

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Arquitectura y Diseño Interior

Hotel boutique - Bellas Artes

Jorge Infante Ramón

Diseño Interior

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

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**

Hotel Boutique - Bellas Artes

Jorge Infante Ramón

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: Jorge Infante Ramón

Código: 00216061

Cédula de identidad: 1600475717

Lugar y fecha: Quito, 18 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UNPUBLISHED DOCUMENT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 desarrollo de todos los sectores sociales y económicos post pandemia, es una de las principales prioridades, es por esto que el proyecto Bellas Arte Hotel Boutique se enfoca en generar actividad económica a base de actividades culturales. En espacios adaptados para diferentes estilos o fluencias de nuevos artistas ecuatorianos, con una aproximación internacional por medio del hotel.

El hotel se plantea como una galería en su totalidad, adaptando espacios en concordancia con las emociones que pueden ser resultado de obras artísticas de todos los estilos. Creando espacios donde el arte se pueda desenvolver de forma natural en un ambiente amigable y de alto estándar.

ABSTRACT

The development of all social and economic sectors post-pandemic is one of the main priorities. The Bellas Arte Hotel Boutique project focuses on generating economic activity based on cultural activities. In spaces adapted to different styles or flows of new Ecuadorian artists, with an international approach through the hotel.

The hotel is conceived as a gallery in its entirety, adapting spaces in accordance with the emotions that can be the result of artistic works of all styles. Creating spaces where art can unfold naturally in a friendly and high standard environment.

TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN.....	5
ABSTRACT	6
ÍNDICE DE TABLAS.....	8
FIGURAS	9
INTRODUCCIÓN.....	11
CAPÍTULO I:CONTEXTO	12
ANTECEDENTES.....	12
PROBLEMÁTICA.....	13
JUSTIFICACIÓN.....	15
CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO.....	16
PROPUESTA.....	16
RAZÓN	16
TARGET	17
ANÁLISIS DEL SECTOR	17
ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO	20
ASOLEAMIENTO	22
FUNCIONAMIENTO	23
TIPOLOGÍA DE ÁREAS.....	25
CONCEPTO	26

CAPÍTULO III: CONCLUSIONES Y LAMINAS.....	27
CONCLUSIONES	27
LAMINAS.....	27
BIBLIOGRAFIA	31

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 INGRESOS Y TARIFAS MENSUALES DE OCUPACIÓN HOTELERA.	24
--	----

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 HOTELES EN LA ZONA	14
TABLA 2 ENCUESTA DE OCUPACIÓN HOTELERA ABRIL- MAYO 2021.....	15
FIGURA 3 HOTELES EN LA ZONA	18
FIGURA 4 GALERÍAS EN LA ZONA	18
FIGURA 5 CASA CLUB LA UNION (C. ANTIGUA).....	19
FIGURA 6 BAR INGLES	20
FIGURA 7 CASA CLUB LA UNION (ADICIÓN)	21
FIGURA 8 ASOLEAMIENTO	22
FIGURA 9 DISTRIBUCIÓN EXISTENTE	25
FIGURA 10 DISTRIBUCIÓN PLANTEADA.....	26
FIGURA 11 INMERSIÓN	26
FIGURA 12 MOODBOARD	28
FIGURA 13 PROGRAMACIÓN	28
FIGURA 14 PLANTA SUB SUELO	28
FIGURA 15 PLANOS PLANTA BAJA	29
FIGURA 16 PLANOS PRIMER PISO.....	29
FIGURA 17 PLANOS SEGUNDO PISO	29
FIGURA 18 MAQUETA	30
FIGURA 19 LOBBY	30
FIGURA 20 CAFETERIA.	30
FIGURA 21 HALL AREA DE EVENTOS	31.
FIGURA 22 AREA PRIVADA HUESPEDES	31

INTRODUCCIÓN

Bellas Artes - Hotel Boutique es la fusión de dos necesidades de diferentes sectores como lo son el del turismo y artístico. Buscando una reactivación cultural y económica más dinámica entre sectores que pueden surgir al compartir un espacio, funciones y servicios.

El hotel esta enfocado en ser un espacio de desarrollo cultural para artistas ecuatorianos de todos los estilos de arte, incentivando su creación, difusión y comercialización a nivel internacional.

Por medio de las diferentes áreas de hotel se generar experiencias enfocadas a las emociones que nos brinda el arte al ser apreciado de la forma correcta. Es por esta razón que el hotel eleva los sentido al nivel del arte expuesto, para así lograr un ambiente envolvente que genera sensaciones inmersivas y como resultado una experiencia única.

