

Interiores para las franquicias gastronómicas y comerciales

EL ESTÍMULO FENOMENOLÓGICO COMO RECURSO DIFERENCIAL

PROYECTO FINAL DE CARRERA - PFC

El estímulo fenomenológico como recurso diferencial

Interiores en franquicias gastronómicas y comerciales

Licenciatura en Diseño de Interiores

Facultad de Arquitectura

Universidad Abierta Interamericana

Argentina

2019

Autor: Aldana Perez Acuña

Tutor: Fabián Perez

El PFC surge como la forma de sintetizar todos los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos a lo largo de la carrera.
La realización de este proyecto es el cierre de una etapa y el nexo con la actividad profesional.
Como tema a abordar en el Proyecto Final de Carrera, se toma la injerencia de la estimulación sensorial en los espacios interiores, más específicamente en los gastronómico-comerciales.
Esta propuesta nace del esfuerzo por crear espacios cargados de sensibilidad, pensando el proyecto como la suma de los diversos estímulos, buscando generar experiencias perceptivas que formen parte del habitar de las personas.

00 ÍNDICE

01 INTRODUCCIÓN

Tema a tratar
Justificación de la elección

02 OBJETIVOS

Generales
Específicos

03 MARCO TEÓRICO

Análisis de la marca
Contexto socio-cultural
Diagnóstico de la problemática
Referentes

04 MARCO PROYECTUAL

Tipología
Ubicación geográfica / Implantación y entorno
Relevamiento

05 DESARROLLO PROYECTUAL Y TÉCNICO

Idea proyectual, memoria
Organización espacial
Planta
Cortes
Fachada / vistas
Estímulo sensorial
Mobiliario y equipamiento
Cielorraso
Iluminación
Intervención gráfica
Vegetación
Sectores
Perspectivas

06 CONCLUSIÓN

Reflexión final
Bibliografía

INTRODUCCIÓN

Tema a tratar

Justificación de la elección

01

ESPACIO COMERCIAL + **ESPACIO GASTRONÓMICO** = **ESPACIO GASTRONÓMICO - COMERCIAL** → **FRANQUICIAS**

LA INFLUENCIA DEL ESTÍMULO SENSORIAL Y SU REPERCUSIÓN EN EL CONSUMO

Como punto fundamental del proyecto se debe destacar la injerencia de una combinación de estímulos fenomenológicos durante el proceso de compra-venta, debido a la firme creencia de que, la forma en que percibimos el espacio que habitamos se encuentra dotada de experiencias, que cargan de significado la existencia de todo ser humano.

Diseñar estos espacios, es pensar de forma integradora, es adentrarse en la condición del hombre al habitar y consumir dentro de una sociedad competitiva.

El fin se establece en organizar y enmarcar una actividad comercial, darle sentido al espacio, pero sobre todo, generar experiencias perceptivas a través de los sentidos.

Se desea generar respuestas cognitivas en el actuar y en la memoria de quienes lo experimentan, pudiendo así, tener la posibilidad de prevalecer por encima de los otros espacios comerciales y gastronómicos establecidos en la zona . Para esto, se determinan los diversos estímulos de acuerdo a los sentidos, generando como resultado estimulos gustativos, olfativos, visuales, táctiles y auditivos.

DEFINICIÓN Y CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE FRANQUICIA

Es una relación comercial entre dos partes, en la cual una de ellas paga una cierta cantidad de dinero con el fin de obtener la licencia para comenzar un negocio utilizando el nombre de una marca ya consolidada en el mercado. Bajo ciertas condiciones y con el uso de manuales proporcionados por el franquiciante, el franquiciado puede comenzar su negocio sin correr muchos riesgos respecto a su economía.

CASO PARTICULAR

Pascuala Pastelería posee actualmente un local comercial en la zona sur del Gran Buenos Aires y desea expandirse hacia la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, por lo cual, se tiene como pretensión lograr una buena imagen de marca, generar la aceptación por parte de los nuevos clientes y adaptar el espacio interior a los requerimientos de una franquicia.

Como parte de la propuesta proyectual, se determina que esta pueda ser aplicable tanto a las marcas que ya funcionan con franquicias, dándoles una nueva propuesta, como a aquellas que no funcionan con el sistema de franquicias pero quieren incorporarlo, como el caso de Pascuala.

El Proyecto Final de Carrera tiene como base cumplir con la necesidad de crear un espacio interior acorde a la identidad de marca que, posteriormente, pueda ser aplicado a distintas tipologías y se adapte al paisaje contemplativo de la ciudad, logrando potenciar y diferenciar el espacio.



A modo de síntesis, y para dejar en claro el tema a tratar en el Proyecto Final de Carrera se toma, como parte del proceso metodológico, ciertas preguntas básicas, pero de gran relevancia, cuyas respuestas nos sitúan en el contexto del PFC.

Qué se va a desarrollar en el proyecto?
Un modelo de franquicia para un espacio gastronómico - comercial, más específicamente una pastelería, Pascuala.

Dónde va a estar implantado el proyecto?
En la intersección de las calles Acevedo y Loyola, en el barrio de Villa Crespo, que forma parte de la Comuna 15 ubicada en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina

Por qué se decide realizar este proyecto?
Debido a la necesidad de potenciar la identidad y crecimiento de la marca, acopañada del deseo de contribuir con el dinamismo barrial y fomentar el desarrollo comercial en la zona

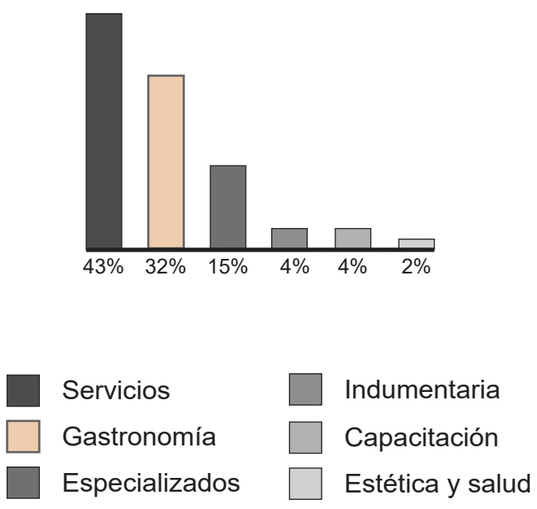
Para quién se encuentra destinado el proyecto?
Para aquellos que sean habitantes y consumidores del barrio de Villa Crespo estará destinado el proyecto interior

Cómo va a llevarse a cabo el proyecto?
Mediante la incorporación premeditada de estímulos fenomenológicos y la generación de un modelo interior que pueda replicarse a diversos espacios de ser necesario

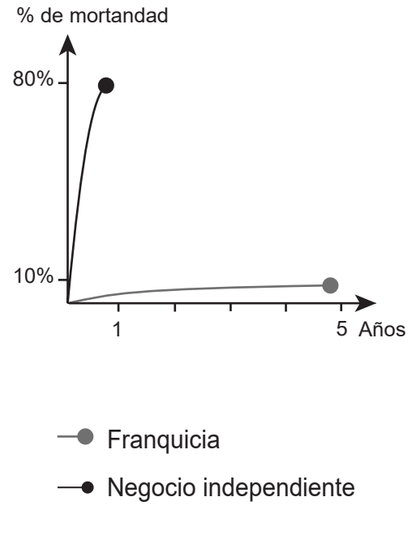
Con el fin de dejar justificada la elección, tanto del tema como del sistema de franquicias, se muestran estadísticas y datos que representan la situación actual en Argentina. Se abarca el crecimiento de las franquicias de acuerdo al rubro, destacando los seis rubros con mayor crecimiento, la comparación respecto ala mortandad de los negocios, diferenciando la franquicia del negocio independiente, y para finalizar, se pueden observar datos acerca de la cantidad de empleados, puntos de venta, franquiciados, locales y marcas que se encuentran involucrados en el ámbito de las franquicias.

Fuente: Guía Argentina de Franquicias

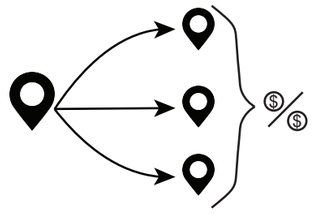
Crecimiento de franquicias por rubro en Argentina



Comparación franquicia - negocio independiente



Involucrados en el ámbito de las franquicicas



209.000 Empleados
34.000 Puntos de venta
30.000 Franquiciados
15.400 Locales
1.000 Marcas

OBJETIVOS

Generales
Específicos

02

Se plantean, seguidamente, los objetivos del Proyecto Final de Carrera (PFC). Estableciendo los fines que se deben cumplir a lo largo del PFC.
Cabe aclarar, que la diferencia entre los objetivos generales y específicos se define sabiendo que, los generales dan pauta al proceso de identidad comercial, la funcionalidad y la unificación con la experimentación sensitiva; mientras que, los específicos se relacionan directamente con las condiciones de multiplicación de la franquicia y los elementos infaltables dentro de los manuales que otorga el franquiciante.

GENERALES

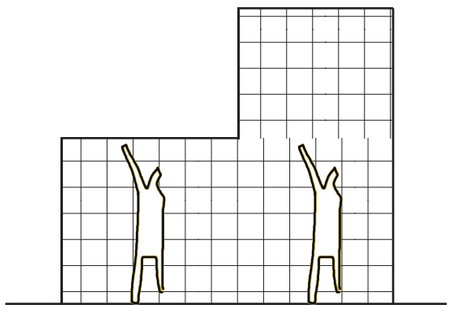
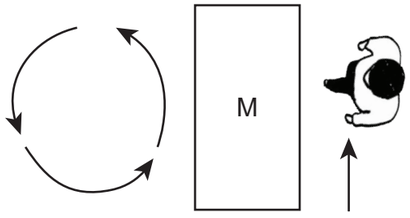
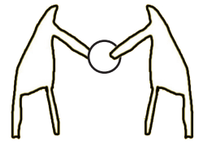
Desarrollar el espacio interior de una franquicia donde se integren la identidad de la marca, con la producción y comercialización gastronómica.

Producir una “experiencia memorable” mediante la estimulación sensorial y su percepción.

Se entiende como experiencia memorable aquella donde el reconocimiento y afección sobre el interior, se relacionan con la aplicación de componentes espaciales capaces de transmitir experiencias perceptibles, estas son concebidas por los recursos sensoriales y trascienden en la memoria de las personas.

Bachelard, G.

ESPECÍFICOS

ESPACIALIDAD	MOBILIARIO COMO ORGANIZADOR	IDENTIDAD CROMÁTICA	CONEXIÓN CLIENTE - PRODUCTO
			
Explorar las diversas posibilidades espaciales que puden surgir a partir de la diferenciación de escalas con la modulación de un sector del cielorraso	Analizar las formas de abordar la organización, tanto espacial como funcional, a través del diseño del mobiliario	Indagar respecto a las alternativas que permitan potenciar visualmente el espacio, mediante la selección de tonalidades que indentifiquen a la marca	Profundizar sobre las estrategias que posibiliten la conexión entre el cliente y el producto durante el proceso de compra y consumo

MARCO TEÓRICO

Análisis de la marca
Contexto socio-cultural
Diagnóstico de la problemática
Referentes

03

ANÁLISIS DE MARCA

A partir de la investigación sobre el tema se lleva a cabo la clasificación del rubro gastronómico de la panadería y se diferencian los espacios que pueden surgir a partir de la misma. En un principio se debe entender que el rubro, a lo que personalmente llamo panadería o pastelería con el objeto de simplificar, incluye diversas variantes, descritas brevemente a continuación.

La panadería se encarga de la creación de pan tanto dulce como salado. La diferencia entre pan dulce de la panadería y la pastelería radica en que el pan dulce de la panadería es masa con sabor dulce, no lleva ni rellenos ni decoraciones propias que se encuentran en la repostería y pastelería.

Mientras que el término pastelería sirve para definir a la especialidad de la cocina que se enfoca en la parte dulce de la misma.

Esta última incluye a la repostería, es la especialidad de la pastelería que se enfoca en la realización de todo tipo de postres, tanto clásicos como modernos para satisfacer los paladares más variados y exigentes, y no únicamente en la realización de pasteles.

Y dentro de la repostería, encontramos la confitería, la cual se encarga de elaborar los productos que llevan un alto contenido en azúcares, como masas finas o bombones, y la chocolatería que se enfoca en trabajar únicamente el chocolate en todas sus variantes.

A su vez, estas alternativas tienen lugar en espacios cuyos funcionamientos son diversos, entre los cuales se destacan principalmente las pastelerías tradicionales, que incluyen la producción del producto en ese mismo espacio, las modernas, aquellas que no producen el alimento, sino que funcionan solo como espacio de venta, las gourmet, que incluyen productos más variados y sofisticados, las autoservicio, donde el cliente elige los productos por sí mismo, y las que tienen, sumado a la posibilidad de comprar y llevar, la opción de consumir en el mismo lugar.

Gracias a la investigación previa se define que la marca Pascuala se dedica a la pastelería, abarcando repostería y confitería, lo cual se debe tener en cuenta al distribuir el espacio a trabajar, a demás Pascuala da una combinación de varias alternativas en cuanto al funcionamiento que requiere su espacio, siendo así una pastelería – cafetería tradicional gourmet.

SITUACIÓN ACTUAL

Crisis económica, cierre de negocios, desempleo, zonas comerciales estancadas

PROBLEMÁTICA

Negocios/ marcas sin identidad e inestables, estancamiento comercial en la zona de Villa Crespo

SOLUCIÓN

Promoción de franquicias y dinamismo barrial







CONTEXTO HISTÓRICO Y SOCIO - CULTURAL

PREHISTORIA	EDAD ANTIGUA	EDAD MEDIA	EDAD MODERNA	ACTUALIDAD
elaboración de pan	tarea comunal	profesión de panadero PASTELERÍA	nuevas tecnologías y materias primas	fusión de sabores y variantes

ESTÍMULO FENOMENOLÓGICO

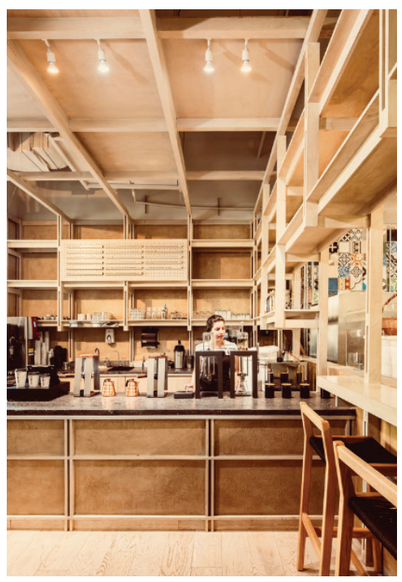
Bread Panaderos

Autor: Cadena Concept Design
Ubicación: CDMX, México
Año: 2018
Área: 215m2

En consecuencia del análisis de casos similares dentro del ámbito gastronómico-comercial se toma como ejemplo referencial a Bread Panaderos, ubicado en México y a cargo del estudio Cadena Asociados Concept Design. Este comercio aprecia, al igual que pretende hacerlo el proyecto a desarrollar, la importancia de la expresión sensorial, en este caso enfocada más directamente a la tradición y la fabricación panadera como puede observarse en la descripción del proyecto:

“Inspirado en la elaboración de pan, Bread Panaderos es un recorrido artesanal que evoca los sentidos y fluye a través de la construcción de los elementos decorativos. [...] Una cálida atmósfera monocromática captura la pasión de los panaderos y convierte cada rincón, cada espacio en una historia tridimensional que cuenta los rituales del lugar. [...] Madera, textiles, yeso, objetos y herramientas invitan al visitante a sentirse parte de los procesos artesanales de la preparación del pan y el café.”

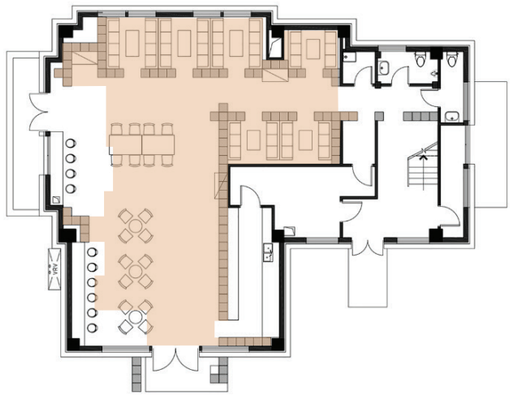
Concluyendo al decir que aromas, texturas y color se fusionan en un solo lenguaje, invitando a sus clientes, con un auténtico espíritu de experimentación y exploración, a descubrir sabores y esencias a cada paso, queda demostrada la finalidad del diseño interior. Es exactamente esa la experiencia que se desea plasmar en el proyecto de Pascuala Pastelería.

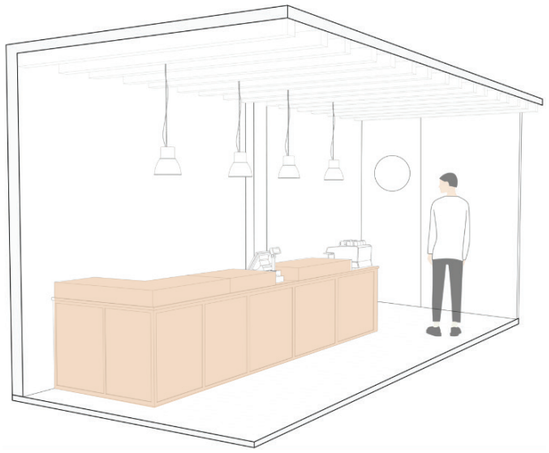


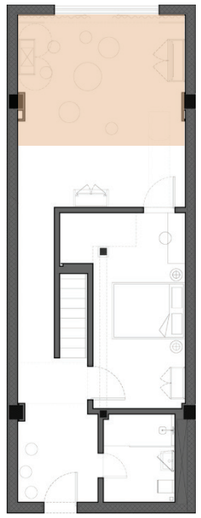


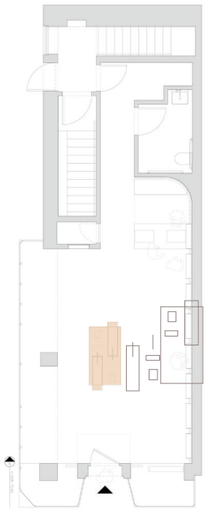


ESPACIALIDAD	MOBILIARIO COMO ORGANIZADOR	IDENTIDAD CROMÁTICA	CONEXIÓN CLIENTE - PRODUCTO
Home café	MYLK Bakery	Dream & Maze	Aesop Georgetown
Autor: Penda Ubicación: Beijing, China Año: 2014 Área: 190m2	Autor: Coespacio Ubicación: Cd. de México, Mexico Año: 2017 Área: 80m2	Autor: Studio 10 Ubicación: Guangxi, China Año: 2018 Área: 140m2	Autor: Tacklebox Architecture Ubicación: Washington DC, EEUU Año: 2016 Área: 900m2

















MARCO PROYECTUAL

Tipología y aplicación
Ubicación geográfica / Implantación
Relevamiento
Distribución espacial

04

Con la intención de desarrollar un proyecto que pueda multiplicarse, se determina como se aplican los elementos indispensables en diversas tipologías.

Se determina la disposición del bloque de servicios, que incluye cocina, baños y sector privado, el área donde se suspende el cielorraso metálico, el despliegue del mueble principal y donde estará aplicado el logo

Se decide escoger la tipología de esquina, dentro de la clasificación según la ubicación de las medianeras, para extender la propuesta a causa de que el local comercial existente de la marca pertenece a la misma categorización.

S **Bloque de servicios**

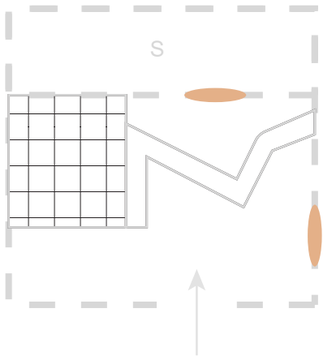
Área de menor escala con estructura metálica

Mobiliario principal

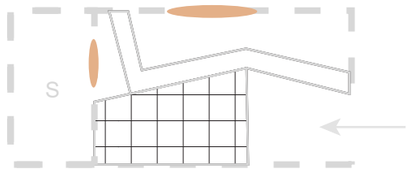
Aplicación de logotipo

SEGÚN MORFOLOGÍA

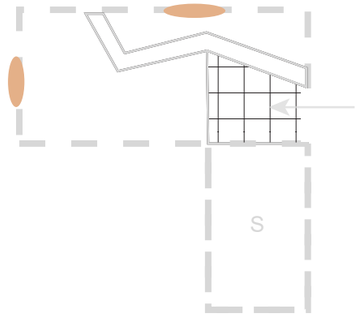
Cuadrado



Alargado

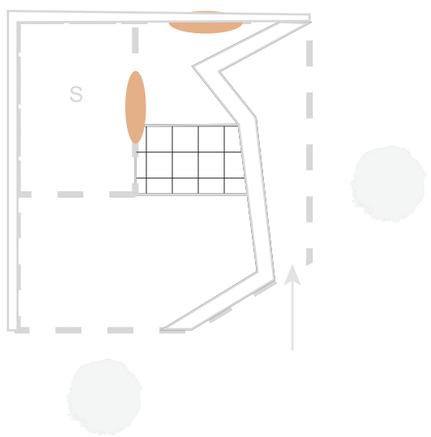


En L

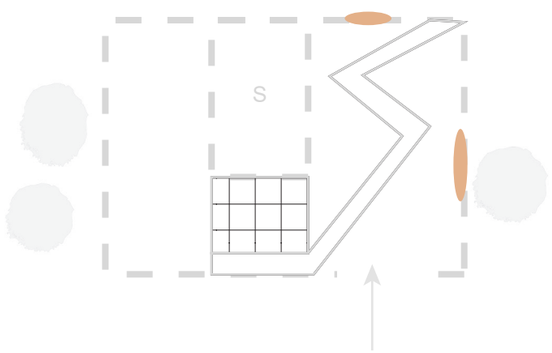


SEGÚN UBICACIÓN DE MEDIANERAS

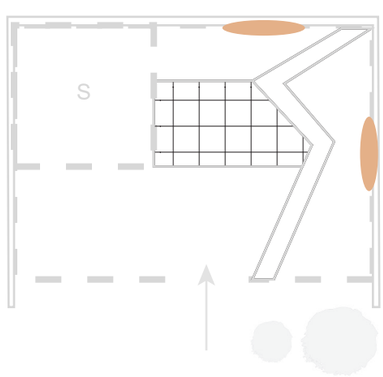
Esquina



En isla



Entre medianeras



La ubicación geográfica del proyecto se establece, a partir del estudio de diferentes zonas dentro de CABA, y culmina con la elección de un local comercial en el barrio de Villa Crespo, en la Comuna 15, con dirección en Acevedo 799, esq. Loyola.

El terreno consta de 413m2 totales, ya que se implanta en conjunto con un edificio, y de estos, 224m2 son pertenecientes a la planta baja.
Mientras que, los frentes de la edificación tienen una medida de 15,10 x 14,80mts. aproximadamente, y este se encuentra ubicado en planta baja con varios pisos del edificio destinados a vivienda en los demás niveles.

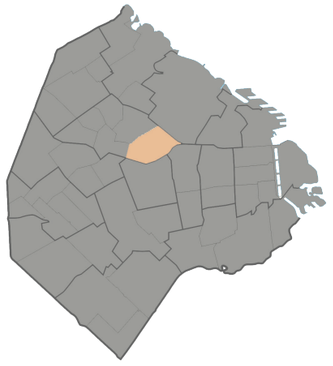
En la zona se establecen variedad de escuelas, clubes de barrio, bibliotecas, centros culturales, espacios escénicos y demás locales gastronómicos y comerciales.
A causa del gran tránsito peatonal y vehicular que fluye diariamente, sumado a el status social de las personas que circulan y habitan la zona, esta ubicación se convierte en un lugar propicio para implantar un nuevo local con fines comerciales y gastronómicos, creyendo que el espacio comercial tendrá, en ese sitio, una buena rentabilidad.



