



MAESTRÍA DE DISEÑO INTERIOR

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

AUTOR:
Arq. Carlos Hazur Jimenez

TUTOR:
(Nombres y Apellidos)

PROYECTO: AGENCIA BICENTENARIO

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo, **Carlos Hazur Jimenez Carrillo** 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,

Carlos Hazur Jimenez Carrillo
Autor

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

XXXXXXXXXX
Director de Tesis

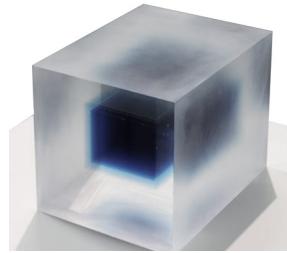
Agradezco a todas las personas que, de una u otra forma, me han apoyado durante esta etapa. Su contribución ha sido esencial para la culminación de este proyecto, donde he sido capaz de crecer de forma profesional y personal.



01.LUGAR

[12-19]

- 1.1 Antecedentes generales
- 1.2 Análisis de marca
- 1.3 Problemática
- 1.4 Soluciones



02.VALOR

[22-31]

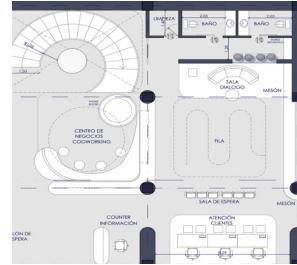
- 2.1 Propuesta de valor
- 2.2 Target
- 2.3 Razón
- 2.4 Ubicación
- 2.5 Análisis físico
- 2.6 Análisis de referentes



03.METAS

[34-47]

- 3.1 Metas de diseño
- 3.2 Concepto
- 3.3 Programación
- 3.4 Diagrama de adyacencias
- 3.5 Moodboard
- 3.6 Material board



04. PLANOS

[50-71]

- 4.1 Plano distribución
- 4.2 Plano mobiliario
- 4.3 Plano de Techos
- 4.4 Plano de Iluminación
- 4.5 Plano de Pisos
- 4.6 Cortes y materialidad
- 4.7 Revestimientos
- 4.8 Distribución Volumétrica
- 4.9 Renders



05. MUEBLES

[73-77]

- 5.1 Detalle mobiliario "Phone Booth"
- 5.2 Detalle mobiliario sofá coworking



06. STYLING

[79-81]

- 6.1 Piezas interiores

Resumen

El proyecto se enfoca en la renovación de la “Agencia Bicentenario” de la cooperativa Alianza del Valle, ubicada en Quito. La propuesta busca transformar este espacio, que ha crecido sin una intervención adecuada en su diseño interior, en un entorno corporativo funcional y atractivo, alineado con los valores de la cooperativa.

La tesis argumenta que el diseño interior no solo es una cuestión estética, sino una herramienta estratégica clave para el éxito de las organizaciones. Un diseño adecuado puede mejorar la satisfacción y productividad de los empleados, optimizar los procesos internos y fortalecer la identidad de marca. En un mercado competitivo, el diseño de los espacios de trabajo se ha vuelto un componente esencial para atraer y retener talento, así como para proyectar una imagen de confianza y profesionalismo hacia los clientes. Además, el diseño debe permitir flexibilidad para adaptarse a la dinámica operativa de la cooperativa, garantizando que el espacio pueda evolucionar según las necesidades futuras. En cuanto a la experiencia del cliente, el objetivo es crear un entorno acogedor y funcional que no solo satisfaga las necesidades operativas, sino que también ofrezca una experiencia memorable y placentera, reforzando la lealtad de los socios.

El diseño también juega un papel importante en fortalecer la identidad de marca. En el caso de la cooperativa Alianza del Valle, cuya misión se basa en la confianza y el bienestar de sus socios, el diseño interior debe reflejar estos valores. La estética y funcionalidad del espacio deben proyectar una imagen de estabilidad, profesionalismo y transparencia hacia los clientes. La coherencia visual con la identidad de la marca refuerza la percepción positiva del cliente y ayuda a generar una relación de confianza duradera.

Abstract

The project focuses on the renovation of the “Agencia Bicentenario” of the Alianza del Valle cooperative, located in Quito. The proposal seeks to transform this space, which has grown without adequate intervention in its interior design, into a functional and attractive corporate environment aligned with the cooperative's values.

The thesis argues that interior design is not just an aesthetic matter, but a strategic tool crucial to an organization's success. Proper design can improve employee satisfaction and productivity, optimize internal processes, and strengthen brand identity. In a competitive market, workspace design has become an essential component for attracting and retaining talent, as well as projecting an image of trust and professionalism to clients. Additionally, the design must allow flexibility to adapt to the cooperative's operational dynamics, ensuring the space can evolve according to future needs. Regarding the client experience, the goal is to create a welcoming and functional environment that not only meets operational needs but also offers a memorable and pleasant experience, reinforcing members' loyalty.

Design also plays an important role in strengthening brand identity. In the case of Alianza del Valle, whose mission is based on trust and the well-being of its members, the interior design should reflect these values. The aesthetics and functionality of the space must project an image of stability, professionalism, and transparency to clients. Visual coherence with the brand identity reinforces the client's positive perception and helps build a lasting relationship of trust.

cap 01



Ilustración 1: Fachada Agencia Inca Fotografía de fuente propia

1.1. Antecedentes

La cooperativa Alianza del valle empieza en el año 1970, cuando moradores del barrio Chaupitena ubicado en el Valle de los Chillos, donde identificaron la necesidad de crear una Institución que apoye a la comunidad en sus proyectos y tenga una visión solidaria. Posee 13 agencias donde dan servicios financieros y asesoramiento en inversiones.

La mayoría de sus agencias han sido renovadas periódicamente ya que le empresa ha ido creciendo a lo largo del tiempo y la aceptación de las personas ha sido evidente, sin embargo, la "Agencia Bicentenario" aun no posee ninguna intervención para mejorar el aspecto interior.

La tesis analiza cómo el diseño interior corporativo puede ser un activo estratégico para las empresas, mejorando la satisfacción y el compromiso de los empleados, optimizando procesos internos y fortaleciendo la imagen de la marca.

Destaca el impacto positivo de un entorno de trabajo bien diseñado en el rendimiento empresarial y propone un marco para implementar estrategias de diseño que impulsen el éxito organizacional.

1.2. Análisis de Marca “Cooperativa Alianza del Valle”

El manual de marca transmite seguridad y confianza a los clientes mediante un diseño que refleja estabilidad y transparencia. Cada elemento visual está orientado a generar tranquilidad, reforzando el compromiso de la cooperativa con el bienestar de sus socios.

A la vez, fomenta un fuerte sentido de pertenencia, alentando a los socios a sentirse dueños activos de la cooperativa. Los mensajes y campañas promueven la participación y empoderan a cada miembro como parte esencial del crecimiento y éxito colectivo.



El logotipo está conformado por una pirámide que apunta hacia arriba, simboliza éxito y energía positiva, al ser de color Beige, da seguridad y estiliza al logotipo, representa una Institución en crecimiento, con metas y que apunta hacia el éxito. Al ser una figura en tres dimensiones representa la Solidez, Seguridad y estabilidad que tiene la Institución y quiere proyectar a toda la sociedad.



En la figura se forma la A y La V, símbolos del nombre de la Cooperativa.

El medio círculo representa a la moneda, fuente de riqueza y prosperidad.

Entre los colores utilizados se encuentra el Azul, representa el trabajo, estabilidad, solidez, confiabilidad.

Ilustración 2: Manual de marca Fuente Alianza del Valle

Principales COLORES

Son 3 en tonalidades frías y neutras, el color principal es el **Pantone P 107-16C**, transmite seguridad, protección e innovación.

Se recomienda el uso del color gris en los fondos, pues al ser un color neutral es asociado con la equidad, confianza y estabilidad.

PANTONE P 107-16 C
HEX #09487a

PANTONE P 179-1 C
HEX #ebeb

C: 100% Y: 25%
M: 76% K: 8%

C: 7% Y: 5%
M: 5% K: 0%

R: 0 H: 203°
G: 76 S: 100%
B: 129 B: 50%

R: 235 H: 203°
G: 235 S: 0%
B: 235 B: 92%

Ilustración 3: Manual de marca Fuente Alianza del Valle

Sus colores corporativos tienen una importancia en la aceptación y la imagen que se desea representar, el color azul es referencia de la confianza que aporta la cooperativa a sus socios, así como la innovación constante que aporta.

1.3. Problemática principal

Una empresa sin un diseño corporativo adecuado enfrenta varias problemáticas que pueden afectar tanto su operación interna como su percepción externa. Entre las principales dificultades se encuentran:

1. **Imagen y Percepción Negativa:** La falta de un diseño corporativo coherente y profesional puede transmitir una imagen de desorganización y falta de seriedad. Esto puede desalentar a clientes potenciales, socios y proveedores, que podrían cuestionar la credibilidad y competencia de la empresa.

2. **Disminución de la Moral y Productividad del Empleado:** Un entorno de trabajo sin un diseño corporativo adecuado puede resultar en espacios desordenados e incómodos, lo que afecta negativamente el bienestar y la satisfacción de los empleados. Esto, a su vez, puede llevar a una menor motivación, mayor rotación de personal y disminución en la productividad.

3. **Ineficiencia Operativa:** La ausencia de un diseño interior estratégico puede resultar en una distribución ineficiente del espacio, falta de zonas de colaboración adecuadas y deficiencias en la ergonomía del lugar de trabajo. Esto puede afectar los flujos de trabajo y la comunicación entre equipos, disminuyendo la eficiencia operativa general.