CAPÍTULO I: CONTEXTO

1. ANTECEDENTES

Podemos estudiar varias pruebas de como un sector económico de los artistas es ignorado en cuanto a su desarrollo y reactivación. En particular este sector económico y social viene en decadencia desde hace algunos años, incluso antes de la pandemia. Con lo que nos podemos dar una idea de la resección en la que se encuentra. Así lo evidencia, La Universidad de las Artes y el Observatorio de Políticas y Economía de la Cultura realizaron este estudio. En esta oportunidad se entrevistó a 1 171 artistas. El sondeo reveló el impacto que dejó la pandemia en el sector cultural. El 75,09% de los encuestados dijo que sus ingresos en la actividad cultural fueron iguales o menores en relación al 2020 (El Comercio 2022).

Fruto del deterioro de la actividad en la cultura, el 44,49% de los artistas se vio forzado a realizar actividades no culturales para equilibrar sus ingresos. En el 2020 esta cifra fue de 33,66%, lo que señala que aumentó la necesidad de acudir a fuentes de ingreso fuera del sector cultural (El Comercio 2022). Lo cual a generado una deficiencia en la creación de nueva cultura por medio de movimientos artísticos.

La necesidad de espacios que permitan el desarrollo de una comunidad sana en cuanto al desarrollo cultura y económico para su subsistencia. El 84,73% declaró no haber recibido ayuda por parte del Estado. Con este escenario, los artistas coincidieron en hacer un pedido a las autoridades para que tomen medidas que aseguren su sostenibilidad. También pidieron a la ciudadanía que se conecte nuevamente con el arte (El Comercio 2022).

El 55,76% de artistas ecuatorianos tuvo más de un empleo en el 2021 para poder subsistir, reveló un estudio realizado por la Universidad de las Artes, en el que se puso en evidencia el impacto de la pandemia en el sector cultural (El Comercio 2022). El índice de artistas que busca una nueva forma de ingresos sigue en aumento mientras la cultura en el país es cada vez menos presente en formas de arte.

2. PROBLEMATICA

Con la pandemia, el turismo fue uno de los sectores más afectados, debido al confinamiento la actividad hotelera se paralizó y muchas empresas cerraron.

Sin embargo desde su reactivación los índices de ocupación y ganancia, en el sector hotelero han sido favorables. Especialmente para hoteles que ofrecen servicios adicionales o experiencias que le den un valor adicional a la estadía del usuario.

El hotel boutique nace de la colaboración de dos sectores económicos para su reactivación y desarrollo en conjunto. El arte servirá como atractivo estratégico para el hotel en conjunto con las actividades culturales se genera la experiencia por la que el huésped regresará. Así como el arte representa un beneficio en cuanto a diferenciarse de la competencia en el sector hotelero. El hotel sirve de espacio cultural donde artistas ecuatorianos emergentes pueden exhibir sus obras y los visitantes pueden ser parte de obras teatrales o presentaciones musicales para así generar la experiencia única brindada por las bellas artes en un recorrido.

Un bien cultural posee dos capitales o valores, uno económico y otro simbólico; lo cual convierte al objeto artístico (ahora también se habla de proyectos) en una mercancía de características diferentes. Entonces el arte es una actividad distinta, que no especial, dentro de un sistema capitalista; con un producto que si bien tiene un valor simbólico como agregado, sigue siendo de consumo. Sin embargo, en algunos sectores aún prima una visión romántica del arte entendido como expresión espiritual y, por ello, alejada de lo material, del dinero; hay artistas que temen palabras como venta o mercado, pues creen que es “prostituir el arte”. “Pero ya una vez producido, el objeto artístico, es parte del mercado”, señala León. Y aquí se apunta que el mercado nacional es reducido, sobretodo por la escasa compra de arte; y además de reducido no es regulado, lo cual lo abre a la especulación (El Comercio 2012). Ta



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) - Octubre 2021



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) Septiembre – Octubre 2021

Figura 1 Encuesta de ocupación hotelera septiembre - octubre 2021



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) Abril - Mayo 2021

Figura 2 Encuesta de ocupación hotelera abril- mayo 2021

3. JUSTIFICACIÓN

La creación de formas de negocio que buscan y combinan necesidades de diferentes mercados , para generar interés y novedad. Es la razón por la que el hotel boutique se plantea como un espacio cultural.

Entra en un mercado de baja demanda que son los hoteles de 5 estrellas, la competencia es muy fuerte por los servicios y fidelidad a la marca, es por esto que el conectar dos sectores económicos y áreas sociales, podemos generar servicios especializados junto a áreas flexibles de mayor producción en cuanto a cultura y economía.

El arte y su influencia dentro del proyecto genera el elemento que lo diferencia de la competencia, cautivando así a más clientes por diferentes medios. Cómo los restaurantes y cafeterías orientados a la difusión del arte a un publico más general.

Sin embargo entre mas recorremos el hotel podemos notar como el arte va en función del espacio en el que se encuentre la exposición, de esta manera generando el cambien ideal de exposición, dándole el valor que se merece la pieza de arte, en busca de posicionar al artista ecuatoriano nivel internacional.

Al generar un espacio con tanta influencia artística beneficia al desarrollo cultura d ella zona y ciudad, , sin embargo al contar con la programación de un hotel, la exposición podría tener un alcance internacional del arte expuesto en el hotel.

