



**PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DEL ECUADOR
SEDE AMBATO**
SERÉIS MIS TESTIGOS

ESCUELA DE DISEÑO INDUSTRIAL

Tema:

**“VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL
CONCESIONARIO VEHICULAR ACCPASS EN LA CIUDAD DE
AMBATO.”**

**Disertación de grado previo a la obtención del título de
Ingeniero en Diseño Industrial**

Línea de investigación:

SIMBIOSIS ENTRE EL DISEÑO Y EL ENTORNO

Autor:

CRISTÓBAL ALONSO PEÑAHERRERA MELO

Director:

ING. PAULINA ESTHELA NARANJO TAPIA

Ambato-Ecuador

Septiembre 2013

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

SEDE AMBATO

HOJA DE APROBACIÓN

TEMA:

“VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO
VEHICULAR ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO.”

Línea de investigación:

Simbiosis entre el diseño y el entorno.

Autor:

CRISTÓBAL ALONSO PEÑAHERRERA MELO

PAULINA ESTHELA NARANJO TAPIA, ING
DIRECTORA DE DISERTACIÓN

f. _____

MISHEL PAULINA QUISPE MORALES, DIS.
CALIFICADORA

f. _____

JAIME BOLÍVAR RUIZ BANDA, ING., Msc.
CALIFICADOR

f. _____

CONCEPCIÓN DEL CARMEN BEDÓN VACA, ARQ.
DIRECTORA DE LA ESCUELA DE DISEÑO INDUSTRIAL

f. _____

HUGO ROGELIO ALTAMIRANO VILLAROEL Dr.
SECRETARIO GENERAL PUCESA

f. _____

Ambato – Ecuador

Septiembre 2013

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, Cristóbal Alonso Peñaherrera Melo portador de la cédula de ciudadanía No. 180454119-9 declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo la obtención del título de Ingeniero en Diseño Industrial son absolutamente originales, auténticos y personales.

En tal virtud, declaro que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del trabajo propuesto de investigación y luego de la redacción de este documento son y serán de mi sola y exclusiva responsabilidad legal y académica.

Cristóbal Alonso Peñaherrera Melo.

CI. 180454119-9

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por haberme dado la vida, la salud, la persistencia y la sabiduría para poder culminar una meta más en mi vida, y por siempre darme la fuerza para poder pintar una sonrisa ante los días más adversos de mi vida, a mi familia por confiar en mi, en mis habilidades y en mi inteligencia, a mis profesores quienes han compartido sus conocimientos, gracias por su enseñanza y paciencia, finalmente a esta prestigiosa Universidad que nos prepara en el camino de la excelencia y del servicio al prójimo, formándonos antes como personas y seres humildes y solidarios y luego como profesionales de primera y poder contribuir para bien en la sociedad.

Alonso Peñaherrera

DEDICATORIA

Con todo mi amor cariño y respeto este proyecto va dedicado a mis padres, Gladys y Mauro, pilares fundamentales de mi vida, a mis hermanos, Jacqueline, Juan Carlos, Gladys, y Mauro, que al igual que mis padres han velado por mi bienestar, se han esforzado día a día para hacer de mi una excelente persona y después un excelente profesional, y a toda mi familia y amigos gracias a cada uno de ellos, porque me han sabido guiar, proteger y ser solidarios en cada paso de mi vida, es por ellos que soy lo que soy ahora. Los amo con toda mi vida, y siempre los llevaré en mi corazón y caminaré con orgullo porque ustedes siempre están junto a mí que Dios los bendiga siempre.

Alonso

RESUMEN

En la ciudad de Ambato la comercialización de vehículos del tipo vans y mini vans para el transporte estudiantil o simplemente para el uso particular se ha venido acrecentando en los últimos años, la empresa ambateña Accpass especializada en la distribución de estos automóviles apuesta a cubrir esta creciente demanda con la implementación de varios concesionarios de vanguardia en distintos puntos de la ciudad.

El propósito de este proyecto es realizar la aplicación del vanguardismo en el diseño arquitectónico tanto interior como exterior de la edificación que se va a construir en el sector de Unamuncho, se ha considerado implementar nuevos soportes de exhibición para los vehículos con tecnología de punta y espacios interiores que manejen una estructura arquitectónica de vanguardia y vistosa. Para esto se han analizado los datos obtenidos de fuentes reales para saber cuales son las necesidades, tanto del personal que trabaja en Accpass como el de los clientes.

Al establecer áreas específicas que se encuentren afín a las actividades que se realizan en el concesionario se ha considerado también la integración de la tecnología de los vehículos que se comercializan en Accpass, con la tecnología de la edificación y que se establezcan también zonas interrelacionadas las unas con otras, reflejando en sus espacios interiores la modernidad de la construcción así como también los nuevos soportes de exhibición de los automóviles y elevar el volumen de ventas de la empresa.

ABSTRACT

In the city of Ambato, the market of van and mini vans for student transport or simply for personal use have been growing up in the last few years. The Company ACCPASS, from Ambato is specialized in distributing these kind of vehicles, and it wants to respond to this growing demand by implementing several avant garde dealerships in specific places of the city.

The purpose of this project is to create an avant garde application within interior and exterior architectural design of the structure which will be built in the area of Unamuncho. It has been considered to implement new exhibition platforms for vehicles with edge technology and interior spaces that will provide attractive and avant garde architectural structure. This is the reason why data has been collected from real sources in order to know what are the needs of the employees and the clients of ACCPASS.

By establishing specific areas that are suited to the activities performed in the dealership, it has been considered the integration of technology in vehicles that are traded in Accpass with structure technology. Furthermore interlinked zones are established together, showing within their interior spaces architectural modernity as well as new exhibition platforms which will increase the volume of the company sales.

TABLA DE CONTENIDOS

PRELIMINARES

Carátula.....	i
Hoja de Aprobación.....	ii
Declaración de Autenticidad t Responsabilidad.....	iii
Agradecimiento	iv
Dedicatoria	v
Resumen.....	vi
Abstract	vii
Tabla de Contenidos	viii
Tabla de Gráficos	xii
Tablas	xiii
Gráficos	xv
Fichas Técnicas	xvii

CAPÍTULO I

1.1 Problemas de Investigación	1
1.2 Antecedentes.....	1
1.3 Definición del Problema.....	1
1.4 Delimitación del Tema	2
1.5 Delimitación Espacial	2
1.6 Delimitación Temporal	2

1.7	Justificación	3
1.8	Objetivos.....	4
1.8.1	General.....	4
1.8.2	Específicos	4

CAPÍTULO II

2.1	Marco Teórico.....	5
2.2	Variables e Indicadores	5
2.2.1	Variable Independiente.....	5
2.2.2	Variable Dependiente	5
2.3	El Diseño	5
2.4	El Diseño Vanguardista	7
2.4.1	El vanguardismo y sus expresiones	7
2.5	El sentido de la arquitectura moderna.....	10
2.5.1	Primer Curso	11
2.5.2	Segundo Curso.....	13
2.6	Arquitectura y urbanismo.....	15
2.6.1	Edificio y Paisaje	16
2.6.2	Los Materiales	17
2.6.3	Módulos y Proporciones	18
2.7	Automóviles, Agencia de Servicios	18
2.7.1	Introducción	18
2.7.2	Clasificación	19
2.7.3	Antecedente	20

2.7.4 Comercialización	20
2.7.5 Planeación y Organización	21
2.7.6 Organigramas administrativos	21
2.7.7 Ubicación	21
2.7.8 Terreno	22
2.7.9 Crecimiento	22
2.7.10 Clasificación	23
2.8 Talleres de reparación de automóviles	28
2.9 Automóviles	29
2.10 Rampas y plataformas elevables	29
2.10.1 Rampa de tijera para alineación	29
2.10.2 Rampa Launch	31
2.11 Equipamiento del taller	32
2.11.1 Gato hidráulico de patín	32
2.11.2 Pluma hidráulica	32
2.11.3 Impulsor de balanceo	33
2.11.4 Plancha para vulcanizar	33
2.11.5 Abridor de neumáticos	34
2.11.6 Equipo de lubricación portátil	34
2.11.7 Herramienta especializada	35
2.12 Concesionario de vehículos Accpass	35
2.12.1 Misión	35
2.13.2 Visión	36

CAPÍTULO III

3.1 Metodología.....	37
3.1.1 Metodología inductiva.....	37
3.1.2 Investigación de campo.....	38
3.2 Población y muestra	39
3.3 Operacionalización de variables.....	51
3.4 Técnicas e instrumentos.....	41
3.4.1 La Entrevista.....	41
3.4.2 La Encuesta.....	41
3.5 Análisis de resultados de la Encuesta.....	42
3.6 Análisis de resultados de la Entrevista a los Empleados	55

CAPÍTULO IV

Propuesta	72
4.1 Tema	72
4.2 Introducción	73
4.3 Objetivo	73
4.4 Imagen gráfica.....	73
4.5 Planteamiento del Diseño.....	74
4.5.1 Análisis Arquitectónico	74
4.5 Presupuesto	120

CAPÍTULO V

Conclusiones y Recomendaciones	125
--------------------------------------	-----

5.1 Conclusiones	125
5.2 Recomendaciones	126
Bibliografía	127
Linkografía	129
Glosario	130
Anexos	133
Anexo 1: Encuesta	133
Anexo 2: Entrevista	136

TABLA DE GRÁFICOS

Imagen 2.1 Arquitectura moderna	11
Imagen 2.2 Arquitectura y urbanismo	15
Imagen 2.3 Rampa de tijera	30
Imagen 2.4 Rampa launch	31
Imagen 2.5 Gato hidráulico de patín	32
Imagen 2.6 Pluma hidráulica	32
Imagen 2.7 Impulsor de balanceo	33
Imagen 2.8 Plancha para vulcanizar	33
Imagen 2.9 Abridor de neumáticos	34
Imagen 2.10 Equipo de lubricación portátil	34
Imagen 2.11 Herramienta especializada	35
Imagen 4.1 Imagen gráfica	73

Imagen 4.2 Implantación.....	74
Imagen 4.3 Entorno	75
Imagen 4.4 Entorno	75
Imagen 4.5 Entorno	76
Imagen 4.6 Entorno	76
Imagen 4.7 Entorno	77
Imagen 4.8 Entorno	77
Imagen 4.9 Vialidad	78
Imagen 4.10 Organigrama	79
Imagen 4.11 Grilla.....	80

