



MAESTRÍA DE DISEÑO INTERIOR

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

AUTOR: Arq. Gisella Maciel Vega Sumba

TUTOR: Arq. María Lorena Páliz

DISEÑO INTERIOR DE SANTANA BREWING
COMPANY

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo, Gisella Maciel Vega Sumba, 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.

Gisella Maciel Vega Sumba
Autor

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

María Lorena Páliz
Directora de Tesis

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

Agradezco profundamente a mi familia, quienes han sido el sostén emocional, moral y espiritual durante toda esta etapa. Su compañía, palabras de aliento y sacrificios han sido esenciales para alcanzar este logro.

A mis docentes y tutores del programa de Maestría en Interiorismo, por su guía, exigencia académica y por compartir su conocimiento con pasión y compromiso. Gracias por inspirarme a ir más allá de lo funcional, y a comprender el espacio desde la emoción y la sensibilidad.

A mis amistades, colegas y compañeros de clase, por los momentos compartidos, las conversaciones, los intercambios de ideas y el compañerismo que enriquecieron profundamente mi proceso de aprendizaje.

Y a todas las personas que, de alguna forma, han aportado a este proceso —con gestos grandes o pequeños— mi gratitud eterna. Esta tesis es también parte de ustedes.

CAPITULO

1

CONTEXTO

1.1.1 HISTORIA

1.1.2 ANTECEDENTES

1.1.3 MARCA CLIENTE

1.2 PROBLEMA

1.3 SOLUCIÓN

1.1.1 HISTORIA

La Sierra ecuatoriana, se caracteriza por su tipo de tierra fértil, su clima y por sus volcanes, ofrece condiciones perfectas para el cultivo de cebada y lúpulo, componentes fundamentales en la producción de la cerveza artesanal (Ministerio de Agricultura y Ganadería del Ecuador [MAG], 2023). **Estas particularidades naturales han sido un factor esencial para la creación de Santana Brewing Company**, cuya identidad se vincula con la Ruta de los Volcanes y la abundancia agrícola de la zona (Santana Brewing Company, s.f.).

De esta manera, **Quito se encuentra rodeado por distintos volcanes** que no solo han dado forma a su entorno, sino también a su historia, cultura y ecosistemas. Los volcanes más emblemáticos incluyen el **Pichincha**, ubicado al oeste; el **Cotopaxi**, ubicado al sur siendo uno de los volcanes más activos a nivel mundial; el **Cayambe**, ubicado al noroeste, siendo el único volcán que atraviesa la línea ecuatorial; y el **Antisana**, ubicado al sureste, que es una de las fuentes de agua más importantes de la región (Instituto Geofísico de la Escuela Politécnica Nacional [IG-EPN], 2024).



Extraído de :<https://www.bing.com/aclick?Id=e8lQQ8WqIPy6UaUsrYAFdkmjVUCUwZvg->

1.1.2 ANTECEDENTES

En los últimos años, **la producción y el consumo de cerveza** en Ecuador han **experimentado un crecimiento notable**. Este mercado se ha enfocado en resaltar la historia y el proceso de elaboración de la cerveza, así como en la incorporación de ingredientes locales que reflejan la identidad cultural ecuatoriana (Cherusker, 2024). Actualmente **en la ciudad de Quito, la industria cervecera ha tomado fuerza** con la aparición de espacios dedicados a la cata de cervezas, festivales y un creciente interés en la relación entre la cerveza y la gastronomía (Happy Gringo, 2020).

Santana Brewing Company es una cervecería artesanal ecuatoriana fundada en 2012 por cuatro hermanos en la Hacienda Santana, ubicada a 500 metros de la Mitad del Mundo en Quito. Su visión **se centra en la pasión por el proceso de producción cervecera** y en ofrecer a los visitantes una experiencia en la que no solo puedan degustar la bebida, sino **también comprender la importancia cultural por medio de la degustación de esta bebida**. Gracias a su calidad y autenticidad, la cervecería ha sido reconocida tanto a nivel nacional como internacional. Actualmente, cuenta con cinco variedades de cerveza que buscan un equilibrio entre la tradición cervecera y la sostenibilidad (Santana Brewing Company, s.f.).

La identidad de la marca se fundamenta en un estilo artesanal e industrial, con una **paleta de colores cálidos y terrosos** que evocan su historia y reflejan los tonos de sus cervezas. En 2019, con el propósito de fortalecer su vínculo con los clientes y destacar aún más la cultura ecuatoriana, Santana Brewing Company inauguró Santana Tasting Lounge, un restaurante que fusiona la comida tradicional ecuatoriana con la cerveza artesanal. Hoy en día, este espacio ofrece platos diseñados específicamente para maridar con sus cervezas, enriqueciendo la experiencia gastronómica de los visitantes (Santana Brewing Company, s.f.).

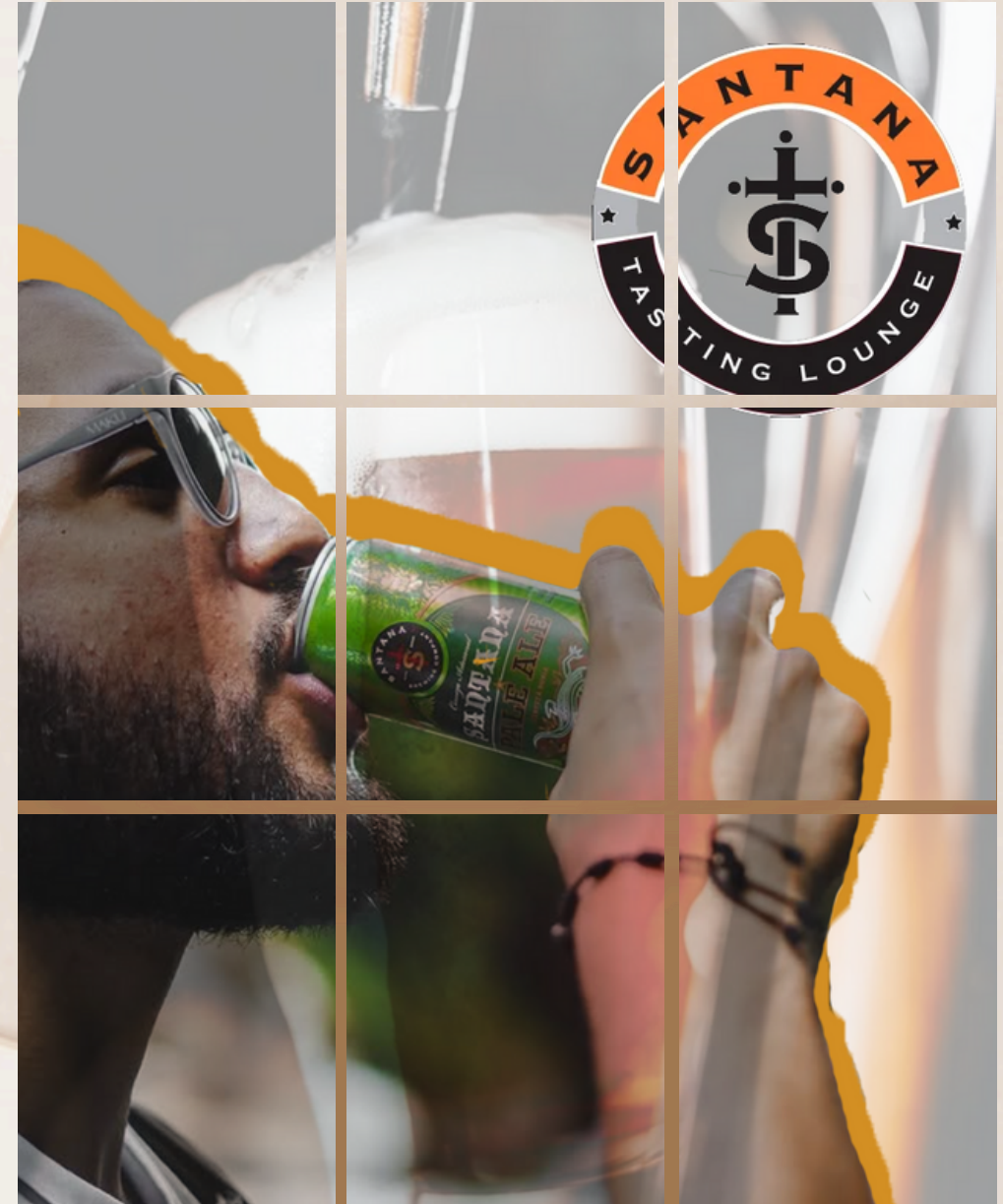
Como parte de su filosofía y compromiso ambiental, desde 2021 **Santana Brewing Company opera como una empresa carbono cero**, convirtiéndose en pionera en la industria cervecera ecuatoriana. Además, **ha implementado procesos responsables, como la reutilización de aguas lluvias en la producción de su cerveza** (Santana Brewing Company, s.f.).

1.1.3 BRANDING DE LA MARCA

- **Logo de la Marca:** El logo de Santana Brewing Company refleja la esencia artesanal y su conexión con la cultura local, de igual forma incorpora elementos que evocan la tradición cervecera.
- **Tipografía:** La elección tipográfica no se detalla explícitamente ya que existen varias formas en las que esta marca se representa. Actualmente es notable el uso de una tipografía mas sencilla y minimalista en comparación a sus primeros logos.
- **Colores:** Basándonos en el estudio visual del logotipo de Santana Tasting Lounge, podemos reconocer los siguientes colores fundamentales en su logo:



- Esta gama cromática **fusiona matices cálidos y neutros** que proyectan una identidad sólida, refinada y artesanal. El color naranja resalta la vitalidad y el espíritu revolucionario de la marca, mientras que el negro y el gris potencian la percepción de calidad y singularidad. El blanco contribuye a balancear la composición, aportando luz y frescura.



1.2 PROBLEMA

En la actualidad, **Santana Brewing Company**, debido a su ubicación cercana a la Mitad del Mundo, **enfrenta retos en relación a su ubicación**, dado que está situada en un área con menor tráfico, lo que **restringe su alcance al público** enfocado y disminuye su repercusión en la ciudad.

Además, el lugar actual **carece de zonas específicas** para la degustación de cervezas, el restaurante y eventos, **lo que limita la experiencia del consumidor** y el potencial de expansión de la marca.

