

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO
USFQ**

Colegio de Arquitectura y Diseño Interior

**“El Nuevo Viajero” - Ocio y Negocio en la época post COVID
LINK& MEET Business Center Hotel Quito**

Sofía Alejandra Rodas Landy

Arquitectura

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Arquitecta

Quito, 22 de diciembre de 2022

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO
USFQ**

Colegio de Arquitectura y Diseño Interior CADI

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

“El Nuevo Viajero” - Ocio y Negocio en la época post COVID

LINK& MEET Business Center Hotel Quito

Sofía Alejandra Rodas Landy

Nombre del profesor, Título académico

Roberto Burneo, Arquitecto

Quito, 22 de diciembre 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:	Sofía Alejandra Rodas Landy
Código de estudiante USFQ:	00201290
Cédula de identidad:	0107288011
Lugar y fecha	Quito, 22 de diciembre 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UNPUBLISHED DOCUMENT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>.

AGRADECIMIENTOS

Al finalizar la carrera de Arquitectura, luego de muchas develadas, aprendizajes y sobre todo triunfos y alegrías en la facultad. Quiero agradecer a mis padres por darme la oportunidad de expandir mis metas, por todo su apoyo incondicional y por nunca dejar de creer en mí. A mis hermanos y familia, por ser un pilar fundamental en mi vida. A mis profesores, gracias por extender su conocimiento hacia nosotros y darnos la guía durante todo este proceso. A mis queridos amigos, con quienes viví en conjunto esta gran experiencia, empezamos y terminamos un sueño juntos. Y a la USFQ, por brindarme la mejor experiencia de mi vida, dragones por siempre.

RESUMEN

El habitar del ser humano en el mundo, ha apresurado el cambio de sus formas a partir del contexto económico y social en el escenario post pandémico actual. El cómo la gente se relaciona, hace negocios, viaja, o educa, ha sido influenciada en gran medida. Estos eventos están modificando el medio físico e inmaterial del habitar, (Heidegger, 1975, Construir, habitar, pensar), de igual manera que transforman las industrias humanas, incluida la hotelera. Algunos comportamientos desaparecerán y otros marcarán nuestra manera de vivir. Por lo tanto, el hotel de negocios pretende responder estas condiciones en relación a “el nuevo viaje de negocios” y entender que implica ocupar un espacio de modo temporal con la finalidad de ocio y trabajo.

El partido arquitectónico propone recuperar los intercambios humanos principales y proyectar una nueva manera de habitar espacios de forma temporal, entendiendo al hotel como una institución humana, según las definiciones de Kahn, (Kahn, 1981, Giurgola, p. 51), y reinterpretando la calle, la plaza y la escuela como elementos que dignifican el espacio.

En consecuencia, el hotel se articula al tejido urbano a través de las actividades cotidianas del contexto de Quito, permitiendo la accesibilidad al “lujo del futuro” expresado por Ian Schrager, (Bloomberg live, 2018, Schrager), y reconociendo los antecedentes hoteleros de la ciudad. De esta manera el hotel de negocios pretende reivindicar la cultura popular de la ciudad y permitir los intercambios humanos principales; el aprendizaje, el encuentro, y la manifestación de identidad, en relación, al habitar lo temporal.

Palabras Clave: hotel de negocios, nuevo viajero, ocio, negocio, forastero, post pandemia, temporalidad, habitar, plaza, escuela, calle.

ABSTRACT

The inhabitation of the human being in the world has hastened the change of its forms since the economic and social context of the current post-pandemic scenario. How people relate, do business, travel, or educate has been greatly influenced. These events have modified the physical and immaterial environment of living, (Heidegger, 1975, Build, live, think), in the same way that they transform human industries, including the hotel industry. Some behaviors would disappear and others would mark our way of living. Therefore, the business hotel proposes to respond to these conditions related to "the new business traveler" and to understand what it means to occupy a space temporarily for leisure and work.

The architectural parti proposes to recover the main human exchanges and project a new way of inhabiting spaces temporarily. Understanding the hotel as a human institution, according to Kahn's definitions, (Kahn, 1981, Giurgola, p. 51), and reinterpreting the street, square and school as elements that exalt the space.

Consequently, the hotel articulates to the urban fabric through the daily activities of the Quito context, allowing access to the "luxury of the future" expressed by Ian Schrager, (Bloomberg live, 2018, Schrager), and recognizing the hotel's history of the city. In this way, the business hotel aims to support the city's popular culture and allow the main human exchanges; learning, meeting, and the manifestation of identity, in relation, when inhabiting the temporal.

Keywords: business hotel, leisure, business, foreigner, post-pandemic, temporality, inhabit, square, school, street.

TABLA DE CONTENIDO

INTRUDUCCIÓN	12
1. ESTUDIO DE SITIO	13
1.1. UBICACIÓN	13
1.2. ANÁLISIS DE SITIO	14
1.2.1. <i>Hitos</i>	14
1.2.2. <i>Flujo Vehicular</i>	15
1.2.3. <i>Flujo Peatonal</i>	16
1.2.4. <i>Transporte Público</i>	16
1.2.5. <i>Actividades</i>	17
1.2.6. <i>Clima</i>	19
1.2.7. <i>Áreas Verdes</i>	19
1.2.8. <i>Ordenanza</i>	20
1.3. EMPLAZAMIENTO	21
2. ESTUDIO HOTELERO	23
2.1. CRONOLOGÍA HOTELERA	23
2.2. ANÁLISIS DEL USUARIO, EL NUEVO VIAJERO	25
2.3. ANÁLISIS DEL PROGRAMA HOTELERO	26
2.4. ANÁLISIS DE PRECEDENTES	31
2.4.1. <i>The Murray, Foster+ Partners</i>	31
2.4.2. <i>Renaissance Hotel, Jean Nouvel + Ribas& Ribas</i>	31
3. DESARROLLO Y PROPUESTA	32
4. PLANIMETRÍA	40
CONCLUSIONES	58
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	59

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. UBICACIÓN DEL PROYECTO. ELABORACIÓN EN CONJUNTO CON JAVIER CASTAÑEDA	13
FIGURA 2. DIAGRAMA HITOS. ELABORACIÓN EN CONJUNTO CON JAVIER CASTAÑEDA	14
FIGURA 3. DIAGRAMA FLUJO VEHICULAR. ELABORACIÓN EN CONJUNTO CON JAVIER CASTAÑEDA	15
FIGURA 4. DIAGRAMA FLUJO PEATONAL. ELABORACIÓN EN CONJUNTO CON JAVIER CASTAÑEDA	16
FIGURA 5. DIAGRAMA TRANSPORTE PÚBLICO. ELABORACIÓN EN CONJUNTO CON JAVIER CASTAÑEDA	17
FIGURA 6. DIAGRAMA 1 ACTIVIDADES. ELABORACIÓN EN CONJUNTO CON JAVIER CASTAÑEDA	18
FIGURA 7. DIAGRAMA 2 ACTIVIDADES. ELABORACIÓN EN CONJUNTO CON JAVIER CASTAÑEDA	18
FIGURA 8. DIAGRAMA CLIMA. ELABORACIÓN EN CONJUNTO CON JAVIER CASTAÑEDA	19
FIGURA 9. DIAGRAMA ÁREAS VERDES. ELABORACIÓN EN CONJUNTO CON JAVIER CASTAÑEDA	20
FIGURA 10. DIAGRAMA ORDENANZAS. ELABORACIÓN EN CONJUNTO CON JAVIER CASTAÑEDA	20
FIGURA 11. DIAGRAMA EMPLAZAMIENTO. ELABORACIÓN EN CONJUNTO CON JAVIER CASTAÑEDA	21
FIGURA 12. DIAGRAMA FORMA. ELABORACIÓN EN CONJUNTO CON JAVIER CASTAÑEDA	22
FIGURA 13. CRONOLOGÍA HOTELERA 1. ELABORACIÓN EN CONJUNTO CON JAVIER CASTAÑEDA	23
FIGURA 14. CRONOLOGÍA HOTELERA 2. ELABORACIÓN EN CONJUNTO CON JAVIER CASTAÑEDA	24
FIGURA 15. RESUMEN CRONOLOGÍA HOTELERA. ELABORACIÓN EN CONJUNTO CON JAVIER CASTAÑEDA.	24
FIGURA 16. DIAGRAMA USUARIOS. ELABORACIÓN EN CONJUNTO CON JAVIER CASTAÑEDA	26
FIGURA 17. ANÁLISIS PROGRAMA GENERAL. ELABORACIÓN PROPIA	27
FIGURA 18. ANÁLISIS PROGRAMA 1. ELABORACIÓN PROPIA	27
FIGURA 19. ANÁLISIS PROGRAMA 2. ELABORACIÓN PROPIA	28
FIGURA 20. ANÁLISIS PROGRAMA 3. ELABORACIÓN PROPIA	28
FIGURA 21. ANÁLISIS PROGRAMA 4. ELABORACIÓN PROPIA	29
FIGURA 22. ANÁLISIS PROGRAMA COMPLEMENTARIO 1. ELABORACIÓN PROPIA	29
FIGURA 23. ANÁLISIS PROGRAMA COMPLEMENTARIO 2. ELABORACIÓN PROPIA	30
FIGURA 24. ANÁLISIS PROGRAMA COMPLEMENTARIO 3. ELABORACIÓN PROPIA	30
FIGURA 25. ANÁLISIS PRECEDENTE "THE MURRAY". ELABORACIÓN POR JAVIER CASTAÑEDA	31
FIGURA 26. ANÁLISIS PRECEDENTE "RENAISSANCE HOTEL". ELABORACIÓN PROPIA.....	31

FIGURA 27. COLLAGE CONCEPTO. ELABORACIÓN PROPIA	32
FIGURA 28. CONCEPTOS POR HEIDEGGER. ELABORADO POR JAVIER CASTAÑEDA	32
FIGURA 29. ESTRATEGIAS. ELABORADO POR JAVIER CASTAÑEDA	33
FIGURA 30. PROPUESTA DE PARTIDO RESUMEN. ELABORACIÓN PROPIA	34
FIGURA 31. PROPUESTA DE PARTIDO EN CORTE. ELABORACIÓN PROPIA	35
FIGURA 32. PROPUESTA DE PARTIDO EN CORTE. ELABORACIÓN PROPIA	36
FIGURA 33. DIAGRAMAS DE PROPUESTA DE PARTIDO. ELABORACIÓN PROPIA	37
FIGURA 34. DIAGRAMAS DE PROPUESTA DE PARTIDO. ELABORACIÓN PROPIA	38
FIGURA 35. PANEL DE DEFENSA. ELABORACIÓN PROPIA.....	40
FIGURA 36. IMPLANTACIÓN DEL PROYECTO. ELABORACIÓN PROPIA	40
FIGURA 37. PLANTA DE INGRESO. ELABORACIÓN PROPIA.....	41
FIGURA 38. PLANTA +4.00M. ELABORACIÓN PROPIA	42
FIGURA 39. PLANTA +8.00M. ELABORACIÓN PROPIA	42
FIGURA 40. PLANTA +16.00M. ELABORACIÓN PROPIA.....	43
FIGURA 41. PLANTA +12.00M. ELABORACIÓN PROPIA	43
FIGURA 42. PLANTA TIPO. ELABORACIÓN PROPIA	44
FIGURA 43. PLANTA +20.00M. ELABORACIÓN PROPIA	44
FIGURA 44. PLANTA +80.00M. ELABORACIÓN PROPIA	45
FIGURA 45. PLANTA +76.00M. ELABORACIÓN PROPIA	45
FIGURA 46. PLANTAS SUBSUELOS. ELABORACIÓN PROPIA	46
FIGURA 47. PLANTAS SUBSUELOS. ELABORACIÓN PROPIA	47
FIGURA 48. CORTE GENERAL FUGADO 1. ELABORACIÓN PROPIA.....	48
FIGURA 49. CORTE GENERAL FUGADO 2. ELABORACIÓN PROPIA.....	48
FIGURA 50. CORTE FUGADO PLATAFORMA 1. ELABORACIÓN PROPIA	49
FIGURA 51. CORTE FUGADO PLATAFORMA 2. ELABORACIÓN PROPIA	49
FIGURA 52. FACHADAS. ELABORACIÓN PROPIA.....	50
FIGURA 53. CORTE POR FACHADA. ELABORACIÓN PROPIA.....	51
FIGURA 54. DETALLES CONSTRUCTIVOS. ELABORACIÓN PROPIA	52
FIGURA 55. VISTA TIPO ILUSTRACIÓN 1. ELABORACIÓN PROPIA.....	52

FIGURA 56. VISTA TIPO ILUSTRACIÓN 2. ELABORACIÓN PROPIA.....	53
FIGURA 57. VISTA TIPO ILUSTRACIÓN 3. ELABORACIÓN PROPIA.....	53
FIGURA 58. VISTA FRONTAL. ELABORACIÓN PROPIA	54
FIGURA 59. VISTA DESDE NNUU. ELABORACIÓN PROPIA	55
FIGURA 60. VISTA PISCINA. ELABORACIÓN PROPIA	56
FIGURA 61. VISTA HABITACIÓN. ELABORACIÓN PROPIA	56
FIGURA 62. VISTA RECEPCIÓN Y LOBBY DE INGRESO. ELABORACIÓN PROPIA.....	57
FIGURA 63. VISTA BAR. ELABORACIÓN PROPIA	57

INTRUDUCCIÓN

La ciudad de Quito es, sin dudas, la ciudad más importante del Ecuador, no solo es su capital, también su núcleo económico, político, artístico y cultural por ende, el lugar focal del interés nacional e internacional. La ciudad es visitada anualmente por miles de turistas y viajeros, tanto locales como extranjeros, ya sea por motivos de ocio, recreación o negocio; es reconocida por sus paisajes, herencias históricas y por ser el centro del mundo, ubicándose en la Latitud 0. Al ser una ciudad tan importante se posiciona, junto a otras capitales del continente como: Buenos Aires y Bogotá, como un potencial destino de negocios e inversiones a nivel latinoamericano, por lo que se debe apuntar a crecer en el mercado del turismo de negocios.

La pandemia por COVID-19 marcó de forma indeleble la historia del mundo; muchos aspectos de la vida cotidiana cambiaron, entre ellos, la forma de trabajar, viajar y hacer negocios. Uno de los sectores más golpeado durante este periodo fue el hotelero, industria que se vio en la obligación de renovar y cambiar su concepción del viajero. Surgieron transformaciones del usuario, ya no es solo el empresario quien busca alojarse en un hotel de negocios, los *bleisure travelers* y *digital nomads* serán el nuevo mercado del sector, entendidos como el “nuevo viajero de negocios”.

La propuesta arquitectónica “Link & Meet”, un hotel y centro de negocios en el hiper centro financiero de la ciudad de Quito, busca ser una respuesta a las necesidades del *nuevo viajero* y las nuevas formas de generar alianzas y negocios, de la mano del buen funcionamiento del hotel.

1. ESTUDIO DE SITIO

1.1. Ubicación

El terreno se encuentra ubicado en la provincia de Pichincha, distrito metropolitano de Quito, en la parroquia de Iñaquito en el pleno centro financiero de la capital del Ecuador. El área de intervención está comprometida entre la Av. Naciones Unidas y Av. República del Salvador.

Situándose en la parte más central de la ciudad moderna, altamente influido por los hitos alrededor de la zona, entre ellos: el *Estadio Olímpico Atahualpa*, el Parque de *La Carolina* y el *Quicentro Shopping*.

Sector: Iñaquito

Dirección: Av. NNUU y República del Salvador (esquina), Quito 170102

Coordenadas: -0.17725287513845875, -78.47971844953847

Altitud: 2.760 m.s.n.m.



Figura 1. Ubicación del proyecto. Elaboración en conjunto con Javier Castañeda

1.2. Análisis de sitio

Entender el contexto en el cual se emplaza el proyecto es fundamental para la toma de decisiones y el desarrollo de la propuesta arquitectónica. Reflexionar acerca de la relación con el contexto es primordial para que la propuesta funcione en el mismo, por lo que, como método de investigación se ha realizado un análisis de sitio en diferentes categorías que nos ayuden a comprender esta relación entre la ciudad y el proyecto.

1.2.1. Hitos

El terreno se encuentra en el hiper centro financiero de la ciudad de Quito y a su alrededor existen varios puntos de interés, marcados como *hitos*, que nos ayudan a comprender la importancia del lugar.

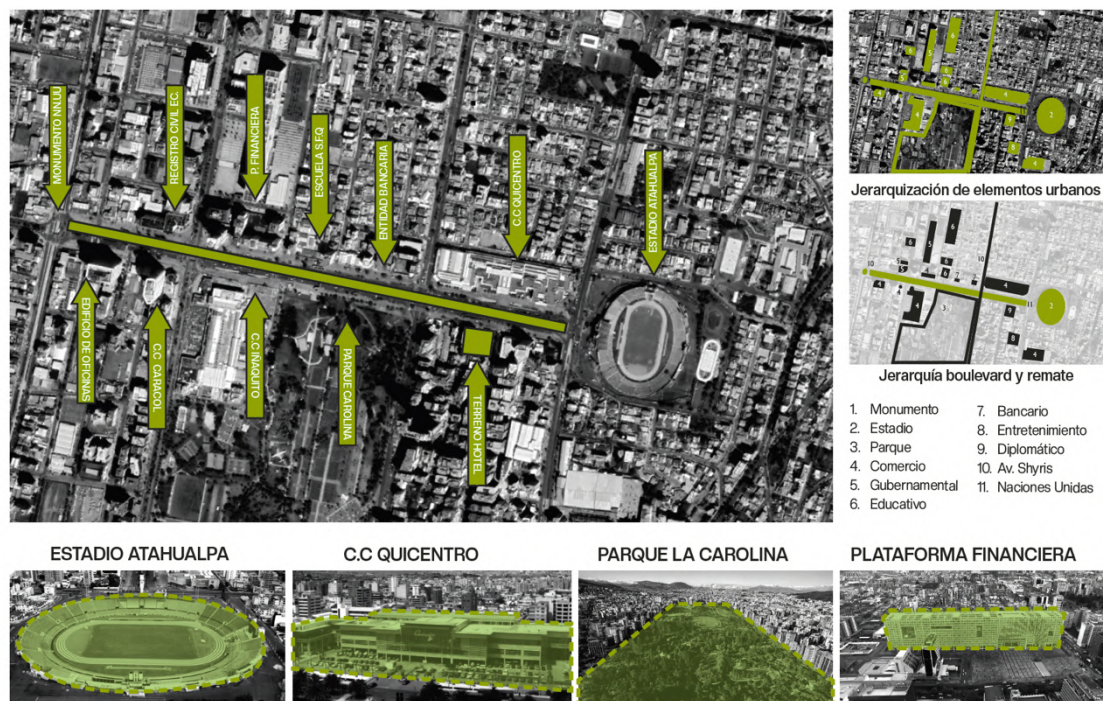


Figura 2. Diagrama Hitos. Elaboración en conjunto con Javier Castañeda

El terreno está rodeado de actividades mixtas, tanto del uso comercial, oficinas, residencias, entidades educativa, financieras y de más áreas. Uno de los hitos jerárquicos del lugar es el *Estadio Olímpico Atahualpa*, lugar de encuentros deportivos y espectáculos

de entretenimiento, posible sitio de interés para el hotel de negocios, pues ofrecerá alojamiento tanto para los deportistas o artistas que ahí se presentan, como para los espectadores.

Otro hito igual de importante es la *Plataforma Gubernamental de Gestión Financiera*, edificio que concentra todas las actividades del área financiera, punto focal de negocio en la ciudad. El *Parque La Carolina* también se sitúa como punto de interés, puesto que es el parque más grande la ciudad, considerado como uno de sus pulmones principales.

1.2.2. Flujo Vehicular

El terreno está comprendido entre avenidas principales de la ciudad, Av. Naciones Unidas y Av. República del Salador, aledaño a la Av. Shyris; por lo que existe un alto flujo vehicular a casi todas las horas del día. Se considera que es un punto activo en la ciudad, donde los posibles huéspedes podrán acceder sin mayor dificultad.

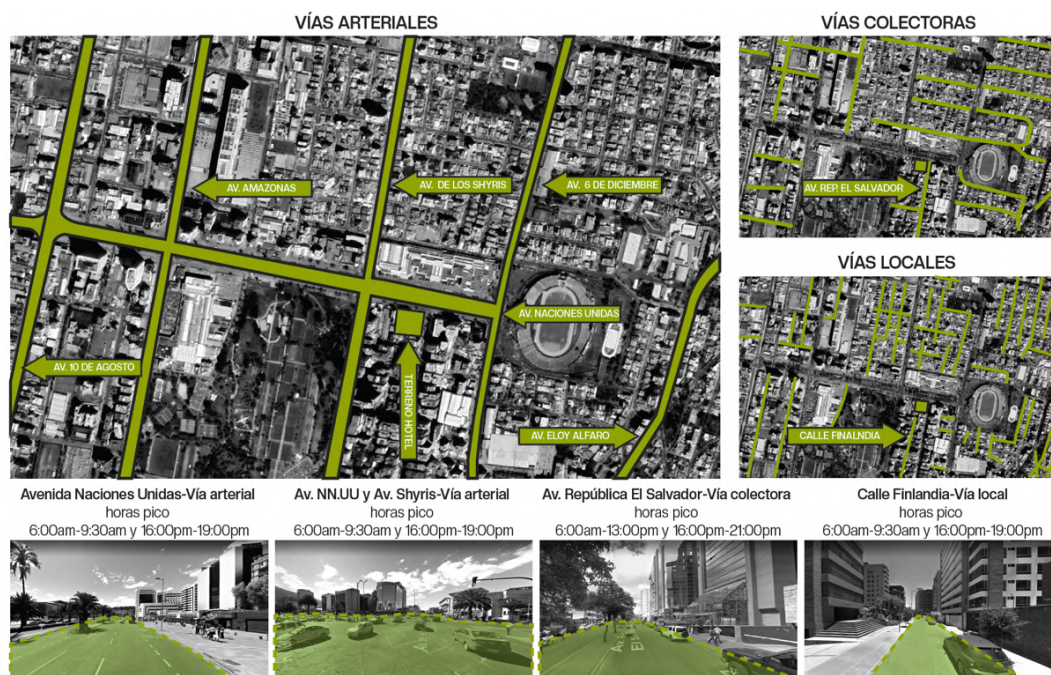


Figura 3. Diagrama Flujo Vehicular. Elaboración en conjunto con Javier Castañeda

1.2.3. Flujo Peatonal

Así como existe un alto flujo vehicular alrededor de la zona, también existe un alto movimiento peatonal, gracias a la existencia de veredas amplias y corredores auxiliares, en especial por el pasaje situado justo en frente del terreno, el bulevar de las Naciones Unidas. Este bulevar será aprovechado para la conexión del hotel con la calle y el usuario a nivel peatonal.

