

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO**

**Colegio de Arquitectura y Diseño de Interiores**

**BLOOM SPA**

**María Emilia Granja Espinoza**  
**Diseño Interior**

Trabajo de titulación presentado como requisito para la obtención del título de Licenciada en  
Diseño Interior

Quito, 17 de mayo del 2023

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO**

**Colegio de Arquitectura y Diseño de Interiores**

**HOJA DE CALIFICACIÓN  
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

**BLOOM SPA**

**María Emilia Granja Espinoza**

**Nombre del profesor, Título académico**

**Sofía Galárraga, Diseñadora de Interiores**

Quito, 17 de mayo del 2023



## © DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Firma del estudiante: \_\_\_\_\_

Nombres y apellidos: María Emilia Granja Espinoza

Código: 212416

Cédula de identidad: 1724694300

Lugar y fecha: Quito, 17 mayo del 2023

## **ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN**

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETheses>.

## **UNPUBLISHED DOCUMENT**

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETheses>.

## RESUMEN

BLOOM SPA es un centro wellness que promueve el bienestar y a su vez promueve los emprendimientos locales relacionados con el skincare, ubicado en el edificio comercial YOO Cumbayá. El proyecto busca brindar espacios comerciales, wellness y gastronómicos relacionados con la belleza y el bienestar que sean neutros y que puedan satisfacer las diferentes necesidades de sus usuarios. El proyecto se encuentra en la zona comercial del edificio, esto permite que se puedan desarrollar diferentes espacios en distintos ámbitos. Se busca promover la salud y el cuidado personal. Se analizará la ubicación y el por qué diseñar un espacio con estas características en el sector de Cumbayá.

**Palabras clave:** wellness, bienestar, belleza, salud, cuidado

## ABSTRACT

BLOOM SPA is a wellness center that promotes wellness and at the same time promotes local entrepreneurship related to skincare, located in the YOO Cumbayá commercial building. The project seeks to provide commercial, wellness and gastronomic spaces related to beauty and wellness that are neutral and can satisfy the different needs of its users. The project is located in the commercial area of the building, which allows the development of different spaces in different areas. It seeks to promote health and personal care. The location and why design a space with these characteristics in the sector of Cumbayá will be analyzed.

**Key words:** wellness, wellness, beauty, health, health, care

## **TABLA DE CONTENIDOS**

RESUMEN .....	5
SUMMARY .....	6
TABLA DE CONTENIDOS.....	7-8
ÍNDICE DE FIGURAS.....	9
INTRODUCCIÓN .....	10

### **CAPÍTULO I: ABSTRACCIÓN**

I.1 ANTECEDENTES DEL EMPRENDIMIENTO.....	11
I.2 LA CULTURA DEL “WELLNESS” .....	11
I.3 PROBLEMÁTICA Y SOLUCIÓN.....	12

### **CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO**

II.1 PROPUESTA.....	13
II.2 RAZÓN .....	13
II.3 TARGET .....	13
II.4 ANÁLISIS DEL SECTOR .....	14-17

### **CAPÍTULO III: PROYECTO**

III.1 METAS DEL DISEÑO .....	18
III.2 CONCEPTO .....	18
III.3 PROGRAMACIÓN .....	19
III.4 DIAGRAMA DE ADYACENCIAS .....	19-20
III.5 ZONIFICACION .....	20
III.6 DISEÑO DEL ESPACIO.....	21

### **CAPÍTULO IV: INVESTIGACIÓN**

IV.1 SPA.....	22
IV.2 ¿POR QUÉ UN SPA? .....	23-24
IV.3 BENEFICIOS .....	24

**CAPÍTULO V: REFERENTES**

<b>V.1 YUNOMORI ONSEN AND SPA.....</b>	<b>25-26</b>
<b>V.2 PHONG KHAM YHCT TRADITIONAL CLINIC .....</b>	<b>27</b>

**CAPÍTULO VI: INVESTIGACIÓN ELEMENTOS DE DISEÑO INTERIOR**

<b>VI.1 BARRA.....</b>	<b>38-29</b>
<b>VI.2 CABINAS DE SPA.....</b>	<b>30</b>

<b>CONCLUSIÓN .....</b>	<b>31-32</b>
-------------------------	--------------

<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>33</b>
---	-----------

**ÍNDICE DE FIGURAS**

FIG1 YOO EDIF 1.....	15
FIG2 YOO EDIF 2 .....	15
FIG3 ENTORNOS.....	16
FIG4 SERVICIOS .....	16
FIG5 ESTADO ACTUAL.....	17
FIG6 REF.GRÁFICA.....	18
FIG7 PROGRAMACIÓN .....	19
FIG8 ADYACENCIAS.....	19
FIG9 ZONIFICACIÓN.....	20
FIG10 ABSTRACCIÓN.....	21
FIG11 FIGURAS-SIMBOLOGÍA.....	21
FIG12 REF1.....	26
FIG13 REF1.1.....	26
FIG14 REF2.....	27
FIG15 BARRA.....	28
FIG16 BARRA2.....	29
FIG17 CABINA-SPA.....	30
FIG18 CAMILLA DE SPA.....	30

## INTRODUCCIÓN

*BLOOM SPA* es un centro wellness que promueve el bienestar y a su vez promueve los emprendimientos locales relacionados con el skincare. Al comprar directamente de emprendimientos y negocios locales se contribuye en el crecimiento de la economía en la mayoría de los casos son productos mucho mas amigables con el medio ambiente. Al adquirir productos de emprendimientos locales se apoya a la creatividad, el diseño original y la innovación. En mi proyecto me enfoco directamente a los productos relacionados con Skincare y productos aromatizantes, esto también con el fin de generar un espacio de bienestar y wellness. La idea principal del proyecto es integrar productos y prácticas relacionadas con la cultura Wellness.

En Ecuador hay una gran problemática debido a la falta de innovación y apoyo a los emprendedores. A raíz de la Pandemia, sobretodo en el año 2020, muchos ecuatorianos empezaron a emprender, creando productos mucho más conscientes con el medio ambiente al no sobre producir y también impulsar la economía del país. Es por esto, que mi proyecto *BLOOM SPA* se enfoca no solo en ser un espacio creado para el bienestar, sino que impulsa también los emprendimientos locales enfocados en el skincare y wellness a través de talleres y un POP UP donde se exhibirán estos productos.

Para poder realizar mi proyecto se necesitó una investigación sobre el bienestar y el wellness. No solo es un centro de Spa, sino que a su vez apoya al emprendimiento nacional. Los emprendimientos surgen de la idea de resolver problemáticas enfocadas en nuestro entorno y también da al consumidor una variedad del producto en sí.



## CAPÍTULO I: ABSTRACCIÓN

### I.1 ANTECEDENTES DEL EMPRENDIMIENTO

El Ecuador es un país emprendedor, según GEM (Global Entrepreneurship Monitor) en el año 2019 el 15% de los adultos son propietarios de un negocio establecido. Sin embargo la tasa de discontinuación es del 10%, evidenciando la mayor problemática para el emprendedor en el país, ya que no son competitivas, ni innovadoras por lo tanto con el tiempo se vuelven insostenibles, aunque existe el potencial. *(Artículo por Cristian Borja)*

Varios de los motivos del por qué muchos de estos emprendimientos no prosperan va mucho más allá de la falta de apoyo dentro de ámbitos económicos o tecnológicos, o falta de un plan de negocio, una de las problemáticas para el emprendedor es no tener un espacio para poder exponerse y hacer conocer sus productos, inclusive el no tener una tienda física es un factor también decisivo para el consumidor y puede ayudar a poderse distinguir del resto entre los competidores del mercado.

### I.2 LA CULTURA DEL WELLNESS

El Wellness es un sinónimo del bienestar, esto quiere decir que promueve las prácticas saludables y de comfort. La importancia del Wellness se hizo mas evidente y cobró más fuerza a raíz de la Pandemia COVID-19. El bienestar esta ligado directamente con la comodidad y el ambiente positivo. Para propiciar el bienestar se ha creado esta “Cultura Wellness” y se la ha adaptado a diferentes sectores. Se ha creado una conciencia ligada a la salud tanto física como mental, por lo que los centros Wellness son espacios que buscan ofrecer diferentes actividades promoviendo el ejercicio como prácticas holísticas ofreciendo terapias, tratamientos y actividades relajantes. El Wellness puede ser también un centro de relajación enfocado a la atención integral de sus usuarios.

Se muestra el camino de la “curación” a través de terapias alternativas como el yoga y la meditación, es decir, se les enseña a conectar la mente y el cuerpo. Los complejos ligados al Wellness optan por ofrecer alternativas didácticas y terapéuticas generando comodidad y satisfacción dentro de un ambiente que promueve esto. Sin embargo, la oferta de estos espacios sigue siendo escasa en el país.

### **I.3 PROBLEMÁTICA Y SOLUCIÓN**

Por lo antes expuesto (I.1 Y I.2), este proyecto busca resolver estas dos problemáticas al diseñar y proyectar un espacio que promueva la “Cultura Wellness” y al mismo tiempo apoye a los emprendedores y a los emprendimientos locales, sobretodo con la idea de fomentar la economía del país y la notoriedad de los diferentes productos a ofrecer enfocadas en el skincare y el bienestar como tal. Un spa nos ofrece el ambiente perfecto para desconectar y cuidar de nosotros mismos. A través de aromas, texturas y una atención personalizada, podemos sumergirnos en un mundo de bienestar y renovación. Además, los servicios de comida y postres nos brindan una experiencia completa que promueve el cuidado personal. Como diseñadora se busca crear un lugar que resuelva las necesidades tanto del emprendedor como del usuario, ofertando un espacio pensado en ambos. En resumen, promover emprendimientos locales de skincare no solo contribuye al desarrollo económico de la comunidad, sino que también brinda la oportunidad de acceder a productos personalizados, sostenibles e innovadores. Además, al apoyar a estos emprendedores, estás fortaleciendo la conexión entre los consumidores y los productores, lo que crea un vínculo único y beneficioso para ambas partes.

## **CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO**

### **II.1 PROPUESTA**

Se presenta la propuesta para el diseño de *BLOOM SPA*, este es un centro wellness y POP UP para emprendimientos locales relacionados al skincare y Spa del Ecuador. Adicional hay diferentes servicios como una cafetería, un taller para emprendedores, donde pueden exponer y presentar sus productos, un salón de belleza con servicios como Manicure, Pedicure, faciales y peluquería, cuartos de masajes y un cuarto para practicar yoga o meditación. Este espacio va a estar ubicado en el edificio YOO Cumbayá en la primera planta y segunda planta del edificio, justo en la zona comercial del proyecto YOO, donde hay diferentes restaurantes, locales comerciales y oficinas. Se propone brindar un espacio donde se impulse la economía local mediante el apoyo a emprendimientos y promoviendo la cultura del Wellness. *BLOOM SPA* es un espacio donde prima el bienestar y la comodidad, brindando un lugar que tiene como experiencia la cultura del wellness y tiene un enfoque en la relajación y la comodidad.

### **II.2 RAZÓN**

Al ser un país que a partir de la Pandemia vivida por el COVID-19 creo más conciencia sobre el bienestar y la salud tanto física como mental. Y a su vez este es un espacio que promueva el emprendimiento. Recordemos que Ecuador es un país emprendedor, por lo que este espacio busca fusionar el wellness y el emprendimiento en un mismo lugar.

