



**DEPARTAMENTO DE POSGRADOS**

**MAESTRÍA EN DISEÑO DE INTERIORES**

**Versión 5**

**Diseño de espacios corporativos para la Cooperativa CAJA**

Trabajo previo a la obtención del título de: MAGÍSTER EN DISEÑO DE INTERIORES

**Autor:** Mauricio Esteban Castro Zhiminaicela

**Director:** Mgs. Dis. Christian Sigcha

**2025**

## **Dedicatoria**

A mi familia, por ser la base sólida que sostiene cada uno de mis sueños y proyectos. Con especial amor a mi hijo Leonardo, cuyo cariño y fortaleza me inspiran a superarme cada día y a mantener viva la pasión por mi profesión. A él, le dedico cada logro alcanzado, pues es mi mayor motivación para seguir construyendo un futuro mejor.

Dedico también este esfuerzo a mis padres y seres queridos, quienes con su ejemplo, apoyo y amor incondicional me han enseñado el valor del esfuerzo, la perseverancia y la fe en uno mismo.

## **Agradecimiento**

Agradezco de manera sincera y profunda a mi familia, por su respaldo incondicional, paciencia y confianza, pilares fundamentales que me sostuvieron en los momentos más exigentes. En especial a mi hijo Leonardo, mi mayor motivación y fuente de inspiración, gracias por recordarme día a día la importancia de perseverar y dar siempre lo mejor de mí.

Quiero expresar un especial agradecimiento a mi director de tesis, Dis. Christian Sigcha, por la orientación constante y el apoyo brindado durante la elaboración de este trabajo. Reconozco también el aporte de cada uno de los docentes de la Maestría en Diseño de Interiores de la Universidad del Azuay, quienes con sus conocimientos y exigencia enriquecieron de manera significativa mi formación académica y profesional.

De igual manera, manifiesto mi gratitud a la “Cooperativa de Ahorro y Crédito CAJA” y a sus colaboradores, por la apertura y la valiosa información compartida, que sirvieron como base fundamental para el desarrollo de esta propuesta. Finalmente, a todas las personas que me acompañaron a lo largo de este proceso, les expreso mi sincero reconocimiento

## **Título del proyecto:** Diseño de espacios corporativos para la Cooperativa CAJA

### **Resumen**

El presente trabajo desarrolla una propuesta de diseño interior corporativo para la agencia matriz de la Cooperativa de Ahorro y Crédito CAJA, ubicada en la ciudad de Cuenca, Ecuador. El proyecto surge de la necesidad de transformar un espacio que presenta deficiencias funcionales, ergonómicas y simbólicas en un entorno que refleje los valores institucionales de confianza, cercanía y modernidad.

La metodología aplicada incluyó observación directa, entrevistas con personal de la institución, análisis contextual y revisión de referentes teóricos y proyectuales. Con base en estos insumos, se planteó una estrategia integral fundamentada en criterios de funcionalidad, ergonomía, iluminación, flexibilidad operativa y marketing experiencial.

El concepto rector, denominado “Confianza construida en comunidad”, guió cada decisión proyectual y se materializó en la reorganización espacial, la selección de materiales, el diseño de mobiliario ergonómico y la implementación de un sistema lumínico jerárquico.

Los resultados evidencian que el diseño interior, más allá de lo estético, constituye una herramienta estratégica para fortalecer la identidad institucional, optimizar la operatividad y mejorar la experiencia tanto de usuarios como de colaboradores.

### **Palabras clave**

Diseño interior; espacios corporativos; ergonomía; iluminación; marketing experiencial; cooperativismo; confianza institucional; bienestar laboral.

**Alumno:** Mauricio Esteban Castro Zhiminaicela  
C.I: 0105870919

**Firma:**

---

**Director:** Mgs. Dis. Christian Sigcha

**Firma:**

---

**Project Title:** Design of Corporate Spaces for the CAJA Cooperative

**Abstract**

This research develops a proposal for the corporate interior design of the main branch of the Cooperativa de Ahorro y Crédito CAJA, located in Cuenca, Ecuador. The project arises from the need to transform a space that presents functional, ergonomic, and symbolic deficiencies into an environment that reflects the institutional values of trust, closeness, and modernity.

The applied methodology included direct observation, interviews with staff, contextual analysis, and the review of theoretical and design references. Based on these inputs, an integral strategy was established, supported by principles of functionality, ergonomics, lighting, operational flexibility, and experiential marketing.

The guiding concept, *"Trust built in community"*, structured the design process and materialized in the spatial reorganization, the selection of materials, the ergonomic furniture design, and the implementation of a hierarchical lighting system.

The results demonstrate that interior design, beyond aesthetics, is a strategic tool to strengthen institutional identity, optimize operations, and improve the overall experience of both users and employees.

**Keywords**

Interior design; corporate spaces; ergonomics; lighting; experiential marketing; cooperativism; institutional trust; workplace well-being.

**Student:** Mauricio Esteban Castro Zhiminaicela  
C.I.:0105870919

**Signature:**



**Advisor:** Mgs. Dis. Christian Sigcha

**Signature:**



## Índice

|          |                                                                         |           |
|----------|-------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>Investigación y diagnóstico</b>                                      | <b>16</b> |
| 1.1      | Información básica del cliente/marca/empresa:                           | 16        |
| 1.1.1    | Identidad de marca                                                      | 16        |
| 1.2      | Actividad principal                                                     | 17        |
| 1.2.1    | Captación de ahorros individuales y familiares                          | 17        |
| 1.2.2    | Otorgamiento de créditos personales y microcréditos para emprendimiento | 17        |
| 1.2.3    | Gestión de inversiones y depósitos a plazo fijo                         | 17        |
| 1.2.4    | Servicios digitales de consulta y transferencia                         | 17        |
| 1.3      | Identidad institucional                                                 | 17        |
| 1.3.1    | Confianza                                                               | 18        |
| 1.3.2    | Cercanía                                                                | 18        |
| 1.3.3    | Transparencia                                                           | 18        |
| 1.3.4    | Responsabilidad social                                                  | 18        |
| 1.3.5    | Solidez                                                                 | 18        |
| 1.4      | Necesidades generales del espacio                                       | 19        |
| 1.4.1    | Reorganizar la distribución funcional                                   | 19        |
| 1.4.2    | Mejorar la imagen institucional                                         | 19        |
| 1.4.3    | Actualizar el mobiliario                                                | 19        |
| 1.4.4    | Incorporar tecnologías de apoyo                                         | 19        |
| 1.4.5    | Optimizar la iluminación                                                | 19        |
| 1.4.6    | Habilitar áreas de descanso y colaboración                              | 19        |
| 1.4.7    | Zonas de descanso                                                       | 19        |
| 1.5      | Público objetivo o usuarios                                             | 20        |
| 1.5.1    | Socios y clientes externos                                              | 20        |
| 1.5.2    | Usuarios internos                                                       | 20        |
| 1.5.3    | Usuarios ocasionales                                                    | 20        |
| 1.6      | Customer journey                                                        | 21        |
| 1.7      | Metodología de diagnóstico                                              | 22        |
| 1.7.1    | Observación directa estructurada                                        | 22        |
| 1.7.2    | Entrevistas semiestructuradas al personal operativo                     | 22        |
| 1.7.3    | Análisis institucional                                                  | 22        |
| 1.7.4    | Revisión bibliográfica especializada                                    | 23        |
| <b>2</b> | <b>Metodología de investigación, diagnóstico y propuesta</b>            | <b>23</b> |
| 2.1      | Espacio disponible y oportunidad                                        | 24        |
| 2.2      | Actividades principales que se desarrollarán en el espacio              | 25        |
| 2.2.1    | Recepción de usuarios y orientación inicial                             | 25        |

|       |                                                                             |    |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.2.2 | Atención personalizada en módulos de servicio .....                         | 25 |
| 2.2.3 | Asesoría financiera individual .....                                        | 25 |
| 2.2.4 | Trabajo interno en zonas semiprivadas. ....                                 | 26 |
| 2.2.5 | Espacios de descanso breve o espera .....                                   | 26 |
| 2.3   | Referentes y tendencias del sector (síntesis visual y conceptual).....      | 26 |
| 2.3.1 | Human Banking .....                                                         | 26 |
| 2.3.2 | Diseño Biofílico .....                                                      | 26 |
| 2.3.3 | Flexibilidad Espacial. ....                                                 | 26 |
| 2.3.4 | Espacios Funcionales .....                                                  | 27 |
| 2.3.5 | Digitalización Integrada.....                                               | 27 |
| 2.3.6 | CaixaBank Store (España) .....                                              | 27 |
| 2.3.7 | Rediseño de agencias de Bancolombia .....                                   | 27 |
| 2.3.8 | Open Banking en Brasil .....                                                | 27 |
| 2.4   | Diagnóstico resumido con oportunidades de diseño.....                       | 28 |
| 2.4.1 | Problemas identificados.....                                                | 28 |
| 2.4.2 | Zonificación confusa .....                                                  | 28 |
| 2.4.3 | Imagen institucional desactualizada .....                                   | 28 |
| 2.4.4 | Deficiencias en iluminación y confort térmico.....                          | 28 |
| 2.4.5 | Mobiliario obsoleto .....                                                   | 28 |
| 2.5   | Oportunidades detectadas .....                                              | 29 |
| 2.5.1 | Reorganizar los flujos de circulación.....                                  | 29 |
| 2.5.2 | Introducir una narrativa visual alineada con los valores cooperativos ..... | 29 |
| 2.5.3 | Incorporar tecnología sin perder calidez .....                              | 29 |
| 2.5.4 | Crear zonas de interacción y descanso .....                                 | 29 |
| 3     | <b>Estrategias del proyecto</b> .....                                       | 29 |
| 3.1   | Principios Rectores de Diseño.....                                          | 29 |
| 3.1.1 | Funcionalidad centrada en el usuario .....                                  | 30 |
| 3.1.2 | Eficiencia laboral.....                                                     | 30 |
| 3.1.3 | Identidad institucional .....                                               | 30 |
| 3.1.4 | Bienestar integral.....                                                     | 31 |
| 3.2   | Estrategia de Marketing Aplicada al Espacio: .....                          | 31 |
| 3.2.1 | Público objetivo .....                                                      | 32 |
| 3.2.2 | Segmentación:.....                                                          | 32 |
| 3.2.3 | Propuesta de valor.....                                                     | 32 |
| 3.2.4 | Diferenciación.....                                                         | 32 |
| 3.2.5 | Relación con objetivos comerciales .....                                    | 32 |
| 3.3   | Estrategia Creativa, Comercial y/o Corporativa: .....                       | 33 |

|       |                                                                            |    |
|-------|----------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.3.1 | Acceso principal con materiales claros y representativos .....             | 33 |
| 3.3.2 | Áreas de atención en ambientes cálidos y ordenados .....                   | 33 |
| 3.3.3 | Mensajes visuales que refuercen valores de solidaridad y pertenencia ..... | 34 |
| 3.4   | Estrategia de Diseño Interior .....                                        | 34 |
| 3.4.1 | Zonificación .....                                                         | 35 |
| 3.4.2 | Circulación.....                                                           | 35 |
| 3.4.3 | Materialidad .....                                                         | 35 |
| 3.4.4 | Paleta cromática .....                                                     | 35 |
| 3.4.5 | Iluminación. ....                                                          | 35 |
| 3.4.6 | Mobiliario .....                                                           | 35 |
| 3.4.7 | Materiales .....                                                           | 35 |
| 3.5   | Criterios de Diseño de Iluminación: .....                                  | 36 |
| 3.5.1 | Luz neutra-cálida en áreas operativas .....                                | 37 |
| 3.5.2 | Iluminación cálida en zonas de espera y atención personalizada .....       | 37 |
| 3.5.3 | Sistemas regulables y sensores de presencia .....                          | 37 |
| 3.5.4 | Luminarias dirigibles y elementos de acento.....                           | 37 |
| 3.5.5 | Control de deslumbramiento y confort visual .....                          | 38 |
| 3.6   | Criterios de Diseño de Mobiliario .....                                    | 39 |
| 3.6.1 | Mesas de atención con divisiones parciales .....                           | 39 |
| 3.6.2 | Sillas ergonómicas regulables .....                                        | 39 |
| 3.6.3 | Módulos de autoservicio y almacenamiento integrado .....                   | 39 |
| 3.6.4 | Acabados resistentes y texturas amables .....                              | 39 |
| 3.6.5 | Flexibilidad y modularidad .....                                           | 39 |
| 4     | <b>Resultados: Propuesta de Diseño</b> .....                               | 40 |
| 4.1   | Propuesta espacial .....                                                   | 40 |
| 4.1.1 | Concepto del proyecto.....                                                 | 40 |
| 4.1.2 | Confianza. ....                                                            | 40 |
| 4.1.3 | Cercanía.....                                                              | 40 |
| 4.1.4 | Transparencia.....                                                         | 40 |
| 4.1.5 | Responsabilidad social y pertenencia.....                                  | 40 |
| 4.2   | Concepto aplicado al espacio.....                                          | 41 |
| 4.2.1 | Ingreso y recepción. ....                                                  | 41 |
| 4.2.2 | Zona de espera .....                                                       | 41 |
| 4.2.3 | Área de cajas.....                                                         | 41 |
| 4.2.4 | Módulos de atención y asesoría .....                                       | 41 |
| 4.2.5 | Oficinas administrativas y gerenciales. ....                               | 41 |
| 4.2.6 | Espacios de emprendimiento y colaboración .....                            | 41 |

|        |                                                                 |    |
|--------|-----------------------------------------------------------------|----|
| 4.3    | Zonificación y esquema general: .....                           | 42 |
| 4.3.1  | Áreas públicas .....                                            | 42 |
| 4.3.2  | Áreas semiprivadas .....                                        | 42 |
| 4.3.3  | Áreas privadas.....                                             | 42 |
| 4.4    | Recorrido Estructurado.....                                     | 43 |
| 4.4.1  | Circulación principal.....                                      | 43 |
| 4.4.2  | Áreas públicas .....                                            | 43 |
| 4.4.3  | Áreas semiprivadas .....                                        | 43 |
| 4.4.4  | Circulación secundaria.....                                     | 44 |
| 4.5    | Planos base .....                                               | 45 |
| 4.5.1  | Cortes.....                                                     | 45 |
| 4.5.2  | Axonometrías. ....                                              | 46 |
| 4.5.3  | Moodboard. ....                                                 | 47 |
| 4.5.4  | Material board.....                                             | 48 |
| 4.6    | Infografías .....                                               | 48 |
| 4.6.1  | Mobiliario ergonómico y personalizado .....                     | 49 |
| 4.6.2  | Iluminación focal y ambiental .....                             | 49 |
| 4.6.3  | Textiles y materiales corporativos .....                        | 49 |
| 4.6.4  | Recorridos experienciales.....                                  | 49 |
| 4.6.5  | Puertas ocultas e integración de elementos técnicos.....        | 49 |
| 4.6.6  | Funcionalidad Espacial .....                                    | 50 |
| 4.6.7  | Identidad institucional .....                                   | 51 |
| 4.6.8  | Eficiencia laboral.....                                         | 52 |
| 4.7    | Visualización .....                                             | 53 |
| 4.8    | Iluminación .....                                               | 58 |
| 4.8.1  | Concepto lumínico: “Luz que Inspira Confianza y Cercanía” ..... | 59 |
| 4.8.2  | Iluminación focal .....                                         | 60 |
| 4.8.3  | Iluminación de tarea .....                                      | 60 |
| 4.8.4  | Luz día.....                                                    | 60 |
| 4.8.5  | Iluminación ambiental .....                                     | 60 |
| 4.8.6  | Iluminación decorativa .....                                    | 60 |
| 4.8.7  | Esquema general con tipologías de luminarias .....              | 60 |
|        | .....                                                           | 61 |
| 4.9    | Mobiliario.....                                                 | 62 |
| 4.9.1  | Conceptualización y selección de mobiliario .....               | 62 |
| 4.10   | Ergonomía y confort .....                                       | 62 |
| 4.10.1 | Identidad visual.....                                           | 62 |

|          |                                                                          |           |
|----------|--------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.10.2   | Flexibilidad y modularidad .....                                         | 62        |
| 4.10.3   | Durabilidad y sostenibilidad .....                                       | 62        |
| 4.10.4   | Zona de espera .....                                                     | 63        |
| 4.10.5   | Módulos de atención y cajas.....                                         | 63        |
| 4.10.6   | Oficina gerencial y administrativa. ....                                 | 63        |
| 4.10.7   | Espacios de emprendimiento y colaboración .....                          | 63        |
| 4.11     | Fichas de mobiliario.....                                                | 63        |
| 4.11.1   | Dimensiones y materiales.....                                            | 67        |
| 4.11.2   | Propiedades ergonómicas y de uso .....                                   | 67        |
| 4.11.3   | Acabados y colores disponibles.....                                      | 67        |
| 4.11.4   | Proveedor o fabricante sugerido .....                                    | 67        |
| 4.11.5   | Referencias gráficas .....                                               | 67        |
| 4.12     | Factibilidad constructiva y económica .....                              | 69        |
| 4.12.1   | Estimación de costos y análisis referencial de proveedores locales ..... | 69        |
| 4.12.2   | Acabados arquitectónicos.....                                            | 69        |
| 4.12.3   | Iluminación .....                                                        | 69        |
| 4.12.4   | Mobiliario .....                                                         | 69        |
| 4.12.5   | Equipamiento tecnológico.....                                            | 69        |
| 4.13     | Selección general de materiales y acabados.....                          | 69        |
| 4.13.1   | Pisos.....                                                               | 69        |
| 4.13.2   | Muros .....                                                              | 69        |
| 4.13.3   | Revestimientos .....                                                     | 70        |
| 4.13.4   | Textiles .....                                                           | 70        |
| 4.13.5   | Vidrio traslúcido .....                                                  | 70        |
| 4.13.6   | Iluminación. ....                                                        | 70        |
| <b>5</b> | <b>Resumen ejecutivo para el cliente.....</b>                            | <b>71</b> |
| 5.1      | Presentación general del encargo .....                                   | 71        |
| 5.2      | Propuesta sintetizada .....                                              | 71        |
| 5.2.1    | Objetivos .....                                                          | 71        |
| 5.2.2    | Concepto rector .....                                                    | 71        |
| 5.2.3    | Zonificación .....                                                       | 71        |
| 5.2.4    | Representación visual .....                                              | 71        |
| 5.3      | Infografías y visualizaciones clave.....                                 | 71        |
| 5.4      | Memoria Reflexiva.....                                                   | 72        |
| 5.4.1    | Decisiones clave del proceso de diseño .....                             | 72        |
| 5.4.2    | Obstáculos y soluciones .....                                            | 72        |
| 5.4.3    | Aprendizajes obtenidos.....                                              | 72        |

|                          |                                                        |           |
|--------------------------|--------------------------------------------------------|-----------|
| 5.4.4                    | Encuentros y diferencias con proyectos referentes..... | 72        |
| 5.5                      | Conclusiones.....                                      | 72        |
| 5.5.1                    | Valoración final del proyecto.....                     | 73        |
| 5.5.2                    | Posibles mejoras o proyecciones futuras.....           | 73        |
| 5.5.3                    | Escalabilidad .....                                    | 73        |
| 5.5.4                    | Digitalización .....                                   | 73        |
| 5.5.5                    | Sostenibilidad .....                                   | 73        |
| 5.5.6                    | Actualización continua .....                           | 73        |
| <b>Bibliografía.....</b> |                                                        | <b>74</b> |