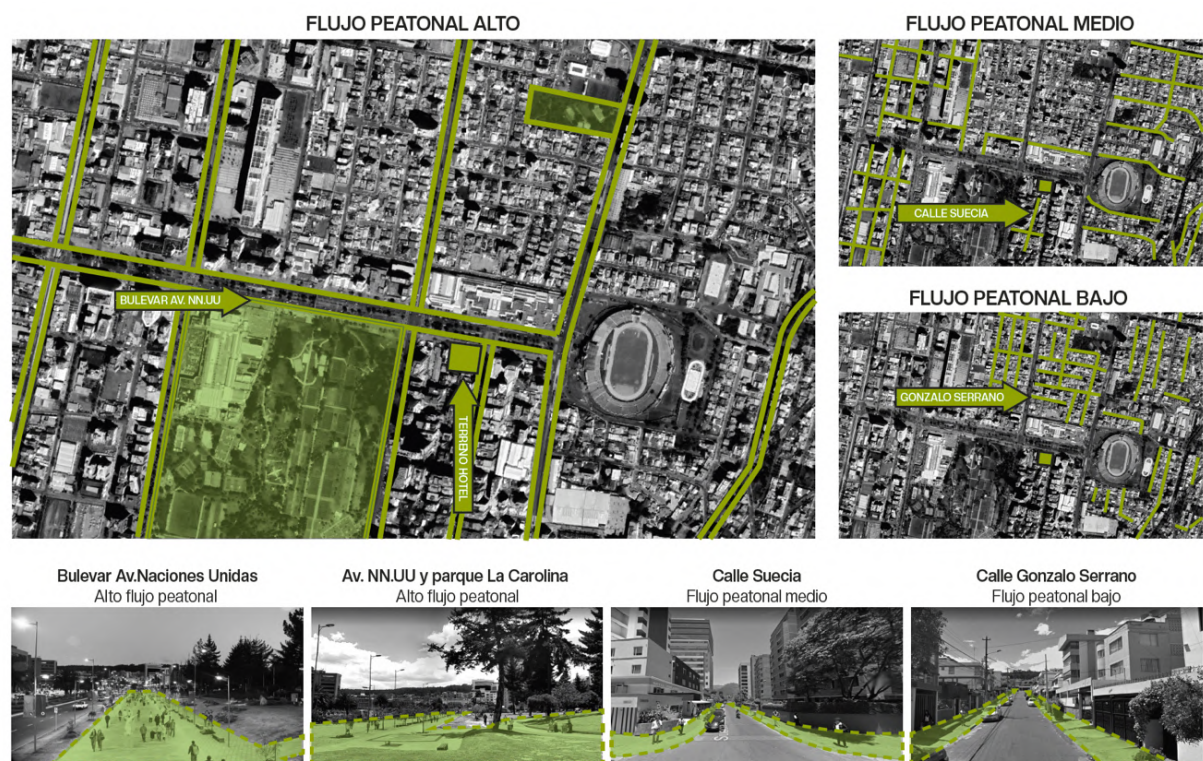


Figura 4. Diagrama Flujo Peatonal. Elaboración en conjunto con Javier Castañeda

1.2.4. Transporte Público

Analizar la disponibilidad del transporte público alrededor de la zona es primordial puesto que, los segundos usuarios del hotel, los trabajadores, son quienes más se movilizan en de ellos. Existen diferentes alternativas como: líneas de bus (una parada justo en el terreno), transportes lineales como eco-vía y trole bus, cerca al terreno también se encuentra una parada de del metro, próximo a inaugurarse.

En este gráfico también se analiza la conectividad con las diferentes terminales de pasajeros en la ciudad, el terreno está situado a 40 minutos del *Aeropuerto Internacional*

Mariscal Sucre y a 30 minutos de la *Terminal Terrestre Carcelén*, lugares de llegada de los forasteros.

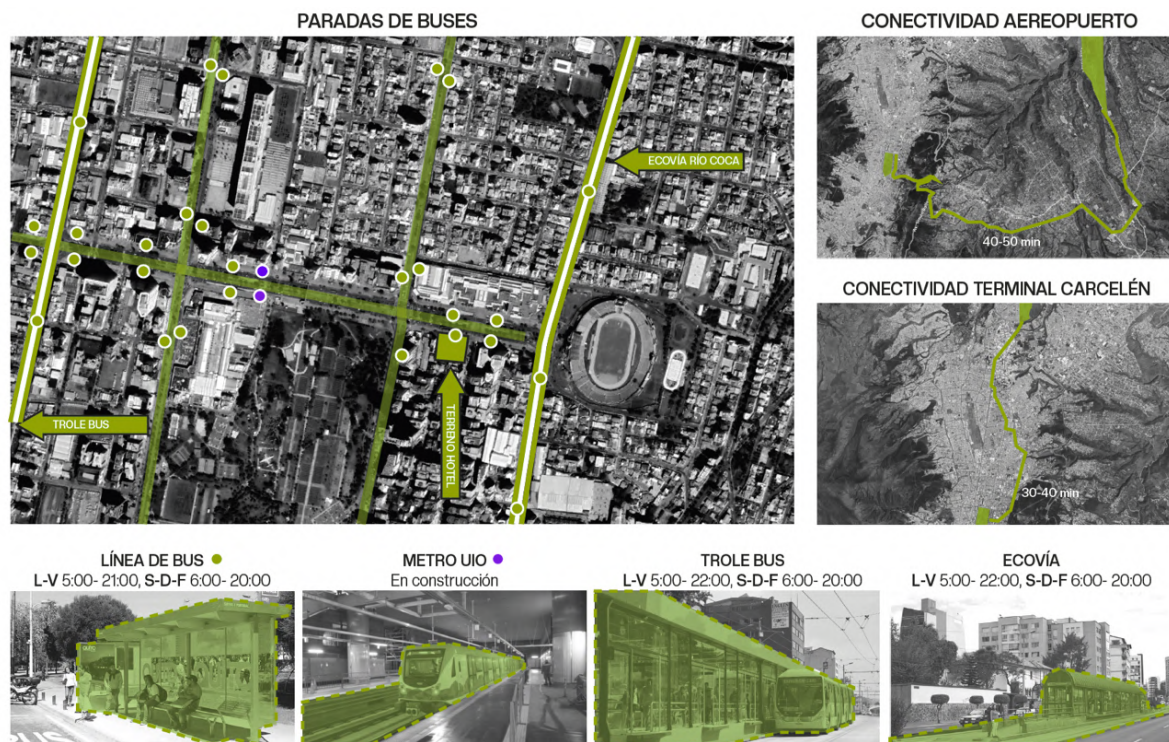


Figura 5. Diagrama Transporte Público. Elaboración en conjunto con Javier Castañeda

1.2.5. Actividades

Como ya se ha mencionada en otros puntos de este análisis, alrededor de la zona existen gran variedad actividades, las más importantes de uso comercial. El terreno está altamente influenciado por los centro comerciales, enfrentado al *Quicentro Shopping*, uno de los centros comerciales más grandes de la ciudad, con tiendas de marcas internacionales y locales, gran sitio de intercambio comercial. A lo largo de la Av. República del Salvador se desarrollan actividades de restaurantes y bares, lo que resulta en una gran afluencia de personas tanto en el día como en la noche.

La actividad financiera se ve beneficiada, ya que al ser una zona altamente comercial, existen varias entidades bancarias y diferentes lugares de oficinas, por lo que el proyecto se propone como un complemento a todas estas actividades.

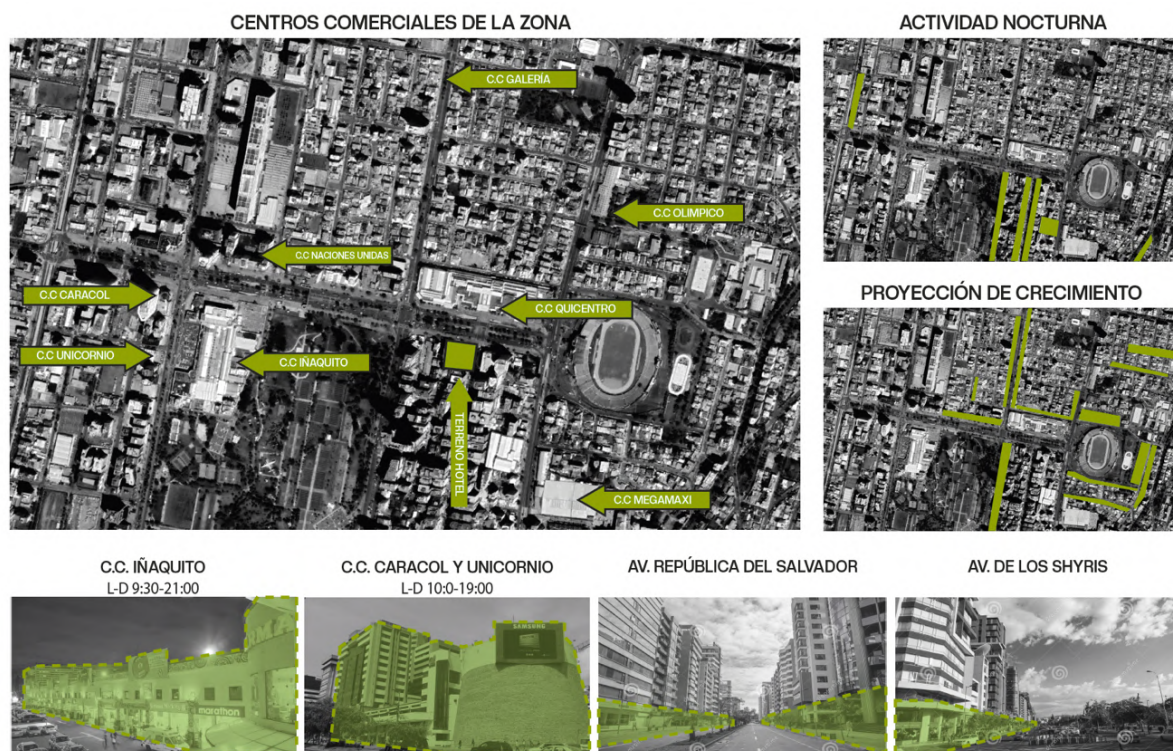


Figura 6. Diagrama 1 Actividades. Elaboración en conjunto con Javier Castañeda

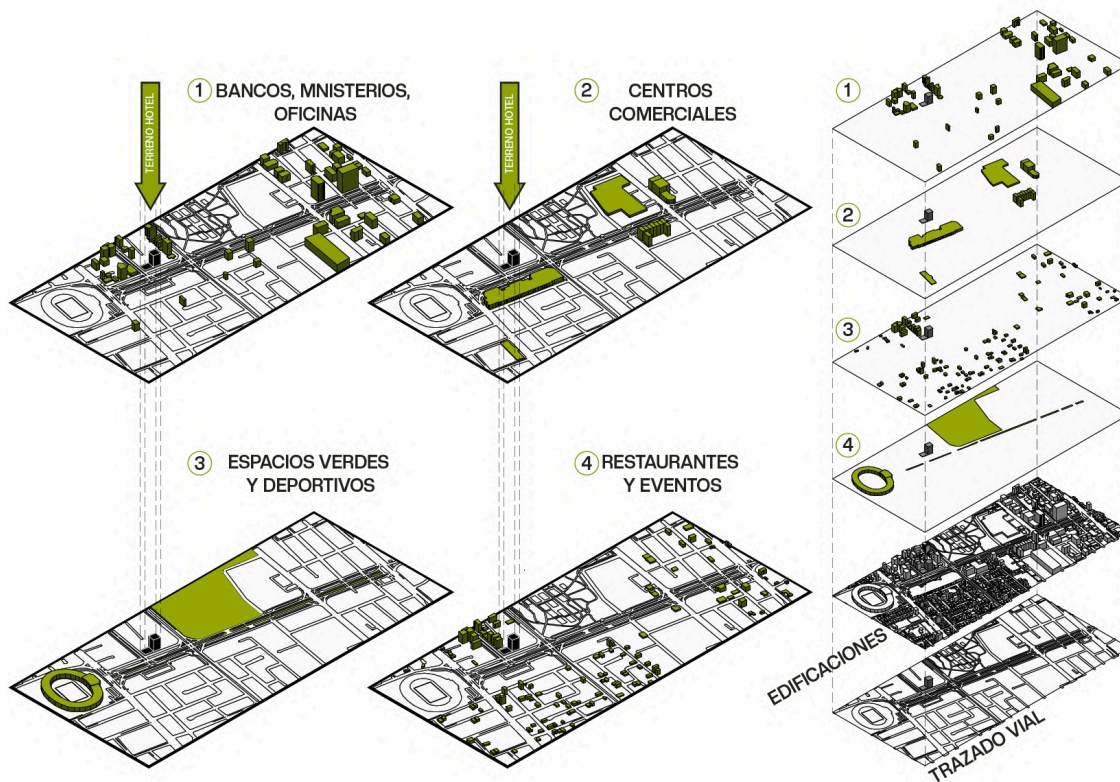


Figura 7. Diagrama 2 Actividades. Elaboración en conjunto con Javier Castañeda

1.2.6. Clima

El clima de la ciudad de Quito es privilegiado puesto que no existen estaciones extremas. Las temperaturas varían durante el año sin ser muy preocupantes para el proyecto. El análisis del asoleamiento nos sirve para saber hacia dónde direccionar las fachadas para el aprovechamiento de la luz solar.

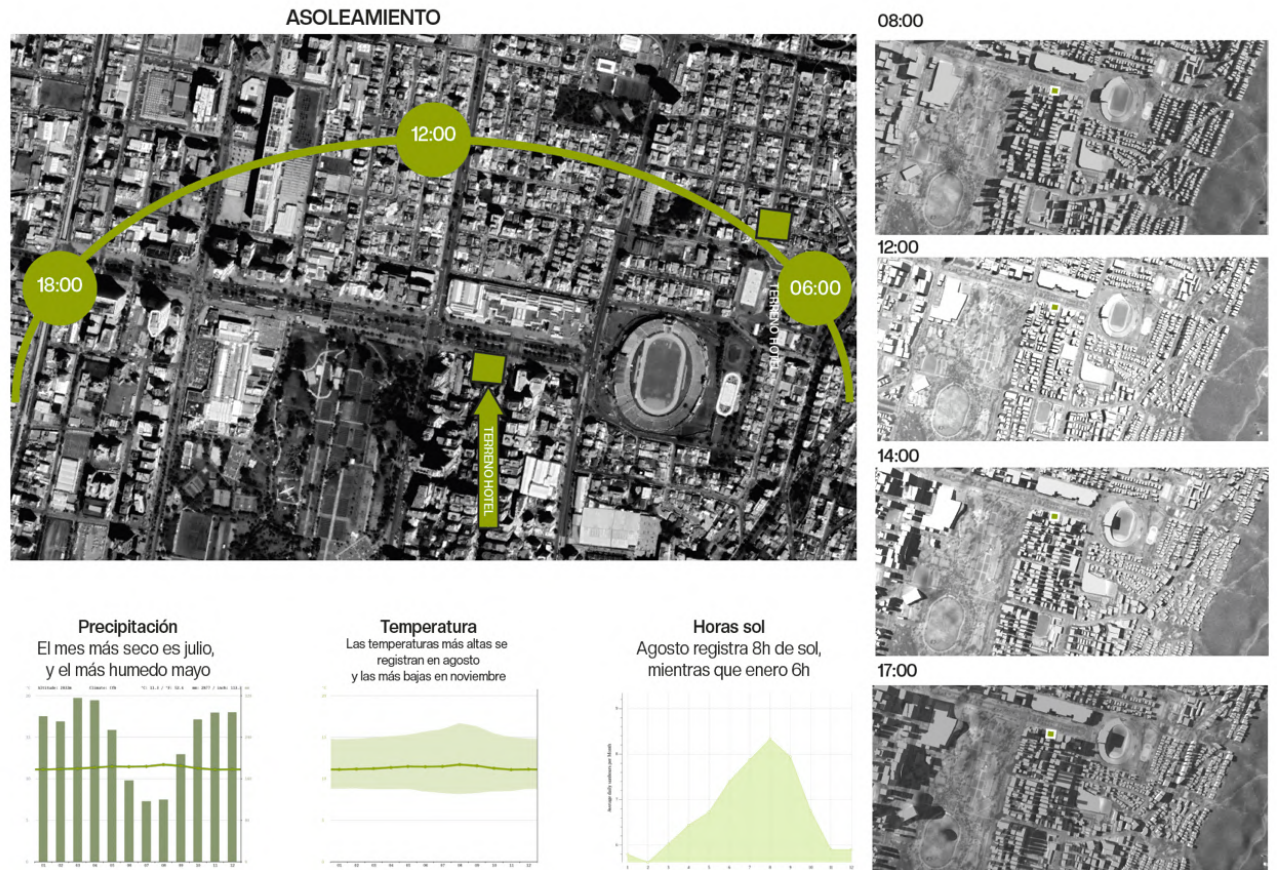


Figura 8. Diagrama Clima. Elaboración en conjunto con Javier Castañeda

1.2.7. Áreas Verdes

El gran punto de interés verde en la zona es El Parque La Carolina, lugar de actividades deportivas y de recreación individual, grupal y familiar. El terreno está enfrente a un gran corredor arbolado que provee de paisajismo al lugar.

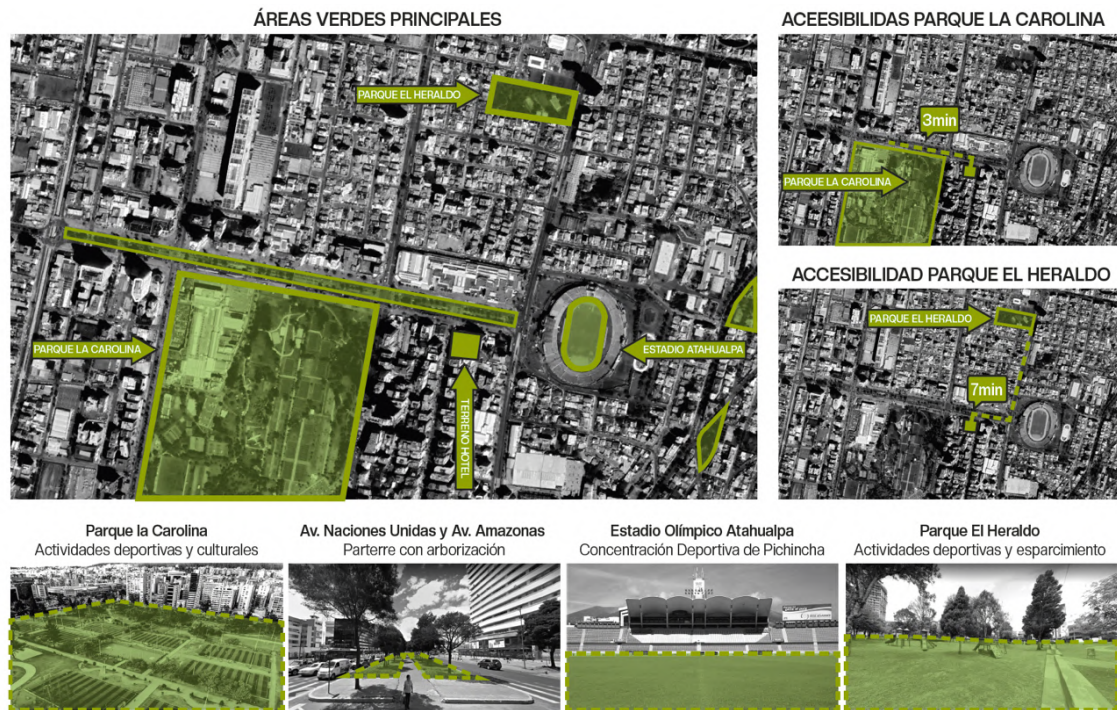


Figura 9. Diagrama Áreas verdes. Elaboración en conjunto con Javier Castañeda

1.2.8. Ordenanza

Estudio de la ordenanza en la zona.

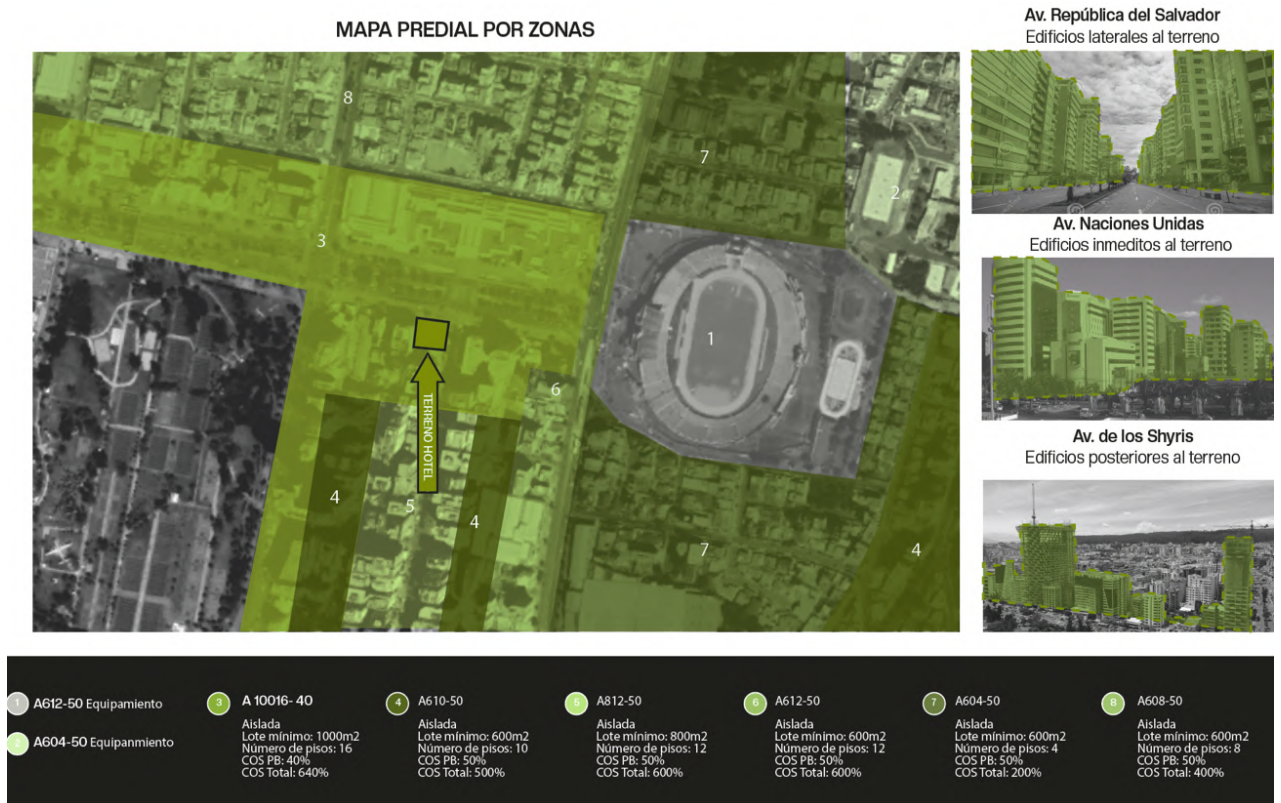


Figura 10. Diagrama Ordenanzas. Elaboración en conjunto con Javier Castañeda

1.3. Emplazamiento

El terreno comprende tres lotes con dos ordenanzas diferentes, por un lado los lotes A, B, C y D, con la ordenanza A1016-40 que dispone una construcción aislada con retiros de 3 metros por todos sus lados, exceptuando el frente que tiene 5 metros. Con una altura máximo de 64 metros en 16 pisos, un COS PB del 40% y COS total de 640%. Por otro lado el lote E, donde consta la ordenanza A813-50, variando en la altura, se permite una altura máximo 48 metros en 12 pisos. En el desarrollo de la propuesta arquitectónica se plantea la posibilidad de ganar altura mediante la esbeltez.

