



MAESTRÍA DE DISEÑO INTERIOR

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

AUTOR: Jessica Paola Alvarez Monroy

TUTORAS: María Isabel Vintimilla Velásquez
María Lorena Páliz Puente

ANNOA Cosmética

PROYECTO DE DISEÑO INTERIOR PARA ANNOA COSMÉTICA

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

Maestría de Diseño de Interiores
Agosto 2025

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo, **Jessica Paola Alvarez Monroy** declaro bajo juramento, que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional. 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.

Jessica Paola Alvarez Monroy
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
Director de Tesis

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

Dedico este trabajo a mi abuelita Rosaida, por estar siempre a mi lado y ser un ejemplo de fortaleza y cariño; a mi esposo Daniel, por su compañía y apoyo en este logro académico; a mis padres, Esteban y Dora, por su apoyo constante y por enseñarme el valor del esfuerzo; a mis hermanas, Estefany e Ivanna, quienes han sido un pilar en mi vida, brindándome motivación y compañía en este proceso; a mis primos, Pablo y Daniela, por su apoyo sincero en cada etapa de este camino; a mis tíos, Susana y Patricio, por su ayuda y respaldo incondicional.

A todos ustedes, gracias por ser parte de este logro.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Resumen	
Abstract	
1.	CONTEXTO
1.1	Antecedentes.....12
2.	PLANTEAMIENTO
2.1	Propuesta.....16
2.2	Target.....16
2.3	Ubicación y Análisis de sector.....16
	2.3.1 Accesibilidad.....17
	2.3.2 Equipamientos.....17
	2.3.3 Asoleamiento.....18
	2.3.4 Vientos.....19
	2.3.5 Estado Actual.....20
2.4	Referentes.....22
	2.4.1 The Showcase.....22
	2.4.2 The Pure Spa.....24
3.	PROYECTO
3.1	Metas del diseño.....28
3.2	Concepto.....28
3.3	Programa Arquitectónico.....30
3.4	Diagrama de Adyacencias.....31
3.5	Moodboard.....32
3.6	Material Board.....33
3.7	Malla.....34
3.8	Diseño Espacial.....35
3.9	Zonificación.....36
3.10	Circulaciones.....37
3.11	Planta, Elevaciones y Cortes.....38
3.12	Materialidad en elementos

horizontales.....42
3.13 Materialidad en elementos
verticales.....43
3.14 Styling: Caja.....44
3.15 Styling: Consultorio.....45
3.16 Plano de Pisos.....46
3.17 Plano de Techos.....47
3.18 Plano de Iluminación Cielo Raso y
Pisos.....48

4.	MOBILIARIO
5.	RENDERS
5.1	Vistas Isométricas.....58
5.2	Renders.....60

6.	BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS
----	----------------------------

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 01.	Ricard Fuster y Claudia Landívar.....12
Imagen 02.	Local Annoa Cosmética.....13
Imagen 03.	Local Annoa Cosmética.....13
Imagen 04.	Ubicación del sitio.....16
Imagen 05.	Accesibilidad.....17
Imagen 06.	Locales comerciales.....17
Imagen 07.	Negocios de Cosmética.....18
Imagen 08.	Asoleamiento.....19
Imagen 09.	Vientos.....19
Imagen 10.	Fachada del local ANNOA Cosmética.....20
Imagen 11.	Interior del local ANNOA

Cosmética.....	20
Imagen 12. Vista general del interior del local.....	21
Imagen 13. Planta y Corte estado actual.....	21
Imagen 14. Planta The Showcase.....	22
Imagen 15. Sala de espera de The Showcase.....	23
Imagen 16. Recepción de The Showcase.....	23
Imagen 17. Fachada The Showcase.....	23
Imagen 18. Fachada The Pure Spa.....	24
Imagen 19. Patio The Pure Spa.....	24
Imagen 20. Patio Interior The Pure Spa.....	25
Imagen 21. Fachada The Pure Spa.....	25
Imagen 22. Patio Interior The Pure Spa.....	25
Imagen 23. Patio Interior The Pure Spa.....	25
Imagen 24. Frase Conceptual.....	28
Imagen 25. Imagen Conceptual.....	29
Imagen 26. Diagrama de Adyacencias.....	31
Imagen 27. Moodboard.....	32
Imagen 28. Material Board.....	33
Imagen 29. Diagramas de malla principal y secundaria.....	34
Imagen 30. Diagramas de diseño espacial.....	35
Imagen 31. Zonificación y Planta Arquitectónica.....	36
Imagen 32. Esquema de circulaciones.....	37
Imagen 33. Planta Única.....	38
Imagen 34. Elevación.....	38
Imagen 35. Elevaciones y cortes.....	40
Imagen 36. Materialidad en planta.....	42

Imagen 37.	Distribución de materiales en elementos verticales.....43
Imagen 38.	Styling caja.....44
Imagen 39.	Styling Consultorio.....45
Imagen 40.	Planta de Pisos.....46
Imagen 41.	Planta de Techos.....47
Imagen 42.	Planta de Iluminación Cielo Raso y Piso.....48
Imagen 43.	Planta y Elevaciones.....52
Imagen 44.	Vista Isométrica 1.....56
Imagen 45.	Vista Isométrica 2.....57
Imagen 46.	Zona de Escaparates.....58
Imagen 47.	Caja.....59
Imagen 48.	Exhibición de productos.....60
Imagen 49.	Exhibición de productos.....61
Imagen 50.	Consulta.....62
Imagen 51.	Prueba de productos.....63
Imagen 52.	Exhibición de productos.....64
Imagen 53.	Sala de espera.....65
Imagen 54.	Prueba de productos.....66
Imagen 55.	Jardín.....67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01.	Programa arquitectónico.....67
-----------	--------------------------------

Resumen

La presente investigación desarrolla un proyecto de diseño interior para la el local comercial de ANNOA Cosmética, marca ecuatoriana dedicada al bienestar y al cuidado personal, reconocida por su compromiso con ingredientes naturales y prácticas sostenibles. El estudio parte del contexto actual, donde el comercio digital ha desplazado en gran medida a las tiendas físicas, obligándolas a replantearse como espacios de experiencias sensoriales y tecnológicas que fortalezcan la conexión con los usuarios. La problemática identificada radica en la limitada propuesta experiencial del local físico de la marca, lo que reduce el flujo de visitantes y concentra la mayoría de ventas en medios digitales.

Como respuesta, se plantea un proyecto que fusiona naturaleza y tecnología bajo un enfoque biofílico y digital interactivo. La propuesta integra escaparates tecnológicos capaces de realizar diagnósticos básicos de piel y sugerencias personalizadas, combinados con un diseño interior sensorial donde los elementos naturales (vegetación, texturas orgánicas, iluminación cálida) se articulan con recursos tecnológicos, generando una experiencia inmersiva. El concepto se inspira en la analogía entre circuitos electrónicos y vegetación, trasladada al diseño espacial mediante formas curvas, materiales naturales y soportes tecnológicos.

El desarrollo incluye la definición de un programa arquitectónico dividido en áreas públicas, semipúblicas y privadas, así como estrategias de iluminación, ventilación natural y materialidad coherentes con la sostenibilidad y la identidad de la marca. El resultado es un espacio que no solo promueve la venta de productos, sino que también construye vínculos emocionales con el usuario, posicionando a ANNOA Cosmética como un referente en la innovación del retail consciente en Ecuador.

Palabras clave: Diseño de interiores, retail, biofilia, tecnología, experiencia sensorial.

Abstract

This research develops an interior design project for the commercial space of ANNOA Cosmética, an Ecuadorian brand dedicated to wellness and personal care, recognized for its commitment to natural ingredients and sustainable practices. The study arises from the current context in which digital commerce has largely displaced physical stores, forcing them to redefine themselves as sensory and technological spaces that strengthen customer engagement. The identified problem lies in the limited experiential proposal of the brand's physical store, which reduces visitor flow and concentrates most sales in digital channels.

As a response, the project proposes a fusion of nature and technology under a biophilic and interactive digital approach. The proposal integrates technological showcases capable of performing basic skin diagnostics and providing personalized suggestions, combined with a sensory interior design where natural elements (vegetation, organic textures, warm lighting) are articulated with technological resources to create an immersive experience. The concept is inspired by the analogy between electronic circuits and vegetation, translated into spatial design through curved forms, natural materials, and technological supports.

The development includes the definition of an architectural program divided into public, semi-public, and private areas, as well as lighting strategies, natural ventilation, and materiality consistent with sustainability and the brand's identity. The result is a space that not only promotes product sales but also builds emotional connections with users, positioning ANNOA Cosmética as a benchmark for innovation in conscious retail in Ecuador.

Keywords: Interior design, retail, biophilia, technology, sensory experience.

01 | Contexto

1. CONTEXTO

1.1. Antecedentes

Hoy en día, la tecnología ha transformado la manera en que los usuarios interactúan con los espacios comerciales; las tiendas físicas enfrentan el reto de ofrecer experiencias innovadoras que les permitan diferenciarse frente al avance del comercio digital (PuroMarketing, 2025). La digitalización ha generado un cambio significativo en los hábitos de compra, favoreciendo a las plataformas en línea por su comodidad, personalización y accesibilidad (Imascono, 2025).

Según Kotler y Keller (2006), el comportamiento del usuario ha evolucionado hacia la búsqueda de inmediatez y personalización, factores que el comercio online ha sabido aprovechar. Esta transformación ha impactado directamente la afluencia de visitantes en las tiendas físicas, disminuyendo su relevancia si no integran estrategias adaptadas a la nueva demanda (MJV Innovation, 2024).

Ante este contexto, las marcas han comenzado a implementar estrategias que fusionen lo digital con lo presencial, incorporando tecnologías que atraigan al usuario desde la experiencia (CAAD Design, 2024). La clave radica en transformar los espacios comerciales en entornos envolventes, donde el diseño, la tecnología y los estímulos sensoriales generen vínculos emocionales y fidelicen al cliente (Design Comercial, 2025; TDStudio, 2024).

La marca y su filosofía

ANNOA Cosmética es una marca ecuatoriana dedicada al bienestar y al cuidado personal, reconocida por su compromiso con el uso de ingredientes naturales y formulaciones que respetan tanto la piel como el medio ambiente (Annoa Cosmética, s.f.). Fue fundada por los químicos Ricard Fuster y Claudia

Landívar, quienes integran conocimientos en Química, Bioquímica, Botánica, Dermofarmacia y Cosmetología para crear productos conscientes y eficaces (Annoa Cosmética, s.f.).

Actualmente, ANNOA opera en canales digitales como: Instagram, Facebook y su página Web, y además, en su tienda física en la ciudad de Cuenca. Uno de sus principios fundamentales es promover un estilo de vida saludable, comprendiendo el autocuidado como parte integral del bienestar (Annoa Cosmética, s.f.).

La marca también prioriza la calidad de la materia prima y la transparencia en la formulación, garantizando que cada ingrediente cumpla con altos estándares de calidad y responsabilidad ecológica. Esta filosofía responde a la creciente tendencia del consumo consciente, en la que los consumidores buscan productos eficaces, sostenibles y éticamente producidos (Annoa Cosmética, s.f.).



Imagen 01. Ricard Fuster y Claudia Landívar.
Fuente: Annoa Cosmética (s.f.)

Problemática

La principal problemática de ANNOA radica en la falta de una experiencia de usuario innovadora en su tienda física. Actualmente, el espacio comercial se limita a la exhibición de productos, sin ofrecer un enfoque en el compromiso e interacción con el usuario, tal como se puede observar en la imagen 02 y 03.

La falta de esta experiencia, ha provocado que la mayoría de las ventas se generen a través de su plataforma digital y canales como Facebook e Instagram, mientras que el flujo de visitantes en la tienda física, sigue siendo bajo.

Por este motivo, la falta de elementos innovadores en el punto de venta reduce significativamente el potencial de atraer usuarios y generar una experiencia de compra en el local físico. Esta limitación impide fortalecer el vínculo con los usuarios y transmitir con claridad los valores y la identidad de la marca.

Solución

Como respuesta a la problemática planteada, se propone un modelo de compra que traslada las ventajas del entorno digital al espacio físico, fusionando lo mejor de ambas experiencias. Esta propuesta integra la comodidad y personalización del comercio digital con una experiencia sensorial inmersiva dentro del local. La solución contempla el uso de escaparates tecnológicos interactivos y un diseño biofílico que conecta al usuario con la naturaleza, creando un ambiente acogedor y estimulante. En conjunto, estos elementos buscan transformar la experiencia de compra en una interacción más dinámica, memorable y alineada con los valores de bienestar y conciencia de la marca.



Imagen 02. Local Annoa Cosmética.
Fuente: Annoa Cosmética (s.f.)



Imagen 03. Local Annoa Cosmética.
Fuente: Annoa Cosmética (s.f.)

P. 14

P. 15

02 | Planteamiento

2. PLANTEAMIENTO

2.1. Propuesta

La propuesta para ANNOA Cosmética parte de trasladar el modelo de compra digital a un espacio físico, fusionando lo mejor de ambos mundos para ofrecer una experiencia única al usuario.