4. **Dificultades en la Atracción y Retención de Talento:** Las empresas sin un diseño corporativo atractivo pueden tener problemas para atraer y retener talento, especialmente en mercados laborales competitivos donde los candidatos valoran ambientes de trabajo inspiradores y bien diseñados.

5. **Impacto Negativo en la Marca:** Un diseño corporativo inconsistente o deficiente puede diluir la identidad de la marca y dificultar la comunicación de los valores y la visión de la empresa. Esto puede debilitar la marca y reducir su capacidad para destacarse en un mercado saturado.

Las problemáticas resaltan la importancia de un diseño corporativo adecuado para el éxito. La Agencia Bicentenario de la cooperativa Alianza del Valle ha crecido al rentar locales aledaños, afectando su morfología general. Actualmente, carece de un diseño interior coherente y su funcionalidad es insuficiente, lo que genera incomodidad en sus ocupantes y afecta la confiabilidad y desempeño de la cooperativa. Además, posee áreas sin carácter ni funcionalidad, debilitando la imagen de la marca. Lo que genera un mal estar en sus ocupantes y a nivel de marca se ve afectada la confiabilidad y desempeño de la cooperativa, posee áreas sin carácter y sin funcionalidad.



Ilustración 4: Interior Agencia Bicentenario Fotografía de fuente



Ilustración 5: Interior Agencia Bicentenario Fotografía de fuente

1.3. Soluciones

Para abordar de manera integral los desafíos actuales en el entorno corporativo y mejorar tanto la funcionalidad como la imagen de la empresa, se proponen una serie de soluciones estratégicas orientadas a optimizar el espacio de trabajo y fortalecer la identidad corporativa. Estas iniciativas no solo buscan crear un ambiente más cómodo y productivo para los empleados, sino también proyectar una imagen de confianza, profesionalismo y coherencia visual que refuerce la marca ante clientes y socios. A continuación, se detallan las principales estrategias a implementar para lograr estos objetivos.

- **Desarrollo de una Identidad Corporativa Coherente:** Invertir en el desarrollo de un diseño corporativo profesional que incluya un logotipo, esquema de colores y tipografía consistentes. Contratar a un diseñador gráfico o una agencia de branding para asegurar que todos los elementos visuales sean coherentes y reflejen la seriedad y profesionalismo de la empresa.

- **Rediseño del Espacio de Trabajo:** Realizar una evaluación del espacio de trabajo y rediseñarlo para hacerlo más funcional y estéticamente agradable. Incorporar elementos que fomenten el bienestar, como áreas de descanso, buena iluminación, y muebles ergonómicos.

- **Implementación de Espacios Colaborativos:** Crear zonas específicas para la colaboración y la comunicación, facilitando el trabajo en equipo y mejorando el ambiente laboral.

- **Mejora de la Ergonomía:** Invertir en muebles y equipos ergonómicos para mejorar la comodidad y reducir el riesgo de lesiones, lo que a su vez puede aumentar la productividad.
- **Creación de un Ambiente de Trabajo Inspirador:** Desarrollar un entorno de trabajo que sea atractivo y agradable para los empleados actuales y potenciales. Esto puede incluir un diseño interior moderno, áreas de descanso y espacios de trabajo colaborativos.
- **Desarrollo de una Estrategia de Branding Integral:** Asegurarse de que el diseño corporativo sea coherente con los valores y la visión de la empresa. Invertir en una estrategia de branding que refuerce la identidad de la marca en todos los puntos de contacto con el cliente.



Ilustración 6: Imagen generada por I.A Pront:(oficinas modernas con luz ambiental)



Ilustración 7: Imagen generada por I.A Pront:(Imagen corporativa)

с а р 0 2

2.1. Propuesta de valor

La propuesta de valor se centra en ofrecer soluciones de diseño interior que integren principios de diseño universal, garantizando accesibilidad y confort para personas con discapacidad. También la propuesta estará centrada en la creación de un espacio innovador con formas no tradicionales que den una imagen de crecimiento confianza y seguridad. Al ser una empresa que está en constante cambio en su operatividad se ofrecerá como una propuesta de valor la implementación de flexibilidad tanto espacial como de funcionalidad.

Beneficios Clave:

1. **Inclusividad Total:** Nuestro enfoque de diseño universal asegura que todos los espacios sean fácilmente accesibles y utilizables por personas con diversas discapacidades, desde movilidad reducida hasta discapacidades sensoriales. Esto incluye la incorporación de rampas, pasillos amplios, señalización en braille, y sistemas de comunicación adaptados.

2. **Mejora de la Experiencia del Usuario:** Al integrar elementos de diseño universal, creamos ambientes que mejoran la experiencia general del usuario. Esto no solo beneficia a los empleados y visitantes con discapacidad, sino que también contribuye a un entorno de trabajo más eficiente y cómodo para todos.

3. **Cumplimiento y Superación de Normativas:** Nos aseguramos de que todos nuestros diseños cumplan con las normativas de accesibilidad locales e internacionales, y buscamos ir más allá para ofrecer soluciones innovadoras que faciliten la inclusión y la participación de todos.

4. **Fortalecimiento de la Marca y Responsabilidad Social:** Adoptar un enfoque inclusivo en el diseño interior demuestra el compromiso de la empresa con la responsabilidad social y la equidad. Esto fortalece la imagen de marca y atrae a clientes y talentos que valoran un entorno corporativo accesible y comprometido con la diversidad.

5. **Valor Duradero:** Invertir en diseño universal no solo soluciona problemas inmediatos de accesibilidad, sino que también garantiza que el espacio pueda adaptarse a futuras necesidades y cambios, ofreciendo un valor duradero a largo plazo.

2.2. Target

La cooperativa de ahorro y crédito se enfoca en individuos y familias de clase media que buscan soluciones financieras accesibles y personalizadas. Nuestro target incluye:

- **Edad:** Adultos de 25 a 55 años, que se encuentran en una etapa activa de sus vidas profesionales y familiares, y que buscan opciones de ahorro, inversión y crédito que se adapten a sus necesidades y objetivos a largo plazo.

- **Ingreso:** Personas con ingresos medios a altos que desean maximizar su capacidad de ahorro e inversión y obtener condiciones favorables en productos de crédito.

- **Situación Familiar:** Familias jóvenes y en crecimiento, así como individuos que planean grandes adquisiciones como vivienda o vehículos, y que valoran la asesoría financiera para alcanzar sus metas.

2.3. Razón

Establecimiento de Identidad de Marca:

- Un diseño interior cohesivo puede ayudar a construir una identidad de marca sólida desde el principio. Esto establece una presencia visual que refleja los valores y la misión de la cooperativa, creando una primera impresión memorable para los miembros y visitantes.

Mejora de la Experiencia del Cliente:

- Un diseño bien pensado puede mejorar significativamente la experiencia del cliente, haciendo que el espacio sea acogedor, funcional y fácil de navegar. Esto puede fomentar una mayor satisfacción y lealtad de los miembros.

Representar un concepto:

- El diseño interior basado en un concepto que este en función de la empresa y de sus usuarios creando ambientes que reflejen y generen sensaciones.

2.4. Ubicación

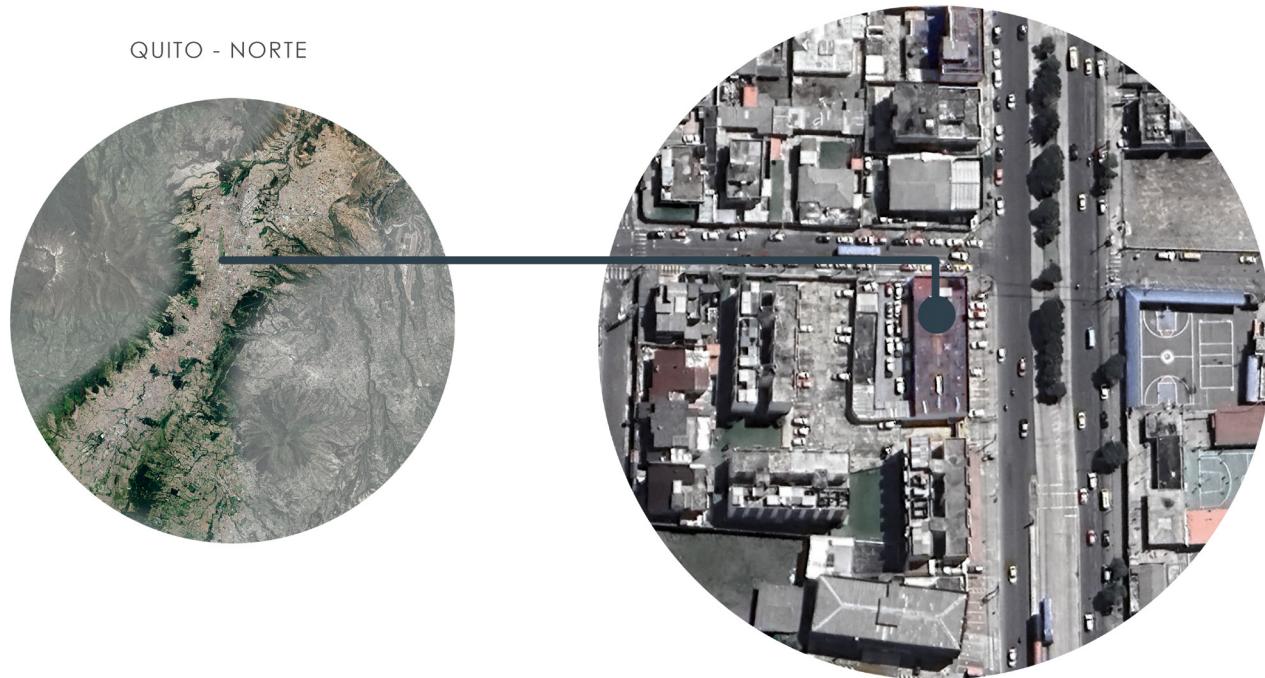
El proyecto interior se llevará a cabo en la "Agencia Bicentenario" de la Cooperativa Alianza del Valle, que se encuentra ubicada al norte de Quito en las calles; Av. La Prensa y Gonzalo Gallo.