TABLAS

Tabla 3.1 Establecimiento de la Población	38
Tabla 3.2 Operacionalización de la Variable Dependiente	40
Tabla 3.3 Operacionalización de la Variable Independiente.....	40
Tabla 3.4 Conocimiento del concesionario	42
Tabla 3.5 Conocimiento del concesionario ACCPASS.....	43
Tabla 3.6 Áreas de un concesionario	44
Tabla 3.7 Criterio de ubicación de un concesionario	46
Tabla 3.8 Tipos de vehículos a encontrar en un concesionario.....	47
Tabla 3.9 Características de diseño arquitectónico de un concesionario	48
Tabla 3.10 Criterio sobre nuevas formas de exhibición de vehículos	

y la visita a concesionarios	50
Tabla 3.11 Criterio sobre nuevas formas de exhibición de vehículos y las ventas en un concesionario.....	51
Tabla 3.12 Especialización de concesionarios	52
Tabla 3.13 Relación entre las características visuales del concesionario Y las del producto	54
Tabla 3.14 Tiempo que labora en ACCPASS.....	55
Tabla 3.15 Área más importante en ACCPASS	57
Tabla 3.16 Razones de la importancia de las áreas en ACCPASS.....	58
Tabla 3.16 Criterio sobre el nuevo diseño y ambiente laboral.....	59
Tabla 3.18 Razones por las que se mejoraría el ambiente laboral.....	60
Tabla 3.19 Criterio sobre la ubicación del concesionario y la fidelidad de los clientes.....	61
Tabla 3.20 Razones para relacionar la ubicación del concesionario con la fidelidad de los clientes.....	63
Tabla 3.21 Características del diseño arquitectónico que genera valor agregado.....	64
Tabla 3.22 Razones por las que se agrega valor con el diseño arquitectónico.....	65
Tabla 3.23 Diseño arquitectónico como factor diferenciador	66
Tabla 3.24 Razones para considerar que el diseño arquitectónico es un como factor diferenciador.....	68
Tabla 3.25 Características visuales y formales como incentivo a la Calidad en atención al cliente	69

Tabla 3.26	Estilo que se identifica en concesionario	70
Tabla 4.1	Programación (primera parte)	81
Tabla 4.2	Programación (segunda parte)	82
Tabla 4.3	Proforma 1	118
Tabla 4.4	Proforma 2	119
Tabla 4.5	Proforma 3	120
Tabla 4.6	Proforma 4	120
Tabla 4.7	Proforma 5	121
Tabla 4.8	Proforma 6	122
Tabla 4.9	Proforma 7	122
Tabla 4.10	Proforma 8	123
Tabla 4.11	Proforma 9	124
Tabla 4.12	Proforma 10	124

GRÁFICOS

Gráfico 3.1	Conocimiento del concesionario	42
Gráfico 3.2	Conocimiento del concesionario ACCPASS	43
Gráfico 3.3	Áreas de un concesionario	45
Gráfico 3.4	Criterio de ubicación de un concesionario	46
Gráfico 3.5	Tipos de vehículos a encontrar en un concesionario	47
Gráfico 3.6	Características de diseño arquitectónico de un concesionario	49
Gráfico 3.7	Criterio sobre nuevas formas de exhibición de vehículos y la visita a concesionarios	50

Gráfico 3.8 Criterio sobre nuevas formas de exhibición de vehículos y las ventas en un concesionario	51
Gráfico 3.9 Especialización de concesionarios	53
Gráfico 3.10 Relación entre las características visuales del concesionario Y las del producto	54
Gráfico 3.11 Tiempo que labora en ACCPASS.....	56
Gráfico 3.12 Área más importante en ACCPASS	57
Gráfico 3.13 Razones de la importancia de las áreas en ACCPASS	58
Gráfico 3.14 Criterio sobre el nuevo diseño y ambiente laboral.....	59
Gráfico 3.15 Razones por las que se mejoraría el ambiente laboral	60
Gráfico 3.16 Criterio sobre la ubicación del concesionario y la fidelidad de los clientes.....	62
Gráfico 3.17 Razones para relacionar la ubicación del concesionario con la fidelidad de los clientes.....	63
Gráfico 3.18 Características del diseño arquitectónico que genera valor agregado.....	64
Gráfico 3.19 Razones por las que se agrega valor con el diseño arquitectónico.....	65
Gráfico 3.20 Diseño arquitectónico como factor diferenciador.....	67
Gráfico 3.21 Razones para considerar que el diseño arquitectónico es un como factor diferenciador.....	68
Gráfico 3.22 Características visuales y formales como incentivo a la Calidad en atención al cliente	69
Gráfico 3.23 Estilo que se identifica en concesionario	70

FICHAS TÉCNICAS

Ficha Técnica 4.1	83
Ficha Técnica 4.2	84
Ficha Técnica 4.3	85
Ficha Técnica 4.4	86
Ficha Técnica 4.5	87
Ficha Técnica 4.6	88
Ficha Técnica 4.7	89
Ficha Técnica 4.8	90
Ficha Técnica 4.9	91
Ficha Técnica 4.10	92
Ficha Técnica 4.11	93
Ficha Técnica 4.12	94
Ficha Técnica 4.13	95
Ficha Técnica 4.14	96
Ficha Técnica 4.15	97
Ficha Técnica 4.16	98
Ficha Técnica 4.17	99
Ficha Técnica 4.18	100
Ficha Técnica 4.19	101
Ficha Técnica 4.20	102

Ficha Técnica 4.21	103
Ficha Técnica 4.22	104
Ficha Técnica 4.23	105
Ficha Técnica 4.24	106
Ficha Técnica 4.25	107
Ficha Técnica 4.26	108
Ficha Técnica 4.27	109
Ficha Técnica 4.28	110
Ficha Técnica 4.29	111
Ficha Técnica 4.30	112
Ficha Técnica 4.31	113
Ficha Técnica 4.32	114
Ficha Técnica 4.33	115
Ficha Técnica 4.34	116
Ficha Técnica 4.35	117

CAPITULO I

1.1- PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.2.- Antecedentes

Accpass es una empresa ambateña especializada en la comercialización de vehículos chinos tipo vans y mini vans en las marcas BAW y CHANGHE, que además ofrece repuestos y servicio técnico con concesionarios en Ambato y Quito y distribuidores autorizados en todo el país.

El vanguardismo como una nueva forma de diseño aplicada en el concesionario de vehículos Accpass en la ciudad de Ambato, permitirá ver de una manera distinta la exhibición de los diversos productos que se ofertan en la empresa y manejar una diversa gama de conceptos de diseño interior, que incentive un mejor clima laboral y elevar la comodidad de los clientes que finalmente redundará en un mayor volumen de ventas de los productos.

1.3.- Definición Del Problema

¿Cómo beneficiaría la aplicación del vanguardismo en el diseño interior de un concesionario de vehículos?

¿Cuál de todos los estilos vanguardistas se acopla de mejor forma dentro del diseño de un concesionario de vehículos?

¿Cómo llamar la atención del cliente de una manera más efectiva?

¿Cuáles son los beneficios que obtendría la empresa si se aplica un diseño vanguardista?

¿Cuál es el costo de la aplicación de este proyecto?

1.4.- Delimitación Del Tema

- **CAMPO:** Diseño
- **ÁREA:** Diseño Interior
- **ASPECTO:** Aplicación del vanguardismo en el diseño de un concesionario vehicular.

1.5.- Delimitación Espacial

Esta investigación se realizará en la concesionaria del sector de Unamuncho ubicado en el sector rural de la ciudad de Ambato.

1.6.- Delimitación temporal

Este problema será estudiado, en el período comprendido entre el mes de Noviembre 2012 hasta el mes de Marzo del 2013.

1.7.- Justificación

La propuesta se presenta para hacer frente a la complicada situación de la venta de automóviles en estos últimos años, Accpass ha apostado porque en sus concesionarios se manejen conceptos distintos y llamativos para la venta de sus vehículos más vendidos con el fin de buscar la aplicación de nuevos estilos de diseño para llegar a mejorar a nivel funcional y formal el diseño de un concesionario vehicular, investigando sobre nuevos conceptos de diseño aplicados a los espacios de un concesionario de automóviles y analizar los diferentes soportes para la exhibición de vehículos que comercializa la empresa Accpass.

Los principales beneficiarios serán los propietarios de la empresa tanto como todos los clientes de Accpass, las personas de la ciudad de Ambato puesto que se va a proponer un nuevo concepto de diseño que mejorará el urbanismo de la ciudad.

La propuesta permite vincular la gestión académica de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador en el área del diseño interior con problemas empresariales de la ciudad procurando su solución, con el fin de fortalecer el negocio de venta de autos que a su vez genera mayores utilidades y una mejor calidad de vida para quienes trabajan en Accpass.

1.8.- Objetivos:

1.8.1.- Objetivo General:

Aplicar el vanguardismo al diseño del concesionario vehicular Accpass en la ciudad de Ambato.

1.8.2.- Objetivos Específicos:

- Determinar las características espaciales para el diseño de un concesionario.
- Definir elementos de soporte que funcionen como sistemas de exhibición vehicular.
- Establecer los estilos y tendencias que faciliten la comercialización de vehículos dentro de un concesionario.
- Elaborar una propuesta de diseño interior que integre el espacio y su entorno.

CAPITULO II

2.1.- Marco Teórico

2.2.- Variables e Indicadores.

2.2.1.- Variable Dependiente.

Diseño de concesionario de vehículos Accpass.

2.2.2.- Variable independiente.

El Vanguardismo.

2.3.- El Diseño

El diseño es una configuración mental que se da en el momento que se busca dar solución a un problema, se apoya de ciencias creativas como la ingeniería, la arquitectura, la industria, la comunicación, entre otras.

El diseñador no realiza algo netamente artístico, aunque sea una manera de verlo, sin embargo para diseñar se siguen ciertos procesos y pasos metodológicos para llegar a una solución.

Para la realización de un diseño es trascendental tomar en cuenta los siguientes pasos:

- Observación
- Investigación
- Análisis
- Pruebas de prototipos
- Corrección
- Construcción o modelaciones en 3d virtuales.