Otra dificultad fundamental es la ausencia de un contexto que sitúe la relación entre la producción de cerveza y su inspiración en los Andes y los volcanes. **La marca** de Santana Brewing company , **está estrechamente vinculada a la geografía de Ecuador** y se fundamenta en la Ruta de los Volcanes debido a la abundancia del terreno andino y el uso de componentes fundamentales como la cebada y el agua de los deshielos; No obstante, **el establecimiento actual no comunica ni enfatiza esta conexión**, desperdiciando una oportunidad para consolidar la identidad de la marca como una cervecería artesanal que festeja la cultura y la tradición ecuatoriana.

1.3 SOLUCIÓN

Se propone dentro de una vivienda **patrimonial espacios con experiencias sensoriales** que fortalezcan la identidad cervecera, gastronómica y cultural - del Ecuador, donde al mismo tiempo se cuente por medio del diseño interior la historia y esencia de la de la empresa Santana Brewing Company con el objetivo de que este **proyecto no solo sea un punto de consumo**.

La creación tanto de un nuevo espacio de restaurante como para la cata de cervezas se converge con la casa patrimonial ubicada en la parroquia de Guangopolo, que se destaca por medio de su materialidad, lo cual permite integrar la historia y la cultura de Ecuador con identidad de marca.

La elección de la Casa Patrimonial responde a dos factores principales:

- **Rescatar la historia y el contexto** con la producción cervecera de la empresa.
- **Ser una cervecería que aprecia la producción tradicional y sostenible** y busca el vínculo con sus clientes por medio de la experiencia.

En cuanto al **restaurante** estará diseñado para ofrecer una experiencia gastronómica única, en donde el usuario experimente la mezcla tradicional ecuatoriana con espacios que permitirán tener tanto una **experiencia individual como la social**, con mesas que puedan unirse o modularse para cualquier necesidad. En la **cervecería** se busca implementar **áreas de degustación guiadas** en las cuales se incorporarán detalles industriales que cuenten la historia de la producción cervecera.

CAPITULO

2

PROPUESTA

2.1 PROPUESTA

2.2 ARGUMENTO

2.3 TARGET

2.4.1 UBICACIÓN

2.4.2 ANÁLISIS DEL SECTOR

2.4.3 ASOLEAMIENTO

2.4.4 ESTADO ACTUAL

2.5 REFERENTES

2.5.1 FABRICA MORTIZ BARCELONA

2.5.2 LLAMBER BARCELONA

2.1 PROPUESTA

Se propone un **espacio** que **fusiones los aspectos patrimoniales de la vivienda con los industriales**, refiriéndonos a la producción de la cerveza, para **generar una experiencia multisensorial** que va más allá del consumo de cerveza. Este lugar, **inspirado en la Ruta de los Volcanes**, el cual busca demostrar la importancia de estos en la sierra ecuatorial y su impacto en la cultura de la cerveza en Ecuador.

La propuesta se enfoca en los siguientes aspectos :

- **Potenciar el vínculo y reconocimiento de la marca** mediante espacios que engloben los sentidos, en el cual se empleen componentes arquitectónicos que simbolizen la energía del volcán y la tradición de los Andes.
- **Impulsar la cultura de la cerveza en Ecuador** a través de la utilización de materiales predominantes de la casa patrimonial.
- **Demostrar el proceso de producción e industrialización de esta bebida** y su trayectoria, para generar un vínculo entre la fuerza natural de los volcanes y la conversión de los ingredientes de esta bebida artesanal.

2.2 ARGUMENTO

El proyecto nace de la necesidad del **crecimiento de la marca** en un lugar que fortalezca su identidad y reconocimiento dentro del mercado cervecero.

Esto permitirá que **Santana Brewing Company** se **consolide como una marca fuerte dentro del mercado**, no solo en el ámbito cervecero, sino **como un destino cultural y experiencial que rinde homenaje a la historia geológica y cervecera del Ecuador**.

La visión de hacer uso de una casa patrimonial se debe a que esta favorece y aporta a la conservación cultural y **la incorporación de la ruta de los volcanes como eje principal del diseño** a través de elementos arquitectónicos , texturas y materiales inspirados en los volcanes y deshielos andinos. **El espacio se convertirá en una conexión viva entre la tierra, el fuego y la cerveza artesanal.**

2.3 TARGET

El proyecto estará dirigido a :

- Jóvenes y adultos (25-45 años), amantes de la gastronomía y cerveza artesanal, donde puedan disfrutar de una oferta gastronómica y de la cultura cervecera.
- Turistas nacionales e internacionales.
- Eventos corporativos o privados, en donde existan espacios exclusivos y versátiles para reuniones, catas o celebraciones, adaptándose a diversas necesidades.

2.4.1 UBICACIÓN

El proyecto se ubicará en el sector de Guangopolo, en la parroquia del Valle de los Chillos al sureste del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ).

Como se evidencia en la figura, **Guangopolo está rodeado por un conjunto de volcanes y cerros**, integrándose al paisaje andino que caracteriza la identidad geográfica y cultural de Ecuador.

Los volcanes Cotopaxi, Antisana, Cayambe, Pichincha, Corazón, Atacazo y el Iliniza son algunos que circundan esta zona.

Esta localización sitúa a Guangopolo como un lugar crucial en la llamada Ruta de los Volcanes



UIDE - ARQUITECTURA, DISEÑO Y ARTE

La Parroquia de Guangopolo se encuentra ubicada al nororiente de Quito, entre los cerros del Ilaló y Puengasí aproximadamente a 25 minutos de la ciudad.

LATITUD: 0°15'54,66"

LONGITUD: 78°25'16,58" Occidental

ALTITUD: 2400 m.s.n.m

El terreno seleccionado para la cervecería y restaurante de Santana Brewing Company **se encuentra ubicado entre las calles Guayaquil y Jacinto Jijón**.

Este espacio está a 300 metros del taller artesanal de Cedacero.



Arq. Gisella Vega

2.4.2 ANÁLISIS DEL SECTOR

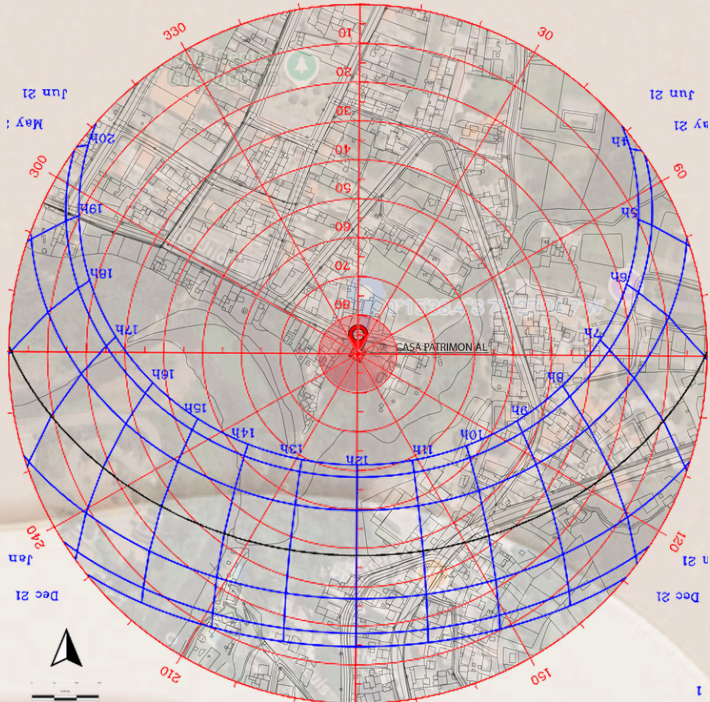
El sector de Guangopolo, actualmente cuenta con solo algunos equipamientos, entre ellos una plaza central, entre otros, un taller artesanal y espacios de comercio. Al contar con pocos equipamientos y poca competencia gastronómica convierte al proyecto en un destino exclusivo y diferenciador dentro del sector. Al posicionarse en un entorno con baja oferta con enfoque al mercado cervecero.

- Equipamientos
- Comercio
- Cultura



2.4.3 ASOLEAMIENTO

Debido a su ubicación geográfica el terreno cuenta con una excelente iluminación natural, ya que no existe a su alrededor no existen construcciones que obstruyan de manera directa en la iluminación natural en el transcurso del día.



2.4.4 ESTADO ACTUAL

La casa patrimonial se interpreta como arquitectura tradicional rural de los Andes, posiblemente de finales del siglo XIX o comienzos del XX, ya que fue construida con los siguientes materiales:

- **Muros de adobe.**
- **Cubierta de dos aguas inclinada,** con estructura de madera y cubierta con teja.
- **Decoración** en dinteles y balcones.
- **Estructura de dos pisos,** con entrada principal y lateral, escalera interna.

La casa patrimonial ubicada en la parroquia de Guangopolo constituida por dos pisos, paredes de adobe, elementos estructurales de madera y una fachada de gran valor histórico representan una base firme para la creación de un programa arquitectónico práctico que satisfaga las necesidades actuales del proyecto y que mantengan su integridad patrimonial.



2.5 REFERENTES

2.5.1 FABRICA MORITZ



- **Ubicación:** Barcelona, España
- **Año de rehabilitación:** 2011
- **Concepto:** Recuperación de una antigua fábrica de cerveza para transformarla en un espacio gastronómico y cultural. (ELLE DECORATION, s.f.)

Conservación de elementos Originales: Se preservaron y rehabilitaron edificaciones históricas, tales como paredes de ladrillo y depósitos de cerveza, destacando la estética industrial.

Fusión de elementos: El uso de acero y vidrio facilita una conexión entre lo antiguo y contemporáneo.

Espacios de uso múltiple: El espacio flexible permite llevar a cabo varias actividades, desde la elaboración de cerveza hasta eventos culturales, utilizando al máximo el uso del espacio.

Estrategia de Iluminación: Uso de luz que resalta las texturas y formas dentro del espacio, generando ambientes cálidos.

La Fábrica Moritz, ubicada en Barcelona, fundada en 1864 por Louis Moritz, quien empezó con la fabricación de cerveza. Después de más de cien años en funcionamiento, la fábrica cerró sus puertas, quedando abandonada hasta que un audaz proyecto de rehabilitación la rescató. Bajo la dirección del arquitecto Jean Nouvel en 2011, el edificio se modificó para convertirse en un centro gastronómico, cultural y cervecero, incorporando una microcervecera, un restaurante y áreas para eventos, todo ello manteniendo los componentes arquitectónicos originales como paredes de ladrillo, estructuras de metal y tanques de fermentación (DiarioDesign, 2011).

Este proyecto se ha establecido como un modelo de cómo la arquitectura patrimonial puede establecer un **diálogo con el legado industrial, honrando la memoria del sitio y rejuveneciéndolo con nuevas aplicaciones** (DiarioDesign, 2011).



