



Powered by
Arizona State University

MAESTRÍA DE DISEÑO INTERIOR

Tesis previa a la obtención del título
Magister en Diseño de Interiores

AUTOR: Erik Daniel Jaramillo Constante

TUTOR: María Lorena Paliz Puente

IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO ESTÉTICO BASADO
EN PRODUCTOS NATURALES: NATURALTUNA

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo, **Erik Daniel Jaramillo Constante** declaro bajo juramento, que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para detallada. Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y leyes.

Erik Daniel Jaramillo Constante
Autor

Yo, **María Lorena Paliz Puente**, certifico que conozco al autor del presente trabajo, siendo el responsable exclusivo tanto de su originalidad y autenticidad como de su contenido.

María Lorena Paliz Puente
Directora de Tesis

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

A Dios, por ser mi luz y mi guía en cada paso de este viaje. Por darme la fuerza, la sabiduría y la fe necesarias para superar los obstáculos y alcanzar esta meta.

A mi pareja por su apoyo incondicional, por estar a mi lado en cada momento, compartiendo alegrías y brindándome fortaleza en los momentos más difíciles. Tu presencia ha sido fundamental en este logro, y tu paciencia y comprensión me han impulsado a seguir adelante.

A mis queridos abuelos, que con su ejemplo de vida, sabiduría y amor me han enseñado el valor del esfuerzo y la perseverancia.

A mi familia, mi pilar más sólido, por su amor incondicional y constante apoyo. A mis padres, por sus sacrificios, enseñanzas y por estar siempre dispuestos a darme lo mejor de sí mismos.

ÍNDICE DE CONTENIDOS



CAPITULO.1

- 1.1 Antecedentes
- 1.2 Marca: Natural Center
- 1.3 Historia
- 1.4 Necesidades y Oportunidades
- 1.5 Problemática
- 1.6 Soluciones

01

CONTEXTO

PLANTEAMIENTO

02

CAPITULO.2

- 2.1 Propuesta
- 2.2 Razón
- 2.3 Target
- 2.4 Ubicación y Análisis del Sector
 - 2.4.1 Servicios y Entorno
 - 2.4.2 Implantación
 - 2.4.3 Asoleamiento
 - 2.4.4 Estado Actual
- 2.5 Referentes
 - 2.5.1 Referentes # 2
 - 2.5.2 Referentes # 3
- 2.6 Alcance del Proyecto

CAPITULO.3

- 3.1 ADN de la Marca
- 3.2 Metas del Diseño
- 3.3 Concepto de Diseño La esencia Natural de la Tuna
- 3.4 Programación
- 3.5 Diagrama de Adyacencias
- 3.6 Zonificación
- 3.7 Diseño Espacial
- 3.8 Moodboard
- 3.9 Paleta de Materiales

03

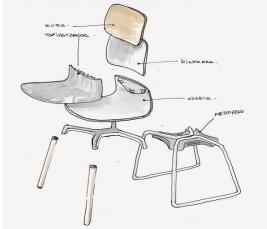
PROYECTO

PLANOS RENDERS

04

CAPITULO.4

- 4.1 Planta de Distribución
- 4.2 Planta Amoblada
- 4.3 Cortes
- 4.4 Elevaciones Internas
- 4.5 Plano de Pisos
- 4.6 Revestimientos Verticales
- 4.7 Plano de Techos
- 4.8 Plano de Iluminación
- 4.9 Styling
- 4.10 Renders



CAPITULO.5

5.1 Especificaciones Técnicas

05

DISEÑO DE MOBILIARIO

ANEXOS

06

CAPITULO.6

- 6.1 Normativa
- 6.2 Conclusiones
- 6.3 Recomendaciones

CAPITULO.7

7.1 Bibliografía

07

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo analizar la viabilidad de implementar un centro estético enfocado en el uso de productos naturales, promoviendo un enfoque sostenible y saludable para el cuidado de la piel. El mercado global de productos naturales y ecológicos ha mostrado un crecimiento notable, particularmente entre las generaciones más jóvenes, quienes priorizan la sostenibilidad y la transparencia en los cosméticos que consumen. En Ecuador, este sector ha registrado un aumento en la demanda, impulsando el desarrollo de productos más responsables con el medio ambiente y alineados con las tendencias globales de salud y bienestar.

A partir de este contexto, la marca "Natural Center" se establece como un referente en cosmética natural, ofreciendo productos 100% naturales, libres de químicos agresivos y con un fuerte compromiso hacia la sostenibilidad. Con sede en Latacunga, una ciudad que ha visto un crecimiento económico significativo, surge la oportunidad de implementar un centro estético que aproveche la demanda emergente de soluciones de cuidado personal naturales y respetuosas con el entorno.

La investigación presenta un análisis detallado del mercado, las tendencias de consumo y las ventajas competitivas de un centro estético que ofrezca productos naturales en un entorno cada vez más consciente de la sostenibilidad. Con la creación de este centro, se busca satisfacer la necesidad de productos y servicios que no solo cuiden la piel, sino también el medio ambiente.

Abstract

The aim of this paper is to analyse the feasibility of implementing an aesthetic centre focused on the use of natural products, promoting a sustainable and healthy approach to skin care. The global market for natural and organic products has shown remarkable growth, especially among younger generations, who prioritise sustainability and transparency in the cosmetics they consume. In Ecuador, this sector has seen an increase in demand, driving the development of products that are more environmentally friendly and in line with global health and wellness trends.

In this context, the Natural Center brand has established itself as a benchmark in natural cosmetics, offering 100% natural products, free from harsh chemicals and with a strong commitment to sustainability. Located in Latacunga, a city that has experienced significant economic growth, there is an opportunity to create an aesthetic centre that takes advantage of the emerging demand for natural and eco-friendly personal care solutions.

The study provides a detailed analysis of the market, consumer trends and competitive advantages of an aesthetic centre offering natural products in an increasingly sustainable environment. The creation of this centre responds to the need for products and services that not only care for the skin, but also for the environment.



CAPÍTULO 1

01

CONTEXTO

1.1. ANTECEDENTES

El mercado global de productos para el cuidado de la piel ha experimentado un rápido aumento en la demanda, con un crecimiento del 19% en la adquisición de productos de belleza en Ecuador en el primer trimestre de 2023 (Vistazo, 2023). Además, la demanda ha llevado a que las innovaciones ecológicas impulsen el desarrollo de líneas de cuidado de la piel más sostenibles y conscientes del medio ambiente (LLuengo, 2024).

En este contexto, se ha determinado, que los consumidores jóvenes, especialmente Millennials y la Generación Z, están mostrando una preferencia creciente por los cosméticos naturales y orgánicos, con aproximadamente el 70% de las personas entre 18 y 29 años inclinándose hacia productos sostenibles y a base de plantas. Este nicho de mercado, impulsado por valores como la sostenibilidad y la transparencia, ha mostrado un rápido crecimiento (Rodríguez, 2021).



Figura 1. Ejemplo de productos naturales

Esto ha impulsado una creciente demanda de productos “naturales” (Gutiérrez et al., (2020). Destacando que el sector de belleza ha representado un mercado anual aproximado de USD 2.300 millones en Ecuador, lo que equivale a cerca del 2% del PIB (Ra, 2021). Esta realidad, ha llevado a que se promuevan el desarrollo de centros estéticos que ofrecen servicios cosméticos, a partir del uso de productos naturales.

1.2. MARCA: Natural Center

En este contexto, surge Natural Center, una marca innovadora y comprometida con la creación de productos estéticos 100% naturales. Fundada en 2009, Natural Center se ha establecido como un referente en el mercado de la cosmética natural, destacándose por su enfoque en la sostenibilidad y la salud integral de sus consumidores. La filosofía de Natural Center se basa en formular sus productos con ingredientes de origen natural, libres de químicos como parabenos y sulfatos, para evitar irritaciones o efectos adversos. La marca se compromete con la sostenibilidad mediante el uso de envases reciclables y el apoyo a prácticas agrícolas responsables. Además, garantiza la eficacia de sus productos a través de rigurosas pruebas que aseguran resultados visibles y de alta calidad.

1.3. HISTORIA

Ciudad Latacunga, Provincia de Cotopaxi, Ecuador

Latacunga, capital de la provincia de Cotopaxi, es una ciudad con un rico patrimonio cultural y natural, ubicada cerca del volcán Cotopaxi. Ha crecido económicamente, convirtiéndose en un centro de comercio y turismo. Según el Censo 2022, Latacunga tiene 217,761 habitantes, con una mayoría femenina (Balseca, 2023). La ciudad presenta una comunidad diversa donde las tradiciones andinas coexisten con un interés creciente en estilos de vida modernos, lo que genera demanda por productos naturales y sostenibles en el cuidado personal (García et al., 2023).



Figura 2. Natural Center (Quito)



Figura 3. Ciudad Latacunga

1.4. **NECESIDAD Y OPORTUNIDAD DE IMPLEMENTAR UN CENTRO ESTÉTICO BASADO EN PRODUCTOS NATURALES**

En Latacunga, la economía está en crecimiento, impulsada por sectores como la agroexportación, la industria y el turismo, lo que ha generado una alta oferta de mano de obra y una demanda emergente de servicios que aún no está completamente satisfecha, especialmente en el turismo. Además, el sector de peluquerías ha experimentado un aumento de la competencia, pero con una caída en ventas, lo que indica una oportunidad para diferenciarse. Ante este contexto, existe una clara necesidad y oportunidad de implementar un centro estético basado en productos naturales, que responda al creciente interés de la población por soluciones de cuidado personal sostenibles y en armonía con las tendencias de salud y bienestar.

