ 3,56
COSTO TOTAL				\$ 17,78

ANALISIS
PRECIOS
UNITARIOS

PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
RUBRO: TOMA CORRIENTES EN EMT
FECHA: 25 / 06 / 2007

ITEM **UNIDAD** **U**

a) Material					
		Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
1010G2	Tuberia metálica liviana EMT	m	5	\$ 1,50	\$ 7,50
	Piezas eléctricas leviton	U	1	\$ 2,10	\$ 2,10
	CABLE DE LUZ RIGIDOS # 10	m	5	\$ 0,10	\$ 0,50
	Toma doble c/lp DK-101	U	1	\$ 5,41	\$ 5,41
	Grapas	U	1	\$ 0,01	\$ 0,01
					\$ 15,52

		Horas / equipo	Costo		Subtotal
	Dobladora de tubo EMT	0,3	\$ 0,20		\$ 0,06
	Acanaladora eléctrica	0,7	\$ 0,03		\$ 0,02
					\$ 0,08

c) Mano de Obra					
		Categoría	Horas/hombre	Costo / hora	Subtotal
		Técnico especi	1,2	\$ 3,20	\$ 3,84
		peón	0,5	\$ 1,40	\$ 0,70
					\$ 4,54

Costo Directo				\$ 20,14
Costo Indirecto 25%				\$ 5,04
COSTO TOTAL				\$ 25,18

ANALISIS PRECIOS UNITARIOS		
PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY		
RUBRO: PUERTAS DE MADERA		
FECHA: 25 / 06 / 2007		
ITEM	UNIDAD	m2

a) Material					
		Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
1017N2	Puerta madera vidrio de 9mm	m2	1	\$ 270,00	\$ 270,00
	2 m de alto * 2 m de largo				
					\$ 270,00

Costo Directo	\$ 270,00
Costo Indirecto 25%	\$ 67,50
COSTO TOTAL	\$ 337,50

ANALISIS PRECIOS UNITARIOS		
PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY		
RUBRO: MOBILIARIO (SILLAS PARA OFICINAS)		
FECHA: 25 / 06 / 2007		
ITEM	UNIDAD	U

a) Material					
		Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
1013J1	Sillas para oficinas	U	1	\$ 95,00	\$ 95,00
	LAVORO				
					\$ 95,00

Costo Directo	\$ 95,00
Costo Indirecto 25%	\$ 23,75
COSTO TOTAL	\$ 118,75



ANALISIS
PRECIOS
UNITARIOS

PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
RUBRO: MOBILIARIO AREAS DE DESCANSO
FECHA: 25 / 06 / 2007

ITEM

UNIDAD U

	a) Material				
		Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
1013J2	Juego de sillones	U	1	\$ 610,00	\$ 610,00
	1 sillón de 3 hacientos y 2 sillones individuales				\$ 610,00
	LAVORO				

Costo Directo	\$ 610,00
Costo Indirecto 25%	\$ 152,50
COSTO TOTAL	\$ 762,50

ANALISIS
PRECIOS
UNITARIOS

PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
RUBRO: MOBILIARIO PARA INFORMACION
FECHA: 25 / 06 / 2007

ITEM UNIDAD U

1013J3	a) Material				
		Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
	Tablón de cedro	U	3	\$ 14,70	\$ 44,10
	Sellador	GAL	0,25	\$ 12,40	\$ 3,10
	Tinte de cedro	LIT	0,35	\$ 4,50	\$ 1,58
	laca Naberpur-80 Semibrillo	GAL	0,25	\$ 12,98	\$ 3,25
	Tornillos	U	4	\$ 0,03	\$ 0,12
	Vidrio templado 2cm a corte 1,5m de largo * 35cm de ancho	U	1	\$ 120,00	\$ 120,00
	Accesorios metálicos cromados	U	2	\$ 5,00	\$ 10,00
	cilindricas de 5cm de diámetro				
	b) Maquinaria				\$ 182,14
		Horas / equipo	Costo		Subtotal
	Cierra ciclar	1	\$ 0,20		\$ 0,20
	cepillo	1	\$ 0,03		\$ 0,03
	lijas	0,5	\$ 0,20		\$ 0,10
	martillo	1,5	\$ 0,10		\$ 0,15
	destornillador	1,5	\$ 0,10		\$ 0,15
	compresor	6	\$ 0,15		\$ 0,90
					\$ 1,53
	c) Mano de Obra				
		Categoría	Horas/hombre	Costo / hora	Subtotal
		Maestro	2,8	\$ 10,00	\$ 28,00
		peón	0,5	\$ 16,00	\$ 8,00
					\$ 36,00
	Costo Directo				\$ 219,67
	Costo Indirecto 25%				\$ 54,92
	COSTO TOTAL				\$ 274,59

**ANALISIS PRECIOS
UNITARIOS**

PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
RUBRO: Archivadores LAVORO
FECHA: 25 / 06 / 2007

ITEM		UNIDAD	U		
	a) Material				
		Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
1013J2	Archivadores de 5 cajones LAVORO	U	1	\$ 95,00	\$ 95,00

Costo Directo	\$ 95,00
Costo Indirecto 25%	\$ 23,75
COSTO TOTAL	\$ 118,75

**ANALISIS PRECIOS
UNITARIOS**

PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
RUBRO: Escritorios para oficinas
FECHA: 25 / 06 / 2007

ITEM		UNIDAD	U		
	a) Material				
		Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
1013J6	Escritorios ejecutivo + auxliar Diseño propio	U	1	\$ 240,00	\$ 240,00

Costo Directo	\$ 240,00
Costo Indirecto 25%	\$ 60,00
COSTO TOTAL	\$ 300,00



**ANALISIS PRECIOS
UNITARIOS**

PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
RUBRO: MOBILIARIO (SILLA PARA GERENCIA)
FECHA: 25 / 06 / 2007

ITEM		UNIDAD	U		
	a) Material				
		Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
1013J5	Sillas para oficinas ejecutivo	U	1	\$ 110,00	\$ 110,00
	LAVORO				
					\$ 110,00

Costo Directo	\$ 110,00
Costo Indirecto 25%	\$ 27,50
COSTO TOTAL	\$ 137,50

**ANALISIS PRECIOS
UNITARIOS**

PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
RUBRO: MOBILIARIO (ESTANTE PARA OFICINA)
FECHA: 25 / 06 / 2007

ITEM		UNIDAD	U		
	a) Material				
		Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
1013J8	Estante grande para gerencia	U	1	\$ 360,00	\$ 360,00
	LAVORO				
					\$ 360,00

Costo Directo	\$ 360,00
Costo Indirecto 25%	\$ 90,00
COSTO TOTAL	\$ 450,00



ANALISIS
PRECIOS
UNITARIOS

PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
RUBRO: escritorios de oficinas
FECHA: 25 / 06 / 2007

ITEM UNIDAD U

a) Material					
		Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
1013J7	Tablón de cedro	U	3,5	\$ 14,70	\$ 51,45
	Sellador	GAL	0,5	\$ 12,40	\$ 6,20
	Tinte de cedro	LIT	0,5	\$ 4,50	\$ 2,25
	laca Naberpur-80 Semibrillo	GAL	0,5	\$ 12,98	\$ 6,49
	tornillos de 1 1/2"	U	10	\$ 0,02	\$ 0,20
	Laca automotriz plateada	gal	0,3	\$ 18,00	\$ 5,40
					\$ 71,99

b) Maquinaria					
		Horas / equipo	Costo	Subtotal	
	cafetera para laca	0,75	\$ 0,20	\$ 0,15	
	destornilador	0,7	\$ 0,03	\$ 0,02	
	cepillo	0,5	\$ 0,05	\$ 0,03	
	cierra circular	1	\$ 0,50	\$ 0,50	
	lijas	3	\$ 0,50	\$ 1,50	
				\$ 2,20	
c) Mano de Obra					
		Categoría	Horas/hombre	Costo / hora	Subtotal
		Maestro	10	\$ 2,30	\$ 23,00
		Ayudante	16	\$ 1,80	\$ 28,80
					\$ 51,80

