



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

Departamento de Posgrados

Maestría en Diseño de Interiores

Versión 4

**Implementación de estrategias de retail en el diseño de una
concept store, con identidad cultural Cañari**

Autor:

Paul Israel Moncayo Guillén

Trabajo previo a la obtención del título de:

MAGISTER EN DISEÑO DE INTERIORES

Director:

Arq. Santiago Vanegas Peña, Ph.D.

2025





Dedicatoria

A Dios, fuente primordial de la fortaleza y lucha, él con su gran bondad y amor me ha guiado en cada paso que he dado en este camino con paciencia infinita. Su luz ha sido mi faro, me ha recordado en el día a día que todo esfuerzo tiene su recompensa y que los sueños sí se pueden hacer realidad.

A mis padres, cómo no dedicarles esta tesis a ellos que con su amor y sacrificio me han enseñado el poder de la perseverancia y la humildad. Ellos, que han sido mis cimientos para no desistir nunca, les debo cada uno de mis logros.



Agradecimiento

Agradezco al Arq. Santiago Vanegas por su guía y asesoramiento durante el proceso de realización de esta tesis. Su experiencia, con un gran conocimiento fueron clave para la estructuración y calidad del trabajo.

Este triunfo es el resultado de un esfuerzo muy satisfactorio, de una lucha constante por alcanzar mis metas, por plantearme varias metas en mi vida e ir las alcanzando y al mismo tiempo demostrarme que todo es posible con trabajo y paciencia.

Resumen

En el ámbito nacional, el diseño interior de una concept store se ha desarrollado hacia enfoques que trascienden su función comercial, al incorporar valores culturales que fortalecen la identidad local. Esta investigación tiene como propósito central proponer e implementar estrategias de retail que integren elementos representativos de la identidad cultural del pueblo Cañari en el diseño interior de un espacio comercial, con el objetivo de enriquecer la experiencia del cliente y contribuir a la promoción del patrimonio cultural. Para ello, se plantearon tres objetivos específicos: reconocer los rasgos culturales cañaris susceptibles de ser incorporados en el diseño de interiores; formular estrategias de retail coherentes con estos principios culturales; y desarrollar una propuesta de diseño interior para una concept store que articule ambos enfoques. La metodología, de carácter mixto, permitió abordar el análisis del espacio desde perspectivas funcionales, simbólicas y experienciales. Los hallazgos se materializan en un diseño interior que no solo responde a las necesidades del entorno comercial, sino que también actúa como medio para la difusión de la herencia cultural cañari.

Palabras clave: identidad cultural, retail, Cañari, arquitectura patrimonial, concept store, diseño interior.

Abstract

At the national level, the interior design of concept stores has evolved toward approaches that go beyond their commercial function by incorporating cultural values that strengthen local identity. This research aims to propose and implement retail strategies that integrate representative elements of the Cañari indigenous cultural identity into the interior design of a commercial space, in order to enhance the customer experience and contribute to the promotion of cultural heritage. Three specific objectives were established: to identify Cañari cultural features that can be incorporated into interior design; to develop retail strategies aligned with these cultural principles; and to create an interior design proposal for a concept store that combines both approaches. A mixed-methods methodology allowed for a comprehensive analysis of the space from functional, symbolic, and experiential perspectives. The findings are consolidated in a design proposal that not only meets the commercial requirements of the space but also serves as a medium for the dissemination and revitalization of Cañari cultural heritage.

Keywords: cultural identity, retail, Cañari, heritage architecture, concept store, interior design.

Lic. Paul Moncayo Guillen

Autor del TFM

Arq. Santiago Vanegas Peña, Ph.D.

Director del TFM



Tabla de Contenido

Dedicatoria.....	2
Agradecimiento.....	3
Resumen	4
Abstract	5
Introducción.....	9
Objetivos.....	10
1. Contextualización (Capítulo 1)	11
1.1 Introducción	12
1.2 Revisión de conceptos	13
1.2.1 ¿Qué es la identidad?	13
1.2.2 Espacios con identidad.....	13
1.2.3 Diseño Interior	15
1.2.4 Concept Store.....	16
1.2.5 Retail Design.....	22
1.2.6 Estrategias para Mejorar la Experiencia del Usuario.....	26
1.2.7 Estrategias de Visual Merchandising.....	27
1.3 Revisión de homólogos	34
1.3.1 Centro de Interpretación de la Cultura Mapuche, Chile.	34
1.3.2 Museo de Sitio Pachacamac, Perú.	35
1.3.3 Boutique Yakampot, México	37
1.4 Conclusión.....	39
2. Investigación y metodología (Capítulo 2).....	40
2.1 Introducción.....	41
2.2 Identidad cultural Cañari	42
2.2.1. Cosmovisión andina Cañari	43
2.2.2. Espacio – tiempo en la Chakana Andina Cañari	44
2.2.3. Antropometría	48
2.2.4. Iconografía Cañari.....	49
2.2.5. Materiales de uso Cañari en la construcción.....	51
2.3 Caso de aplicación: Casa de la Provincia, Prefectura del Azuay	54

2.3.1. Importancia institucional de la Prefectura.....	55
2.3.2. Plantas de estado actual.....	56
2.3.3. Análisis de espacios	58
2.4 Conclusión	63
3. Conceptualización y Resultados (Capítulo 3).....	64
3.1 Concepto de diseño.....	65
3.1.1 Criterio expresivo “Simbología e identidad cultural”	66
3.1.2 Criterio Funcional (cosmovisión)	76
3.1.3 Criterio tecnológico (innovación)	79
3.1.4 Criterio experiencial (sensitivo).....	81
3.2 Proceso proyectual, experimentaciones con IA.....	82
3.3 Propuestas de diseño por espacios.....	87
3.3.1 Teatrina	87
3.3.2 Sala de sesiones.....	93
3.4 Fichas de mobiliario diseñado	100
Conclusiones	104
Referencias.....	106
Tabla de imágenes	108

Introducción

A lo largo de los últimos años, el diseño de interiores en Ecuador ha evolucionado significativamente, adoptando nuevas tendencias y enfoques que responden a las demandas contemporáneas de funcionalidad y estética. No obstante, en el ámbito del diseño comercial vinculado a la identidad cultural, el valor del pueblo Cañari en las provincias del Azuay y Cañar ha sido escasamente promovido. Esta situación responde a una combinación de factores, entre ellos la falta de información adecuada, la influencia predominante de culturas externas y la creciente desconexión de las nuevas generaciones con sus raíces ancestrales, lo que ha derivado en la paulatina pérdida de elementos identitarios en los espacios comerciales.

El presente estudio plantea una propuesta de diseño interior para una concept store que incorpore estrategias de retail design en diálogo con la identidad cultural Cañari, con el objetivo de aportar al reconocimiento, valoración y difusión de las raíces locales a través del espacio arquitectónico. La intervención se sitúa en la Casa del Buen Pastor, un inmueble patrimonial de la ciudad de Cuenca, cuya carga histórica y valor simbólico requieren una aproximación proyectual respetuosa y contextualizada.

Para ello, se implementó una metodología de tipo cualitativo con enfoque proyectual, basada en el análisis espacial, patrimonial y funcional del caso de estudio. Inicialmente se llevó a cabo un levantamiento fotográfico detallado del edificio y el redibujo de los planos del estado actual, lo que permitió diagnosticar las condiciones arquitectónicas y constructivas del inmueble. Esta primera fase fue clave para identificar tanto las potencialidades como las limitaciones del lugar, asegurando que las decisiones proyectuales respondan a su integridad formal y su valor histórico.

Objetivos

Objetivo General:

Diseñar e implementar estrategias de retail que integren la identidad cultural indígena cañari en el diseño interior de una concept store, para mejorar la experiencia del cliente y promover la cultura local.

Objetivos Específicos:

1. Identificar los elementos culturales cañari que pueden ser incorporados en el diseño de interiores de un concept store.
2. Establecer estrategias de retail que puedan ser aplicadas en el diseño de una concept store.
3. Desarrollar un diseño de interiores para un concept store aplicando estrategias de retail y elementos culturales cañari.

1. Contextualización (Capítulo 1)

1.1 Introducción

La identidad, entendida tanto desde su dimensión individual como desde su construcción sociocultural, establece un eje fundamental en la configuración de los espacios contemporáneos. Esta se expresa a través de símbolos, tradiciones y valores que otorgan sentido de pertenencia y diferencian a una comunidad dentro del contexto global (Hall, 2010). En el campo del diseño interior, dicha identidad puede ser traducida espacialmente, especialmente en entornos comerciales donde la cultura se convierte en un valor agregado.

En este marco, los negocios con identidad cultural han cobrado relevancia como una estrategia de diferenciación en mercados cada vez más homogéneos. Según Rodríguez (2019), integrar elementos culturales en propuestas comerciales no solo fortalece la autenticidad de la marca, sino que promueve la sostenibilidad cultural. En este sentido, el diseño de una concept store se convierte en una oportunidad para articular una narrativa coherente entre espacio, producto y memoria colectiva.

El diseño interior aplicado al retail, conocido como retail design, incluye metodologías que buscan optimizar la experiencia del usuario. Entre estas se encuentran el visual merchandising —enfocado en la exposición atractiva del producto mediante técnicas visuales— y el store planning, que organiza el recorrido del cliente dentro del local (Pegler, 2012; Kirk, 2021). Estas herramientas, bien aplicadas, permiten crear ambientes que no solo invitan al consumo, sino que comunican los valores e identidad de la marca.

Por tanto, este capítulo aborda los fundamentos conceptuales relacionados con la identidad cultural y personal, el diseño interior de espacios comerciales con propósito cultural, y las estrategias del retail design que permiten consolidar una experiencia comercial significativa en una concept store. Este enfoque teórico será la base para proponer un espacio comercial que rescate y visibilice la identidad Cañari desde el diseño.

1.2 Revisión de conceptos

1.2.1 ¿Qué es la identidad?

La identidad se comprende como un concepto relativo, el cual se construye de manera personal y se refuerza a través de las interacciones sociales. Este proceso está íntimamente ligado a un sentido de pertenencia a ciertos grupos socioculturales, los cuales comparten características comunes. La pertenencia a estos grupos influye en la definición de la personalidad de un individuo. En este sentido, la identidad personal se caracteriza por marcar la diferencia frente a los demás, mientras que la identidad social resalta lo que se comparte con los otros (La Identidad: Definición, Fundamentos y Actualidad de la Cuestión, 2022).

La identidad, ya sea individual o colectiva, se configura mediante un conjunto de procesos que permiten al sujeto reconocerse a sí mismo en un momento y contexto determinados. Esta autopercepción le brinda la capacidad de distinguirse de otros, identificarse con ciertos grupos y construir una narrativa personal que le da continuidad a pesar de los cambios y transformaciones (González de Rivera, s.f.).

1.2.2 Espacios con identidad

El concepto de espacios con identidad abarca más que la simple conformación física de un entorno; implica la existencia de un vínculo profundo entre el espacio y las personas que lo habitan o lo acostumbran. Estos espacios no solo cumplen una función práctica o estética, sino que actúan como vehículos de expresión cultural, social e histórica. Desde una perspectiva sociocultural, se entiende que la identidad de un espacio es resultado de un proceso continuo de apropiación, uso y significación simbólica, construido a través del tiempo por una comunidad determinada (Rapoport, 1990).

En este sentido, la arquitectura y el diseño no solo modelan estructuras tangibles, sino que también configuran significados. Cuando los diseñadores consideran los aspectos identitarios de una cultura como sus costumbres, lenguas, colores, iconografía, formas de habitar o modos de producción local, se generan ambientes que dialogan directamente con el usuario y refuerzan la memoria colectiva. Según Rapoport (1990), los entornos construidos funcionan como una forma de comunicación no verbal que transmite los valores y creencias de una sociedad, siendo estos mensajes leídos por los usuarios a través de su cotidianidad.

El filósofo y arquitecto noruego Christian Norberg-Schulz (2000) introdujo la noción de *genius loci*, o espíritu del lugar, como un principio fundamental en la creación de espacios significativos. Esta idea sostiene que todo lugar posee una esencia única, derivada de su geografía, clima, cultura y uso humano, que debe ser respetada y potenciada por quienes intervienen arquitectónicamente en él. Así, el diseño consciente de la identidad del espacio no busca imponer formas foráneas ni responder a tendencias globalizadas, sino interpretar el carácter auténtico del sitio y reflejar en su configuración formal y material.

En contextos donde existe una fuerte presencia de tradiciones culturales, como en muchas regiones de América Latina, el diseño con identidad se convierte en una herramienta de resistencia frente a los procesos de homogeneización cultural. La globalización ha generado una proliferación de espacios estandarizados, muchas veces desvinculados del entorno social e histórico donde se insertan. Ante ello, diversos profesionales del diseño y la arquitectura han planteado estrategias para revalorizar lo local, integrando materiales autóctonos, técnicas constructivas ancestrales, simbología tradicional y organización espacial derivada de costumbres comunitarias (Gutiérrez, 2016).

Esta práctica no solo responde a una necesidad de preservación cultural, sino que también favorece una mayor conexión emocional entre el individuo y su entorno construido. Los espacios que reflejan la identidad colectiva fomentan el sentido de pertenencia, la cohesión social y el respeto por el legado histórico. De este modo, el diseño de interiores y arquitectónico se convierte en un acto de mediación cultural, donde se cruzan lo tangible y lo intangible, lo moderno y lo ancestral, dando lugar a propuestas que enaltecen la diversidad y particularidad de cada comunidad.

Además, los espacios con identidad tienen el potencial de ser escenarios de educación y sensibilización cultural. Por medio de su estética y funcionalidad, pueden comunicar mensajes sobre la cosmovisión de un pueblo, su relación con la naturaleza, sus rituales y su historia. Así, el diseño deja de ser una disciplina centrada únicamente en lo visual y funcional para convertirse en un lenguaje que narra, preserva y transmite cultura. Esta visión integral del espacio resulta especialmente relevante en procesos de revitalización urbana, turismo cultural o proyectos educativos, donde el entorno construido actúa como catalizador de experiencias significativas.

1.2.3 Diseño Interior

El diseño de interiores es un proceso que va más allá de la simple decoración de un espacio, ya que abarca la planificación y creación de ambientes funcionales y estéticamente agradables. Se trata de una disciplina que busca optimizar el uso de los espacios mediante la disposición estratégica de los elementos dentro de un entorno, teniendo en cuenta tanto las necesidades prácticas como las emocionales de las personas que los habitan (Smith, 2020). La finalidad de este proceso es generar ambientes que no solo sean útiles, sino que también promuevan el bienestar de los usuarios.

Además, el diseño de interiores implica una profunda comprensión de los aspectos técnicos y estéticos. Los diseñadores deben considerar la iluminación, la paleta de colores, los materiales y la distribución del mobiliario, entre otros factores, para lograr la armonía visual y funcional del espacio (Jones, 2018). Cada uno de estos elementos debe ser elegido con cuidado, ya que tiene un impacto directo en la percepción del ambiente y en la calidad de vida de quienes lo utilizan. Así, el diseño de interiores se convierte en una herramienta crucial para transformar un espacio común en uno que inspira confort y productividad.

Imagen 1

Diseño de interiores de un departamento



Fuente: 2020 Home, (2020)

1.2.4 Concept Store

Una concept store o tienda conceptual es un formato de comercio minorista que trasciende la venta de productos para convertirse en una experiencia de marca cuidadosamente curada. A diferencia de los establecimientos tradicionales que agrupan productos por categorías funcionales, las tiendas conceptuales integran múltiples tipologías —como moda, arte, diseño, libros, decoración o incluso gastronomía— en un mismo espacio, unificadas bajo una narrativa o filosofía específica. Este modelo de negocio apuesta por la creación de una atmósfera sensorial y emocional coherente, donde el consumidor no solo adquiere objetos, sino que también se involucra con un estilo de vida o una identidad cultural particular.

Imagen 2

Diseño de una Concept Store



Fuente: El Comercio, (2017)

De acuerdo con Kent y Brown (2009), una concept store se define como "una tienda minorista basada en una filosofía de estilo de vida específica, que combina diferentes categorías de productos y experiencias sensoriales para comunicar una narrativa coherente de marca" (p. 408). Esto implica una puesta en escena estratégica del espacio, donde el diseño interior, el mobiliario, la iluminación, la música y la disposición de los productos están diseñados de forma holística para generar una experiencia inmersiva. En este sentido, las tiendas conceptuales no solo promueven la venta, sino que también posicionan una visión del mundo, transmiten valores, y muchas veces funcionan como plataformas culturales o artísticas.

Este tipo de tiendas se ha consolidado principalmente en contextos urbanos, donde el consumidor valora cada vez más la autenticidad, la estética y el sentido de pertenencia. La concept store se presenta, así como un espacio de exploración, descubrimiento y conexión emocional, desdibujando los límites entre lo comercial, lo cultural y lo artístico.

Imagen 3

Diseño de experiencia de usuario



Fuente: La Comercial, (2025)

Proyectos Ejemplares de Concept Store

Ejemplo 1. Galería Muy

Localizada en San Cristóbal de las Casas, Chiapas, la Galería MUY constituye un referente de espacio cultural alternativo, cuya apertura en el año 2014 respondió a la necesidad de un entorno que acogiera y visibilizara el arte contemporáneo producido por artistas indígenas, particularmente de origen maya y zoque. Fundada por el antropólogo John Burstein y la artista Martha Alejandra López, miembro del pueblo zoque, esta galería promueve la creación, exhibición y reflexión artística desde un enfoque comunitario y decolonial, ofreciendo una plataforma autogestionada para el fortalecimiento de la expresión cultural originaria.

La configuración arquitectónica de la galería parte de una edificación tradicional en adobe, situada en el histórico Barrio de Guadalupe. Su programa espacial combina elementos vernáculos con intervenciones contemporáneas, integrando áreas como un patio central, salas expositivas, talleres para la producción de cerámica y pintura, y residencias para artistas. Este diseño espacial está concebido para fomentar la interacción entre los visitantes y las obras,

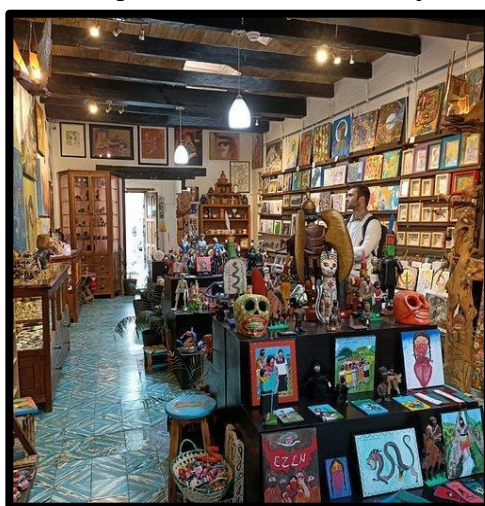
generando una experiencia sensorial y discursiva profunda, que propicia el diálogo intercultural.

Contexto cultural y social

Chiapas es una región marcada por la diversidad étnica y por una historia sociopolítica caracterizada por procesos de reivindicación de la autonomía indígena, particularmente tras el levantamiento zapatista en 1994. En ese contexto, la Galería MUY emerge como un dispositivo cultural que articula las prácticas artísticas con los procesos de reconfiguración identitaria y autodeterminación comunitaria. Su programación, que incluye más de treinta exposiciones tanto individuales como colectivas, se orienta a consolidar un discurso visual propio de los pueblos originarios, desde una perspectiva crítica, emancipadora y contemporánea.

Imagen 4

Espacio de la Galería Muy



Fuente: Galería Muy, (2022)

En términos de proyección, la galería ha logrado posicionarse a nivel internacional como una entidad comprometida con el arte indígena actual. Ha participado en eventos de alto perfil como Material Art Fair, donde recibió el premio Hennessy al mejor proyecto en el año 2020, y en la Outsider Art Fair de París.

Imagen 5

Exhibiciones de la Galería Muy



Fuente: Galería Muy, (2022)

Ejemplo 2. Aborigen Concept Store

Aborigen Concept Store representa un caso paradigmático de aplicación del diseño interior con identidad cultural en el contexto ecuatoriano contemporáneo. Ubicada en Cumbayá, una zona urbana de la ciudad de Quito, esta tienda-concepto fue fundada en 2021 por la diseñadora Manuela Cobo. Su propuesta va más allá de la comercialización de productos, planteando un espacio donde convergen la estética, la funcionalidad y el simbolismo de las culturas ancestrales.

Imagen 6

Presentación de Aborigen Concept Store



Fuente: Aborigen Concept Store, (2022)

El lenguaje espacial de Aborigen se construye a partir de una narrativa que revaloriza las raíces culturales locales mediante el uso de materiales naturales, tonalidades neutras y mobiliario desarrollado con materias primas nacionales. La selección de objetos exhibidos incluye piezas creadas por artesanos ecuatorianos, lo cual no solo fomenta el comercio justo y el consumo responsable, sino que también asegura la continuidad de técnicas manuales ancestrales, muchas de ellas en riesgo de desaparecer.

Imagen 7

Aborigen Concept Store y sus espacios



Fuente: Aborigen Concept Store, (2022)

Desde la visión de su fundadora, el diseño de interiores posee la capacidad de incidir directamente en el bienestar emocional del usuario. Por ello, el enfoque de Aborigen se centra en generar ambientes que promuevan la tranquilidad, la conexión sensorial y la autenticidad. La tienda también ofrece servicios de asesoría en arquitectura interior y estilismo, consolidando una experiencia integral que responde tanto a necesidades prácticas como simbólicas del habitante contemporáneo, sin desvincularse de su contexto cultural (Cobo, 2021; CLAVE!, 2022).

Aborígen Concept Store puede ser comprendida como una estrategia de retail con enfoque patrimonial, al integrar el diseño interior como medio para conservar y difundir expresiones materiales e inmateriales de la identidad cultural ecuatoriana. Esta iniciativa evidencia cómo el comercio puede transformarse en una plataforma para la preservación cultural mediante una estética coherente con la historia y los valores del territorio.

Imagen 8

Mini sala de Aborígen Concept Store



Fuente: Aborígen Concept Store, (2022)

1.2.5 Retail Design

El Retail Design es una disciplina que se centra en el diseño de espacios que van a combinar elementos arquitectónicos, marketing, diseño gráfico, productos y servicios. Esta rama tiene su denotación en la generación de experiencias en los diferentes tipos de usuarios, las mismas experiencias que van a depender de el target al que vaya dirigido el proyecto.