CAPÍTULO II: PLANEAMIENTO DEL PROYECTO

1. PROPUESTA

Se propone un hotel boutique como espacio cultural enfatizando en las nuevas fluencias artísticas, enfocado en el desarrollo de artistas ecuatorianos, su promoción a nivel internacional y reactivación del sector económico.

2. RAZÓN

La razón de generar un Hotel Boutique en la ciudad de Quito, como espacio cultural. Se enfoca en el desarrollo de artistas ecuatorianos, inclinados a nuevas tendencias provocadas por el choque de cultura que nos da la conectividad aun más después de pandemia.

Generando nuevas necesidades, como lo es un espacio flexible donde diferentes tipos de manifestaciones artísticas puedan desarrollarse e interactuar, en espacios dedicados a la conexión entre el arte y el usuario por medio de la influencia que genera el entorno.

3. TARGET

- El hotel esta enfocado en personas que disfrutan del arte, combinado con su vida cotidiana o trabajo.
- Artistas de todo el mundo, sin embargo mayor apertura a artistas ecuatorianos para mayor integración y desarrollo.
- Coleccionistas y aficionados del Arte. Aficionados a la música y teatro.
- Dirigido a una comunidad de los 25 años en adelante, de un nivel socio económico alto, en busca de la novedad.

4. ANÁLISIS DEL SECTOR

Club La Union.

El club resalta y acoge los valores más tradicionales de la ciudad de Quito y se empeña en desarrollar actividades de diversa índole, social, cultural, artística y mas, para sus socios y sus invitados.

Es un club social fundado en 1994, siguiendo el estilo de los clubes empresariales impulsados por el modelo inglés. El cual se necesita un membresía para entrar o una invitación para ser parte de la sociedad, el nombre de “Sociedad de la Unión” se expresa el espíritu de la Institución, llamada a reunir a prominentes personas de la industria, el comercio, las letras, el arte y la política.

La casa club donde se implantara el proyecto es parte de la sociedad desde 1998 cuando se le hizo una modificación para cumplir la función de casa club. Las instalaciones cuentan con diferentes servicios como restaurantes, gimnasio, spa, salones eventos, salas de reuniones y áreas especiales para socios.

Cuenta con parqueadero dentro de las instalaciones y con servicio de valet parking al parqueadero del hotel Quito a pocas cuadras. El proyecto se plantea en la Av. 12 de Octubre, en el Sector La Paz, a pocas cuadras de La Floresta y La mariscal que son dos barrios que representan como el arte y cultura han influenciado a la ciudad de Quito.

La floresta es uno de los barrios mas antiguos de Quito, con más de 100 años formando parte de la ciudad. Es el Barrio escogido para la implantación del proyecto por su gran apego al arte y su vibra entre lo clásico y lo moderno en coexistencia.

Es una zona hotelera que por las particularidades del proyecto genera una gran competencia para los hoteles existentes, por la misma condición de la zona cuenta contarías varios metros de transporte como lineas de bus, taxis o scooters eléctricos.

Es una zona bastante comercial que cuenta con varios restaurante de diferentes tipos de cocina dentro de los más cercanos están: Segundo Muelle, La Briciola, La Gloria, Maitane, Tandana, Lammhaus, Casa Warmi, Urko. AL igual podemos encontrar varios hoteles algunos de cadenas hoteleras internacionales. Play house Quito, Hostal Jahana, Selina Quito, Casa la Luz, BG boutique Apartments, Hotel Quito, Hotel Ibis Quito, Hostal L'Auberge INN, Hotel Kaia, Hotel muros Quito, Swissotel Quito, La Couple.