P. 12

1.5. **PROBLEMÁTICA**

En la actualidad, el mercado global de productos para el cuidado personal ha experimentado un cambio significativo hacia el uso de ingredientes naturales y ecológicos. Sin embargo, en ciudades como Latacunga, a pesar del crecimiento económico y el interés creciente en estilos de vida saludables, la oferta de productos y servicios estéticos que se alineen con estas tendencias sigue siendo limitada. Los consumidores, especialmente Millennials y la Generación Z, están cada vez más preocupados por los impactos ambientales y en la salud de los productos convencionales, que contienen químicos como parabenos, sulfatos y microplásticos. La falta de opciones locales que ofrezcan alternativas naturales y sostenibles genera una necesidad insatisfecha en el mercado de la ciudad, lo que podría derivar en que los consumidores busquen soluciones fuera de la región o recurran a productos menos ecológicos. Además, Latacunga, con su patrimonio cultural y natural, y una población que valora cada vez más el bienestar integral, requiere un enfoque en productos y tratamientos estéticos que respeten tanto la salud personal como el medio ambiente.

1.6. SOLUCIONES

Para abordar la problemática establecida previamente, se ha considerado pertinente la implementación de un centro estético basado en productos naturales en Latacunga, el cual proporcionaría tratamientos faciales, corporales y de relajación, utilizando exclusivamente productos naturales y sostenibles, alineados con la demanda global y local de alternativas más saludables y ecológicas.

Además, al aprovechar recursos naturales abundantes en la región, como la tuna, reconocida por sus propiedades antioxidantes y cicatrizantes, se podrían desarrollar tratamientos únicos que destaquen por su efectividad y compromiso con el medio ambiente. El centro no solo cubriría una necesidad del mercado, sino que también educaría a los consumidores sobre los beneficios de elegir productos que promuevan el bienestar integral y respeten el entorno. De esta manera, se contribuiría al desarrollo económico local y se fomentaría una mayor conciencia sobre el cuidado personal responsable y sostenible.

CAPÍTULO 2

02

PLANTEAMIENTO



2.1. PROPUESTA

La propuesta del proyecto se enfoca en ofrecer servicios estéticos de alta calidad utilizando exclusivamente productos naturales de la marca "Natural Center", alineados con principios de sostenibilidad y bienestar integral. Los productos, formulados con ingredientes naturales y ecológicos, promueven prácticas agrícolas sostenibles y son libres de químicos dañinos. El centro no solo mejorará la apariencia física de los clientes, sino que también priorizará su salud, brindando una experiencia integral. Además, se diferenciará en el mercado local como el único en Latacunga en ofrecer productos naturales de alta calidad, apoyando la economía local y creando empleos.

2.2. Razón

La implementación del centro estético en Latacunga responde a la creciente demanda local y global por productos naturales y sostenibles en el cuidado personal. Este proyecto busca cubrir la falta de oferta en el mercado local, ofreciendo tratamientos seguros y eficaces que promuevan la salud y el bienestar, al tiempo que contribuyen a la protección del medio ambiente. Asimismo, el proyecto tiene como objetivo apoyar la economía local, colaborando con productores locales y creando nuevas oportunidades de empleo en la región.

2.3. Target

El centro estético se dirigirá principalmente a mujeres y hombres de entre 18 y 60 años, residentes de Latacunga y sus alrededores, que valoran la salud, la sostenibilidad y el cuidado personal natural. Este grupo demográfico incluye profesionales, empresarios y amas de casa que buscan tratamientos de alta calidad en un ambiente relajante y natural. La estrategia para alcanzar a este público incluirá marketing digital, eventos educativos y alianzas con negocios locales que comparten valores similares.

2.4. UBICACIÓN Y ANÁLISIS DEL SECTOR

2.4.1. Servicios y Entorno

El centro estético se dirigirá principalmente a mujeres y hombres de entre 18 y 60 años, residentes de Latacunga y sus alrededores, que valoran la salud, la sostenibilidad y el cuidado personal natural. Este grupo demográfico incluye profesionales, empresarios y amas de casa que buscan tratamientos de alta calidad en un ambiente relajante y natural. La estrategia para alcanzar a este público incluirá marketing digital, eventos educativos y alianzas con negocios locales que comparten valores similares.

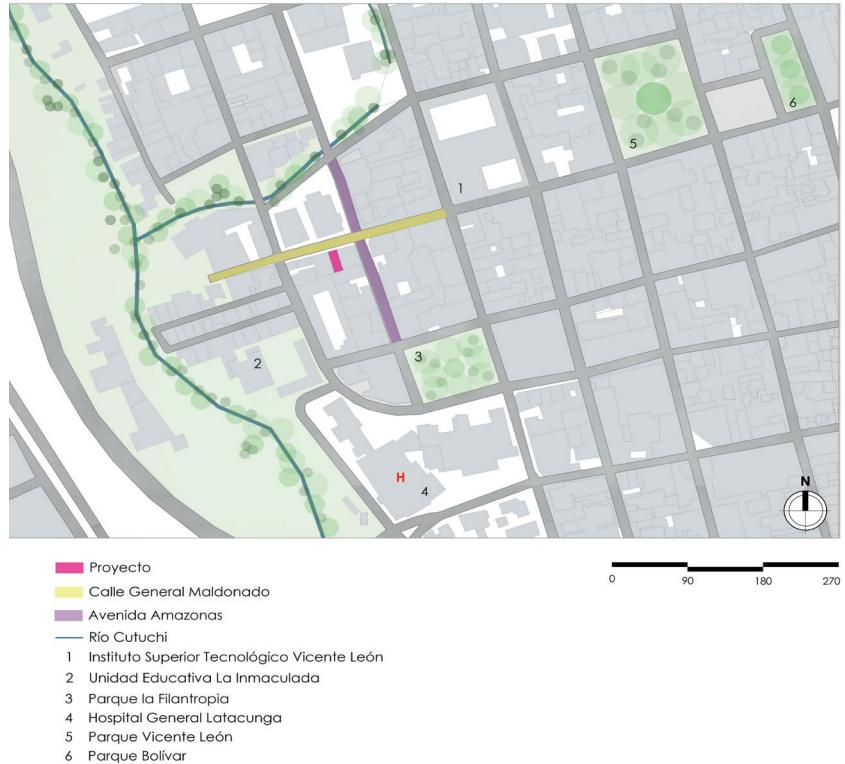


Figura 4. Ubicación y análisis de láminas final

2.4.2. Implantación

Se encuentra implantado en una zona histórica, el acceso principal del proyecto da hacia la calle General Maldonado y Av. Amazonas; directamente enfrente de su fachada se encuentra el consejo de la Judicatura", a una cuadra hacia el este de la calle se ubica la fiscalía provincial de Cotopaxi, mismas que representan una de las principales instituciones de administración de justicia de la provincia de Cotopaxi y del país.