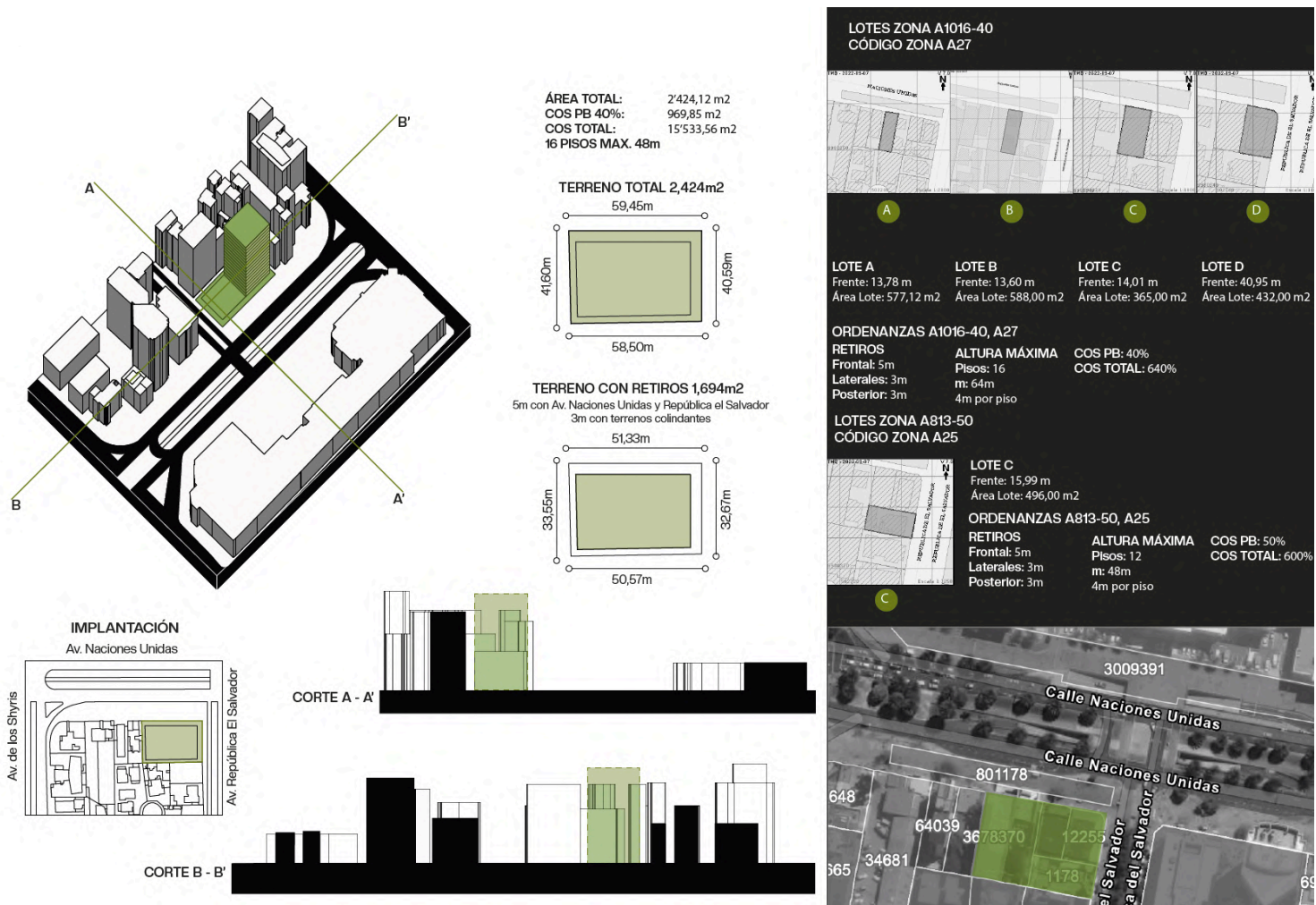


Figura 11. Diagrama Emplazamiento. Elaboración en conjunto con Javier Castañeda

El análisis de la ordenanza en sitio, nos da como resultado el volumen en bruto a transformar para la propuesta arquitectónica.

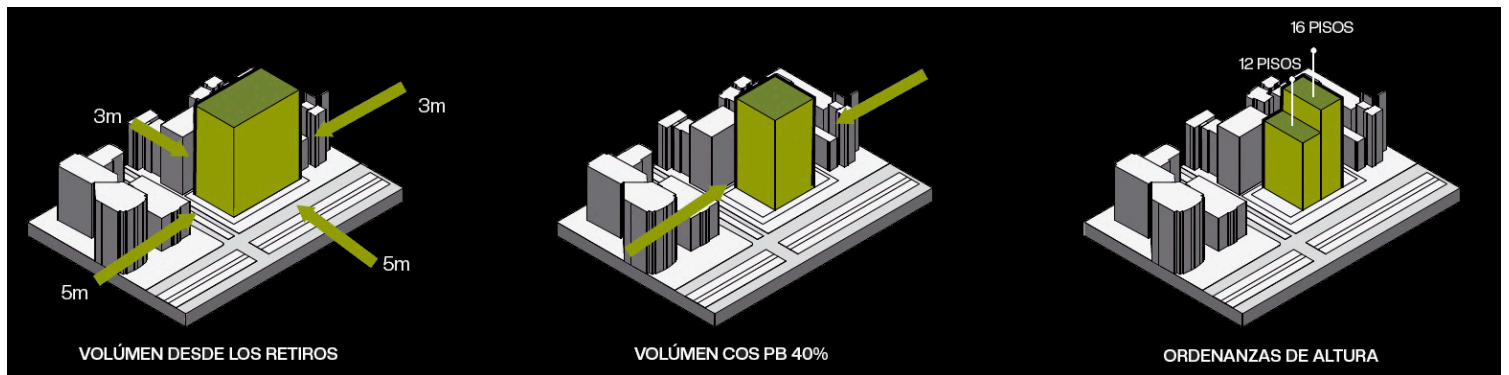


Figura 12. Diagrama Forma. Elaboración en conjunto con Javier Castañeda

2. ESTUDIO HOTELERO

2.1. Cronología Hotelera

Los gráficos describen la línea del tiempo hotelera en Quito, analizando la forma en la que cada hotel se ha introducido en la industria de la ciudad. Analizar la historia hotelera nos permite entender cómo ha evolucionado este sector para poder proponer nuevas maneras de innovación. A lo largo de la línea del tiempo, se puede apreciar como cada proyecto trajo a la ciudad nuevas formas de entender al hotel. La propuesta arquitectónica reúne estas características, para plantearse como un lugar que responda a las diferentes formas de concebir este espacio y a satisfacer todas las necesidades de ocio y negocio del usuario.

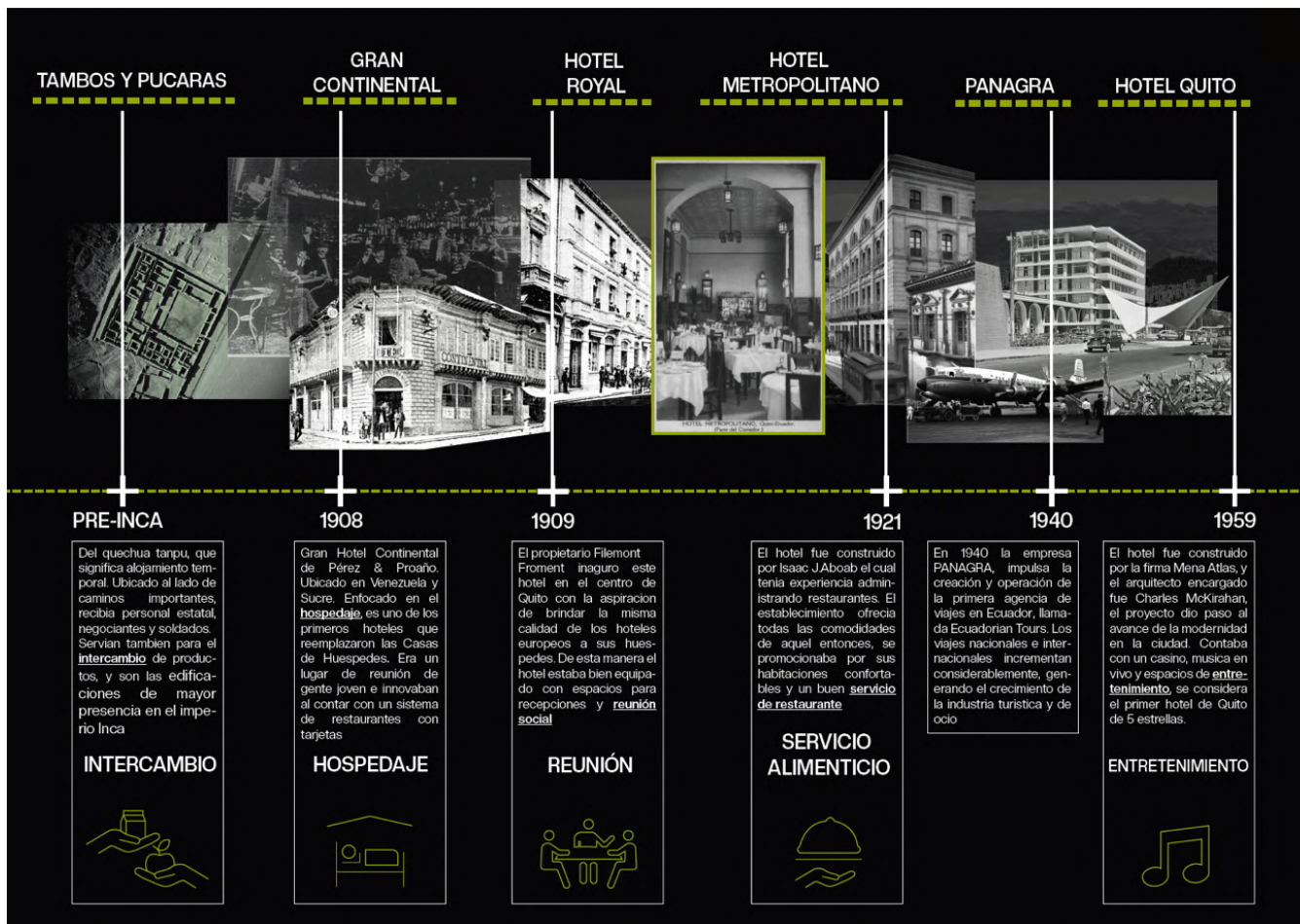


Figura 13. Cronología Hotelera 1. Elaboración en conjunto con Javier Castañeda

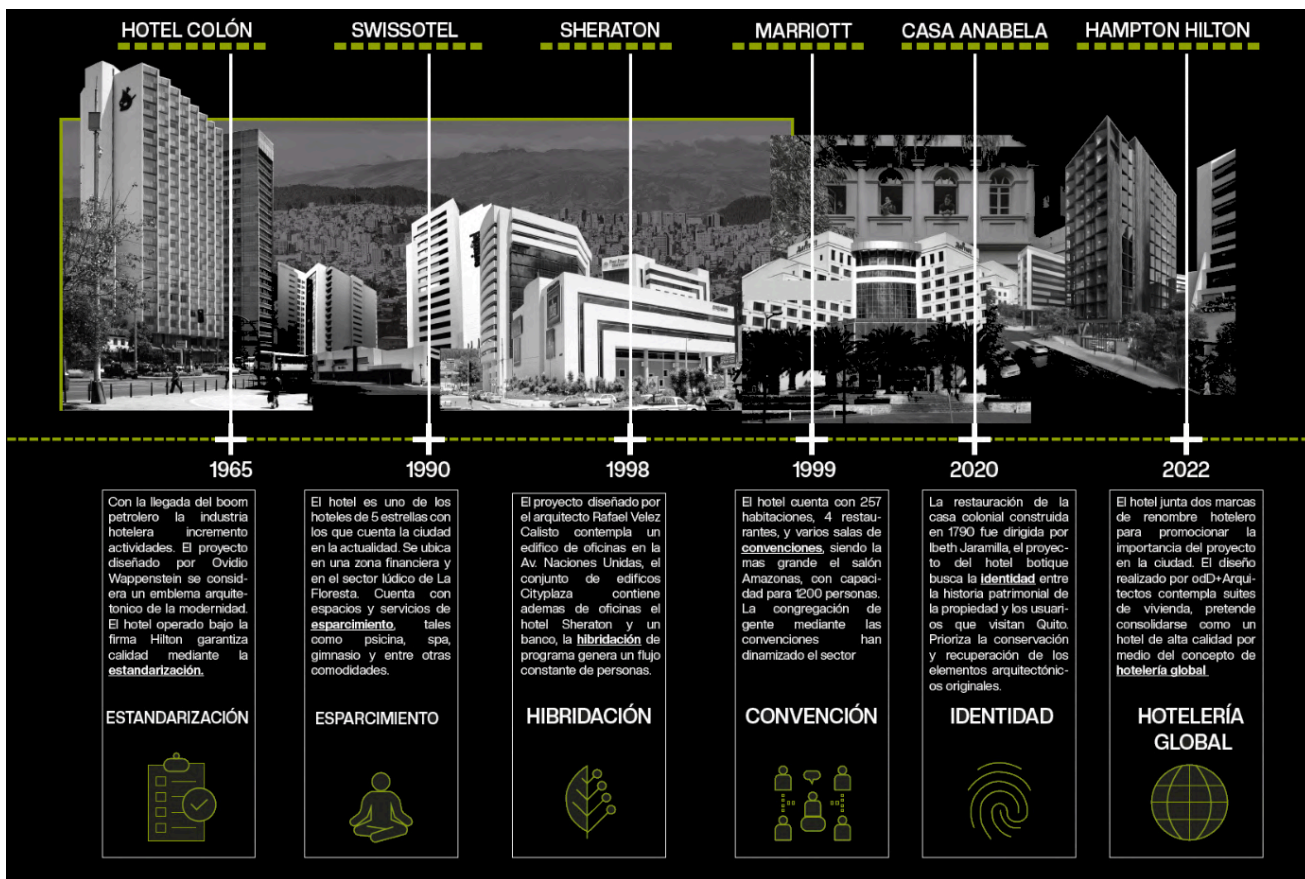


Figura 14. Cronología Hotelera 2. Elaboración en conjunto con Javier Castañeda

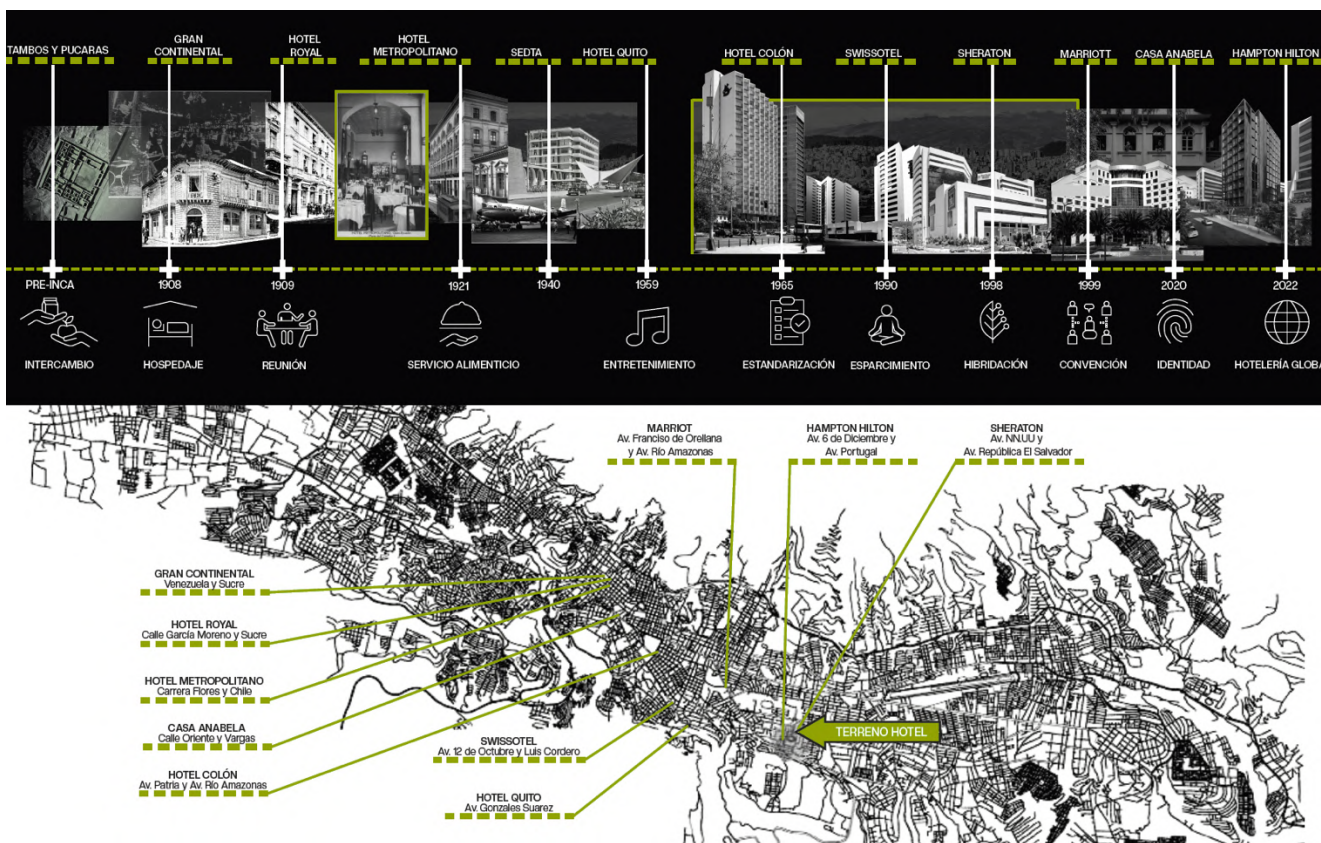


Figura 15. Resumen Cronología Hotelera. Elaboración en conjunto con Javier Castañeda

2.2. Análisis del usuario, el nuevo viajero

El viajero es una pieza clave para la historia humana, desde sus inicios el ser humano se traslada en búsqueda de cambios. Empezando con los nómadas en la prehistoria, quienes no poseían un lugar fijo donde residir y por su supervivencia se desplazaban a lo largo de los continentes. Hasta la actualidad, donde el viaje ya no es entendido como método de supervivencia, ahora viajamos por diversas razones: conocer nuevos lugares, generar oportunidades, trabajar, descansar, cambiar.

Viajar implica desplazarse y llegar a un nuevo sitio, donde seremos forasteros. La RAE define a un forastero como alguien que es, viene o llega de fuera de un lugar, desde la sociología se ha logrado ampliar este concepto tratando de entender cómo se comporta el forastero. Para Alfred Schutz, sociólogo y filósofo austriaco, el forastero es un individuo que busca permanecer y trata de ser aceptado por el grupo al que se aproxima. Está dispuesto a enriquecer su “pensar habitual” mediante la interacción e intercambio social y cultural; no ha experimentado el pasado del lugar por ende es capaz de cuestionarse todo acerca de él.

Robert Ezra Park, sociólogo urbano estadounidense, define a un forastero como un “hombre marginal”, alguien que está en el margen de dos culturas, de dos sociedades y que tiene tanto de la sociedad que de la que viene, como a la que va. Entendiéndolo como un cosmopolita, que llega y se va continuamente, en su búsqueda de nuevas experiencias. Genera valores propios a partir de las sociedades con las que ha interactuado y está en constante cambio.

Basándonos en estas definiciones y situándonos en un contexto post pandémico,

donde el viaje puede ser una herramienta de trabajo, una actividad de ocio y una oportunidad de intercambio. Entendemos a nuestro forastero como esta persona cosmopolita en constante movimiento, que busca enriquecerse del lugar mediante la interacción sociocultural, mientras satisface sus necesidades de negocio y ocio.

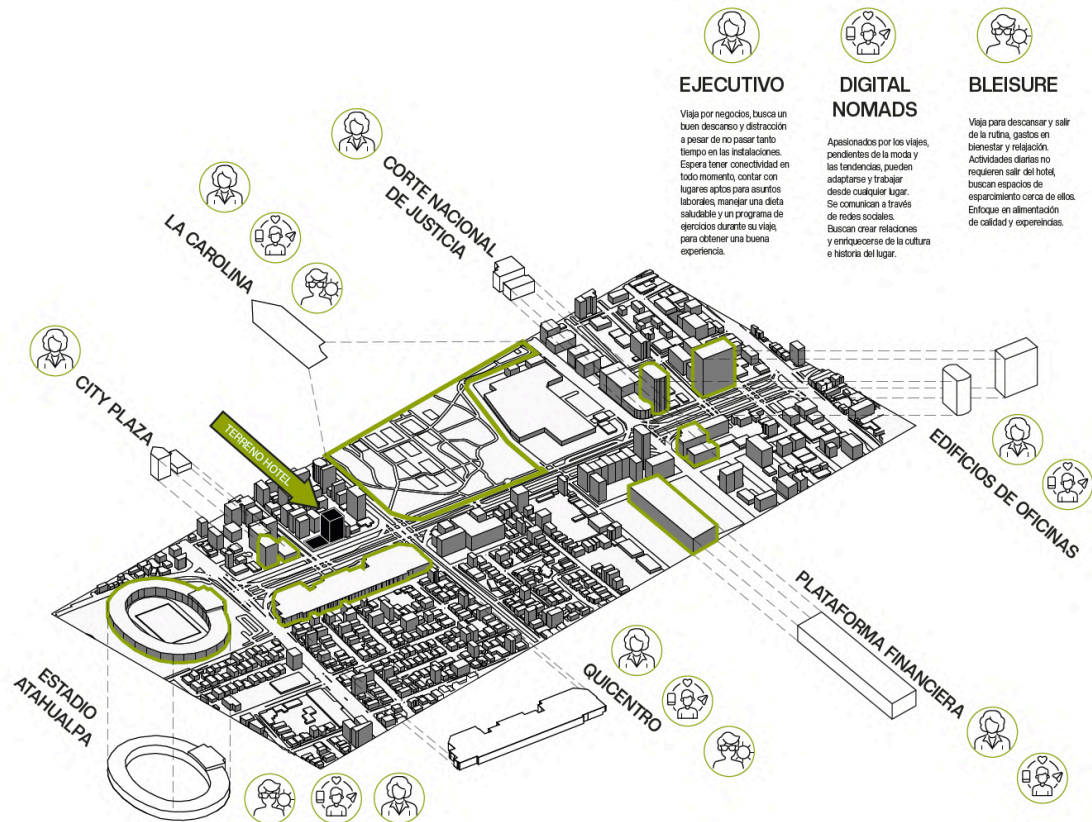


Figura 16. Diagrama Usuarios. Elaboración en conjunto con Javier Castañeda

2.3. Análisis del programa hotelero

Estudiar y entender la dinámica hotelera es clave para el desarrollo de la propuesta arquitectónica, se debe entender las relaciones espaciales, el equipamiento y el requerimiento de cada uno de los espacios, para generar una propuesta programática que responda a las necesidades del hotel y sus usuarios.

Las siguientes tablas y gráficos se muestra el estudio de del programa requerido en un hotel de negocios, con un programa complementario de centro de negocios y coworking, centro de convenciones y rooftop.