Figura 4 Galerías en la Zona

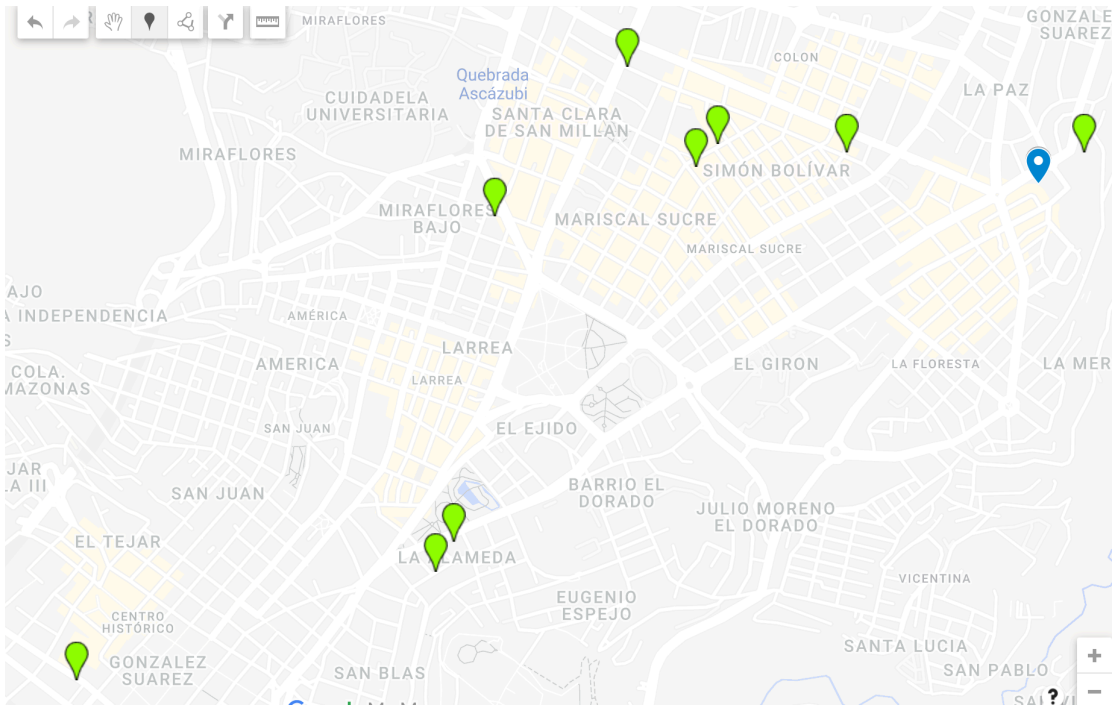


Figura 3 Hoteles en la Zona

5. ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO

La casa club se conforma de dos edificaciones una construcción histórica y una adición actual, en la parte frontal esta ubicado un parqueadero subterráneo, conectado por el subsuelo con la edificación posterior conformada por cuatro niveles por los cuales se distribuyen varias áreas de servicio, ofrecidas a los miembros del Club La Union.

La casa de estilo historicista la cual se adecuo para cumplir las funciones de un club con servicios especializados. Conserva las fachadas originales por su condición de casa histórica que influencia la arquitectura de la nueva construcción en la parte posterior, algunos detalles arquitectónicos de la casa histórica se reflejan en la dicción actual.

Su programación básicamente se define con varios salones en su planta baja, con el salón mas grande en la contrición nueva, junto a varias áreas de servicio. En la segunda planta cuentan con espacios más privados de reunión y restaurantes, terminado en el último pisos con el área de spa y gimnasio. Todas las áreas siguen el mismo estilo de la casa histórica incluso los jardines sobre los parqueaderos.



Figura 6 Bar Ingles



Figura 7 Casa Club la Union (Adición)



Figura 5 Casa Club la Union (C. Antigua)

6. ASOLEAMIENTO

Su fachada frontal esta dirección Norte-oeste, lo cual significa que el sol sale por la parte posterior del hotel. En la planteamiento del proyecto se tuvo en cuenta la ubicación de la casa, para así aprovechar el sol de las mañanas, en habitaciones y lugares más privados. Orientados hacia la fachada posterior.

En zonas mas publicas donde las actividades comienzan más tarde, el sol de la tarde brindara la ambientación perfecta para eventos o recorridos por las exhibiciones del hotel, orientadas a la fachada frontal.