2.5 REFERENTES

2.5.1 CAFETERIA LA HUERFANA



- **Ubicación:** Calle Huérfanos 1515, Barrio Cívico, Santiago Centro, Chile. Edificio: Palacio Pereira, Monumento Nacional (1872).

El café actúa como un **lugar de transición entre el entorno urbano y el interior**, revitalizando el edificio patrimonial mediante el uso diario, **fomentando la adopción ciudadana del lugar restaurado**. Esta conexión directa con la calle se asemeja a la propuesta de la casa patrimonial ubicada en Guangopolo, en la que **el valor reside en vincular al usuario con la historia y la arquitectura**. (Ministeri-las Culturas, 2021).

Este proyecto, en contraposición a grandes núcleos culturales, evidencia que una intervención a pequeña escala también puede generar repercusión, siendo económicamente sustentable y técnicamente factible. Su ajuste en un entorno andino como Ecuador sería lógico debido a la similitud de características y clima (La Tercera, 2022).



CAPITULO

3

METAS DE DISEÑO

3.1 METAS DEL DISEÑO (QUE, QUIEN, COMO)

3.2 CONCEPTO Y SUBCONCEPTO

3.3 PROGRAMA

3.4 DIAGRAMA DE ADYACENCIA

3.5 ZONIFICACIÓN - área de servicio -
área pública - área privada - área semi
pública

3.6 DISEÑO ESPACIAL

3.7 MOODBOARD

3.1 METAS DEL DISEÑO

La historia de **Santana Brewing Company** está ligada a la esencia de la ruta de los Andes:

Así como la fermentación transforma estos elementos en una bebida llena de carácter y tradición; también la Sierra es una tierra forjada por el **fuego de los volcanes** y enriquecida por suelos fértiles donde crecen los ingredientes esenciales de la cerveza como la cebada, el lúpulo y el agua pura de los deshielos andinos.

Desde su fundación en 2012, Santana ha sido más que una cervecería; ha sido un testimonio de la pasión artesanal, de la búsqueda constante de perfección y de la conexión con la **identidad ecuatoriana**.

Este nuevo espacio de Santana no será solo un restaurante o una cervecería, sino un espacio en el que converge la cultura andina y de la fuerza volcánica, un punto de encuentro donde los elementos naturales se fusionan en una experiencia sensorial única.

La Ruta de Fuego es una **ruta sensorial** que fusiona la fuerza de los volcanes andinos con el proceso de producción de la cerveza. Este concepto convierte la cervecería en un recorrido donde el fuego, la materia y el tiempo convergen para una experiencia al usuario.

Cada espacio dentro de la cervecería transmitirá este viaje: desde la conexión con la tierra y sus materias primas hasta la culminación en la degustación.



METAS DE DISEÑO

¿QUÉ?



Un espacio que capte la esencia de la Sierra de Ecuador, resaltando la potencia de los volcanes y su vínculo con la cerveza. Se busca que los usuarios tengan una experiencia sensorial en la que se conozca el proceso de producción cervecera, parecido al impacto de los volcanes en la tierra, el cual se representará por medio de :
Materiales y arquitectura que representen la firmeza de la roca volcánica y la intensidad del fuego.
Ambientes sensoriales que incorporen la degustación de los diferentes tipos de cerveza, **texturas** que evoquen un estilo industrial y se incorporen con la materialidad original de la casa
Diseño narrativo, en el que cada lugar contenga una historia acerca de la marca, los Andes y la conexión entre la geografía y la producción de cerveza.

¿QUIÉN?



Amantes de la cerveza artesanal, **turistas y locales** , este espacio invita a sumergirse en un recorrido donde la tradición de los Andes y gusto por esta bebida.

¿CÓMO?



El espacio renovado de Santana Brewing Company simulará la sensación de estar en las cumbres de un volcán y en el proceso de elaboración de cerveza a través de la utilización de materiales, iluminación y ambiente sensorial, garantizando una experiencia única dentro de la casa patrimonial.
Zonificación.
El recorrido se estructurará en **zonas públicas, semi públicas y privadas**, permitiendo una transición fluida desde la acogida hasta la interacción con la producción y la gastronomía.
Materialidad.
Se utilizarán **hormigón visto y revestimiento natural en paredes (adobe visto)**, madera en muebles y metales como acero inoxidable, iluminación tenue y cálida , elementos metálicos que potencien la estética industrial.
Morfología y Experiencia Sensorial.
Los espacios adoptarán formas orgánicas y volúmenes variados, distanciándose de la geometría convencional para invocar la topografía de los volcanes. Se incorporarán espacios que repliquen la fermentación y los componentes de la cerveza.

3.2 CONCEPTO

La **Ruta de Fuego** es un **recorrido sensorial** que combina la potencia de los volcanes con la elaboración artesanal de la cerveza. Este concepto, se inspira en la **energía interna de la tierra** y la producción de esta bebida en un viaje en el que el fuego, la materia y el tiempo se fusionan para proporcionar una experiencia al usuario.

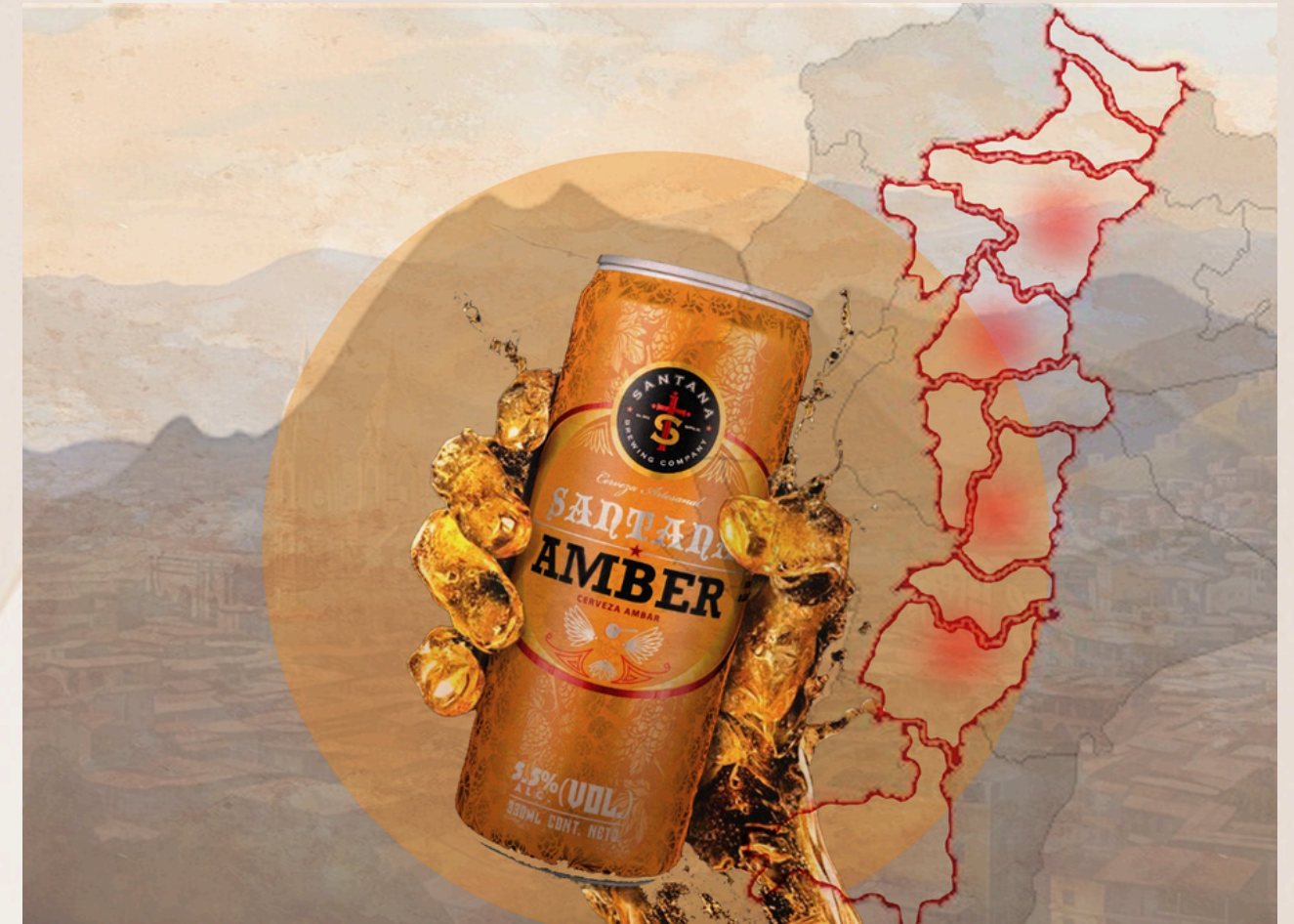
Al igual que la lava se desplaza y configura los paisajes andinos, el proceso de elaboración de cerveza convierte los ingredientes en una bebida única con **identidad y tradición**. Es por eso que cada espacio de la cervecería debe representar esta sensación del proceso volcánico de la sierra ecuatoriana en conjunto con la cultura y tradición de esta.

3.2 SUBCONCEPTO

El diseño del **espacio convierte la energía volcánica en una experiencia sensorial y arquitectónica**. La fábrica de cerveza no solo simboliza un lugar de consumo, sino también un ambiente donde el usuario conozca sobre la transformación de la materia para la producción de la cerveza.

El subconcepto se fundamenta en tres ejes principales:

En la **materia** en constante cambio, en la **inmersión** y **sentidos sensoriales**.



ruta de fuego

3.3 PROGRAMA

El programa arquitectónico "Ruta de Fuego" se ha diseñado para brindar una **experiencia sensorial y temporal**, combinando la tradición de la cerveza con la potencia de la actividad volcánica de los Andes.

Mediante una serie de espacios, **el usuario transitará por diferentes fases que simbolizan la transformación del material**, desde el ingreso que representa la recolección de ingredientes hasta la última degustación de esta bebida.
El proyecto se organiza en tres grados de privacidad:

Público: espacios como ingreso, acogida y degustación en los que el usuario comienza su vinculación con la esencia de la bebida y su relación con los componentes naturales.

Semi público : Espacios de experiencia sensorial y culinaria en los que se explora en profundidad la conexión entre el fuego, la producción de la cerveza y la tradición.

Privado: Áreas de servicio y cocina donde se lleva a cabo el procedimiento técnico de fabricación de cerveza y comida.