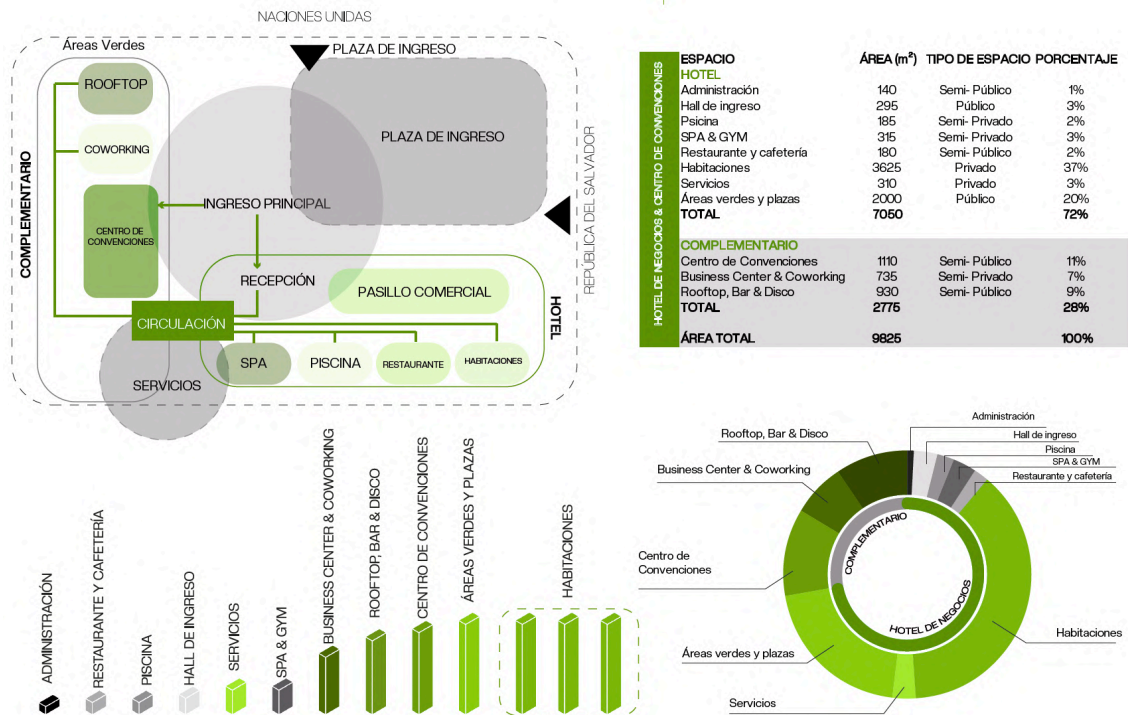


Figura 17. Análisis Programa General. Elaboración propia



Figura 18. Análisis Programa 1. Elaboración propia

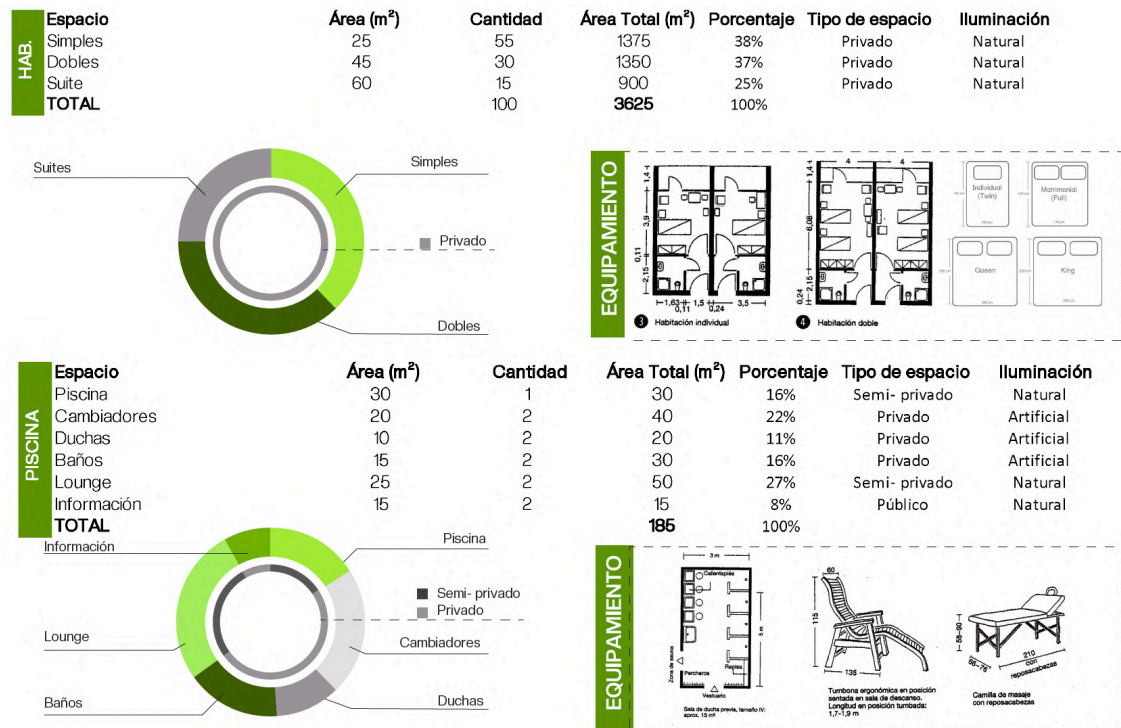


Figura 19. Análisis Programa 2. Elaboración propia

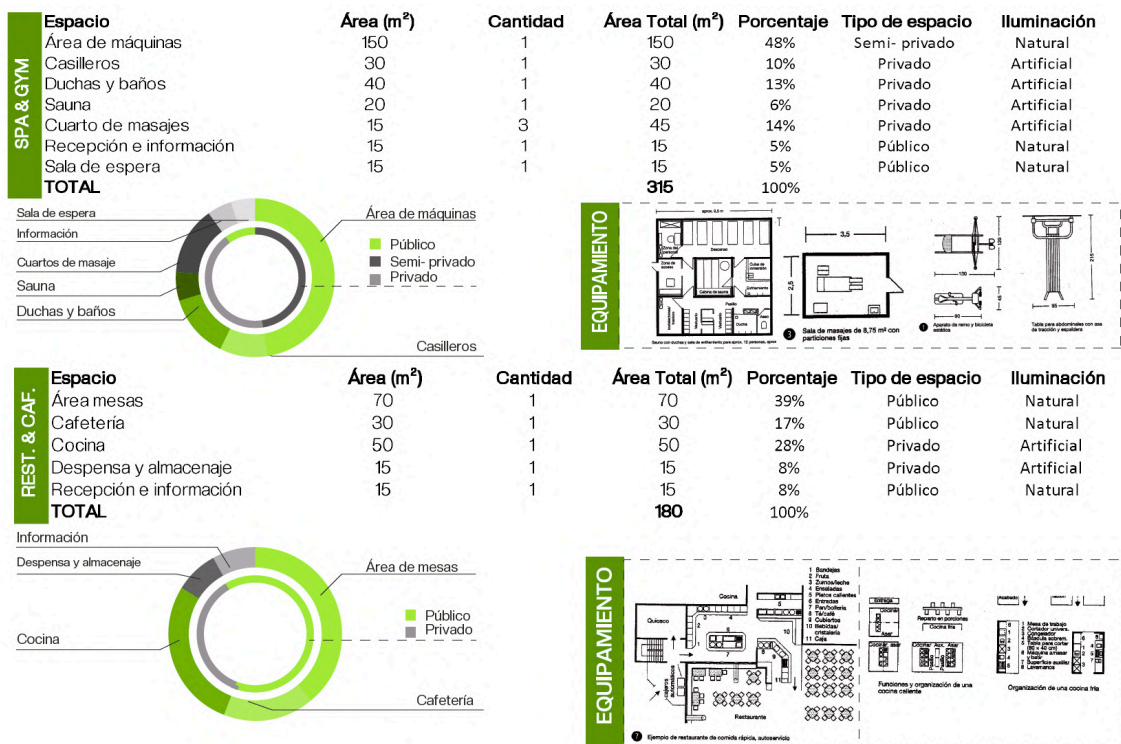


Figura 20. Análisis Programa 3. Elaboración propia

SERVICIOS	Espacio	Área (m ²)	Cantidad	Área Total (m ²)	Porcentaje	Tipo de espacio	Iluminación
	Cuarto de empleados	25	2	50	16%	Privado	Natural
	Casilleros	30	1	30	10%	Privado	Artificial
	Cuarto de máquinas y bombas	15	3	45	15%	Privado	Artificial
	Lavandería	60	1	60	19%	Privado	Artificial
	Bodegas	10	10	100	32%	Privado	Artificial
	Cuarto de básura	25	1	25	8%	Privado	Artificial
	TOTAL			310	100%	Privado	Artificial

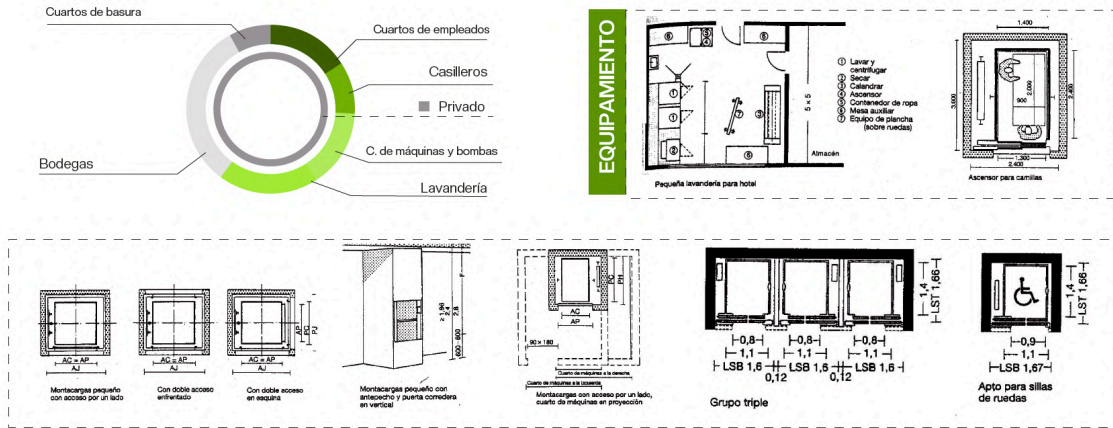


Figura 21. Análisis Programa 4. Elaboración propia

C. DE CONVENCIONES	Espacio	Área (m ²)	Cantidad	Área Total (m ²)	Porcentaje	Tipo de espacio	Iluminación
	Vestibulo	30	1	30	3%	Público	Natural
	Auditorio	500	1	500	45%	Público	Artificial
	Galería	50	2	100	9%	Público	Natural
	Sala de exposiciones	50	4	200	18%	Público	Natural
	Salón de eventos	150	1	150	14%	Público	Natural
	Boletería	30	1	30	3%	Público	Artificial
	Oficinas y administración	40	1	40	4%	Privado	Natural
	Baños	15	4	60	5%	Privado	Artificial
	TOTAL			1110	100%		

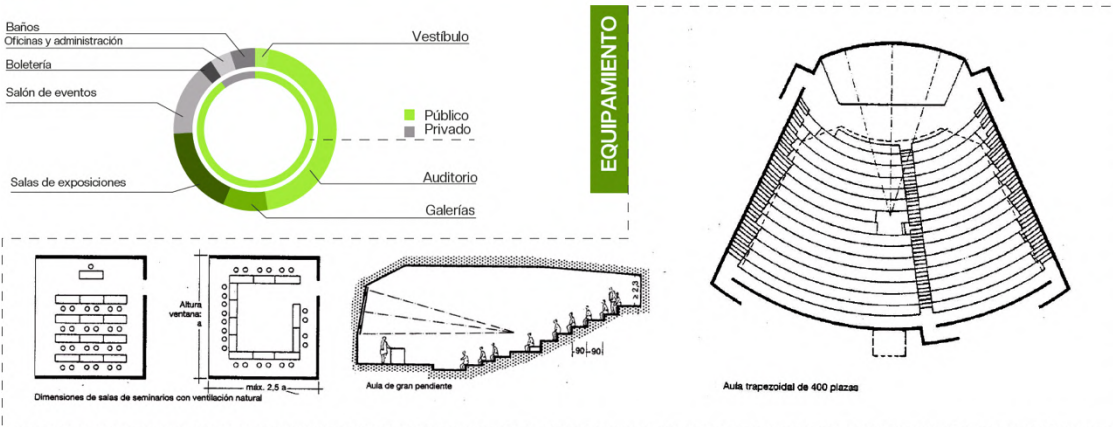


Figura 22. Análisis Programa Complementario 1. Elaboración propia

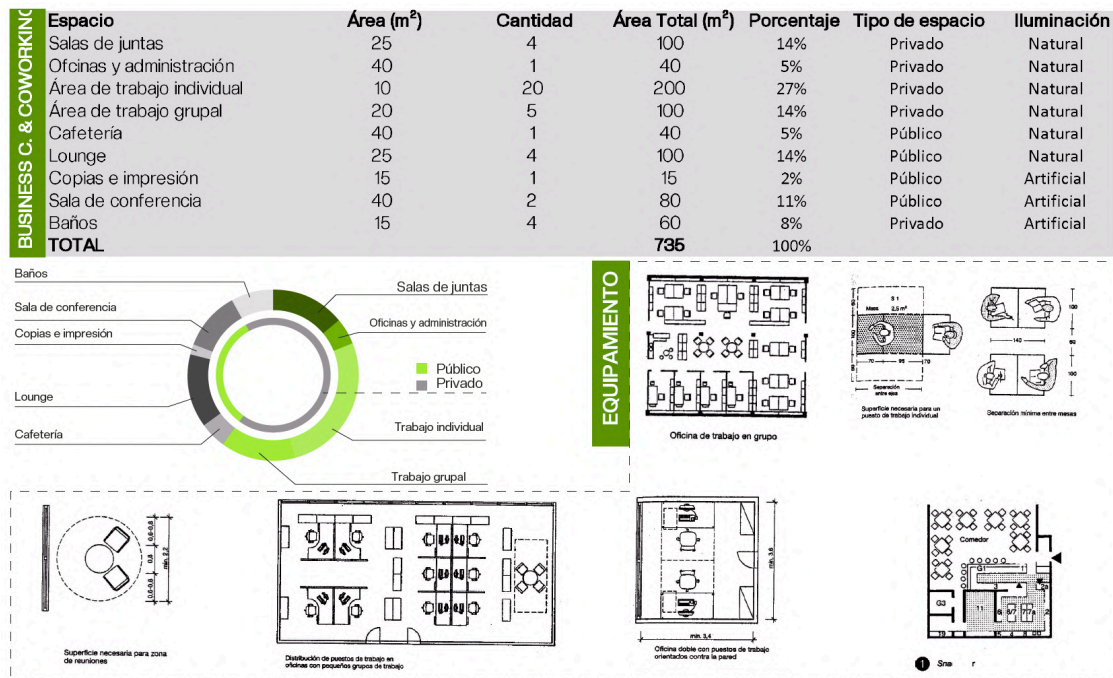


Figura 23. Análisis Programa Complementario 2. Elaboración propia

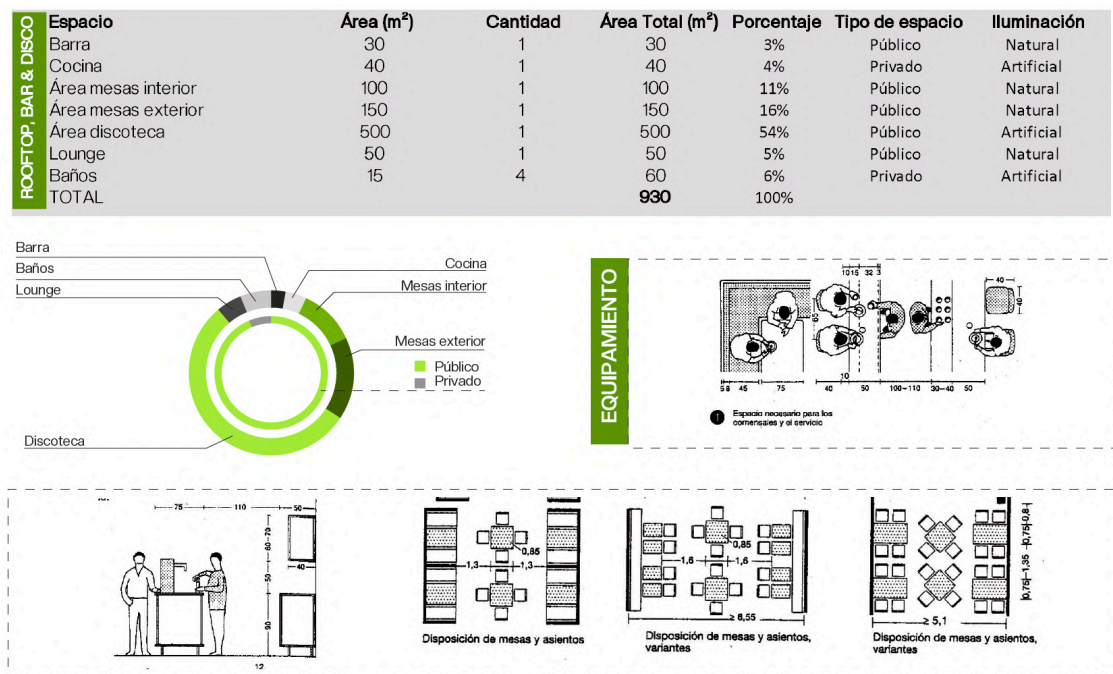


Figura 24. Análisis Programa Complementario 3. Elaboración propia

2.4. Análisis de precedentes

2.4.1. The Murray, Foster+ Partners

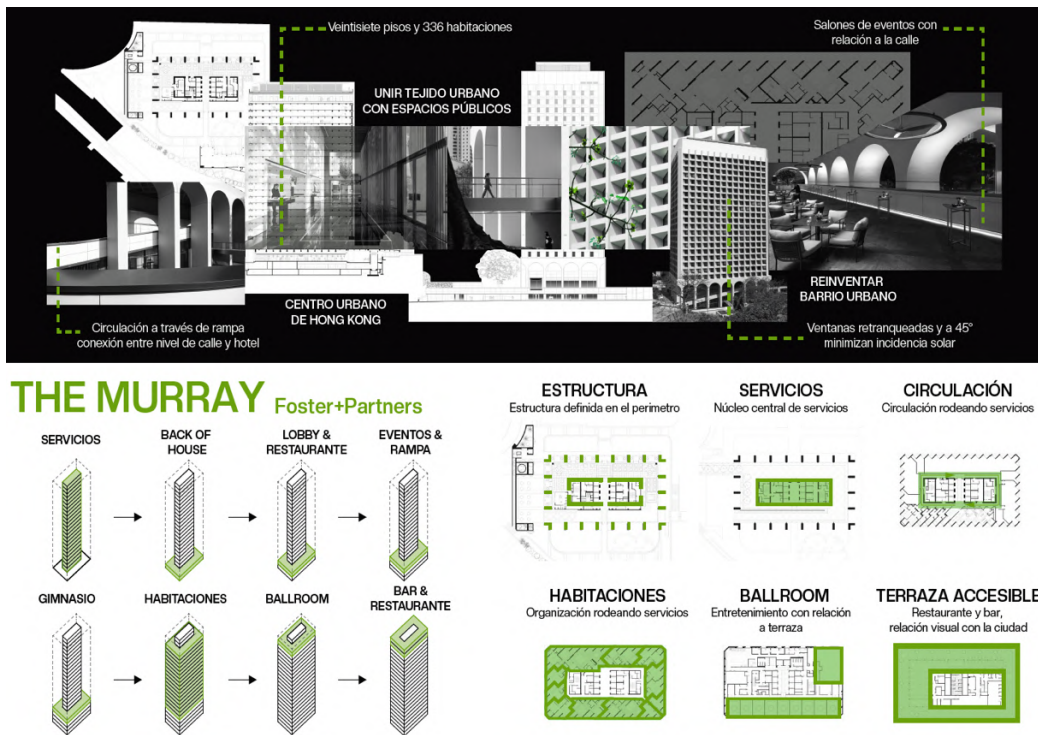


Figura 25. Análisis Precedente "The Murray". Elaboración por Javier Castañeda

2.4.2. Renaissance Hotel, Jean Nouvel + Ribas& Ribas

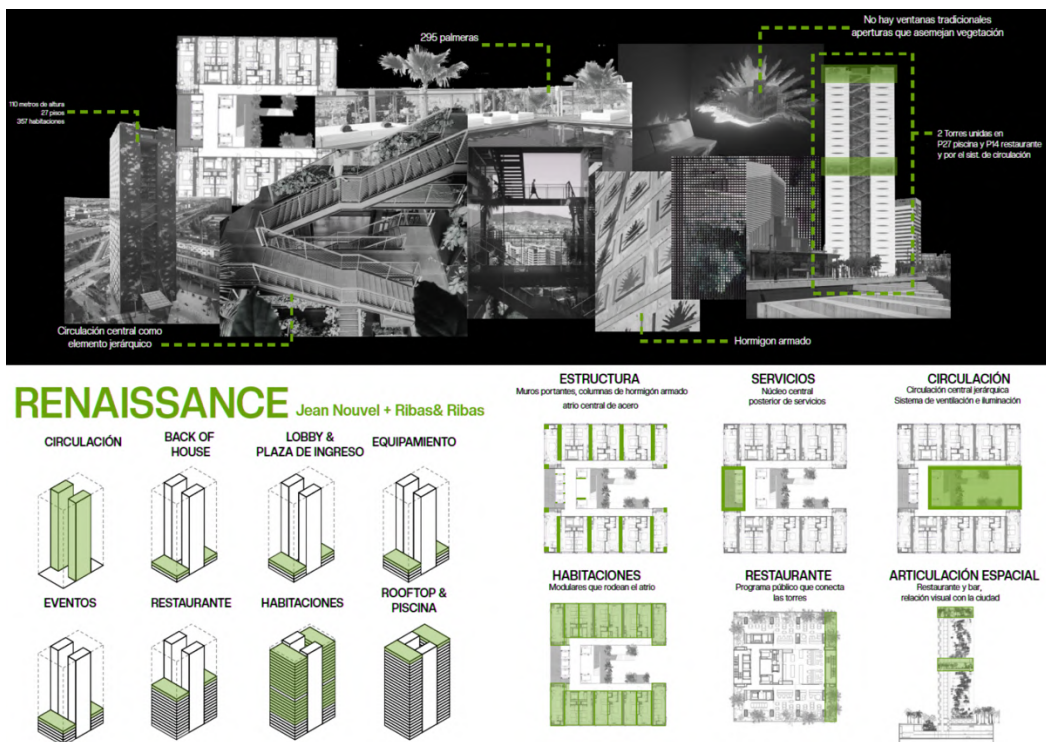


Figura 26. Análisis Precedente "Renaissance Hotel". Elaboración propia

3. DESARROLLO Y PROPUESTA

3.1. HABITAR LO TEMPORAL, Concepto arquitectónico

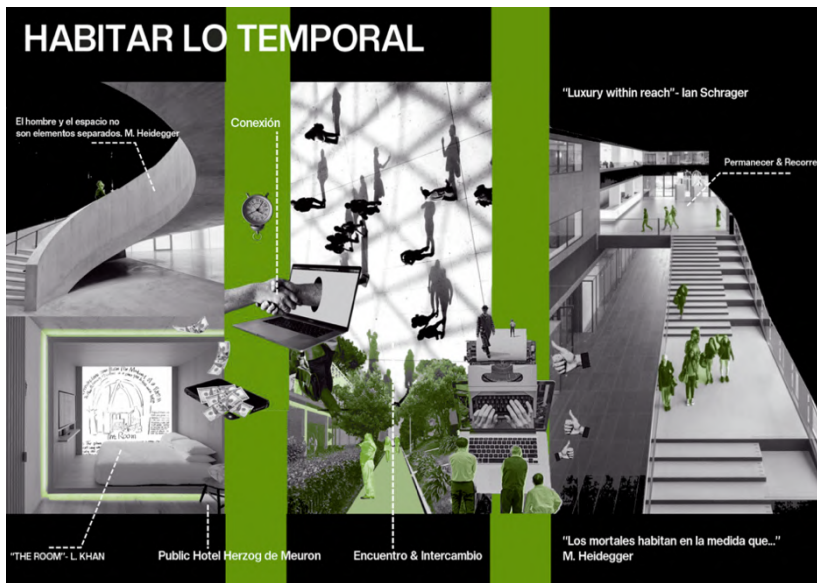


Figura 27. Collage concepto. Elaboración propia

El hotel de negocios busca responder las nuevas condiciones en relación a “el nuevo viaje de negocios” y entender lo que implica ocupar un espacio de modo temporal con la finalidad de ocio y trabajo.

