

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Arquitectura y Diseño Interior**

**Incubadora de Emprendimientos  
impulsART**

**Camila Stacey Borja  
Diseño Interior**

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

Quito, 18 de mayo de 2021

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Arquitectura y Diseño Interior**

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

**Incubadora de Emprendimientos y Centro Cultural  
impulsART**

**Camila Stacey Borja**

**Nombre del profesor, Título académico**

**Andrea Pinto, MFA**

Quito, 18 de mayo de 2021

## © 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.

Nombres y apellidos: Camila Stacey Borja

Código: 00200818

Cédula de identidad: 1720993235

Lugar y fecha: Quito, 18 de mayo de 2021

## **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## **UNPUBLISHED DOCUMENT**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

En el Ecuador la falta de apoyo e incentivación a emprendedores es una realidad, por lo que es una necesidad inmediata generar un centro de incubación en el cual emprendedores puedan potenciar sus ideas y hacerlas realidad sin temor al fracaso. Es por esto por lo que este proyecto final propone desarrollar un centro de incubación de emprendimientos llamado *impulsART*, el cual está enfocado en ofrecer tanto un entorno de aprendizaje mediante la apertura de talleres y seminarios, como un espacio comercial en el cual tanto emprendedores como consumidores puedan conectarse y dar a conocer sus productos o servicios en un ambiente de competencia amigable y justa.

El proyecto se enfoca en brindar espacios neutros y modulares, que puedan ser personalizados para satisfacer de acuerdo con las distintas necesidades de cada usuario. Además, mediante *impulsART* se busca generar una intervención urbana respetuosa con su contexto ya que al estar ubicado en el sector de La Floresta es importante mantener una arquitectura entre neoclásica y moderna al ser una zona emblemática de Quito reconocida por su prestigio histórico y su importancia cultural.

**Palabras clave:** incubación, emprendimientos, innovación, patrimonio, integración, formación, potenciación, educación.

## ABSTRACT

In Ecuador, the lack of support and incentive for entrepreneurs is a reality, so it is an immediate need to create an incubation center in which entrepreneurs can enhance their ideas and make them come true without fear of failure. That is why this final project proposes to develop an entrepreneurship incubation center called impulsART, which is focused on offering both a learning environment through the opening of workshops and seminars, as well as a commercial space in which both entrepreneurs and consumers can connect and advertise their products or services in an environment of friendly and fair competition.

The project focuses on providing neutral and modular spaces that can be customized to meet the different needs of each user. In addition, impulsART seeks to generate an urban intervention that respects its context since being located in La Floresta's sector it is important to maintain an architecture between neoclassical and modern as it is an emblematic area of Quito recognized for its historical prestige and cultural importance.

**Key words:** incubation, entrepreneurship, innovation, heritage, integration, training, empowerment, education.

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>RESUMEN.....</b>	<b>5</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>6</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>8</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>9</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>10</b>
<b>CAPÍTULO I: CONTEXTO.....</b>	<b>11</b>
1. ANTECEDENTES.....	11
2. LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO .....	14
3. PROBLEMÁTICA.....	22
<b>CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO .....</b>	<b>23</b>
4. PROPUESTA.....	23
5. RAZÓN .....	24
6. TARGET .....	24
7. ANÁLISIS DEL SECTOR .....	25
8. ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO .....	30
9. REFERENTES.....	33
10. COMPETENCIA.....	36
11. METAS DE DISEÑO.....	38
12. ALCANCE DEL PROYECTO.....	39
13. IMAGEN GRÁFICA .....	39
14. TIPOLOGÍA DE ÁREAS.....	40
15. CONCEPTO.....	43
<b>CAPÍTULO III: INVESTIGACIÓN ELEMENTOS DE DISEÑO INTERIOR.....</b>	<b>47</b>
16. VEGETACIÓN .....	47
17. ILUMINACIÓN .....	49
18. AISLAMIENTO ACÚSTICO .....	52
19. AFORO.....	53
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>55</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>56</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 FORTALEZAS Y DEBILIDADES ESTABLECIDAS POR EL GEM 2019. ....	23
TABLA 2 FACTOR DE CARGA Y CÁLCULO DE OCUPANTES POR ÁREA .....	53



## ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 PIRÁMIDE DE MASLOW: JERARQUÍA DE NECESIDADES.....	12
FIGURA 2 EVOLUCIÓN DE LA TEA EN ECUADOR Y PAÍSES SELECCIONADOS. GEM 2019.....	15
FIGURA 3 COMPARACIÓN DE LA TEA DE ECUADOR CON OTROS PAÍSES DE LA REGIÓN. GEM 2019. ....	16
FIGURA 4 INDICADORES DE PERCEPCIÓN INDIVIDUAL. GEM 2019. ....	17
FIGURA 5 MOTIVACIONES PARA EMPRENDER. GEM 2019.....	21
FIGURA 6 FOCO DE PROGRAMAS DE APOYO AL EMPRENDEDOR. CATAPULTA 2011.....	21
FIGURA 7 ANÁLISIS DE UBICACIÓN .....	29
FIGURA 8 ASOLEAMIENTO TERRENO, ANÁLISIS ORIGINAL .....	30
FIGURA 9 IMPLANTACIÓN TERRENO, ANÁLISIS ORIGINAL .....	31
FIGURA 10 ESTADO ACTUAL EDIFICACIÓN.....	32
FIGURA 11 FACHADA LATERAL DERECHA (LUGO) .....	32
FIGURA 12 ESQUINA INTERSECCIÓN GUIPÚZCOA Y LUGO .....	33
FIGURA 13 FACHADA LATERAL IZQUIERDA (GUIPÚZCOA).....	33
FIGURA 14 CENTRO METROPOLITANO DE DISEÑO, ARGENTINA.....	34
FIGURA 15 REVIVAL FOOD HALL. ....	35
FIGURA 16 MOSA. ....	36
FIGURA 17 LA TEJEDORA DISTRITO CREATIVO.....	37
FIGURA 18 LOGOTIPO FERMENTO. ....	38
FIGURA 19 CONCEPTO PARA LA IMAGEN GRÁFICA.....	40
FIGURA 20 LOGOTIPO.....	40
FIGURA 21 MOODBOARD CONCEPTO.....	44
FIGURA 22 ASIMETRÍAS.....	44
FIGURA 23 GRIETAS.....	45
FIGURA 24 TESELACIONES.....	45
FIGURA 25 DIAGRAMA DE BURBUJAS.....	46
FIGURA 26 ZONIFICACIÓN.....	47
FIGURA 27 MUSGO: PANELES, CUADROS Y JARDINES VERTICALES. (PORTAL JARDÍN, 2017) .....	49
FIGURA 28 EFECTOS DE ILUMINACIÓN PARA ESPACIOS DE EXHIBICIÓN (PASSOLAS, 2020).....	50
FIGURA 29 ÁNGULO ÓPTIMO DE INCIDENCIA EN ILUMINACIÓN DE ESPACIOS DE EXHIBICIÓN (PASSOLAS, 2020). ....	51
FIGURA 30 TRACKLIGHT PARSCAN BAÑADOR DE PARED CON LENTE COLOR BLANCO .....	52

## INTRODUCCIÓN

*impulsART* es un centro de incubación de emprendimientos que nace debido a la necesidad de emprendedores en la Etapa de Actividad Temprana (TEA) de obtener un espacio en el cual puedan potenciar sus emprendimientos con apoyo local y en un ambiente de competencia amigable y justa. Aunque Ecuador es un país de emprendedores, lastimosamente muchos de estos no consiguen mantener sus proyectos debido a la falta de apoyo económico, físico y de transferencia de conocimientos. Es por esto, que el proyecto busca resolver esta carencia y propone brindar un centro de incubación en el cual existan áreas de aprendizaje, talleres y espacios comerciales en un mismo lugar.

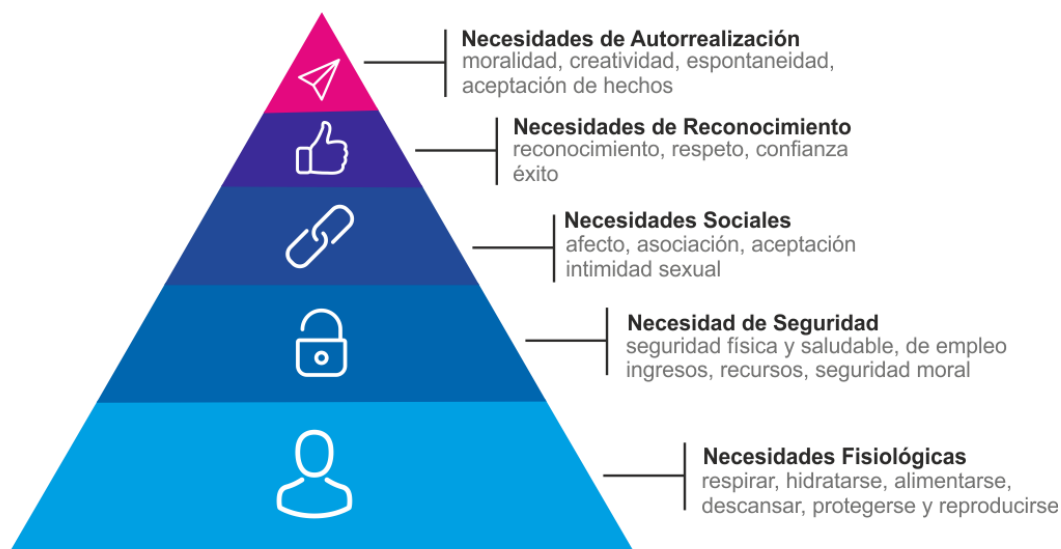
Para realizarlo, fue necesario realizar una investigación exhaustiva del contexto ecuatoriano y del público objetivo al cual se está dirigiendo el proyecto. Muchos emprendedores surgen a partir de la culminación de sus estudios secundarios y deciden emprender como una búsqueda hacia resolver las grandes problemáticas del mundo y ofrecer en sus emprendimientos una oportunidad de cambio a sus consumidores.

## CAPÍTULO I: CONTEXTO

### 1. Antecedentes

Aunque en el pasado, la palabra “emprendimiento” significaba crear un negocio propio con el objetivo de obtener ganancias, este se ha ido transformando hasta ahora e incluye buscar formas de resolver las grandes problemáticas del mundo, iniciando un cambio social mediante la creación o venta de un producto innovador (Ferreira, 2021). Es por esto por lo que, en muchas situaciones pasadas, se omitía la importancia real de iniciar un emprendimiento: la identificación de una necesidad en el mercado.