Al diseñar se debe también pensar en el medio ambiente concibiendo lo estético – funcional amigable con la naturaleza. El uso de materiales es básico para estas propuestas amigables con el medio, también mediante la domótica y los tratamientos térmicos se solucionan problemas de diseño que con anterioridad se generaban, por ejemplo antes se construía una casa sin pensar en un tratamiento térmico según la zona donde la edificación este situada, o los materiales no eran aptos resistir la inclemencias del clima.

Por el lado de la domótica o la aplicación de la tecnología en el ecodiseño se pueden mencionar como un ejemplo el uso de paneles solares para el ahorro de energía, las persianas con sensores de luz que permiten el aprovechamiento de la luz natural, etc.

En el diseño industrial se puede mencionar el generar un prototipo que pueda ser industrializable como su nombre lo dice el diseño busca la producción en

masa de productos.

El diseñador industrial siempre busca la innovación y el satisfacer las necesidades de la humanidad, pensando en su funcionalidad, estética y economía, de esto se puede deducir que el factor de la humanización innovadora de tecnologías y el factor del intercambio económico y cultural, son fundamentales al momento de crear un producto o un objeto para su industrialización.

2.4.- El diseño vanguardista.

El vanguardismo se da debido a la evolución de los distintos estilos de diseño y su aplicación a las diversas expresiones artísticas como la música, la pintura, la escultura, la arquitectura, etc.

El vanguardismo tiene por pauta el no respetar a ninguna regla lo que quiere decir que siempre se busca la innovación y la libertad.

2.4.1.- El Vanguardismo y sus expresiones

En el vanguardismo se dieron varios de los llamados ismos que son estilos de diseño, como son:

2.4.1.1.- Impresionismo

Se caracteriza por transmitir a la obra los diversos procesos mentales, manejando la intuición y la desvinculación de un personaje real por personajes con asociaciones psicológicas. Nace como una reacción al realismo.

2.4.1.2.- Expresionismo

Se da por la necesidad de representar las fobias del ser humano por lo tanto no necesita de un alto nivel de realismo y ni de belleza estética.

2.4.1.3.- Fauvismo

En el fauvismo se busca la representación de imágenes mediante la superposición de colores evitando los objetos sumidos a la luz, pues en el fauvismo creían que mediante el color se podían plasmar los sentimientos del autor.

2.4.1.4.- Cubismo

Tuvo dos etapas el cubismo analítico en donde sus exponentes buscaban la descomposición total del realismo y el cubismo sintético donde se descarta la perspectiva de los elementos.

2.4.1.5.-Futurismo

Se rompe con la tradición y lo clásico y comienzan a experimentar con nuevos elementos. Se caracteriza la audacia y la revolución artística.

2.4.1.6.- Dadaísmo

Es la representación de lo terrorífico y fantástico.

2.4.1.7.- Creacionismo

Exalta la labor del autor a nivel de compararlo con un Dios.

2.4.1.8.- Surrealismo o superrealismo

Representa lo imaginario y lo irracional.

2.4.1.9.- Vanguardismo

Este estilo es en donde se capta la conciencia con la realidad, ejemplo cuando se vive un hecho y éste a futuro genera recuerdos, que después son expresados a través del arte.

2.4.1.10.- Cosmopolitismo

Representa la problemática urbana a nivel geográfico y económico.

2.4.1.11.- Neorrealismo

El existencialismo es la base fundamental para esta corriente artística y exagera la angustia de un ser humano.

2.4.1.12.- Existencialismo

Es la representación del ser humano como responsable de sus hechos sin la presencia de una fuerza superior o Dios.

2.4.1.13.- Experimentalismo

Se basa en argumentos científicos para explicar el comportamiento de su arte.

2.4.1.14.- Contextualismo

Su postura modernista lo asocia con el post-modernismo.

2.5.- El sentido de la arquitectura moderna.

La arquitectura moderna se identifica mucho con los avances tecnológicos y

más específicamente con la revolución francesa en donde las vanguardias constructivas cambiaron totalmente el modo de ver y entender lo artístico.

Imagen 2.1: Arquitectura Moderna



Fuente: http://berraingenieros.blogspot.com/2010_12_19_archive.html, Hospital Provincial De Avila, revisado en diciembre 2012

2.5.1.- Primer Curso

Ozenfant y Jeanneret Après en su escrito resaltan los atributos de la economía, precisión, rigor y universalidad como un modo totalmente nuevo y diferente de plasmar la construcción visual del objeto.

Los objetos contruidos por Ozenfant y Jeanneret cada vez fue tomando más personalidad y su estilo de arte y construcción eran atípicos, lo que les iba dando una legalidad autónoma en su objetos. Esta nueva forma de concebir el arte es el resultado de la autorreflexión del artista tanto en lo

teórico como en lo estético.

Un paso muy importante para la concepción de lo que hoy se podría llamar vanguardista lo dieron artistas representantes del cubismo como Malevitch y Cézanne quienes aportaron al arte una forma de crear sus trabajos en la cual se vio una notoria evolución. Con su visión de las cosas y una nueva manera de plasmar la realidad en sus obras le dieron un valor artístico específico que desempeñó un papel prevanguardista fundamental en la historia del arte.

En la mitad del siglo XIX se desarrolla una línea de pensamiento estético, formal y al arte como una manifestación sensible de las ideas.

Worringer resalta a la abstracción y la empatía como expresión del arte totalmente ajena a la estética de lo bello natural. La empatía lo sustenta basando en la forma que cada persona tiene para animar las cosas y los expresa en estados de ánimo; esta manera de interpretar las cosas por cada persona esta interpretada como una expresión de nuestra subjetividad. Sobre la abstracción él sostiene que es la fusión de asociaciones representativas, sentimientos y también de la abstracción que sitúa la belleza en lo inorgánico.

Esta evolución del arte es la influencia y convergencia de varios artistas a lo largo del tiempo en donde cada uno plantea de forma distinta la concepción del arte basados en reglamentos teóricos y artísticos sin dejar de lado lo

bello y lo proporcional dándole a cada una de sus piezas y objetos artísticos un valor agregado valioso y una riqueza de recursos muy bien sustentados y fundamentados que desembocan en un nuevo estilo y evolución del arte llamado vanguardismo.

2.5.2.- Segundo Curso

En esta segunda parte se analiza la idea de relación entre el criterio de construcción y de la forma en que trasciende la naturaleza de los elementos que la constituyen, es por eso que estos elementos poseen una particular configuración de los objetos. Esta configuración de los objetos lleva hacia una línea que pone ante un modo de construir, de concebir la forma, que supera claramente las tentativas del Cubismo más radical.

Picasso es uno de los grandes exponentes de este siguiente paso en la evolución del arte al plantear relaciones elementales pero intensas entre elementos de gran peso visual para sintetizar objetos a la vista del espectador.

Estos nuevos estilos tardaron de diez a quince años para su aplicación en la arquitectura, este retraso sustancial no fue un impedimento para el avance de estas cualidades en la arquitectura puesto que su asombroso crecimiento para igualar el estudio de estos estilos en la plástica tan solo tardo diez años Mies Van der Rohe para una vivienda de su familia aplica una concepción apoyada en una idea moderna de forma abstracta y personalizada.

Le Corbusier es otro exponente y pionero en la arquitectura moderna junto a Miles van der Rohe que lograron acoplar estas nuevas formas de concepción del arte y de la manera de plasmar la realidad. Le Corbusier logró un equilibrio entre el orden y el espacio a tal punto que le permitió conseguir un alto nivel de consistencia que las obras clásicas, pero con obras modernas y distintas que tenían un equilibrio armonioso entre lo estético y funcional.

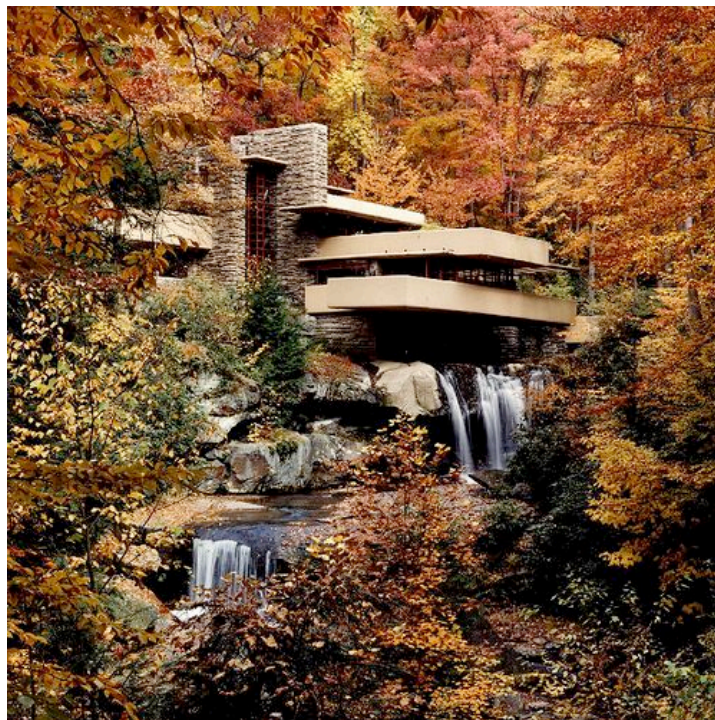
Durante la Segunda Guerra Mundial, en los Estados Unidos de Norte América se fortalecía un nuevo tipo de arquitectura que confiaba en la concepción formal del espacio como un criterio de identidad histórica y cultural de sus productos.

En los años cincuenta la arquitectura moderna y vanguardista se afianzaba a pasos agigantados ya no era algo que se podía tomar a la ligera, aunque fue muy criticada en sus inicios como todo proceso o nuevas cosas que se quieran generar hoy en día, puesto que a las personas les cuesta aceptar y acostumbrarse a lo nuevo para salir de la rutina, pero a pesar de esto la modernidad arquitectónica con una mezcla de preceptos morales, críticas, compromisos técnicos y anhelos sociales, fue marco de las vanguardias artísticas, ya para este punto la arquitectura había calado en la conciencia de las personas y cambio la forma de ver los nuevos proyectos de los arquitectos.

2.6.- Arquitectura y Urbanismo.