Una de las principales innovaciones en el diseño del local es la incorporación de escaparates tecnológicos interactivos, que permiten a los usuarios explorar digitalmente los productos antes de ingresar. Estos dispositivos no solo muestran el catálogo, sino que también realizan un análisis general del tipo de piel, ofrecen previzualizaciones de los productos aplicados y sugieren opciones personalizadas. Una vez dentro, el usuario se encuentra con un espacio diferente a lo tradicional: un ambiente donde se combinan aromas naturales, sonidos y texturas orgánicas que estimulan los sentidos. La experiencia aparte de la zona de exposición, se complementa con zonas de consulta y prueba de productos, demostraciones digitales y atención personalizada, integrando tecnología, bienestar y naturaleza en un mismo lugar.

2.2. Target

El público objetivo de ANNOA Cosmética está compuesto por personas comprometidas con el bienestar, la sostenibilidad y la tecnología. Son usuarios que buscan experiencias de compra innovadoras, interesándose por productos que promuevan un estilo de vida saludable y que se alineen con sus valores.

2.3. Ubicación y Análisis del sector

Actualmente, ANNOA Cosmética cuenta con una tienda física en la ciudad de Cuenca, ubicada en la esquina de las calles Luis Moreno Mora y Carlos Veintimilla. Sin embargo, para el desarrollo de esta tesis se plantea como referencia un nuevo local en el Distrito Metropolitano de Quito, específicamente

dentro del Centro Comercial La Tejedora, un distrito creativo que reúne una variada oferta comercial, cultural y gastronómica, ver imagen 04.

La Tejedora es una antigua fábrica textil construida en 1947 en Cumbayá, que con el paso del tiempo ha sido transformada en un espacio lleno de vida, creatividad y emprendimientos locales. Su ubicación entre la avenida Oswaldo Guayasamín y la Ruta Viva le permite conectar con zonas residenciales, comerciales y culturales del sector (BAQ, 2018).

El complejo ha conservado su arquitectura industrial original, adaptándola para acoger a más de 90 negocios vinculados al arte, diseño, gastronomía, deporte y cultura. Muchos de sus espacios se abren hacia el exterior, generando una atmósfera amigable, natural y fluida. Además, la reutilización de materiales originales ha permitido mantener la esencia del lugar y construir una identidad visual coherente y auténtica (BAQ, 2018).



Imagen 04. Ubicación del sitio.
Fuente: Elaborado por el autor (2025)

2.3.1. Accesibilidad

El Centro Comercial La Tejedora ofrece excelente accesibilidad tanto para transporte público como privado. Cuenta con dos accesos principales, que permiten el ingreso peatonal y vehicular desde la Av. Oswaldo Guayasamín y la calle La Praga. La Av. Oswaldo Guayasamín, una de las vías más importantes de la zona, dispone de varias paradas de autobús cercanas; la más próxima se encuentra a 20 metros del ingreso al centro comercial, lo que facilita el acceso para quienes optan por el transporte público. Además, La Tejedora cuenta con varios estacionamientos destinados a clientes y empleados, garantizando comodidad para quienes utilizan vehículo propio.

Desde el ingreso principal, el local se ubica a una distancia aproximada de 80 metros, lo que permite un recorrido ágil y accesible, ver imagen 05.

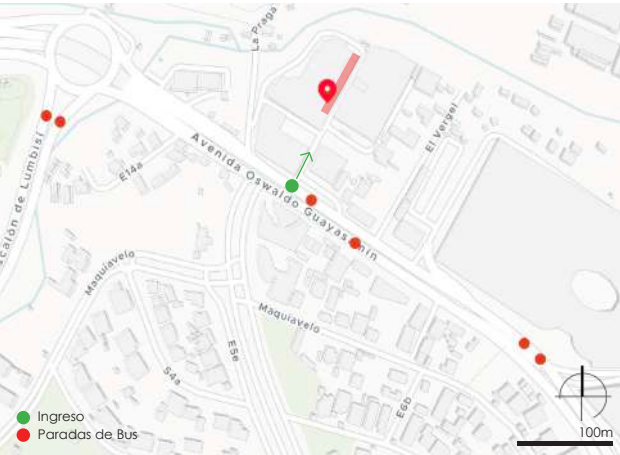


Imagen 05. Accesibilidad.
Fuente: Elaborado por el autor (2025)

2.3.2. Equipamientos

En un radio de 500 metros alrededor del Centro Comercial La Tejedora se identificaron 268 establecimientos comerciales, lo que confirma una alta concentración de actividades económicas en el entorno inmediato, ver imagen 06 (AINO, s.f.).

La presencia de estas actividades refuerzan la viabilidad del proyecto, ya que se inserta en un contexto con alto potencial de consumo, conectividad peatonal y negocios. Este mapeo de locales comerciales permite entender el proyecto no como un punto aislado, sino como parte de una red urbana dinámica que favorece la afluencia de público y la interacción entre servicios.



Imagen 06. Locales Comerciales.
Fuente: Elaborado por el autor (2025)

Además del mapeo general de actividades comerciales en el entorno, fue relevante identificar establecimientos vinculados específicamente con la cosmética natural.

A través de una búsqueda espacial enfocada en el área de estudio, se localizaron tres tiendas de cosméticos naturales dentro de un radio de 500 metros, ver imagen 07 (AINO, s.f.). Dos de estos comercios se encuentran en el Centro Comercial Scala, mientras que en La Tejedora no se registró la presencia de ningún local con esta categoría.

Con base en estos datos, se refuerza la pertinencia del proyecto ANNOA Cosmética, al insertarse en un contexto con potencial de mercado, pero aún con espacio para propuestas diferenciadas.

La identificación de estos puntos de interés permite entender tanto la competencia directa como las oportunidades para posicionar estratégicamente el local dentro del tejido comercial actual.



Imagen 07. Negocios de Cosmética.
Fuente: Elaborado por el autor (2025)

2.3.3. Asoleamiento

El local de ANNOA Cosmética tiene una forma rectangular y cuenta con una única fachada larga orientada hacia el sureste. Esta orientación permite el ingreso de luz natural durante las primeras horas del día, especialmente en los meses intermedios del año.

Para el análisis de asoleamiento se consideraron dos fechas clave: el 21 de diciembre y el 21 de junio, correspondientes a los solsticios de verano e invierno respectivamente.

Como se puede ver en la imagen 08, durante el solsticio de diciembre, cuando el sol se encuentra más al sur, la fachada sureste recibe una mayor incidencia solar en las mañanas, lo que favorece la entrada de luz directa, aspecto que debe considerarse para el diseño de la tienda.

Por otro lado, como se puede ver en la imagen 08, durante el solsticio de junio, el sol se desplaza hacia el noreste, por lo que la iluminación sobre esta fachada es más tangencial y principalmente difusa. A lo largo del año, esta orientación permite aprovechar adecuadamente la luz matutina, sin generar sobrecalentamiento ni deslumbramientos, contribuyendo así a un ambiente interior confortable y coherente con el enfoque de diseño biofílico del proyecto.

En conclusión, se considera que la orientación sureste del local permite un buen equilibrio entre iluminación natural y confort térmico, aprovechando la luz suave de las mañanas sin exponer el interior a una radiación excesiva durante las horas de mayor calor.

Este análisis favorece la implementación de estrategias pasivas de iluminación y ventilación, reduciendo la necesidad de climatización artificial y reforzando el enfoque sostenible y biofílico del diseño de ANNOA Cosmética.

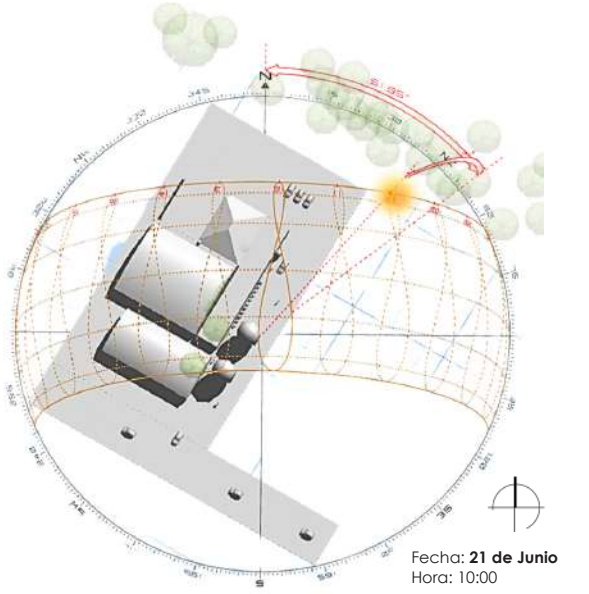
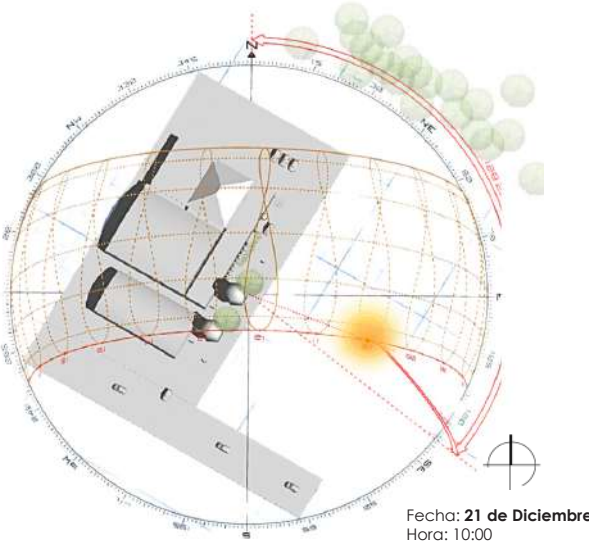


Imagen 08. Asoleamiento.
Fuente: Elaborado por el autor (2025)

2.3.4. Vientos

Los vientos predominantes en la zona provienen principalmente del sureste, con vientos secundarios del noroeste (Properati, 2021)

Esta información es relevante para el diseño con el fin de optimizar la ventilación natural. Los ventanales en la fachada principal pueden ser ubicados para captar los vientos del sureste, favoreciendo la circulación de aire y manteniendo el espacio fresco y confortable durante las horas más calurosas del día.

Además, los vientos del noroeste pueden ser dirigidos hacia el interior del local, contribuyendo a la creación de una ventilación natural que promueve un ambiente sin depender completamente de sistemas de climatización artificial, mejorando la eficiencia energética y la sostenibilidad del espacio.

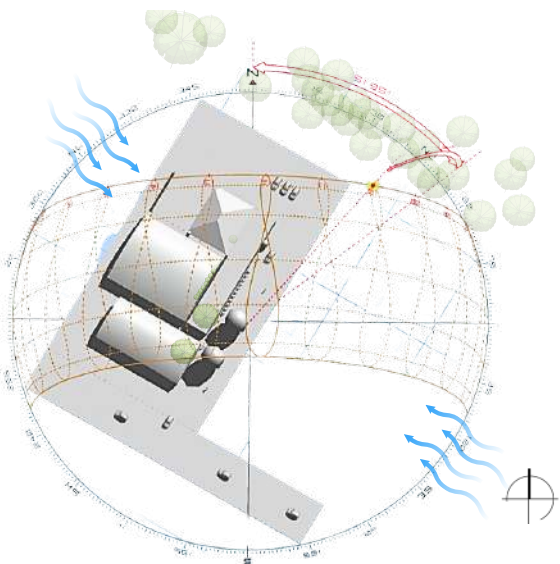


Imagen 09. Vientos.
Fuente: Elaborado por el autor (2025)

2.3.5. Estado Actual

El local destinado a ANNOA Cosmética tiene un área de 190 m² y al formar parte de La Tejedora, hay que considerar que en el pasado funcionó como espacio industrial, donde operaban fábricas de textiles, llantas y otros productos.

Aunque ese carácter industrial ha sido transformado con el tiempo, todavía se perciben ciertos elementos que le dan un toque particular al espacio. Actualmente, el local se presenta como una extensión renovada del complejo.

Por la forma rectangular del espacio y tener una sola fachada, tiene ventanales a lo largo de toda su longitud, combinados con detalles en madera que aportan calidez y un estilo más contemporáneo.

Como se puede ver en la imagen 10, el acceso principal se ubica frente a la calle de acceso al complejo, lo cual, facilita la visibilidad, el ingreso y conexión con el resto locales comerciales.

En el interior, la estructura mantiene una cubierta metálica expuesta, sin cielo raso, lo que ayuda a dar amplitud y una estética limpia. Sin embargo, al tratarse de una cubierta de zinc, durante los meses más cálidos se generan temperaturas elevadas que afectan el confort del espacio, ver imagen 11.

El piso conserva un acabado rústico que mantiene parte de la esencia original del lugar, y la distribución interna es flexible como para adaptarse a las necesidades de ANNOA Cosmética, ver imagen 12.

Por último, como se puede ver en la imagen 13, se incluye el estado actual del local, que muestra la distribución arquitectónica existente, así como un corte transversal que permite registrar y comprender las alturas actuales del espacio comercial.