### **II.3 TARGET**

El proyecto esta destinado a personas interesadas en el Wellness y que busca apoyar a las marcas locales, que se encuentren económicamente activas.

## **II. 4 ANÁLISIS DEL SECTOR**

*BLOOM SPA* va a estar ubicado en el edificio YOO en el sector de Cumbayá. Se encuentra rodeado de urbanizaciones, y su ubicación es céntrica y de fácil acceso. Hay varios centros médicos cerca de la ubicación y la zona es ideal para un pop up y un servicio de spa. El YOO es un proyecto residencial que cuenta con diferentes áreas y espacios recreativos como una piscina y un gimnasio, cuenta también con oficinas y locales, principalmente gastronómicos y comerciales. YOO CUMBAYÁ es un proyecto residencial rodeado de áreas verdes y grandes plazas ubicado en un punto estratégico del sector de Cumbayá. Cuenta con diferentes áreas como oficinas y locales comerciales.

### **II.4.1 ANÁLISIS DEL SECTOR: ACCESIBILIDAD**

*BLOOM SPA*, esta en la Av. Pampite y Simón Valenzuela. A pocos minutos de la Universidad San Francisco de Quito rodeado de Urbanizaciones. Cuenta con un parqueadero subterráneo propio, pero a su vez cuenta con el servicio de *ZONA AZUL*, que permite a los usuarios parquear en la calle AV. Pampite que es una avenida importante en el sector que conecta diferentes puntos céntricos de Cumbayá.

### **II.4.2 ANÁLISIS DEL SECTOR: ENTORNOS Y SERVICIOS**

El sector esta rodeado por espacios comerciales importantes como restaurantes del *GRUPO Z*, ubicado dentro del mismo edificio como *ZAO*, *ZANTO* Y *ZEVICHE*, los tres espacios gastronómicos. En su mayoría, el envolvente del edificio son Urbanizaciones Residenciales grandes con edificaciones modernas. Al estar ubicado a pocos metros del centro de Cumbayá hay diferentes servicios como locales comerciales y edificios comerciales como la Plaza Pampite, que cuenta con restaurantes, una peluquería, y un bar tipo rooftop. Cerca al establecimiento también se encuentran diferentes servicios de bienestar y peluquería como LA PESTAÑEARÍA, NATURAL VITALITY o VALLE WELLNESS MEDICAL CENTER.





FIG 1



FIG 2



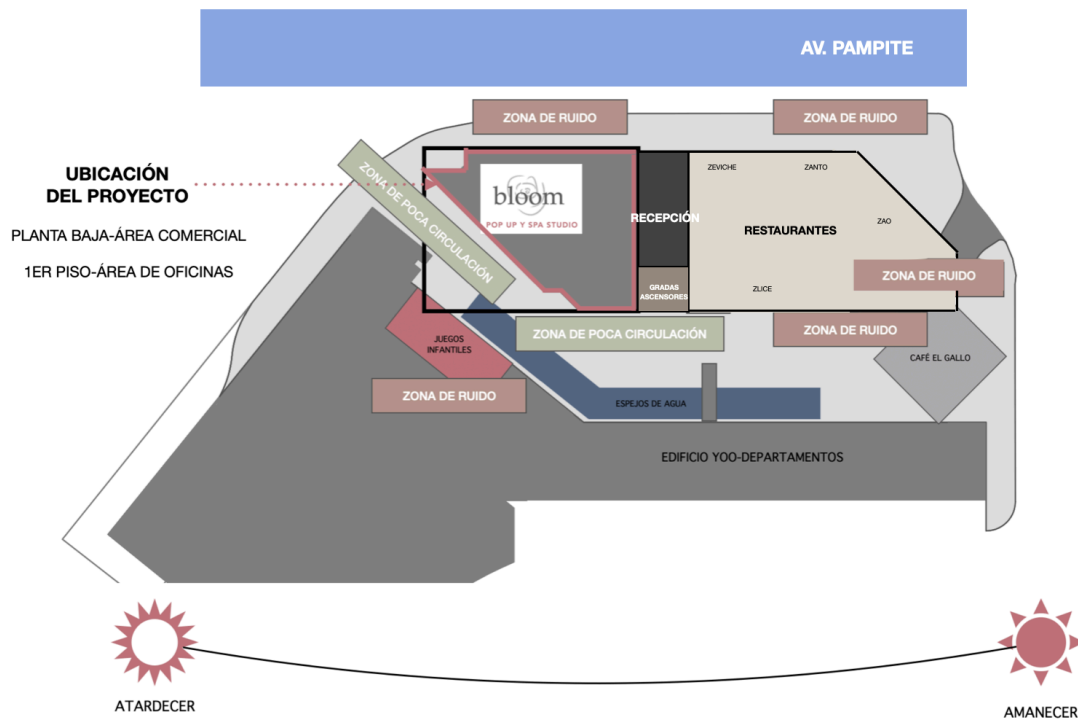


FIG 3



FIG 4

### II.4.3 ANÁLISIS DEL SECTOR: ESTADO ACTUAL

Actualmente, el edificio cuenta con varios ingresos peatonales marcado por rampas y dos entradas a través de estacionamientos. Cuenta con un estacionamiento privado subterráneo y con espacios adicionales en la Calle Av.Pampite frente al establecimiento. El establecimiento se encuentra dividido en dos edificaciones, el primer edificio, el edificio donde se basa el proyecto, es el edificio de oficinas y locales comerciales, mientras que la edificación de atrás es la zona privada y zona residencial. A continuación se muestra una referencia gráfica estructural de la edificación. Donde se marca la entrada principal del establecimiento, y elementos arquitectónicos estructurales importantes como las columnas, muros divisorios y la malla estructural, así también los grandes ventanales que envuelven el espacio y permiten el ingreso de la luz natural.

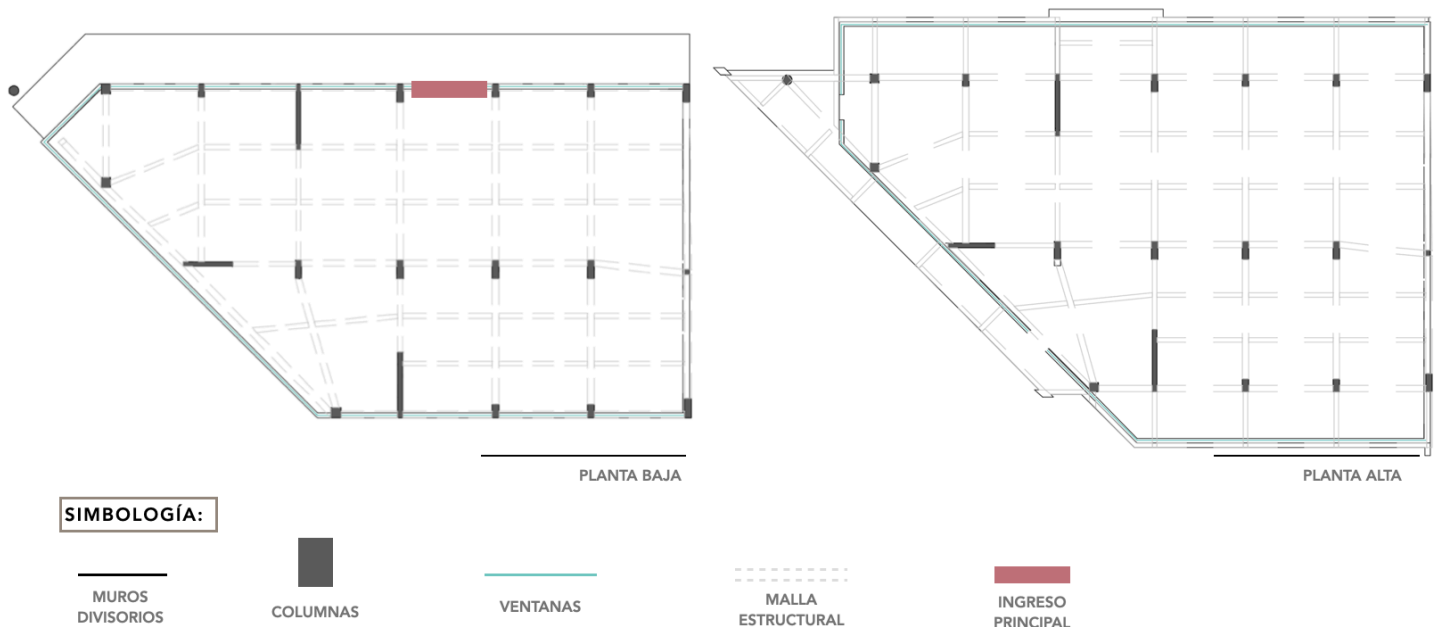


FIG 5

## CAPÍTULO III: PROYECTO

### III.1 METAS DEL DISEÑO:

BLOOM SPA es un centro Wellness y venta de productos de emprendedores locales relacionados con el bienestar, el aroma y el skincare para personas interesadas en el wellness y que busquen apoyar a las marcas locales. Aquí se busca promover el aprendizaje a través de talleres, impulsar los emprendimientos y promover prácticas del bienestar.

### III.2 CONCEPTO:

*Rosa*

La rosa es una flor emblemática del país, además de sus propiedades que se relaciona directamente con el aroma y la belleza. El florecer (bloom en inglés), como el nombre de mi proyecto lo indica, hace referencia a el crecimiento personal a través del bienestar así buscando que el usuario pueda tener como experiencia un espacio que promueva la tranquilidad y la relajación. La rosa es un símbolo de admiración y belleza, que también a través de sus propiedades promueve la tranquilidad y la relajación. Así buscando que el usuario experimente comodidad en un lugar donde se sienta las cualidades y características de la rosa.