El habitar y sus mediaciones espacio - temporales

“ Trabajamos aquí y habitamos allí. No solo habitamos, tenemos una profesión, hacemos negocios, viajamos y estando de camino habitamos, ahora aquí, ahora allí ” (Heidegger 1951)

TEMPORAL: NO ETERNO, RELATIVO AL TIEMPO, DETERMINADO, MEDIBLE

PERMANENTE: ABSOLUTO, INMUTABLE, SIN LIMITE EN EL TIEMPO

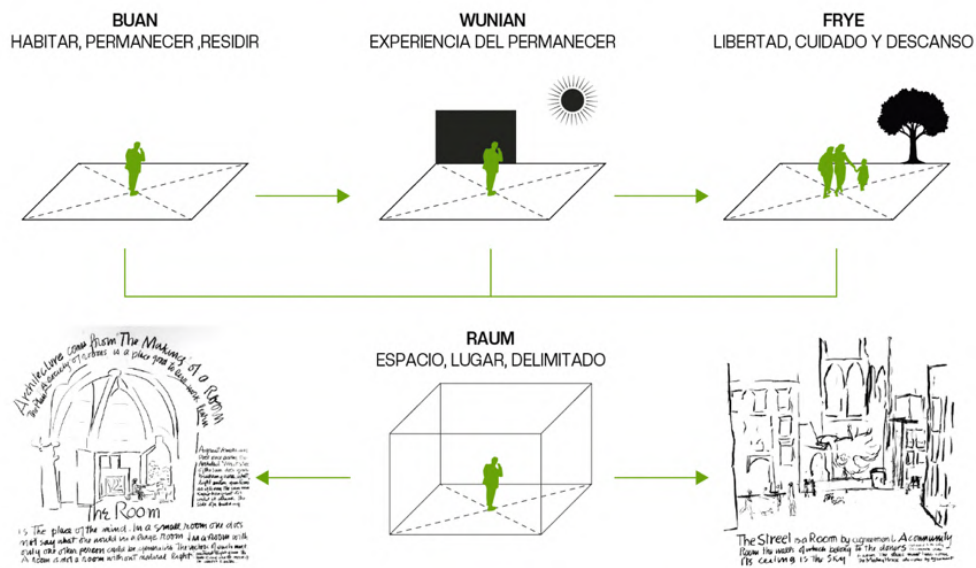


Figura 28. Conceptos por Heidegger. Elaborado por Javier Castañeda

Se propone al hotel como este espacio relativo al tiempo, entendiendo que habitamos espacios de manera temporal, así como lo define Heidegger. Interpretando al *raum*, un espacio delimitado, como la habitación, que se convierte en la partícula elemental del hotel.

3.2. Partido arquitectónico

Concibiendo al hotel como una institución humana y en la búsqueda de generar nuevas maneras de habitar un espacio de manera temporal para el desarrollo del partido arquitectónico, se reinterpretan los conceptos de la calle, la plaza y la escuela de Louis Kahn.

Elementos de la institución humana; la calle, la plaza, la escuela- Louis Kahn



Figura 29. Estrategias. Elaborado por Javier Castañeda

La calle se entiende como el primer encuentro entre el proyecto y la ciudad, por lo que se busca una relación directa con las avenidas mediante el ingreso del usuario al hotel. Se reinterpreta la plaza, lugar de encuentro, y escuela, lugar de aprendizaje, como nuevos lugares de reunión, intercambio y enriquecimiento dentro del proyecto, mediante estrategias en corte que permitan diferentes relaciones espaciales y programáticas. El partido plantea que los usuarios utilicen estos espacios como puntos de cohesión, generando posibilidades de nuevas alianzas y negocios dentro del mismo hotel.

Es así como surge la idea de *Link & Meet Business Center Hotel*, proponiendo un hotel que no solo abastezca las necesidades básicas del nuevo viajero, sino que conciba la idea de la temporalidad en todos los espacios, sobre todo en aquellos de encuentro e intercambio. Son las partes más públicas del programa donde se busca generar el encuentro de los forasteros, pues permite la posibilidad de que los usuarios del hotel puedan generar nuevos vínculos enfocados en la nueva forma de hacer negocios y viajar.

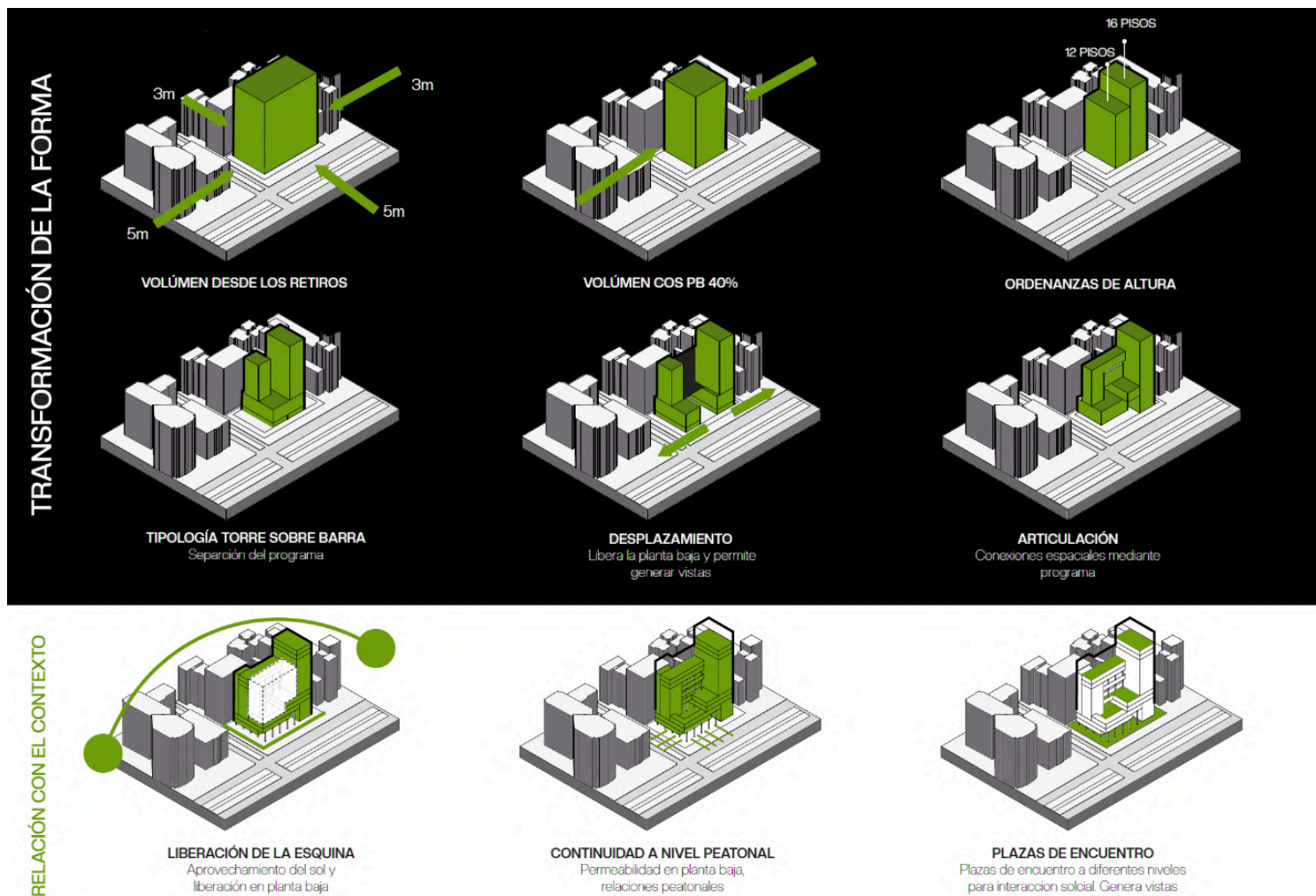


Figura 30. Propuesta de partido resumen. Elaboración propia

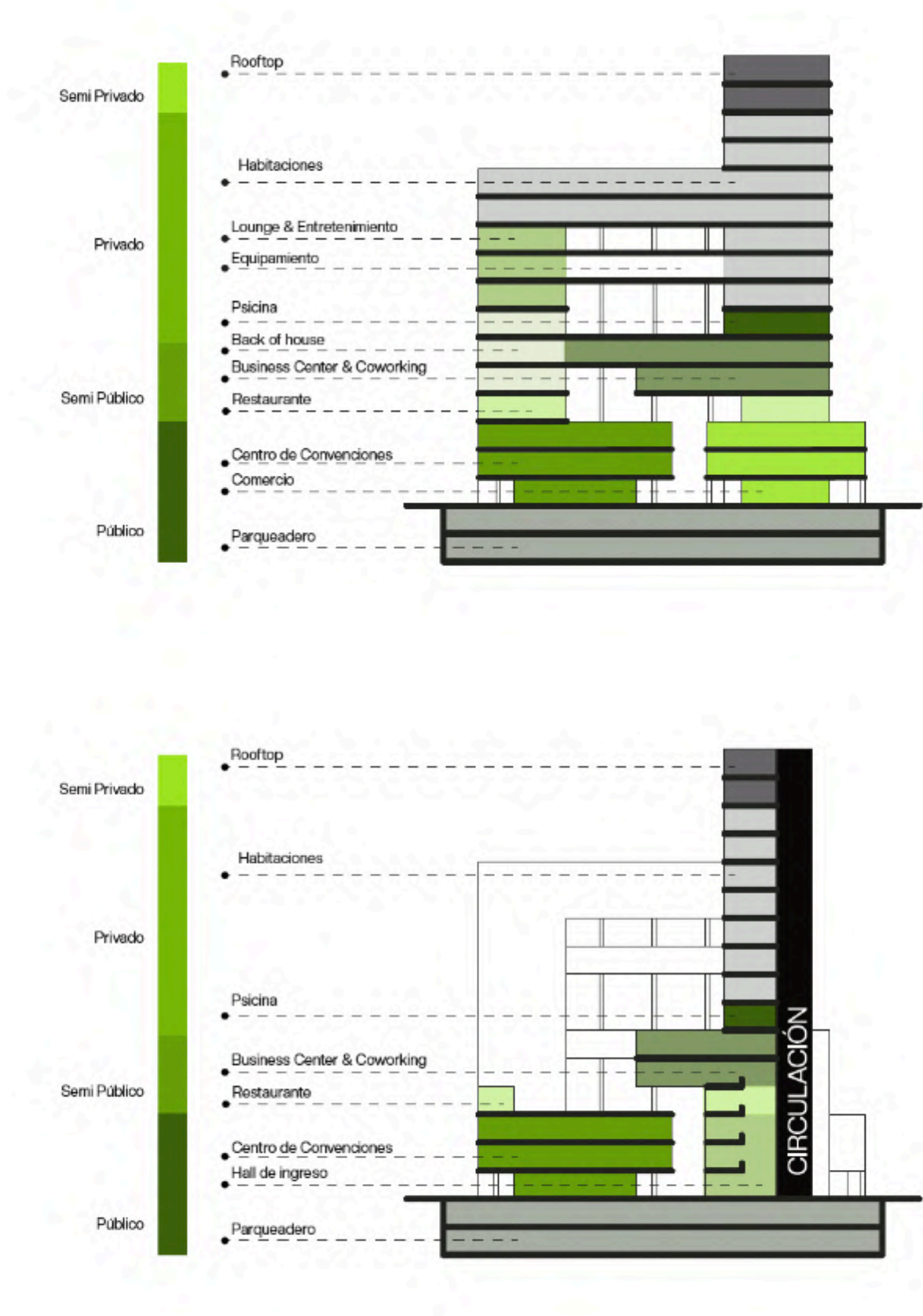


Figura 31. Propuesta de partido en corte. Elaboración propia

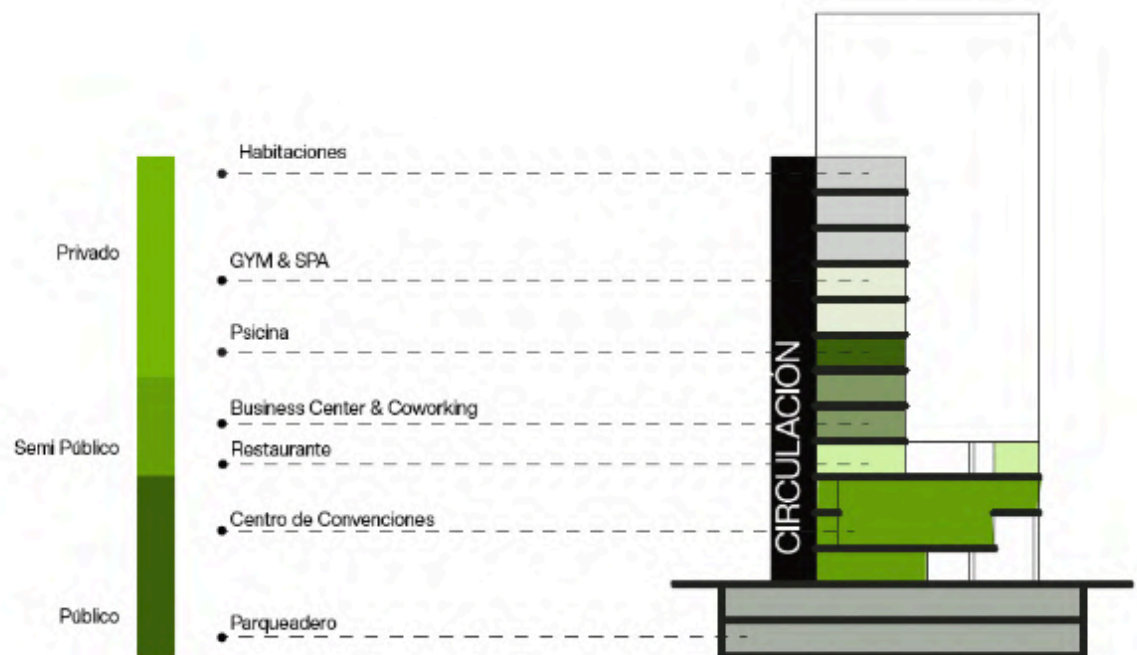
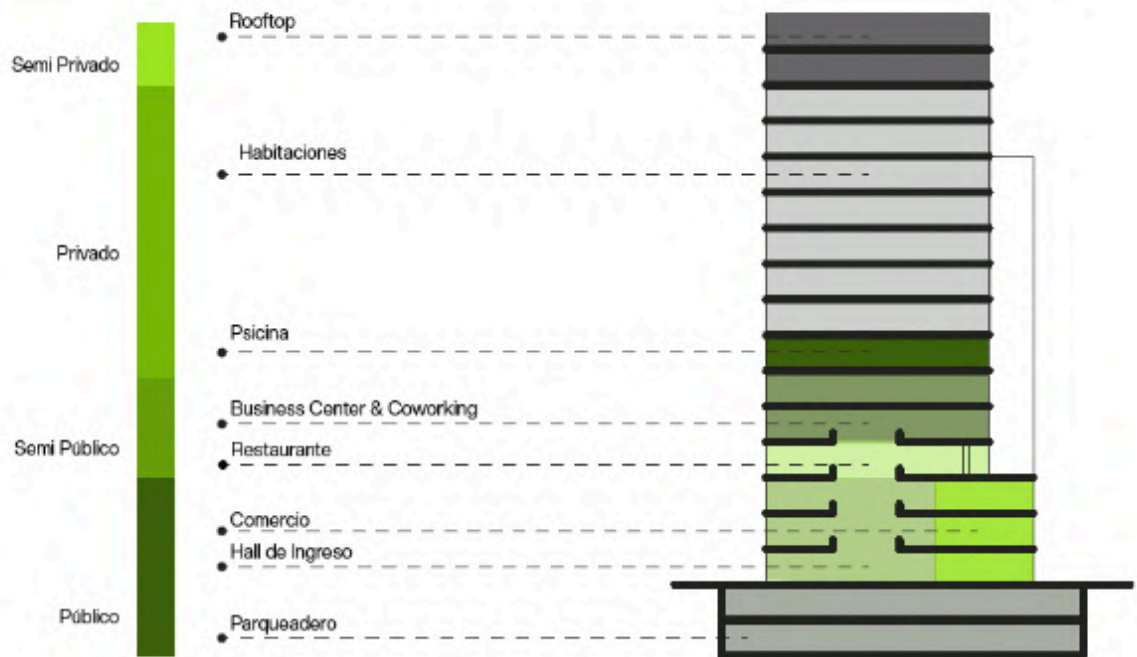


Figura 32. Propuesta de partido en corte. Elaboración propia

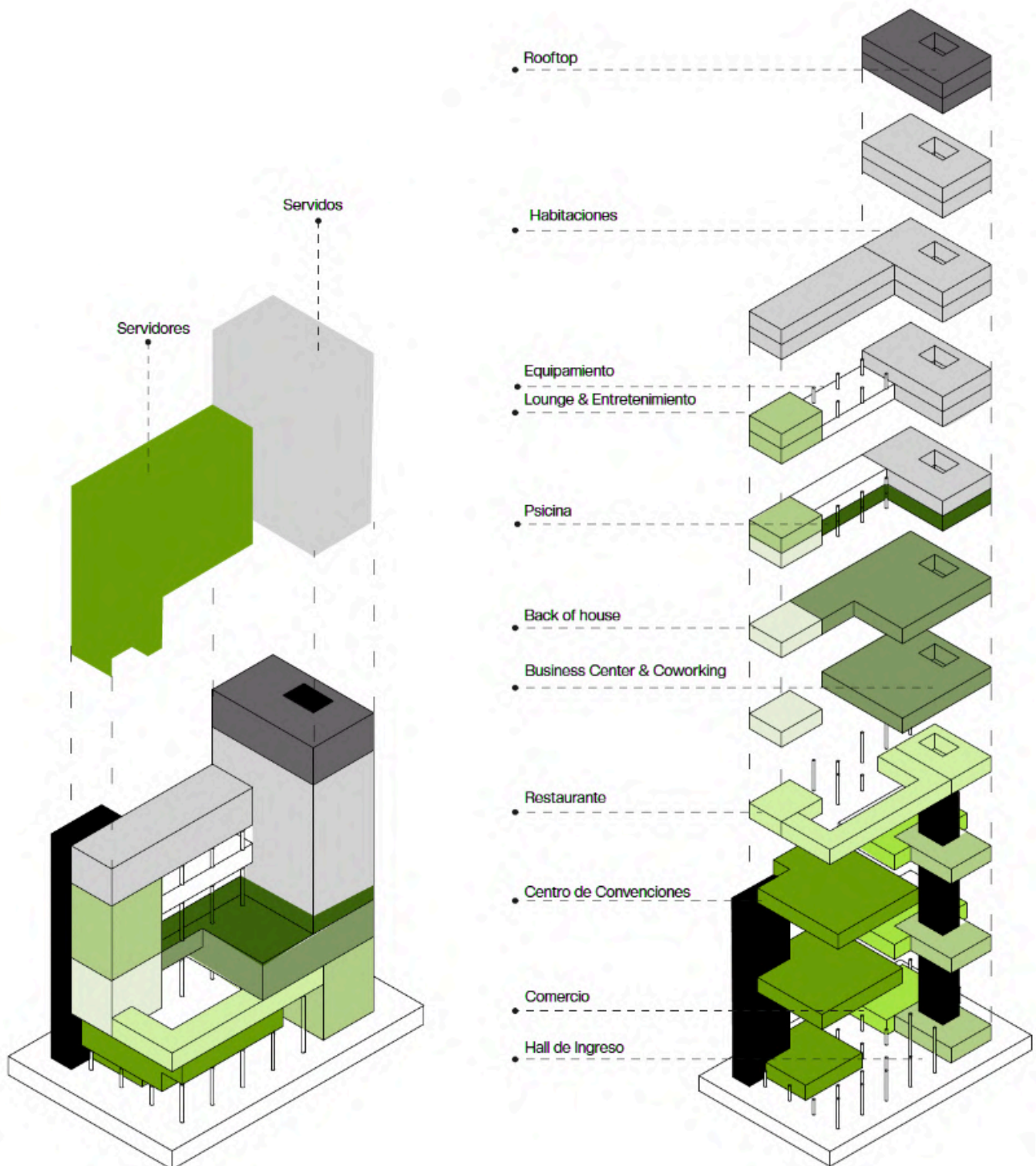


Figura 33. Diagramas de propuesta de partido. Elaboración propia

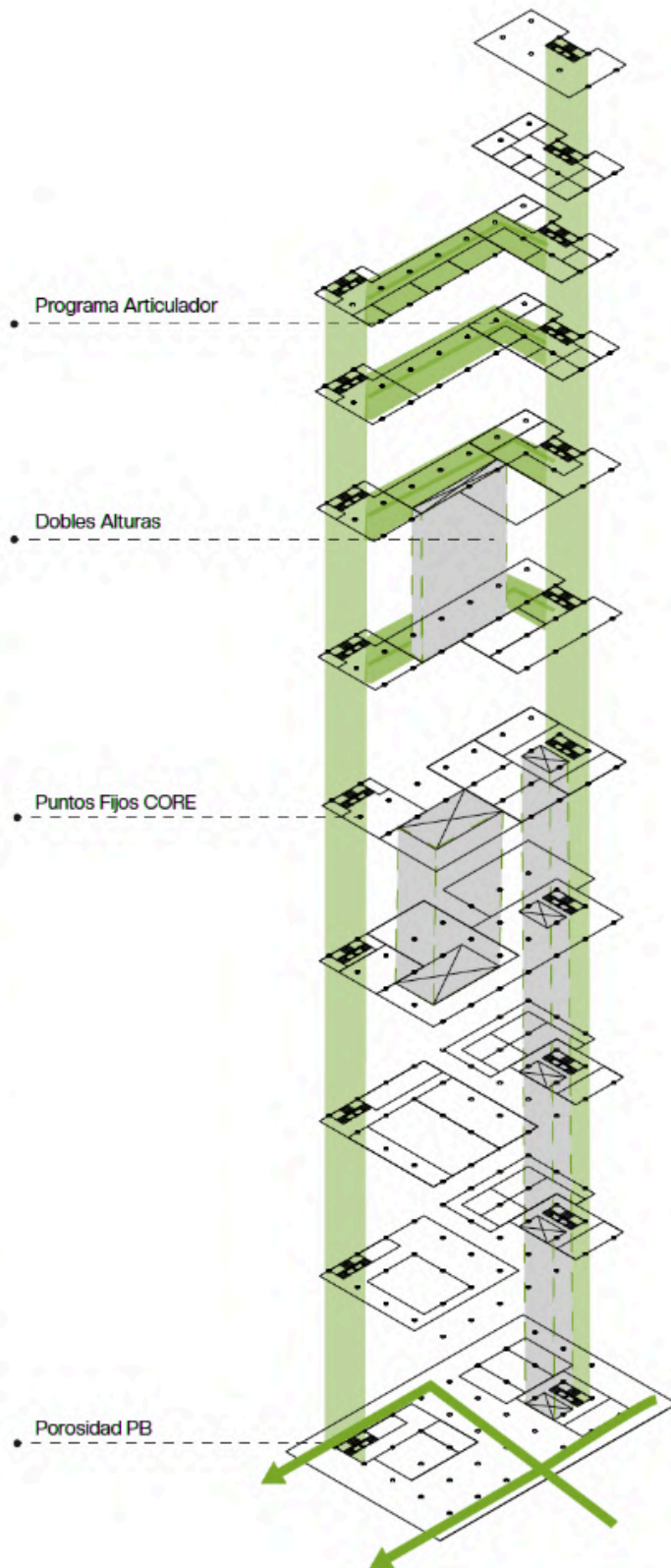


Figura 34. Diagramas de propuesta de partido. Elaboración propia

La propuesta de partido inicial se transforma durante el proceso de diseño y los anteproyectos, sin perder la esencia y fundamentos del mismo: puntos de encuentro mediante la reinterpretación de la calle, plaza y escuela, para el intercambio cultural, social y económico dentro del hotel de negocios.