En Ecuador, 1 de cada 3 personas emprende, y de estas el 80% de sus emprendimientos fracasan antes del segundo año (La Hora, 2020). Lastimosamente, los motivos por los cuales estos no alcanzan a conseguir el éxito no se deben únicamente por la omisión por parte del emprendedor en identificar las necesidades en el mercado, establecidas comúnmente por la pirámide de Maslow (ver figura 1), sino también por la carencia de financiamiento, el desconocimiento a la tramitología a la cual deben enfrentarse y la falta de apoyo tecnológico, académico y comercial (La Hora, 2020).



*Figura 1 Pirámide de Maslow: jerarquía de necesidades.*

### **1.1. El ecosistema emprendedor en Ecuador**

Para poder conseguir que un emprendimiento surja con éxito, se establecieron los ecosistemas emprendedores; estos se involucran en el proceso de desarrollo y creación de nuevos startups y a la vez fomentan su innovación. Los actores principales de este ecosistema son<sup>1</sup>:

- Actores políticos: facilitan las gestiones burocráticas y generan incentivos.
- Inversionistas
- Educadores: proveen herramientas para la formación e investigación.
- Otros: aceleradoras de empresas, cámaras de comercio, incubadoras, espacios coworking, entre otros.

Desde el año 2003, la Agencia de Promoción Económica CONQUITO, tiene la misión de impulsar la expansión económica y social sostenible de la población para mejorar sus niveles de vida, mediante la gestión del conocimiento, fomentando el emprendimiento, la innovación y la formación de capital humano calificado. Para poder conseguir esto se generaron programas de incubación, espacios coworking y talleres de desarrollo; estos últimos se fueron desarrollando a lo largo de los años y actualmente se subdividen en: IDEA, PROTOTIPO, PRIMERAS VENTAS y CRECIMIENTO.

---

<sup>1</sup> (Qué es un ecosistema emprendedor y qué lo caracteriza, 2020)

Además, en el año 2013, a través de la Alianza para el Emprendimiento y la Innovación (AEI) se estableció en el país e implementó la *Estrategia para desarrollar un Ecosistema de Emprendimiento e Innovación*. El objetivo primordial de la AEI consistía en transformar al país en uno de los países de la región más atractivos para emprender en el 2020 al generar:

- Nuevas empresas con gran potencial de exportación.
- Fuentes de empleo digno.
- Mejores oportunidades para los ciudadanos.
- Crecimiento y desarrollo para el país.

Este ecosistema planteaba generar reformas en el ámbito político y marco normativo, potenciar el talento humano mediante el sistema educativo, impulsar la cultura, la innovación y el financiamiento mediante la asesoría y soporte durante el proceso de desarrollo de los emprendimientos. Además, la AEI planteaba mejorar la relación entre las grandes, medianas y microempresas a través de incentivos para la generación de encadenamientos productivos<sup>2</sup>.

Es importante recalcar que este año, la AEI estableció la *Estrategia Ecuador Emprendedor 2030* como su meta para la reactivación económica. Esta estrategia busca fomentar la reactivación y generación de puestos de trabajo al crear nuevas oportunidades de mercado e inversión. Con la iniciativa ‘Reinventar’, en conjunto con la Organización de las Naciones Unidas (ONU), se desarrollarán alrededor de 50 proyectos; con estos se

---

<sup>2</sup> (AEI, 2013-2014)

espera generar 5 000 millones de dólares en la economía nacional en un corto y mediano plazo.<sup>3</sup>

## 2. La cultura del emprendimiento

Los países en desarrollo, como en el caso de Ecuador, cuentan con los emprendimientos como elementos fundamentales para el desarrollo económico del país ya que generan un fortalecimiento en las cadenas de valor. Según un estudio realizado por el GEM en el 2019<sup>4</sup>, los emprendimientos se clasifican en los siguientes:

- **Actividad emprendedora:** conocida por sus siglas TEA (Actividad Emprendedora Temprana), se refiere a los emprendimientos que están iniciando y no han sobrepasado los 42 meses de desarrollo. Dentro de esta, se categorizan a las personas entre 18 a 64 años como emprendedores nacientes o nuevos. Los primeros llevan su emprendimiento por un período menor a tres meses y los últimos superiores a tres meses, pero menores a 42. Ecuador se encuentra entre los países de Latinoamérica con mayor porcentaje de población dedicada a la TEA (ver figura 2).

---

<sup>3</sup> (El Universo, 2020)

<sup>4</sup> Global Entrepreneurship Monitor, Ecuador 2019 - 2020

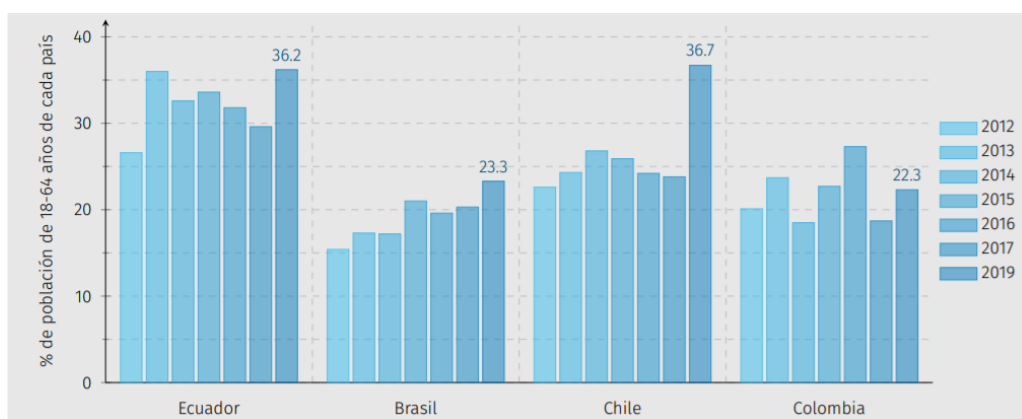


Figura 2 Evolución de la TEA en Ecuador y países seleccionados. GEM 2019.

- **Etapas TEA:** los emprendimientos deben seguir un proceso continuo de forma que el negocio vaya creciendo y madurando. Estas etapas consisten en las siguientes:
  - *Potencial:* identificación de buenas oportunidades para emprender (dentro de los primeros 6 meses).
  - *Intencional:* esperar para iniciar un negocio (dentro de los próximos 3 años).
  - *Naciente:* empieza a desarrollar y planificar el negocio, o ya es propietario de uno (en el período menor a tres meses).
  - *Nuevo:* es propietario de un negocio (dentro de los 3 y 42 meses).
  - *Establecido:* opera un negocio (después de los 42 meses).
  - *Salida de negocios:* finalizó la gestión del negocio por cualquier motivo (dentro del último año).

En este caso, como lo muestra la figura 2, en Ecuador la etapas de emprendimientos más significativas son las de intención y las TEA, es por esto que es

importante tomar en cuenta esta clasificación para la planificación de la propuesta, ya que se debe establecer el grupo objetivo al cual irá dirigida.

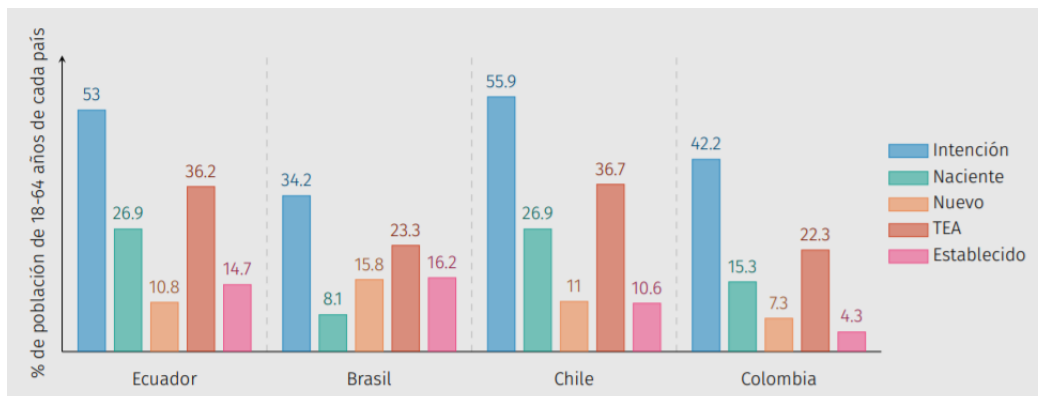


Figura 3 Comparación de la TEA de Ecuador con otros países de la región. GEM 2019.

- Intraemprendimiento:** son aquellos emprendimientos que surgen mediante el desarrollo de nuevas actividades hacia un empleador. Dentro de estas pueden existir: mejoras de procesos, desarrollo de nuevos productos o servicios, crear nuevas áreas dentro del mismo negocio, entre otras.
- Economía colaborativa:** estos negocios se destacan por la implementación de plataformas digitales como medios de venta tanto de productos o servicios. Estos negocios han ido revolucionando el mercado laboral actual ya que los emprendedores pueden realizarlos sin una relación de dependencia.

Además, es interesante mencionar que, en Ecuador, más del 75% de los individuos confía en poseer las capacidades necesarias para desarrollar un emprendimiento. Esto demuestra una actitud positiva por parte de los emprendedores para iniciar sus negocios y les permite enfrentar este reto. De la misma forma, más de la mitad de los individuos son capaces de encontrar oportunidades de negocios, comúnmente influenciados por



emprendedores cercanos a ellos. Es por esto que, de los individuos encuestados por el GEM, únicamente el 35% tiene temor al fracaso, lo cual sugieren les impide iniciar un emprendimiento (2019).