Argentina

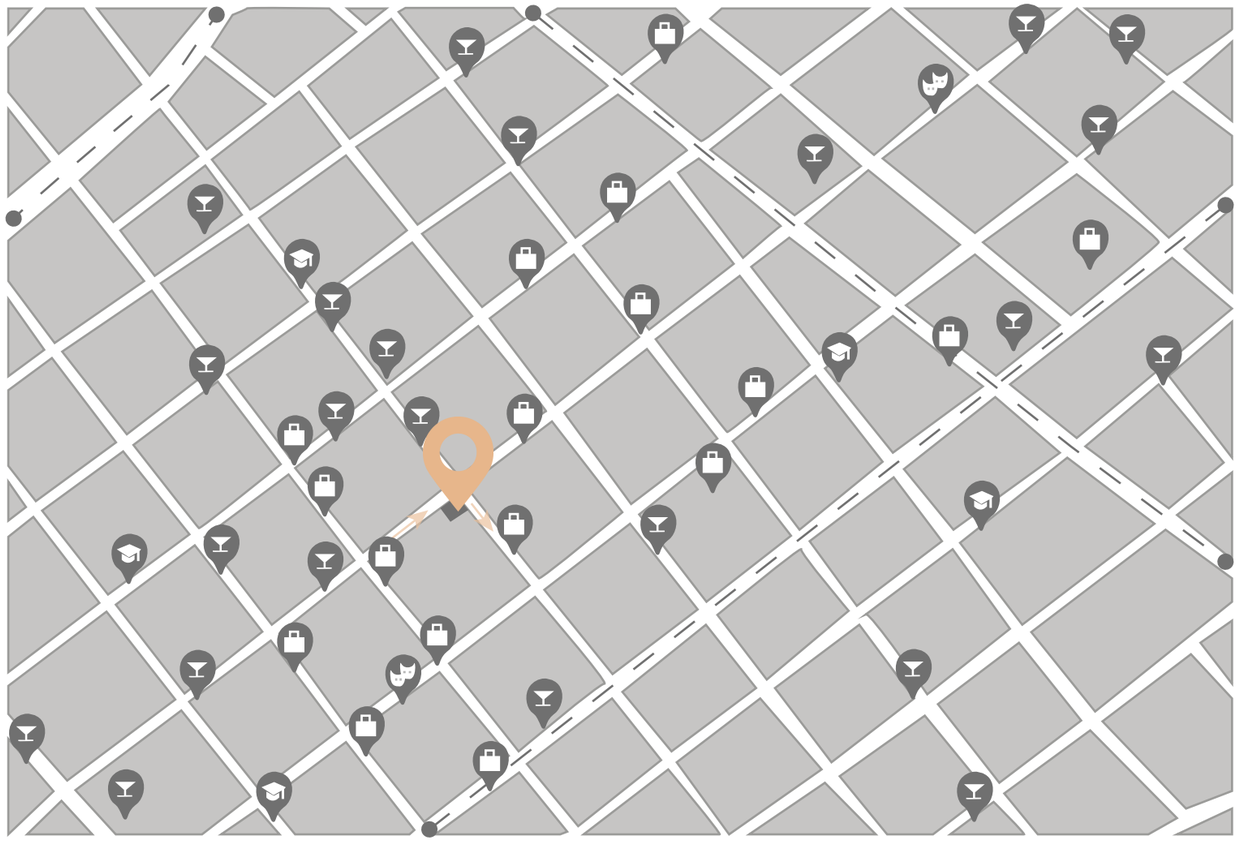


Ciudad Autónoma
de Buenos Aires



Villa Crespo

	Ubicación Pascuala		Espacio comercial
	Sentido de calles		Espacio gastronómico
	Avenidas principales		Espacio artístico
	Norte		Espacio educativo

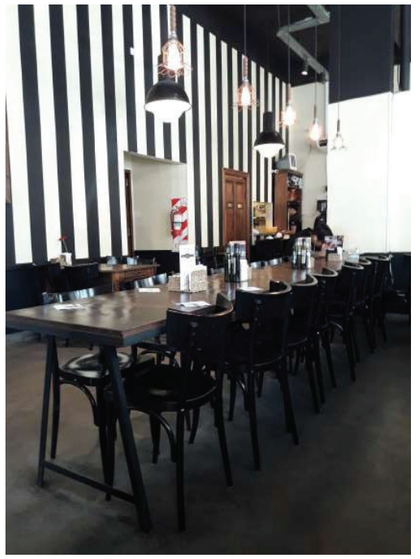


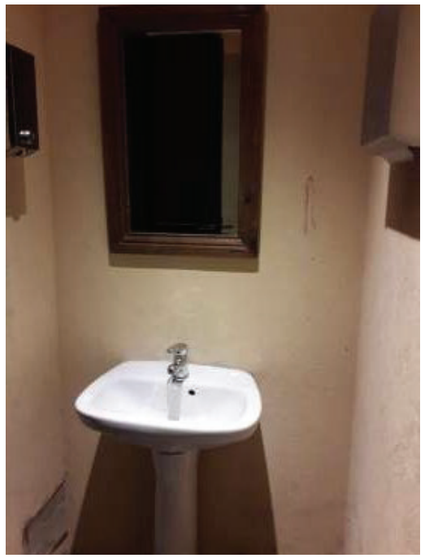
Las imágenes forman parte del relevamiento fotográfico que se llevó a cabo en el sitio elegido en una visita a fines de vivenciar el espacio de forma personal.

Las capturas que pueden observarse corresponden a la situación actual y estado de uso del local comercial donde será implantado el proyecto a desarrollar.

Estas fotografías permiten indagar en el interior del comercio, al igual que facilitan la observación de la relación interior-exterior, abarcando la conexión con el contexto barrial.

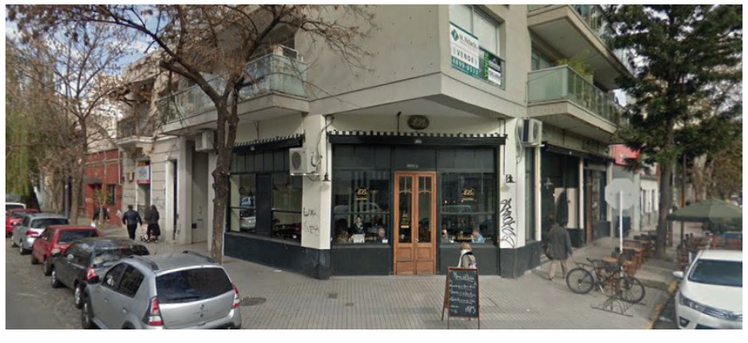




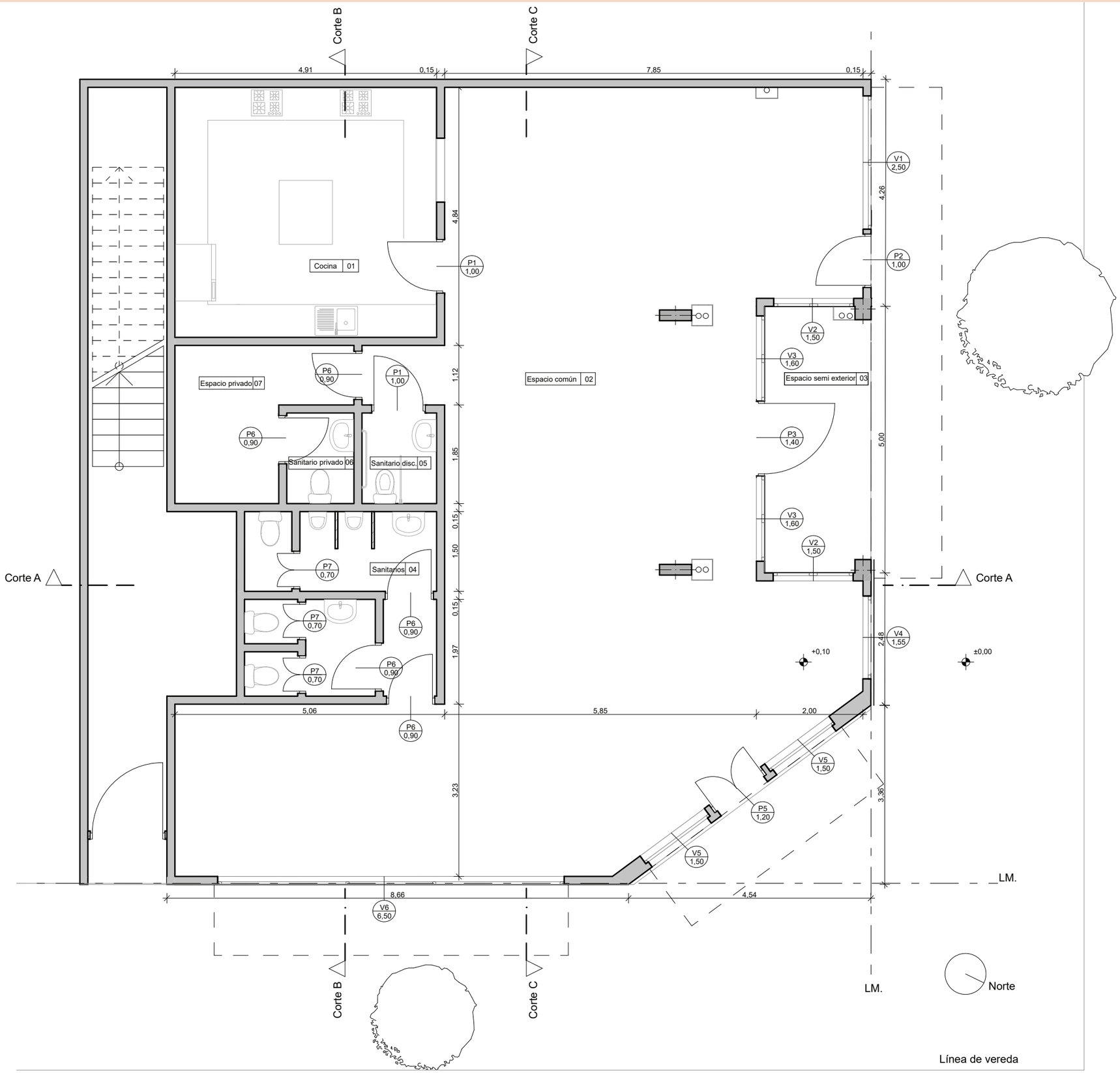






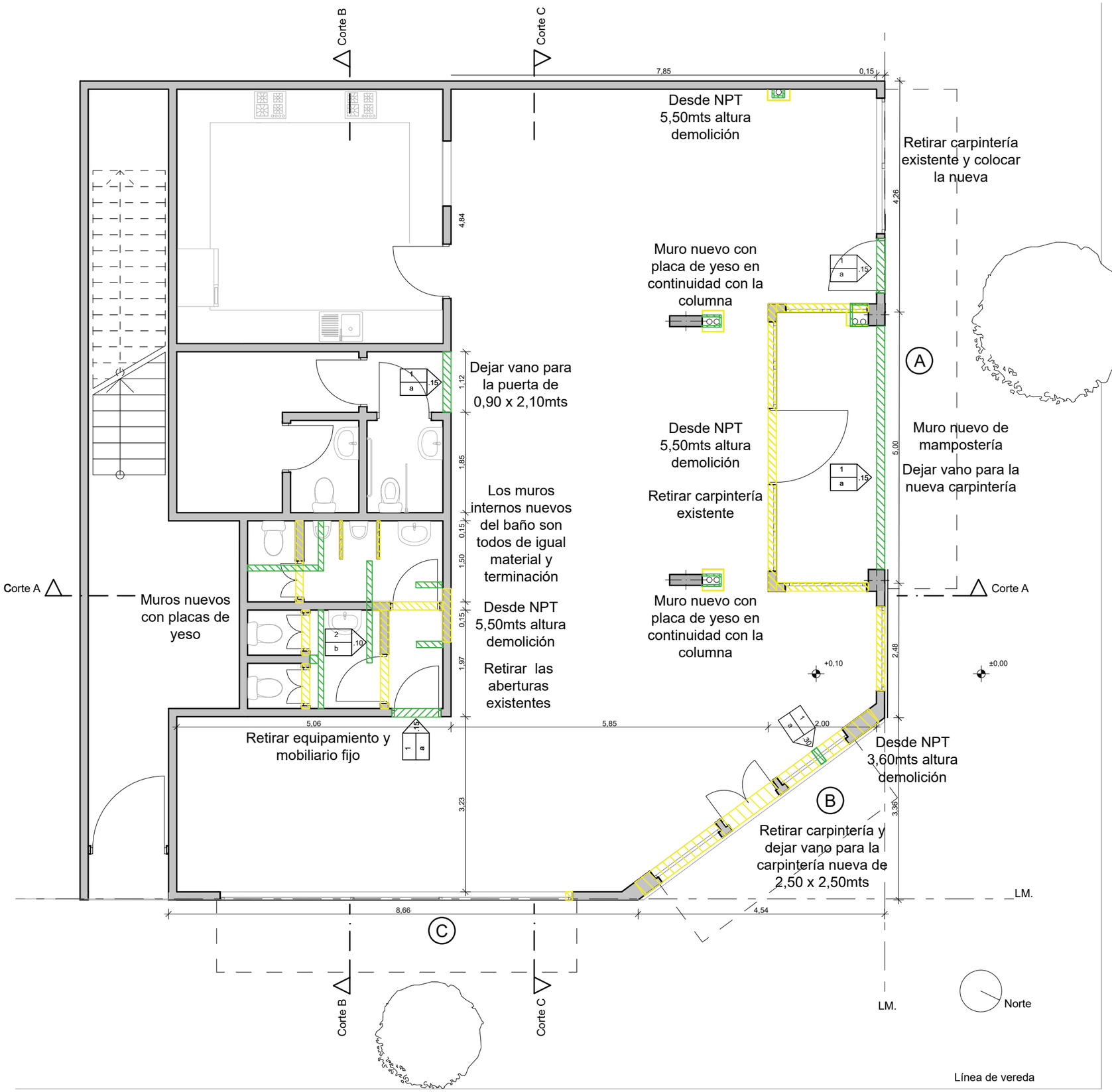






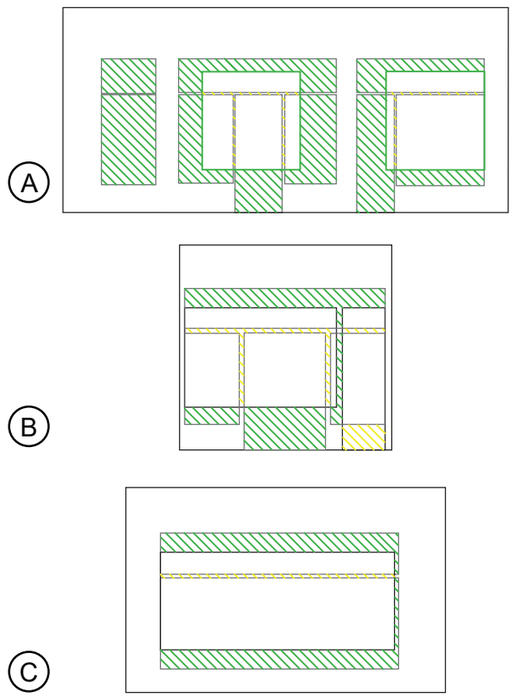
Referencias	
Simbología	**Descripción**
P2 1,00	Tipo de puerta y ancho en planta
V2 1,00	Tipo de ventana y ancho en planta

PLANTA DEMOLICIÓN Y MURO NUEVO ESC. 1:75



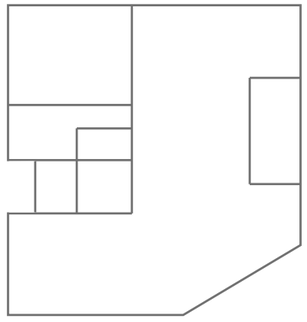
Referencias	
Simbología	**Descripción**
	Muros a demoler
	Muros nuevos
	Materiales
1	Ladrillo de 12
2	Placa de yeso
	Terminación
a	Pintura latex tono rosado
b	Pintura latex tono blanco

Vistas

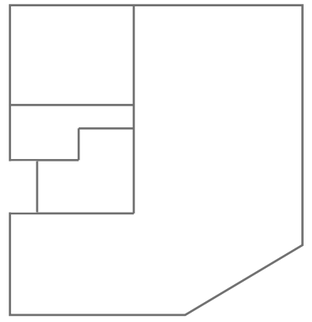


Se toma como punto de partida la organización espacial existente. Se mantiene, como decisión para conformar la nueva planta, el núcleo húmedo en el mismo área a fin de aprovechar las instalaciones eléctricas, cloacales y de gas que se encuentran vigentes.
La modificación principal radica en abrir muros en el baño y redistribuir los servicios en ese mismo espacio. Por otro lado, se incorpora como parte del interior el sector semi cerrado que forma parte de la fachada.
A partir de definir cómo es el espacio que queda liberado para las actividades de uso común, incluyendo exhibición, venta, degustación y consumo, puede empezar a distribuirse el mobiliario y demás elementos que darán sentido y funcionalidad al interior.

Esquema de la planta existente

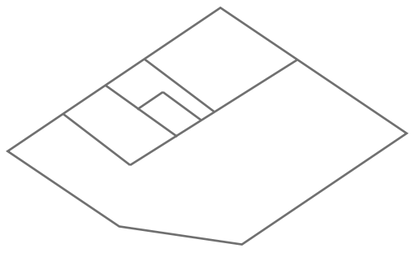


Esquema de la planta del proyecto

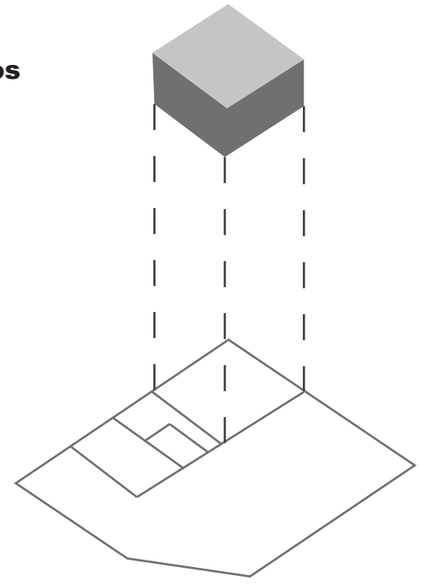


Esquema de división de espacios

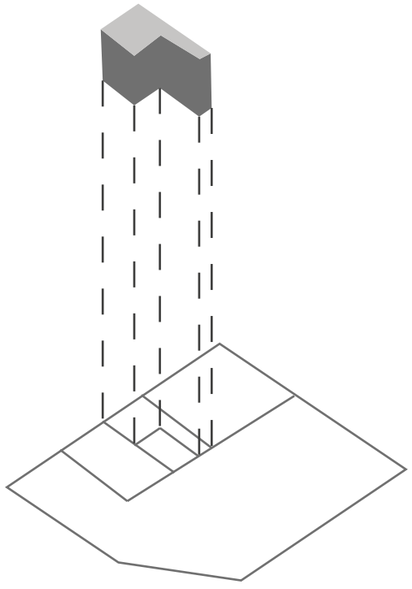
TOTALIDAD
199 m2



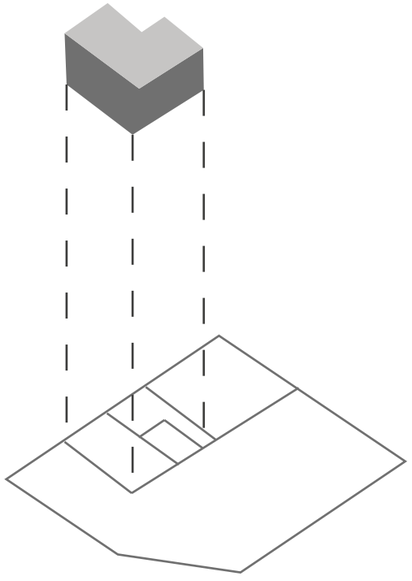
COCINA
22 m2



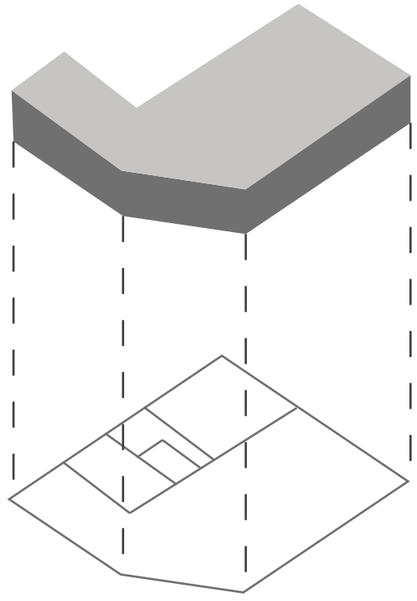
PRIVADO
13 m2



BAÑOS
PÚBLICO Y PRIVADO
22 m2



PÚBLICO
142 m2



DESARROLLO PROYECTUAL Y TÉCNICO

05

Idea proyectual, memoria
Organización espacial
Planta
Cortes
Fachada / vistas
Estímulo sensorial
Mobiliario y equipamiento
Cielorraso
Iluminación
Intervención gráfica
Vegetación
Sectores
Perspectivas

IDEA PROYECTUAL

El PFC se centra, como se introdujo previamente en los objetivos y definición del tema, en otorgar una **solución espacial** que se encuentre **acorde a los valores y propuestas de la marca** Pascuala, a la vez de generar un beneficio para la misma y para el barrio donde se sitúa. Este beneficio, se consigue a causa de la nueva imagen interior, la atracción de un nuevo mercado y la promoción del consumo dentro del barrio, a través de la **estimulación sensorial que perdure en la memoria**.

Los conceptos centrales de diseño se establecen a partir de las ideas de **percepción cromática**, aportando tonos que identifiquen a Pascuala, la utilización del **mobiliario como organizador de espacios y funciones**, las **distintas espacialidades** que dividen áreas o sectores e invitan a explorar el espacio, y la **conexión del cliente con el producto y la experiencia** de consumo, potenciada mediante el recurso lumínico, el modo de exposición y la mezcla de aroma, textura, colores y sabores.

MEMORIA

Se efectúa la remodelación del espacio utilizando una paleta de color principal, en consonancia con la madera, terrazo, cemento y latón como materiales predominantes, que se ven acompañados del diseño del mobiliario que da sentido a la organización espacial y permite su correcta funcionalidad.
El espacio interior se dispone desde su ingreso por la esquina, a través del acceso, siguiendo el mueble principal hacia los productos exhibidos y la caja, o por el espacio de circulación hacia el sector de servicios, que se encuentran ubicados en la parte posterior. En el paso hacia los sectores con distintas variantes de mesas, se encuentra un cielorraso metálico suspendido, que genera un juego visual de alturas, enfatizado por el uso de la iluminación y la vegetación que permiten potenciar la atmósfera. En cuanto a la fachada, se decide colocar la abertura de acceso, la tipografía de la marca y el revestimiento en color para captar la atención de quienes pasan.







La organización espacial se corresponde con el **Macro Layout**

Es la **estrategia de ubicación de espacios, áreas y mobiliarios** que permite, mediante la circulación del cliente, **crear una secuencia para recorrer, ver todos los productos y mejorar las ventas**.
El diseño interior definido por el macro layout será la **clave para crear un flujo de circulación** dirigido a escenarios que provoquen una **actitud positiva hacia la compra**.