Imagen 10. Fachada del local ANNOA Cosmética.
Fuente: Rivadeneira (2025)



Imagen 11. Interior del local ANNOA Cosmética.
Fuente: Rivadeneira (2025)



Imagen 12. Vista general del local.
Fuente: Rivadeneira (2025)

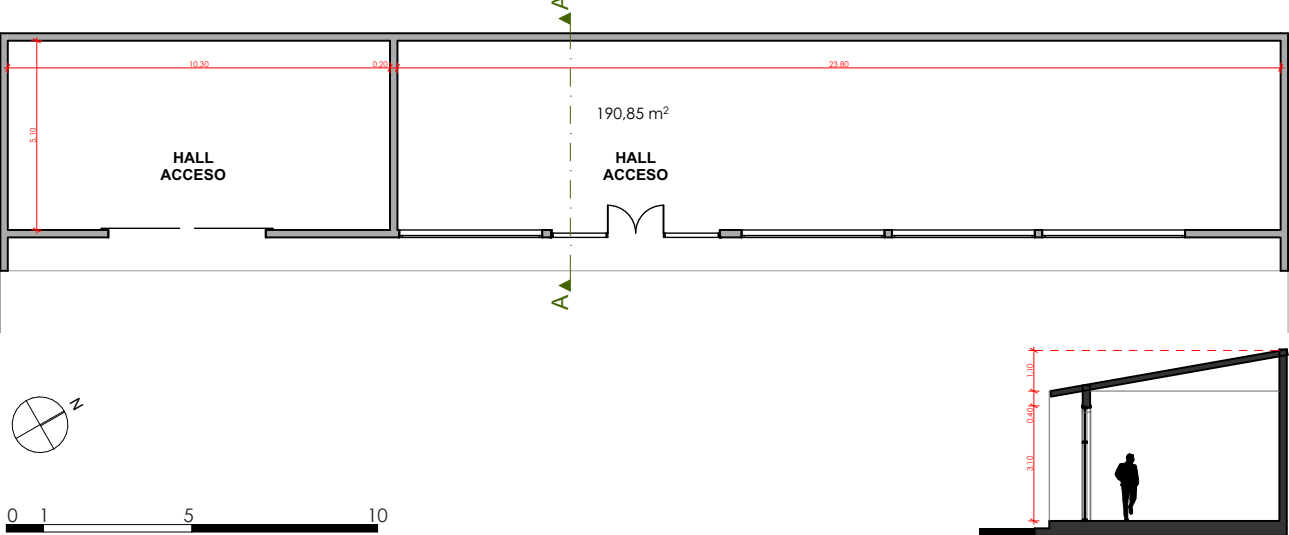


Imagen 13. Planta y Corte estado actual.
Fuente: Elaborado por el autor (2025)

2.4. Referentes

2.4.1. The Showcase

Arquitectos: DPA Design Studio
Año: 2024
Ubicación: Ahmedabad India

The Showcase, diseñado por DPA Design Studio, representa una referencia interesante para ANNOA Cosmética por su capacidad de integrar tecnología y arquitectura en un entorno comercial innovador.

El proyecto también destaca por su uso de un diseño fluido y paramétrico que da lugar a espacios envolventes y dinámicos. Este lenguaje orgánico se combina con elementos rectilíneos: en planta, la geometría se percibe lineal, mientras que en tres dimensiones el espacio adquiere una forma completamente orgánica.

Esta dualidad entre estructura y percepción espacial ofrece un enfoque que puede adaptarse a la propuesta sensorial de ANNOA Cosmética, al permitir que ambas atmósferas convivan dentro del mismo recorrido (Panjwani, 2024).

Además, uno de sus principales aportes es la incorporación de la tecnología FEFS de membrana celular, que permite optimizar la estructura del espacio al tiempo que mejora la interacción ambiental, funcionando como un ecosistema integrado dentro del contexto urbano (Panjwani, 2024).

Esta estrategia resulta particularmente relevante para ANNOA, ya que comparte el interés por fusionar lo físico y lo digital, con el objetivo de enriquecer la experiencia de usuario desde el exterior hasta el interior del local (DPA Design Studio, 2024).

Por último, el uso de materiales como concreto de espuma maleable en la fachada y pavimentos de terrazzo sin juntas refuerza el vínculo entre naturaleza y tecnología (DPA Design Studio, 2024). Además, la combinación de estructuras orgánicas con mobiliario integrado potencia la experiencia inmersiva, un valor que puede ser aprovechado por ANNOA Cosmética, que no solo busca comercializar productos cosméticos, sino también ofrecer una experiencia de compra innovadora, sensorial y coherente con su concepto bio-tecnológico (DPA Design Studio, 2024).

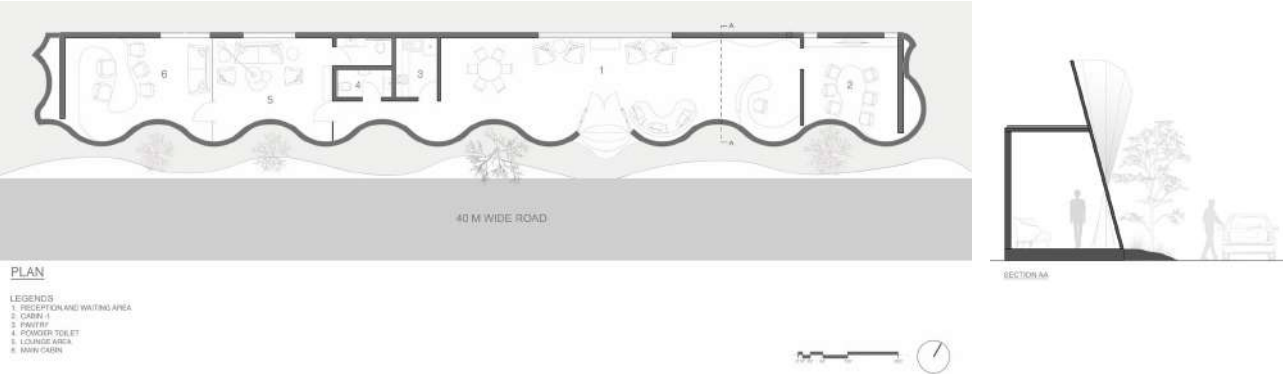


Imagen 14. Planta The Showcase.
Fuente: DPA Design Studio (2024)



Imagen 15. Sala de espera de The Showcase.
Fuente: DPA Design Studio (2024)



Imagen 16. Recepción de The Showcase.
Fuente: DPA Design Studio (2024)



Imagen 17. Fachada The Showcase.
Fuente: DPA Design Studio (2024)

2.5. The Pure Spa

Arquitectos: MIA Design Studio
Año: 2024
Ubicación: Da Nang, Vietnam

The Pure Spa, diseñado por MIA Design Studio, es un referente para ANNOA Cosmética por la forma en que integra la naturaleza con la arquitectura, especialmente en su uso de jardines y elementos naturales para generar una experiencia sensorial (MIA Design Studio, 2024). Aunque el diseño de interiores no interviene estructuralmente en la fachada, sí puede inspirarse en su tratamiento visual y material, integrando filtros, transparencias, vegetación vertical y juegos de luz para transformar la percepción desde el interior. En este sentido, el diseño de The Pure Spa propone un diálogo directo con el entorno, mediante jardines exteriores, estanques y vegetación que transforman los espacios en refugios de bienestar (MIA Design Studio, 2024).

Este enfoque es relevante para ANNOA, que también busca ofrecer un ambiente donde el autocuidado y la experiencia sensorial estén presentes más allá de la función comercial. La incorporación de jardines colgantes y vegetación en zonas de circulación refuerza una aproximación biofílica, en la que la naturaleza se convierte en parte activa del espacio (MIA Design Studio, 2024). En el caso de ANNOA, esta referencia resulta especialmente útil para el desarrollo del interior, donde se puede aplicar la integración natural, uso de agua y ambientación contemplativa, generando un punto de conexión dentro del local.

Además, The Pure Spa destaca por sus estrategias sostenibles, como la ventilación natural cruzada y el uso de plantas locales, lo que permite mantener la frescura del interior sin depender de sistemas artificiales de climatización (MIA Design Studio, 2024). Su fachada de celosías y jardines verticales actúa como filtro solar, creando texturas, sombras y una identidad visual coherente con el entorno.



Imagen 18. Fachada The Pure Spa.
Fuente: MIA Design Studio (2024)



Imagen 19. Patio The Pure Spa.
Fuente: MIA Design Studio (2024)



Imagen 20. Patio Interior The Pure Spa.
Fuente: MIA Design Studio (2024)



Imagen 22. Patio Interior The Pure Spa.
Fuente: MIA Design Studio (2024)



Imagen 21. Fachada The Pure Spa.
Fuente: MIA Design Studio (2024)



Imagen 23. Patio Interior The Pure Spa.
Fuente: MIA Design Studio (2024)

P. 26

P. 27

03 | Proyecto

3. Proyecto

3.1. Metas del diseño

¿Qué?

Se plantea la creación de un espacio comercial que transforme la compra de productos en una experiencia inmersiva. El objetivo principal es fusionar dos atmósferas, lo digital con lo físico, integrando tecnología, sensorialidad y bienestar para conectar al usuario con la esencia de la cosmética natural.

¿Quién?

El proyecto está pensado para personas que llevan un estilo de vida consciente, valoran el bienestar y el autocuidado, y buscan productos naturales. También está dirigido a quienes disfrutan de una experiencia de compra moderna y personalizada, donde puedan interactuar con la marca de manera intuitiva, a través de herramientas digitales que les permitan explorar y elegir los productos según sus propias necesidades.

¿Cómo?

El espacio de ANNOA Cosmética se organiza en dos atmósferas que se complementan. Al exterior, una fachada interactiva con escaparates tecnológicos permite a los usuarios conocer los productos, realizar un escáner básico de piel y recibir recomendaciones personalizadas. Incluso pueden completar su compra desde la misma pantalla. En el interior, el ambiente cambia: un espacio sensorial, acogedor y rodeado de elementos naturales invita a relajarse, probar los productos y recibir atención personalizada; todo esto combinado con un tema tecnológico. De esta manera, se crea una experiencia integral que conecta lo digital con lo físico.

3.2. Concepto

El concepto arquitectónico de Annoa Cosmética se fundamenta en la analogía entre la vegetación y los circuitos electrónicos. Ambos elementos, a pesar de sus diferencias formales (líneas orgánicas en el caso de las hojas y rectilíneas en los circuitos), cumplen una función similar: generar conexiones y permitir un flujo.

Esta idea se traduce en un espacio que integra dos atmósferas complementarias: una atmósfera física, vinculada a lo natural, lo cálido y las formas curvas inspiradas en lo vegetal; y una atmósfera digital, asociada a lo tecnológico, lo geométrico y lo preciso.

Estas dos dimensiones se articulan en un punto central de convergencia dentro del espacio, simbolizando la fusión entre lo orgánico, los sentidos, la tecnología y la conexión humana, una Interfaz Natural.

Palabras Clave:

- Natural
- Sentidos
- Tecnología
- Conexión

Frase Conceptual:

INTERFAZ
natural

Imagen 24. Frase Conceptual.
Fuente: Elaboración Propia (2025)



Imagen 25. Imagen Conceptual.
Fuente: IA, Editada por el autor (2025)

3.3. Programa Arquitectónico

El programa arquitectónico para ANNOA Cosmética responde a una propuesta comercial que combina experiencia sensorial, interacción tecnológica y conexión natural. El programa arquitectónico se ha planteado con base en tres niveles de acceso: público, semipúblico y privado. La zona pública contempla los escaparates, la exhibición de productos y el área de cajas, donde se genera el primer contacto con el usuario. La zona semipública incluye la sala de espera, cafetería, consultoría, prueba de productos y baterías sanitarias, brindando espacios de experiencia y atención personalizada.

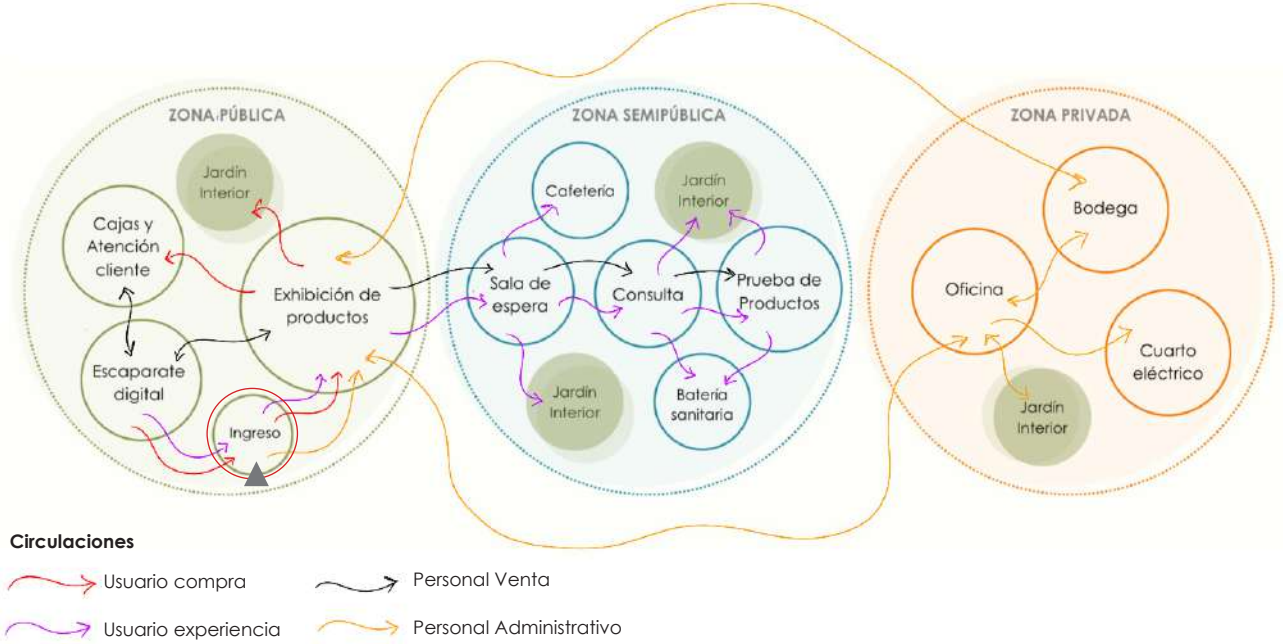
Finalmente, la zona privada está conformada por el área administrativa, bodega y cuarto eléctrico, destinadas exclusivamente a la operación interna. Esta organización responde a un modelo de circuito funcional, donde cada transición está pensada para garantizar fluidez en el recorrido sin perder el control espacial. En la Tabla 1, se puede observar de forma detallada el espacio, área y su uso.