En el retail design lo que se busca es generar un espacio interesante y atractivo que refuerce la identidad de la marca e incentive a los usuarios a la interacción y participación de los clientes. Entonces la persona que trabaja en retail design toma el nombre de diseñador retail, los aspectos más importantes en los que destaca su trabajo es el diseño de la fachada principal, iluminación, escaparate, mobiliario, además se puede implementar la generación de experiencias sensoriales.

Distribución del espacio

La distribución estratégica del espacio va a formar parte de una óptima experiencia de compra para los usuarios, pero también está directamente enlazada con el comportamiento del consumidor. Un diseño que guía sutilmente a los clientes, el cual se configure correctamente va a destacar los productos estrella, aporta a un flujo armonioso y a decisiones más informadas.

A partir de las características y la identidad de la marca, el tipo de producto o la puesta en marcha de la tienda, los expertos en arquitectura y diseño de interiores se encuentran con el reto de encontrar diversas tácticas o instrumentos que puedan satisfacer las expectativas de todos los elementos involucrados. La optimización de los espacios, la transmisión de un mensaje o idea específica, la distribución y organización creativa e innovadora de los productos, la captación de un mayor número de clientes o la creación de una circulación que genere una experiencia positiva digna de recordar y repetir, son solo algunos de los propósitos o principios que suelen incluirse en las tareas de diseño de espacios comerciales.

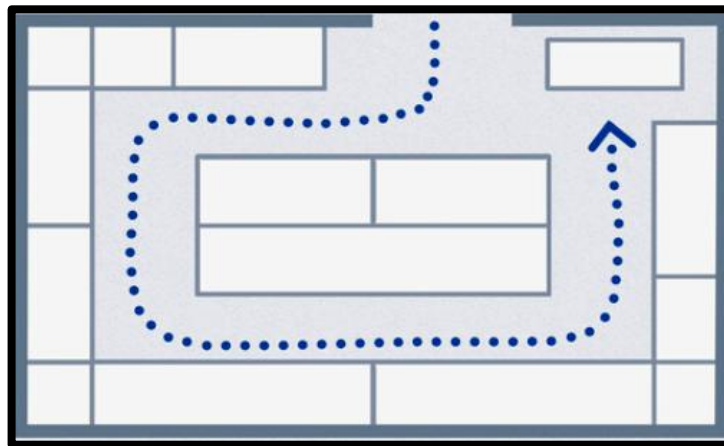
Tipos de circulación

Distribución en circuito

Se realiza la exposición de la mayor cantidad de enseres para de esta forma generar una ruta más identificable tanto para usuarios como trabajadores de la tienda. El recorrido que se plantea muestra un inicio y un fin. (Íñiguez, 2024).

Imagen 9

Distribución en circuito



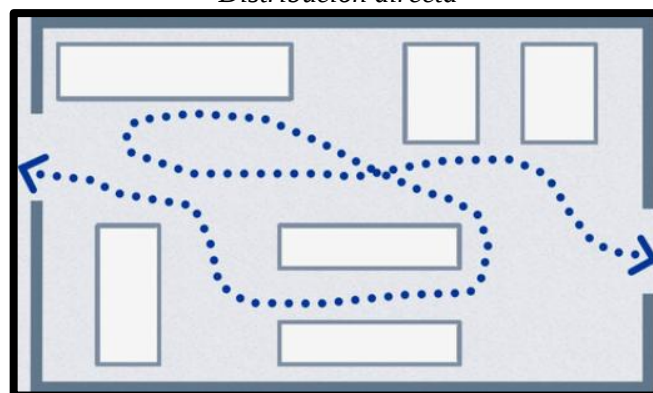
Fuente: Íñiguez, (2024)

Distribución directa

Su objetivo principal se centra en orientar a los usuarios hacia puntos focales diferentes en zonas estratégicas de interés que implican a nuevos productos, los artículos más vendidos o aquellos que están en descuento. (Íñiguez, 2024).

Imagen 10

Distribución directa



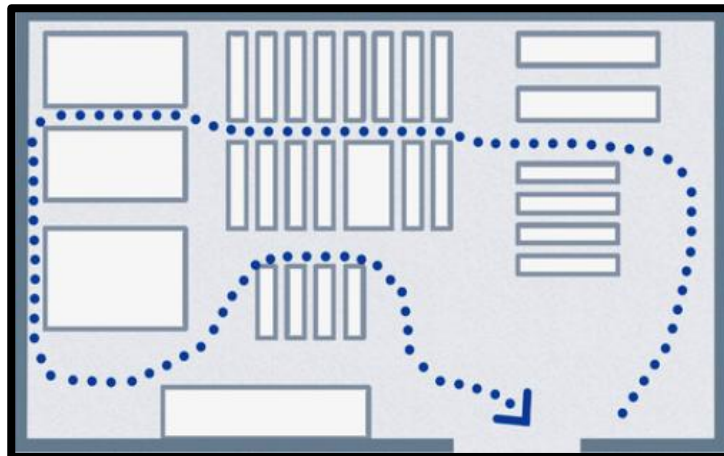
Fuente: Íñiguez, (2024)

Distribución en cuadrícula

En este tipo de organización espacial se crea para otorgar una facilidad en el almacenamiento, aunque su utilización puede llegar a ser bastante abrumadora al no proponerse un recorrido en varias ocasiones. (Iñiguez, 2024).

Imagen 11

Distribución en cuadrícula



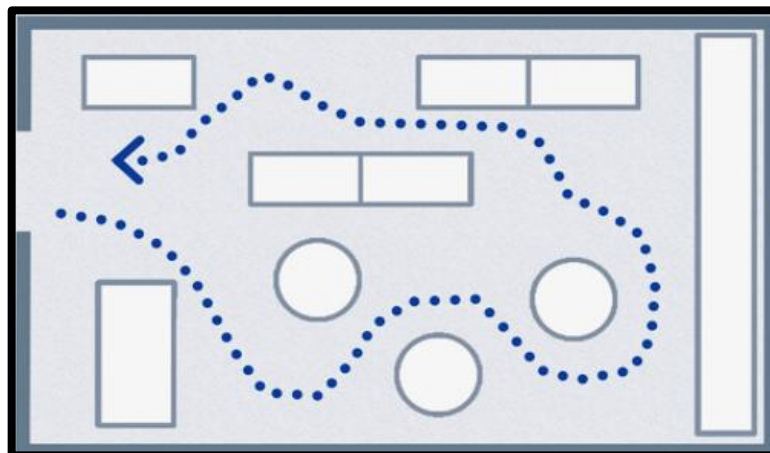
Fuente: Iñiguez, (2024)

Distribución de flujo libre

El objetivo de esta distribución es otorgar a los clientes una versatilidad para que los mismos puedan realizar un recorrido variado, pues al mismo tiempo realizan una exploración de los productos que desean escoger. (Iñiguez, 2024).

Imagen 12

Distribución de flujo libre



Fuente: Iñiguez, (2023)

Paleta de colores y su psicología

La correcta elección de la cromática para el espacio no va a influir de una forma solamente estética; la cromática es una herramienta psicológica que se relaciona con el estado de ánimo y la toma de decisiones del consumidor. La elección correcta va a fortalecer la conexión emocional y la identidad de marca. (Iñiguez, 2024).

Iluminación estratégica

La iluminación en un espacio no se trata simplemente de llenar el espacio de diferentes tipos de focos, va más allá de la simple generación de visibilidad. El uso estratégico, se relaciona directamente con la percepción del espacio, va a dar la posibilidad de resaltar los productos como puntos focales y da un aporte significativo a la creación de una atmósfera atractiva con una mezcla de sentimientos que captura la atención del cliente. (Iñiguez, 2024).

Uso de materiales y texturas

La selección de materiales y texturas para la construcción del espacio no solo va a determinar su estética, sino como estrategia táctil y la durabilidad. El sistema constructivo que se liga directamente contribuye a una experiencia sensorial significativa, que va a enriquecer la conexión del cliente con el diseño retail y la identidad de marca. (Iñiguez, 2024).

1.2.6 Estrategias para Mejorar la Experiencia del Usuario

La implementación de estrategias de retail se vuelve verdaderamente efectiva al momento de potenciar la experiencia de los clientes. La generación de ideas creativas incluso va a ayudar a una mejor interacción.

Imagen 13

Estrategias de experiencia para el usuario



Elaboración propia a partir de: IA krea, (2025)

Crear zonas de interacción

Al añadir un componente interactivo se va a enriquecer la visita y la conexión emocional de los usuarios en el espacio comercial, mejorando la experiencia de compra.

Imagen 14

Mapa mental sobre la creación de zonas de interacción



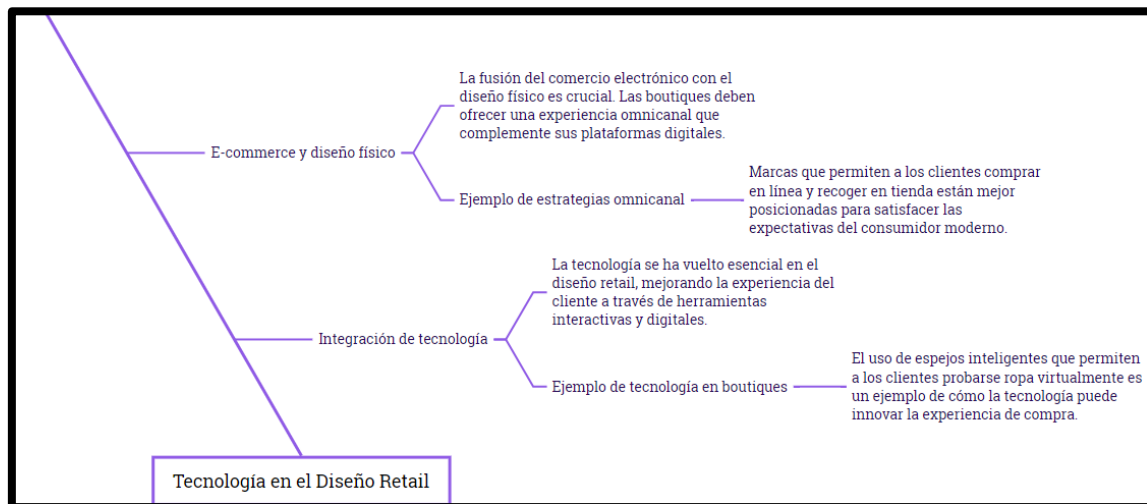
Elaboración propia a partir de: IA Mónica, (2025)

Incorporación de tecnología

La integración de tecnología como la domótica en una boutique va a brindar una experiencia dinámica. La tecnología va a aumentar la interactividad en los espacios, otorgando un valor agregado como un ambiente de compra innovador.

Imagen 15

Mapa mental sobre la tecnología en el Retail



Elaboración propia a partir de: IA krea, (2025)

1.2.7 Estrategias de Visual Merchandising

Introducción

El visual merchandising se consolida como una herramienta estratégica fundamental dentro del marketing experiencial y del diseño de ambientes comerciales, ya que su finalidad es estructurar espacios de venta que estimulen la interacción del consumidor, mejoren su experiencia y, como resultado, incrementen el rendimiento comercial. En este campo, el autor Martin M. Pegler ha sido ampliamente reconocido por su enfoque integral que articula elementos de diseño interior con dinámicas de comportamiento del cliente. El presente análisis se enfoca en examinar los fundamentos y metodologías que sustentan esta disciplina, considerando de manera particular su implementación en el diseño espacial de tiendas, a partir del enfoque planteado por Pegler.

Definición y enfoques del Visual Merchandising

De acuerdo con la perspectiva metodológica expuesta por Pegler (2012), el visual merchandising puede entenderse como una combinación de criterios estéticos y funcionales orientados a la exhibición estratégica de productos dentro de un entorno comercial. Esta práctica va más allá de la simple presentación visual; se basa en principios técnicos que consideran cómo el espacio construido incluyendo factores como la organización del mobiliario, el tratamiento lumínico, las gamas cromáticas y la señalética puede incidir directamente en la interpretación del entorno por parte del usuario y en su proceso de decisión de compra.

El propósito esencial de esta disciplina es generar ambientes que no solo posean cualidades estéticas llamativas, sino que, además, construyan una experiencia inmersiva que motive al cliente a identificarse con el espacio y a permanecer en él. En este sentido, Pegler (2012) resalta que la sinergia entre diseño interior y visual merchandising es imprescindible, ya que ambos campos deben trabajar de manera integrada para configurar entornos comerciales funcionales, coherentes y emocionalmente conectivos.

Elementos clave del Visual Merchandising

En el desarrollo de ambientes de venta, Pegler (2012) identifica diversos componentes clave que deben ser estratégicamente considerados para lograr una experiencia de compra efectiva. Entre estos destacan:

- **Organización espacial:** El diseño del plano del establecimiento, conocido como layout, debe estructurarse de forma que facilite la circulación intuitiva del consumidor, eliminando barreras físicas y propiciando la exploración fluida de todas las áreas del comercio.

Imagen 16

Organización espacial



Fuente: Pegler, (2012)

- **Tratamiento lumínico:** La iluminación no solo cumple una función funcional al garantizar la visibilidad de los productos, sino que también contribuye a la creación de atmósferas diferenciadas. Pegler enfatiza su utilidad como herramienta para dirigir el foco visual del cliente hacia sectores específicos, reforzando así estrategias de venta focalizadas.

Imagen 17

Diseño lumínico en espacio comercial



Fuente: Pegler, (2012)

- **Uso cromático:** Los colores utilizados en el espacio poseen un fuerte impacto emocional en los usuarios. Según Pegler (2012), la correcta selección de paletas cromáticas puede evocar sentimientos específicos y reforzar los valores identitarios de la marca, influyendo sutilmente en la percepción del producto.

Imagen 18

Recomendaciones de uso correcto en la cromática



Elaboración propia a partir de: IA krea, (2025)

- **Mobiliario y sistemas de exhibición:** Los elementos mobiliarios deben conjugar funcionalidad con atractivo visual, fomentando la interacción del cliente con los productos. Pegler señala que estos dispositivos expositivos deben integrarse de manera armónica con la narrativa estética del local y su propuesta comercial.

“El *visual merchandising* es tanto un arte como una ciencia: implica organizar productos en un entorno físico de manera estética y estratégica para optimizar las ventas” (Pegler, 2012, p. 7).

Imagen 19

Uso de mobiliario y diferentes racks comerciales

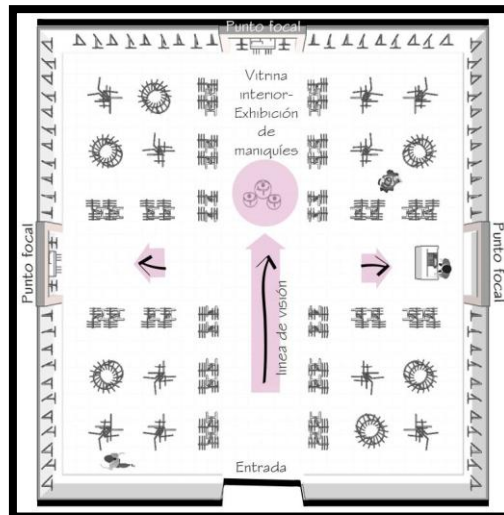


Fuente: Racks del Pacífico, (2025)

- **Segmentación espacial:** La zonificación del entorno comercial permite organizar el punto de venta en sectores con funciones diferenciadas, tales como accesos, áreas de exhibición, puntos de pago, probadores y zonas de descanso. Esta división facilita la comprensión del espacio por parte del usuario, al mismo tiempo que mejora la fluidez del recorrido interno.

Imagen 21

Segmentación espacial

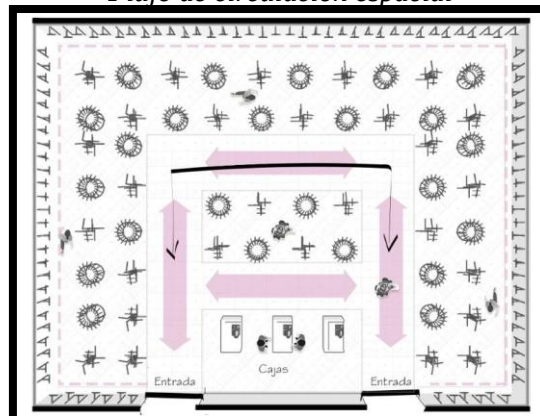


Fuente: USKERA, (2025)

- **Diseño del flujo de circulación:** La trayectoria del cliente dentro del establecimiento debe estar cuidadosamente trazada con base en una lógica tanto funcional como emocional. Este recorrido, concebido como un relato espacial, dirige al usuario a través de distintos puntos de alto impacto visual, promoviendo una interacción secuencial e intencionada con el entorno.

Imagen 22

Flujo de circulación espacial

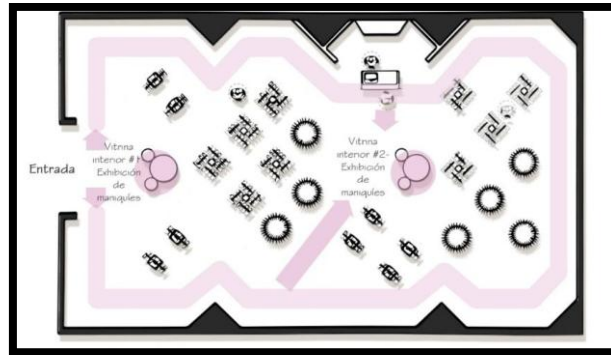


Fuente: USKERA, (2025)

- **Ubicación estratégica de productos:** La colocación de los artículos dentro del espacio debe obedecer a criterios jerárquicos y comerciales. Se prioriza la visibilidad de productos clave, ya sea por su valor económico o simbólico, empleando mobiliario diseñado para destacar su presencia y facilitar su acceso.

Imagen 23

Distribución de productos en el espacio comercial



Fuente: USKERA, (2025)

- **Diseño sensorial del ambiente:** Factores como la luz, el sonido, las texturas, los colores, los aromas y la temperatura conforman una atmósfera multisensorial que busca estimular las percepciones del usuario. Esta ambientación tiene como objetivo intensificar la experiencia de compra y provocar respuestas emocionales favorables hacia la marca.
- **Construcción de identidad espacial:** El lenguaje arquitectónico y visual del espacio debe ser una extensión física de la identidad de la marca. Esto se materializa en la elección de materiales, formas, acabados, mobiliario y señalética, elementos que actúan como canales de comunicación de la personalidad de la firma y su posicionamiento en el mercado.

1.3 Revisión de homólogos

1.3.1 Centro de Interpretación de la Cultura Mapuche, Chile.

Tabla 1

Homólogo 1

Datos referenciales del proyecto
• Autor: Equipo de arquitectos locales + comunidades Mapuche
• Institución: Gobierno Regional + comunidades mapuches
• Título del proyecto: "Centro de interpretación de la cultura Mapuche"
• Año de Publicación: 2012
• Tipo de proyecto: Proyecto arquitectónico construido

El Centro de Interpretación de la Cultura Mapuche es un espacio construido que integra áreas expositivas y comerciales. Su diseño interior refleja la cosmovisión mapuche mediante la utilización de materiales nativos como la madera y la fibra vegetal. En el ámbito comercial, el proyecto incorpora zonas de venta de artesanías tradicionales, ofreciendo a los visitantes una experiencia cultural auténtica que fomenta el comercio justo y el fortalecimiento de la identidad local.

Análisis del diseño

- **Identidad cultural:** Implementación de elementos nativos y su respectiva simbología local en el diseño interior de los respectivos espacios y de esta forma preservar la cultura.

Imagen 24

Tejidos Mapuche



Fuente: U Chile, (2022)

Imagen 25

Centro Mapuche



Fuente: UChile, (2022)

1.3.2 Museo de Sitio Pachacamac, Perú.

Tabla 2
Homólogo 2

Datos de los Autores:
• Autor: Llosa Cortegana Arquitectos
• Institución: Ministerio de Cultura de Perú
• Tipo de proyecto: Proyecto arquitectónico e interiores construido.
• Año de inauguración: 2016

El Museo Pachacámac presenta un diseño interior organizado que facilita la experiencia del visitante mediante un recorrido claro y elementos visuales de orientación. El uso estratégico de la iluminación resalta piezas clave, mientras que la paleta de colores neutros permite que las exhibiciones sean el foco principal.

Imagen 26

Recorrido interno del museo Pachacamac



Fuente: Ministerio de Cultura, (2025)

Análisis del diseño interior

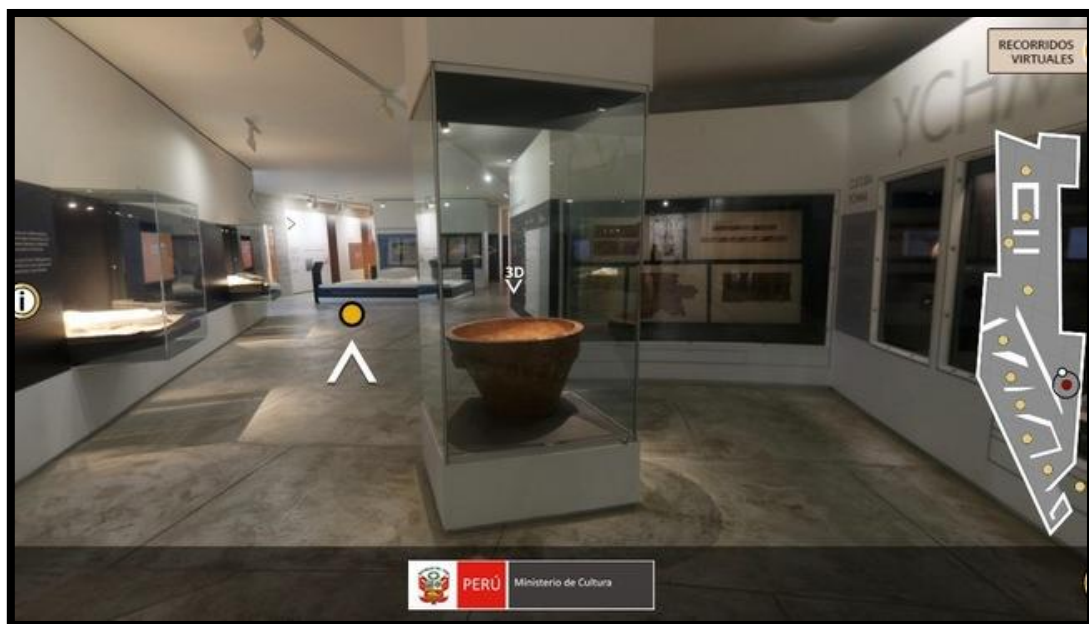
El entorno exhibido en la imagen corresponde a una sala museográfica que ha sido diseñada para propiciar una circulación fluida y controlada. El recorrido se estructura de manera secuencial, apoyado por elementos gráficos que orientan visualmente al usuario, lo que permite una exploración progresiva del contenido. Este tipo de organización espacial guarda relación con las estrategias de circulación utilizadas en retail, donde el trazado de recorridos busca maximizar la exposición al producto o mensaje.