Se crea un polígono de estudio con una extensión de 1000m x 1000m, de este modo se puede realizar diferentes mapeos de la zona y la influencia que tiene el sector.

Mapa vial del polígono de estudio.

El lugar de intervención se encuentra en una zona urbana consolidada, con una accesibilidad adecuada ya que se encuentra en una vía principal. Se encuentra mapeada

QUITO - NORTE



AV. La Prensa y Gonzalo Gallo

Ilustración 8: Fuente Google Earth
Edición: Hazur Jimenez
Ubicación actual proyecto



Ilustración 9: Fuente Google Earth
Edición: Hazur Jimenez
Mapeo vial

Mapa asoleamiento

El lugar de intervención tendrá una entrada de luz natural en su fachada principal lo que genera que el espacio operativo tenga que orientarse de manera que no afecte la operatividad en las estaciones de trabajo.

Plano base

El levantamiento revela un espacio interior modulado por la disposición de las columnas, lo cual será un factor clave en el diseño interior, ya que constituye una condicionante del contexto físico. El esquema muestra la entrada de luz natural y su acceso principal, lo que permitirá que la disposición del mobiliario y las áreas especializadas se planifiquen en función de esta luz natural, garantizando un aprovechamiento óptimo del espacio.v



Ilustración 10: Fuente Google Earth
Edición: Hazur Jimenez
Mapeo solar

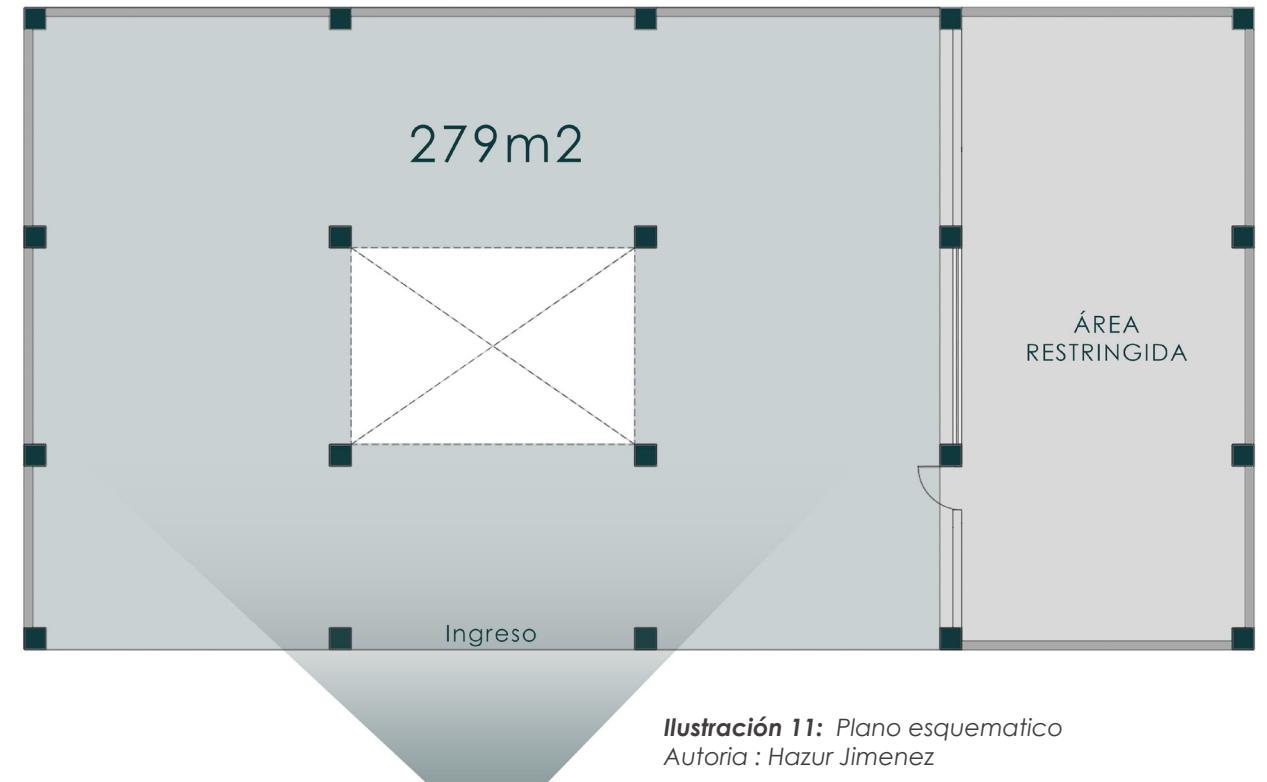


Ilustración 11: Plano esquemático
Autoría : Hazur Jimenez

2.5. Analisis de Referentes

Proyecto: Techcombank Headquarters

Realizado por: Foster + Partners 2023

Este referente muestra un diseño interior corporativo donde se puede integrar varias empresas, ya que se encuentra dentro de un edificio de 21 pisos donde existen áreas y ambientes para diferentes usuarios. Se resalta el mobiliario personalizado que aporta carácter y genera un ambiente diferente. La luz artificial que asemeja a una entrada de luz natural para darle una percepción más natural y real al ambiente.

El uso de vegetación para interiores a modo de jardineras, combina con las formas organizadas y suaves que se puede ver en su interior.

Espacios Flexibles y Multifuncionales: El diseño de las oficinas está basado en la flexibilidad, lo que permite que el espacio se adapte a las diferentes necesidades de los usuarios. El edificio alberga oficinas abiertas, salas de reuniones formales e informales, zonas de coworking y espacios colaborativos.

Integración de Tecnología y Conectividad: El interior de Techcombank Headquarters está diseñado para ser altamente tecnológico, incorporando soluciones digitales que permiten una conectividad fluida entre los diferentes espacios y departamentos.

Sostenibilidad y Bienestar: Un aspecto clave del diseño es su enfoque en la sostenibilidad y el bienestar de los empleados. El edificio incorpora tecnologías para la gestión eficiente de la energía, la ventilación natural y el uso de materiales ecológicamente responsables.

Diseño Centrado en el Usuario: El interior está diseñado para mejorar la experiencia de los empleados, creando un entorno de trabajo que se siente inspirador y cómodo.

Representa un ejemplo avanzado de cómo el diseño interior puede influir positivamente en la productividad, la cultura organizacional y la sostenibilidad. Al combinar tecnología de punta, flexibilidad espacial y un enfoque en el bienestar de los empleados.

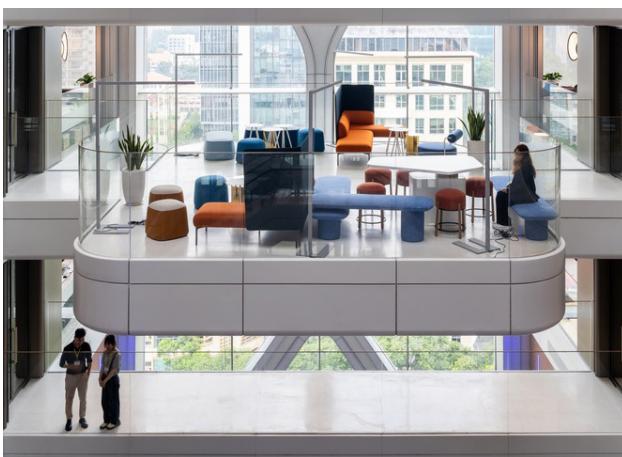


Ilustración 12: Fuente Archdaily Interior Techcombank

Proyecto: Adobe Headquarters

Realizado por: Gensler 2017

La sede de Adobe se ha transformado para reflejar la creatividad e innovación de la empresa, con un diseño vertical renovado que busca fomentar la colaboración y creatividad entre sus empleados. El campus cuenta con espacios de trabajo abiertos, áreas para reuniones y conferencias, una terraza con asientos en gradas, zonas de descanso, y espacios de colaboración al aire libre. Estas características están destinadas a facilitar múltiples formas de conexión y trabajo en equipo.

La inspiración para el diseño provino de la innovación y la comunidad, reflejada en un uso audaz del color en todo el espacio, acabados sencillos en cada área, la inclusión de arte elegido y muebles fabricados localmente, así como materiales ecológicamente sostenibles. Esto resultó en un entorno que encarna la identidad de la empresa y representa la evolución hacia un nuevo tipo de lugar de trabajo innovador. (ArchDaily, 2017)

Ambientes Inspiradores: El diseño interior está lleno de elementos que reflejan la creatividad y la innovación. El uso audaz del color, con tonos vibrantes y frescos, ayuda a estimular la energía y la inspiración de los empleados. Además, el espacio está adornado con obras de arte cuidadosamente seleccionadas y materiales ecológicos que refuerzan la estética creativa de Adobe.

Flexibilidad y Adaptabilidad: El diseño de la sede se centra en la flexibilidad. Los espacios pueden configurarse de múltiples maneras para adaptarse a diversas necesidades.

Cultura y Comunidad: El rediseño de la sede de Adobe también busca fortalecer la cultura organizacional de la empresa.

