



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE DISEÑO

ESCUELA DE DISEÑO

**DISEÑO INTERIOR DE
ERCO -COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO S.A.-**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
DISEÑADOR DE INTERIORES**

AUTORAS:

**GABRIELA ELIZABETH ENCALADA ASTUDILLO
ISABEL VALERIA MACHUCA CARPIO**

DIRECTOR:

ARQ. DIEGO JARAMILLO PAREDES

CUENCA – ECUADOR

2007



AUTORÍA

LAS IDEAS Y CONTENIDOS VERTIDOS EN LA PRESENTE TESIS DE GRADO SON DE EXCLUSIVA RESPONSABILIDAD DE LAS AUTORAS.

.....
GABRIELA ENCALADA ASTUDILLO

CARPIO

.....
ISABEL MACHUCA

CUENCA, 29 DE JUNIO DEL 2007



INTRODUCCIÓN

EN LA ACTUALIDAD, LA COMPETENCIA ENTRE LAS EMPRESAS ES CADA VEZ MAYOR, POR ELLO SE BUSCA INCLUIR SERVICIOS ADICIONALES A LOS PRODUCTOS QUE SE OFRECEN, A FIN DE DAR UNA IMPORTANCIA ESPECIAL AL POSICIONAMIENTO DE LAS COMPAÑÍAS EN LA MENTE DEL CONSUMIDOR. LO CUAL SE LOGRA A TRAVÉS DE SU IMAGEN PROYECTADA POR MEDIOS VISUALES, TÁCTILES Y AUDITIVOS, CONSIGUIENDO ASÍ QUE EL ‘PÚBLICO-OBJETIVO’ TENGA UNA IDEA CLARA QUE LA DIFERENCIE DE LAS DEMÁS.

POR LO TANTO, LA IDENTIDAD CORPORATIVA TIENE COMO PRINCIPAL OBJETIVO QUE CADA UNO DE LOS ASPECTOS QUE SE MANEJAN DENTRO DE LA EMPRESA, LE IDENTIFIQUEN COMO UN TODO ÚNICO, INTERNA Y EXTERNAMENTE. DE ALLÍ QUE SE DEFINE A LA IDENTIDAD CORPORATIVA COMO LA PERSONALIDAD ÚNICA DE CADA EMPRESA.

EN CUANTO A LOS FACTORES CON MAYOR INFLUENCIA EN EL DESENVOLVIMIENTO DEL SER HUMANO, UNO DE LOS MÁS IMPORTANTES ES EL ‘ENTORNO DEL LUGAR DE TRABAJO’. UNA PERSONA LABORARÁ MEJOR EN UN BUEN LUGAR DE TRABAJO, EN UN SITIO EN DONDE SE SIENTA CÓMODA Y TRANQUILA. POR ESO QUE ES NECESARIO HACER UN ANÁLISIS PROLIJO DE DICHO ENTORNO PARA ASÍ TENER CLARAS CUÁLES SON SUS NECESIDADES Y, A PARTIR DE ELLAS, PROPONER UN ESPACIO CONFORTABLE.

ERCO- COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO- ES UNA EMPRESA QUE ESTÁ CONCIENTE DE ESTA NECESIDAD, Y POR ELLO HEMOS DECIDIDO APLICAR LOS CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIAS ADQUIRIDOS EN NUESTRA CARRERA UNIVERSITARIA, QUE SE CONCRETAN EN UN “MANUAL DE DISEÑO INTERIOR” PARA SUS OFICINAS, INCLUYENDO



LOS ASPECTOS INDISPENSABLES PARA LA CREACIÓN DE UN SISTEMA TECNOLÓGICO VERSÁTIL PARA LA EXPOSICIÓN DE SUS PRODUCTOS.

COMENZAMOS NUESTRO TRABAJO CON UN DETENIDO ANÁLISIS DE LAS OFICINAS ACTUALES, GRACIAS AL APOYO DEL DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS, POR MEDIO DE ENTREVISTAS, ENCUESTAS, OBSERVACIÓN ‘IN SITU’, MEDICIONES, Y ESTUDIO DE LA IMAGEN GRÁFICA DE LA EMPRESA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL. CON ESTA BASE, DESARROLLAMOS LA “PROPUESTA DE DISEÑO” APOYADA EN EL ARTE CINÉTICO Y EN EL OP ART.

ES NECESARIO DESTACAR QUE TANTO EL ARTE CINÉTICO COMO EL OP ART SON TENDENCIAS CONTEMPORÁNEAS QUE TIENDEN A PRODUCIR EN EL ESPECTADOR UNA SENSACIÓN DE MOVIMIENTO E INESTABILIDAD, LO CUAL HEMOS APLICADO SUTILMENTE CON EL USO DE FORMAS REPETITIVAS EN EL ESPACIO Y BUSCANDO CONTINUIDAD ENTRE SUS PARTES. A ESTOS CONCEPTOS SE ADICIONÓ EL USO DE ELEMENTOS CARACTERÍSTICOS DE LA EMPRESA EN CUANTO A FORMAS Y COLOR PARA, DE ESTA MANERA, CREAR UNA “PROPUESTA” QUE CUMPLA CON LAS EXPECTATIVAS EN CUANTO A SU IMAGEN CORPORATIVA.



DEDICATORIA

GRACIAS A DIOS Y A LA VIRGEN MARÍA POR HABER ESTADO CONMIGO DURANTE LOS CUATRO AÑOS DE MI CARRERA.

DEDICO A MIS PADRES Y HERMANOS, QUIENES HAN ESTADO CONMIGO APOYÁNDOME EN EL DESARROLLO DE LA PRESENTE TESIS, Y A LA MEMORIA DE MI PRIMO FABI. ESTE TRIUNFO ESPECIALMENTE VA DEDICADO A TI.

DEDICO A TODAS LAS PERSONAS QUE CONFIARON EN MÍ.

GABRIELA ENCALADA ASTUDILLO



DEDICATORIA

GRACIAS, DIOS MÍO, Y A TI, VIRGEN MARÍA, PORQUE ME HAN PROTEGIDO Y PERMITIDO CULMINAR EXITOSAMENTE ESTA ETAPA DE MI VIDA ...

DEDICO ESTE TRABAJO A MIS PADRES Y HERMANOS PORQUE ME HAN APOYADO Y VALORADO MI ESFUERZO DIARIO. A MI TÍA IRMA, MI SEGUNDA MADRE, POR SU APOYO A LO LARGO DE MI CARRERA; Y A LA MEMORIA DE MI TÍO REMIGIO.

ISABEL MACHUCA CARPIO



AGRADECIMIENTOS

GRACIAS A DIOS Y A LA VIRGEN MARÍA POR HABERNOS PERMITIDO CULMINAR CON ÉXITO ESTA NUEVA ETAPA DE NUESTRAS VIDAS, SOBRE TODO CON SALUD, YA QUE SIN SU LUZ Y GUÍA NADA DE ESTO HUBIERA SIDO POSIBLE.

GRACIAS A NUESTROS PADRES Y HERMANOS POR DARNOS SU CARIÑO Y APOYO A LO LARGO DE LA CARRERA.

GRACIAS A NUESTRO DIRECTOR DE TESIS, ARQ. DIEGO JARAMILLO PAREDES; A NUESTROS TUTORES: DIS. GENOVEVA MALO Y ARQ. MANUEL CONTRERAS; A NUESTRO DECANO, ARQ. LEONARDO BUSTOS CORDERO; A LOS PROFESORES, QUIENES HAN SIDO NUESTROS GUÍAS Y NOS HAN COMPARTIDO GENEROSAMENTE SUS CONOCIMIENTOS.

GRACIAS A “ERCO - COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO S.A.”, EN LAS PERSONAS DE: SRTA. MARÍA CRISTINA ELMIR, LIC. MARIANA MACHUCA CARPIO, E INGS. FABIÁN JERVES Y CLAUDIO PEÑAHERRERA, POR HABERNOS FACILITADO REALIZAR LAS ACTIVIDADES REQUERIDAS PARA NUESTRO TRABAJO.

GRACIAS A NUESTROS FAMILIARES, AMIGOS Y COMPAÑEROS DE AULA POR HABER ESTADO JUNTO A NOSOTRAS.

GRACIAS RECÍPROCAS A LAS AUTORAS DEL TRABAJO POR LA PACIENCIA Y DEDICACIÓN.

¡GRACIAS, INFINITAS GRACIAS!



INDICE DE CONTENIDOS

Responsabilidad	II
Introducción	III
Dedicatoria	V
Agradecimiento	VII
Índice de contenidos	VIII
Índice de anexos	X
Resumen	XI
Abstract	XII

CAPÍTULO 1

1.1. Diseño interior	1
1.2. Imagen Corporativa	2
1.3. Relación Diseño Interior – Imagen Corporativa	14

CAPÍTULO 2

2.1. ERCO	17
2.1.1 Visión	18
2.1.2 Principios de la compañía	19
2.1.3 Denominaciones	19
2.1.4 Slogans	19
2.2 Análisis de la imagen corporativa	20
2.2.1 Imagen gráfica	20
2.2.2 Imagen internacional	22
2.2.3 Análisis del diseño interior	24
2.3. Estudio de la percepción que tienen los empleados de la fábrica a cerca de la Imagen Corporativa	31
2.4. Conclusiones	33



CAPÍTULO 3

3.1 Condicionantes de diseño	35
3.1.1 Condicionantes funcionales	35
3.1.2 Condicionantes tecnológicas	36
3.1.3 Condicionantes expresivas	36
3.2 Criterios de diseño	36
3.2.1 Criterios funcionales	36
3.2.2 Criterios tecnológicos	38
3.2.3 Criterios expresivos	38

CAPÍTULO 4

4.1. Arte cinético	42
4.2. Op art	42
4.3. La empresa	43

CAPÍTULO 5

5.1. Diseño interior: Oficinas de Recursos Humanos	44
5.1.1. Presupuesto	55
5.2. Diseño de un sistema tecnológico: sistema de exhibición de productos	58
5.2.1. Propuesta rectangular	58
5.2.2. Propuesta L	60
5.2.3. Propuesta E	61
5.2.3.1. Presupuesto	63

Conclusiones

Bibliografía

Anexos



ÍNDICE DE ANEXOS

- ANEXO 1: FORMULARIO DE ENCUESTA
- ANEXO 2: TABULACIÓN DE DATOS
- ANEXO 3: PREGUNTAS REALIZADAS EN LAS ENTREVISTAS
- ANEXO 4: DETALLE DE LAS ENTREVISTAS
- ANEXO 5: PRECIOS UNITARIOS DE LAS OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS
- ANEXO 6: PRECIOS UNITARIOS DEL SISTEMA TECNOLÓGICO VERSÁTIL (PROPUESTA E)



RESUMEN

EL OBJETIVO DE ESTE TRABAJO DE TESIS ES PROPONER UN PROYECTO DE DISEÑO INTERIOR PARA LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO EN LA CIUDAD DE CUENCA, A PARTIR DE SU IMAGEN CORPORATIVA Y EN CONCORDANCIA CON LOS ELEMENTOS QUE LA DEFINEN.

EL PROYECTO DE DISEÑO SE CONCRETA EN EL MANUAL DE DISEÑO INTERIOR QUE CONTEMPLA ELEMENTOS DE CONSTANCIA Y ESTABLECEN RASGOS DE VARIEDAD, LA APLICACIÓN DEMOSTRATIVA EXPRESADA EN EL DISEÑO DE LAS OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS Y ADEMÁS EN LA CONCRECIÓN DE UN SISTEMA TECNOLÓGICO VERSÁTIL PARA LA EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS. LA PROPUESTA SE SUSTENTA CONCEPTUALMENTE EN LOS MOVIMIENTOS ESTÉTICOS OP ART Y ARTE CINÉTICO PUESTO QUE ÉSTOS SOBRESALEN EN LA IMAGEN GRÁFICA DE LA COMPAÑÍA.

EL TRABAJO COMPRENDE UN DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA, INVESTIGACIÓN DEL MERCADO, ANÁLISIS DE LA IMAGEN GRÁFICA Y FINALMENTE LA PROPUESTA DE DISEÑO QUE INCLUYE LOS PLANOS REQUERIDOS, ESPECIFICACIONES TÉCNICAS Y PRESUPUESTO.



ABSTRACT

THE OBJECTIVE OF THIS MONOGRAPH IS TO PROPOSE AN INTERIOR DESIGN PROJECT FOR THE ECUADORIAN RUBBER COMPANY IN CUENCA, CONSIDERING ITS CORPORATIVE IMAGE IN ACCORDANCE TO THE ELEMENTS THAT DEFINE IT.

THE DESIGN PROJECT TAKES SHAPE IN AN INTERIOR DESIGN MANUAL WITH ELEMENTS OF EVIDENCE AND THE ESTABLISHMENT OF CHARACTERISTICS OF VARIETY, THE DEMONSTRATION OF THE DESIGNS APPLICATIONS IN THE PERSONNEL DEPARTMENT AND IN ADDITION, THE USE OF A VERSATILE TECHNOLOGICAL SYSTEM FOR THE DISPLAY OF THEIR PRODUCTS. THE CONCEPT OF THE PROPOSAL IS SUSTAINED IN THE AESTHETIC OP ART AND KINETIC ART MOVEMENTS, WHICH ARE OUTSTANDING FEATURES OF THE GRAPHIC IMAGE OF THE COMPANY.

THIS WORK INCLUDES A DIAGNOSTIC OF THE COMPANY, A MARKET INVESTIGATION, AN ANALYSIS OF THE GRAPHIC IMAGE, AND FINALLY A PROPOSAL OF THE DESIGN WHICH INCLUDES THE REQUIRED PLANS, TECHNICAL SPECIFICATIONS, AD THE BUDGET.

CAPITULO I: REFERENCIAS TEÓRICAS

En este capítulo, nuestra intención es entender todo lo relacionado con los temas de los cuales trataremos en esta tesis: Diseño Interior, Imagen Corporativa y la relación existente entre ellos; para de esta manera tener un enfoque claro hacia los capítulos siguientes.

1.1. Diseño interior

El diseñador tiene como materia prima de trabajo el manejo del espacio, al cual se lo debe adaptar y modificar según las necesidades y medios que posea el cliente, buscando siempre la mejor solución espacial, funcional, tecnológica, morfológica y económica.

En el Diseño Interior intervienen una serie de factores y variables. Éste se preocupa por buscar la significación del espacio, crear una estructura conceptual en la que se basará y darle un lenguaje y representación. Además se preocupa por mantener proporciones, dimensiones y sobre todo se preocupa por el detalle técnico en su concreción. Ver figura 1.1.

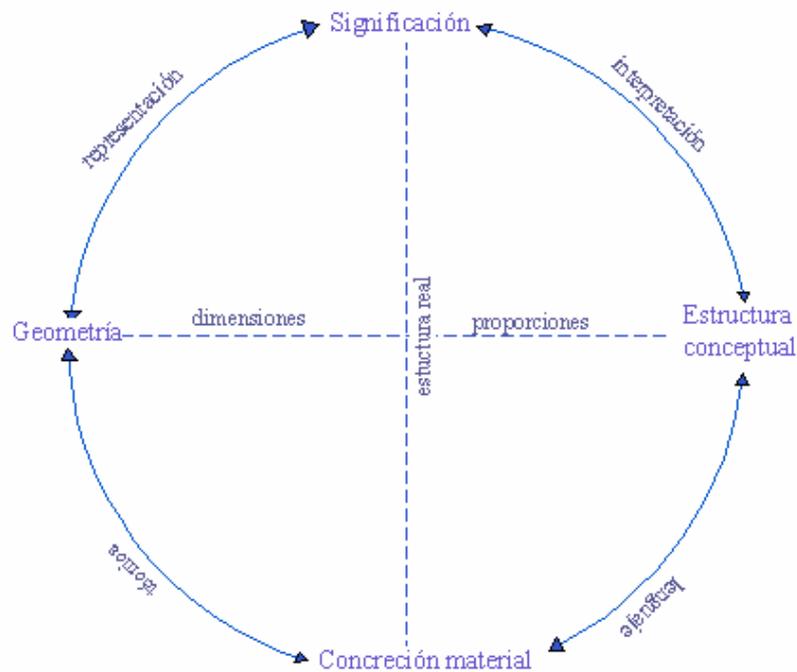


Figura 1.1 Relación de Factores y Variables que intervienen en el Diseño Interior

Factores de Diseño:

- Significación es un factor, el uso que se le va a dar al espacio.
- Geometría es el espacio dado por la arquitectura.
- Concreción material se refiere disposición física.
- Estructura Conceptual es la idea generadora, la idea matriz – básica o la manera en la que se interpreta el espacio.

1.2. Imagen Corporativa¹

Para el desarrollo de la presente tesis nos será de mucha importancia conocer a fondo este tema el cual es esencial para cumplir con el objetivo de proponer un diseño que identifique a la Compañía Ecuatoriana del Caucho.

¹ Al respecto ver: CASTILLO, Cristian. “Gestión Estratégica de la Imagen”. s.ed. s.l. s.f.

La identidad de las empresas se basa en la forma en que ellas se ven a sí mismas.

Así lo expresa Nelson Reinoso: “La identidad es cómo se ve a sí misma la institución, es decir, casa adentro; es un examen de conciencia si se quiere”¹.

La Identidad Corporativa habla de la personalidad de la empresa cuando dice que es la autorepresentación y el comportamiento. La empresa ha sido planificada estratégicamente e implementada en un tiempo determinado y siempre de acuerdo a su filosofía, sus objetivos y la imagen que desea que la gente perciba de ella, basándose para ello en todos los recursos de la organización que la mostrarán como un todo único invisible, tanto dentro como fuera de ella.

En pocas palabras: la identidad de las organizaciones es todo dentro de ellas, se la percibe en todo momento y a toda hora. Como dice Henrion: “Todo lo que una empresa tiene, hace y dice es una expresión de imagen corporativa”².

Esta identidad se forma a partir de la interiorización de la empresa con respecto a lo que en realidad es, exige que la empresa tenga plena conciencia de lo que es para poder proyectarlo hacia su público. Una imagen de una empresa que no tiene claramente definidos y aceptados como propios, ciertos atributos específicos, que la identifiquen como un todo, único y diferenciado de otros entes jurídicos. La identidad de las organizaciones se forma en el día a día en la suma de historias que la propia institución va escribiendo.

“La identidad Corporativa es un poderoso instrumento, que permite a la empresa comunicar cambios, nuevos rumbos y rasgos diferenciadores. Su importancia reside

¹ REINOSO, Nelson. (Es director de la escuela de publicidad de la Universidad Tecnológica equinoccial, además es consultor independiente para diferentes organizaciones y es Master por la Universidad de Madrid España. La respuesta la dio en una entrevista realizada en Quito en el mes de abril). En CASTILLO, Cristian. “Gestión Estratégica de la Imagen” s.ed. s.l. s.f. pp. 3.

² HENRION, F. H. K. “Imagen Corporativa” En CASTILLO, Cristian. “Gestión Estratégica de la Imagen” s.ed. s.l. s.f. pp. 4.

precisamente en que de todo lo que hace una empresa, la comunicación es lo más difícil”¹.

La Identidad Corporativa será transmitida por todos con las mismas palabras, en los mismos términos, incluso con los mismos gestos. Logra que los públicos objetivo tengan una idea clara de la compañía, sin confusiones y con diferenciaciones claras con respecto a la competencia.

La imagen corporativa es la forma en que se representa una empresa en la mente de un cliente cuando éste escucha su nombre, y esta representación surge a raíz de las diferentes formas que tiene el mencionado cliente de relacionarse con la empresa.

La imagen es algo que tiene trascendencia en cuanto se percibe por el público, es decir, se produce al ser recibida. Una organización puede transmitir un mensaje sobre sí misma a sus

empleados, sus inversores, a sus clientes y a todo su público, dentro y fuera de ella. Es posible incluso que desee transmitir una imagen especial sobre sí misma, pero lo importante es la recepción de dicho mensaje.

Es por ello que una empresa para enamorar a su público siempre debe mostrarse igual, repetir el mensaje de quien es; así, la repetición de la imagen única produce capitalización de la notoriedad.

Imagen de la compañía:

La gente tiende más a atribuirle características negativas a lo desconocido. En este caso podría decirse que la familiaridad produce satisfacción; satisfacción en cuanto a la aceptabilidad de una compañía como recurso.

¹ TOWNSEND, Nick. De Landor Associates Inc. Citado por IND, Nicholas Op cit. pp.11 En CASTILLO, Cristian. “Gestión Estratégica de la Imagen” s.ed. s.l. s.f.. pp. 6.

Seis factores que controlan la imagen de la compañía

La imagen de una compañía es gobernada por estos seis factores. Esto es controlable en cierta medida:

1. *La realidad de la compañía misma.* El tamaño de la compañía, su estructura, la industria a la que pertenece, los productos que fabrica o los servicios que presta son todos la materia prima que contribuye a forjar la imagen.
2. *La medida en que la compañía y sus actividades hagan noticia.* Lo que la compañía hace puede ser interesante, y ésta puede afectar de manera importante y positiva la vida de las personas a través de productos y servicios o puede hacer contribuciones importantes a la sociedad, que sean objeto de noticia. En sentido negativo, igualmente pueden hacer noticia los productos deficientes, el rechazo de productos, el fracaso financiero o las transgresiones sociales o ambientales.
3. *Diversidad de la compañía.* Mientras más variadas y diversas sean las actividades de la compañía, más diversos serán los mensajes que emita.
4. *Esfuerzo de comunicaciones.* Las compañías que gastan dinero forjando su imagen, terminan siendo más conocidas y usualmente con una reputación más positiva.
5. *Tiempo.* El establecimiento de cualquier reputación implica un proceso de edificación. Las buenas corporaciones lucen bien con el tiempo; su imagen, forjada a través de los años, será mucho más duradera.
6. *Desvanecimiento de la memoria.* El desvanecimiento de la memoria, o tendencia del público a olvidar, es mucho más rápido de lo que la gente imagina. Por ello siempre se ha de estar pendiente de un buen mantenimiento en todo lo que este relacionado con la imagen de la empresa.

En la figura 1.2 puede verse cómo se interrelacionan estos seis factores para crear una imagen corporativa.

	Medida en					Desvaneci-
	que las		Diversidad		Esfuerzo	miento
Realidad	actividades					
Imagen						
de la	+	de la	÷	(Falta de	x	de comuni-
la		compañía		cohesión)		x Tiempo -
compañía						de la
compañía						=
						de
		hagan				
		noticia				

Figura 1.2 Ecuación de la imagen corporativa

Comunicación corporativa

Consideramos muy importante el concepto de comunicación corporativa ya que ésta se logra a través de varios elementos que constituyen la empresa siendo uno de ellos el diseño interior.

La comunicación se concentra en lograr que todos los referentes, a través de los cuales los públicos podían tener contacto con la empresa, transmitan siempre el mismo mensaje. Esto se logra siempre que se tenga una comunicación corporativa trabajando a todo vapor y garantiza que el público se genere una imagen basada en la identidad de la compañía.

En conclusión, la comunicación corporativa debe proyectar una idea clara de lo que es y de lo que persigue la compañía.

Componentes más representativos

El nombre: es el primer referente de la personalidad de una empresa. El nombre dice cómo es, qué inclinaciones tiene y a qué se dedica.

Algunas veces los nombres necesitan ser ligeramente actualizados sin perder su esencia, evolucionados hacia formas más sencillas y reconocidas que partan de la raíz original y que complementen el proceso de desarrollo empresarial para refrescar la imagen de las empresas sin perder su esencia. Para ello se ha de tener mucha seguridad del paso que se está tomando ya que estos cambios suelen ser riesgosos.