Costo Directo	\$ 194,32
Costo Indirecto 25%	\$ 48,58
COSTO TOTAL	\$ 242,90

ANALISIS
PRECIOS
UNITARIOS

PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
RUBRO: PASAMANO
FECHA: 25 / 06 / 2007

ITEM

UNIDAD

ml

	a) Material	unidad	cantidad	precio Unitario	Subtotal
	placa metalica galvanizada	U	0,1	45	4,5
	proceso de cromado	ml	1	30	30
	tubo cromado de 2"	ml	1	4	4
	tubos cromado 1/2"	ml	9	4	36
	Esfera de madera de 7 cm ϕ lacada y tinturada (cedro)	U	2	1	2
	Tornillos de 3"	u	4	0,08	0,32
	Punto de suleda automotriz	U	7	1,8	12,6
					89,42
	b) Maquinaria				
		Horas / equipo	Costo		Subtotal
	herramienta menor	2	\$ 0,30		\$ 0,60
					\$ 0,60
	c) Mano de Obra				
		Categoria	Horas/hombre	Costo / hora	Subtotal
	construcción	mecánico indust	6	2,8	\$ 16,80
	colocacion	instalador	2	\$ 2,80	\$ 5,60
	colocacion	albañil	1	\$ 1,40	\$ 1,40
					\$ 7,00

Costo Directo	\$ 97,02
Costo Indirecto 25%	\$ 24,26
COSTO TOTAL	\$ 121,28

ANALISIS
PRECIOS
UNITARIOS

PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
RUBRO: FUENTE DE AGUA
FECHA: 25 / 06 / 2007

ITEM		UNIDAD	U	Precio Unitario	Subtotal
1019P1	a) Material				
	Encofrado de hormigon armado	m ²	0,06	35	2,1
	grava	m ²	1	0,54	0,54
	resina	galon	1	0,66	0,66
	lampara	u	1	20	20
	bomba 5hp	u	1	800	800
	Succión y descarga	u	1	180	180
	Tuberías	U	1	300	300
	Boquillas expulsadoras	u	3	33	99
	Contador térmico	u	1	100	100
	Protector para bomba	u	1	100	100
	Iluminación con accesorios	u	3	350	1050
	Radar	u	1	100	100
	Flauta de riego (tubo cromado 1")	ml	7	0,8	5,6
	Instalacion. Toma corriente 220V	u	1	25	25
					2782,9
	b) Maquinaria	horas/equipo	costo por hora		Subtotal
	tabla eucalipto encofrado	35	0,02		0,7
	tira 4*5 eucalipto	35	0,02		0,7
	herramienta menor	100	0,04		4
	Llaves de tuberias	45	0,05		5,4
					10,8
	c) Mano de Obra				
		Categoria	Horas/hombre	Costo/ h	Subtotal
	colocacion	instalador	70	\$ 2,80	\$ 196,00
	construcción	albañil	120	\$ 2,30	\$ 276,00
					\$ 472,00
	Costo Directo				\$ 3265.70
	Costo Indirecto 25%				\$ 816,43
	COSTO TOTAL				\$ 4082.13



ANALISIS
PRECIOS
UNITARIOS

PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
RUBRO: PINTURA
FECHA: 25 / 06 / 2007

ITEM **UNIDAD** m2

a) Material					
		Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
1016M1	SPRED SATIN INTERIORES	M2	0,09	\$ 20,00	\$ 1,80
	2 MANOS				\$ 1,80

b) Maquinaria					
		Horas / equipo	Costo		Subtotal
	rodillo	0,1	\$ 0,10		\$ 0,20
	andamios	0,1	\$ 0,30		\$ 0,40
					\$ 0,60

c) Mano de Obra					
		Categoria	Horas/hombre	Costo / hora	Subtotal
		Maestro	0,5	\$ 2,30	\$ 1,15
					\$ 1,15

Costo Directo				\$ 3,55
Costo Indirecto 25%				\$ 0,89
COSTO TOTAL				\$ 4,44

ANALISIS
PRECIOS
UNITARIOS

PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
RUBRO: PANEL DE VIDRIO 10 LÍNEAS
FECHA: 25 / 06 / 2007

ITEM	UNIDAD	m2			
a) Material					
		Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
1002B1	vidrio templado 10 lineas	m2	1	\$ 80,00	\$ 80,00
	Perfil de aluminio natural	ml	1	\$ 6,00	\$ 6,00
	Silicon	tub	0,15	\$ 8,00	\$ 1,20
	accesios de instalación	U	8	\$ 2,00	\$ 16,00
					\$ 103,20

b) Maquinaria					
		Horas / equipo	Costo		Subtotal
	taladro	0,5	\$ 0,30		\$ 0,15
	destornillador	0,5	\$ 0,05		\$ 0,03
					\$ 0,18

c) Mano de Obra					
		Categoria	Horas/hombre	Costo / hora	Subtotal
		instalador	1	\$ 2,80	\$ 2,80
					\$ 2,80

Costo Directo		\$ 106,18
Costo Indirecto 25%		\$ 26,54
COSTO TOTAL		\$ 132,72

ANALISIS
PRECIOS
UNITARIOS

PROYECTO: BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
RUBRO: PUERTAS DE VIDRIO
FECHA: 25 / 06 / 2007

a) Material					
		Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
1017N1	Vidrio templado de 10 líneas	m2	1	\$ 80,00	\$ 80,00
	accesorios para instalación	u	8	\$ 4,00	\$ 32,00
					\$ 112,00

b) Maquinaria				
		Horas / equipo	Costo	Subtotal
	taladro	0,5	\$ 0,30	\$ 0,15
	destornillador	0,5	\$ 0,05	\$ 0,03
				\$ 0,18

c) Mano de Obra					
		Categoría	Horas/hombre	Costo / hora	Subtotal
		instalador	1,5	\$ 2,80	\$ 4,20
					\$ 4,20

Costo Directo	\$ 120,75
Costo Indirecto 25%	\$ 30,19
COSTO TOTAL	\$ 150,94

ANALISIS		PRECIOS		UNITARIOS	
PROYECTO: FACULTAD DE DISEÑO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY RUBRO: OJOS DE BUEY FECHA: 25 / 06 / 2007					
ITEM	UNIDAD	U			

1018O2	a) Material	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
	ojos de buey	U	1	10	\$ 10,00
	b) maquinaria				
		Horas / equipo	Costo		Subtotal
	herramienta menor				
	c) mano de obra				
		categoria	horas/hombre	costo/hombres	Subtotal
	inst. punto de luz	electricista	0,3	3,2	\$ 0,96
					\$ 0,96

Costo Directo	\$ 10,96
Costo Indirecto 25%	\$ 2,74
COSTO TOTAL	\$ 13,70

ANALISIS		PRECIOS		UNITARIOS	
PROYECTO: FACULTAD DE DISEÑO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY RUBRO: LAMPARA FLUORESCENTE FECHA: 25 / 06 / 2007					
ITEM	UNIDAD	ml			

1018O3	a) Material	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
	lampara	U	1	25	\$ 25,00
	b) maquinaria				
	c) mano de obra				
		categoria	horas/hombre	costo/hombres	Subtotal
	inst. punto de luz	electricista	1	8	\$ 8,00
	inst. punto de luz	ayudante	0,5	\$ 1,50	\$ 0,75
					\$ 8,75

Costo Directo	\$ 33,75
Costo Indirecto 25%	\$ 8,44
COSTO TOTAL	\$ 42,19



ANALISIS PRECIOS UNITARIOS

PROYECTO: FACULTAD DE DISEÑO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
 RUBRO: Lets
 FECHA: 14 / 01 /
 2007