## Índice de figuras y tablas

|                      |    |
|----------------------|----|
| Ilustración 1 .....  | 18 |
| Ilustración 2 .....  | 20 |
| Ilustración 3 .....  | 22 |
| Ilustración 4 .....  | 24 |
| Ilustración 5 .....  | 36 |
| Ilustración 6 .....  | 37 |
| Ilustración 7 .....  | 42 |
| Ilustración 8 .....  | 43 |
| Ilustración 9 .....  | 44 |
| Ilustración 10 ..... | 45 |
| Ilustración 11 ..... | 45 |
| Ilustración 12 ..... | 46 |
| Ilustración 13 ..... | 47 |
| Ilustración 14 ..... | 47 |
| Ilustración 15 ..... | 48 |
| Ilustración 16 ..... | 50 |
| Ilustración 17 ..... | 51 |
| Ilustración 18 ..... | 52 |
| Ilustración 19 ..... | 53 |
| Ilustración 20 ..... | 53 |
| Ilustración 21 ..... | 54 |
| Ilustración 22 ..... | 54 |
| Ilustración 23 ..... | 55 |
| Ilustración 24 ..... | 55 |
| Ilustración 25 ..... | 56 |
| Ilustración 26 ..... | 56 |
| Ilustración 27 ..... | 57 |
| Ilustración 28 ..... | 57 |
| Ilustración 29 ..... | 58 |
| Ilustración 30 ..... | 58 |
| Ilustración 31 ..... | 61 |
| Ilustración 32 ..... | 63 |
| Ilustración 33 ..... | 64 |
| Ilustración 34 ..... | 65 |
| Ilustración 35 ..... | 65 |
| Ilustración 36 ..... | 66 |
| Ilustración 37 ..... | 68 |
| Ilustración 38 ..... | 70 |

## **Objetivo General**

Diseñar un espacio interior corporativo que refleje los valores institucionales de confianza, cercanía y modernidad de la Cooperativa CAJA, optimizando la experiencia de sus usuarios y favoreciendo el bienestar integral y la eficiencia operativa.

## **Objetivos Específicos**

- Reorganizar la distribución espacial y los flujos de circulación para clarificar jerarquías, mejorar la orientación y garantizar la accesibilidad universal en todas las áreas.
- Incorporar una narrativa visual coherente con la identidad cooperativa mediante el uso de materiales, colores y recursos gráficos que transmitan confianza y pertenencia.
- Integrar soluciones tecnológicas, criterios de ergonomía y estrategias de iluminación que promuevan el confort ambiental y faciliten la interacción con los servicios ofrecidos.

## Introducción

La transformación de los espacios interiores ha cobrado creciente relevancia en el ámbito corporativo, especialmente en instituciones que desean fortalecer su identidad institucional y generar experiencias significativas para sus usuarios. En el contexto de las entidades bancarias y cooperativas, el espacio físico ya no se concibe únicamente como un contenedor de funciones administrativas para convertirse en una herramienta estratégica de comunicación, posicionamiento y confianza. En este contexto, el diseño interior corporativo adquiere un papel protagonista al permitir proyectar los valores éticos, sociales y operativos que fundamentan la existencia de estas organizaciones.

El aporte disciplinar del diseño interior frente a la arquitectura corporativa tradicional radica en su capacidad para ir más allá de la definición estructural y formal del espacio, profundizando en las dimensiones perceptuales, sensoriales y simbólicas que inciden directamente en la experiencia de los usuarios. Mientras que la arquitectura plantea el marco físico general, el diseño interior se centra en la configuración de atmósferas, en la ergonomía, en el confort ambiental y en la narrativa visual, logrando que los espacios comuniquen valores institucionales y refuercen el vínculo que se establece entre los individuos y la institución.

También, bajo el enfoque del diseño conductual, se reconoce que los entornos interiores influyen de manera directa en la conducta, las emociones y la percepción de quienes los habitan. Espacios bien diseñados pueden fomentar la colaboración, la confianza y el sentido de pertenencia, mientras que ambientes desorganizados o carentes de coherencia generan estrés, desorientación y desapego. Por su parte, el marketing experiencial aporta la visión de que los espacios corporativos funcionan también como escenarios de marca, en donde cada elemento como: materiales, colores, iluminación o mobiliario, comunican un mensaje y refuerza la identidad institucional.

Este trabajo surge a partir de la necesidad de replantear el diseño interior de una de las agencias de la “Cooperativa de Ahorro y Crédito CAJA”, localizada en la ciudad de Cuenca, Ecuador. Esta institución, orientada por los principios del cooperativismo y con una fuerte vinculación con la comunidad, enfrenta el desafío de alinear su imagen espacial con los valores de confianza, cercanía y solidez que promueve. Actualmente, su sede presenta deficiencias en la organización espacial, carencias de confort ambiental y una débil representación simbólica de su identidad institucional, aspectos que repercuten tanto en la vivencia del usuario como en la productividad de los procesos internos.

La necesidad de una intervención interior surge de la identificación de falta de coherencia entre el espacio físico y la cultura organizacional, la falta de condiciones ergonómicas y ambientales óptimas para los empleados, y una experiencia del usuario poco diferenciada frente a otras entidades financieras. El diseño interior no debe entenderse como una respuesta únicamente estética, sino como un proceso estratégico capaz de resolver problemáticas complejas a través del espacio.

En este sentido, la propuesta busca reformular el diseño interior de la agencia de la Cooperativa CAJA mediante un enfoque integrador que contemple aspectos funcionales, expresivos, tecnológicos, experienciales e identitarios. Se pretende generar un entorno que no solo optimice los flujos operativos y la comodidad de los colaboradores, sino que también transmita, desde lo visual y lo sensorial, la misión institucional y los principios cooperativos. Esta propuesta de diseño está centrada en el usuario, el cual sostiene que todo espacio debe ser configurado a partir de las necesidades reales de quienes lo habitan.

El proyecto se sustenta en una estrategia proyectual, basada en la observación, el análisis institucional, entrevistas con el personal y revisión bibliográfica especializada. Este enfoque permite identificar no solo las características físicas del espacio, sino también las dinámicas sociales, perceptuales y simbólicas que configuran la experiencia cotidiana de los usuarios. Se reconoce, además, que el diseño interior en entornos cooperativos implica una dimensión conductual, ya que tiene el potencial de fomentar el bienestar laboral y aumentar la eficiencia en los empleados.

La delimitación del proyecto se centra en una agencia específica de la cooperativa, con un área interior de aproximadamente 140 m<sup>2</sup>, lo cual permite desarrollar una propuesta focalizada, sin alterar la estructura arquitectónica del edificio. Se abordarán aspectos como la distribución espacial, la materialidad, la paleta cromática, el mobiliario, la iluminación y la ambientación general, con la finalidad de transformar el espacio en un escenario que articule funcionalidad, identidad y experiencia.

De acuerdo con (Souza, 2024, p. 8); cuando alguien habla sobre la salud mental, el bienestar y la calidad de vida en un entorno laboral, se refiere, o debería referirse, a la importancia de crear también un ambiente físico y social que promueva la comodidad, la seguridad, la colaboración y el apoyo emocional para los empleados.

A partir de ello, se establece como objetivo, diseñar un espacio corporativo que refleje sus valores institucionales, optimice las dinámicas laborales y potencie la vivencia tanto de los colaboradores como de los clientes, a través de una propuesta de diseño integra alineada a las necesidades actuales del entorno financiero cooperativo, por lo tanto, no solo propone una solución proyectual, sino una estrategia de diseño alineada con las exigencias contemporáneas del sector financiero y con el compromiso ético del cooperativismo.

## 1 Investigación y diagnóstico

### 1.1 Información básica del cliente/marca/empresa:

#### 1.1.1 Identidad de marca

La cooperativa CAJA, es una entidad financiera establecida el 22 de junio de 1963 por un grupo de 22 empresarios en Cuenca, con el objetivo de fortalecer las finanzas locales desde la economía popular. Surge como una respuesta comunitaria para ofrecer servicios financieros accesibles a los trabajadores y sus familias, similar a los inicios del movimiento cooperativo en los años '60.

Desde su fundación, la cooperativa ha orientado sus esfuerzos a garantizar un acceso más amplio y equitativo a los servicios financieros, bajo una visión cooperativa que pone en primer plano el bienestar común antes que el beneficio individual. Su funcionamiento se sustenta en los principios universales del cooperativismo: afiliación voluntaria, gestión democrática, participación económica de los socios, autonomía, formación continua, colaboración entre cooperativas y compromiso con la comunidad.

Lo indica (Furno, 2023, p. 22) “las marcas que pueden potenciar su personalidad a través de la intervención espacial tienen una ventaja maravillosa. Pueden vertebrar identidades más sólidas y más complejas cuyos valores se traducen a formas, juego de luces y volúmenes que representan la esencia en una realidad tan cotidiana como la que genera una oficina” En este sentido, el diseño interior corporativo no se limita únicamente a resolver necesidades funcionales, sino que se convierte en un recurso estratégico capaz de comunicar la esencia de la institución. La materialidad, la iluminación y la configuración espacial son herramientas que, bien aplicadas, permiten transmitir valores como confianza, cercanía y transparencia. En el caso de la Cooperativa CAJA, estos recursos resultan fundamentales para reflejar su identidad cooperativa y consolidar una experiencia diferenciadora tanto para los usuarios como para sus colaboradores.

Su portafolio de servicios atiende a diferentes segmentos que valoran el acceso confiable al ahorro y el crédito, con una experiencia personalizada. El espacio interior de su sede principal requiere una intervención estratégica que fortalezca su identidad, mejore el bienestar y haga tangible su propuesta de valor coherente con el cooperativismo moderno. “En relación a la apropiación del espacio y los vínculos entre las personas y los lugares, desde la disciplina de la psicología ambiental y social existen varias propuestas teóricas para la comprensión de la vinculación de las personas y los lugares; diferentes formas de construir relaciones con los espacios entre experiencias cotidianas enfatizándose en las acciones que desarrollan en el lugar y las emociones resultantes.” (Lucero, 2020, p. 15)

La presente sección expone el análisis contextual de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “CAJA”, considerando sus características institucionales, el espacio físico de intervención, los usuarios, las dinámicas operativas y las referencias sectoriales relevantes. Este diagnóstico proporciona los fundamentos conceptuales y técnicos que orientarán las decisiones proyectuales del diseño interior.

## **1.2 Actividad principal**

La Cooperativa de Ahorro y Crédito desarrolla su labor en la oferta de servicios financieros integrales, destinados principalmente a personas naturales, microempresas y pequeñas organizaciones de la región. Su funcionamiento se enmarca en las disposiciones de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria del Ecuador, entidad responsable de regular y supervisar a las instituciones del sector cooperativo.

De manera específica, la cooperativa desarrolla las siguientes operaciones:

**1.2.1 Captación de ahorros individuales y familiares:** La cooperativa ofrece diversos productos de ahorro diseñados para fomentar la cultura financiera responsable. Entre ellos destacan las cuentas de ahorro tradicionales, las cuentas programadas que permiten establecer metas de depósito a largo plazo, y los depósitos a plazo fijo, con tasas preferenciales según el monto y el tiempo de permanencia. Estas opciones buscan brindar seguridad, liquidez y rentabilidad a los socios, mientras se consolidan recursos para el otorgamiento de créditos.

**1.2.2 Otorgamiento de créditos personales y microcréditos para emprendimientos:** Como uno de sus servicios más relevantes, la cooperativa facilita el acceso a financiamiento mediante créditos de consumo, créditos productivos y microcréditos destinados a emprendimientos locales.

**1.2.3 Gestión de inversiones y depósitos a plazo fijo:** Complementariamente, la cooperativa administra fondos de inversión con diferentes plazos y tasas de rentabilidad, permitiendo a los socios diversificar su ahorro.

**1.2.4 Servicios digitales de consulta y transferencia:** Con el propósito de modernizar su operación, CAJA ha implementado plataformas digitales que permiten a los socios consultar saldos, revisar movimientos de cuenta, realizar transferencias internas y efectuar pagos de servicios.

## **1.3 Identidad institucional**

La Cooperativa de Ahorro y Crédito “CAJA” sostiene su identidad sobre un conjunto de valores estratégicos que orientan todas sus acciones y que diferencian su propuesta frente

a entidades financieras convencionales. Estos valores son los pilares de su cultura organizacional y guiarán también el enfoque proyectual del diseño interior:

**1.3.1 Confianza:** Resultado de más de seis décadas de trayectoria y de una gestión financiera responsable, la confianza es el principio esencial que garantiza la fidelidad de los socios. En el espacio físico, este valor debe reflejarse en ambientes ordenados, seguros y estéticamente coherentes.

**1.3.2 Cercanía:** Se materializa en un servicio basado en la empatía y el respeto mutuo, fortaleciendo la relación entre la institución y sus usuarios. Para el diseño interior, esto supone la creación de zonas de atención amplias y acogedoras que inviten a la interacción y al diálogo.

**1.3.3 Transparencia:** Relacionada con procesos claros, información accesible y comunicación directa. El diseño debe propiciar recorridos intuitivos, señalética clara y materiales que transmitan honestidad y claridad.

**1.3.4 Responsabilidad social:** Expresada en el compromiso con la comunidad y la inclusión financiera. Este principio inspira espacios que fomenten la educación, la colaboración y el sentido de pertenencia.

**1.3.5 Solidez:** Basada en una administración prudente que proyecta estabilidad institucional. Este valor se traduce en materiales resistentes, acabados de calidad y una imagen coherente con la trayectoria de la cooperativa.



*Ilustración 1*

*Valores institucionales de la Cooperativa CAJA. Elaboración propia (Castro, 2025).*

En conjunto, estos valores forman la narrativa central que el diseño interior debe materializar, logrando que el usuario perciba una experiencia coherente con la esencia cooperativa y la misión institucional de CAJA.

#### **1.4 Necesidades generales del espacio**

Durante el proceso de entrevistas preliminares con el personal operativo y mediante la observación técnica de las instalaciones actuales, se identificaron varias necesidades prioritarias que orientan la intervención proyectual. Estas necesidades reflejan tanto las demandas funcionales de la operatividad diaria como las expectativas de actualización estética y simbólica de la sede:

**1.4.1 Reorganizar la distribución funcional:** Actualmente, el espacio presenta una zonificación confusa que dificulta la identificación de áreas públicas, semiprivadas y privadas. Se requiere una redistribución clara que defina con nitidez los circuitos de atención al usuario, los espacios de trabajo interno y las zonas de uso restringido.

**1.4.2 Mejorar la imagen institucional:** La percepción visual del ambiente no refleja de manera coherente los valores de confianza y profesionalismo de la cooperativa. Es necesario desarrollar un lenguaje visual actualizado que comunique identidad institucional, modernidad y calidez.

**1.4.3 Actualizar el mobiliario:** El mobiliario existente muestra desgaste evidente y carece de criterios ergonómicos. Se propone reemplazarlo por piezas contemporáneas que favorezcan la comodidad del personal y la percepción de orden por parte de los usuarios.

**1.4.4 Incorporar tecnologías de apoyo:** El proyecto debe incluir equipamiento tecnológico que agilice la atención, como terminales de autoservicio, pantallas informativas, promoviendo una experiencia ágil y accesible.

**1.4.5 Optimizar la iluminación:** Se detectaron zonas con iluminación deficiente y contrastes excesivos que generan incomodidad visual. Es prioritario optimizar la entrada de luz natural y planificar una iluminación artificial que jerarquice áreas, genere ambientes confortables y reduzca el consumo energético.

**1.4.6 Habilitar áreas de descanso y colaboración:** El personal carece de espacios definidos para pausas activas o reuniones informales. La propuesta debe contemplar

**1.4.7 Zonas de descanso:** Ambientes de colaboración que fomenten el bienestar laboral y la cohesión del equipo.

## 1.5 Público objetivo o usuarios

El análisis de los usuarios de la cooperativa permitió identificar tres grupos principales, cuyas características y necesidades condicionan la estrategia de diseño interior:

**1.5.1 Socios y clientes externos:** Este segmento representa el público que acude regularmente a realizar operaciones financieras. Se compone principalmente de adultos mayores de 30 años, familias y pequeños emprendedores locales. Estas personas valoran la claridad de los procesos, la confianza en la atención y un ambiente que transmita cercanía. Para ellos, es clave que la distribución sea intuitiva, la señalética accesible y la atmósfera general proyecte calidez y profesionalismo.

**1.5.2 Usuarios internos:** Incluye a empleados administrativos, asesores financieros y personal de servicio. Este grupo requiere espacios ergonómicos, organizados y con niveles de confort ambiental que favorezcan la concentración y el rendimiento sostenido durante la jornada laboral. El diseño debe contemplar soluciones de almacenamiento eficiente, mobiliario adaptable y condiciones lumínicas y acústicas óptimas.

**1.5.3 Usuarios ocasionales:** Se trata de auditores, proveedores, aliados estratégicos y visitantes institucionales que interactúan puntualmente con la cooperativa. Este segmento espera una experiencia que proyecte orden, modernidad y una imagen coherente con la trayectoria de la entidad. Para este grupo, resulta importante que la primera impresión visual sea clara, ordenada y profesional.

| Cliente objetivo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Usuario objetivo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | PREFERENCIAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p><b>Marcela Andrade</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Edad: 35 años</li> <li>• Propietario de una tienda de accesorios.</li> <li>• Clase media-alta.</li> <li>• Estilo de vida: Dinámica, organizada, con interés por experiencias personalizadas.</li> <li>• Valores: Confianza, seguridad financiera y modernidad en el servicio</li> </ul> |  <p><b>Carla Rodríguez</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Edad: 30 años</li> <li>• Ocupación: Asesor financiero</li> <li>• Nivel socioeconómico: Clase media.</li> <li>• Estilo de vida: Profesional responsable, orientado al trabajo en equipo.</li> <li>• Valores: Eficiencia, estabilidad laboral y desarrollo profesional</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Disfruta viajar, conocer nuevas culturas y explorar gastronomía local.</li> <li>• Le gusta la tecnología y utiliza herramientas digitales para optimizar su desempeño laboral.</li> <li>• Participa en capacitaciones y cursos en línea para mejorar sus habilidades profesionales.</li> </ul> |

Ilustración 2

Cliente y usuario objetivo. Elaboración propia (Castro 2025).