RUTA DE FUEGO

		CONCEPTO	ESPACIO	SENSACIÓN	QUE SUCEDE
SEMI PÚBLICO	01	INGRESO DE LAVA	Recepción y Caunter	Calidez y bienvenida	Recepción de clientes, bienvenida con elementos sensoriales. Punto de información
	02	FUEGO LÍQUIDO	Sala de Espera	Conexión con la esencia líquida del fuego	Degustación de cervezas, explicación de sus características.
	03	SANTUARIO DEL FUEGO	Sala de Catas y Experiencia Sensorial	Introspección y descubrimiento de la bebida en cada sorbo	Sesiones guiadas de cata de cervezas, experiencia inmersiva en los sabores de la marca.
	04	CUEVA DEL VOLCÁN	Salón Principal y Área de comensales	Inmersión en la cultura ecuatoriana	Los clientes disfrutan de su comida en un ambiente cálido.
PRIVADO	05	FORJA DEL MAESTRO	Planta de Producción y Fermentación	Respeto por el arte de la fermentación, precisión y alquimia	Observación del proceso de fermentación y producción de la cerveza artesanal.
	06	CRÁTER DEL SABOR	Cocinas y espacios de preparación	Intriga por el calor del fuego y la creatividad gastronómica	Preparación de alimentos con ingredientes locales, espacio de trabajo para chefs

3.3 PROGRAMA

El proyecto contará con una capacidad para 50 personas, el cual se estructurará en dos niveles: planta baja y planta alta, cada una con una superficie aproximada de 90 m². **Los espacios se han dimensionado basándose en su función, equipo, aforo y una circulación principal**, con el objetivo de asegurar su correcta funcionalidad.

El resultado es una propuesta que no solo satisface las demandas operativas de la fábrica de cerveza, sino que también **brinda una experiencia inmersiva que robustece la identidad de la marca y su conexión con la región andina**.

Para el programa arquitectónico y **diseño se toma en cuenta** tanto a los **usuarios como al personal operativo**, y considerando los espacios como cervecería, restaurante y producción, los usos distintos por planta y las regulaciones de diseño arquitectónico para áreas de atención al público.

En **planta baja**, los lugares están principalmente diseñados para la **experiencia directa con la cerveza** que simbolizan área de corta permanencia como área de acogida, degustación, catas, exhibición y producción.

En **planta alta**, cuenta con un **espacio de restaurante, cocina y espacio narrativo (planta de producción)** que simbolizan áreas de larga permanencia. El comedor ha sido concebido para alojar entre 15 y 25 comensales.

PLANTA BAJA

ESPACIO	CÁLCULO	ÁREA m2
RECEPCIÓN Y COUNTER	2,00 m2 Mostrador 4,00 m2 Caunter 5,00 m2 Circulación	11,00 m2
SALA DE ESPERA	1,20 m2 x 5 personas 3,00 m2 Circulación	9,00 m2
SALA DE CATAS	1,25 m2 x 8 personas 5,00 m2 Mobiliario 2,00 m2 Circulación	17,00 m2
PLANTA DE PRODUCCIÓN	12,00 m2 Fermentación 3,00 m2 Pasillos Técnicos	15,00 m2
CERVECERÍA	1,20 m2 x 10 personas 5 m2 Circulación	17,00 m2
BAÑO	2 Inodoros 2 lavamanos	8,00 m2

PLANTA ALTA

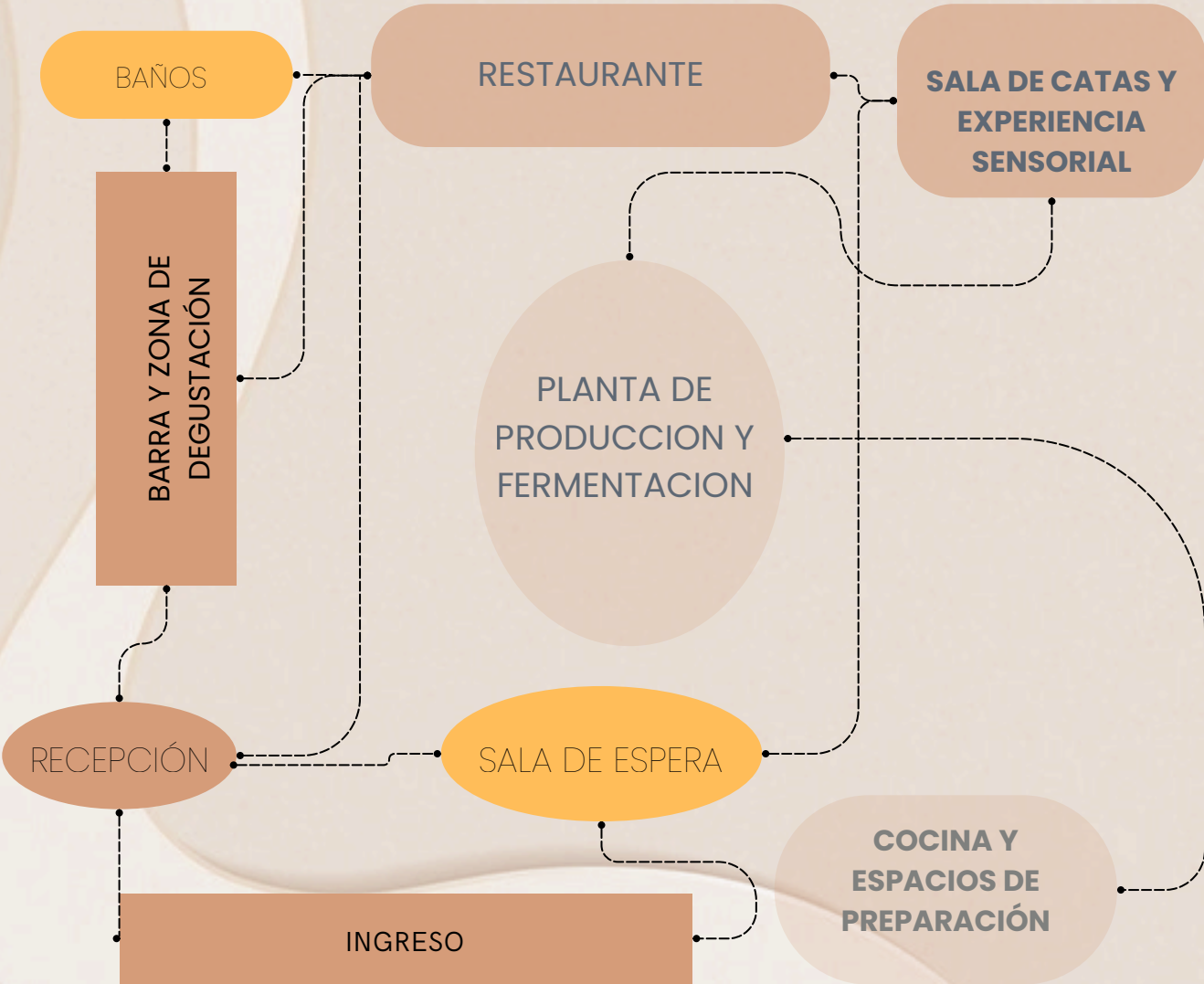
ESPACIO	CÁLCULO	ÁREA m2
RESTAURANTE	2,00 m2 Mostrador 4,00 m2 Caunter 5,00 m2 Circulación	11,00 m2
ÁREA DE COCINA	1,20 m2 x 5 personas 3,00 m2 Circulación	9,00 m2
BARRA DE SERVICIO	1,25 m2 x 8 personas 5,00 m2 Mobiliario 2,00 m2 Circulación	17,00 m2

3.4 DIAGRAMA DE ADYACENCIA

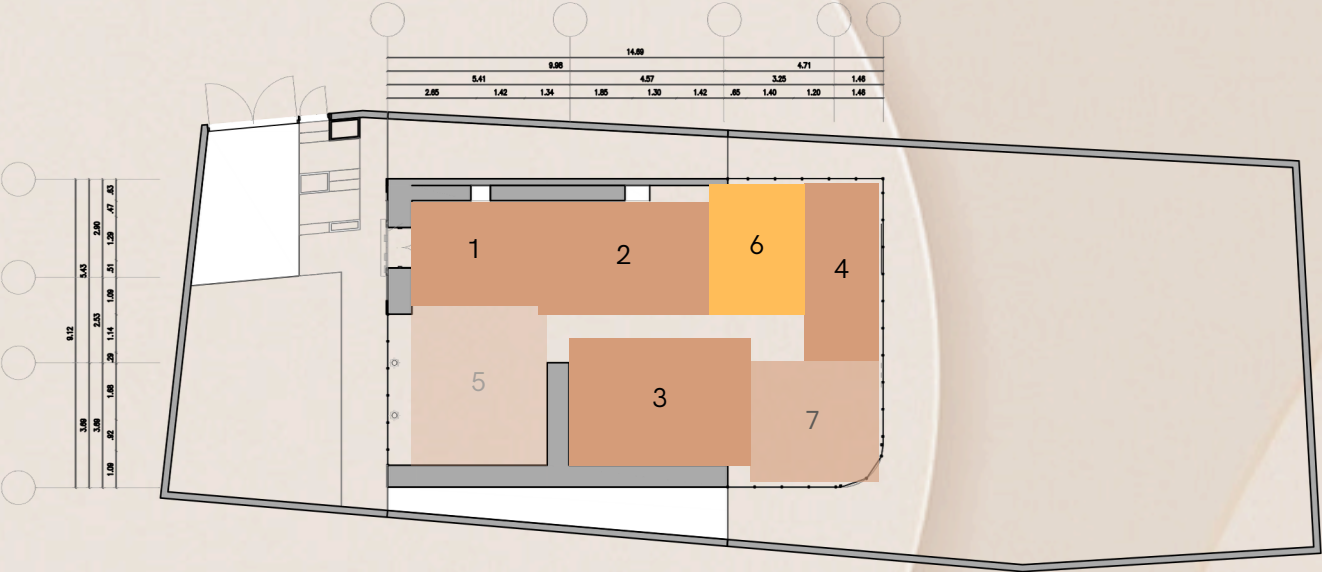
El diagrama de adyacencia ilustra cómo se define la relación entre las áreas del programa según la zonificación.

Esta relación depende de la funcionalidad, es decir, de cómo un área puede abastecer a otra o servir como parte del trayecto para trasladarse a otra zona.