ITEM	UNIDAD	U			
	a) Material				
		Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
1018O1	let de iluminacion con accesorios	U	1	\$ 4,20	\$ 4,20 \$ 4,20
	b) maquinaria				
		Horas / equipo	Costo		Subtotal
	herramienta menor	1	2		2 2
	c) mano de obra				
		categoria	horas/hombre	costo/hombres	Subtotal
	inst. punto de luz	electricista	0,3	3,2	\$ 0,96
					\$ 0,96

Costo Directo	\$ 7,16
Costo Indirecto 25%	\$ 1,79
COSTO TOTAL	\$ 8,95

ANALISIS
PRECIOS
UNITARIOS

PROYECTO: FACULTAD DE DISEÑO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
RUBRO: MEDIA LUNA
FECHA: 14 / 01 / 2007

ITEM	UNIDAD	U			
	a) Material				
		Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
101801	MEDIA LUNA (ILUM CÁLIDA)	U	1	\$ 18,00	\$ 18,00
					\$ 18,00
	b) maquinaria				
		Horas / equipo	Costo		Subtotal
	herramienta menor	1	2		2
					2
	c) mano de obra				
		categoria	horas/hombre	costo/hombres	Subtotal
	inst. punto de luz	electricista	0,3	3,2	\$ 0,96
					\$ 0,96
	Costo Directo				\$ 20,96
	Costo Indirecto 25%				\$ 5,24
	COSTO TOTAL				\$ 26,20

**ANALISIS PRECIOS
UNITARIOS**

PROYECTO: FACULTAD DE DISEÑO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
 RUBRO: SEÑALETICA INDIVIDUAL 26cm de largo * 12cm de ancho
 FECHA: 14 / 01 / 2007

ITEM		UNIDAD	U		
	a) Material				
		Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
1018O1	vidrio cortado a diseño	U	1	\$ 12,00	\$ 12,00
	Inscripcion de letras	u	1	\$ 4,00	\$ 4,00
					\$ 16,00

Costo Directo	\$ 16,00
Costo Indirecto 25%	\$ 4,00
COSTO TOTAL	\$ 20,00

**ANALISIS PRECIOS
UNITARIOS**

PROYECTO: FACULTAD DE DISEÑO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
 RUBRO: SEÑALETICA INFORMATIVA 75cm de largo* 40cm de ancho
 FECHA: 14 / 01 / 2007

ITEM		UNIDAD	U		
	a) Material				
		Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
1018O1	vidrio cortado a diseño	U	1	\$ 80,00	\$ 80,00
	Inscripcion de letras	u	1	\$ 25,00	\$ 25,00
					\$ 105,00

Costo Directo	\$ 105,00
Costo Indirecto 25%	\$ 26,25
COSTO TOTAL	\$ 131,25



ANÁLISIS
PRECIOS
UNITARIOS

PROYECTO: FACULTAD DE DISEÑO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY
RUBRO: ILUMINACIÓN POR CORNIZA
FECHA: 14 / 01 / 2007

ITEM		UNIDAD	U		
	a) Material				
		Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
101801	Iluminación fluorescente cornisa	ml	1	\$ 40,00	\$ 40,00
					\$ 40,00

Costo Directo	\$ 40,00
Costo Indirecto 25%	\$ 10,00
COSTO TOTAL	\$ 50,00

A continuación se presenta el cronograma valorado.

MANUAL DE DISEÑO
INTERIOR PARA LA
UNIVERSIDAD DEL AZUAY.



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

*manual de
imagen
espacial*

CONTENIDOS.

INTRODUCCIÓN.
UNIDAD Y CONSTANTES.
A) DE LOS PISOS.
B) DE LOS CIELORRASOS.
C) DE LAS PAREDES.
D) DE LA PANELERÍA.
E) DE LA ILUMINACIÓN.
F) DE LOS PASAMANOS.
G) DEL MOBILIARIO .
H) DE LA SEÑALIZACIÓN .
I) DE LAS PUERTAS.
J) DE LAS COLUMNAS.
K) AULA TIPO

INTRODUCCIÓN

LA IDEA DE IDENTIDAD DE UNA EMPRESA A TRAVÉS DE SU IMAGEN GRAFICA Y ESPACIAL ES MUY IMPORTANTE PARA CONSOLIDARSE EN EL MERCADO.

EL MANUAL DE ESTE TRABAJO BUSCA ESTABLECER PARÁMETROS BÁSICOS EN LA LÓGICA DEL MANEJO DEL USO DEL DISEÑO INTERIOR “UNIVERSIDAD DEL AZUAY”.

EL OBJETIVO ES CREAR UNA IMAGEN CLARA Y SOBRIA DEL DISEÑO INTERIOR DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY, A PARTIR DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE ESTA INSTITUCIÓN.

CONSTANTES QUE CONFORMAN EL MANUAL DE DISEÑO INTERIOR PARA LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY.

UNIDAD.

- UN SOLO NIVEL EN PISOS PARA TODOS LOS LOCALES DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY.
- ENTABLADO DE TECA PARA PISOS EN DUELA DE 20CM, Y ALFOMBRA DE ALTO TRÁFICO AZUL OSCURO. PARA STANDS DE FERIAS, PISO FLOTANTE COLOR HAYA.
- LOS CRITERIOS DE CIELORRASO CURVO SON PARA TODOS LOS ESPACIOS, EXCEPTO EN LAS AULAS,
- CIELO RASO DE DIFERENTES NIVELES PARA COLOCAR ILUMINACIÓN POR CORNISA.
- LA PANELERÍA SERÁ DE VIDRIO TEMPLADO DE 10 LÍNEAS. SU ALTURA SERÁ DESDE EL NIVEL DE PISO, HASTA EL CIELO RASO.
- ILUMINACIÓN GENERAL DIFUSA, ILUMINACIÓN PUNTUAL E ILUMINACIÓN POR CORNISA.
- EN EL PISO DE LAS ZONAS DE DESCANSO Y DE ATENCIÓN AL PÚBLICO SE COLOCARÁ 7 PLACAS METÁLICAS DE DIMENSIONES ESTABLECIDAS EN ESTE MANUAL.
- PAREDES Y CIELORRASOS BLANCOS Y DE MADERA
- LAS FORMAS Y TAMAÑOS DE ÁREA DE CIELORRASO Y PISOS VARÍAN SEGÚN LA ARQUITECTURA DE LOS LOCALES.
- LA LONGITUD DE LOS PANELES SEGÚN LA ARQUITECTURA Y DISEÑO DE CADA LOCAL.
- PARA PRESENTACIÓN DE STANDS DE FERIAS, LOS CIELORRASOS NO TENDRÁN EN NIVELES SINO SERÁN PINTADOS EN LAS PAREDES Y CIELORRASOS CON LOS CAMBIOS CROMÁTICOS.