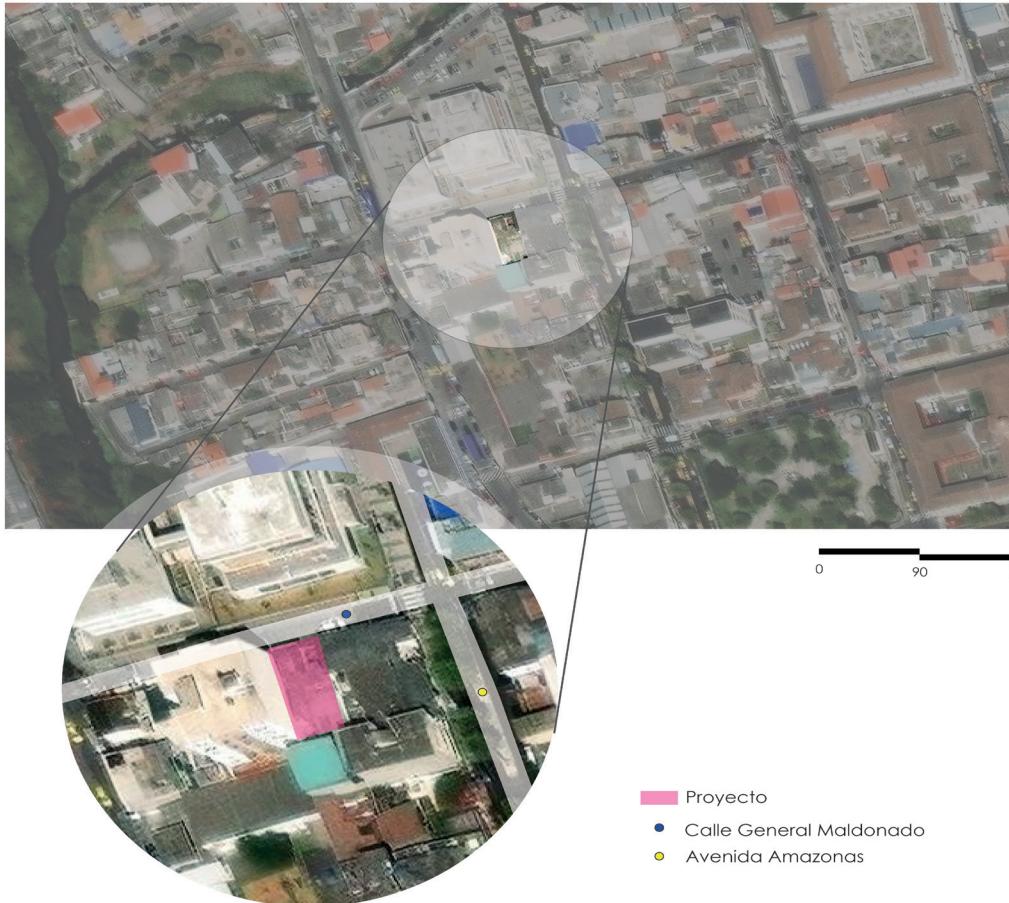


Figura 5. Implantación laminas final

2.4.3. Asoleamiento

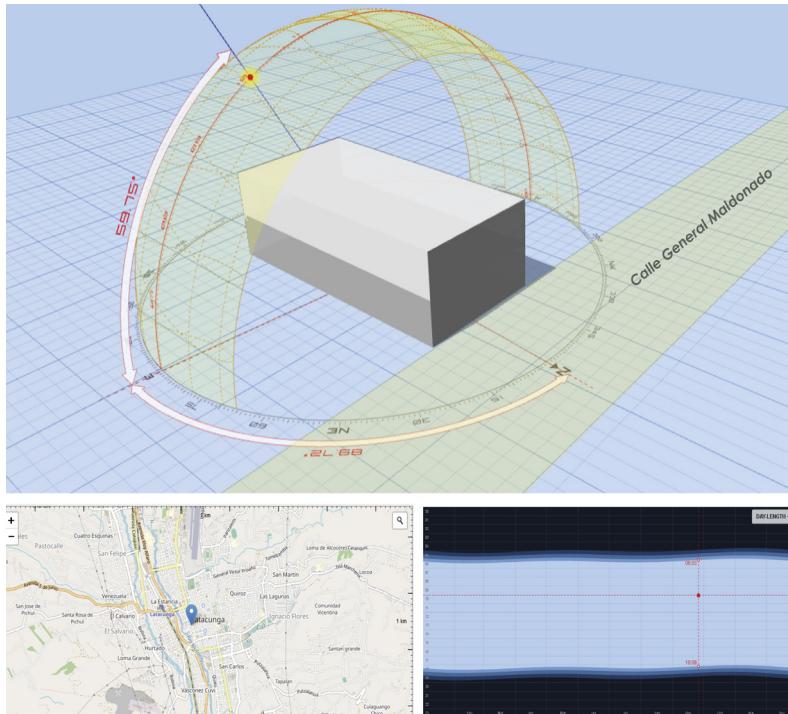


Figura 6. Asoleamiento

En la ciudad de Latacunga, ubicada en la región interandina de Ecuador, el asoleamiento se caracteriza por condiciones particulares debido a su localización sobre la línea ecuatorial. En esta zona, el sol sale generalmente por el este y se pone por el oeste, describiendo una trayectoria relativamente alta en el cielo a lo largo del día. Durante el equinoccio, el sol se desplaza casi de manera perpendicular al horizonte, lo que genera una incidencia directa de los rayos solares. Esto es crucial en la planificación arquitectónica, ya que permite aprovechar al máximo la luz natural durante las mañanas y las tardes, y controlar la exposición solar para mantener el confort térmico en los espacios interiores. La orientación de las fachadas principales hacia el norte o el sur puede ayudar a equilibrar la ganancia de calor y la iluminación natural, mientras que el uso de elementos de sombra y materiales adecuados es fundamental para minimizar el impacto del sol durante las horas de mayor incidencia.

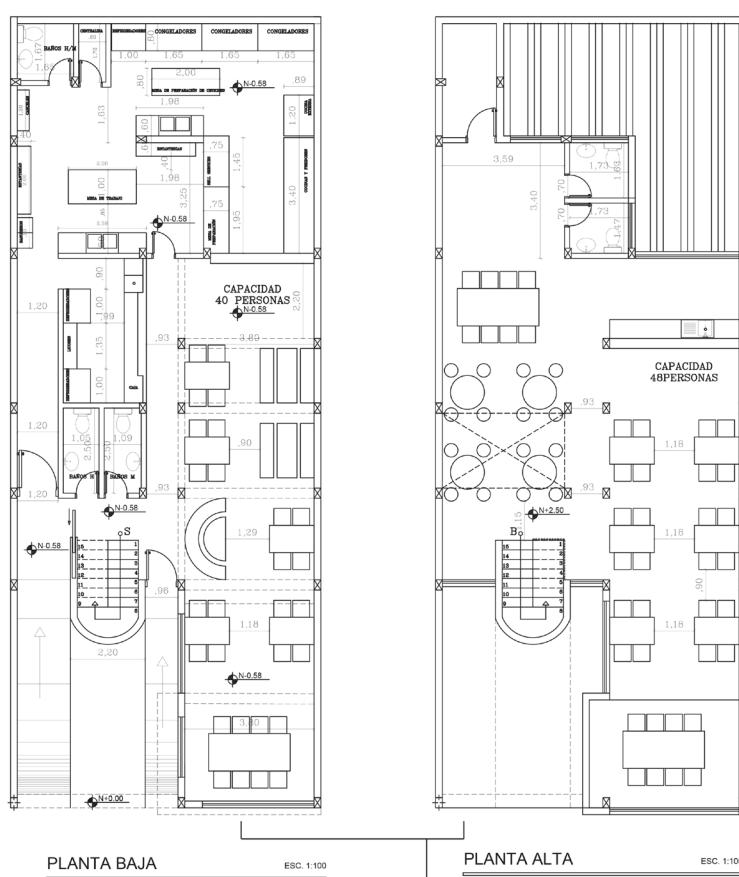
2.4.4. ESTADO ACTUAL

El local comercial en el cual se desarrolla el proyecto, actualmente funciona como un restaurant y se encuentra en una ubicación estratégica, con una zona de ingreso bien definida, lo que facilita la entrada de clientes y proporciona un acceso cómodo. Además, se observa un flujo vehicular constante en las inmediaciones, lo que puede favorecer la visibilidad del negocio.

En relación al espacio interior, este es amplio y se encuentra bien iluminado, lo que permite acomodar diversas áreas para la implementación del centro estético. En cuanto a las instalaciones sanitarias, se dispone de dos baños separados, cada uno identificado de manera clara, los cuales se encuentran en buenas condiciones, con un diseño moderno y acabados que reflejan limpieza y cuidado, lo que refuerza el concepto de un entorno limpio y saludable, alineado con el enfoque sostenible y natural del centro estético.



Figura 7. Estado Actual



P. 21



Figura 8. Planta Estado Actual

2.5. REFERENTES

Dellicare, fundada por Silvia Martínez, se enfoca en ofrecer productos cosméticos naturales con un fuerte compromiso hacia la sostenibilidad. Desde sus inicios, ha utilizado ingredientes certificados y envases reciclables, promoviendo prácticas ecológicas. La marca ofrece una amplia gama de productos para el cuidado de la piel, como cremas y serums, combinando ingredientes orgánicos con innovación para asegurar su eficacia y adaptabilidad a las necesidades modernas.



Figura 9. Cosmética Natural Dellicare

2.5.1. REFERENTES

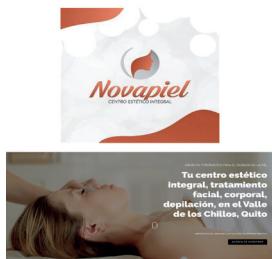


Figura 10. Cosmética Natural Dellicare

Novapiel, un centro de estética en Quito, fue fundado en 2002 y lleva más de 20 años ofreciendo tratamientos avanzados para el cuidado de la piel. La empresa se ha destacado por su compromiso con la calidad y la innovación, ofreciendo tratamientos faciales y corporales, rejuvenecimiento de la piel, y procedimientos no invasivos como radiofrecuencia y mesoterapia. Además, proporciona consultas personalizadas y un enfoque en la actualización continua de técnicas y equipos. Novapiel se distingue por el profesionalismo de su equipo y su atención excepcional al cliente.

2.5.2. REFERENTES

Natural Beauty, fundada en 2016 en Cumbayá, Quito, es una empresa de cosmética natural y sostenible comprometida con el uso de ingredientes locales y orgánicos. Inspirada por el entorno natural de Ecuador, la empresa busca fusionar el cuidado personal con la preservación del medio ambiente. Desde sus inicios, se ha enfocado en la transparencia, sostenibilidad y reducción de su huella ambiental, factores clave para su éxito.



Figura 11. Natural Beauty

2.6. ALCANCE DEL PROYECTO

En este proyecto, se realizará una redistribución de los espacios internos para obtener el resultado deseado, ya que algunos están mal distribuidos. Se tomará un área específica de la construcción que cubre aproximadamente 250m², ya que su área actual es de 320m². Se modificará la distribución interna, enfocándose en un diseño que responda de manera eficaz a las expectativas del público objetivo, asegurando que el negocio esté alineado con las necesidades actuales del sector. Por lo tanto, se ha decidido implementar un nuevo programa arquitectónico.



CAPÍTULO 3

METAS DE DISEÑO

03

PROYECTO

3.1. ADN DE LA MARCA

Vitalidad, Autenticidad, Frescura

NaturalTuna representa la armonía entre la naturaleza y el bienestar, destacando la tuna, una fruta originaria de Latacunga, como símbolo de vitalidad, autenticidad y frescura. La marca fusiona lo autóctono con lo natural, ofreciendo productos y servicios de cuidado personal que nutren la piel de manera sostenible y saludable. NaturalTuna no solo es una referencia a un ingrediente clave en sus tratamientos, sino también a una filosofía que valora el entorno local, la sostenibilidad y la belleza auténtica.

3.2. METAS DEL DISEÑO

¿QUÉ?

- Se propone la creación de un espacio estético natural, con áreas equipadas y bien distribuidas y además bañadas de iluminación suave y cálida, con una disposición que favorezca la experiencia sensorial, bienestar y vitalidad.

¿QUIÉN?

- Un espacio dirigido para personas de 18 y 60 años que se preocupan por su cuidado personal y soluciones de belleza.

¿CÓMO?

- A través de un diseño moderno con formas orgánicas, tonos pastel, luces led, espejos amplios decorativos, evocando sensaciones, paz, belleza y naturalidad.

Figura 12. Metas de diseño

- ¿Qué?

El proyecto consiste en la creación e implementación de un Centro Estético Basado en Productos Naturales, el diseño del centro incluirá como elemento clave el uso de productos elaborados a partir de ingredientes naturales, entre ellos la tuna, fruta originaria de Latacunga, que se incorporará tanto en los productos como en el concepto estético del espacio. Además, se buscará desarrollar una estética natural, fresca y auténtica, que refleje el compromiso con la salud y el medio ambiente, integrando la simbología de la tuna en el diseño del centro.

- ¿Quién?

El proyecto está dirigido principalmente a personas de Latacunga y sus alrededores, en especial a hombres y mujeres de entre 18 y 60 años, que se preocupan por su bienestar personal y buscan soluciones de belleza que no comprometan su salud. El target incluye a profesionales, amas de casa y personas interesadas en el cuidado personal que valoran productos naturales y ecológicos.