La marca: la marca de fábrica es un símbolo, el medio más esencial por el que la empresa se manifiesta visualmente. Es una señal: “usted está tratando con nosotros, con nuestros productos o nuestros servicios”¹.

Logotipo: el nombre de la empresa se escribe de una determinada forma conjugando en ocasiones ciertos rasgos y elementos simbólicos que representan a la compañía.

Un símbolo corporativo siempre debe tener relación con determinado contexto que posiblemente le dé otras connotaciones distintas a ciertos rasgos.

La historia: las compañías, durante todos los años de trabajo, atraviesan etapas que hacen que la personalidad se fortalezca. Conforman toda una historia de la empresa que la va forjando con determinadas características para dar como resultado su personalidad. Todos estos elementos están presentes en la vida diaria.

La historia permite a la organización saber cómo ha ido evolucionando su personalidad, desde la época en que era una empresa “bebé” hasta los días en que se convirtió en toda una adulta.

¹ HENRION, F.H.K. Op. Cit. pp. 168 En CASTILLO, Cristian. “Gestión Estratégica de la Imagen” s.ed. s.l. s.f. pp. 15.

La cultura: la cultura organizacional es “un conjunto de características combinadas, acopladas y aceptadas dentro de una organización en donde sus individuos comparten valores, creencias y los principios fundamentales que constituyen los cimientos de una organización en un medio ampliamente competitivo y de supervivencia que demanda cambios”¹.

Los medios de comunicación de la identidad (cómo se percibe la identidad)

De la gráfica hasta la indumentaria del personal, de la arquitectura y el ambiente interior hasta las relaciones humanas y estilos de comunicación verbal, de los recursos tecnológicos hasta las acciones parainstitucionales, todos los medios corporativos, materiales y humanos devienen en portavoces de la identidad del organismo, o sea, canales de imagen.² Así la identidad corporativa influye tanto en manifestaciones visuales como expresiones no visuales.

Por esta razón, tenemos que la identidad corporativa se percibe a todas horas y a través de tres grandes canales que son:

- Visuales, como el logotipo, la vestimenta, arquitectura exterior o interior.
- Auditivos, como la contestadota telefónica, el jingle, el lenguaje, el teléfono.
- Presenciales, como el trato de los dependientes de almacén.

Todo parte de la percepción

La percepción es el modo en el que la realidad aparece ante el cerebro, es el proceso psicológico fundamental sin el que no existirían ni aprendizaje, ni memoria, ni pensamiento.

¹ GARCIA, Eliana. Tesis: “Valores Corporativos que conforman la Cultura Organizacional de las Instituciones Bancarias grandes y medianas de la Ciudad de Quito” Pontificia Universidad Católica del Ecuador. 1997. En CASTILLO, Cristian. “Gestión Estratégica de la Imagen” s.ed. s.l. s.f. pp. 22.

² CHAVES, Norberto. “La Imagen Corporativa, Teoría y Metodología de la Imagen Institucional” 1994. pp. 14 En CASTILLO, Cristian. “Gestión Estratégica de la Imagen” s.ed. s.l. s.f. pp. 31.

El proceso de percepción de nuestra realidad involucra a todos nuestros sentidos. Si no percibimos la identidad de las organizaciones, éstas no existirán y muy probablemente nos dará exactamente igual entrar en uno u otro lugar.

Percibir la identidad por medios visuales

El color: Henrion define al color como un fenómeno óptico con un fuerte efecto asociativo y psicológico y por lo tanto, agrega, debe ser un componente primario del estilo de empresa, incluso cuando se le deja de lado y se usa el blanco y negro¹ dado que este efecto psicológico permite a las compañías hacer que los clientes las sientan como algo más personal. Esto es lo que hace que el color sea primordial en el estudio de la identidad corporativa.

Un buen color corporativo, hace que el público sienta a la empresa, no como algo lejano, sino más bien, como algo muy cercano y propio.

Un color bien utilizado permite que la atención se mantenga por más tiempo.

El Diseño: un buen diseño facilita la aceptación de los clientes. Propone una imagen que cumpla con lo que la empresa espera transmitir, basándose en su propia personalidad como institución.

“El diseño surge por necesidad de ajuste del imaginario a los procesos de la realidad industrial; por lo tanto, cuando el diseño dice “diseñar la imagen” no hace sino satisfacer un ciclo evolutivo completo al cobrar conciencia de su propia identidad”².

El diseño busca la diferenciación de las empresas en base de rasgos, colores y formas que son el resumen de lo que la empresa es, y de allí su importancia capital a la hora de transmitir la identidad de una organización.

¹ HENRION, F. H. K. Op cit. pp. 172 En CASTILLO, Cristian. “Gestión Estratégica de la Imagen” s.ed. s.l. s.f. pp. 34.

² CHAVES, Norberto. Op. cit. pp. 35 En CASTILLO, Cristian. “Gestión Estratégica de la Imagen” s.ed. s.l. s.f. pp. 37.

El trabajo del diseño empieza por determinar un equilibrio entre elementos dominantes para establecer una jerarquía que promueva la estabilidad y la claridad visuales. Es por ello que el diseño, dentro de un programa de identidad, consiste en comunicar la identidad de la empresa.

Se debería dejar a un lado la costumbre arraigada de pensar que un buen diseño es un diseño lindo, pues en realidad, un buen diseño es el que comunica la identidad de la compañía tal como es sin ambigüedades ni confusiones.

Al proceso de diseño le corresponde el importante papel de crear una representación visual que indique lo que significa una empresa. También le corresponde la función de representar un centro de atención para los dirigentes y empleados de la misma, así como la de comunicar un mensaje coherente a clientes, analistas financieros y proveedores. De esta forma, el diseño es responsable de ser entendido por todos los públicos internos y externos, directos e indirectos de la compañía.

Los Uniformes: la vestimenta que los empleados utilizan dice mucho de la compañía. La utilización adecuada de los colores con respecto a los de la marca, su adecuado estilo y la forma en que es, complementado por otros accesorios facilita la proyección de una imagen acorde con la identidad propia de la empresa.

La Publicidad: “la publicidad no es la parte más importante de la Identidad corporativa pero es la que está en más contacto con la gente”¹.

En términos publicitarios, hablamos de posicionamiento cuando nos referimos al trabajo que debe cumplir la publicidad. Por ello decimos que la campaña tal debería procurar que el posicionamiento de tal producto en la mente de los consumidores sea este determinado.

¹ BOHORQUEZ, Jorge. Entrevista. En CASTILLO, Cristian. “Gestión Estratégica de la Imagen” s.ed. s.l. s.f. pp. 41.

La Arquitectura: sin duda la arquitectura y el diseño interior expresan la identidad corporativa como cualquier otro factor y tienen la misma importancia que tienen cada uno de ellos. Incluso aquí se percibe la identidad de las organizaciones a través de otros medios que son más sutiles, como la música ambiental o la fragancia escogida para darle a las instalaciones un toque personal.

El edificio o complejo tiene un efecto de emisión de señales sobre los visitantes o quienes pasan por allí a partir de la manera en que se hace visible la identidad de los ocupantes. Con esto se pretende agregar que los miembros de las instituciones son quienes “deciden” como se verán sus oficinas, y en ellas muestran el conjunto de los rasgos que los diferencian de los demás a través de su identidad corporativa.

La Escritura: la importancia que se le brinda a este aspecto es sin duda enorme y es algo positivo porque deja entrever una preocupación por sobre cómo nos verán los clientes. Sin embargo, esta labor es incompleta si es que no se define además el estilo uniforme que deberán llevar todos los materiales de correspondencia de la nueva compañía.

Existen dos aspectos dentro de la escritura que valen la pena ser mencionados: el estilo, en su forma y contenido, y la tipografía utilizada. Estos aspectos son visibles a toda hora en las cartas, memos y reportes que dentro de la organización circulan y sin embargo muchas veces suele suceder que tienen distinta forma o distinto tipo de letra dependiendo de quien es el responsable del documento.

Percibir la identidad por medios auditivos

El Jingle: es conocido también como logo musical o logo audio. Se trata de dotar de música a un eslogan de tal forma que se posicione en la mente de los consumidores. Su característica principal es que debe tener la capacidad de ser reconocible y siempre recordable.

El Lenguaje: el lenguaje que utiliza una empresa nos dice mucho sobre ella. Es muy importante tanto en los programas de identidad como en el diseño, y no hay duda de que tiene una fuerza considerable para definir el tono en que se expresa una organización.

El Teléfono: el uso de las centrales PBX y las contestadoras automáticas permiten que este medio de comunicación pueda ser controlado de manera más fácil, y por lo tanto puede asegurar una uniformidad en la comunicación de la identidad de la organización.

Percibir la identidad a través de su personal

La Cultura Organizacional: en las oficinas todo el personal trabaja todo el tiempo, sin descanso y con una sola cosa en mente: calidad. Para ellos, es la primera palabra que mencionan, y es lo primero que piensan cuando hacen una tarea.

La cultura organizacional es un mecanismo instrumental de reducción del carácter equívoco para los miembros de la organización, lo que les da un sentido de orden al interpretar la gran cantidad de procesos, metas y predicamentos de organización que encuentran.

La comunicación no verbal: la parte visible de un mensaje es tan importante como la audible. La comunicación no verbal es más que un simple sistema de señales emocionales, ya que en realidad no puede separarse de la comunicación verbal. Ambas están estrechamente vinculadas entre sí.

Los Gestos: la comunicación no verbal a través de los gestos es muy importante dentro de las organizaciones ya que la expresión gestual, con los gestos y movimientos faciales y corporales, comunica estados de ánimo y de disposición, cualifica actitudes, traduce sentimientos e intenciones, transmite comunicaciones codificadas, advierte, previene, impone, prohíbe, etc.

El Rostro: el rostro humano es una gran fuente de información: en la observación, en el silencio, en el sueño, en el momento mismo de la muerte, cuando alguien nos está vendiendo algo, cuando nos está solucionando un problema, cuando nos está mostrando un nuevo producto. Siempre hablamos con el rostro, aunque no lo aceptemos o no nos demos cuenta de ello por ser tan poco consciente el manejo de nuestras expresiones faciales.

La Mirada: una mirada amigable y prolongada, acompañada de una sonrisa sincera, hará que usted se sienta más cómodo a la hora de acercarse a un dependiente de un almacén para preguntarle sobre el precio de tal o cual producto.

La Postura: la forma en que la secretaria está sentada en el sillón, o la manera en que el gerente de la organización se mantiene al estar en pie, dicen mucho de la organización. Independientemente de que la postura es una clave acerca del carácter individual de las personas, es también una expresión de la actitud con la que las organizaciones asumen el día a día.

El conjunto de estos medios visuales, auditivos y personal, están estrechamente relacionados y todos tienen una gran importancia al momento de crear una identidad corporativa.

Comunicar la filosofía de la compañía

Mientras más simple sea el tema, mientras más claro sea el enfoque, mayor será el efecto del enunciado de la misión en la determinación de la cultura de la corporación. Tiene que mantenerse el justo límite entre lo que es suficiente y lo que es demasiado.

Un libro de presentación que refleje la misión y el estilo de la compañía es una realización sólida que pone a una empresa muy por delante de muchas otras.

Estudios de la moral

Las encuestas a empleados pueden ser una manera fructífera de descubrir áreas problemáticas en las comunicaciones. Descubrir las opiniones, las actitudes, el grado de satisfacción y el conocimiento básico de los empleados con respecto a la compañía, no sólo es un activo valioso para el departamento de recursos humanos y una ayuda para el manejo de la productividad, sino también una prueba importante para las comunicaciones.

El hecho mismo de invitar a los empleados de rango y rasos a dar sus conceptos sobre situaciones industriales, condiciones de la compañía, intereses sociales, etc., es una expresión clara de que la gerencia respeta sus opiniones. Ello puede ser un incentivo moral.

1.3. Relación Diseño Interior – Imagen Corporativa

Creemos que el tema del interiorismo relacionado con la imagen corporativa de una compañía es uno de los aspectos más importantes, ya que el público está en un permanente contacto con las inmediaciones de oficinas, supermercados, tiendas, centros comerciales, etc., y deben sentir a través del diseño interior la fuerza de su imagen para que de esta manera su posicionamiento sea mayor en la mente del consumidor y su imagen esté totalmente definida.

La cultura corporativa y sus aspectos

Una empresa puede conseguir un buen índice de ventas en el mercado e incrementar su volumen de ingresos a través de su imagen corporativa, y darse a conocer por todo el mundo si transmite una buena imagen. De la misma manera puede crearse el efecto contrario, puede llegar a desaparecer si su imagen no es satisfactoria.

Como se ha dicho anteriormente, algunos de los aspectos que debemos tener en cuenta a la hora de crear una imagen corporativa serán los siguientes: comunicación visual, el diseño y lanzamiento del producto, interiorismo y arquitectura corporativa.

La comunicación visual de la identidad: este apartado, trata de recoger todas las medidas gráficas del diseño, a lo que denominamos “El Manual Corporativo de la Empresa”. Existen manuales especializados en el área gráfica, dentro de los cuales se desarrolla el diseño del logotipo, los colores utilizados, el anagrama, la tipografía utilizada, test de reducción del logotipo, el diseño y aplicación de todos los elementos corporativos, tarjeta de visita, sobres, papel de carta, cd Roms, camisetas, papel de embalaje, cajas etc.; así como también podemos encontrar manuales de diseño interior en los cuales se detalla tanto las constantes como las variables que se tomarán en cuenta al momento de diseñar un espacio en cuanto a piso, cielo raso, panelería, mobiliario, iluminación, etc.

A este tipo de manuales corporativos constan todos los elementos que intervienen tanto a nivel interno de la empresa como externo y también se los suele denominar La Biblia del diseño de la Empresa.

El Estilo: los estilos diferencian a las marcas de otros productos y servicios, y facilitan la distinción de varias líneas de productos.

La estimulación de un sentido por otro sentido, se denomina sinestesia, fenómeno que integra elementos primarios, tales como formas, texturas, aromas, colores, materiales, etc., todo ello expresa un estilo estético.

Es importante que en todos los diseños que realiza una persona, se encuentre identificado su estilo; aunque éstos, a veces deban integrarse a las exigencias de una empresa, siempre quedará fijado en todos los buenos diseños el estilo de la persona que los hizo.

Historia del Color y sus Principios Básicos: el color nos produce muchas sensaciones, sentimientos, diferentes estados de ánimo, nos transmite mensajes, nos expresa valores, situaciones y sin embargo no existe más allá de nuestra percepción visual.

Interiorismo y la arquitectura corporativa

El interiorismo corporativo son todos los lugares o espacios donde se anuncian y venden los productos que fabrica y distribuye una empresa. Oficinas, supermercados, grandes centros comerciales, expositores, stands, etc.

Crear una identidad corporativa

Actualmente, para llevar a cabo un proyecto de identidad, se rigen por los siguientes puntos: el personal interior de diseño, los estudios ajenos del diseño gráfico, los asesores de identidad estratégica y de comunicación y por último las agencias de publicidad.

Lo más importante es llegar a crear una estética de empresa que exprese y transmita el carácter de ésta a través de los elementos más atractivos y característicos que la identifiquen, con lo que definiríamos finalmente como su marca.

CAPITULO II: REFERENCIAS CONTEXTUALES

A continuación presentamos el análisis de la compañía, cómo se maneja su imagen corporativa en los distintos aspectos (imagen gráfica y diseño interior) y si hay relación entre ellos.

Para el análisis hemos realizado una investigación de campo y a continuación tenemos pequeños rasgos característicos de ERCO; el análisis de la empresa, el diseño interior de las oficinas de Recursos Humanos y de los stands; y las conclusiones del estudio de mercado realizado a los trabajadores.

2.1. ERCO

ERCO es una empresa que posee fábricas a nivel mundial, teniendo un nombre diferente en cada uno de los países en los que se encuentre ubicada. Ver figura 2.1



Figura 2.1 Ejemplo de la Imagen Gráfica de FATE (fábrica ubicada en Argentina)

La mayor parte de sus acciones pertenecen a Alemania (ver figura 2.2). Además, cabe recalcar que vende sus productos a diferentes países en nuestro continente; como por ejemplo: Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Nicaragua, entre otros.

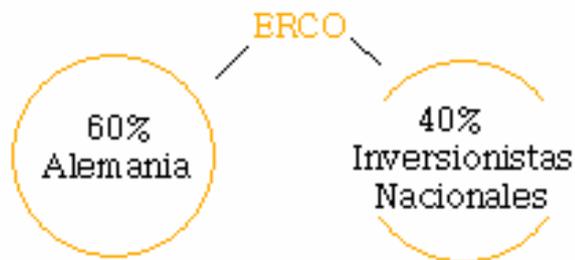


Figura 2.2 Distribución de acciones de ERCO

El nombre de ERCO ha sido tomado con el fin de unificar varias marcas, de las cuales las más destacadas son: Continental, General Tire y Barum.

2.1.1 Visión

“Hacemos que el transporte individual sea más seguro y más confortable”.¹

- Gracias a sus competencias centrales, sus productos y servicios, tratan de mejorar junto con sus clientes la seguridad, el confort y el placer por la conducción.
- Uno de sus objetivos es llegar a ser líderes tecnológicos que operan a nivel global en todas sus unidades.
- Como fabricante internacional de componentes, módulos y sistemas, están convencidos de ser una piedra angular de la industria automotriz que opera a nivel global y que fija estándares a nivel mundial, ayudando así a los fabricantes de automóviles a cumplir sus promesas sobre los productos.

¹ Apuntes tomados de la entrevista realizada a la srta. María Cristina Elmir, Coordinadora de Imagen Corporativa de ERCO.

2.1.2 Principios de la compañía

- Enfoque principal – Creación del Valor
“La Creación de valor es una tarea central de la dirección”
- Clientes y Orientación al Mercado
“Aspira a encantar a los clientes”
- Líder en tecnología e innovación
“La tecnología es nuestra pasión”
- Líder en servicios
“Seremos los mejores”
- Luchan por ser los mejores
“Sólo lo mejor es suficientemente bueno”
- Cooperación y trabajo en equipo
“Cooperamos mutuamente”
- Protección del medio ambiente
“Nos hemos comprometido con la protección del medio ambiente”
- El Compromiso con nuestros relacionados
“Dejar que las cosas sucedan por sí solas es historia pasada”

2.1.3 Denominaciones

- Ecuadorian Rubber Company -ERCO- (desde 1955 hasta 1972)
- Compañía Ecuatoriana del Caucho S.A. (desde 1972 hasta la fecha, por decreto de gobierno, que obliga a cambiar las denominaciones legales de las empresas multinacionales, a nombres en español).
- En sus inicios a más de la denominación legal de ERCO, se le llamaba Fábrica Nacional de Llantas.

2.1.4 Slogans

- Llantas ecuatorianas para caminos ecuatorianos. (Inicios)
- Llantas ecuatorianas para caminos latinoamericanos. (Ahora)



2.2 Análisis de la imagen corporativa

2.2.1 Imagen gráfica



El logo de la Compañía Ecuatoriana del Caucho expresa la máxima simpleza en cuanto al tipo de letra utilizado y a los colores. Toma el negro pantone 426M como fondo y el color amarillo pantone 185CB para la tipografía, de esta manera, crea un contraste que causa un impacto visual, resaltando así las letras sobre dicho fondo.

Además de su logotipo, la compañía cuenta con tres logos más pertenecientes a sus multimarcas:

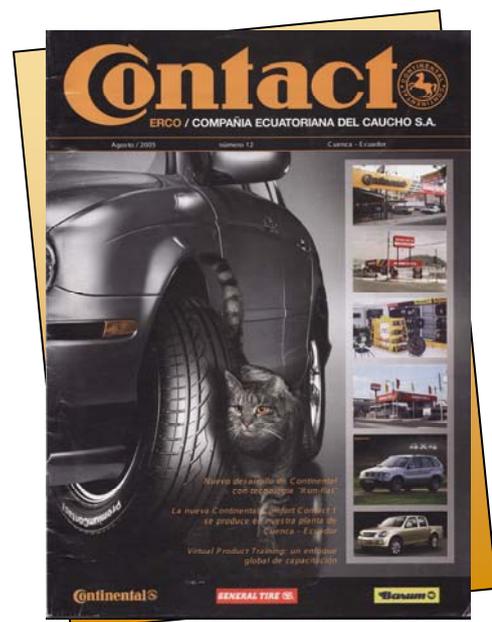


La papelería, al igual que la empresa, ha sufrido una serie de cambios radicales en cuanto a colores, diseños, etc., pero en estos últimos dos años se ha consolidado una imagen gráfica que va más acorde con la empresa incluyendo a las multimarcas.

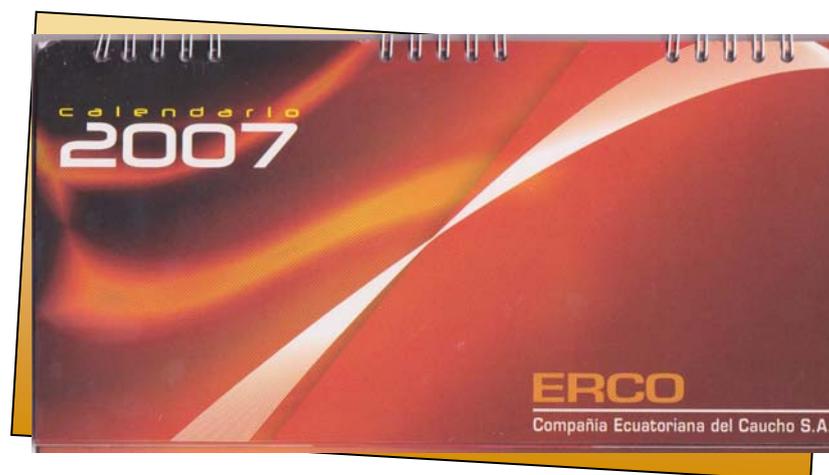
Un ejemplo claro son las últimas revistas internas en las cuales se observa que se ha manejado de una mejor manera la imagen que se desea proyectar.



Noviembre 2006



Agosto 2005



2007

El éxito en la imagen gráfica de la compañía se ha logrado gracias a los colores utilizados ya que hay un mayor contraste y uso de texturas visuales, lo cual da un aspecto de contemporaneidad a dichos medios de comunicación y gracias a ésta el público reconoce fácilmente la empresa.

2.2.2 Imagen internacional

Hemos considerado como un punto importante revisar cómo es manejada la Imagen Corporativa alrededor del mundo. No ha sido posible analizar las fábricas en cuanto a su interior pero sí se han encontrado ciertos aspectos comunes en cada una de sus fachadas.

En todas las imágenes que se presentan a continuación podemos ver claramente que siempre hay una máxima simpleza en cuanto a formas utilizadas ya que predomina la ortogonalidad, limpieza, pureza, el mínimo uso de texturas y en cuanto a materiales el predominio del vidrio.