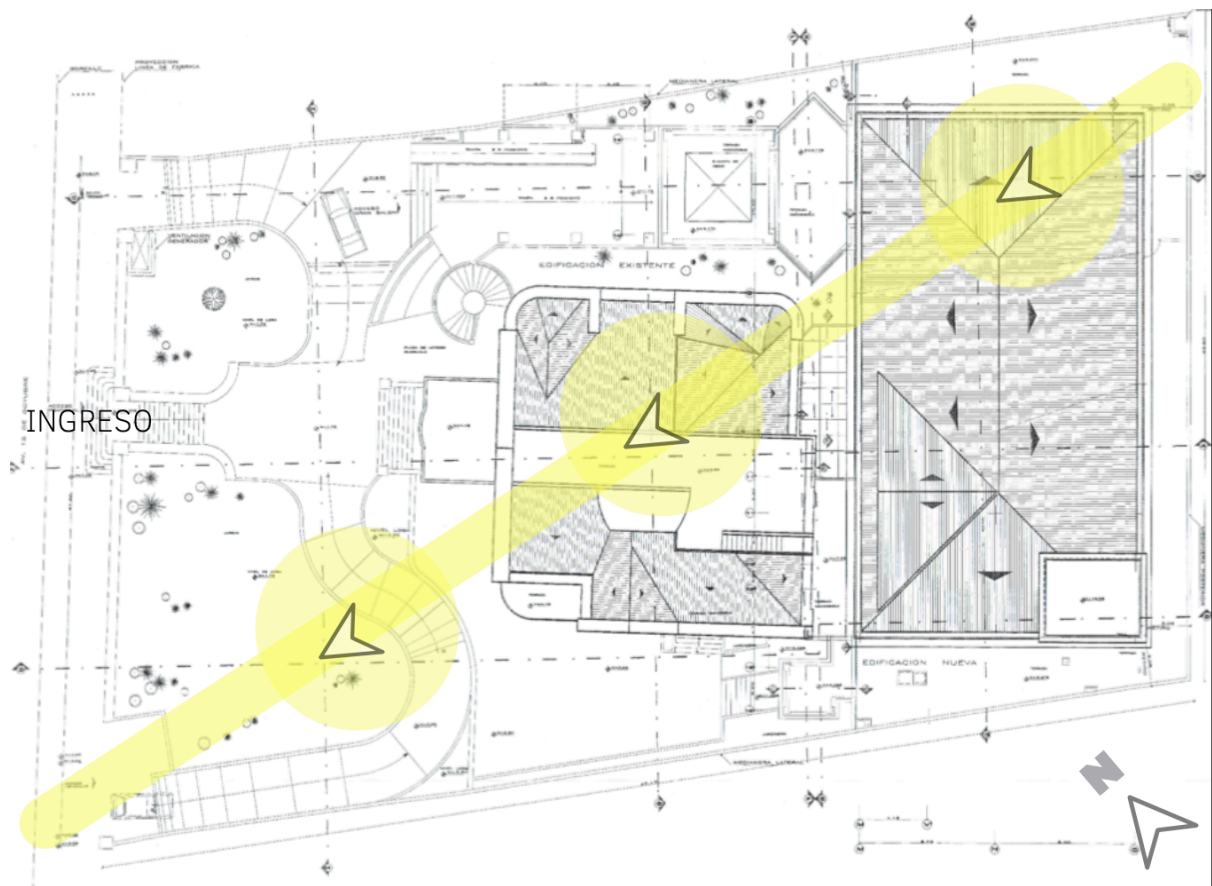


Figura 8 Asoleamiento

7. FUNCIONAMIENTO

El funcionamiento del hotel boutique se diferencia por la extrema atención a los detalles en sus espacios y por la variedad de servicios exclusivos que puede ofrecer en sus instalaciones. Especialmente el hotel se enfoca en los servicios que le puede brindar a las bellas arte para su difusión, exposición y creación.

El Hotel esta proyectado a ser una galería en esencia, con la característica que al tener diferentes espacios y funciones, se puede lograr categorizar y personalizar el espacio de exhibición, dependiendo del tipo de arte a exhibir.

Los diferentes espacios dentro del hotel están enfocados en albergar más de un estilo de arte, esto dependerá mucho de la función del espacio. En espacios mas públicos como la cafetería, restaurante, sala de eventos y zona de eventos exteriores. Son espacios de mayor flexibilidad por su capacidad conectar estilos de arte entre sí y con el usuario.

Al tener la mayoría del programa totalmente publico, para lograr una mayor exposición de la exhibición. Se convierte en un recorrido por diferente tipos de espacios en conexión con el arte que se exhibe y siempre teniendo el arte como guía en el recorrido.

El recorrido a las habitaciones esta planeado para generar intriga de todos los espacios del hotel y conformado por varios filtros, que aseguren la privacidad de la habitación.

La cafetería y restaurante están planeados para tener jornada doble de, 6:00 AM a 22:00 PM. Sin embargo por presentaciones y eventos, se tendría un tercer grupo permanente ya que la proyección de estas áreas es tener eventos todos los días.

TARIFA POR HABITACIÓN OCUPADA

Categoría	2020												2021									
	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct
3 estrellas	\$52.20	\$141.93	\$105.78	\$39.40	\$47.27	\$51.76	\$62.70	\$50.72	\$46.69	\$45.89	\$32.58	\$44.76	\$64.32	\$48.79	\$55.83	\$55.52	\$53.83	\$57.73	\$66.48	\$49.41	\$48.32	\$77.02
4 estrellas	\$78.42	\$82.36	\$81.87	\$75.97	\$46.03	\$56.31	\$61.30	\$49.00	\$43.80	\$62.12	\$74.09	\$66.31	\$67.85	\$68.58	\$72.95	\$81.62	\$89.65	\$70.64	\$98.19	\$93.38	\$84.80	\$86.67
5 estrellas	\$111.34	\$120.55	\$85.48		\$69.85	\$56.84	\$81.55	\$104.64	\$92.74	\$102.46	\$98.68	\$80.20	\$104.18	\$91.90	\$133.29	\$154.60	\$103.76	\$98.72	\$117.40	\$132.12	\$117.66	\$112.26
Total General	\$96.38	\$85.05	\$85.86	\$52.22	\$54.79	\$55.76	\$68.25	\$89.66	\$69.02	\$63.82	\$82.30	\$67.72	\$86.53	\$71.36	\$89.54	\$83.96	\$80.53	\$72.89	\$95.19	\$107.30	\$89.66	\$90.44

INGRESOS MENSUALES (MILES)