La evolución constante de la arquitectura que ha tomado un rumbo distinto al resto de artes, han llevado a que exista una serie de bifurcaciones a nivel tendencias y estilos arquitectónicos que expresan diversos tipos de mensajes dentro del urbanismo de una ciudad, por ejemplo edificios que expresan la alta tecnología de un país, edificaciones que expresan el poder económico de una ciudad o simplemente ciudades que se quieren hacer notar mediante una obra arquitectónica que mejore su urbanismo y que ubique a la ciudad dentro del mapa comercial.

Imagen 2.2: Arquitectura y Urbanismo



Fuente <http://www.plataformaarquitectura.cl/tag/frank-lloyd-wright/>, Casa en la Cascada
F.Lloyd Wright. revisado en diciembre 2012

El urbanismo puede definir la situación de pobreza o la radicalidad social de un país, para mencionar un ejemplo se puede ver una estrecha relación con el poder económico de clases jóvenes con mucho dinero, que son factores que definen la exuberancia de un urbanismo “modelo Dubai” contra la otra cara de la moneda que son las ciudades de Arabia Saudita como Sharia que tienen un aspecto más lúgubre. El urbanismo puede llevar a una silenciosa revolución social y económica de un país o un sector frente al mundo.

2.6.1.- Edificio y Paisaje

Las edificaciones y construcciones de F. Lloyd Wright son unas verdaderas obras de arte como lo especifican en su libro “sus casas cantan”, esto se debe que el busca la integración de sus obras arquitectónicas con el medio en donde están edificadas y es ahí en donde las personas se preguntan ¿qué fue construido primero?, el ambiente que rodea las obras de Wright o la edificación en sí, pero si creen que solo en sus fachadas pueden deslumbrar, están equivocados porque solamente observando su interior quedarían maravillados ante la majestuosidad del espacio.

F. Lloyd Wright fue conocido como el rey del manejo proporcional de espacios arquitectónicos, porque se podía estar en un lugar estrecho y triste a pasar a un lugar amplio y luminoso. Wright consideraba que las edificaciones no deberían solamente ser un espacio para que las personas realicen ciertas actividades; sino que las edificaciones cobijen a las personas y que sientan una impresión satisfactoria.

El arquitecto Wright creía que uno de los mayores problemas de las edificaciones que se construían en el medio, era la falta de integración entre sí y la falta de visión para las proyecciones de expansión de las obras.

El uso de los materiales para Wright fue un pilar fundamental puesto que en cada una de las obras él habla de la integración del edificio con la tierra (topografía), el uso adecuado de la naturaleza de los materiales, el sentido del espacio que era algo instintivo en él, el uso de una buena iluminación y el manejo del orden en las obras arquitectónicas permitieron que Wright resalte como un exponente muy renombrado de la arquitectura moderna.

2.6.2.- Los Materiales

En la naturaleza de los materiales, se inicia con el análisis de esta frase que Wright utilizó para referirse a que él veía al ladrillo como un ladrillo, a la madera como una madera lo que quiere decir que él siempre utilizó el material de la manera más natural posible es decir sin ningún tipo de pintura o revestimiento alguno, F. Lloyd Wright conoció las canteras de Wisconsin y fue ahí en donde él dijo que aprendió verdaderamente a utilizar y comprender el comportamiento del material; para Wright no había un material pobre o rico para él todos tenían su peculiaridad y decía que a cada material se lo debe tratar de una forma especial. Entre los materiales de uso más común en las obras de Wright se puede mencionar: la madera, el ladrillo, la piedra, el hormigón y los bloques de hormigón.

2.6.3.- Módulos y Proporciones

Las residencias y edificaciones de Wright partían de la modulación de una célula que le daba al espacio eutritmia y movimiento. Las formas de estas células para modulación pasaban desde un círculo, un cuadrado un triángulo, un rombo y hasta un hexágono que era la favorita de Wright porque generaba una amplia sensación de movimiento; también se puede mencionar el uso de un ángulo obtuso en reemplazo del ángulo recto esto era sustentado porque él se basó en la circulación de personas dentro de un espacio arquitectónico para generar una propuesta de un lugar para un alto tránsito de personas.

2.7.- Automóviles Agencia de Servicio.

2.7.1.- Introducción

Hoy en día el poseer un automóvil más que un lujo se ha convertido en una necesidad, puesto que las personas tienen la necesidad de transportarse de la casa al trabajo, centros comerciales, lugares de esparcimiento, etc.

Las edificaciones que comercializan este tipo de producto poseen las especificaciones técnicas de construcción y también tienen estudios muy minuciosos de sus áreas de trabajo y exhibición, es por eso que el papel de un diseñador interiorista es muy importante para que el trabajo de la

construcción de un concesionario vehicular se lleve a cabo de la mejor manera y cuente con todas las normas y exigencias que las multinacionales demandan.

Es una edificación de tipo comercial, es por eso que la estandarización tanto en materiales, superficies de construcción, instalaciones especiales, mantenimiento del inmueble y sistemas rápidos de construcción, resultan en ocasiones económicas.

2.7.2.- Clasificación

Para su estudio, las edificaciones se clasifican en:

- Agencias de automóviles
- Estaciones de servicio
- Gasolineras
- Servicio de lavado, engrasado y lubricación
- Taller mecánico
- Llantera

Las construcciones de agencias de vehículos son diferentes a las plantas de ensambladoras puesto que por el armado de vehículos necesitan una edificación del tipo industrial, a diferencia de una agencia vehicular que es un punto de venta del automotor que se relaciona con la marca de las empresas de automóviles porque éstas concesionan el vehículo a las

agencias de venta.

2.7.3.- Antecedentes

Como en toda agencia de ventas el objetivo es tener utilidades. Un concesionario por su alto nivel de competencia a nivel mundial cambia de producto constantemente. Hoy en día al momento de escoger un vehículo se lo hace fijándose en sus especificaciones técnicas, de ingeniería, rendimiento, comodidad y seguridad a diferencia de otras épocas en donde se escogía un automóvil por su precio y su marca por se algo más elitista.

La exigencia de un vehículo varía dependiendo del país donde se lo comercializa, por ejemplo la exigencias de México y Latinoamérica son distintas de la de Estados Unidos y Europa en donde el cliente estudia la ingeniería del vehículo y se lo compra por internet y la fábrica ensambla el automóvil según las especificaciones del cliente o en Japón donde el vehículo no esta ensamblado al 100% para que las partes que le faltan sean escogidas por el cliente.

2.7.4.- Comercialización

Los altos niveles de competitividad hacen que los puntos de ventas vehiculares (concesionarios) busquen la manera de llamar la atención al cliente es decir una nueva forma de comercialización, que generen un target más amplio de clientes y por ende mayor utilidad.

Existen nuevas formas de financiamiento vehicular hoy en día, ya sea por parte de la misma agencia o por medio de una institución bancaria.

Toda empresa tiene que contar con un organigrama mercantil con opciones de venta, con su respectivo personal de ventas. También se considera el crecimiento del público objetivo que pueda adquirir un automóvil.

2.7.5.- Planeación y Organización

La agencia de vehículos tiende a crecer debido al aumento de productos para la venta que esta tiene, siempre se tiene que tomar en cuenta la zona en donde va a estar ubicado el concesionario vehicular para poder analizar los diversos tipos de lineamientos que plantea la empresa.

2.7.6.- Organigramas Administrativos

No existen reglas que no se puedan romper al momento de realizar un organigrama administrativo todo esto depende de la propia empresa y de su forma de operarla, así como del número de unidades al año, efectividad de sus gerentes y del personal en general.

2.7.7.- Ubicación

Los factores que determinan la buena ubicación de un concesionario son

varios pero los más importantes que se pueden mencionar son: el flujo de gente a esa zona, su vialidad es decir la accesibilidad o la cercanía física o que quede de paso para el público objetivo y que cuente con vías rápidas que puedan separar un negocio del mercado potencial.

Hay que tomar en cuenta que no necesariamente la cercanía física puede determinar que el lugar sea bueno o malo sino que esté ubicado en la zona más idónea para exhibir el producto a sus clientes, que cuente con un amplio terreno y con todas las comodidades para poder establecer una agencia vehicular.

2.7.8.- Terreno

De preferencia se escogen terreno esquineros que cuenten con retiros en la parte delantera para poder plantear una plazoleta y un estacionamiento para los clientes.

2.7.9.- Crecimiento

Muchas marcas crecen, es por eso que se debe pensar en la ampliación y prever la compra de terrenos aledaños o de plantear estacionamientos de diferentes niveles, esto resulta imposible en construcciones de un solo nivel.

Para evitar edificaciones obsoletas se debe plantear desde un inicio una agencia vehicular que cuente con amplios espacios.

2.7.10.- Clasificación

Su clasificación depende del tamaño del concesionario vehicular, se menciona a continuación algunas de las clasificaciones:

1. Venta de automóviles y camionetas
2. Automóviles usados
3. Automóviles y Camiones
4. Camiones y tractocamiones
5. Autobuses
6. Renta de autos
7. Agencia de motocicletas

2.7.10.1.- Venta de automóviles y camionetas. Edificios con un área de exhibición pequeña se adapta perfectamente para la comercialización de estos autos.

2.7.10.2.- Autos usados. Exhibición con espacios abiertos y una pequeña construcción administrativa.

2.7.10.3.- Automóviles y Camiones. Edificaciones mixtas con áreas amplias y otras pequeñas, una para pasajeros y otra para carga también se tiene una exhibición en los exteriores de los concesionarios.

2.7.10.4.- Camiones y Tractocamiones. En este tipo de concesionarios se caracteriza espacios sumamente amplios por la exhibición de vehículos de gran tamaño.

2.7.10.5.- Autobuses. Espacios amplios, generalmente es un complemento de la ensambladora de este tipo de automotor.

2.7.10.6.- Renta de autos. Edificios que cuenten con un amplio cobertizo y una gran área exterior.

2.7.10.7.- Agencia de motocicletas. Edificios pequeños pero que cuentan con áreas similares al de un concesionario vehicular.