- ¿Cómo?

Para lograr este proyecto, se seguirá una estrategia que combine el uso de ingredientes naturales de alta calidad, como la tuna, con prácticas empresariales sostenibles. El diseño del centro se basará en la estética de la naturaleza local, utilizando materiales eco-amigables.

3.3. CONCEPTO DE DISEÑO: LA ESENCIA NATURAL DE LA TUNA

NaturalTuna



VITALIDAD
AUTENTICIDAD
FRESCURA

Figura 13. Concepto de diseño

Tratamiento Natural:

El concepto de diseño para el centro estético NaturalTuna busca trasladar la esencia natural de la tuna al espacio, creando un entorno que refleje tanto la frescura como la vitalidad de la naturaleza local. La paleta de colores incluirá tonos verdes que evocan la sostenibilidad y la conexión con la naturaleza, mientras que los tonos blancos, inspirados en la pulpa invitarán a la relajación y transmitirán una sensación de pureza y calma.

El uso de formas orgánicas será central en el diseño, con muebles y elementos decorativos que imiten las curvas y texturas suaves de la tuna. Además, se incluirán sutiles motivos geométricos inspirados en la piel de la tuna en algunos detalles visuales, como en paredes o textiles, para reforzar la identidad visual de la marca.

El espacio estará bañado en iluminación natural, con una disposición que favorezca la entrada de luz suave y cálida, generando una sensación de bienestar y vitalidad. Asimismo, se incorporarán tecnologías de eficiencia energética, como iluminación LED y sistemas de bajo consumo, que complementarán el enfoque ecológico.

Finalmente, la experiencia sensorial será clave en el diseño del espacio. Aromas frescos y frutales, especialmente de tuna, envolverán el ambiente, mientras que sonidos suaves de la naturaleza, como el agua o el viento, promoverán una sensación de serenidad, brindando a los clientes una experiencia inmersiva y revitalizante en cada visita.

SUBCONCEPTOS:

Frescura, Autenticidad, Vitalidad

- **Frescura:** La frescura es un reflejo directo de la vitalidad de la tuna y la pureza de los ingredientes naturales utilizados en el centro estético. Este subconcepto se manifiesta en la elección de colores, aromas y el ambiente general, creando una experiencia que revitaliza tanto la piel como el espíritu de los clientes.
- **Autenticidad:** La autenticidad destaca la conexión de la marca con su origen local en Latacunga y su ingrediente estrella, la tuna. Este subconcepto se manifiesta en la integración de elementos culturales y naturales en el diseño, proporcionando una experiencia genuina y enriquecedora que celebra la identidad y el patrimonio local.
- **Vitalidad:** La vitalidad refleja el impacto revitalizante de los productos naturales en la piel y el bienestar general. Este subconcepto se expresa a través de un diseño que promueve la energía y el rejuvenecimiento, utilizando colores vibrantes y elementos que transmiten dinamismo y frescura.

3.4

PROGRAMACIÓN:

Este local comercial a intervenir cuenta con área útil de 300 m², el programa arquitectónico se plantea de la siguiente forma:

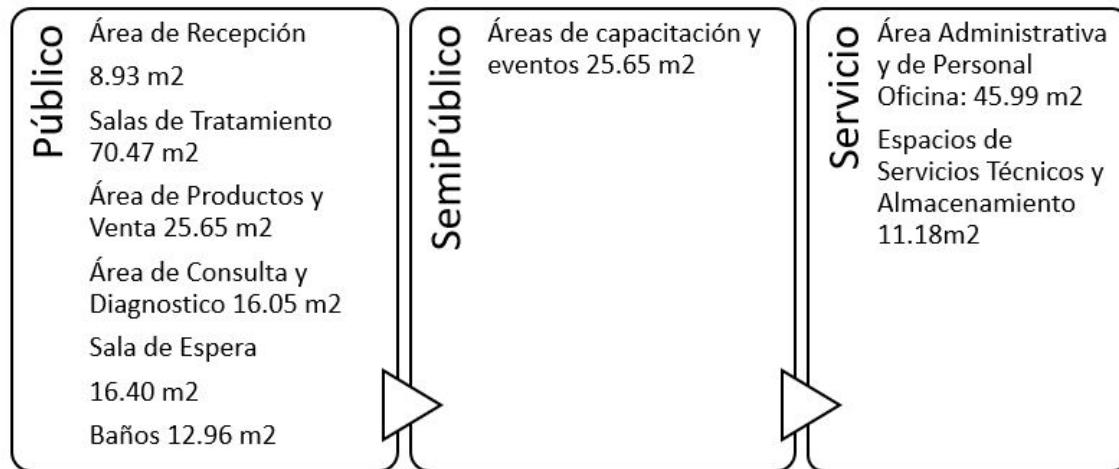


Figura 14. Programación

3.5. DIAGRAMA DE ADYACENCIAS:

El diagrama de adyacencias presentado organiza de manera clara y lógica la distribución de las diferentes áreas dentro de un espacio arquitectónico. En el esquema, las áreas públicas, privadas, semiprivadas, de servicio y verdes están interconectadas mediante un sistema de circulación bien definido, permitiendo un flujo eficiente y funcional. Las áreas de recepción, sala de espera e ingreso están estratégicamente ubicadas cerca de la entrada, facilitando el acceso de los usuarios y optimizando la experiencia desde su llegada.

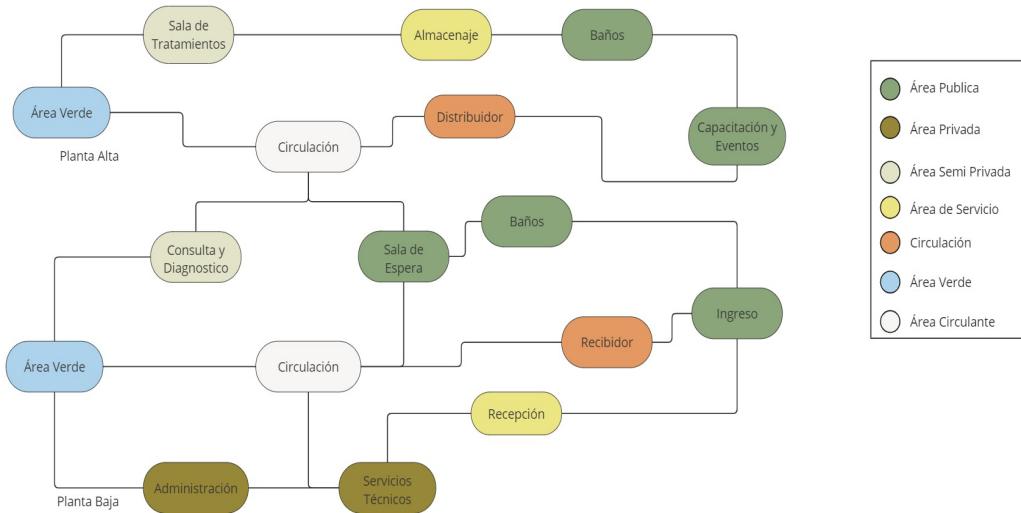
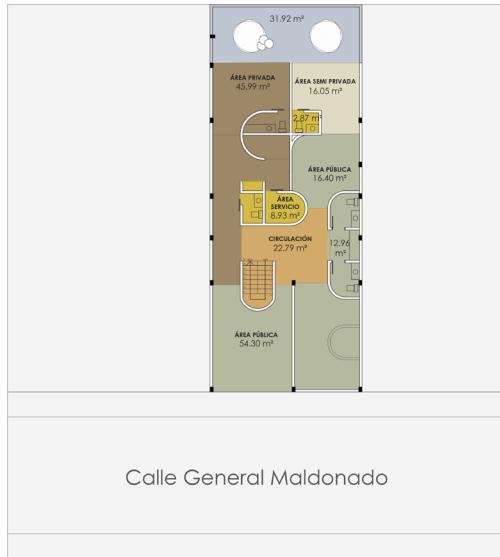


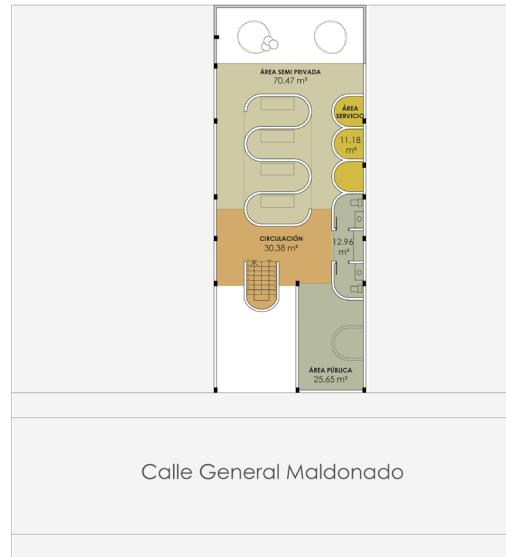
Figura 15. Diagrama de adyacencias

3.6. ZONIFICACIÓN

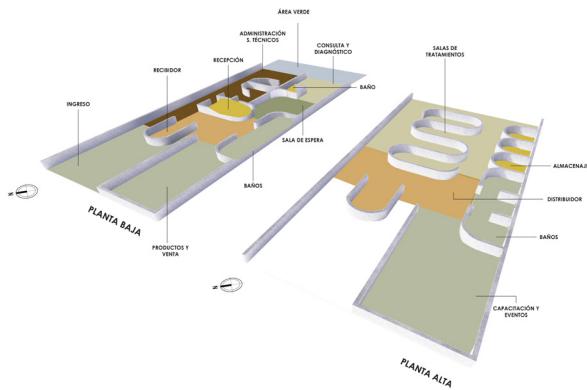
El diagrama de zonificación nos ayuda a comprender la distribución espacial del proyecto. Se define las distintas áreas y funciones dentro del espacio, proporcionando, una guía visual para la organización efectiva del diseño interior



PLANTA BAJA



PLANTA ALTA



- Proyecto
- Calle General Maldonado
- Avenida Amazonas

● Área Pública	122.27 m ²
● Área Privada	45.99 m ²
● Área Semi Privada	86.52 m ²
● Área de Servicio	22.98 m ²
● Circulación	53.17 m ²
● Área Verde	31.92 m ²
● Área Circundante	N/A

Figura 16. Zonificación

3.7. DISEÑO ESPACIAL

El diseño arquitectónico inspirado en la tuna justifica el uso de paredes curvas y la fluidez en los espacios por sus características orgánicas. La forma suave y continua de la tuna simboliza flexibilidad y armonía, reflejada en las paredes curvas y espacios sin esquinas. Las paredes también representan protección y apertura, creando ambientes acogedores y privados. La fluidez en los espacios refleja el crecimiento natural de la planta, conectando las áreas del centro sin interrupciones, mientras que la resistencia y regeneración de la tuna simbolizan el carácter revitalizante del centro estético. Finalmente, el diseño evoca una sensación de naturaleza y bienestar, promoviendo relajación y conexión con el entorno natural.

