

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Arquitectura y Diseño Interior

Centro de Entretenimiento y Arte Urbano

Pamela Nicole Valencia Punina

Diseño Interior

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

Quito, 16 de mayo de 2022

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Arquitectura y Diseño Interior

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

Centro de Entretenimiento y Arte Urbano

Pamela Nicole Valencia Punina

Nombre del profesor, Título académico

Helena Garino, Arquitecta

Quito, 16 de mayo de 2022

© 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: Pamela Nicole Valencia Punina

Código: 00205525

Cédula de identidad: 1726201849

Lugar y fecha: Quito, 16 de mayo de 2022

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UNPUBLISHED DOCUMENT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

El presente trabajo ofrece una alternativa nueva de los centros de entretenimiento nocturno. Centro de Entretenimiento y Arte Urbano es para jóvenes que aprecian el arte y quieren un cambio en la rutina identificada en la encuesta de los bares de cerveza, discotecas y restaurantes. Cumbayá es una de las parroquias con mayor crecimiento urbano y poblacional de Quito, por lo que ha crecido la necesidad de tener lugares de ocio. El proyecto presenta al Arte Urbano, en todos sus tipos de expresión, incluyendo a los padres y resalta la presencia del artista Banksy. Los ecuatorianos estamos acostumbrados a una vida nocturna activa, creativa y de salud social. Por ende, ofrece espacios como stand up comedy, urban fashion bar, espacios de fotografía, entre otros.

Palabras clave: Arte Urbano, ocio, entretenimiento, creativo y activo

ABSTRACT

The present work offers a new alternative to night entertainment centers. Urban Art and Entertainment Center is for young people who appreciate art and want a change from the routine identified in the survey of beer bars, nightclubs and restaurants. In addition, Cumbayá is one of the parishes with the highest urban and population growth in Quito, so the need for leisure places has grown. The project represents the quality of Urban Art, in all its forms of expression, including the fathers of Street Art such as Banksy. Ecuadorians are used to an active, creative and social health nightlife. Therefore, it offers spaces such as standup comedy, urban fashion bar, photography spaces, among others.

Keywords: urban art, leisure, entertainment, creative and active.

TABLA DE CONTENIDO

1 PROYECTO DE TESIS

1.1 Propuesta

1.2 Objetivo

1.3 Problemática

1.4 Target

1.5 Funcionalidad

1.6 Programación

2 ANALISIS ARQUITECTONICO

2.1 Ubicación

2.2 Características del sector

2.3 Edificación

2.5 Asoleamiento

2.5 Accesibilidad y servicios

3 INVESTIGACION DEL PROYECTO

3.1 ¿Qué es el arte urbano?

3.1.1 Historia del arte urbano

3.1.2 Tipos de arte urbano

3.1.3 Artistas urbanos

3.1.4 Moda urbana

3.2 Referentes

3.3 Encuesta

4 PROGRAMACIÓN

4.1 Metas de Diseño

4.2 Concepto

5 CONCLUSIONES

6 REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Análisis Estadístico Pregunta #1</i>	25
<i>Tabla 2. Análisis Estadístico Pregunta #2</i>	26
<i>Tabla 3. Análisis Estadístico Pregunta #3</i>	26
<i>Tabla 4. Análisis Estadístico Pregunta #4</i>	27
<i>Tabla 5. Análisis Estadístico Pregunta #5</i>	27
<i>Tabla 6. Análisis Estadístico Pregunta #6</i>	28
<i>Tabla 7. Análisis Estadístico Pregunta #7</i>	29
<i>Tabla 8. Análisis Estadístico Pregunta #8</i>	30

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Ilustración 1. (INEC, 1990, 2001, 2010)</i>	11
<i>Ilustración 2. Google Maps</i>	12
<i>Ilustración 3. Google Maps</i>	15
<i>Ilustración 4. La Tejedora Distrito Creativo</i>	16
<i>Ilustración 5. La Tejedora Distrito Creativo</i>	17
<i>Ilustración 6. La Tejedora Distrito Creativo</i>	17
<i>Ilustración 7. La Tejedora Distrito Creativo</i>	18
<i>Ilustración 8. Google Maps</i>	18
<i>Ilustración 9. Banksy “Girl with balloon”</i>	21
<i>Ilustración 10. JR “Inside Out</i>	22
<i>Ilustración 11. Cibo</i>	23
<i>Ilustración 12. Apitatán “Don’t Get Attached With the Dinner, Son”</i>	24
<i>Ilustración 13. MEATliquor</i>	25
<i>Ilustración 14. Referente del espacio</i>	25
<i>Ilustración 15. Moodboard</i>	31
<i>Ilustración 16. Planta Baja</i>	32
<i>Ilustración 17. Planta Alta</i>	32
<i>Ilustración 18. Corte A</i>	33
<i>Ilustración 19. Corte B</i>	33
<i>Ilustración 20. Corte C</i>	33
<i>Ilustración 21. Corte D</i>	33
<i>Ilustración 22. Recepción</i>	34
<i>Ilustración 23. Stand Up Café</i>	34
<i>Ilustración 24. Stand Up Café</i>	34
<i>Ilustración 25. Connus</i>	35
<i>Ilustración 26. Connus</i>	35
<i>Ilustración 27. Connus</i>	35
<i>Ilustración 28. Plaza Central</i>	35
<i>Ilustración 29. Plaza Central</i>	35
<i>Ilustración 30. Bar</i>	36
<i>Ilustración 31. Bar</i>	36
<i>Ilustración 32. Discoteca</i>	36

1. PROYECTO DE TESIS

1.1 Propuesta

Se diseñará un Centro de Entretenimiento y Arte Urbano para jóvenes ecuatorianos de 21 años en adelante. Por lo que se pretende tener áreas recreativas que no solo fomenten su lado social, si no también genere nuevas experiencias en un ambiente de encuentros culturales y diversión sana. Los jóvenes podrán disfrutar de las instalaciones que permiten la innovación, experimentación del arte en todos sus ámbitos y el bienestar que genera el desarrollo de la creatividad. El lugar se caracteriza por la relación con el entorno, diversidad y la posibilidad de entretenimiento, de relacionarse cada uno con la parte sensible y artística. El proyecto se enfoca en optimizar la salud social y reducir el estrés laboral de los jóvenes ecuatorianos, brindándoles una experiencia de conexión emocional.

1.2 Objetivo

El Centro de Entretenimiento y Arte Urbano tiene como intención generar una alternativa nueva de la diversión y creatividad. De esta manera, se implementará espacios que contemple la necesidad de los jóvenes con áreas abiertas, música, danza, arte y gastronomía. Esto generara un ambiente de ocio, relajación, desarrollo y aprendizaje.