2.7.11.- Programa Arquitectónico de una agencia de Automóviles Nuevos

A pesar de que una agencia vehicular ya posee un plan arquitectónico existe la flexibilidad en donde uno debe hacer un listado de las sugerencias y gustos por parte del gerente propietario de la marca. A continuación se mencionarán algunos de los diferentes planes de estudio de distribución:

2.7.11.1.- “Acceso

Plaza

Estacionamiento:

Para el público

Para el personal

2.7.11.2.- Ventas

Acceso:

Público

Para el personal

Exposición de autos

Cubículos:

Venta de flotillas

Venta por arrendamiento

Caja

Sala de espera

Gestiones y trámites

Entrega de autos nuevos

Archivo de ventas

Gerencia de ventas

Sanitarios para hombres y mujeres

2.7.11.3.- Administración

Recepción para el público

Sanitarios públicos para hombres y mujeres

Gerencia de ventas

Archivo de vendedores

Zona secretarial

Arrendamiento

Contador

Finanzas

Archivo

Gerencia Administrativa

Crédito y cobranzas

Trámites

Sanitarios para el personal

Sala de espera

Zona secretarial

Tesorería

Compras

Recursos humanos

Sala de capacitación

Sala de juntas

Recepción de la gerencia general

Secretaria del gerente general

Privado y sala de juntas del gerente general

Venta de refacciones

2.7.11.4.- Áreas exteriores:

Acceso:

Para el público

Para el personal

Estacionamiento:

Para clientes

Para el personal

Andén de carga y descarga de refacciones y accesorios

Recepción

Secretaria

Gerente de refacciones

Control de personal

Control de mercadería

Cubículo para contador, administrador, o ambos

Caja

2.7.11.5.- Área de pintura

Caseta de pintura

Instalaciones para caseta de pintura y preparación

Hidrocel

Caseta de preparación doble

Laboratorio de colorística

Bodega de materiales

Bodega de partes

Entrega de vehículos

Área de suministro e combustible

Lavado de autos

Estacionamiento para autos reparados

Servicios

Cuarto de máquinas

Bombas y filtros

Cuarto del sistema de recuperación de agua

Sanitarios

Baño y vestidores del personal

2.7.11.6.- Servicios generales

Cocina

Comedor

Cuarto de aseo

Cuarto de basura”

(Plazola, 1994)

2.8.- Talleres de Reparación de Automóviles

El taller de reparación vehicular se basa en 3 puntos fundamentales, el primero que involucra a oficina, taller, almacén de piezas y el segundo que

comprende al taller de servicio, oficina, almacén de piezas.

El taller debe contar con alturas y dimensiones apropiadas para poder tener áreas de trabajo bien establecidas, estas pueden ser fijas o rotativas; fijas cuando la persona esta encargada del control de una máquina grande que ya posea un lugar fijo en el taller y rotativa cuando el trabajo que realiza la persona involucra una mayor actividad física.

2.9.- Automóviles

Se debe tener en cuenta los radios de giro y peso de un automóvil para calcular el espacio tanto en los parqueaderos como en el acceso al garaje.

2.10.- Rampas Y Plataformas Elevables

Existen diversos tipos de rampas y plataformas de elevación entre las más comunes se tiene: La rampa de tijera para alineación y las rampas LAUNCH que combinan diseño y tecnología.

2.10.1.- Rampa de tijera para alineación.

- Platos delanteros y traseros para uso pesado (incluidos)
- Doble seguro automático con liberación neumática
- Sistema de doble pistón sincronizado
- Rampas de acceso removible
- Accionamiento electro-hidráulico

- Diseño de alta resistencia
- Consola de control de operación simple
- Ideal para talleres con espacio reducido

Imagen 2.3: Rampa de Tijera



Fuente: <http://wintek.com.mx/site/>, revisado en diciembre 2012

2.10.1.1.- Especificaciones Técnicas

- Capacidad de levante: 12,000 lbs (5.5 ton)
- Longitud total (sin rampas): 4916 mm
- Longitud total (con rampas): 6216 mm
- Ancho total: 2185 mm
- Altura retraída: 265 mm
- Altura máxima de levante: 1800 mm
- Ancho de pista: 625 mm
- Ancho entre pistas: 855 mm
- Tiempo de levante: 65 seg
- Motor: 4 H.P. 220 V 60Hz 2 Fases

2.10.2.- Rampas LAUNCH

- **Capacidad de Levante:** 10,000 Lbs. / 4536 Kg.
- **Altura Total:** 145" / 3683 mm.
- **Ancho Total:** 145" / 3683 mm.
- **Ancho Entre Columnas:** 112" / 2845 mm.
- **Altura Máxima de Levante:** 73" / 1854 mm.
- **Motor:** 220 VAC / 60hz. 1ph.
- **Tiempo de Levante:** 45 Segundos.
- **Carga Máxima por Brazo:** 2,500 Lbs. / 1134 Kg.

Imagen 2.4: Rampa Launch

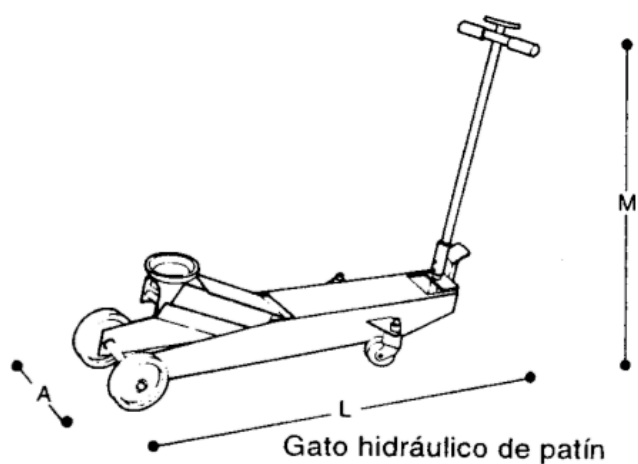


Fuente: <http://wintek.com.mx/site/>, revisado en diciembre 2012

2.11.- Equipamiento del taller

2.11.1.- Gato Hidráulico de Patín

Imagen 2.5: Gato Hidráulico de Patín

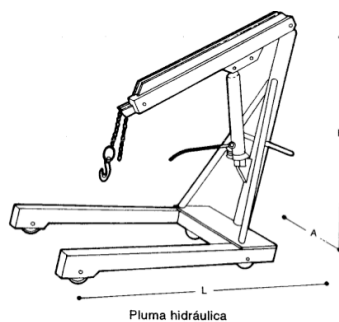


Fuente: Vol. 02 (CentralAutobus-AgenciaAutos-Banco-Bodega-Biblioteca), Plazola

Pág. 170

2.11.2.- Pluma Hidráulica

Imagen 2.6: Pluma Hidráulica

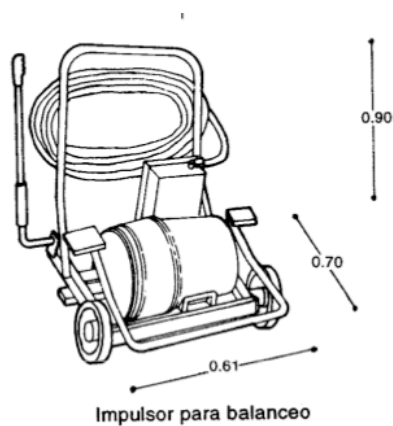


Fuente: Vol. 02 (CentralAutobus-AgenciaAutos-Banco-Bodega-Biblioteca), Plazola

Pág. 170

2.11.3.- Impulsor de Balanceo

Imagen 2.7: Pluma Hidráulica

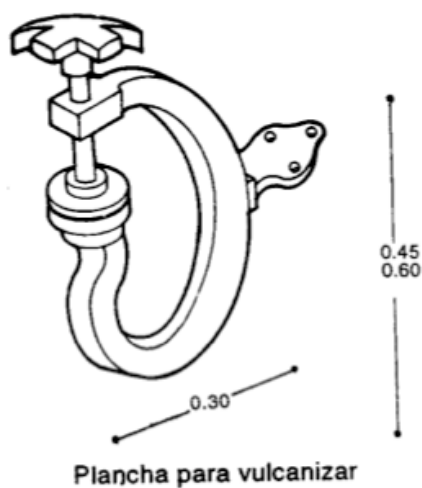


Fuente: Vol. 02 (CentralAutobus-AgenciaAutos-Banco-Bodega-Biblioteca), Plazola

Pág. 171

2.11.4.- Plancha para Vulcanizar

Imagen 2.8: Plancha para Vulcanizar

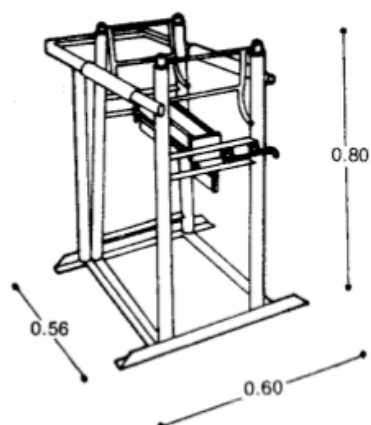


Fuente: Vol. 02 (CentralAutobus-AgenciaAutos-Banco-Bodega-Biblioteca), Plazola

Pág. 171

2.11.5.- Abridor de Neumáticos

Imagen 2.9: Abridor de Neumáticos



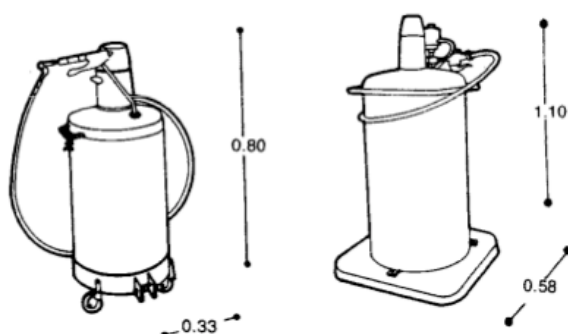
Abridores para neumáticos

Fuente: Vol. 02 (CentralAutobus-AgenciaAutos-Banco-Bodega-Biblioteca), Plazola

Pág. 171

2.11.6.- Equipo de Lubricación Portátil

Imagen 2.10: Equipo de Lubricación Portátil



Equipo de lubricación portátil

Fuente: Vol. 02 (CentralAutobus-AgenciaAutos-Banco-Bodega-Biblioteca), Plazola

Pág. 171

2.11.7.- Herramienta Especializada

Imagen 2.11: Herramienta Especializada



Fuente: <http://equipoautomotrizjavaz.com/equipo-especializado/herramienta-especializada.php>

2.12.- Concesionario de Vehículos Accpass

Entidad que se encarga de la comercialización y distribución de vehículos chinos, repuestos y servicios post venta.