Categoría	2020												2021									
	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct
3 estrellas	\$134.78	\$36.48	\$65.58	\$15.96	\$54.64	\$14.60	\$13.29	\$22.32	\$17.28	\$79.06	\$18.90	\$89.27	\$26.37	\$24.74	\$28.08	\$31.37	\$94.31	\$172.22	\$160.48	\$70.12	\$57.36	\$189.46
4 estrellas	\$438.66	\$544.68	\$252.50	\$16.26	\$56.53	\$25.90	\$4.29	\$1.27	\$38.76	\$120.63	\$99.43	\$46.68	\$84.34	\$203.96	\$267.44	\$258.50	\$208.08	\$240.67	\$419.68	\$540.93	\$705.76	\$775.75
5 estrellas	\$1701.40	\$10.61	\$9.23	\$0.00	\$90.18	\$45.76	\$10.19	\$127.03	\$119.55	\$90.67	\$240.10	\$263.60	\$190.76	\$88.13	\$236.99	\$51.33	\$114.34	\$202.17	\$298.32	\$866.86	\$376.52	\$344.07
Total General	\$2274.84	\$591.76	\$327.31	\$32.22	\$201.35	\$86.25	\$27.78	\$150.62	\$175.58	\$290.37	\$358.42	\$399.55	\$301.47	\$316.82	\$532.51	\$341.20	\$416.73	\$615.06	\$878.47	\$1477.91	\$1139.64	\$1309.28

Categoría	2020												2021									
	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct
3 estrellas	8.02%	1.90%	0.82%	0.90%	10.84%	5.50%	1.82%	4.65%	4.73%	11.68%	11.44%	15.21%	4.28%	7.27%	5.13%	7.69%	13.59%	20.59%	15.73%	13.19%	13.28%	20.30%
4 estrellas	14.52%	17.12%	1.44%	0.12%	11.38%	2.58%	0.76%	0.39%	5.31%	12.21%	7.10%	7.89%	9.62%	16.86%	16.45%	14.60%	13.18%	21.80%	26.21%	32.22%	27.91%	31.28%
5 estrellas	63.28%	1.44%	0.35%		8.21%	10.09%	3.99%	17.64%	16.59%	20.10%	22.65%	26.57%	21.17%	25.37%	23.80%	27.67%	19.32%	32.82%	32.92%	31.35%	44.08%	45.56%
Total General	24.62%	11.95%	1.19%	0.26%	9.89%	5.00%	1.69%	7.31%	7.88%	12.98%	12.55%	17.43%	11.18%	15.64%	15.03%	13.44%	14.29%	23.21%	23.44%	27.73%	27.62%	30.50%

Tabla 1 Ingresos y tarifas mensuales de ocupación hotelera

8. TIPOLOGIA DE ÁREAS

Al enfocarse en las emociones o sensaciones que causa él apreciar una obra artística, se logra enfocándonos en las características de las emociones como tal y sus similitudes. Llegando a notar que todas estas emociones por las que se pasa son totales e inversivas, y así reflejando estas características en el espacio.

Buscando la ambientación ideal para la exposición de determinado tipo o influencia artística en el espacio. Teniendo como principal objetivo realza la experiencia del usuario por dos razones principales. Generar un espacio cultural e incentivar de forma activa por medio de arte al hotel.