1.3 Problemática

1.3.1 Crecimiento de Cumbayá

Quito es una ciudad dispersa, que se encuentra extendiéndose a los valles. En los últimos 10 años las ordenanzas han promovido la expansión a la zona urbana, debido al aumento poblacional. Las parroquias como Tumbaco y Cumbayá han sido las áreas con mayor crecimiento económico basado en agricultura.

El Distrito Metropolitano de Quito, ingreso que Cumbayá tiene un alto porcentaje de personas que proceden de Quito. Según el penúltimo Censo Nacional del año 2001 Cumbayá tenía 21.078, el censo más reciente en el 2010, se determinó una población de 31.463. Esto deterioro la calidad de vida de los nuevos habitantes que buscaban mudarse a los valles (Cárdenas, 2016 p.20).

Aunque Cumbayá tiene pobladores fijos de aproximadamente 32.000, diariamente recibe 23.000 personas de Quito y otras parroquias para trabajar. Además, suelen bajar alrededor de 7.000 individuos al sector de Cumbayá para disfrutar de sus lugares de ocio.

En el 2010, la INEC confirmo tener 31.463 habitantes, comprende una tasa de incremento del 5,0% anual. La subsecuente tabla representa los años 2001, 2000 y 2010:

Censos	Nº habitantes
1990	12.378
2001	21.078
2010	31.463

Ilustración 1. (INEC, 1990, 2001, 2010)

Se proyecta que para el 2025 se va a superar los 114.776 habitantes. El crecimiento se debe sobre todo a la Universidad San Francisco de Quito en 1994, la construcción del supermercado llamado “Supermaxi” y el Centro Comercial Villa Cumbayá, esto marco “hitos urbanísticos influenciaron en la implantación de equipamientos urbanos, centros educativos, conjuntos habitacionales y centros comerciales. La oferta inmobiliaria hacia estos lugares se hizo cada vez mayor” (Cárdenas, 2016 p.20).

Esto demuestra como Cumbayá ha aumentado su población de manera drástica durante los últimos años. Es por esto que la demanda que existe en Cumbayá por la falta de lugares de ocio es constante.

1.3.2 Estrés laboral y estudiantil

La presión laboral y de estudio es parte de lidiar con plazos fijos que cumplir, carga de trabajo, la búsqueda de reconocimiento y las expectativas de desempeño. Todas estas rutinas se vuelven una sobrecarga, provocando tensión y un ambiente de estrés, que afectan la salud física y mental. Por lo que un ambiente de relajación y de actividades fuera de la rutina es necesario.

1.3.3 Cierre de espacios de entretenimiento por el COVID-19

El COVID-19 afecto la vida social del ecuatoriano en varios aspectos pero en el ámbito del ocio se ha cerrado restaurantes, bares y discotecas. Esto dejo un campo de alternativas nuevas para explorar el entretenimiento de los jóvenes. El 20% de los restaurantes se mantuvieron abiertos durante la pandemia, perdiendo dinero y generando una demanda de lugares nuevos de diversión.

1.3.3 Actividades a realizar en Quito

En Quito, existen varios lugares donde se puede disfrutar de gastronomía, bares y comida. Sin embargo, se mantiene en el mismo formato de ocio, con temas que se suelen repetir como cervecerías o cócteles.

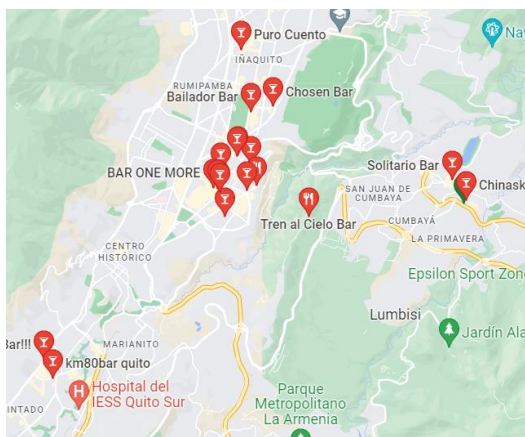


Ilustración 2. Google Maps

Se puede ver una representación de los diferentes bares/restaurantes que existen en la zona de Quito. Hay poca variedad en el área y que sean de buena calidad, con un buen servicio y tema integrado. Es por esto que ofrezco una oportunidad nueva y fresca para el área de entretenimiento.

1.4 Target

El proyecto se enfoca a un público variado. En primer lugar, están los “clientes específicos” está dirigido a individuos que les interesan el arte, las expresiones creativas y los eventos. En segundo lugar, están los “clientes normales o generales”, donde necesitan explorar espacios nuevos y frescos para un entretenimiento diferente y social.

Lo ideal para el perfil del target sería de un estatus medio-alto a alto, para que pueda promover y aportar al desarrollo de los artistas expuestos en la exhibición. Se enfoca desde los 21 en adelante, económicamente activos y pueden ser estudiantes. Es importante que le gusten los programas de ocio creativo y se mantenga activo en las redes sociales.

1.5 Funcionalidad

Para utilizar las instalaciones del proyecto se pondrá una cuota de 10 dólares que serán cobrados en la recepción, esto será solo cuando se tenga eventos dentro del establecimiento. La cuota incluirá un cóctel, fotografía profesional y wifi gratis para promover el proyecto por medio de las redes sociales.

Por otro lado, el centro de entretenimiento ofrecerá variedad de actividades para realizar dentro del espacio. Se tendrán eventos de concursos de grafitis, stand up comedy, áreas fotográficas, música en vivo, obras teatrales y fashion experience todo realizado por artistas callejeros que desean hacerse reconocer en Cumbayá. Abra la oportunidad de “apoyar al artista”, esto quiere decir que puedes dar una propina para

que el artista continúe con su pasión por el arte, pero no es obligatorio. Además, si se desea consumir bebida alcohólica o comida que brinda el establecimiento deberán pagar aparte.

Para asegurar tener puestos para las funciones de la noche, se requerirá hacer reserva con el número de personas que asistirá al evento, esto evitara conflictos. El horario de apertura es de 7pm-4am todos los días. El proyecto abre sus puertas en la noche al igual que el arte urbano, como usualmente son obras ilícitas y puede poner en peligro al artista prefieren realizar sus creaciones durante la madrugada o noche.

Por último, para continuar con el consumo del espacio y generar ganancias sin la cuota; el restaurante, heladería, bar y stand up café, funcionaran de forma individual para mejorar la calidad del entretenimiento del espacio.