EN EL ESPACIO:

A). DE LOS PISOS

- TODOS LOS PISOS A UN MISMO NIVEL. LA DIFERENCIACIÓN DE ÁREAS, A TRAVÉS DE LÍNEAS METÁLICAS QUE INDIQUEN LAS ZONAS. (FIG A1).
- LAS ÁREAS DE DESCANSO Y DE ATENCIÓN AL PÚBLICO CON 6 PLACAS METÁLICAS CROMADAS DE 3, 5,7,10 CM COLOCADAS INDISTINTAMENTE. (VER FIG A2, A2.1,A2.2)

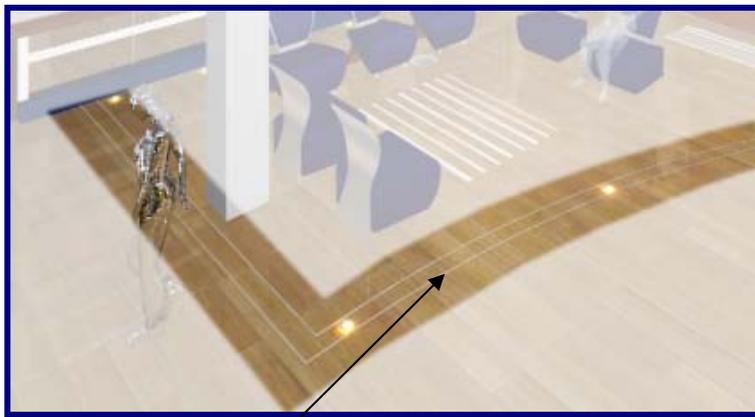


FIG A1



FIG A2



FIG A2.1

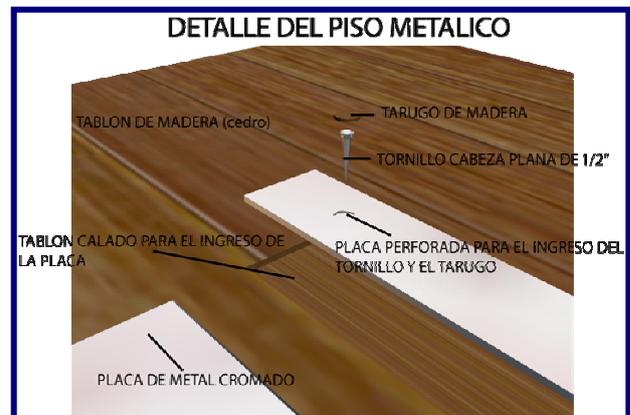


FIG A2.2

- o EL ENTABLADO SE COLOCARÁ DESDE EL CENTRO DEL ESPACIO, DEJANDO LOS CORTES DE ESTE PARA LOS EXTREMOS SI FUESE EL CASO.(FIG A3)

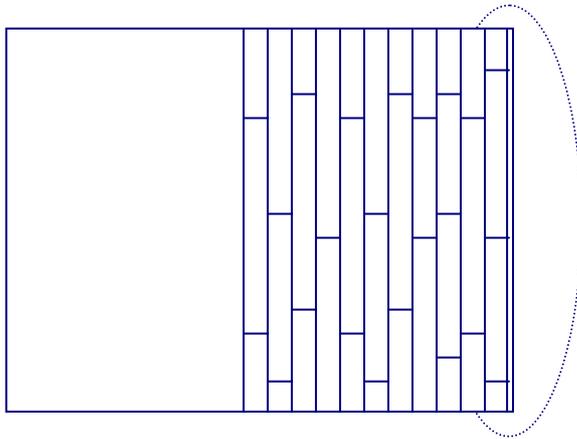


FIG A3

MATERIALES PARA PISOS.

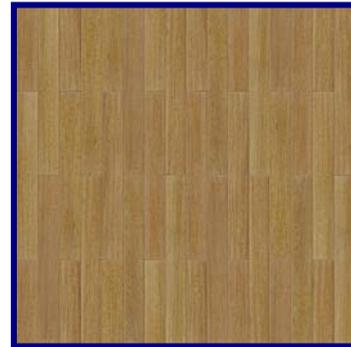


FIG A3.1
ENTABLADO DE TECA EN DUELA DE 20 CM.



FIG A3.2

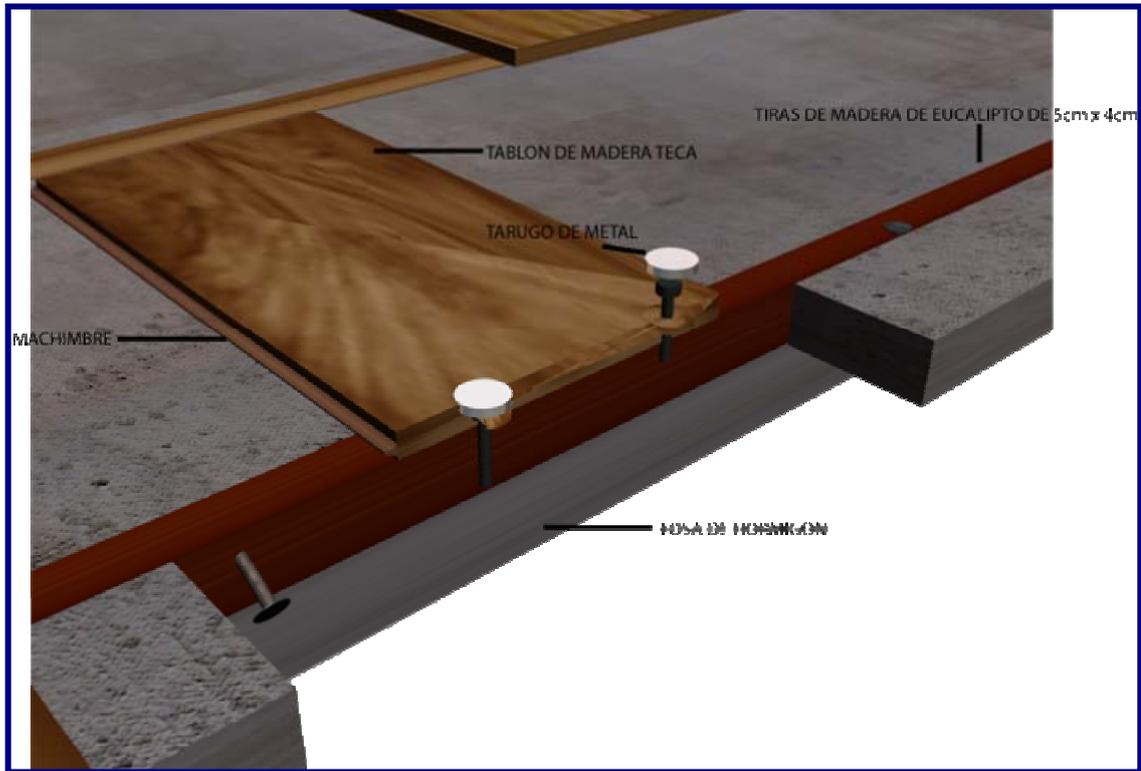


FIG A3.3

PISO FLOTANTE DE ALTO TRÁFICO
 PI # 32 COLOR HAYA
 VER FIG A4



FIG A4

EN LAS AULAS, PISO FLOTANTE.



FIG A4.1



FIG A4.2

PARA OFICINAS.



ALFOMBRA DE ALTO TRÁFICO COLOR AZUL OSCURO. VER FIG A5

SE COLOCARÁ EN TODAS LAS OFICINAS Y SECRETARIAS DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY.

FIG A5



FIG A5.1



FIG A5.2

B). DE LOS CIELORRASOS

- EN NIVELES DISTINTOS FOCALIZANDO ÁREAS.
- COLOR BLANCO, EN MATERIAL DE GYPSUM.
- EL PERÍMETRO DEL CIELORRASO CURVO CON ILUMINACIÓN POR CORNISA (LUZ CÁLIDA).
(FIG B1 – B2 - B3)



FIG B1



FIG B2.



FIG B3

- o EN CASO DE EXISTIR UN MEZANINE, EL CIELORRASO CURVO SE ENCONTRARÁ EN EL NIVEL MÁS ALTO DE CIELORRASO. (FIG B4)



FIG B4

- o EN LAS VENTANAS DONDE LA ALTURA SEA MAYOR A LA DEL CIELO RASO FALSO, ESTE LLEGARÁ A 20CM DE LA MISMA (FIG B5).