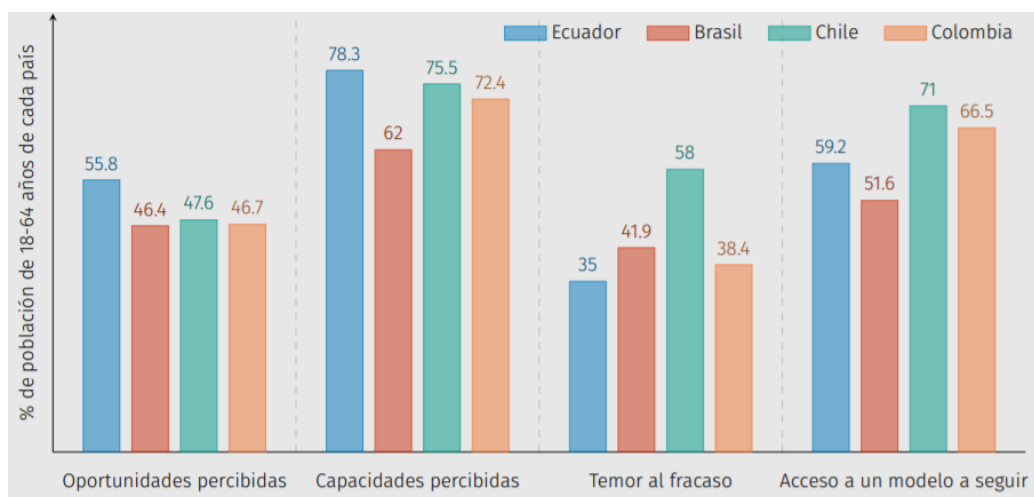


Figura 4 Indicadores de percepción individual. GEM 2019.

## 2.1. Perfil de los emprendedores

Para el planteamiento de la Incubadora de Emprendimientos y Centro Cultural impulsART es importante tomar en cuenta las características generales y en común que tienen las personas que emprenden en el país. De esta forma se puede obtener un perfil guía de los usuarios que atenderán al espacio. Todos los datos fueron tomados por el estudio realizado por el GEM en el 2019.

### 2.1.1. Demografía

#### I. Género

Aunque en el 2015 la tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) reflejaba a Ecuador como uno de los países con mayor paridad de género, actualmente; esta se encuentra con una mayor diferenciación entre los porcentajes de hombres y mujeres emprendedores en el país. La proporción de hombres emprendedores con relación a

mujeres supera en un 7%, según los últimos datos presentados por el GEM en el 2019 (ver figura 3). Estos datos también demuestran el porcentaje de éxito de los emprendimientos de acuerdo con el género, es decir el haber logrado transformar su emprendimiento naciente en un negocio establecido por un período mayor a 42 meses; en el 2019 los negocios llevados por hombres superaron en un 24% a los establecidos por mujeres. (ver figura 3).

## *II. Edad*

La TEA también puede ser analizada en base a las edades en las cuales una persona decide emprender. Según el GEM, las personas menores a 35 años son las que cuentan con mayor cantidad de emprendimientos nuevos y nacientes; más de la mitad de los emprendedores entran en esta categoría (ver figura 3).

## *III. Educación*

Es importante tomar en cuenta el nivel de educación de los emprendedores para poder definir un target adecuado para el espacio que se está proponiendo. El estudio anteriormente mencionado demuestra que las personas con un nivel de educación secundaria completa son las que en mayor porcentaje establecen un emprendimiento y logran establecerlo con éxito (ver figura 3). Adicionalmente, solo 1 de cada 3 emprendedores indicaron haber obtenido educación relacionada a distintas temáticas de emprendimiento durante sus estudios post secundarios (GEM, 2019).

## *IV. Geografía*

De igual manera, la ubicación geográfica en donde surgen los emprendedores es crucial para la justificación del proyecto, por lo que como se puede observar en la figura

3, el 64.5% de los emprendimientos surgen en zonas urbanas del país, y de ese porcentaje el 15% se encuentran ubicados en la capital.

#### V. *Ocupación*

Como parte del análisis del funcionamiento que se propone para el proyecto es importante analizar la actividad laboral a la cual se dedican los emprendedores independientemente a sus emprendimientos. Como muestra la figura 3, casi el 90% de los emprendedores que han establecido su negocio se dedican únicamente a este, lo cual es un porcentaje bastante alto que demuestra la entrega de las personas hacia el éxito de sus proyectos.

#### VI. *Ingresos*

El mismo estudio del GEM determinó la concentración de emprendedores según sus ingresos. Este determina que, desde el año 2019, la TEA de Ecuador contiene una mayor concentración de emprendedores con ingresos de más de 2 salarios básicos unificados (SBU) con un porcentaje de casi el 40%. Esto establece el nivel socio económico al cual el proyecto se enfocará al momento de diseñarlo.

		TEA (%)	Nacientes (%)	Nuevos (%)	Establecidos (%)
Género	Hombres	53.5	54.5	52.3	62.0
	Mujeres	46.5	45.5	47.7	38.0
Edad	18-24	19.2	19.4	20.3	8.0
	25-34	32.1	33.1	29.1	21.5
	35-44	24.6	22.7	29.1	22.9
	45-54	14.8	15.6	11.1	26.5
	55-64	9.3	9.3	10.4	21.1
Educación	Ninguna	4.4	4.4	4.4	3.5
	Primaria completa	23.5	22.1	27.8	33.2
	Secundaria completa	32.9	31.9	32.9	30.2
	Postsecundaria	13.5	14.0	12.8	13.9
	Universidad completa	22.8	24.4	19.3	15.7
	Masterado/doctorado	2.9	3.1	2.8	3.4
Área	Quito Urbano	9.9	10.0	11.5	8.1
	Guayaquil Urbano	12.9	14.0	10.5	14.9
	Resto Urbano Sierra	16.0	17.7	10.4	11.8
	Resto Urbano Costa	25.7	25.2	25.2	10.9
	Sierra Rural	16.3	13.5	24.5	34.2
	Costa Rural	13.5	13.9	11.1	16.2
	Amazonía	5.7	5.7	6.8	4.0
	Total Urbano	64.5	66.9	57.6	45.7
	Total Rural	35.5	33.1	42.4	54.3
Ocupación	Tiempo completo	27.5	31.3	16.2	8.4
	Tiempo parcial	6.4	8.4	0.4	1.3
	Retirado / discapacitado	0.1	0.2	0.0	0.0
	Dedicado al hogar	6.5	8.7	0.0	0.7
	Estudiante	1.2	1.6	0.0	0.4
	Desempleado	4.2	5.3	0.9	0.0
	Autoempleado	54.1	44.4	82.5	89.2
Ingresos	Menos de 1 SBU	22.0	20.9	24.6	22.1
	Entre 1 SBU y menos de 2 SBUs	38.4	41.1	32.4	40.5
	Más de 2 SBUs	39.6	38.0	43.0	37.4

**Fuente:** Elaborado por autores usando datos de la Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019.

*Figura 3 Distribución demográfica de los emprendedores en diferentes etapas*

## VII. Motivación

En términos generales se distinguen dos motivos para emprender: por oportunidad y por necesidad. El primero está ligado a marcar una diferencia en el mundo, acumular riquezas o incrementar los ingresos personales y continuar una tradición familiar; el segundo se relaciona con el desempleo. Aunque este último es la principal motivación de los ecuatorianos (82,7%), estos también emprenden por marcar una diferencia (52,7%), acumular riquezas (36,5%) y por continuar una tradición familiar (35,7%) según el estudio realizado por el GEM.

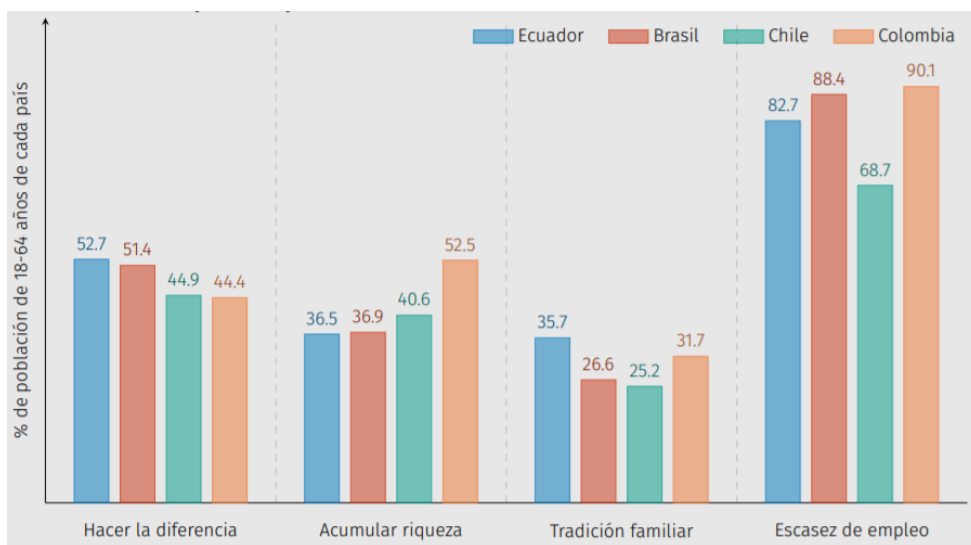


Figura 5 Motivaciones para emprender. GEM 2019.

## 2.2. Programas de apoyo

Según un estudio realizado en el 2011 por Catapulta (Haciendo Empresas), el foco central de apoyo a los emprendedores debe centrarse en las competencias blandas y en las redes de contactos, aunque no deben quedar de lado las competencias duras, los recursos y el financiamiento (ver figura 6). Es primordial brindar estos 5 elementos dentro del ecosistema emprendedor para minimizar el riesgo de inversión de los emprendimientos.

- a. **Competencias Blandas:** Motivación, Riesgo, Creatividad, Actitud Proactiva, Visión de objetivo, Gestión de Sinergia, Liderazgo.
- b. **Competencias Duras:** Herramientas empresariales en relación a Visión Estratégica, Marketing, Procesos y Finanzas.
- c. **Redes de contactos:** Mentores, Clientes, Proveedores, Aliados, Inversionistas, espacios entre emprendedores.
- d. **Recursos:** recursos físicos, equipamiento, sistemas de información, apoyo administrativo, apoyo legal.
- e. **Financiamiento:** Capital semilla, inversión ángel, crédito.

Figura 6 Foco de programas de apoyo al emprendedor. Catapulta 2011.

En Ecuador existen diversos programas de apoyo que se centran primordialmente en brindar financiamiento a los emprendedores. Entre estos se destacan los siguientes:

- MUYU
- CONQUITO
- Centro de Apoyo al Emprendedor (CAE)
- EPICO
- Prehndho UTPL
- Alianza para el Emprendimiento e Innovación (AEI)

Los anteriormente mencionados son incubadoras de negocios encargadas de acelerar el crecimiento y asegurar el éxito de proyectos emprendedores a través de una amplia gama de recursos y servicios empresariales que puede incluir renta de espacios físicos, capitalización, coaching y networking. Estos ofrecen como beneficios mentorías especializadas, capacitaciones y seminarios, talleres de especialización, puntos de venta comerciales y redes de contactos.