La iluminación desempeña un papel focal dentro del espacio. Se emplea una luz puntual que resalta piezas específicas, generando áreas de interés que captan la atención sin saturar el entorno. Este recurso se asemeja a la iluminación en tiendas comerciales, donde la luz es utilizada para jerarquizar productos clave y guiar visualmente al cliente hacia zonas estratégicas.

En cuanto a la materialidad, se privilegia el uso de acabados neutros, como pisos de concreto pulido y muros blancos o grises. Esta decisión contribuye a reducir la contaminación visual y favorece la lectura clara de las piezas exhibidas. Desde el enfoque del diseño comercial, esto se vincula con el principio de neutralidad cromática, que permite destacar objetos dentro de un ambiente controlado y coherente.

Imagen 27

Recorrido interno, artesanías



Fuente: Ministerio de Cultura, (2025)

1.3.3 Boutique Yakampot, México

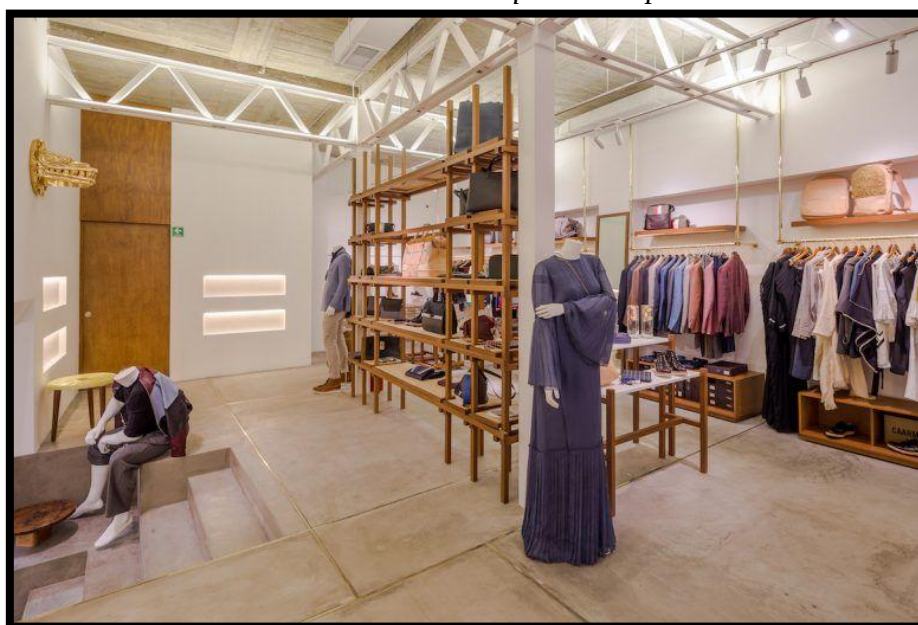
Tabla 3
Homólogo 3

Datos de los Autores:
• Autor: Dis. Carla Fernández / Diseñadora de modas y espacios
• Institución: Estudio Yakampot
• Título del proyecto: "Boutique Yakampot: Diseño interior con identidad indígena"
• Año de inauguración: 2015

La boutique Yakampot combina moda contemporánea con técnicas tradicionales indígenas. El diseño interior emplea materiales naturales como: madera, textiles hechos a mano y colores tierra. El espacio muestra un uso correcto de las estrategias de retail implementadas las mismas son puestas en escena para brindar una experiencia de usuario.

Imagen 28

Interior de la boutique Yakampot



Fuente: Yakampot, (2012)

Análisis de espacio interior

El espacio interior de la tienda Yakampot exhibe una propuesta visual cuidadosamente diseñada para generar cercanía, autenticidad y diferenciación. El uso de materiales naturales como el ladrillo expuesto y la madera sin tratar no solo refuerza el carácter artesanal de la marca, sino que también promueve una atmósfera acogedora que estimula el confort del visitante. Este enfoque material comunica los valores identitarios de la firma, integrando la narrativa cultural en la experiencia de compra.

La incorporación de vegetación viva en puntos estratégicos del local no solo mejora la estética del entorno, sino que también activa una conexión sensorial a través del color, la textura y la asociación con lo orgánico. Esta decisión de diseño responde a principios de biofilia aplicados al retail, orientados a prolongar la permanencia del usuario y generar una experiencia emocional positiva.

Desde el punto de vista del layout, el mobiliario está dispuesto de forma que mantiene el espacio abierto y legible. Las prendas se exhiben en una estructura de madera suspendida, lo que permite una visualización limpia del producto, eliminando barreras visuales. Esto favorece un recorrido intuitivo y sin obstáculos, elemento clave en estrategias de circulación eficiente.

La iluminación es otro componente esencial: se utilizan luces cálidas direccionadas para destacar productos y generar jerarquía visual sin saturar el entorno. Este tipo de iluminación acentúa zonas clave como el mostrador y la pieza en exhibición sobre el fondo negro, lo que facilita el enfoque visual del cliente y potencia la percepción de valor.

Imagen 29

Área de caunter y exhibición



Fuente: Vogue, (2014)

1.4 Conclusión

El diseño interior comercial contemporáneo se ha consolidado como un canal estratégico para la expresión de la identidad cultural y de marca, especialmente en contextos donde el comercio se entrelaza con valores simbólicos y narrativas locales. A lo largo de este capítulo se ha evidenciado que el diseño de espacios comerciales no puede concebirse únicamente como una respuesta funcional, sino como una herramienta de comunicación tridimensional que articula lo estético, lo sensorial y lo identitario.

La incorporación de conceptos como negocios con identidad y concept stores permite trascender el paradigma tradicional del retail para proponer entornos donde la experiencia del usuario se transforma en el eje principal del diseño. Estos espacios, lejos de ser neutros, operan como plataformas culturales y emocionales, en las que se construye un vínculo genuino entre la marca y el consumidor.

Asimismo, las estrategias de visual merchandising y store planning demuestran cómo la planificación espacial y sensorial puede potenciar la narrativa del punto de venta, maximizando su impacto comercial sin sacrificar la autenticidad cultural. La correcta implementación de estas herramientas permite generar recorridos significativos, activar zonas de atracción, jerarquizar productos, y diseñar atmósferas coherentes que estimulen los sentidos y fortalezcan la percepción de valor.

2. Investigación y metodología (Capítulo 2)

2.1. Introducción

Este capítulo inicia con el abordaje investigativo sobre la cultura Cañari, poniendo énfasis en la identificación de sus elementos simbólicos, cosmovisión, expresiones culturales e iconografía tradicional. Este análisis permitió establecer una base conceptual sólida para el diseño, al rescatar componentes representativos del imaginario Cañari que pueden ser integrados de manera coherente en un espacio comercial contemporáneo. La comprensión de estos aspectos culturales fue esencial para vincular el proyecto con su contexto identitario y fortalecer la narrativa espacial de la propuesta.

A partir de esta base cultural, se aplicó una metodología de carácter cualitativo con enfoque proyectual y una investigación bibliográfica, orientada al estudio técnico, espacial y funcional del edificio patrimonial Casa del Buen Pastor. Esta metodología permitió observar, analizar y reinterpretar las condiciones físicas del inmueble desde una perspectiva integral que considera tanto el valor histórico del bien como su potencial para ser adaptado a nuevos usos sin comprometer su autenticidad arquitectónica.

El desarrollo metodológico se organizó en dos fases complementarias. En la primera, se llevó a cabo el levantamiento y documentación del caso de estudio, mediante un registro fotográfico sistemático y la elaboración de los planos del estado actual. Este proceso técnico permitió comprender con precisión la morfología del edificio, sus elementos constructivos y su configuración espacial, estableciendo así un diagnóstico claro del entorno físico de intervención.

La segunda fase se centró en el estudio específico de los dos ambientes seleccionados para el diseño interior: la teatrina y la sala de sesiones. A partir de sus respectivos redibujos planimétricos, se procedió a un análisis detallado de cada espacio, considerando sus proporciones, circulación, iluminación, posibilidades de adecuación funcional y su interacción con el lenguaje patrimonial del inmueble. Este análisis permitió establecer criterios proyectuales que respondan a las necesidades contemporáneas sin perder de vista la carga simbólica del lugar.

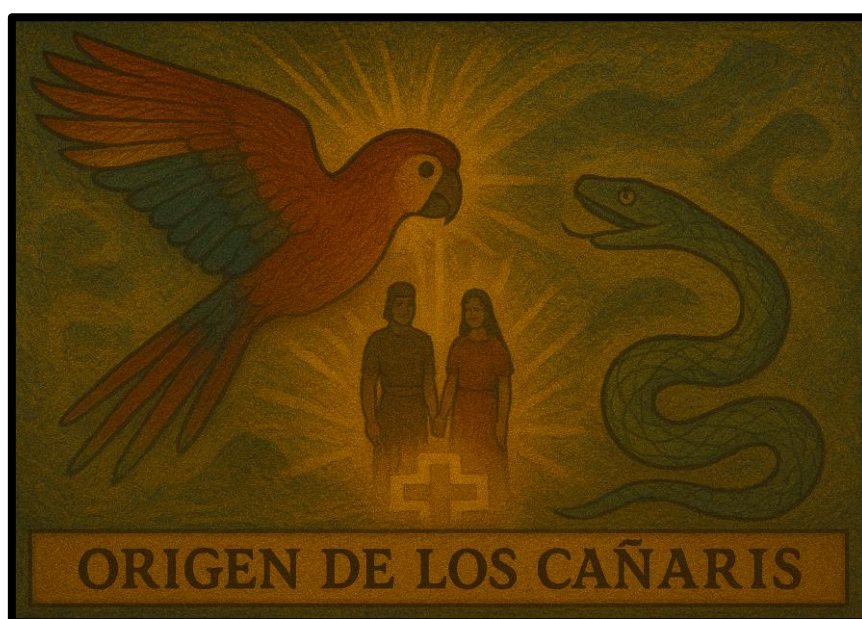
2.2. Identidad cultural Cañari

La identidad cultural cañari se basa en una relación simbiótica entre el ser humano y la naturaleza, expresada a través de su cosmovisión, su lengua, sus prácticas comunitarias y sus formas de vida tradicionales. Esta identidad no solo se sustenta en elementos tangibles como la vestimenta o la cerámica, sino también en saberes intangibles como los relatos orales, los mitos fundacionales y los rituales ancestrales que reafirman el sentido de pertenencia al territorio. Como señala Ayala Mora (2008), los cañaris han forjado una identidad resistente a los procesos de colonización e integración forzada, preservando una conciencia colectiva que articula pasado, presente y futuro.

Según estudios históricos, los dos asentamientos principales de este grupo cultural fueron Hatun Cañar en la región norte y Cañaribamba en la zona sur. A partir de estos centros se consolidó el nombre de “Cañaris”, utilizado para referirse a sus habitantes, y de ahí proviene también el nombre actual de la provincia de Cañar. Este término se forma a partir de dos vocablos: “can”, que hace referencia a una serpiente, y “ara”, cuyo significado es guacamaya. La elección de este nombre se relaciona con una identidad ancestral en la que los pobladores se reconocían como descendientes simbólicos de ambos animales. (Quinde Pichisaca, 2001)

Imagen 30

Mitología de origen del pueblo Cañari



Elaboración propia a partir de: IA krea, (2025)

2.2.1. Cosmovisión andina Cañari

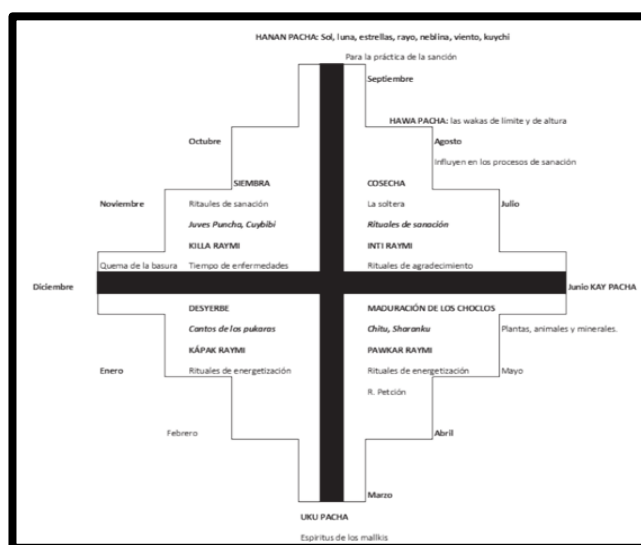
La cultura Cañari se distingue por su visión integral del mundo, donde la chacra no solo cumple una función agrícola, sino que actúa como un elemento articulador entre distintas dimensiones simbólicas, espirituales y sociales. Este enfoque está representado en la chakana, símbolo ancestral que proviene del término *chaka*, o “puente”, y que expresa la conexión entre los mundos materiales y espirituales a través de una cruz de estructura cuadrada, considerada la base de la “casa cósmica” o universo andino (Pichasaca et al., 2017).

Para los Cañaris, el pensamiento se organiza desde una lógica holística donde lo agrícola, lo ritual y lo político se integran cíclicamente, en sintonía con los ritmos de la naturaleza. En este contexto, la chakana también funciona como un marcador temporal que guía el desarrollo del calendario anual según los sabios o *Taytas* de la comunidad (Guayasamín, 2007).

Más allá de su representación gráfica, la chakana contiene un saber vivencial que expresa la filosofía del Sumak Kawsay, o vida plena, entendida como armonía entre los seres humanos, la naturaleza y el cosmos (Estermann, 2009). Este pensamiento cosmogónico asigna un papel activo y humanizado a todos los elementos naturales implicados en el cultivo: el agua, el sol, la tierra, los astros y las deidades locales, que forman parte de un sistema interconectado y sagrado. Las prácticas espirituales, los sueños, los rituales y la interpretación de señales naturales refuerzan esta forma de entender el mundo.

Imagen 31

Chakana kichwa Cañari



Fuente: Alulema, (2018)

2.2.2. Espacio – tiempo en la Chakana Andina Cañari

Según la concepción de los taytas cañaris, las entidades naturales y míticas que habitan en el interior de la casa cósmica, cumplen una doble función: por ejemplo, la neblina propicia a veces armonía y sanación, y otras actúa con ira y puede envolver al hombre, lo que se conoce como chunkashka, la aparición misteriosa de objetos y seres vivos; la lluvia simboliza el nutriente básico de la Pachamama que permite la germinación de las semillas; por otro lado, la lluvia envuelta en rayos y relámpagos es concebida como castigo (Alulema, 2017a, 2017c). Estas dualidades trascienden al analizar los saberes y los comportamientos de las entidades de la naturaleza en los distintos tiempos y espacios de las chakanas integradas y cíclicas de la Cruz Cuadrada (Alulema, 2017b).

Imagen 32

Petroglifo 1 Cañari



Fuente: Calle, (2009)

La chakana, como la cruz de la medición del tiempo y el encuentro de saberes, tiene determinado en cada cuadrante el desarrollo de vivencias y experiencias que, según Guayasamín (2007), inician y terminan en los solsticios y equinoccios: el Killa Raymi empieza el 22 o 23 de septiembre; el Kapak Raymi inicia el 21 o el 22 de diciembre; el Pawkar Raymi comienza el 20 o 21 de marzo, y el Inti Raymi principia el 20 o el 21 de junio.

Dentro de la casa cósmica, Estermann (2009) ubica una chakana con la denominación de “chakana cósmica” vinculada al mundo celestial, al hawa pacha, y explica la concreción de la relación y de la racionalidad de los entes culturales con la naturaleza física y mítica. Las familias y taytas, son copartícipes en la conservación y continuación de la relación cósmica, a través de los ritos y del simbolismo (Estermann, 2009). En la chakana del hanan habitan los espíritus, los Ayas de la lluvia, la nube, el arco iris, el rayo, y la neblina (Estermann, 2009).

La organización espacial de la chakana se fundamenta en los puntos cardinales, los cuales están determinados por los movimientos solares y lunares, especialmente por los solsticios y equinoccios. Esta estructura refleja una visión cíclica del tiempo, donde el calendario agrícola-social se alinea con las fases lunares, afectando tanto los ritmos de producción como las prácticas culturales, rituales y políticas. Además, esta concepción incluye ejes simbólicos adicionales que atraviesan el tiempo (pasado y futuro) y el espacio (lo superior y lo inferior), configurando un sistema integral de interpretación del mundo (Estermann, 2009).

Imagen 33

Petroglifo 2 Cañari



Fuente: Calle, (2009)

El mundo vivencial o terrenal está representado por la chakana de los seres vivos, el Kay pacha, vinculado con la madre de la naturaleza o Pachamama y, al mismo tiempo, con los manantiales, las cuevas, las piedras redondas, las lagunas y los animales de transición, como la serpiente, el puma, o el sapo (Estermann, 2009). Para Estermann (2009), en la chakana del Kay pacha se encuentra la chacra integral, que nace, crece, dialoga y se comunica con los entes culturales, establece un estrecho vínculo armonioso y místico con la Allpamama, la madre Tierra cañari.

El agricultor es catalogado como el guardián celoso y responsable de la base de la vida, de la tierra y de los animales, y de todos los fenómenos cósmicos y meteorológicos que mantienen la vida (Estermann, 2009). Esta relación entre el chacarero con la Allpamama confiere a la chakana una cualidad celebrativa a través del ritual, expresión que asegura la conservación y el restablecimiento del orden cósmico (Estermann, 2009).

Imagen 34

Petroglifo 3 Cañari



Fuente: Calle, (2009)

El cultivo es una forma de culto, una representación simbólica del orden orgánico y relacional de la vida. Por eso, el trabajo en la chacra para el campesino cañari no es solo un acto productivo, sino un diálogo íntimo e intenso con las fuerzas de la vida, una oración a la Pachamama, un acto simbólico de culto y ritual (Estermann, 2009); un constante reencuentro con los espíritus propiciadores del bienestar, del kushi integral (reproducción social, en la racionalidad occidental).

Todas las culturas desarrollan ceremonias rituales de petición, agradecimiento, sanación y de propiciación; prácticas sociales caracterizadas por su profunda vivencia con lo sagrado que vincula el mundo terrenal con el de los espíritus protectores, y que pese a los duros procesos de colonialismo encarados a lo largo de historia que han desencadenado cambios en la matriz cultural y en el pensamiento filosófico; sin embargo, la cultura resiste, en la actualidad pervive en el colectivo estas manifestaciones.

En el Kay pacha se encuentran los sitios de ritualidad conocidas como sagradas wakas, espacios en donde viven los Apus (seres espirituales) influyentes en la vida de la comunidad cósmica. En el contexto de las comunidades cañaris se han visibilizado wakas locales que servían para disponer ofrendas como frutas, dinero, vestido, fotos, agua, velas, etc.; las más importantes son Narrío, Shizho, Killu Kaka; también se dispone de wakas de límites como Buerán, Zhinzhuna, Cauca, y la de altura de Juidan; en cada waka vive un Apu influyente en el desarrollo del ciclo agrícola y vital; propicia lluvias, proporciona semillas de los tubérculos, y dota de alimentos como carne de venado y de conejo (Ochoa, 2008).

La chakana de Uku Pacha, corresponde al mundo vivencial de los espíritus de los ancestros mallkis, y constituye la casa de los Apus protectores en la cual los sabios yachakkuna y los shamanes mantienen un constante diálogo para, a través de los rituales, hacer sus peticiones para diagnosticar y sanar enfermedades, solicitar lluvias, suplicar por la reproducción de los animales. La comunicación con estos seres se efectúa a través de los sueños, viento, neblina y por medio de la lectura e interpretación de los fenómenos de la naturaleza, considerados como avisos naturales (Ochoa, 2008). En este espacio, algunos lugares son catalogados como peligrosos por su vinculación con el Uku pacha, sitio en el que deambulan a la media noche por todos los caminos los espíritus malignos: los gagones (personajes míticos resultantes de la unión amorosa entre compadres), las almas, el carbunco y otros (Alulema, 2016).

Imagen 35

Chakana y cosmovisión



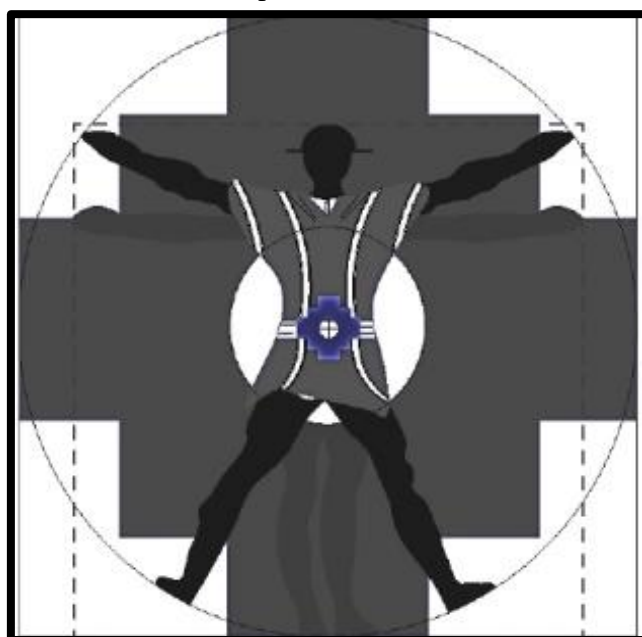
Fuente: Chakana, (2021)

2.2.3. Antropometría

En la cultura cañari, al igual que en muchas sociedades andinas, se recurría a medidas antropométricas como referencia para establecer patrones dimensionales en diversas actividades. Estas unidades, derivadas del cuerpo humano, eran aplicadas tanto en la construcción como en la agricultura, así como en las expresiones artesanales como la cerámica y el tejido. Basándose en las proporciones físicas que aún se observan en la población actual del Cañar, se puede inferir que las medidas utilizadas incluían: la cuarta (aproximadamente 20 cm), la brazada y el paso (ambos de cerca de 80 cm), y el codo (alrededor de 40 cm). Para labores más delicadas o de menor escala, como la elaboración de textiles o la decoración cerámica, se empleaban unidades más pequeñas como la palma (5 cm) y el pulgar (2 cm), permitiendo una precisión proporcional en el diseño y manufactura.