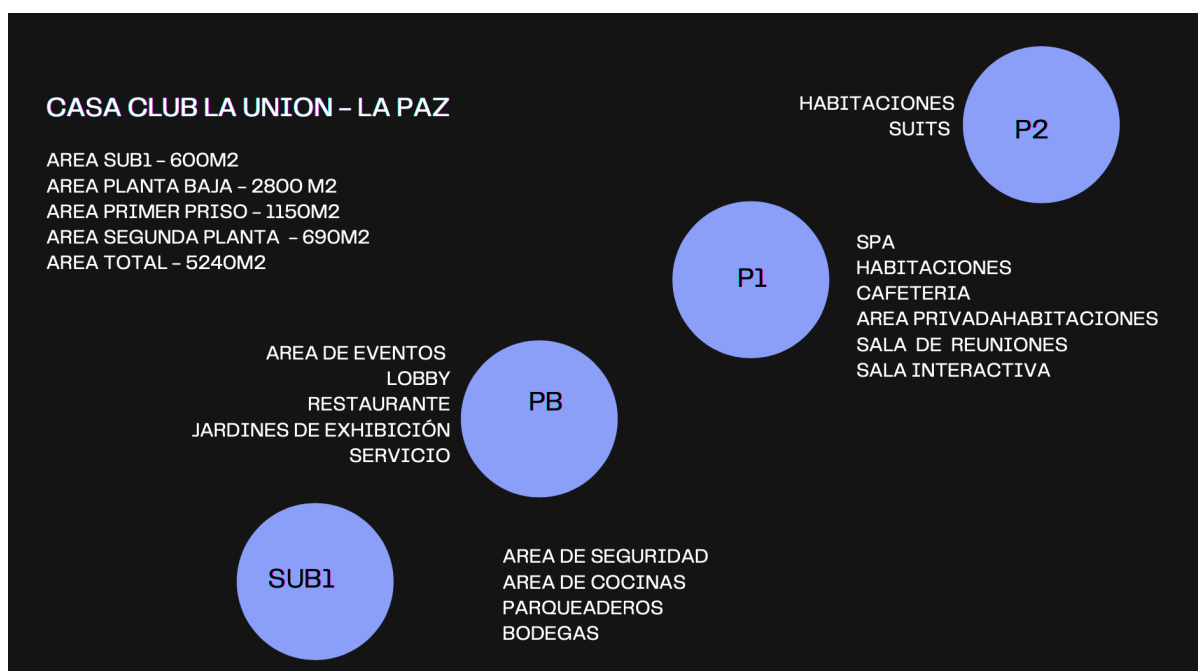


Figura 9 Distribución Existente



Figura 10 Distribución Planteada

9. CONCEPTO

Percepciones del arte

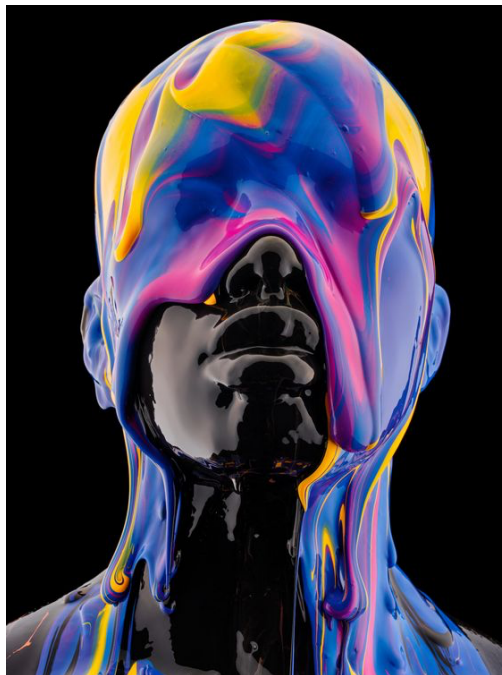


Figura 11 Inmersión

Al utilizar el espacio de forma minimalista e irónica, lograr generar emociones similares a las que causa el arte. Haciendo del hotel un recorrido de emociones guiado por el arte a lo largo de todas las instalaciones.

CAPÍTULO III: CONCLUSIONES Y LAMINAS

1. COCLUSIONES

Al poder ver de cerca el desarrollo de dos actividades distintas en un solo espacio, podemos notar como una puede favorecer a la otra parte, generando interés en el usuario por las diferentes conexiones que se crean al mezclar dos programas como lo sería el de un centro cultural apto para todo tipo de exposición de arte y el programa de un hotel que invita al usuario a vivir una experiencia memorable, al tener el arte como elemento de conexión entre los dos programas.

Proyectos que ayudan al desarrollo de varios sectores son cada vez más viables por la flexibilidad y oportunidades de conexión que brinda a los usuarios al momento de convivir con varios sectores de la comunidad, debido a la funcionalidad del proyecto en cuanto a la diversidad de servicios.

2. LAMINAS



Figura 12 Moodboard

Programación			
Recepción	Servicios	Habitaciones	Areas verde
GALERIA LOUNGE BAR BATERIAS SANITARIAS COUNTER	RESTAURANTE /CAFETERIA AREA DE EVENTOS EXHIBICIÓN SPA AREA DEL PERSONAL CAVA ZONA DE CARGA ADMINISTRACIÓN	SIMPLE DOBLES + KING SUITS + STUDIO	EXHIBICIÓN EVENTOS RELAJACIÓN ROOFTOP

Figura 13 Programación



Figura 14 Planta Sub Suelo

PLANTAS

Planos existentes

Area intervenida

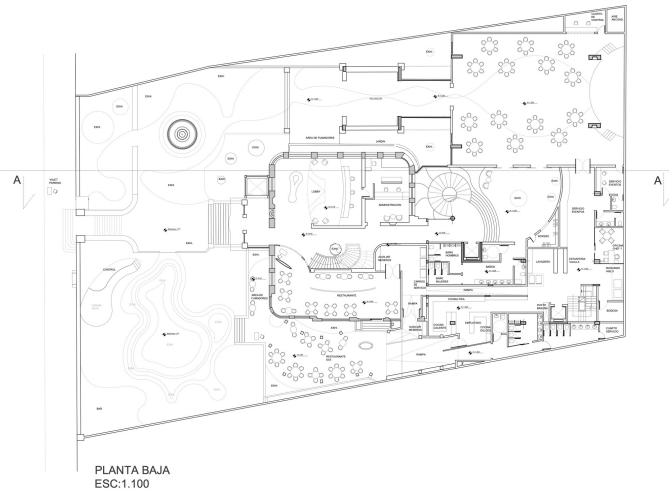
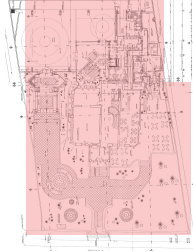