Alemania

China



Japón

Suecia



México



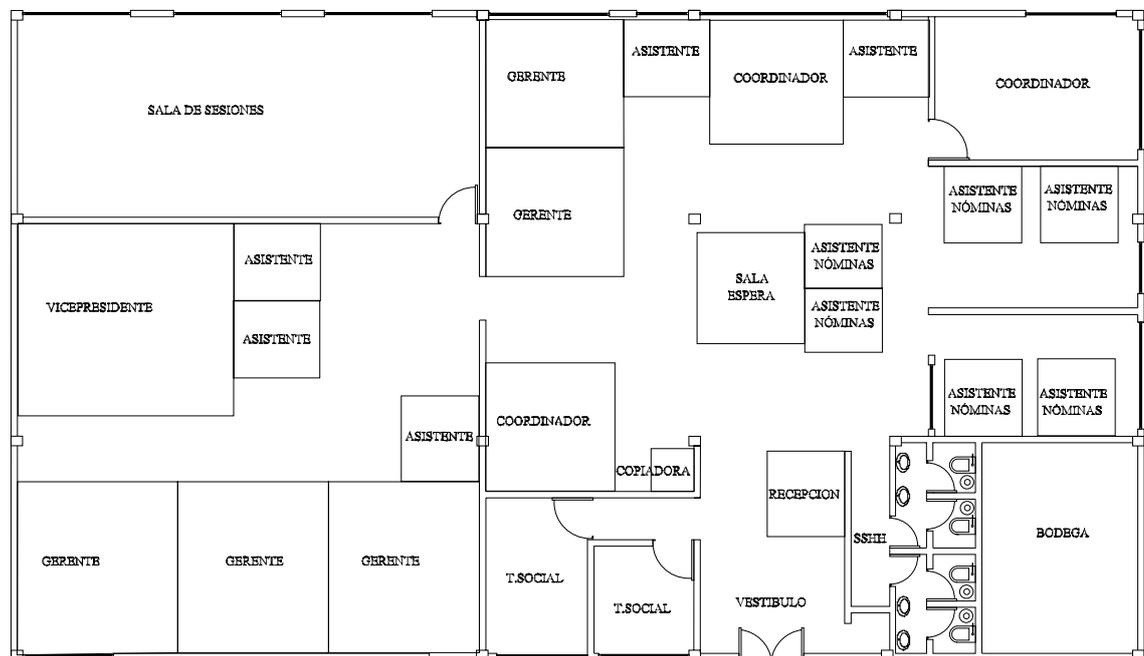
India

2.2.3 Análisis del diseño interior

Oficinas de Recursos Humanos

En las visitas realizadas a la empresa nos dimos cuenta que ERCO posee una imagen corporativa sólida y reconocida en cuanto al tema gráfico, mientras que en el campo de arquitectura e interiorismo, la imagen está totalmente descuidada.

En las oficinas de recursos humanos existe una gran deficiencia en lo que compete a diseño interior; uno de los factores principales para que esto suceda es el hecho de que, con la evolución de la compañía, se han ido implementando cada vez más cargos y por lo tanto, el espacio físico se ha tornado reducido debido a la excesiva acumulación de mobiliario y demás implementos necesarios para el desarrollo de las labores. Ver figura 1.4.



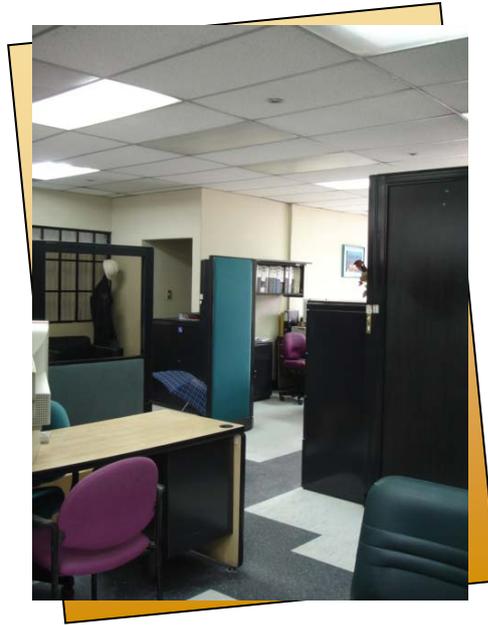
1.4 Plano de distribución de espacios (Recursos Humanos)



La panelería se encuentra ya deteriorada debido a los años de uso y sus colores no corresponden con los colores corporativos.



Como mencionamos anteriormente, debido a que se han ido improvisando oficinas con el transcurso de los años, las actuales son demasiado pequeñas e incómodas.



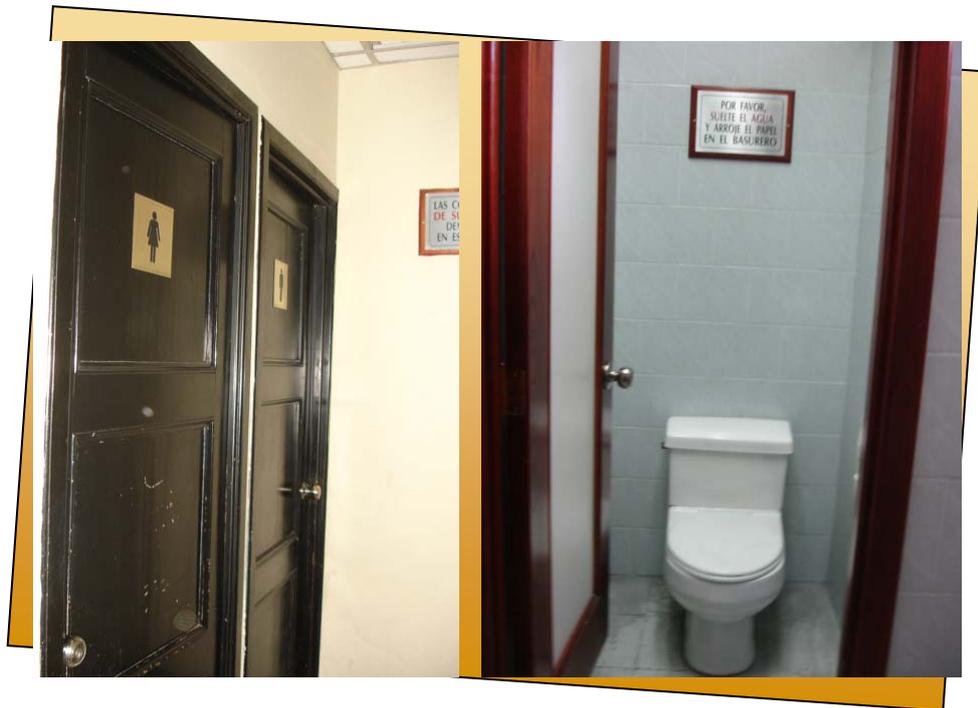
El espacio carece totalmente de señalización, por lo cual es difícil identificar las diferentes áreas de trabajo y no permite que haya fluidez en los recorridos de sus visitantes.



Los espacios para los archivadores, copiadora, cafetería, etc., son improvisados, debido a la falta de espacio.



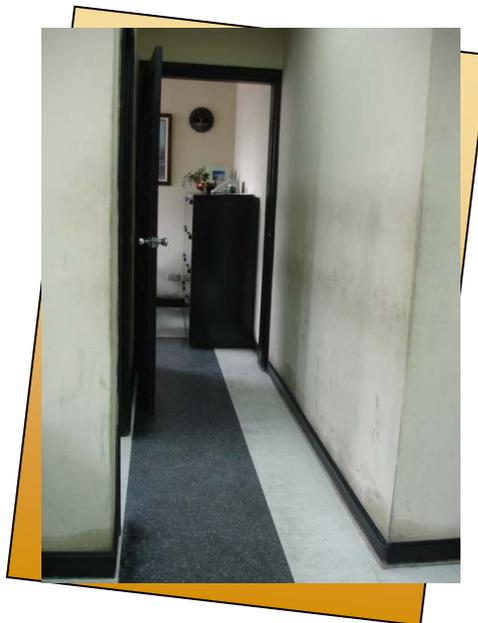
Las salas de espera son muy poco acogedoras, se encuentran muy descuidadas y no están en un lugar adecuado. No le brindan al cliente un ambiente cálido durante su espera.



Los servicios higiénicos, al igual que las salas de espera, son muy descuidados ya que no tienen una correcta distribución y mucho menos una correcta señalización.



La falta de espacio es evidente, y aún así, existen oficinas demasiado grandes, las mismas que poseen objetos obsoletos que en lugar de optimizar espacio, lo desperdician.



Al igual que las paredes, los pasillos se encuentran deteriorados, carecen de colores vivos, todas las paredes tienen la misma tonalidad creando así monotonía en el ambiente de trabajo.

Tecnicentros

Con el transcurso de los años de vida de la empresa, los tecnicentros han sufrido cambios radicales.

En sus inicios los consideraban simplemente puntos de venta en los cuales solamente vendían sus productos sin brindar ningún tipo de servicio. Posteriormente tomaron el nombre de tecnicentros y brindaban cierto tipo de servicios; y su imagen estaba dada por la imagen de las marcas principales de los neumáticos que fabrican. En la actualidad, en cambio, en los tecnicentros se ha realizado una unificación de imagen y se les ha dado la denominación de *Centro de Servicio Integral* en los cuales, además de la exhibición y venta de sus productos, ofrecen varios servicios a sus clientes.





Existen tres tipos de estos tecnicentros actuales:

TODOS LLANTAS: está destinado a la clase económica media baja y baja.

ERCO TIRES: en estos tecnicentros se brinda la mejor calidad en cuanto a servicios.

Aquí asisten vehículos como automóviles y camionetas.

CONTI TRACK CENTER: están destinados a abastecer de sus productos y servicios únicamente a vehículos pesados.

En estos nuevos tecnicentros se venden llantas de diferentes marcas dependiendo el tipo de vehículo que asista a cada uno de ellos. Ver figura 2.3

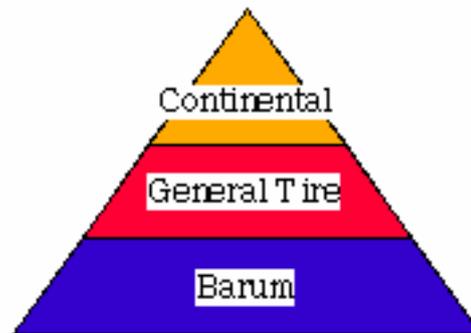


Figura 2.3 Triángulo de Calidad de los Neumáticos

2.3. Estudio de la percepción que tienen los empleados de la fábrica a cerca de la Imagen Corporativa

Para tener una idea de las necesidades y expectativas que tienen los empleados de su lugar de trabajo, hemos aplicado un estudio de mercado y para ello optamos por las encuestas y entrevistas.

Encuestas. (Ver cuestionario en anexo no.1)

Han sido realizadas en el área de las oficinas de Recursos Humanos y para ello tomamos una muestra al azar de 20 personas, de la cual obtuvimos las siguientes conclusiones:

Estamos más convencidas que se debería reorganizar el espacio y las oficinas porque la mayoría de los empleados concuerdan en que el espacio que poseen para laborar es demasíadamente incómodo.

Existen problemas con la iluminación. Esto es debido a que no están bien distribuidas las luminarias, quedando así, espacios con luz tenue en los cuales es necesaria una intervención urgente. Por ello se debe hacer un cálculo correcto para la iluminación y para la colocación de luminarias.

El mobiliario, al igual que la panelería, debe ser cambiado debido a que es incómodo para las personas que laboran en las oficinas y debido a los años de uso que éste tiene. Se deberían aumentar archivadores ya que la falta de los mismos ocasiona un caos en las oficinas.

Los trabajadores prefieren que la panelería sea a media altura, por la facilidad de comunicación con sus compañeros.

La ventilación es uno de los mayores problemas debido al espacio reducido de trabajo. En horas en las que el sol es más fuerte, las oficinas se convierten en lugares sofocantes.

Para constatar las conclusiones ver anexo no.2

Entrevistas. (Ver cuestionario en anexo no.3)

Al igual que las encuestas, la muestra fue tomada aleatoriamente, y se la aplicó a cinco empleados con el fin de discutir abiertamente algunos de los temas relacionados con el diseño interior.

De las entrevistas aplicadas sacamos como conclusiones:

El área de recursos humanos no posee una buena ventilación, la cual es más notoria por el espacio reducido que los empleados tienen para laborar.

El diseño de las oficinas es demasiado antiguo razón por la cual el mobiliario es incómodo y actualmente se encuentra en malas condiciones al igual que la panelería. La iluminación no es buena debido a los años transcurridos.

No existe una uniformidad en lo que respecta a la relación interior - exterior, en cuanto a diseño y colores.

La ubicación de las oficinas ha sido al azar, por lo cual se forman laberintos y es difícil ubicar las distintas áreas, sobretodo por la falta de señalización. Se debería reubicar las oficinas haciendo un estudio en función de las actividades de cada persona.

Para constatar las conclusiones ver anexo no. 4.

Los datos obtenidos tanto en las encuestas como en las entrevistas, serán de mucha utilidad al momento de determinar los criterios expresivos de diseño ya que consideramos como un factor muy importante las expectativas que tienen los trabajadores en lo relacionado al diseño interior.

2.4. Conclusiones

Luego de este análisis podemos concluir que no hay un buen manejo de la Imagen Corporativa ya que no existe relación alguna entre la imagen gráfica y el diseño interior de la empresa; además en cada una de sus localidades se ha utilizado un diseño interior diferente sin hacer el intento de crear una imagen única y no dispersa como lo es actualmente.

Concluimos recalcando la mala imagen en cuanto a diseño interior que tienen las oficinas, ya que en ellas no se ha hecho el mínimo intento de identificarse por medio de aspectos tan simples como el color, mucho menos han intentado utilizar rasgos característicos de la compañía para plasmarlos en sus inmediaciones.

CAPITULO III: PROGRAMACIÓN

En el desarrollo de este capítulo definiremos las condicionantes de diseño y a partir de ellas, plantearemos los criterios tanto funcionales, como tecnológicos y expresivos. Estos aspectos quedarán definidos para el diseño de las oficinas de Recursos Humanos y de un sistema tecnológico versátil para la exposición de sus productos.

Un sistema tecnológico versátil se basa en un mecanismo de fácil montaje y desmontaje. Consta de varias partes que, al unirse entre sí, van formando estructuras de diversos tamaños las cuales, en su mayoría, son metálicas y sobre ellas se colocan planchas de madera.





La forma de unión entre las partes puede ser de varias maneras: por medio de soldadura, interpenetración de elementos, por medio de tornillos, etc.

3.1 Condicionantes de diseño

3.1.1 Condicionantes funcionales

El espacio es una condicionante muy fuerte dentro de nuestra propuesta debido al gran número de oficinas que son necesarias y al reducido espacio que se ha designado para ésta área.

Nos han manifestado la necesidad de jerarquizar las diferentes oficinas a través del diseño interior, tomando en cuenta el cargo que posee cada uno de los empleados, ya que cada uno de ellos requieren un área diferente para archivadores y utilería que faciliten el desempeño de sus labores y les permite tener una mejor organización.

3.1.2 Condicionantes tecnológicas:

En las oficinas de Recursos Humanos consideramos que no tenemos este tipo de condicionantes que nos limiten en el tema de los materiales a usar; pero en cuanto al sistema tecnológico, una condicionante es la versatilidad que debe tener dicho sistema, con el fin de ser armado y desarmado, y ser llevado con facilidad de un lado a otro.

Otra de las condicionantes es la factibilidad de obtener diferentes formas de armado utilizando las mismas partes y formas de contactación.

3.1.3 Condicionantes expresivas

La compañía necesita consolidar su imagen corporativa en lo que respecta a diseño interior. ERCO refleja una buena imagen corporativa tanto en imagen gráfica y publicitaria, pero el aspecto relacionado con el diseño interior de las oficinas está totalmente descuidado.

Tanto dentro de las oficinas de Recursos Humanos como en el sistema tecnológico versátil se requiere expresar la imagen de ERCO como Compañía Ecuatoriana del Caucho, no con colores, formas o imágenes de las multimarcas (Continental, General Tire, Barum, etc.).

3.2 Criterios de diseño

3.2.1 Criterios funcionales

Hemos considerado importante el uso de organigramas para así tener claras las necesidades funcionales del área de Recursos Humanos, en lo que compete a oficinas para gerentes, asistentes, sala de espera, servicios higiénicos, etc., y la relación que

debe existir entre éstos para tener como resultado una mejor fluidez en cuanto a circulación dentro del espacio. Ver figura 3.1



Figura 3.1 Organigrama de distribución de espacios

Además, para llevar a cabo el diseño, debemos conocer a detalle lo que requiere cada una de las oficinas según su necesidad en cuanto a áreas y mobiliario. Ver figura 3.2

CARGO	ESCRITORIO	SILLA	ARCHIVADOR	ESTANTE	SILLAS CLIENTES	MESA SESIONES	AREA M ²
Vicepresidencia	1	1		1	6	1	10
Asistente	1	1	1				3
Gerencia	1	1		1	2		6
Ayudante	1	1	1		2		4
Pasante	1	1					2.5

Figura 3.2 Cuadro de necesidades de mobiliario y área según el cargo

El uso de panelería cerrada para cada oficina hace que el espacio se visualice más pequeño, por lo cual preferimos el uso de panelería a media altura, o de un material translúcido, o que algunas de las oficinas sean abiertas. Otro aspecto es que debería ser diseñada con características de versatilidad con el fin de que ésta se vaya adaptando a los cambios de la empresa, si aumentan o disminuyen oficinas.

Además, el seleccionar o proponer un mobiliario multifuncional será de mucha ayuda para la organización de la utilería en las oficinas.

Para solucionar el problema actual de la carencia de un criterio para una correcta distribución de las luminarias, es esencial el hecho de realizar un cálculo exacto de la cantidad de iluminación e iluminarias necesarias para las oficinas de Recursos Humanos.

3.2.2 Criterios tecnológicos

Usaremos materiales traslúcidos ya que son un elemento muy repetitivo en la mayor parte de infraestructuras de las fábricas ubicadas en los diferentes países alrededor del mundo; y como representación de los aros de las llantas, usaremos aluminio o materiales que simulen este aspecto.

3.2.3 Criterios expresivos

El tema fundamental de la presente tesis, para el diseño de las oficinas de la compañía y del sistema tecnológico, es la Imagen corporativa, para ello nos basaremos en la simpleza del logo de ERCO y en los colores corporativos negro y amarillo. Dicha simpleza también es consecuencia del análisis de la empresa internacionalmente ya que la mayoría de localidades tienen cierto aspecto minimalista.

Otro tema que nos ha sido de mucha utilidad son las respuestas dadas en las entrevistas, de las cuales obtuvimos ciertas palabras claves las cuales que definen a ERCO como: tecnología, prestigio y seriedad. De estos comentarios, y de acuerdo con los principios de la compañía concluimos con los siguientes criterios expresivos: Contemporaneidad, tecnología y sobriedad.

En lo relacionado con el sistema tecnológico, nos enfocaremos al diseño de un stand para exhibir sus productos tanto a nivel local como a nivel nacional.

Un aspecto que nos ha parecido muy interesante es utilizar los labrados de los neumáticos, utilizando seriación y transformándolos de un plano bidimensional al plano tridimensional, o también como textura.





Tanto en las oficinas como en el tecnicentro se trabajará con el par semántico totalidad-partes pero nos inclinaremos más hacia la totalidad. Esto se conseguirá con el uso de materiales traslúcidos, lo cual se mencionó anteriormente, y con ello se visualizará un espacio no tan reducido como lo es actualmente por el uso excesivo de panelería y demás implementos.

CAPITULO IV: CONCEPTUALIZACIÓN GENERAL DE LA PROPUESTA

Luego de haber realizado el análisis de las condicionantes de diseño y haber obtenido, a partir de ellos, los criterios de diseño, hemos creado un concepto para la propuesta de diseño. Además se ha hecho la selección de ciertos elementos que destacan en la imagen gráfica de la empresa (Ver figura 4a), a los cuales los podemos relacionar con dos movimientos estéticos los cuales son el op art y el arte cinético.

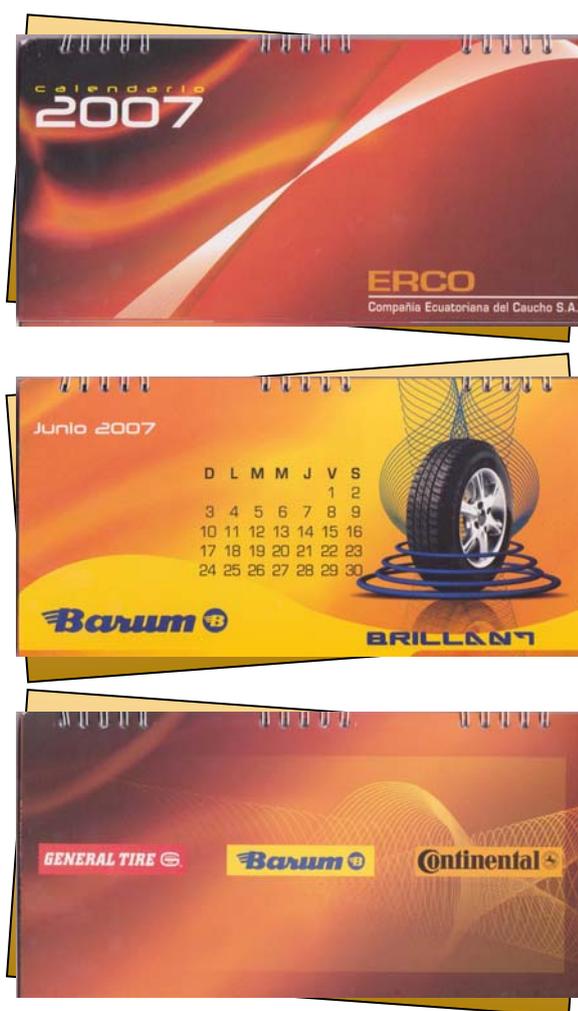


figura 4a

4.1. Arte cinético

El arte cinético es un movimiento estético cuyas bases se encuentran en la abstracción. Es una tendencia de la pintura, escultura y artesanía contemporáneas que hace referencia a aquellas obras creadas para producir la impresión o ilusión de movimiento.

En la actualidad se conoce como arte cinético todas aquellas obras que producen en el espectador sensación de inestabilidad y movimiento, como se dijo anteriormente, a través de ilusiones ópticas, las cuales cambian de aspecto en virtud de la posición desde donde se contemplan y crean una aparente sensación de movimiento por la iluminación sucesiva de alguna de sus partes. Ver figura 4b



figura 4b

4.2. Op art

El op art es otro movimiento artístico que se inició a finales de los años 50 y consiste en transmitir al espectador la ilusión de vibración o relieve, gracias a las leyes de la óptica, sobre la superficie plana de un cuadro.

A diferencia del arte cinético aquí no hay movimiento real. Algunos autores señalan que el origen remoto del op art puede derivarse tanto de las bellas artes como de las artes populares o de la artesanía. Esta expresión tiene su origen en la expresión inglesa de arte óptico: Optical Art. Ver figura 4c

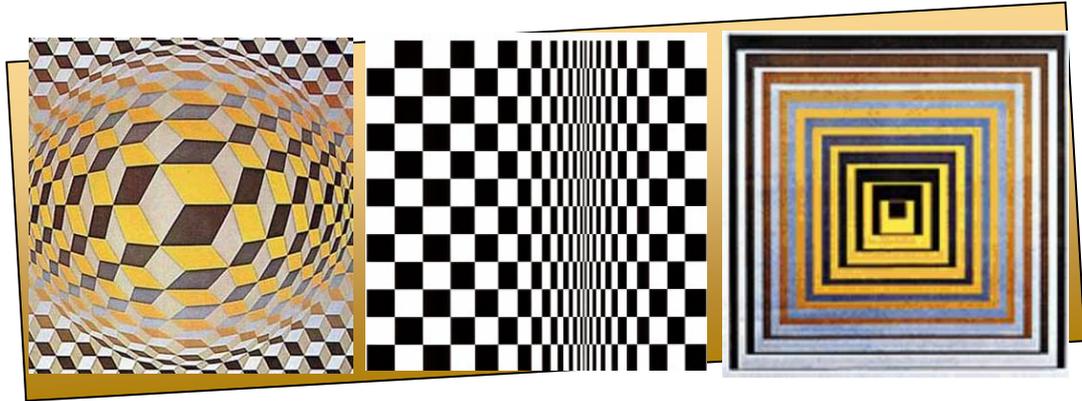


figura 4c

4.3. La empresa

Además de haber basado nuestro diseño en los movimientos antes mencionados, utilizamos ciertos rasgos característicos que rescatamos de la imagen de la empresa entre los cuales tenemos:

- ortogonalidad en las formas utilizadas
- forma estilizada de un tipo de labrado de las llantas (ver figura 4d)
- uso de colores pertenecientes a la imagen gráfica

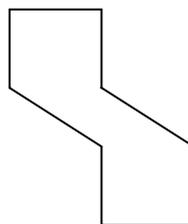


figura 4d

CAPITULO V: PROPUESTA

5.1. Diseño interior: Oficinas de Recursos Humanos

“El diseño contemporáneo de oficinas trae respuestas a la necesidad de trabajar con comodidad y eficiencia, a tono con los requerimientos del mundo de los negocios”.¹

La solución interior le confirió a las oficinas de Recursos Humanos un aspecto serio y tranquilo. Esto se consiguió con materiales como el microcemento gris y el vidrio, y con las formas racionalistas utilizadas en tanto en este espacio como en el sistema tecnológico versátil.