FIG B5

C). DE LAS PAREDES

- o EMPASTADAS Y COLOR BLANCO (FIG C 1)



FIG C 1

- o SU RELACIÓN CON EL PISO SERÁ A TRAVÉS DE RASTRERAS DE MADERA.
- o EN ZONAS DE CIRCULACIÓN TENDRÁN UN RECUBRIMIENTO DE MADERA DE CEDRO, CON TINTURA DE CEDRO. (FIG C2)



PANEL DE MADERA (cedro)

FIG C2

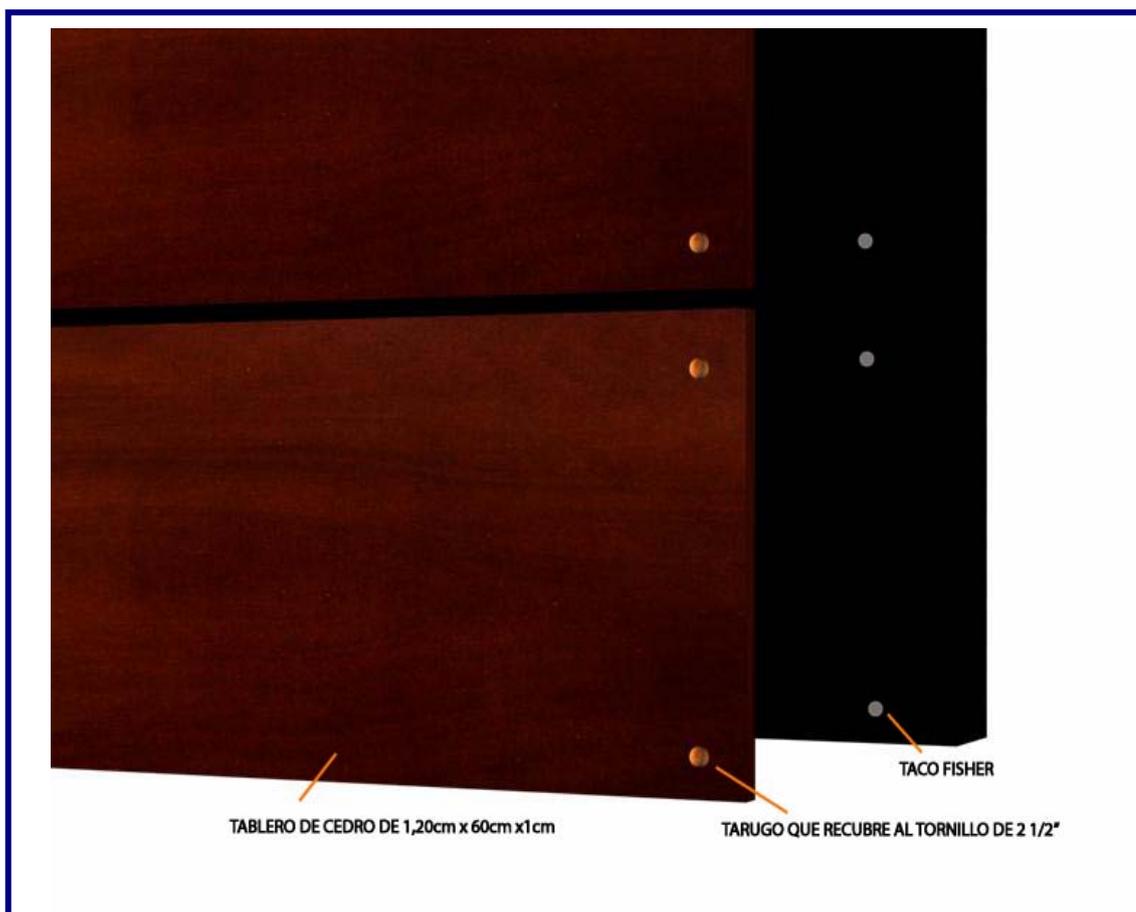


FIG C3

- o EN OFICINAS COMO RECTORADO, DECANATOS, LA ALTURA ES DEL NIVEL DEL PISO AL CIELO RASO.

D). DE LA PANELERÍA:

- o LA PANELERÍA DE VIDRIO TEMPLADO DE 10 LÍNEAS, COMBINACIÓN ENTRE VIDRIO DESLUSTRADO Y TRASLUCIDO, LLEGA A LA ALTURA DEL CIELO RASO. VER FIG D1



FIG D1

- o PANELERÍA EN OFICINAS A UNA ALTURA DE 2,10M
VER (FIG D2)



FIG D2

FIG 8

2.10 M

E) DE LA ILUMINACIÓN

ILUMINACIÓN GENERAL DIFUSA PARA OFICINAS, ZONAS DE DESCANSO.

EN LOS CIELORRASOS CON DESNIVEL Y DE FORMA CURVA, ILUMINACIÓN POR CORNISA. (FIG E1 –E2 – E3 – E4)



FIG E1



FIG E2



FIG E3



FIG E4

EN ZONAS DE ATENCIÓN AL PÚBLICO, ILUMINACIÓN DIRIGIBLE PUNTUAL. VER (FIG E5)



FIG E5

ILUMINACIÓN EN EL PISO.

EN EL BLOQUE ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY, SE COLOCARÁ ILUMINACIÓN EN EL PISO A TRAVÉS DE LETS DE LUZ CÁLIDA ENTRE LA ZONA DE DESCANSO Y EL ÁREA DE CIRCULACIÓN. VER FIG E6.



FIG E6. ZONA RESALTADA EN DONDE SE COLOCARÁ LOS LETS DE ILUMINACIÓN.



FIG E6.1

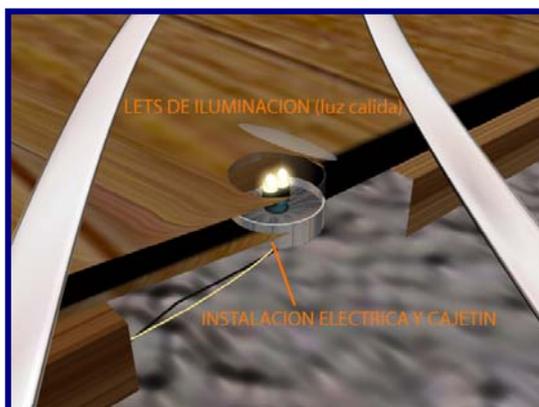


FIG E6.3



FIG E6.2

F) DE LOS PASAMANOS.

LA FORMA DEL PASAMANO SERÁ UNA PLACA CURVA DE 7CM DE ANCHO Y 0,5CM DE ESPESOR, SOSTENIDO POR UN TUBO VERTICAL CROMADO DE 1,5 PLG (FIG F1,F2,F3)

SU DISEÑO SERÁ EL SIGUIENTE.