### **3. Problemática**

Actualmente, Ecuador es reconocido como uno de los países más emprendedores de la región latinoamericana y debido a la escasez de apoyo a los mismos, tanto por parte de las entidades públicas del país como de los mismos ciudadanos, 4 de cada 5 emprendimientos fracasan en menos de 42 meses<sup>5</sup>. Es por esto por lo que el proyecto

---

<sup>5</sup> (El Universo, 2020)

busca resolver esta problemática al generar un espacio en donde se impulse el ecosistema emprendedor y así evitar la salida de estos.

A continuación, se presenta una tabla sobre las fortalezas y las debilidades que existen en el entorno ecuatoriano. Los puntos para tomar en cuenta son en relación a la infraestructura física, las normas sociales y culturales, la educación post secundaria, las políticas de gobierno, el apoyo financiero y la transferencia de investigación y desarrollo<sup>6</sup>.

<b>Fortalezas</b>		<b>Debilidades</b>	
<b>Infraestructura física</b>	Accesibilidad a servicios básicos, telecomunicaciones e internet a costos asequibles y en tiempo razonable.	<b>Políticas de gobierno</b>	Falta de implementación en políticas enfocadas a las pequeñas empresas y emprendimientos.
<b>Normas sociales y culturales</b>	Existe valoración hacia el éxito y responsabilidad personal, lo cual incentiva la actividad emprendedora.	<b>Apoyo financiero</b>	Baja disponibilidad de capital individual e incluso falta de financiamiento tanto público como privado.
<b>Educación empresarial post secundaria</b>	Existe una formación en administración de empresas en educación superior.	<b>Transferencia de investigación y desarrollo</b>	Poca transferencia de conocimientos

*Tabla 1 Fortalezas y debilidades establecidas por el GEM 2019.*

## **CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO**

### **4. Propuesta**

---

<sup>6</sup> Global Entrepreneurship Monitor, Ecuador 2019 - 2020

Se presenta la propuesta para el diseño interior de impulsART, este es un centro cultural de incubación de emprendimientos ubicado en el sector de La Floresta, Quito (Ecuador). Se propone brindar un espacio donde se impulse la economía local mediante el apoyo a emprendimientos y la capacitación de personal. impulsART es un espacio donde prima el aprendizaje y la colaboración.

## **5. Razón**

Al ser Ecuador un país líder de emprendedores, principalmente por necesidad<sup>7</sup>, el objetivo del proyecto busca revitalizar un espacio de la ciudad [desaprovechado] para mejorar y potenciar el entorno urbano mediante la participación de los habitantes a través de un espacio que impulse su desarrollo.

## **6. Target**

El proyecto está destinado a jóvenes y adultos que sean tanto emprendedores como consumidores, principalmente de un nivel socio económico medio y medio alto de la ciudad de Quito; que se encuentren activos económicamente y que estén interesados en impulsar la economía nacional.

impulsART está localizado en el sector de La Floresta gracias al crecimiento no solo cultural sino económico que ha conseguido en los últimos 10 años gracias al Plan Especial “La Floresta”; dicho plan busca rescatar el aspecto patrimonial e histórico, su potencial turístico, residencial y el mejoramiento integral del espacio público.<sup>8</sup> Este

---

<sup>7</sup> Según un estudio del GEM, el 82,7 % de ecuatorianos emprende por falta de empleo, 52,7 % por marcar una diferencia; 36,5 % por acumular riqueza y el 35,7 % por continuar una tradición familiar.

<sup>8</sup> Quito Distrito Metropolitano. (2008). *Plan Especial “La Floresta”*.



crecimiento ha favorecido a emprendimientos locales asentarse en el sector con anterioridad, lo cual lo convierte en un barrio estratégico con un riesgo mínimo de inversión.

## **7. Análisis del sector**

impulsART se encuentra ubicado en el sector de La Floresta, parte del distrito electoral de Quito, provincia de Pichincha - Ecuador. La Floresta es un barrio emblemático de la ciudad de Quito y una zona de prestigio cultural. Es considerado como un barrio cultural debido a la alta concentración de artistas, emprendedores o intermediarios culturales que existen como parte de sus habitantes. Además, este barrio comprende una infraestructura que mezcla entre arquitectura moderna y neoclásica; ambos manteniendo vegetación en sus fachadas como honra al origen de su nombre.

Aunque en sus inicios el barrio de La Floresta era concebido únicamente como un barrio meramente residencial, este ahora cae dentro de la categoría de zona residencial tipo 2, lo cual permite la convivencia de comercios junto a residencias. Además, cabe recalcar que, a pesar de ser un barrio tradicional, La Floresta es reconocida por ser un barrio de un nivel socio económico medio y medio alto debido al auge cultural y económico que ha obtenido durante los últimos años.

### **7.1. Accesibilidad**

impulsART se encuentra ubicado en la calle Lugo E14 y Guipúzcoa; además, está rodeado por 3 avenidas principales: Madrid, La Coruña y Ladrón de Guevara (ver figura 7), lo cual lo convierte en un punto estratégico dentro de la capital debido a su cercanía

con sectores tanto residenciales como comerciales; los cuales son influyentes como flujo hacia el centro cultural.

Gracias a su conexión con avenidas principales, este centro tiene la facilidad de acceso mediante transporte público (ver figura 7), transporte privado como automóviles, taxis y bicicletas e incluso acceso peatonal. Además, dispone de varios parqueaderos públicos cercanos incluyendo el parqueadero público Zona Azul; esta accesibilidad facilita el ingreso centro.

## **7.2. Entorno y servicios**

Para poder justificar el proyecto es necesario entender los alrededores del proyecto, tanto en servicios como en afluencia de personas que tengan acceso al espacio.

### **7.2.1. Espacios comerciales**

El sector está rodeado por pequeños y medianos negocios que aportan en su mayoría a la economía del sector, y se caracterizan por ser negocios de productos alternativos lo cual enriquece la cultura de la zona. La Floresta incentiva el trabajo local y cuenta con una gran variedad de restaurantes, cafeterías y bares artesanales, ya que no abundan las grandes cadenas o multinacionales en el sector. Además, está rodeada por galerías, museos y centros culturales que apoyan el arte nacional. Entre los más importantes se encuentran:

### **7.2.2. Centros culturales**

- Cine Ochoymedio Ecuador
- Galería de arte N24
- Gatorium

### **7.2.3. Restaurantes, cafeterías y bares**

- The Club House Quito
- Literato Club del Té
- Casa Warmi
- Pacari Casa de Experiencias

### **7.2.4. Comercio alternativo**

- Casa Shamuna
- La Floresta Feria de Pulgas Venta de Garage
- Te Quiero Verde

## **7.3. Instituciones educativas**

Una gran parte de los emprendimientos que existen en el país surgen tras la culminación de la educación superior (de segundo y tercer nivel) por lo que es importante tomar en cuenta a las instituciones educativas que rodean el sector. Entre estas se encuentran:

- Pontificia Universidad Católica del Ecuador
- Instituto Técnico de Tecnologías
- Diplomados (World Trade Center)
- Instituto Metropolitano de Diseño
- Escuela Politécnica Nacional
- Instituto Geofísico - IGEPN

- Universidad Andina Simón Bolívar

#### **7.4. Espacios residenciales**

La Floresta es aún reconocida por ser un barrio residencial, aunque en la actualidad es considerada una zona residencial tipo 2, la mayoría de las viviendas del sector mantienen su arquitectura neoclásica, con jardines frontales que dan vida al barrio. Además de contar con viviendas particulares, La Floresta cuenta con una gran cantidad de hoteles y hostales de prestigio, al ser una zona altamente turística, entre los que destacan:

- Swiss Hotel
- Selina Quito
- Casa Aliso Hotel Boutique
- Hotel NH Collection Quito Royal
- Hostal de la Mancha

#### **7.5. Áreas verdes y zonas recreativas**

Como parte del planteamiento de integración y participación urbana en el proyecto, es importante analizar el contexto para así poder realizar una propuesta diferente y que sea capaz de potenciar los encuentros interpersonales. Lastimosamente, el sector no cuenta con espacios verdes públicos como parques ni espacios recreativos, por lo que el proyecto integrará al exterior como parte primordial del desarrollo y planificación espacial.



*Figura 7 Análisis de ubicación*

## **7.6. Clima**

El proyecto se encuentra ubicado en un clima subtropical de tierras altas. Quito se divide en 2 estaciones: la primera corresponde a un período de invierno entre los meses de septiembre y enero, y la segunda corresponde a una etapa seca en la que se alcanzan las temperaturas más altas. A pesar de encontrarse a 2800 msnm, su cercanía a la línea ecuatorial le permite a la capital mantener condiciones primaverales todo el año; esto favorece el planteamiento del proyecto ya que permite crear áreas exteriores de uso diario.

### **7.6.1. Asoleamiento**

El asoleamiento viene desde la fachada lateral derecha de la edificación con la salida del sol en la mañana, y se dirige hacia la fachada lateral izquierda, con la puesta del sol en la tarde. De esta forma, se plantea para que las aulas de los talleres reciban el sol por la mañana y en la tarde se beneficie el área de retail con iluminación natural.

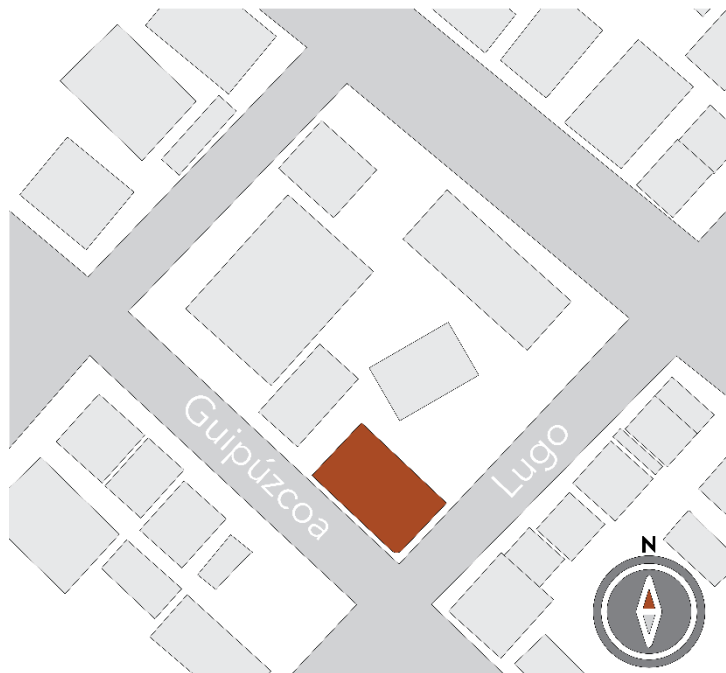


*Figura 8 Asoleamiento terreno, Análisis Original*

## **8. Análisis arquitectónico**

### **8.1. Implantación**

Es posible evidenciar con claridad la ubicación del terreno con respecto a sus accesos principales. Este se encuentra en la intersección de dos calles concurridas peatonalmente, la Lugo y la Guipúzcoa.