¹ Hernández, Gabriel, “¡Es el momento de cambiar!”, *Axis*, No. 155, 2006, p. 58, Bogotá-Colombia, Ediciones GAMMA S.A.

Figura 5a: Recepción



Figura 5b: Vista hacia el ingreso de las oficinas



Figura 5c: Vista posterior de la recepción

Los colores utilizados en el diseño son, primordialmente el amarillo y el negro con el fin de equilibrar la cantidad de color en el espacio.

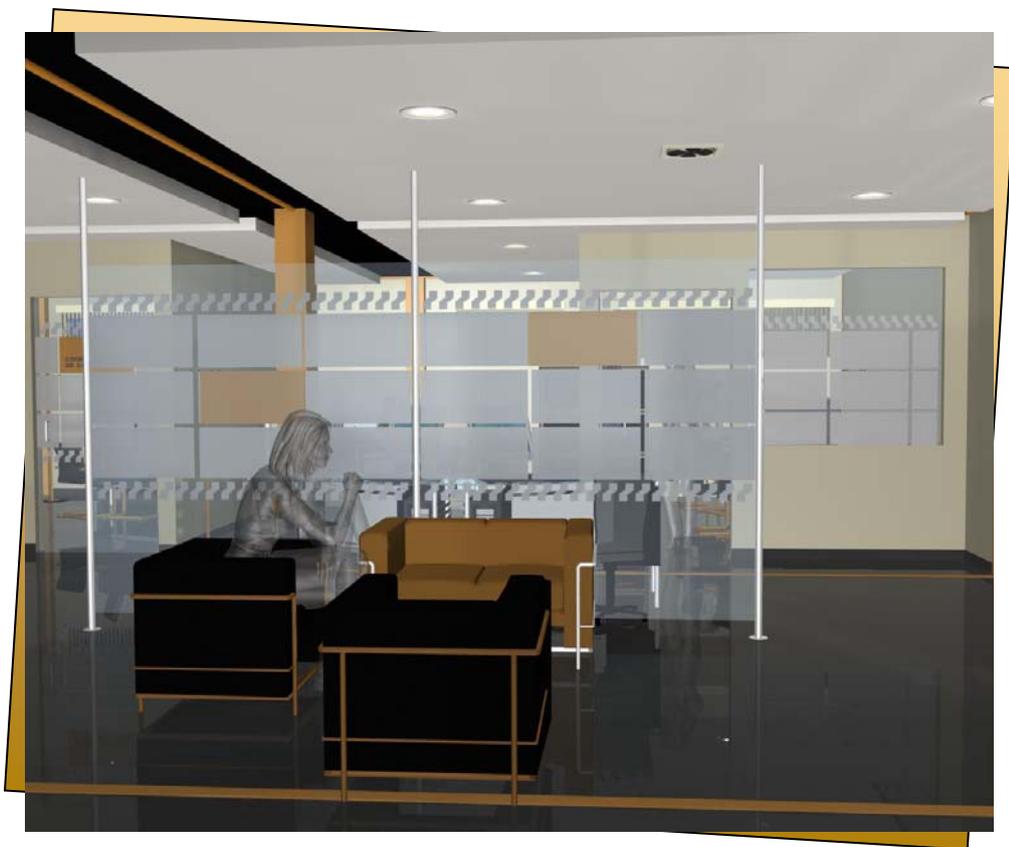


Figura 5d: Sala de espera

El esquema de distribución, estudiado con el organigrama, propone áreas muy claras y abiertas que en conjunto el espacio produce una impresión de claridad y amplitud para una actividad que exige actividad y dinamismo.



Figura 5e: Oficinas abiertas



Figura 5f: Oficinas semi-abiertas

El uso de diferentes materiales y colores generó un ambiente muy tranquilo, moderno y sobrio, con la fuerza innovadora de los detalles.



Figura 5g: Vista general del espacio

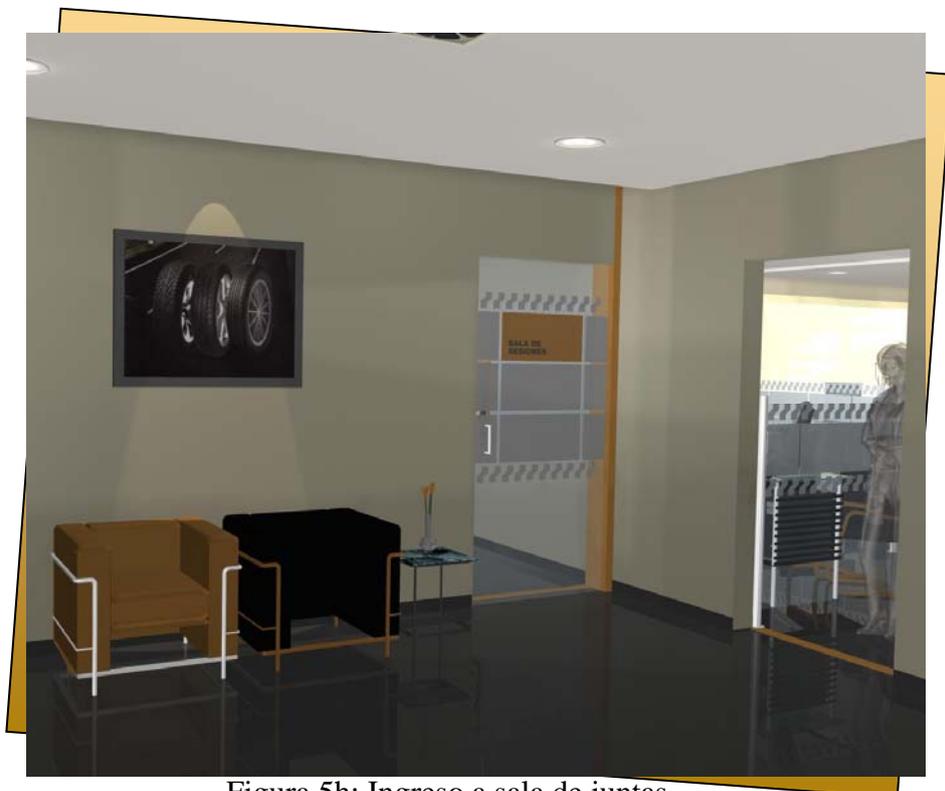


Figura 5h: Ingreso a sala de juntas

Con el fin de aprovechar la luz del espacio, las oficinas privadas se delimitaron con láminas de vidrio templado con una altura de 2.10 m (no llega al piso ni al cielo raso), con una cenefa de vinil traslúcido.



Figura 5i: Oficinas jerarquizadas

Jerarquía corporativa. En las áreas de trabajo las oficinas tienen distintos niveles de privacidad, desde estaciones de sistemas abiertos como es el caso de la figura 5e y 5f hasta despachos más privados como es el caso de las figuras 5i y 5j.

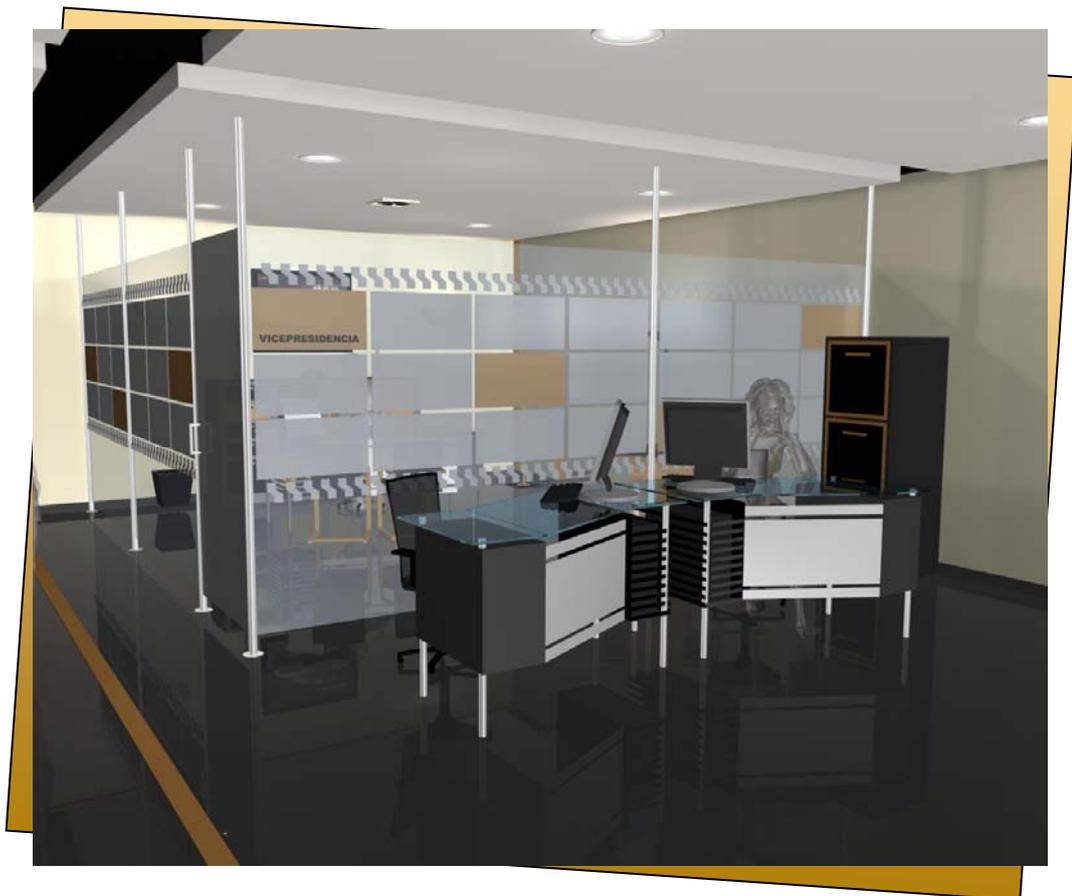


Figura 5j: Exterior vicepresidencia

Las oficinas privadas comparten el mismo criterio de amoblamiento de los puestos de trabajo el cual da una sensación de creatividad con sentido práctico y profesional, y todas las áreas se unifican con el tratamiento que se dio tanto al piso como al cielo raso.

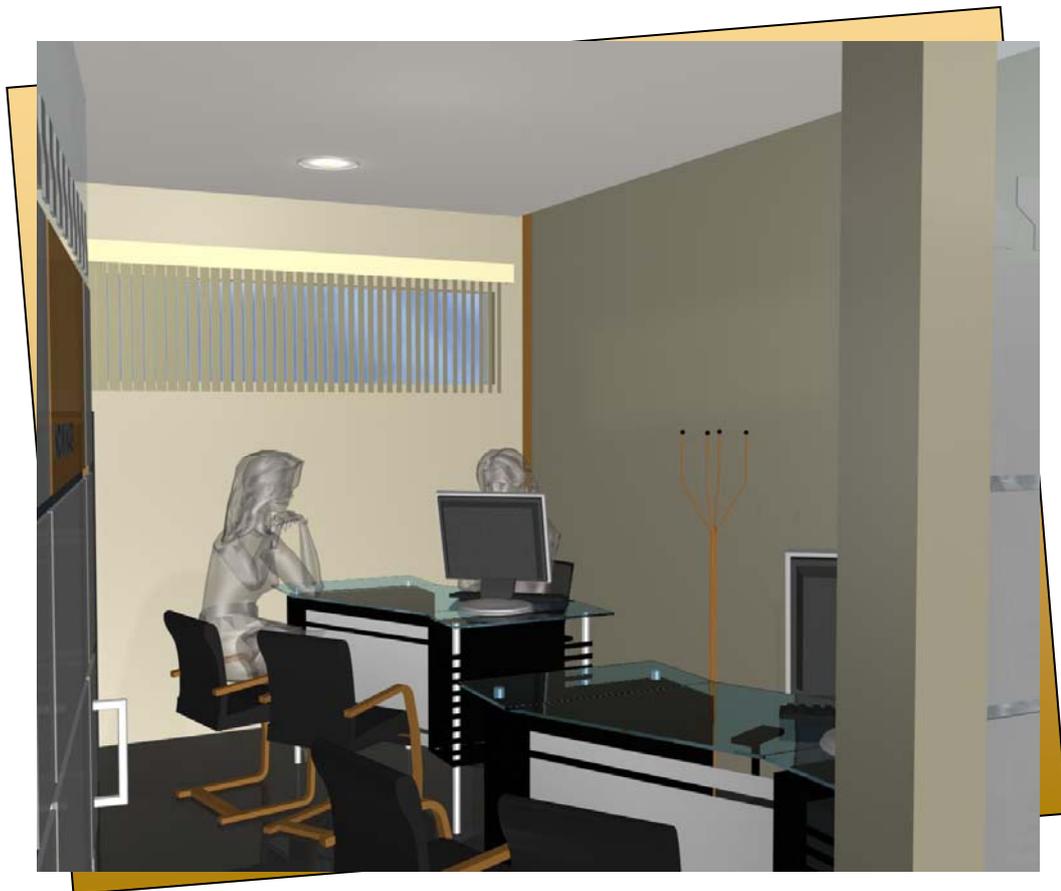


Figura 5k: Ejemplo de oficina privada



Figura 5l: Oficinas abiertas

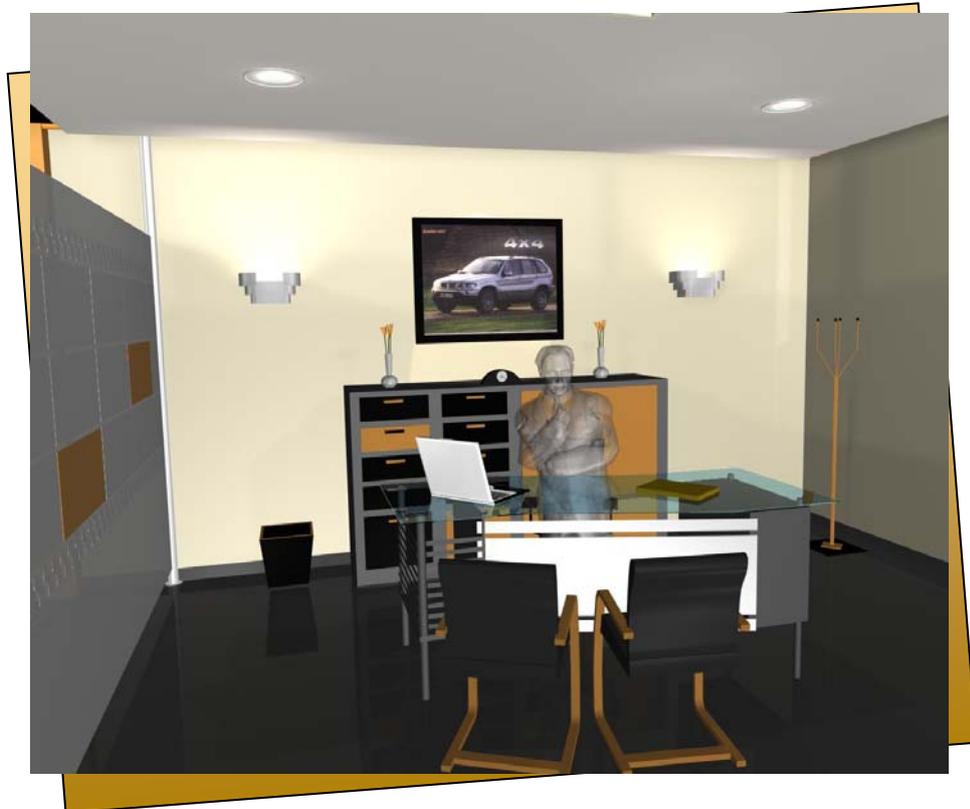


Figura 5m.1: Interior vicepresidencia

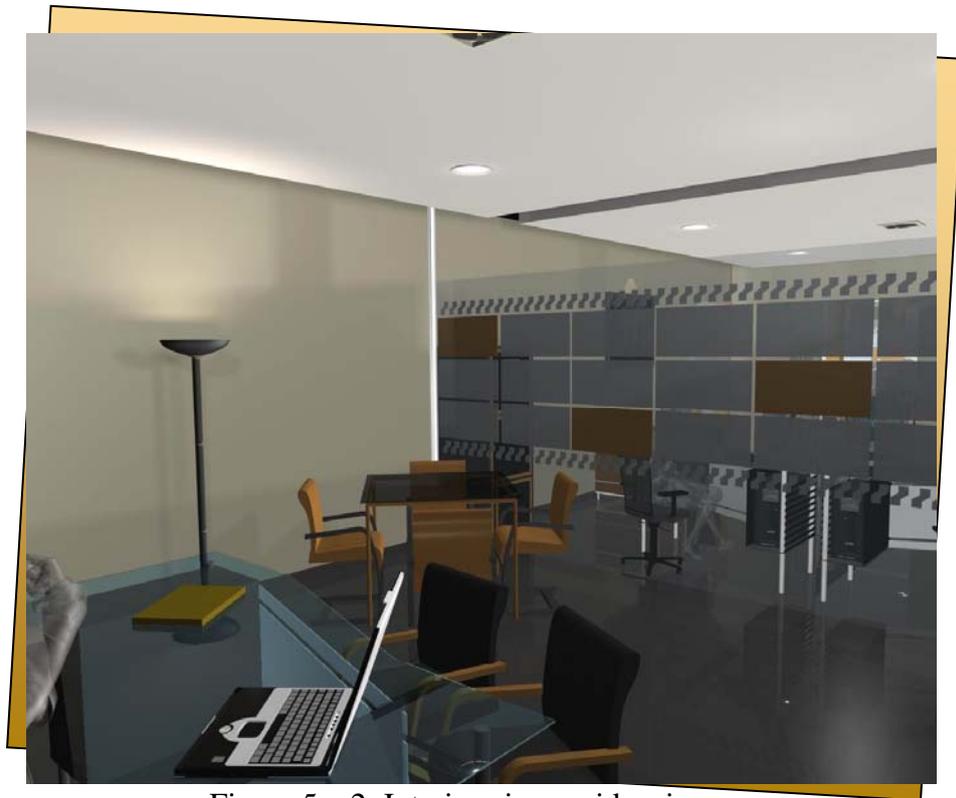


Figura 5m.2: Interior vicepresidencia

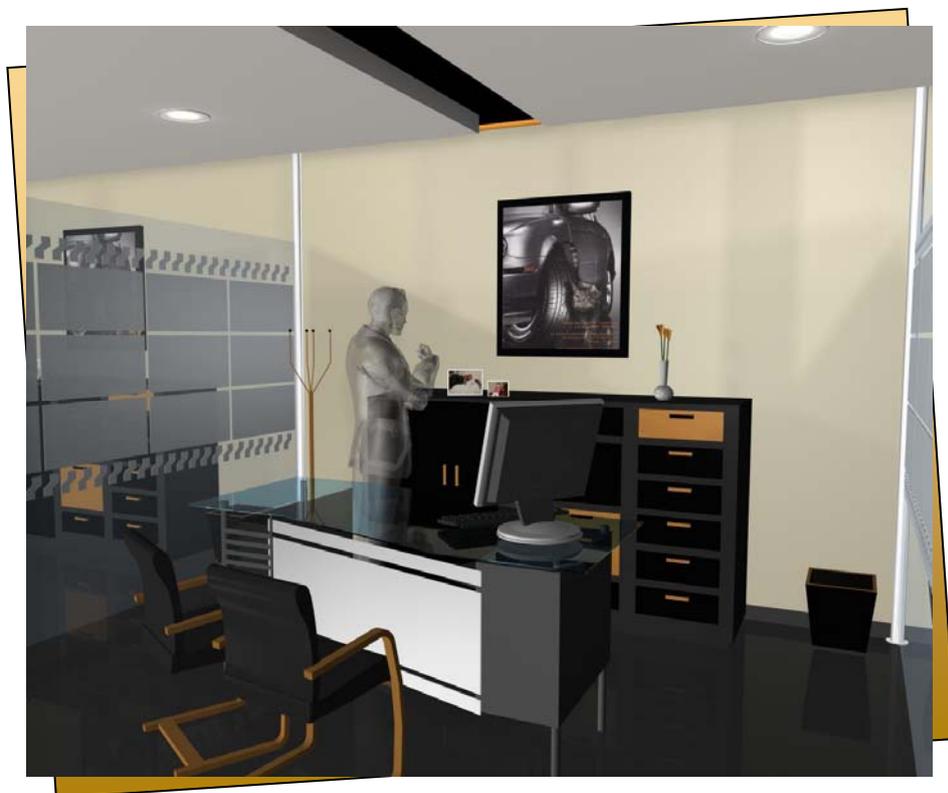


Figura n: Modelo oficina jerarquizada



Figura 5o.1: Interior sala de juntas



Figura 5o.1: Interior sala de juntas

ANEXO 1**Formulario de Encuestas****ENCUESTA**

Estudio sobre el Diseño Interior en la Compañía Ecuatoriana del Caucho
Respondiente:
Cargo:

Apreciado señor (a) trabajador (a):

Por medio de la presente encuesta, cordialmente le invitamos a colaborar, con lo que solicitamos nos regale un minuto de su tiempo para responder el siguiente cuestionario, el mismo que contiene algunas preguntas sobre aspectos relacionados con el espacio interior de la fábrica.

Atentamente,
Gabriela Encalada Astudillo
Isabel Machuca Carpio

INSTRUCCIONES:

Escoja una de las opciones que se presentan debajo de cada pregunta; señale una o varias respuestas según lo requiera el caso.

1.- ¿Se siente cómodo con relación al espacio del que dispone para trabajar?

Es suficiente ____ Es excesivo ____ Es pequeño ____

2.- ¿Cuenta el espacio con una adecuada iluminación la cual le permita desempeñarse correctamente en sus labores?

Está bien la iluminación ___ Muy iluminado___ Poco iluminado___

3.- El mobiliario seleccionado es:

Cómodo___ Incómodo___ Aceptable___

4.- La ventilación en el espacio es:

Excelente___ Buena___ Mala___

5.- En cuanto a los modulares actuales ¿Cuál cree usted que sería el adecuado?

A media altura___ Cerrados___

6.- ¿Qué aspectos considera importante agregar o quitar al Diseño Interior del espacio de trabajo?