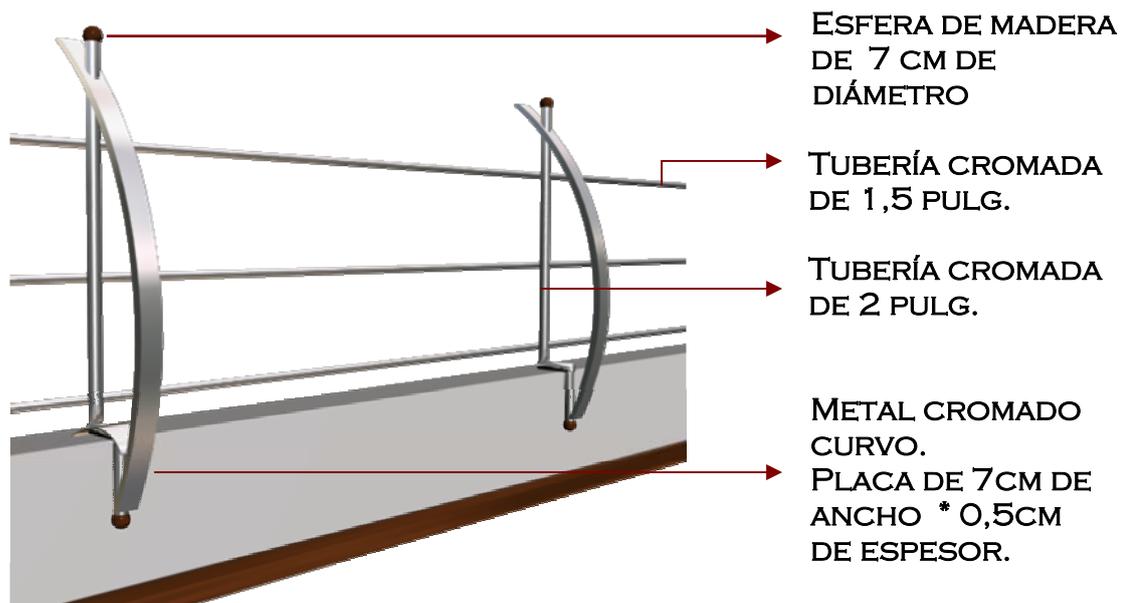


FIG F1

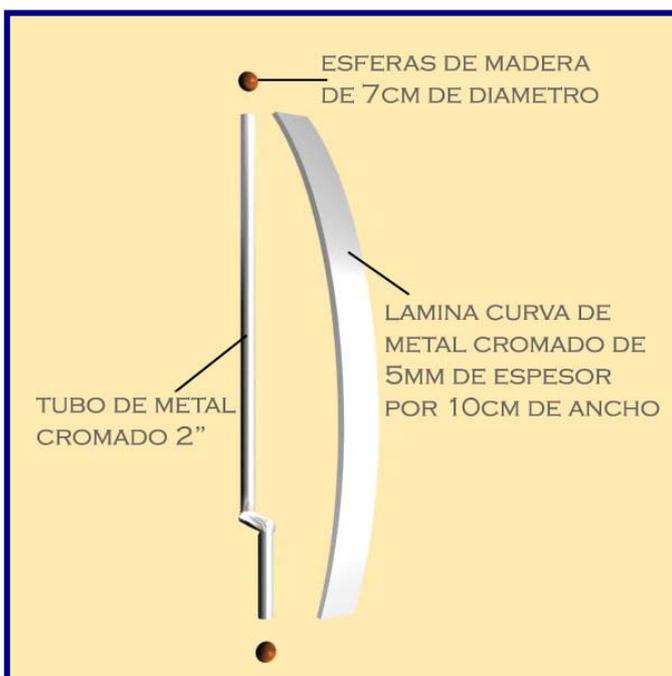


FIG F2

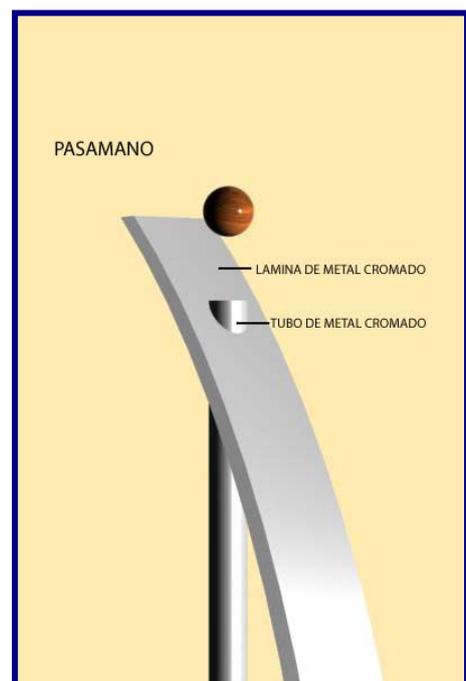


FIG F3

G) DEL MOBILIARIO.

EL MOBILIARIO SERÁ MANEJADO A TRAVÉS DE CATÁLOGO.

MOBILIARIO (SILLAS, SOFÁS, ESCRITORIOS, ARCHIVADORES, COUNTERS).

MOBILIARIO CON FORMAS CURVAS Y RECTAS.



ARCHIVADORES DE MADERA Y VIDRIO



MESAS DE TRABAJO CURVOS



SILLAS PARA RECTORADO, DECANATOS
SILLAS PARA ESCRITORIOS DE ATENCIÓN.



DISEÑO DE ESCRITORIOS DE ATENCIÓN
Y OFICINAS PRINCIPALES.

DISEÑO PARA ESCRITORIOS EN OFICINAS DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY.
VER FIG G. 1



FIG G. 1

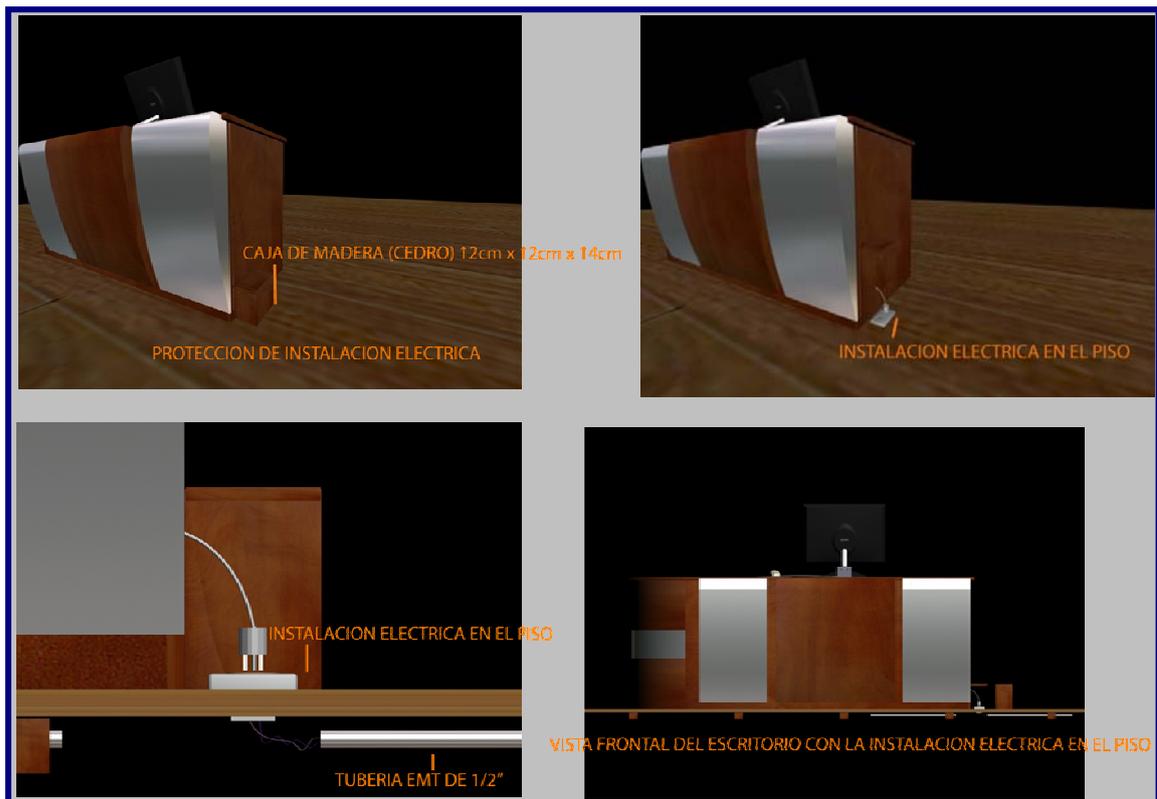


FIG G.2

DETALLE DE LA INSTALACIÓN DE TOMA ELÉCTRICA PARA LOS ESCRITORIOS.
FIG G.2



MOBILIARIO PARA OFICINAS PRINCIPALES



SILLAS PARA PUBLICO.

MOBILIARIO PARA:

ZONAS DE DESCANSO, ATENCIÓN E INFORMACIÓN.

EN LAS ZONAS DE DESCANSO COMO EL BAR, LAS MESAS TENDRÁN UN MESÓN CON EL SIGUIENTE DISEÑO.



FIG G3



FIG G4

PARA INFORMACIÓN EL MOBILIARIO DE ATENCIÓN ES EL SIGUIENTE.
VER FIG 19,20



FIG G5

BARRA DE MADERA DE CEDRO
CON TINTURA DE CEDRO.