*Figura 9 Implantación terreno, Análisis Original.*

## **8.2. Estructura y materiales**

El terreno cuenta con una edificación en forma rectangular uniforme de 1000 m<sup>2</sup> de construcción. Su estructura es primordialmente mampostería de bloque y columnas de concreto armado de 37,5 x 37,5 cm, con una distancia máxima entre columnas de 10.2 m y mínima de 5.25m. La estructura del techo es metálica y tiene una altura de 8 m en el punto más elevado; esto permite generar una división de la edificación en dos plantas y así maximizar su funcionalidad.

El exterior de galpón está compuesto principalmente por revestimiento de alucobond y tol laminado corrugado, y recubierto por pintura blanca, negra y rejas metálicas en sus ventanas.

## **8.3. Estado Actual**

Actualmente, la edificación cuenta con 3 ingresos: 2 desde la calle Lugo y 1 desde la Guipúzcoa. Además, existe un acceso adicional de servicio desde fachada lateral izquierda el cual se encuentra deshabilitado y está igualmente se encuentra adosada al ingreso de los parqueaderos del edificio Quito Publishing House.

El edificio se encuentra dividido en dos bloques, uno pertenece a la tienda de muebles de arriendo ARRIENCO, y el segundo bloque a la tienda de textiles Seda & Algodón, el cual se encuentra dividido en dos plantas. Ambos bloques cuentan con un retiro exterior de 90 cm hacia la calle, y la edificación en general presenta un desnivel del terreno de +85 cm sobre el NNT.

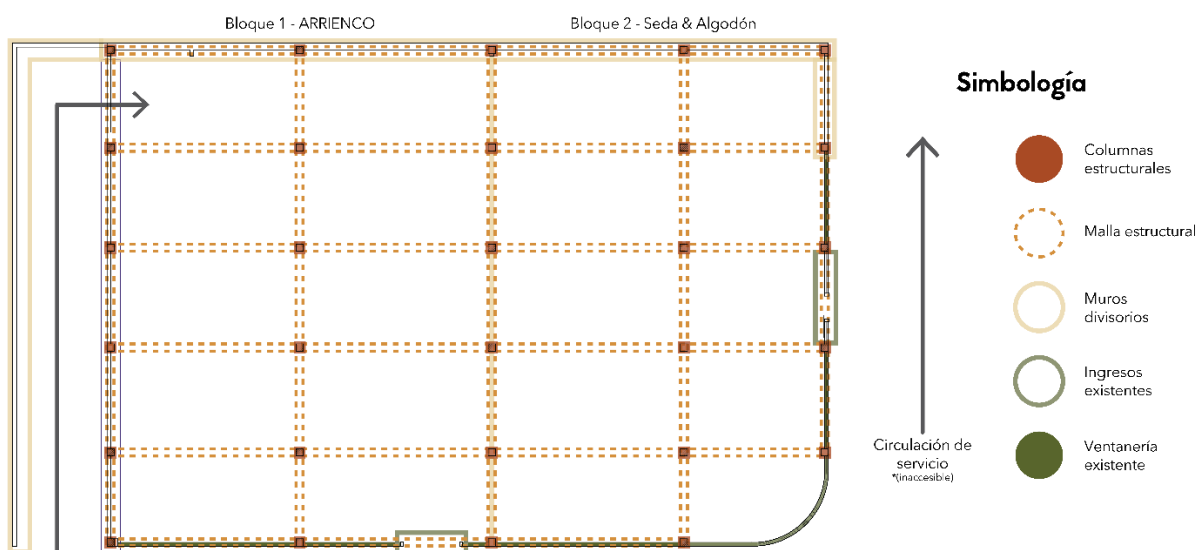


Figura 10 Estado actual edificación



Figura 11 Fachada lateral derecha (Lugo)





*Figura 12 Esquina intersección Guipúzcoa y Lugo*



*Figura 13 Fachada lateral izquierda (Guipúzcoa)*

## 9. Referentes

### 9.1. Referentes Internacionales

Se tomó como referencia estos espacios ya que cuentan con una similitud en el funcionamiento de ciertas áreas propuestas en el proyecto, e incluso funcionan como referentes del diseño interior.

#### 9.1.1. *Centro Metropolitano de Diseño, Argentina.*

El CMD es una institución pública dedicada a promover el desarrollo emprendedor. Esta se compone en tres partes:

- ***Emprendedores:*** es un programa que busca potencia el ecosistema innovador a través de la Academia BA Emprende, el programa de Incubación y Fortalecimiento y la Promoción de emprendimientos.

- **Escuelas de oficios:** se dedican a brindar capacitaciones técnicas que permitan oportunidades laborales en oficios como marroquinería, textilera, carpintería, etc.
- **BA Laboratorio Tecnológico:** este ofrece el espacio, las herramientas y el asesoramiento técnico necesario para que se materialicen todo tipo de ideas a través de máquinas de corte láser, impresión 3D y router de fresa.

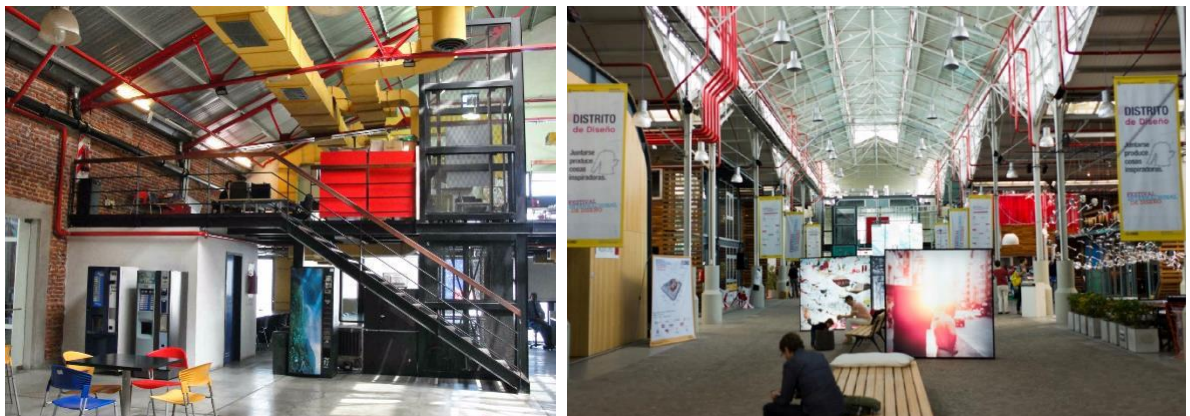
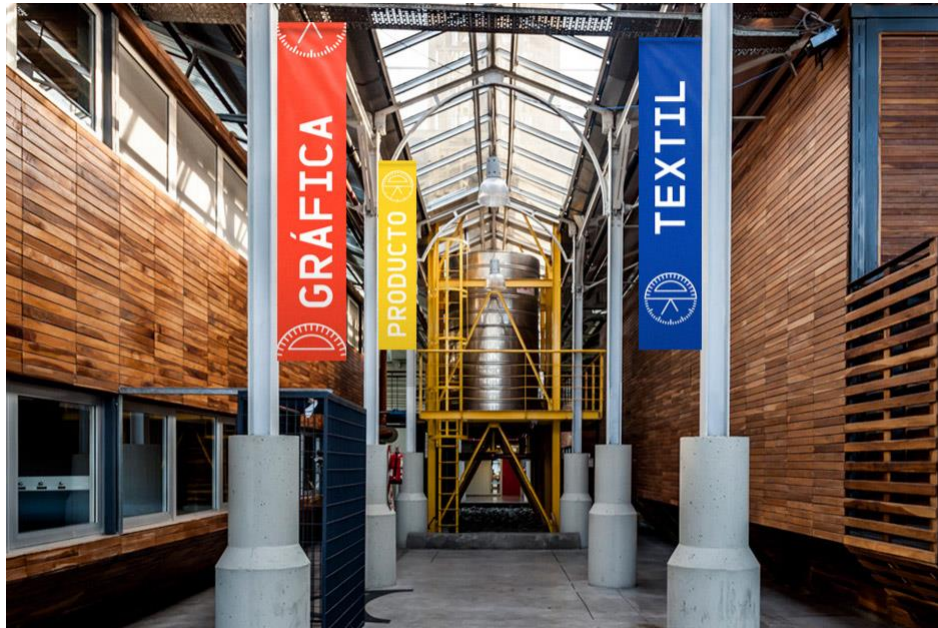


Figura 14 Centro Metropolitano de Diseño, Argentina.

### 9.1.2. Revival Food Hall – Chicago, E.E.U.U.

Revival Food Hall es un concepto gastronómico completamente local que busca impulsar la comida de Chicago bajo un mismo espacio. Se lanzó este proyecto en el año



2016 tras la restauración del edificio histórico National Building de Chicago; este se encuentra ubicado en el subsuelo con un área de construcción total de 2 230 m<sup>2</sup>.



*Figura 15 Revival Food Hall.*

### **9.1.3. Mosa, Holanda**

Mosa es una empresa de fabricación de baldosas enfocada en resaltar la magia del innovador diseño holandés. Para la promoción de sus productos se enfocan en el diseño de stands para importantes ferias de diseños, entre la que se destaca la feria Euroshop. Sus stands se caracterizan por tener un diseño modular, repetición de elementos claves y diferenciar áreas públicas de privadas.



*Figura 16 Mosa.*

## **10. Competencia**

### **10.1. La Tejedora Distrito Creativo**

La Tejedora, ubicada en el sector de Tumbaco, Ecuador, se ha convertido en un ecosistema emprendedor. Este espacio ha dado vida a muchos negocios locales, y gracias a su ubicación estratégica se ha ido popularizando a lo largo de los años. Su target principal está enfocado en millenials y centennials de un nivel socio económico medio y medio alto. En La Tejedora existen negocios creativos relacionados con arte, cultura, salud, gastronomía y estilo de vida, e incluso permite conectar a las personas mediante un espacio físico abierto y colaborativo.