- ESPACIOS PÚBLICOS
- ESPACIOS SEMIPÚBLICOS
- ESPACIOS PRIVADOS
- SERVICIOS



3.5 ZONIFICACIÓN



PLANTA BAJA

- 1. Ingreso / recepción
- 2. Sala de espera
- 3. Barra y zona de degustación
- 4. Circulación vertical
- 5. Planta de producción y fermentación
- 6. Baños
- 8. Sala de catas

- ESPACIOS PÚBLICOS
- ESPACIOS SEMIPÚBLICOS
- ESPACIOS PRIVADOS
- SERVICIOS

La zonificación en la planta baja se basa en una lógica **funcional y experiencial** que estructura los espacios en función con el recorrido del usuario, el flujo de trabajo y las demandas técnicas del programa. Se han organizado los entornos teniendo en cuenta la relación visual entre las zonas públicas y de producción, dando énfasis a la accesibilidad y al orden de los servicios.

Ingreso:

Entrada principal al Proyecto.

Counter / Recepción:

Centro de acogida y servicio al cliente. Incluye espacios de información para el usuario.

Barra y Zona de Degustación:

Zona reservada para la degustación informal de cervezas artesanales. Incorpora barra de enfoque, mobiliario con un estilo industrial y vinculación visual con la producción.

Sala de Catas:

Lugar semipúblico concebido para experiencias sensoriales y guiadas. Dispone de mobiliario diseñado para grupos reducidos y un ambiente especializado.

Planta de producción y fermentación:

Área de producción de cerveza a escala reducida. Su localización facilita una vista parcial del proceso desde el área de degustación, fortaleciendo la narración del proceso cervecero.

Circulación Vertical:

Escalera que une con la segunda planta.

Servicios de Sanitarios / Baños:

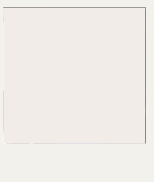
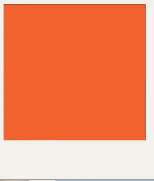
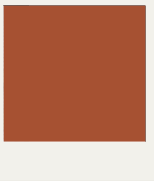
Servicios de higiene accesibles para el público, situados estratégicamente para su utilización sin afectar las áreas de experiencia.

Almacén

Zona de almacenamiento.

3.6 MOODBOARD

I N D U S T R I A L

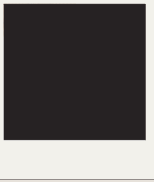
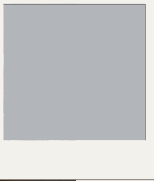