3.3. Link & Meet, propuesta arquitectónica

El hotel de negocios se plantea como un lugar de habitar temporalidad, en medida que se entiende como un lugar de paso, encuentro e intercambio. Link & Meet concibe a los puntos de encuentro como la parte más vital del hotel, dando al usuario espacios para su enriquecimiento cultural y social. Estos puntos de cohesión funcionan como articuladores del programa generando posibilidades programáticas y especiales, no solo a nivel arquitectónico sino también a nivel de interacción entre el usuario, con otros usuarios y el espacio.

4. PLANIMETRÍA

Panel de sustentación y defensa, presentado al jurado.

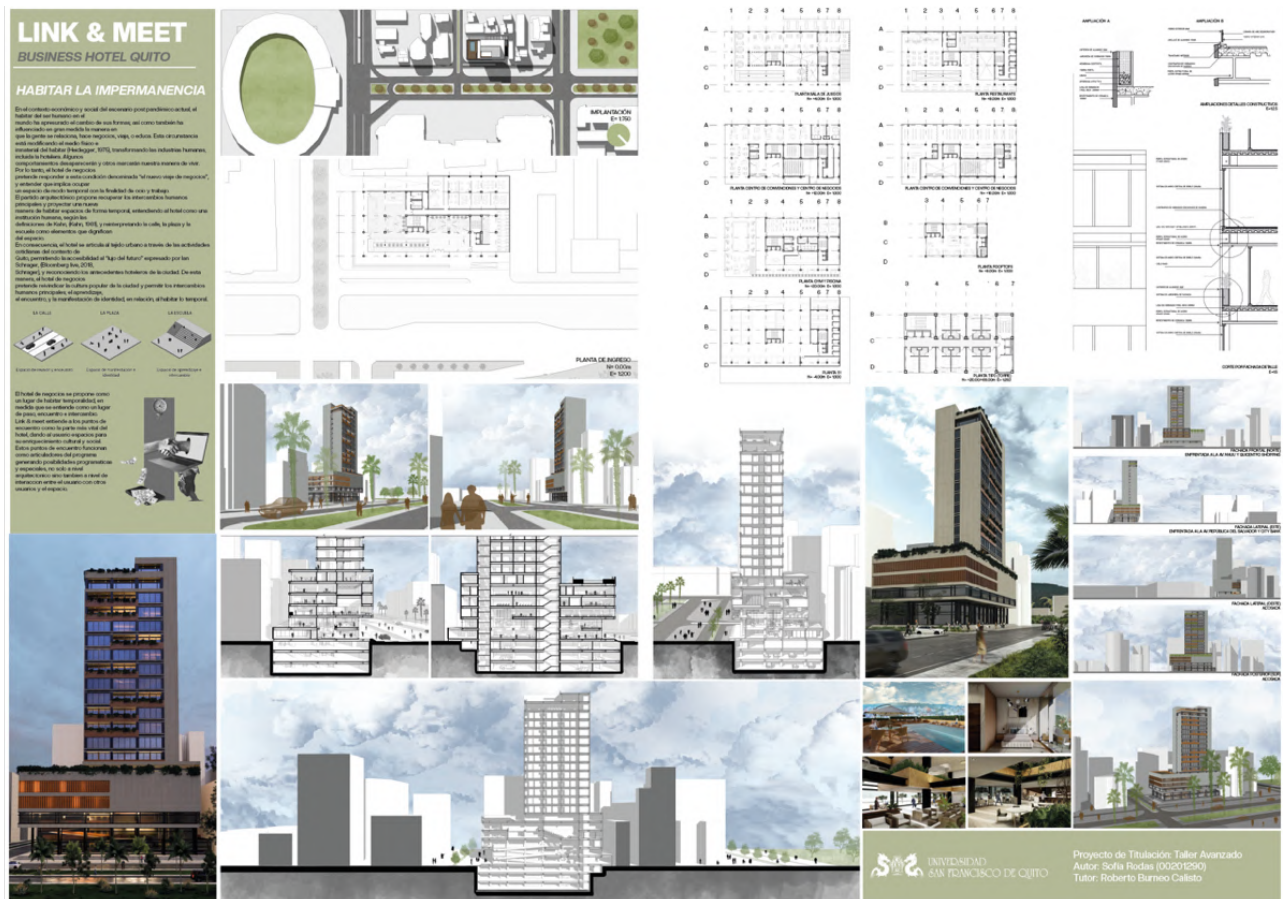


Figura 35. Panel de defensa. Elaboración propia

Implantación



Figura 36. Implantación del proyecto. Elaboración propia

0 80 160 240 320 400 m
ESCALA 1:4000

Planta de Ingreso

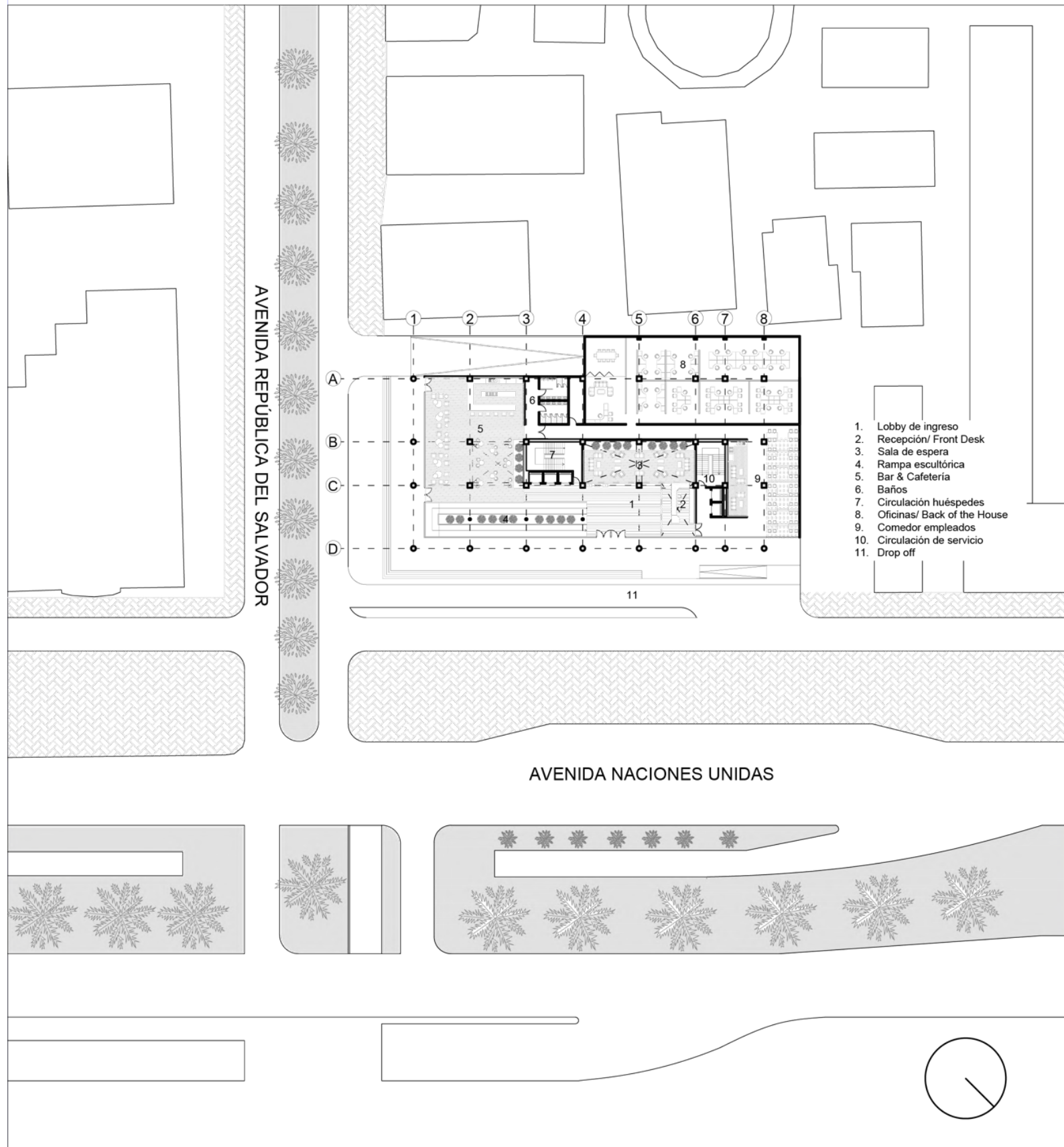
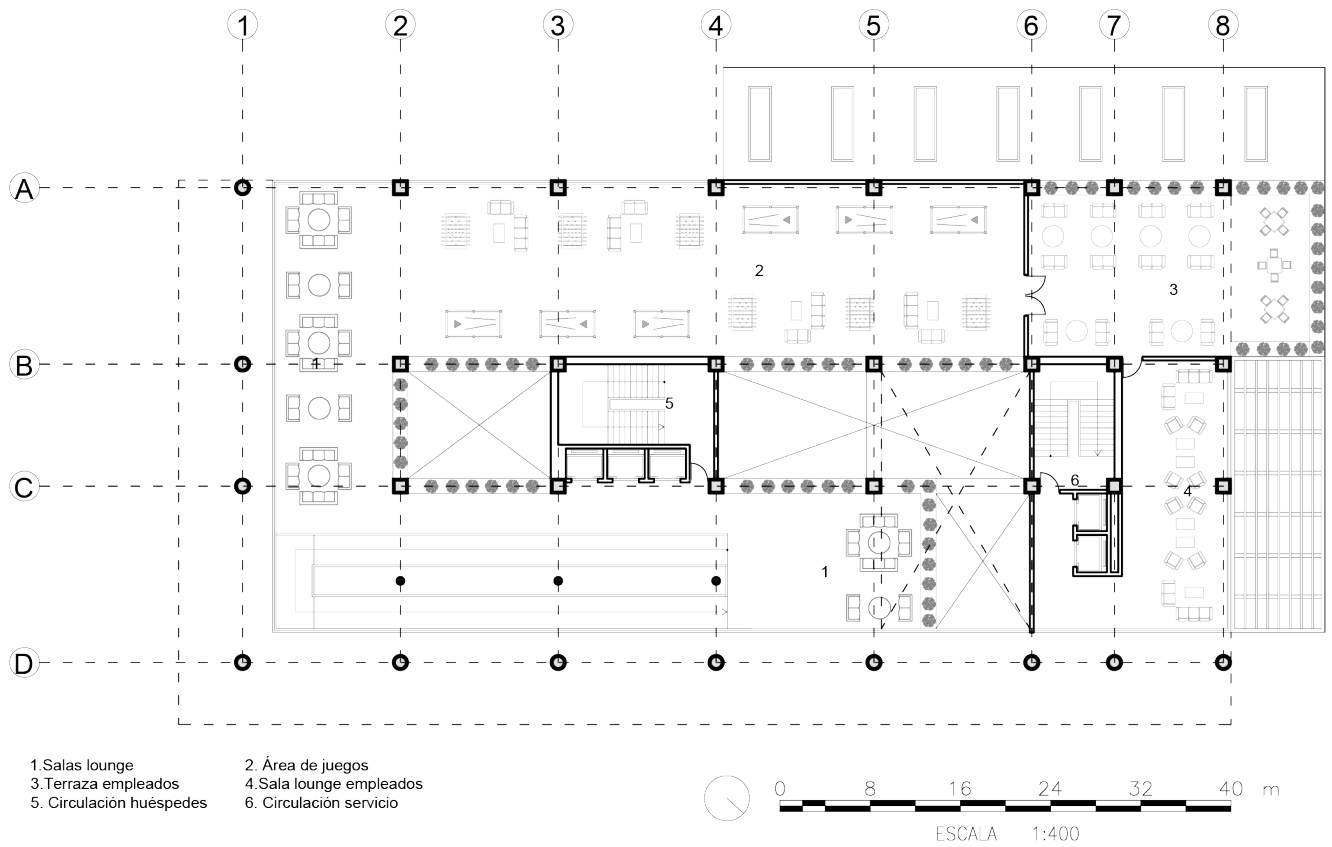


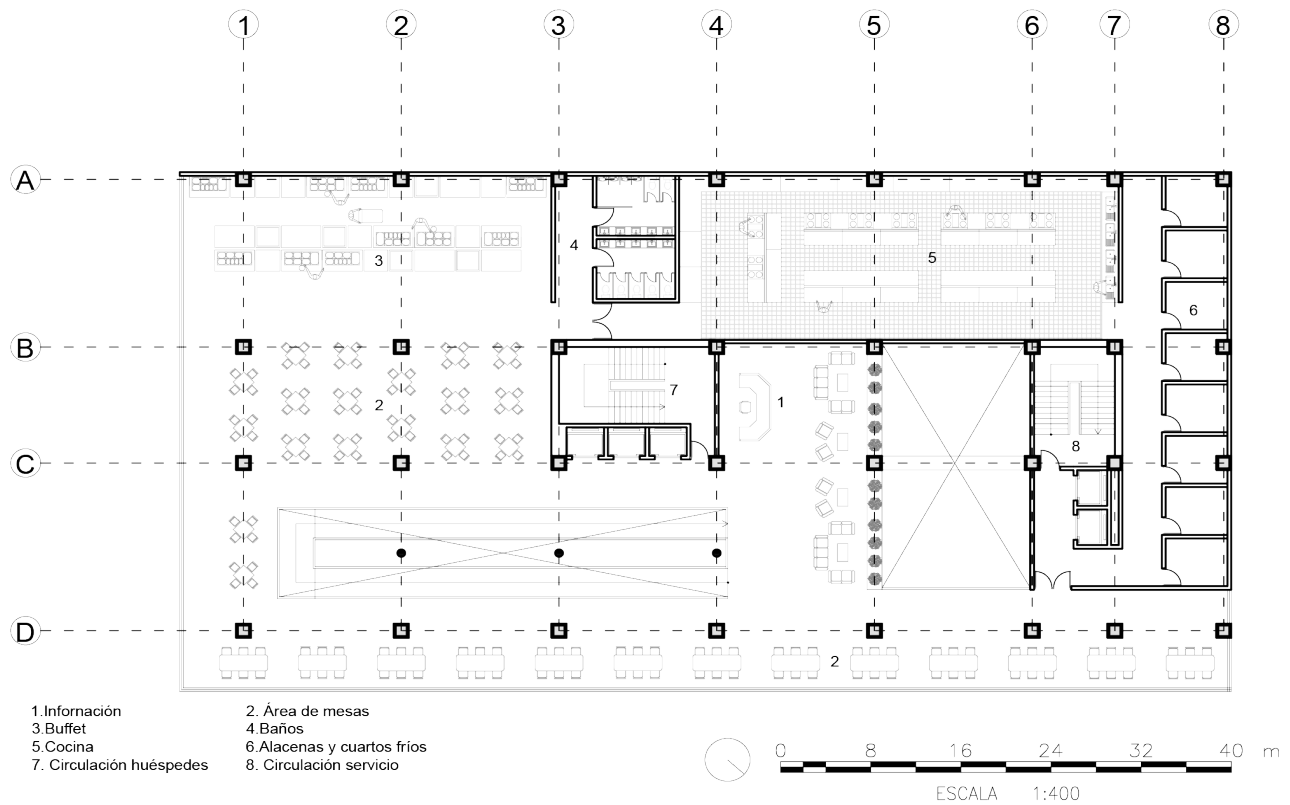
Figura 37. Planta de Ingreso. Elaboración propia





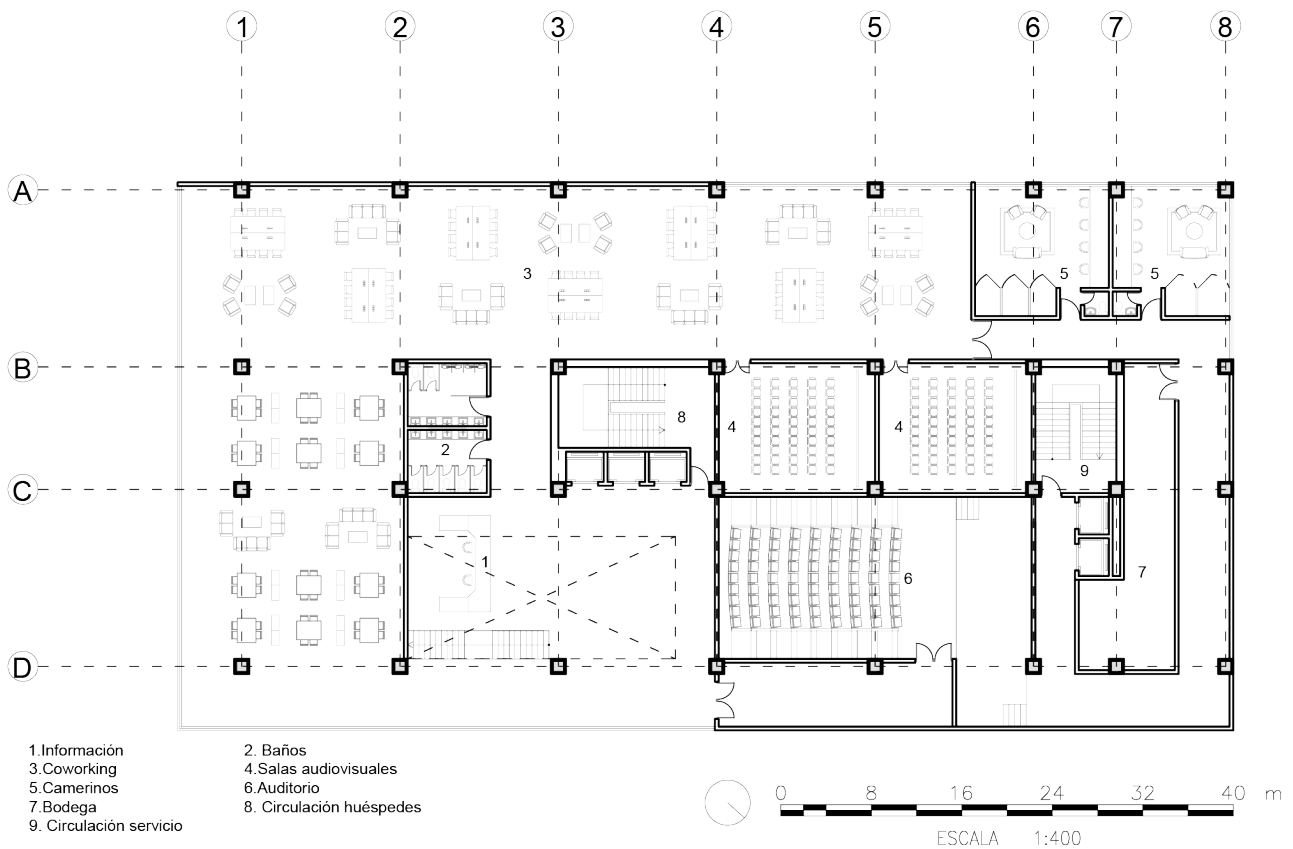
PLANTA LOUNGE Y SALA DE JUEGOS
N=+4.00m

Figura 38. Planta +4.00m. Elaboración propia



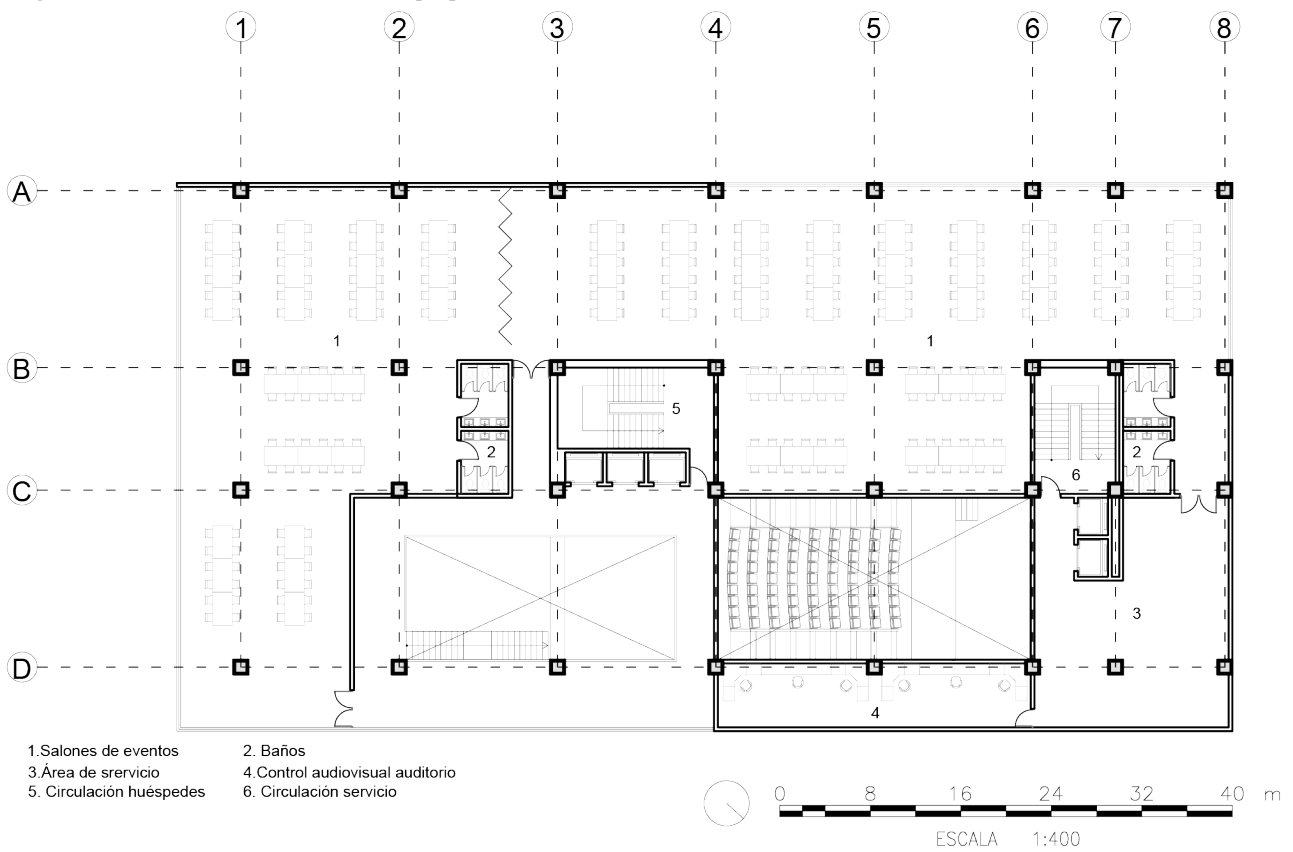
PLANTA RESTAURANTE
N=+8.00m

Figura 39. Planta +8.00m. Elaboración propia



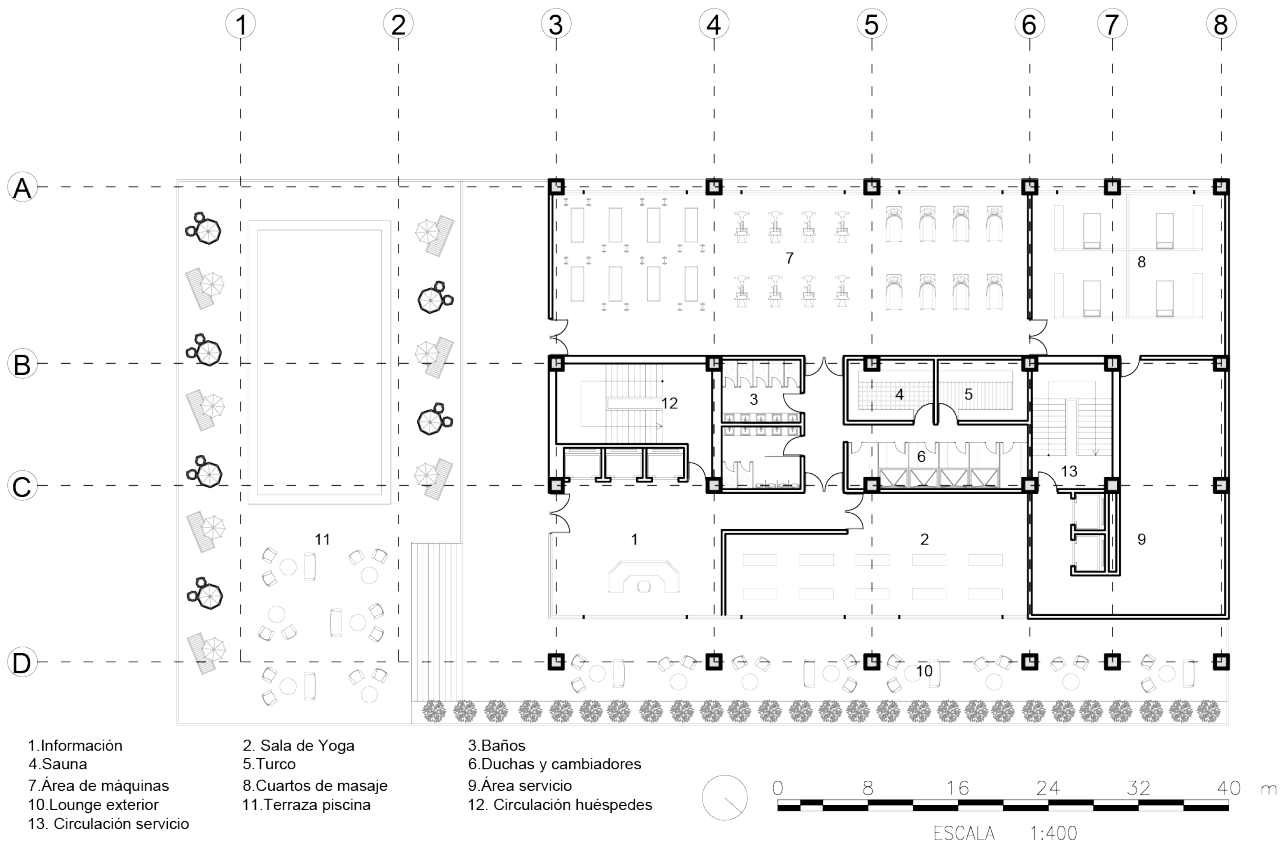
PLANTA 1 CENTRO DE NEGOCIO Y CONVENCIONES
N=+12.00m