En este espacio se toman cinco de sus principales elementos:

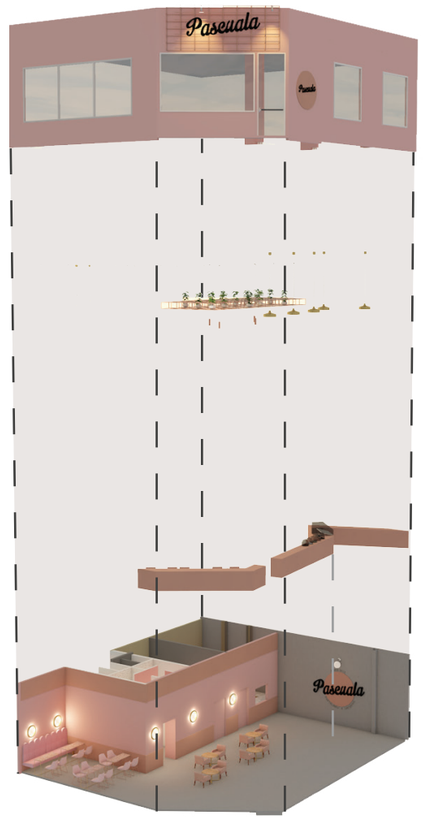
Atracción visual
nos dirigimos hacia donde miramos, hacia el punto focal que llama nuestra atención

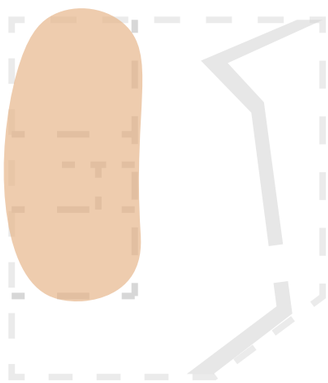
Redirección con el mobiliario
caminamos según la ubicación de los muebles dentro del espacio

Distribución de los productos
nos movemos de acuerdo a la dirección y secuencia en la cual se exhiben los productos

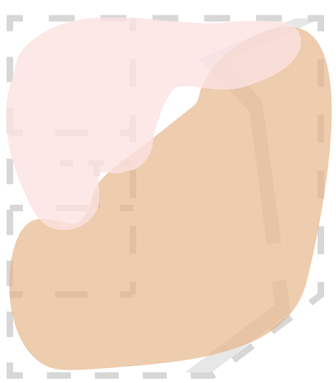
Iluminación
el cliente se dirige al punto más iluminado

Punto de acceso
si es posible debe ubicarse sobre la derecha, guiando el flujo de circulación



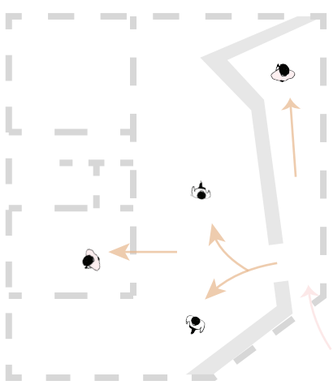


SERVICIOS

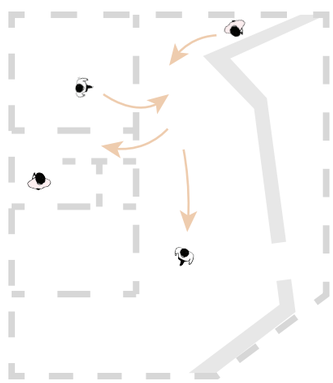


PRIVADO - PÚBLICO

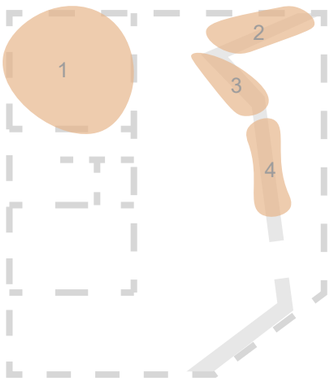
CONSUMO DE PASO - DE ESTADÍA



CIRCULACIÓN DE LOS CLIENTES



CIRCULACIÓN DEL PERSONAL

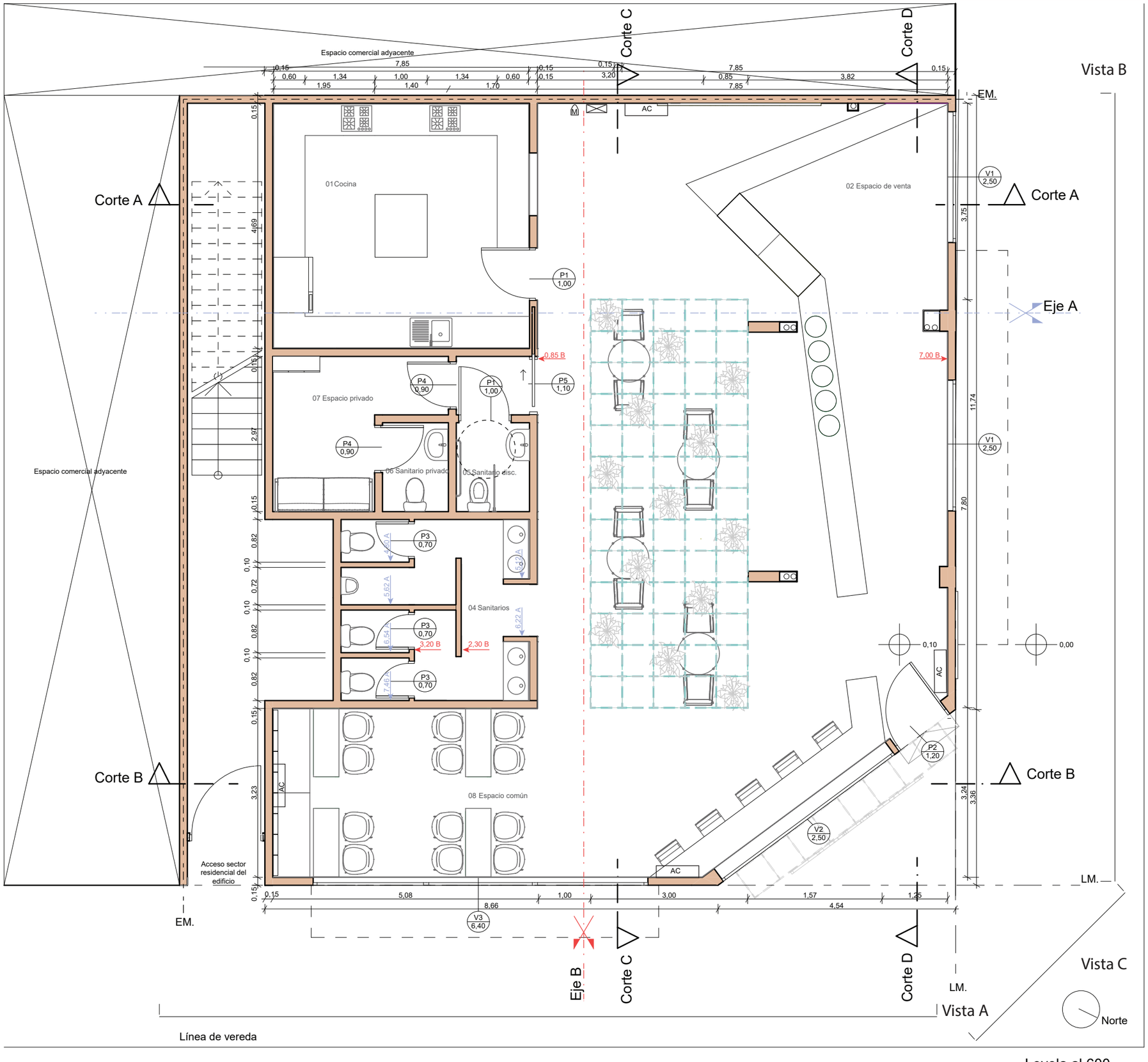


USOS (en realción al producto)
1 Elaboración 2 Venta
3 Exhibición 4 Degustación

PLANTA ESC. 1:75



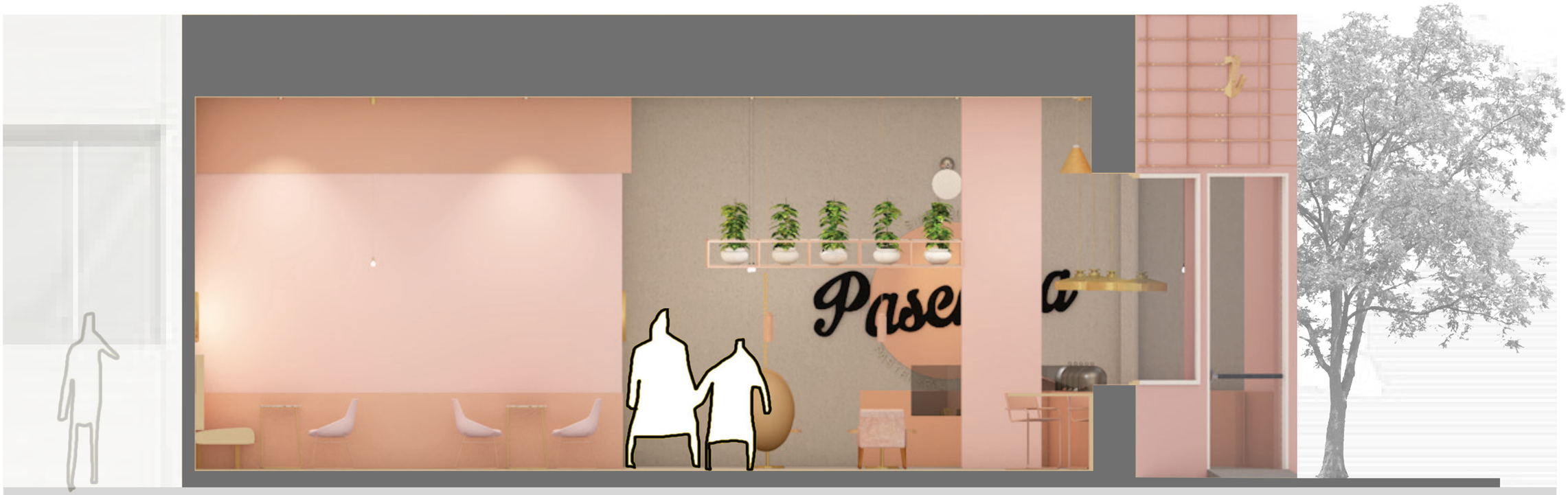
PLANTA TÉCNICA ESC. 1:75



Referencias	
Simbología	**Descripción**
△	Corte longitudinal o transversal
⌐¬	Vista
⊠	Eje de replanteo
⊕	Nivel
⊖	Tipo de carpintería
⊠	Tablero principal
M	Medidor
AC	Equipo de aire acondicionado
○	Radio de giro silla de ruedas
EM	Eje de medianera
LM	Línea municipal



Corte A



Corte B

CORTES TÉCNICOS ESC. 1:50

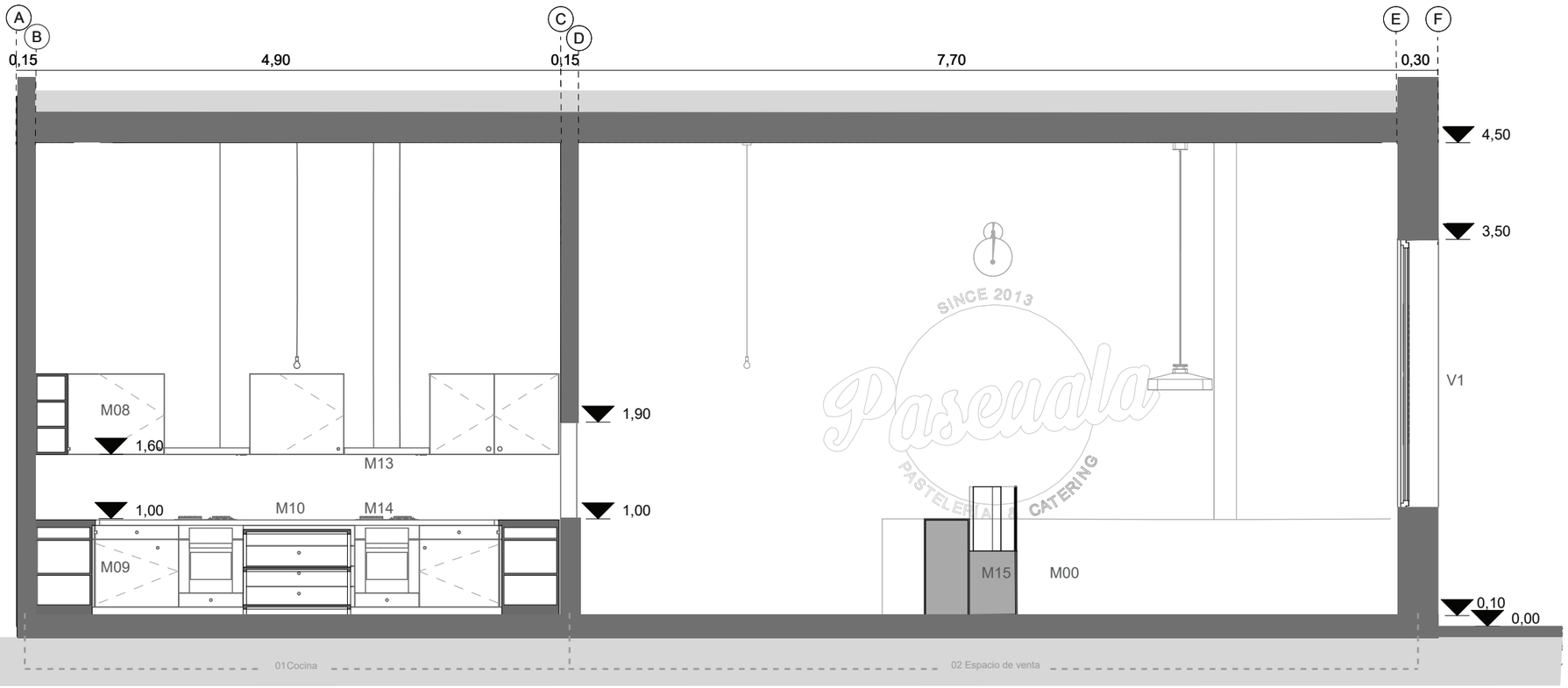
01 PRODUCCIÓN Y ALMACENAMIENTO DE PRODUCTO

Cielorraso: Suspendido de yeso
Muro: Mampostería con terminación en latex color gris
Solado: cemento alisado 3cm espesor
Luminaria: L02 colgante, L06 mesada
Mobiliario: M08 alacena, M09 bajo mesada, M10 isla de cocina, M13 extractor, M14 horno, M15 heladera mostrador

02 VENTA DE PRODUCTO

Cielorraso: Suspendido de yeso
Muro: microcemento 2mm de espesor
Cartelería: MDF de 5mm de espesor cortado a láser pintado en negro y rosa
Solado: cemento alisado 3cm espesor
Luminaria: L01 colgante, L02 colgante, L09 de pared, L10 empotrado
Mobiliario: M00 mueble principal, M15 heladera mostrador

V1 carpintería tipo guillotina de vidrio y marco metálico



Corte A

08 CONSUMO DE PRODUCTO

Cielorraso: Suspendido de yeso
Cielorraso suspendido: Estructura modulada con perfilería de acero
Revestimiento superior e inferior de muro: Empapelado texturado en rosa
Muro: Mampostería con terminación en latex color rosa
Solado: cemento alisado 3cm espesor
Luminaria: L02 colgante, L03 colgante, L04 de pared, L05 colgante, L10 empotrada
Mobiliario: M01 silla, M02 mesa, M03 banco, M04 mesa, M05 silla colgante, M06 banqueta, M00 mueble principal
Vegetación: V01 sobre mesa, V02 cielorraso

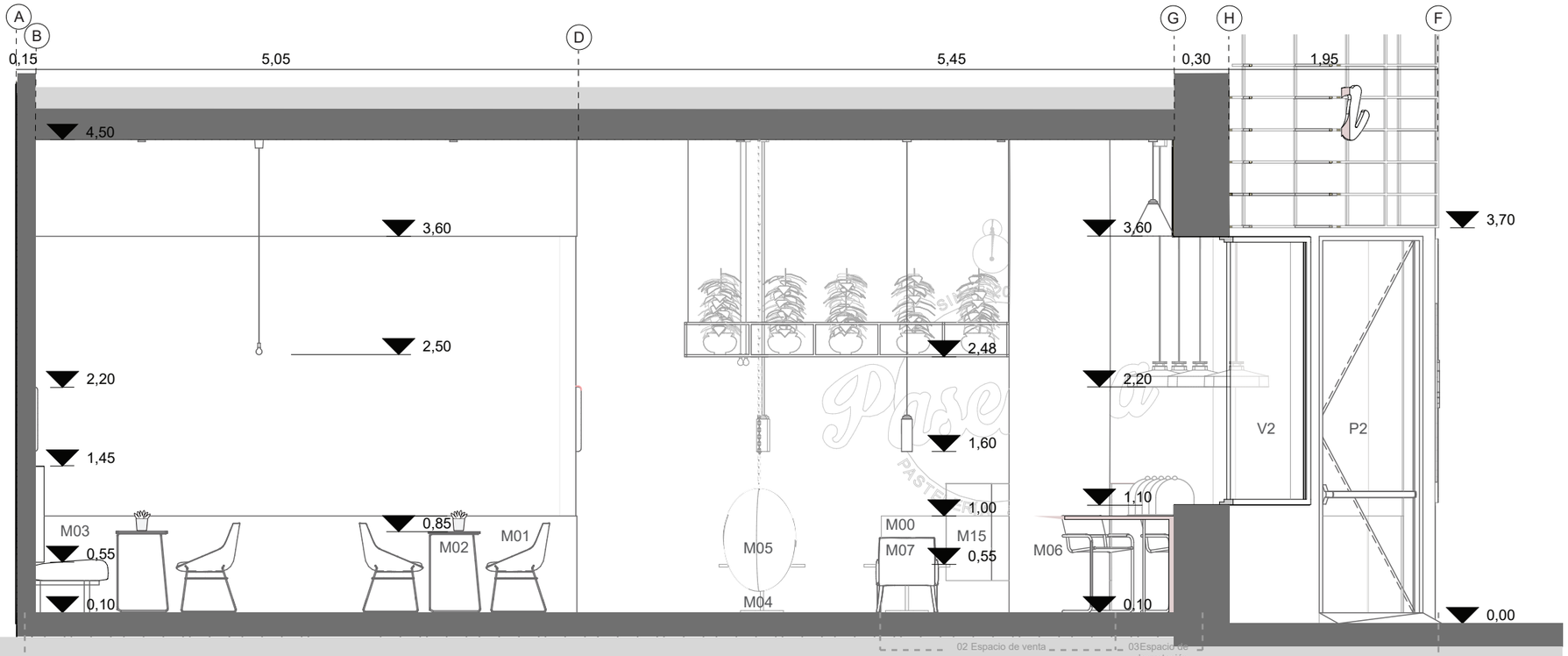
02 VENTA DE PRODUCTO

Cielorraso: Suspendido de yeso
Muro: microcemento 2mm de espesor
Cartelería: MDF de 5mm de espesor cortado a láser pintado en negro y rosa
Solado: cemento alisado 3cm espesor
Luminaria: L01 colgante, L02 colgante, L09 de pared, L10 empotrado
Mobiliario: M00 mueble principal, M15 heladera mostrador

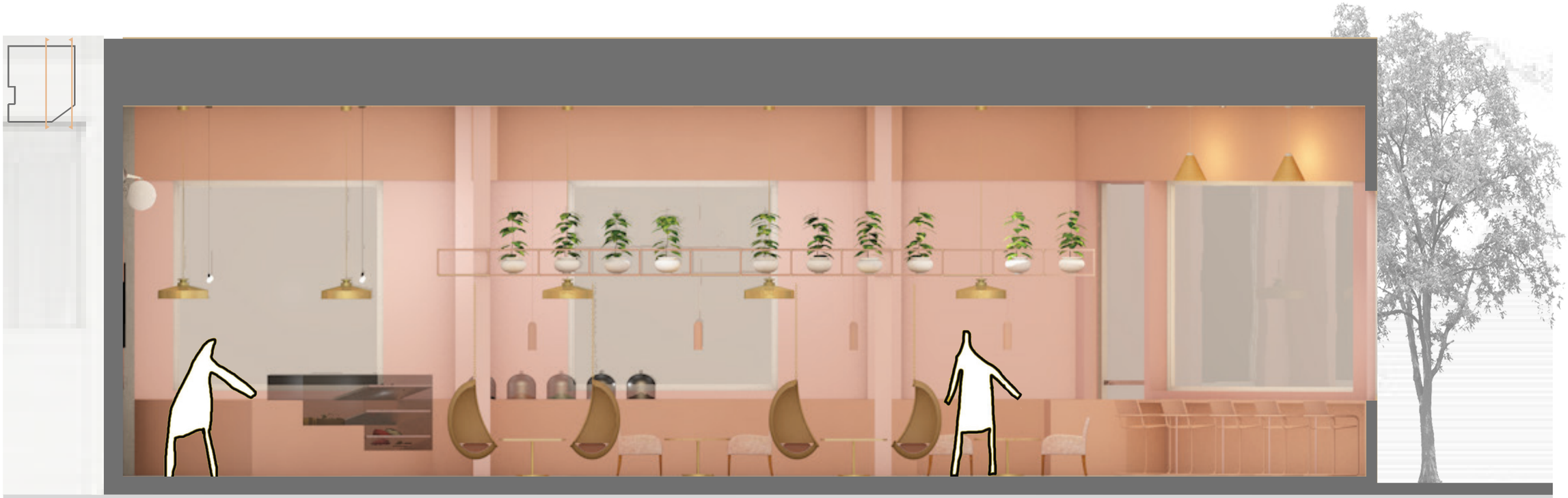
03 DEGUSTACIÓN DE PRODUCTO

Cielorraso: Suspendido de yeso
Muro: microcemento 2mm de espesor
Solado: cemento alisado 3cm espesor
Luminaria: L01 colgante, L09 de pared, L10 empotrada
Mobiliario: M00 mueble principal

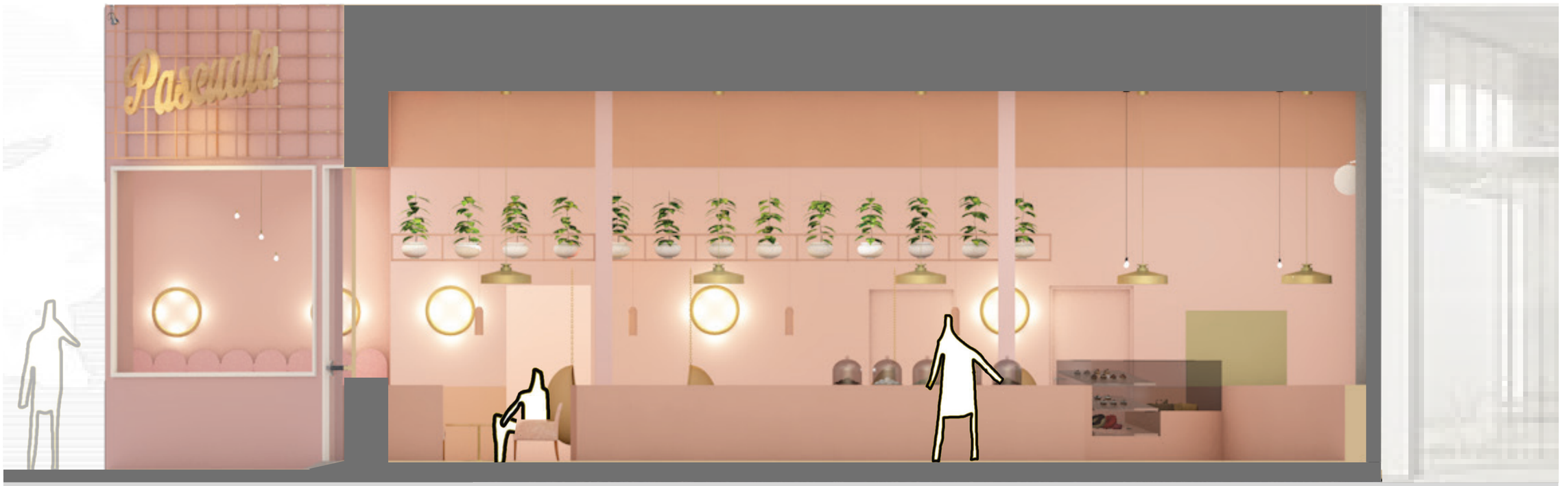
P2 abertura batiente de vidrio apta para incendios con marco metálico
V2 carpintería de paño fijo de vidrio y marco metálico