A R T E S A N A L

BREWING COMPANY

SANTANA

Identidad





ADOBE VISTO EN PAREDES

3.6 MATERIAL BOARD



HORMIGÓN PULIDO



ACERO OCCIDADO



PIEDRA TRAVERTINO

CAPITULO

4

4.0 PLANTAS AMOBLADAS

4.1 PLANTAS ACOTADAS

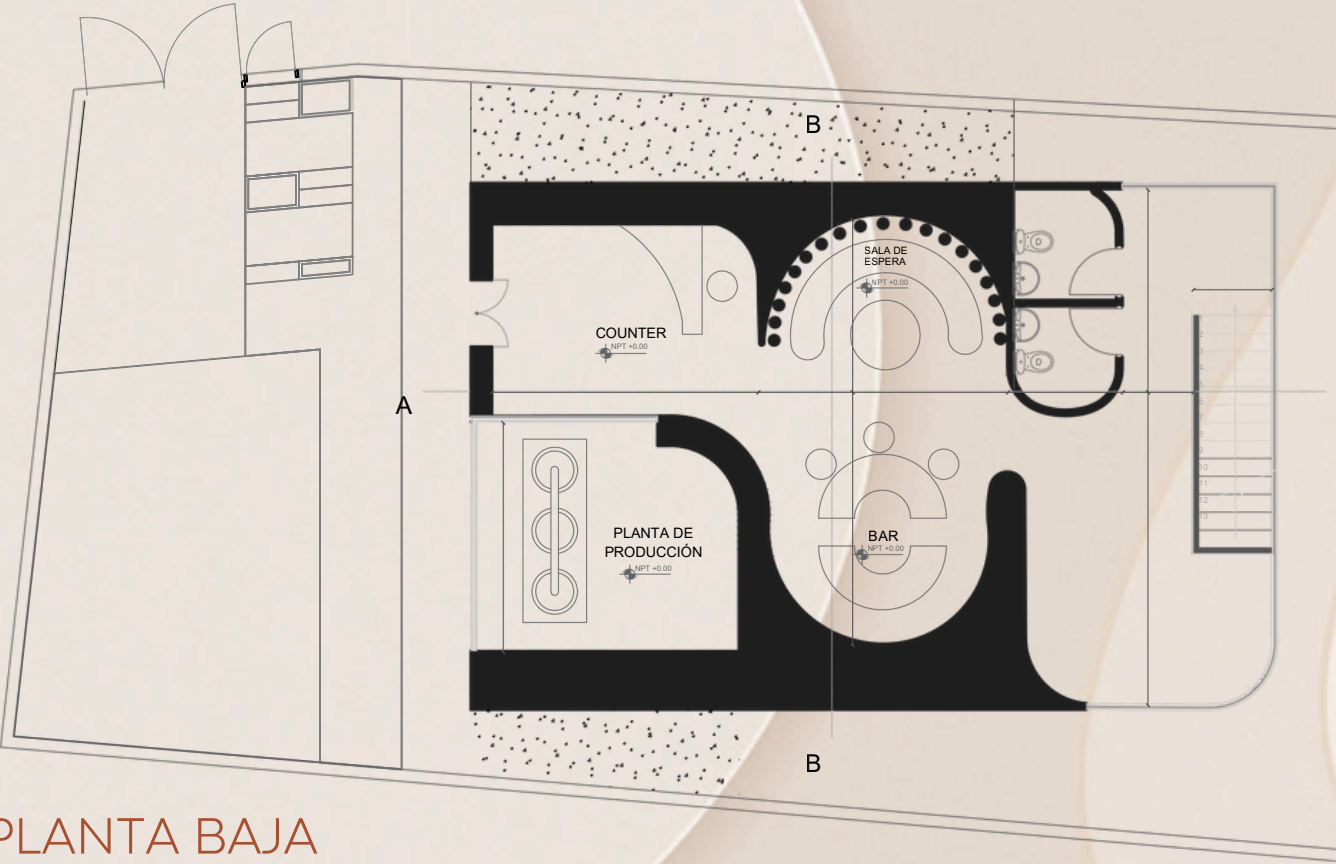
4.2 CORTE LONGITUDINAL

4.3 CORTE TRANSVERSAL

4.4 ELEVACIONES INTERNAS

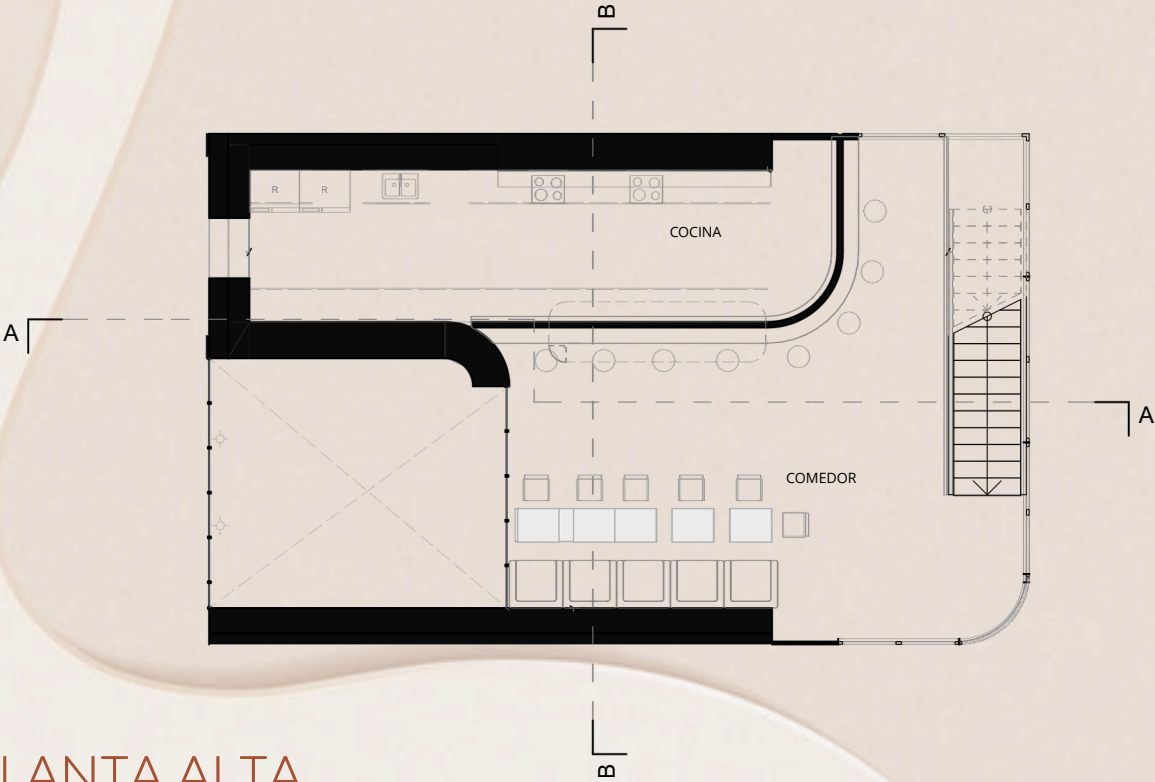
4.5 PLANTA DE TECHOS E ILUMINACIÓN

4.0 PLANTAS AMOBLADAS



PLANTA BAJA

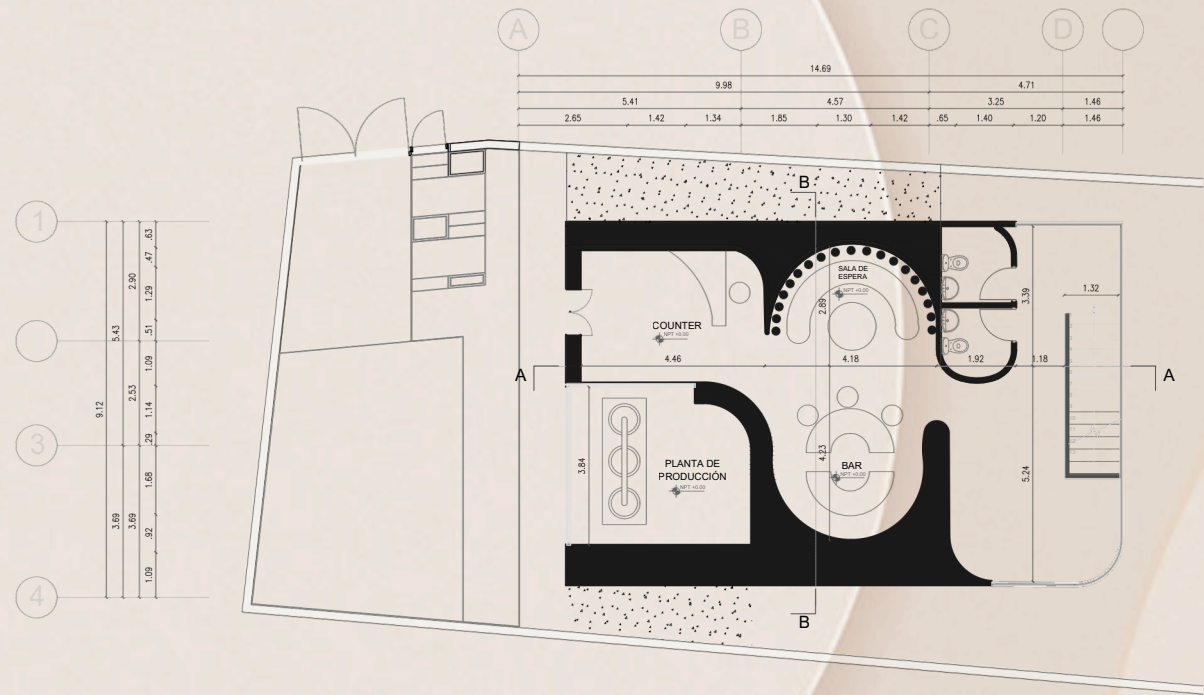
ESC: 1_100
UIDE - ARQUITECTURA, DISEÑO Y ARTE