Zona	Espacio	m2	Uso
Pública	Escaparates Digitales e Ingreso	9,00	Escáneres de piel, pantallas táctiles, prueba virtual de productos, autoserivicio.
	Exhibición de Productos Físicos	25,00	Mobiliario abierto con productos organizados por tipo, integrados con códigos QR o pantallas auxiliares.
	Caja / Punto de Atención al Cliente	8,00	Asistencia al usuario.
Semi pública	Sala Espera	12,00	Funciona como un espacio de transición sensorial, donde el usuario inicia su conexión con la marca a través de aromas suaves, iluminación envolvente y junto con la experiencia del patio interior.
	Cafetería	4,00	Espacio pequeño, solo con una cafetera para que las personas puedan tomar algo mientras esperan
	Consulta	12,00	Asesoría personalizada para cada usuario.
	Prueba de productos	15,00	Espacio interactivo donde el usuario puede experimentar texturas, aromas y aplicaciones de los productos en estaciones equipadas con lavabos, espejos y tecnología de apoyo como pantallas con información.
	Baños	10,00	Uso público y de personal.
Privada	Administración / Oficina	9,00	Gestión interna del espacio y personal.
	Bodega	6,50	Almacenamiento de Productos
	Cuarto Eléctrico	6,50	Infraestructura tecnológica: servidores, interfaces de sistema
Semi pública	Jardines	35,00	Espacio odeado de vegetación natural, elementos de agua, aromas naturales y tecnología integrada.
Semi pública	Circulación (20%)	38,00	Acceso y recorridos fluidos durante el circuito.
TOTAL		190,00	

Tabla 01. Programa arquitectónico.
Fuente: Elaboración Propia (2025)

3.4. Diagrama de Adyacencias

La distribución espacial de ANNOA Comsética, se estructurará a partir de un sistema de adyacencias funcionales, organizadas como un circuito. A nivel operativo, los escaparates se conectan directamente con la zona de exhibición, generando una relación inmediata entre lo digital y lo físico. Esta área se vincula a la zona de cajas, permitiendo control visual con el área comercial. Desde allí, el circuito se extiende hacia la sala de espera y la cafetería, y se conectan a la zona de consulta. La consulta se conecta con la zona de prueba de productos, completando así el flujo del usuario. Las baterías sanitarias se ubican estratégicamente para servir tanto a usuarios como a personal, conectando las zonas semipúblicas y privadas. Finalmente, la zona administrativa, compuesta por oficina, bodega y cuarto eléctrico, se conectan entre sí con el fin de generar un circuito privado, sin interferir en el recorrido del usuario.



- Circulaciones**
- Usuario compra
 - Usuario experiencia
 - Personal Venta
 - Personal Administrativo

Imagen 26. Diagrama de Adyacencias.
Fuente: Elaboración Propia (2025)

3.5. Moodboard

El moodboard busca transmitir la atmósfera que define el proyecto ANNOA Cosmética, un equilibrio entre lo natural y lo tecnológico. Las referencias seleccionadas destacan el uso de vegetación colgante, formas curvas y materiales orgánicos, combinados con elementos digitales que se integran de manera sutil en el espacio específicamente en la iluminación y pantallas. Esta combinación permite generar un ambiente sensorial, envolvente y contemporáneo.



Imagen 27. Moodboard.
Fuente: IA, Editada por el autor (2025)

3.6. Material Board

Los materiales seleccionados buscan transmitir una sensación de equilibrio entre lo natural y lo tecnológico, en coherencia con el concepto del proyecto. El hormigón pulido en el piso aporta sobriedad y continuidad visual, mientras que la madera calidez y textura. La luz LED, incorporada en mobiliario y detalles del cielo raso, refuerza la idea de tecnología. La piedra sinterizada, utilizada en el mobiliario, proporciona una base limpia y elegante. Los tapices en tonos neutros ayudan a armonizar el conjunto y el metal aluminio se incorpora en mostradores y herrajes, aportando un carácter vanguardista sin perder la conexión con lo sensorial.

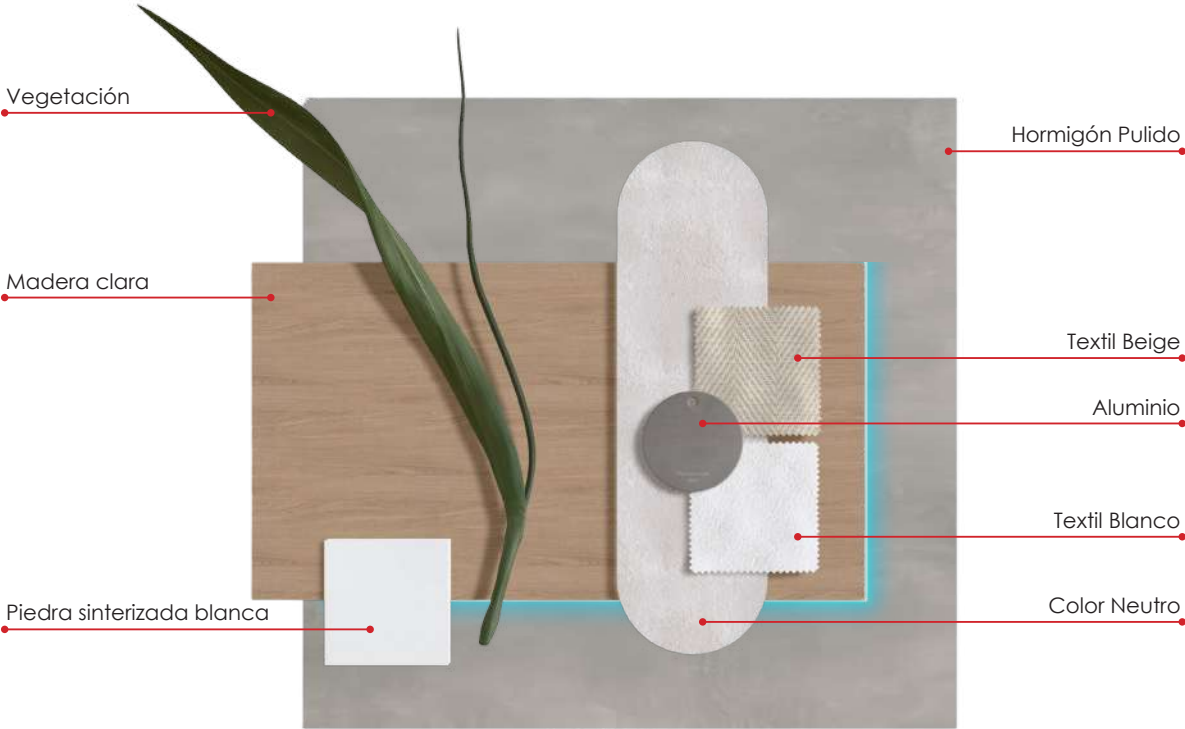


Imagen 28. Material Board.
Fuente: IA, Editada por el autor (2025)

3.7. Malla

Para establecer una base sólida en el diseño, se generaron dos tipos de mallas: una principal de 90 cm y una secundaria de 30 cm. La primera, marcada en color rojo, responde a medidas estándar de materiales de construcción y facilita una modulación eficiente. La segunda, marcada en verde, permite mayor precisión al momento de desarrollar elementos de detalle. Ambas grillas no solo ordenan el espacio, sino que también se alinean con criterios ergonómicos y normativas de circulación. Su superposición da lugar a una estructura coherente que guía el diseño integral del proyecto.

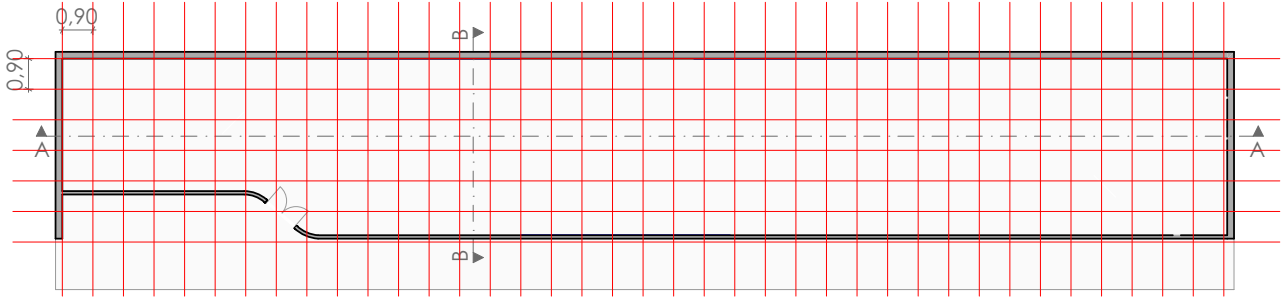


Diagrama malla principal

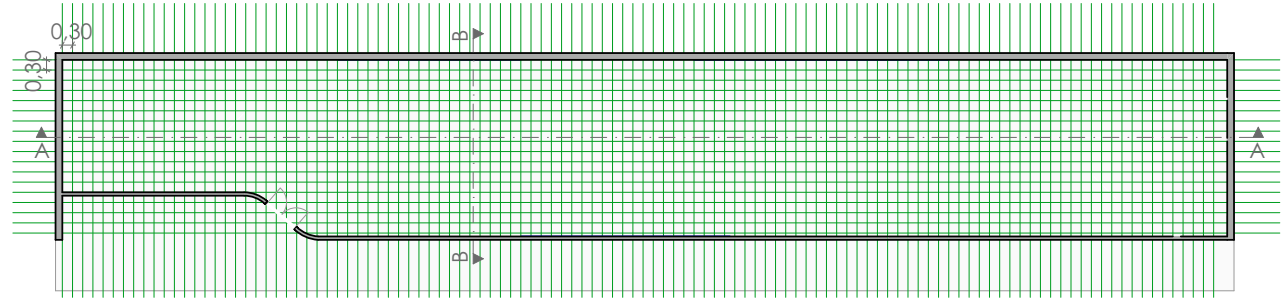
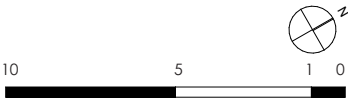


Diagrama malla secundaria

Imagen 29. Diagramas de malla principal y secundaria.
Fuente: Elaborado por el autor. (2025)



3.8. Diseño Espacial

El diagrama espacial parte de la superposición de las dos grillas base (90 cm y 30 cm), lo que permitió generar una retícula desde la cual emergen las curvas principales del diseño. Estas curvas, tanto de simple como de doble curvatura, organizan los recorridos y definen el carácter del espacio. Su intención es guiar intuitivamente al usuario, creando zonas abiertas que inviten a explorar y zonas cerradas que proporcionen privacidad. La geometría fluida refuerza la idea de movimiento natural, inspirada en las formas orgánicas presentes en la naturaleza.