Corte B



Corte C



Corte D

CORTES TÉCNICOS ESC. 1:50

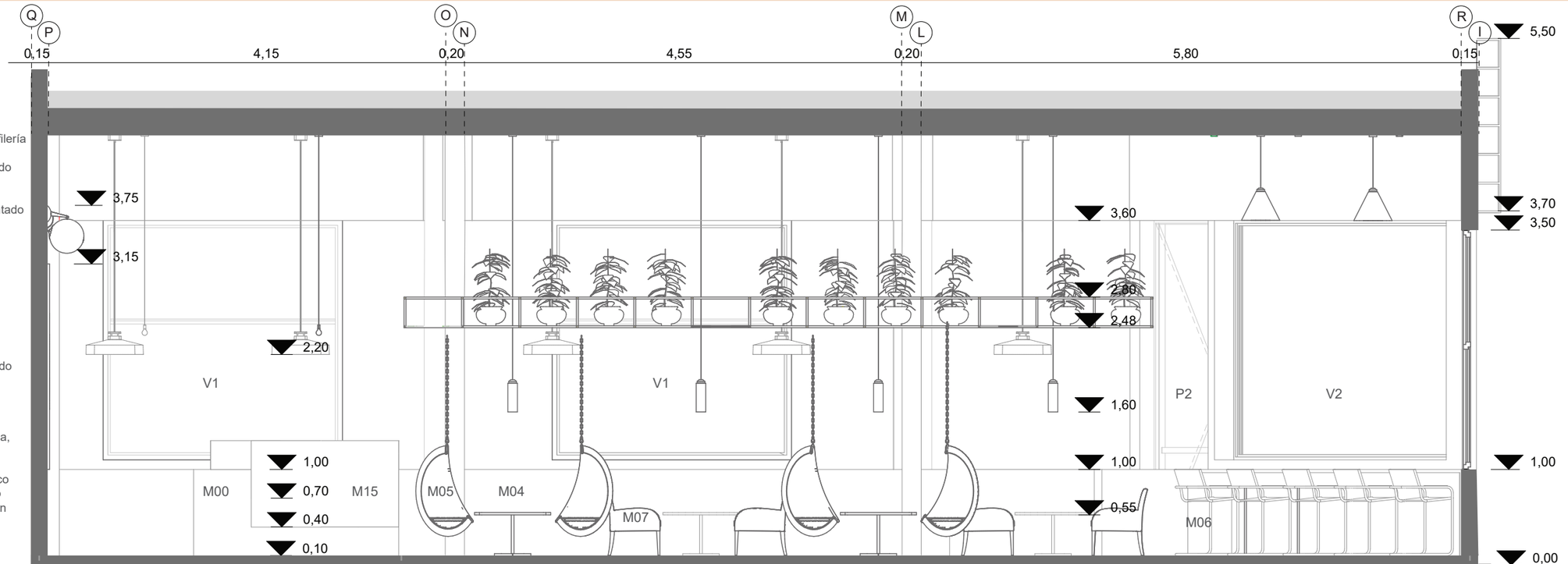
02 VENTA DE PRODUCTO

Cielorraso: Suspendido de yeso
Cielorraso suspendido: Estructura modulada con perfilería de acero
Revestimiento superior e inferior de muro: Empapelado texturado en rosa
Muro: Mampostería pintado con latex color rosa
Cartelería: MDF 5mm de espesor cortado a láser pintado en negro y rosa
Solado: cemento alisado 3cm espesor
Luminaria: L01 y L02 colgantes, L09 de pared
Mobiliario: M00 mueble principal

08 CONSUMO DE PRODUCTO

Cielorraso: Suspendido de yeso
Cielorraso suspendido: Estructura modulada con perfilería de acero
Revestimiento superior e inferior de muro: Empapelado texturado en rosa
Muro: Mampostería pintado con latex color rosa
Solado: cemento alisado 3cm espesor
Luminaria: L01, L3 y L5 colgantes, L10 empotrado
Mobiliario: M00 mueble principal, M04 mesa, M05 silla, M06 banqueta, M07 sillón, M15 heladera mostrador

V1 carpintería tipo guillotina de vidrio y marco metálico
V2 carpintería de paño fijo de vidrio y marco metálico
P2 abertura batiente de vidrio apta para incendios con marco metálico



Corte C

02 VENTA DE PRODUCTO

Cielorraso: Suspendido de yeso
Muro: microcemento 2mm de espesor
Cartelería: MDF de 5mm de espesor cortado a láser pintado en negro y rosa
Solado: cemento alisado 3cm espesor
Luminaria: L01 colgante, L09 de pared, L10 empotrado
Mobiliario: M00 mueble principal

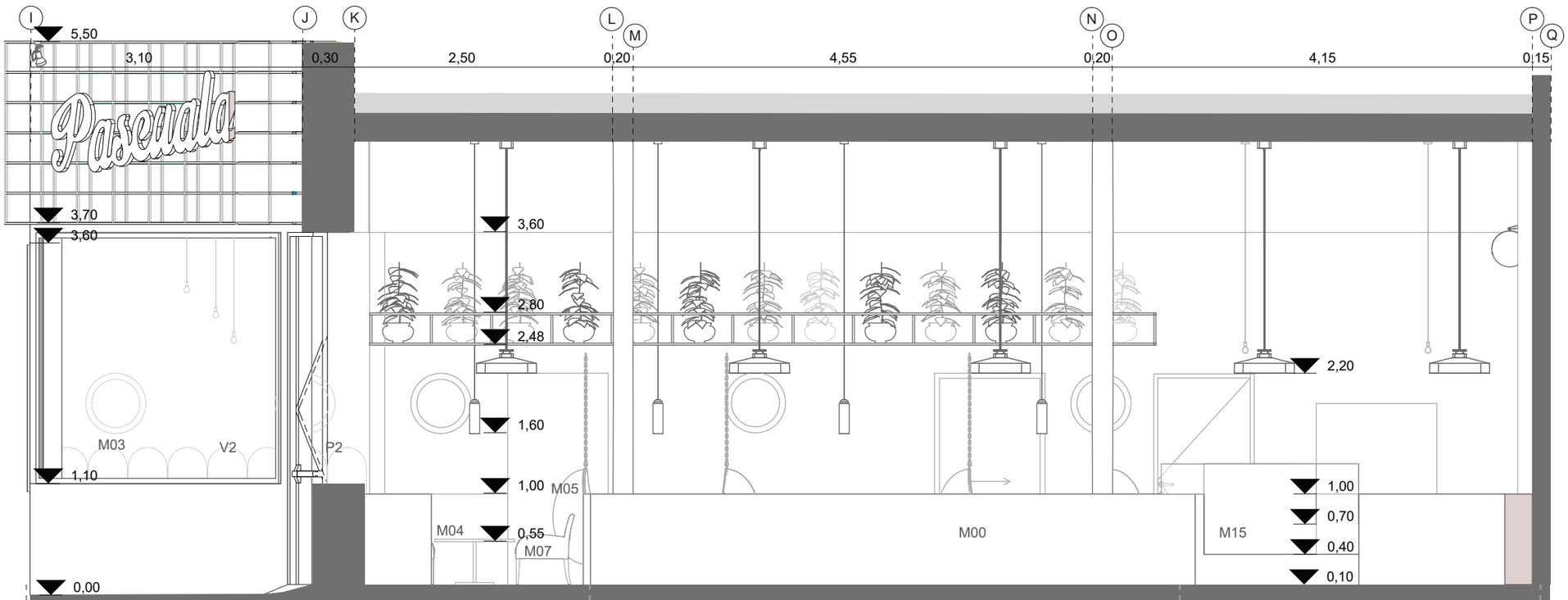
03 DEGUSTACIÓN DE PRODUCTO

Cielorraso: Suspendido de yeso
Muro: microcemento 2mm de espesor
Solado: cemento alisado 3cm espesor
Luminaria: L01 colgante
Mobiliario: M00 mueble principal

08 CONSUMO DE PRODUCTO

Cielorraso: Suspendido de yeso
Cielorraso suspendido: Estructura modulada con perfilería de acero
Revestimiento superior e inferior de muro: Empapelado texturado en rosa
Muro: Mampostería pintado con latex color rosa
Solado: cemento alisado 3cm espesor
Luminaria: L02 y L03 colgantes, L04 de pared
Mobiliario: M00 mueble principal, M03 banco, M04 mesa, M05 silla colgante, M07 sillón, M15 heladera mostrador
Vegetación: V02 cielorraso

P1 puerta placa batiente pintada en color rosa
P2 abertura batiente de vidrio apta para incendios con marco metálico
P5 puerta placa corrediza pintada en color rosa
V2 carpintería de paño fijo de vidrio y marco metálico



Corte D

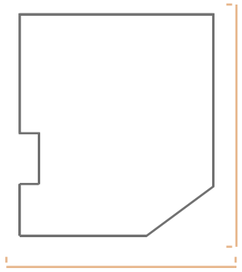
Para la intervención exterior, el principal objetivo es captar la atención del potencial cliente, quien tiene que sentir la presencia del establecimiento en un área con mucha oferta. En el frente de acceso se refeleja el elemento modular como vista previa a lo que se encuentra en el interior. Se dispone en la parte superior un entramado metálico revestido en color rosa, cuya modulación y sistema constructivo es idéntico al del cielorraso. Se genera así, una textura sobre la cual aplicar la tipografía de la marca cortada en un material de apariencia noble y cálida como el mdf barnizado.

Se reemplazan las aberturas existentes con el fin de unificar accesos, y a causa de la nueva distribución interior. El frente se compone por tres carpinterías de una hoja, una carpintería de tres hojas y la que actúa de puerta para el ingreso. A esta última, de vidrio y apta para incendio, se llega desde la rampa con igual materialidad que el solado interior, que permite el adecuado funcionamiento para personas con mobilidad reducida.





Vista desplegada



Muro: mampostería con terminación en látex exterior Loxon, acabado mate, tono SW7028 de Sherwin Williams o similar
Solado de rampa: cemento alisado de 3cm
Luminaria: L08 exterior
Cartelería: MDF de 5mm de espesor cortado a láser revestido con barniz sintético brillante para exterior de Sinteplast o similar

P2 abertura batiente de vidrio apta para incendios con marco metálico
V2 carpintería de paño fijo de vidrio y marco metálico
V3 carpintería de tres paños de vidrio corredizos y marco metálico

Muro: mampostería con terminación en látex exterior Loxon, acabado mate, tono SW7028 de Sherwin Williams o similar
Solado de rampa: cemento alisado de 3cm
Luminaria: L08 exterior
Cartelería: MDF de 5mm de espesor cortado a láser revestido con barniz sintético brillante para exterior de Sinteplast o similar
MDF de 5mm de espesor cortado a láser pintado en negro y rosa

P2 abertura batiente de vidrio apta para incendios con marco metálico
V1 carpintería tipo guillotina de vidrio y marco metálico
V2 carpintería de paño fijo de vidrio y marco metálico



Vista A



Vista B

Referencias

1 L08 Luminaria exterior focal, modelo Vistosa

2 Cartelería cortada a láser en mdf de 5mm de espesor, revestida con barniz sintético brillante para exterior, de la marca Sinteplast o simil.

Unión de la cartelería a la estructura con tornillos autoperforantes

3 Viga HA

4 Losa

5 Montantes 2x2

6 Alfajia

7 Malla metálica

8 Cielorraso suspendido de yeso

9 Revestimiento empapelado vinílico texturado en tono rosa, simil cod 23124 de la marca Muresco, colocado con adhesivo

10 Perfiles circulares de acero con terminación en pintura anticorrosiva de acabado brillante, en aerosol de la marca Rust-oleum en tono rosado.

11 Muro de mampostería de 0,30mts, cubierto con pintura latex exterior Loxon, acabado mate, tono SW7028, marca Sherwin Williams

12 L05 Luminaria interior colgante, modelo Edison Charles

13 V2 Ventana de 4,00x2,50mts, con vidrio fijo y marco de aluminio pintado con anticorrosivo en color blanco

14 M00 Mobiliario principal diseñado a medida

15 M06 Banqueta, modelo Nerd, marca Outzen, de 0,50x0,50x0,90mts, de polipropileno texturado y acero, en tono rosado

16 Capa de cemento alisado de 3cm de espesor, con juntas de dilatación cada 4mts y capa protectora de cera

17 Rampa de 0,10mts de altura

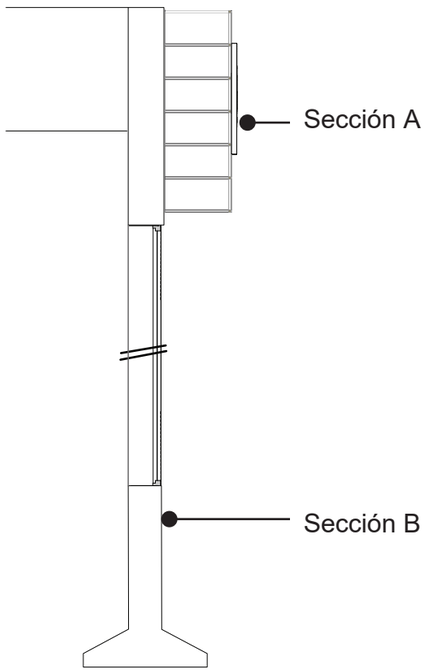
18 Carpeta de 3cm de espesor

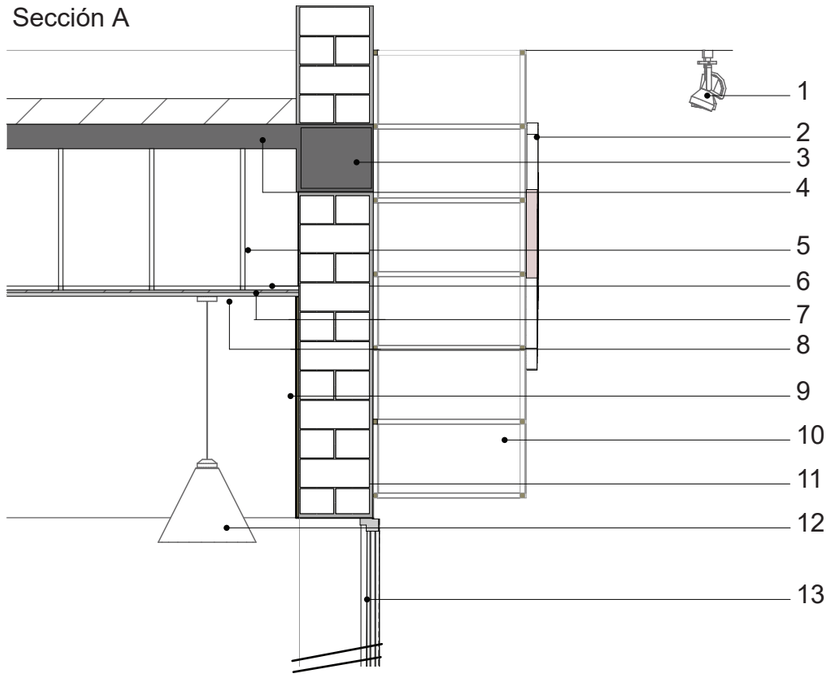
19 Capa aisladora de 2cm de espesor

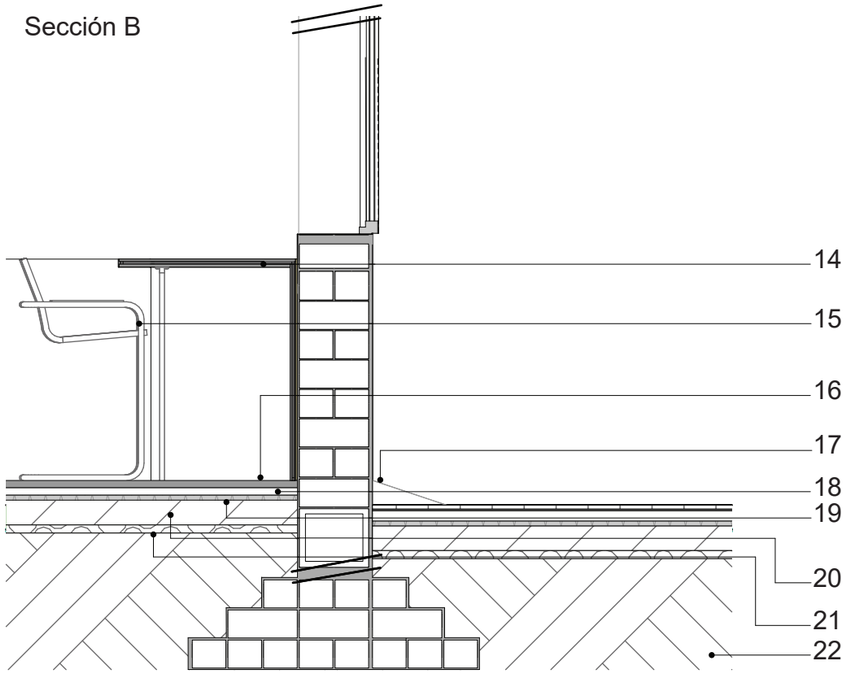
20 Contrapiso de 10cm de espesor

21 Piso prensado

22 Tierra







GUSTATIVO

El mobiliario principal reúne las funcionalidades de caja, exhibidor, divisor de espacios y, tambipen sector de degustación, es ahí donde los clientes pueden entrar en contacto con las delicias exhibidas, teniendo la posibilidad de probar antes de tomar la decisión de compra

OLFATIVO

Aquellos que ingresan al comercio son guiados por la distribución espacial a través del sector donde son exhibidos los productos, los mismos invaden el espacio con el aroma dulce y buscan seducir a los posibles consumidores.
Por otro lado, se aprovechan las características beneficiosas de la vegetación, ya que las plantas colaboran en la eliminación de malos olores.

VISUAL

La identidad de la marca Pascuala es potenciada mediante la relevancia del color en el diseño, que en conjunto con la materialidad del ambiente interior y la vegetación generan un impacto visual, cuyo fin es
conseguir la permanencia en la memoria de quienes ingresen al espacio. Se busca que el ambiente en su totalidad envuelva a los comensales.

TACTIL

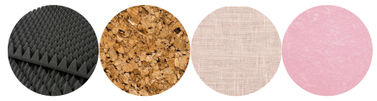
Las texturas se incorporan con el fin de resaltar los elementos monocromáticos y estimular el tacto. La combinación entre el patrón metálico, los textiles de los asientos, el latón, la melamina, la madera, el terrazzo y el empapelado funcionando como moldura junto con las hojas de las plantas, se disponen de tal forma para causar un efecto atrayente y rodear a los clientes de superficies palpables.

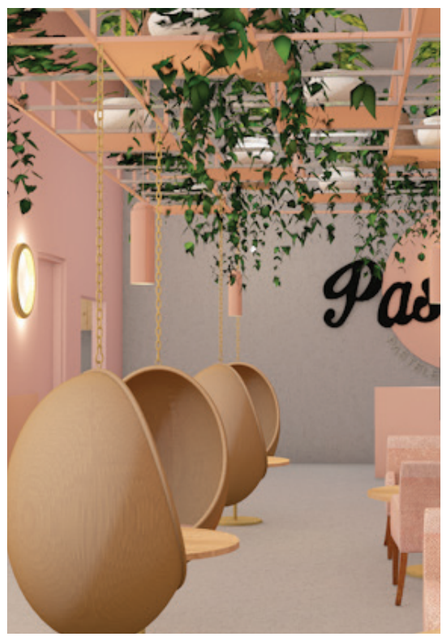
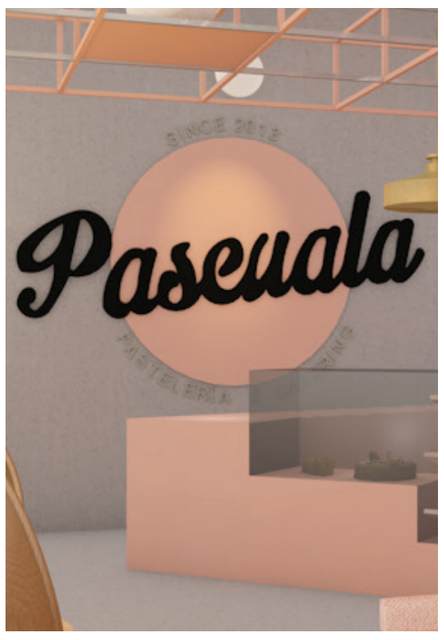
AUDITIVO

Con la intención de generar áreas de mayor calma e intimidad dentro de un espacio amplio, se decide implementar la aislación sonora debajo de cada mesa y se eligen sillas acolchadas y tapizadas por delante y por detrás del respaldo. Así, con el acondicionamiento acústico, se logra amortiguar el rebote de los sonidos y bajar la intensidad del bullicio dentro del local gastronómico-comercial.