1.6 Programación:

- Áreas efímeras:

- UnKnown: Escenario/discoteca
- Stand up café: Bankskys comedia y teatro
- Urban Fashion Store: Popup Store
- Live art
- Pop up Liquor

- Áreas inalterables:

- Connus: Restaurante, mezcla de arte callejero con comida callejera
- Urban Fashion Bar
- Gelato Cibo: heladería

- Áreas Generales:

- Recepción
- Oficinas/staff

- Lounge
- Baños

2. ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO

2.1 Ubicación

El proyecto se va a realizar en el edificio “La Tejedora”. Se encuentra en la avenida Sienna, Oswaldo Guayasamín E4-145, en el sector de Cumbayá, Quito a pocos minutos del Scala Shopping.

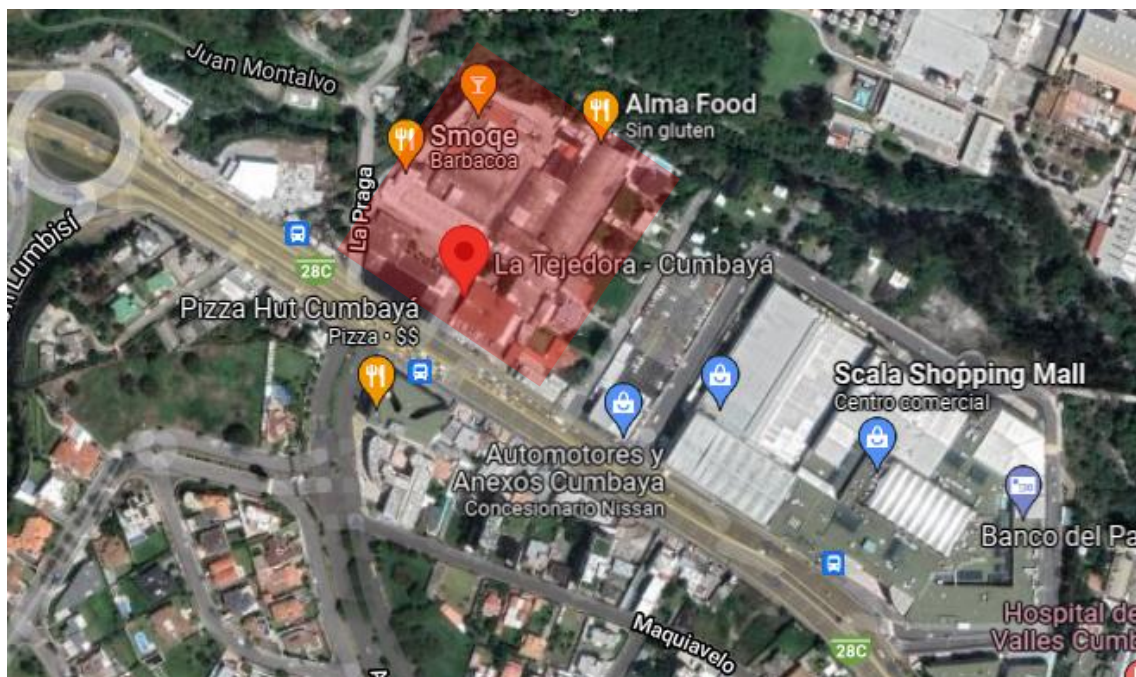


Ilustración 3. Google Maps

2.2 Características del sector

El proyecto se asienta en el sector de Cumbayá, sus principales características son: tiene una extensión es de 2.700hs, se encuentra a 2.200m sobre el nivel del mar y tiene 32.000 habitantes. El clima es templado y cálido, en las noches llega a los 6° grados como mínimo, en verano puede llegar a los 28° pero se mantiene entre los 12 a 26° centígrados. Debido al clima subtropical de Cumbayá, permite la extensión de espacios abiertos que se juntan con las calles comerciales. Además, el sector urbano se

encuentra en crecimiento de restaurantes, centros educativos, centros comerciales, cafeterías, bares, entre otros.

2.3 Edificación

El proyecto “La Tejedora” se fundó en 1947, es un ecosistema de locales y emprendimientos, que se han adaptado y multiplicado para mejorar el medio comercial de Cumbayá. La edificación se conforma de 5 galpones en un terreno de 10.000m², está construida a base de hormigón armado, cubiertas ligeras (metálicas) y mampostería.

En un principio “La Tejedora” era una fábrica pero dejó de funcionar a mediados del 2004 y los galpones se transformaron en bodegas. En el 2012 se convirtió en la industria creativa que ofrece hoy en día con servicios como gastronomía, salud, arte y varios. Además, ofrece una atmósfera de vivir en armonía con la naturaleza y creatividad, rodeándose de diseño, arte, murales y plantas.



Ilustración 4. LA TEJEDORA DISTRITO CREATIVO



Ilustración 5. LA TEJEDORA DISTRITO CREATIVO



Ilustración 6. LA TEJEDORA DISTRITO CREATIVO



Ilustración 7. LA TEJEDORA DISTRITO CREATIVO

2.4 Asolamiento

En Cumbayá el sol sale del este y se oculta al oeste, provocando que el sol de la mañana de en la parte posterior de “La Tejedora”. En cambio el sol de la tarde se da en la fachada principal de los galpones. Es importante entender el análisis del sol para saber de mejor manera como diseñar los espacios del proyecto.



Ilustración 8. Google Maps

2.5 Accesibilidad y servicios

“La Tejedora” ofrece 4 tipos de servicios diferentes: gastronómicos, salud, arte y varios. Tiene más de 50 locales que fusionan la idea de oficinas, fabricas artesanales y centro comercial. Es importante mencionar que su envolvente es un apoyo estratégico para el proyecto, ya que complementa la parte artística y urbana que se quiere evocar.

- Artes: Imaginoteatro, Studio Ensemble, Pequeñas Indulgencias, Diseño y Espacios Daniel Valarezo, Olimac, Escuela Taller la Costura, Architekten, Lighthouse Gallery Ecuador, Gelatina Laboratorio Fotográfico, Florencia Dávalos, Alejandra Almeida Arquitecto, Cosmos Iluminación, entre otros.
- Gastronomía: Pomodoro, Smoqe Cumbaya, Mercado Mixtura, Segundo Muelle, Dou, Yen Ramen, Tinto Blanco, Gringas Bakery, Chinaski, Sabai, etc.
- Salud: Dental SPA, Homeovital, Dr. Ramiro Baquero, Bikefamily, Nutritools, Barber House, Uya Face Yoga y Japipleis.
- Varios: Centro automotriz Moyabaca y Tecnoscape

3. INVESTIGACION DEL PROYECTO

3.1 ¿Qué es el arte urbano?