El rediseño del Adobe Headquarters es un claro ejemplo de cómo el diseño interior puede ser un vehículo para fortalecer la cultura empresarial y fomentar la innovación. Al priorizar la flexibilidad, la colaboración, el bienestar de los empleados y la sostenibilidad

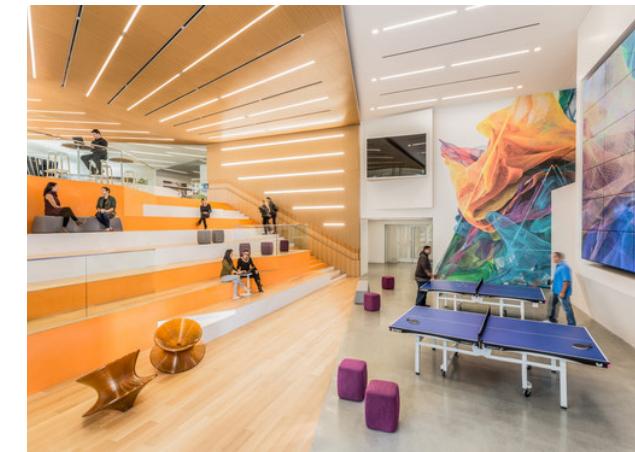


Ilustración 13: Fuente Archdaily Interior Adobe Headquarters

Proyecto: LinkedIn Headquarters

Realizado por: nbbj 2021

Es un ejemplo moderno y dinámico de cómo el diseño interior puede reflejar los valores fundamentales de una empresa y fomentar la conexión, tanto entre los empleados como con el entorno. Inaugurada en 2021 en Sunnyvale, California, esta sede global de LinkedIn incorpora un diseño vanguardista que prioriza la flexibilidad, la colaboración y el bienestar de los empleados.

Oficina de Nexo (Hub Office): Uno de los conceptos más innovadores de la sede de LinkedIn es la creación de una oficina de nexo. Este diseño tiene como objetivo conectar a equipos que trabajan tanto de manera presencial como en remoto.

Diversidad de Espacios de Trabajo: El diseño interior ofrece una variedad de espacios pensados para diferentes tipos de trabajo y necesidades. Desde estaciones de trabajo tradicionales hasta áreas abiertas de coworking, cada zona está diseñada para mejorar la productividad y promover la colaboración.

Diseno Centrado en el Bienestar: El bienestar de los empleados es una prioridad en el diseño de LinkedIn Headquarters. La sede incluye zonas de descanso, cafeterías y áreas de recreación al aire libre, como terrazas y jardines en las azoteas, que ofrecen a los empleados la posibilidad de relajarse y recargar energías.

Diseño para la Inclusión y Diversidad: El diseño interior se basa en principios de diseño universal, asegurando que todos los espacios sean accesibles para personas con discapacidades, lo que incluye rampas, señalización adaptada y baños accesibles.

El LinkedIn Headquarters es un espacio de trabajo innovador que refleja el compromiso de la empresa con la colaboración, el bienestar de los empleados y la sostenibilidad.

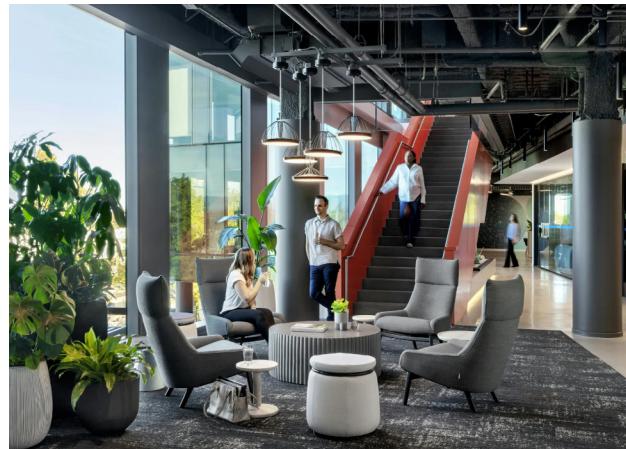


Ilustración 14: Fuente nbbj
Interior LinkedIn Headquarters



Ilustración 14: Fuente nbbj Interior LinkedIn Headquarters

с а р 0 3

3.1. Metas de diseño

El proyecto “Agencia Bicentenario” tiene como objetivo la creación de un espacio corporativo único, alineado con el brief del cliente y el manual de marca de la cooperativa Alianza del Valle. El diseño interior no solo se enfocará en la funcionalidad, sino en ofrecer una experiencia personalizada tanto para los clientes como para los usuarios, logrando que cada uno de ellos sienta una conexión y apropiación espacial del entorno. A través de un diseño que refleje los valores y la identidad de la cooperativa, se buscará establecer un carácter distintivo que se traduzca en un espacio que respire la filosofía institucional.

Este enfoque no solo garantizará que la agencia destaque en el mercado, sino que también será un referente para futuras intervenciones, sirviendo como punto de partida para la creación de un manual de diseño interior que podrá ser implementado en otras agencias de la cooperativa. La meta es definir lineamientos claros que permitan replicar este tipo de diseño, manteniendo la coherencia visual y funcional en todas las sucursales.

Además, uno de los pilares fundamentales del diseño será la flexibilidad espacial. Se crearán áreas que puedan adaptarse y evolucionar en función de las necesidades cambiantes de la cooperativa, permitiendo una mayor agilidad en la gestión operativa. Esta flexibilidad no solo mejorará la funcionalidad del espacio, sino que también aportará dinamismo a la experiencia del usuario, quien percibirá una agencia moderna, eficiente y adaptable a diferentes contextos.

En resumen, el proyecto busca transformar la experiencia del cliente, promoviendo un diseño que, más allá de lo visual, sea capaz de fomentar interacciones más fluidas y refleje un entorno innovador, flexible y comprometido con los principios cooperativos de confianza, colaboración y crecimiento sostenible.



Ilustración 15: Autoría Hazur Jimenez
Metas de diseño

• **QUE?**

Propuesta para la creación de una institución financiera que integra áreas operativas y colaborativas, fomentando la apropiación del espacio tanto por parte del personal como de los clientes finales.

• **QUIEN?**

El proyecto está dirigido al personal de la cooperativa, incluyendo socios, accionistas y asesores, así como a los clientes finales, que abarcan tanto a inversores como a solicitantes de préstamos.

• **COMO?**

Se propone crear espacios flexibles y abiertos, con mobiliario adaptable, que promuevan la apropiación del lugar. El diseño estará enfocado en la equidad, brindando comodidad, seguridad y un enfoque inclusivo.

3.2. Concepto

Transparencia

El concepto se fundamenta en crear un ambiente de confianza y seguridad para los ocupantes del espacio interior. Dado que se trata de una cooperativa, es fundamental transmitir estas sensaciones a los clientes potenciales.

La transparencia, al ser un elemento visualmente perceptible, genera de inmediato una atmósfera clara, segura y confiable.

Además, el enfoque busca que esta confianza se manifieste de manera natural y sutil, permitiendo que quienes estén en el espacio interior perciban, de forma orgánica, la seguridad que el ambiente les ofrece.

Por otro lado, la creación de este ambiente debe estar alineada con los principios cooperativos, que suelen enfatizar la igualdad, la colaboración y el bienestar colectivo.

El espacio debe reflejar estos valores, promoviendo un sentido de pertenencia y comunidad entre los usuarios. En este sentido, el diseño no solo debe enfocarse en aspectos físicos, sino también en lo emocional y lo psicológico.

Un espacio que inspire confianza no solo atrae a los clientes, sino que también los retiene, fomentando una relación duradera y positiva con la cooperativa.

Subconceptos

A través de un análisis exhaustivo del cliente y de su representación gráfica, surgen una serie de subconceptos que guiarán el diseño interior, alineando tanto la imagen de marca como la experiencia espacial que se desea crear.