2.12.1.- Misión.- "Somos pioneros en la comercialización y distribución de vehículos chinos, repuestos y servicios post venta, contamos con un equipo humano altamente capacitado y comprometido en la búsqueda de la

satisfacción de las necesidades de nuestros clientes, contribuyendo al crecimiento del Ecuador.”

2.12.2.- Visión.- “Llegar a ser líderes en el mercado automotriz en la venta de vehículos chinos, expandiendo nuestra distribución a nivel nacional ofertando marcas prestigiosas y de alta tecnología acreditada a nivel mundial.”

CAPITULO III

3.1. Metodología

El presente proyecto se realizará en base a una investigación metodológica responsable, compartida entre investigadores y unidades de observación.

Los métodos utilizados en este campo son:

3.1.1.- Metodología Inductiva

Se trata de ver el problema desde la institución de manera que resulte más fácil resolver y ver fallas y faltantes, es un modo de razonar que nos lleva.

- a) De lo particular a lo general.
- b) De una parte a un todo.

Inducir es ir más allá de lo evidente. La generalización de los eventos es un proceso que sirve de estructura a todas las ciencias experimentales, ya que éstas—como la física, la química y la biología— se basan (en principio) en la observación de un fenómeno (un caso particular) y posteriormente se realizan investigaciones y experimentos que conducen a los científicos a la generalización.

3.1.2.-Investigación de Campo

Este tipo de investigación se apoya en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas y observación directa.

3.2.- Población y muestra

Tabla 3.1. Establecimiento de la Población

CARACTERÍSTICA	NUMERO
Total habitantes Ambato	329.856
P.E.A. Ambato	126.896
Autos de transporte particular en Tungurahua	41.566
Autos de alquiler para transporte de personas	1.872
% autos de alquiler/autos transporte particular	4,5%
POBLACION 4,5% de la P.E.A de Ambato	5.710

Fuente: INEC, Censo 2010 (<http://www.ecuadorencifras.com/cifras-inec/transporte.html#>)

Se define como Población un porcentaje de la PEA de Ambato que puede considerar como actividad económica el transporte de personas mediante vehículos de alquiler.

Para el efecto se requiere calcular la muestra de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * p * q}{(N - 1)(E / k)^2 + p * q}$$

Donde:

$n =$	tamaño muestral
$N =$	Universo (5.710)
$p = 0,5$	Variable positiva (universo no medible)
$q = 0,5$	Variable negativa (universo no medible)
$E = 5\%$	Error máximo admisible
$k = 2$	Constante de corrección del error

$$n = \frac{5.710 * 0,5 * 0,5}{(5710 - 1)(0.07 / 2)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = 197 \text{ encuestas}$$

Se plantea aplicar a 200 personas que correspondan a la PEA de la ciudad Ambato, considerando un error de 7% para la presente investigación y una confiabilidad del 93%.

3.3.- Operacionalización de Variables

Tabla 3.2. Operacionalización de la Variable Dependiente

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TECNICAS	INSTRUMENTOS
El Diseño de concesionario de Vehículos se conceptúa como: El Diseño de una Edificación que permita la comercialización y exhibición de automotores.	1.- Comercialización de Vehículos 2.- Exhibición de Vehículos	1.- Compra del vehículo Venta del Vehículo Servicio Técnico Asesoría Técnica Créditos para la compra Mantenimiento Otros 2.- Exhibición de vehículo Exhibición de sus características técnicas Exhibición de Repuestos Pequeños Otros	¿Cree que mediante un diseño adecuado de un concesionario vehicular se aumente el volumen de comercialización de los mismos? ¿Cómo aumentar el volumen de ventas y ganancias en la empresa? ¿Qué beneficio se obtiene de la aplicación del diseño dentro de estos espacios? ¿Cómo se puede lograr llamar más la atención del cliente al momento de exhibir el automotor?	Entrevistas focalizadas a los propietarios de concesionario vehicular y a su personal de trabajo	Cuestionario Semi-Estructurado

Tabla 3.3. Operacionalización de la Variable Independiente

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TECNICAS	INSTRUMENTOS
El Vanguardismo se conceptúa como: La primera línea de creación, la renovación radical en las formas y contenidos para, al mismo tiempo que se sustituyen las tendencias anteriores, enfrentarse con lo establecido, considerado obsoleto.	1.- Renovación 2.- Creación 3.-Sustitución de tendencias anteriores	1.- Generar una nueva propuesta dentro lo que se encuentra establecido, cambiar los estandares he implantar cosas novedosas y funcionales 2.- Tener una nueva concepción de la forma y la estética. 3.-Eliminar las tendencias para no seguir nada preestablecido.	¿Como beneficiaría la aplicación del vanguardismo al diseño de un concesionario vehicular? ¿Cree Ud. que con la construcción de un edificio vanguardista se generará una zona comercial? ¿Qué beneficio se obtiene de la aplicación del diseño vanguardista dentro de estos espacios? ¿Cree Ud. que el vanguardismo aplicado al diseño de un concesionario vehicular mejorará el urbanismo de la zona?	Entrevistas focalizadas a los propietarios de concesionario vehicular y a su personal de trabajo	Cuestionario Semi-Estructurado

3.4.- Técnicas e Instrumentos

3.4.1.- La Entrevista

La entrevista como una herramienta que sirve para obtener datos que puedan ser de utilidad para llevar a cabo este proyecto; ésta entrevista se la aplicará a los propietarios de la empresa Accpass mediante un cuestionario semiestructurado por cuanto esto permite una mejor recopilación de datos y permite tomar notas válidas para el desarrollo del planteamiento.

3.4.2.- La Encuesta

Técnica que utiliza normalmente preguntas cerradas y que se aplica cuando el grupo de investigados son más de diez y no necesariamente se trata de expertos. La información que puede recopilarse con esta técnica, permite hacer proyecciones a segmentos de mercado.

3.5.- Análisis de resultados de la Encuesta

3.5.1.- PREGUNTA 1.- ¿Conoce algún concesionario vehicular?

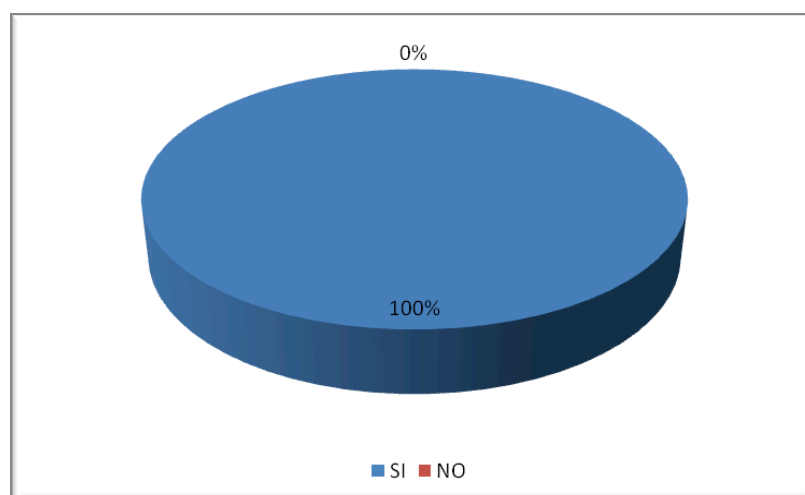
Tabla 3.4. Conocimiento de concesionario

ALTERNATIVAS	VALOR	PORCENTAJE
SI	200	100%
NO	0	0%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Gráfico 3.1. Conocimiento de concesionario



Fuente: Tabla 3.1

Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Análisis e Interpretación

De los 200 individuos encuestados, el 100% afirma conocer un concesionario de autos, con lo que se está confirmando que todos quienes contestan el cuestionario propuesto pertenecen a la población motivo de la investigación validando de esta forma que se aplicó correctamente la técnica seleccionada.

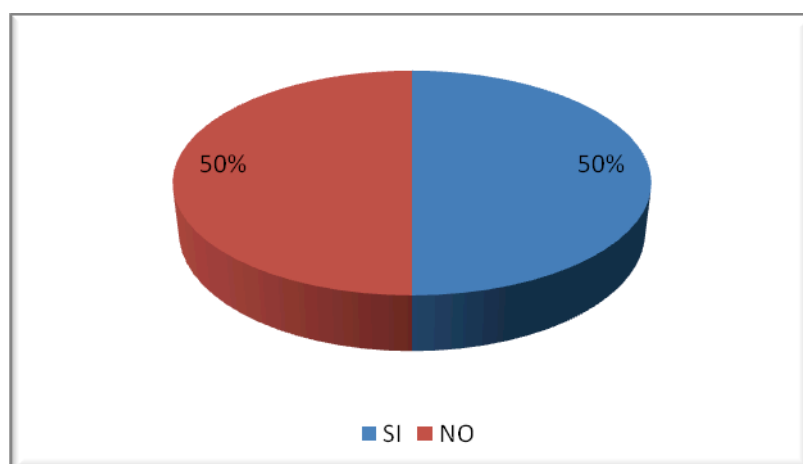
3.5.2.- PREGUNTA 2.- ¿Usted conoce el concesionario vehicular ACCPASS de la ciudad de Ambato?

Tabla 3.5. Conocimiento de concesionario ACCPASS

ALTERNATIVAS	VALOR	PORCENTAJE
SI	100	50%
NO	100	50%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Gráfico 3.2. Conocimiento de concesionario ACCPASS



Fuente: Tabla 3.2
Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Análisis e Interpretación

En cuanto al conocimiento específico del concesionario ACCPASS, los resultados obtenidos muestra que el 50%, es decir 100 personas lo conocen y el otro 50%, no.