Imagen 36

Antropometría Cañari

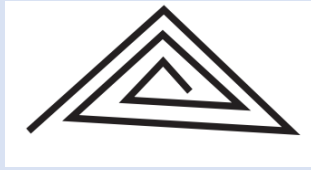


Fuente: Quille, (2019)

2.2.4. Iconografía Cañari

Imagen 37

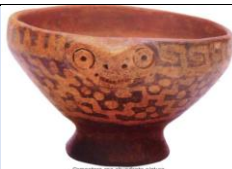
Iconografía (montañas)

Iconografía de montañas		
Contexto	Gráfico	Matriz
Los Cañaris tenían gran respeto por los cerros y las montañas, muchas de las cuales eran unas Pacarinas, donde se llevaban a cabo sus rituales.		

Fuente: Tenecota, (2013)

Imagen 38

Vasija tipo hondero de su origen (Mitología de la serpiente)

Iconografía de serpiente		
Contexto	Gráfico	Matriz
Está presente en una de las leyendas del origen del pueblo Cañari; la leyenda que tiene origen en la laguna de Culebrillas. La cerámica de las distintas fases de la “Cultura Cañari”, continuamente, se expone decorada con representaciones de este animal.		

Fuente: Rodríguez, (2019)

Imagen 39

Cerámica de uso ceremonial

Iconografía de Rucuyaya		
Contexto	Gráfico	Matriz
Rucuyaya material: Concha Spondylus Procedencia: Museo “El Tambo” – Cañar AÑO: 2.500 a.C. – 300 a.C. Periodo: Formativo FASE: Cerro Narrío USO: Ceremonia		

Fuente: Rodríguez, (2019)

Imagen 40

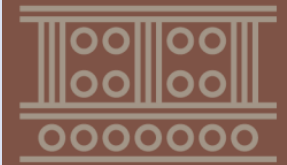
Cerámica de uso ceremonial fúnebre (Guacamaya)

Iconografía de placa funeraria		
Contexto	Gráfico	Matriz
Material: Concha Spondylus Procedencia: Museo Etnográfico y Arqueológico de Guantug, Cañar AÑO: 2.500 a.C. – 300 a.C. Periodo: Formativo Fase: Cerro Narrío USO: Ceremonia		

Fuente: Rodríguez, (2019)

Imagen 41

Vasija de uso cotidiano

Iconografía de cántaro		
Contexto	Gráfico	Matriz
Material: Cerámica Procedencia: Museo de la Ciudad. “El Tambo”, Cañar Año: 500 a.C. – 1100 d.C. PERÍODO: Integración Fase: Tacalshapa Uso: Cotidiano		

Fuente: Rodríguez, (2019)

Imagen 42

Vasija de uso ceremonial (zoomorfa)

Iconografía de vasija zoomorfa		
Contexto	Gráfico	Matriz
Material: Cerámica. Procedencia: Museo Arqueológico de Sitio Ingapirca, Cañar Año: 1100 d.C. – 1460 d.C. Periodo: Integración FASE: Cashaloma Uso: Cotidiano		

Fuente: Rodríguez, (2019)

2.2.5. Materiales de uso Cañari en la construcción

La Tierra

Sin duda alguna uno de los materiales más utilizados por la cultura Cañari fue la tierra debido a su fácil extracción y se puede encontrar en abundancia, es por ello que sus respectivos constructores ya sabían la correcta utilización de este material. De la misma forma su conciencia ecológica por el respeto a la Pachamama o madre tierra, los recursos que usaban debían volver a la tierra, por otro lado, de que hoy no quedaran grandes evidencias de sus construcciones, pero sí algunos cimientos.

La preparación para obtener una mezcla con este material no debió haber sido muy distinta de lo que se hace hoy, mezclar la tierra con agua y paja para obtener una mezcla lo más homogénea posible para su empleo en las construcciones. El mezclado es muy probable que se haya sabido realizar con los pies y las manos, por la comodidad y la falta de herramientas.

Imagen 43

Uso del barro



Fuente: Tenecota, (2013)

La paja

La paja es un material que fue de uso abundante por los Cañaris, el entorno en el que se encontraban era el propicio para la abundancia de este material como es la paja de páramo. Este era un material de uso versátil, era empleado para diferentes motivos, como; las cubiertas, puertas, mezcla con la tierra para su uso constructivo posterior respectivamente. En la actualidad no se sabe si los Cañaris le daban algún tipo de tratamiento vegetal a la paja para una mayor duración, pero la misma sin ningún tratamiento llega a tener una durabilidad de 2 años.

El uso en ventanas y en sus cubiertas por ser un material térmico y que facilitaba la eliminación del mal olor en especial del humo.

Imagen 44

Uso de la paja de páramo



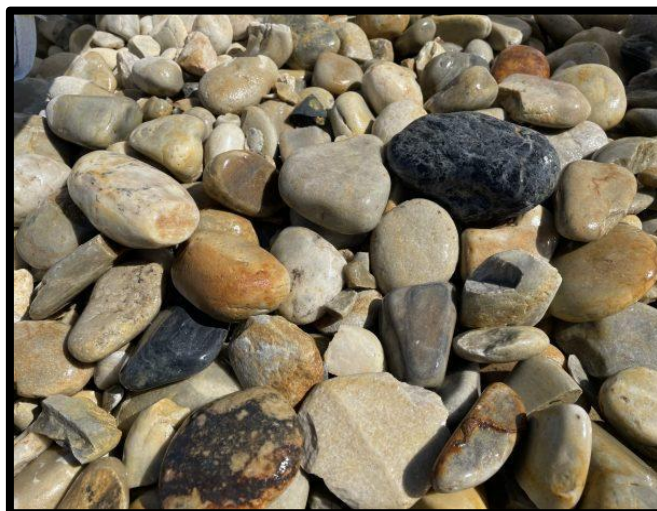
Fuente: Tenecota, (2013)

La piedra

La utilización de este material pétreo a lo largo de muchos períodos ha sido muy utilizada, desde un inicio los Cañaris empezando por la fase Narrío, hasta la llegada de los Incas. Las propiedades que poseen por su alta resistencia al agua, formando parte de sus estructuras. Se la podía encontrar en cualquier lugar cercano a sus viviendas, ríos, en la montaña misma, etc.

Imagen 45

Uso de la piedra de río (canto rodado)



Fuente: Piedras del cerro, (2022)

La madera

La madera es un material que se ha usado desde épocas prehistóricas, con diferentes usos tales como: armas, leños para fuego, para estructuras viviendas como mencionan en textos los diferentes cronistas. El uso de la madera en la fase Narrío, hasta la Cañari – Inca en donde se construían las Rinriyuc – huasi, pero también viviendas pequeñas de modo rectangular.

Imagen 46

Uso de la madera en artesanías ceremoniales



Fuente: Ministerio de Cultura y Patrimonio, (2025)

2.3. Caso de aplicación: Casa de la Provincia, Prefectura del Azuay

El edificio conocido como la "Abadía del Buen Pastor" está situado en el sector de San Blas, en el centro histórico de Cuenca. Esta edificación es un componente fundamental del patrimonio cultural construido en la ciudad. La construcción del monasterio se llevó a cabo entre 1870 y 1920, en un contexto urbano que favoreció su expansión. Fue financiado por el presidente Moreno y promovido bajo una iniciativa religiosa, lo que permitió su consolidación en la ciudad (Astudillo, 2016).

La edificación ha sufrido una evolución arquitectónica a lo largo del tiempo, ya que resulta de la integración de varias estructuras anteriores. Su fachada, de gran tamaño y visibilidad, se ha convertido en un elemento distintivo dentro del paisaje urbano, aportando a la imagen de la ciudad. A diferencia de otras construcciones de la época, su diseño no busca proyectar una imagen de ostentación o pobreza, sino que refleja una conexión histórica con su contexto y una relación equilibrada con las funciones que desempeña (Astudillo, 2016).

En términos de diseño y funcionalidad, la Abadía del Buen Pastor sigue principios de arquitectura colonial, estilo ampliamente reconocido en Cuenca. Además, el edificio ha tenido un papel importante como institución educativa, lo cual se refleja en la disposición de sus espacios. Sin embargo, en los últimos 25 años, ha sufrido un considerable deterioro debido a la falta de mantenimiento, lo que ha afectado tanto su estructura como su funcionalidad (Astudillo, 2016).

En 2009, el Gobierno del Estado de Azuay asumió la responsabilidad de la conservación del edificio, comprometiéndose a su preservación durante los próximos 50 años. Este proceso ha implicado la restauración y adaptación del edificio para nuevos usos, principalmente en el marco de las "casas estatales". El objetivo de esta intervención es asegurar la preservación del patrimonio mientras se ajusta a las necesidades contemporáneas (Astudillo, 2016).

2.3.1. Importancia institucional de la Prefectura

La presencia de la Prefectura del Azuay en la Casa del Buen Pastor, ubicada en el centro histórico de Cuenca, otorga al inmueble un papel relevante en el ámbito institucional. Este edificio, valorado por su riqueza arquitectónica y su carácter patrimonial, ha sido adaptado para cumplir funciones gubernamentales sin perder su esencia histórica. El uso administrativo de esta infraestructura permite que se mantenga activa y en buen estado, reforzando su conservación mediante el uso público.

Asimismo, su localización estratégica dentro de la ciudad facilita el contacto directo entre la ciudadanía y el gobierno provincial, convirtiendo al edificio en un punto de encuentro para la gestión pública. Este espacio no solo alberga oficinas, sino que también sirve como escenario para reuniones, actividades culturales y eventos comunitarios, lo cual fortalece la relación entre las autoridades y la comunidad.

Desde una perspectiva simbólica, el hecho de que la Prefectura opere en un edificio patrimonial transmite un mensaje de compromiso con la identidad local y la memoria colectiva. Además, desde este lugar se impulsan políticas que promueven el desarrollo sostenible, la cultura, el emprendimiento y la participación social. Así, la Casa del Buen Pastor se transforma en un nodo institucional activo, donde confluyen la tradición y la planificación territorial contemporánea.

Imagen 47

Vista aérea de la Casa de la Provincia

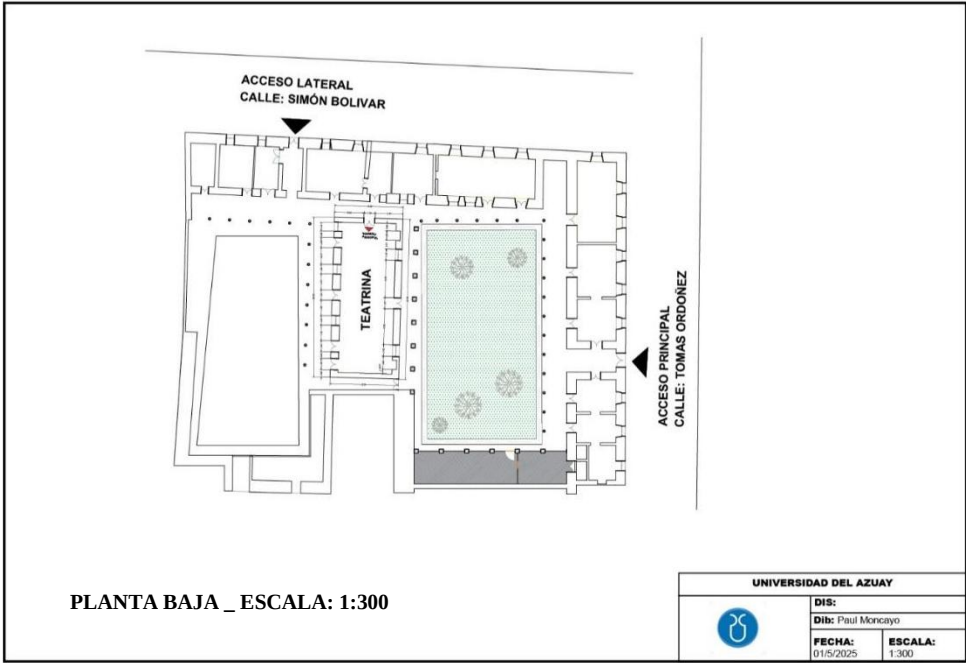


Fuente: Astudillo, (2016)

2.3.2. Plantas de estado actual

Imagen 48

Plano de la planta baja



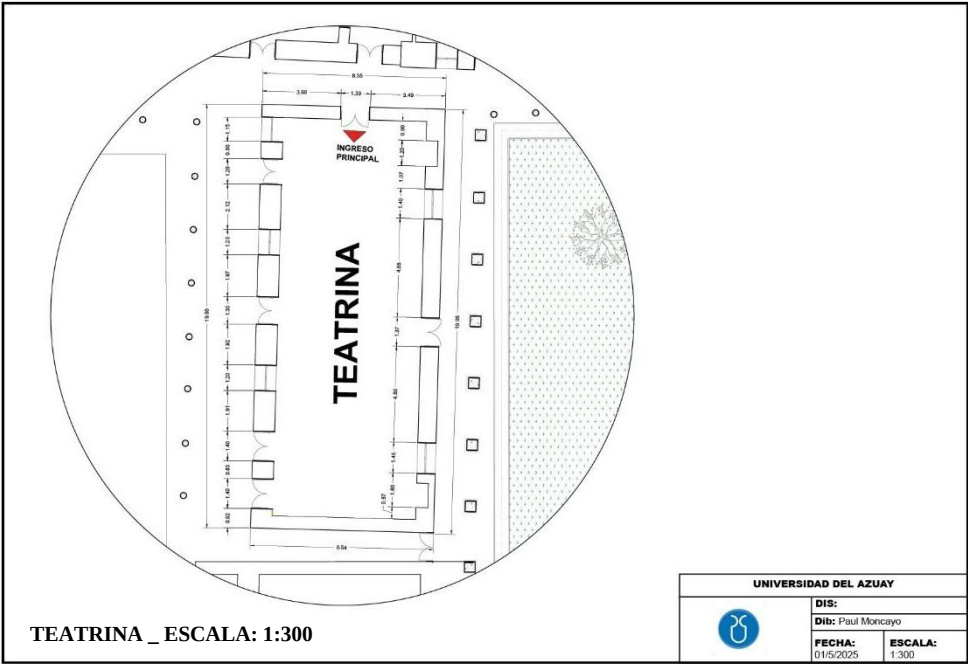
Fuente: Astudillo, (2016)

Área total = 2280,47 m²

Teatrina = 178,50 m²

Imagen 49

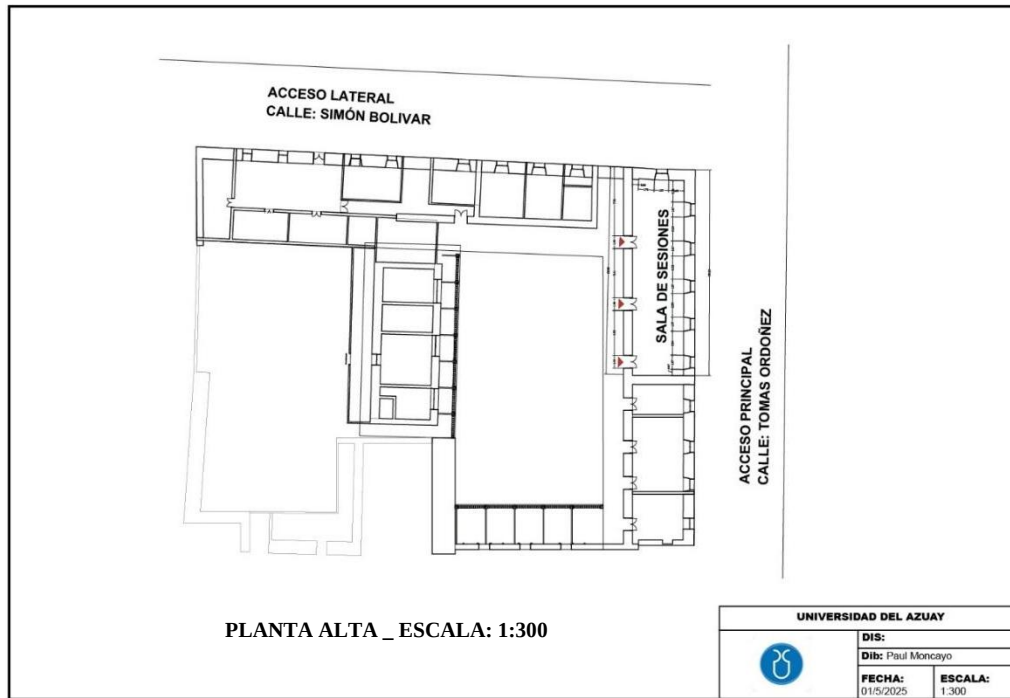
Plano de la Teatrina



Fuente: Astudillo, (2016)

Imagen 50

Plano de la planta alta



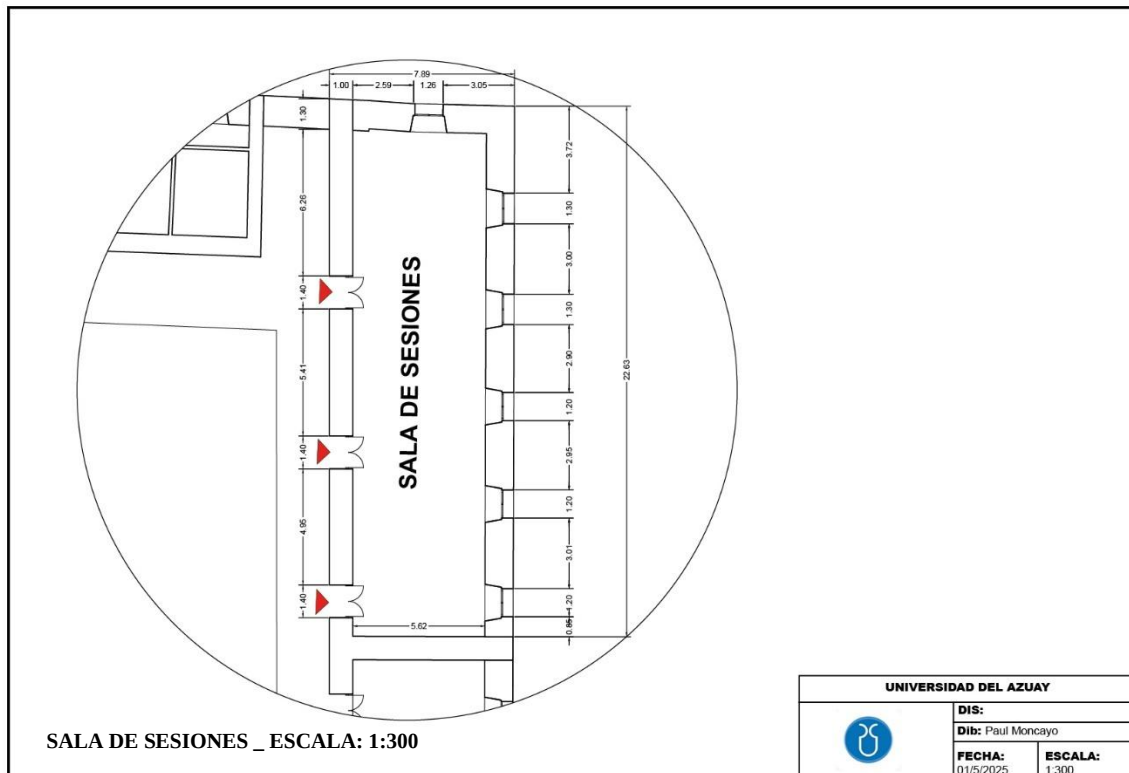
Fuente: Astudillo, (2016)

Área total = 2279,97 m²

Sala de sesiones = 170,16 m²

Imagen 51

Plano de la sala de sesiones



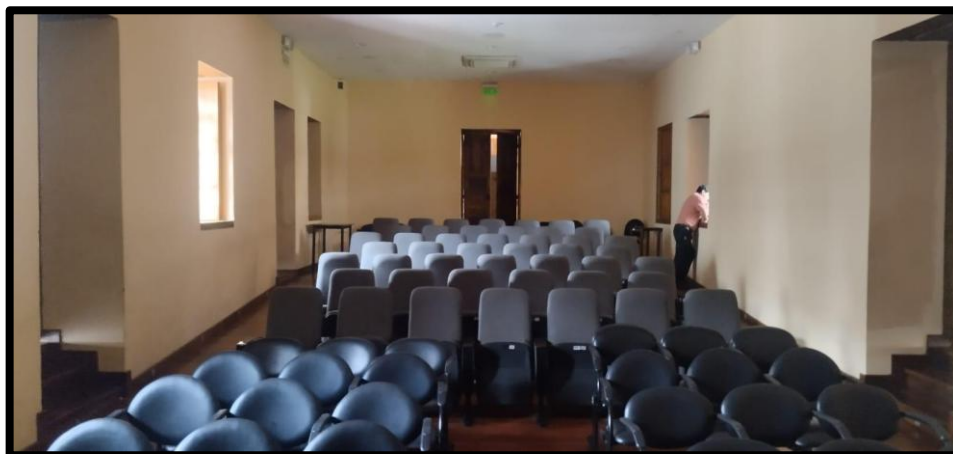
Fuente: Astudillo, (2016)

2.3.3. Análisis de espacios

Teatrina

Imagen 52

Teatrina Casa de la Provincia



Elaboración propia: Moncayo, (2025)

Análisis

La teatrina, un espacio que inicialmente pudo haber cumplido funciones de congregación o actos colectivos, actualmente funciona como salón de actos, presentaciones culturales y eventos institucionales. Su configuración es más abierta y flexible que la sala de sesiones, permitiendo diferentes usos según la ocasión.

Desde el punto de vista arquitectónico, el volumen del espacio y su disposición frontal lo hacen apto para audiencias medianas. Sin embargo, el equipamiento actual (sillas móviles, tarima, proyector) carece de una integración estética con la arquitectura original. Las intervenciones técnicas han sido resueltas de forma funcional, pero sin criterios de diseño que valoricen el entorno patrimonial.

En términos de experiencia del usuario, la teatrina es un espacio con potencial para convertirse en un punto de encuentro cultural. Su adecuación futura podría contemplar mejoras acústicas, mobiliario acorde con la estética vernácula y recursos visuales que reflejen la diversidad cultural del territorio, en especial la herencia Cañari. Esto no solo contribuiría a la preservación del valor patrimonial, sino que también fortalecería el discurso intercultural dentro de la sede institucional.