El público objetivo de la propuesta se define a partir de la identificación de dos perfiles representativos: el cliente objetivo y el usuario objetivo. El primero corresponde a un socio emprendedor, propietario de un negocio local, que valora la seguridad financiera, la confianza institucional y la modernidad en los servicios que recibe. Este perfil busca un entorno que proyecte orden, profesionalismo y respaldo, elementos que influyen directamente en su decisión de permanencia y fidelización con la cooperativa.

Por su parte, el usuario objetivo está representado por un asesor financiero joven, perteneciente a la clase media, que prioriza la eficiencia en su labor diaria, la estabilidad laboral y el desarrollo profesional. Sus preferencias se relacionan con el uso de herramientas tecnológicas, la participación en capacitaciones y la interacción en ambientes colaborativos, lo cual exige espacios ergonómicos, modernos y adaptables a dinámicas de trabajo en equipo.

En conjunto, estos perfiles permiten orientar el diseño interior hacia soluciones que equilibren confianza, cercanía y modernidad para los socios, al tiempo que garanticen eficiencia, comodidad y crecimiento profesional para los colaboradores. De esta manera, el proyecto responde a las expectativas y valores de quienes hacen uso directo del espacio, asegurando que cada decisión proyectual esté alineada con las necesidades reales de la comunidad usuaria.

**1.6 Customer journey:** constituye una herramienta fundamental para comprender y diseñar la experiencia del usuario en los espacios de la cooperativa. A través de este recurso, se mapea el recorrido del socio desde su primer punto de contacto con la institución hasta la culminación de su experiencia en el entorno corporativo, identificando los momentos clave que influyen en su percepción de confianza, cercanía e innovación apoyado en la identificación de cada uno de sus usuarios anteriormente mencionados.

Este instrumento no se limita a describir una secuencia de pasos, sino que permite analizar emociones, expectativas y necesidades que emergen a lo largo del trayecto. De esta manera, se convierte en una base proyectual que orienta la definición de estrategias espaciales y sensoriales, garantizando que cada zona del proyecto desde el acceso, las áreas de espera, la educación financiera y los puntos de atención personalizada contribuya a consolidar la narrativa de marca.

La representación del recorrido del usuario posibilita visualizar el espacio como una plataforma experiencial y comunicacional, donde el diseño interior no solo responde a funciones operativas, sino que también transmite los valores institucionales. Con ello, se refuerza la intención de generar un modelo innovador y replicable en el contexto de las cooperativas financieras, anticipando tendencias en la manera en que las personas interactúan con su entorno físico y simbólico.

# CUSTOMER JOURNEY



Ilustración 3

Customer Journey. Elaboración propia (Castro 2025).

## 1.7 Metodología de diagnóstico

La recolección de información y la determinación de las necesidades espaciales de la Cooperativa CAJA se sustentaron en una metodología exploratoria de corte cualitativo, que no solo consideró el análisis de las condiciones materiales del lugar, sino también las percepciones de los diferentes actores involucrados, internos y externos.

Los instrumentos utilizados fueron los siguientes:

**1.7.1 Observación directa estructurada:** se realizó un levantamiento arquitectónico del área de intervención y un registro visual fotográfico de la disposición actual de mobiliario, iluminación, circulaciones y elementos constructivos. Este proceso permitió identificar deficiencias funcionales, problemas de zonificación y carencias en el confort ambiental.

**1.7.2 Entrevistas semiestructuradas al personal operativo:** se llevaron a cabo conversaciones con empleados administrativos, asesores financieros y personal de servicio, orientadas a recoger información sobre su experiencia cotidiana, sus dificultades ergonómicas y sus expectativas frente a la renovación del espacio.

**1.7.3 Análisis institucional:** se llevó a cabo un análisis de los documentos internos y de la identidad de marca de la Cooperativa, buscando articular los valores institucionales con las decisiones de diseño interior y el lenguaje espacial que los materializa.

**1.7.4 Revisión bibliográfica especializada:** se consultaron referentes académicos y profesionales vinculados al diseño interior corporativo, ergonomía, psicología ambiental y marketing experiencial, que aportaron criterios técnicos y teóricos para sustentar las decisiones proyectuales.

Este enfoque metodológico permitió articular la percepción de los usuarios, la observación técnica del espacio y el marco teórico, consolidando un diagnóstico integral que fundamenta la propuesta de diseño interior para la Cooperativa CAJA.

## **2 Metodología de investigación, diagnóstico y propuesta**

La presente investigación se estructuró en tres fases principales que permitieron avanzar de la recopilación de información hacia el desarrollo de una propuesta proyectual integral. En la primera fase, la investigación, se aplicaron instrumentos como la observación directa, entrevistas semiestructuradas, levantamiento arquitectónico y revisión bibliográfica, con el fin de comprender las características físicas y perceptuales del espacio, así como las experiencias de los usuarios.

En la segunda fase, el diagnóstico, se analizaron los datos obtenidos para identificar los problemas existentes, las necesidades del personal y los usuarios, y las oportunidades de mejora relacionadas con la ergonomía, el confort ambiental, la imagen institucional y la organización espacial.

Finalmente, en la tercera fase, la propuesta, se formularon el concepto rector, los principios de diseño y las estrategias proyectuales que dieron origen a la solución final para el rediseño interior de la Cooperativa CAJA.

La secuencia metodológica se representa en el siguiente diagrama:



Ilustración 4

Diagrama metodológico de investigación. Elaboración propia (Castro, 2025).

## 2.1 Espacio disponible y oportunidad

La sede seleccionada para la propuesta de intervención corresponde a la matriz de la Cooperativa de Ahorro y Crédito CAJA, situada en la calle Gran Colombia, un sector comercial de gran relevancia y alta concurrencia en la ciudad de Cuenca. Su localización estratégica se distingue por el intenso movimiento peatonal y vehicular, además de la cercanía con áreas residenciales, entidades públicas y establecimientos comerciales, factores que incrementan la visibilidad institucional y mejoran el acceso tanto para socios actuales como para futuros usuarios.

El inmueble cuenta con una superficie aproximada de 140 metros cuadrados, distribuidos en un solo nivel, lo que permite planificar una organización funcional eficiente y sin barreras arquitectónicas de gran escala. La planta presenta una configuración rectangular que favorece el aprovechamiento de los metros útiles y reduce la necesidad de circulaciones complejas.

Durante el proceso de levantamiento arquitectónico y observación directa, se identificaron ciertos aspectos que limitan la claridad operativa y la experiencia del usuario. Entre ellos, destacan la existencia de divisiones livianas que fragmentan visualmente el entorno, la carencia de jerarquización espacial y la presencia de mobiliario voluminoso que interfiere en la circulación fluida.

El espacio actual incluye los siguientes componentes:

- Área de recepción, atención al público y zona de educación financiera, ubicada en la parte frontal.
- Zonas de trabajo administrativo dispuestas en la parte posterior.

- Un ambiente destinado a archivo y almacenamiento documental.
- Un área específica para exhibir los productos de los socios emprendedores.
- Un baño de uso interno y un espacio de servicios auxiliares.
- Área de interacción con los clientes para mejorar sus finanzas y economía.

Estas áreas, aunque operativas, carecen de una distribución clara que permita diferenciar de forma intuitiva las zonas públicas, semiprivadas y privadas. Este aspecto influye directamente en la apreciación de orden, entorpece la orientación de quienes utilizan el espacio y reduce el vínculo de cercanía con la entidad.

## **2.2 Actividades principales que se desarrollarán en el espacio**

El análisis funcional se fundamentó en una triangulación de técnicas cualitativas: observación directa de la dinámica cotidiana en la sede matriz, entrevistas semiestructuradas con el personal operativo y administrativo, y la revisión de documentos y procesos internos de la institución. Esta combinación metodológica permitió obtener una visión integral que no solo reflejó las condiciones físicas del espacio, sino también las percepciones de quienes lo utilizan y las dinámicas de atención al socio.

A partir de esta base, fue posible identificar las actividades principales que deben considerarse en el rediseño del espacio interior de la Cooperativa CAJA. Dichas actividades requieren soluciones espaciales específicas que aseguren eficiencia operativa, mejoren la calidad del servicio y generen una experiencia de usuario coherente con los valores institucionales.

**2.2.1 Recepción de usuarios y orientación inicial:** La recepción funciona como la puerta de entrada a la experiencia del usuario con la institución. Esta actividad demanda un área de acceso claramente identificable, con un espacio de espera cómodo y señalética intuitiva que facilite la orientación de los visitantes. La experiencia de acogida es clave para transmitir confianza y profesionalismo.

**2.2.2 Atención personalizada en módulos de servicio:** En esta zona se realizan operaciones como apertura de cuentas, solicitud de información y gestión de trámites básicos. Se requiere mobiliario ergonómico, niveles adecuados de privacidad visual y acústica, y un entorno que transmita cercanía y claridad.

**2.2.3 Asesoría financiera individual:** Requiere espacios semiprivados que favorezcan la confidencialidad y la confianza entre el asesor y el socio. La ambientación debe ser cálida, profesional y libre de distracciones.

**2.2.4 Trabajo interno en zonas semiprivadas:** Aquí se desarrollan actividades de planificación, coordinación administrativa, reuniones internas y tareas de soporte. Se necesita un diseño que combine privacidad y facilidad de interacción entre colaboradores.

**2.2.5 Espacios de descanso breve o espera:** Dirigidos tanto a los usuarios en tránsito como al personal. Estas áreas deben brindar confort y propiciar pausas activas que contribuyan al bienestar general.

El proyecto deberá contemplar soluciones que respondan de manera específica a cada una de estas funciones, asegurando que el entorno sea funcional, accesible y coherente con la identidad cooperativa.

### **2.3 Referentes y tendencias del sector (síntesis visual y conceptual)**

Para fundamentar la propuesta en prácticas actuales y relevantes, se analizaron referentes internacionales y tendencias emergentes en el diseño de espacios financieros. Estas no se presentan únicamente como ejemplos ilustrativos, sino como insumos que orientan decisiones concretas en el proyecto de la Cooperativa CAJA:

**2.3.1 Human Banking:** Corriente que busca humanizar la experiencia bancaria mediante entornos acogedores, cálidos y centrados en el bienestar emocional del usuario. Este enfoque promueve la confianza y refuerza la cercanía institucional.

**2.3.2 Diseño Biofílico:** Consiste en integrar elementos de la naturaleza, como vegetación natural, iluminación diurna abundante y materiales orgánicos. Su aplicación contribuye a la reducción del estrés y a la generación de ambientes saludables y estimulantes. De acuerdo con (Contreras, 2021) la presencia de elementos naturales en el interior de la oficina será un pilar fundamental, ya que contribuye a la creación de entornos más saludables y relajantes. Por esta razón, la incorporación de plantas interiores en distintos tamaños y macetas estratégicamente distribuidas favorecerá la purificación del aire, reducirá los niveles de estrés y promoverá una atmósfera laboral más armónica.

**2.3.3 Flexibilidad Espacial:** Implica el diseño de áreas polivalentes capaces de adaptarse a distintos usos. El mobiliario modular y los espacios abiertos permiten reorganizar funciones sin intervenciones costosas.

**2.3.4 Espacios Funcionales:** Se caracteriza por la eliminación de elementos superfluos, la priorización de materiales nobles y una estética limpia que facilita la concentración y mejora la percepción de orden.

**2.3.5 Digitalización Integrada:** Los espacios incorporan tecnología de manera fluida e intuitiva, permitiendo que los usuarios accedan a autoservicio digital, consulten información y gestionen operaciones de manera autónoma.

Entre los referentes más relevantes destacan:

**2.3.6 CaixaBank Store (España):** Un modelo pionero de sucursal experiencial centrada en la interacción personalizada y la transparencia.

**2.3.7 Rediseño de agencias de Bancolombia:** Incorporación de diseño biofílico, zonas colaborativas y recursos digitales.

**2.3.8 Open Banking en Brasil:** Espacios abiertos que combinan servicios financieros con áreas de coworking y consultoría.

Estos casos evidencian una evolución hacia entornos más humanos, sostenibles y tecnológicamente actualizados, que sirven de inspiración para el presente proyecto. Estos casos evidencian una evolución hacia entornos financieros más humanos, sostenibles y tecnológicamente actualizados. En el marco de este proyecto, dichas tendencias no se toman únicamente como referentes conceptuales, sino que se integran de manera concreta en la propuesta para la Cooperativa.

Así, el diseño centrado en el usuario se traduce en la reorganización de la zona de atención al cliente, educación financiera con interacción directa con usuarios, circulaciones claras y accesibles que mejoran la experiencia de los socios. La transparencia espacial, vista en instituciones internacionales, se incorpora mediante muros de vidrio y materiales claros que refuercen la confianza y proyecten apertura hacia la comunidad. La idea de espacios colaborativos y flexibles inspira la creación de áreas que permitan tanto la atención personalizada como el trabajo dinámico del personal, optimizando el uso del espacio.

En cuanto a la biofilia, se propone la incorporación de elementos naturales como: plantas interiores, texturas cálidas y amaderadas, mejorar el ingreso de luz natural para humanizar la experiencia y generar un ambiente cercano que refleje la esencia cooperativa. Finalmente, la integración tecnológica se plantea a través de recursos tecnológicos que mejoran la interacción con los clientes y puntos de autogestión, señalética táctil con iluminación, herramientas que aportan innovación y eficiencia sin perder el carácter humano del servicio.

Mi aporte personal se centra en articular estas tendencias globales con la identidad local de la Cooperativa CAJA, logrando que el diseño no sea una copia de modelos externos, sino una propuesta adaptada al contexto cuencano y a los valores cooperativos de confianza,

cercanía y responsabilidad social. De esta manera, los referentes internacionales se reinterpretan en clave local, fortaleciendo la imagen institucional y construyendo un espacio que responde tanto a estándares contemporáneos como a las particularidades de la comunidad a la que sirve.

## **2.4 Diagnóstico resumido con oportunidades de diseño**

Mediante la observación directa, las entrevistas al personal y el análisis funcional del espacio, se lograron identificar distintos problemas tanto estructurales como perceptuales que afectan la experiencia de los usuarios y la dinámica operativa. A continuación, se presentan dichos problemas junto con las oportunidades de mejora detectadas.

### **2.4.1 Problemas identificados**

**2.4.2 Zonificación confusa:** La distribución actual carece de una jerarquía clara entre áreas públicas, semiprivadas y privadas. Los usuarios ingresan a un espacio donde la orientación inicial resulta poco intuitiva, ya que no existen referencias visuales o recorridos definidos que guíen su tránsito. Esta situación provoca desorganización, interacciones improvisadas y posibles interrupciones en procesos internos.

**2.4.3 Imagen institucional desactualizada:** El lenguaje visual de la sede no refleja los valores contemporáneos de la marca. Los colores, acabados y elementos gráficos transmiten una sensación de antigüedad que contrasta con el compromiso de la cooperativa con la modernización y la cercanía. La falta de identidad visual impacta negativamente en la percepción de confianza y en la diferenciación frente a otras entidades financieras.

**2.4.4 Deficiencias en iluminación y confort térmico:** La iluminación artificial resulta insuficiente en áreas de trabajo y atención, generando sombras y contrastes excesivos que fatigan la vista. Además, el sistema de climatización es limitado e irregular, lo que deriva en zonas con temperaturas incómodas, especialmente en épocas de alta afluencia. Esta combinación de factores reduce el bienestar del personal y de los usuarios.

**2.4.5 Mobiliario obsoleto:** El equipamiento existente presenta desgaste evidente, superficies deterioradas y falta de ergonomía. Las sillas no ofrecen soporte lumbar adecuado y las mesas carecen de altura regulable. Esta situación genera incomodidad física y proyecta una imagen de descuido que contrasta con el compromiso de la cooperativa con la calidad del servicio.

## 2.5 Oportunidades detectadas

**2.5.1 Reorganizar los flujos de circulación:** La intervención del layout permitirá establecer recorridos claros y jerarquizados, diferenciando zonas de atención al público, áreas operativas internas y espacios de uso restringido. Una circulación lógica optimizará la experiencia del usuario y reducirá interferencias entre procesos.

**2.5.2 Introducir una narrativa visual alineada con los valores cooperativos:** El diseño puede integrar una identidad visual coherente que comunique confianza, calidez y modernidad. La selección de materiales nobles, una paleta cromática neutra con acentos institucionales y la incorporación de recursos gráficos reforzarán la percepción de cercanía y profesionalismo.

**2.5.3 Incorporar tecnología sin perder calidez:** La inclusión de terminales digitales de autoservicio, señalética interactiva, facilitará los procesos y reducirá los tiempos de espera, manteniendo un ambiente amable y humano. Este equilibrio entre innovación y calidez será clave para diferenciar la experiencia de la cooperativa.

**2.5.4 Crear zonas de interacción y descanso:** La habilitación de espacios destinados al descanso breve, así como áreas para la colaboración interna y la espera confortable, permitirá mejorar el bienestar de empleados y usuarios. Estas zonas fortalecerán la cultura organizacional y reforzarán el compromiso de la cooperativa con la calidad de vida de su comunidad.

## 3 Estrategias del proyecto

### 3.1 Principios Rectores de Diseño

El diseño interior de espacios corporativos no se limita a la disposición funcional de los elementos, sino que constituye un lenguaje que comunica valores, genera experiencias y refuerza la identidad institucional. Según Flores y Santamaría (2021), los principios rectores funcionan como un sistema de referencias técnicas, estéticas y simbólicas que guían todas las decisiones proyectuales, asegurando la coherencia entre los objetivos estratégicos y las percepciones del usuario.

“Color, distanciamiento, olor, temperatura, luz, ruido auditivo, mobiliario, tecnología: todos estos elementos y más, combinados con un enfoque dinámico en la ubicación de las estaciones de trabajo, impactan directamente en nuestras emociones y sentimientos, demostrando cómo la experiencia en el lugar de trabajo va más allá de la simple arquitectura.”