#### III.2.1 CONCEPTO: REFERENCIA GRÁFICA



FIG 6



### III.3 PROGRAMACIÓN:



FIG 7

### III.4 DIAGRAMA DE ADYACENCIAS

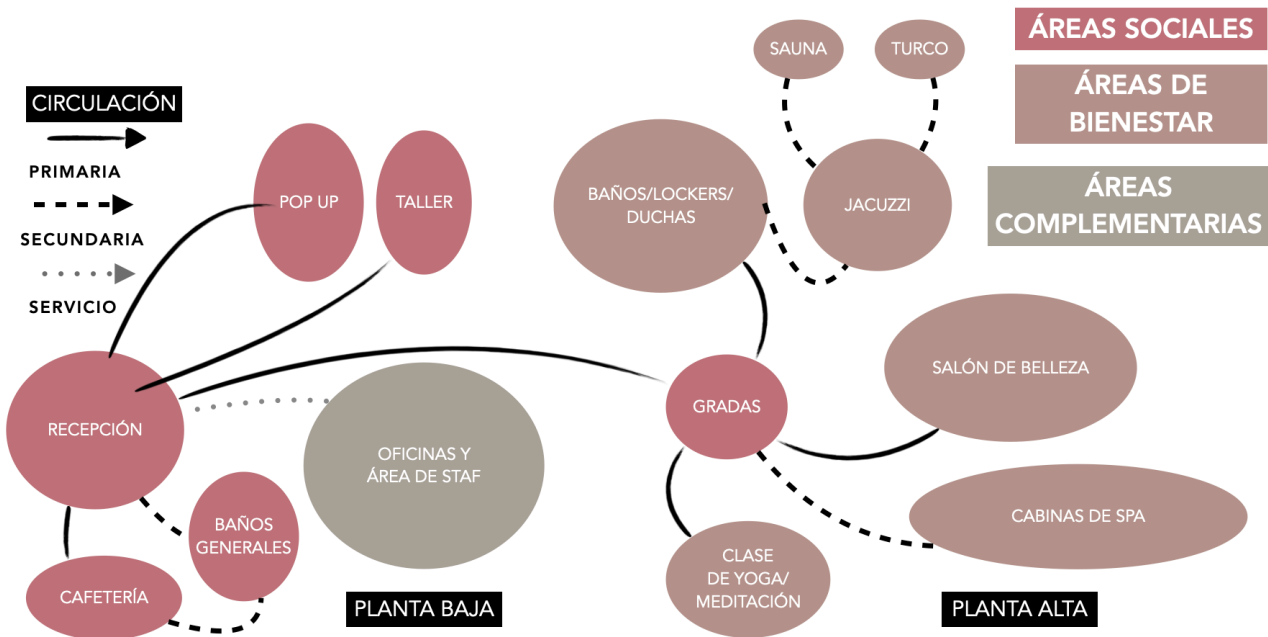
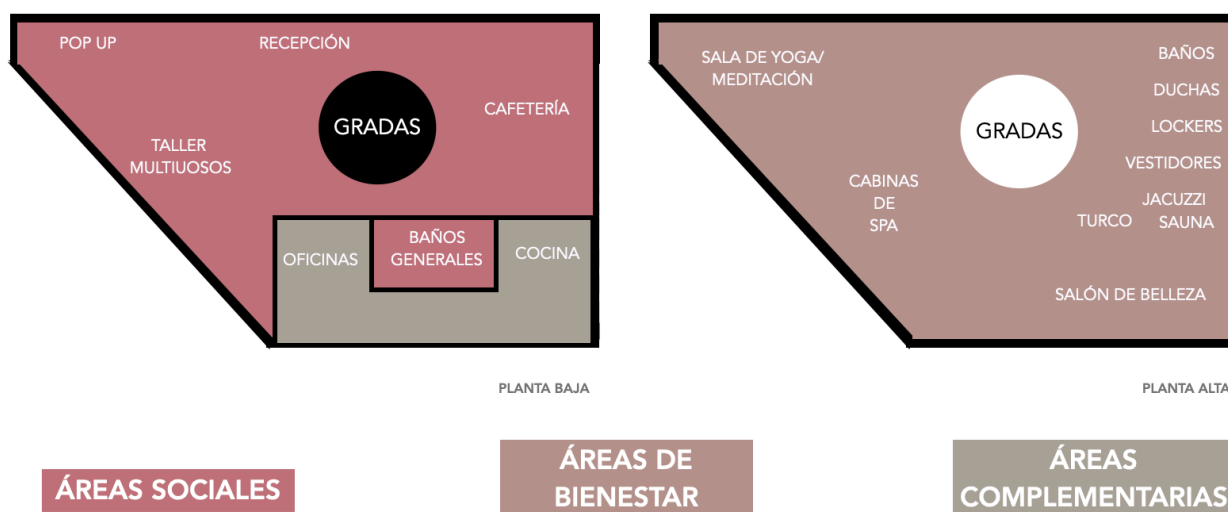


FIG 8

### III.4.1 DIAGRAMA DE ADYACENCIAS: CIRCULACIÓN

La circulación se divide por *CIRCULACIÓN PRIMARIA*, *CIRCULACIÓN SECUNDARIA* Y *CIRCULACIÓN DE SERVICIO*. La circulación primaria marca el acceso principal y la circulación general que conecta los diferentes espacios del proyecto con las áreas sociales. La circulación secundaria marca los espacios a áreas más privadas, que no requieren de doble circulación o que no marcan necesariamente acceso a espacios sociales. La circulación de servicio marca la circulación de las áreas de staff, como pueden ser bodegas, es decir áreas que no son abiertas al público.

### III.5.1 ZONIFICACIÓN



El proyecto estará dividido por tres áreas: *ÁREA SOCIAL*, *ÁREAS DE BIENESTAR* Y *ÁREAS COMPLEMENTARIAS*. Dentro del área social se encuentran las áreas principales y con mayor aforo del proyecto que son la Recepción, la Cafetería, el Pop Up y el Taller multiusos. Mientras que las áreas de bienestar se dedica a los servicios Wellness como las cabinas de spa, el salón de belleza y la sala de yoga. Por otro lado están las áreas complementarias o áreas de servicio donde se encuentran las oficinas administrativas y las bodegas, como la cocina y el área de servicio. El proyecto también está dividido en dos plantas. La primera planta, que se encuentra en la parte comercial del edificio (Planta Baja), que tiene acceso directo a los servicios sociales del

FIG 9

establecimiento y la segunda planta (Planta Alta) donde actualmente funcionan las oficinas. Estas plantas se conectan por las gradas y el ascensor como se muestra en la IMG referencial.

### III.6 DISEÑO DEL ESPACIO

Al ser el concepto la rosa, se ha realizado una investigación en torno a la geometría de la rosa y se ha abstraído figuras a partir de esta. Para el diseño se ha enfocado en aplicar el concepto tanto en la arquitectura, como a través de la paleta de colores, muebles y texturas. Esto con el fin de crear un espacio adecuado al concepto usando formas circulares y semicirculares que simulan las capas de la rosa. Por otro lado se ha enfocado en la centralidad de la rosa y su desarrollo a partir del tallo.

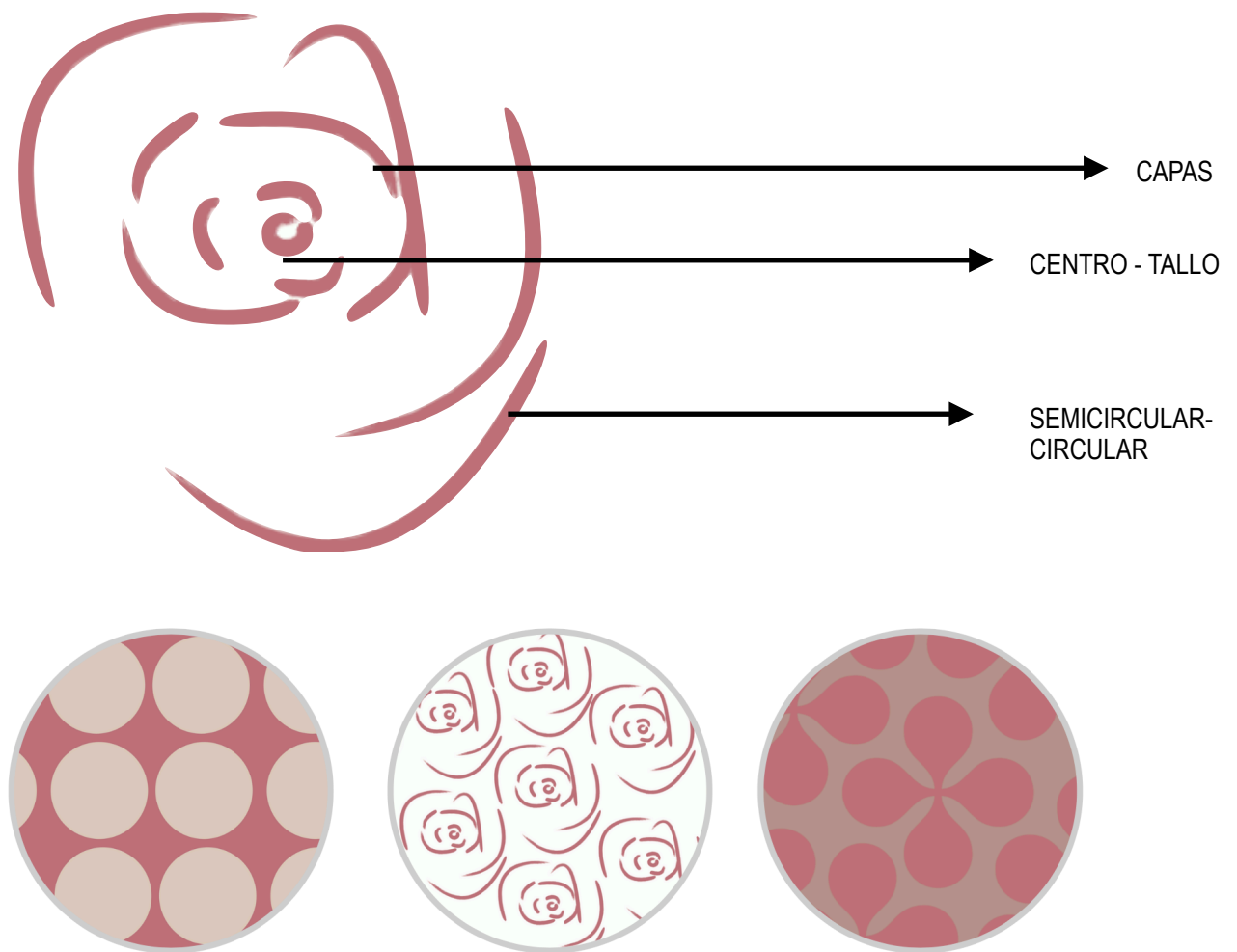


FIG 10

FIG 11

## **CAPÍTULO IV: INVESTIGACIÓN**

### **IV.1 SPA**

Un spa es un establecimiento o un centro dedicado al cuidado personal, la relajación y el bienestar.

Es un lugar donde las personas pueden disfrutar de una variedad de tratamientos y servicios

destinados a promover la salud y el equilibrio tanto físico como mental. En cuanto a la división de

un spa en áreas, es importante tener en cuenta las diferentes áreas que requiere un proyecto así para

su adecuado funcionamiento, los diseños pueden variar según el establecimiento y su enfoque

específico. Es importante tener en cuenta que la distribución y diseño de estas áreas pueden variar

en cada spa, dependiendo de su tamaño, enfoque y servicios específicos. Sin embargo, el objetivo

principal es crear un ambiente acogedor, relajante y propicio para el cuidado personal y el bienestar

de los clientes.

#### **IV.1.1 RECEPCIÓN**

Es el área de entrada donde los clientes son recibidos y atendidos por el personal del spa. Aquí se

realizan los registros, se programan citas y se brinda información general sobre los servicios y

tratamientos disponibles. Es el punto central donde está también el punto de encuentro que conecta

todas las áreas.

#### **IV.1.2 ZONA DE RELAJACIÓN**

Estos espacios están diseñados para que los clientes puedan descansar y relajarse. Puede incluir

cómodas camas, sillas de masaje, cojines, mantas y una iluminación tenue para crear una atmósfera

tranquila. Aquí es donde se practican tratamientos como faciales o masajes, puede incluir salas de

terapias corporales o terapias con agua, también llamado área de tratamiento.

#### **IV.1.3 ÁREAS DE AGUA**

Algunos spas cuentan con áreas de aguas termales, saunas, baños de vapor o piscinas, donde los clientes pueden disfrutar de los beneficios del agua para la relajación y el cuidado de la salud.