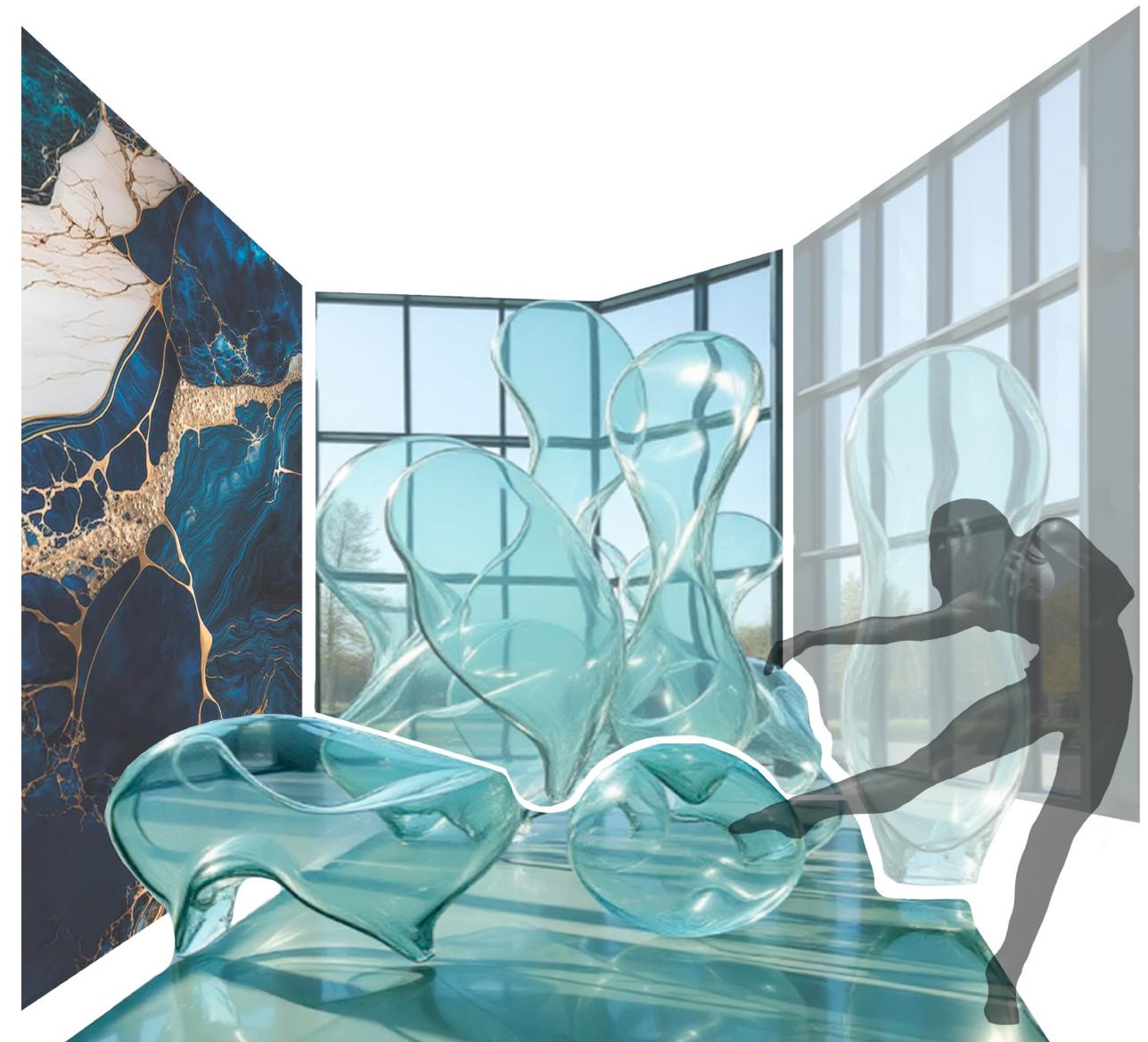
Estos subconceptos, por un lado, reflejan los valores, la identidad y la misión de la marca, definiendo cómo se presentará ante los clientes y socios; y por otro, proporcionan las bases para diseñar ambientes que no solo sean estéticamente agradables, sino también funcionales, inclusivos y alineados con la filosofía corporativa.

Los subconceptos trabajarán en la coherencia visual, asegurando que todos los elementos del espacio interior, como colores, texturas, mobiliario y señalética, reflejen la personalidad de la cooperativa. Asimismo, estos conceptos inspirarán la creación de ambientes que promuevan sensaciones positivas en los usuarios, tales como **confianza, transparencia, seguridad y confort**, pilares fundamentales para una institución financiera como Alianza del Valle.

Cada ambiente del proyecto interior estará diseñado para evocar emociones específicas y proporcionar experiencias inmersivas, haciendo que tanto clientes como empleados sientan una conexión profunda con los espacios. Los subconceptos también se enfocarán en inclusividad y flexibilidad, de modo que los espacios puedan adaptarse a diferentes usuarios y evolucionar con las necesidades futuras de la cooperativa.

En definitiva, estos subconceptos actúan como una guía estratégica para garantizar que el diseño interior no solo cumpla con las expectativas visuales de la marca, sino que también responda a las dinámicas operativas, mejorando la interacción y el flujo dentro de los espacios, y promoviendo un sentido de pertenencia y confianza entre los usuarios.

Ilustración 16: Autoría Hazur Jimenez
Moodboard



3.3. Programación

La programación del diseño para la Agencia Bicentenario se estructura cuidadosamente en función de los requerimientos de personal y del flujo de usuarios que la agencia necesita manejar de manera eficiente. Este enfoque asegura que cada área del diseño interior esté planificada con precisión para cumplir con las demandas operativas de la cooperativa y proporcionar un entorno que facilite tanto las tareas administrativas como la interacción con los clientes.

El diseño considera áreas restringidas como una parte fundamental de la programación espacial, dado que, al tratarse de una institución financiera, es esencial contar con un control riguroso de las zonas sensibles donde se maneja información confidencial y grandes volúmenes de dinero. Estas áreas incluyen salas de sistemas, cuartos blindados y bóvedas, diseñadas para proteger los activos financieros de la cooperativa y garantizar la seguridad de las operaciones. Estas zonas estarán equipadas con las últimas tecnologías en seguridad, como sistemas de monitoreo, cámaras, y accesos controlados, lo que refuerza la protección tanto para el personal como para los clientes.

Además, se busca que el diseño proporcione una experiencia fluida y funcional para todos los usuarios, desde los empleados hasta los clientes que interactúan con los servicios de la cooperativa. Para ello, la disposición del espacio optimiza los flujos de trabajo, garantizando que los empleados puedan moverse eficientemente entre las distintas áreas y que los clientes puedan acceder a los servicios de manera rápida y cómoda. El diseño incluye áreas de atención al cliente claramente definidas, espacios operativos para la administración, y zonas de espera bien ubicadas, de modo que el flujo de usuarios se mantenga ordenado y sin interrupciones.

Asimismo, se contemplan zonas de colaboración y trabajo en equipo que promuevan la interacción entre los empleados, facilitando la comunicación y mejorando la eficiencia operativa. Estas áreas estarán diseñadas con mobiliario ergonómico y adaptables a diferentes necesidades, permitiendo que los empleados puedan trabajar tanto en tareas individuales como en proyectos colaborativos de manera cómoda y productiva.

Otro aspecto clave es la optimización del espacio en función de las necesidades operativas e interactivas de la cooperativa. Esto implica un diseño flexible, capaz de adaptarse a las fluctuaciones de personal y al crecimiento futuro de la agencia. Se prioriza la creación de un entorno que sea lo suficientemente versátil para evolucionar con la dinámica de la cooperativa, incorporando áreas que puedan reconfigurarse según las necesidades del momento, sin perder funcionalidad ni eficiencia.

En conclusión, la programación del diseño de la Agencia Bicentenario se basa en un análisis profundo de las necesidades operativas y de seguridad de la cooperativa, combinando eficiencia, funcionalidad y flexibilidad para crear un entorno que no solo optimice el rendimiento interno, sino que también mejore la experiencia de los clientes, asegurando al mismo tiempo la protección de los recursos financieros y la privacidad de la información.

PROGRAMACIÓN				
ÁREAS	ZONAS	M2	CANTIDAD	TOTAL
Área pública	Sala de espera	8.5	2	17
	Fila de espera para cajas	29.6	1	29.6
	Hall de entrada distribuidor	10.5	1	10.5
Área operativa	Oficinas de asesores crédito	7.9	7	55.3
	Oficinas de atención cliente	7.9	3	23.7
	Oficinas de jefe agencia	5.5	1	5.5
	Sala de reuniones	52.5	1	52.5
Área de servicio	Baños	15	2	30
	Circulación vertical	6	1	6
Área especializada	Zona restringida blindada	37.8	1	37.8
	Sistemas	6.8	1	6.8
	ATM	4.6	1	4.6

TOTAL	279.3	m2
--------------	--------------	-----------

Ilustración 17: Autoría Hazur Jimenez
Programación

3.4. Zonificación

- **Área pública:** Esta área forma parte del acceso principal al espacio y se extiende hacia las salas de espera para los clientes. Es fundamental para generar una apropiación óptima del espacio, proporcionando un entorno acogedor y funcional que facilite la interacción inicial con la cooperativa.

- **Área operativa:** Aquí se distribuyen las zonas internas de funcionamiento de la agencia, incluyendo tanto la atención al cliente como el asesoramiento en inversiones y préstamos. Además, se encuentra el área de control de personal por jefatura, diseñada para fomentar un ambiente de flujo de trabajo colaborativo y eficiente.

- **Área de servicio:** La circulación vertical se establece como el eje principal de esta área, ya que es el único distribuidor entre niveles. Se incluyen baterías sanitarias según lo dispuesto por la normativa vigente para equipamientos de carácter financiero, adaptadas a la capacidad de usuarios. Este diseño asegura la funcionalidad y accesibilidad necesarias para el funcionamiento diario de la cooperativa.

- **Área especializada:** Estas áreas están diseñadas para la disposición correcta de los elementos blindados, tales como cajas fuertes, cuarto de conteo, bóveda, cajeros automáticos (ATM) y el cuarto de sistemas y monitoreo. La correcta disposición y seguridad de estos elementos son esenciales para el manejo seguro y eficiente de los recursos financieros.

Diagrama de adyacencias

Las áreas están organizadas en torno a una circulación vertical que actúa como distribuidor principal del espacio, facilitando el acceso y la conectividad entre ellas. Esta disposición permite una flexibilidad espacial que posibilita la adaptación del diseño a lo largo del tiempo y en función de los procesos operativos.

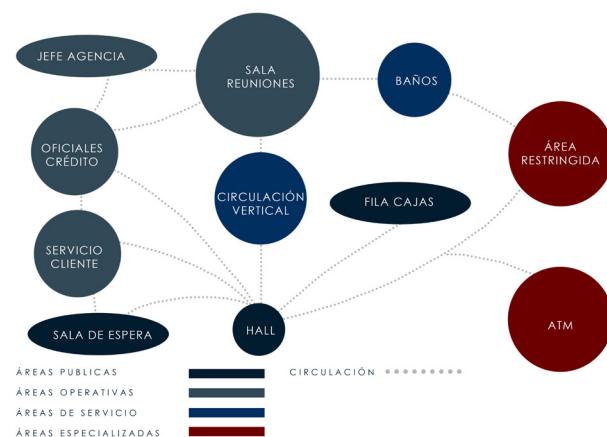


Ilustración 18: Autoría Hazur Jimenez Adyacencias



Ilustración 19: Autoría Hazur Jimenez Zonificación

3.5. Moodboard Usuario

El moodboard del usuario busca capturar y transmitir un ambiente que inspire firmeza, confianza y seguridad, elementos esenciales para generar una sensación de tranquilidad en los clientes al momento de depositar sus ahorros. El objetivo es crear un entorno que invite a los usuarios a invertir con plena confianza, sabiendo que sus recursos estarán resguardados de manera eficiente, lo que, a su vez, impulsará el crecimiento económico personal y colectivo.