Figura 41. Planta +12.00m. Elaboración propia



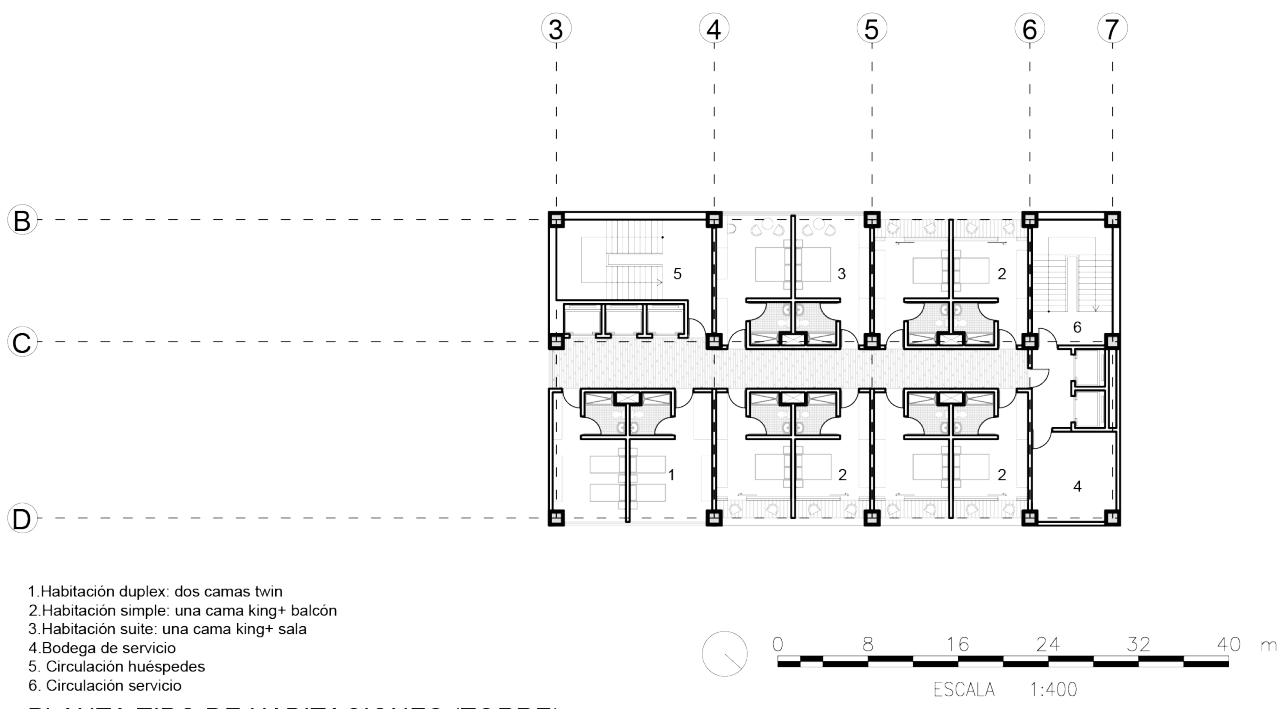
PLANTA 2 CENTRO DE NEGOCIO Y CONVENCIONES
N=+16.00m

Figura 40. Planta +16.00m. Elaboración propia



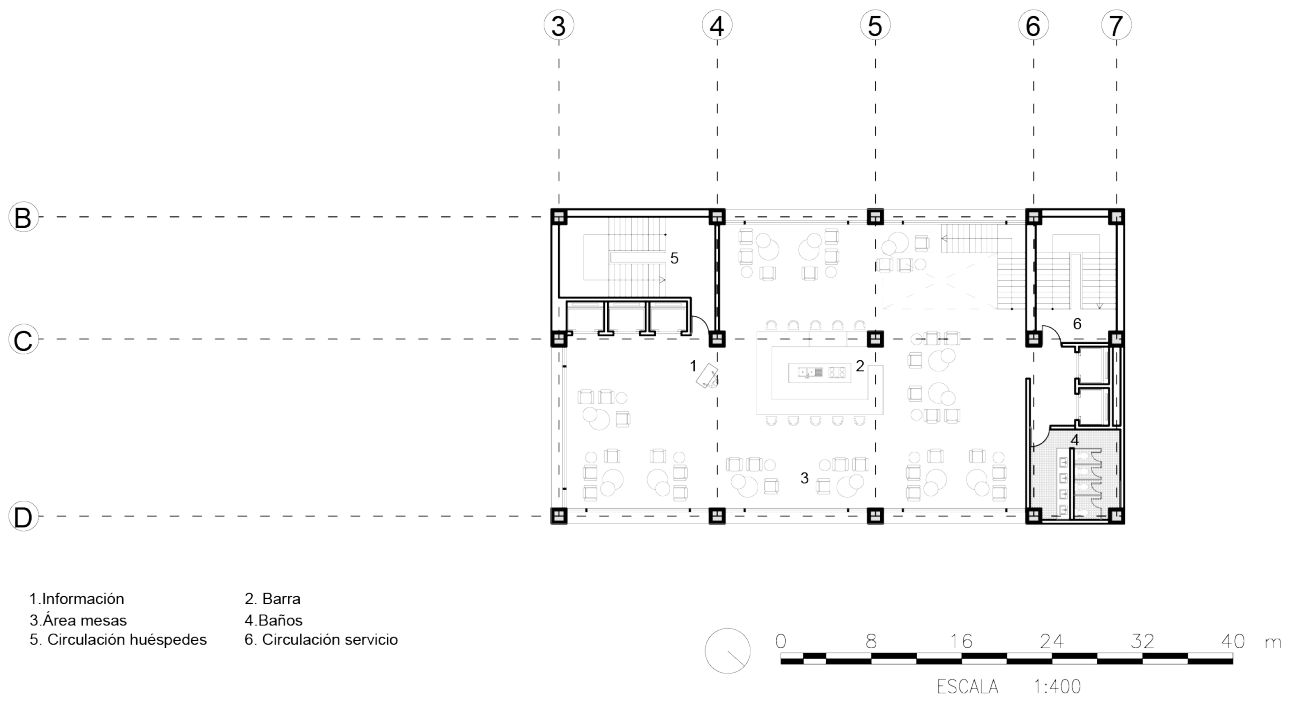
PLANTA PISCINA Y GIMNASIO
N=+20.00m

Figura 43. Planta +20.00m. Elaboración propia



PLANTA TIPO DE HABITACIONES (TORRE)
N=+24.00m- +72.00m

Figura 42. Planta Tipo. Elaboración propia



PLANTA 1 ROOFTOP
N=+76.00m

Figura 45. Planta +76.00m. Elaboración propia

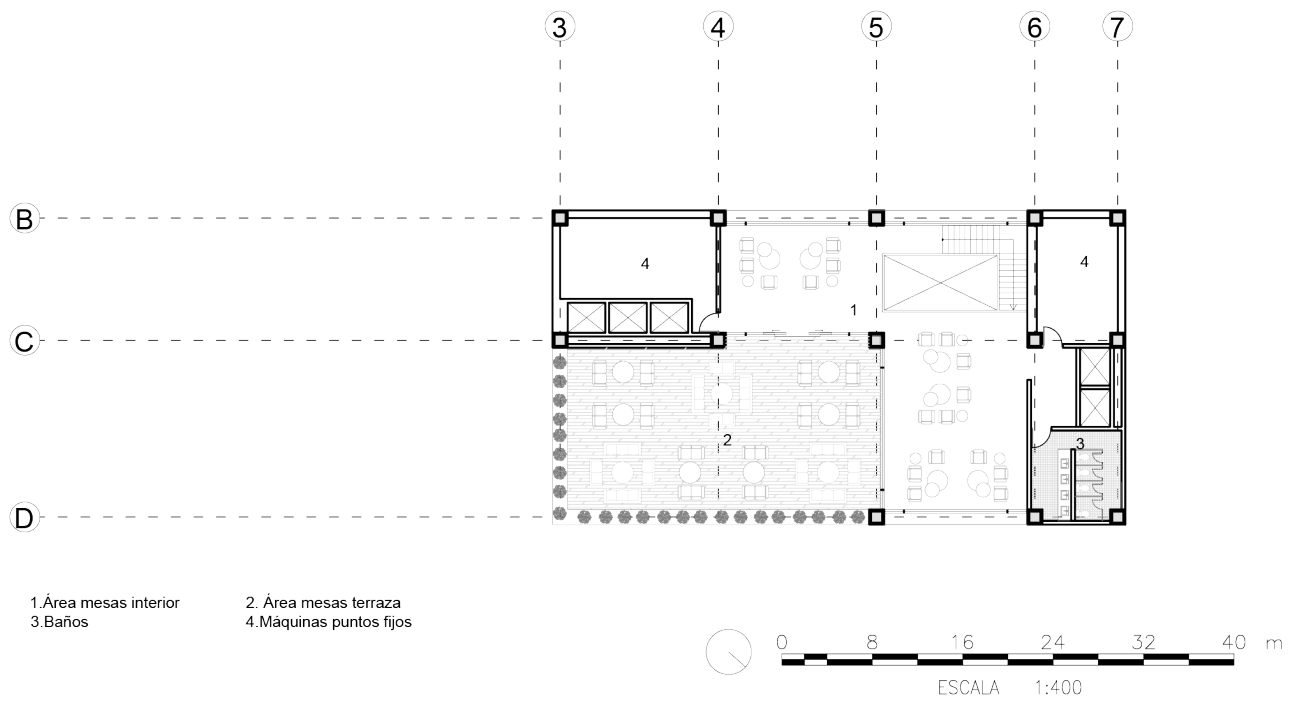
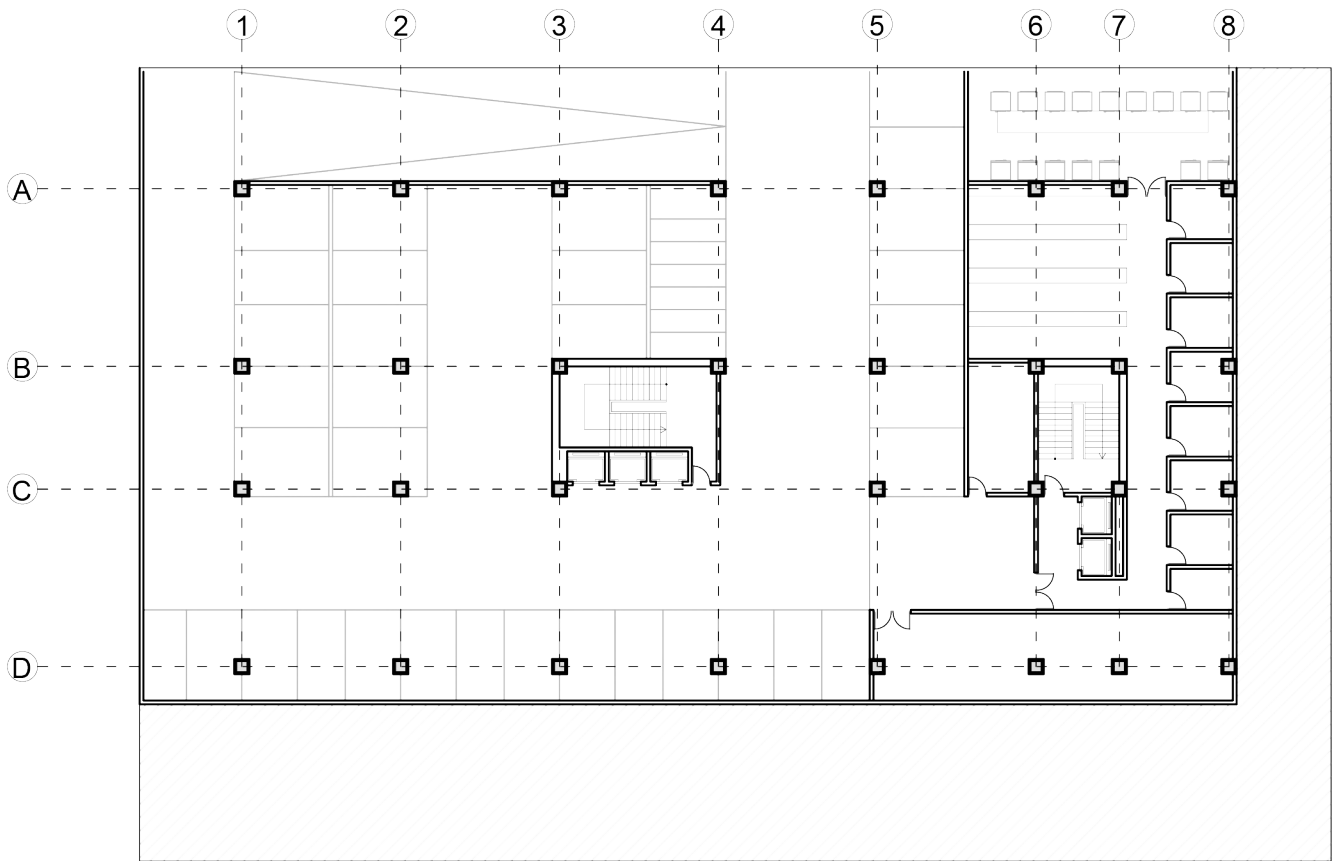
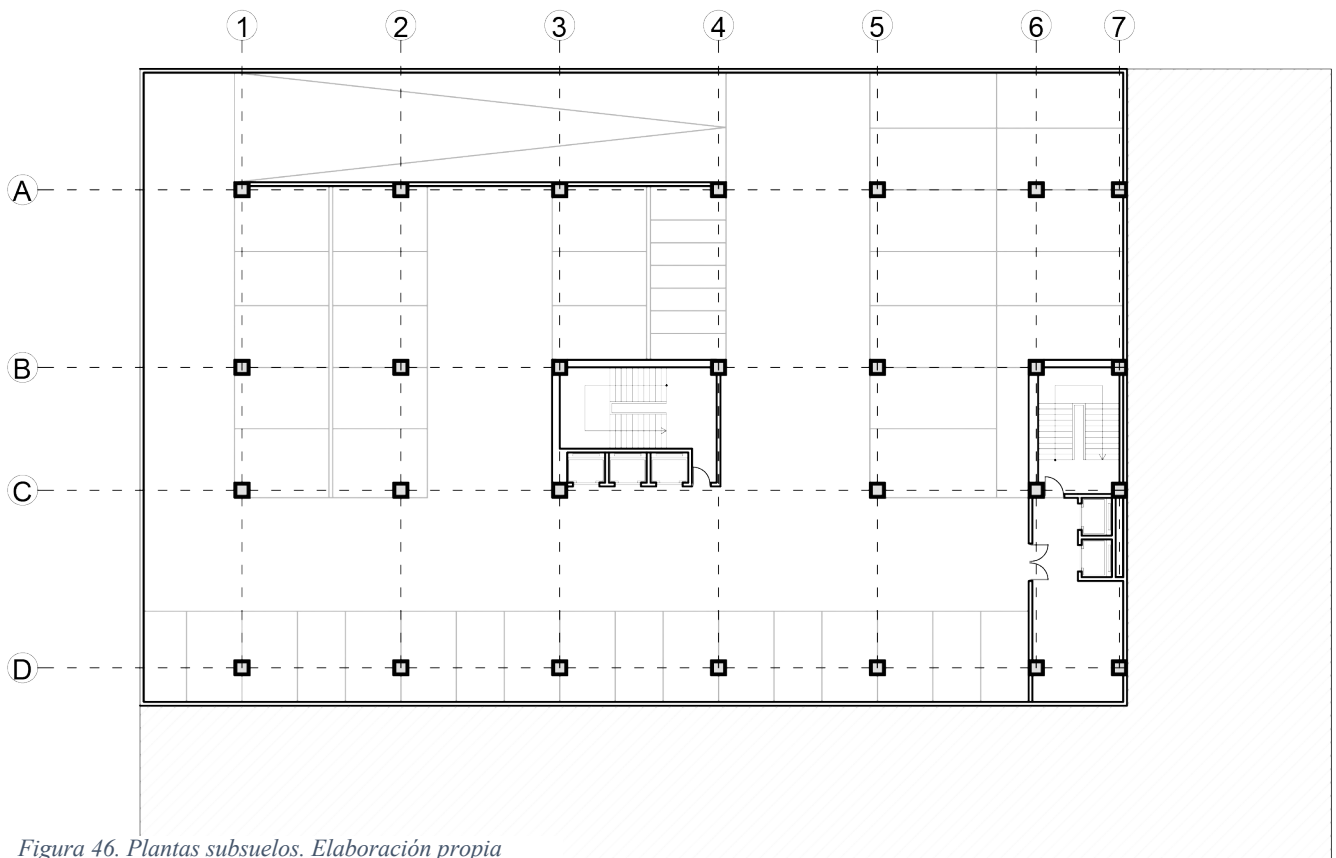