P. 32

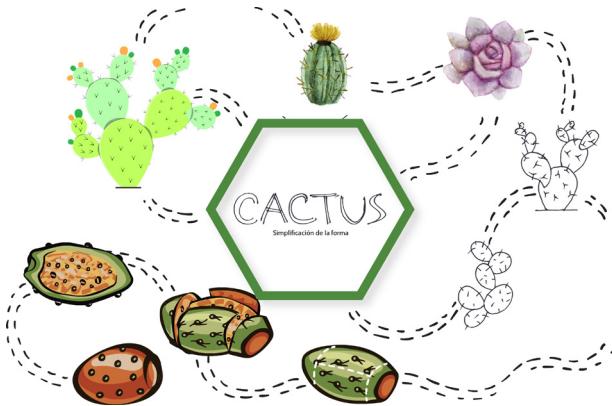


Figura 17. Diseño Gráfico

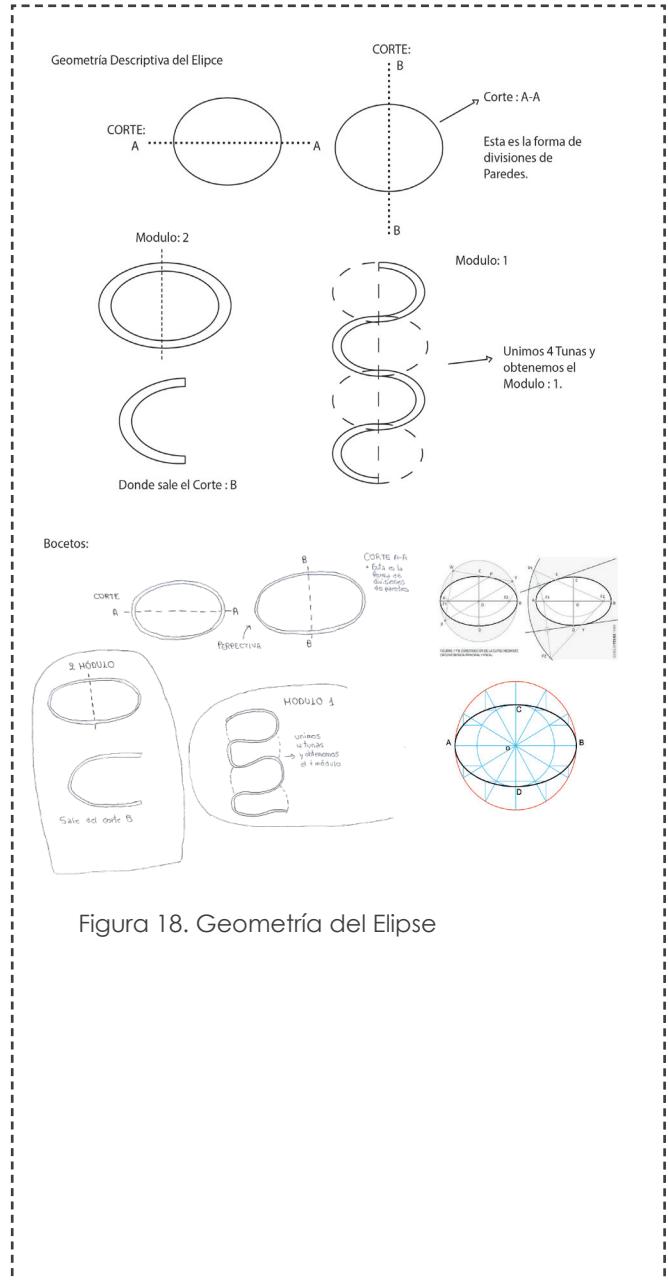
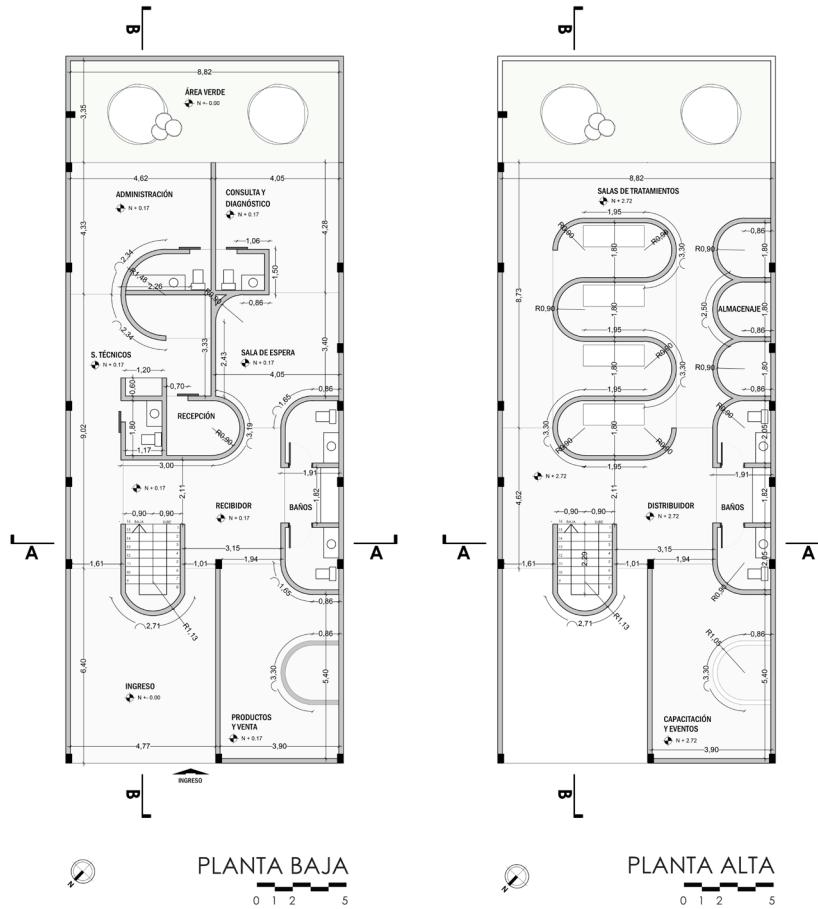


Figura 18. Geometría del Elipse



INGRESO	28.45 m ²
PRODUCTOS Y VENTAS	25.45 m ²
SALA DE ESPERA	16.40 m ²
RECIBIDOR	22.79 m ²
BAÑOS	12.96 m ²
RECEPCIÓN	8.93 m ²
BAÑO - CONSULTA	2.87 m ²
ADMINISTRACIÓN - S. TÉCNICOS	45.99 m ²
CONSULTA Y DIAGNÓSTICO	16.05 m ²

CAPACITACIÓN Y EVENTOS	25.65 m ²
BAÑOS	12.96 m ²
ALMACENAJE	11.18 m ²
DISTRIBUIDOR	30.38 m ²
SALAS DE TRATAMIENTOS	70.47 m ²

Figura 19. Diseño Espacial

3.8 MOODBOARD

El moodboard presentado refleja una combinación armoniosa de elementos naturales y texturas orgánicas, evocando una sensación de calma y conexión con el entorno. Los tonos terrosos, como beige, verdes oliva y grises suaves, junto con las imágenes de plantas, cerámica artesanal, y flores, refuerzan un enfoque de diseño inspirado en la naturaleza y la sostenibilidad. Los elementos visuales de bambú, cactus, agua y paisaje natural sugieren una atmósfera serena y revitalizante, ideal para un espacio de bienestar o estética. La inclusión de imágenes difusas de sombras y patrones abstractos añade una sensación artística y etérea, mientras que los detalles florales y la referencia a montañas y cascadas conectan el diseño con la vida natural, destacando un enfoque holístico en el bienestar físico y emocional.

P. 34

Mood
board
N a t u r a l T u n a



Figura 20. Moodboard

3.9 PALETA DE MATERIALES

En la paleta de materiales, se destacan texturas naturales como la madera en listones, tejidos en fibras vegetales, y superficies rugosas que aportan calidez y un toque artesanal. Los mármoles, cerámicas y piedras presentes en tonos neutros y grises añaden un elemento de lujo y modernidad, mientras que las telas suaves y orgánicas refuerzan la sensación de confort. Los elementos decorativos, como las ramas secas y flores, complementan la estética natural, mientras que el espejo ovalado y el objeto de cerámica azul crean un contraste interesante entre lo funcional y lo artístico.