El diseño propuesto también se enfoca en optimizar el espacio para el equipo de trabajo, brindando un entorno que favorezca tanto el bienestar físico como el emocional. La incorporación de elementos ergonómicos asegura que el personal disponga de áreas de trabajo cómodas y saludables, lo cual contribuye a la productividad y a la disminución de la fatiga laboral. Además, se prioriza un diseño de oficinas abiertas y colaborativas, lo que fomenta la interacción y el trabajo en equipo, eliminando barreras jerárquicas e impulsando una cultura de inclusión y participación activa.

Este enfoque integral, que combina la seguridad percibida por los clientes con la comodidad y eficiencia para los trabajadores, resulta en un espacio que no solo facilita el éxito financiero de los usuarios, sino también promueve un ambiente laboral positivo y dinámico. En definitiva, el moodboard refleja un equilibrio entre la confianza financiera y el bienestar organizacional, logrando un impacto positivo tanto en la experiencia del cliente como en la satisfacción del personal.

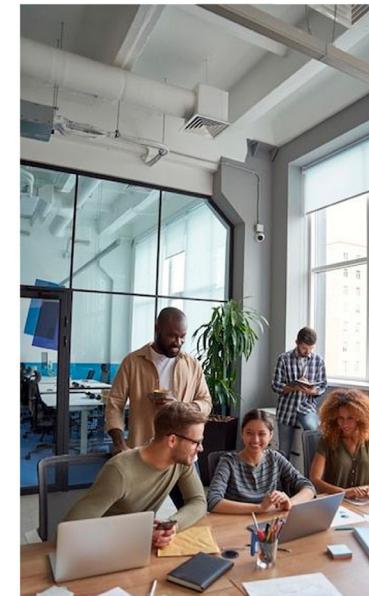


Ilustración 20: Autoría Hazur Jimenez Moodboard usuario

3.6. Moodboard Usuario

El moodboard titulado "FEEL" está diseñado para transmitir una sensación de transparencia y apertura, cualidades fundamentales en cualquier entorno financiero que aspire a ganar la confianza de sus clientes. A través del uso de formas orgánicas y ondas suaves inspiradas en la naturaleza, se evoca un sentimiento de calma, confiabilidad y serenidad, invitando a los usuarios a sentirse seguros y tranquilos al interactuar con la cooperativa.

El color azul oscuro, que domina el esquema visual, no solo es un reflejo del color corporativo de la entidad, sino que también actúa como un poderoso símbolo de solidez y confianza. Este tono profundo refuerza el mensaje de estabilidad financiera y profesionalismo que la cooperativa quiere transmitir a sus socios. A su vez, el azul se combina con ramificaciones en tonos dorados que representan el éxito, la prosperidad y el crecimiento económico. El oro, como símbolo de valor y riqueza, añade un toque de lujo y aspiración, subrayando el compromiso de la cooperativa con el desarrollo financiero sostenible de sus clientes.

Las imágenes seleccionadas en el moodboard también reflejan la flexibilidad del espacio, resaltando su capacidad para evolucionar y adaptarse a las necesidades cambiantes tanto de los clientes como del equipo de trabajo.

En conjunto, el moodboard "FEEL" proyecta una identidad visual y sensorial que equilibra la confianza con la calidez, la solidez con la flexibilidad, y el éxito con la sostenibilidad. Cada elemento, desde los colores hasta las formas, ha sido cuidadosamente seleccionado para comunicar una experiencia coherente y alineada con los valores de la cooperativa, asegurando que tanto los clientes como el personal sientan que forman parte de un espacio que les respalda, inspira y acompaña en su crecimiento económico.

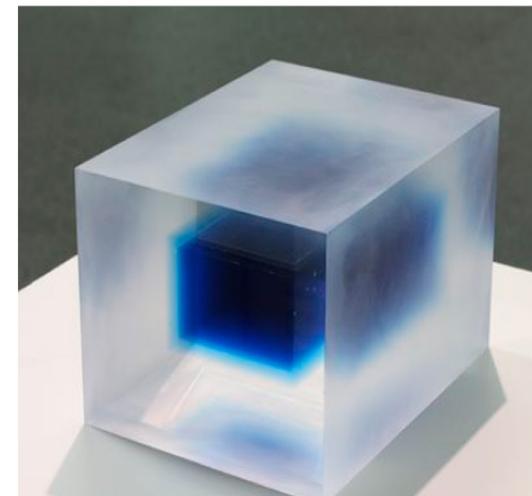
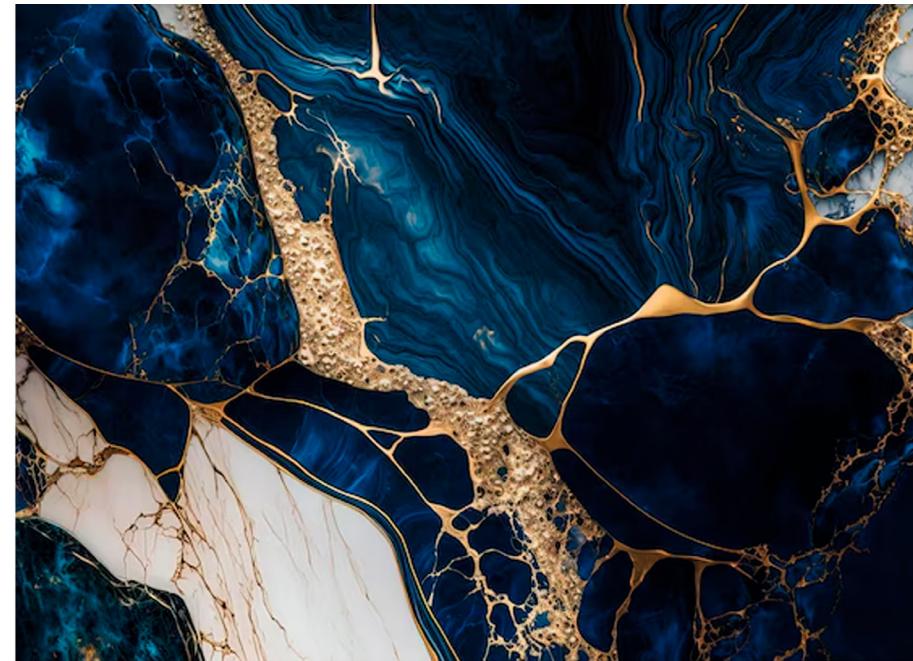
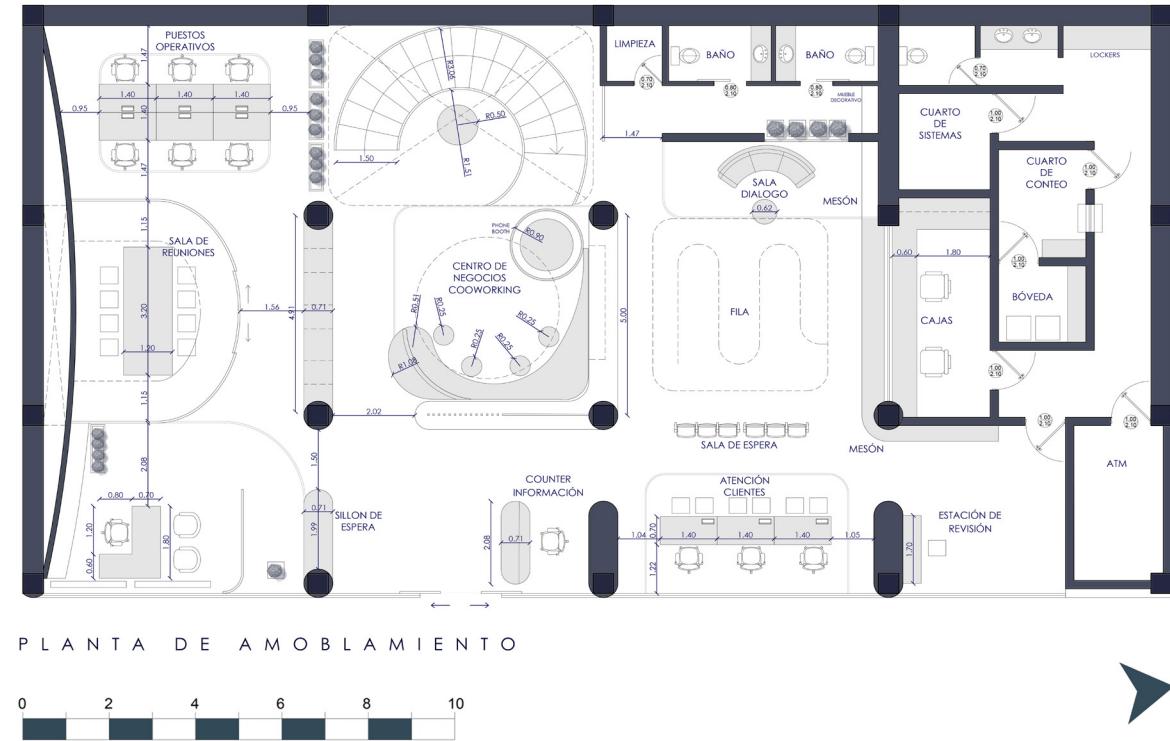
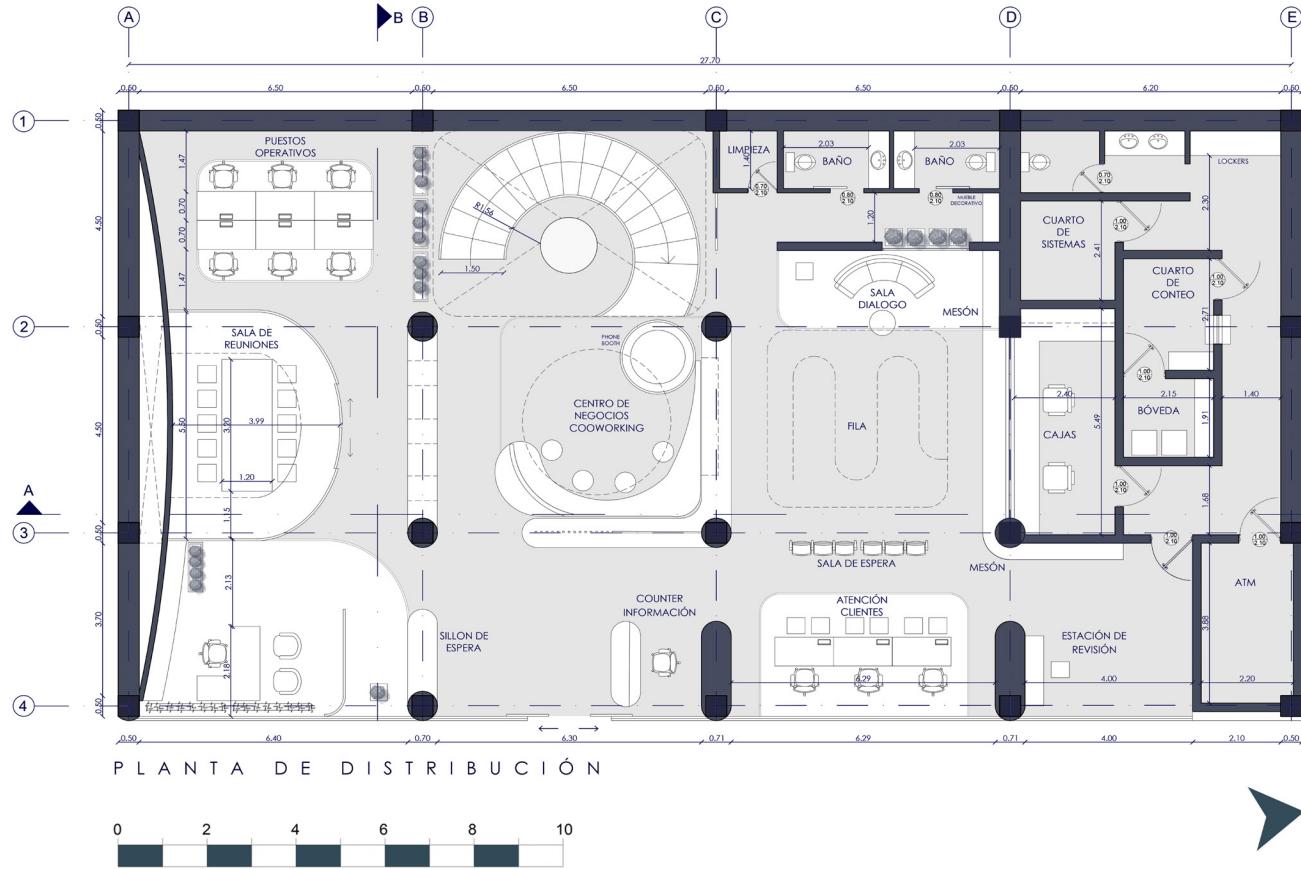