Figura 44. Planta +80.00m. Elaboración propia



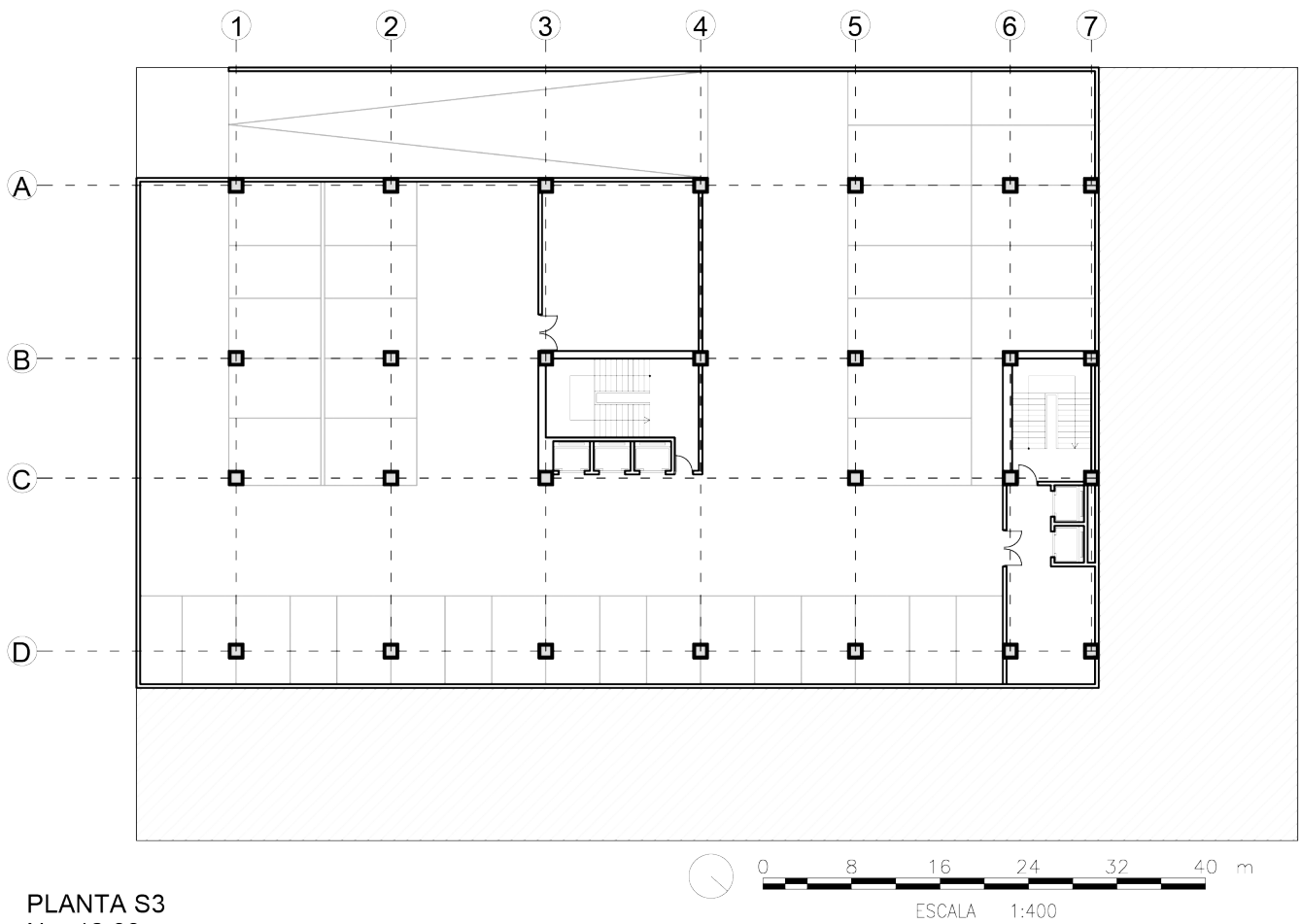
PLANTA S1
N= -4.00m



PLANTA S2
N= -8.00m



Figura 46. Plantas subsuelos. Elaboración propia



PLANTA S3
N= -12.00m

Figura 47. Plantas subsuelos. Elaboración propia

Cortes generales

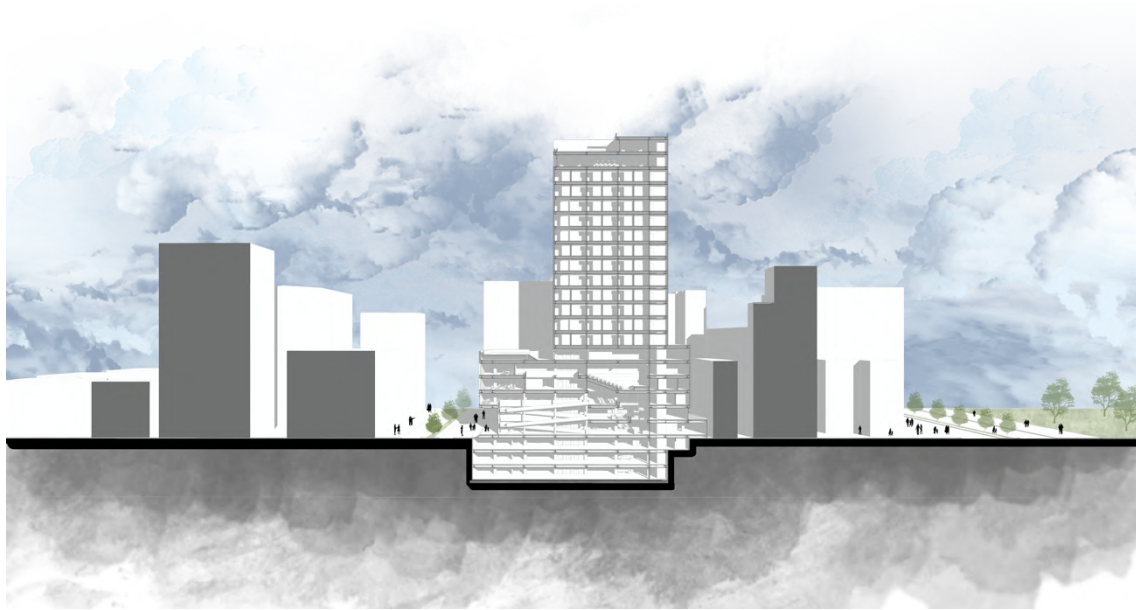


Figura 48. Corte General Fugado 1. Elaboración propia

0 30 60 90 120 150 m
ESCALA 1:1500

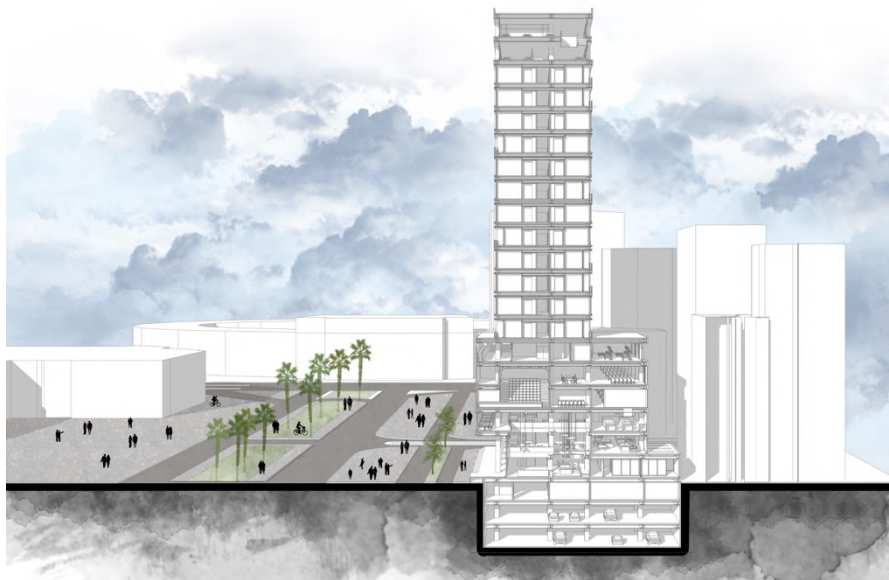


Figura 49. Corte General Fugado 2. Elaboración propia

0 30 60 90 120 150 m
ESCALA 1:1500

Cortes ampliados

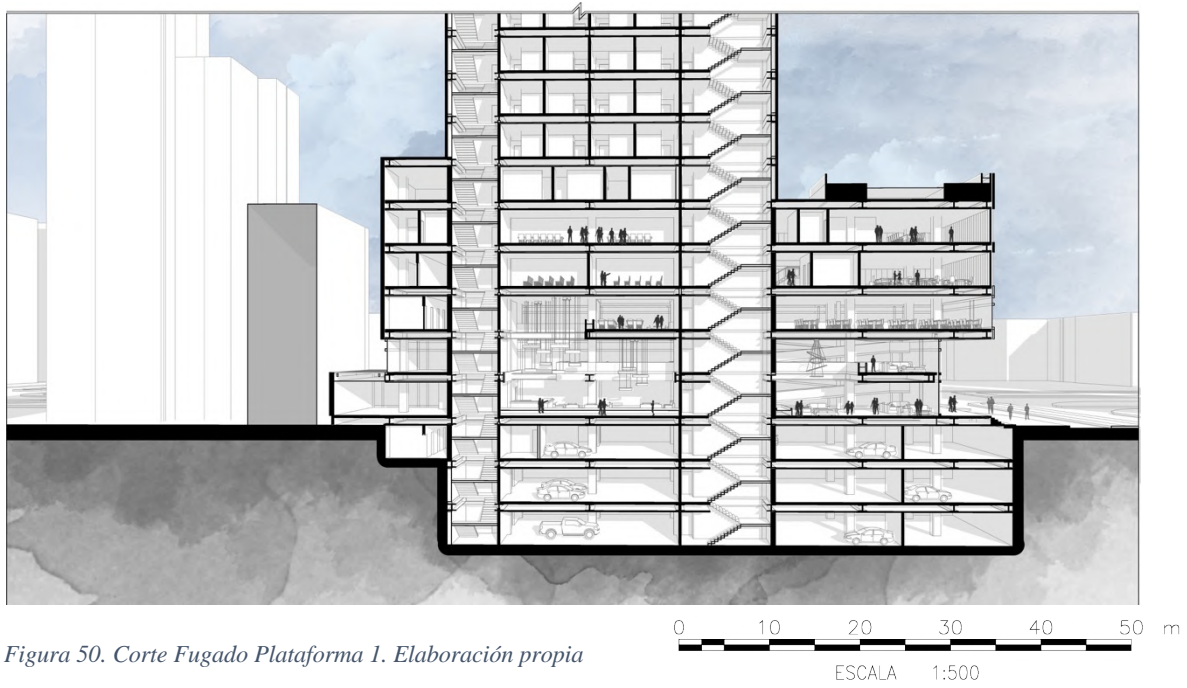


Figura 50. Corte Fugado Plataforma 1. Elaboración propia

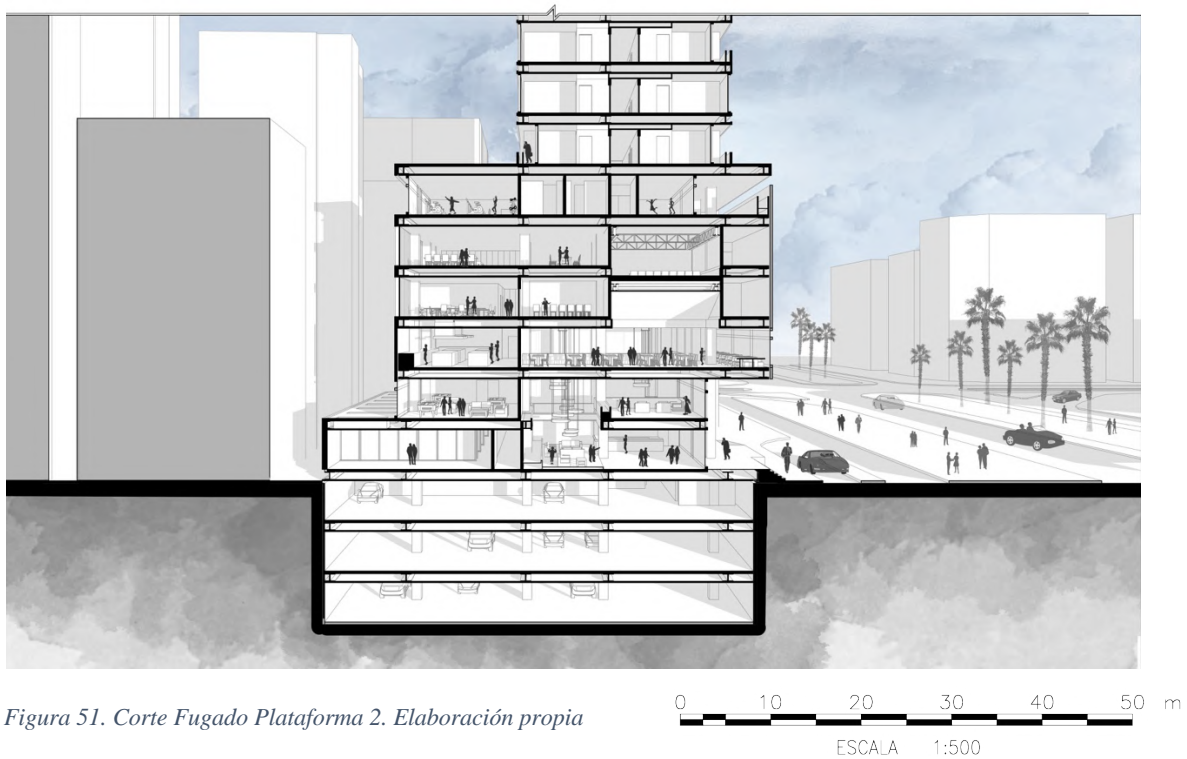


Figura 51. Corte Fugado Plataforma 2. Elaboración propia

Fachadas

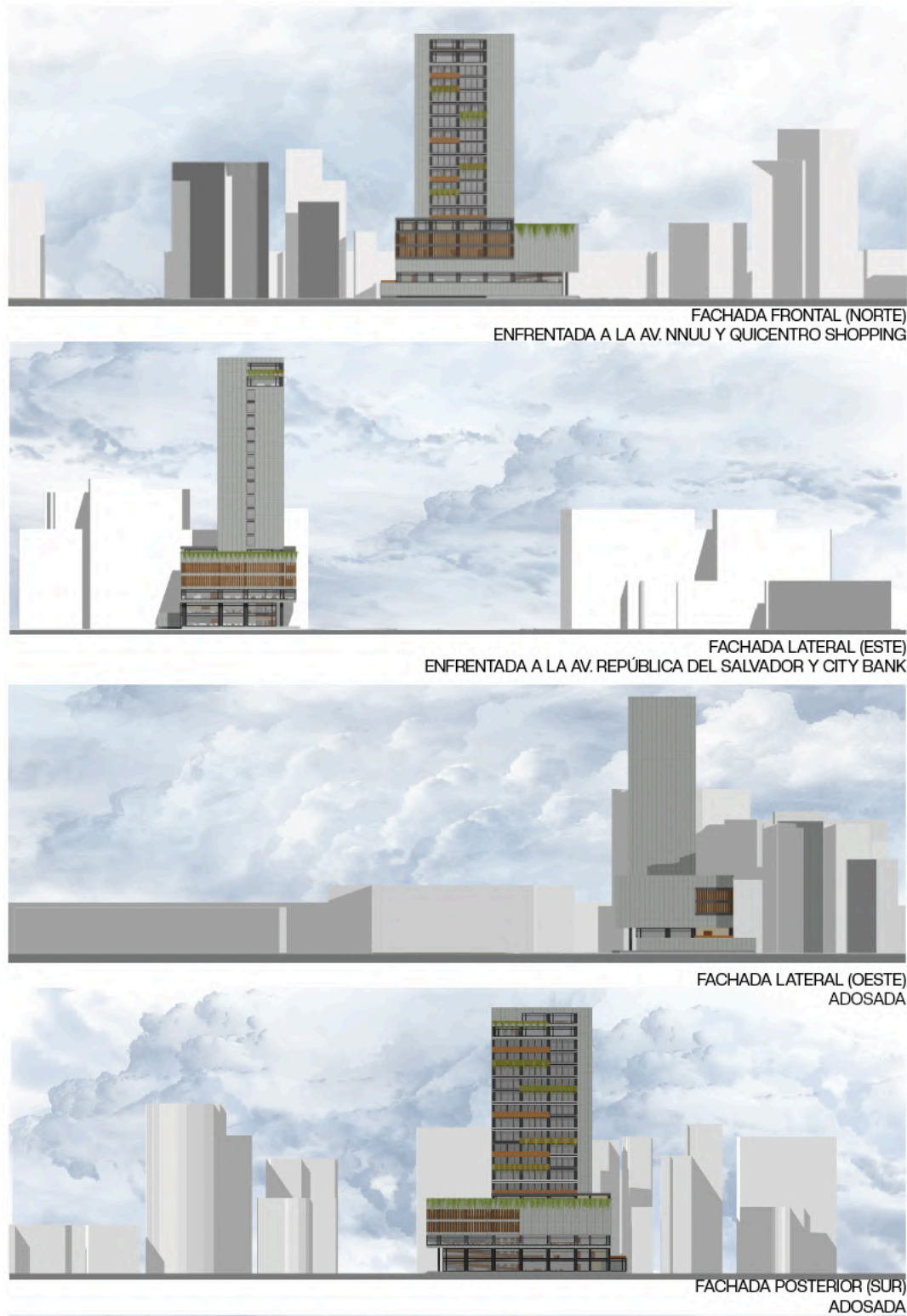


Figura 52. Fachadas. Elaboración propia

0 30 60 90 120 150 m
 ESCALA 1:1500

Corte por fachada y detalle constructivo

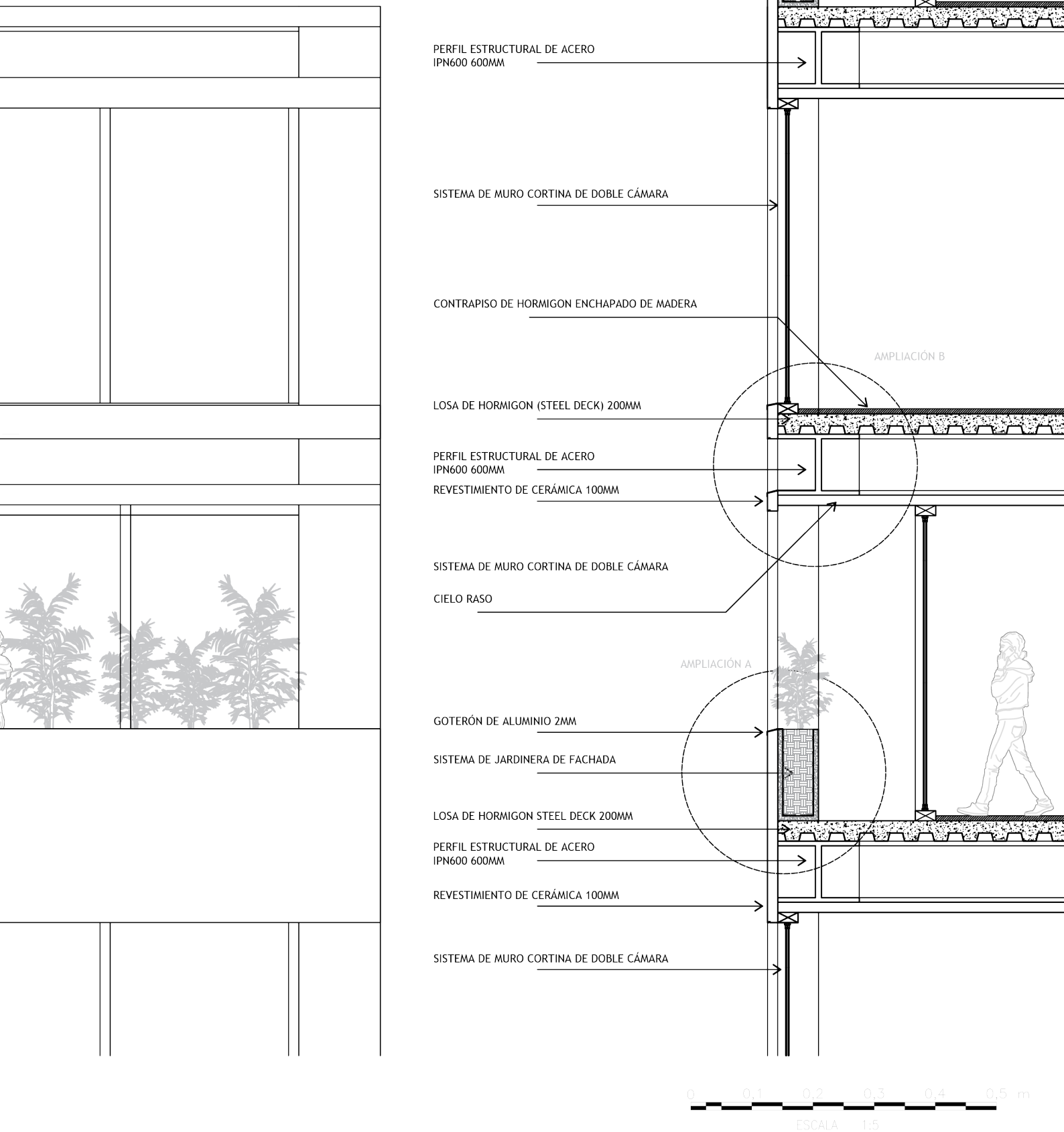
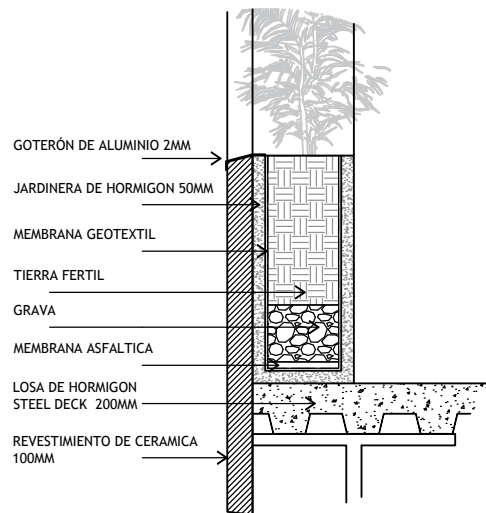
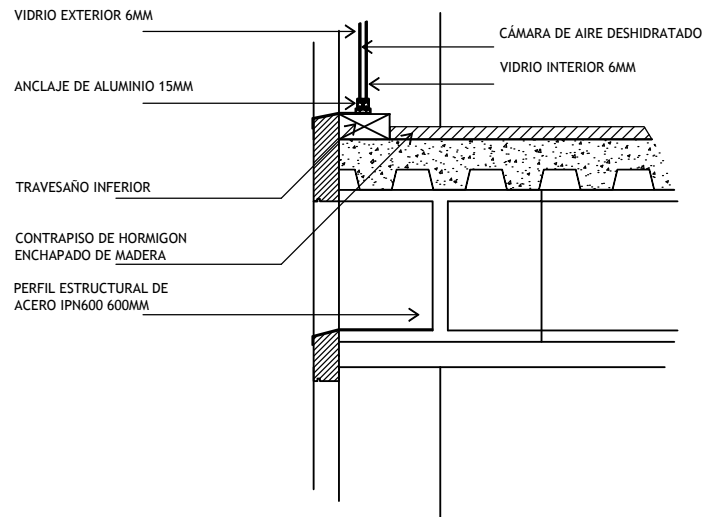


Figura 53. Corte por fachada. Elaboración propia

AMPLIACIÓN A



AMPLIACIÓN B



0 0,05 0,10 0,15 0,20 0,25 m
ESCALA 1:2,5

Figura 54. Detalles Constructivos. Elaboración propia

Vistas exteriores tipo ilustración



Figura 55. Vista tipo ilustración 1. Elaboración propia



Figura 56. Vista tipo ilustración 2. Elaboración propia



Figura 57. Vista tipo ilustración 3. Elaboración propia

Vistas exteriores tipo render



Figura 58. Vista Frontal. Elaboración propia



Figura 59. Vista desde NNUU. Elaboración propia

Vistas interiores tipo render



Figura 60. Vista piscina. Elaboración propia



Figura 61. Vista Habitación. Elaboración propia



Figura 62. Vista recepción y lobby de ingreso. Elaboración propia



Figura 63. Vista bar. Elaboración propia

CONCLUSIONES

La propuesta arquitectónica *Link & Meet*, un hotel y centro de negocios, implantada en el centro financiero de la ciudad de Quito se proyecta como un hotel que entiende y acoge las necesidades del *nuevo viajero* y sus nuevas formas de hacer negocios, trabajar y viajar. Buscando ser el punto de encuentro para empresarios y turistas nacionales e internacionales, apuntando al crecimiento de la ciudad en el turismo de negocios.

El uso de la tipología torre sobre plataforma, permite el trabajo a nivel programático, dejando en la plataforma y el remate elementos de carácter público y semipúblico para los usuarios del hotel, mientras que en la torre se desarrolla la parte más privada: las habitaciones. Mediante esta tipología, se separa dos tipos de programa: flexible (plataforma) y rígido (torre), generando la posibilidad de trabajar el diseño en corte en la parte más flexible del edificio, introduciendo así los elementos verticales para formar plazas de encuentro y conexión.

La introducción de la plaza en los elementos verticales, genera relaciones espaciales y programáticas a nivel arquitectónico, mientras que a los usuarios les brinda diversos puntos de encuentro para formar nuevos vínculos dentro del edificio. El proyecto responde a la nueva concepción de viaje, ocio y negocio, dotando de espacios de trabajo y también de entretenimiento y dispersión para los forasteros.

“Cada nueva situación requiere de nueva arquitectura”- Jean Nouvel

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alveár, M. S., & Alveár, P. S. (2014). Diseño de un sistema de gestión de la calidad del hotel Holiday Inn Express Quito, aplicando la norma ISO 9001. Repositorio ESPE, Abril.

Baquerizo, D., 2018. Hotel de negocios de Universidad San Francisco de Quito. 1st ed. Quito: USFQ.

Bloomberg live. (5 dic 2018). Ian Schrager comparte su visión para el futuro del lujo. Video. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=EgtyO2WrI4E>

Bucheli, R., 2011. Hotel y Centro de Convenciones "Arquitectura Sustentable". 1st ed. Quito: USFQ.

Giurgola, Romaldo: Louis I. Kahn. Barcelona: Gustavo Gili, 1996.

Gutiérrez, E. M. M. (2000). Robert E. Park y las migraciones: estudio introductorio y traducción de Emilio Martínez. Scripta Nova: Revista electrónica de geografía y ciencias sociales, (4), 75.

Ha, J. H., Jeong, M., & Lee, S. (2015). An analysis on the investment determinants for urban business hotel development. Korean.

Heidegger, M. (1975). Construir, habitar, pensar. Teoría, (5-6), ág-150.

Journal of Construction Engineering and Management ,16(4), 107-117.

Montúfar, M. C. (2005). Quito: imagen urbana, espacio público, memoria e identidad. Compre este libro de Trama.

Moreno de Armas, Y. C. (2019). Estudio del programa de lealtad del Hotel JW Marriott Quito (Bachelor's thesis, Quito).

Moskowitz, H., & Krieger, B. (2003). Consumer requirements for a mid-priced business hotel: Insights from analysis of current messaging by hotels. *Tourism and Hospitality Research*, 4(3), 268-288.

Neufert, E., FRENCH, H., SCHNEIDER, F., & MOZAS, J. (1983). *Arte de Proyectar en Arquitectura*, 15ª Edición. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SA.

Park, R. E., & Álvarez-Uría, F. (2000). *La ciudad, fenómeno natural*. Ábaco, 9-16

Segura, A. (2011). *Las nuevas centralidades urbanas del Distrito Metropolitano de Quito*.

Schutz, A. (1999). *El forastero. Ensayo de psicología social*. Amorrortu Editores. <https://socioturismo.files.wordpress.com/2011/07/4-schutz-el-forastero.pdf>