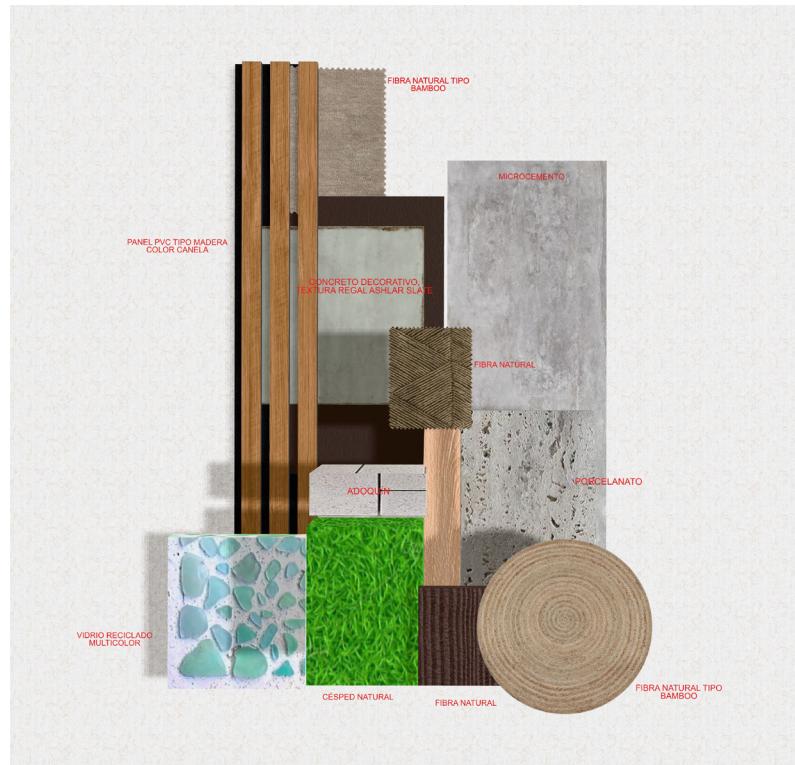


Figura 21. Paleta de Materiales



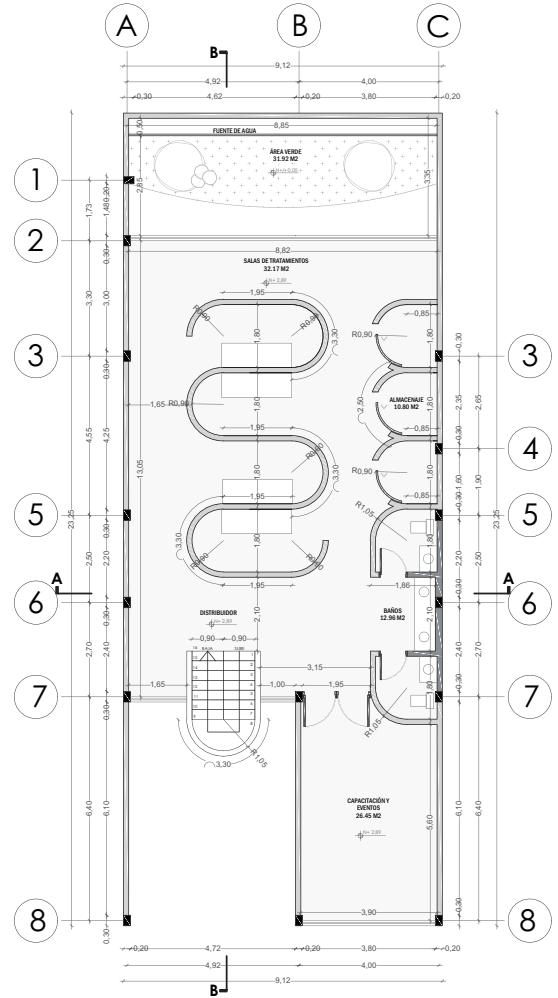
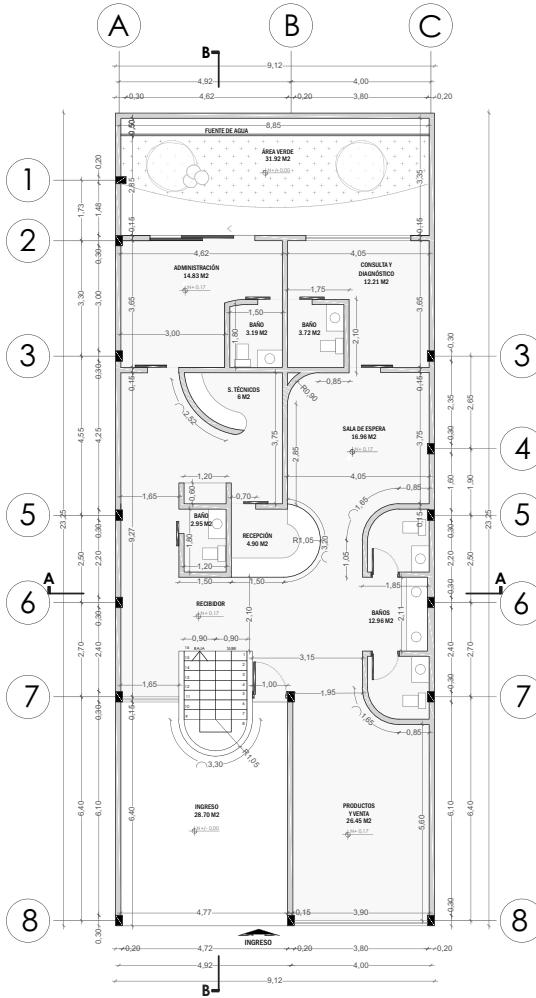
CAPÍTULO 4

04

PLANOS RENDERS

P. 66

PLANTA DE DISTRIBUCIÓN

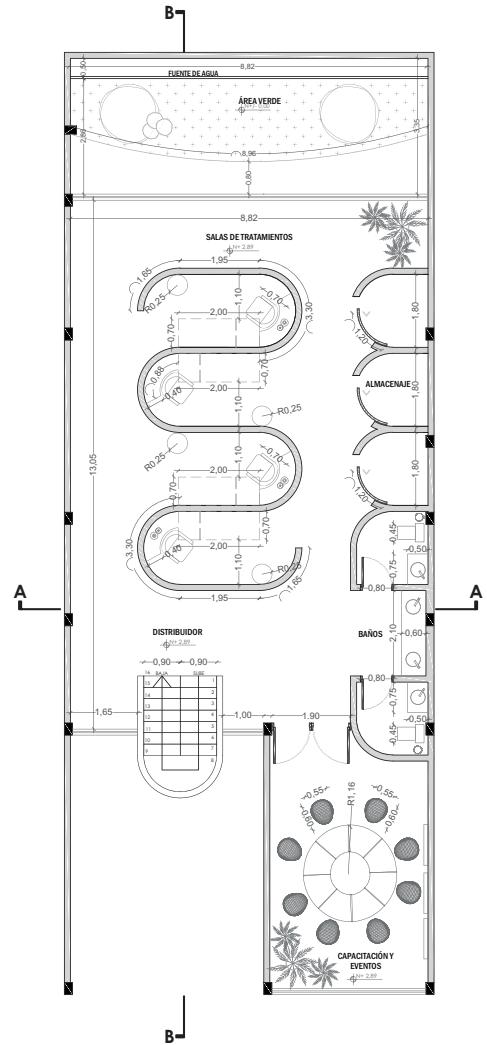
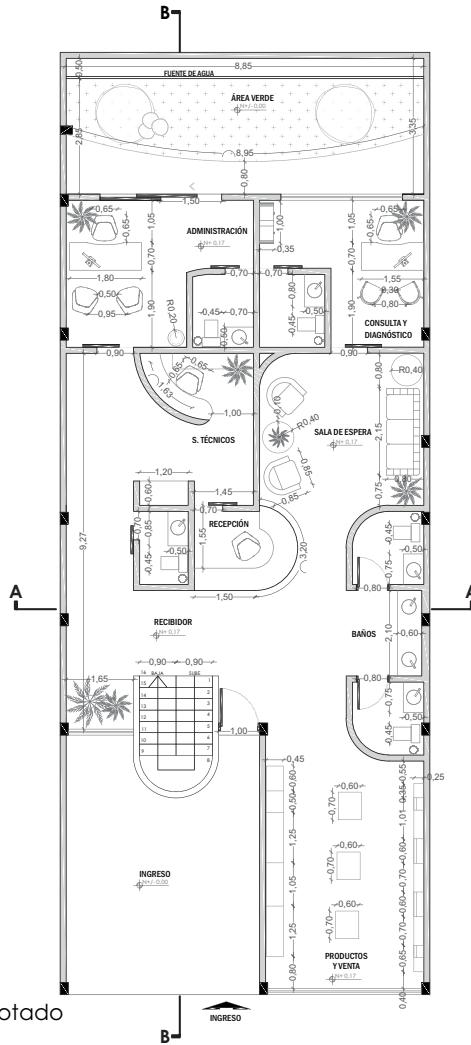