*Figura 17 La Tejedora Distrito Creativo.*

## **10.2. Fermento**





*Figura 18 Logotipo Fermento.*

Fue fundado en el año 2020 en el sector de La Vicentina como un laboratorio gastronómico que busca la potenciación de emprendimientos locales al brindarles un espacio físico de venta con cocinas completamente equipadas para la promoción de sus negocios. Este es un espacio múltiple, inclusivo, solidario y autogestionado que busca

propiciar el encuentro, la creación y la reflexión a través del amplio prisma de la gastronomía. Como Parte del proyecto es mantener principios que tienen que ver con el manejo de prácticas y relaciones justas y responsables a nivel social, económico, ambiental y de género.

## **11. Metas de diseño**

**¿Qué?:** Se plantea desarrollar la Incubadora de Emprendimientos *implusArt* en el sector de La Floresta. La propuesta busca mejorar la participación urbana de la zona e impulsar el desarrollo económico local.

**¿Quién?:** El proyecto está enfocado primordialmente en emprendedores, jóvenes y adultos que se encuentren económicamente activos y busquen impulsar el comercio nacional y/o desarrollar sus emprendimientos en un contexto de competencia amigable y justa.

**¿Cómo?:** Mediante el desarrollo integral urbano que capture la atención de los consumidores hacia el interior del espacio, el cual brindará un espacio de aprendizaje, desarrollo y venta *retail* a emprendedores.

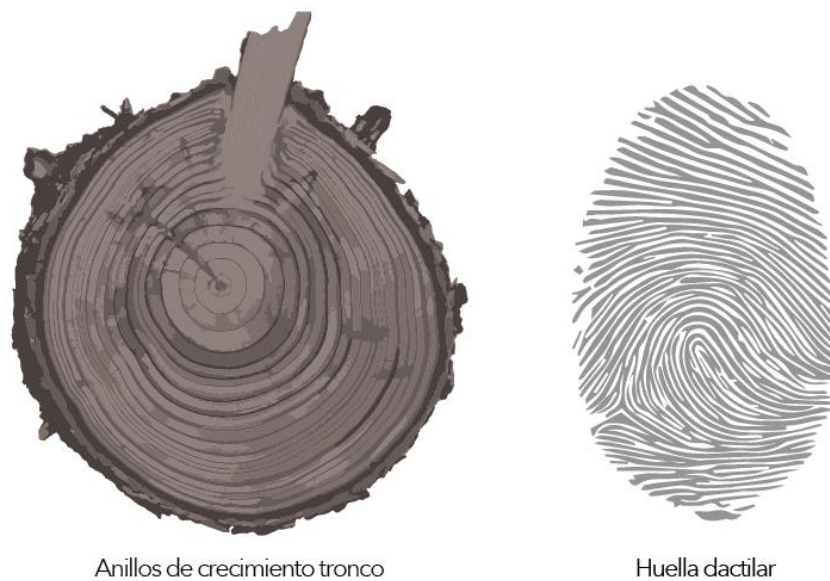
## **12. Alcance del proyecto**

Este proyecto tiene como enfoque principal el desarrollo del diseño de:

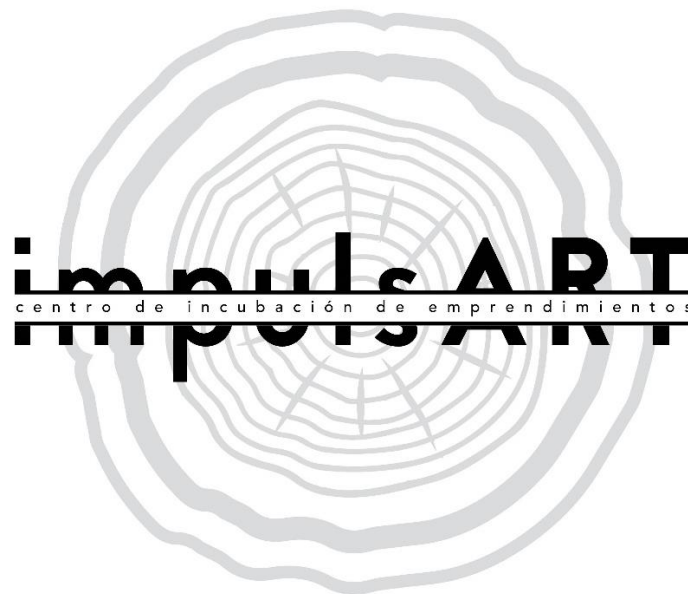
- Intervención y rediseño de fachada
- Stands tipo modulares
- Áreas comunales: espacio de integración exterior, Food Hall, concept store, laboratorio gastronómico & galería.
- Mobiliario urbano
- Desarrollo imagen gráfica

## **13. Imagen gráfica**

El diseño gráfico de impulsART hace referencia tanto a los patrones de los anillos de crecimiento de un tronco al ser cortado horizontalmente como a la huella dactilar de los seres humanos. impulsART es un espacio de potenciación local, por lo cual busca cultivar el sentido de identidad social y crecimiento nacional. Al unificar ambas referencias se generó el logotipo, el cual puede adaptarse a cualquier geografía donde decida desarrollarse este proyecto.



*Figura 19 Concepto para la imagen gráfica.*



*Figura 20 Logotipo.*

#### 14. Tipología de áreas

- **Formar:** esta área está dedicada a la enseñanza de los emprendedores. En esta se desarrollarán todo tipo de conferencias y seminarios que permitan a los individuos reforzar y/o mejorar sus conocimientos en marketing, finanzas, administración de empresas, entre otros. Formar es un área que se nutre del equilibrio y balance de



los emprendedores, ya que necesitan el apoyo mutuo para salir adelante con sus negocios.

- **Generar:** en esta área se busca desmoldar la creatividad, las ideas y la ejecución de los proyectos. Para conseguir esto, Generar está dedicada a los talleres y workshops de especialización como: cocina/repostería/barismo, herramientas digitales, modelos de empresa, etc.; es aquí donde cada proyecto tomará su forma única e innovadora que los distinguirá del resto.
- **Conectar:** esta área está enfocada en brindar un espacio análogo que permita a cada emprendimiento ser el protagonista de este. Es aquí donde emprendedores y consumidores podrán relacionarse e impulsarse unos con otros. En esta área existirán principalmente los stands de retail, el concept store, el Food Hall y el laboratorio gastronómico.

#### **14.1. Funcionamiento**

Se plantea una división de los espacios en dos áreas. La planta baja estará destinada como área comercial y funcionará bajo un horario común de 7h00 a 22h00 de lunes a domingo. Por un lado, cada stand funcionará independientemente (cobro de cada producto en el stand propio de la marca) y por el otro lado, el Food Hall funcionará bajo un servicio común de mesas compartidas y pago centralizado. En cambio, la planta alta estará destinada para el área educativa, en la cual se desarrollarán los seminarios y talleres. Estos tendrán un horario de lunes a sábados de 7h00 a 12h30 y de 14h00 a 22h00. Esto brindará flexibilidad a los usuarios para asistir a los talleres o seminarios en horas fuera de su horario laboral (en caso de que lo tuvieran).

#### **14.2. Programación**

El desarrollo y distribución de los espacios busca aprovechar la gran altura de la edificación para plantear dos pisos y poder dividir los espacios según las actividades (comerciales y educativas).

#### **14.2.1. *Planta baja – área comercial (público)***

- Concept StART
- Stands Retail
- GaleriART
- Food Hall
- Laboratorio gastronómico
- LibreriART
- Espacio de integración exterior
- Baños
- Punto de información/seguridad

#### **14.2.2. *Planta baja – área comercial (privado)***

- Corredor de servicio
- Bodegas de insumos
- Bodegas de limpieza
- Cocinas privadas Food Hall
- Cocinas privadas Laboratorio Gastronómico

#### **14.2.3. *Planta alta – área educativa (semiprivado)***

- Talleres/Workshops
- Recepción
- Salas de conferencias
- Baños

#### **14.2.4. *Planta alta – área educativa (privado)***

- Bodegas de insumos
- Bodegas de limpieza
- Oficina administrativa
- Oficina seguridad

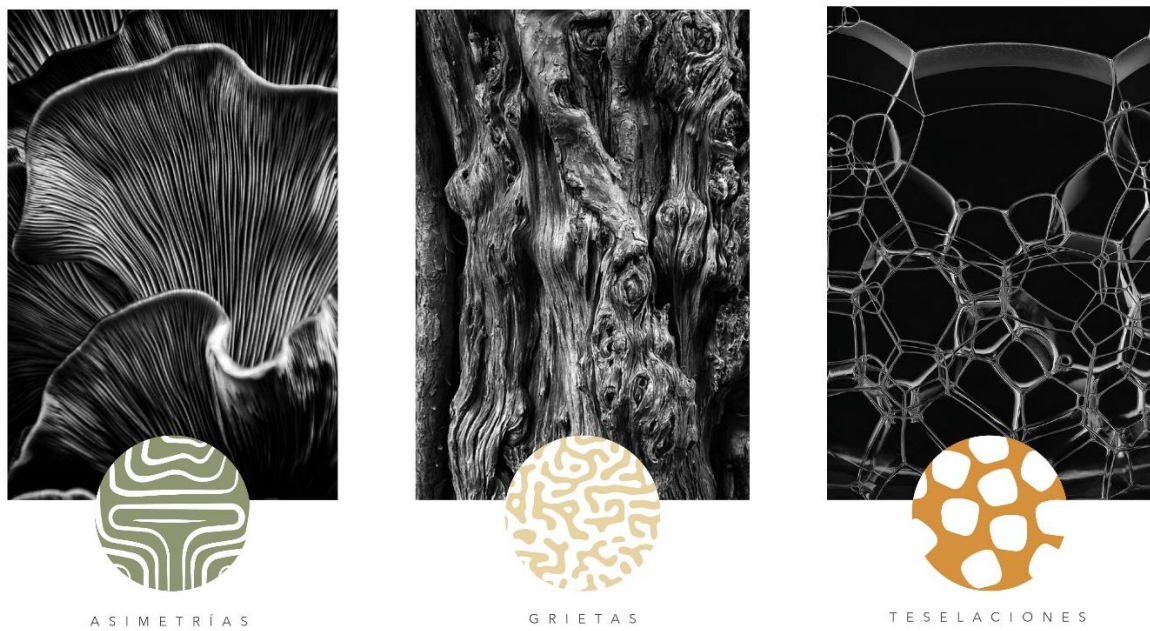
### **15. Concepto**

#### Patrones en la naturaleza

El concepto hace referencia a la diversidad de colores, tamaños, texturas y figuras que generan patrones en la naturaleza. Al igual que el florecimiento de esta, los emprendimientos necesitan sembrarse, cultivarse y cosecharse para ver los frutos de su éxito, pero para poder conseguir esto se necesita de un equilibrio de materiales, morfología e iluminación, como lo plantea Peter Zumthor<sup>9</sup>, que sea capaz de nutrir el espacio y permitir su germinación.