Referencias

M01 SILLA Modelo: Nerd, Marca: Proyecto interior, Material: polipropileno texturado y acero pintado al horno, Medidas: 55x60x80cm

M02 MESA Modelo: Nian, Marca: Bentu, Material: hierro pintado en dorado y terrazo, Medidas: 50x130x70cm

M03 BANCO Modelo: Kuala, Marca: Proyecto interior, Material: madera maciza, terciopelo y relleno de goma espuma, Medidas: 70x150x50cm más respaldo de 5x300x90cm

M04 MESA BAJA Modelo: Circular, Marca: Full confort, Material: madera guatambú y hierro pintado, Medidas: 80x80x45cm

M05 SILLA COLGANTE Modelo: Sierra, Marca: Outzen, Material: acero pintado, rattán y mimbre, Medidas: 60x70x100cm

M06 BANQUETA Modelo: Nerd, Marca: Proyecto interior, Material: polipropileno texturado y acero pintado, Medidas: 50x50x90cm

M07 SILLÓN Modelo: Kudat, Marca: Proyecto interior, Material: madera guatambú, pana y relleno de poliester, Medidas: 60x60x70cm

M08 ALACENA Modelo: 1122/5, Marca: Orlandi, Material: melamina simil madera y tiradores de metal, Medidas: 45cm de alto x 30cm de profundidad (ancho variable)

M09 BAJO MESADA Modelo: 1123/5, Marca: Orlandi, Material: melamina simil madera y tiradores de metal, Medidas: 80cm de alto x 47cm de profundidad (ancho variable)

M10 ISLA Modelo: Mesa de trabajo con estantes, Marca: Indumet, Material: acero inoxidable, Medidas: 120x100x90cm

M11 BACHA Modelo: CC37, Marca: Johnson, Material: acero inoxidable, Medidas: 80x55x15cm

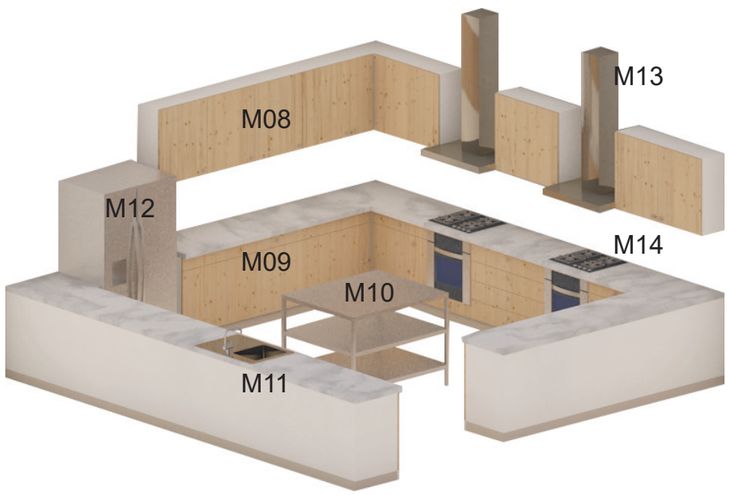
GRIFERIA Modelo: Temple 0412/87, Marca: FV, Material: metal cromo, Medidas: 24x34,5 y Ø 55cm

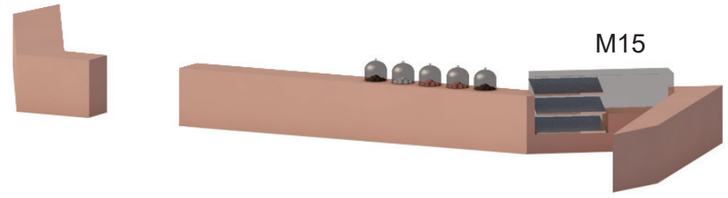
M12 HELADERA Modelo:PE-SBS67, Marca: Peabody, Material: acero inoxidable, Medidas: 91x178,6x64,3cm

M13 EXTRACTOR Modelo: Campana de cocina KAT600HXE, Marca: Smeg, Material: acero y aluminio, Medidas: 80X50X60cm

M14 HORNO CONVECTOR Modelo: Mixta A1-9, Marca: Smeg, Material: acero inoxidable y cámara de cocción enlozada, Medidas: 90x90x60cm

M15 HELADERA MOSTRADOR Modelo: combinada, Marca: Lareu, Material: acero inoxidable y vidrio, Medidas: 200x120x60cm

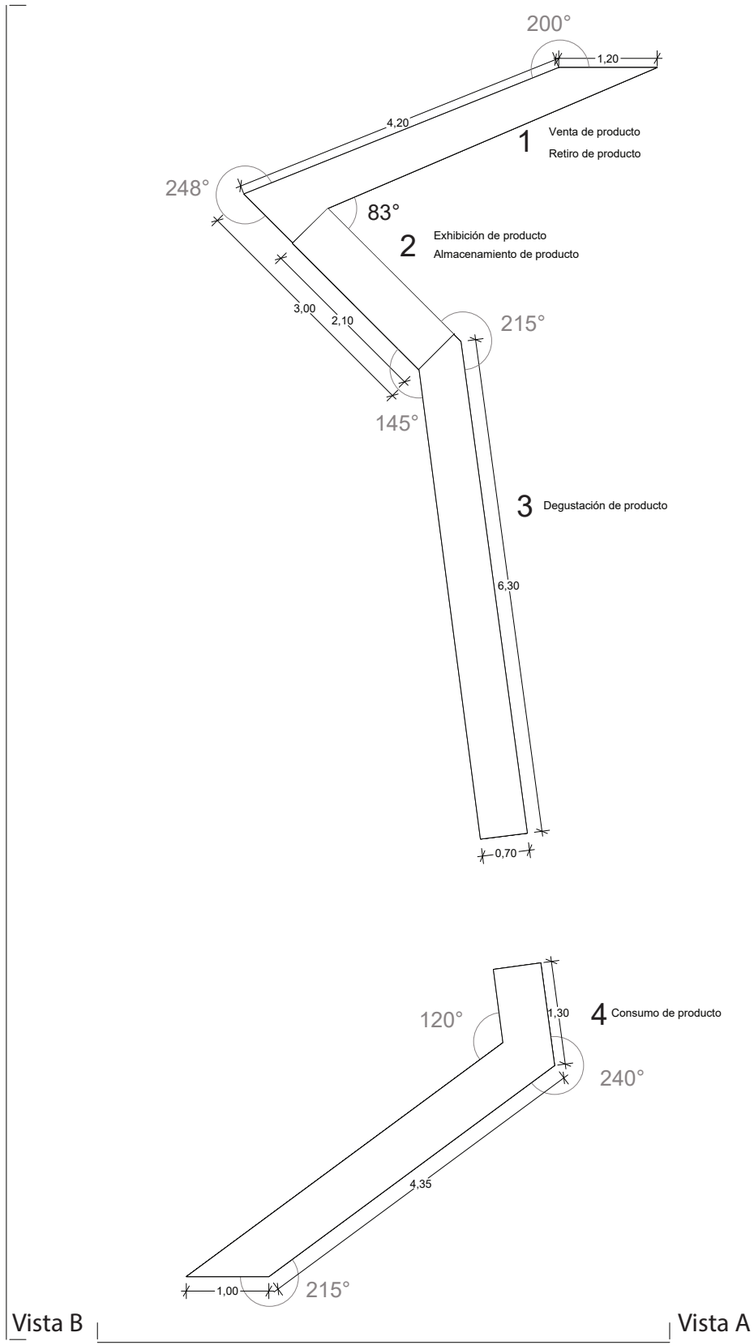




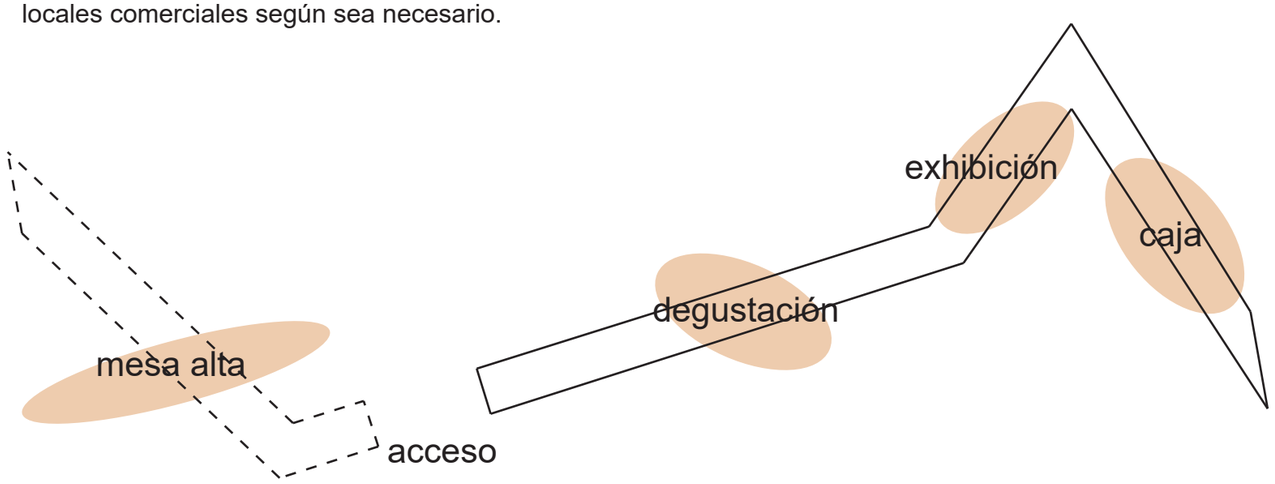


INTERACCIÓN CON EL MOBILIARIO EN EL CONSUMO DE ESTADÍA

Planta

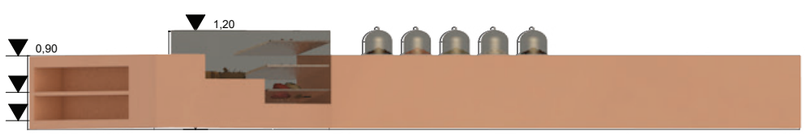


Mobiliario diseñado con la finalidad de adaptarse al espacio, organizarlo y condensar varias funcionalidades. En un mismo elemento se fusionan la caja, la exhibición y refrigeración de los productos, la degustación, la división espacial y la mesa alta.
Se plantea el desarrollo del mueble a partir de una modulación de 3 x 30cm en altura, mientras que, en planta se lleva a cabo una separación en 3 partes con opción de agregar una cuarta, cuyas medidas son variables de acuerdo al espacio donde se ubica, por lo cual cada parte permite ser adaptada a los diversos locales comerciales según sea necesario.



Vistas







Especificaciones técnicas

Mobiliario con largo y ángulos variables de acuerdo a las medidas del espacio comercial donde se ubique

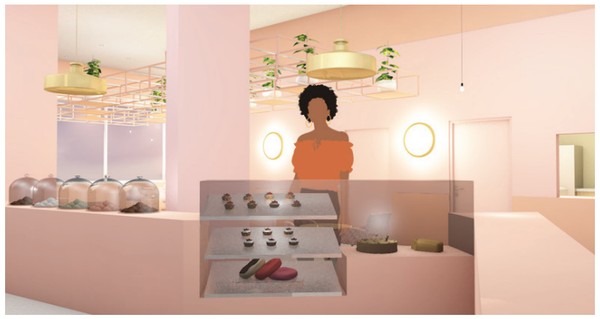
Espacio para encastre de heladera mostrador (ver M15 en Mobiliario y equipamiento)

Estantes internos para disposición de zona de caja

Admite la conectividad de todo el equipamiento necesario (heladera, pc, controlador fiscal, posnet, teléfono) permitiendo pasar cables por el interior hacia el muro más cercano con toma corrientes

Posibilita el correcto funcionamiento de la heladera mostrador, mediante perforaciones a igual altura que el panel de ventilación y recortes a nivel de las puertas corredizas

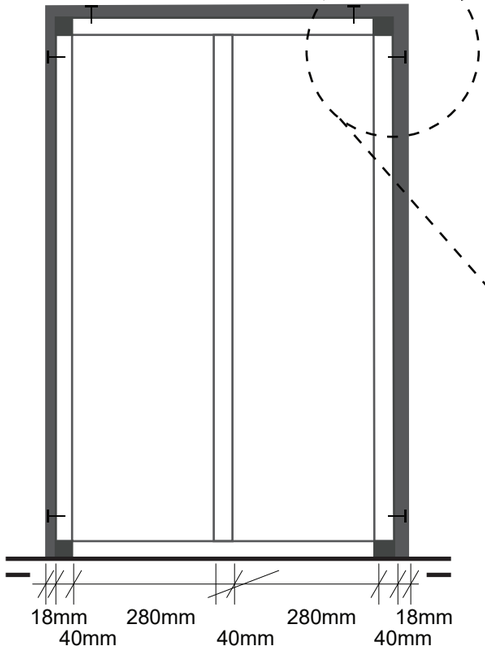
Armado en cuatro partes, unión final en el interior del espacio comercial



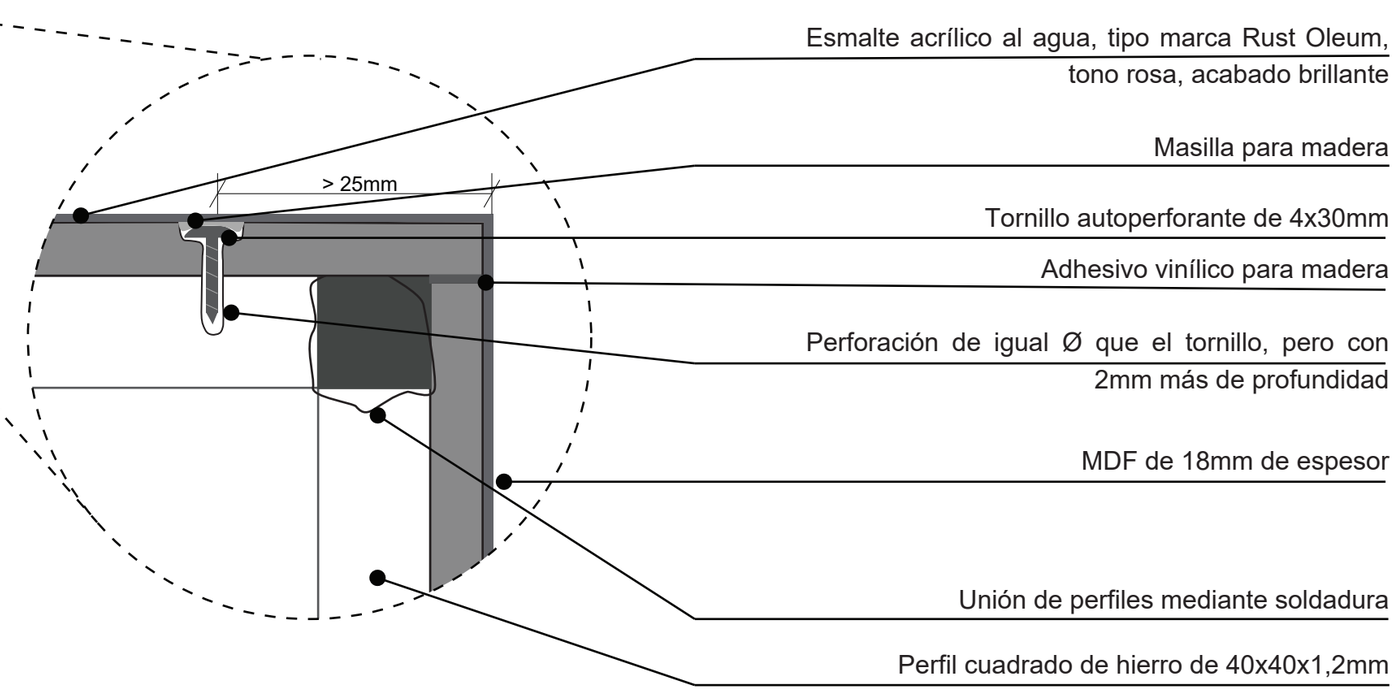


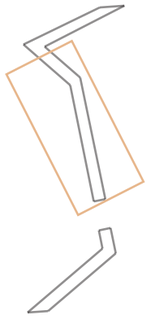


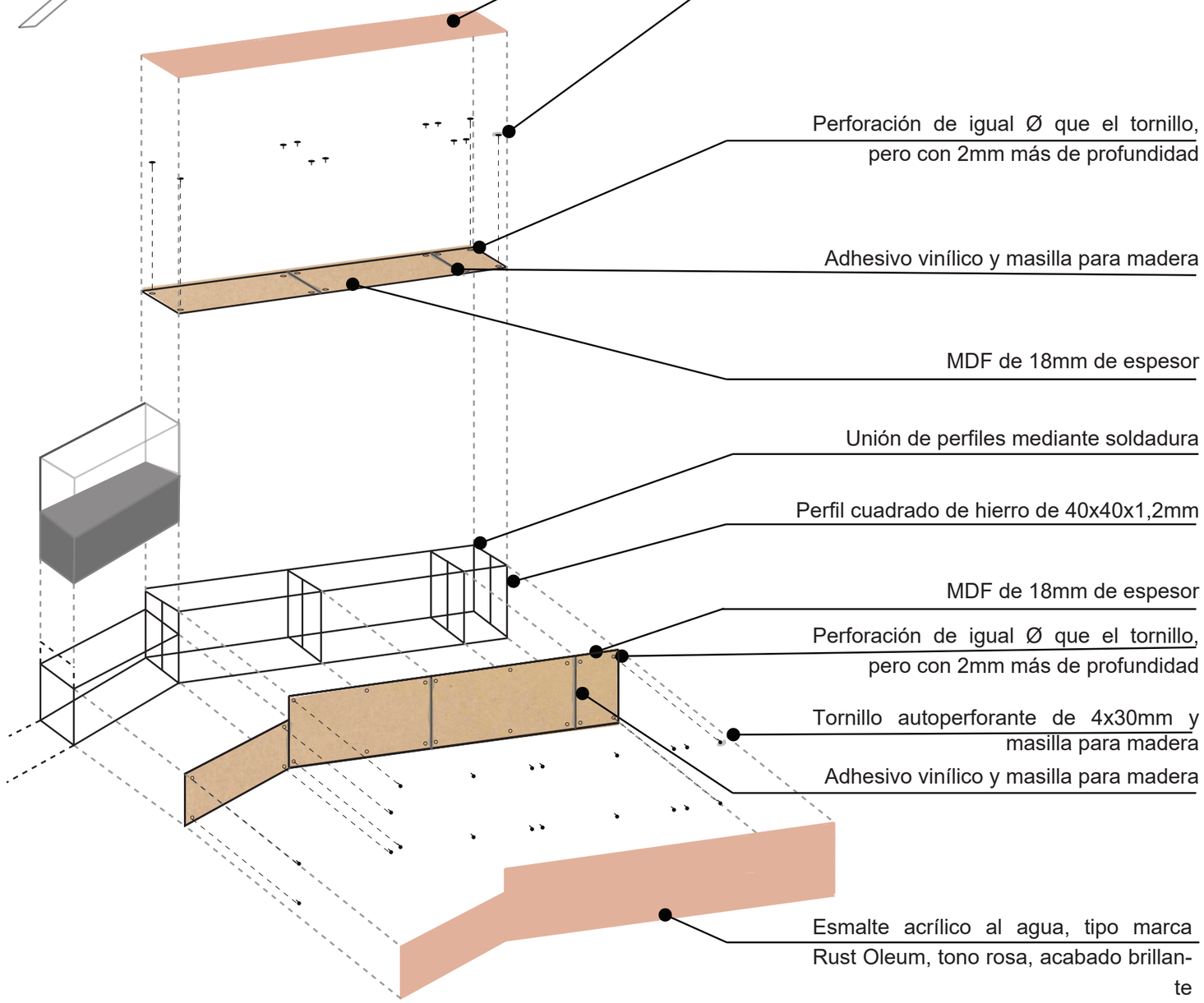




Corte transversal
Escala 1:10



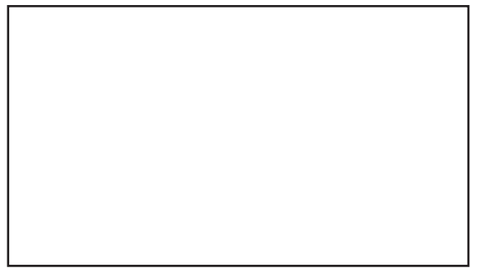


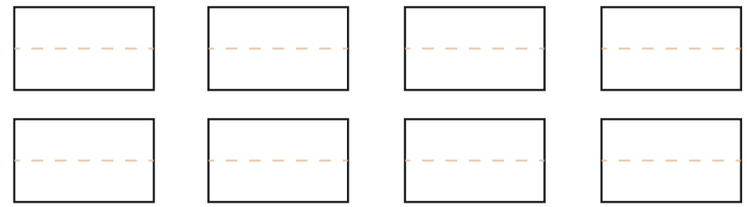


Detalle de cortes de MDF

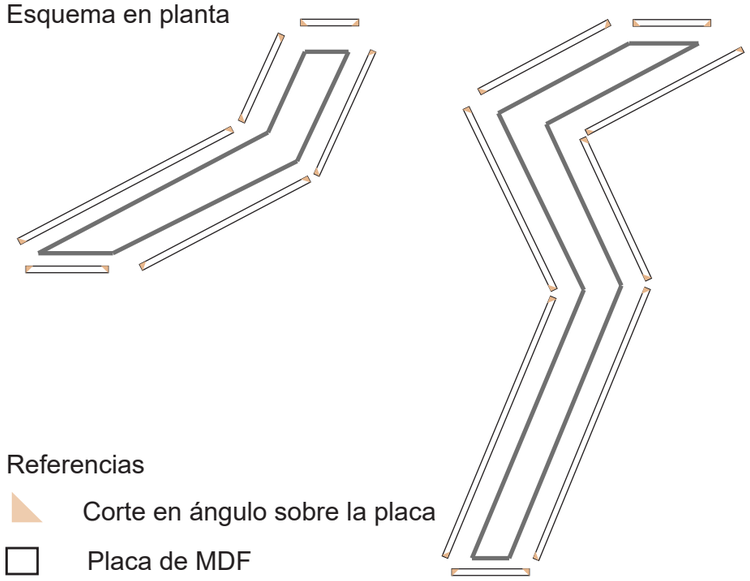
Metraje total: 40mts
Alto máximo: 0,90mts

Cantidad necesaria: 8 placas de MDF con sobrante < a 1/3 de placa





Esquema en planta

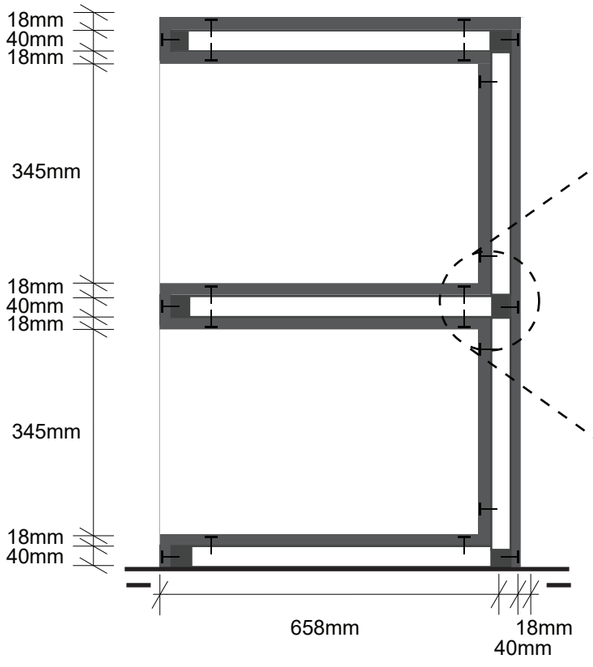


Referencias

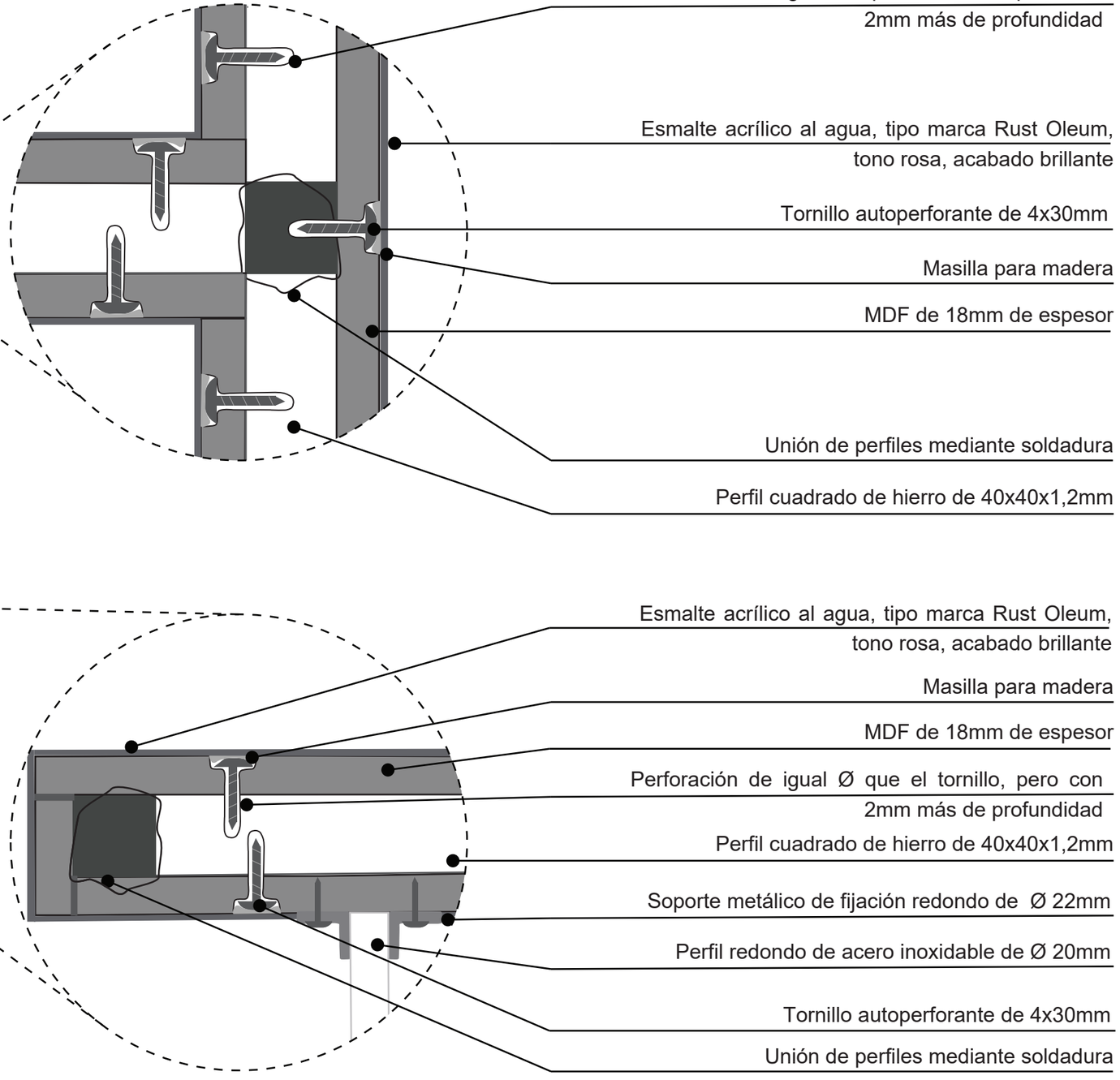
Corte en ángulo sobre la placa

Placa de MDF

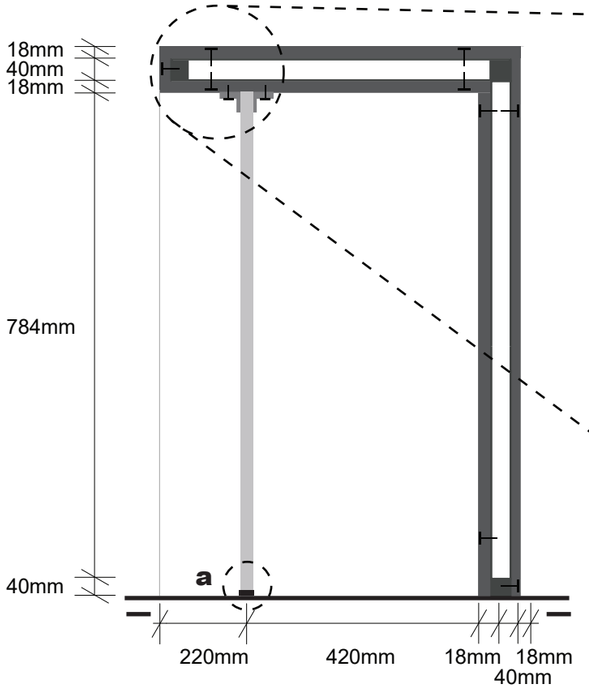




Corte transversal
Escala 1:10



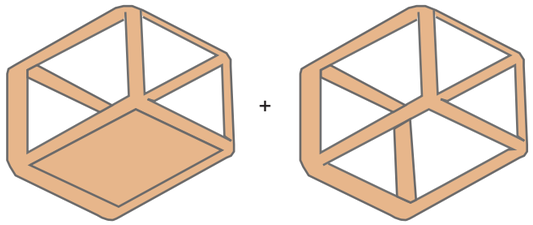


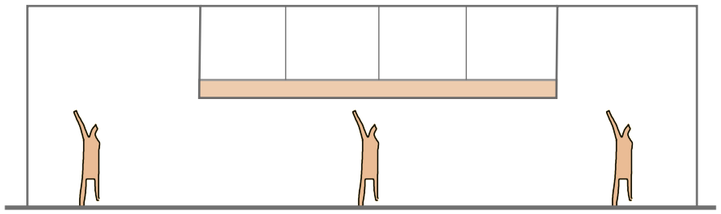


Corte transversal
Escala 1:10

a Se incorporan regatones de goma antideslizante de Ø 22mm como parte de la terminación de la pata