P. 38

Planta de Distribución
Esc 1:100



PLANTA DE AMOBLAMIENTO

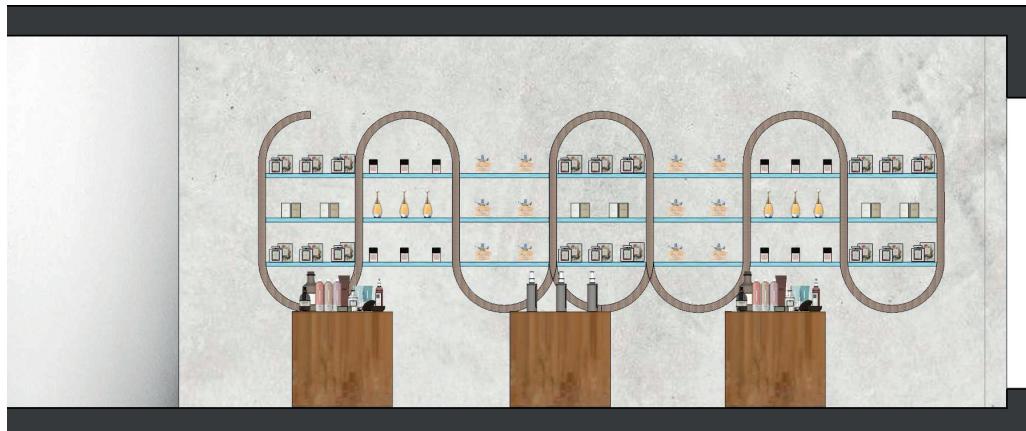


P. 39

ELEVACIONES

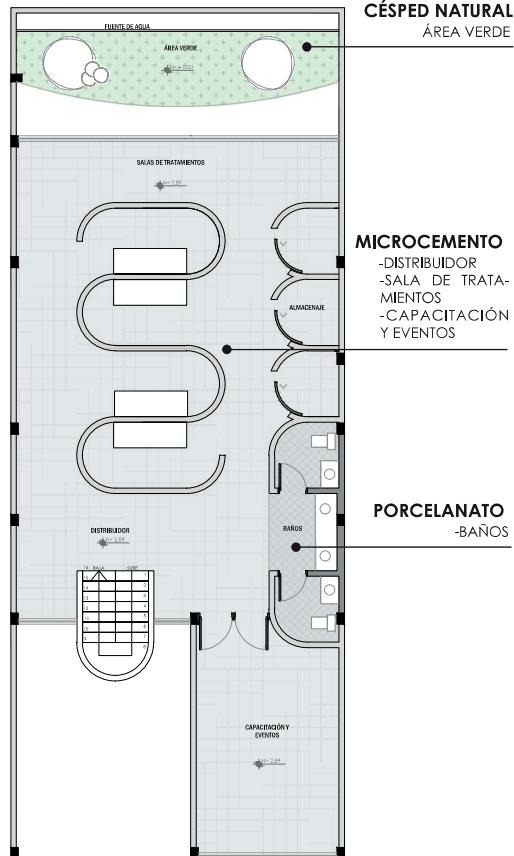


ELEVACIÓN INTERIOR DEL ÁREA DE CAPACITACIÓN Y EVENTOS



ELEVACIÓN INTERIOR DEL ÁREA DE PRODUCTOS Y VENTA

PLANTA DE PISOS



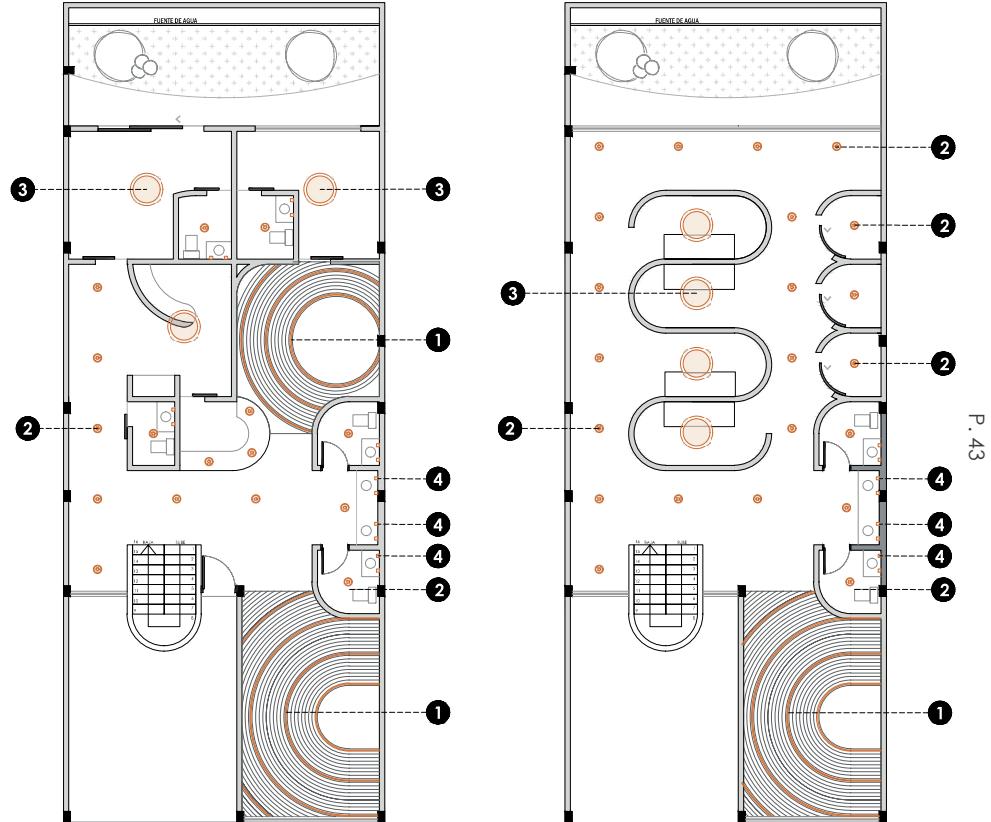
P. 42

Planta de Pisos
Esc 1:100

0m 1m 2m 3m

PLANTA DE LUCES

- 1**  **Luz Led** - Luminaria decorativa suspendida para fuentes de luz LED, perfil de aluminio.
- 2**  **Lámpara de Pasillos y otros Ambientes / espacios compactos** - Empotrable para falso techo con óptica orientable, módulos LED integrados.
- 3**  **Lámpara de Oficina** - Módulo LED suspendido en alambres.
- 4**  **Cinta LED** - Luminaria decorativa LED colocada en los espejos de los baños.



Planta de Luces
Esc 1:100

0m 1m 2m 3m

PLANTA DE REVESTIMIENTO

P. 44

- 1**



FIBRA NATURAL BAMBOO TIPO

5



PANEL PVC TIPO MADERA COLOR CANELA
- 2**



PINTURA SHERWIN WILLIAMS PURE WHITE SW 7005

6



PINTURA SHERWIN WILLIAMS EVERGREEN FOG SW 9130
- 3**



CONCRETO DECORATIVO, TEXTURA REGAL ASHLAR SLATE

7



PINTURA SHERWIN WILLIAMS THRESHOLD TAUPE SW 7501
- 4**

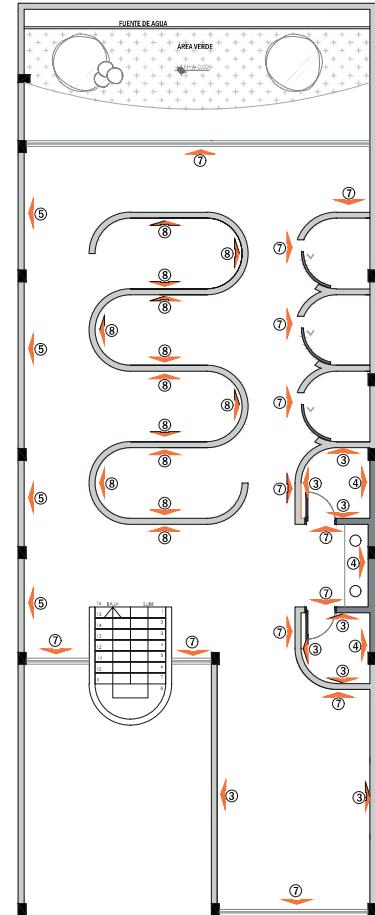
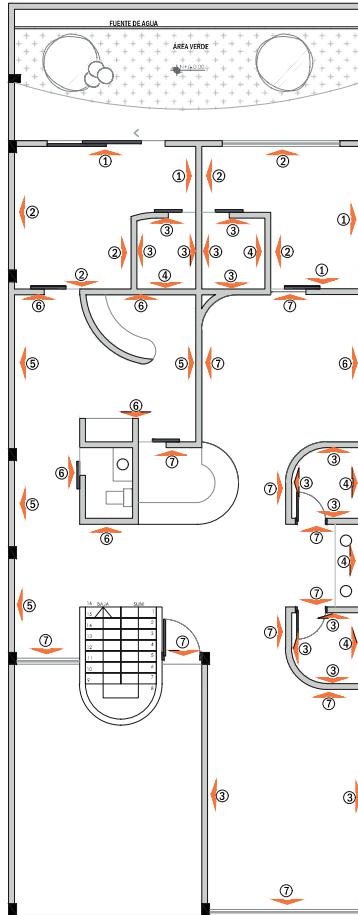


VIDRIO RECICLADO MULTICOLOR

8



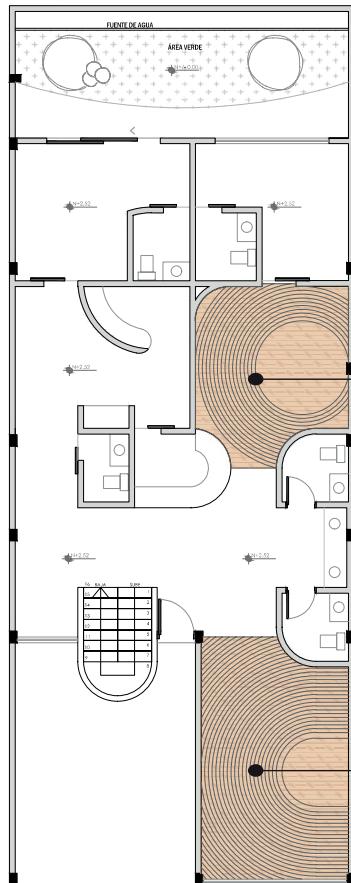
TEXTURA NATURAL DE BAMBOO



Planta de Revestimiento de Paredes
Esc 1:100

0m 1m 2m 3m

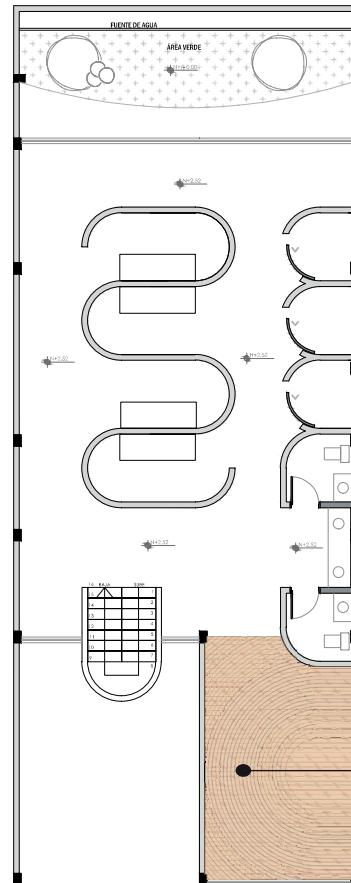
PLANTA DE REVESTIMIENTO DE TECHOS



TECHO PVC TIPO MADERA
-SALA DE ESPERA



TECHO PVC TIPO MADERA
-PRODUCTOS Y VENTAS



TECHO PVC TIPO MADERA
-CAPACITACIÓN Y EVENTOS



P. 45

Planta de Revestimiento de Techos
Esc 1:100



STYLING

Este proyecto se concibe desde una visión integral donde el Styling no solo responde a una estética atractiva, sino que también se vincula con la identidad y esencia del espacio. Se ha trabajado un diseño que dialoga con la naturaleza y la armonía sensorial, evocando una sensación de equilibrio y bienestar. Cada elemento visual ha sido cuidadosamente seleccionado para transmitir la transformación desde el agotamiento hacia la renovación. La paleta de colores combina tonos cálidos y fríos estratégicamente; los resplandores anaranjados evocan calidez y energía vital, mientras que los matices más serenos aportan frescura y calma, generando una experiencia inmersiva que conecta con el usuario. El mobiliario y los objetos de ambientación han sido dispuestos de manera funcional y estética, asegurando que cada espacio tenga un propósito específico dentro de la narrativa del diseño.