#### **IV.1.3 ÁREA DE BELLEZA**

Aquí se encuentran los espacios destinados a tratamientos de belleza, como pueden ser salones de peluquería, salas de manicura y pedicura, y estaciones de maquillaje. Estas áreas están diseñadas para brindar servicios de cuidado personal adicionales más allá de los tratamientos corporales y faciales.

#### **IV.1.4 BAÑOS**

Un área importante dentro del diseño de un Spa son los baños, ya que estos deben cumplir con las normas además de ser un espacio bien equipado con diferentes servicios como las baterías sanitarias, zona de lockers, cambiadores, duchas y adicionalmente pueden tener otros servicios de agua que incluyen jacuzzis, saunas o turcos.

### **IV.2 ¿POR QUÉ UN SPA?**

Vivimos en una sociedad acelerada y exigente, donde el estrés se ha convertido en una constante en nuestras vidas. Por eso, es fundamental encontrar momentos de tranquilidad y cuidado personal que nos permitan recargar energías y mantener un equilibrio en nuestra salud mental y emocional. Una excelente opción para lograrlo es visitar un spa. Un spa es un lugar diseñado especialmente para brindarnos un ambiente de relajación y bienestar. En un spa, podemos sumergirnos en un mundo de sensaciones placenteras a través de aromas, texturas y una variedad de servicios que nos ayudarán a desconectar de las preocupaciones diarias y cuidar de nosotros mismos.

Uno de los aspectos más destacados de un spa es la atención personalizada que recibimos. Los terapeutas y profesionales del spa están capacitados para brindarnos un trato especial, adaptando los servicios a nuestras necesidades individuales. Ya sea a través de un masaje relajante, una terapia con aromaterapia o tratamientos faciales, podemos experimentar una renovación tanto física como mental.

Cuidar de nuestra apariencia exterior también influye en nuestro bienestar interior, ya que nos sentimos mejor con nosotros mismos y proyectamos esa confianza en todas nuestras actividades diarias.

### **IV.3 BENEFICIOS**

Visitar un spa ofrece una serie de beneficios para nuestro bienestar físico, mental y emocional.

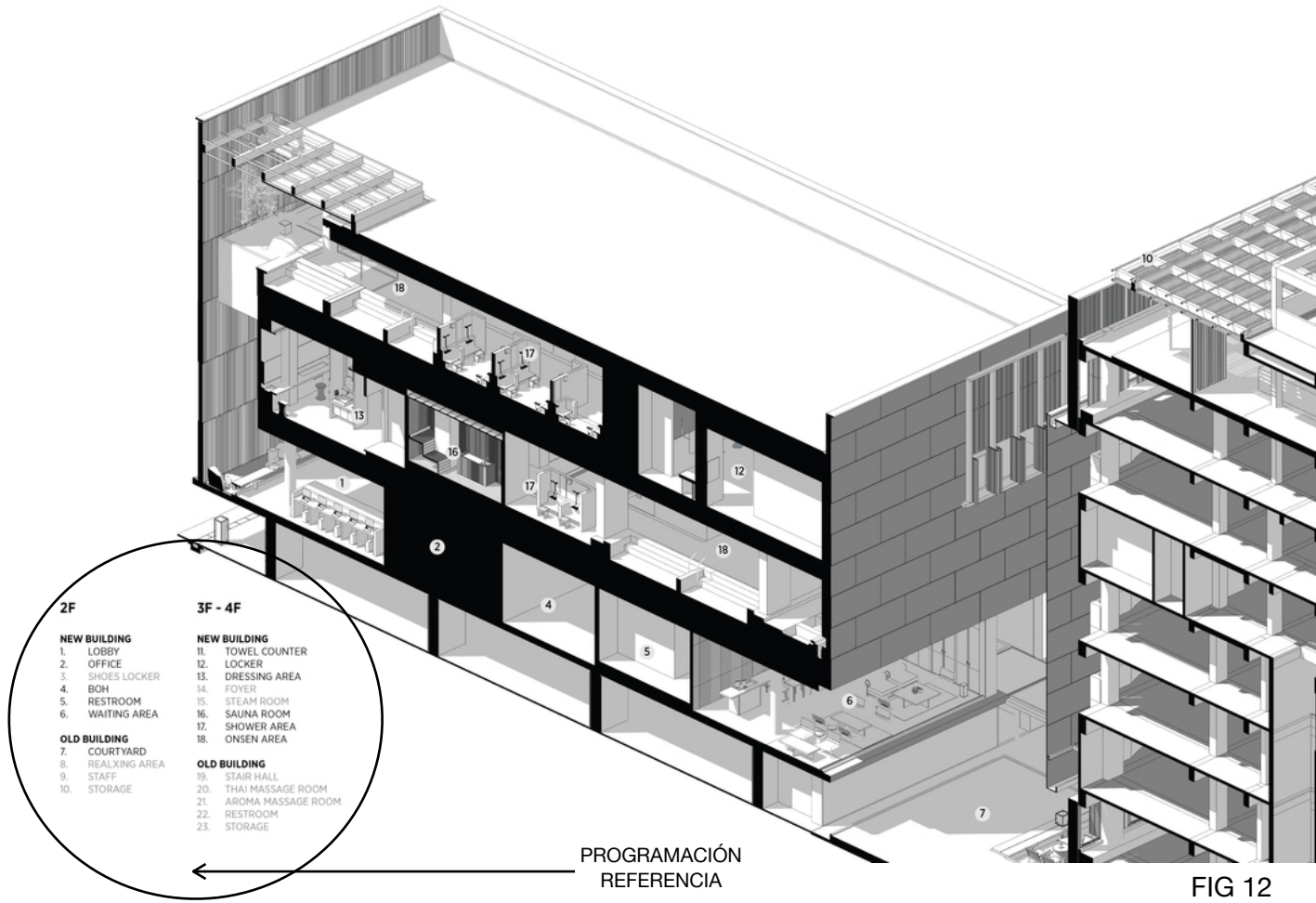
Algunos de los beneficios incluyen: relajación y reducción del estrés. Los spas ofrecen un entorno tranquilo y relajante que nos permite desconectar de las preocupaciones diarias y reducir el estrés acumulado. Los tratamientos y terapias de relajación, como los masajes y los baños termales, ayudan a relajar los músculos y calmar la mente. También ayuda a la salud física, los tratamientos en un spa, como los masajes terapéuticos, pueden ayudar a aliviar dolores musculares y tensiones, mejorar la circulación sanguínea y promover una mejor salud física en general. Además, algunas instalaciones de spa, como las piscinas o los saunas, pueden tener beneficios para la salud cardiovascular y respiratoria. Los spas ofrecen una amplia gama de tratamientos faciales y corporales que ayudan a mejorar la salud de la piel, reducir signos de envejecimiento y promover una apariencia radiante. Los productos utilizados en los tratamientos suelen ser de alta calidad y están diseñados para nutrir e hidratar la piel, no solo se centran en el aspecto físico, sino también en el bienestar mental y emocional.

## CAPÍTULO V: REFERENTES

### V.1 YUNOMORI ONSEN AND SPA

Yunomori Onsen and Spa Sathorn ubicado en el centro de la ciudad de Bangkok, el edificio consta de dos partes: un edificio de apartamentos renovado y un edificio nuevo, que separa las funciones de las instalaciones de Onsen y tratamientos de spa. A pesar de estar rodeado de altos edificios densos, se ofrece una solución de diseño creando un patio que permite la entrada de luz natural. Los huéspedes que ingresan al vestíbulo en el segundo piso son recibidos con una pared de concreto con forma de bambú que recorre todo el atrio. El diseño de interiores tiene la intención de aislar el caótico mundo exterior. El ambiente del pasillo fomenta la paz y la relajación, gracias al suelo de chapa de madera e iluminación oculta. El diseñador coloca intencionalmente el vestíbulo junto al exuberante jardín del patio para crear una pequeña sorpresa para los huéspedes.

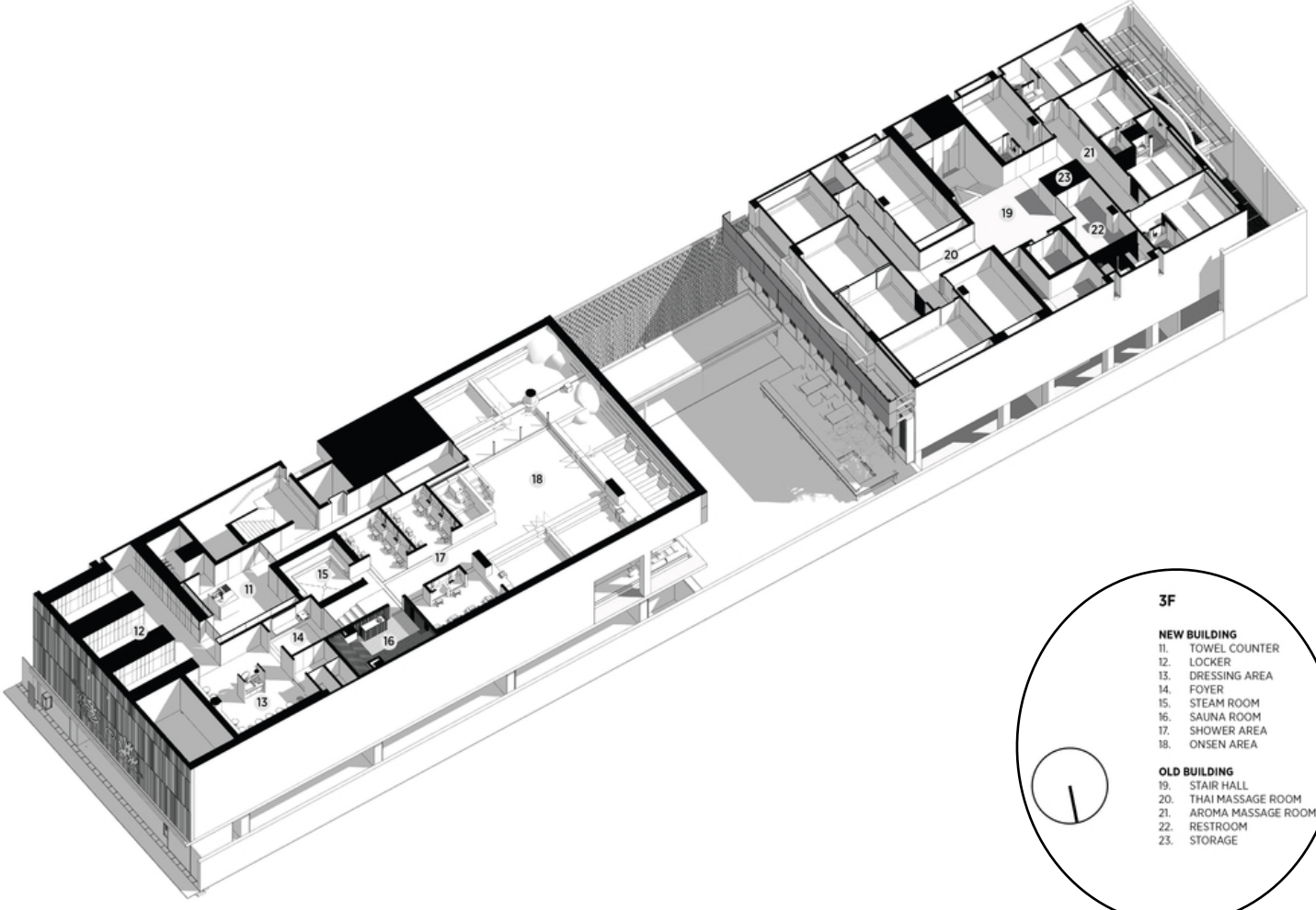
A continuación se incluirá imágenes del proyecto Yunomori Onsen and Spa Sathorn que se usó como referencia para el Proyecto BLOOM SPA, sobretodo basado en las áreas y en la programación del proyecto, ya que muestra las diferentes áreas que se debe considerar para un Spa. Es importante tener una recepción central de donde partan diferentes puntos. Tomando como referencia esta programación y diseño espacial se planteó dividir el proyecto en dos plantas. También a partir de esta programación se plantea incluir bodegas y baños con diferentes áreas como área de lockers, área de vestidores y duchas. La primera planta que se encuentra en la zona comercial del edificio es donde se van a desarrollar las áreas de recepción, cafetería, Pop up y taller, incluyendo también las áreas de servicio.