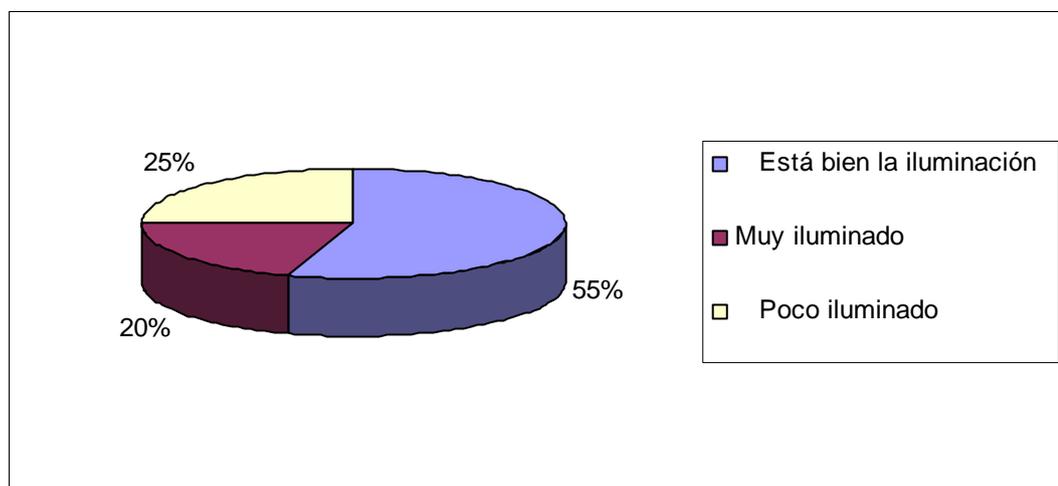
.....
.....
.....

Gracias por su Colaboración



Pregunta 2: ¿Cuenta el espacio con una adecuada iluminación la cual le permita desempeñarse correctamente en sus labores?

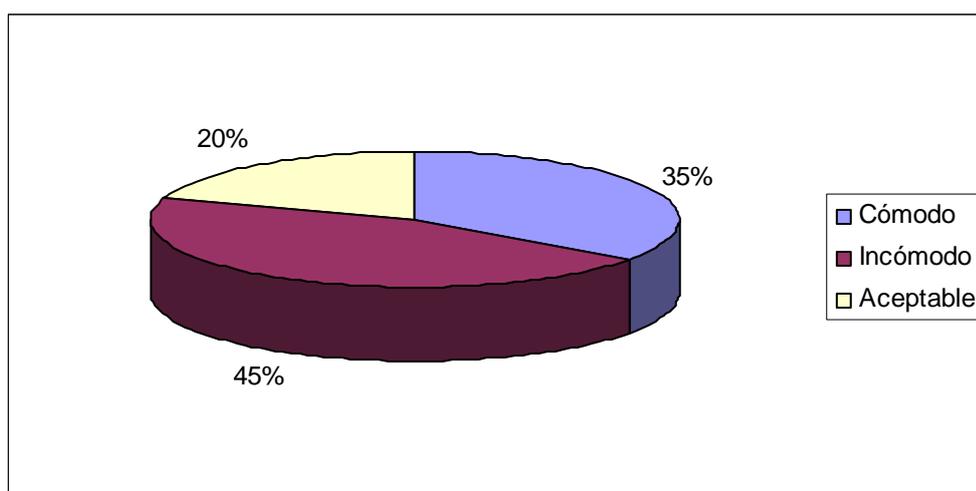
Está bien la iluminación	Muy iluminado	Poco iluminado
1		
1	1	1
1	1	1
1		1
1	1	1
1		1
1		
1	1	
1		
1		
1		
1		
11	4	5



Observaciones: El 55% de los trabajadores opinan que el espacio está bien iluminado mientras que existe un 20% que dice que el espacio está muy iluminado y un 20% dicen que el espacio está poco iluminado.

Pregunta 3: El mobiliario seleccionado es:

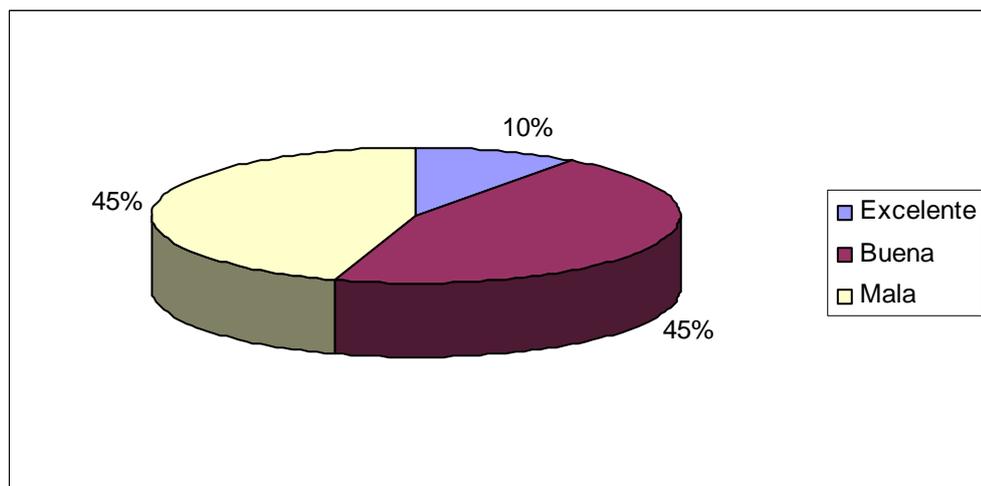
Cómodo	Incómodo	Aceptable
1	1	
1	1	
1	1	1
1	1	
1	1	
1	1	1
1	1	1
	1	1
	1	
7	9	4



Observaciones: En cuanto al mobiliario, un 45% de encuestados opina que es incómodo, un 35% piensa que es cómodo y 20% dice que es aceptable.

Pregunta 4: La ventilación en el espacio es:

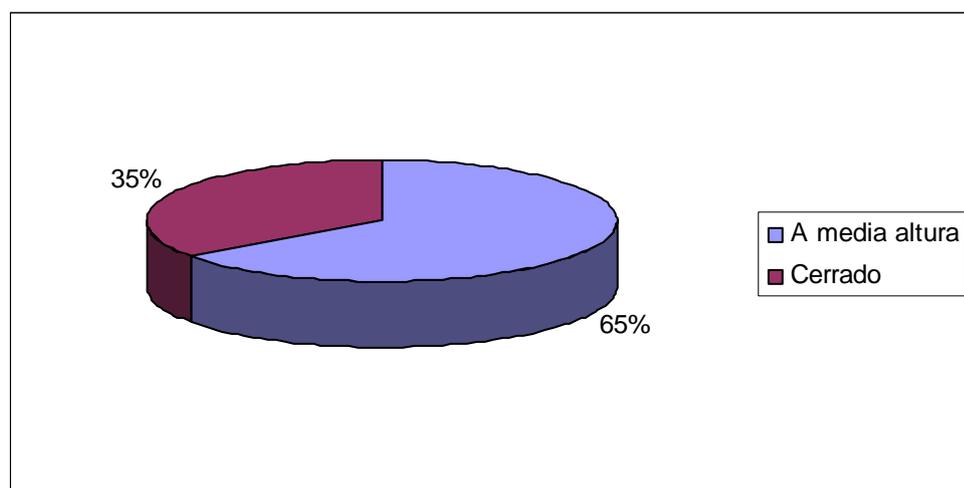
Excelente	Buena	Mala
1	1	1
1	1	1
	1	1
	1	1
	1	1
	1	1
	1	1
	1	1
	1	1
	1	1
2	9	9



Observación: El 50% de los encuestados dicen que la ventilación es buena y el 45% opina que es mala. Y un 10% escogió la opción excelente.

Pregunta 5: En cuanto a los modulares: ¿Cuál cree usted que sería el adecuado?

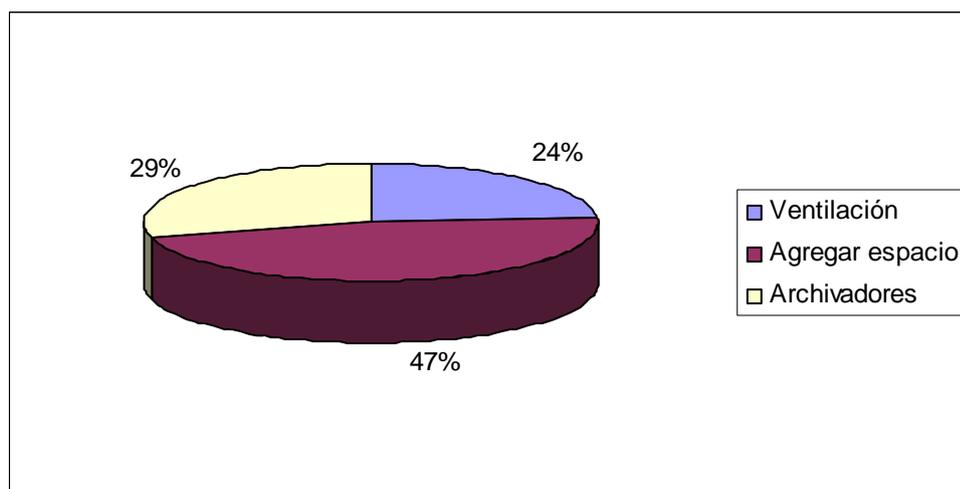
A media altura	Cerrado
1	1
1	1
1	1
1	1
1	1
1	
1	1
1	
1	
1	
1	
1	
1	1
13	7



Observaciones: el 65% opina que se debe utilizar panelería a media altura con el fin de tener una mejor comunicación con sus compañeros y un 35% opina que la panelería debe ser cerrada para tener mayor privacidad.

Pregunta 6: ¿Qué aspectos considera importante agregar o quitar al diseño interior del espacio de trabajo?

Ventilación	Agregar espacio	Archivadores
	1	1
1	1	1
1	1	1
1	1	1
	1	
	1	
	1	
4	8	5



Observaciones: El 47% de los trabajadores considera importante agregar espacio de trabajo, el 29% dice que hace falta archivadores y un 24% dice que debe haber mas ventilación.

ANEXO 3

Preguntas realizadas en las entrevistas

- 1.- ¿Qué opina usted del diseño actual de las oficinas de ERCO?
- 2.- ¿Cree que se maneja correctamente la imagen de la empresa dentro de las oficinas?
- 3.- ¿Cuál cree que es la falencia en el diseño actual? ¿Qué le agregaría o que le quitaría?
- 4.- ¿Se siente cómodo en su lugar de trabajo en cuanto a iluminación, mobiliario, ventilación y espacio?
- 5.- ¿Qué expectativas tiene en cuanto a un nuevo diseño de su lugar de trabajo?
- 6.- ¿Está conforme con la imagen que tiene la empresa ante los clientes?
- 7.- En no más de 10 palabras: ¿cómo le define usted a la empresa?

ANEXO 4

Detalle de las entrevistas

Lcda. Mariana Machuca Carpio
COORDINADORA ORGANIZACIONAL DE ERCO

1.- ¿Qué opina usted del diseño actual de las oficinas de ERCO?

Yo pienso que las oficinas tienen un diseño muy antiguo y no es cómodo para las personas que trabajamos aquí por los espacios reducidos que tenemos en ella. A Recursos Humanos vienen bastantes trabajadores para pedir varios servicios por lo tanto deberían prestar el espacio que se requiere para poder atender a la cantidad de gente que tenemos.

2.- ¿Cree que se maneja correctamente la imagen de la empresa dentro de las oficinas?

Dentro de la oficinas, la imagen de la empresa corporativamente hablando, no tiene una imagen. En ningún momento o en ningún lugar se puede observar que hay imagen de una empresa, simplemente son unas oficinas en donde no existen colores corporativos, el nombre de la compañía o imágenes corporativas que tenemos externamente y que ya se han implementado en la parte externa en distribuidores y también como compañía en la empresa a la entrada de la fábrica.

3.- ¿Cuál cree que es la falencia en el diseño actual? ¿Qué le agregaría o que le quitaría?

Yo creo que la falencia como dije son los espacios y lo que le agregaría es más espacio en las oficinas y hacerles más acogedoras con el cambio de colores de las pannelerías o talvez también con otro tipo de techos que le den un poco mas de vida porque las oficinas son muy tristes.

4.- ¿Se siente cómodo en su lugar de trabajo en cuanto a iluminación, mobiliario, ventilación y espacio?

Bueno mi oficina es demasiado pequeña, la iluminación esta bien pero al tener el espacio muy reducido, los casorios o útiles de oficina todo esta amontonado en el mismo lugar, no hay el espacio, no hay archivadores necesarios para poder guardar todos los artículos necesarios que requiere mi trabajo.

5.- ¿Qué expectativas tiene en cuanto a un nuevo diseño de su lugar de trabajo?

Insisto en la ampliación del espacio y también en la ventilación, no tenemos ventilación directa, las oficinas son muy calientes, en días en los que hace mucho sol no hay ventanas para el exterior, no se puede recibir ventilación del exterior, entonces esos son dos aspectos principales y también le agregaría un archivador en un espacio más grande obviamente un archivador para todas las revistas y boletines que tengo aquí.

6.- ¿Está conforme con la imagen que tiene la empresa ante los clientes?

Bueno como le digo externamente nosotros tenemos una imagen muy bien cimentada pero internamente a nuestros clientes internos que son los trabajadores de planta, creo que no existe la imagen corporativa. No hay una imagen corporativa, internamente definitivamente en toda la compañía estamos desincronizados con lo que es la imagen y no existe una uniformidad por la parte corporativa, colores y frases o slogans y eso que se pone en imagen corporativa.

7.- En no más de 10 palabras: ¿cómo le define usted a la empresa?

ERCO es una empresa de tradición, es una empresa con bastante trayectoria y una empresa que da trabajo a muchas personas y que permite el desarrollo económico social y productivo del país.

Dr. Marco Molina
GERENTE DE SERVICIOS INTERNOS

1.- ¿Qué opina usted del diseño actual de las oficinas de ERCO?

Bueno viene desde mucho tiempo atrás, no ha habido modificaciones algunas. Consideramos que es aceptable.

2.- ¿Cree que se maneja correctamente la imagen de la empresa dentro de las oficinas?

Hay ciertos detalles que hay que corregir por ejemplo la aireación, la ubicación de ciertos equipos, bodegas y todo eso.

3.- ¿Cuál cree que es la falencia en el diseño actual? ¿Qué le agregaría o que le quitaría?

Hay demasiados... no se ubica la gente, especialmente tenemos problemas con las personas que nos visitan en la empresa. Demasiados laberintos en las oficinas. No hay una buena señalización ni organización.

4.- ¿Se siente cómodo en su lugar de trabajo en cuanto a iluminación, mobiliario, ventilación y espacio?

Si, es aceptable, correcto, no he tenido problemas.

5.- ¿Qué expectativas tiene en cuanto a un nuevo diseño de su lugar de trabajo?

Bueno ninguno, porque nos manejamos bajo un presupuesto y eso nos cuesta al departamento.

6.- ¿Está conforme con la imagen que tiene la empresa ante los clientes?

Yo considero que si, tenemos una imagen muy notoria a nivel local nacional. Los colores y todo eso son aceptables, cada quien tiene su color, nos hemos adaptado.

7.- En no más de 10 palabras: ¿cómo le define usted a la empresa?

Una empresa de éxito a nivel local, nacional y posicionarnos en mercados internacionales.

Ing. Fabián Jerves

JEFE DE PROYECTOS Y COMUNICACION

1.- ¿Qué opina usted del diseño actual de las oficinas de ERCO?

Bueno me parece que las oficinas han sido un poco separadas en función del crecimiento de esta compañía, hemos tenido que ir creando oficinas a lo largo del desarrollo de esta

empresa y por ende hemos tenido que ir polarizando un poco cada una de las oficinas. Tenemos oficinas para cada división y eso ocasiona un poco de dificultades por las lejanías o por la situación logística que tenemos que manejar.

2.- ¿Cree que se maneja correctamente la imagen de la empresa dentro de las oficinas?

Me parece que las áreas que deben tener contacto con el cliente sí, sin embargo a nivel de cliente interno si tenemos ciertas oportunidades que mejorar.

3.- ¿Cuál cree que es la falencia en el diseño actual? ¿Qué le agregaría o que le quitaría?

Me parece que tenemos mucho sistema modular dentro de la compañía, y tenemos una gran rotación de gente que hace que estos módulos o nos queden pequeños o nos queden grandes, entonces habría que trabajar un poco con la proyección a futuro tratando de que estos módulos sean funcionales para mucha más gente o para reducciones posibles.

4.- ¿Se siente cómodo en su lugar de trabajo en cuanto a iluminación, mobiliario, ventilación y espacio?

Bueno mi caso de oficina si, realmente es muy cómodo posiblemente lo que podría mejorar es la ventilación en ese lugar por la cantidad de personas que recibo.

5.- ¿Qué expectativas tiene en cuanto a un nuevo diseño de su lugar de trabajo?

Como le digo posiblemente lo importante sería mejorar la ventilación, es un lugar en donde se recibe a muchas personas y normalmente se hacen reuniones frecuentes ahí.

6.- ¿Está conforme con la imagen que tiene la empresa ante los clientes?

Pienso que si, nuestra imagen se vende más bien a través de la red de distribución. Nuestra imagen está muy bien representada a través de ellos.

7.- En no más de 10 palabras: ¿cómo le define usted a la empresa?

Es una empresa que siempre está pensando en el futuro, queremos siempre estar como líderes dentro de nuestro mercado y para ello estamos trabajando.

Ing. Freddy Reinoso
COORDINADOR DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL

1.- ¿Qué opina usted del diseño actual de las oficinas de ERCO?

Yo pienso que a lo mejor no son funcionales como deberían ser, creo que podríamos aprovechar mejor el espacio y tener más comodidad, al menos le hablo desde mi punto de vista. Yo comparto una sala de capacitación y hago selección de personal, cuando estoy con muchas entrevistas o tengo que aplicar tests y está ocupada la sala tengo ue estar buscando un espacio en donde hacerles llenar los formatos o hacerles la aplicación de algún test.

2.- ¿Cree que se maneja correctamente la imagen de la empresa dentro de las oficinas?

Yo pienso que si, una de las cosas que siempre cuida la compañía es el hecho de la imagen, de hecho tenemos un área de imagen corporativa que se preocupa.

3.- ¿Cuál cree que es la falencia en el diseño actual? ¿Qué le agregaría o que le quitaría?

La falencia del diseño actual radica en el hecho de que esta estructura física que tenemos fue diseñada en los años 90 y no se ajusta a la necesidad actual, yo pienso que deberíamos hacer un nuevo estudio en función de las actividades de cada uno y estructurar una nueva distribución de espacios.

4.- ¿Se siente cómodo en su lugar de trabajo en cuanto a iluminación, mobiliario, ventilación y espacio?

En cuanto a espacio yo pienso que mi oficina es grande pero los anexos que yo

necesito para desempeñarme son insuficientes. Iluminación esta bien, yo pienso que sí. Y los espacios se podrían aprovechar de mejor manera.

5.- ¿Qué expectativas tiene en cuanto a un nuevo diseño de su lugar de trabajo?

Me gustaría tener una oficina similar a la mía talvez con algunos archivadores más para organizarme mejor y tener toda la información en mi sitio de trabajo y una sala de aplicación de pruebas que sea solo mía, que no ocupe nadie más.

6.- ¿Está conforme con la imagen que tiene la empresa ante los clientes?

Si, y yo pienso que la imagen que tiene Continental General Tire tiene a nivel nacional es muy fuerte y eso se debe al hecho del gran trabajo que hacen nuestros compañeros del área comercial en toda nuestra red de distribuidores.

7.- En no más de 10 palabras: ¿cómo le define usted a la empresa?

Una oportunidad para crecer personal y profesionalmente.

Ing. Johanna Barros
ASISTENTE DE ADMINISTRACION SALARIAL

1.- ¿Qué opina usted del diseño actual de las oficinas de ERCO?

Me parece que están adecuadas a las necesidades de cada persona en los puestos de trabajo.

2.- ¿Cree que se maneja correctamente la imagen de la empresa dentro de las oficinas?

Si.

3.- ¿Cuál cree que es la falencia en el diseño actual? ¿Qué le agregaría o que le quitaría?

Le pusiera talvez unos modulares en los que se pueda archivar mejor los documentos.

4.- ¿Se siente cómodo en su lugar de trabajo en cuanto a iluminación, mobiliario, ventilación y espacio?

Sí, es adecuado.

5.- ¿Qué expectativas tiene en cuanto a un nuevo diseño de su lugar de trabajo?

Actualmente está bien, yo no le cambiaría nada a mi puesto de trabajo.

6.- ¿Está conforme con la imagen que tiene la empresa ante los clientes?

Si.

7.- En no más de 10 palabras: ¿cómo le define usted a la empresa?

Es una empresa de prestigio, una multinacional que nos da posibilidades de crecer en los niveles profesionales, en el desarrollo profesional de nosotros y además es una empresa que brinda servicio a la comunidad y a sus proveedores, es cumplido con todos sus pagos no creo que es una empresa que haya tenido irresponsabilidad, es una empresa como pocas en nuestra ciudad y en nuestro medio que cumple con todas sus obligaciones.