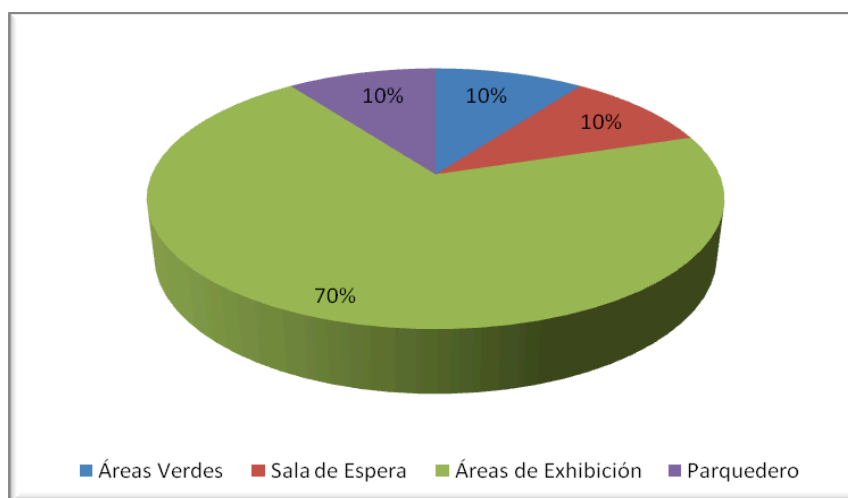
Lo establecido en esta pregunta debe tomarse como una oportunidad para ACCPASS y emprender en estrategias de comunicación para que su público objetivo reconozca con facilidad su ubicación, tipos de autos que comercializa, características diferenciadoras con otros de su misma naturales, entre otros.

3.5.3.- PREGUNTA 3.-¿Qué áreas debe tener un concesionario?. Ordene según su importancia

Tabla 3.6. Áreas de un concesionario

ALTERNATIVAS	1ra. OPCIÓN	PORCENTAJE
Áreas Verdes	20	10%
Sala de Espera	20	10%
Áreas de Exhibición	140	70%
Parquedero	20	10%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Gráfico 3.3. Áreas de un concesionario

Fuente: Tabla 3.3

Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Análisis e Interpretación

En cuanto a cuál es la primera opción entre las áreas que deben tener un concesionario, el resultado es que 140 personas señalan como al área de exhibición como la más importante, es decir 70%, áreas verdes, salas de espera y parqueadero, ocupan el segundo lugar, cada una con el 10%, existiendo una marcada diferencia con las áreas de exhibición.

Identificar a las áreas de exhibición como las de mayor importancia, se relaciona con el tipo de servicio que se asocia con el concesionario, evidentemente quien visita este tipo de negocios, tiene generalmente el interés de observar como mucho detenimiento cada producto, pues la decisión de compra depende de diversos factores, entre esos, la marca, el color, la forma, la disponibilidad de repuestos, entre algunos como principales.

3.5.4.- PREGUNTA 4.- A su criterio la ubicación de un concesionario vehicular es:

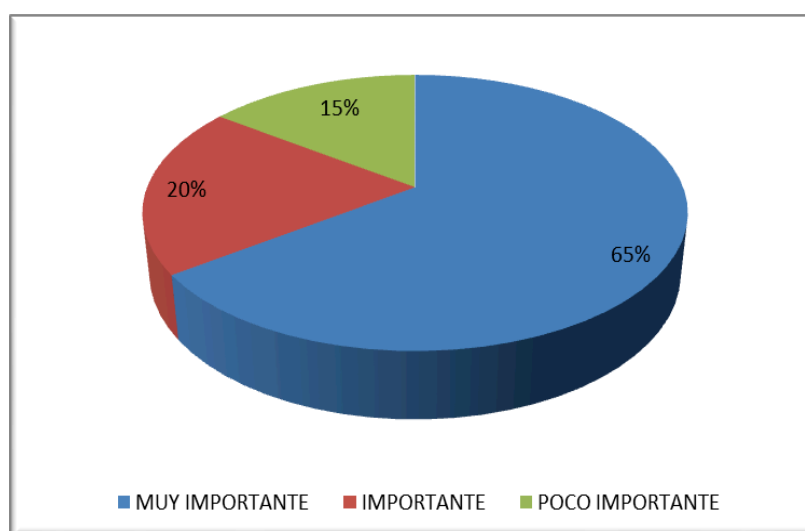
Tabla 3.7. Criterio de ubicación de un concesionario

ALTERNATIVAS	VALORES	PORCENTAJE
MUY IMPORTANTE	130	65%
IMPORTANTE	40	20%
POCO IMPORTANTE	30	15%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Gráfico 3.4. Criterio de ubicación de un concesionario



Fuente: Tabla 3.4

Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Análisis e Interpretación

En cuanto a la ubicación, de los 200 individuos encuestados, el 65%, es decir 130 personas, opinan que es muy importante este aspecto, el 20%, lo que significan 40 personas, mencionan que es importante y el 15%, que

equivale a 30 personas, mencionan que la ubicación es poco importante.

Los factores vinculados con la ubicación en todo tipo de negocio, se han convertido en la actualidad en críticos para la adquisición del bien o servicio, lo que se aplica también en este caso, sobre todo por los espacios para estacionamiento, tráfico, pruebas de manejo, etc.

3.5.5.- PREGUNTA 5.- ¿Qué tipo de vehículo le interesa encontrar en un concesionario vehicular?

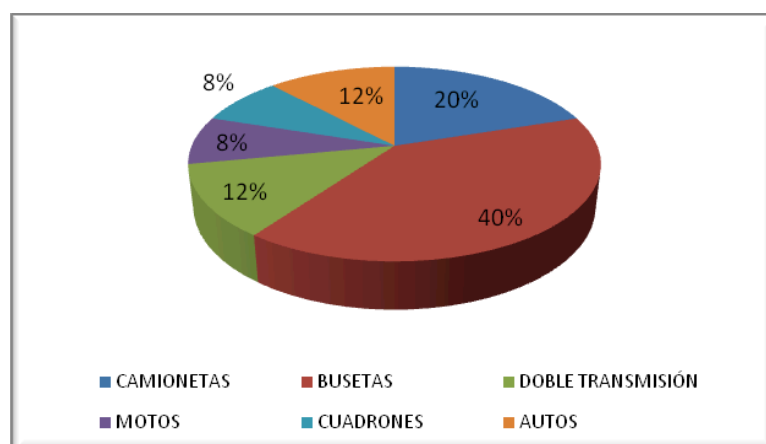
Tabla 3.8. Tipos de vehículos a encontrar en un concesionario

ALTERNATIVAS	VALORES	PORCENTAJE
CAMIONETAS	50	20%
BUSSETAS	100	40%
DOBLE TRANSMISIÓN	30	12%
MOTOS	20	8%
CUADRONES	20	8%
AUTOS	30	12%
TOTAL	250	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Gráfico 3.5. Tipos de vehículos a encontrar en un concesionario



Fuente: Tabla 3.5

Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Análisis e Interpretación

Al preguntar por el tipo de vehículos podría encontrar en un concesionario y por el tipo de segmento al que se seleccionó para la investigación, es decir personas que estuvieran interesadas en incursionar en el servicio de transporte de personas, se obtuvo el mayor porcentaje para Busetas con el 40%, le sigue Camionetas con el 20%, los Autos los vehículos de doble transmisión le siguen en las preferencias con el 12% cada uno, y finalmente están los cuadrones y motos con 8% cada categoría.

Como ya se mencionó, el grupo seleccionado para la encuesta, creen que puede incursionar en esta actividad económica, y en esta contexto se puede advertir que existe cierta inclinación por las Busetas como opción, incluso sobre preferencias de autos tipo taxi.

3.5.6.- PREGUNTA 6.- ¿Qué características de diseño arquitectónico le parecen indispensables en un concesionario vehicular?. Ordene según su importancia

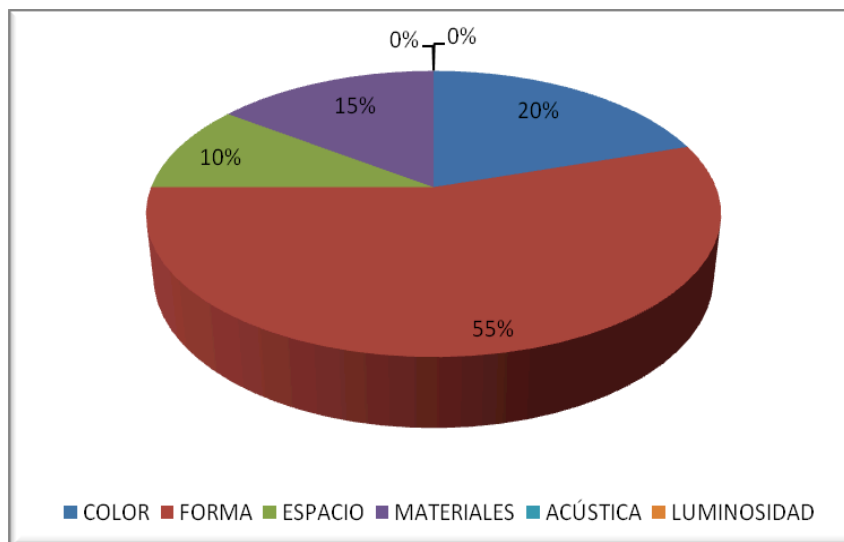
Tabla 3.9. Características de diseño arquitectónico en un concesionario

ALTERNATIVAS	1ra. OPCIÓN	PORCENTAJE
COLOR	40	20%
FORMA	110	55%
ESPACIO	20	10%
MATERIALES	30	15%
ACÚSTICA	0	0%
LUMINOSIDAD	0	0%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Gráfico 3.6. Características de diseño arquitectónico en un concesionario



Fuente: Tabla 3.6
Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Análisis e Interpretación

Entre los encuestados se reconoce como primera opción entre las características de diseño arquitectónico de un concesionario a la forma con un porcentaje del 55%, le sigue la característica del color con un 20%.

Entre otros resultados destacables debe mencionarse que la acústica y la luminosidad, no son consideradas, como primera característica en el diseño arquitectónico.

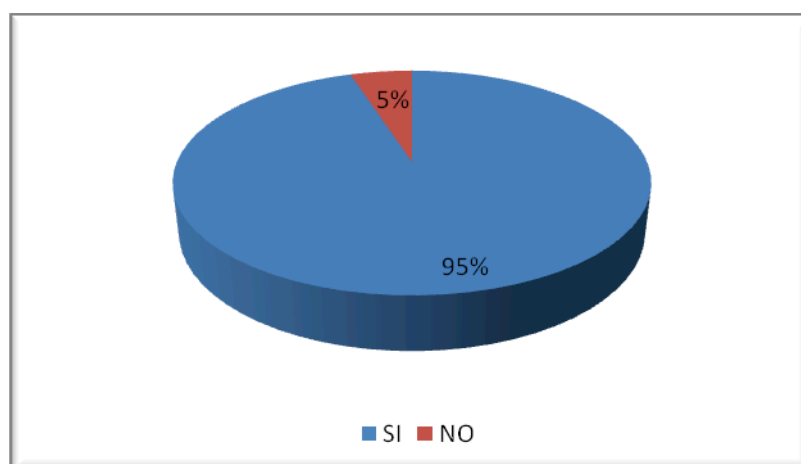
3.5.7.- PREGUNTA 7.- ¿Nuevas formas de exhibición de vehículos, serían un factor de decisión para visitar un concesionario vehicular?