- 2F**
- NEW BUILDING**
  - 1. LOBBY
  - 2. OFFICE
  - 3. SHOES LOCKER
  - 4. BOH
  - 5. RESTROOM
  - 6. WAITING AREA
  - OLD BUILDING**
  - 7. COURTYARD
  - 8. REALXING AREA
  - 9. STAFF
  - 10. STORAGE
- 3F - 4F**
- NEW BUILDING**
  - 11. TOWEL COUNTER
  - 12. LOCKER
  - 13. DRESSING AREA
  - 14. FOYER
  - 15. STEAM ROOM
  - 16. SAUNA ROOM
  - 17. SHOWER AREA
  - 18. ONSEN AREA
  - OLD BUILDING**
  - 19. STAIR HALL
  - 20. THAI MASSAGE ROOM
  - 21. AROMA MASSAGE ROOM
  - 22. RESTROOM
  - 23. STORAGE

PROGRAMACIÓN  
REFERENCIA

FIG 12



- 3F**
- NEW BUILDING**
  - 11. TOWEL COUNTER
  - 12. LOCKER
  - 13. DRESSING AREA
  - 14. FOYER
  - 15. STEAM ROOM
  - 16. SAUNA ROOM
  - 17. SHOWER AREA
  - 18. ONSEN AREA
  - OLD BUILDING**
  - 19. STAIR HALL
  - 20. THAI MASSAGE ROOM
  - 21. AROMA MASSAGE ROOM
  - 22. RESTROOM
  - 23. STORAGE

FIG 13



## V.2 PHONG KHAM YHCT TRADITIONAL CLINIC

En este siguiente proyecto use de referencia la zonificación y distribución de espacios del proyecto, al enfocarse en un punto jerárquico y darle una centralidad al espacio. Esta es una clínica inaugurada en 2022 que se ubica en la ciudad de Hanoi, en Vietnam. La Clínica Tradicional SPD se encuentra en un nuevo complejo residencial de uso mixto en Hanoi.

A continuación se inserta una imagen (FIG14) de la planta que se tomó como referencia para el proyecto. Este proyecto toma un punto central (que es la recepción), donde parten el resto de áreas. Esto hace que la recepción se vuelva un punto de encuentro y la primera vista al proyecto. Este es un punto clave porque es la primera impresión y un lugar donde se puede dar y recibir información.

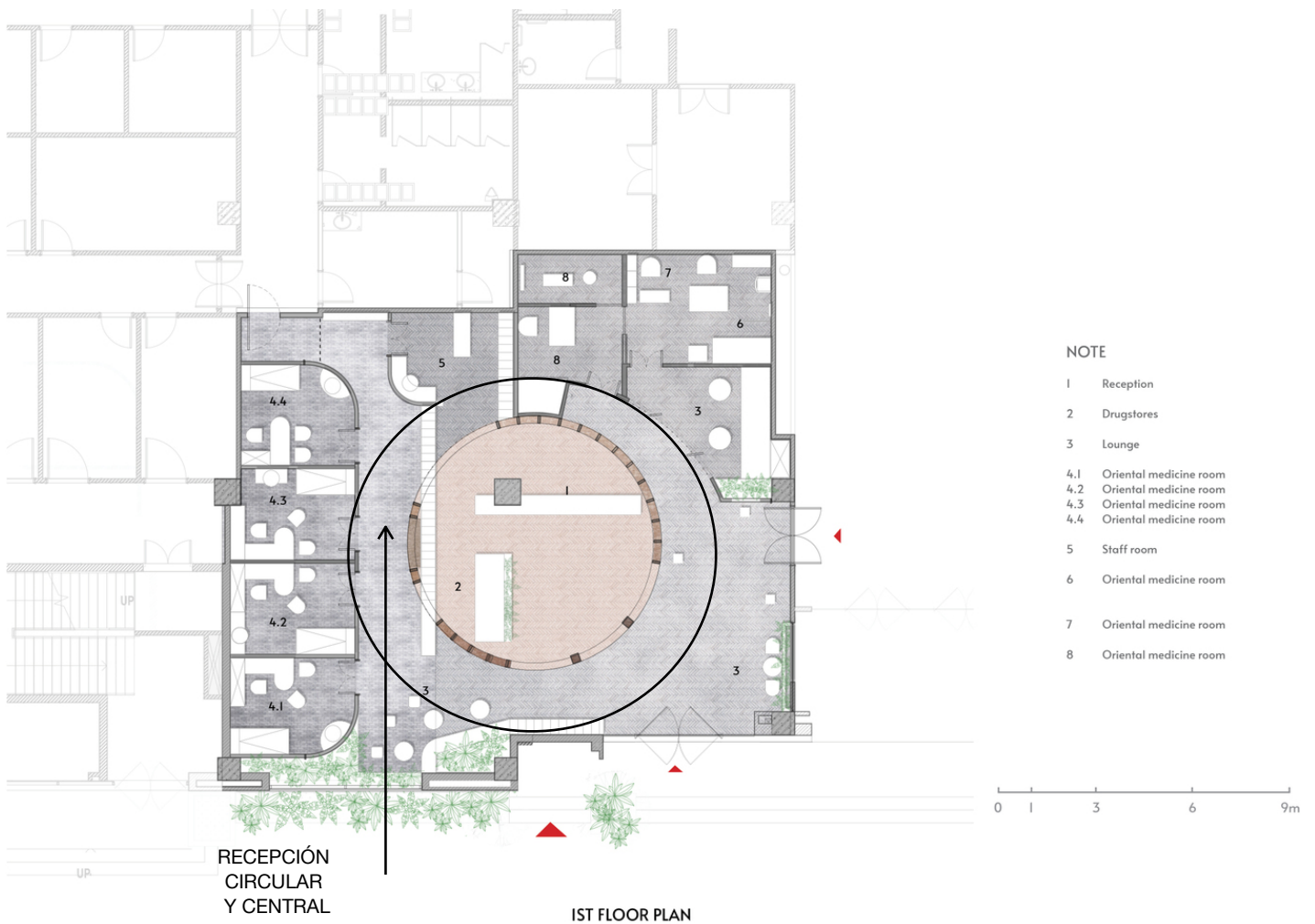


FIG 14

## CAPÍTULO VI: INVESTIGACIÓN ELEMENTOS DISEÑO DE INTERIOR

### VI.1 BARRA

En la IMG (PANERO: Las dimensiones humanas en los espacios interiores) (FIG15) se observa las dimensiones de una barra, también denominado *SODA FOUNTAIN*.

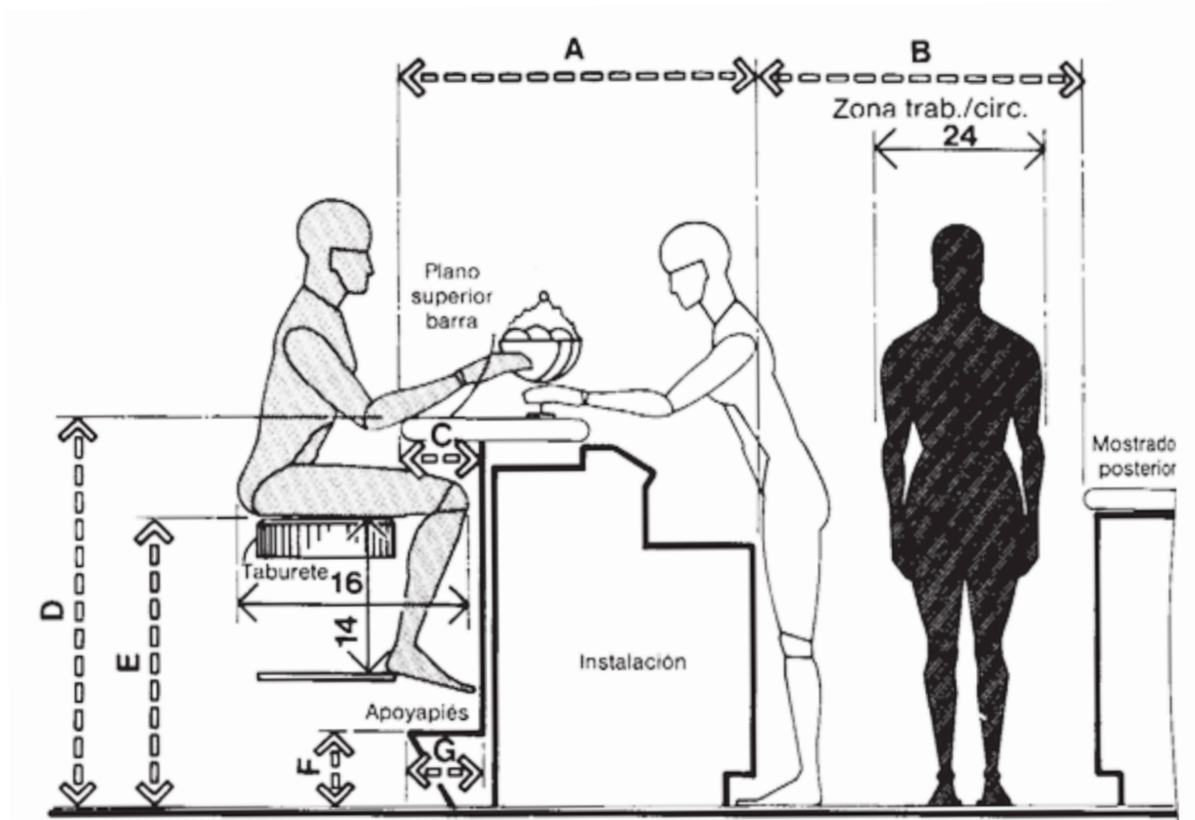


FIG 15

	pulg.	cm
A	41-43	104,1-109,2
B	30-36	76,2-91,4
C	10	25,4
D	42	106,7
E	31-32	78,7-81,3
F	12-13	30,5-33,0
G	9	22,9
H	20 max.	50,8 max.
I	34 min.	86,4 min.
J	34 max.	86,4 max.