- El espacio posee 6 accesos, los mismos que están dispuestos como 4 laterales derechos, un principal y un lateral izquierdo.
- La denominada Teatrina consta de 5 ventanas bastante amplias para el ingreso de luz natural

Imagen 53

Teatrina Casa de la Provincia (Enfoque izquierdo)



Elaboración propia: Moncayo, (2025)

Imagen 54

Teatrina Casa de la Provincia (Enfoque puerta)



Elaboración propia: Moncayo, (2025)

Sala de sesiones, Pasillo y acceso principal a la sala de sesiones

Imagen 55

Pasillo e ingreso principal a la Sala de Sesiones



Elaboración propia: Moncayo, (2025)

Análisis

- **Vigas vistas de madera:** Estas estructuras, fabricadas con madera local, son un testimonio de las técnicas constructivas tradicionales. No solo brindan soporte estructural, sino que también agregan un carácter estético al espacio interior.
- **Estructura de madera en el cielo raso:** Constituye un entramado elaborado que combina funcionalidad y decoración, ofreciendo calidez visual y mejorando las propiedades acústicas.
- **Piso de tabloncitos de madera:** Originalmente fabricado con especies resistentes de la región, este piso presenta un acabado pulido que resalta la autenticidad y durabilidad del material.
- **Paredes con pinturas restauradas:** Las paredes conservan obras artísticas de época que han sido cuidadosamente restauradas, integrando el valor histórico y cultural al ambiente interior.

Sala de sesiones interior

Imagen 56

Sala de Sesiones



Elaboración propia: Moncayo, (2025)

Imagen 57

Sala de Sesiones (Enfoque izquierdo)



Elaboración propia: Moncayo, (2025)

Análisis

La sala de sesiones cumple una función clave dentro de las actividades institucionales de la Prefectura, siendo el espacio donde se desarrollan reuniones de carácter político y administrativo. En términos espaciales, la sala ha sido adaptada con mobiliario funcional, mesas y sillas dispuestas en forma de herradura o semicírculo que permite una comunicación directa entre los participantes. Sin embargo, la intervención responde a una lógica práctica más que a una propuesta de diseño integral.

Desde el punto de vista arquitectónico, el espacio conserva una estructura sencilla, con techos altos y una correcta iluminación natural que aporta amplitud. No obstante, los elementos patrimoniales como las paredes de adobe o los acabados originales han sido parcialmente ocultos o modificados por revestimientos modernos y sistemas de audio o proyección que no dialogan visualmente con el lenguaje arquitectónico original.

A nivel perceptivo, el ambiente transmite sobriedad y formalidad, acorde al uso institucional, aunque se advierte una ausencia de referencias culturales o simbólicas que vinculen el espacio con la identidad local. Esto representa una oportunidad para incorporar elementos de diseño interior que refuercen el sentido de pertenencia y el reconocimiento de los pueblos originarios del Azuay, sin afectar la funcionalidad del espacio.

2.4. Conclusión

El desarrollo de este capítulo ha sido esencial para establecer los principios teóricos y metodológicos del proyecto. A través del estudio profundo de la cultura Cañari, se logró identificar elementos simbólicos, cosmovisión e iconografía que no solo enriquecen el conocimiento cultural, sino que también brindan una base sólida para futuras decisiones proyectuales. Este análisis permitió reconocer el valor de integrar la identidad ancestral en el diseño contemporáneo, entendiendo que la recuperación de saberes tradicionales puede fortalecer la conexión entre el espacio y su contexto cultural.

Asimismo, la aplicación de una metodología cualitativa con enfoque proyectual, apoyada en la investigación bibliográfica y el análisis técnico del caso de estudio, permitió una aproximación integral al edificio patrimonial. El levantamiento documental y el estudio detallado de sus espacios ofrecieron una comprensión clara de sus características físicas y simbólicas, sentando las bases para una intervención que respete y dialogue con la arquitectura existente. En conjunto, esta fase teórico - metodológica no solo aporta criterios valiosos para el diseño interior, sino que también reafirma la importancia de construir propuestas desde una mirada crítica, contextual y culturalmente informada.

3. Conceptualización y Resultados (Capítulo 3)

3.1. Concepto de diseño

El diseño de la *Concept Store* se basa en la aplicación de estrategias de retail que buscan resaltar la identidad cultural del pueblo Cañari desde una perspectiva moderna. El propósito fundamental es ir más allá de la creación de un espacio comercial eficiente, ofreciendo una experiencia envolvente a los diferentes usuarios.

La estrategia de retail adoptada se centra en el Store Planning, entendido como un enfoque integral que no solo organiza el espacio comercial, sino que también define recorridos, jerarquías visuales, áreas de permanencia y ritmos narrativos dentro del entorno. Esta estrategia se articula alrededor de la cosmovisión Cañari, que percibe el mundo como una red de energías interrelacionadas, donde el ser humano, la naturaleza y el cosmos coexisten en equilibrio. Tal enfoque permite desarrollar un diseño que no solo satisface necesidades funcionales, sino que también transmite significado cultural, aportando una capa de profundidad y autenticidad al proyecto.

Dentro de esta lógica, se proponen dos conceptos clave: la abstracción y lo simbólico. La abstracción se utiliza como herramienta de diseño para reinterpretar gráficamente y espacialmente los símbolos Cañaris y andinos, como la chacana (cruz andina), las montañas y símbolos en sus cerámicas, sin representarlos de forma literal. Este enfoque permite descomponer sus formas esenciales, patrones y estructuras para traducirlos en lenguaje arquitectónico, materialidades y texturas que evoquen sin copiar, que insinúen sin sobrecargar, y que mantengan una conexión clara con su origen cultural.

Por su parte, el concepto de lo simbólico no se aborda desde lo decorativo ni lo explícito, sino desde su carga conceptual. Cada elemento del diseño hace alusión a un propósito más profundo según la cosmovisión Cañari.

Este enfoque permite consolidar una propuesta de diseño interior que no solo cumple con las expectativas comerciales del retail, sino que propone una narrativa cultural inmersiva. La concept store se transforma así en un espacio de comunicación cultural, donde cada detalle desde la circulación hasta la disposición del producto está pensado para resonar con una identidad viva, reinterpretada desde la contemporaneidad, pero enraizada en lo ancestral.

Mapa sobre la conceptualización y criterios de diseño



Elaboración propia: Moncayo, (2025)

3.1.1. Criterio expresivo “Simbología e identidad cultural”

El diseño busca transmitir la visión del pueblo Cañari, destacando su estrecha relación con la naturaleza, el territorio y la dimensión espiritual. Esta concepción se materializa en una propuesta estética discreta pero cargada de significado, que pone énfasis en una experiencia espacial tanto simbólica como sensorial. La paleta cromática parte de tonos neutros combinados con matices terrosos, evocando los paisajes andinos, mientras que los materiales utilizados como fibras naturales, madera y arcilla reflejan las técnicas constructivas ancestrales propias de las culturas originarias.

Por otro lado, la simbología Cañari se incorpora mediante un proceso de reinterpretación formal, en el cual se transforman motivos gráficos tradicionales como la chakana, espirales y figuras geométricas en elementos de diseño actuales. Estos símbolos no se reproducen literalmente, sino que son adaptados en forma de texturas, volúmenes y detalles arquitectónicos con lenguaje contemporáneo.

Imagen 59

Moodboard de criterio expresivo



Elaboración propia: Moncayo, (2025)

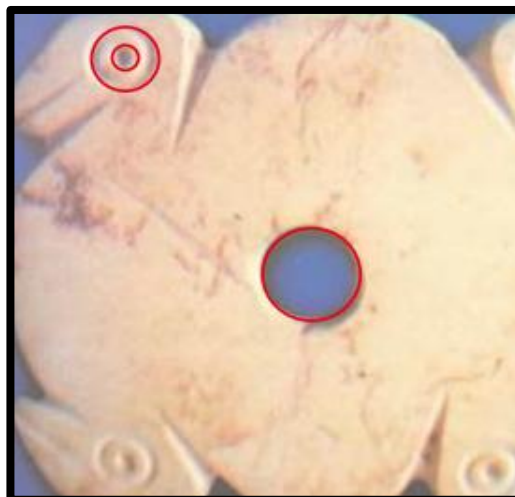
Diagramas, abstracciones de formas y operaciones de la forma

Análisis 1

1. Análisis de la imagen e identificación de los diferentes elementos constituyentes, se encuentran círculos.

Imagen 60

Cerámica ceremonial fúnebre (Guacamaya)

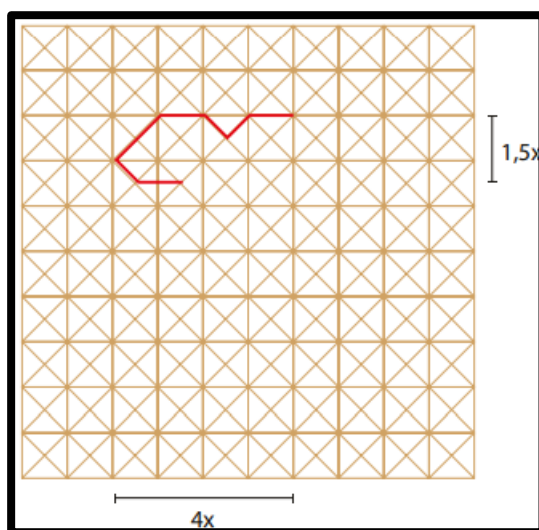


Fuente: Instituto Superior Tecnológico Particular Sudamericano, (2020)

2. La figura parte de un elemento gráfico en base a la retícula base.

Imagen 61

Elaboración de patrón 1

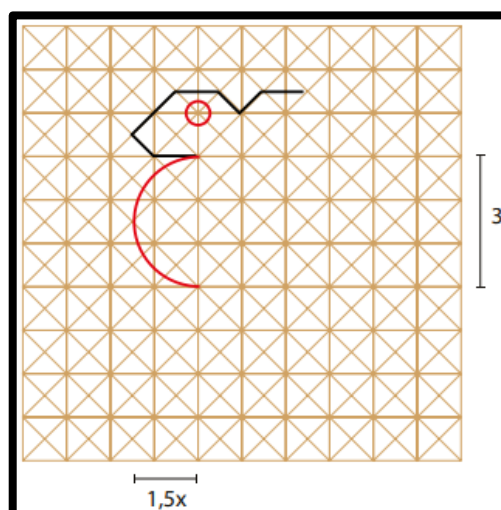


Fuente: Instituto Superior Tecnológico Particular Sudamericano, (2020)

3. Al elemento gráfico se le adhiere una semi circunferencia en la parte inferior y también se agrega un círculo de 0,5x de diámetro.

Imagen 62

Elaboración de patrón 2

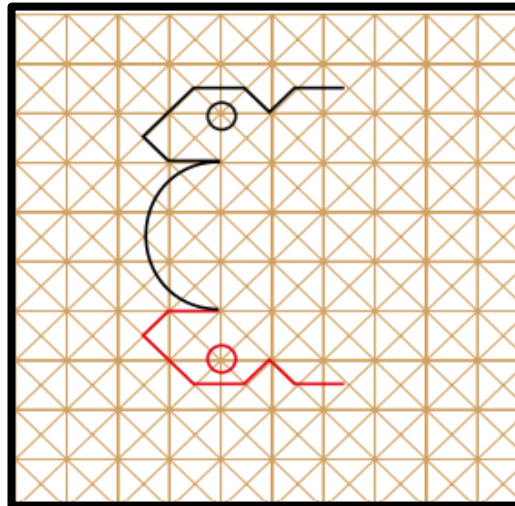


Fuente: Instituto Superior Tecnológico Particular Sudamericano, (2020)

3. Reflexión del primer elemento sobre el eje horizontal y traslación a su parte inferior formando los pares semánticos ortogonal – curvo (contorno) y virtual concreto (circunferencias internas).

Imagen 63

Elaboración de patrón 3

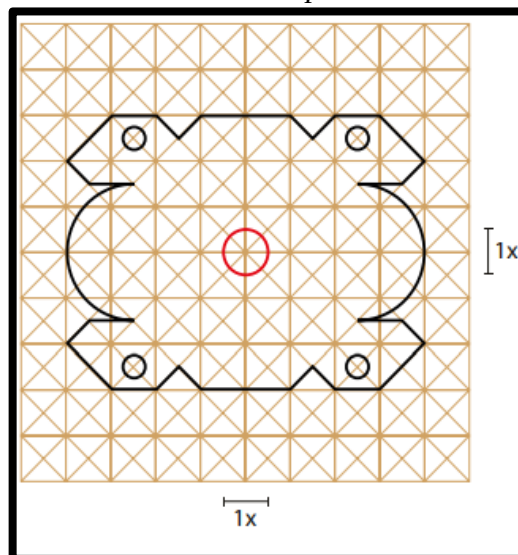


Fuente: Instituto Superior Tecnológico Particular Sudamericano, (2020)

4. Todo el elemento gráfico se refleja sobre el eje vertical y se agrega una circunferencia de 1x de diámetro para obtener la figura total.

Imagen 64

Elaboración de patrón 4



Fuente: Instituto Superior Tecnológico Particular Sudamericano, (2020)

Análisis 2

1. Análisis de la imagen e identificación de los diferentes elementos constituyentes, se encuentra la línea en forma de espiral como base del gráfico.

Imagen 65

Vasija de uso cotidiano

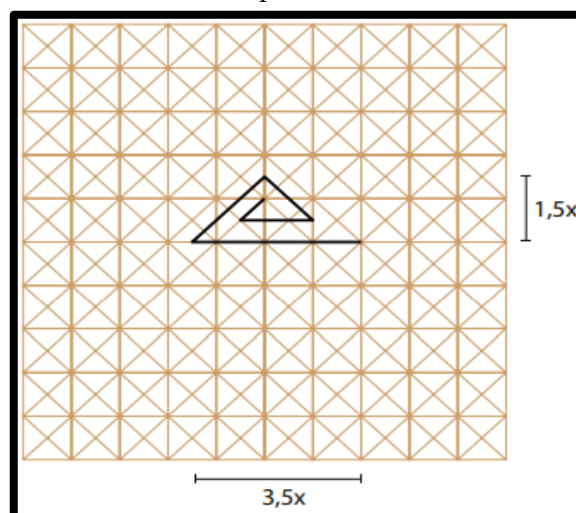


Fuente: Instituto Superior Tecnológico Particular Sudamericano, (2020)

2. La figura parte de una línea que crece en forma de triángulos

Imagen 66

Elaboración de patrón 1 en cuadrilla

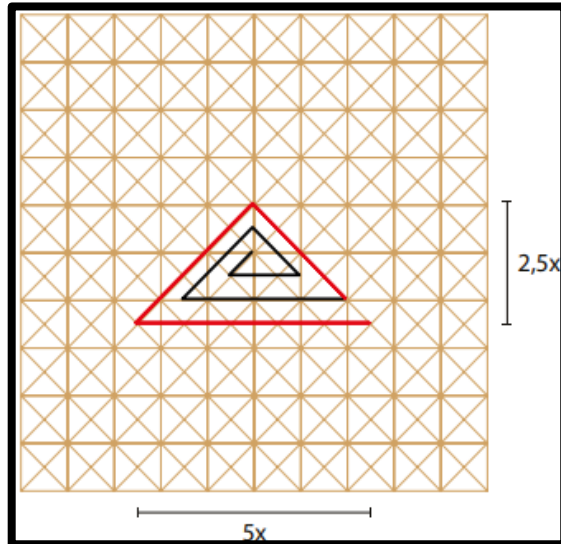


Fuente: Instituto Superior Tecnológico Particular Sudamericano, (2020)

3. La línea se forma de manera espiral con un ángulo de 45 grados. El crecimiento corresponde a 5x de ancho por 2,5x de alto.

Imagen 67

Elaboración de patrón 2 en cuadrilla



Fuente: Instituto Superior Tecnológico Particular Sudamericano, (2020)

Análisis 3

1. Análisis de la imagen e identificación de los diferentes elementos constituyentes, se encuentran triángulos, cuadrados y círculo.

Imagen 68

Cerámica ceremonial sobre la cruz de la chakana

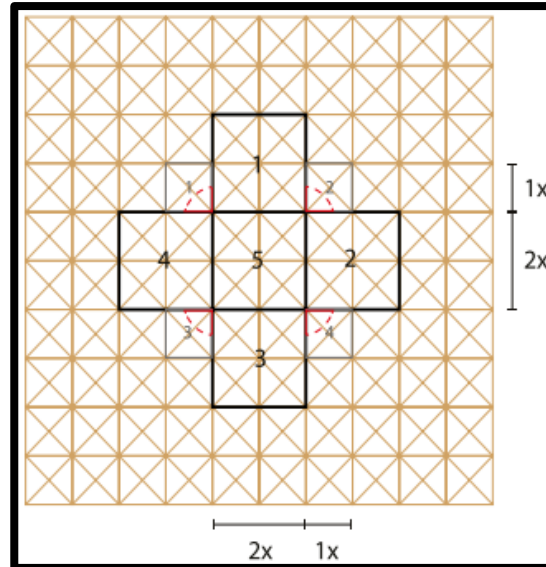


Fuente: Instituto Superior Tecnológico Particular Sudamericano, (2020)

2. La figura está compuesta 5 cuadrados con valor de $2x$ de ancho y alto, que forman una cruz, y de 4 cuadrados de $1x$ de ancho y alto que complementan en sus ángulos externos.

Imagen 69

Dibujo técnico de patrón de la chakana 1

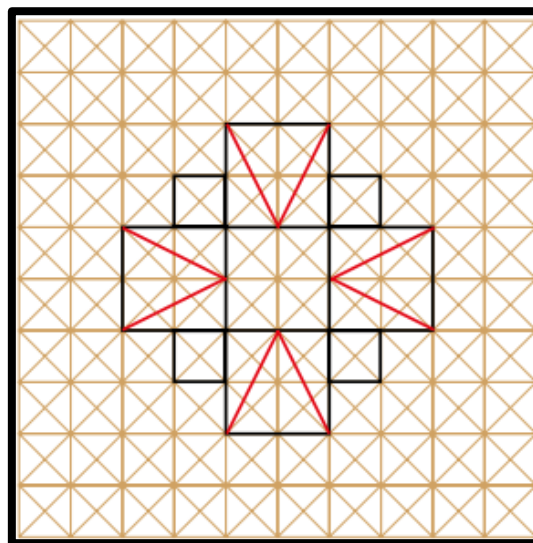


Fuente: Instituto Superior Tecnológico Particular Sudamericano, (2020)

3. División de los cuatro cuadrados, de mayor tamaño, tomando en cuenta el centro hacia los vértices.

Imagen 70

Dibujo técnico de patrón de la chakana 2

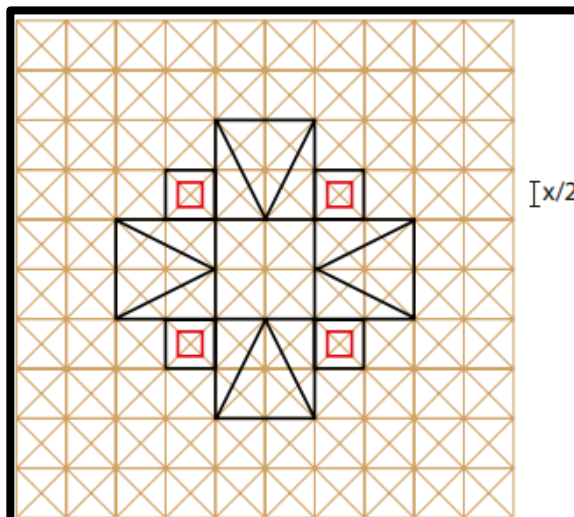


Fuente: Instituto Superior Tecnológico Particular Sudamericano, (2020)

4. Generación de una sub figura en los cuadrados exteriores tomando en cuenta la mitad del valor de x .

Imagen 71

Dibujo técnico de patrón de la chakana 3

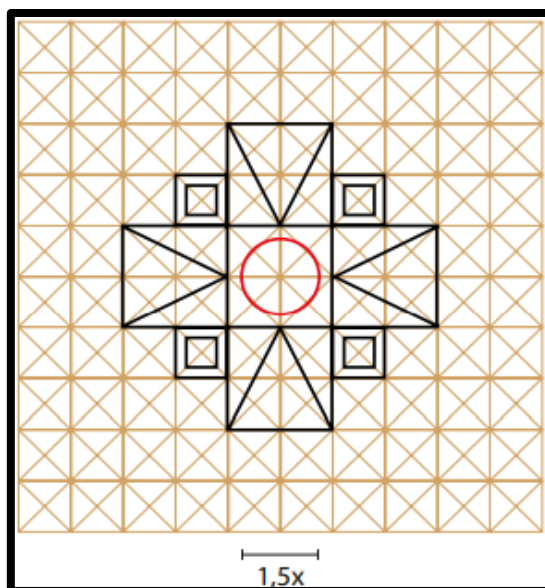


Fuente: Instituto Superior Tecnológico Particular Sudamericano, (2020)

5. Ubicación de un círculo de $1,5x$ de diámetro con posición en el centro de la cruz para generar simetría en la figura total

Imagen 72

Dibujo técnico de patrón de la chakana 4



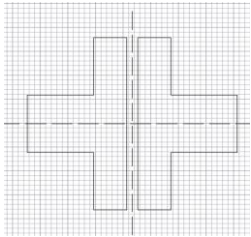
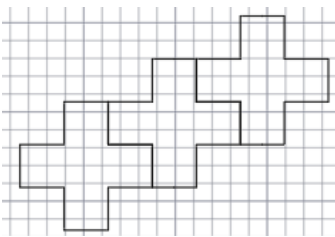
Fuente: Instituto Superior Tecnológico Particular Sudamericano, (2020)

Patrones del símbolo de la chakana para el mobiliario

1. Islas para exhibición de productos

Imagen 73

Extracción y diseño de patrón para islas de exhibición de productos

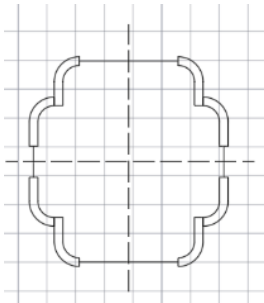
Mueble de exhibición en forma de cruz	
• Realizado a partir de la abstracción de la geometría de la chacana Cañari. • Se lo diseño con una base a forma de doble altura para dar mayor realice a las piezas exhibidas.	
	