---

<sup>9</sup> Ensayo Architecture and Landscapes, *Thinking Architecture* (2009).

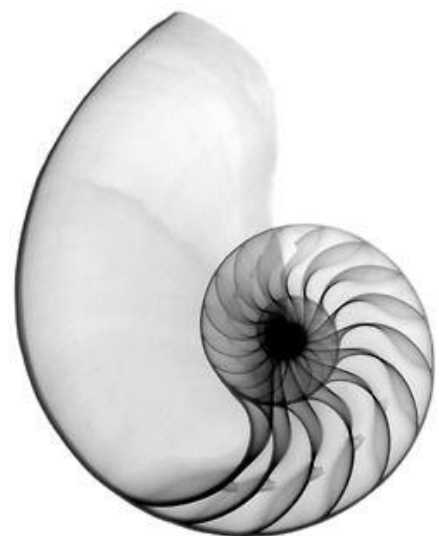


*Figura 21 Moodboard concepto.*

### 15.1. Subconceptos

Cada subconcepto estará ligado a un área de impulsART según la función que se desarrolle en cada una. Cada emprendimiento, al igual que la naturaleza, tiene características únicas que lo distinguen entre el mar de proyectos que existen hoy en día.

- *Asimetrías*: generan una sensación de armonía, hermosa proporción y equilibrio, es por esto por lo que estarán asociados con el área de FORMAR. Es en esta en donde se empezarán a formar a los emprendedores para que tengan las bases necesarias para poder desarrollarse; deben trabajar en conjunto unos con otros en equilibrio para así aprender mutuamente.



*Figura 22 Asimetrías*

- *Grietas*: son aberturas alargadas que generan una separación de un cuerpo de forma irregular. Esta estará relacionada con el área de GENERAR ya que aquí es en donde se empezará a desmoldar la creatividad, las ideas y la ejecución de los proyectos.



*Figura 23 Grietas*

- *Teselaciones*: se basan en la repetición de estructuras o geometrías a diferentes escalas y en mismas proporciones. Este estará relacionado con el área de CONECTAR ya que es aquí donde se brindará un espacio análogo que permita a cada emprendimiento ser el protagonista de este.



*Figura 24 Teselaciones*

### 15.3. Diagrama de burbujas

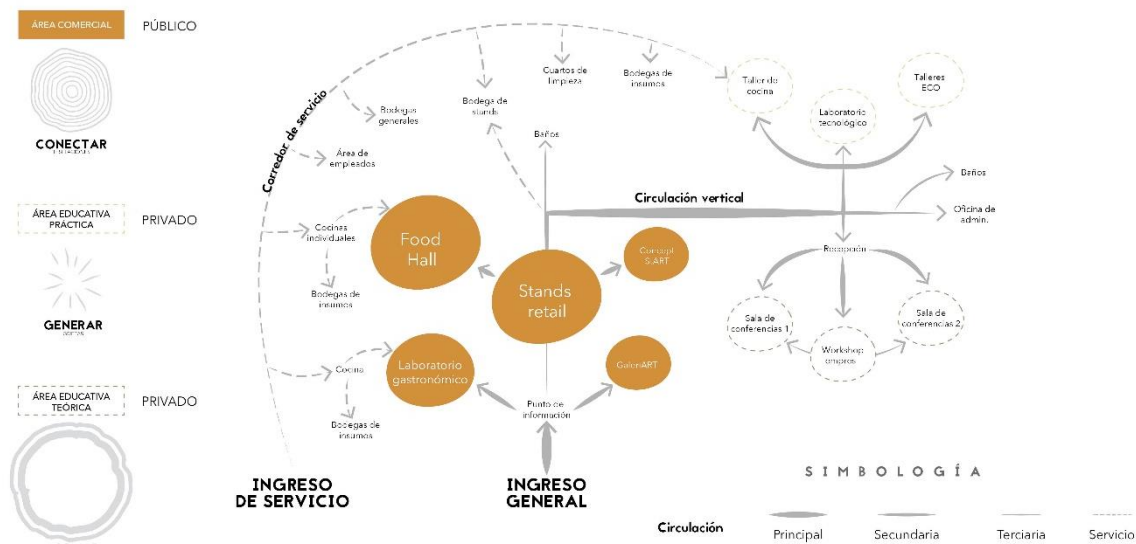


Figura 25 Diagrama de burbujas.

En el proyecto se plantean tres espacios anclas que sean los encargados de focalizar y dirigir la circulación de los usuarios. En la planta baja se prioriza la zona de stands de retail modulares para la potenciación de los emprendimientos y el Food Hall. En cambio, en la planta alta, se plantea la recepción como eje central de la circulación ya que esta será la encargada de guiar a los usuarios.

### 15.4. Zonificación

La planificación espacial se desarrolló en base a la propuesta del concepto de diseño. Por un lado, en la planta baja se encuentra el área comercial vinculada con el área CONECTAR ya que será la encargada de unificar a las dos plantas mediante doubles alturas; así maximizando la visibilidad de los emprendimientos. Por otro lado, en la planta alta se encuentran las áreas de FORMAR y GENERAR que se encontrarán rodeando el espacio, para aprovechar la salida del sol, como modo de estructura y protección de este. Al igual que los anillos de crecimiento de un árbol, estos son únicos y demuestran el crecimiento que este ha tenido a lo largo del tiempo. La corteza de un árbol es la encargada de dar forma y al mismo tiempo protegerlo; además, las grietas de este generan su identidad y lo distinguen del resto.

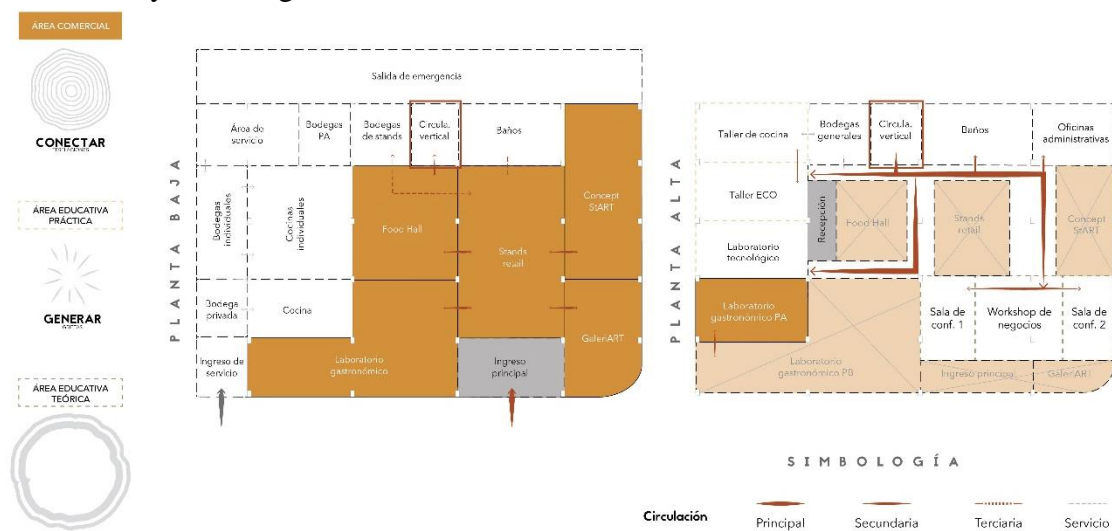


Figura 26 Zonificación.

## CAPÍTULO III: INVESTIGACIÓN ELEMENTOS DE DISEÑO INTERIOR

### 16. Vegetación

#### 16.1 Musgo estabilizado

Como propuesta de integración de vegetación se plantea la utilización de paneles y jardines verticales de musgo. Estos son indicados tanto para uso exterior como interior, y ofrecen una alternativa sustentable medioambiental.

Según Portal Jardín (2017), los paneles de musgo se han convertido en una opción ideal para uso interior y/o exterior ya que ofrece una variedad de ventajas:

- No requieren de mantenimiento al no necesitar sustratos, agua o luz solar ya que son estabilizados.
- Es capaz de retener hasta un 90% de agua, así que funciona como impermeabilizante de paredes y techos.
- Proporciona aislamiento acústico y posee características climatizantes.
- Purifican el ambiente ya que eliminan hasta el 90% de contaminación del ambiente.
- Estos paneles se adaptan a la mayoría de las superficies y poseen una gran variedad de colores.
- Es un producto 100% natural.





Figura 27 Musgo: paneles, cuadros y jardines verticales. (Portal Jardín, 2017)

## 17. Iluminación

### 17.1. GaleríART:

Al momento de iluminar una galería es importante tomar en cuenta el tipo de luminarias que se utilizarán para resaltar las piezas exhibidas. Además, al ser una galería mixta es imprescindible que la iluminación se pueda adaptar a las distintas exhibiciones por lo que se debe tomar en cuenta las siguientes recomendaciones otorgadas por el Grupo LLEDO, expertos en iluminación de galerías y exhibiciones.

#### 17.1.1. Soluciones de iluminación

Para iluminar una galería es fundamental resaltar las piezas de exhibición de forma que no se generen sombras o contrastes pronunciados por parte del espectador o de la misma pieza. Además, se debe distinguir entre la iluminación natural como la artificial, ya que cada una tendrá sus ventajas y desventajas con relación a la visualización y conservación de las obras (Passolas, 2020).