FIG G6

MADERA CON LACA
AUTOMOTRIZ GRIS.
PANTONE 420C

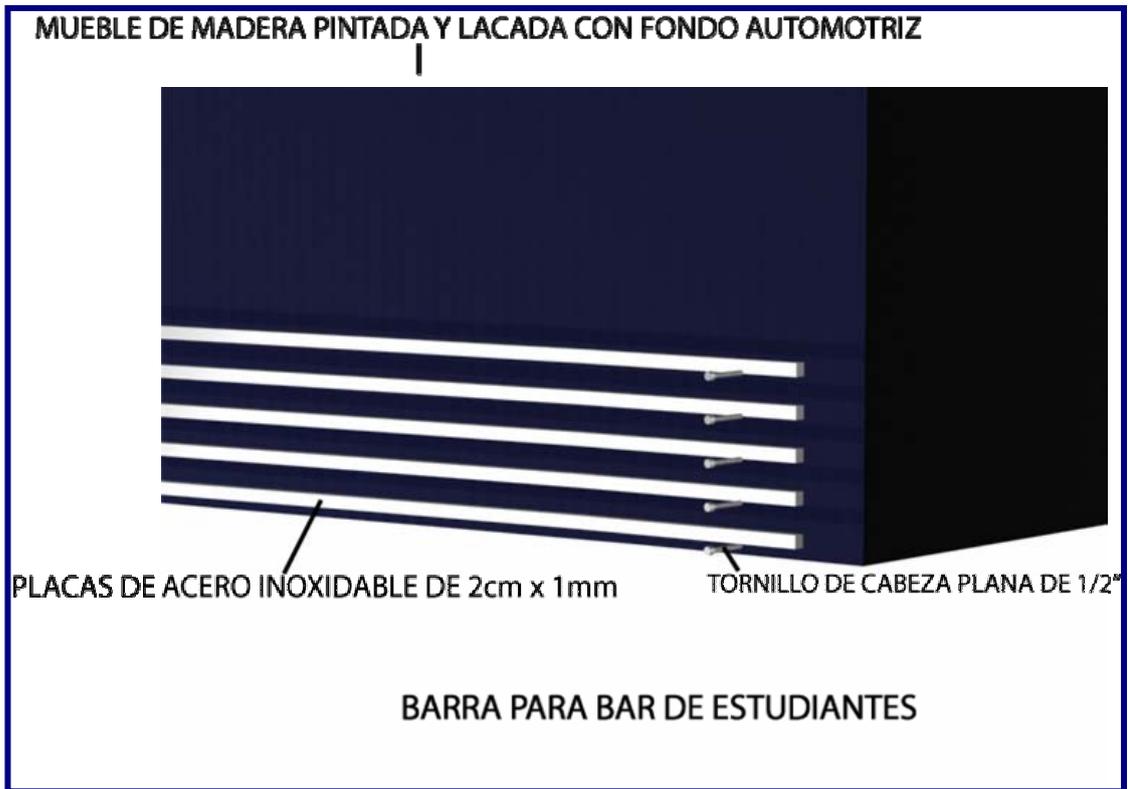
MESÓN DE VIDRIO DE 2CM PARA
ATENCIÓN CON SUJESORES
METÁLICOS CIRCULARES DE 4 CM
DE DIÁMETRO.



DISEÑO PARA BARRA PARA EL BAR ESTUDIANTIL.



BARRA PARA BAR DE ESTUDIANTES



EL BAR ESTUDIANTIL (VER FIG G7, G8)



FIG G7



FIG G8

H) DE LA SEÑALIZACIÓN.

LA SEÑALIZACIÓN SE MANEJARÁ EN PAREDES, COLUMNAS, SOBRE PUERTAS.

EL SOPORTE SERÁ INSTALADO DESDE LA PARED SEGÚN LA DISPOSICIÓN DEL ESPACIO Y CRITERIOS DEL DISEÑADOR.

EL DISEÑO DEL SOPORTE Y SEÑALIZACIÓN ES EL SIGUIENTE.



FIG H1



FIG H2

EN LOS ESPACIOS. VER FIG H3, H4



FIG H3

**BLOQUE ADMINISTRATIVO DE
LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY.**



FIG H4

DECANATO DE LA FACULTAD DE DISEÑO.

1) DE LAS PUERTAS.

- EL DISEÑO DE LAS PUERTAS SERÁN CON EL MISMO MATERIAL DE LA PANELERÍA DONDE SE ENCUENTREN COLOCADAS.
- PERDIDAS COMO PARTE DE LA PANELERÍA YA SEA DE VIDRIO O MADERA.

EL DISEÑO DE LAS PUERTAS DONDE SE ENCUENTRA EL RECUBRIMIENTO DE MADERA DE CEDRO FORMARÁN PARTE DE LA PANELERÍA PERDIDA EN ELLA. VER FIG 11.



FIG 11

EL DISEÑO DE LAS PUERTAS DONDE LA PANELERÍA ES DE VIDRIO FORMARÁ PARTE DE LA PANELERÍA PERDIDA EN ELLA. VER FIG 12.



FIG 12

LAS PUERTAS DONDE LA PARED SEA DE CONCRETO O DE GYPSUM EL DISEÑO ES EL SIGUIENTE. VER FIG 13

MADERA DE CEDRO CON
TINTURA DE CEDRO.

VIDRIO DESLUSTRADO EN
FRANJAS BLANCAS Y GRISES.

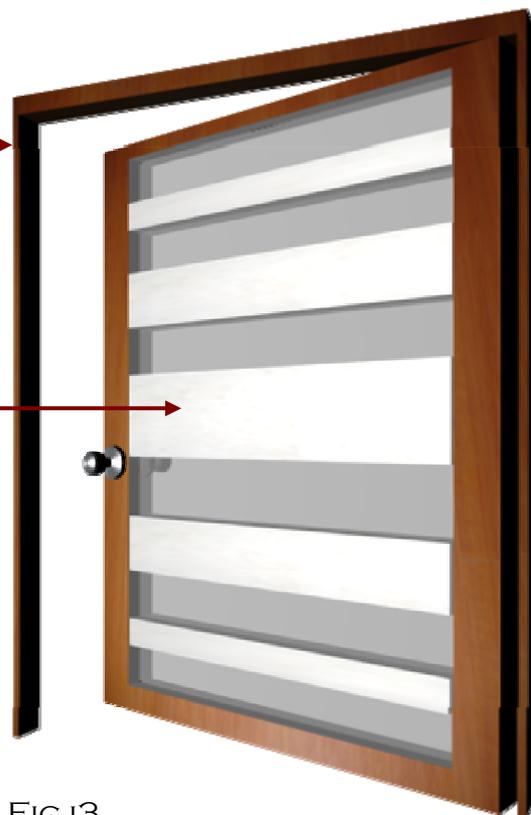


FIG I3

J) DE LAS COLUMNAS.

LAS COLUMNAS SERÁN ENLUCIDAS CON UN MORTERO ARENOSO PARA PRESENTAR UNA TEXTURA RUGOSA FINA. VER FIG J1, J2

SU TONALIDAD SERÁ BLANCA AL GRIS.