Matriz	Trama

Elaboración propia: Moncayo, (2025)

2. Perchero en forma de chakana

Imagen 74

Extracción y diseño de patrón para percheros

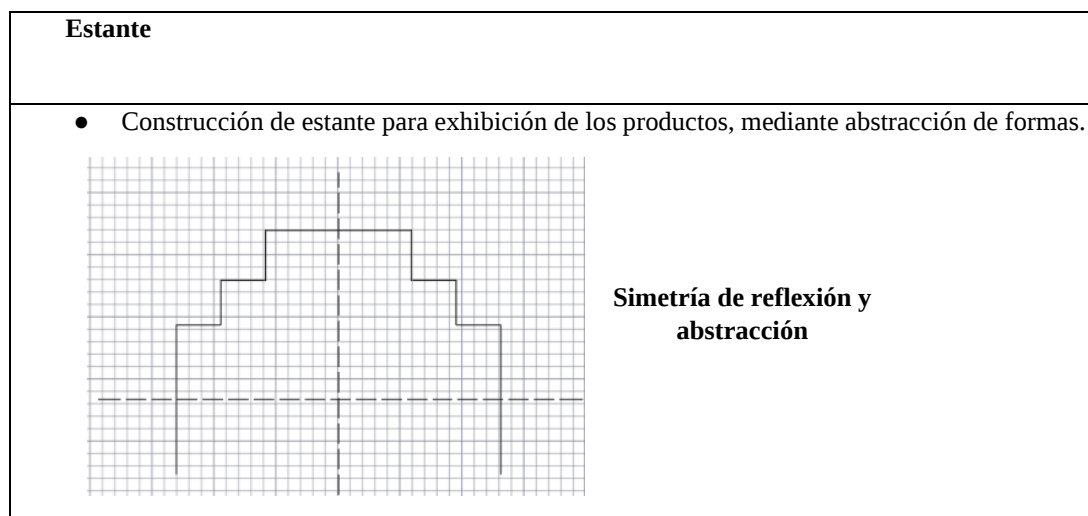
Perchero	
• Generado a partir de la abstracción de formas geométricas y fusión de símbolos Cañari. • Se realizó una simetría de reflexión para la generación de cada módulo y así realizar el diseño del perchero.	
	Simetría de reflexión y abstracción

Elaboración propia: Moncayo, (2025)

3. Estante a partir de abstracción de la chakana

Imagen 75

Extracción y diseño de patrón para estante

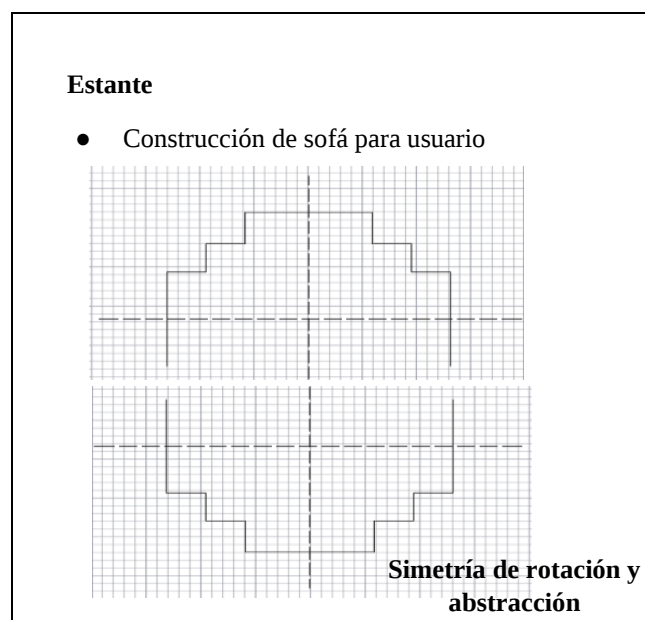


Elaboración propia: Moncayo, (2025)

5. Sofá Cañari

Imagen 76

Extracción y diseño de patrón para sofá



Elaboración propia: Moncayo, (2025)

6. Trama geométrica

Imagen 77

Extracción y diseño de patrón geométrico



Elaboración propia: Moncayo, (2025)

3.1.2. Criterio Funcional (cosmovisión)

- **Definición del criterio:** Garantizar que el diseño interior facilite la experiencia de compra y optimice la funcionalidad del espacio.
- **Estrategias a incluir:**
 - Mobiliario modular inspirado en formas culturales Cañari.
 - Distribución espacial que facilite el flujo de clientes y exposición de productos.
 - El espacio estará distribuido según su cosmovisión: social, espiritual y natural.

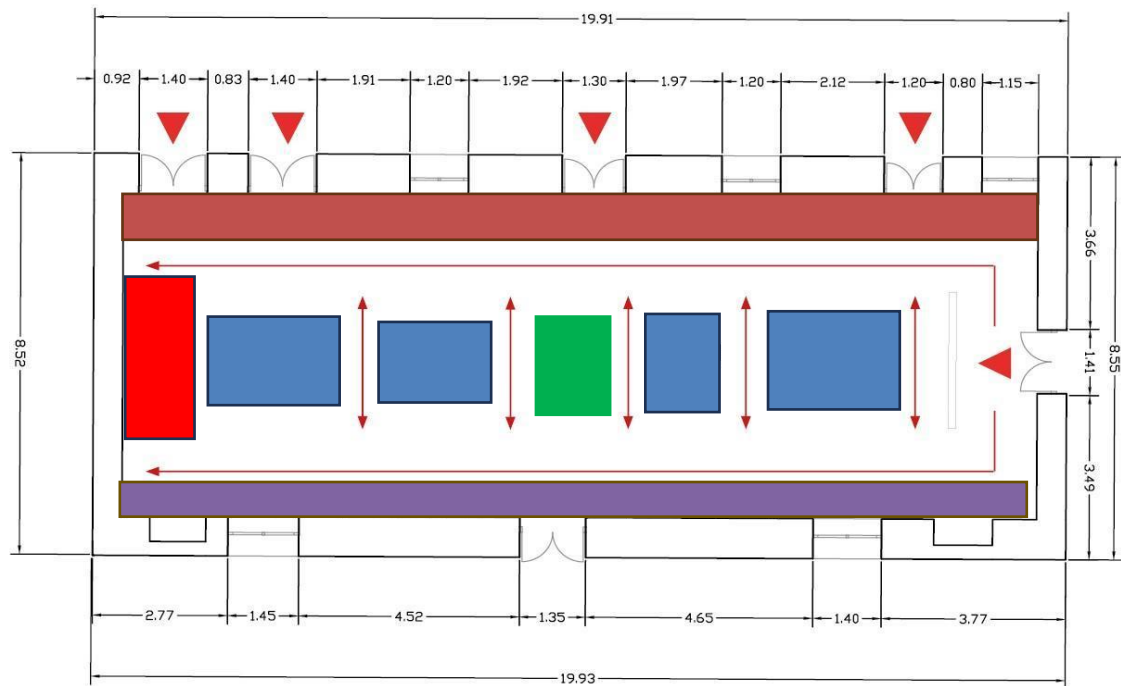
Imagen 78

Moodboard de criterio funcional



Imagen 79

Planta de zonificación (Teatrina)

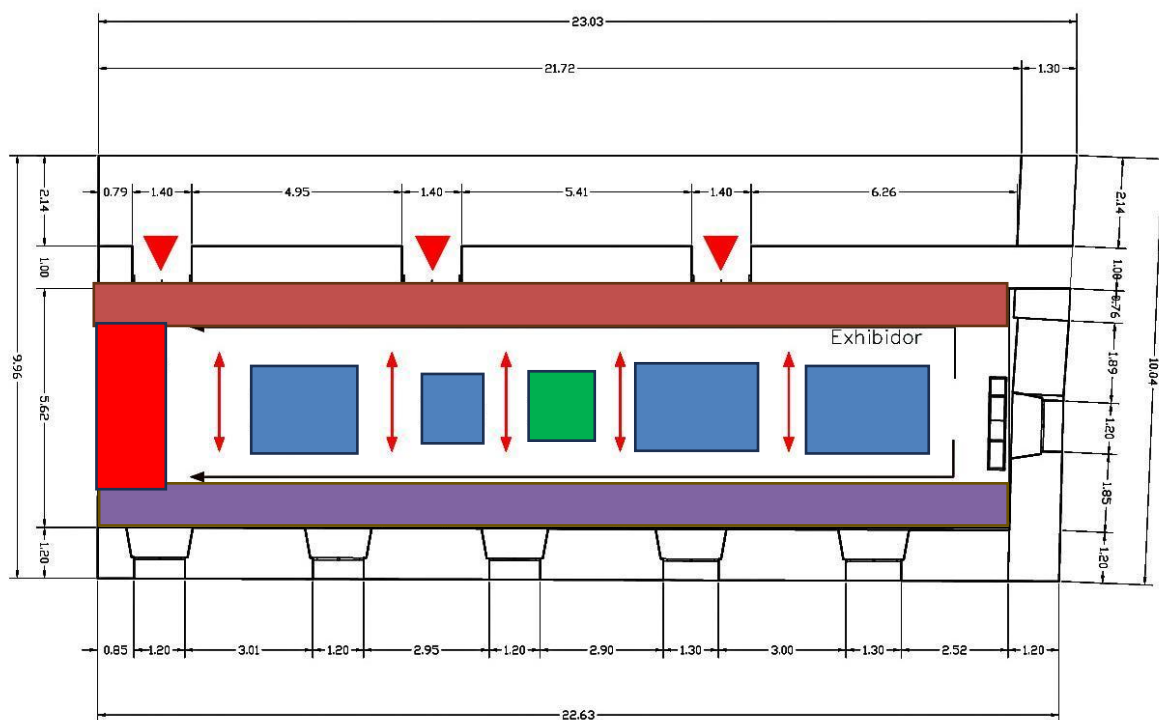


Elaboración propia: Moncayo, (2025)

- Zona de nichos de exhibición.
- Estantería y mobiliario de exhibición.
- islas y percheros de exhibición de productos.
- Caunter.
- Punto focal de experiencia Cañari.
- Ingresos

Imagen 80

Planta de zonificación (Sala de sesiones)



Elaboración propia: Moncayo, (2025)

Zona de nichos de exhibición de artesanías.

Estantería y mobiliario de exhibición.

Islas de exhibición de productos.

Caunter.

Punto focal Cañari.

Ingresos.

3.1.3. Criterio tecnológico (innovación)

- **Definición del criterio:** Incorporar elementos de diseño que respeten los principios de sostenibilidad y economía circular.
- **Estrategias a incluir:**
 - Uso de materiales locales y renovables.
 - Incorporar sistemas pasivos de iluminación mediante spots dirigibles y luz led con diferentes temperaturas en la generación de los tiempos de sensaciones en los ambientes
 - Generación de espacios que puedan ser reciclados o reutilizados en el futuro.

Imagen 81

Moodboard de criterio tecnológico (Innovación)



Elaboración propia: Moncayo, (2025)

Tipos de iluminación a ser implementada

Imagen 82

Tabla de iluminarias y sus características

Nombre	Gráfico	Características
Spots		Regulación de intensidad luminosa (mediante dimmer) Orientación del haz de luz (ajuste direccional):
Tiras Led		Regulación de intensidad Flexibilidad y facilidad de instalación
Down Light		Ángulo de apertura del haz de luz: Generalmente entre 24° y 60° Varía entre cálido (2700K-3000K), neutro (4000K) y frío (6000K)

Elaboración propia: Moncayo, (2025)

3.1.4. Criterio experiencial (sensitivo)

- **Estrategias a incluir:**

- Ambiente sensorial: Uso de sonidos andinos.
- Espacio de experiencia Cañari.
- Exhibición de artesanías.
- Prácticas artesanales

Imagen 83

Moodboard de criterio experiencial



Elaboración propia: Moncayo, (2025)

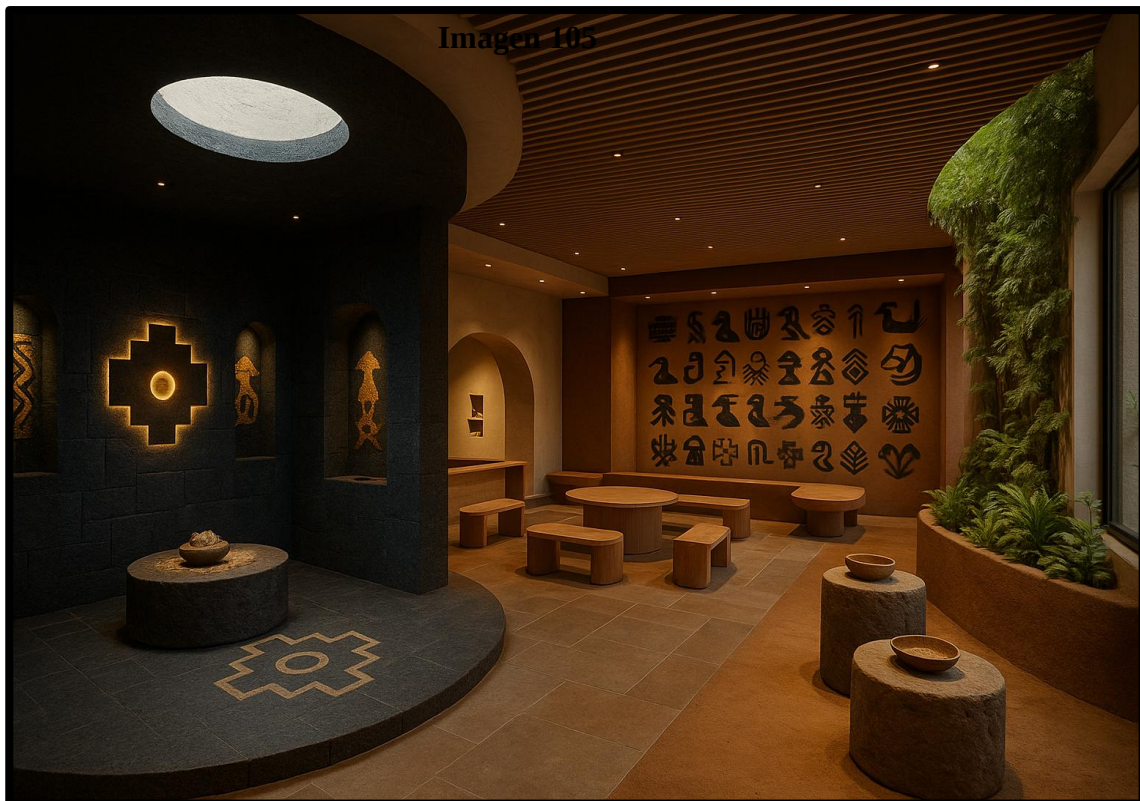
3.2. Proceso proyectual, experimentaciones con IA

Ideas preliminares: Previo al desarrollo de las propuestas de diseño definitivas, se llevó a cabo un proceso de experimentación visual utilizando inteligencia artificial como herramienta de apoyo creativo. Para ello, se empleó la plataforma en línea KREA.AI, la cual permite la generación de imágenes a partir de descripciones textuales (prompts) redactadas en inglés. Estas descripciones fueron construidas cuidadosamente con base en los criterios de diseño previamente establecidos, integrando conocimientos derivados del estudio de estrategias contemporáneas de retail junto con una interpretación profunda de la cosmovisión, materialidad e iconografía de la cultura cañari. El objetivo de esta fase fue explorar composiciones formales y conceptuales que sirvan como referentes iniciales para el desarrollo proyectual, asegurando una articulación coherente entre identidad cultural y funcionalidad comercial.

Boceto 1 de Concept Store

Imagen 84

Idea 1 de Concept Store generado mediante IA con identidad cultural Cañari



Elaboración propia a partir de plataforma de IA: krea. IA, (2025)

Prompt:

"A modern concept store interior inspired by Cañari indigenous culture, featuring traditional iconography, earthy tones, natural materials like adobe and wood, artisanal textiles, minimalist lighting, and a clean store layout with a central display area and warm ambient lighting realistic render, high detail, 4K."

Prompt:

Diseño interior de una tienda concepto inspirado en la cultura indígena Cañari, con iconografía tradicional, tonos tierra, materiales naturales como adobe y madera, textiles artesanales, iluminación minimalista y un diseño limpio con un área de exhibición central e iluminación ambiental cálida, renderizado realista con alto nivel de detalle en 4K.

Boceto 2 de Concept Store

Imagen 85

Idea 2 de Concept Store generado mediante IA con identidad cultural Cañari



Elaboración propia a partir de plataforma de IA: krea. IA, (2025)

Prompt:

A concept store interior located inside a colonial heritage building, with exposed stone walls, arched windows, preserved wooden beams, and modern interior interventions such as metal clothing racks, neutral color palette, concrete floor, and curated product displays - photorealistic render, 3D architectural visualization, warm daylight.

Prompt:

Interior de una tienda conceptual ubicada dentro de un edificio patrimonial colonial, con paredes de piedra a la vista, ventanas arqueadas, vigas de madera conservadas e intervenciones interiores modernas como percheros de metal, paleta de colores neutros, piso de concreto y exhibiciones de productos seleccionadas: render fotorrealista, visualización arquitectónica 3D, cálida luz natural.

Boceto 3 de Concept Store

Imagen 86

Idea 3 de Concept Store generado mediante IA con identidad cultural Cañari



Elaboración propia a partir de plataforma de IA: krea. IA, (2025)

Prompt:

An interior space inspired by Cañari culture and Andean cosmovision, incorporating Chakana symbolism in the flooring and wall patterns, handmade textiles with ancestral motifs, adobe walls, wooden beams, stone elements, warm ambient lighting, and a ceremonial atmosphere - includes natural colors like ochre, terracotta, and deep blue - photorealistic render, 3D visualization for cultural concept store.

Prompt:

Un espacio interior inspirado en la cultura Cañari y la cosmovisión andina, incorporando el simbolismo Chakana en los patrones de pisos y paredes, textiles hechos a mano con motivos ancestrales, paredes de adobe, vigas de madera, elementos de piedra, iluminación ambiental cálida y una atmósfera ceremonial - incluye colores naturales como ocre, terracota y azul profundo - render fotorrealista, visualización 3D para tienda conceptual cultural.

Boceto 4 de Concept Store

Imagen 87

Idea 4 de Concept Store generado mediante IA con identidad cultural Cañari



Elaboración propia a partir de plataforma de IA: krea. IA, (2025)

Prompt:

Interior design based on Cañari culture, a concept store-type space for the display of artisan products, in earthy colors and furniture shaped like symbols such as the chakana.

Prompt:

Diseño de interiores basado en la cultura cañari, un espacio tipo concept store para la exhibición de productos de los artesanos, en colores tierra y mobiliario con forma de símbolos como la chakana.

3.3. Propuestas de diseño por espacios

3.3.1. Teatrina

Imagen 88

Infografía 1



Elaboración propia a partir de plataforma de plataforma: CANVA, (2025)

Componentes Clave y Consideraciones de Diseño:

1. Punto Focal y Conexión Espiritual:

- Énfasis en la creación de un punto focal dentro del diseño de la tienda.
- El diseño incorpora un espacio elíptico vinculado al plano espiritual según la cosmovisión Cañari.
- Implicación Técnica: Sugiere elementos arquitectónicos deliberados o arreglos espaciales para atraer la atención del cliente. Esto podría incluir iluminación, contraste de materiales o ubicación estratégica de productos. La referencia a la cosmovisión Cañari implica una comprensión de los valores culturales locales para dar forma a la estética de la tienda.

2. Materiales Locales y Madera Reciclada:

- Prioriza el uso de materiales de origen local en el mobiliario.
- El diseño del mobiliario está inspirado en la "chacana" (probablemente una forma geométrica simbólica).
- El diseño crea módulos repetitivos para exhibir artesanías y productos.
- Se utiliza madera reciclada.
- Implicación Técnica: Destaca las prácticas de diseño sostenible. La abstracción de la "chacana" sugiere patrones geométricos o modularidad en el diseño del mobiliario. La repetición implica un sistema modular y flexible de exhibidores.

3. Percheros Abstractos:

- El diseño de los percheros para ropa es una abstracción de la "chacana".
- Se genera una reflexión.
- Implicación Técnica: El perchero usa líneas geométricas o características modulares derivadas de la "chacana" para crear interés visual.

4. Iluminación Sutil:

- El diseño utiliza iluminación no invasiva.
- El diseño también cuenta con una combinación de focos tipo "rack" y lámparas artesanales.
- Implicación Técnica: El diseño de iluminación está en consideración con el espacio, creando un ambiente que respeta el contexto cultural.
- Se utiliza iluminación de enfoque para resaltar objetos, también se utiliza iluminación ambiental y luz difusa.

Resultados finales (Teatrina)

Secciones

Imagen 89

Organización de mobiliario



SECCIÓN A - A

Descripción:

En esta sección A – A se puede observar una correcta distribución del mobiliario cumpliendo su punto funcional. Además, se puede observar que la arquitectura es respetada en cuanto a su materialidad y sistema constructivo. Por otra parte, el mobiliario que ha sido ubicado de forma específica como son los percheros y los sofás parte de la abstracción de la chakana la misma que en su apartado técnico se muestra como fue la realización de su diseño respectivo

Imagen 90

Funcionalidad de mobiliario y patronajes Cañari

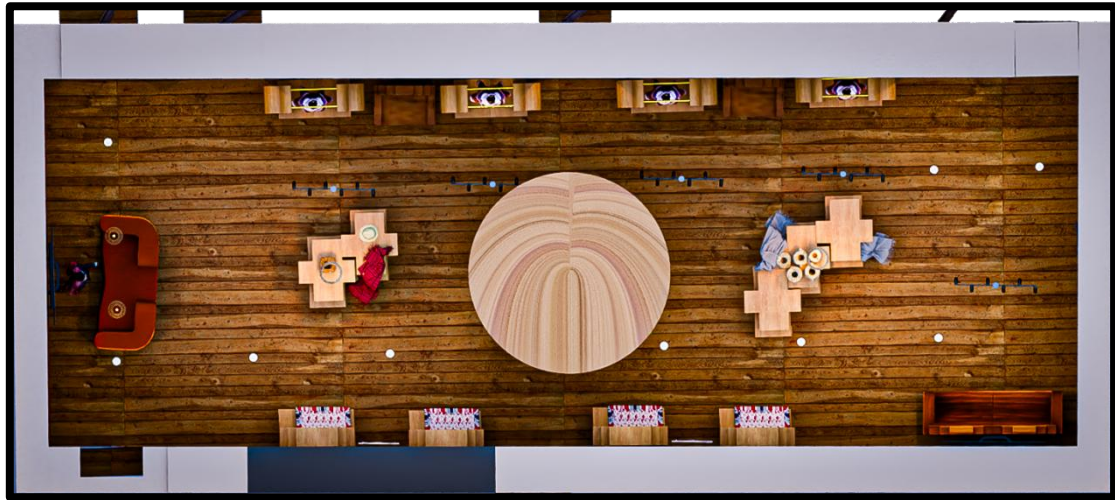


SECCIÓN B - B

Renders de la teatrina

Imagen 91

Planta de distribución de mobiliario



PLANTA DE DISTRIBUCIÓN

Imagen 92

Perspectiva 1 de Concept Store (Teatrina)



PERSPECTIVA 1

Imagen 93

Perspectiva 2 de Concept Store (Teatrina)



PERSPECTIVA 2

Imagen 94

Perspectiva 3 de Concept Store (Teatrina)



PERSPECTIVA 3

Imagen 95

Perspectiva 4 de Concept Store (Teatrina)



PERPECTIVA 4

Imagen 96

Perspectiva 5 de Concept Store (Teatrina)



PERSPECTIVA 5

3.3.2. Sala de sesiones

Imagen 97

Infografía 2



Elaboración propia a partir de plataforma de plataforma: CANVA, (2025)

Análisis

1. Circulación y dinamismo del mobiliario. Una circulación eficiente gracias a la versatilidad del mobiliario.

Interpretación:

- Este punto resalta la estrategia de circulación dentro del espacio comercial.
- Se valora que la disposición del mobiliario permite un flujo fluido y dinámico de los usuarios.
- El diseño fomenta que los visitantes recorran todo el espacio sin interrupciones o puntos muertos, lo cual es clave en el store Planning para maximizar la exposición del producto y mejorar la experiencia del usuario.
- La circulación no es arbitraria: se diseña para guiar al visitante estratégicamente a través de la tienda.
- El dinamismo del mobiliario implica que no solo es funcional, sino también adaptable o diseñado para provocar movimiento o interés constante.