Los patrones geométricos se integran en detalles clave, reforzando la sensación de conexión y estructura sin perder la fluidez orgánica del conjunto. Un aspecto esencial del proyecto es la iluminación, la cual ha sido trabajada para resaltar texturas y volúmenes, logrando un juego de sombras y reflejos que enriquece la experiencia espacial. Se ha considerado tanto la iluminación natural como artificial para garantizar diferentes atmósferas según el momento del día y la intención del espacio. Finalmente, los elementos naturales juegan un papel protagónico, no solo desde la materialidad de los objetos sino también en la integración de vegetación que refuerza la sensación de bienestar. Este planteamiento busca que los usuarios no solo habiten el espacio, sino que lo experimenten y se sientan parte de él, en un constante diálogo entre diseño, naturaleza y percepción sensorial.

SALA DE ESPERA

STYLING SALA DE ESPERA



POLTRONA GEM 180 / ADRIANA HOYO



SOFÁ RUMBA 200 / ADRIANA HOYO



ATHENS ROUND BOWL H=0.30CM / MACETARE



MESA AUXILIAR AMAZONIKA 511 / ADRIANA HOYO



ESPEJOS VICELADOS/ TREZE



VARIEDAD DE PLANTAS NATURALES



REVELO 84 H=0.53CM / MACETARE

CONSULTA Y DIAGNÓSTICO

STYLING CONSULTA Y DIAGNÓSTICO



SILLA ARES / TREZE



DESK 5051 / BABINI BY DANNY VENLET



SILLA CON CABALLETE / CASAMANIA & HORN



REVELO 84 H=0.53CM / MACETARE



PLANTAS NATURALES

ADMINISTRACIÓN

STYLING ADMINISTRACIÓN



SILLA ARES / TREZE



DESK 5051 / BABINI BY DANNY VENLET



REVELO 84 H=0.53CM / MACETARE



PLANTAS NATURALES



SARA LAMP / TREZE

RENTERS









SALA DE ESPERA



P. 56







CAPACITACIÓN Y EVENTOS

P. 60





ALMACENAJE



P. 62

CIRCULACIÓN

Renders



P. 63



SALAS DE TRATAMIENTO

Renders



P. 65

P. 66



CAPÍTULO 5

Mobiliario

05

DISEÑO DE MOBILIARIO

CAPÍTULO 6

Anexos

06

ANEXOS

ANEXO 1 REGLAMENTOS PARA CENTROS ESTÉTICOS NATURALES:

1. NORMATIVA SANITARIA

- Cumplimiento de la normativa sanitaria vigente para establecimientos de bienestar y estética.
- Implementación de medidas de higiene y desinfección de áreas y equipos.
- Capacitación del personal en prácticas sanitarias y manipulación segura de productos naturales.
- Control de calidad en insumos utilizados, asegurando que sean naturales y no nocivos para la salud.

2. REGULACIONES AMBIENTALES

- Uso sostenible de recursos naturales en la elaboración de productos.
- Gestión adecuada de residuos, promoviendo el reciclaje y reducción de desechos contaminantes.
- Restricción del uso de productos químicos sintéticos y tóxicos en tratamientos.

3. NORMATIVA DE SEGURIDAD Y BIENESTAR DEL CLIENTE

- Implementación de protocolos de emergencia y seguridad en el establecimiento.
- Regulaciones sobre la infraestructura del centro, garantizando accesibilidad y comodidad para los clientes.
- Evaluaciones periódicas de las instalaciones para cumplir con estándares de seguridad.

4. PERMISOS Y LICENCIAS

- Obtención de permisos municipales y sanitarios requeridos para el funcionamiento del centro.
- Certificación de los productos naturales empleados en tratamientos.
- Registro del personal capacitado y acreditado para la prestación de servicios estéticos.

5. ASPECTOS LEGALES Y ÉTICOS

- Protección de datos personales de los clientes y confidencialidad en los servicios.
- Transparencia en la publicidad y promoción de los tratamientos naturales.
- Cumplimiento de normativas de comercio justo y responsabilidad social en la adquisición de insumos.

Conclusiones

1. Viabilidad del Centro Estético Natural: El proyecto demuestra un enfoque innovador y sostenible al integrar productos naturales y prácticas ecológicas en el cuidado de la piel, lo que responde a la creciente demanda de bienestar y sostenibilidad en el mercado.
2. Enfoque Diferenciado: La propuesta se distingue por su énfasis en ingredientes naturales y técnicas tradicionales de la zona, lo que refuerza la identidad cultural y ofrece una experiencia única para los clientes.
3. Impacto Ambiental y Social: La iniciativa no solo fomenta el uso responsable de los recursos, sino que también promueve la economía local mediante la colaboración con proveedores y artesanos de la región.
4. Potencial de Crecimiento: La tendencia hacia lo natural y orgánico en el sector de la belleza respalda la expansión del proyecto, con oportunidades de diversificación en productos y servicios complementarios.
5. Desafíos Regulatorios: Existen normativas específicas para los centros estéticos y el uso de productos naturales que deben cumplirse para garantizar la legalidad y seguridad de la operación.

Recomendaciones

1. Optimización del Modelo de Negocio: Desarrollar estrategias de fidelización y diferenciación, como membresías, promociones estacionales y alianzas con otros negocios de bienestar.
2. Cumplimiento Normativo: Asegurar que el centro estético cumpla con las regulaciones locales en cuanto a salud, seguridad e higiene, además de obtener certificaciones que respalden la calidad de los productos utilizados.
3. Estrategia de Marketing Digital: Implementar una fuerte presencia en redes sociales y plataformas digitales para atraer a clientes potenciales mediante contenido educativo y promocional sobre los beneficios de los tratamientos naturales.
4. Capacitación del Personal: Garantizar que los empleados reciban formación continua en técnicas de estética natural, protocolos de higiene y atención al cliente, para fortalecer la experiencia de los usuarios.
5. Expansión y Alianzas: Explorar colaboraciones con hoteles, spas y tiendas de productos orgánicos para aumentar la visibilidad y atraer más clientes.

CAPÍTULO 7

07

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

4. BIBLIOGRAFÍAS

Balseca, P. (06 de 10 de 2023). COTOPAXI: La población femenina supera a la masculina en Latacunga, según información del último censo . [https://radio.corape.org.ec/noticia/item/cotopaxi-la-poblacion-femenina-supera-a-la-masculina-en-latacunga-segun-informacion-del-ultimo-censo-](https://radio.corape.org.ec/noticia/item/cotopaxi-la-poblacion-femenina-supera-a-la-masculina-en-latacunga-segun-informacion-del-ultimo-censo)

Dellicare. (s.f.). Tratamientos faciales Bio. Obtenido de <https://dellicare.com/>

El Comercio. (26 de 05 de 2019). Precios en servicios de belleza se reducen por más competencia. <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/precios-servicios-belleza-competencia-mercado.html>

García, M., Toala, E., & Tapia, J. (2023). Cadena de valor: un análisis del desarrollo turístico del cantón Latacunga. Digital Publisher CEIT, 8(3), 940-954. doi.org/10.33386/593dp.2023.3.1796

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Latacunga (GADML). (2016). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Latacunga 2016-2028. https://www.latacunga.gob.ec/images/pdf/PDyOT/PDyOT_Latacunga_2016-2028.pdf

Gutierrez, A., Llanas, A., & Viveros, E. (2020). Avances en el desarrollo de ingredientes naturales bioactivos con uso en cosmetología. Universidad Autónoma de Nuevo León.

LLuengo, C. (01 de 08 de 2024). Industria del cuidado personal apuesta por productos naturales y sostenibles. <https://www.eldinamo.cl/sociedad/2024/05/03/industria-del-cuidado-personal-apuesta-por-productos-naturales-y-sostenibles/>

Natural Beauty. (s.f.). Nuestros Servicios. Obtenido de <https://naturalbeauty.ec/servicios/>

Novapiel. (s.f.). Servicios y productos para el cuidado de la piel. <https://novapiel.ec/>

Ra, Z. (24 de 08 de 2021). El sector de la belleza moviliza cerca de USD 2.300 millones. <https://lodijeron.wordpress.com/2021/08/24/el-sector-de-la-belleza-moviliza-cerca-de-usd-2-300-millones/>

Rodriguez, M. (2021). La importancia del mercado de la cosmética natural en los Estados Unidos. Dirección de Oficinas Comerciales en el Exterior. <https://boletines.exportemos.pe/recursos/notas/la-importancia-del-mercado-de-la-cosmetica-natural-en-los-estados-unidos>

Vistazo. (2023). El cuidado de la piel se prioriza cada vez más entre los consumidores. <https://www.vistazo.com/enfoque/cuidado-piel-se-prioriza-cada-entre-los-consumidores-BK5682715>