El arte callejero o arte urbano, es todo aquel realizado en las calles o que hace referencia a ese estilo. Se lo puede englobar como el graffiti pero adapta otras formas de expresión. Desde 1990 el Street Art o Arte Callejero es un término que se utilizó y se dio a conocer se lo llamaba también Post-Graffiti. Las características principales del arte urbano son; lo efímero, clandestino y anónimo.

3.1.1 Historia del arte urbano

El arte urbano se dio inicio en Paris a mediados de los sesenta. Empezaron a verse mensajes políticos hechos con plantillas, en los muros alrededor del mundo. Sin

embargo, este movimiento no se lo estudio hasta el año 1990, donde se lo conocía como Post-Grafiti.

En cierto grado el arte urbano representa el narcisismo o el individualismo. En 1960 Cornbread y Kool Earl, popularizaron en Norteamérica, Filadelfia esta tendencia, llamo la atención por medio del arte que realizaban en las calles y fue muy acogida por la prensa afroamericana. Por lo que comenzó a crecer en la calles como Nueva York manteniendo una relación con el Hip-Hop.

3.1.2 Tipos de arte urbano

- Grafiti: es un tipo de pintura, escritura o dibujo clandestino realizado en muros de la ciudad, está pintado no solo para enviar un mensaje de protesta, también expresa un sentido estético: formas, dibujos, letras, etc.
- Stencil: Funciona a base del recorte de papel o plástico de una silueta que se pega a la pared para luego pintarla. Consta en unir texto con imágenes y formas elaboradas.
- Pósteres: Papeles o materiales impresos pegados en paredes con engrudos, por lo que combina formas y permanece bastante tiempo.
- Esculturas: Esta es una forma de arte urbano intervienen a la vía pública como casetas telefónicas o billetes, por lo que intenta unir a las artes gráficas con la escultura.

3.1.3 Artistas urbanos

- **Banksy**

Banksy es un pseudónimo utilizado por uno de los padres del arte urbano inglés. No existen muchos datos sobre su identidad, ya que prefiere mantenerse oculto. Por esto el prefiere trabajar de noche para resguardar su identidad y mantener el efecto

sorprende de sus obras. Su estilo influye bastante del artista Blek le Rat, promocionando la ideología política, movimiento de resistencia y modo de vida.

Los trabajos de Banksy hablan de los males del mundo, criticando la guerra, consumismo, estilo de vida egoísta y burlarse sarcásticamente la hipocresía. Sus pinturas demandan al consumismo, desigualdad, pobreza y violencia, mediante sus dibujos en las calles de diferentes países.



Ilustración 9. Banksy "Girl with balloon"

- JR

JR es un artista callejero francés que se dedica a la fotografía, también se lo conoce como "el fotógrafo clandestino" (Tierno, I, 2016). Trabaja en los barrios bajos con fotografías en escala de grises, lo cual muestra un mayor énfasis en los detalles de las caras y al momento de pegar las imágenes en los muros de gran dimensión se lo puede ver claramente desde lejos.

El artista encuentra su estilo en los barrios más peligrosos, se junta con los pobladores creando un arte con fuerza y un arte reivindicativo. Sus retratos son de

personas que habitan en los barrios bajos y lo pega en edificios, muros, puentes, trenes, túneles, entre otros.

Las obras no tienen el objetivo de perdurar mucho tiempo, factores meteorológicos desgastan al proyecto como el viento o la lluvia. Sin embargo, lo que queda de la obra es el mensaje que quiere demostrar.



Ilustración 10. JR "Inside Out"

- **Cibo**

Cibo es el pseudónimo del artista, esto significa en español alimento.

La ideología de su arte es transportar al espectador a sus raíces, inocencia, paz interior, por medio de la comida. El artista modifica grafitis vulgares, racistas y fascistas convirtiéndolos en comida. Sus melones, fresas, sandías, pasteles y muffins disfrazan los muros, volviéndolo más colorido y divertido, dejando de lado las frases de supremacía racial.



Ilustración 11. Cibo

- Apitatán

Existen artistas urbanos alrededor del mundo en el Ecuador hay varios artistas callejeros reconocidos entre ellos esta Apitatán.

Apitatán pinta lienzos de historias cotidianas o poco tradicionales, son un símbolo de la riqueza de la memoria y la identidad latinoamericana. Sus proyectos inspiran a las conversaciones, conversaciones y recuerdos. Las obras reflejan una crítica a la cultura ecuatoriana, quiteña y latinoamericana.

Por otro lado, personajes tienen marcas del mestizaje, dioses, guerreros, animales míticos, entre otros. Los rasgos transmiten la estética de la imperfección en la belleza. En sus obras prevalece el color vibrante.



Ilustración 12. Apitatán “Don’t Get Attached With the Dinner, Son”

3.1.4 Moda urbana

La Moda Urbana se originó en los barrios y calles de las ciudades. La inspiración es por las tribus urbanas o movimientos musicales. Es tipo de vestimenta del día diario. Las características principales con resistencia, comodidad, uso continuo y refleja las identidades de los diferentes grupos.

Cuando hacemos referencia a la moda se cree que es creada por la alta costura. Son embargo, la moda urbana es del uso cotidiano de la gente y creado por la comunidad. Luego las marcas imitaron la tendencia para sacarlo al mercado.

Las prendas usualmente son versátiles, por esto se lo puede combinar con diferentes texturas, colores, accesorios y detalles.

3.2Referente

- MEATliquor

MEATliquor está ubicado en England, UK. Se lo conoce como un restaurante principalmente de carnes que ofrece música en vivo. Sin embargo, el espacio tiene el toque creativo del arte urbano, por lo que lo vuelve diferente.