(Souza, 2024, p. 25). A partir de este enfoque integral, se definen los siguientes principios fundamentales que estructurarán la propuesta de intervención en la Cooperativa CAJA:

**3.1.1 Funcionalidad centrada en el usuario:** Este principio prioriza la organización del espacio con base en las necesidades operativas, los recorridos intuitivos y la claridad de jerarquías visuales. La funcionalidad se traduce en una experiencia ágil, predecible y accesible, reduciendo la fricción en los procesos cotidianos y permitiendo que cada usuario identifique de manera sencilla los servicios disponibles. Como plantea (Lucero, 2020) el poder de los entornos laborales para moldear no solo la productividad, sino también la salud mental, el bienestar emocional e incluso la satisfacción general de los empleados. Por esta razón, es sumamente importante y valioso que el diseño se base en principios que favorezcan el confort físico, la estimulación positiva de los sentidos y la creación de ambientes que fortalezcan tanto el rendimiento laboral como la calidad de vida de los usuarios.

**3.1.2 Eficiencia laboral:** La propuesta proyectual contempla la optimización de las condiciones de trabajo mediante la creación de ambientes ordenados, estaciones ergonómicas y la integración de recursos tecnológicos que faciliten las tareas administrativas. Este enfoque no se limita únicamente a dotar al personal de herramientas funcionales, sino que también persigue generar entornos que promuevan la comodidad física, reduzcan la fatiga y estimulen un desempeño más eficiente.

Al priorizar la ergonomía y la organización espacial, se busca incrementar la productividad del equipo humano, acortar los tiempos de atención y mejorar la calidad del servicio ofrecido a los socios. Asimismo, la incorporación de soluciones tecnológicas integradas permite fortalecer la coordinación interna, optimizar los procesos de gestión y proyectar una imagen institucional innovadora y coherente con las demandas del sector financiero contemporáneo. De esta manera, el diseño interior se convierte en un recurso estratégico que contribuye tanto al bienestar de los colaboradores como a la consolidación de la confianza institucional.

**3.1.3 Identidad institucional:** El diseño interior debe entenderse como una materialización espacial de la filosofía cooperativa y de los valores que dan soporte a la organización. En este sentido, la elección de la paleta cromática, los materiales y los elementos gráficos no es un asunto meramente estético, sino un recurso estratégico que permite transmitir cercanía, transparencia y solidez. De esta manera, el espacio físico se convierte en un medio de comunicación que refuerza la identidad institucional y la proyecta hacia sus usuarios internos y externos.

Este principio persigue que los socios y visitantes reconozcan de forma inmediata la esencia y el carácter de la Cooperativa, generando un vínculo emocional que trascienda la experiencia funcional del servicio. Tal como expone Souza (2024), el anclaje emocional implica la creación de conexiones psicológicas con un entorno a través de experiencias

memorables, las cuales pueden ser evocadas posteriormente para influir en los comportamientos y estados emocionales futuros.

En el contexto de este proyecto, dicho anclaje se traduce en la implementación de ambientes que no solo comuniquen estabilidad y confianza, sino que también evoquen sensaciones de pertenencia y comunidad. La coherencia visual y material del diseño se plantea, por tanto, como un catalizador de experiencias significativas que fortalezcan la relación entre la institución y sus usuarios, asegurando que cada interacción con el espacio reafirme los valores cooperativos que le dan sentido.

**3.1.4 Bienestar integral:** Finalmente, la propuesta proyectual prioriza la construcción de un entorno que fomente el bienestar físico y emocional de colaboradores y usuarios, reconociendo que la calidad del espacio incide directamente en la calidad de las interacciones humanas. En este sentido, la ergonomía del mobiliario, la adecuada planificación de la iluminación y la incorporación de recursos que humanicen la experiencia de servicio se convierten en ejes fundamentales para la creación de un ambiente saludable y estimulante.

Como lo menciona (Lucero, 2020, p. 18) los entornos laborales pueden y deben ser reevaluados para integrar prácticas que potencien la productividad sin descuidar el equilibrio emocional. Estas transformaciones pueden lograrse a través de la adaptación del diseño físico, la incorporación de elementos sensoriales específicos como texturas naturales, aromas agradables o paisajismo interior y la integración de dinámicas organizacionales que promuevan la colaboración y el sentido de comunidad.

En el caso de la Cooperativa CAJA, este principio se materializa en la propuesta de estaciones de trabajo ergonómicas, áreas de espera diseñadas para disminuir el estrés del usuario y un esquema lumínico que combine confort visual con acentos que refuercen la identidad institucional. El objetivo no es únicamente disponer un espacio funcional, sino crear un entorno que dialogue con las necesidades cognitivas y emocionales de las personas, fortaleciendo así la confianza, la motivación y el sentido de pertenencia hacia la institución.

Estos principios rectores, en conjunto, establecen un marco conceptual que asegura que todas las decisiones proyectuales estén orientadas a consolidar un espacio eficiente, funcional y coherente con la identidad de la cooperativa.

## **3.2 Estrategia de Marketing Aplicada al Espacio:**

El proyecto contempla el diseño interior como un instrumento estratégico de marketing experiencial que trasciende la función operativa de la sede. En línea con (Contreras, 2021) las experiencias se producen como resultado de encontrar, pasar o vivir ciertas situaciones. Son estímulos que se provocan en los sentidos, el corazón y la mente. Cada elemento proyectual la distribución, la materialidad, la iluminación y el mobiliario se convertirá en un

recurso para expresar la personalidad de la marca y diferenciar a la Cooperativa CAJA de otras entidades financieras.

La propuesta busca consolidar un entorno que genere confianza, reforzando los valores de cercanía y profesionalismo, y que al mismo tiempo ofrezca una experiencia de usuario memorable. Esta estrategia se sustenta en los siguientes componentes:

### **3.2.1 Público objetivo**

La intervención está orientada a atender a socios adultos entre 35 – 45 años y emprendedores de la ciudad de Cuenca y en las localidades cercanas. Este grupo valora especialmente el trato personalizado, la claridad de los procesos y el acompañamiento cercano durante las operaciones financieras. La configuración del espacio deberá responder a estas expectativas, transmitiendo calidez y profesionalismo.

### **3.2.2 Segmentación:**

Los usuarios se caracterizan por preferir ambientes que inspiren confianza y faciliten la comprensión de los servicios. En este sentido, la segmentación contempla tanto a los clientes tradicionales que tienen una relación estable con la cooperativa, como a los potenciales usuarios que buscan alternativas más humanas frente a los bancos convencionales. La experiencia del espacio debe ser clara y accesible para ambos perfiles.

### **3.2.3 Propuesta de valor**

Se plantea diseñar un entorno que proyecte modernidad, cercanía y solidez, atributos que representan la esencia de la Cooperativa CAJA. La propuesta de valor se centra en la creación de un espacio que combine la eficiencia operativa con una identidad visual amigable y actualizada, generando confianza desde el primer contacto con el usuario.

### **3.2.4 Diferenciación**

La estrategia busca romper con la percepción fría, distante y burocrática que muchas personas asocian a las instituciones financieras tradicionales. A través de materiales cálidos, iluminación confortable, mobiliario ergonómico y recursos visuales que refuercen los valores cooperativos, el espacio expresará un enfoque humano que distingue a la cooperativa frente a la competencia. La diferenciación espacial es un elemento clave para fidelizar usuarios en entornos de alta competencia.

### **3.2.5 Relación con objetivos comerciales**

La propuesta está alineada con la estrategia comercial de la organización, que busca incrementar el nivel de fidelización

de los socios, consolidar la percepción de solvencia institucional y captar nuevos clientes. Un entorno físico que inspire confianza y facilite la interacción contribuye a aumentar la permanencia de los usuarios, mejorar su nivel de satisfacción y reforzar el prestigio de la marca.

En síntesis, el diseño interior funcionará como un soporte de la estrategia de marketing relacional, favoreciendo la construcción de vínculos emocionales y reforzando la credibilidad que sustenta la gran trayectoria de la Cooperativa.

Esta propuesta se organiza en torno a los principios rectores de la institución. La confianza se proyecta mediante espacios ordenados, seguros y coherentes que transmiten estabilidad, la cercanía se refuerza a través de áreas de atención abiertas y cálidas que invitan al diálogo, la transparencia se materializa en recorridos claros, señalética intuitiva y materiales que evocan honestidad, la responsabilidad social se refleja en espacios inclusivos y comunitarios que promueven pertenencia, y la solidez se manifiesta en el uso de acabados duraderos y una imagen consistente con la trayectoria institucional.

De esta manera, el diseño interior no solo apoya las estrategias de comunicación y marketing de la cooperativa, sino que también traduce sus valores fundamentales en experiencias espaciales visibles tanto para socios como colaboradores.

### **3.3 Estrategia Creativa, Comercial y/o Corporativa:**

La narrativa conceptual del proyecto se sintetiza en el lema “Confianza construida en comunidad”, que resume la intención de transmitir los valores centrales de la Cooperativa CAJA a través de recursos espaciales, estéticos y funcionales. Esta estrategia creativa articula la identidad de la marca con un enfoque experiencial, buscando que cada usuario perciba un entorno cálido, profesional y accesible desde el primer contacto.

La propuesta contempla los siguientes lineamientos:

#### **3.3.1 Acceso principal con materiales claros y representativos**

El ingreso será diseñado con superficies claras, vidrio y se incorpora el uso del color corporativo en detalles como mobiliario, paredes y piso que actúan como elementos de orientación y refuerzo visual de la marca. La percepción de orden y claridad reforzará la confianza en el servicio y a su vez, la identidad institucional.

#### **3.3.2 Áreas de atención en ambientes cálidos y ordenados**

Cada módulo de servicio se integrará en un espacio acogedor que combine iluminación confortable, mobiliario ergonómico y texturas amables. Este entorno fomentará la cercanía en la interacción y la comodidad del usuario durante la gestión de trámites.

### **3.3.3 Mensajes visuales que refuercen valores de solidaridad y pertenencia**

La señalética táctil y los gráficos de pared incluirán color corporativo e iluminación focal con referencias a los principios cooperativos y elementos que conecten con la identidad comunitaria, destacándose mediante su color aplicado en tipografías, iconografía y fondos de paneles.

En este esquema, la iluminación, el mobiliario, los materiales y la gráfica no son decisiones aisladas, sino el resultado de estrategias creativas que concretan los valores cooperativos en el espacio interior. De este modo, la propuesta no solo organiza la funcionalidad, sino que traduce los principios rectores en experiencias perceptibles para usuarios y colaboradores.

## **3.4 Estrategia de Diseño Interior**

La aplicación de los principios rectores y de la narrativa institucional no se plantea de manera abstracta, sino como una traducción directa de los problemas y oportunidades identificados en el diagnóstico, contrastados con los referentes teóricos y tendencias actuales en el diseño de espacios financieros. En este sentido, el proyecto no busca replicar modelos foráneos, sino adaptar conceptos globales al contexto específico de la Cooperativa, incorporando criterios que atiendan a su identidad cooperativa, a las particularidades de su sede matriz y a las expectativas de sus usuarios.

Mi aporte personal consiste en articular la teoría con la práctica local, reconociendo que valores como la confianza, la cercanía o la transparencia deben expresarse en recursos concretos: el acceso principal que proyecta orden y estabilidad; las áreas de atención que materializan calidez y empatía; los mensajes gráficos que refuerzan la identidad comunitaria; y los elementos conmemorativos que comunican solidez institucional. Cada una de estas decisiones nace del cruce entre la literatura analizada y la realidad observada en campo, generando una propuesta espacial integral que responde tanto a criterios académicos como a las necesidades reales de la cooperativa y su comunidad.

### **3.4.1 Zonificación**

El espacio se organizará en tres categorías principales: áreas públicas de recepción y espera, zonas semiprivadas de atención personalizada y espacios privados de operación interna. Esta distribución permitirá jerarquizar el recorrido y facilitar la comprensión del usuario.

### **3.4.2 Circulación:**

Se diseñarán recorridos intuitivos con señalética clara y un flujo de desplazamiento que evite cruces innecesarios. La organización de los accesos garantizará privacidad en las operaciones internas sin perder la sensación de transparencia.

### **3.4.3 Materialidad**

La propuesta integrará materiales de alta durabilidad y fácil mantenimiento, como porcelanatos neutros en pisos, madera certificada en revestimientos y textiles acústicos en áreas de espera. La combinación aportará calidez visual y confort ambiental.

### **3.4.4 Paleta cromática**

Predominarán tonos claros beige y blanco combinados con detalles en azul y burdeos institucional, reforzando la identidad visual de la cooperativa y aportando serenidad al ambiente.

### **3.4.5 Iluminación**

Se instalarán sistemas LED regulables que se adapten a la actividad de cada área. La luz neutra favorecerá la concentración en puestos de trabajo, mientras que la luz cálida generará una atmósfera acogedora en zonas de atención y descanso.

### **3.4.6 Mobiliario**

Se seleccionarán piezas ergonómicas con diseño modular que puedan reconfigurarse según las necesidades operativas. Los muebles incorporarán acabados en madera clara y superficies resistentes al uso intensivo.

**3.4.7 Materiales:** La selección de materiales constituye un eje fundamental en la propuesta de diseño, ya que garantiza la coherencia entre el concepto rector y la funcionalidad de los espacios. En este proyecto, los acabados fueron definidos a partir de criterios de resistencia, durabilidad, estética y disponibilidad local, priorizando productos de proveedores reconocidos en Cuenca que aseguran factibilidad constructiva y respaldo técnico.

Se incorporó porcelanato de alto tránsito de la marca Graiman, en formato 1,20 × 1,20 m, espesor de 12 mm, cuya resistencia lo hace idóneo para áreas de uso intensivo. La melamina RH (resistente a la humedad) en tonos blanco nieve y amaretto mate, proveniente de proveedores como Pelíkano e Imporquivi, garantiza versatilidad y durabilidad en mobiliario y revestimientos verticales. El MDF enchapado Berneck RH (Imporquivi) de 18 mm fue

seleccionado por su estabilidad dimensional y apariencia natural, complementando el lenguaje cálido de la propuesta.

El panel ranurado (Imporquivi) de 18 mm, con acabado en laca corporativa, refuerza la flexibilidad expositiva y la identidad de marca en los espacios de atención. Finalmente, se incluyó piso hidráulico de Kerámikos, de 12 mm de espesor y acabado corporativo, ideal para zonas de alto tránsito, aportando un carácter distintivo y artesanal.

De esta manera, los materiales no solo cumplen con requerimientos técnicos de ergonomía, resistencia y mantenimiento, sino que también consolidan una narrativa espacial coherente con los valores de la Cooperativa CAJA: confianza, innovación y cercanía.



Ilustración 5

*Materiales y acabados para la Cooperativa "CAJA". Elaboración propia (Castro 2025).*

La combinación de estos factores garantizará un espacio coherente, funcional y alineado con la identidad institucional, capaz de transmitir confianza a los usuarios, favorecer la eficiencia operativa del personal y proyectar una imagen sólida y diferenciada en el entorno competitivo del sector financiero. Al mismo tiempo, contribuirá a fortalecer el sentido de pertenencia de los colaboradores y a consolidar la percepción de la Cooperativa como una institución cercana, moderna y comprometida con su comunidad.

### 3.5 Criterios de Diseño de Iluminación:

La iluminación tendrá un rol protagonista como recurso técnico, perceptivo y comunicacional que potencie la experiencia del usuario y garantice condiciones óptimas de bienestar laboral. La propuesta lumínica se basará en criterios de funcionalidad, eficiencia

energética y apoyo a la narrativa institucional, integrando soluciones que diferencien áreas y generen atmósferas específicas según el uso.

La estrategia contemplará los siguientes lineamientos:

### 3.5.1 Luz neutra-cálida en áreas operativas

Se empleará iluminación general con temperatura de color intermedia (aproximadamente 3.200 K) en los puestos de trabajo administrativo y de atención. Este tipo de luz favorecerá la concentración, reducirá la fatiga visual y proporcionará un entorno claro y confortable, con un matiz más cálido que la luz neutra convencional.

### 3.5.2 Iluminación cálida en zonas de espera y atención personalizada

Las áreas destinadas a la recepción de clientes, la asesoría individual y los espacios de descanso se iluminarán con luz cálida (entre 2.700 K y 3.000 K), generando una atmósfera acogedora que transmita cercanía, tranquilidad y confianza. Este contraste con la luz intermedia operativa permitirá diferenciar jerárquicamente los ambientes y apoyar la narrativa de “Confianza construida en comunidad”.



Ilustración 6

Temperatura del color. Imagen tomada de: Insights. Recuperado de: <https://www.alconlighting.com>

### 3.5.3 Sistemas regulables y sensores de presencia

Se integrarán luminarias dimerizables que permitan ajustar la intensidad lumínica en función de la hora del día y de las necesidades de cada actividad. Además, se prevé la instalación de sensores de presencia y temporizadores que optimicen el consumo energético, reforzando el compromiso con la sostenibilidad ambiental.

### 3.5.4 Luminarias dirigibles y elementos de acento

La propuesta incluirá iluminación puntual para destacar zonas específicas, como paneles gráficos que narren la trayectoria de la cooperativa, módulos de autoservicio y elementos decorativos con los colores corporativos. Estos recursos permitirán reforzar la jerarquía visual, guiar la atención del usuario y dotar de dinamismo al recorrido interior.

**3.5.5 Control de deslumbramiento y confort visual:** Se cuidará la ubicación y orientación de las luminarias para evitar reflejos molestos sobre pantallas y superficies de trabajo, así como deslumbramientos directos que puedan generar incomodidad en los usuarios. La correcta selección de difusores y accesorios contribuirá a un ambiente visualmente agradable.

La planificación lumínica será clave para transmitir profesionalismo y confianza en cada recorrido, al tiempo que refuerza la percepción de calidad y modernidad que caracteriza la identidad de la Cooperativa CAJA. El diseño contemplará un equilibrio entre eficiencia técnica, confort humano y expresividad estética, asegurando que la iluminación no solo cumpla funciones prácticas, sino que también sea un elemento diferenciador de la experiencia espacial. Como afirma (Yaselga, 2024, p. 35) “Todo lo que el ojo puede captar, es analizado y comprendido por el cerebro; es así que, una concordancia estética y visual crea un ambiente idóneo, propicio, y eficaz para el usuario”. Desde mi perspectiva, la iluminación debe ser entendida como un recurso narrativo que conecta la identidad cooperativa con las emociones de quienes habitan el espacio, convirtiéndose en un puente entre funcionalidad y significado.

En términos proyectuales, lo que se hará será implementar un sistema de iluminación mixto que combine luz general uniforme con luminarias focales y de acento. La luz general garantizará confort visual y eficiencia en las actividades administrativas, mientras que las luces focales dirigirán la atención hacia puntos estratégicos como el acceso principal, los módulos de atención y los paneles gráficos institucionales. Finalmente, la iluminación de acento reforzará la identidad de marca mediante el uso puntual del color corporativo en ciertos detalles.