5.1.1. Presupuesto

Los precios unitarios pueden ser revisados de mejor manera en el ANEXO 5

 OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS CUENCA-ECUADOR FECHA: 26/06/07	
LISTADO DE RUBROS	
1	OBRAS PRELIMINARES
1.1	DESALOJO
1.2	DERROCAMIENTO CIELO RASO
1.3	DERROCAMIENTO PISO (VINIL)
2	PISOS
2.1	MICROCEMENTO
2.2	RRASTRERAS MICROCEMENTO
3	CIELORRASO
3.1	CIELORRASO FALSO: GYPSUM
4	MOBILIARIO
4.1	ESCRITORIO SECRETAROA
4.2	ESCRITORIO GERENCIA
4.3	ESCRITORIO RECEPCIÓN
4.4	SILLA DE ESCRITORIO
4.5	SILLA PARA CLIENTES
4.6	ARCHIVADORES GENERALES
4.7	ARCHIVADORES GERENCIA
4.8	MOBILIARIO SALA DE ESPERA 1P
4.8.1	MOBILIARIO SALA DE ESPERA 2P
4.9	MESA 4 PERSONAS
4.10	MESA SALA DE JUNTAS
5	PANELERÍA
5.1	PANELERÍA DE VIDRIO 2.10 m
5.2	PANELERÍA DE VIDRIO 1.20 m
5.3	PANELERIA DE TIRAS DE MADERA
5.4	PUERTA VIDRIO
6	SEÑALIZACION
6.1	VINIL
6.2	VINIL SENALIZACION
6.3	VINIL LETRAS
7	PINTURA
7.1	PINTURA BEIGE
7.2	PINTURA AMARILLA
8	ILUMINACIÓN
8.1	OJOS DE BUEY 25 cm
8.2	LAMPARAS
8.3	TOMAS
8.4	INTERRUPTORES
8.5	CENTRO DE CARGA
8.6	PUNTO DE LUZ
8.7	CABLE #10
8.8	CABLE #12
8.9	CABLE #14
8.10	CANALETA
9	LIMPIEZA
9.1	LIMPIEZA GENERAL

		DISEÑO INTERIOR DE ERCO COMPAÑIA ECUATORIANA DEL CAUCHO S.A. OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS CUENCA-ECUADOR FECHA: 26/06/07 PRESUPUESTO REFERENCIAL				
1 OBRAS PRELIMINARES						
1.1	DESALOJO	m ³	359,78	4,34	1561,45	0,02
1.2	REMOCION DE CIELORRASO	m ²	399,76	1,70	679,59	0,01
1.3	REMOCION PISO (VINIL)	m ²	399,76	2,13	851,49	0,01
2 PISOS						
2.1	MICROCEMENTO	m ²	399,76	25,00	9994,00	15,6%
2.2	RASTRERAS MICROCEMENTO	m ²	130,00	10,00	1300,00	2,0%
3 CIELO RASO						
3.1	CIELO RASO: GYPSUM	m ²	439,00	18,60	8165,40	12,7%
4 MOBILIARIO						
4.1	ESCRITORIO SECRETARIA	u	16,00	406,00	6496,00	10,1%
4.2	ESCRITORIO GERENCIA	u	5,00	475,00	2375,00	3,7%
4.3	ESCRITORIO RECEPCIÓN	u	1,00	256,25	256,25	0,4%
4.4	SILLA DE ESCRITORIO	u	22,00	156,25	3437,50	5,4%
4.5	SILLA PARA CLIENTES	u	56,00	50,40	2822,40	4,4%
4.6	ARCHIVADORES GENERALES	u	10,00	234,00	2340,00	3,6%
4.7	ARCHIVADORES GERENCIA	u	7,00	276,00	1932,00	3,0%
4.8	MOBILIARIO SALA DE ESPERA 1P	u	6,00	126,00	756,00	1,2%
4.8.1	MOBILIARIO SALA DE ESPERA 2P	u	2,00	246,00	492,00	0,8%
4.9	MESA 4 PERSONAS	u	2,00	180,00	360,00	0,6%
4.10	MESA SALA DE JUNTAS	u	9,00	118,80	1069,20	1,7%
5 PANELERÍA						
5.1	PANELERÍA DE VIDRIO 2.10 m	m ²	58,17	127,00	7387,59	11,5%
5.2	PANELERÍA DE VIDRIO 1.20 m	m ²	25,53	84,76	2163,92	3,4%
5.3	PANELERIA DE MADERA	u	1,00	136,27	240,00	0,4%
5.4	PUERTA VIDRIO	u	12,00	240,00	2880,00	4,5%
6 SEÑALIZACION						
6.1	VINIL	m ²	85,00	16,80	1428,00	2,2%
6.2	VINIL SENALIZACION	m ²	3,24	7,20	23,33	0,0%
6.3	VINIL LETRAS	u	18,00	18,40	331,20	0,5%
7 PINTURA						
7.1	PINTURA BEIGE	m ²	540,00	2,15	1161,00	1,8%
7.2	PINTURA AMARILLA	m ²	40,00	2,34	93,60	0,1%
8 ILUMINACIÓN						
8.1	OJOS DE BUEY 15 cm	u	55,00	14,43	793,65	1,2%
8.2	LAMPARAS	u	2,00	20,63	41,26	0,1%
8.3	TOMAS	u	44,00	2,28	100,32	0,2%
8.4	INTERRUPTORES	u	9,00	2,25	20,25	0,0%
8.5	CENTRO DE CARGA	u	1,00	19,88	50,00	0,1%
8.6	CABLE #10	ml	43,00	0,84	36,12	0,1%
8.7	CABLE #12	ml	42,00	0,51	21,42	0,0%
8.8	CABLE #14	ml	125,00	0,35	43,75	0,1%
8.9	PUNTO DE LUZ	u	99,00	10,50	1039,50	1,6%
8.10	CANALETA	m	17,00	2,94	49,98	0,1%
9 LIMPIEZA						
9.1	LIMPIEZA GENERAL	m ²	359,78	3,85	1385,15	2,2%
TOTAL:					64178,32	100%
10 HONORARIOS						
10,1	HONORARIOS (12% COSTO DE LA OBRA)				7701,40	
TOTAL OBRA:					71879,72	

PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE ERCO COMPAÑIA ECUATORIANA DEL CAUCHO S.A.
OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM COD.	ACTIVIDADES	COSTO TOTAL	% DE OBRA	PERIODOS SEMANALES						
				1	2	3	4	5	6	
1	OBRAS PRELIMINARES									
1.1	DESALOOJO	\$ 1.600,00	2,49%	\$ 1.600,00						
1.2	DERROCAMIENTO CIELO RASO	\$ 700,00	1,09%	\$ 700,00						
1.3	DERROCAMIENTO PISO (VINIL)	\$ 900,00								
2	PISO	\$ 11.400,00	17,77%		\$ 11.400,00					
3	CIELO RASO	\$ 8.200,00	12,78%			\$ 8.200,00				
4	MOBILIARIO	\$ 22.600,00	35%				12.800,00		\$ 22.600,00	
5	PANELERÍA	\$ 12.800,00	19,95%					\$ 1.850,00		
6	VINIL	\$ 1.850,00	2,88%							\$ 1.200,00
7	PINTURA	\$ 1.200,00	1,87%							
8	ILUMINACIÓN	\$ 2.400,00	3,74%			\$ 2.400,00				
9	LIMPIEZA GENERAL	\$ 1.400,00								\$ 1.400,00
COSTO TOTAL		\$ 64.150,00	100,00%							
INVERSIONES										
		SEMANALES		2.300,00	11.400,00	10.600,00	14.650,00	22.600,00	2.600,00	
		ACUMULADOS		\$ 2.300,00	\$ 13.700,00	\$ 24.300,00	\$ 38.950,00	\$ 61.550,00	\$ 64.150,00	
PORCENTAJE DE INVERSIONES				4%	18%	17%	23%	35%	4%	
		ACUMULADOS		3,59%	21%	38%	61%	96%	100%	

5.2. Diseño de un sistema tecnológico: sistema de exhibición de productos

Para el diseño del sistema tecnológico versátil hemos utilizado los mismos criterios de las oficinas como por ejemplo la retícula posterior, el tratamiento del piso y del cielo raso, mobiliario, el uso de la forma del labrado de llantas lo cual le da dinamismo a cada uno de estos sistemas, y la iluminación utilizada.

A continuación presentamos tres propuestas de armado:

5.2.1. Propuesta rectangular



Figura 5p



Figura 5q



Figura 5r

5.2.2. Propuesta L



Figura 5s



Figura 5t



Figura 5u

5.2.3. Propuesta E (stand tipo)



Figura 5v



Figura 5w



Figura 5x

5.2.3.1. Presupuesto

Los precios unitarios pueden ser revisados de mejor manera en el ANEXO 6

 SISTEMA TECNOLÓGICO VERSÁTIL (STAND) CUENCA-ECUADOR FECHA: 26/06/07	
LISTADO DE RUBROS	
1	PISOS
1.1	PISO DE MADERA
1.2	ESTUCTURA DE HIERRO PARA BASE DE PISO
2	CIELORRASO
2.1	ESTRUCTURA CIELO RASO
2.2	COLUMNA ALUMINIO
3	MOBILIARIO
3.1	ESCRITORIO
3.2	SILLA DE ESCRITORIO
3.3	SILLA PARA CLIENTES
3.4	EXHIBIDOR
4	PANELERIA
4.1	TABIQUE METALICO
4.2	ADESIVOS IMPRESOS CON LOGOS
5	ILUMINACIÓN
5,1	DICROICOS
5,2	TOMACORRIENTES
5,3	PUNTO DE LUZ

ERCO		DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO					
Compañía Ecuatoriana del Caucho S.A.		SISTEMA TECNOLÓGICO VERSÁTIL (STAND)					
		CUENCA-ECUADOR					
		FECHA: 26/06/07					
		STAND TIPO: E					
PRESUPUESTO REFERENCIAL							
1 PISOS							
1.1	PISO DE MADERA	m ²	27,36	20,21 \$	552,95	17%	
1.2	ESTRUCTURA DE HIERRO BASE DE PISO	m ²	27,36	31,55 \$	863,21	26%	
2 CIELO RASO							
2.1	ESTRUCTURA CIELO RASO	m ²	27,36	6,00 \$	164,16	5%	
2.2	COLUMNA ALUMINIO	u	27,36	3,15 \$	86,18	3%	
3 MOBILIARIO							
3.1	ESCRITORIO	u	1,00	406,25 \$	406,25	12%	
3.2	SILLA DE ESCRITORIO		1,00	156,25 \$	156,25	5%	
3.3	SILLA PARA CLIENTES	u	2,00	50,40 \$	100,80	3%	
3.4	EXHIBIDOR	u	9,00	59,00 \$	531,00	16%	
4 PANELERÍA							
4.1	TABIQUE METALICO	m ²	27,36	7,00 \$	191,52	6%	
4.2	ADESIVOS IMPRESOS CON LOGOS	u	8,00	18,82 \$	150,56	5%	
5 ILUMINACIÓN							
5,1	DICROICOS	u	9,00	9,00 \$	81,00	2%	
5,2	TOMAS	u	1,00	4,27 \$	4,27	0%	
5,3	PUNTO DE LUZ	u	1,00	10,50 \$	10,50	0%	
TOTAL:					\$3.298,65	100%	
6 HONORARIOS							
6,1	HONORARIOS (m ² = \$50, OBRA: 27,36 m ²)			\$	1.368,00		
COSTO TOTAL					\$	4.666,65	



CONCLUSIONES

HEMOS APLICADO TODO LO APRENDIDO A LO LARGO DE NUESTROS ESTUDIOS UNIVERSITARIOS CORRESPONDIENTES A LA CARRERA DE DISEÑO INTERIOR.

ES UNO DE NUESTROS MAYORES LOGROS Y MÁS TENIENDO EN CUENTA QUE ES POSIBLE QUE LA PROPUESTA SE APLIQUE EN LA CONCRECIÓN DEL SISTEMA TECNOLÓGICO VERSÁTIL.

LA EXPERIENCIA HA SIDO ENORME, Y TANTO LOS DIRECTIVOS DE ERCO COMO NOSOTRAS ESTAMOS CONFORMES CON EL TRABAJO REALIZADO YA QUE ES UN PROYECTO COMPLETO, QUE COMPRENDE ASPECTOS QUE MUCHAS VECES SON OLVIDADOS Y SON MUY IMPORTANTES PARA EL DESEMPEÑO DE LOS TRABAJADORES NO SÓLO DE ÉSTA, SINO DE TODAS LAS EMPRESAS.

LA TESIS SE HA REALIZADO CON EL FIN DE PROPONER UN ESPACIO QUE BRINDE A LAS PERSONAS UN AMBIENTE DE TRABAJO TOTALMENTE CONFORTABLE, Y QUE SEA RECONOCIDO POR EL PÚBLICO GRACIAS A SU IMAGEN CORPORATIVA, CUYA APLICACIÓN TIENE QUE ESTAR NO SÓLO EN EL ÁMBITO GRÁFICO SINO TAMBIÉN EN EL ÁMBITO DEL DISEÑO INTERIOR.



BIBLIOGRAFÍA

- CASTILLO, CRISTIAN. “GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA IMAGEN”. S.ED. S.L. S.F.
- TASCHEN, BENEDIKT, “DISEÑO DEL SIGLO XX”, COLONIA 2000, TASCHEN, 751 PP.
- BAHAMÁN, ALEJANDRO ET. AL, (2004), “CASAS”, COPYRIGHT PARA LA EDICIÓN INTERNACIONAL, MADRID-ESPAÑA
- VILLAFANE GALLEGO, JUSTO, “LA GESTIÓN DE IMAGEN CORPORATIVA”, 1999
- GRUPO OCÉANO, “BIBLIOTECA ATRIUM DE LA CONSTRUCCIÓN”, MMIV EDITORIAL OCÉANO, EDICIONES ATRIUM, BARCELONA-ESPAÑA
- COSTA, JOAN, “IMAGEN CORPORATIVA DEL SIGLO XXI”, BUENOS AIRES-ARGENTINA
- HERNÁNDEZ, GABRIEL, “¡ES EL MOMENTO DE CAMBIAR!” , *AXIS*, NO. 155, 2006, P. 58, BOGOTÁ-COLOMBIA, EDICIONES GAMMA S.A.
- FRATICOLA, PAOLA, “OP ART Y ARTE CINÉTICO”, INTERNET, WWW.IMAGEANDART.COM/TUTORIALES/HISTORIA_ARTE/CINETICO.HTML, ACCESO: 12 DE MARZO DEL 2007.
- INSTITUTO DE DISEÑO DE CARACAS, “CONCEPTO DISEÑO INTERIOR”, INTERNET, [HTTP://WWW.DESIGNVALENCIA.COM/INICIO/DEFINICIONAMBIENTAL.HTM](http://WWW.DESIGNVALENCIA.COM/INICIO/DEFINICIONAMBIENTAL.HTM), ACCESO: 20 DE NOVIEMBRE DEL 2006.
- FOTONOSTRA2005, “CRITERIOS PARA CREAR UN DISEÑO CORPORATIVO”, INTERNET, WWW.FOTONOSTRA.COM/GRAFICO/CRITERIOSCORPORATIVOS.HTM, ACCESO: 19 DE ENERO DEL 2006.

ANEXO 5

Rubros de las oficinas de Recursos Humanos

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS				
PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007 ITEM: CODIGO 1.1 RUBRO: DESALOJO DEL MOBILIARIO EXISTENTE EN LAS OFICINAS DE RR.HH. UNIDAD: M³				
A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
				Subtotal:
				0,00
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
VOLQUETA	0,10	25,00	2,50	
				Subtotal:
				2,50
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
DESALOJO	I	0,20	1,40	0,28
RETIRAR MOBILIARIO	I	0,20	1,40	0,28
	I	0,20	1,40	0,28
				Subtotal:
				0,84
				Subtotal:
				3,34
				Varios (30%):
				1,00
				Total:
				4,34

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS				
PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007 ITEM: CODIGO 1.2 RUBRO: REMOCION DE CIELO RASO UNIDAD: M³				
A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
				Subtotal:
				0,00
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
HERRAMIENTA MENOR	0,30	0,47	0,14	
				Subtotal:
				0,14
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
PEON	I	0,30	1,40	0,42
PEON	I	0,30	1,40	0,42
	I	0,30	1,40	0,42
				Subtotal:
				1,26
				Subtotal:
				1,40
				Varios (25%):
				0,35
				Total:
				1,75

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS

PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO
OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS
 FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007
 ITEM: CODIGO 1.3
 RUBRO: REMOCION DE PISO (VINIL)
 UNIDAD: M²

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
Subtotal:				0,00
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
HERRAMIENTA MENOR	0,50	0,47	0,24	
Subtotal:				0,24
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
PEON	I	0,35	1,40	0,49
PEON	I	0,35	1,40	0,49
PEON	I	0,35	1,40	0,49
Subtotal:				1,47
Subtotal:				1,71
Varios (25%):				0,43
Total:				2,13

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS

PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO

OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS

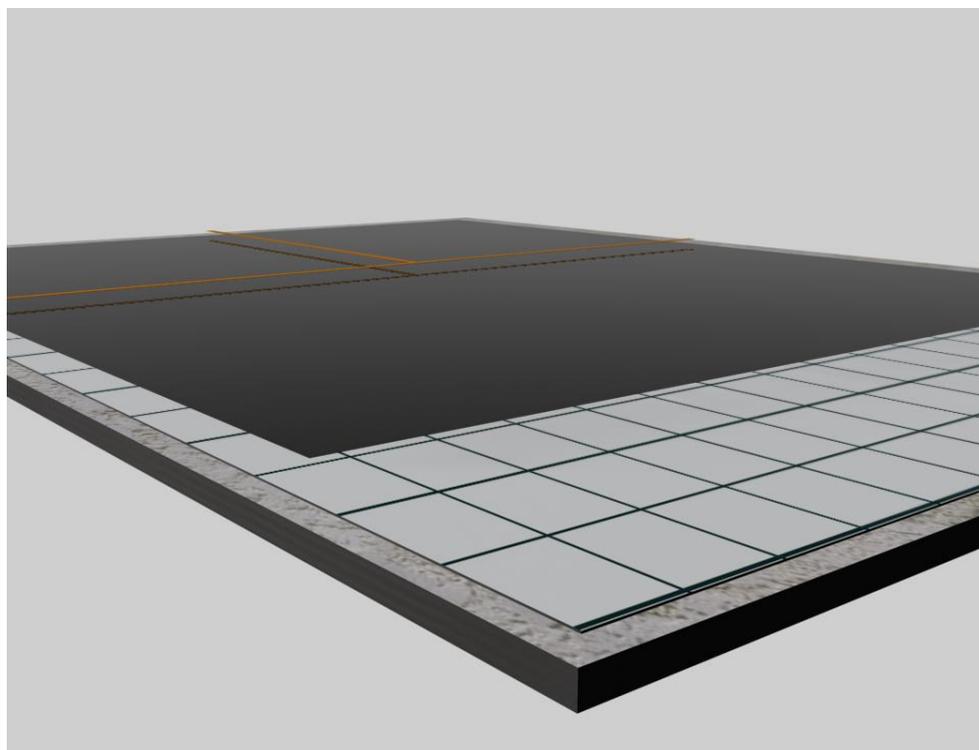
FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 2.1

RUBRO: COLOCACIÓN DE MICROCEMENTO

UNIDAD: M²

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
CAPA CEMENTICEA 2mm	m ²	1,00	14,60	14,60
			Subtotal:	14,6
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
ESPÁTULAS	0,02	0,50	0,01	
			Subtotal:	0,01
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
INSTALACION	V	1,20	2,80	3,36
INSTALACION	II	1,00	1,50	1,50
INSTALACION	II	1,00	1,40	1,40
			Subtotal:	6,26
			Subtotal:	20,87
			Varios (20%):	4,17
			Total:	25,04



ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO****OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 2.2

RUBRO: RRASTRERAS DE MICROCEMENTO

UNIDAD: ML

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
CAPA CEMENTICEA 2mm	ml	0,50	12,00	6,00
			Subtotal:	6
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
ESPÁTULAS	0,02	0,50	0,01	0,01
			Subtotal:	0,01
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
INSTALADOR	V	0,50	2,80	1,40
AYUDANTE	II	0,30	1,50	0,45
AYUDANTE	II	0,30	1,50	0,45
			Subtotal:	2,30
			Subtotal:	8,31
			Varios (20%):	1,66
			Total:	9,97

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS

**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO
OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 3.1

RUBRO: COLOCACIÓN DE CIELO RASO FALSO

UNIDAD: M²

ESPECIFICACIONES: CIELO RASO FALSO DE GYPSUM INCLUYE INSTALACION

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
GYPSUM	m ²	1,00	9,70	9,70
PERFIL OMEGA	m	0,27	0,75	0,20
PERFIL C	m	0,27	0,75	0,20
ANGULO L	m	0,33	0,30	0,10
PERNOS LH	u	6,00	0,01	0,06
PERNOS BH	u	0,30	0,02	0,01
Subtotal:				10,27
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
HERRAMIENTA MENOR	0,02	0,50	0,01	
Subtotal:			0,01	
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
INST.CIELO RASO	I	1,00	1,40	1,40
INST.CIELO RASO	IV	0,50	2,30	1,15
INST.CIELO RASO	II	1,00	1,50	1,50
Subtotal:				4,05
Subtotal:				14,33
Varios (30%):				4,30
Total:				18,63



ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO****OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 4.1

RUBRO: ESCRITORIO SECRETARIA

ESPECIFICACIONES: ESCRITORIO SIMIL PRESTIGE PEQUENO (LINEA A1)

UNIDAD: U

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
ESCRITORIO	u	1,00	325,00	325,00
Subtotal:				325,00
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
Subtotal:				0,00
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
Subtotal:				0,00
Subtotal:				325,00
Varios (25%):				81,25
Total:				406,25



ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS

**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO
OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 4.2

RUBRO: ESCRITORIO GERENCIA

ESPECIFICACIONES: ESCRITORIO SIMIL PRESTIGE GRANDE (LINEA A1)

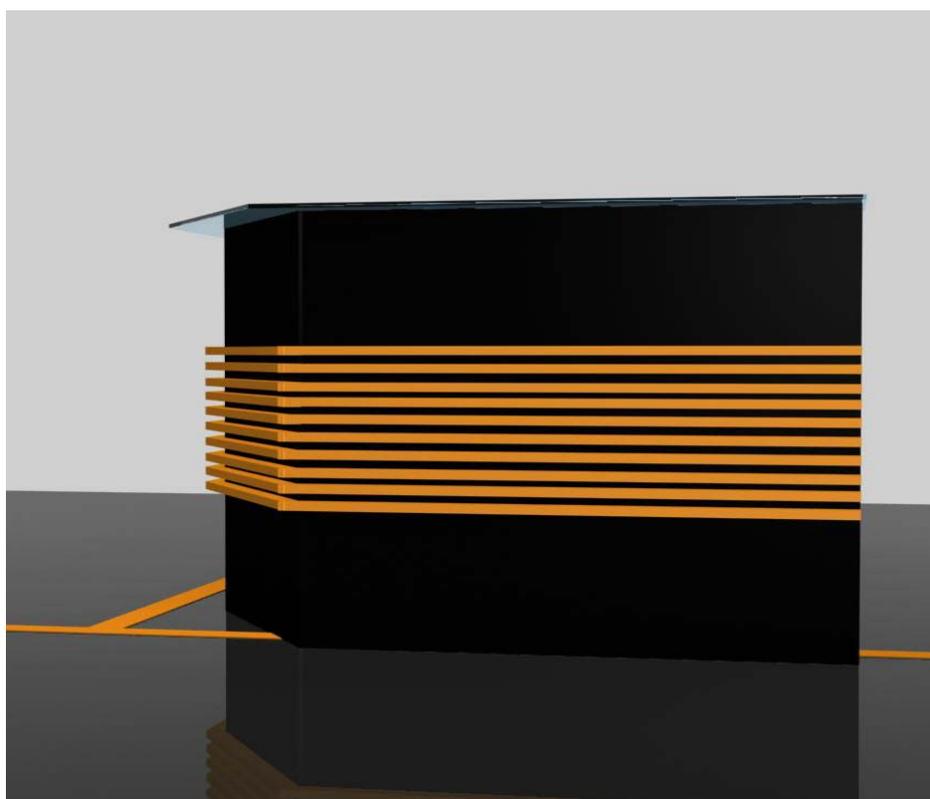
UNIDAD: U

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
ESCRITORIO	u	1,00	380,00	380,00
Subtotal:				380,00
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
Subtotal:				0,00
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
Subtotal:				0,00
Subtotal:				380,00
Varios (25%):				95,00
Total:				475,00

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS

PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO
OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS
 FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007
 ITEM: CODIGO 4.3
 RUBRO: ESCRITORIO RECEPCIÓN
 UNIDAD: U

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
ESCRITORIO	u	1,00	205,00	205,00
				Subtotal: 205,00
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
				Subtotal: 0,00
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
				Subtotal: 0,00
				Subtotal: 205,00
				Varios (25%): 51,25
				Total: 256,25



ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO****OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

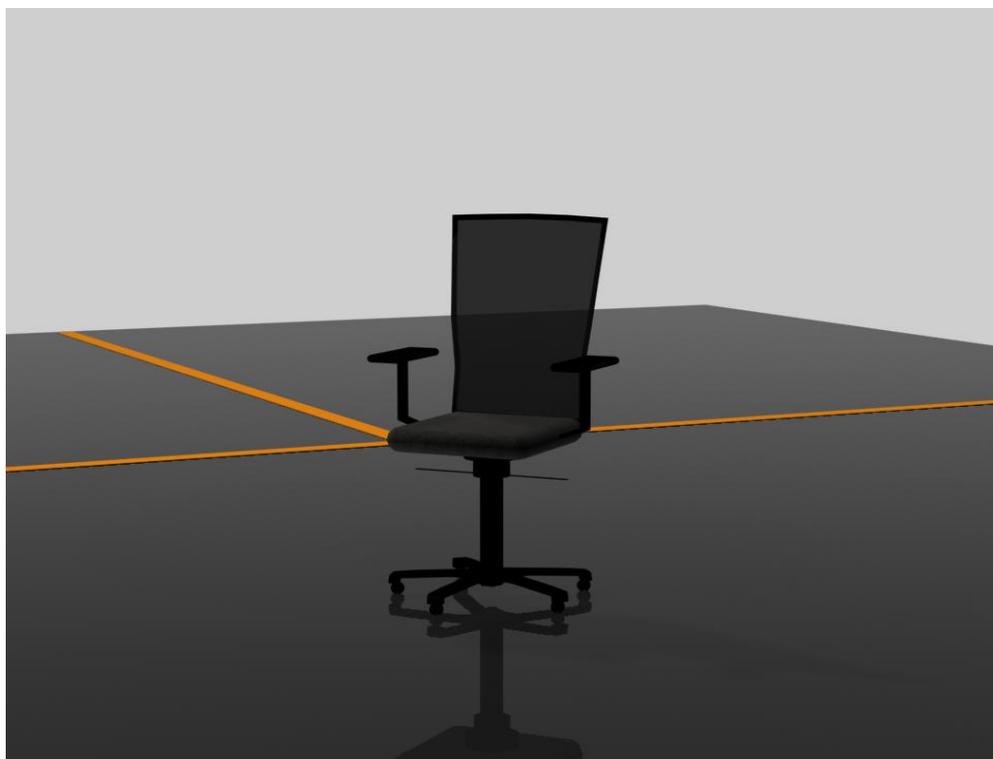
ITEM: CODIGO 4.4

RUBRO: SILLA DE ESCRITORIO

UNIDAD: U

ESPECIFICACIONES: SILLA CON RUEDAS SIMIL LONDON ALTO (LINEA A1)