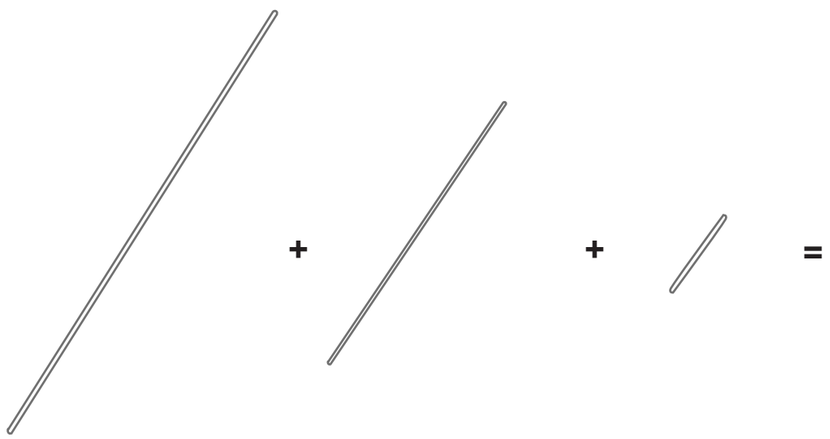
La decisión material y compositiva surge a partir de la necesidad de tener un elemento que permita diferenciar escalas, logrando un tipo de espacialidad distinta, que funcione como revestimiento en la fachada y que adapte alguna funcionalidad







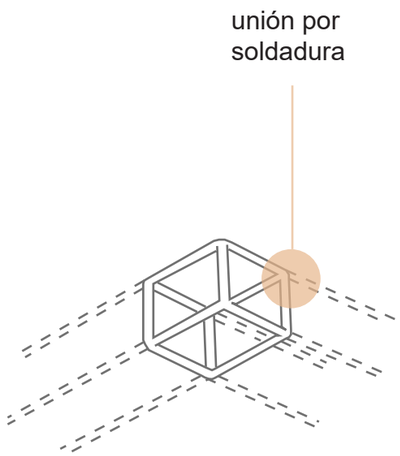
Armado de cielorraso



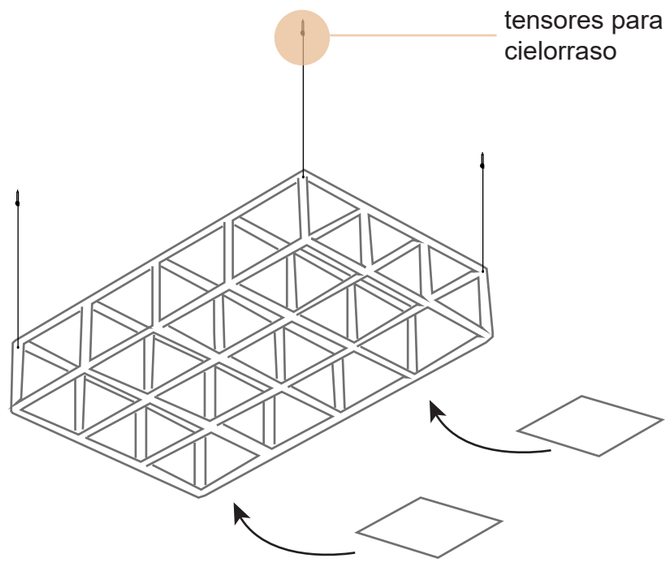
perfil de 3,00 mts
para el ancho total

perfil de 1,80mts para
las secciones 1 y
1,20mts para las
secciones 2

perfil de 0,30 mts
para la altura

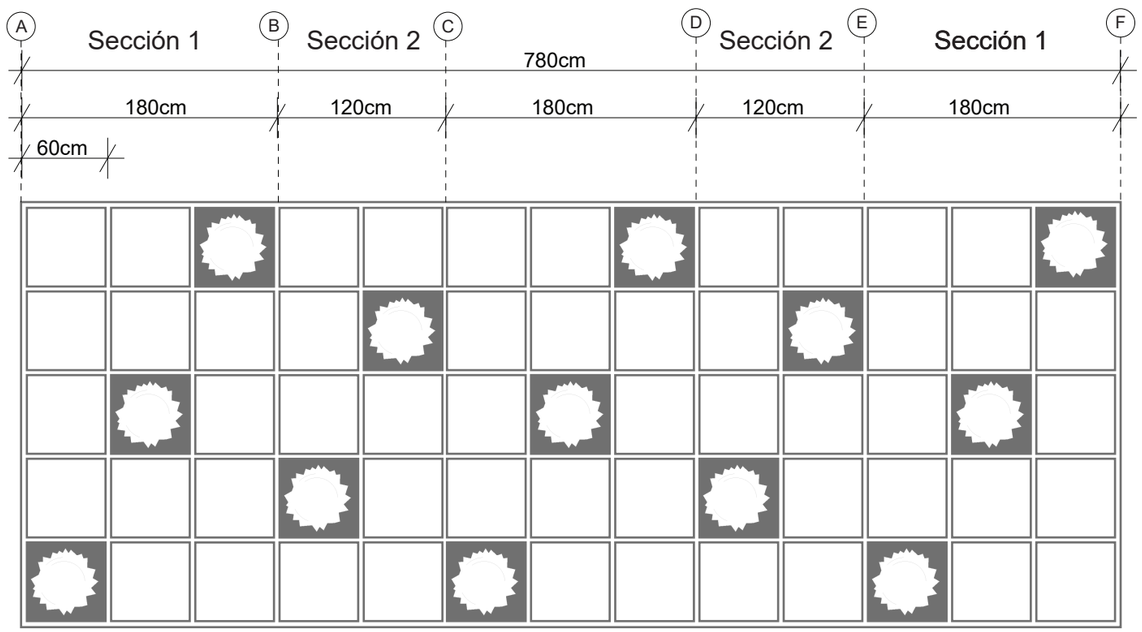


módulos de
0,60 x 0,60 x 0,30mts



Cielorraso en planta

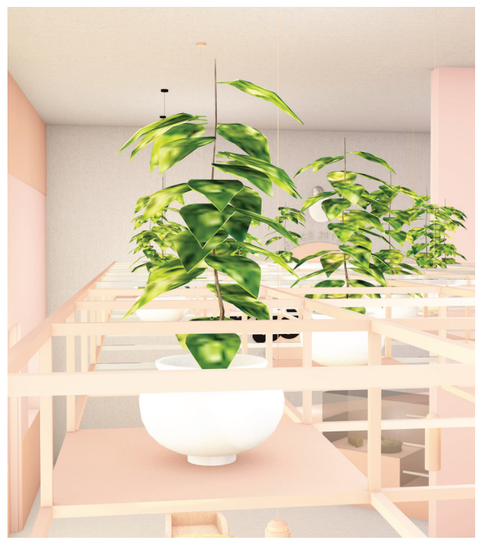
Total: 65 módulos
Módulos con vegetación: 13

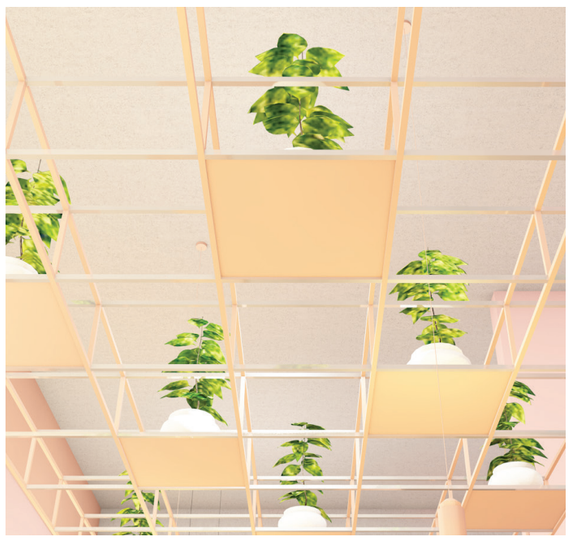


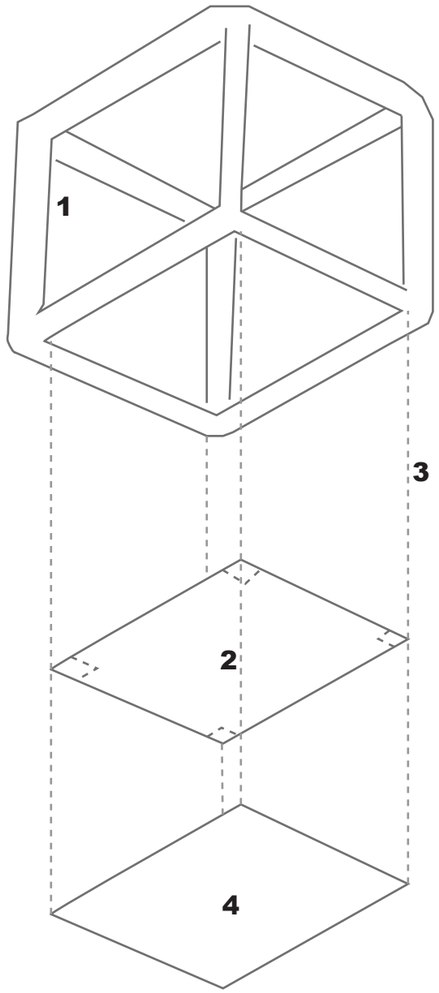
Descripción

Perfiles de acero pintados en rosa se conectan entre sí, construyendo una trama en forma de cuadrícula que define el aspecto del cielorraso suspendido. se genera un sistema de red modular, que permite crear llenos y vacíos configurando una trama donde ubicar la vegetación y dejar pasar los artefactos de iluminación.

Perspectivas







Despiece de un módulo lleno del cielorraso

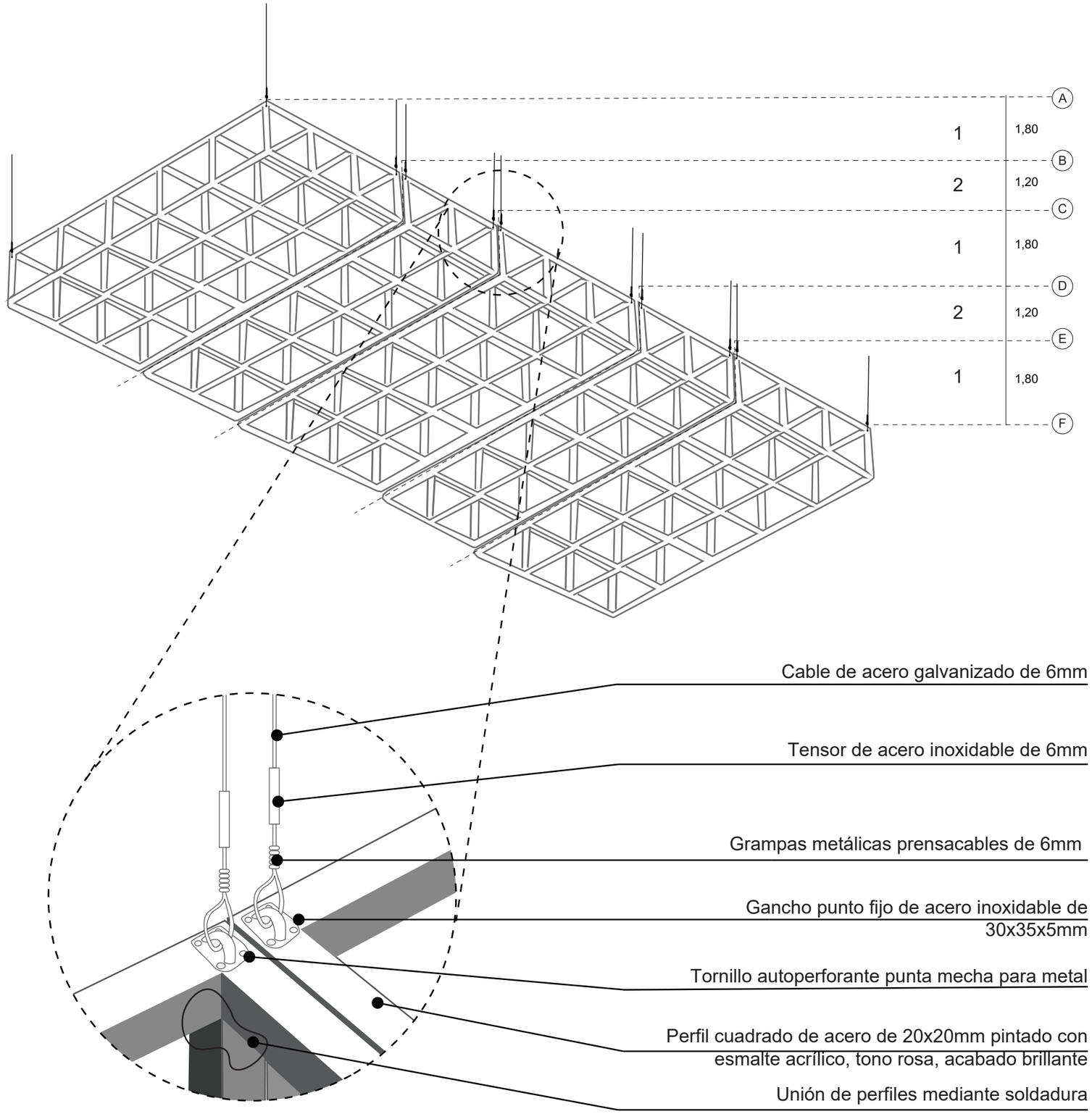
Referencias

1 Perfiles cuadrados de acero de 20 x 20mm

2 Placa de acero inoxidable de 0,60 x 0,60mts y 0,5mm de espesor con corte de 90° en sus esquinas

3 Unión por soldadura

4 Revestido con capa de esmalte acrílico, tono rosa, acabado brillante



La incorporación de la vegetación surge como forma de abordar la estimulación sensorial. Tener especies vegetales dentro del interior permite crear un espacio en constante evolución, ya que el factor de crecimiento y modificación propio de las plantas, aporta cambios que podrán ser percibidos por quienes hagan uso del local comercial, estos serán tanto visuales como aromáticos y táctiles.
Seguidamente, se desarrolla una clasificación y análisis respecto a las plantas elegidas para cada ambiente, incluyendo atributos, requerimientos y posibles usos.

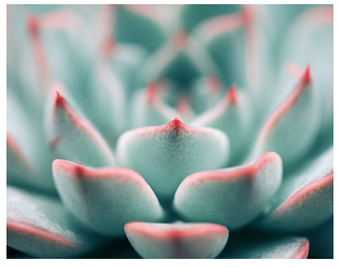
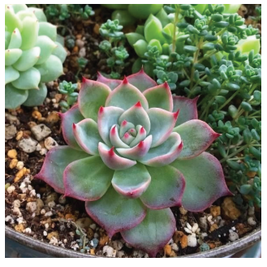
V01 ubicada en centro de mesa

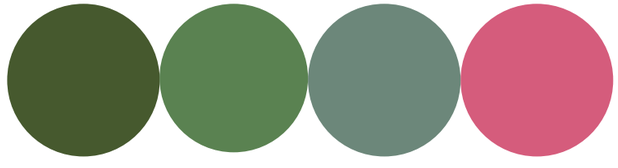
NOMBRE COMÚN: Rosa de alabastro
NOMBRE BOTÁNICO: Echeveria elegans
ORIGEN: sur de América
FAMILIA: Crasuláceas

ATRIBUTOS
Magnitud: 10cm de diámetro y 20cm de altura
Morfología: redondeada en forma de roseta sin tallo
Hábitat: templado o árido, variante en su temperatura
Follaje: hojas ovales, carnosas, de color verde azulado y borde rosado, puede tener flor

REQUERIMIENTOS
Sustrato: sustrato suelto y aireado, proporción de 1/3 de arena y 2/3 de mantillo de hojas
Ambiente: media sombra, no en contacto directo con la luz solar
Riego: moderado a poco

USOS
Purificación de aire



V02 ubicada en el baño

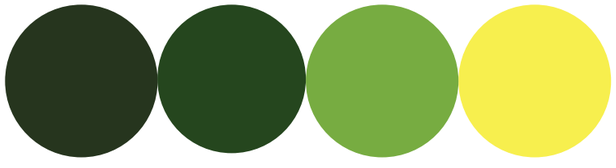
NOMBRE COMÚN: Lengua de Suegra
NOMBRE BOTÁNICO: Sansevieria trifascirata
ORIGEN: oeste de África
FAMILIA: Asparagaceae

ATRIBUTOS
Magnitud: crece hasta 140cm de largo x 4-10cm de ancho
Morfología: alargada y en punta
Hábitat: templado húmedo
Follaje: hojas alargadas, punteagudas y veteadas

REQUERIMIENTOS
Sustrato: sustrato de buen drenaje, una parte de arena, dos partes de compost y una de tierra
Ambiente: media sombra o sombra a temperatura media
Riego: moderado a poco

USOS
Ornamental



V03 ubicada en el cielorraso suspendido

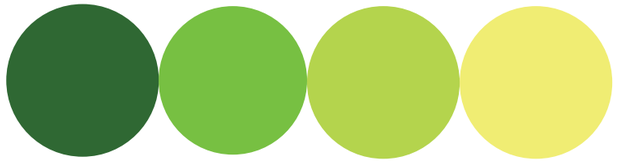
NOMBRE COMÚN: Potus
NOMBRE BOTÁNICO: Epipremnum aureum
ORIGEN: sur de Asia
FAMILIA: Araceae

ATRIBUTOS
Magnitud: puede alcanzar una longitud de 20 mts
Morfología: alargada e irregular con hojas grandes y de forma acorazonada
Hábitat: planta de interior
Follaje: muy resistente, sus hojas son perennes y de tonos variados, y los tallos son finos

REQUERIMIENTOS
Sustrato: compuesto por tierra negra, resaca de río y turba en partes iguales
Ambiente: sitios luminosos, pero no sol directo
Riego: escaso, sólo cuando el sustrato esté seco

USOS
Elimina sustancias dañiñas y malos olores, oxigenando el aire



Con el fin de potenciar la identidad de marca de la pastelería Pascuala, se llevó a cabo la intervención gráfica del logotipo.

Se decidió **simplificar y sintetizar las formas** de base, determinando **un solo color principal**, acompañado por un tono neutro, como lo es el negro.
Por otro lado, se determina **agrandar el tamaño de la tipografía**, generando un línea que atraviesa de lado a lado, para lograr así, que **destaque el nombre de la marca**. Mientras que, el texto que acompaña y termina de componer el logotipo se mantiene en un tamaño más pequeño, siempre **respetando la tipografía original**.

Como resultado se observa un logo donde el **nombre posee más relevancia, y la simpleza del conjunto, en consonancia las curvas y letras desalineadas, producen una primera impresión más dinámica y atrayente**.