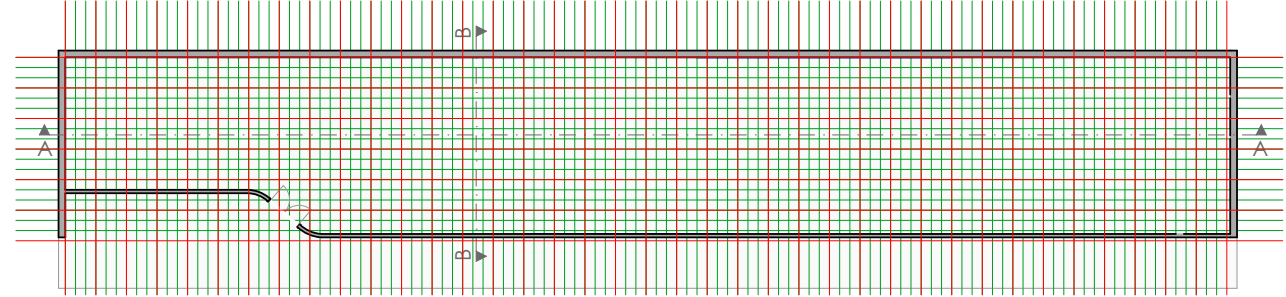


Diagrama mallas base

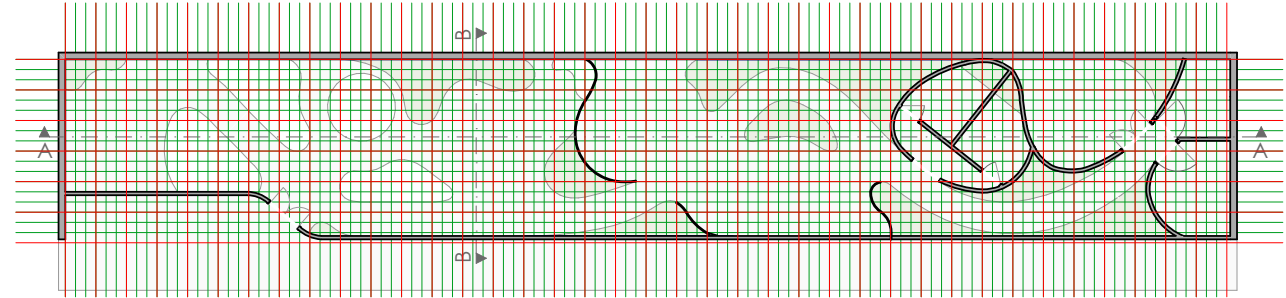
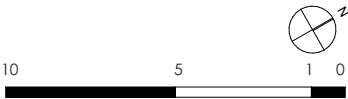


Diagrama espacial geométrico

Imagen 30. Diagramas de diseño espacial.
Fuente: Elaborado por el autor. (2025)



3.9. Zonificación

La zonificación del proyecto se desarrolla a partir de un sistema de adyacencias funcionales organizadas en un circuito. El recorrido inicia en los escaparates, que se vinculan directamente con la zona de exhibición, articulando una conexión entre lo digital y lo físico. Esta área se conecta visual y funcionalmente con la zona de cajas, desde donde se ramifican los accesos hacia la sala de espera, la cafetería y la consulta. La consulta se articula con el área de prueba de productos, completando el flujo del usuario. Las baterías sanitarias se ubican entre zonas públicas y privadas, mientras que el área administrativa se resuelve como un circuito cerrado que evita interferencias con el recorrido general.

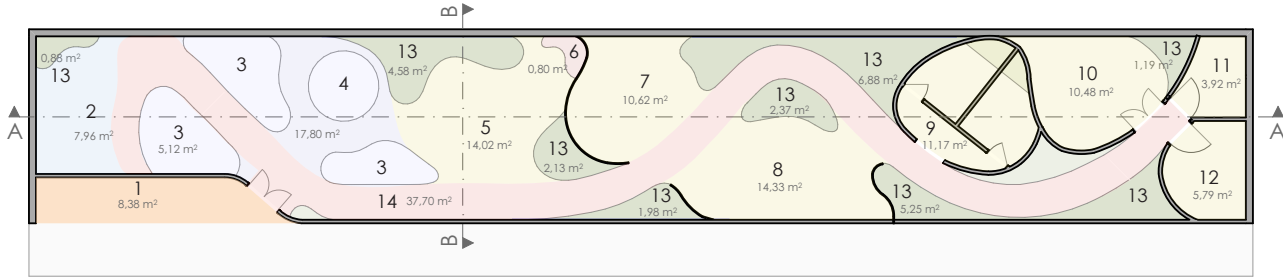
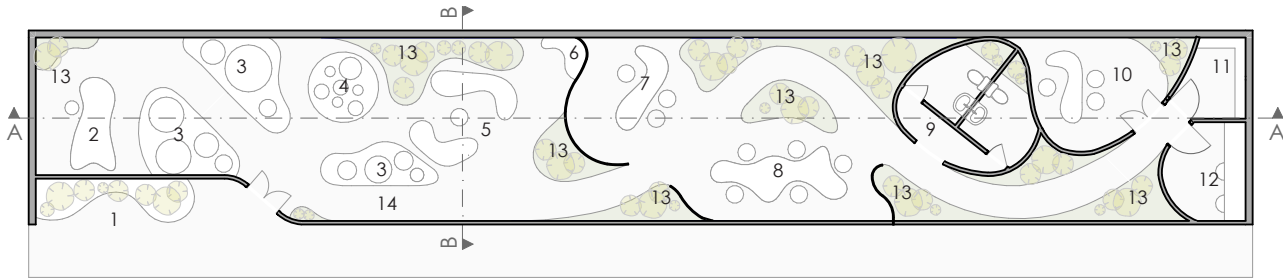


Diagrama zonificación



Planta Arquitectónica

- | | | | |
|-------------------------|------------------------|----------------------|-----------------|
| 1. Escaparates | 5. Sala de espera | 9. Baños | 13. Jardín |
| 2. Caja | 6. Cafetería | 10. Oficina | 14. Circulación |
| 3. Exhibición productos | 7. Consulta | 11. Bodega | |
| 4. Exhibidor principal | 8. Prueba de productos | 12. Cuarto eléctrico | |

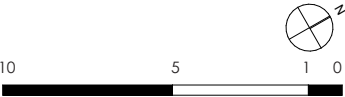
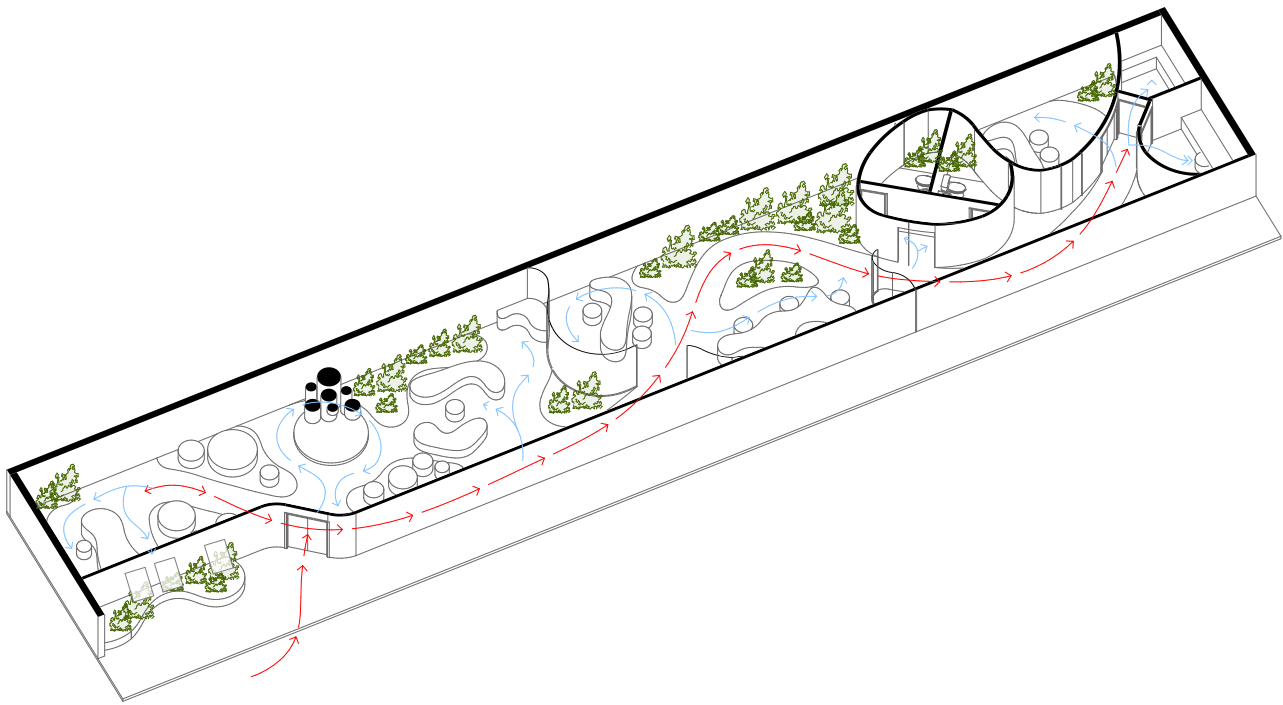


Imagen 31. Zonificación y Planta arquitectónica.
Fuente: Elaborado por el autor. (2025)

3.10. Circulaciones

La propuesta de circulación se concibe como un circuito principal marcado en color rojo, que recorre toda la tienda guiando al usuario de manera fluida. Este recorrido se complementa con circuitos secundarios generados dentro de las curvas cerradas del diseño, los cuales invitan al usuario a descubrir cada rincón del local. Esta estrategia busca fomentar la exploración libre del espacio, generando momentos de sorpresa e interacción con el entorno. El sistema de circulación no solo responde a una lógica funcional, sino que es parte esencial de la experiencia sensorial del usuario. Caminar ANNOA se convierte en una vivencia envolvente y dinámica.



- Circulación Principal
- Circulación Secundaria

Imagen 32. Esquema de circulaciones.
Fuente: Elaborado por el autor. (2025)

3.11. Planta, Elevaciones y Cortes

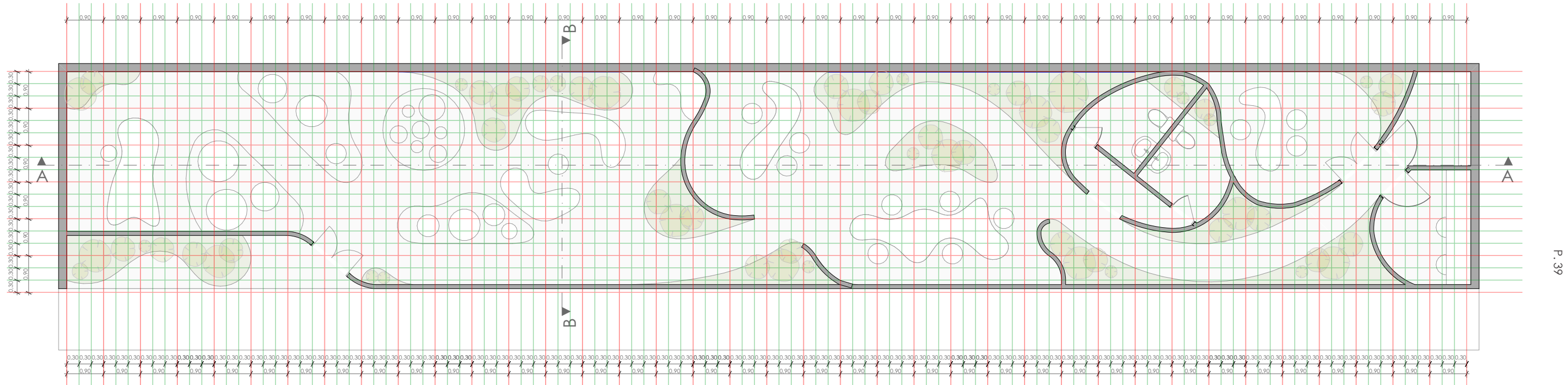


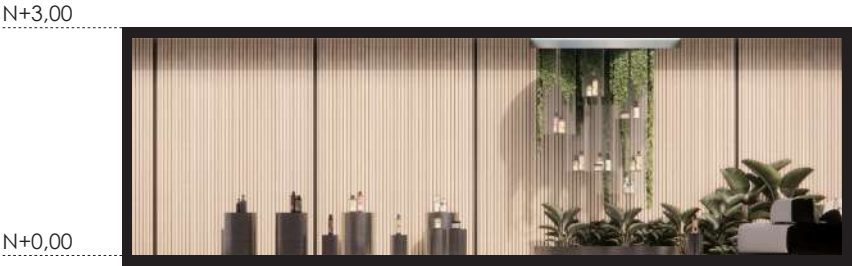
Imagen 33. Planta Única.
Fuente: Elaborado por el autor. (2025)



Imagen 34. Elevación.
Fuente: Elaborado por el autor. (2025)



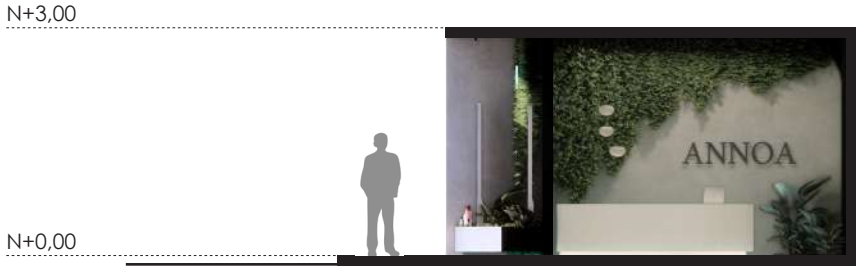
Elevación Interna Exhibición y Sala de Espera