La forma de hacerlo será a través de luminarias LED empotradas y suspendidas de alta eficiencia, con sistemas regulables (dimerizables) que permitan adaptar la intensidad según la hora del día y la actividad. Además, se considerará el ingreso de luz natural como recurso complementario, controlado mediante cortinas técnicas para evitar deslumbramientos. La integración de estos elementos permitirá lograr un ambiente equilibrado que conjugue eficiencia técnica, sostenibilidad energética y una narrativa visual coherente con los principios cooperativos.

### 3.6 Criterios de Diseño de Mobiliario

El mobiliario se proyecta como un componente esencial de la experiencia espacial y de la percepción institucional. Su diseño y selección no solo responde a criterios funcionales, sino también simbólicos, ya que constituye un vehículo tangible de los valores de confianza, modernidad y cercanía que caracterizan a la Cooperativa CAJA.

La propuesta se basa en los siguientes lineamientos principales:

**3.6.1 Mesas de atención con divisiones parciales:** Se incorporarán estaciones de servicio diseñadas con paneles divisorios de altura piso – techo, que aseguren la privacidad de cada interacción sin perder la visibilidad y la sensación de apertura. Estas divisiones permitirán una comunicación cercana y respetuosa, además de ordenar visualmente los puestos de atención. Las superficies de trabajo estarán fabricadas en materiales resistentes y de fácil limpieza, con detalles de color corporativo que refuercen la identidad visual.

**3.6.2 Sillas ergonómicas regulables:** Cada puesto de atención y las zonas de trabajo interno contarán con sillas con ajuste de altura, soporte lumbar y acabados transpirables, garantizando comodidad durante jornadas prolongadas. Estas características favorecerán la postura saludable de los colaboradores y transmitirán al usuario la percepción de profesionalismo y cuidado por el bienestar.

**3.6.3 Módulos de autoservicio y almacenamiento integrado:** Se diseñarán mobiliarios compactos que combinen terminales de autoservicio digital con espacios de almacenamiento ordenado de documentos y materiales operativos. Estas unidades contribuirán a agilizar procesos, a reducir la necesidad de asistencia directa y a reforzar la autonomía de los usuarios en operaciones simples. El diseño de los módulos priorizará la accesibilidad universal y la claridad visual.

**3.6.4 Acabados resistentes y texturas amables:** Todos los elementos mobiliarios incorporarán materiales de alta durabilidad, como laminados de alta presión, melaminas antibacterianas y tapizados de fácil mantenimiento. La elección de texturas cálidas y colores neutros combinados con acentos cromáticos institucionales permitirá proyectar un ambiente acogedor, moderno y diferenciado.

**3.6.5 Flexibilidad y modularidad:** En áreas internas y zonas de colaboración se empleará mobiliario modular que pueda reconfigurarse según las dinámicas de trabajo. Esta capacidad de adaptación facilitará la realización de reuniones, actividades de capacitación o cambios operativos sin requerir intervenciones costosas.

La combinación de estos criterios favorecerá un entorno coherente con la propuesta de valor de la Cooperativa CAJA, garantizando eficiencia operativa, confort ergonómico y una experiencia positiva y confiable para todos los usuarios. El mobiliario adecuado no solo

organiza el espacio, sino que también comunica los principios fundamentales de la institución y refuerza la identidad de marca.

## 4 Resultados: Propuesta de Diseño

### 4.1 Propuesta espacial

**4.1.1 Concepto del proyecto:** La propuesta de diseño interior para la Cooperativa CAJA se fundamenta en el concepto “Confianza construida en comunidad”, el cual surge como síntesis de los valores institucionales y de los requerimientos identificados en la fase de diagnóstico. Este concepto busca reflejar la trayectoria de más de seis décadas de la institución, reforzando su carácter sólido y confiable, al tiempo que proyecta modernidad y cercanía con usuarios y empleados.

El espacio corporativo trasciende su función tradicional como escenario de transacciones financieras para convertirse en un escenario simbólico y experiencial, donde se transmiten los valores corporativos de confianza, transparencia, cercanía y trabajo en equipo. De acuerdo con (Souza, 2024, p. 35) “los espacios corporativos que integran experiencias significativas logran construir un vínculo emocional entre las personas y la institución, generando anclajes que fortalecen la identidad y el sentido de pertenencia.” En el caso de la Cooperativa, este planteamiento se traduce en la creación de ambientes que no solo cumplen una función operativa, sino que también refuerzan el compromiso comunitario y consolidan la percepción de solidez institucional frente a sus usuarios.

También, en este contexto, el proyecto traduce los valores cooperativos en elementos espaciales, materiales y lumínicos que buscan reforzar la narrativa institucional:

**4.1.2 Confianza,** mediante ambientes ordenados, materiales nobles y recorridos claros y funcionales.

**4.1.3 Cercanía,** a través de zonas de atención cálidas y accesibles, con mobiliario ergonómico y materiales transparentes.

**4.1.4 Transparencia,** expresada en el uso de superficies con vidrio, señalética clara y comunicación directa.

**4.1.5 Responsabilidad social y pertenencia,** evidenciadas en espacios que promueven la interacción, la educación financiera y el sentido comunitario.

De este modo, los principios rectores se materializan en un entorno interior que comunica la esencia de la Cooperativa CAJA y proyecta sus valores hacia el futuro.

**4.2 Concepto aplicado al espacio:** El concepto espacial se aplica a través de la jerarquización funcional y simbólica de las áreas, la integración de materiales relacionados con la identidad de marca y la incorporación de una narrativa experiencial que guíe al usuario en su recorrido.

La espacialidad se concibe como una secuencia narrativa: desde el ingreso y bienvenida, pasando por la espera y la atención personalizada, hasta la asesoría financiera y los espacios de emprendimiento. Cada área fue diseñada para transmitir un mensaje específico al usuario, conformando una experiencia fluida y memorable.

**4.2.1 Ingreso y recepción:** primera impresión institucional, concebida como un espacio de transparencia y apertura, con acabados claros, vidrio, incorporación del color corporativo, iluminación focalizada, señalética clara y detalles que transmiten confianza y cercanía.

**4.2.2 Zona de espera:** ambiente cálido con mobiliario ergonómico, textiles en tonos corporativos y señalética accesible, incorporación logo institucional, generando comodidad y pertenencia.

**4.2.3 Área de cajas:** diseñada con criterios de eficiencia, seguridad y claridad visual, reforzando la percepción de orden y solvencia institucional.

**4.2.4 Módulos de atención y asesoría:** espacios semiprivados, con divisiones parciales en vidrio, que equilibran confidencialidad y transparencia, reforzando la identidad institucional.

**4.2.5 Oficinas administrativas y gerenciales:** áreas privadas con mobiliario modular y ergonómico, que refuerzan la eficiencia operativa, la eficiencia laboral y el liderazgo institucional.

**4.2.6 Espacios de emprendimiento y colaboración:** concebidos como áreas de exhibición de los proyectos y productos desarrollados por los propios socios. Estos espacios no solo promueven la interacción comunitaria y la socialización de productos, sino que además refuerzan la cercanía de la cooperativa con sus clientes al visibilizar y respaldar sus iniciativas, consolidando así el compromiso de CAJA con el crecimiento económico y social de sus socios.

Este concepto aplicado responde a una gran vinculación de las personas con los espacios corporativos, donde la experiencia cotidiana se convierte en un factor determinante para la apropiación y fidelización del usuario.

**4.3 Zonificación y esquema general:** La propuesta espacial organiza los 140 m<sup>2</sup> de superficie en tres grandes categorías funcionales:

**4.3.1 Áreas públicas:** acceso principal, zona de espera, área de emprendimientos, zona de educación financiera y cajas.

Diseño de alta visibilidad.

Recorridos claros que jerarquizan la experiencia del usuario.

Materiales resistentes y de fácil limpieza.

**4.3.2 Áreas semiprivadas:** módulos de atención personalizada, zona de educación financiera y oficinas.

Ambientes que equilibran privacidad y accesibilidad.

Incorporación de mobiliario ergonómico y divisiones vidriadas para transparencia.

Iluminación cálida que refuerza la cercanía en la interacción.

**4.3.3 Áreas privadas:** atención de cajas, oficina gerencial, archivo, bodega, cafetería y baño interno.

Zonas destinadas al trabajo interno del personal.

Priorización de ergonomía, confort ambiental y organización funcional.

Uso de mobiliario modular y soluciones de almacenamiento integrado.

La zonificación garantiza recorridos intuitivos y jerarquizados, permitiendo al usuario identificar de manera clara los servicios disponibles, y evitando cruces innecesarios entre áreas operativas y zonas de atención al público.



Ilustración 7

Plano general de zonificación de la Cooperativa CAJA. Elaboración propia (Castro 2025).

#### 4.4 Recorrido Estructurado

El diseño interior de la sede matriz de la Cooperativa se apoya en la implementación de un recorrido estructurado, concebido como un sistema jerarquizado que organiza los flujos de personas en función de su perfil de uso y nivel de acceso. Esta estrategia garantiza no solo la claridad y orientación del usuario, sino también la eficiencia en los procesos internos, evitando interferencias entre clientes y personal administrativo. La correcta delimitación de trayectorias contribuye, además, a reforzar la seguridad institucional y a consolidar la imagen de orden y profesionalismo que proyecta la cooperativa.

En este modelo de organización, se distinguen dos tipos de circulación: principal y secundaria, cada una con áreas específicas que responden a distintas dinámicas de interacción.

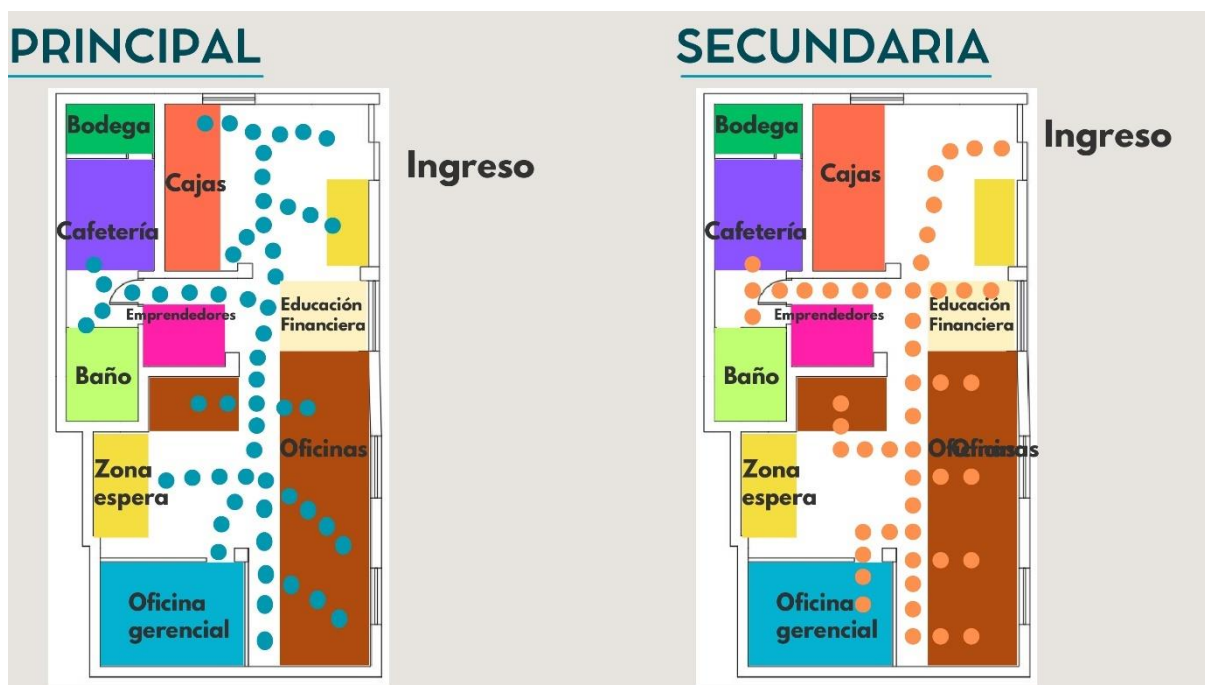


Ilustración 8

Recorrido estructurado: principal y secundario. Elaboración propia (Castro 2025)

**4.4.1 Circulación principal:** La circulación principal está dirigida a usuarios externos y empleados en contacto con el público, priorizando accesibilidad, fluidez y transparencia en la experiencia de servicio. Comprende espacios que, por su naturaleza, requieren ser abiertos, acogedores y de fácil identificación:

**4.4.2 Áreas públicas:** acceso principal, zona de espera, área de emprendedores, espacio de educación financiera y módulos de cajas. Estos lugares constituyen el primer contacto del usuario con la institución y, por tanto, deben transmitir confianza, claridad y orden.

**4.4.3 Áreas semiprivadas:** oficinas de atención personalizada y archivadores de uso común, que permiten la gestión de trámites en un entorno más controlado, pero igualmente accesible.

La jerarquía de este recorrido asegura que el cliente pueda orientarse intuitivamente desde el ingreso hasta la resolución de sus gestiones, reforzando la percepción de eficiencia y cercanía institucional.

**4.4.4 Circulación secundaria:** La circulación secundaria está destinada exclusivamente al personal interno, respondiendo a criterios de discreción, seguridad y eficiencia operativa. Su función es garantizar que los procesos administrativos, financieros y de soporte se desarrollen sin interrumpir la experiencia del usuario. En este nivel se incluyen:

**Áreas semiprivadas:** oficinas administrativas y archivadores, que sirven como soporte de las operaciones de atención al público.

**Áreas privadas:** espacios restringidos como atención de cajas, oficina gerencial, bodega, cafetería y baño interno. Estos ambientes concentran actividades sensibles o de gestión interna que requieren control de acceso.

Este recorrido paralelo permite independizar los flujos de clientes y personal, evitando cruces innecesarios y optimizando la productividad institucional.

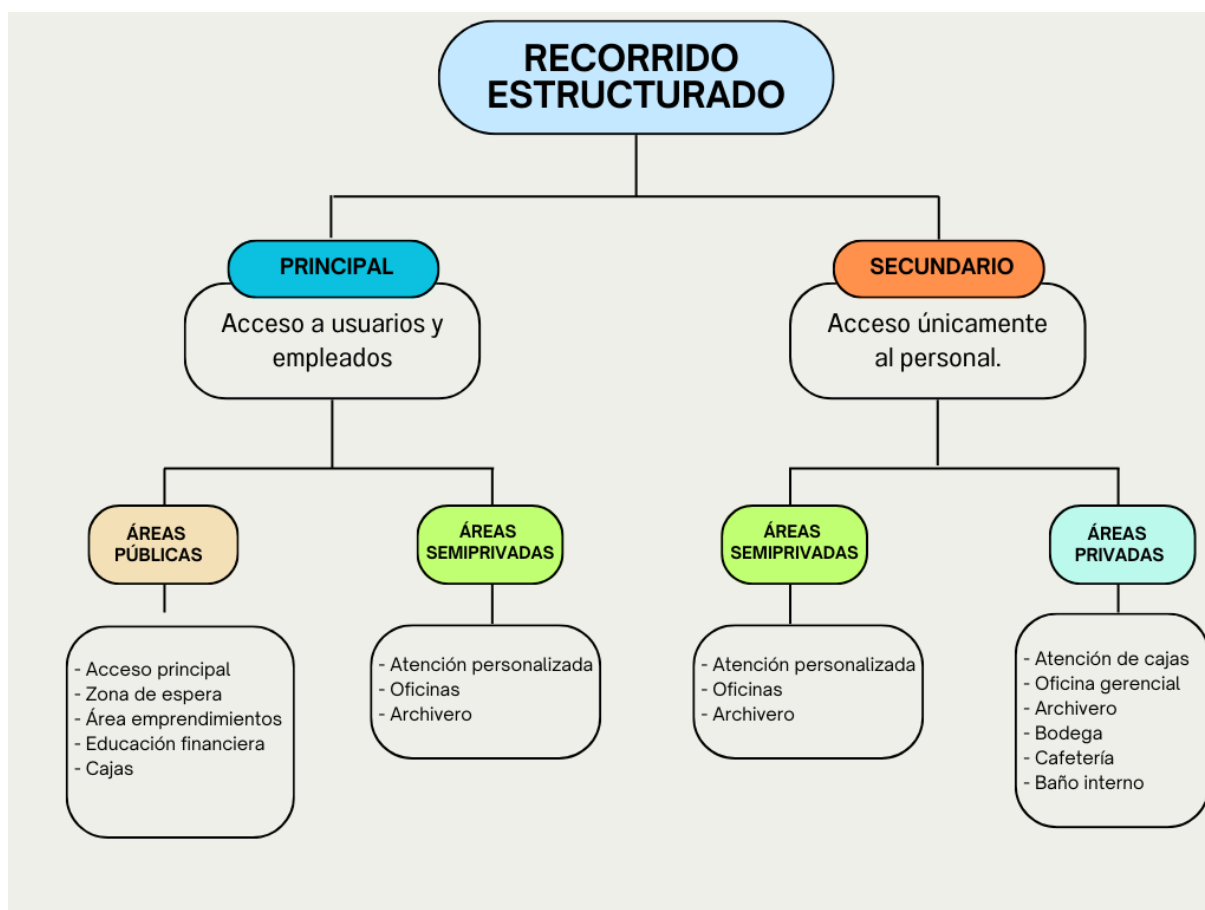


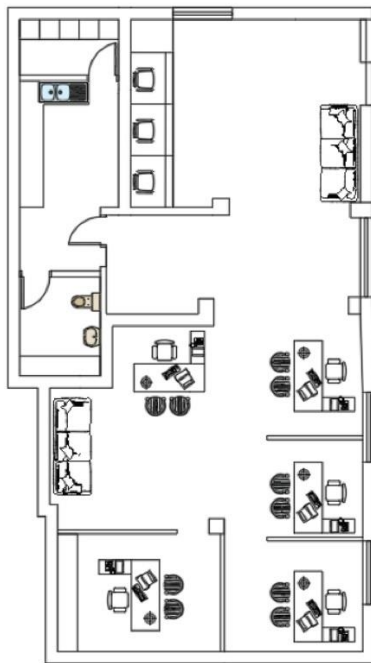
Ilustración 9

Flujogramas de circulación. Elaboración propia (Castro 2025)

El recorrido estructurado implementado en la Cooperativa demuestra cómo la funcionalidad espacial se convierte en un recurso estratégico para mejorar la eficiencia y la experiencia del usuario. Al diferenciar claramente entre circulación principal y secundaria, se

logra una gestión más ordenada de los espacios, se fortalece la seguridad en procesos internos y se asegura que el cliente perciba un entorno organizado, moderno y coherente con la identidad institucional.