Ilustración 13. MEATliquor

- Referentes generales

Lo que se pretende con el espacio es crear una atmosfera creativa e interactiva, donde cada zona tenga una personalidad propia al igual que el arte. El arte se puede expresar de diferentes formas, métodos, colores, tamaños, entre otros. Dando como resultado un carácter instagrameable y de fotografía.\

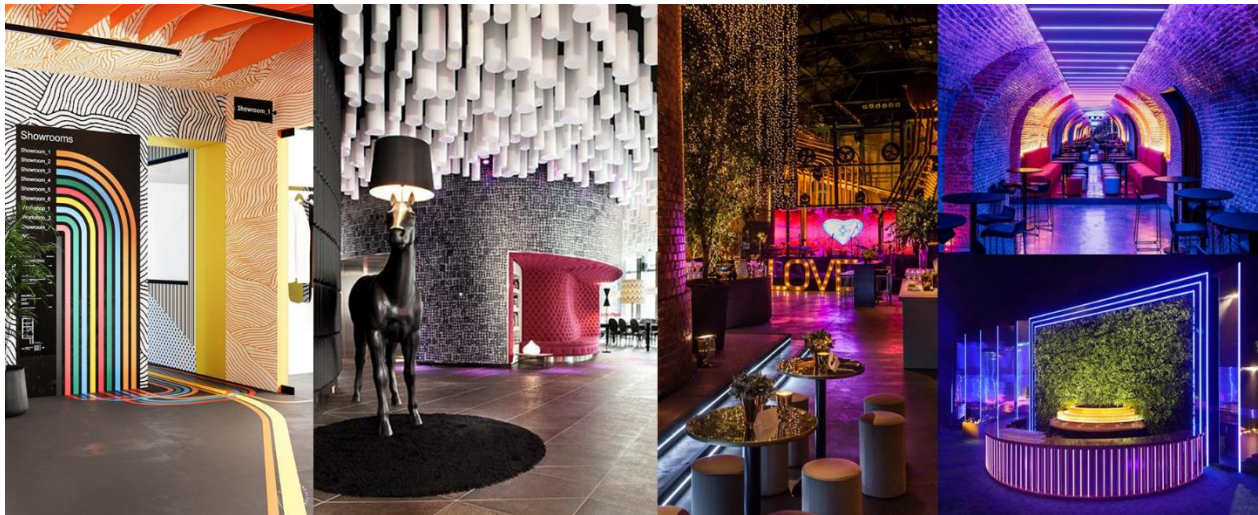


Ilustración 14. Referente del espacio

3.3 Encuesta

Se realizó una encuesta a 40 personas del rango de edad de 21 a 36 años para saber el porcentaje, de la necesidad de salir y realizar actividades de ocio.

¿Qué edad tienes?

40 respuestas

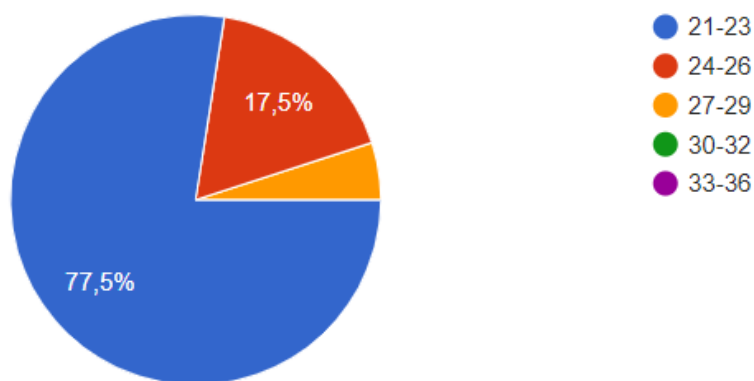


Tabla 1. Análisis Estadístico Pregunta #1

¿Cuál es tu actividad diaria?

40 respuestas

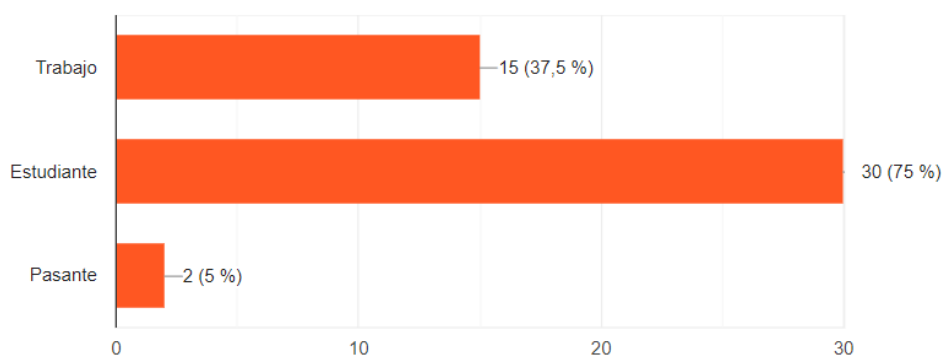


Tabla 2. Análisis Estadístico Pregunta #2

Esta pregunta se lo realizo con la intención de saber que actividades realizan diariamente el target. En la “Tabla 2” se puede ver que la mayor parte del target es estudiante con un 75% y también se encuentran trabajando el 37,5%.

¿El trabajo o estudiar te resulta estresante?

40 respuestas

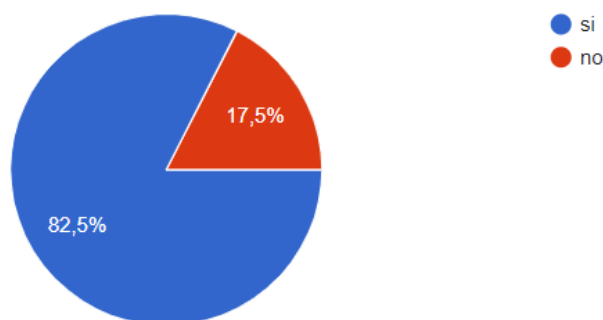


Tabla 3. Análisis Estadístico Pregunta #3

Usualmente tener que trabajar, estudiar o ser pasante a la vez resulta estresante para el individuo por eso un lugar de ocio y relajación es importante, en la Ilustración 13 el 82,5% piensa que el ambiente laboral y estudiantil es estresante.

¿Cuántas veces a la semana sales a reuniones o con amigos?

40 respuestas

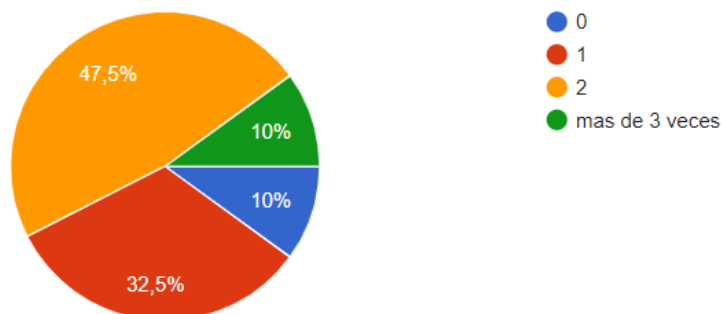


Tabla 4. Análisis Estadístico Pregunta #4

El gráfico demuestra que los jóvenes de 21 para arriba, es decir el 47,5% suelen salir 2 veces por semana. La gran mayoría sale a reuniones por lo menos una vez a la semana, demostrando así la necesidad de salir a socializar a diferentes espacios.