LOGOTIPOS ANTERIORES



NUEVO LOGOTIPO





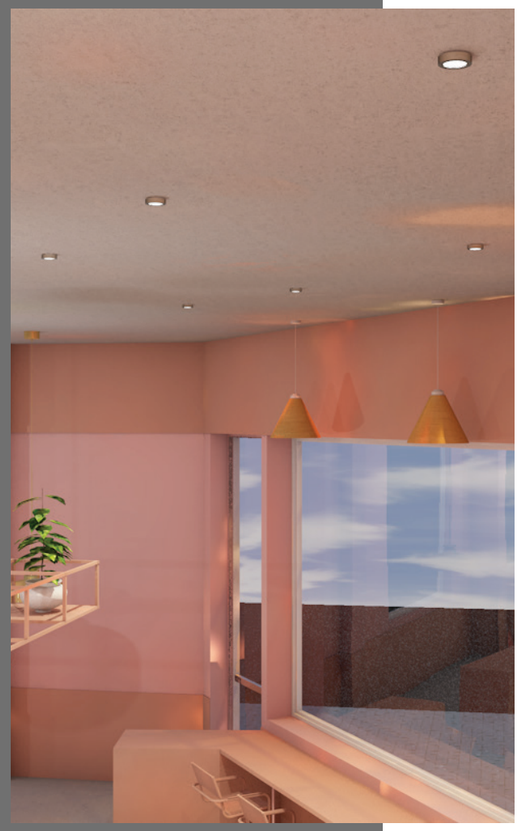
La intención con respecto a la iluminación se basa en **potenciar el concepto de diseño**, sin dejar de lado la **funcionalidad**, ya sea destacando la diferencia espacial o acompañanado cierto elemento, como el cielorraso suspendido



COLGANTE



EMPOTRADA



DE PARED



EXTERIOR





L01 Luminaria colgante
Modelo: Chiara
Material: vhapa con terminación dorada
Medidas: diámetro 60cm y altura 15cm
Marca: Boutique de luz
Tipo de luz: directa



L02 Luminaria colgante
Modelo: Coco
Material: metal en color negro y cable textil
Medidas: diámetro de 10cm
Marca: Boutique de luz



L03 Luminaria colgante
Modelo: Cavia Corta
Material: aluminio pintado en color rosa y cable textil
Medidas: diámetro de 6cm y 16cm de alto
Marca: Boutique de luz
Tipo de luz: directa



L04 Luminaria de pared
Modelo: Plafón Bagel
Material: chapa de acero con terminación dorada
Medidas: diámetro 60cm y espesor de 5cm
Marca: Boutique de luz
Tipo de luz: difusa



L05 Luminaria colgante
Modelo: Edison Charles
Material: madera y metal
Medidas: 40 x 30cm
Marca: Taomz
Tipo de luz: directa



L06 Luminaria sobre mesada
Modelo: LED Essential Smart
Material: policarbonato blanco
Medidas: 1185x21x34,2mm
Marca: Philips
Tipo de luz: directa



L07 Luminaria de pared
Modelo: Foco triple Rivano
Material: metal, color blanco
Medidas: 17,7x68x12cm
Marca: Philips
Tipo de luz: directa



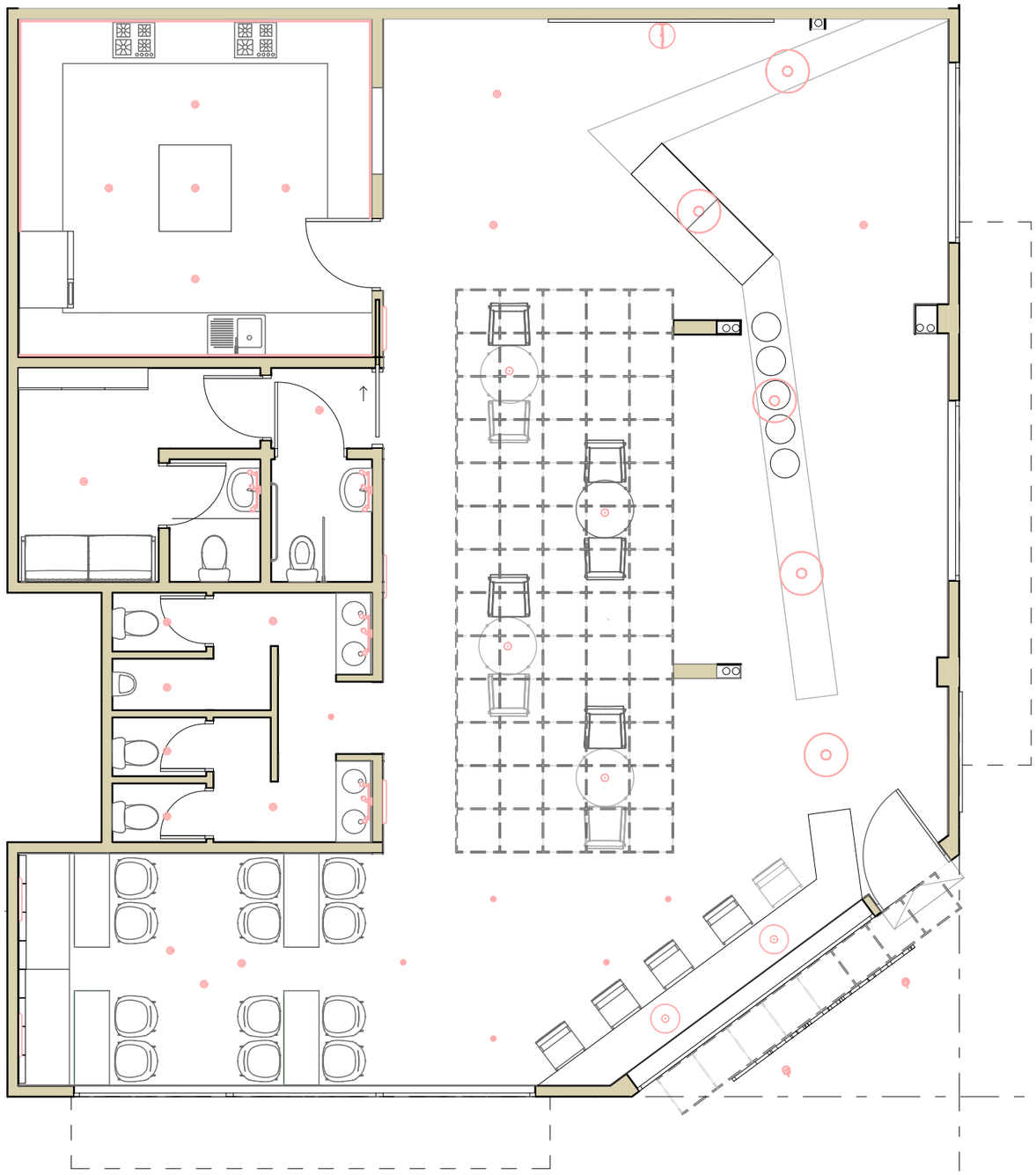
L08 Luminaria exterior
Modelo: Vistosa
Material: chapa de acero y aluminio blanco
Medidas: 7x7cm
Marca: Osram
Tipo de luz: directa



L09 Luminaria de pared
Modelo: Edison
Material: metal y vidrio
Medidas: 30 x 30 x 30 cm
Marca: Taomz
Tipo de luz: directa

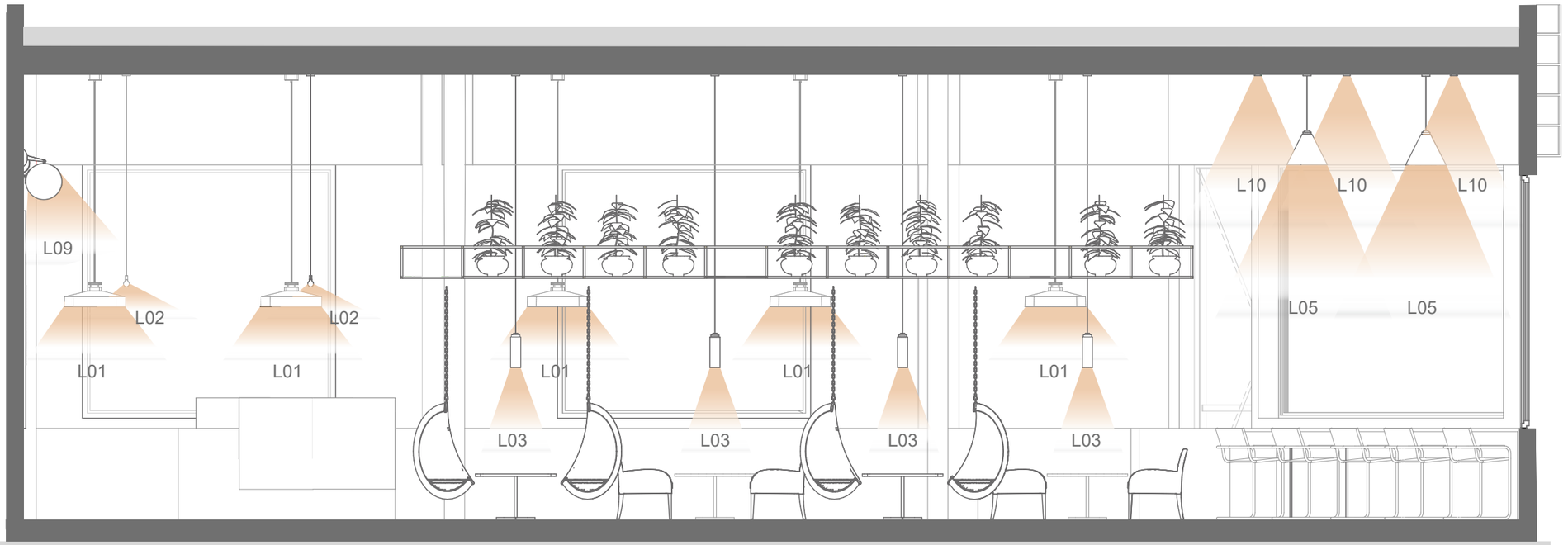


L10 Luminaria empotrada
Modelo: LuxSpace Accent Mini G3
Material: metal, plástico y vidrio, color blanco
Medidas: 10x10cm
Marca: Phillips
Tipo de luz: difusa



Corte de iluminación
Escala 1:50

Se ven luminarias:
L01 colgante
L02 colgante
L03 colgante
L05 colgante
L09 de pared
L10 empotrada

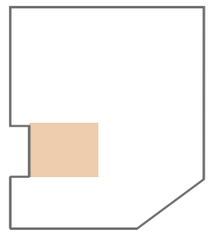


Corte Longitudinal









Muro de mampostería de 15cm de espesor, revestido en látex interior, acabado satinado, tipo tono gris SW7064 de Sherwin Williams

Mingitorio Modelo: MSAF B, Marca: Ferrum, de 33x57,5x33cm, Material: porcelana blanca

Inodoro, Modelo: Trento IELMJ, Marca: Ferrum, Material: porcelana blanca, Medidas: 35x64x40cm

Porta rollo, Modelo: 167/28 Melody, Marca: FV, Material: cromo, Medidas: 15x10x5cm

P03 Puerta batiente de vidrio templado esmerilado de 8mm de espesor, con dos bisagras y traba puerta

Muro de placa de yeso de 9,5cm de espesor, revestido en látex interior, acabado satinado, tipo tono blanco SW7005 de Sherwin Williams

Cartelería cortada a láser en MDF de 5mm de espesor, revestida en color negro

Solado con terminación en cemento alisado de 3m de espesor con junta de dilatación cada 4mts y capa de cera protectora

Encimera a medida, Material: Silestone Eternal Calacatta Gold, Medidas: 112x10x50cm

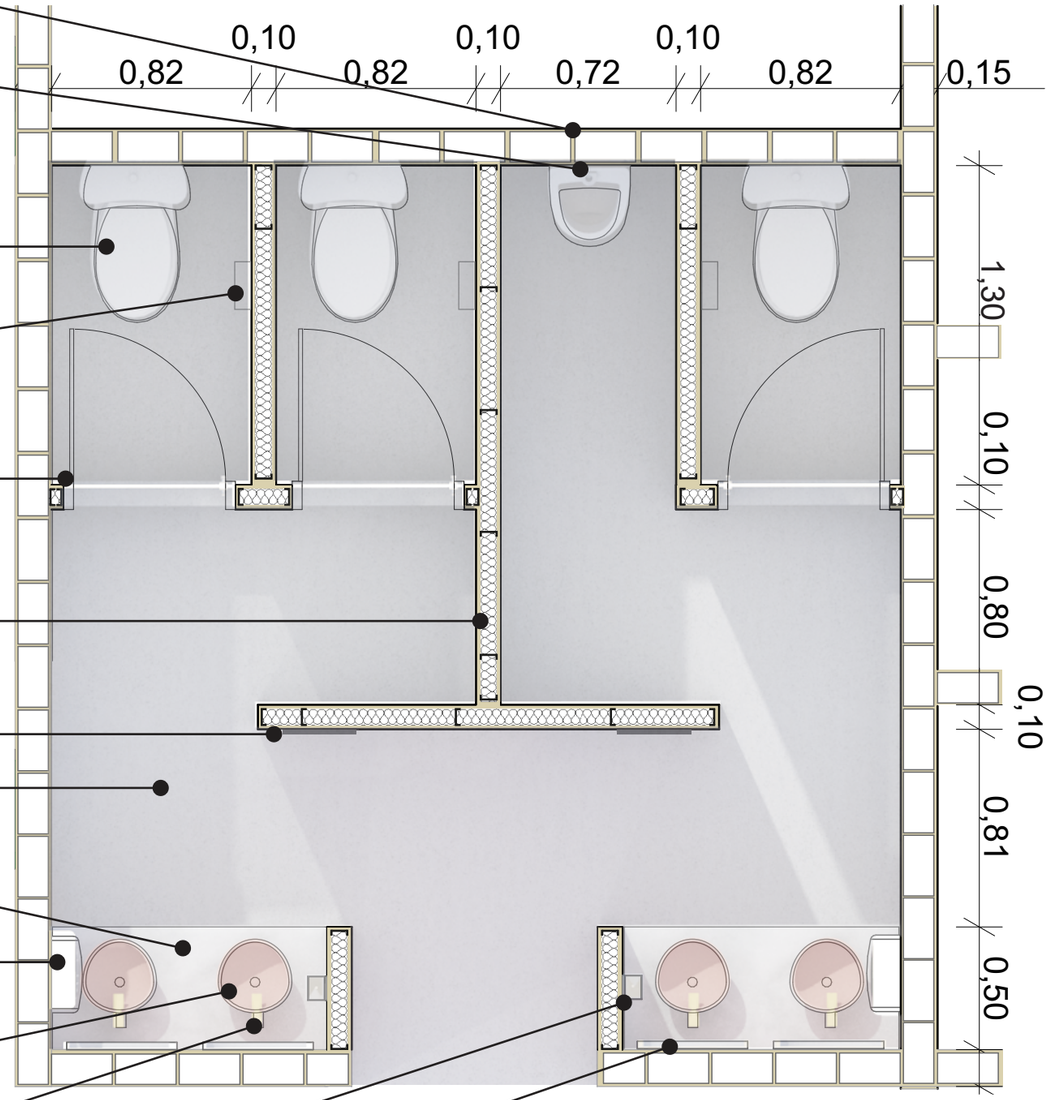
Dispensador eléctrico para toalla de mano, Modelo: 302/7683, Marca: Kimberly Clarck, Material: plástico blanco, Medidas: 15x12,6x5,9cm

Bacha, Modelo: Tori redonda L242K, Marca: Ferrum, Material: porcelana en color, Medidas: Ø 30cm y 13cm de alto

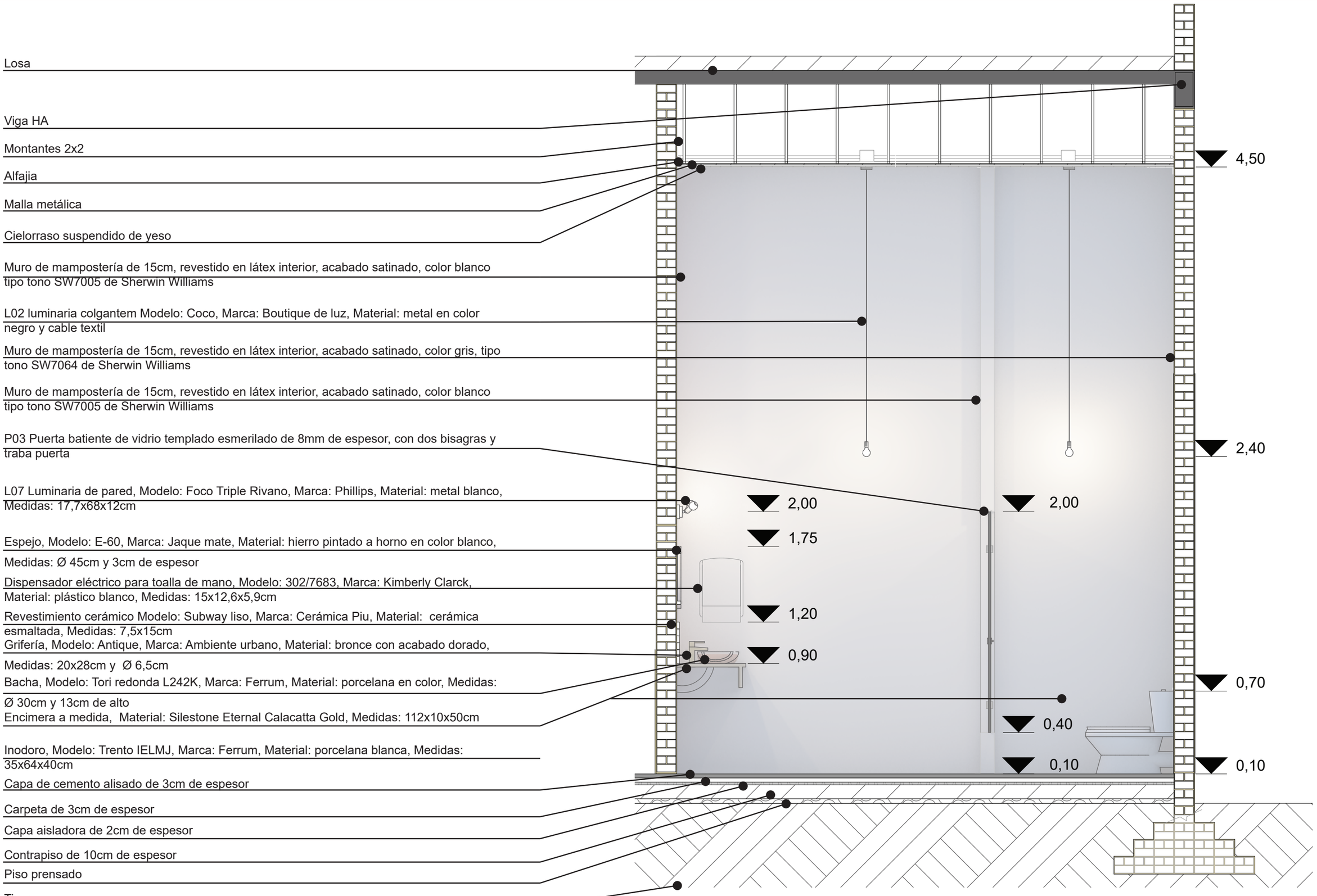
Grifería, Modelo: Antique, Marca: Ambiente urbano, Material: bronce con acabado dorado, Medidas: 20x28cm y Ø 6,5cm

Dispensador de jabón eléctrico, Modelo: 302/9501, Marca: Kimberly Clarck, Material: plástico blanco, Medidas: 10x8x22cm

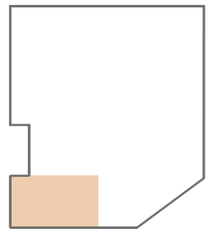
Espejo, Modelo: E-60, Marca: Jaque mate, Material: hierro pintado a horno en color blanco, Medidas: Ø 45cm y 3cm de espesor



CORTE SECTOR BAÑOS ESC. 1:25







PLANTA SECTOR MESAS ESC. 1:25

Muro de mampostería de 15cm de espesor, revestido en látex interior, acabado satinado, tipo tono rosa SW6856 de Sherwin Williams

M03 Banco, Modelo: Kuala, Marca: Proyecto interior, Material: madera maciza, terciopelo y relleno de goma espuma, Medidas: 70x150x50cm más respaldo de 5x300x90cm

M01 Silla, Modelo: Nerd, Marca: Proyecto interior, Material: polipropileno texturado y acero pintado al horno en igual tono, Medidas: 55x60x80cm

Revestimiento superior e inferior empapelado vinílico texturado en tono rosa, tipo cod 23124 de Muresco, colocado con adhesivo

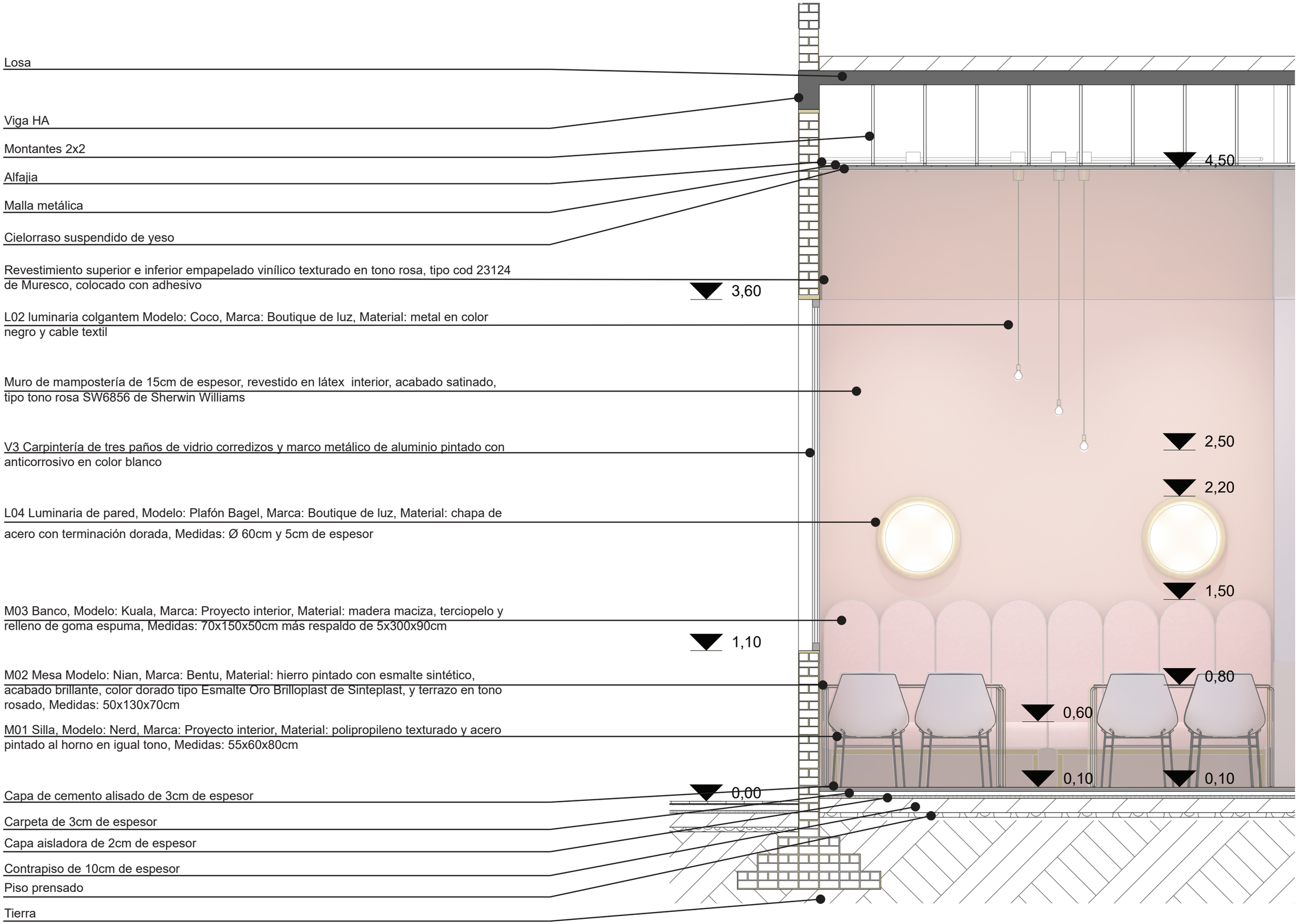
V3 Carpintería de tres paños de vidrio corredizos y marco metálico de aluminio pintado con anticorrosivo en color blanco

M02 Mesa Modelo: Nian, Marca: Bentu, Material: hierro pintado con esmalte sintético, acabado brillante, color dorado tipo Esmalte Oro Brilloplast de Sinteplast, y terrazo en tono rosado, Medidas: 50x130x70cm

Solado con terminación en cemento alisado de 3m de espesor con junta de dilatación cada 4mts y capa de cera protectora



CORTE SECTOR MESAS ESC. 1:25







El interiorismo es capaz de organizar los elementos con efectos fenomenológicos, en función de mejorar la experiencia perceptiva dentro de los espacios comerciales, persuadiendo las reacciones de quienes lo experimentan y, produciendo así, un verdadero habitar que trascienda en la memoria.



CONCLUSIÓN

Reflexión final
Bibliografía

06

REFLEXIÓN FINAL

Al proyectar el espacio interior, se estableció el diseño en base a cuatro códigos vinculados al habitar.
La primera de estas ideas es la que relaciona lo simbólico, aquello entendido como contenido en valores, lo cual se desprende del análisis de la identidad de marca, objetivos, trayectoria y productos. El siguiente código es el estético, que se conjuga con la sensibilidad e influye en la primera impresión y percepción del ambiente, a causa de ello, se logra un interior armonioso, donde todos sus componentes se integran. Por su parte, la ergonomía juega un rol de importancia en el espacio, que debe ser funcional, al momento de diseñar el mobiliario, disponer la iluminación y distribuir elementos en el interior. Finalmente, y en consonancia con los anteriores, el código referido a lo semántico, a la comprensión del espacio, razón por la que el conjunto gráfico, lumínico, material y utilitario logrado se adapta al contexto donde se ubica.
Este proyecto es una secuencia de desiciones que, en conjunto generan alteraciones sensoriales y pretenden formar parte de la experiencia diaria de las personas.
Hay tantas resoluciones a un proyecto como seres en el mundo y, es por eso que, este trabajo es una versión desarrollada de una de las tantas posibles respuestas que podría darse al proyectar el espacio interior.