Ilustración 21: Autoría Hazur Jimenez Moodboard "FEEL"

с а р 0 4

4.1. Planta de distribución

4.2. Planta de distribución mobiliario



4.8. Distribución volumétrica



La volumetría general presenta una distribución ordenada, con circulaciones que conectan de manera fluida las diversas áreas de trabajo y funcionalidad del espacio. La circulación vertical se erige como un elemento escultórico y jerárquico, destacándose por su forma espiral que envuelve el área de coworking.

En esta zona de jerarquía se suspende una pieza escultórica conceptual, que evoca la fortaleza de la roca, simbolizando la solidez y seguridad que representa la cooperativa.



ELEVACIÓN 1



ELEVACIÓN 2



P. 58

P. 59

4.9. Renders interiores



P. 60

P. 61

4.9. Renders interiores



P. 62

P. 63

4.9. Renders interiores



P. 64

P. 65

4.9. Renders interiores



P. 66

P. 67

4.9. Renders interiores



P. 68

P. 69

4.9. Renders interiores



P.70

P.71

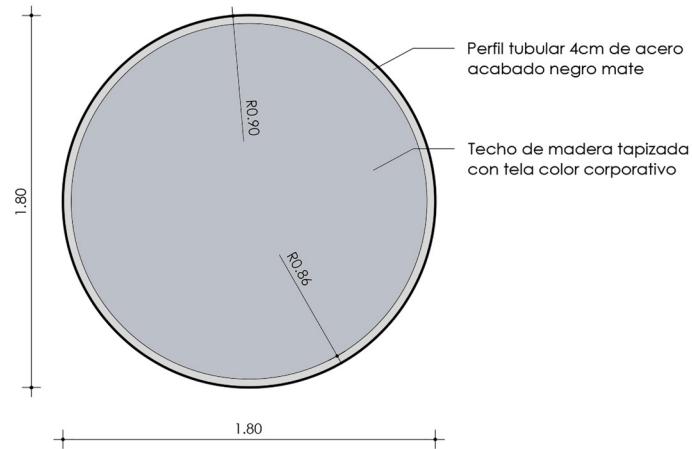
cap 05

5.1. Detalle mobiliario "Phone Booth"

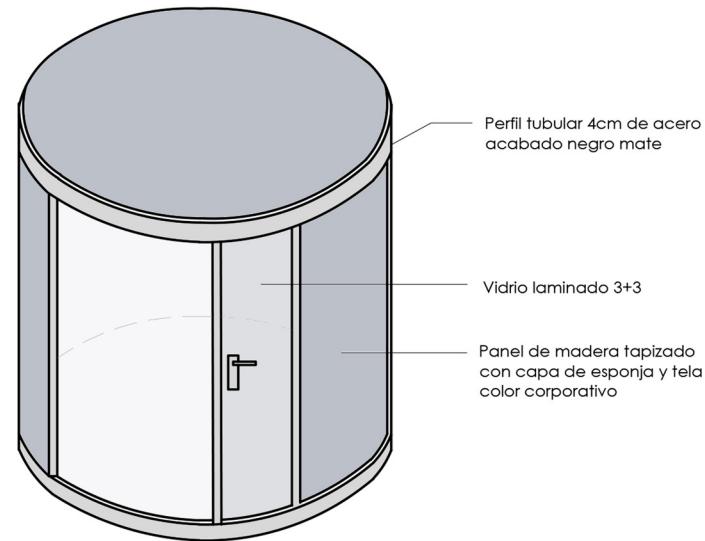
El "Phone Booth" tiene un diseño circular que esta generado para cumplir con la distribución general del proyecto así como para obtener un elemento jerarquico en el sitio

Este mobiliario combina la funcionalidad con la imagen de marca, sus colores son corporativos y responden a un diseño integral.

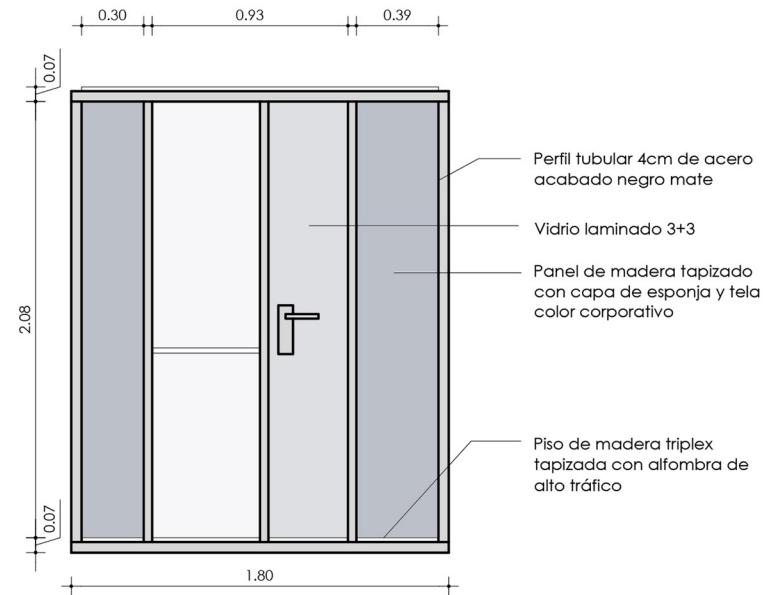
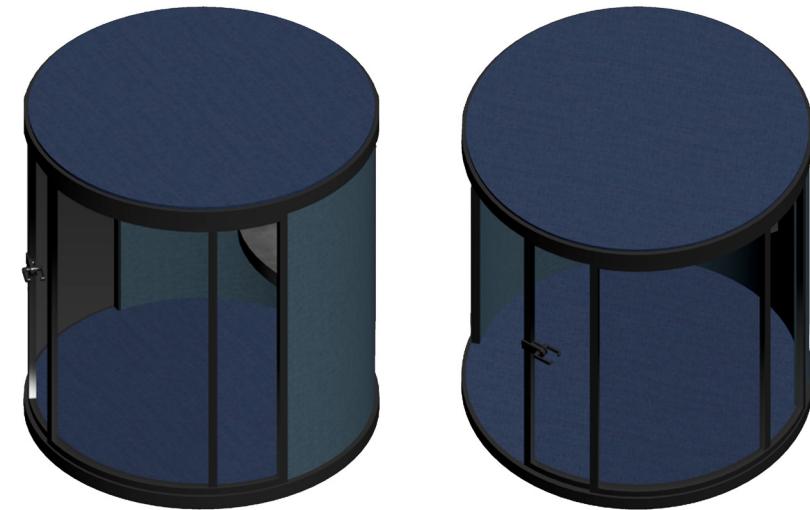
Sus materiales estan dados principalmente para contener el ruido generado en su interior lo que aportara con la privacidad de sus ocupantes.