Debe ser de 106,7cm de alto

aproximadamente la barra donde el cliente consume,

mientras que la butaca o silla alta debe medir

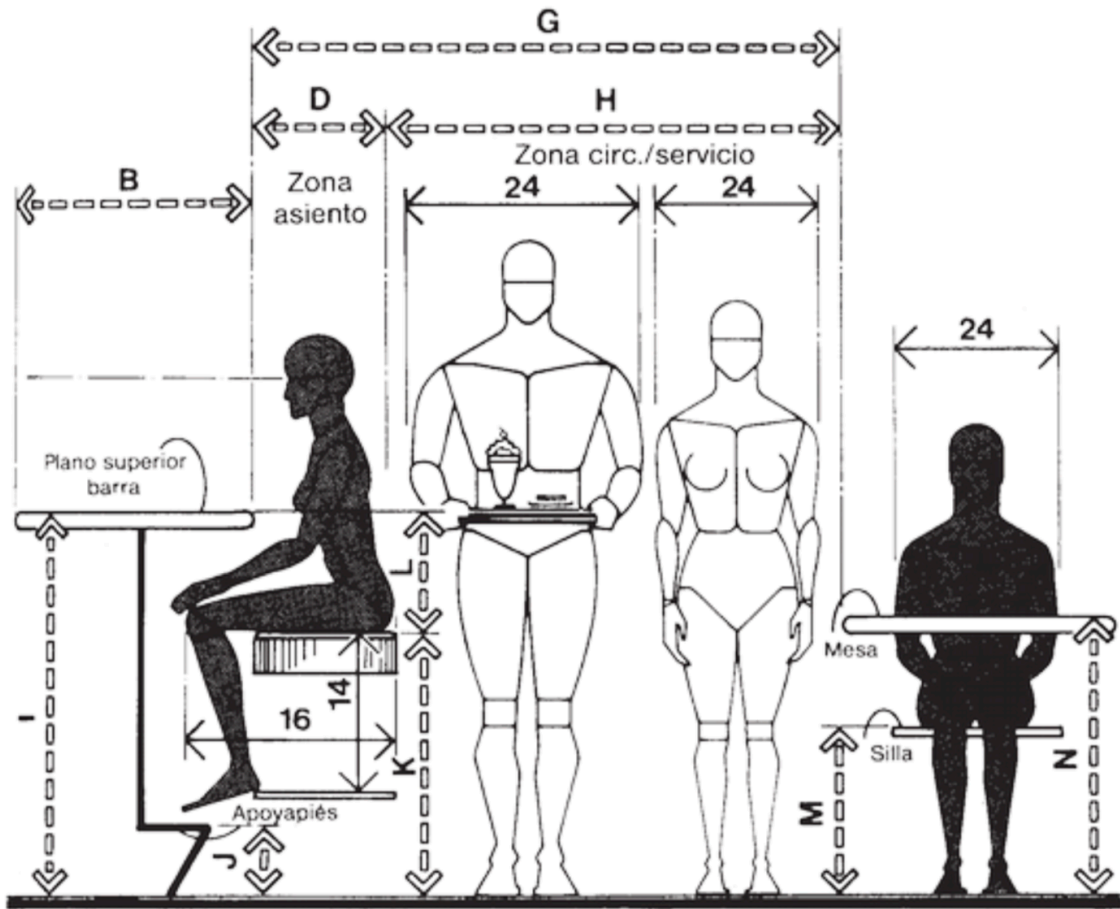
aproximadamente 78,7-81,3 cm de alto. Posterior a la

barra se encuentra la *ZONA DE TRABAJO*, donde se

encuentra el personal que debe tener al menos 76,2cm

de circulación. Adicionalmente hay un mostrador

posterior.



Posterior a la barra y zona de asiento se debe permitir una circulación de al menos 120cm de ancho, esto para que dos personas puedan circular libremente.

FIG 16

	pulg.	cm
<b>A</b>	96-120	243,8-304,8
<b>B</b>	18-24	45,7-61,0
<b>C</b>	60-72	152,4-182,9
<b>D</b>	12-18	30,5-45,7
<b>E</b>	36 min.	91,4 min.
<b>F</b>	10	25,4
<b>G</b>	60-66	152,4-167,6
<b>H</b>	48 min.	121,9 min.
<b>I</b>	42	106,7
<b>J</b>	12-13	30,5-33,0
<b>K</b>	30-31	76,2-78,7
<b>L</b>	11-12	27,9-30,5
<b>M</b>	16-17	40,6-43,2
<b>N</b>	29-30	73,7-76,2

## VI.2 CABINAS DE SPA

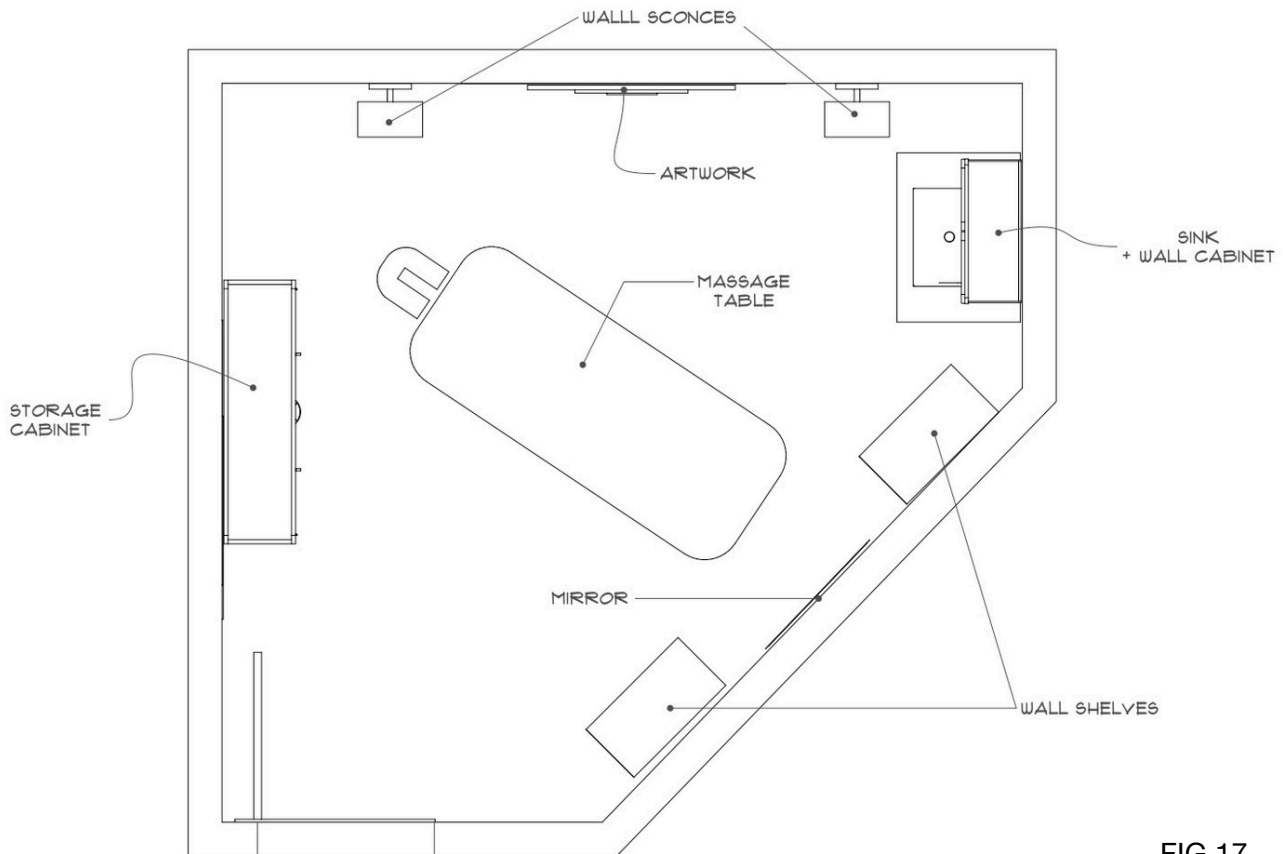


FIG 17

Para el diseño de una cabina de spa se debe tomar las siguientes consideraciones. En el centro del espacio debe colocarse la mesa de masaje o camilla de masaje con circulación al rededor de esta de mínimo 45cm. Es importante incluir un mueble de almacenamiento y un lavamanos.

Adicionalmente se puede incluir espejos, decoraciones en pared o estanterías altas.

La mesa de masaje debe medir aproximadamente 1,84m de largo, 0,74m de ancho y debe ser entre 0,62 a 0,85m de alto.

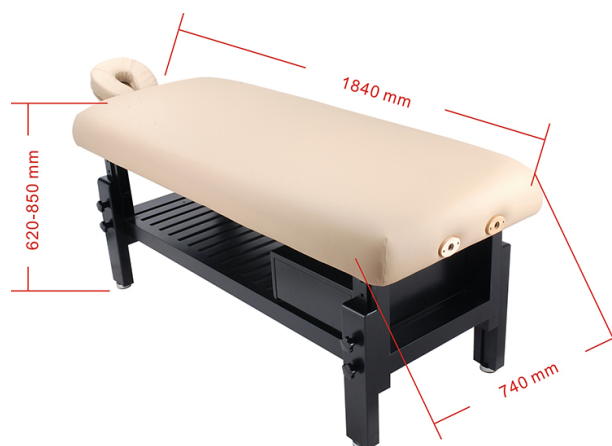


FIG 18

## CONCLUSIÓN

En conclusión, Ecuador enfrenta desafíos significativos en términos de falta de innovación y apoyo a los emprendedores. Sin embargo, la situación ha cambiado en los últimos años, especialmente durante la pandemia de COVID-19, donde muchos ecuatorianos han encontrado la oportunidad de emprender y crear productos más conscientes con el medio ambiente. Estos emprendimientos no solo impulsan la economía del país, sino que también brindan productos y servicios que promueven el bienestar y el cuidado personal.

En este contexto, el proyecto *BLOOM SPA* se destaca como un espacio que no solo se enfoca en el bienestar de sus clientes, sino que también impulsa y apoya a emprendedores locales. A través de talleres y un espacio comercial tipo POP UP, el proyecto proporciona a estos emprendimientos locales un lugar físico para exhibir y vender sus productos, especialmente aquellos relacionados con el cuidado de la piel y el bienestar. Además, cuenta con una cafetería, creando un ambiente holístico donde los clientes pueden disfrutar de una experiencia completa de relajación y bienestar.

La ubicación estratégica del *BLOOM SPA*, en el YOO Cumbayá y en una zona comercial, permite satisfacer las diferentes necesidades de los usuarios, conectando directamente con el público objetivo que se espera visitar el espacio. Al respaldar y comprar productos directamente de emprendimientos locales, se contribuye al crecimiento económico y se fomenta la creatividad, el diseño original y la innovación.

Al promover emprendimientos y productos locales, el *BLOOM SPA* se convierte en un catalizador para la cultura del bienestar y la conexión entre emprendimiento y wellness. Además de los servicios de spa y salones, se ofrece la oportunidad de practicar yoga, meditación y otros deportes similares, brindando una experiencia integral de bienestar.

En la era actual, el bienestar ha adquirido una mayor importancia, especialmente a raíz de la pandemia. El concepto de wellness se ha convertido en sinónimo de salud y comodidad, promoviendo prácticas saludables y un ambiente positivo. Los centros de bienestar buscan ofrecer una variedad de actividades que fomenten el ejercicio, las terapias holísticas y las actividades relajantes. Estos espacios se centran en la atención integral de los usuarios, brindando terapias alternativas como el yoga y la meditación para fomentar la conexión mente, cuerpo y promover la curación.