PLANTA ALTA

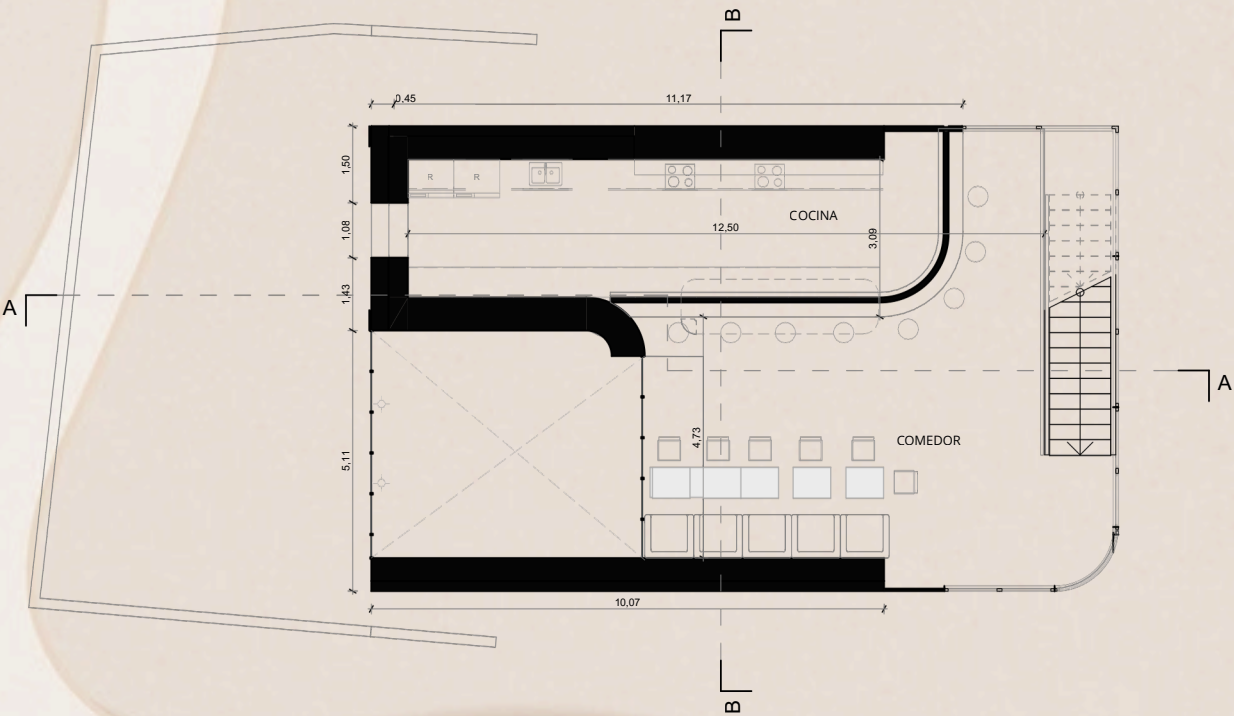
ESC: 1_100

4.1 PLANTAS ACOTADAS



PLANTA BAJA

ESC: 1_100
UIDE - ARQUITECTURA, DISEÑO Y ARTE

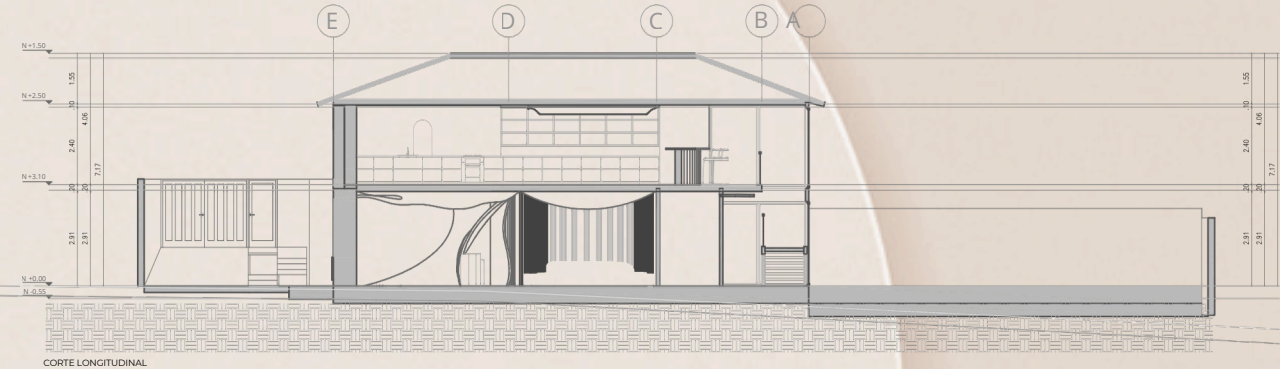


PLANTA ALTA

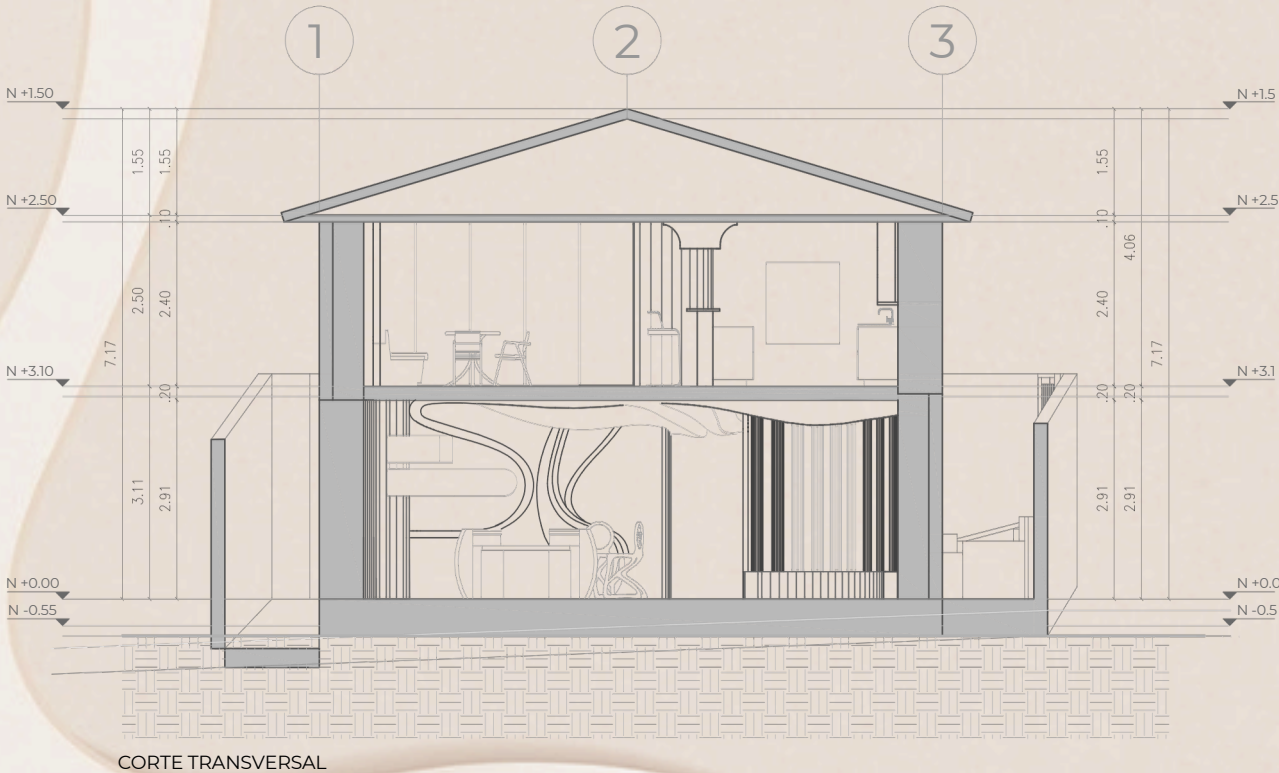
ESC: 1_100

Arq. Gisella Vega

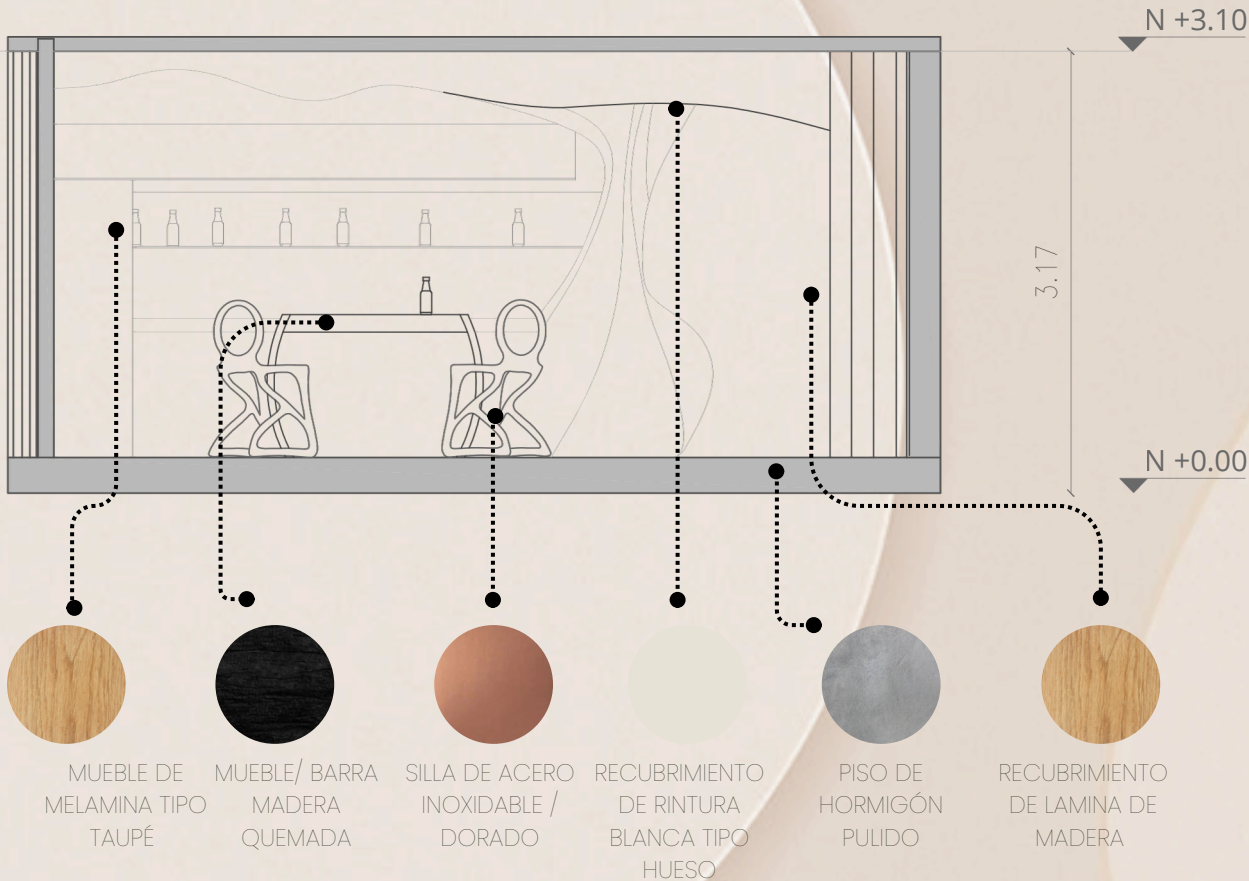
4.2 CORTE LONGITUDINAL



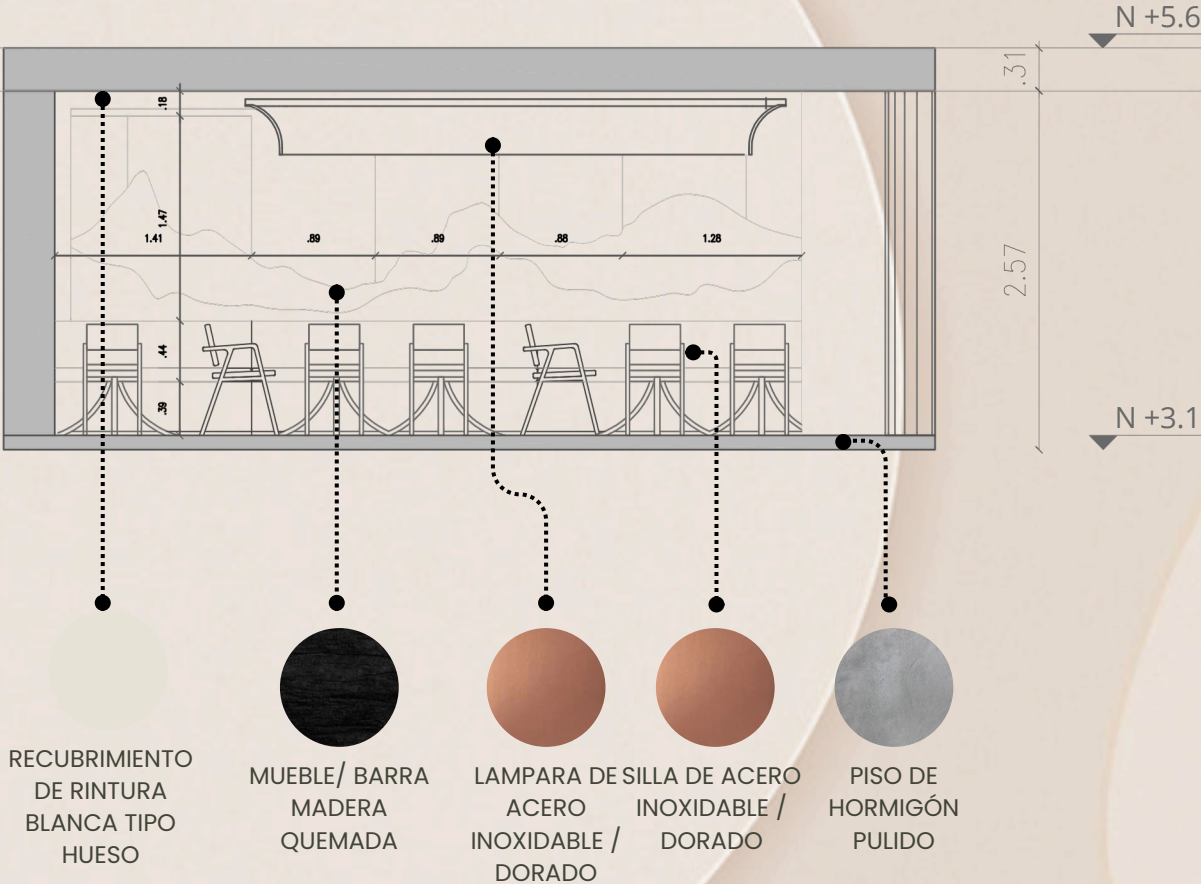
4.3 CORTE TRANSVERSAL



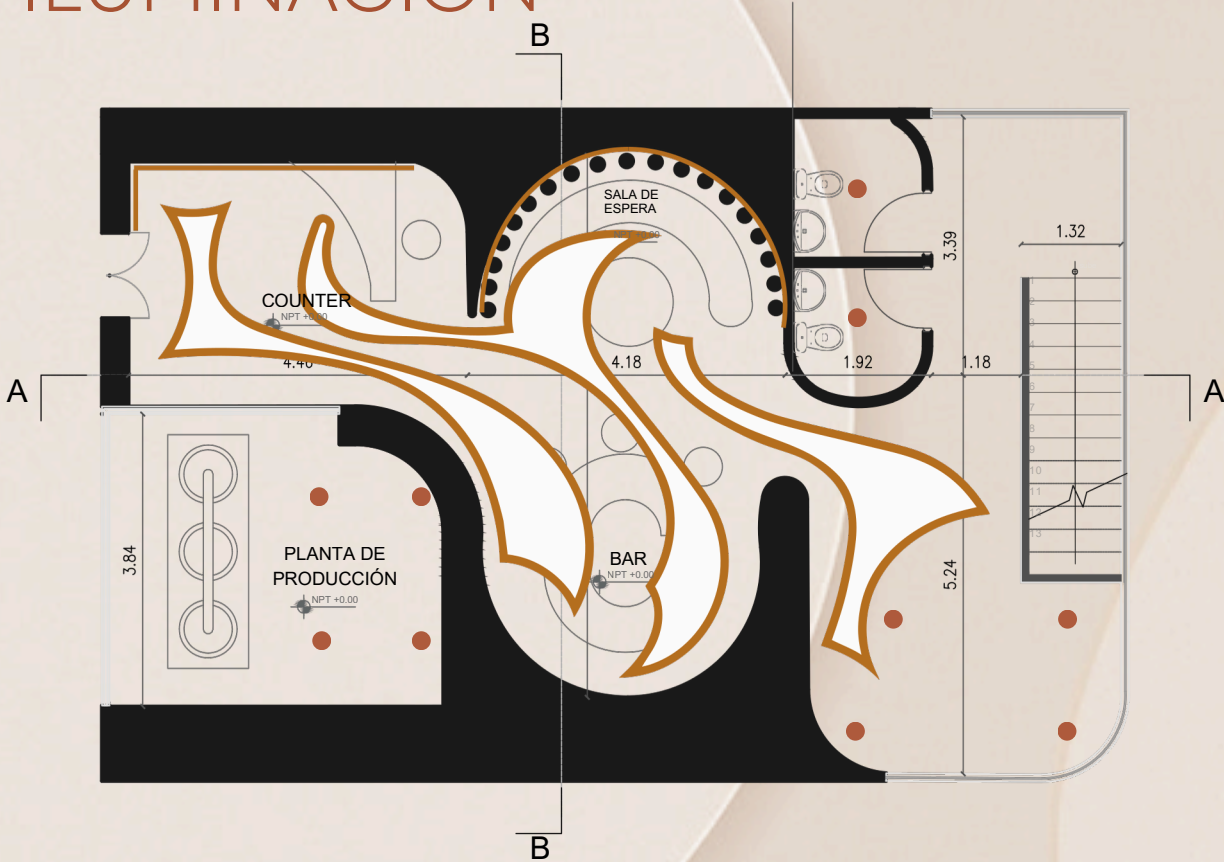
4.4 ELEVACIONES



4.4 ELEVACIONES



4.5 PLANTA DE TECHOS E ILUMINACIÓN



CINTA LED 72W 3000K 140 LEDs/m IP20

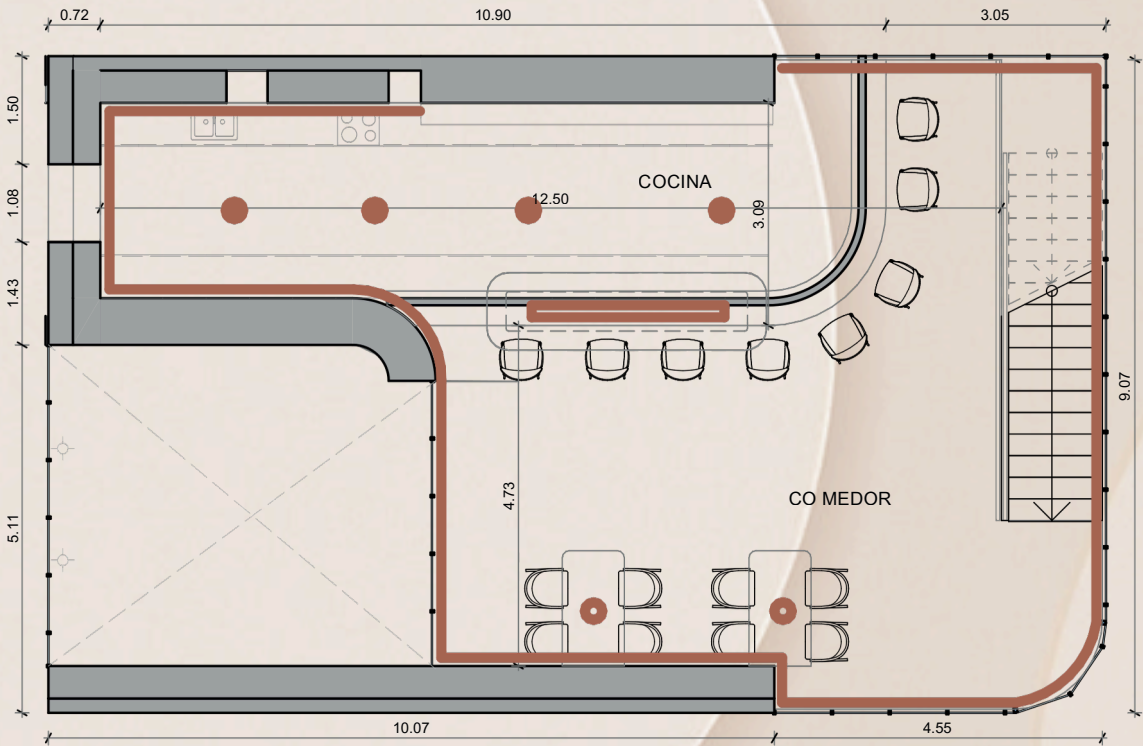


Mini Spot sobrepuesto Izzi de aluminio negro para foco GU10 3000K 140 LEDs/m IP20



PLANTA BAJA

4.5 PLANTA DE TECHOS E ILUMINACIÓN



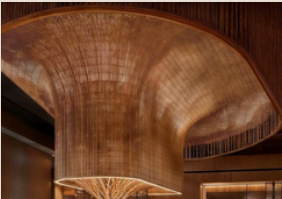
CINTA LED 72W 3000K 140 LEDs/m IP20



Mini Spot sobrepuesto Izzi de aluminio negro para foco GU10 3000K 140 LEDs/m IP20

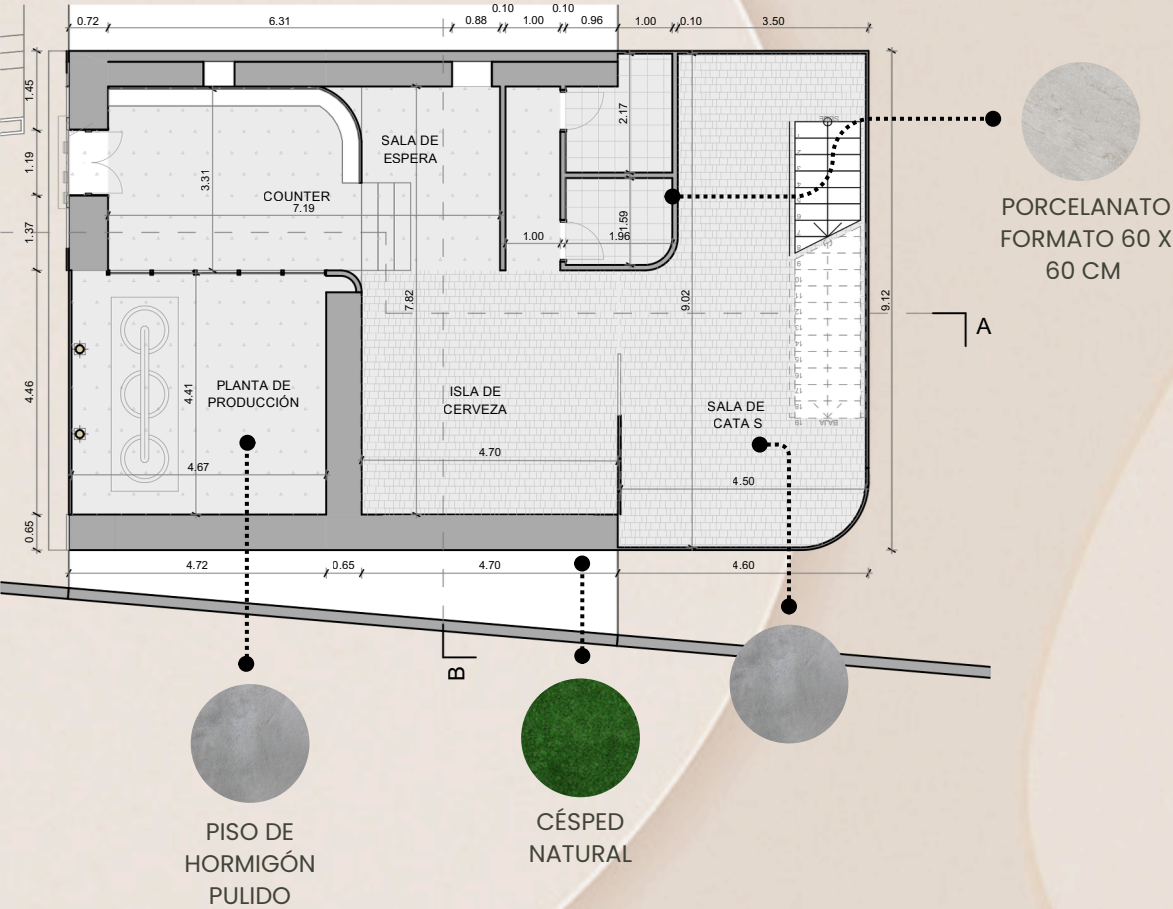


Lámpara metálica para Isla



PLANTA ALTA

4.6 PLANTA DE PISOS



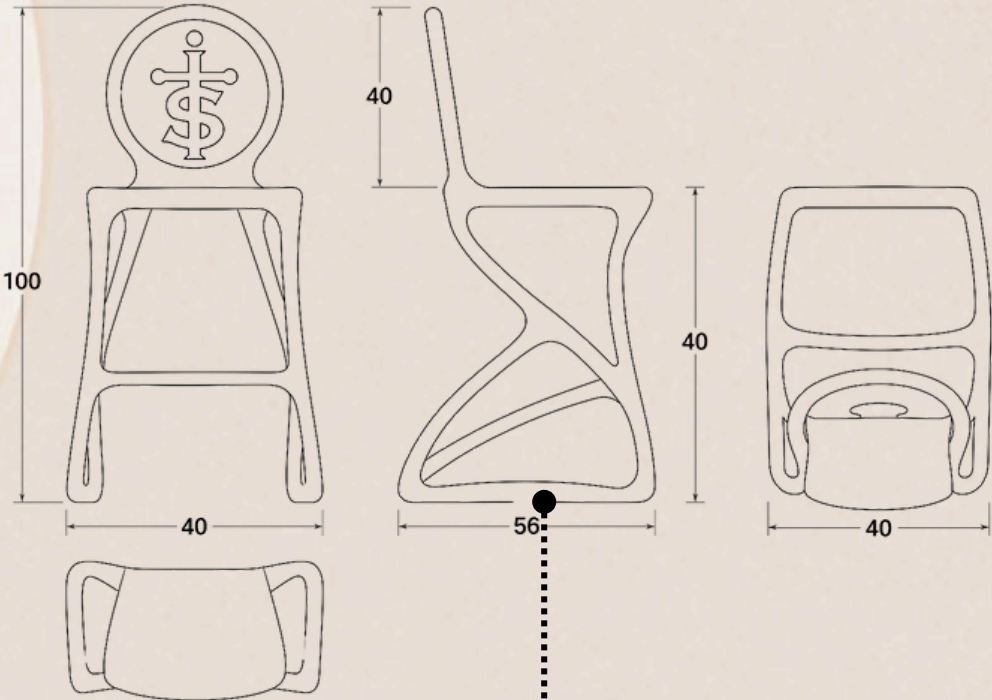
CAPITULO

5

5.0 DESARROLLO DE MOBILIARIO

5.1 RENDERS

5.0 DESARROLLO DE MOBILIARIO



SILLA DE ACERO
INOXIDABLE /
DORADO

SILLA SANTANA

UIDE - ARQUITECTURA, DISEÑO Y ARTE

Arq. Gisella Vega

RESTAURANTE



ISLA CERVECERA