¿Cuándo sales cuanto gastas?

40 respuestas

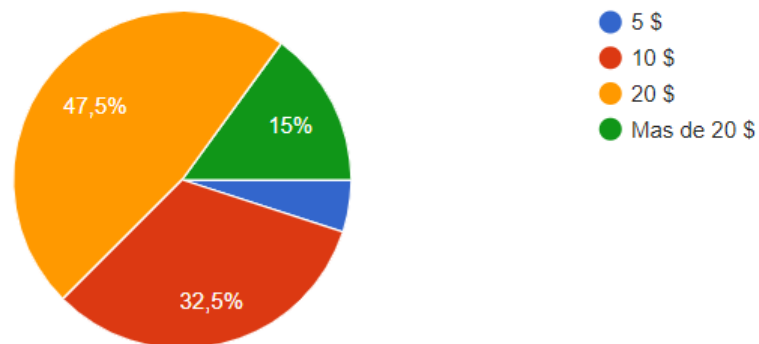


Tabla 5. Análisis Estadístico Pregunta #5

Se preguntó cuánto se gasta en las salidas y debido a que el 47,5% gasta 20\$ se tomó la decisión que la entrada del lugar cueste 10\$ para que sea un precio razonable para el cliente.

¿Qué es lo que más te gusta hacer cuando sales?

40 respuestas

Comer
Comer
Tomar
Beber
Conocer gente nueva
Conversar entre amigos
Discoteca
Conversar con amigos
Bielas

Tabla 6. Análisis Estadístico Pregunta #6

Esta pregunta se realizó para entender lo que el cliente necesita y ver qué es lo que más le gusta hacer cuando sale a lugares de entretenimiento. En primer lugar se

encuentra las discotecas y el alcohol, después esta salir a comer con amigos o familia, por último se referían a lugares donde puedan socializar con amigos.

¿Qué tipo de lugares frecuentas?

40 respuestas

Bares
Restaurantes
Restaurantes
Restaurantes, cervecerías
Restaurantes, bares
Casino, Shot me, Soundgarden, casas de amigos
Cervezas artesanales
Cervecerías
Casas de amigos, bares

Tabla 7. Análisis Estadístico Pregunta #7

La pregunta se realizó como una guía para la programación del proyecto. Se puede ver una diferencia grande entre personas que frecuentan bares y discotecas, ya que para bares tienen varios lugares en Cumbayá (sobre todo cervecerías) pero para discotecas la mayoría puso “Casino”, ya que es la única conocida y abierta por el momento.

¿Qué crees que le falta a Cumbaya en entretenimiento? ¿Qué cambiarías?

40 respuestas

Discoteca
Más bares o lugares casuales que no necesariamente sean cervecerías
Más bares o lugares donde haya cerveza y comida.
Más discotecas
Cafés de estudio
Una buena discoteca que tenga espacio
No se
Nada
Más lugares al aire libre

Tabla 8. Análisis Estadístico Pregunta #8

En esta parte de la encuesta se pudo identificar una necesidad en el ocio que la gente requiere algo fuera de lo que ya existe en Cumbayá como; las cervecerías, los cocteles caros, los bares y discotecas con poco espacio o con restricción de edad. Es por esto que el espacio ofrecerá una innovación diferente para la vida nocturna de Cumbayá.

4. PROGRAMACIÓN

4.1 Metas de diseño

- ¿Qué?

Un Centro de Entretenimiento y Arte Urbano

- ¿Para quién?

Jóvenes des los 21 años para arriba

- ¿Cómo?

Generar un espacio de interés juvenil, mediante el arte urbano crear experiencias nuevas e interactivas para el cliente.

4.2 Concepto

Arte Urbano: Su estética es basada en la impermanencia y fugacidad. Comunica la belleza de lo imperfecto, incompleto y mudable. El Arte Urbano es considerado un acto ilícito, por lo que ocurre solamente en las noches. Se genera una conexión con el entretenimiento nocturno para mostrar las cicatrices en el “arte callejero”.

Subconceptos:

- Efímero: inspirado en el arte callejero que no dura mucho tiempo, desapareciendo sin dejar rastro.
- Inalterables: arte que perdura en el tiempo y no se pierde la esencia del trabajo.

Moodboard

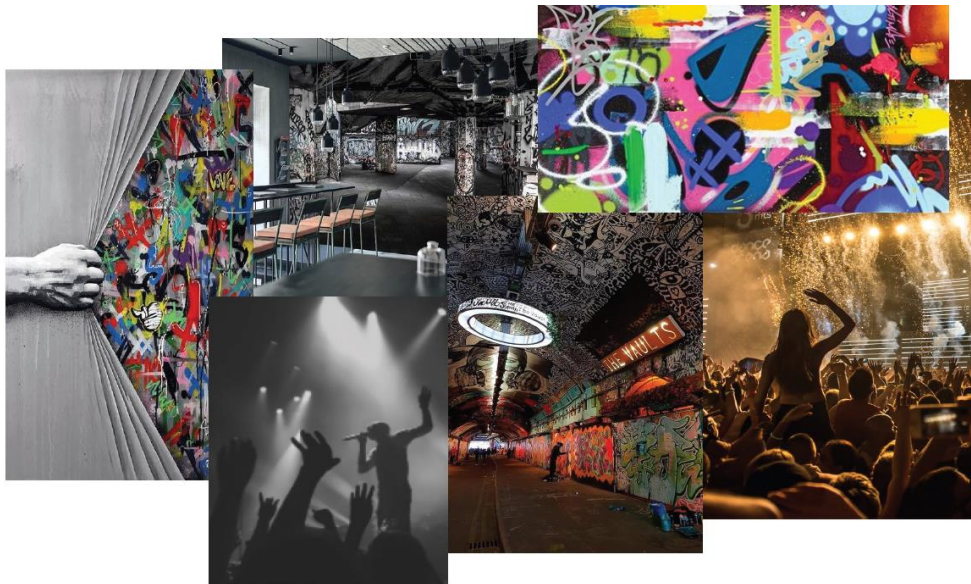


Ilustración 15. Moodboard

5. CONCLUSIONES

Tras la investigación y encuesta generada en el tiempo predispuesto, se concluye que la propuesta del proyecto se ejecutó de manera satisfactoria. El resultado del Centro de Entretenimiento Nocturno se muestra a continuación:

- Planta Baja

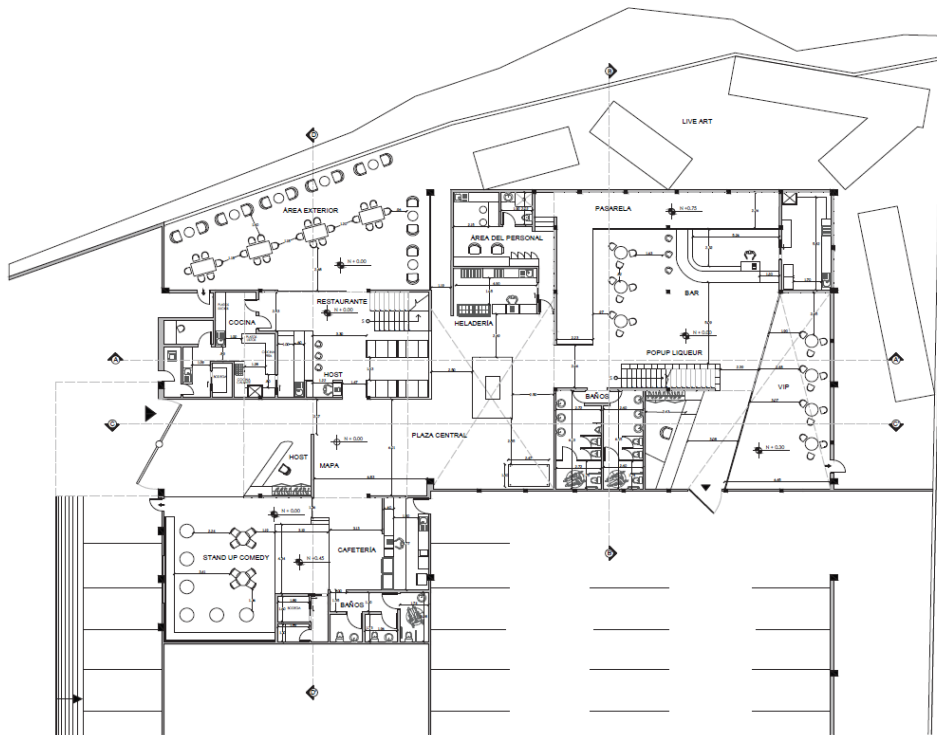


Ilustración 16. Planta Baja

- Planta Alta

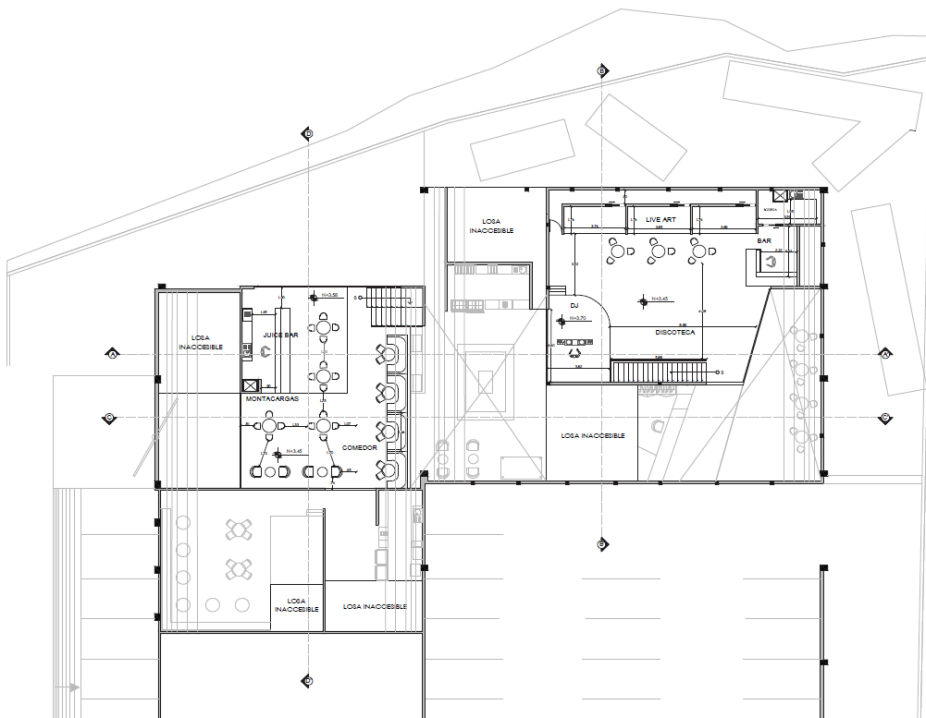


Ilustración 17. Planta Alta

- Corte A-A'

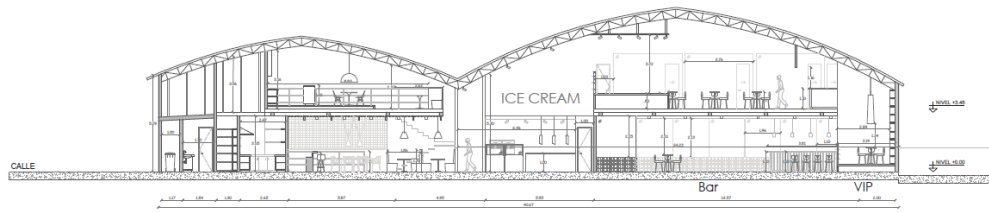


Ilustración 18. Corte A

- Corte B-B'

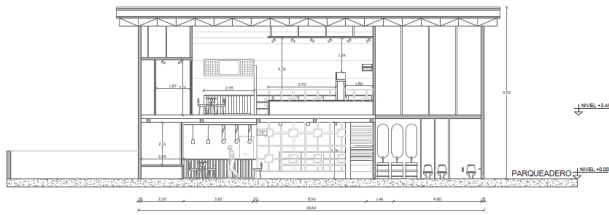


Ilustración 19. Corte B

- Corte C-C'

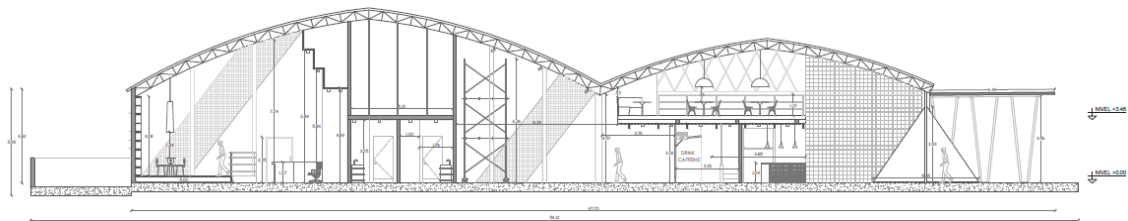


Ilustración 20. Corte C

- Corte D-D'