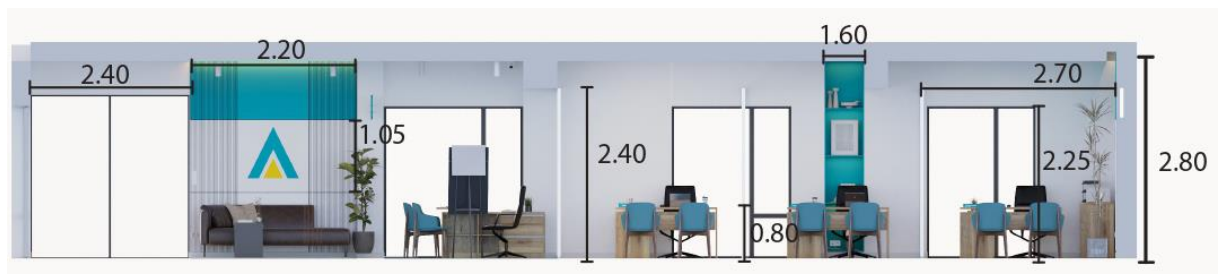
**4.5 Planos base:** para evidenciar la propuesta, se elaboraron planos arquitectónicos, cortes y axonometrías que permiten comprender la organización y la relación espacial.



*Ilustración 10*

*Plano arquitectónico de mobiliario de la Cooperativa CAJA. Elaboración propia (Castro 2025).*

**4.5.1 Cortes:** permiten comprender la relación espacial al tiempo que muestran las alturas del mobiliario y la configuración de los elementos divisorios.



*Ilustración 11*

*Corte transversal del diseño 3D de la Cooperativa CAJA. Elaboración propia (Castro 2025).*

**4.5.2 Axonometrías:** ofrecen una visión tridimensional de la propuesta, permitiendo analizar con precisión la jerarquía espacial, los volúmenes y la interacción entre mobiliario, circulaciones y divisiones arquitectónicas.



*Ilustración 12*

*Axonometría del diseño 3D de la Cooperativa CAJA. Elaboración propia (Castro 2025).*

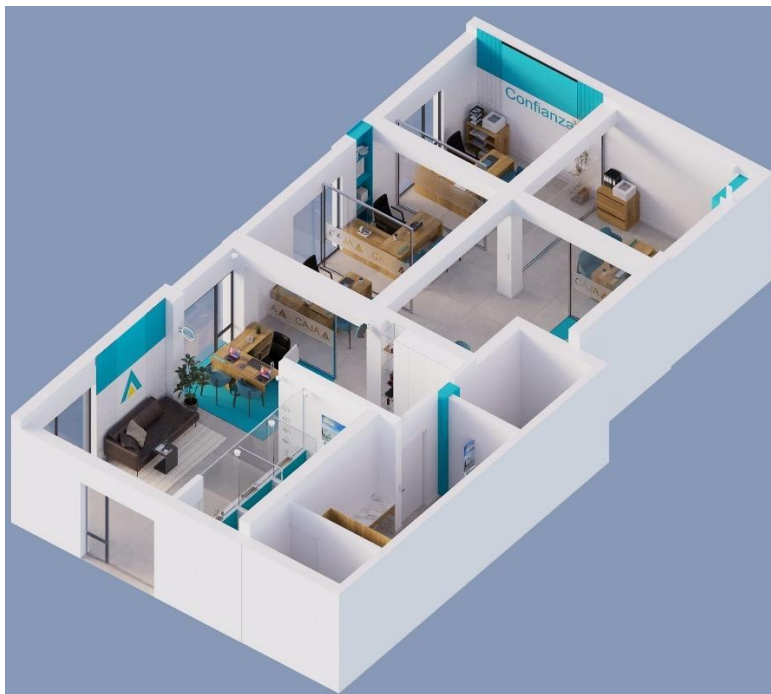


Ilustración 13

Axonometría del diseño 3D de la Cooperativa CAJA. Elaboración propia (Castro 2025).

**4.5.3 Moodboard:** Constituye una herramienta conceptual y visual que sintetiza la atmósfera, sensaciones y valores intangibles que orientan el proyecto. En el caso de la Cooperativa CAJA, este recurso se enfoca en transmitir los principios rectores de confianza, comunidad e innovación, a través de una selección estratégica de imágenes, colores, texturas y referencias simbólicas. La composición del mood board permite materializar lo narrativo y experiencial en un lenguaje gráfico coherente, que actúa como puente entre la investigación teórica y la propuesta de diseño interior.

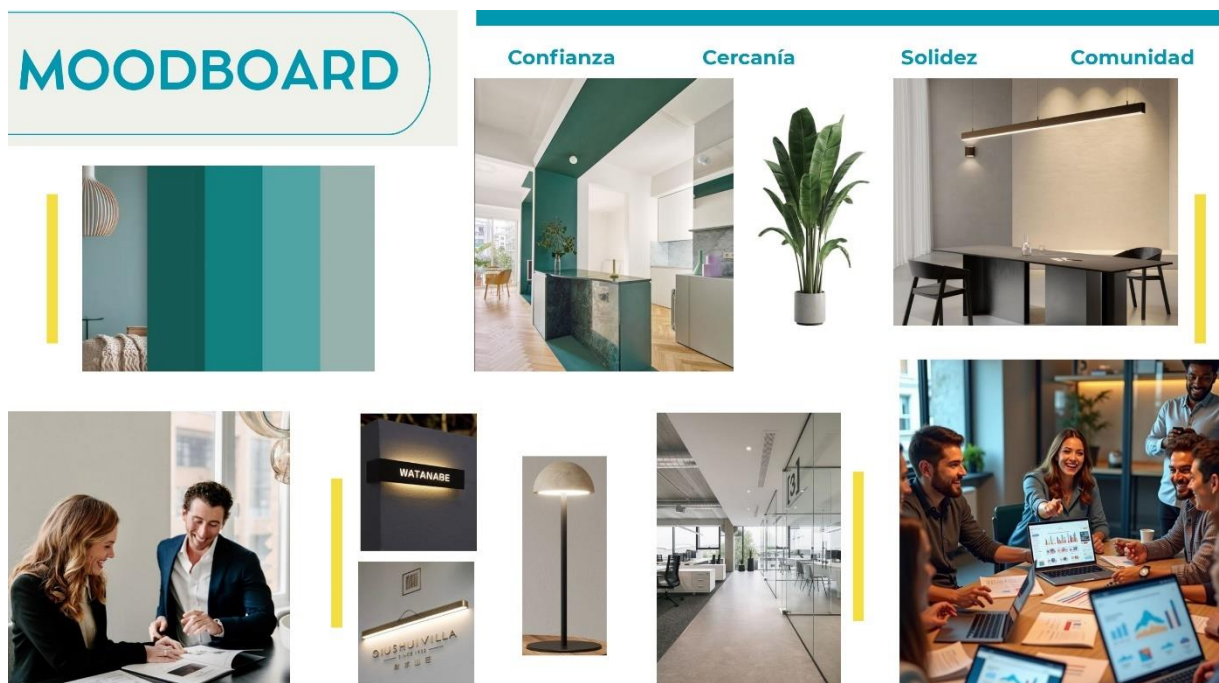
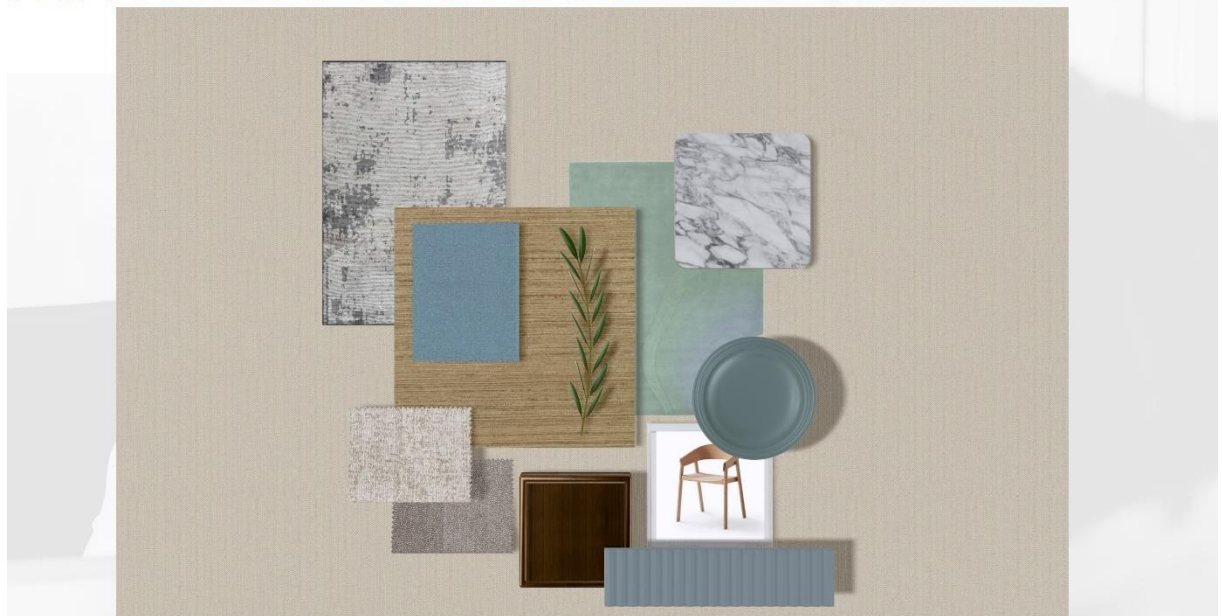


Ilustración 14.

*Moodboard. Elaboración propia (Castro 2025).*

**4.5.4 Material board:** se convierte en la representación tangible de dichas intenciones, articulando las texturas, acabados y materiales que darán forma a los espacios. Su construcción responde no solo a criterios estéticos, sino también a factores técnicos, ergonómicos y sensoriales, asegurando la coherencia entre la conceptualización y la ejecución proyectual. Cada material ha sido seleccionado bajo parámetros de durabilidad, sostenibilidad, confort y percepción, reforzando la experiencia de usuario en ámbitos corporativos y financieros.

# MATERIAL BOARD



*Ilustración 15*

*Material board. Elaboración propia (Castro 2025).*

#### 4.6 Infografías:

las infografías aplicadas a los renders constituyen un recurso didáctico y comunicativo que permite explicar de manera clara, ordenada y visualmente atractiva los elementos clave del diseño interior. Este tipo de representación no solo facilita la comprensión del proyecto, sino que también refuerza la narrativa conceptual, al resaltar aquellos aspectos que estructuran la propuesta desde lo funcional, lo estético y lo identitario. En cada infografía se destacan componentes estratégicos que consolidan la propuesta proyectual, tales como:

**4.6.1 Mobiliario ergonómico y personalizado:** se diseñarán escritorios modulares en MDF enchapado con melamina amaretto, sillas ergonómicas con soporte lumbar ajustable y mobiliario de atención con paneles bajos que permitan privacidad sin perder cercanía. De igual modo, se desarrollarán piezas personalizadas para la exhibición de materiales de emprendedores locales, fomentando el sentido de comunidad.

**4.6.2 Iluminación focal y ambiental:** se integrará un sistema mixto de luminarias LED empotradas y suspendidas, regulables en intensidad, que aporten confort visual en áreas administrativas y resalten con acentos lumínicos zonas clave como el acceso, los paneles gráficos institucionales y los nichos decorativos en color corporativo.

**4.6.3 Textiles y materiales corporativos:** se aplicarán revestimientos y tapizados en tonos neutros combinados con acentos en la paleta institucional, lo cual refuerza la percepción de confianza y pertenencia. Estos se complementan con paneles ranurados y nichos en color corporativo que aportan dinamismo y jerarquizan las áreas de circulación.

**4.6.4 Recorridos experienciales:** la circulación se organizará mediante un eje lineal principal que conecta ingreso y zona de atención, acompañado de ramificaciones secundarias hacia oficinas y cajeros. El trayecto será reforzado con guidores cromáticos en el pavimento y acentos lumínicos que orienten al usuario, diferenciando áreas públicas, semiprivadas y privadas.

**4.6.5 Puertas ocultas e integración de elementos técnicos:** se incorporarán accesos disimulados con acabados continuos y sistemas de almacenamiento en panelería para mantener una estética ordenada. Esta estrategia permite optimizar la funcionalidad sin interrumpir la armonía visual del conjunto.

Por ende, las infografías actúan como un puente entre el lenguaje técnico del diseño y la comunicación efectiva del proyecto, permitiendo que las decisiones espaciales, materiales y lumínicas se transmitan de manera precisa y estratégica dentro del marco de la propuesta.

## FUNCIONALIDAD ESPACIAL



1. **Señalética táctil e interactiva** que guía al usuario mediante iluminación asociada a cada área.
2. **Atención personalizada** apoyada en recursos espaciales que orientan el recorrido experiencial.
3. **Zona de espera** con mobiliario ergonómico y personalizado, que asegura confort y orden.
4. **Recorrido estructurado** con señalética en color corporativo, que organiza flujos y diferencia áreas.

*Ilustración 16.*

*Infografía del principio rector: funcionalidad espacial. Elaboración propia (Castro 2025).*

**4.6.6 Funcionalidad Espacial:** El principio rector de funcionalidad espacial orienta la propuesta hacia una organización eficiente del interior, donde cada elemento del diseño responde a criterios de claridad, orden y usabilidad. En la sede matriz de la Cooperativa CAJA, este principio se traduce en recorridos estructurados que evitan cruces innecesarios, señalética interactiva que guía al usuario de manera intuitiva, y áreas de atención que integran cercanía con eficiencia operativa.

La funcionalidad también se expresa en la selección de mobiliario ergonómico y personalizado, que optimiza el desempeño del personal y garantiza la comodidad de los usuarios, así como en la integración de elementos técnicos ocultos que preservan la armonía visual del conjunto. De esta manera, la funcionalidad espacial no se limita a la distribución física, sino que se convierte en un recurso estratégico para generar confianza, mejorar la experiencia del usuario y fortalecer la identidad institucional.

## IDENTIDAD INSTITUCIONAL



1. **Uso del color corporativo** en paredes, pisos, nichos y señalética para reforzar la marca.
2. **Espacio de educación financiera** con recursos interactivos para socios.
3. **Área de emprendedores** destinada a exhibición de productos y fortalecimiento comunitario.
4. **Señalética interactiva** iluminada, que orienta recorridos y proyecta innovación institucional.

*Ilustración 17*

*Infografía del principio rector: identidad institucional. Elaboración propia (Castro 2025).*

**4.6.7 Identidad institucional:** El principio rector de identidad institucional busca que cada elemento del espacio interior comunique de manera clara los valores, la filosofía y la trayectoria de la Cooperativa. En la propuesta, esta identidad se materializa mediante la aplicación consistente del color corporativo en paredes, pisos, nichos y señalética, lo que asegura coherencia estética y reconocimiento inmediato de la marca.

La creación de un espacio para educación financiera aporta un recurso experiencial que fortalece el vínculo con los socios al ofrecer acompañamiento en su desarrollo económico. Asimismo, el área de emprendedores se convierte en un punto de encuentro comunitario, visibilizando los productos de los socios y promoviendo la economía colaborativa. Finalmente, la incorporación de señalética interactiva con retroiluminación asegura una orientación clara en los recorridos y, al mismo tiempo, refuerza el carácter innovador y cercano de la institución.

De esta forma, la identidad institucional no se limita a los aspectos gráficos, sino que se traduce en experiencias espaciales que consolidan la confianza, la pertenencia y la proyección de la cooperativa frente a sus usuarios.

## EFICIENCIA LABORAL



*Ilustración 18*

*Infografía del principio rector: identidad institucional. Elaboración propia (Castro 2025).*

**4.6.8 Eficiencia laboral:** El principio rector de eficiencia laboral se centra en crear un entorno que facilite la productividad del personal y la calidad del servicio al usuario. En la propuesta para la Cooperativa, este objetivo se materializa en la incorporación de escritorios ergonómicos en L, que optimizan el área de trabajo y mejoran la organización de tareas administrativas. El uso de mobiliario personalizado como credenzas y mesas auxiliares contribuye de manera significativa a la funcionalidad y la coherencia estética, al integrar materiales y textiles en los colores corporativos.

De igual manera, se diseñaron áreas de espera confortables con mobiliario ergonómico, que permiten una interacción más fluida entre colaboradores y usuarios. Finalmente, los nichos decorativos en color corporativo no solo cumplen una función estética, sino que también consolidan la identidad institucional en cada espacio. De esta manera, la eficiencia laboral se traduce en un equilibrio entre ergonomía, organización espacial y proyección institucional.

## 4.7 Visualización



Ilustración 19

Visualización 1. Elaboración propia (Castro 2025).



Ilustración 20

Visualización 2. Elaboración propia (Castro 2025).



Ilustración 21

Visualización 3. Elaboración propia (Castro 2025)..

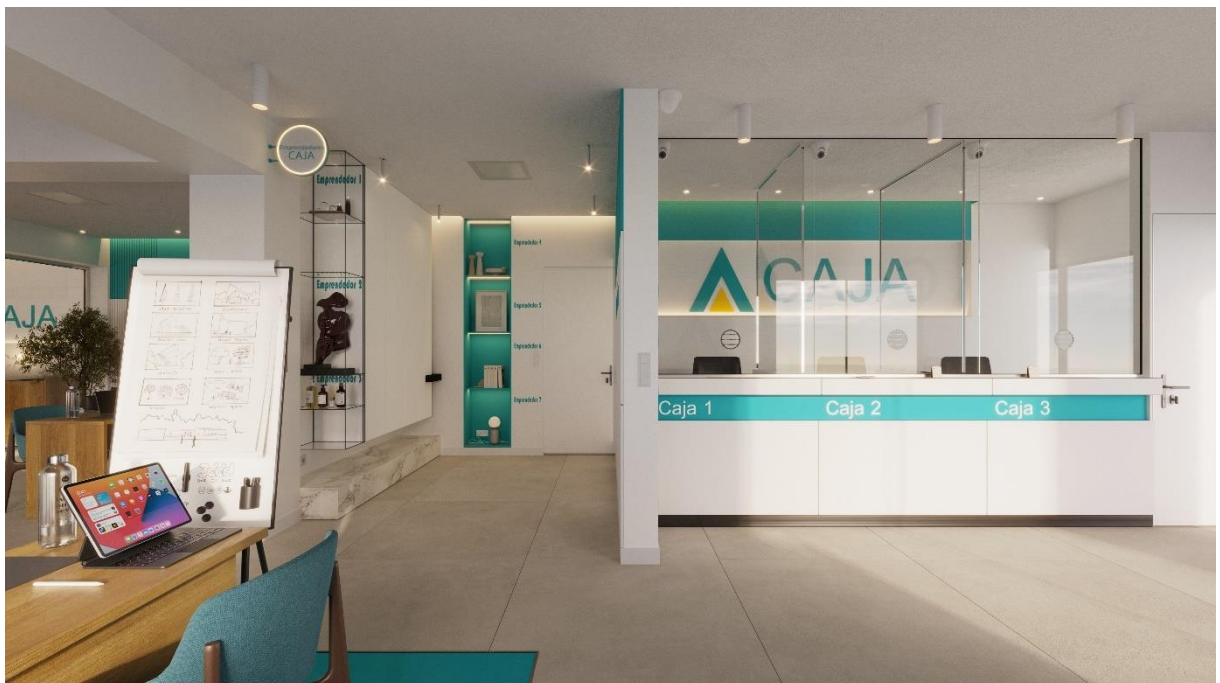


Ilustración 22

Visualización. Elaboración propia (Castro 2025).