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
SILLA	u	1,00	125,00	125,00
				Subtotal: 125,00
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
				Subtotal: 0,00
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
				Subtotal: 0,00
				Subtotal: 125,00
				Varios (25%): 31,25
				Total: 156,25



ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO****OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

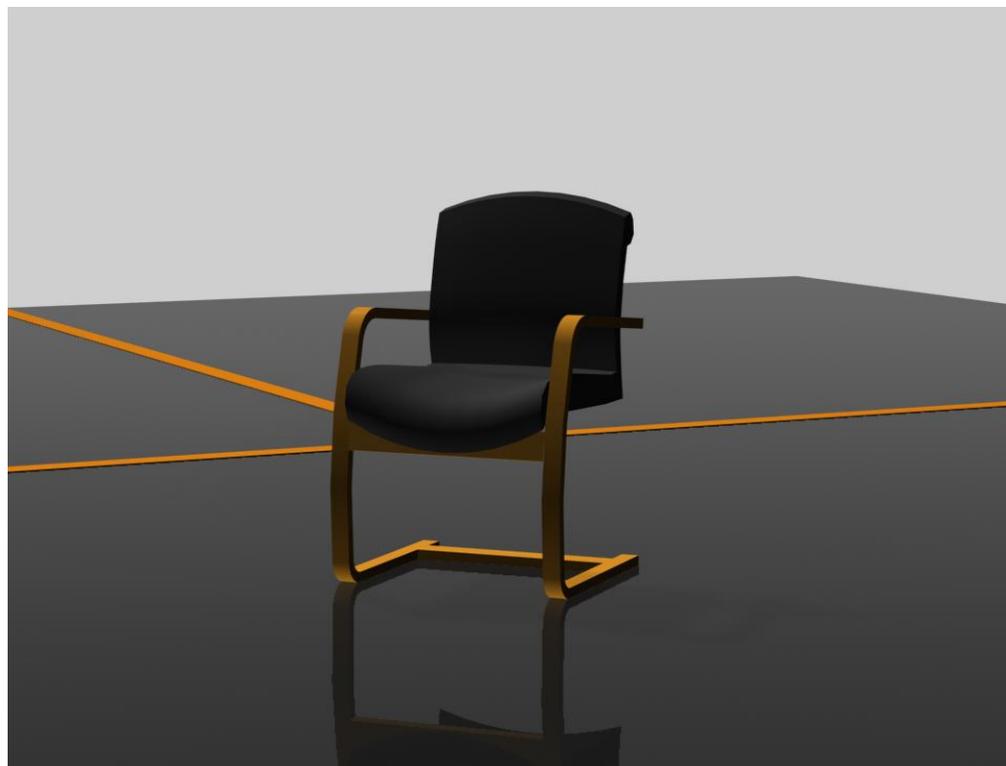
ITEM: CODIGO 4.5

RUBRO: SILLA PARA CLIENTES

ESPECIFICACIONES: SILLA SIMIL GRAFITI (LINEA A1)

UNIDAD: U

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
SILLA	u	1,00	42,00	42,00
Subtotal:				42
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
			0,00	
Subtotal:				0,00
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
			0,00	
Subtotal:				0,00
Subtotal:				42,00
Varios (20%):				8,40
Total:				50,40



ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO****OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 4.6

RUBRO: ARCHIVADORES GENERALES

ESPECIFICACIONES: ARCHIVADOR 4 GAVETAS (LINEA A1)

UNIDAD: U

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL	
ARCHIVADOR 4 GAVETAS	u	1,00	195,00	195,00	
			Subtotal:	195	
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL		
			Subtotal:	0,00	
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL	
				0,00	
			Subtotal:	0,00	
				Subtotal:	195,00
				Varios (20%):	39,00
				Total:	234,00



ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO****OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

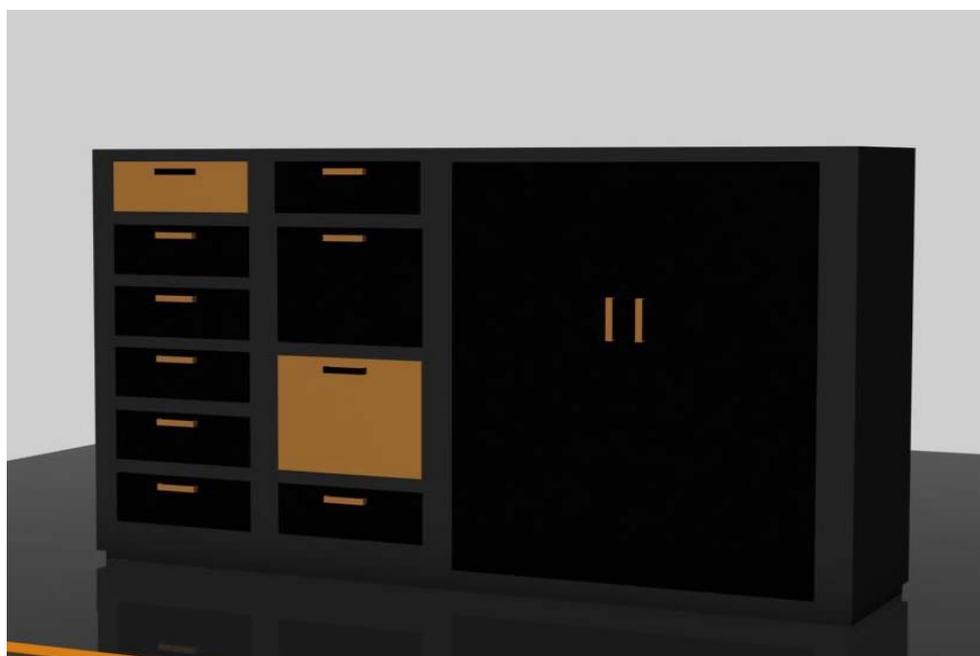
ITEM: CODIGO 4.7

RUBRO: ARCHIVADORES GERENCIA

ESPECIFICACIONES: ARCHIVADOR CREDENSA (LINEA A1)

UNIDAD: U

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL	
ARCHIVADOR	u	1,00	230,00	230,00	
			Subtotal:	230	
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL		
	0,00	0	0,00	0,00	
			Subtotal:	0,00	
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL	
	I	0,00	0,00	0,00	
			Subtotal:	0,00	
				Subtotal:	230,00
				Varios (30%):	46,00
				Total:	276,00



ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS

**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO
OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

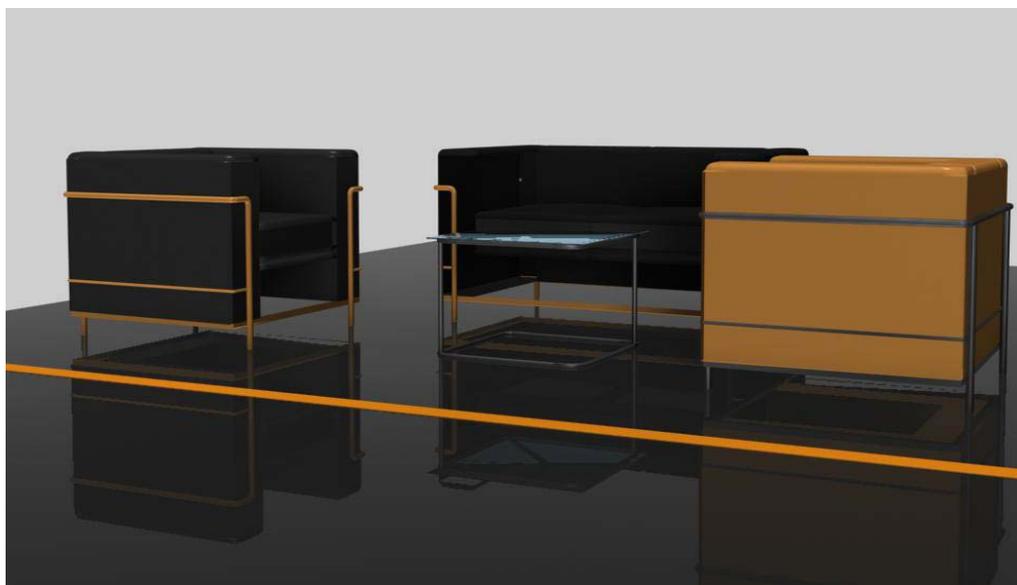
ITEM: CODIGO 4.8

RUBRO: MOBILIARIO SALA DE ESPERA

ESPECIFICACIONES: SILLON 1 PERSONA CUADRADO (MOBLIME)

UNIDAD: U

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
MOBILIARIO	u	1,00	105,00	105,00
			Subtotal:	105
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
				0,00
			Subtotal:	0,00
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
				0,00
			Subtotal:	0,00
			Subtotal:	105,00
			Varios (30%):	21,00
			Total:	126,00



ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS

**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO
OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 4.8.1

RUBRO: MOBILIARIO SALA DE ESPERA

ESPECIFICACIONES: SILLON 2 PERSONAS CUADRADO (MOBLIME)

UNIDAD: U

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
MOBILIARIO	u	1,00	205,00	205,00
			Subtotal:	205
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
				0,00
			Subtotal:	0,00
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
				0,00
			Subtotal:	0,00
			Subtotal:	205,00
			Varios (30%):	41,00
			Total:	246,00

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO****OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 4.9

RUBRO: MESA CUATRO PERSONAS 0.80M*0.80M

UNIDAD: U

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
MESA	u	1,00	150,00	150,00
			Subtotal:	150
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
				0,00
			Subtotal:	0,00
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
	I			0,00
			Subtotal:	0,00
			Subtotal:	150,00
			Varios (30%):	30,00
			Total:	180,00



ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO****OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 4.10

RUBRO: MESA SALA DE JUNTAS

UNIDAD: U

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
MESA	u	1,00	99,00	99,00
			Subtotal:	99
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
				0,00
			Subtotal:	0,00
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
	I		0,00	0,00
			Subtotal:	0,00
			Subtotal:	99,00
			Varios (30%):	19,80
			Total:	118,80



ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS

PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO

OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS

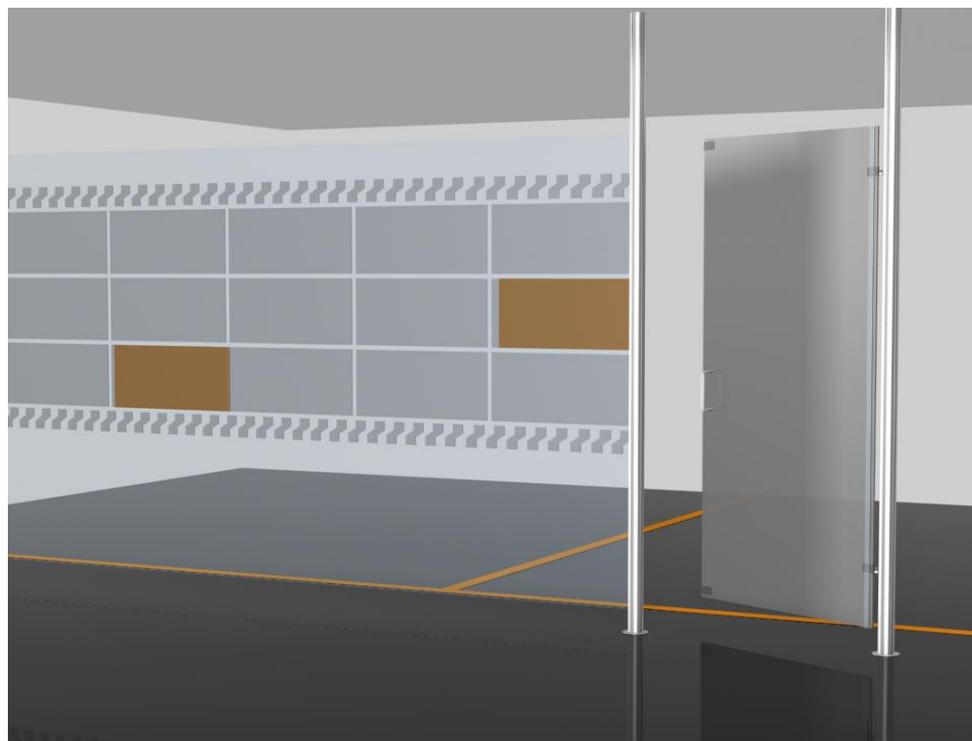
FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 5.1

RUBRO: PANELERÍA DE VIDRIO 2.10 m

UNIDAD: M²

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
TUBO HIERRO CROMADO 1 1/2"	u	0,50	1,26	0,63
ROSETA	u	0,75	10,00	7,50
PERNO HILTIN 1 /2"	u	2,00	0,03	0,06
VIDRIO 9LINEAS TEMPLADO L	u	1,00	90,00	90,00
FITTING	u	0,50	9,00	4,50
			Subtotal:	102,69
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO		COSTO POR HORA	SUBTOTAL
HERRAMIENTA MENOR	0,50		0,35	0,18
			Subtotal:	0,18
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
MAESTRO CALIFICADO	V	1,3	2,3	2,99
AYUDANTE	II	1,2	1,5	1,80
AYUDANTE	II	1,2	1,5	1,80
			Subtotal:	6,59
			Subtotal:	105,86
			Varios (25%):	21,17
			Total:	127,03



ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO****OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 5.2

RUBRO: PANELERÍA DE VIDRIO 1.20 m

UNIDAD: u

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
TUBO HIERRO CROMADO 1 1/2"	u	0,25	7,58	1,90
BASE SUJETADORA	u	1,00	10,00	10,00
PERNO HILTIN 1 1/2"	u	5,00	0,03	0,15
VIDRIO 9LINEAS TEMPLADO L	u	1,00	40,00	40,00
FITTING	u	2,00	9,00	9,00
Subtotal:				61,05
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA		SUBTOTAL
HERRAMIENTA MENOR	0,50	0,35		0,18
Subtotal:				0,18
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
MAESTRO CALIFICADO	V	1,3	2,3	2,99
AYUDANTE	II	1,2	1,5	1,80
AYUDANTE	II	1,2	1,5	1,80
Subtotal:				6,59
Subtotal:				67,81
Varios (25%):				16,95
Total:				84,76



ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS

PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO

OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 5.3

RUBRO: PANELERÍA DE MADERA

UNIDAD: U

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
MDF 0.90*0.10*0.02M	U	70,00	0,40	28,00
PINTURA	galon	0,05	14,00	0,70
TUBO HIERRO CROMADO 1 1/2	U	1,00	8,00	8,00
ROSETA	U	6,00	10,00	60,00
PERNO HILTIN 1 1/2"	U	12,00	0,03	0,36
TUBO HIERRO CROMADO 1 1/2	U	1,50	7,58	11,37
Subtotal:				108,43
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
HERRAMIENTA MENOR	0,50	0,35	0,18	
Subtotal:				0,18
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
CARPINTERO	IV	1,50	2,30	3,45
AYUDANTE	II	1,00	1,50	1,50
Subtotal:				4,95
Subtotal:				113,56
Varios (20%):				22,71
Total:				136,27



ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS

**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO
OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 5.4

RUBRO: PUERTA VIDRIO

UNIDAD: U

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
PUERTA VIDRIO 9 LINEAS	U	1,00	200,00	200,00
			Subtotal:	200,00
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
				0,00
			Subtotal:	0,00
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
				0,00
			Subtotal:	0,00
				Subtotal:
				Varios (20%):
				Total:
				200,00
				40,00
				240,00



ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO****OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

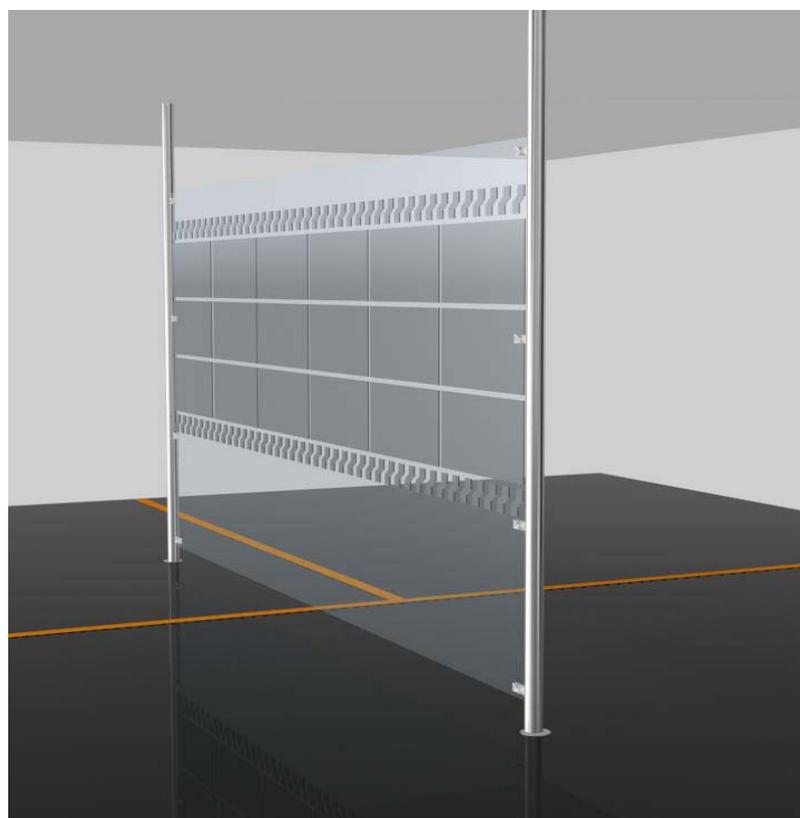
FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 6.1

RUBRO: VINIL OPACO PARA PANELERIA

UNIDAD: m²

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
VINELETCHE TRANSLUCIDO	m ²	1,00	14,00	14,00
			Subtotal:	14,00
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
				0,00
			Subtotal:	0,00
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
				0,00
			Subtotal:	0,00
			Subtotal:	14,00
			Varios (20%):	2,80
			Total:	16,80



ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO****OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 6.2

RUBRO: VINIL (senalizacion)

UNIDAD: m²

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
ORACAL 015 yellow orange	m ²	1,00	6,00	6,00
			Subtotal:	6,00
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
				0,00
			Subtotal:	0,00
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
				0,00
			Subtotal:	0,00
			Subtotal:	6,00
			Varios (20%):	1,20
			Total:	7,20

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO****OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

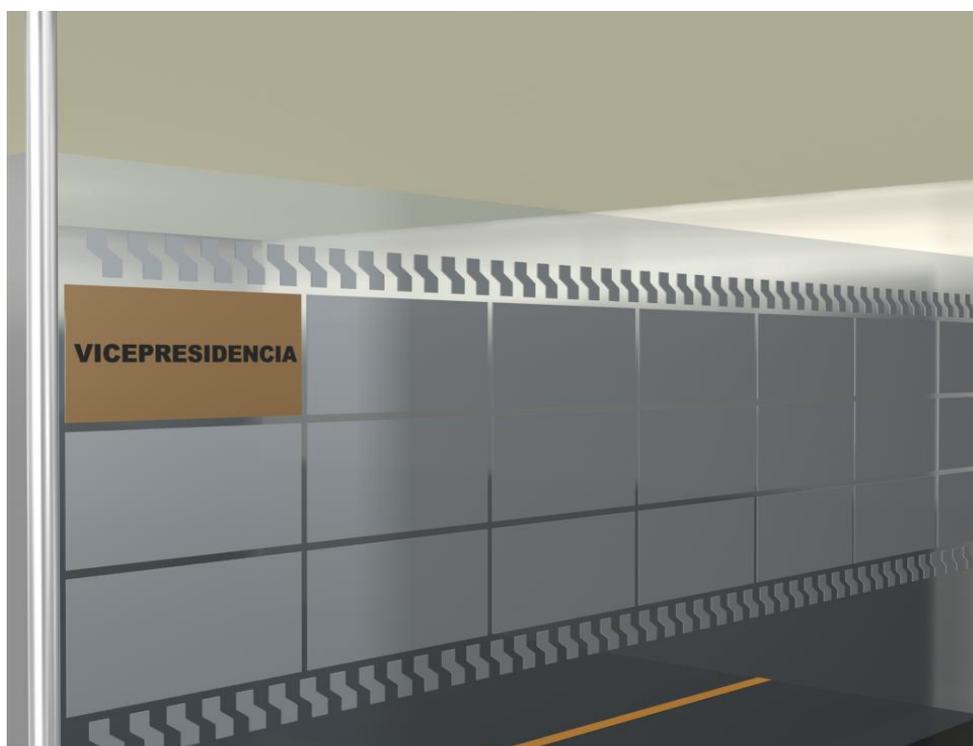
FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 6.3

RUBRO: VINIL (letras)

UNIDAD: U

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
IMPRESIONES LETRAS	u	1,00	15,33	15,33
			Subtotal:	15,33
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
				0,00
			Subtotal:	0,00
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
				0,00
			Subtotal:	0,00
			Subtotal:	15,33
			Varios (25%):	3,83
			Total:	19,16



ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO
OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 7.1

RUBRO: PINTURA

UNIDAD: m²

ESPECIFICACIONES: DOS MANOS DE PINTURA

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
PINTURA BEIGE i9/2i1-1 pintucc	galón	0,05	13,00	0,65
				Subtotal:
				0,65
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
BROCHA	0,01	2,00	0,02	
RODILLO	0,02	3,00	0,06	
				Subtotal:
				0,08
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
ALBANIL	III	0,25	1,80	0,45
ALBANIL	III	0,30	1,80	0,54
				Subtotal:
				0,99
				Subtotal:
				1,72
				Varios (25%):
				0,43
				Total:
				2,15

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO
OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 7.1.1

RUBRO: PINTURA

UNIDAD: m²

ESPECIFICACIONES: DOS MANOS DE PINTURA

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
PINTURA AMARILLA i16/2i1-8 p	galón	0,05	16,00	0,80
				Subtotal:
				0,80
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
BROCHA	0,01	2,00	0,02	
RODILLO	0,02	3,00	0,06	
				Subtotal:
				0,08
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
ALBANIL	III	0,25	1,80	0,45
ALBANIL	III	0,30	1,80	0,54
				Subtotal:
				0,99
				Subtotal:
				1,87
				Varios (25%):
				0,47
				Total:
				2,34

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS

PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO
 OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS