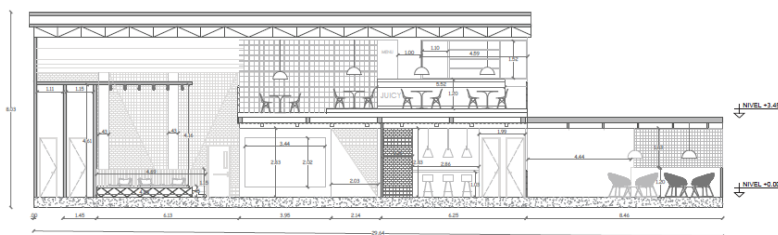


Ilustración 21. Corte D

- Vista recepción



Ilustración 22. Recepción

- Vista Stand Up Café



Ilustración 23. Stand Up Café



Ilustración 24. Stand Up Café

- Vista Restaurante Connus



Ilustración 25. Connus



Ilustración 26. Connus



Ilustración 27. Connus

- Vista Plaza Central



Ilustración 28. Plaza Central



Ilustración 29. Plaza Central

- Vista Urban Fashion Bar



Ilustración 30. Bar



Ilustración 31. Bar

- Vista discoteca Unknown

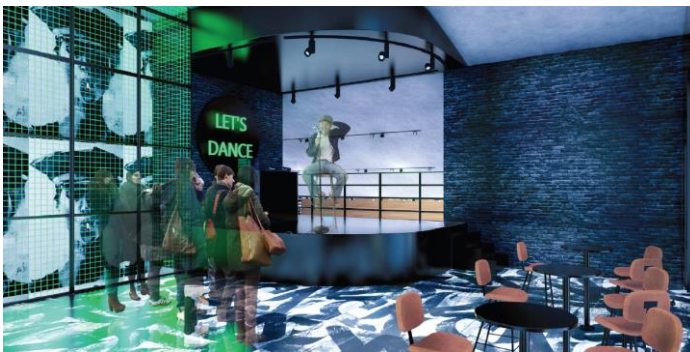


Ilustración 32. Unknown

6. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Webmaster INSP (26 de agosto del 2022) *Los riesgos del estrés laboral para la salud.*

Recuperado el 6 de febrero del 2022 en [https://www.insp.mx/avisos/3835-riesgos-estres-laboralsalud.html#:~:text=De%20acuerdo%20con%20la%20Organizaci%C3%B3n,%C3%B3ptima%20\(1%2C%203\).](https://www.insp.mx/avisos/3835-riesgos-estres-laboralsalud.html#:~:text=De%20acuerdo%20con%20la%20Organizaci%C3%B3n,%C3%B3ptima%20(1%2C%203).)

Serie protección de la salud de los trabajadores n°3 (2004) *La organización del trabajo y el estrés.* Recuperado el 6 de febrero del 2022 en

https://www.who.int/occupational_health/publications/pwh3sp.pdf?ua=1

Steffen (Noviembre del 2019) *Wynwood y el Design District de Miami: guía completa.*

Recuperado 09 de febrero del 2022 en <https://www.loving-miami.com/wynwood-design-district-miami/>

N/A (s.f.) *Tejedores de comunidades positivas.* Recuperado 09 de febrero del 2022 en

<https://www.latejedoradistritocreativo.com/>

Archivo BAQ (s.f.) *LA TEJEDORA DISTRITO CREATIVO.* Recuperado 09 de febrero del 2022 en <https://www.arquitecturapanamericana.com/la-tejedora-distrito-creativo/>

Cardenas, D (22 de junio del 2016) *ANALISIS DE LA DINÁMICA ECONÓMICA*

TERRITORIAL SUBURBANA: CASO DE ESTUDIO PARROQUIA RURAL

CUMBAYÁ 1990-2010. Recuperado 12 de febrero del 2022 en

[http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11364/An%C3%A1lisis%20de%20la%20Din%C3%A1mica%20Econ%C3%B3mica%20Territorial%20Suburbana.pdf?sequence=1#:~:text=El%20crecimiento%20poblacional%20en%20Cumbay%C3%A1,31.463%20\(INEC%2C%202010\).](http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11364/An%C3%A1lisis%20de%20la%20Din%C3%A1mica%20Econ%C3%B3mica%20Territorial%20Suburbana.pdf?sequence=1#:~:text=El%20crecimiento%20poblacional%20en%20Cumbay%C3%A1,31.463%20(INEC%2C%202010).)

- Editorial Etece (2 de febrero de 2022) *Arte callejero*. Recuperado el 14 de febrero del 2022 en <https://concepto.de/arte-callejero/>
- N/A (22 de marzo del 2012) *Arte urbano: nacido en la calle*. Recuperado el 14 de febrero del 2022 en <https://masdearte.com/arte-urbano-nacido-en-la-calle/>
- Reinoso, A (Febrero del 2021) *Análisis de la restauración en Quito - Ecuador tras el impacto de la COVID -19*. Recuperado el 15 de febrero del 2022 en <http://dspace.uhemisferios.edu.ec:8080/jspui/bitstream/123456789/1233/1/Tesis%20An%C3%A1lisis%20de%20la%20restauraci%C3%B3n%20en%20Quito%20BR.%20%281%29.pdf>
- Tierno, I (4 de junio del 2016) *El artista urbano JR y su fotografía anónima y activista*. Recuperado el 15 de febrero del 2022 en <https://culturafotografica.es/jr-arte-activista/>
- Alanis, A (28 de julio del 2018) *¿DELI-ART? CIBO, EL ARTISTA URBANO QUE CAMBIA MENSAJES RACISTAS POR COMIDA*. Recuperado el 15 de febrero del 2022 en <https://www.sopitas.com/entretenimiento/cibo-el-artista-urbano-que-cambia-mensajes-racistas-por-comida/>
- HA! (s.f.) *Niña con globo*. Recuperado el 15 de febrero del 2022 en <https://historia-arte.com/obras/nina-con-globo>
- Apitatán (2018) *Apitatán*. Recuperado el 15 de febrero del 2022 en <https://www.apitatan.com/bio>
- Cao, C (16 de julio del 2018) *Moda urbana*. Recuperado el 15 de febrero del 2022 en <https://ladefinicion.com/moda-urbana/>
- N/A (14 de Octubre del 2021) *MEATliquor X Shed in Clapham*. Recuperado el 16 de mayo de 2022 en <https://www.e-architect.com/london/meatliquor-x-shed-clapham-london>