2. Diseño cultural y materiales locales

“Mobiliario construido con materiales locales y realizado mediante la abstracción de dos símbolos que al fusionar podemos obtener las islas de exhibición basadas en la chacana.”

Interpretación:

El mobiliario no solo cumple una función práctica, sino también simbólica y cultural.

- Se emplean materiales locales, lo que conecta con una estrategia sostenible y de identidad territorial. Se utiliza madera para el mobiliario y tejidos artesanales locales.
- Se menciona el uso de la chacana, un símbolo andino con fuerte carga espiritual, lo que muestra una integración del diseño con la cosmovisión Cañari (muy coherente con tu concepto general del proyecto).
- La abstracción y fusión de símbolos sugiere un proceso de diseño consciente y conceptual que transforma símbolos tradicionales en formas útiles para la exhibición.



Elaboración propia a partir de plataforma de plataforma: CANVA, (2025)

Análisis

Trama de montañas:

Se utiliza la abstracción del símbolo de montañas para crear una trama geométrica que actúa como fondo tipo papel tapiz dentro del diseño interior.

Islas de exhibición:

El mobiliario está hecho con materiales locales y diseñado a partir de la chacana. A través de su repetición, se crean módulos o islas para exhibir productos y artesanías.

Estanterías:

Se diseñan también con base en la chacana, integrando su forma como parte estructural del mobiliario y manteniendo la carga simbólica.

Iluminación:

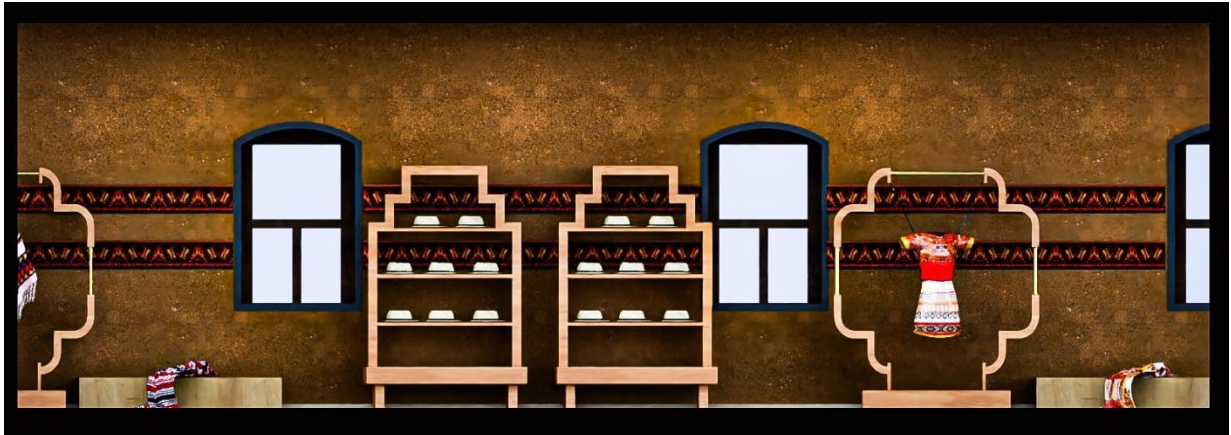
El diseño lumínico es sutil y está adaptado al entorno. Se usan spots dirigidos y lámparas artesanales que respetan la atmósfera del espacio.

Resultados finales (Sala de sesiones)

Secciones

Imagen 99

Organización de estantería



SECCIÓN C - C

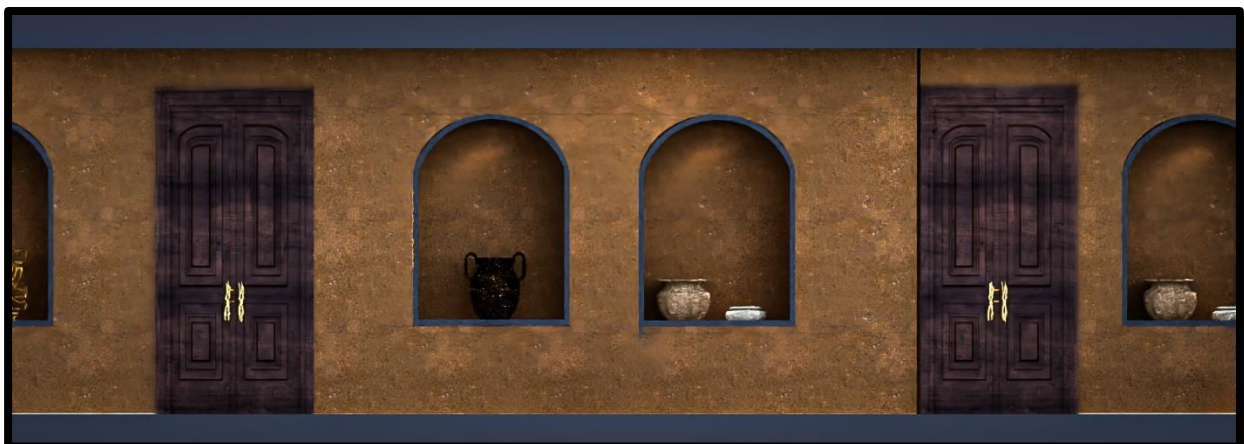
Descripción:

En la sección C – C se observa una correcta ubicación del mobiliario, una correcta ubicación de los percheros y de la estantería sin obstruir las entradas de luz natural. Con la ubicación correcta del mobiliario se genera un correcto dinamismo al circular en la concept store.

En las paredes se expone como detalle de diseño de bases textiles que se generó a partir de la abstracción de la simbología de las montañas para crear una trama geométrica elegante.

Imagen 100

Exhibición de artesanías Cañari en nichos



SECCIÓN D - D

Imagen 101

Planta de distribución de mobiliario



PLANTA DE DISTRIBUCIÓN

Imagen 102

Perspectiva 6 de Concept Store (Sala de Sesiones)



PERSPETIVA 6

Imagen 103

Perspectiva 7 de Concept Store (Sala de Sesiones)



PERSPETIVA 7

Imagen 104

Perspectiva 8 de Concept Store (Sala de Sesiones)



PERSPETIVA 8

Imagen 105

Perspectiva 9 de Concept Store (Sala de Sesiones)

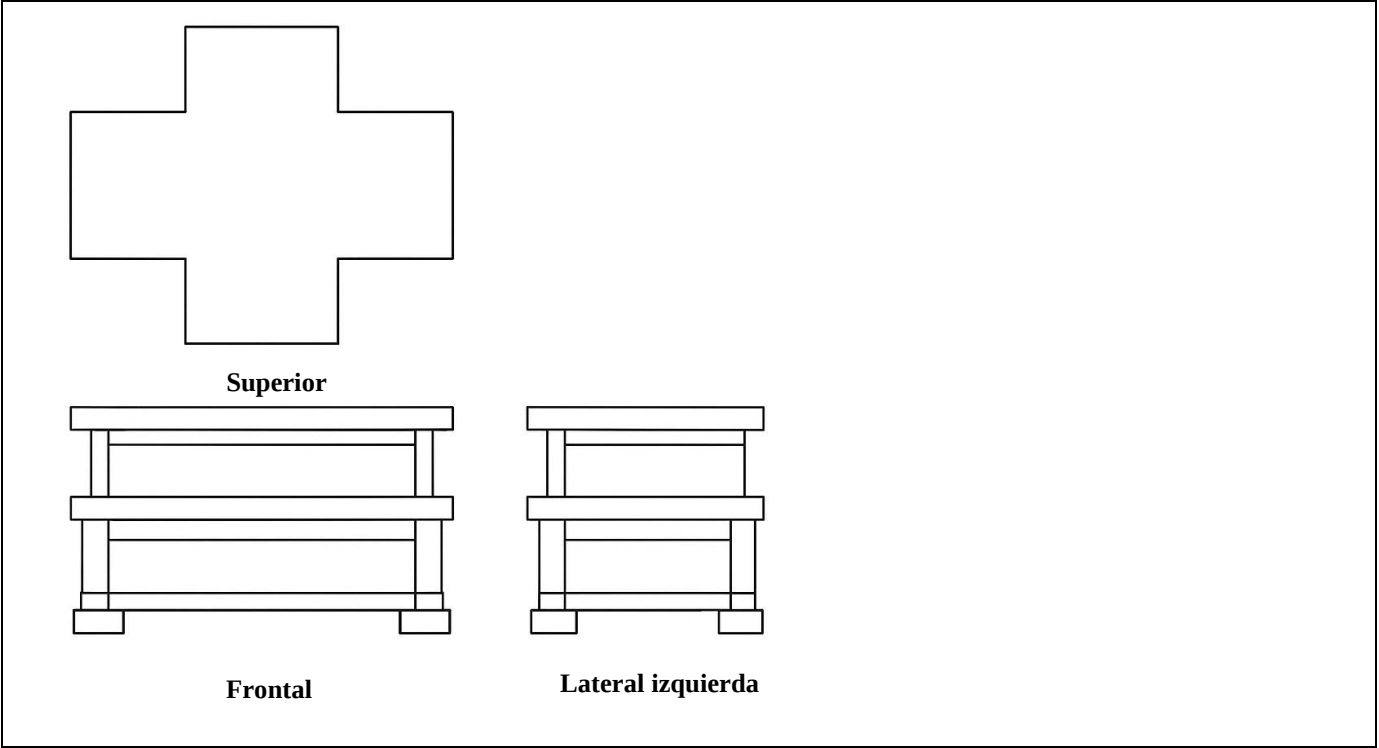


PERSPETIVA 9

3.4. Fichas de mobiliario diseñado

Imagen 106

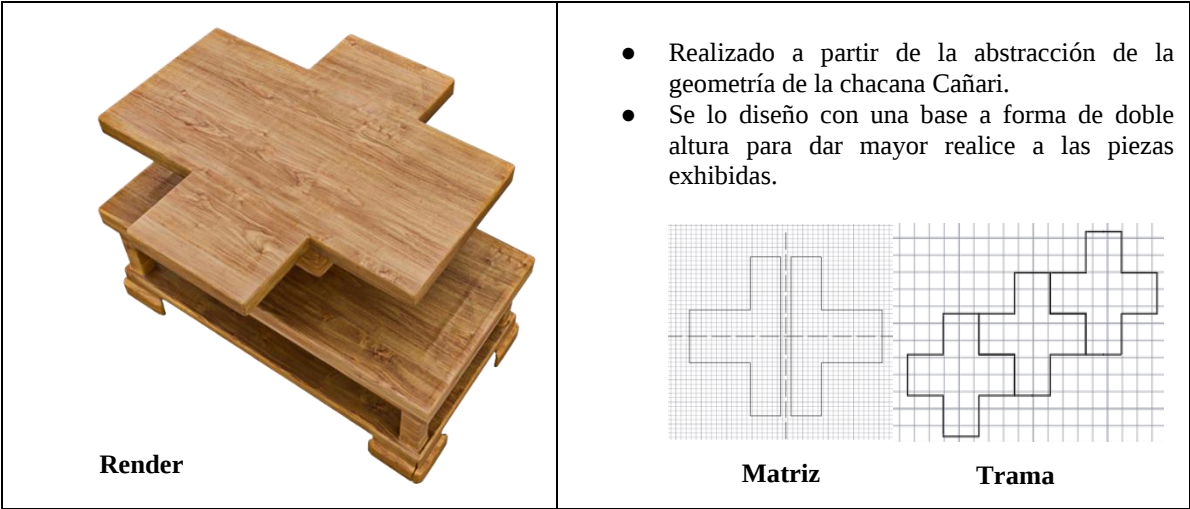
Ficha técnica de mueble isla de exhibición



Elaboración propia a partir de software de diseño arquitectónico: AutoCAD, (2025)

Imagen 107

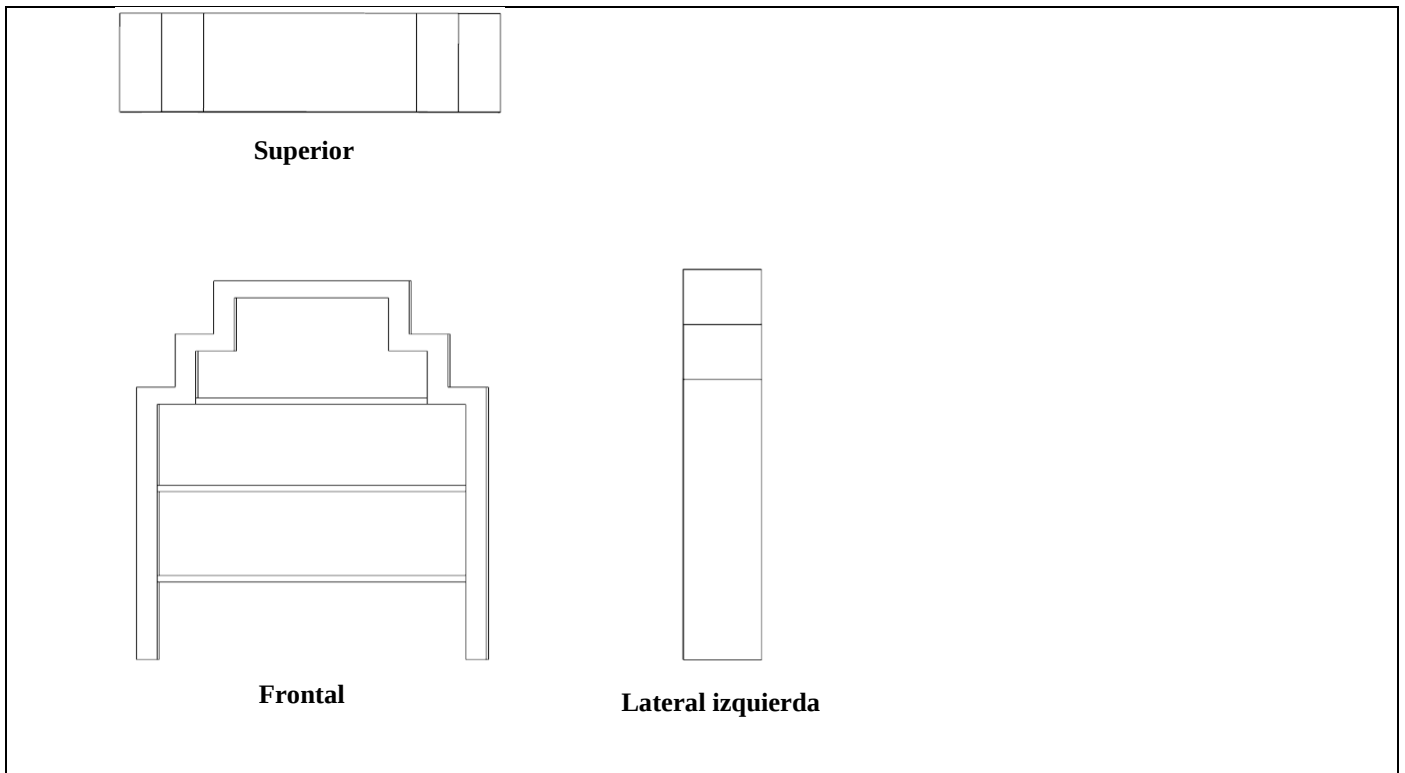
Render y operaciones de la forma (Isla chakana)



Elaboración propia a partir de software de diseño: 3DS Max, (2025)

Imagen 108

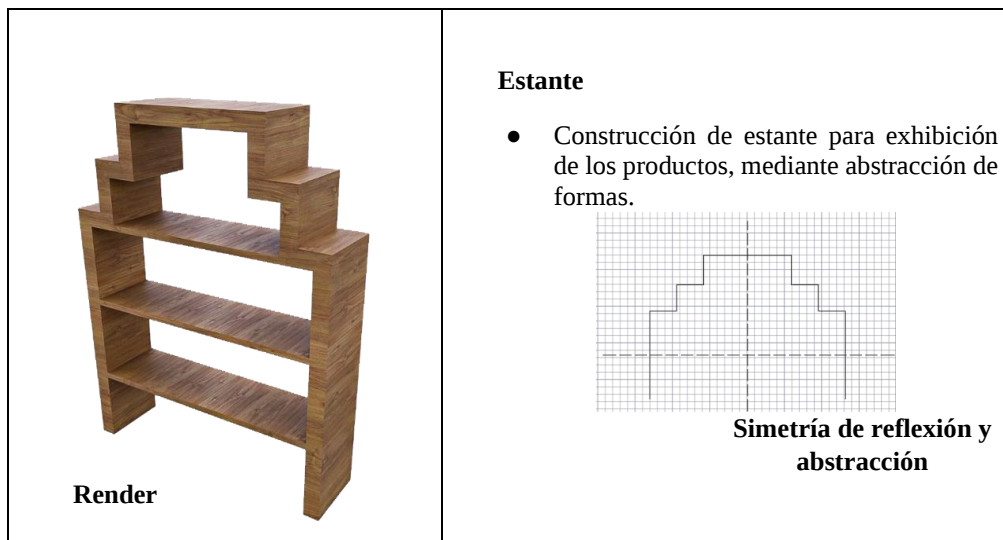
Ficha técnica de estante en forma de chakana



Elaboración propia a partir de software de diseño arquitectónico: AutoCAD, (2025)

Imagen 109

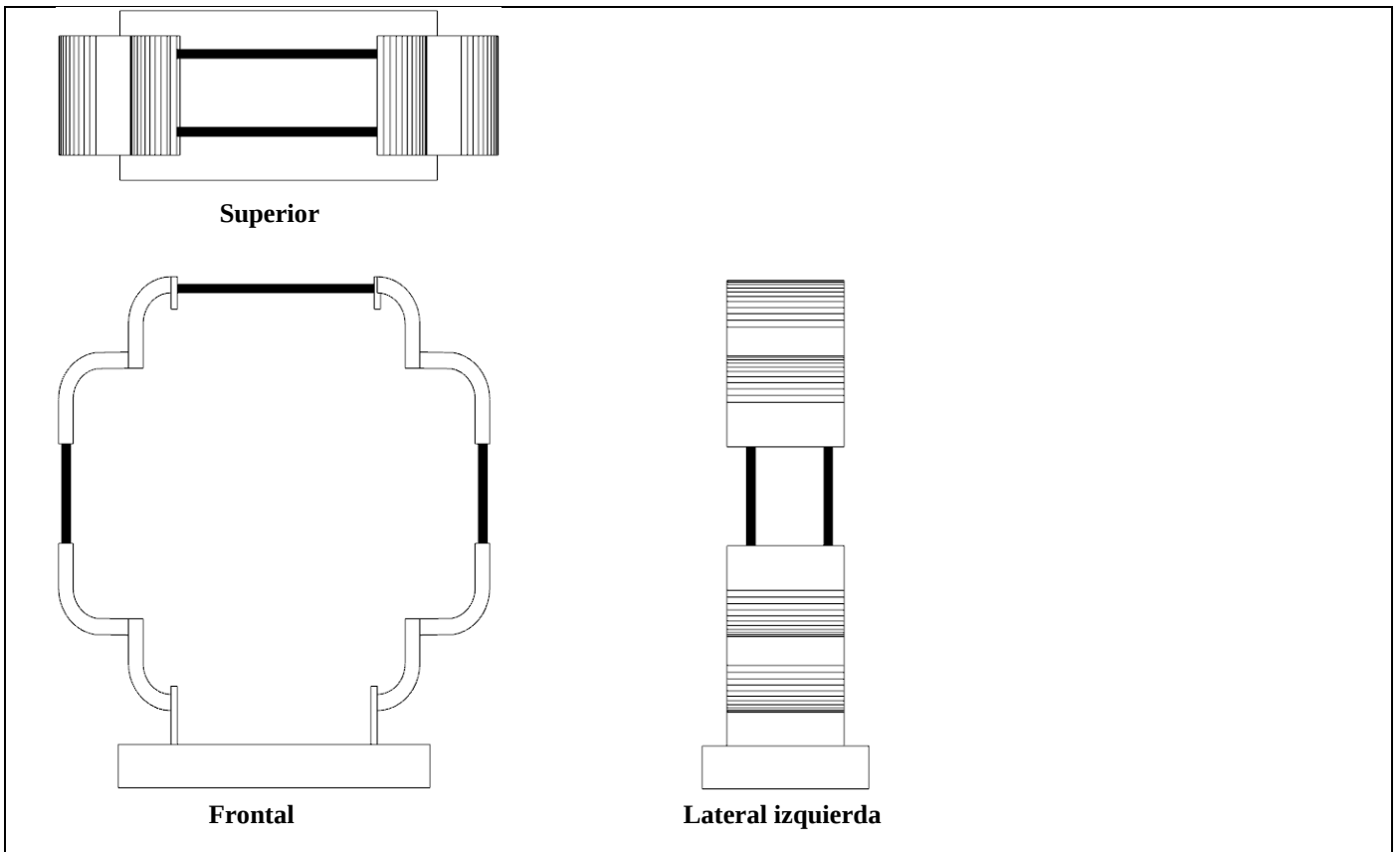
Render y operaciones de la forma (Estante)



Elaboración propia a partir de software de diseño: 3DS Max, (2025)