VISTA PLANTA



ISOMETRÍA

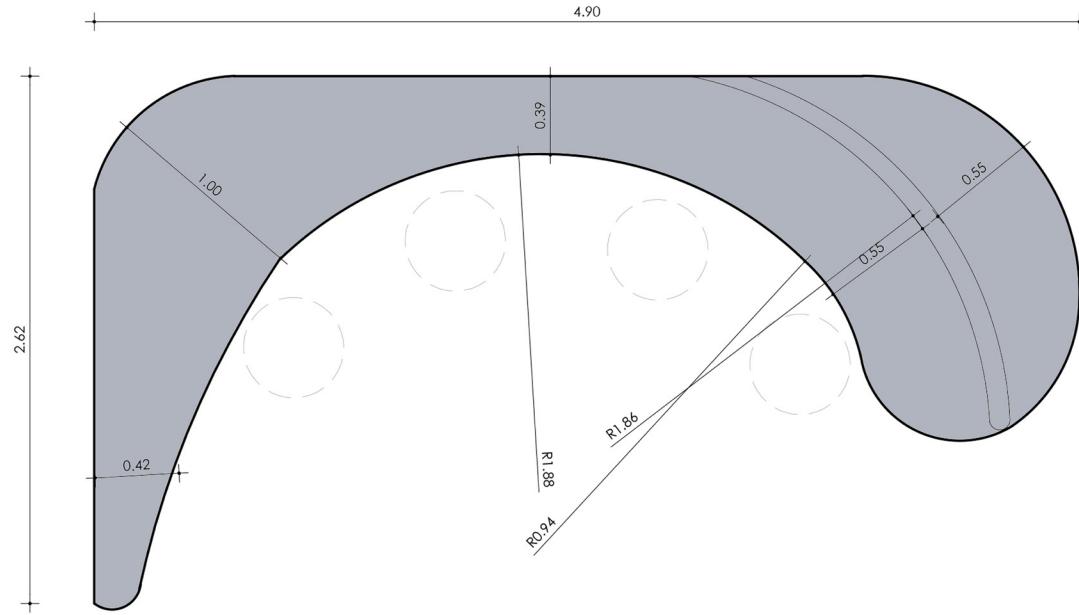


VISTA FRONTAL

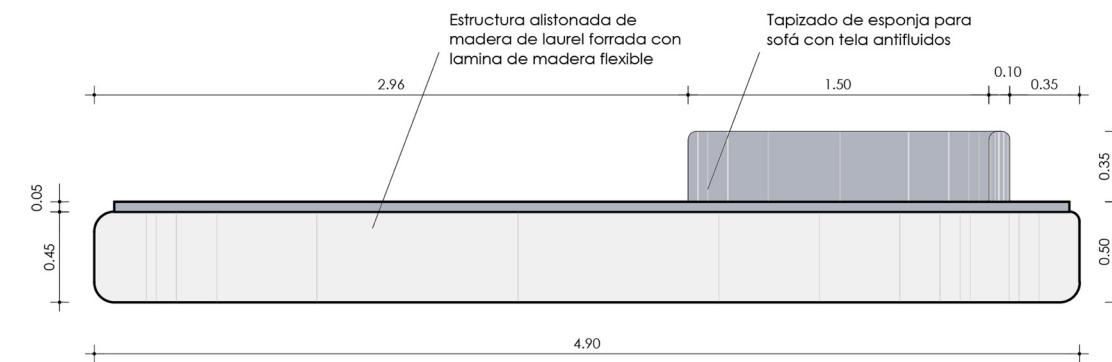
P. 74

P. 75

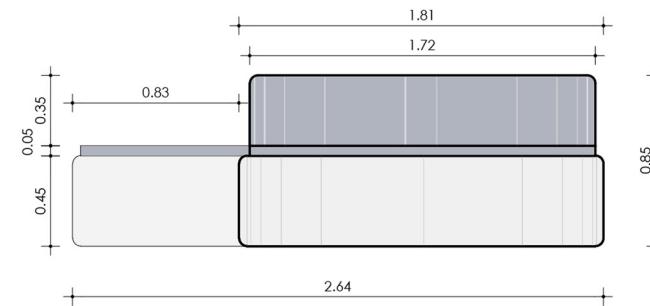
5.2. Detalle mobiliario "Phone Booth"



VISTA PLANTA



VISTA FRONTAL



VISTA IZQUIERDA

El sofá personalizado para coworking está diseñado para crear un entorno de trabajo informal que fomente tanto el enfoque individual como la colaboración entre los empleados. Su diseño innovador y flexible permite a los trabajadores realizar diversas actividades de manera cómoda y adaptada a sus necesidades, ya sea en solitario o en equipo.

La forma orgánica y redondeada del sofá no solo agrega un toque estético moderno, sino que también optimiza el uso del espacio, creando áreas funcionales que se ajustan a distintos tipos de interacción, desde reuniones rápidas hasta sesiones de brainstorming. Además, el mobiliario incluye mesas auxiliares móviles, lo que facilita la personalización del espacio y su ajuste a la dinámica de trabajo, permitiendo a los usuarios adaptar el entorno a sus actividades en cualquier momento.

Este enfoque modular y flexible no solo mejora la ergonomía, sino que también fomenta la creatividad, la comunicación abierta y el bienestar de los empleados, proporcionando un ambiente cómodo, eficiente y estimulante. Con estos elementos, el sofá personalizado para coworking se convierte en una pieza esencial para optimizar el uso del espacio en oficinas modernas y dinámicas.

P.76

P.77

с а р 0 6

6.6. Styling piezas interiores

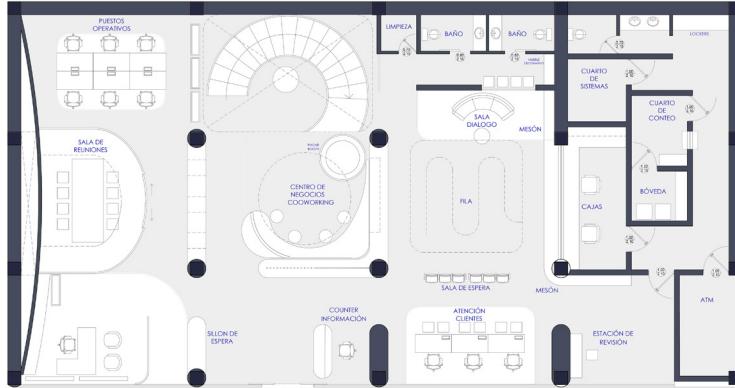
Los elementos de la propuesta se desarrollan en función del concepto principal, considerando también el uso específico que se dará a cada objeto dentro del espacio. Además, se tiene en cuenta que el mobiliario seleccionado no debe competir visualmente con las envolventes arquitectónicas del sitio, por lo que se opta por piezas de mobiliario sutiles que complementan armoniosamente el entorno, sin restarle protagonismo a la estructura arquitectónica.

De este modo, se busca una integración estética que favorezca la continuidad espacial y, a su vez, se seleccionan elementos con un carácter corporativo, que refuercen la identidad profesional del espacio.



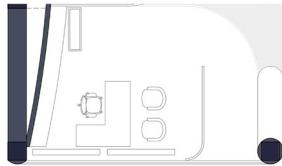
6.6. Styling piezas interiores

STYLING



Se parte por piezas de mobiliario operativo de la marca "DYNAMOBEL", la cual dispone de varios tipos de muebles para oficina, se dispone tener escritorios operativos , mesa de sala de reuniones , y mesas auxiliares

En cuanto a la iluminación artificial se propone la utilización de linumarias de "STUDIO K", las cuales disponen de una configuracion y personalizacion adecuada para el calculo luminico que se requiere en cada área de trabajo.



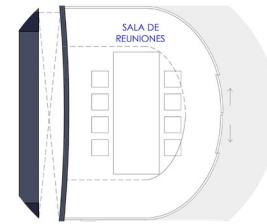
LUMINARIA LINEAL SKT STUDIO K



ESCRITORIO TIPO "L" DYNAMOBEL



SILLA SALA DE REUNIONES HERMAN MILLER



TEC REUNIONES DYNAMOBEL



SILLA PARA CLIENTES CANTILEVER CHAIR MIES VAN DE ROHE



El mobiliario fue escogido para tener un aspecto general integral, neutro y sobrio para que no se afecte la imagen de marca ni sus colores corporativos.

SILLA PARA JEFATURA SILLA COSM HERMAN MILLER



3.10. Bibliografía

Manual de Marca de Alianza del Valle: mencionado como fuente para el análisis de marca y colores corporativos.

Foster + Partners (2023): citado en la sección de "Análisis de Referentes" para describir el diseño del Techcombank Headquarters.

Gensler (2017): citado en la sección de "Análisis de Referentes" para el diseño de la sede de Adobe.

NBBJ: mencionado como la firma de diseño detrás de la sede de LinkedIn.