En este proyecto, se realizó una combinación tanto de iluminación natural como artificial, ya que se proporcionó una abertura en la fachada para permitir el ingreso de luz solar de forma lateral, el cual será controlado mediante paneles de vidrio de PVB (estos no permiten el ingreso de rayos UV). Además, se complementará a esta con iluminación artificial dirigida hacia las obras en un ángulo menor a 30° y con la posibilidad de alternar entre iluminación directa o diagonal de acorde al tipo de piezas que se exhiba al momento (ver figura 27& 28).

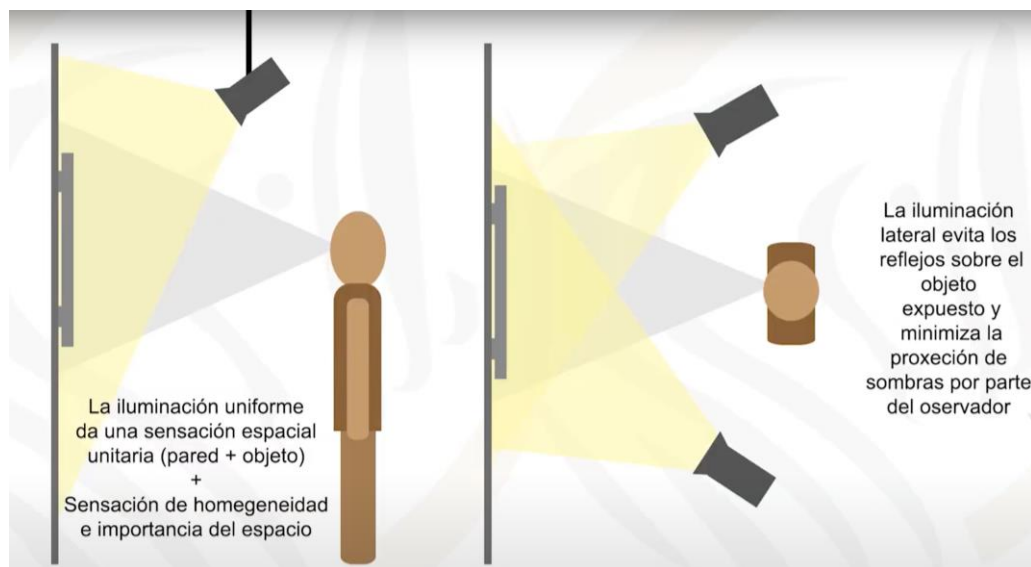


Figura 28 Efectos de iluminación para espacios de exhibición (Passolas, 2020).

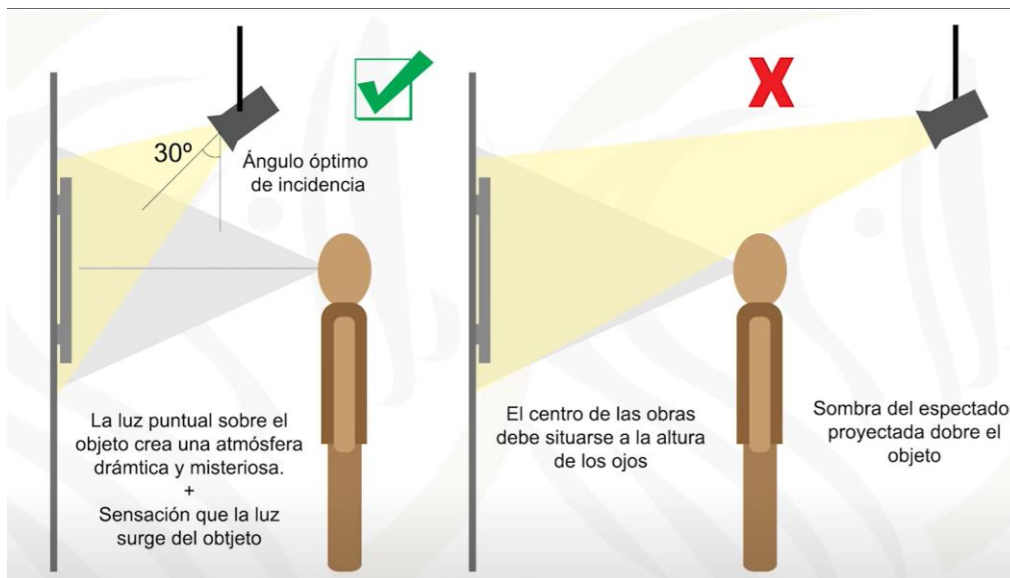


Figura 29 Ángulo óptimo de incidencia en iluminación de espacios de exhibición (Passolas, 2020).

### 17.1.2. Selección de luminarias

De forma de cumplir los requisitos de iluminación anteriormente mencionados, se optó por la luminaria *Tracklight Parscan bañador de pared con lente color blanco*, de la marca ERCO (ver figura 29) con las siguientes características:

- Tamaño: 114mm
- LED: 12W/1430lm
- Temperatura de color: 4000°K
- CRI: 92
- Distribución luminosa: 30°
- Controles: conmutable, DALI / regulable por control de fases + On-board Dim.
- Color del cuerpo: blanco



*Figura 30 Tracklight Parscan bañador de pared con lente color blanco*

## **18. Aislamiento acústico**

### **18.1 Lana de roca**

Según la Asociación Norteamericana de Fabricantes de Aislamiento (NAIMA, por sus siglas en inglés), el aislamiento acústico mediante la lana de roca es una de las soluciones más utilizadas en el mercado actualmente. Entre sus principales beneficios se encuentran los siguientes:

- Control de calor
- Control de sonido
- Control de humedad

Las napas o rollos de lana acústica deben ser instalados en el interior de las paredes o entre lozas mediante el ajuste por presión, o en el caso de ser necesario mediante una inserción grapada. Para esto se debe tomar en cuenta que el grosor del material debe sobrepasar por 15mm el grosor de la pared para evitar la pérdida de aislamiento, esto significa que el material es adaptable a cualquier espacio interior gracias a la facilidad de corte de este (2011).

### **18.2 Sonogrip**

Sonogrip es un adhesivo aislante de ruido de impacto para pisos el cual es aplicado en pisos cerámicos o similares ya que les brinda elasticidad suficiente entre estos y la loza terminada para reducir el ruido transmitido de forma mecánica. Además, gracias a dicha flexibilidad es posible evitar la generación de grietas en un piso terminado al absorberse el estrés del movimiento entre el radier y el piso. La aplicación de este producto es posible en residencias, hoteles, departamentos, oficinas u otro tipo de ambientes que posean un piso cerámico o similar (EMB Construcción, 2011).

### 19. Aforo

A continuación, se puede observar el cálculo realizado de acuerdo con la Regla Técnica Metropolitana en la cual se establece lo siguiente:

$$CO = \frac{AP}{FCO}$$

AP = Área de piso (m<sup>2</sup>)

CO = Carga de ocupantes

FCO = Factor de carga ocupantes (Tabla Bomberos Quito)

ÁREA	m <sup>2</sup>	FACTOR DE CARGA	CARGA DE OCUPANTES
Galería	69.65	2.8	25
Concept Store	122	2.8	43
Stands modulares	86.20	2.8	30
Food Hall	115.30	1.2	50
Laboratorio gastronómico	175.62	1.5	65

Tabla 2 Factor de carga y cálculo de ocupantes por área

El aforo anteriormente demostrado es la capacidad máxima que cuenta el espacio, aunque esta puede variar de acuerdo con el tipo de evento que se esté realizando al momento.

## CONCLUSIONES

La idea de generar un centro de incubación de emprendimientos nace a partir de la necesidad actual de los emprendedores en la Etapa de Actividad Temprana (TEA) de obtener un espacio en el cual puedan potenciar sus emprendimientos con apoyo local y en un ambiente de competencia amigable y justa, pero la propuesta de reunirlos en un espacio en el cual se integren tanto emprendimientos como áreas de desarrollo y aprendizaje es una idea ambiciosa que sobrepasa a los espacios que nos rodean actualmente.

Además, un punto clave en la propuesta fue el desarrollo integral de sector y la activación económica que *impulsART* generaría en la Floresta. De esta manera, el beneficio es tanto para emprendedores, consumidores y residentes del sector que eventualmente aprovecharán del desarrollo generado por el centro de incubación de emprendimientos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AEI. (2013-2014). *Ecuador, un país emprendedor e innovador en el 2020*. Recuperado de [https://unctad.org/system/files/official-document/epf\\_npd02\\_Ecuador\\_es.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/epf_npd02_Ecuador_es.pdf)
- Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito. (2015). *Regla técnica Metropolitana*. Recuperado de <https://www.bomberosquito.gob.ec/images/stories/rtq5.pdf>
- El Universo. (2020, 27 julio). *82 % de ecuatorianos emprenden por falta de empleo y otros por marcar una diferencia*. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/07/23/nota/7916634/emprendimiento-s-empleo-desempleo-necesidad-ecuador>
- El Universo. (2020, 25 diciembre). *En 2021, AEI se enfocará en potenciar la innovación y el emprendimiento nacional*. El Universo. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/12/23/nota/8726341/aei-emprendimiento-innovacion-reinventar-ecuador>
- EMB Construcción. (2011, julio). *Sonogrip: Adhesivo aislante de ruido de impacto para pisos*. Revista EMB Construcción. <http://www.emb.cl/construccion/articulo.mvc?xid=274&ni=sonogrip-adhesivo-aislante-de-ruido-de-impacto-para-pisos>
- Ferreira, N. M. (2021, 5 febrero). *¿Qué es el emprendimiento? Definición y significado de emprendedor*. Oberlo. Recuperado de <https://www.oberlo.es/blog/definicion-y-significado-emprendimiento>
- La Hora. (2020, 19 agosto). *La falta de un ecosistema de emprendimiento genera fracaso - La Hora*. La Hora Noticias de Ecuador, sus provincias y el mundo. Recuperado de <https://www.lahora.com.ec/noticia/1102325491/la-falta-de-un-ecosistema-de-emprendimiento-genera-fracaso>
- Passolas, F. (2020, 6 enero). *¿Cómo iluminar un espacio de exhibición?* Grupo LLEDO. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=FGmtPMDaEZI>
- Portal Jardín. (2017). *Jardines verticales de musgo y cuadros de musgo ¿Sin Mantenimiento!* Recuperado de <https://portaljardin.com/jardines-verticales-de-musgo/>
- ¿Qué es un ecosistema emprendedor y qué lo caracteriza?*. (2020, 21 septiembre). Infoautónomos. <https://www.infoautonomos.com/blog/que-es-un-ecosistema-emprendedor-y-que-lo-caracteriza/>