SALA DE ESPERA



RECEPCIÓN/ INGRESO



ISLA CERVECERA



RESTAURANTE



Bibliografía :

DiarioDesign. (2011, 13 diciembre). Jean Nouvel deja su huella en la rehabilitación de la antigua Fábrica Moritz Barcelona. <https://diariodesign.com/2011/12/jean-nouvel-deja-su-huella-en-la-rehabilitacion-de-la-antigua-fabrica-moritz-barcelona/>

Ministerio de las Culturas. (2021). Restauración del Palacio Pereira. Gobierno de Chile. <https://www.cultura.gob.cl/patrimonio/restauracion-palacio-pereira/>

La Tercera. (2022, abril 21). Café La Huérfana: el nuevo imperdible en el Palacio Pereira. Finde La Tercera. <https://finde.latercera.com/comer/cafe-la-huerfana-palacio-pereira/>

Fàbrica Moritz Barcelona. (n.d.). Jean Nouvel.

<https://www.jeannouvel.com/en/projects/fabrica-moritz-barcelona/>

Neufert, E. (2013). Arte de proyectar en arquitectura (18ª ed.). Gustavo Gili.

SENA. (2019). Manual técnico para el diseño e implementación de plantas de producción artesanal de cerveza.

Brewers Association. (2020). Brewery Operations Manual.

<https://www.brewersassociation.org/>

Wikipedia. (s.f.). Restaurante Las Misiones.

https://es.wikipedia.org/wiki/Restaurante_Las_Misiones

Wikipedia. (s.f.). Café de l'Aliança.

https://es.wikipedia.org/wiki/Caf%C3%A9_de_l%27Alian%C3%A7a