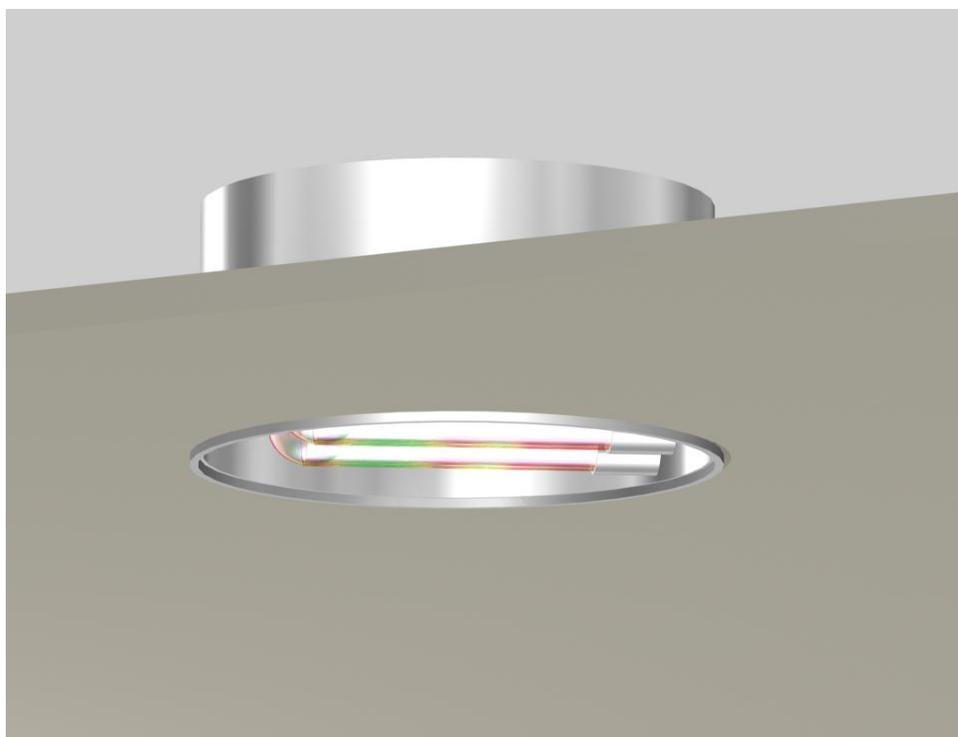
FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 8.1

RUBRO: OJOS DE BUEY 25 cm

UNIDAD: u

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
OJOS DE BUEY	u	1,00	11,10	11,10
				Subtotal:
				11,10
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
				0,00
				Subtotal:
				0,00
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
				0,00
				0,00
				Subtotal:
				0,00
				Subtotal:
				11,10
				Varios (30%):
				3,33
				Total:
				14,43



ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO****OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 8.2

RUBRO: LAMPARAS

UNIDAD: U

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
LAMPARA PARED	u	1,00	16,50	16,50
			Subtotal:	16,50
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
			Subtotal:	0,00
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
				Subtotal: 0,00
			Subtotal:	16,50
			Varios (25%):	4,13
			Total:	20,63

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO****OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 8.3

RUBRO: TOMAS

UNIDAD: U

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
TOMACORRIENTE UNIVERSAL	u	1,00	2,28	2,28
			Subtotal:	2,28
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
			Subtotal:	0,00
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
				Subtotal: 0,00
			Subtotal:	2,28
			Varios (25%):	0,00
			Total:	2,28

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO****OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 8.4

RUBRO:INTERRUPTORES

UNIDAD: U

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
INTERRUPTOR SENCILLO	u	1,00	1,80	1,80
Subtotal:				1,80
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
Subtotal:				0,00
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
Subtotal:				0,00
Subtotal:				1,80
Varios (25%):				0,45
Total:				2,25

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO****OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 8.5

RUBRO:CENTRO DE CARGA

UNIDAD: U

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
TABLERO DE 8 CIRCUITOS	u	1,00	40,00	40,00
Subtotal:				40,00
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
Subtotal:				0,00
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
Subtotal:				0,00
Subtotal:				40,00
Varios (30%):				10,00
Total:				50,00

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO****OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 8.6

RUBRO:CABLE

UNIDAD: ml

ESPECIFICACIONES: INSTALACIONES

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
CABLE #10	ml	1,00	0,70	0,70
			Subtotal:	0,70
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
			Subtotal:	0,00
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
				Subtotal: 0,00
			Subtotal:	0,70
			Varios (20%):	0,14
			Total:	0,84

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO****OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 8.7

RUBRO:CABLE

UNIDAD: ml

ESPECIFICACIONES: TRES TIPOS CABLE

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
CABLE# 12	ml	1,00	0,42	0,42
			Subtotal:	0,42
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
			Subtotal:	0,00
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
				Subtotal: 0,00
			Subtotal:	0,42
			Varios (20%):	0,08
			Total:	0,51

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO
OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 8.8

RUBRO:CABLE

UNIDAD: ml

ESPECIFICACIONES: TRES TIPOS CABLE

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
CABLE#14	ml	1,00	0,29	0,29
				Subtotal:
				0,29
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
				Subtotal:
				0,00
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
				Subtotal:
				0,00
				Subtotal:
				0,29
				Varios (20%):
				0,06
				Total:
				0,35

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO
OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 8.9

RUBRO:PUNTO DE LUZ

UNIDAD: u

ESPECIFICACIONES: 1 PUNTO DE LUZ

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
CABLE RIGIDO #10	m	5,00	0,18	0,90
GRAPA INSTAL./ELECTR. 7X1C	m	5,00	0,01	0,05
TUBO CONDUIT EMT 1/2" MET.	m	1,66	1,50	2,49
				Subtotal:
				3,44
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
HERRAMIENTA MENOR	0,20	0,20	0,04	
				Subtotal:
				0,04
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
ELECTRICISTA	IV	1,00	3,20	3,20
PEON	I	1,00	1,40	1,40
				Subtotal:
				4,60
				Subtotal:
				8,08
				Varios (30%):
				2,42
				Total:
				10,50

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO****OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 8.10

RUBRO: CANALETA

UNIDAD: M

ESPECIFICACIONES: CANALETA DE 0.06M PROFUNDIDAD

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
PLACA HIERRO 1MM	m	0,30	0,18	0,05
TORNILLOS 1/2"	m	2,00	0,01	0,02
TUBO CONDUIT EMT 1/2" MET.	m	1,00	1,50	1,50
Subtotal:				1,57
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
HERRAMIENTA MENOR	0,20	0,20	0,04	
Subtotal:				0,04
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
PEON	I	0,30	1,40	0,42
PEON	I	0,30	1,40	0,42
Subtotal:				0,84
Subtotal:				2,45
Varios (25%):				0,61
Total:				3,07

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO****OFICINAS DE RECURSOS HUMANOS**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 9

RUBRO: LIMPIEZA GENERAL DEL LOCAL

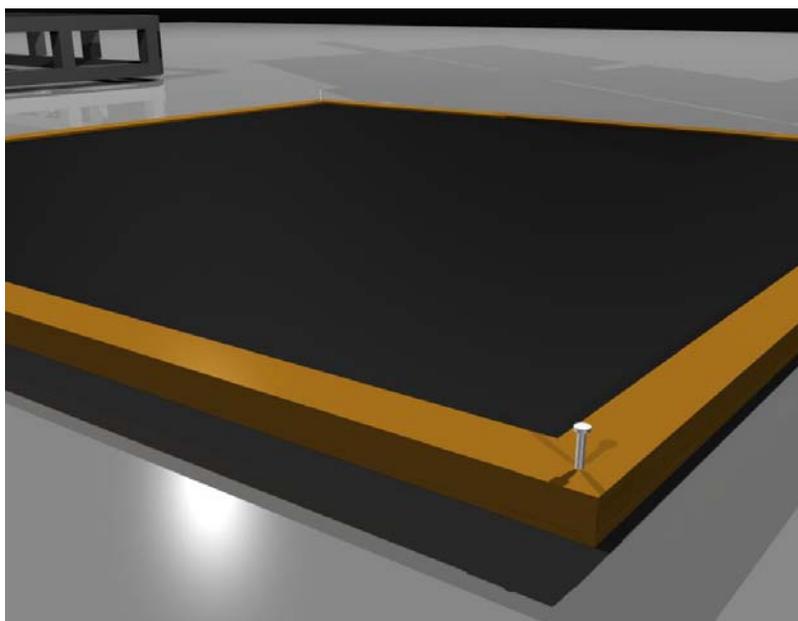
UNIDAD: M

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
Subtotal:				0,00
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
VOLQUETA	0,10	25,00	2,50	
Subtotal:				2,50
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
PEON	I	0,20	1,40	0,28
PEON	I	0,20	1,40	0,28
Subtotal:				0,56
Subtotal:				3,06
Varios (25%):				0,77
Total:				3,83

ANEXO 6

Rubros del sistema tecnológico versátil (propuesta E)

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS				
PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO SISTEMA TECNOLÓGICO VERSÁTIL FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007 ITEM: CODIGO 1.1 RUBRO: PISO DE MADERA ESPECIFICACIONES: MDF DE 18mm UNIDAD: m ²				
A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
PLANCHA DE MADERA 2.40*1.86m(18 mm)	m ²	1,00	7,95	7,95
TINTE	ltr	0,25	5,00	1,25
LACA	ltr	0,25	4,00	1,00
PERFIL HIERRO U 1mm (6m)	ml	3,30	1,50	4,95
TORNILLO CABEZA PLANA 1/2"	u	3,00	0,03	0,09
TORNILLO AUTORROSCANTE 1/2"	u	3,00	0,03	0,09
Subtotal:				15,33
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA		SUBTOTAL
HERRAMIENTA MENOR	0,10	0,50		0,05
Subtotal:				0,05
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
CARPINTERO	IV	0,20	2,80	0,56
AYUDANTE	II	0,15	1,50	0,23
Subtotal:				0,79
Subtotal:				16,17
Varios (25%):				4,04
Total:				20,21



ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS

**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO
SISTEMA TECNOLÓGICO VERSÁTIL**

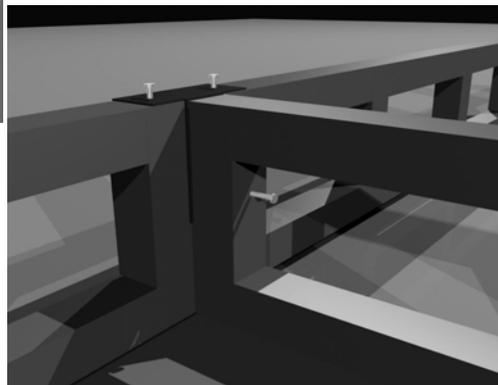
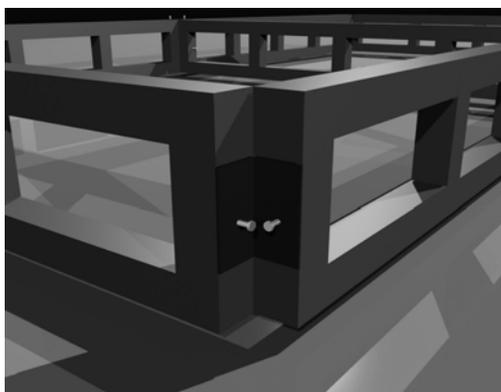
FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 1.2

RUBRO: ESTRUCTURA DE HIERRO PARA BASE DE PISO

UNIDAD: ml

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
TUBO SECCION CUADRADA 0.4CM*0.4CM 3M	ml	8,8	2,52	22,176
T DE HIERRO 6M	ml	0,36	2	0,72
PERNO DE ACERO 3/8*2"	u	1,4	0,25	0,35
ARANDELA PLANA	u	1,4	0,03	0,042
ARANDELA PRESION	u	1,4	0,03	0,042
ARANDELA TUERCA	u	1,4	0,03	0,042
ANGULO DE HIERRO 6M	ml	0,3	2,8	0,84
			Subtotal:	24,21
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA		SUBTOTAL
SOLDADORA	0,30	0,10		0,03
		Subtotal:		0,03
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
MAESTRO	VI	0,25	2,80	0,70
AYUDANTE	II	0,2	1,50	0,30
			Subtotal:	1,00
Subtotal:				25,24
Varios (25%):				6,31
Total:				31,55



ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS

**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO
SISTEMA TECNOLÓGICO VERSÁTIL**

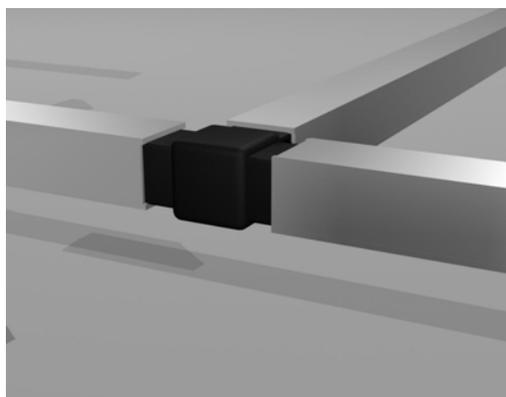
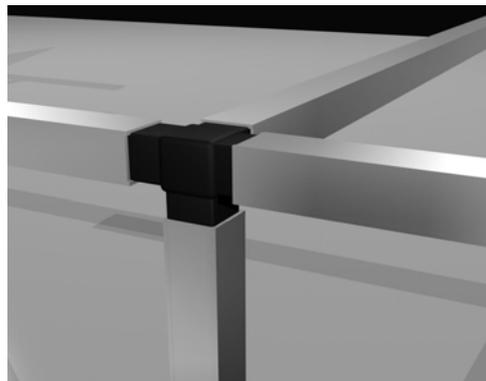
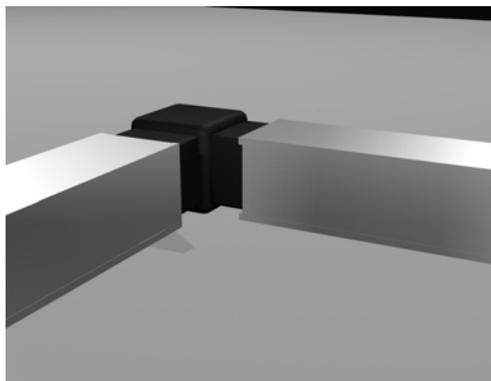
FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 2.1

RUBRO: ESTRUCTURA CIELO RASO (ALUMINIO)

UNIDAD: m²

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
TUBO SECCION CUADRADA 0.04*0.04m*6M	ml	1,22	2,90	3,54
ACOPLES PARA ESTRUCTURA TIPO A	u	0,07	0,60	0,04
ACOPLES PARA ESTRUCTURA TIPO B	u	0,47	0,75	0,35
ACOPLES PARA ESTRUCTURA TIPO C	u	0,07	0,85	0,06
			Subtotal:	3,538
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA		SUBTOTAL
HERRAMIENTA MENOR	0,30	0,05		0,02
		Subtotal:		0,02
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
MAESTRO	V	0,30	2,80	0,84
AYUDANTE	II	0,25	1,40	0,35
			Subtotal:	1,19
Subtotal:				4,74
Varios (25%):				1,19
Total:				5,93



ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS

**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO
SISTEMA TECNOLÓGICO VERSÁTIL**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 2.2

RUBRO: COLUMNA ALUMINIO ALUMINIO 3M

UNIDAD: m²

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
TUBO SECCION CUADRADA 0.04M*0.04M*6M	ml	0,43	2,90	1,25
			Subtotal:	1,247
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
HERRAMIENTA MENOR	0,20	0,40	0,08	
			Subtotal:	
			0,08	
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
MAESTRO	V	0,30	2,80	0,84
AYUDANTE	II	0,25	1,40	0,35
			Subtotal:	1,19
			Subtotal:	2,52
			Varios (25%):	0,63
			Total:	3,15

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS

**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO
SISTEMA TECNOLÓGICO VERSÁTIL**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 3.1

RUBRO: ESCRITORIO

ESPECIFICACIONES: ESCRITORIO SIMIL PRESTIGE PEQUENO (LINEA A1)

UNIDAD: u

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
ESCRITORIO	u	1,00	325,00	325,00
			Subtotal:	325,00
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
			Subtotal:	
			0,00	
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
				Subtotal:
				0,00
			Subtotal:	325,00
			Varios (25%):	81,25
			Total:	406,25

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO
SISTEMA TECNOLÓGICO VERSÁTIL**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 3.2

RUBRO: SILLA DE ESCRITORIO

ESPECIFICACIONES: SILLACON RUEDAS SIMIL LONDON ALTO (LINEA A1)

UNIDAD: u

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL	
SILLA	u	1,00	125,00	125,00	
				Subtotal:	125,00
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL		
				Subtotal:	0,00
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL	
				Subtotal:	0,00
				Subtotal:	125,00
				Varios (25%):	31,25
				Total:	156,25

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO
SISTEMA TECNOLÓGICO VERSÁTIL**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 3.3

RUBRO: SILLA PARA CLIENTES

ESPECIFICACIONES: SILLA SIMIL GRAFITI (LINEA A1)

UNIDAD: u

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL	
SILLA	u	1,00	42,00	42,00	
				Subtotal:	42
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL		
				Subtotal:	0,00
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL	
				Subtotal:	0,00
				Subtotal:	42,00
				Varios (20%):	8,40
				Total:	50,40

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO
SISTEMA TECNOLÓGICO VERSÁTIL**

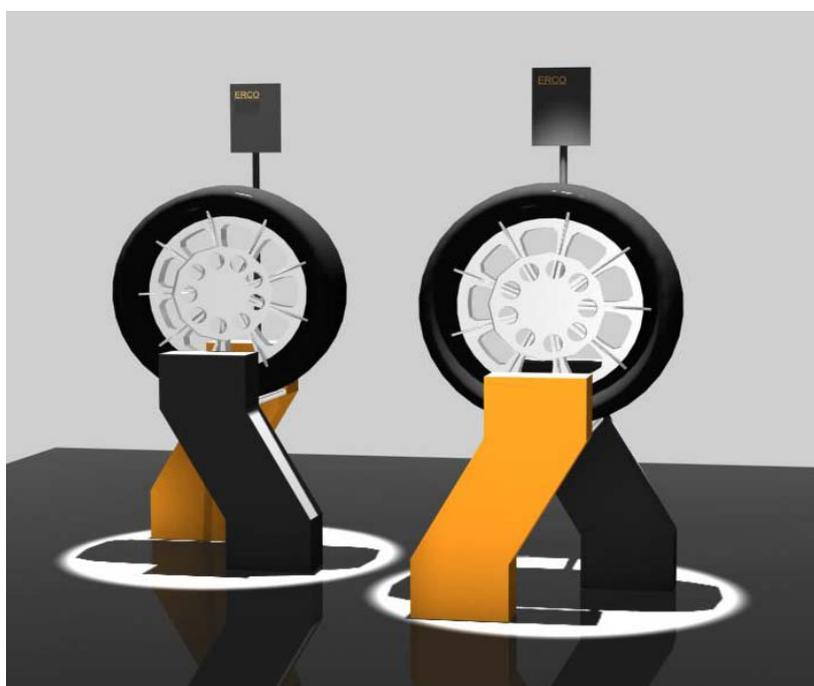
FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 3.4

RUBRO: EXHIBIDOR

UNIDAD: u

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
MADERA	m ²	0,60	22,00	13,20
PINTURA	gal	0,05	14,00	0,70
FONDO	gal	0,04	17,30	0,69
LACA NABERPUR-80 MATE	gal	0,02	14,50	0,29
TUBO HIERRO CROMADO Ø0.01m (6m)	ml	0,12	7,00	0,84
TUBO HIERRO CROMADO Ø0.015m (6m)	ml	0,02	7,20	0,12
TUBO HIERRO CROMADO Ø0.02m (6m)	ml	0,06	7,40	0,44
TUBO HIERRO CROMADO Ø0.025 (6m)	ml	0,06	7,60	0,46
TORNILLO AUTORROSCANTE 1/2"	u	3,00	0,04	0,12
Subtotal:				16,86
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA		SUBTOTAL
HERRAMIENTA MENOR	0,75	0,8		0,60
Subtotal:				0,60
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
CARPINTERO	IV	8,00	2,80	22,40
AYUDANTE	II	5,00	1,40	7,00
Subtotal:				29,40
Subtotal:				46,86
Varios (25%):				11,71
Total:				58,57



ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS

PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO
SISTEMA TECNOLÓGICO VERSÁTIL

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 4.1

RUBRO: TABIQUE METALICO 1.18M*0.58m

UNIDAD: m²

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
TUBO SECCION CUADRADA 0.04*O.04m*6m	u	0,4	1,26	0,504
PLACA METALICA DE 1mm	u	0,35	9,50	3,33
RUDON	u	1,50	0,10	0,15
REMACHE POP	u	4,00	0,03	0,12
Subtotal:				3,595
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA		SUBTOTAL
Herramienta Menor	0,50	2		1,00
Subtotal:				1,00
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
MAESTRO	V	0,30	2,80	0,84
AYUDANTE	II	0,25	1,40	0,35
Subtotal:				1,19
Subtotal:				5,79
Varios (20%):				1,16
Total:				6,94



ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS				
PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO SISTEMA TECNOLÓGICO VERSÁTIL FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007 ITEM: CODIGO 4.2 RUBRO: ADHESIVOS IMPRESOS CON LOGOS UNIDAD: u				
A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
IMPRESIONES	u	1,00	15,68	15,68
			Subtotal:	15,68
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
		0	0,00	
			Subtotal:	0,00
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
			0,00	0,00
			Subtotal:	0,00
			Subtotal:	15,68
			Varios (20%):	3,14
			Total:	18,82

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS				
PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO SISTEMA TECNOLÓGICO VERSÁTIL FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007 ITEM: CODIGO 6.1 RUBRO: DICROICOS UNIDAD: u				
A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
DICRÓICOS	u	1,00	3,00	3,00
BAQUELITA	u	1,00	2,00	2,00
			Subtotal:	5,00
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA	SUBTOTAL	
HERRAMIENTA MENOR	0,30	0,05	0,02	
			Subtotal:	0,02
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
ELECTRICISTA	V	0,5	3,2	1,6
AYUDANTE	II	0,35	1,4	0,49
			Subtotal:	2,09
			Subtotal:	7,11
			Varios (25%):	1,78
			Total:	8,88

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO
SISTEMA TECNOLÓGICO VERSÁTIL**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 6.2

RUBRO:TOMAS

UNIDAD: u

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
TOMACORRIENTE UNIVERSAL	u	1,00	2,28	2,28
Subtotal:				2,28
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA		SUBTOTAL
HERRAMIENTA MENOR	0,3	0,05		0,015
Subtotal:				0,02
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
ELECTRICISTA	IV	0,35	3,2	1,12
AYUDANTE	II	0,3	1,4	0,42
Subtotal:				1,54
Subtotal:				3,42
Varios (25%):				0,85
Total:				4,27

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS**PROYECTO: DISEÑO INTERIOR DE LA COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO
SISTEMA TECNOLÓGICO VERSÁTIL**

FECHA: 26 DE JUNIO DEL 2007

ITEM: CODIGO 6.3

RUBRO:PUNTO DE LUZ

UNIDAD: U

ESPECIFICACIONES: 1 PUNTO DE LUZ

A. MATERIALES	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	SUBTOTAL
CABLE RIGIDO #12	m	5,00	0,18	0,90
GRAPA INSTAL./ELECTR. 7X10mm	m	5,00	0,01	0,05
TUBO CONDUIT EMT 1/2" METALICO	m	1,66	1,50	2,49
Subtotal:				3,44
B. MAQUINARIA	HORAS / EQUIPO	COSTO POR HORA		SUBTOTAL
HERRAMIENTA MENOR	0,20	0,20		0,04
Subtotal:				0,04
C. MANO DE OBRA	CATEGORIA	HORAS / HOMBRE	COSTO POR HOMBRE	SUBTOTAL
ELECTRICISTA	IV	1,00	3,20	3,20
AYUDANTE	I	1,00	1,40	1,40
Subtotal:				4,60
Subtotal:				8,08
Varios (30%):				2,42
Total:				10,50