FIG J1

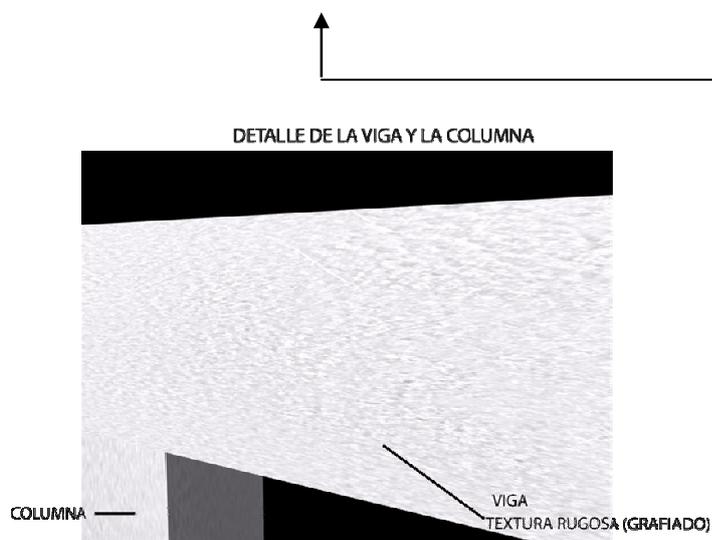


FIG J2

K) AULA TIPO.

FRANJAS RECTAS EN SENTIDO DE LA ILUMINACIÓN CON PROTECTORES DE LÁMPARAS QUE CUBREN TODO EL LARGO DEL CIELO RASO. VER FIG K1



FIG K1

EN LAS PAREDES SE COLOCARÁN TUBOS Y SOLDADOS GANCHOS PARA COLGAR LAS MOCHILAS DE LOS ESTUDIANTES. VER FIG K2, K3

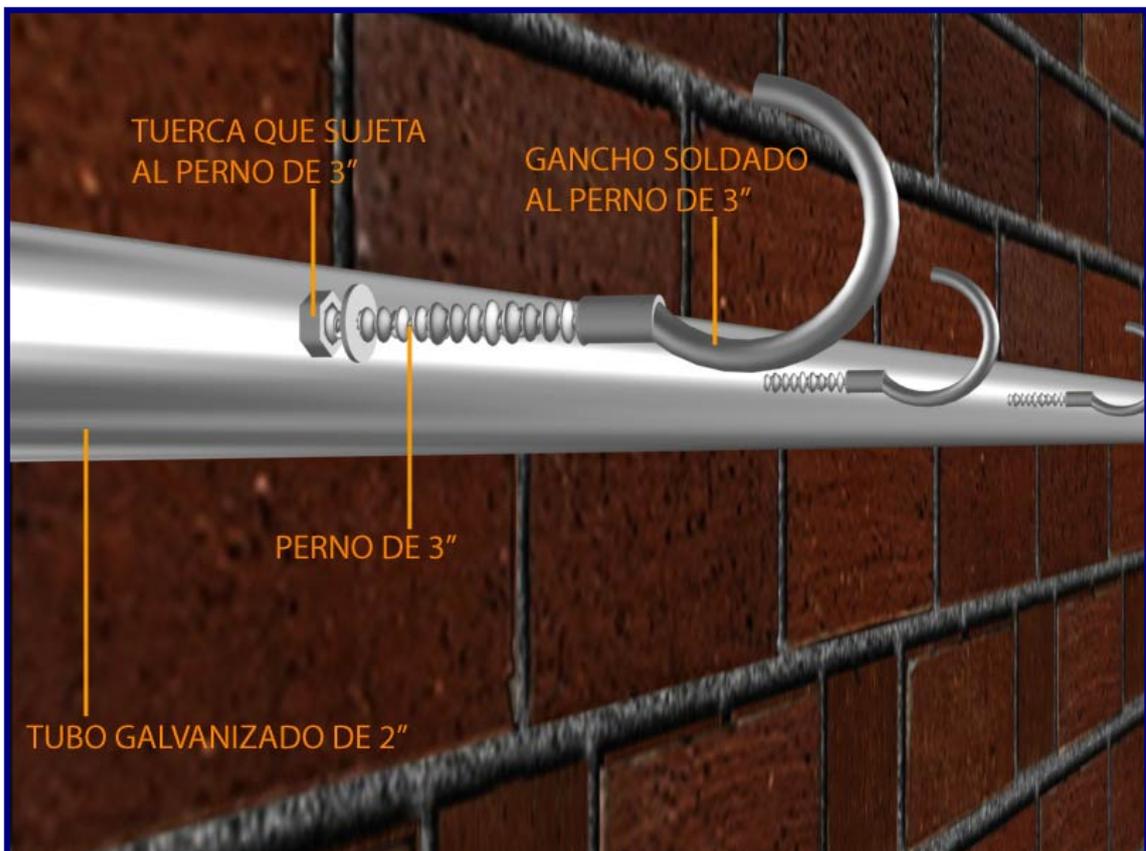


FIG K2

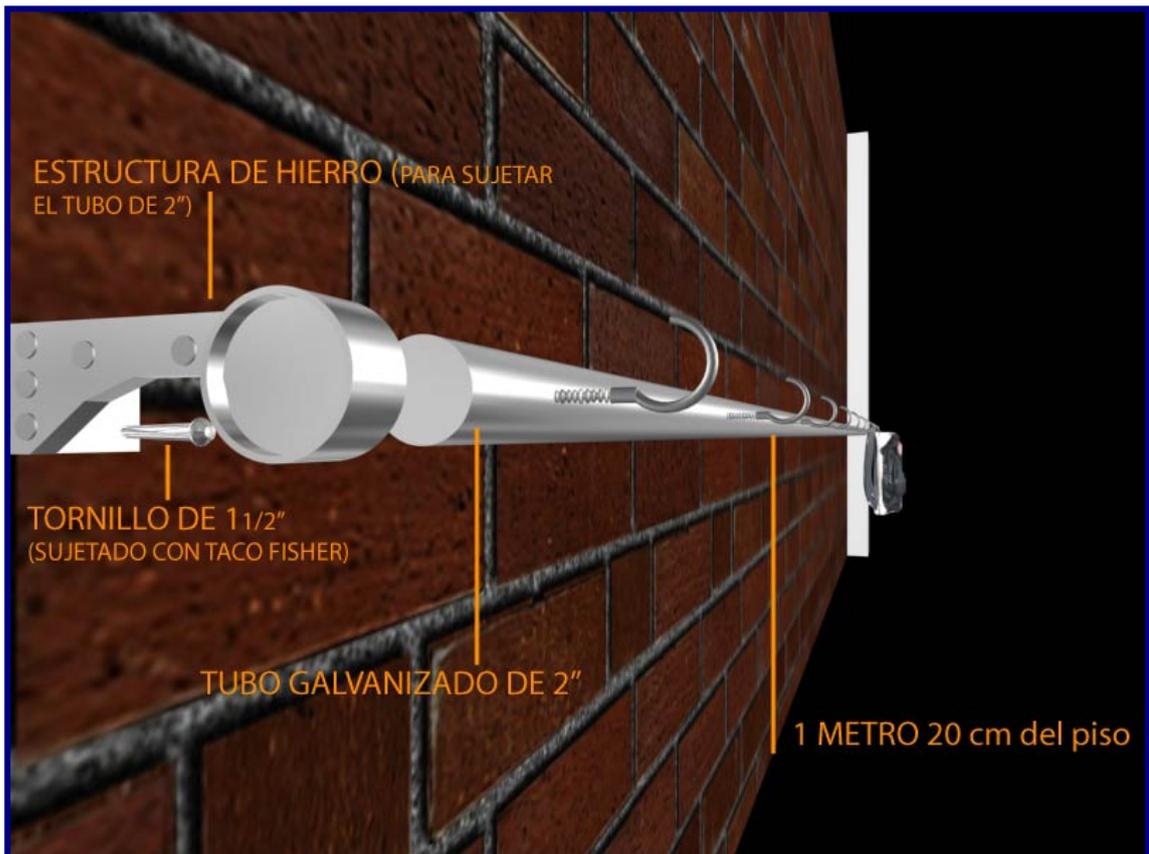


FIG K3

LOS PUPITRES SERÁN MÓDULOS QUE SE PUEDAN CONVERTIR EN MESAS DE TRABAJO GRUPAL O INDIVIDUAL. VER FIG K4,K5,K6,K7



FIG K4



FIG K5



FIG K6



FIG K7