En resumen, el proyecto *BLOOM SPA* en Ecuador tiene como objetivo brindar un servicio enfocado en el wellness y abordar la falta de innovación y apoyo a los emprendedores al proporcionar un espacio que promueva el bienestar, apoye a los emprendimientos locales y brinde una experiencia integral de cuidado personal. A través de la integración de productos locales y las prácticas del wellness, el proyecto se posiciona como un impulsor del crecimiento económico y la conciencia sobre el cuidado personal en Ecuador.

## REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

Borja, C. (2021). Así se Emprende en Ecuador: estos son los cinco negocios más innovadores y con mejor proyección de la primera temporada. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/noticias/informes/asi-se-emprende-en-ecuador-estos-son-los-cinco-negocios-mas-innovadores-y-con-mejor-proyeccion-de-la-primera-temporada-nota/>

Ludicorp. (s.f.). Aspectos sobre la cultura del wellness que puedes incorporar a tu empresa. Recuperado de <https://www.ludicorp.com.mx/blog/aspectos-sobre-la-cultura-del-wellness-que-puedes-incorporar-a-tu-empresa/#:~:text=¿Qué%20es%20la%20cultura%20wellness,mobiliario%20ergonómico%20y%20la%20socialización>

Panero, J., & Zelnik, M. (2014). Las dimensiones humanas en los espacios interiores (4ª ed.). Gustavo Gili. <https://dokumen.tips/documents/panero-juan-y-zelnik-las-dimensiones-humanas-en-los-espacios-interiores-55c8140cde19f.html?page=264>

Oddo Architects. (2021, abril 16). Phòng Khám YHCT Traditional Clinic / Oddo Architects. ArchDaily. Recuperado de [https://www.archdaily.com/987494/phong-kham-yhct-traditional-clinic-oddo-architects?ad\\_medium=gallery](https://www.archdaily.com/987494/phong-kham-yhct-traditional-clinic-oddo-architects?ad_medium=gallery)

Sixseven Studio. (2021, marzo 15). Yunomori Onsen and Spa | Sathorn / Sixseven Studio. ArchDaily. Recuperado de [https://www.archdaily.com/958075/yunomori-onsen-and-spa-sathorn-sixseven-studio?ad\\_medium=gallery](https://www.archdaily.com/958075/yunomori-onsen-and-spa-sathorn-sixseven-studio?ad_medium=gallery)



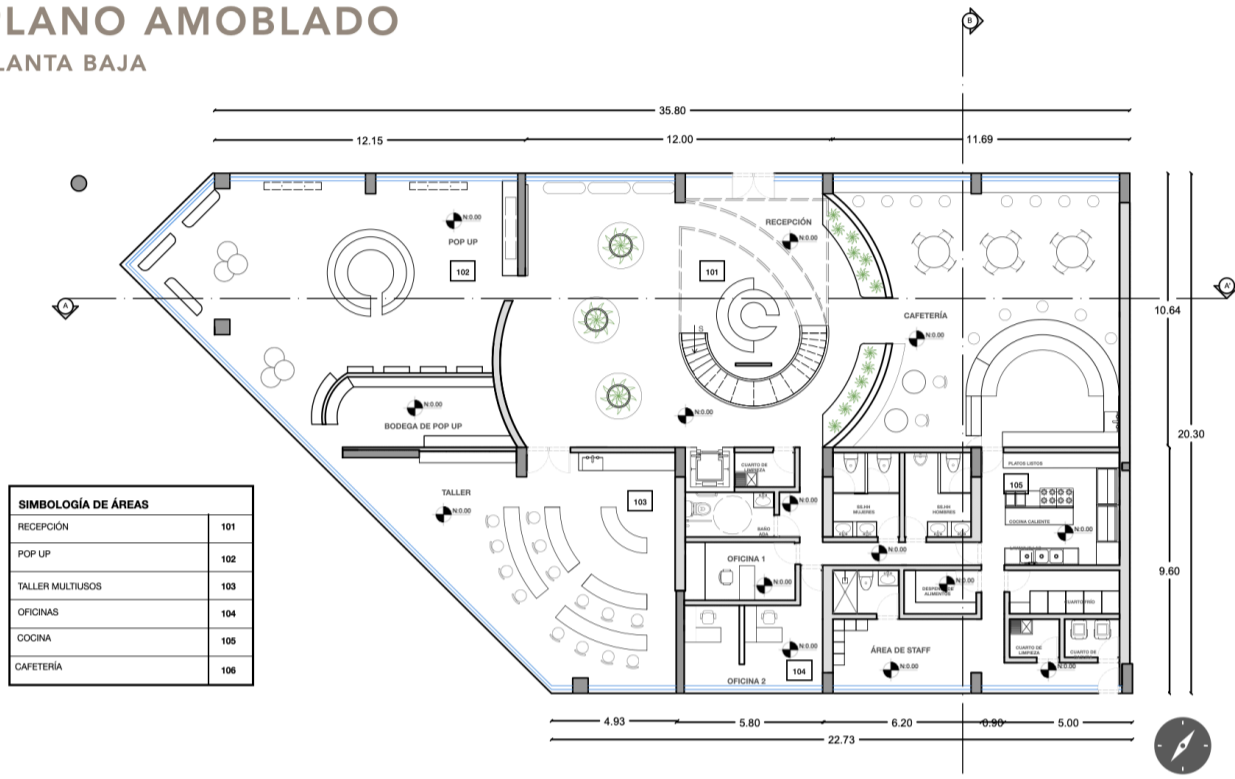
## PROPUESTA

Diseño de un Spa que cuenta con diferentes espacios como salón de belleza, Pop Up para productos locales y cafetería. Se ubicará en el edificio YOO en el sector de Cumbayá, Quito.

Un spa es un espacio diseñado para el bienestar y la relajación. Al comprar directamente de emprendimientos locales se contribuye al crecimiento de la economía. Este proyecto se enfoca en los productos relacionados con el skincare, como productos aromatizantes, esto también con el fin de generar un espacio de bienestar a través de los diferentes servicios que conforma un Spa.