Ilustración 23

Visualización 5. Elaboración propia (Castro 2025).



Ilustración 24

Visualización 6. Elaboración propia (Castro 2025).



Ilustración 25

Visualización 7. Elaboración propia (Castro 2025).



Ilustración 26

Visualización 8. Elaboración propia (Castro 2025).



Ilustración 27

Visualización 9. Elaboración propia (Castro 2025).



Ilustración 28

Visualización 10. Elaboración propia (Castro 2025).



Ilustración 29

Visualización 11. Elaboración propia (Castro 2025).



Ilustración 30

Visualización 12. Elaboración propia (Castro 2025).

## 4.8 Iluminación

La propuesta lumínica para la Cooperativa CAJA se concibe como un sistema de iluminación que va más allá de lo funcional, refuerza la identidad espacial y la experiencia del usuario, aportando cercanía y confianza a través de atmósferas cálidas y equilibradas. La luz

se convierte en un recurso narrativo que acompaña al usuario en cada etapa de su recorrido, reforzando la identidad cooperativa y generando una experiencia integral.

#### **4.8.1 Concepto lumínico: “Luz que Inspira Confianza y Cercanía”**

El  
concepto

lumínico busca crear un ambiente equilibrado y acogedor, donde la iluminación resalte la nobleza de los materiales naturales, potencia la claridad de los espacios de atención y, al mismo tiempo, introduce acentos o focalizaciones cálidas que transmiten cercanía y pertenencia. La combinación de luz focal, ambiental y luz día, construye un entorno que proyecta modernidad sin perder la esencia comunitaria, permitiendo que socios y colaboradores se sientan parte de la cooperativa CAJA. De esta forma, la iluminación no solo facilita las tareas operativas, sino que también inspira confianza, mejora la experiencia del usuario y fortalece la conexión emocional entre la institución y su comunidad.

La iluminación se organiza en cinco capas complementarias, que actúan en conjunto para conformar un sistema flexible, eficiente y coherente con la narrativa espacial:

**4.8.2 Iluminación focal:** dirigida a resaltar la belleza de los materiales arquitectónicos naturales y a crear puntos de interés visual en muros, texturas y acabados. Se emplearán luminarias dirigibles tipo spot y bañadores de muro, que permiten enfatizar detalles constructivos y reforzar la percepción de calidad.

**4.8.3 Iluminación de tarea:** destinada a cubrir las necesidades específicas de áreas donde se realizan actividades que requieren mayor precisión visual, como mesas de trabajo, módulos de cajas y atención al cliente. Se proyecta con luz neutra de aproximadamente 3500 K a 4100 K, que favorece la concentración, la productividad y la claridad en la interacción usuario y empleado.

**4.8.4 Luz día:** se potenciará el ingreso de iluminación natural desde el exterior por medio de ventanas amplias hacia las cajas, oficinas, zona de emprendedores y de descanso, con el fin de generar un efecto positivo en la percepción del espacio. Este recurso no solo aporta sostenibilidad y ahorro energético, sino que también influye en el bienestar físico y emocional de empleados y clientes, reforzando la conexión con el entorno y mejorando de manera significativa la eficiencia laboral.

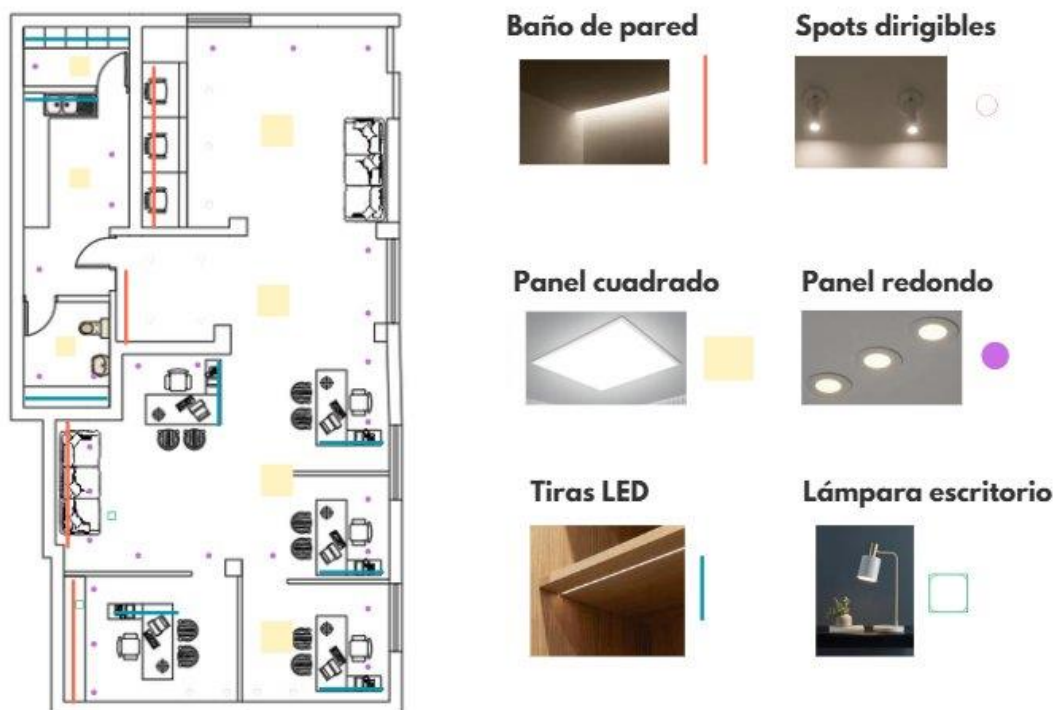
**4.8.5 Iluminación ambiental:** tiene como objetivo proporcionar una visión clara y uniforme del espacio, garantizando recorridos intuitivos y una atmósfera confortable. Se integrará mediante luminarias de techo empotradas y paneles LED, asegurando un balance adecuado entre eficiencia y estética.

**4.8.6 Iluminación decorativa:** utilizada como un recurso expresivo y simbólico, se materializará en lámparas colgantes y de acento en zonas estratégicas como la cafetería y la sala de espera. En áreas de detalle se empleará luz cálida de 2700 K a 3000 K, creando un ambiente acogedor que refuerce la identidad institucional y aporte valor estético al proyecto.

Estos cinco niveles conforman un sistema lumínico jerárquico y dinámico que permite adaptar la atmósfera del espacio según la actividad, optimizando tanto la experiencia del usuario como la eficiencia operativa.

#### **4.8.7 Esquema general con tipologías de luminarias**

## ILUMINACIÓN



*Ilustración 31*

*Plano de iluminación. Elaboración propia (Castro 2025).*

El esquema lumínico se organiza en función de las necesidades de cada área, integrando luminarias con tipologías específicas:

- **Spots dirigibles y baño de pared:** para iluminación focal en detalles de identidad institucional, texturas y materiales nobles.
- **Downlights:** paneles LED para iluminación ambiental en zonas de circulación y áreas de uso continuo.
- **Lámparas colgantes y decorativas:** para iluminación artística en sala de espera y espacios de emprendimiento, como recursos de ambientación y valor simbólico.
- **Luminarias lineales y de superficie:** en áreas de trabajo tipo nichos (cajas, escritorios, destajes) para iluminación de tarea con temperatura de 3500 K.
- **Aplicques decorativos y de acento:** en puntos estratégicos con temperatura cálida de 3000 K, reforzando atmósferas acogedoras.

Este planteamiento asegura una iluminación eficiente, con jerarquías claras y atmósferas diferenciadas, logrando un equilibrio entre funcionalidad, sostenibilidad y expresividad estética.

## 4.9 Mobiliario

**4.9.1 Conceptualización y selección de mobiliario:** El mobiliario se concibe como un elemento estructurador de la experiencia espacial, pues no solo responde a requerimientos funcionales y ergonómicos, sino que también constituye un recurso simbólico que proyecta confianza, modernidad y cercanía. En coherencia con el diagnóstico inicial, se prioriza un mobiliario modular, ergonómico y adaptable, capaz de responder a dinámicas operativas cambiantes sin comprometer la estética ni la identidad institucional.

La conceptualización parte de los siguientes lineamientos:

**4.10 Ergonomía y confort:** cada pieza está diseñada para optimizar la postura y el bienestar físico de los usuarios, especialmente en jornadas prolongadas. Los entornos laborales deben integrar mobiliario que reduzca la fatiga física y aumenten la productividad, favoreciendo también la salud mental y emocional.

**4.10.1 Identidad visual:** se incorporan detalles cromáticos en los tonos institucionales de CAJA, logrando un mobiliario que no solo es funcional, sino también representativo de la institución.

**4.10.2 Flexibilidad y modularidad:** el mobiliario permite su reconfiguración para diferentes usos reuniones, asesorías, capacitaciones, garantizando versatilidad operativa.

**4.10.3 Durabilidad y sostenibilidad:** se seleccionan materiales resistentes, de bajo mantenimiento y con potencial de reciclaje, reduciendo el impacto ambiental y los costos de reemplazo a mediano plazo.

# MOBILIARIO

**Escritorio**



**Credenza - nicho**



**Exhibidor  
Emprendedores**



**Panelado - ranurado**



**Sofa cuero**



**Mesas auxiliares**



*Ilustración 32*

*Diseño de mobiliario y detalles de pared. Elaboración propia (Castro 2025).*

La selección del mobiliario responde a la tipología de cada espacio:

**4.10.4 Zona de espera:** sillones tapizados en textiles acústicos de alta resistencia, combinados con mesas auxiliares de madera clara.

**4.10.5 Módulos de atención y cajas:** escritorios ergonómicos con divisiones parciales en vidrio traslúcido y transparente, que equilibran privacidad y transparencia; sillas operativas con ajuste lumbar y de altura.

**4.10.6 Oficina gerencial y administrativa:** mesas de trabajo modulares con acabados en melamina antibacteriana, sillas ejecutivas de diseño ergonómico y almacenamiento integrado.

**4.10.7 Espacios de emprendimiento y colaboración:** mobiliario flexible y reconfigurable, como mesas móviles, sillas auxiliares y paneles divisorios ligeros que favorecen la adaptabilidad del entorno.

## 4.11 Fichas de mobiliario

Las siguientes fichas de mobiliario constituyen un instrumento técnico que detalla las piezas diseñadas y seleccionadas para el proyecto interior de la Cooperativa CAJA. Cada ficha reúne información sobre dimensiones, materiales, acabados, accesorios, propiedades ergonómicas y proveedores sugeridos, con el objetivo de asegurar la factibilidad constructiva y la coherencia estética de la propuesta.

Este registro permite constatar cómo el mobiliario no solo responde a necesidades funcionales y ergonómicas, sino que también incorpora elementos de la identidad corporativa, a través de acabados en color institucional, integración de herrajes de alta calidad y soluciones adaptadas al contexto local.

En conjunto, estas fichas constituyen una guía de implementación que facilita la comprensión del mobiliario como parte esencial de la estrategia proyectual, aportando al orden, la eficiencia operativa y la experiencia positiva del usuario.

## ESCRITORIO EN L

### Dimensiones

Largo: 1,60 m  
Ancho: 1,50 m  
Profundidad: 0,60 m  
Altura: 0,80 m (estándar ergonómico)

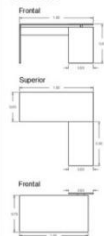
### Materiales y acabados

Superficie: MDF enchapado con melamina color amaretto.  
Bordes: canto rígido de alta resistencia.  
Accesorios: pasacables metálico y protectores plásticos en patas.  
Perfil gola: aluminio anodizado en color negro mate

### Accesorios técnicos y herrajes

Cajonera incorporada con guías telescópicas de cierre lento (soft close).  
Pasacables metálicos circulares de Ø60 mm en superficie de trabajo.  
Niveladores ocultos en patas para compensar irregularidades del piso.  
Bisagras metálicas de 110° con amortiguación en puertas de compartimentos bajos.  
Bloqueo de seguridad en cajones (cerradura centralizada).

### Vistas



### Referencia gráfica



## CREDENZA LINEAL

### Dimensiones:

Largo: 3,35 m  
Altura: 0,90 m  
Profundidad: 0,50 m

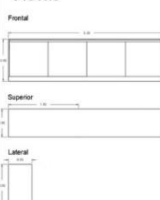
### Materiales y acabados:

Cuerpo: MDF de 18 mm enchapado en melamina amaretto mate.  
Puertas: acabado en melamina, con perfil gola de aluminio anodizado negro.  
Superficie superior: tablero en melamina de alta resistencia a rayaduras.  
Bordes: canto rígido y sellado antihumedad.

### Accesorios técnicos y herrajes:

Cajones con guías telescópicas de cierre lento (soft close).  
Bisagras metálicas de 110° con amortiguación en puertas.  
Cerraduras independientes para documentos.  
Niveladores ocultos para estabilidad en superficies irregulares.  
Pasacables posteriores para uso con equipos tecnológicos.

### Vistas



### Referencia gráfica



Ilustración 33

Fichas de mobiliario 1-2. Elaboración propia (Castro 2025).

## NICHO DECORATIVO

### Dimensiones:

Largo: 1,90 m  
Altura: 1,00 m  
Profundidad: 0,40 m

### Materiales y acabados:

Cuerpo: MDF enchapado con melamina en color corporativo.  
Fondos y laterales: acabado satin para evitar reflejos.  
Bordes: canto de 2 mm.

### Accesorios técnicos y herrajes:

Sistema de iluminación LED lineal empotrado en la parte superior.  
Estantes regulables en altura con soportes metálicos ocultos.  
Anclajes metálicos para fijación a muro.

### Vistas



### Referencia gráfica



## NICHO DECORATIVO EMPOTRADO

### Dimensiones:

Largo: 0,60 m  
Altura: 2,80 m  
Profundidad: 0,30 m

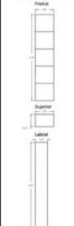
### Materiales y acabados:

Cuerpo: MDF de 18 mm enchapado con melamina en color corporativo (mate).  
Laterales y fondo: superficie lisa y uniforme, diseñada para resaltar los objetos exhibidos.  
Bordes: canto rígido de 2 mm, sellado antihumedad.

### Accesorios técnicos y herrajes:

Iluminación LED lineal empotrada en la parte superior y opcionalmente en cada entrepaño, con luz neutra que destaca productos y reconocimientos.  
Estantes internos regulables con soportes metálicos ocultos, adaptables según el tipo de objeto exhibido.  
Anclajes metálicos de alta resistencia, integrados al muro para garantizar estabilidad.

### Vistas



### Referencia gráfica



Ilustración 34

Fichas de mobiliario 3-4. Elaboración propia (Castro 2025).

## EXHIBIDOR METÁLICO VIDRIO

### Dimensiones:

Largo: 0,35 m  
Altura: 2,40 m  
Profundidad: 0,35 m

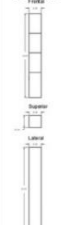
### Materiales y acabados:

Estructura: perfilera metálica cuadrada de 25 x 25 mm, pintada con pintura electrostática en color negro mate.  
Repisas: vidrio templado de 10 mm de espesor, cantos pulidos.  
Panel posterior (opcional): MDF en melamina color corporativo, mate.  
Niveladores: metálicos ocultos en la base.

### Accesorios técnicos y herrajes:

Sistemas de anclaje metálicos de alta resistencia para fijación al muro.  
Soportes ocultos de vidrio (herrajes tipo pinza o canal de aluminio anodizado).  
Opción de iluminación LED puntual en repisas superiores para resaltar objetos.

### Vistas



### Referencia gráfica



## ARCHIVERO VERTICAL

### Dimensiones:

Largo: 0,90 m  
Altura: 0,80 m  
Profundidad: 0,50 m

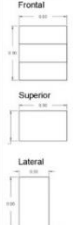
### Materiales y acabados:

Cuerpo: MDF de 18 mm enchapado en melamina amaretto mate.  
Bordes: canto rígido de 2 mm, sellado antihumedad.  
Base: niveladores ocultos metálicos

### Accesorios técnicos y herrajes:

Superficie superior diseñada para soportar equipos de hasta 60 kg.  
Pasacables traseros para organización eléctrica.  
Estantes internos regulables en altura.  
Opción de puerta abatible con bisagras metálicas de cierre suave.

### Vistas



### Referencia gráfica



Ilustración 35

Fichas de mobiliario 5-6. Elaboración propia (Castro 2025).

## AUXILIAR PARA IMPRESORA

### Dimensiones:

Largo: 0,80 m  
Altura: 0,90 m  
Profundidad: 0,50 m

### Materiales y acabados:

Cuerpo: MDF de 18 mm enchapado con melamina amaretto mate.  
Frentes de cajón: melamina amaderada.  
Bordes: canto rígido en PVC de 2 mm.  
Base: niveladores metálicos ocultos.

### Accesorios técnicos y herrajes:

Cajones con guías telescópicas de extensión total y sistema de cierre lento (soft close).  
Cerradura centralizada para seguridad documental.  
Sistema antivuelco que impide abrir más de un cajón a la vez.  
Manijas integradas tipo perfil gola o tirador metálico discreto.

### Vistas



### Referencia gráfica



## PANELADO - RANURADO

### Dimensiones:

Largo: 2,20 m  
Altura: 3,00 m  
Profundidad: 0,025 m

### Materiales y acabados:

Estructura base: MDF de 18 mm enchapado en melamina blanco nieve mate.  
Ranuras: perfilera de aluminio anodizado para accesorios de exhibición.  
Fondos y laterales: se integran con franjas en color corporativo (amaretto mate o tono institucional definido).  
Bordes: canto rígido de 2 mm.