BIBLIOGRAFÍA

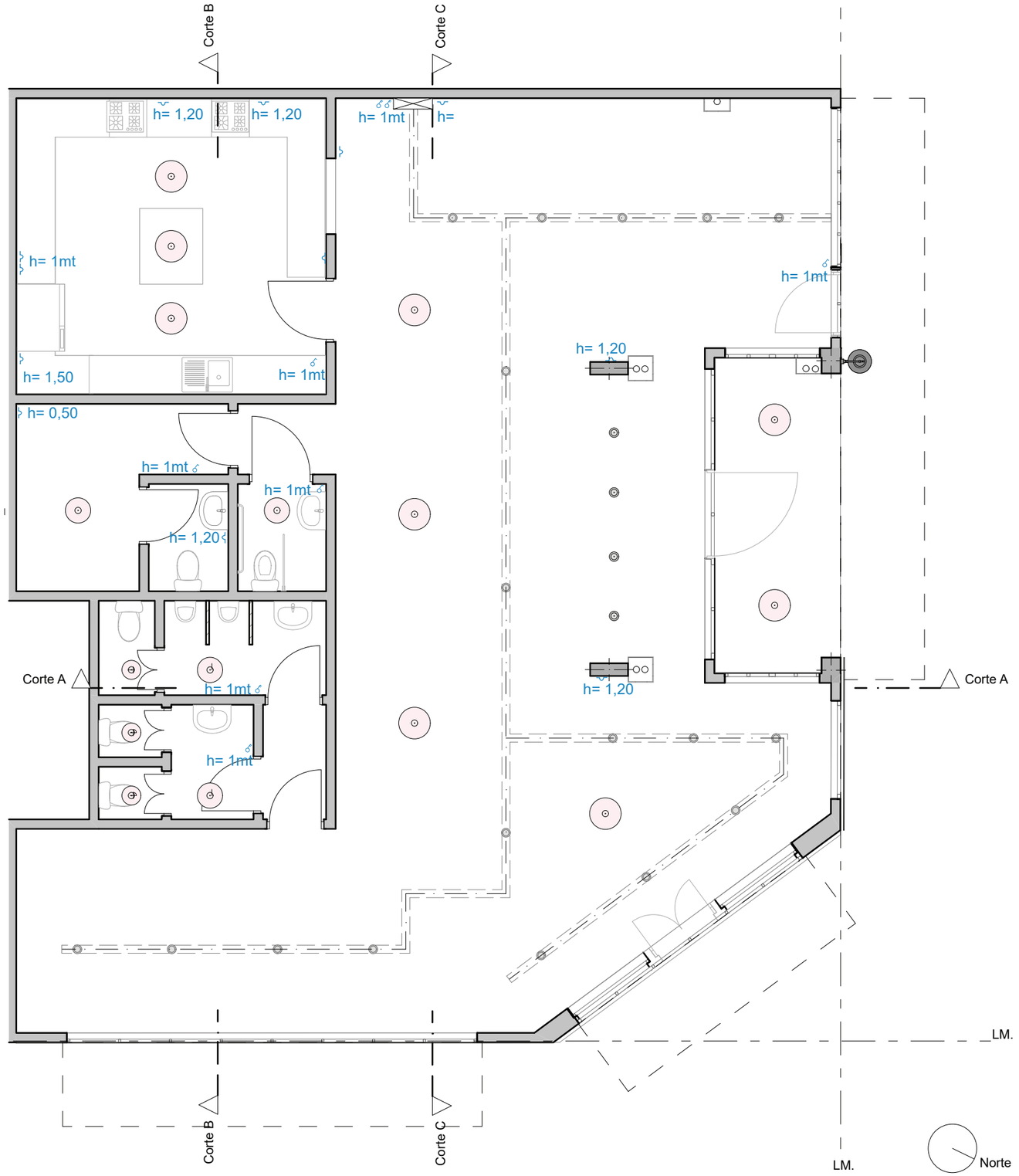
Los ojos de la piel, la arquitectura y los sentidos. Pallasmaa, J. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 2006.
Construir, Habitar, Pensar. Martin Heidegger. Editorial Alción, Córdoba, 2016.
Experiencia perceptiva en el diseño de los espacios interiores. Leticia Jacqueline Robles Cuéllar y Mario Ernesto Esparza Díaz de León. Editorial División en Arquitectura, Arte y Diseño de la Universidad de Guanajuato, Guanajuato, 2015.
Escaparatismo apelativo. Miguel Ángel Fernández Reino. Artes Visuales y Multimedia de la Universidad Politécnica de Valencia, Valencia, 2011.
La poética de la ensoñación. Gastón Bachelard. Editorial Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2012.
Franquicias, proyecciones de un sistema de cara al año electoral. www.elcronista.com, Buenos Aires, 2018.
Experiencia perceptiva en el diseño de los espacios interiores. www.interiorgrafico.com, Guanajuato, 2015.

ANEXO

Documentación Relevamiento

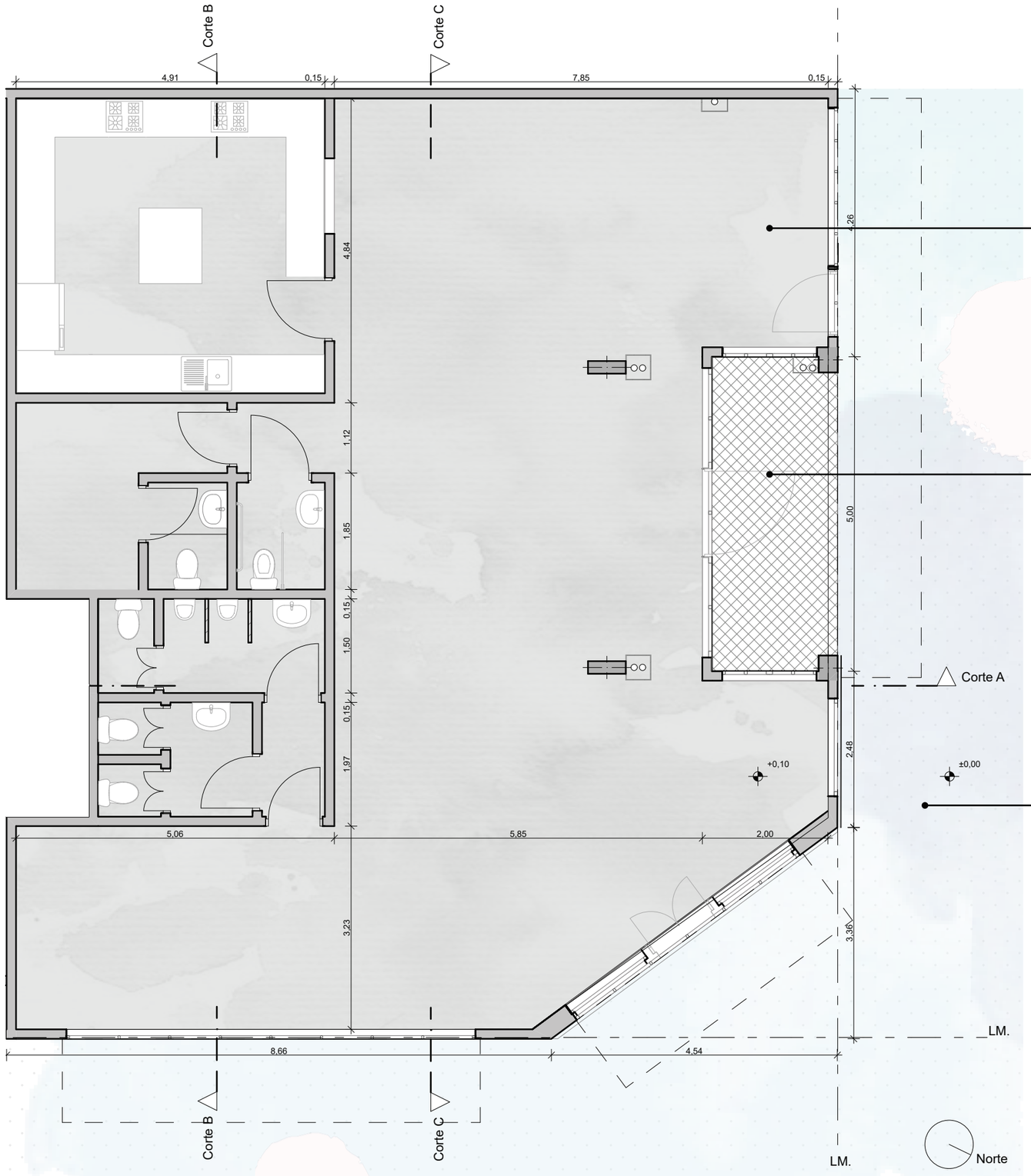
PLANO DE INSTALACIÓN ELÉCTRICA ESC. 1:75

ANEXO



Referencias	
Simbología	**Descripción**
	Luminaria colgante de Ø 50cm y h= 3,00mts.
	Luminaria colgante de Ø 40cm h= 3,00mts.
	Luminaria colgante de Ø 40cm y h= 3,00mts.
	Luminaria empotrada de Ø 15cm y h= 4,85mts.
	Luminaria colgante de Ø 12cm y h= 2,80mts.
	Artefacto de pared exterior de Ø 40cm y h= 3,00mts.
	Canaleta metálica de zinc en u de 16x16cm y h=4,87mts.
	Tablero eléctrico h=1,20mt
	Interruptor simple o doble
	Tomacorrientes

PLANO DE SOLADOS ESC. 1:75



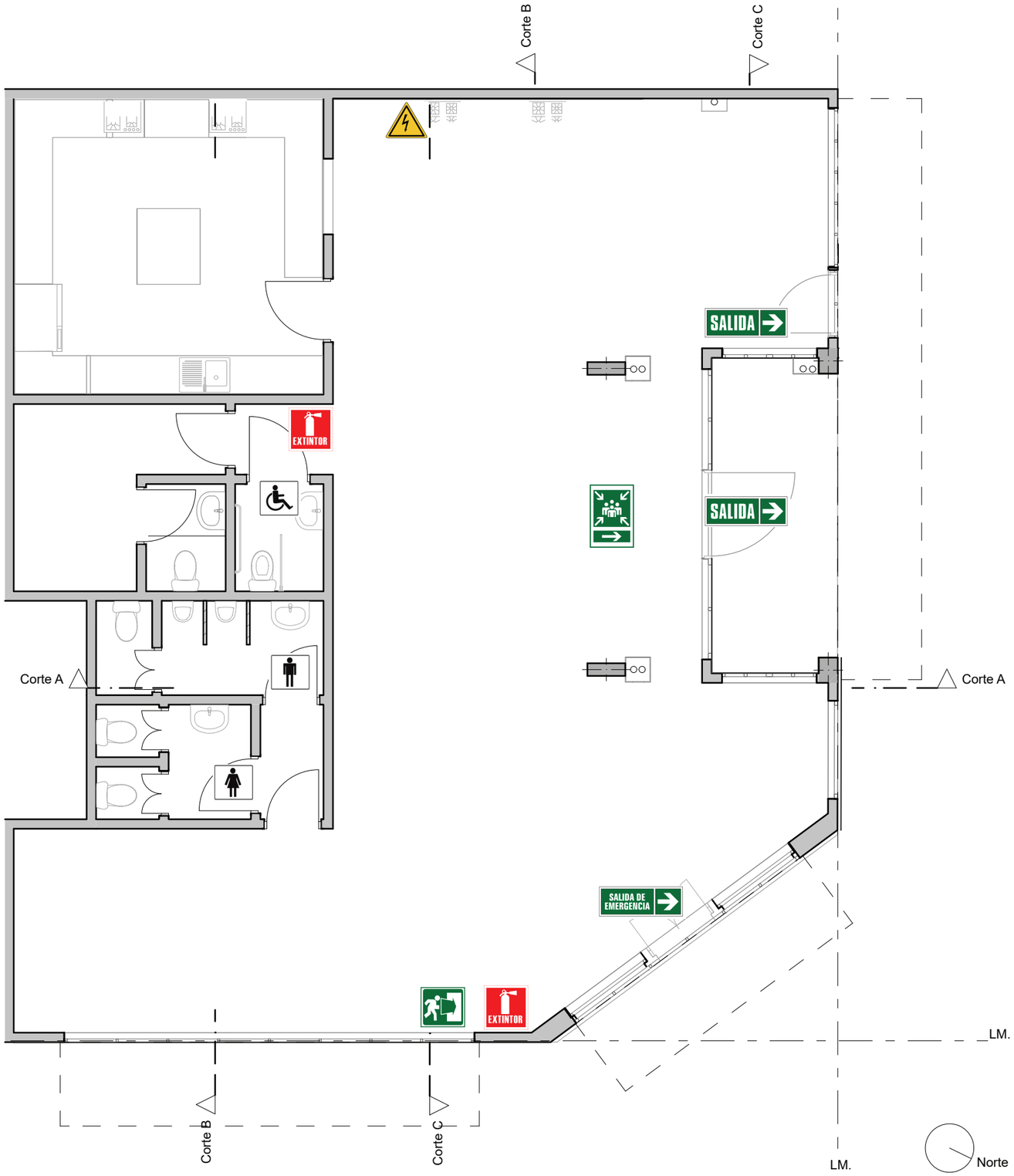
Solado cementicio con terminación alisada, sin juntas, en tono gris claro

Solado calcáreo, damero en tono blanco y negro, en piezas de 15x15cm

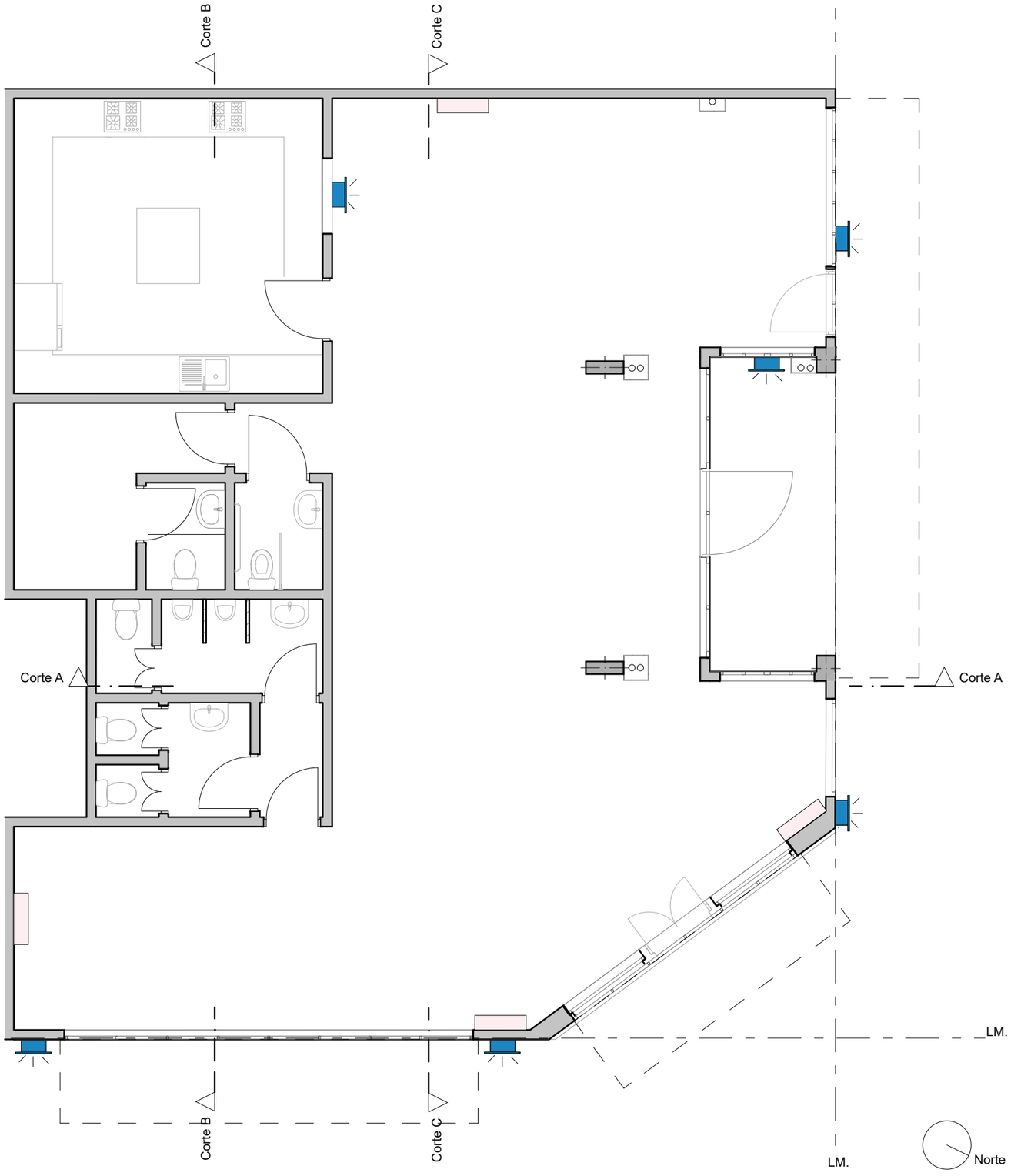
Solado cerámico exterior, terminación granulada, tono gris, de 45x45cm

PLANO DE INCENDIO Y SEÑALÉTICA ESC. 1:75

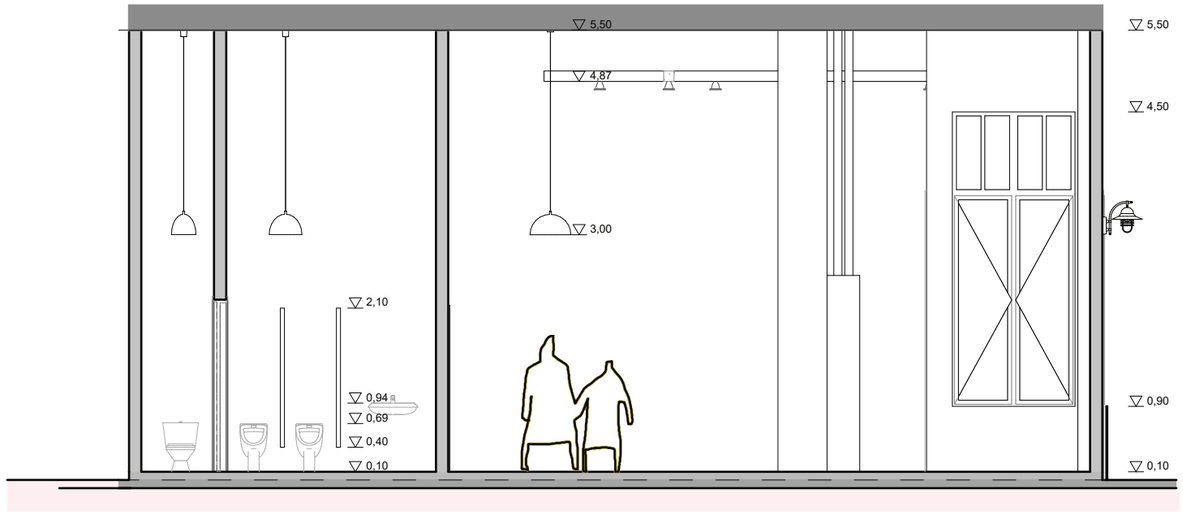
ANEXO



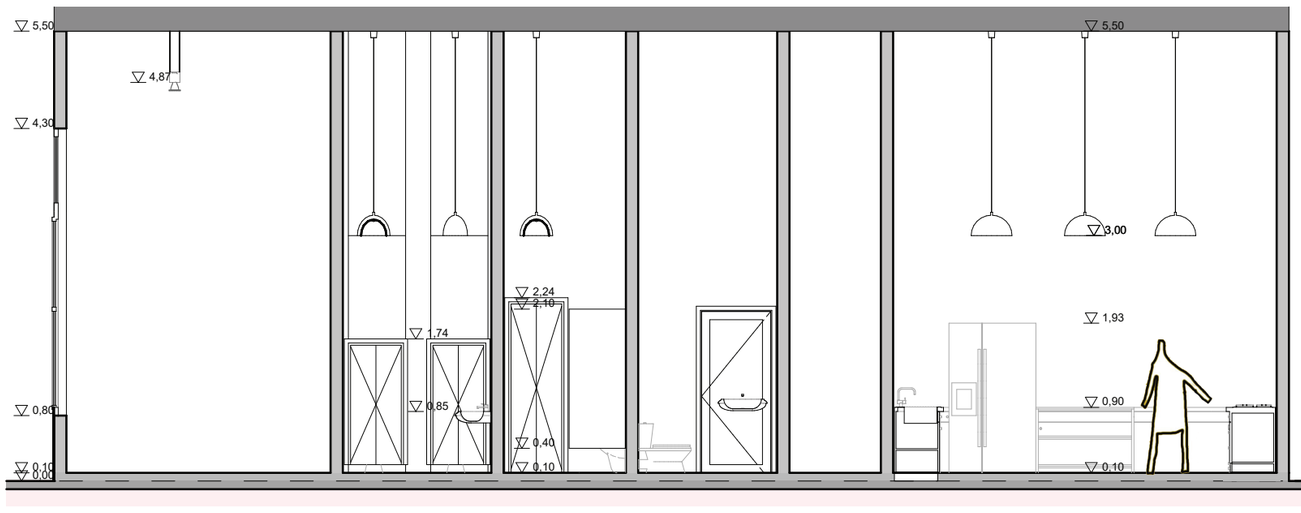
Referencias	
Simbología	**Descripción**
	Indicación de sanitario de Hombres
	Indicación de sanitario de Mujeres
	Indicación de sanitario de Discapacitados
	Peligro -Tablero eléctrico
	Ubicación del extintor
	Vía de evacuación en caso de emergencia
	Punto de encuentro en caso de emergencia
	Indicación de salida con sentido
	Indicación de salida de emergencia



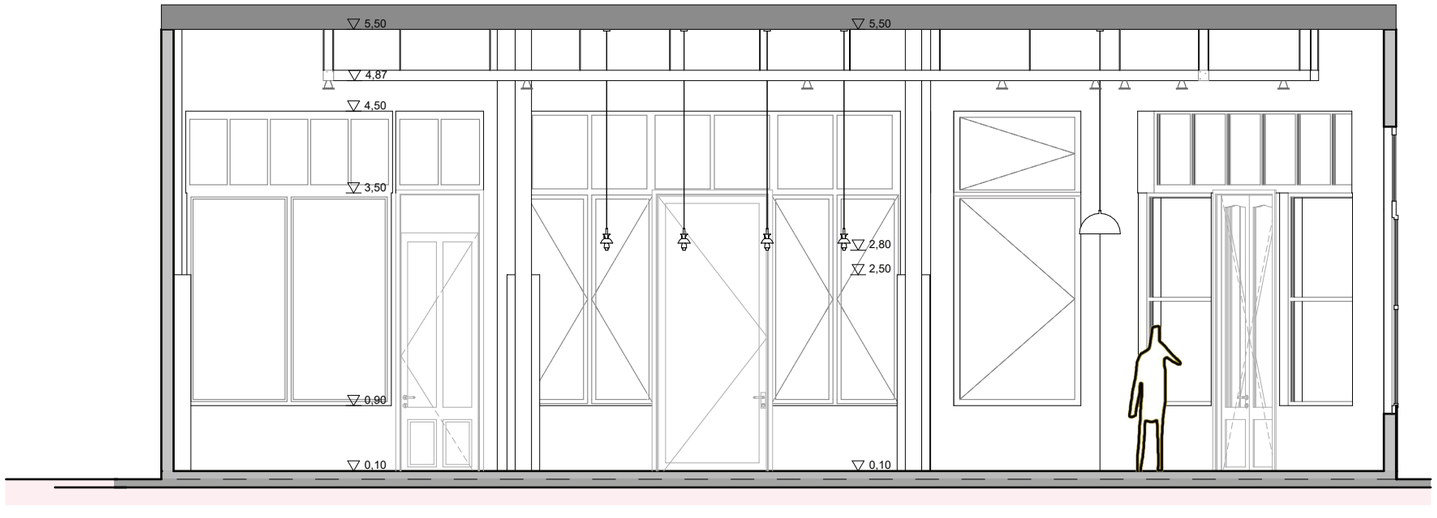
Referencias	
Simbología	**Descripción**
	Equipo de Aire acondicionado Split frío/calor a 4mts. de altura
	Rejilla de ventilación metálica de 20x20cm, pintada en color negro



Corte A



Corte B



Corte C