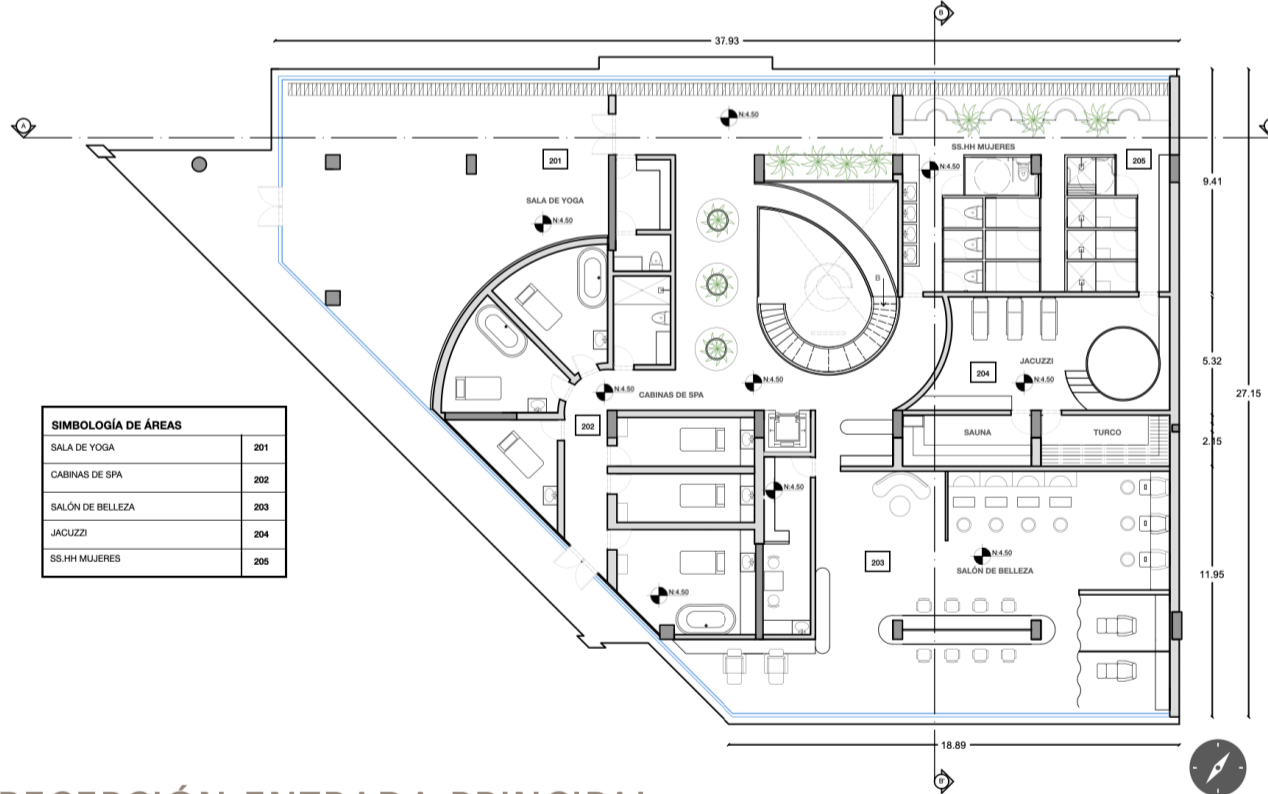
## PLANO AMOBLADO

### PLANTA BAJA

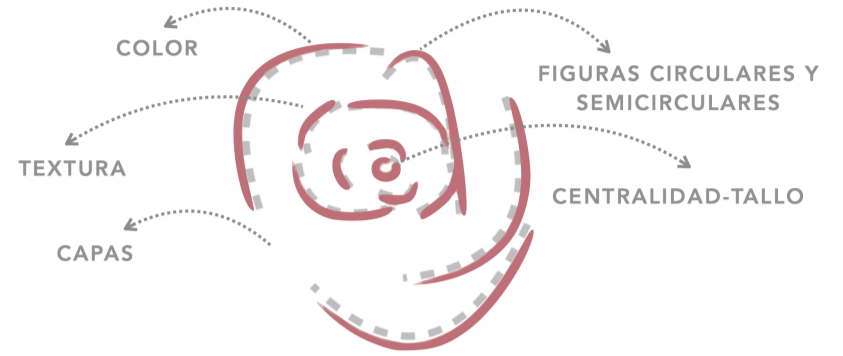


## PLANO AMOBLADO

### PLANTA ALTA



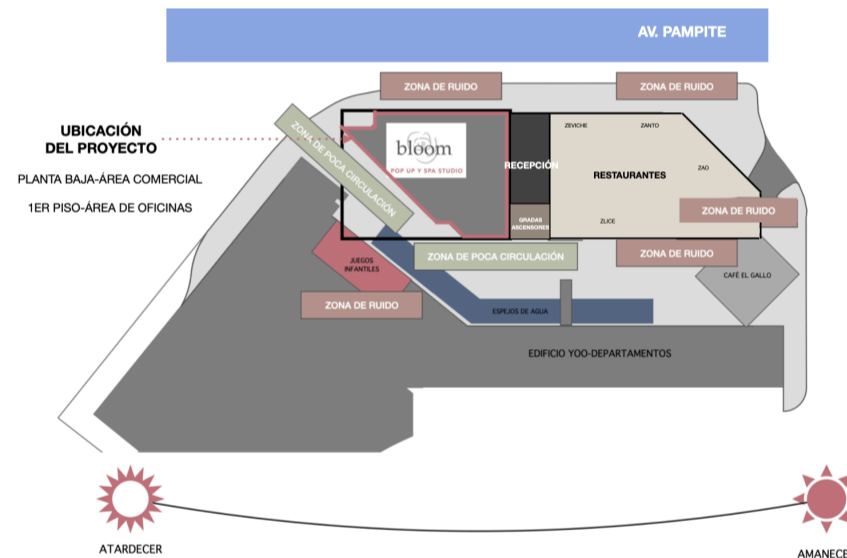
## CONCEPTO: LA ROSA



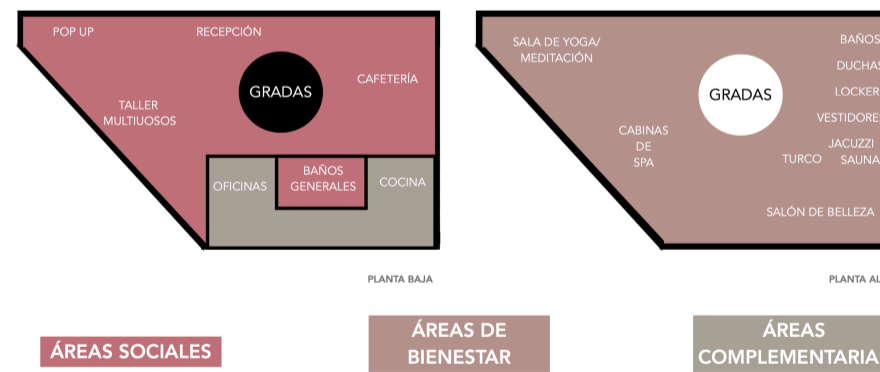
## UBICACIÓN



## ANÁLISIS DEL SECTOR



## ZONIFICACIÓN



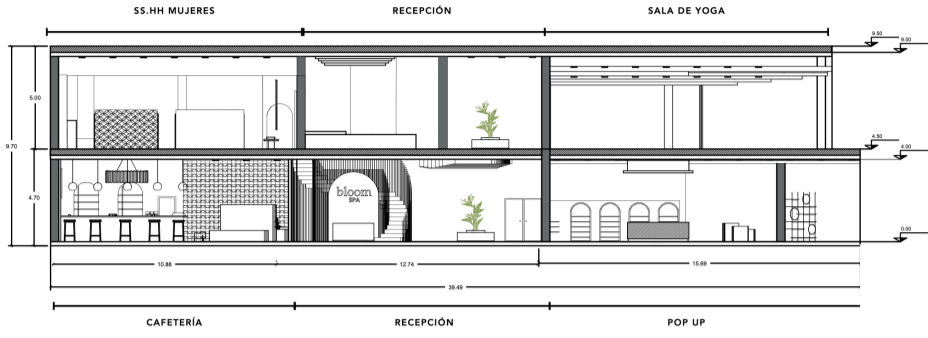
## RECEPCIÓN-ENTRADA PRINCIPAL

## CABINA DE SPA

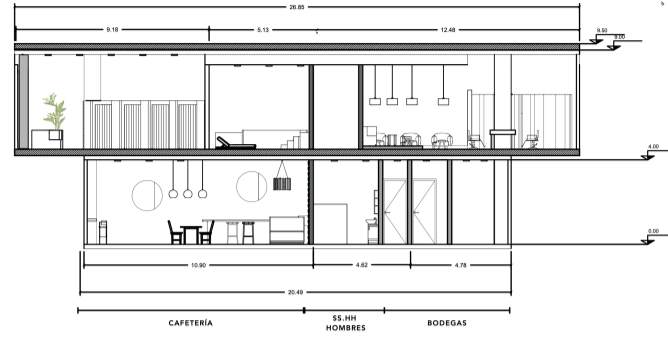




## CORTE A´A



## CORTE B´B



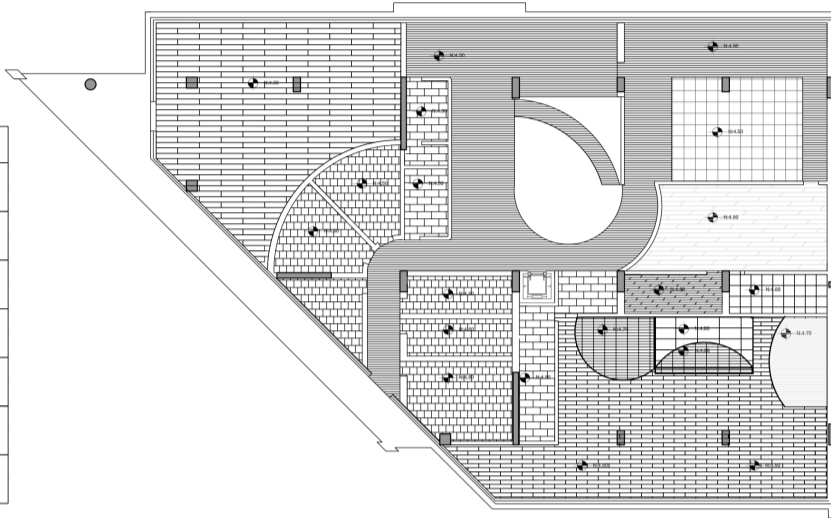
## SAUNA



## PLANO DE PISOS

PLANTA ALTA

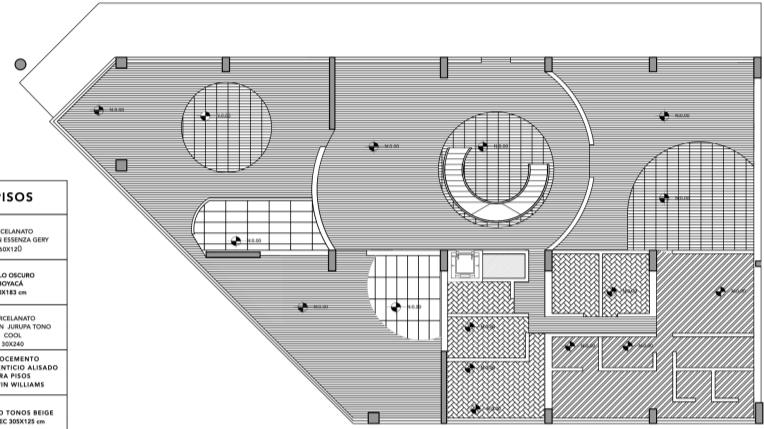
SIMBOLOGÍA DE PISOS	
	VINILO MADERADO NEOCORTEX 60X183 cm
	PORCELANATO GRANMAN TONO COOL 30X240
	PORCELANATO EQUICERAMICA COLOR PALAESTRI 60X60
	MICROCEMENTO PISO CEMENTICHO ALISADO PARA PISOS SHERWIN WILLIAMS
	TERRAZO TONOS BEIGE GRANITEC 20X125 cm
	PORCELANATO GRANMAN SHOW 20X120
	PORCELANATO EQUICERAMICA COLOR PALAESTRI 60X60



## PLANO DE PISOS

PLANTA BAJA

SIMBOLOGÍA DE PISOS	
	PORCELANATO GRANMAN ESSENCIA GERY 60X120
	VINILO OSCURO BONICA 60X183 cm
	PORCELANATO GRANMAN TONO COOL 30X240
	MICROCEMENTO PISO CEMENTICHO ALISADO PARA PISOS SHERWIN WILLIAMS
	TERRAZO TONOS BEIGE GRANITEC 20X125 cm



## SALA DE YOGA

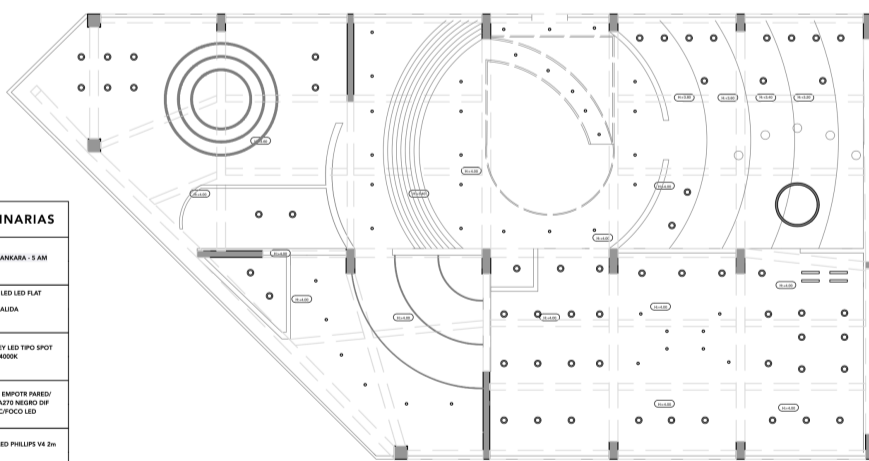
## CAFETERÍA



## PLANO DE ILUMINACIÓN Y TECHOS

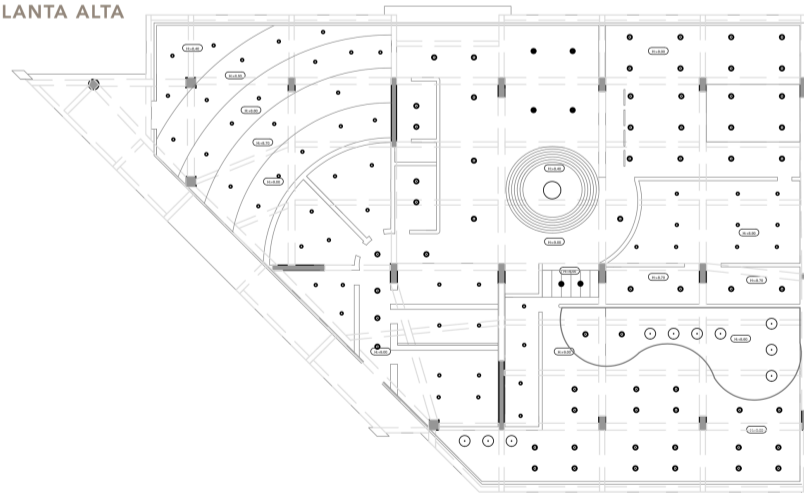
PLANTA BAJA

SIMBOLOGÍA DE LUMINARIAS	
	LÁMPARA ANBARA - 5 AM
	QUAD DE BURY LED FLAT LUZ CALIDA
	QUAD DE BURY LED TIPO SPOT 4000K
	LUMINARIA EMPOTRADA PARED/ PELLO INMERSO NEGRO DIM OPAL CIPICCI LED
	TIRA DE LUZ LED PHILIPS V4 2m



## PLANO DE ILUMINACIÓN Y TECHOS

PLANTA ALTA



SIMBOLOGÍA DE LUMINARIAS		
		LÁMPARA DE TECHO WEIR ROUND
		QUAD DE BURY CON VIDRIO RECONDICIONADO BLANCO 4000K
		LÁMPARA DE TECHO DASY ROPE BEIGE 1L E27 50X130 CM NANNI CIPICCI
		LÁMPARA DE TECHO METAL BLANCO BRUSKETS 6 CM NANNI CIPICCI

## SALÓN DE BELLEZA



## JACUZZI