Imagen 110

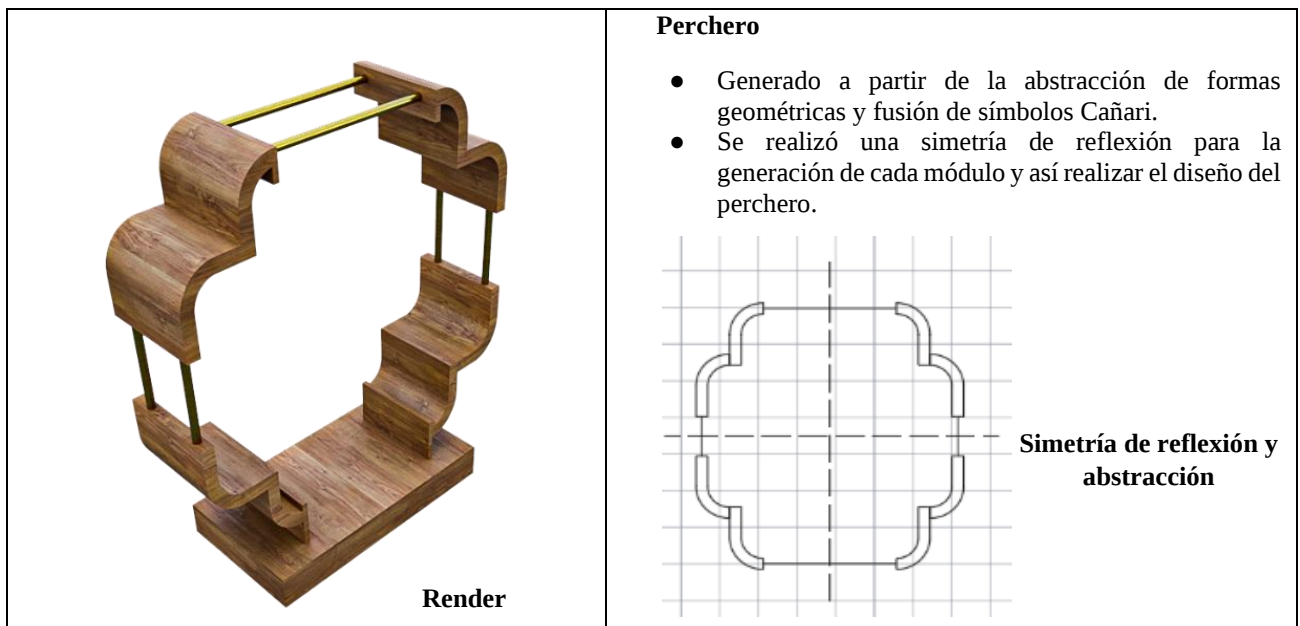
Ficha técnica de perchero



Elaboración propia a partir de software de diseño arquitectónico: AutoCAD, (2025)

Imagen 111

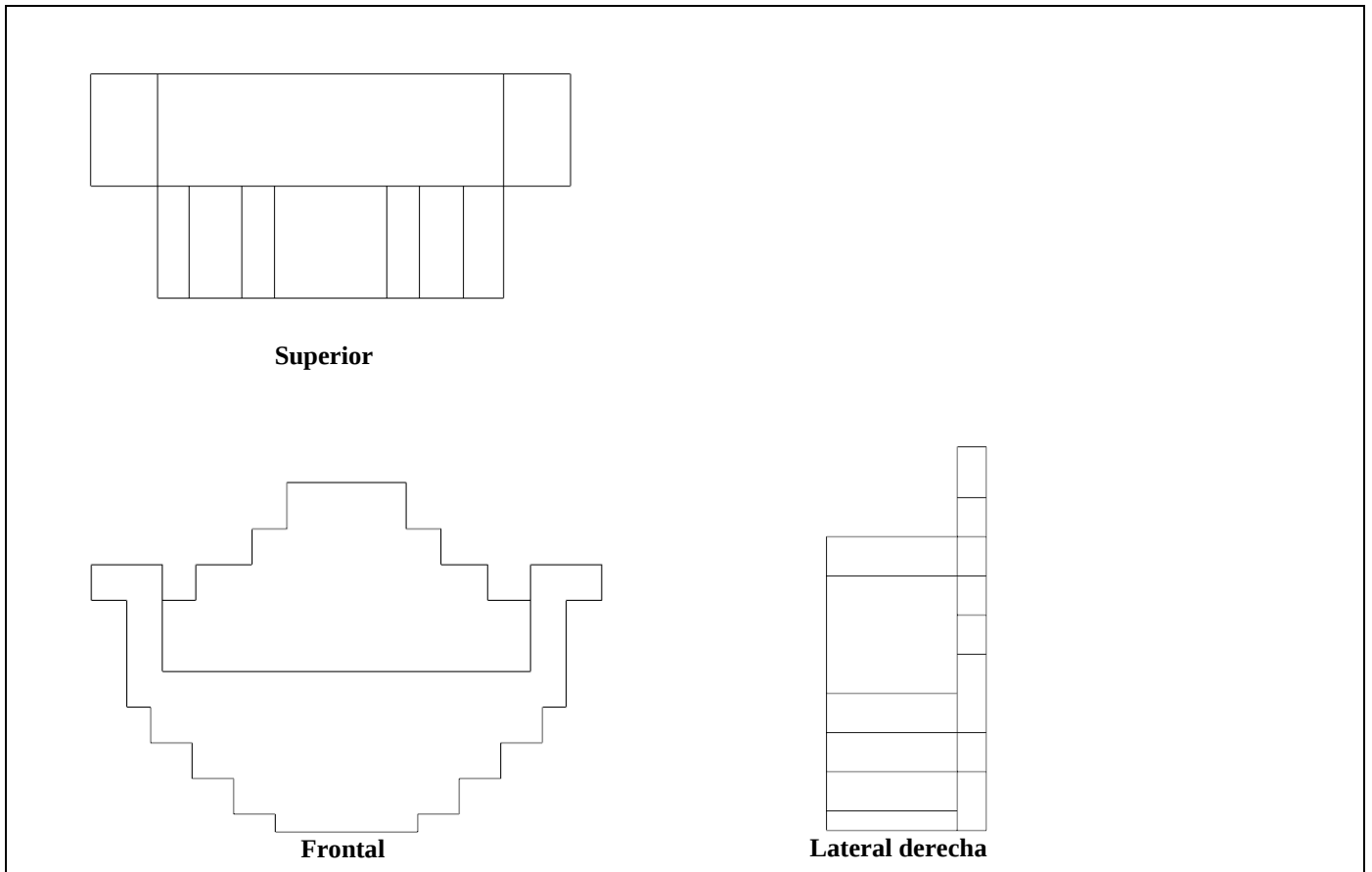
Render y operaciones de la forma (Perchero)



Elaboración propia a partir de software de diseño: 3DS Max, (2025)

Imagen 112

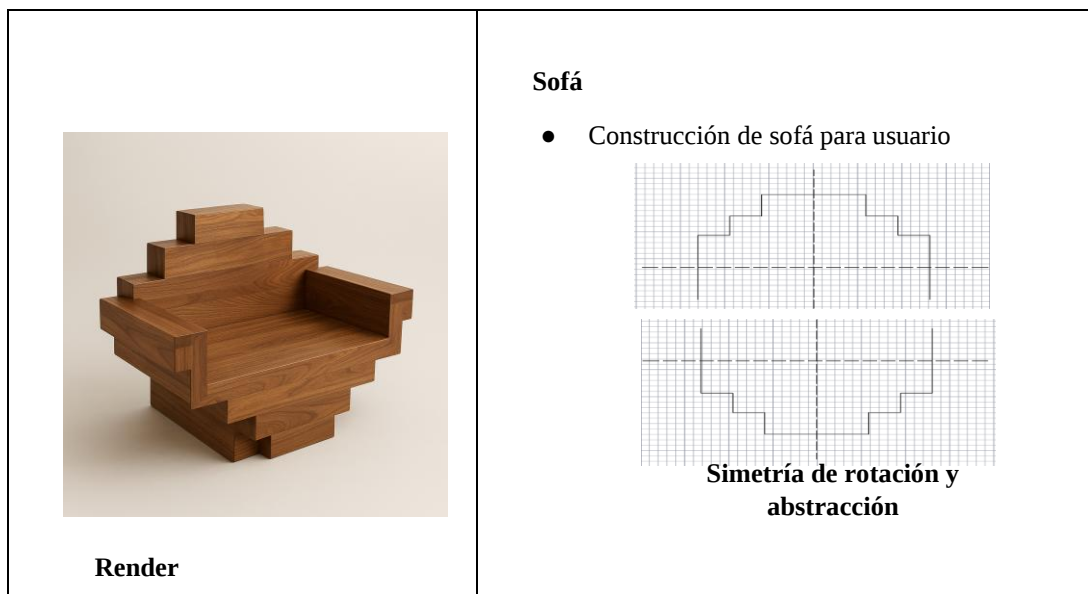
Ficha técnica de sofá Cañari



Elaboración propia a partir de software de diseño arquitectónico: AutoCAD, (2025)

Imagen 113

Render y operaciones de la forma (Sofá Cañari)



Elaboración propia a partir de software de diseño: 3DS Max, (2025)

Conclusiones

La presente investigación abordó la problemática de la pérdida de identidad cultural del pueblo Cañari desde el ámbito del diseño interior, explorando el potencial del retail como una herramienta efectiva para visibilizar, rescatar y valorizar una herencia cultural ancestral. A través del desarrollo de una concept store con identidad Cañari, se demostró que los espacios comerciales pueden ir más allá de su función económica, convirtiéndose en plataformas de difusión cultural que fomenten el reconocimiento y la revalorización de las raíces de una comunidad históricamente invisibilizada.

El proceso de diseño estuvo sustentado por una metodología cualitativa con enfoque proyectual, complementada con una investigación bibliográfica centrada en el estudio técnico, espacial y funcional del edificio patrimonial Casa del Buen Pastor. Este enfoque permitió un análisis profundo del inmueble desde una perspectiva integral, reconociendo su valor histórico y adaptando su arquitectura a nuevos usos contemporáneos sin comprometer su autenticidad. Así, el diseño interior se propuso como una mediación entre la memoria y la innovación, entre la conservación del patrimonio y su resignificación.

La propuesta final no pretende una apropiación superficial de elementos culturales, sino una colaboración respetuosa, consciente y situada, que devuelva valor a los saberes ancestrales a través de un lenguaje actual, funcional y sensible a las realidades del presente. En este sentido, la concept store se plantea como un espacio donde el diseño responde no solo a fines comerciales, sino también sociales, culturales y emocionales, sirviendo como puente entre el pasado y el futuro, entre la tradición y la contemporaneidad.

Como proyección a futuro, se plantea la necesidad de profundizar en el estudio del diseño multisensorial aplicado al retail con identidad cultural, considerando cómo los estímulos visuales, táctiles, auditivos y olfativos pueden activar memorias colectivas y generar experiencias más inmersivas. De igual forma, se sugiere investigar el rol de las tecnologías digitales, como la realidad aumentada y las plataformas interactivas, en la narración de historias desde la voz de las propias comunidades indígenas. Finalmente, se recomienda el desarrollo de una guía metodológica replicable que permita adaptar este modelo a otras localidades del país, impulsando una red de espacios comerciales con identidad que articulen desarrollo económico y conciencia cultural.

Esta tesis, en esencia, constituye una invitación a repensar el rol del diseñador como mediador entre lo tangible y lo simbólico, entre el presente y la memoria. Diseñar con identidad no es anclarse al pasado, sino avanzar con claridad sobre nuestras raíces. Esa es la verdadera innovación cultural.

Referencias

Fuentes académicas

- Carvajal, M. E., & Hidalgo Molina, D. (2018). *Ingapirca: Arquitectura y análisis formal*.
- Cordero, O. (1986). *Estudios históricos*. Cuenca.
- Del Pilar Alejandra, M.-C. M., & Caviedes Mondragón, M. E. (2021). Estrategia para proyectos de diseño de interiores con identidad étnica. *Legado de Arquitectura y Diseño*, 16(1), 1–13.
- García, G., Tamayo, J., & Malo, G. (2018). *Arquitectura vernácula en Azuay y Cañar*. Universidad de Cuenca.
- Garzón, M. (2012). *Cañaris del sur del Ecuador y los mitmaq cañaris del Perú*. Gráficas Hernández.
- Kent, T., & Brown, R. (2009). *Flagship marketing: Concepts and places*. Routledge.
- Marcos, J. (1980). Intercambio a largas distancias en América: El caso del Spondylus. *Boletín de Antropología Americana*. México.
- Mora Cantellano, M. del P. A., & Caviedes Mondragón, M. E. (2005). Estrategia para proyectos de diseño de interiores con identidad étnica. *Redalyc.org*.
- Ortega, J. C. (2018). Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: El patrimonio y la educación. *Dialnet*.
- Pegler, M. M. (2012). *Visual merchandising and display* (6th ed.). Fairchild Books.
- Pesántez, M., & González, I. (2011). *Arquitectura tradicional en Azuay y Cañar*.
- Ravines, R. (1986). Tecnologías andinas: Su complejidad y eficiencia. *Tecnología y Artesanía*.
- Vásquez Rodríguez, Y. (2011). The interior spaces of housing and the interior design in hotels for tourism. *Revista de Arquitectura e Ingeniería*, 5(1).

Fuentes de consulta general

- Archivo BAQ. (s.f.). Restauración y adaptación a nuevo uso del convento del Buen Pastor - «Casa de la Provincia» - Prefectura del Azuay.
- Burstein, J., & López, M. A. (2014). *Galería MUY: Arte contemporáneo maya y zoque*. San Cristóbal de las Casas, Chiapas, México.
- Canteras el Cerro. (2022, 9 de febrero). Canto rodado Sagres.
- Cobo, M. (2021). Aborígen Concept Store: El alma y el origen del diseño interior ecuatoriano. *Aborígen.ec*. Recuperado el 24 de abril de 2025.
- Corralo, D. L. (2023, 17 de enero). En 2022 se disparó la demanda de madera aserrada. *Madera Sostenible*.
- ¡CLAVE! Revista. (2022). Manuela Cobo: El alma y el origen del diseño interior. *Clave.com.ec*. Recuperado el 24 de abril de 2025.
- Kozinets, R. V., Sherry, J. F., DeBerry-Spence, B., Duhachek, A., Nuttavuthisit, K., & Storm, D. (2002). Themed flagship brand stores in the new millennium: Theory, practice, prospects. *Journal of Retailing*, 78(1), 17–29.
- Pichisaca, I. Q. (s.f.). Historia del pueblo cañari. *Nativeweb.org*. Recuperado el 14 de junio de 2024.
- Rapoport, A., & Hardie, G. (1991). Cultural meaning, architecture and the built environment. *Architecture & Behavior*, 7(1), 3–42.
- Salama, A. M. (2016). *Spatial Design Education: New Directions for Pedagogy in Architecture and Beyond*. Routledge.
- SHIFTA. (2024, 13 de mayo). ¿Qué es el retail design y cuáles son sus claves? *SHIFTA by Elisava*.
- World Vision. (2023). Identidad cultural, ¿Qué es y por qué es algo tan relevante? *World Vision América Latina*.

Tabla de imágenes

Capítulo 1

Imagen 1. Diseño de interiores de un departamento	15
Imagen 2. Diseño de una Concept Store	16
Imagen 3. Diseño de experiencia de usuario	17
Imagen 4. Espacio de la Galería Muy	18
Imagen 5. Exhibiciones de la Galería Muy	19
Imagen 6. Presentación de Aborígen Concept Store	19
Imagen 7. Aborígen Concept Store y sus espacios	20
Imagen 8. Mini sala de Aborígen Concept Store	21
Imagen 9. Distribución en circuito	23
Imagen 10. Distribución directa	23
Imagen 11. Distribución en cuadrícula	24
Imagen 12. Distribución de flujo libre	24
Imagen 13. Estrategias de experiencia para el usuario	26
Imagen 14. Mapa mental sobre la creación de zonas de interacción	26
Imagen 15. Mapa mental sobre la tecnología en el Retail	27
Imagen 16. Organización espacial	28
Imagen 17. Diseño lumínico en espacio comercial	29
Imagen 18. Recomendaciones de uso correcto en la cromática	29
Imagen 19. Uso de mobiliario y diferentes racks comerciales	30
Imagen 20. Distribución espacial en el Store Planning	31
Imagen 21. Segmentación espacial	32
Imagen 22. Flujo de circulación espacial	32
Imagen 23. Distribución de productos en el espacio comercial	33
Imagen 24. Tejidos Mapuche	34
Imagen 25. Centro Mapuche	34
Imagen 26. Recorrido interno del museo Pachacamac	35
Imagen 27. Recorrido interno, artesanías	36
Imagen 28. Interior de la boutique Yakampot	37
Imagen 29. Área de caunter y exhibición	38

Capítulo 2

Imagen 30.	Mitología de origen del pueblo Cañari	42
Imagen 31.	Chakana kichwa Cañari	43
Imagen 32.	Petroglifo 1 Cañari	44
Imagen 33.	Petroglifo 2 Cañari	45
Imagen 34.	Petroglifo 3 Cañari	46
Imagen 35.	Chakana y cosmovisión	47
Imagen 36.	Antropometría Cañari	48
Imagen 37.	Antropometría Cañari	49
Imagen 38.	Vasija tipo hondero de su origen (Mitología de la serpiente)	49
Imagen 39.	Cerámica de uso ceremonial	49
Imagen 40.	Cerámica de uso ceremonial fúnebre (Guacamaya)	50
Imagen 41.	Vasija de uso cotidiano	50
Imagen 42.	Vasija de uso ceremonial (zoomorfa)	50
Imagen 43.	Uso del barro	51
Imagen 44.	Uso de la paja de páramo	52
Imagen 45.	Uso de la piedra de río (canto rodado)	52
Imagen 46.	Uso de la madera en artesanías ceremoniales	53
Imagen 47.	Vista aérea de la Casa de la Provincia	55
Imagen 48.	Plano de la planta baja	56
Imagen 49.	Plano de la Teatrina	56
Imagen 50.	Plano de la planta alta	57
Imagen 51.	Plano de la sala de sesiones	57
Imagen 52.	Teatrina Casa de la Provincia	58
Imagen 53.	Teatrina Casa de la Provincia (Enfoque izquierdo)	59
Imagen 54.	Teatrina Casa de la Provincia (Enfoque puerta)	59
Imagen 55.	Pasillo e ingreso principal a la Sala de Sesiones	60
Imagen 56.	Sala de Sesiones	61
Imagen 57.	Sala de Sesiones (Enfoque izquierdo)	61

Capítulo 3

Imagen 58.	Mapa sobre la conceptualización y criterios de diseño	66
Imagen 59.	Moodboard de criterio expresivo	67
Imagen 60.	Cerámica ceremonial fúnebre (Guacamaya)	67
Imagen 61.	Elaboración de patrón 1	68
Imagen 62.	Elaboración de patrón 2	68
Imagen 63.	Elaboración de patrón 3	69
Imagen 64.	Elaboración de patrón 4	69
Imagen 65.	Vasija de uso cotidiano	70
Imagen 66.	Elaboración de patrón 1 en cuadrilla	70
Imagen 67.	Elaboración de patrón 2 en cuadrilla	71
Imagen 68.	Cerámica ceremonial sobre la cruz de la chakana	71
Imagen 69.	Dibujo técnico de patrón de la chakana 1	72
Imagen 70.	Dibujo técnico de patrón de la chakana 2	72
Imagen 71.	Dibujo técnico de patrón de la chakana 3	73
Imagen 72.	Dibujo técnico de patrón de la chakana 4	73
Imagen 73.	Extracción y diseño de patrón para islas de exhibición de productos	74
Imagen 74.	Extracción y diseño de patrón para percheros	74
Imagen 75.	Extracción y diseño de patrón para estante	75
Imagen 76.	Extracción y diseño de patrón para sofá	75
Imagen 77.	Extracción y diseño de patrón geométrico	76
Imagen 78.	Moodboard de criterio funcional	76
Imagen 79.	Planta de zonificación (Teatrina)	77
Imagen 80.	Planta de zonificación (Sala de sesiones)	78
Imagen 81.	Moodboard de criterio tecnológico (Innovación)	79
Imagen 82.	Tabla de iluminarias y sus características	80
Imagen 83.	Moodboard de criterio experiencial	81
Imagen 84.	Idea 1 de Concept Store generado mediante IA con identidad Cañari	82
Imagen 85.	Idea 2 de Concept Store generado mediante IA con identidad Cañari	83
Imagen 86.	Idea 3 de Concept Store generado mediante IA con identidad Cañari	84
Imagen 87.	Idea 4 de Concept Store generado mediante IA con identidad Cañari	85
Imagen 88.	Infografía 1	87
Imagen 89.	Organización de mobiliario	89
Imagen 90.	Funcionalidad de mobiliario y patronajes Cañari	89
Imagen 91.	Planta de distribución de mobiliario (Teatrina)	90
Imagen 92.	Perspectiva 1 de Concept Store (Teatrina)	90
Imagen 93.	Perspectiva 2 de Concept Store (Teatrina)	91
Imagen 94.	Perspectiva 3 de Concept Store (Teatrina)	91
Imagen 95.	Perspectiva 4 de Concept Store (Teatrina)	92
Imagen 96.	Perspectiva 5 de Concept Store (Teatrina)	92
Imagen 97.	Infografía 2	93
Imagen 98.	Infografía 3	95
Imagen 99.	Organización de estantería	96
Imagen 100.	Exhibición de artesanías Cañari en nichos	96

Imagen 101.	Planta de distribución de mobiliario (Sala de Sesiones)	97
Imagen 102.	Perspectiva 6 de Concept Store (Sala de Sesiones)	97
Imagen 103.	Perspectiva 7 de Concept Store (Sala de Sesiones)	98
Imagen 104.	Perspectiva 8 de Concept Store (Sala de Sesiones)	98
Imagen 105.	Perspectiva 9 de Concept Store (Sala de Sesiones)	99
Imagen 106.	Ficha técnica de mueble isla de exhibición	100
Imagen 107.	Render y operaciones de la forma (Isla chakana)	100
Imagen 108.	Ficha técnica de estante en forma de chakana	101
Imagen 109.	Render y operaciones de la forma (Estante)	101
Imagen 110.	Ficha técnica de perchero	102
Imagen 111.	Render y operaciones de la forma (Perchero)	102
Imagen 112.	Ficha técnica de sofá Cañari	103
Imagen 113.	Render y operaciones de la forma (Sofá Cañari)	103