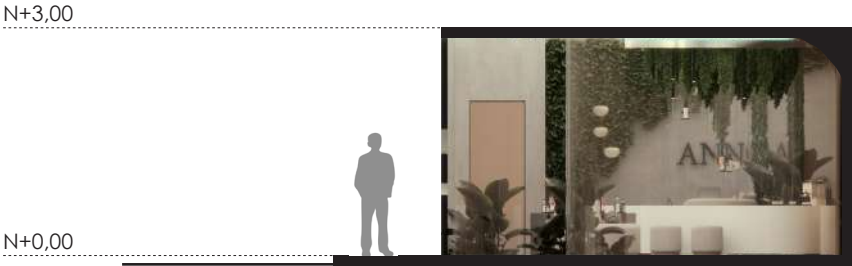
Elevación Interna Exhibición



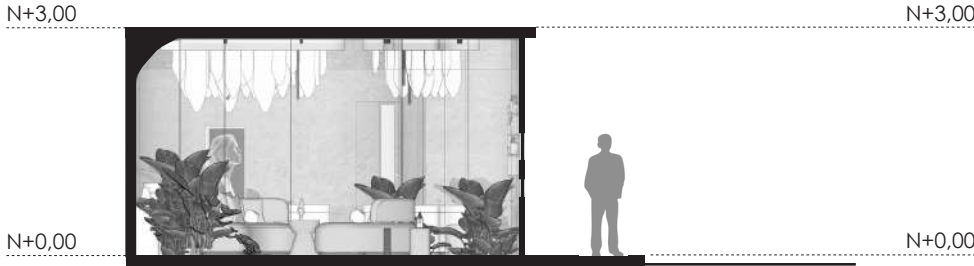
Elevación Interna Prueba de Productos



Elevación Interna Caja



Elevación Interna Exhibición de Productos



Corte B-B



Corte A-A

Imagen 35. Elevaciones y cortes.
Fuente: Elaborado por el autor. (2025)

3.12. Materialidad en elementos horizontales

El hormigón pulido, presente en un 60% del piso, ofrece una base neutra, continua y sobria en el espacio. En los jardines interiores, la vegetación natural ocupa un 30% del área, aportando frescura, textura y reforzando la conexión con la naturaleza desde un enfoque biofílico. Por último, un 10% del piso está compuesto por microcemento claro, delimitando la zona de exhibición con una textura más cálida que genera contraste visual sin interrumpir la fluidez del recorrido y por un espejo integrado en el mostrador principal, el mismo que introduce reflejos sutiles que amplifican la percepción del espacio y evocan lo tecnológico.

P. 42

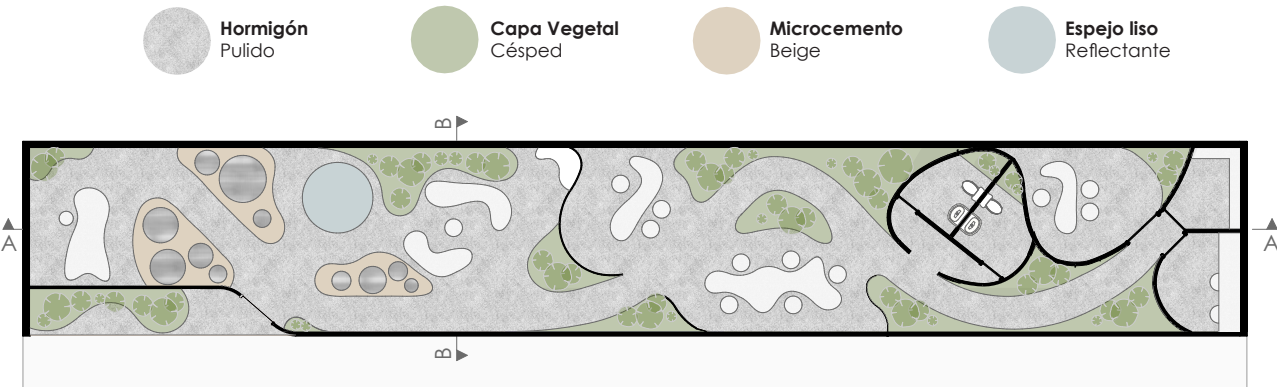


Imagen 36. Materialidad en planta.
Fuente: Elaborado por el autor. (2025)



Hormigón Pulido

Pavimento continuo de alta resistencia, con acabado liso satinado mediante pulido mecánico.

Revestimiento cementoso con acabado continuo, sin juntas, con una textura suave en tono beige claro.



Microcemento



Césped

Cobertura vegetal natural aplicada en jardines interiores y muros verdes, con sistema de riego automatizado.

Vidrio liso con capa posterior reflectante, utilizado como elemento de revestimiento en exhibidor principal.



Espejo

3.13. Materialidad en elementos verticales

La pared del fondo está compuesta por listones de madera tipo laminas curvadas que recubren muros y cielo raso, generando continuidad espacial, calidez y ritmo visual. Las paredes perimetrales y las paredes de espacios de acceso privado se resuelven en hormigón pulido, aportando una textura sobria que contrasta con la madera. Las divisiones internas en espacios de acceso público se construyen en vidrio transparente, favoreciendo la apertura visual y la conexión entre áreas. Como complemento, se integran elementos verticales en aluminio para la zona de exhibición de los productos.

P. 43

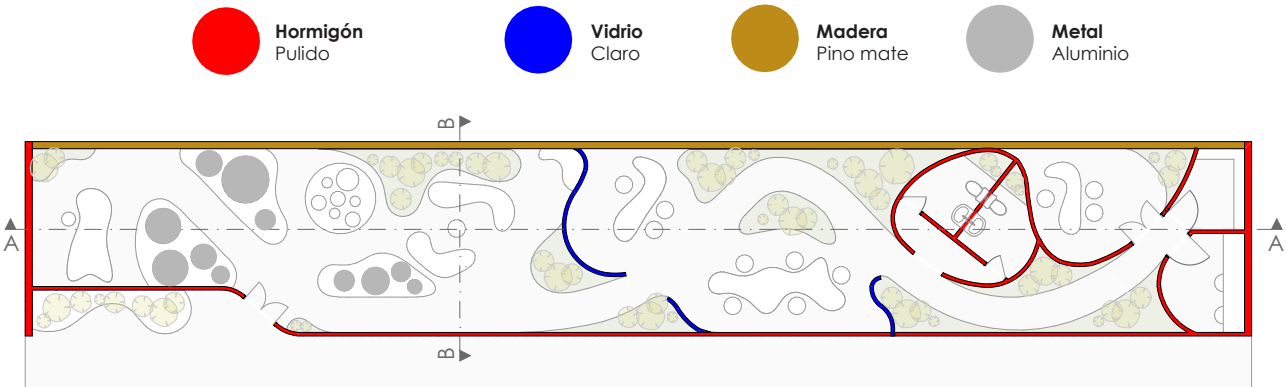


Imagen 37. Distribución de materiales en elementos verticales.
Fuente: Elaborado por el autor. (2025)



Hormigón Pulido

Pavimento continuo de alta resistencia, con acabado liso satinado mediante pulido mecánico.

Revestimiento conformado por listones de madera de Pino, dispuestos de forma vertical con curvatura hacia el cielo raso.



Madera



Vidrio

Panel de vidrio claro laminado transparente según requerimientos de seguridad. Se instala con herrajes metálicos.

Revestimiento metálico liso, fabricado en aluminio con acabado pulido de alta reflectancia.



Aluminio

3.14. Styling: Caja



Imagen 38. Styling caja.
Fuente: Elaborado por el autor. (2025)

3.15. Styling: Consultorio



Imagen 39. Styling Consultorio.
Fuente: Elaborado por el autor. (2025)

3.16. Plano de Pisos

La planta de pisos del proyecto ANNOA Cosmética se resuelve en un mismo nivel, garantizando continuidad espacial, accesibilidad y fluidez en el recorrido. Se utilizan cuatro materiales principales: el hormigón pulido como superficie base por su resistencia, neutralidad y facilidad de mantenimiento; el microcemento beige en áreas de exhibición, aportando una textura diferenciada y continua sin juntas; y la capa vegetal con césped natural en zonas interiores y como único elemento elevado, se incorpora una plataforma circular 15 cm más alta, revestida con espejo liso reflectante, cuya función es destacar productos mediante su efecto visual amplificado, actuando como un punto focal dentro del espacio.

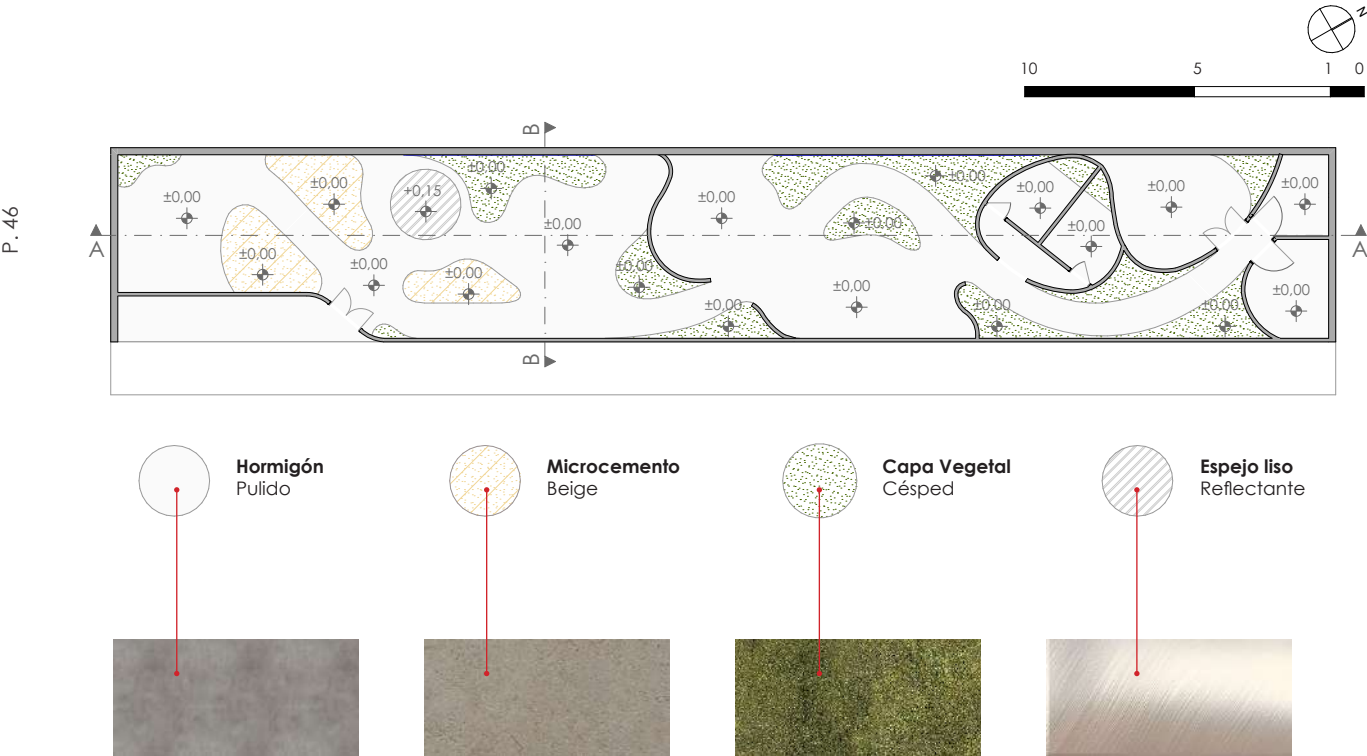


Imagen 40. Planta de Pisos.
Fuente: Elaborado por el autor (2025)

3.17. Plano de Techos

El cielo raso en su mayoría se compone de una estructura de madera con listones de pino en acabado mate, dispuestos en sentido longitudinal para generar continuidad visual y acompañar la geometría curva del espacio.

En los elementos suspendidos, se utiliza una estructura de yeso cartón con soporte metálico, recubierta lateralmente con láminas de aluminio pulido, lo que aporta un acabado reflectante. Desde estas estructuras se suspenden plantas naturales, cuya vegetación colgante genera sombra tamizada, textura visual y refuerza el concepto biofílico del proyecto.