### Accesorios técnicos y herrajes:

Accesorios intercambiables para ranuras (ganchos metálicos, repisas, portafolletos).  
Sistema de fijación con anclajes ocultos para muro o estructura metálica auxiliar.  
Posibilidad de integrar iluminación LED puntual sobre áreas de exhibición.

### Vistas



### Referencia gráfica



Ilustración 36

Fichas de mobiliario 1-2. Elaboración propia (Castro 2025).

La integración del mobiliario diseñado y especificado en las fichas anteriores constituye un eje fundamental dentro de la propuesta de rediseño interior de la Cooperativa CAJA. Cada pieza, al estar cuidadosamente planificada en términos de ergonomía, funcionalidad y estética, refuerza la eficiencia de las actividades internas y la experiencia positiva de los usuarios.

El empleo de materiales resistentes, herrajes de alta calidad y acabados en color corporativo garantiza no solo la durabilidad y el confort, sino también la transmisión coherente de la identidad institucional en cada detalle del espacio. De esta manera, el mobiliario trasciende su rol operativo para convertirse en un recurso estratégico que conecta los valores cooperativos con la percepción espacial del usuario.

En síntesis, estas fichas no son únicamente descripciones técnicas, sino una herramienta que articula los principios rectores del proyecto con la implementación práctica del diseño, asegurando que la propuesta pueda materializarse de forma eficiente, sustentable y alineada con la filosofía de confianza construida en comunidad.

#### **4.11.1 Dimensiones y materiales**

Cada elemento de mobiliario ha sido definido con medidas exactas que responden a las necesidades funcionales del espacio y aseguran su correcta adaptación al entorno corporativo. Los materiales seleccionados como melamina RH en tonos amaretto mate, MDF enchapado, panel ranurado en blanco nieve y vidrio templado de 10 mm aportan durabilidad, resistencia y un lenguaje estético coherente con la identidad institucional de la Cooperativa.

#### **4.11.2 Propiedades ergonómicas y de uso**

El mobiliario propuesto prioriza la ergonomía y el confort del usuario. Escritorios en L con alturas y profundidades adecuadas permiten posturas correctas y dinámicas de trabajo eficientes; credenzas y archivadores facilitan el orden documental; panelados ranurados y nichos expositivos ofrecen soluciones prácticas de exhibición y comunicación visual. Cada pieza contribuye a optimizar la experiencia laboral, garantizando seguridad, accesibilidad y funcionalidad.

#### **4.11.3 Acabados y colores disponibles**

Los acabados fueron seleccionados con el fin de reforzar la imagen corporativa y generar una atmósfera cálida y profesional. Se incluyen superficies en amaretto mate, blanco nieve, tonalidades en MDF color corporativo y detalles metálicos con perfil. Estos acabados no solo responden a criterios estéticos, sino también a la resistencia al desgaste y facilidad de mantenimiento, aspectos fundamentales en espacios de uso intensivo.

#### **4.11.4 Proveedor o fabricante sugerido**

Para asegurar la factibilidad constructiva, se priorizaron proveedores locales y marcas reconocidas en el mercado ecuatoriano: Imporquivi para MDF enchapado y melamina, Pelíkano para tableros RH, Kerámikos y Graitman en acabados de pisos, así como talleres locales especializados en carpintería y estructuras metálicas. Esta selección garantiza disponibilidad inmediata, soporte técnico y la posibilidad de reposición en el futuro.

#### **4.11.5 Referencias gráficas**

Cada pieza de mobiliario se acompaña de representaciones visuales que ilustran tanto su diseño como su integración en el espacio: renders 3D, fotografías de detalle y diagramas técnicos. Estas referencias permiten visualizar la propuesta de manera clara, constituyendo un apoyo esencial para la toma de decisiones y la validación con el cliente.

## Mobiliario - revestimiento corporativo

| MOBILIARIO                              | DESCRIPCIÓN                                                                                                                                                                                                                    | VALOR                  | CANTIDAD | REFERENCIA                                                                           |
|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Escritorio en L                         | <b>- Tablero</b><br>Medidas: 1.50 x 0.80m<br>Profundidad: 0.50m<br>Materiales: Amaretto mate<br><b>- Cubierta lateral</b><br>Medidas: 1.50 x 0.70m<br>Profundidad: 0.50m<br>Materiales: amaretto mate                          | \$ 380.00              | 6        |   |
| Credenza y detalle nichos decorativos   | <b>- Credenza</b><br>Medidas: 3.35 x 0.90m<br>Profundidad: 0.50m<br>Materiales: Amaretto mate - perfil gola<br><b>- Nicho</b><br>Medidas: 1.90 x 1.00m<br>Profundidad: 0.40m<br>Materiales: MDF color corporativo              | \$ 550.00              | 1        |   |
| Panelado - ranurado                     | <b>- Ranurado</b><br>Medidas: 0.70 x 3.00m<br>Materiales: Ranurado blanco nieve y color corporativo<br><b>- Panelado:</b><br>Medidas: 1.50 x 3.00m<br>Materiales: panelado blanco nieve                                        | \$ 400.00              | 4        |   |
| Exhibidor<br>Nicho decorativo empotrado | <b>- Exhibidor</b><br>Medidas: 0.35 x 2.40m<br>Profundidad: 0.35m<br>Materiales: metal - vidrio 10 mm espesor<br><b>- Nicho decorativo</b><br>Medidas: 0.60 x 2.80m<br>Profundidad: 0.30m<br>Materiales: MDF color corporativo | \$ 250.00<br>\$ 220.00 | 1<br>3   |   |
| Impresora<br>Archivero                  | Medidas: 0.90 x 0.80m<br>Materiales: Amareto matte<br>Perfil gola                                                                                                                                                              | \$ 100.00<br>\$ 230.00 | 2<br>2   |  |

Ilustración 37

Tabla de mobiliario y revestimiento corporativo. Elaboración propia (Castro 2025).

La tabla sintetiza los principales elementos de mobiliario y revestimientos diseñados para el proyecto, especificando dimensiones, materiales, acabados, proveedores y referencias gráficas. Esta organización permite visualizar de forma integral cómo cada pieza responde tanto a criterios funcionales y ergonómicos, como a lineamientos estéticos y de identidad corporativa.

La eficiencia ergonómica se justifica en la adaptación de las dimensiones del mobiliario a las medidas antropométricas promedio de los usuarios, lo que garantiza posturas correctas y disminuye la fatiga física en el trabajo diario. Por ejemplo, los escritorios en L y las credenzas lineales fueron diseñados con alturas estándar que facilitan la manipulación de documentos y equipos, mientras que las sillas gerenciales y de espera cuentan con soporte lumbar y ajustes de altura que reducen el riesgo de lesiones musculoesqueléticas.

De igual forma, la incorporación de superficies accesibles y recorridos libres de obstáculos refuerza la comodidad y seguridad del usuario, optimizando la productividad del personal y la experiencia del cliente. En este sentido, la ergonomía no se entiende como un complemento, sino como un criterio rector que asegura la eficiencia operativa y el bienestar integral en el espacio corporativo de la Cooperativa CAJA.

## 4.12 Factibilidad constructiva y económica

### 4.12.1 Estimación de costos y análisis referencial de proveedores locales

La factibilidad económica del proyecto se plantea desde una perspectiva realista y alineada con el mercado local de Cuenca, garantizando que los materiales y mobiliarios propuestos puedan ser adquiridos en la ciudad o importados a través de distribuidores nacionales.

La estimación de costos se estructura en las siguientes partidas principales:

**4.12.2 Acabados arquitectónicos:** porcelanato 1.20 x 1.20m para piso, pintura institucional en muros, revestimientos en MDF enchapado lacado y melamínico RH blanco nieve, amaderado (amaretto mate) y ranurado en MDF lacado en blanco y color corporativo.

**4.12.3 Iluminación:** paneles LED empotrados, luminarias decorativas colgantes y spots dirigibles y tiras LED.

**4.12.4 Mobiliario:** escritorios ergonómicos, credenzas, nichos decorativos, exhibidores para emprendimiento, sillas gerenciales, módulos de autoservicio, panelería y ranurado en detalles de pared, mesas auxiliares para impresoras y archiveros.

**4.12.5 Equipamiento tecnológico:** pantallas informativas, terminales de autoservicio, cableado estructurado pantallas interactivas para educación financiera, señalética táctil con sensores de iluminación.

El análisis de proveedores considera tanto fabricantes locales como talleres de carpintería especializados en MDF enchapado y melamina de alta presión, proveedores especializados de iluminación y tiendas de distribuidores locales de luminarias. Este enfoque asegura no solo viabilidad económica, sino también soporte técnico y garantía postventa.

## 4.13 Selección general de materiales y acabados

La selección material responde a criterios de durabilidad, coherencia estética e identidad institucional:

**4.13.1 Pisos:** porcelanato neutro de gran formato 60x120 cm, resistente al alto tránsito, en tonos claros para potenciar la luminosidad.

**4.13.2 Muros:** pintura en colores institucionales (azul y burdeos como acentos) combinada con superficies claras para transmitir amplitud y modernidad.

**4.13.3 Revestimientos:** MDF enchapado y melamina RH para áreas de espera y oficinas gerenciales, aportando calidez y solidez visual.

**4.13.4 Textiles:** tapizados en tonos neutros con detalles en color corporativo, resistentes y de fácil mantenimiento.

**4.13.5 Vidrio traslúcido:** en divisiones de oficinas y módulos de atención, equilibrando privacidad y transparencia.

**4.13.6 Iluminación:** luminarias LED de bajo consumo, con acabados metálicos y difusores que aseguran confort visual.

| Materiales          |                                                      |                               |                         |                         |
|---------------------|------------------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Tabla de materiales |                                                      |                               |                         |                         |
| MATERIAL            | DESCRIPCIÓN                                          | PROPIEDADES                   | TONO                    | PROVEEDOR               |
| Porcelanato         | Formato: 1.20x1.20<br>Alto tránsito<br>Espesor: 12mm | Gris claro                    | Craiman                 | \$ 45.00                |
| Melamina            | Formato: 1.22x2.80<br>Plancha RH<br>Espesor: 18mm    | Blanco nieve<br>Amaretto mate | Peliknano<br>Imporquivi | \$ 90.00<br>\$ 100.00   |
| MDF enchapado       | Formato: 2.13x2.44<br>Plancha RH<br>Espesor 18mm     | MDF Berneck                   | Imporquivi              | \$ 90.00                |
| Panel ranurado      | Formato: 2.13x2.44<br>Plancha RH<br>Espesor 18mm     | Laca color corporativo        | Imporquivi              | \$ 120.00               |
| Piso hidraulico     | Formato: área<br>Alto tránsito<br>Espesor: 12mm      | Color corporativo             | Keramikos               | \$ 35.00 m <sup>2</sup> |

*Ilustración 38*

*Tabla de materiales y acabados. Elaboración propia (Castro 2025).*

Esta selección de materiales asegura un balance entre eficiencia económica y calidad estética, alineando el proyecto con los principios de sostenibilidad y durabilidad en el tiempo.

## 5 Resumen ejecutivo para el cliente

### 5.1 Presentación general del encargo

El proyecto corresponde al rediseño interior de la agencia matriz de la Cooperativa CAJA en Cuenca, con un área aproximada de 140 m<sup>2</sup>. El encargo tuvo como propósito alinear la imagen espacial con la identidad institucional, garantizando que el entorno interior transmita modernidad, confianza y cercanía, al tiempo que optimice la operatividad, el bienestar del personal y la experiencia del usuario.

### 5.2 Propuesta sintetizada

**5.2.1 Objetivos:** diseñar un espacio interior corporativo que refleje los valores institucionales de confianza, cercanía y modernidad de la Cooperativa CAJA, optimizando la experiencia de sus usuarios y favoreciendo el bienestar integral y la eficiencia operativa.

**5.2.2 Concepto rector:** “Confianza construida en comunidad”, traducido en un lenguaje espacial que integra transparencia, calidez y ergonomía, generando entornos que fortalecen la relación entre usuarios y la institución.

**5.2.3 Zonificación:** se establecen tres niveles jerárquicos: áreas públicas (recepción, espera, cajas, emprendimientos), áreas semiprivadas (oficinas internas, servicios), y áreas privadas (gerencia, cafetería, baños, bodega y servicios).

**5.2.4 Representación visual:** la propuesta se plasma en planos arquitectónicos, cortes seccionales, axonometrías e infografías aplicadas a renders que muestran materiales, mobiliario, iluminación y circulación.

### 5.3 Infografías y visualizaciones clave

Se elaboraron renders realistas e infografías didácticas que evidencian:

- La ergonomía del mobiliario.
- El sistema de iluminación en cinco capas (focal, tarea, día, ambiente y decorativa).
- La materialidad y paleta cromática institucional.
- Los recorridos experienciales del usuario dentro de la agencia.

## 5.4 Memoria Reflexiva

**5.4.1 Decisiones clave del proceso de diseño:** El proyecto se estructuró a partir de la decisión de vincular la identidad cooperativa con el diseño interior contemporáneo, integrando ergonomía, marketing experiencial e iluminación estratégica. Una decisión fundamental fue optar por un concepto espacial abierto y flexible, que reforzara la confianza mediante transparencia y recorridos claros.

**5.4.2 Obstáculos y soluciones:** Durante el proceso surgieron limitaciones relacionadas con el espacio reducido (140 m<sup>2</sup>), que podían restringir la zonificación. Este reto se resolvió mediante la incorporación de mobiliario modular y la jerarquización visual de las áreas. Asimismo, la necesidad de equilibrar privacidad y transparencia en los módulos de atención se resolvió con divisiones de vidrio traslúcido que permiten resguardar la confidencialidad sin perder apertura visual.

**5.4.3 Aprendizajes obtenidos:** El proyecto permitió comprender la relevancia de integrar el marketing experiencial al diseño interior, mostrando cómo la materialidad, la iluminación y la distribución espacial influyen directamente en la percepción de marca. Además, se reforzó la importancia de planificar bajo criterios de flexibilidad operativa y sostenibilidad, para garantizar espacios duraderos y adaptables a cambios futuros.

**5.4.4 Encuentros y diferencias con proyectos referentes:** La propuesta dialoga con tendencias internacionales como el modelo experiencial de CaixaBank Store o el rediseño de agencias de Bancolombia, que privilegian calidez, biofilia y digitalización. Sin embargo, a diferencia de estos referentes, el proyecto para CAJA se ajusta a la escala local y al contexto cultural de Cuenca, incorporando soluciones adaptadas a la identidad comunitaria y a la economía popular y solidaria.

## 5.5 Conclusiones

“Confianza construida en comunidad”, materializado en ambientes que integran transparencia, calidez y ergonomía. Este principio guía todo el proyecto, asegurando que cada decisión proyectual desde la distribución espacial hasta la selección de materiales y luminarias, contribuya a generar un entorno funcional y humano. En consecuencia, el diseño interior trasciende lo meramente estético y se convierte en una herramienta estratégica para fortalecer la identidad institucional y consolidar la relación de cercanía entre la Cooperativa CAJA y su comunidad.

**5.5.1 Valoración final del proyecto:** El proyecto alcanzó su objetivo de transformar la agencia matriz de la Cooperativa CAJA en un espacio coherente con su identidad institucional, al integrar funcionalidad, estética y experiencia del usuario. La propuesta consolidó un entorno que transmite cercanía, orden y profesionalismo, al tiempo que optimiza la eficiencia operativa y mejora las condiciones laborales del personal.

El diseño interior se demostró como una herramienta estratégica para fortalecer la confianza institucional y la competitividad del sector financiero cooperativo, validando la hipótesis planteada en la investigación.

#### **5.5.2 Posibles mejoras o proyecciones futuras**

**5.5.3 Escalabilidad:** replicar los lineamientos de diseño en otras agencias de la cooperativa, adaptándolos a diferentes contextos y superficies.

**5.5.4 Digitalización:** integrar de manera más amplia tecnologías de autoservicio y señalética interactiva para fortalecer la experiencia del usuario.

**5.5.5 Sostenibilidad:** incrementar la incorporación de materiales reciclados y sistemas de eficiencia energética, en consonancia con tendencias globales de diseño responsable.

**5.5.6 Actualización continua:** revisar periódicamente la propuesta para ajustarla a nuevas demandas del sector financiero y a la evolución de la cultura organizacional de la cooperativa.

## Bibliografía

- Bridgewater. (6 de enero de 2022). *Bridgewater Studio*.  
<https://www.bridgewaterstudio.net/the-ultimate-guide-to-corporate-interiors>
- CAJA. (s.f.). CAJA. <https://www.caja.com.ec/>
- Contreras, C. (2021). *Diseño experiencial en el ámbito del interiorismo comercial a través de las*. Cuenca: DAYA.
- Estudio, B. (2 de junio de 2025). *Bunno Estudio*.  
<https://www.bunnoestudio.com/noticias/importancia-iluminacion-en-la-oficina/>
- Furno, F. M. (25 de Octubre de 2023). *Brandemia* . <https://brandemia.org/branding-espacial-interiorismo-como-activo-de-branding>
- Kaarwan, E. (9 de Julio de 2024). *Importancia de los diagramas de circulación*. Kaarwan Arquitectura: <https://www.kaarwan.com/blog/architecture/the-importance-of-circulation-diagrams-photoshop-guide-architects?id=1023>
- Lucero, P. E. (2020). *SENTIDO DE APROPIACIÓN AL ESPACIO INTERIOR DEL HÁBITAT DOMÉSTICO*. Cuenca: DAYA.
- Lucero, P. E. (2020). *SENTIDO DE APROPIACIÓN AL ESPACIO INTERIOR DEL HÁBITAT DOMÉSTICO*. Cuenca.
- MissColors. (25 de 12 de 2022). *Estudio Creativo Colors*.  
<https://estudiocolors.com/interiorismo-corporativo/>
- Sanchez, F. (17 de abril de 2022). *Tio Vivo Creativo*.  
<https://www.tiovivocreativo.com/blog/arquitectura/interiorismo-sensorial-interiores-con-sentidos/>
- Souza, M. D. (2024). *Espacios que sienten*. <https://www.marcellodesouza.com.br/wp-content/uploads/2024/03/Espacios-que-Sienten-Diseno-del-Bienestar-en-el-Entorno-Organizacional-Rev.-00524-1.pdf>
- Visual, A. C. (20 de abril de 2022). ACO TV. <https://www.acotv.org/es/el-impacto-de-la-luz-en-las-funciones-cognitivas/>
- Yaselga, N. R. (2024). *DISEÑO INTERIOR APLICANDO ESTRATEGIAS DE ILUMINACIÓN*. Cuenca: DAYA.