Figura 15 Planos Planta Baja

PLANTAS

Planos existentes

Area intervenida

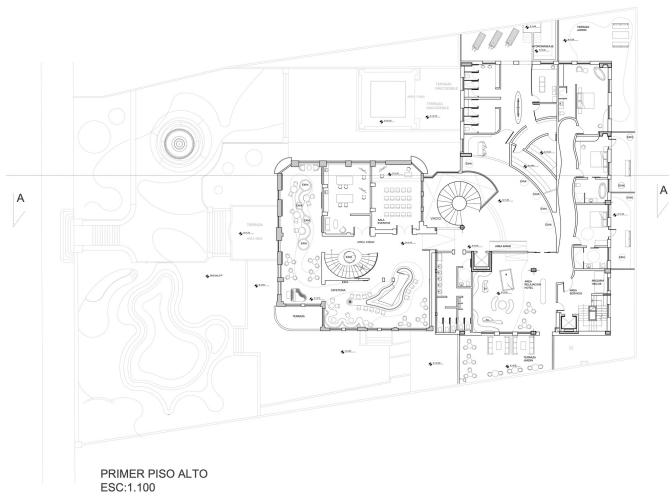
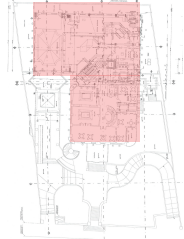


Figura 16 Planos Primer Piso

PLANTAS

Planos existentes

Area intervenida

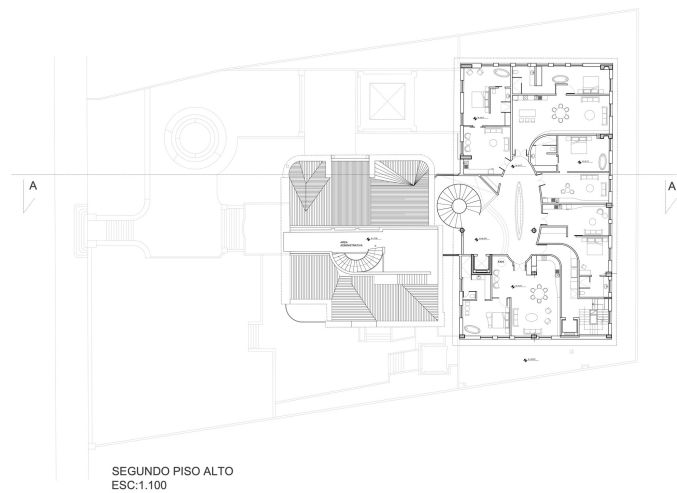
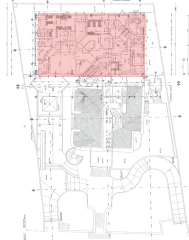


Figura 17 Planos Segundo Piso

MAQUETA



Figura 18 Maqueta

LOBBY

El lobby esta pensado para ser un espacio que invita al asombro, por medio de su materialidad y volumétrica, evocan la monumentalidad de templos.



Figura 19 Lobby

CAFETERIA

Aprovechando los elementos existentes logramos generar un alto contraste, causando una competencia de elementos en conflicto aunque estable.



Figura 20 Cafeteria

HALL AREA DE EVENTOS

El hall por su altura es perfecto para representar la monumentalidad en el espacio, enfatizando en la iluminación de forma metafórica en conjunto con las gradas como elemento vertical ascendente. Por su flexibilidad en la exhibición se maneja un diseño de iluminación dinámico en cuanto a paredes y lugares de exhibición.



Figura 21 Hall área de eventos

AREA PRIVADA HUESPEDES

Un Area enfocada a la privacidad del huésped. Por medio de materiales, formas y colores, generamos una nueva desconexión y duda, como ultima preparación para las habitaciones.



Figura 22 Area privada Huéspedes

3. BIBLIOGRAFIA

El Comercio. (2021, 21marzo). Estudio: Artistas ecuatorianos deben dedicarse a otras actividades para sobrevivir. Recuperado de <https://www.elcomercio.com/tendencias/cultura/artistas-ecuatorianos-estudio-ingresos-economicos.html>

El Comercio. (2021, 22octubre). El artista también es activo en la economía. Recuperado de <https://www.elcomercio.com/tendencias/cultura/artista-activo-economia.html>

Quito Turismo . (2021, octubre). BOLETÍN ESTADÍSTICO, Subproducto 1.3.: Boletines estadísticos mensuales sobre ocupación hotelera. Recuperado de https://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/LOTAIP%202021/WEB%202021/UIO_EOH_Bolet%C3%ADn_octubre%202021.pdf

Quito Turismo . (2022, marzo). QUITO EN CIFRAS, Estadísticas de turismo, edición 006. Recuperado de <https://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/LOTAIP%202022/web2022/QUITO%20EN%20CIFRAS%20006.pdf>