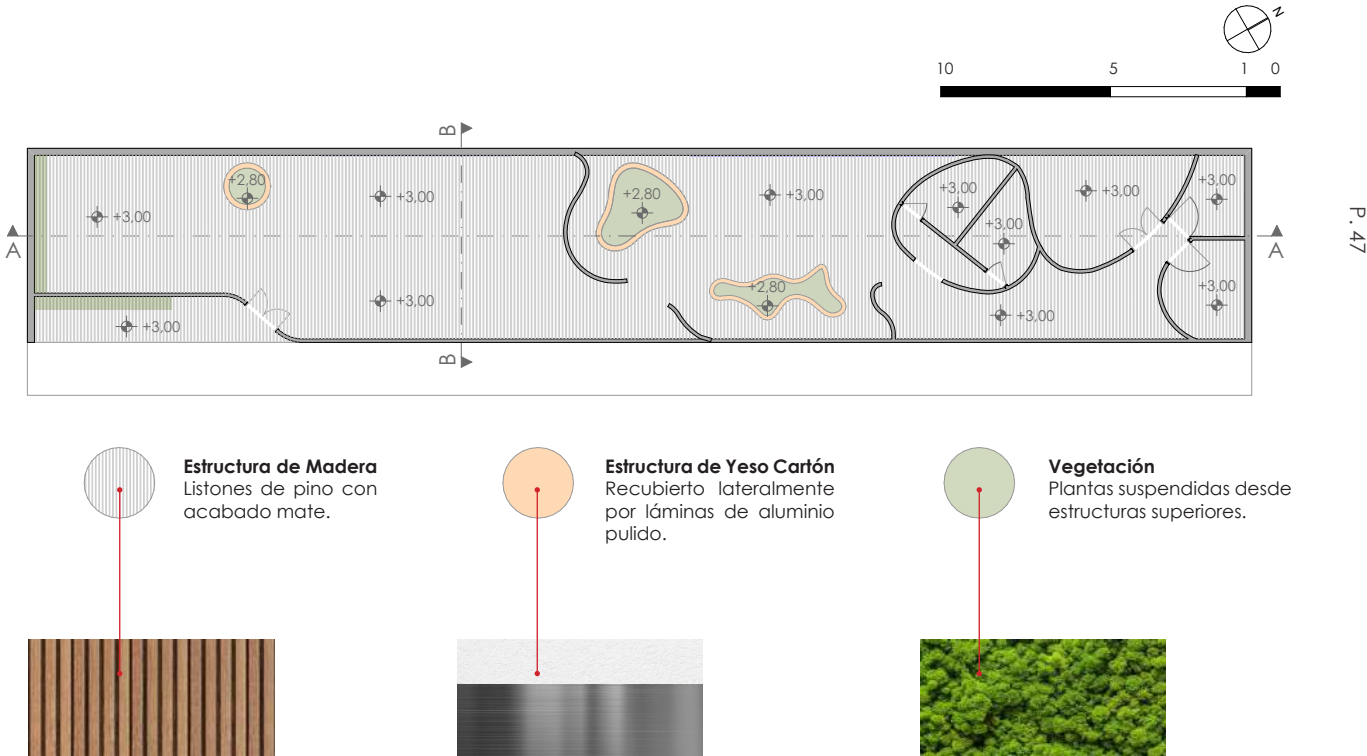
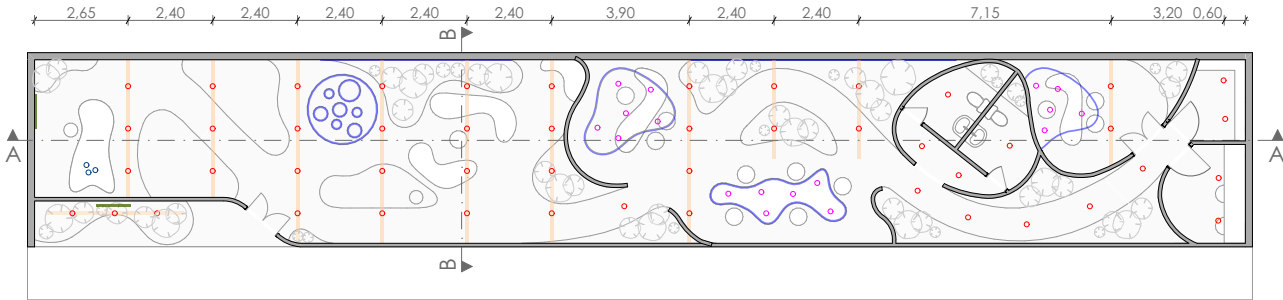


Imagen 41. Planta de Techos.
Fuente: Elaborado por el autor (2025)

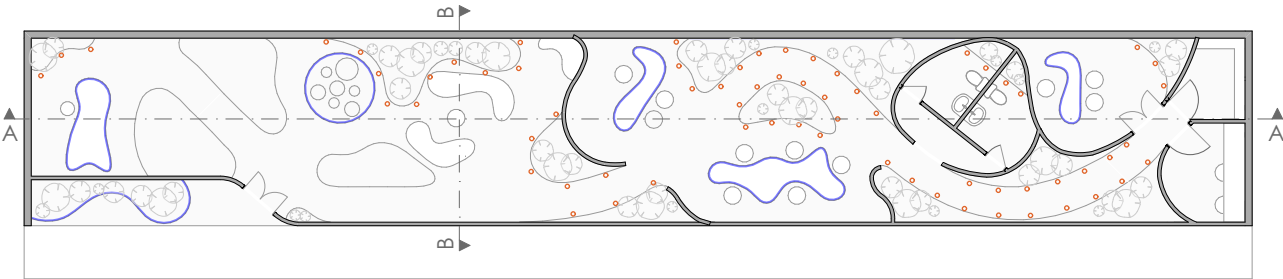
3.18. Plano de Iluminación Cielo Raso y Pisos

La iluminación en el cielo raso se organiza mediante bases metálicas negras mate ubicadas a intervalos regulares que continúan de cielo raso a paredes, en estas bases se encuentran los spots principales de luz cálida. Se integran dos letreros LED azul en el escaparate y zona de cajas. En los detalles curvos del cielo raso se colocan tiras LED azul, dentro de las cuales se alojan spots secundarios para el consultorio, sala de espera y oficina.

Para la iluminación en el piso, se incorporan tiras LED azul neón bajo el mobiliario, generando un efecto de levitación. Además, spots empotrados de luz cálida distribuidos cada 90 cm a lo largo de las jardineras, destacando la vegetación.



Planta Iluminación Cielo Raso



Planta Iluminación Piso

Imagen 42. Planta de Iluminación Cielo Raso y Piso.
Fuente: Elaborado por el autor. (2025)

Base Metálica
Negra mate



Luminaria de Techo Circular
Descripción: Color negro mate Ø60X69mm
Temperatura de color: 3000 K (luz cálida)
Proveedor: Marriott

Letrero LED
Azul neón



Letrero ANNOA
Descripción: Aluminio mate.
Color: Azul neón
Proveedor: Paramok Publicidad

Tira LED
Varios colores



Tira LED Flexible
Descripción: LED 220 V
Color: Luces RGB
Proveedor: Juan Montero CIA LTDA

Spot Principal
Luz cálida



Luminaria de Techo Circular
Descripción: Color negro mate Ø60X69mm
Temperatura de color: 3000 K (luz cálida)
Proveedor: MARRIOT

Lámpara decorativa
Luz cálida



Luminaria Suspendida de Techo
Descripción: Estilo rústico.
Temperatura de color: 3000 K (luz cálida)
Proveedor: MUSH

Spot Secundario
Luz cálida



Luminaria de Techo Circular
Descripción: Color negro mate 3x3x60cm
Temperatura de color: 3000 K (luz cálida)
Proveedor: MARRIOT

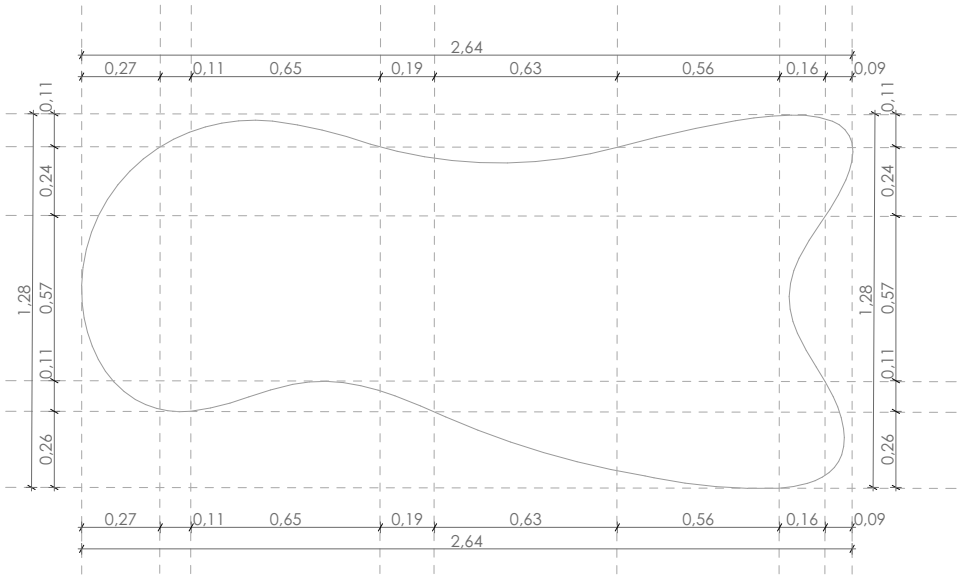
Spot Piso
Luz cálida



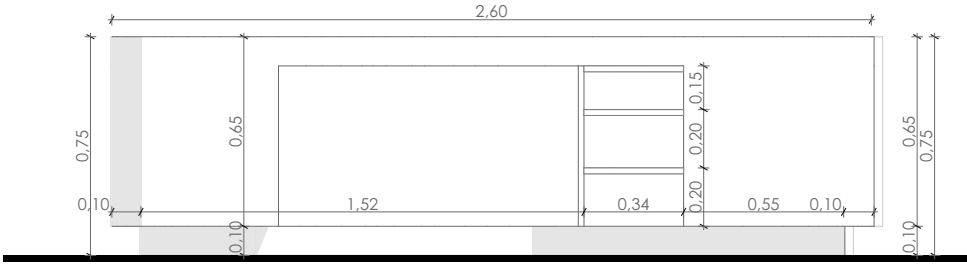
Luminaria Empotrable de Piso
Descripción: Color negro mate Ø50 x 110mm
Temperatura de color: 4000 K (luz neutra)
Proveedor: MARRIOT

04 | Mobiliario

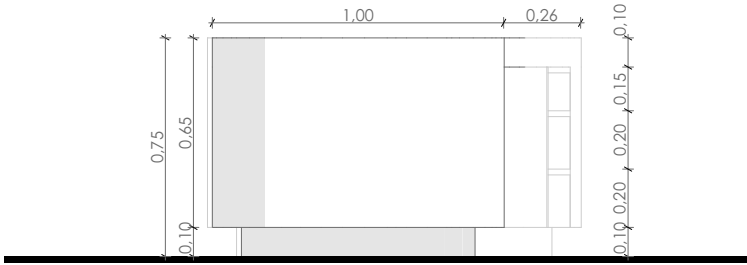
4. Mobiliario



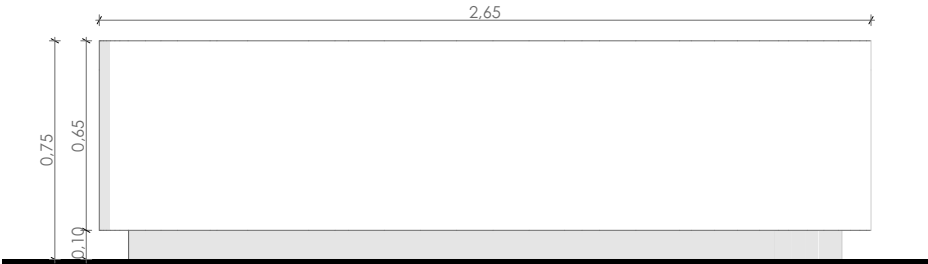
Planta Counter



Elevación Posterior Counter



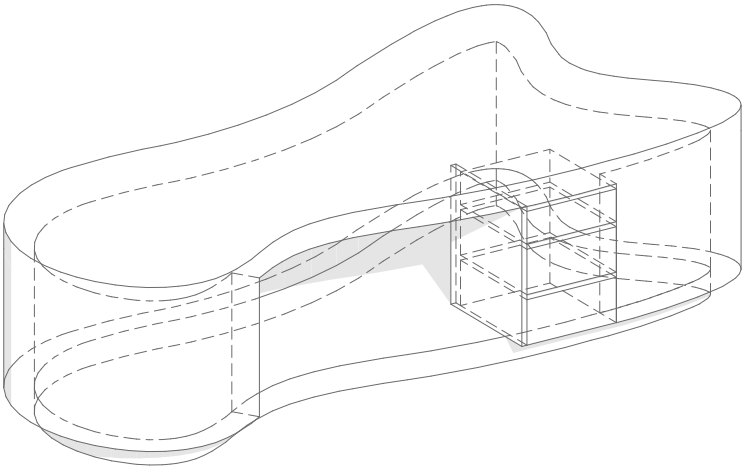
Elevación Lateral Counter



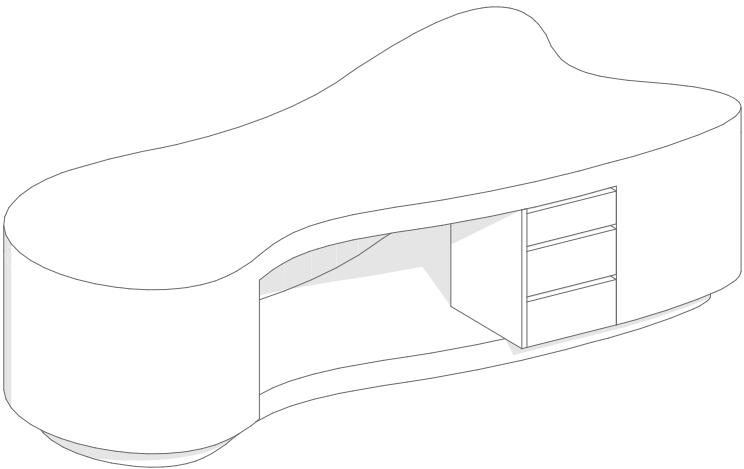
Elevación Frontal Counter



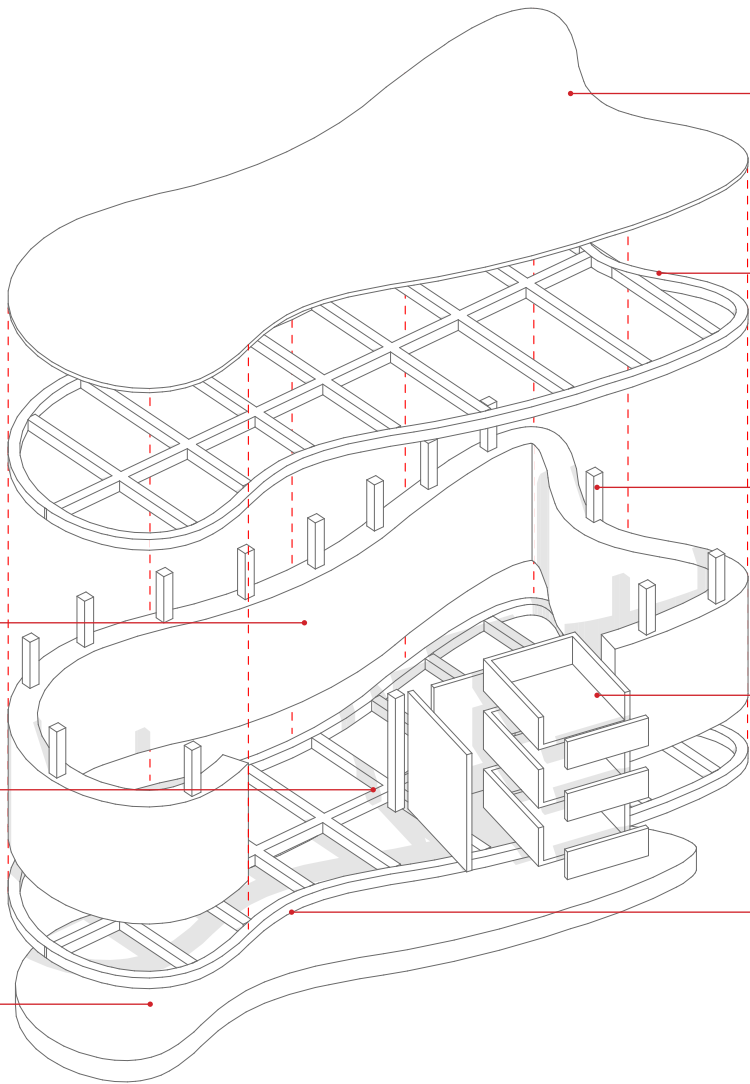
Render Counter



Axonometrías Counter



Axonometrías Counter



Recubrimiento Counter
Solid Surface satinado en color blanco e=12mm.

Estructura de Madera
Tira de madera de pino de 4x5cm

Base de Madera
Zócalo de madera de pino h=10cm.

Recubrimiento Counter
Solid Surface satinado en color blanco e=12mm.

Estructura de Madera
Tira de madera de pino de 4x5cm

Estructura de Madera
Tira de madera de pino de 4x5cm

Cajones de Madera
Cajones de madera de MDF e=15mm.

Tira LED
Detalle para iluminación indirecta de tira LED.

Imagen 44. Axonometría Explotada de Counter.
Fuente: Elaborado por el autor (2025)

05 | Renders

5.1. Vistas Isométricas



Imagen 44. Vista Isométrica 1.
Fuente: Elaborado por el autor. (2025)



Imagen 45. Vista Isométrica 2.
Fuente: Elaborado por el autor. (2025)

5.2. Renders



Imagen 46. Zona de Escaparates.
Fuente: Elaborado por el autor (2025)



Imagen 47. Caja.
Fuente: Elaborado por el autor (2025)



Imagen 48. Exhibición de productos.
Fuente: Elaborado por el autor (2025)



Imagen 49. Exhibición de productos.
Fuente: Elaborado por el autor (2025)



Imagen 50. Consulta.
Fuente: Elaborado por el autor. (2025)



Imagen 51. Prueba de productos.
Fuente: Elaborado por el autor. (2025)



Imagen 52. Exhibición de productos.
Fuente: Elaborado por el autor (2025)



Imagen 53. Sala de espera.
Fuente: Elaborado por el autor (2025)



Imagen 54. Prueba de productos.
Fuente: Elaborado por el autor (2025)



Imagen 55. Jardín.
Fuente: Elaborado por el autor (2025)

06 | Bibliografía y Referencias

Bibliografía

1. Annoa Cosmética. (s.f.). Annoa Cosmética. Recuperado el 12 de marzo de 2025, de <https://annoacosmetica.com/>

2. CAAD Design. (2024). El Retail Design, mucho más que diseño de tiendas. Recuperado de <https://caad-design.com/el-retail-design-mucho-mas-que-diseno-de-tiendas>

3. Design Comercial. (2025). La magia del diseño sensorial en espacios comerciales: cómo crear experiencias memorables para los clientes. Recuperado de <https://designcomercial.com/detalle-historia/la-magia-del-diseno-sensorial-en-espacios-comerciales-como-crear-experiencias-memorables-para-los-clientes>

4. Grupo Qualitas. (2025). Crea experiencias únicas: el poder del diseño en locales comerciales y su impacto en las ventas. Recuperado de <https://grupoqualitas.com.co/crea-experiencias-unicas-el-poder-del-diseno-en-locales-comerciales-y-su-impacto-en-las-ventas/>

5. Imascono. (2025). 5 tendencias en retail claves tecnológicas. Recuperado de <https://imascono.com/tendencias-retail/>

6. Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). Dirección de marketing. Pearson Educación. Recuperado de https://frq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14585/mod_resource/content/1/libro%20direccion-de-marketing%28kotler-keller_2006%29.pdf

7. MJV Innovation. (2024). El auge de las tiendas phygital: 7 maneras en que las brick-and-mortar están evolucionando. Recuperado de <https://www.mjvinnovation.com/es/blog/7-cambios-en-las-tiendas-fisicas-brick-and-mortar/>

8. PuroMarketing. (2025). Tendencias y retos del sector Retail: la nueva Era del Comercio y el futuro de la industria. Recuperado de <https://www.puromarketing.com/145/215298/tendencias-retos-sector-retail-nueva-comercio-futuro-industria>

9. TDStudio. (2024). Diseño experiencial en espacios comerciales. Recuperado de <https://tdstudio.es/2024/08/disenio-experiencial-en-espacios-comerciales/>

10. BAQ. (2018). La Tejedora - Distrito Creativo. Recuperado de <https://arquitecturapanamericana.com/la-tejedora-distrito-creativo/>

11. AINO. (s.f.). Mapeo comercial Cumbayá – Datos referenciales. [Base de datos interna].

12. Properati. (2021). ¿Cómo cambia el viento en Quito?. Recuperado de <https://blog.properati.com.ec/como-cambia-el-viento-en-quito/>

13. DPA Design Studio. (2024). The Showcase / DPA DESIGN STUDIO. Recuperado de <https://www.archdaily.com/1024115/the-showcase-dpa-design-studio>

14. Panjwani, V. (2024). Fotografías de The Showcase / DPA DESIGN STUDIO. Recuperado de <https://www.archdaily.com/1024115/the-showcase-dpa-design-studio>

15. MIA Design Studio. (2015). Naman Retreat Pure Spa. Recuperado de <https://www.archdaily.com/770560/naman-spa-mia-design-studio>

16. The Architectural Authority. (2023). Embracing Nature – Naman Pure Spa by MIA Design Studio. Recuperado de <https://www.thearchitecturalauthority.com/article/embracing-nature-naman-pure-spa-by-mia-design-studio>

Referencias Fotográficas

1. Annoa Cosmética. (s.f.). Ricard Fuster y Claudia Landivar [Fotografía]. <https://annoacosmetica.com/>

2. Annoa Cosmética. (s.f.). Local ANNOA Cosmética – Vista exterior [Fotografía]. <https://annoacosmetica.com/>

3. Annoa Cosmética. (s.f.). Local ANNOA Cosmética – Vista interior [Fotografía]. <https://annoacosmetica.com/>

4. Elaborado por el autor. (2025). Ubicación del sitio [Mapa].

5. Elaborado por el autor. (2025). Accesibilidad [Mapa].

6. Elaborado por el autor. (2025). Locales Comerciales [Mapa].

7. Elaborado por el autor. (2025). Negocios de cosmética natural [Mapa].

8. Elaborado por el autor. (2025). Asoleamiento – Solsticios [Diagrama solar].

9. Elaborado por el autor. (2025). Dirección de vientos predominantes [Diagrama].

10. Rivadeneira. (2025). Fachada del local ANNOA Cosmética [Fotografía].

11. Rivadeneira. (2025). Interior del local ANNOA Cosmética [Fotografía].

12. Rivadeneira. (2025). Vista general del local [Fotografía].

13. Elaborado por el autor. (2025). Planta y corte arquitectónico – Estado actual [Plano técnico].

14. DPA Design Studio. (2024). Planta general – The Showcase [Plano]. <https://www.archdaily.cl/cl/1024176/the-showcase-dpa-design-studio>

15. DPA Design Studio. (2024). Vista interior – The Showcase [Fotografía]. <https://www.archdaily.cl/cl/1024176/the-showcase-dpa-design-studio>

16. DPA Design Studio. (2024). Segunda vista interior – The Showcase [Fotografía]. <https://www.archdaily.cl/cl/1024176/the-showcase-dpa-design-studio>

17. DPA Design Studio. (2024). Fachada – The Showcase [Fotografía]. <https://www.archdaily.cl/cl/1024176/the-showcase-dpa-design-studio>

18. MIA Design Studio. (2015). Fachada – The Pure Spa [Fotografía]. <https://www.archdaily.cl/cl/770905/naman-spa-mia-design-studio>

19. MIA Design Studio. (2015). Patio interior – The Pure Spa [Fotografía]. <https://www.archdaily.cl/cl/770905/naman-spa-mia-design-studio>

20. MIA Design Studio. (2015). Vista interior – The Pure Spa [Fotografía]. <https://www.archdaily.cl/cl/770905/naman-spa-mia-design-studio>

21. MIA Design Studio. (2015). Vista exterior – The Pure Spa [Fotografía]. <https://www.archdaily.cl/cl/770905/naman-spa-mia-design-studio>

22. MIA Design Studio. (2015). Segunda vista interior – The Pure Spa [Fotografía]. <https://www.archdaily.cl/cl/770905/naman-spa-mia-design-studio>

23. MIA Design Studio. (2015). Tercera vista interior – The Pure Spa [Fotografía]. <https://www.archdaily.cl/cl/770905/naman-spa-mia-design-studio>

24. Elaboración propia. (2025). Frase conceptual [Composición visual].

25. IA, editada por el autor. (2025). Imagen conceptual [Imagen generada por inteligencia artificial].

26. Elaboración propia. (2025). Diagrama de adyacencias [Esquema].

27. IA, editada por el autor. (2025). Moodboard del proyecto [Collage visual].

28. IA, editada por el autor. (2025). Material board del proyecto [Composición visual].

29. Elaboración propia. (2025). Diagramas de malla principal y secundaria [Diagrama].

30. Elaboración propia. (2025). Diagramas de diseño espacial [Diagrama].

31. Elaboración propia. (2025). Zonificación y Planta Arquitectónica [Plano].

32. Elaboración propia. (2025). Esquema de circulaciones [Esquema].

33. Elaboración propia. (2025). Planta Única [Plano].

34. Elaboración propia. (2025). Elevación [Esquema ilustrativo].

35. Elaboración propia. (2025). Elevaciones y cortes [Plano].

36. Elaboración propia. (2025). Materialidad en planta [Plano].

37. Elaboración propia. (2025). Distribución de materiales en elementos verticales [Plano].

38. Elaboración propia. (2025). Styling sala de espera [Gráfico].

39. Elaboración propia. (2025). Styling consultorio [Gráfico].

40. Elaboración propia. (2025). Planta de Pisos [Plano].

41. Elaboración propia. (2025). Planta de Techos [Plano].

42. Elaboración propia. (2025). Planta de Iluminación Cielo Raso y piso [Plano].

43. Elaboración propia. (2025). Planta y Elevaciones[Plano].

44. Elaboración propia. (2025). Vista Isométrica 1 [Gráfico].

45. Elaboración propia. (2025). Vista Isométrica 2 [Gráfico].

46. Elaboración propia. (2025). Zona de Escaparates [Render].

47. Elaboración propia. (2025). Caja [Render].

48. Elaboración propia. (2025). Exhibición de productos [Render].

49. Elaboración propia. (2025). Exhibición de productos [Render].

50. Elaboración propia. (2025). Consulta [Render].

51. Elaboración propia. (2025). Prueba de productos [Render].

52. Elaboración propia. (2025). Exhibición de productos [Render].

53. Elaboración propia. (2025). Sala de espera [Render].

54. Prueba de productos. (2025). Sala de espera [Render].

55. Jardín. (2025). Sala de espera [Render].

Referencias Tablas

1. Elaboración propia. (2025). Programa arquitectónico de ANNOA Cosmética [Tabla].