Tabla 3.10. Criterio sobre nuevas forma de exhibición de vehículos y la visita a Concesionarios

ALTERNATIVAS	VALOR	PORCENTAJE
SI	190	95%
NO	10	5%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Gráfico 3.7. Criterio sobre nuevas forma de exhibición de vehículos y la visita a Concesionarios



Fuente: Tabla 3.7
Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Análisis e Interpretación

En cuanto a la opinión de que si las nuevas formas de exhibición de vehículos es un factor de decisión para la visita a los concesionarios, el 95%, es decir 190 personas de 200, responden que SI y el 5% opinan que NO.

Como se aprecia, mayoritariamente, los posibles usuarios del concesionario, opinan que las nuevas formas SI son un factor determinante para la decisión de visitar un concesionario vehicular, con lo que se sustenta la necesidad de implementar un diseño arquitectónico moderno y con nuevas tendencias, si bien la sola visita no es una venta, mientras más visitas se tengan mayor será la probabilidad de concretar un negocio, por lo que el diseño debe estar relacionada con una muy buena campaña publicitaria.

3.5.8.- PREGUNTA 8.- ¿Una nueva forma de exhibición de vehículos, le ayudarían a elegir mejor su automotor?

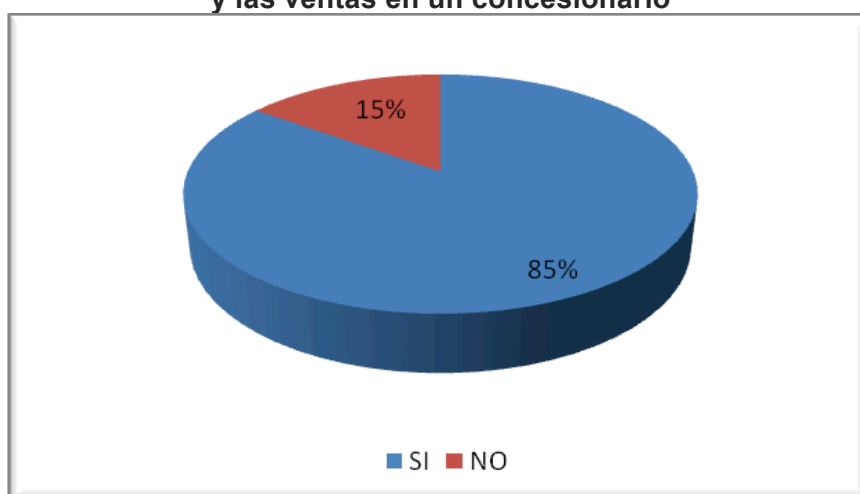
Tabla 3.11. Criterio sobre nuevas forma de exhibición de vehículos y las ventas en un concesionario

ALTERNATIVAS	VALOR	PORCENTAJE
SI	170	85%
NO	30	15%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Gráfico 3.8. Criterio sobre nuevas forma de exhibición de vehículos y las ventas en un concesionario



Fuente: Tabla 3.8

Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Análisis e Interpretación

Los resultados de esta pregunta señalan que el 85% de las personas encuestadas opinan que las nuevas formas de exhibición de los vehículos SI se relacionan con la decisión de compra, y el 15% creen que NO.

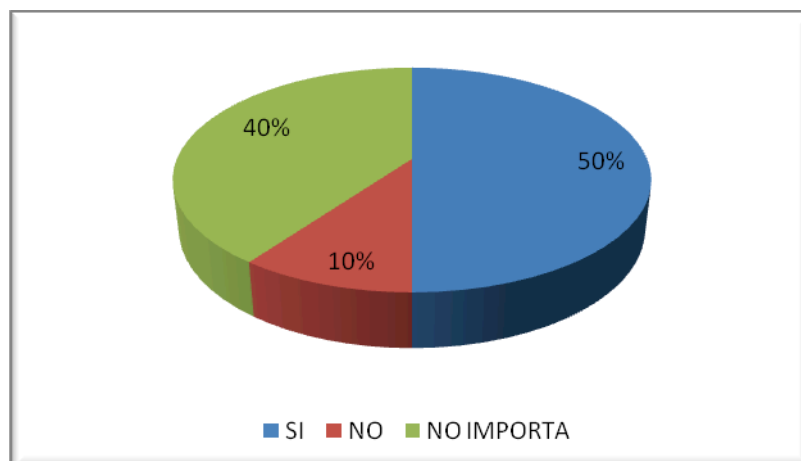
Esta pregunta tiene relación directa con la anterior y los resultados validan la innovación la decisión de un nuevo diseño arquitectónico en los concesionarios, en realidad la exhibición del producto es absolutamente especial en el caso de los vehículos pues se trata de un producto que requiere muchas consideraciones para la decisión de compra, varias de éstas se relacionan con el color, la forma, el confort que el posible cliente siente en el vehículo, lo que se comprueba solo cuando se tiene acceso y espacio para hacer estas pruebas.

3.5.9.- PREGUNTA 9.- ¿Cree usted que un concesionario vehicular debe ser especializado en determinados tipos de automotores?

Tabla 3.12. Especialización de Concesionarios

ALTERNATIVAS	VALORES	PORCENTAJE
SI	100	50%
NO	20	10%
NO IMPORTA	80	40%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Gráfico 3.9. Especialización de Concesionarios

Fuente: Tabla 3.9

Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Análisis e Interpretación

En cuanto a la especialización del concesionario, el 50% de quienes contestan la encuesta, opinan que SI deben ser especializados, hay un 40% que opinan que NO y un 10% no le dan importancia a esta especialización.

Si bien las respuestas no presentan una diferencia muy amplia entre las opiniones vertidas, se nota una tendencia a preferir la especialización, lo que podría estar relacionado con la importancia que tiene la decisión de compra de un vehículo que es un producto de alto precio y que en la mayoría de casos requiere un financiamiento para cierto tiempo, es decir no puede comprarse un vehículo con frecuencia y por tanto se aspira a una asesoría suficiente para la compra.

3.5.10.- PREGUNTA 10.- ¿Cree usted que las características visuales del concesionario vehicular, se asocian con las características del producto?

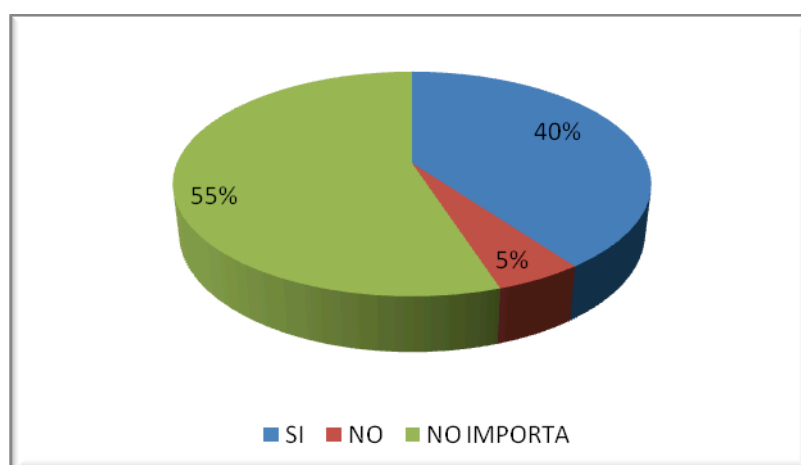
Tabla 3.13. Relación entre las características visuales del concesionario y las del producto

ALTERNATIVAS	VALORES	PORCENTAJE
SI	80	40%
NO	10	5%
NO IMPORTA	110	55%
TOTAL	200	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Gráfico 3.10. Relación entre las características visuales del concesionario y las del producto



Fuente: Tabla 3.10

Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Análisis e Interpretación

Cuando se pregunta si las características visuales del concesionario, se asocian con las características del producto, los resultados son el 55% NO IMPORTA, el 40% SI y el 5% NO.

Si bien en preguntas anteriores se relaciona el diseño arquitectónico con la decisión de compra, y las características visuales son parte del diseño arquitectónico, los posibles clientes en su mayoría no relacionan este aspecto particular con el producto, es decir, si bien el diseño arquitectónico es un factor importante en la gestión del concesionario, las características visuales no son realmente el factor más importante.

3.6.- Análisis de la Entrevista a los Empleados.

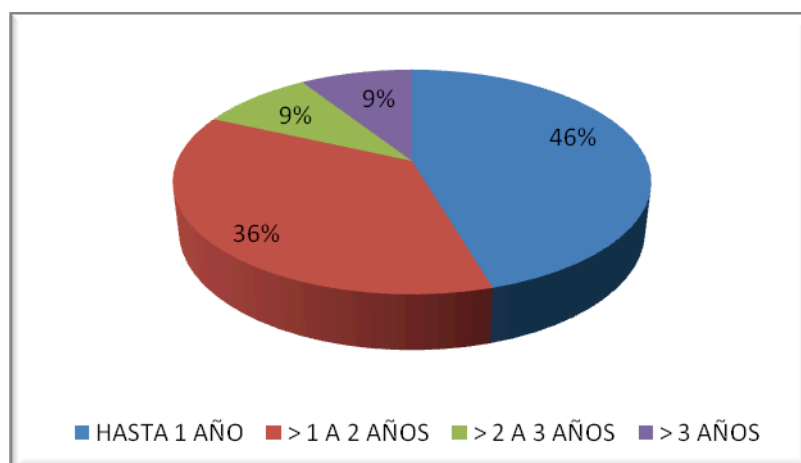
Las preguntas planteadas en la entrevista son mixtas o combinadas, lo que permite la tabulación de los resultados, y se aplica a los empleados de ACCPASS con el fin de profundizar la investigación en función de la experiencia en el concesionario.

3.6.1.- Pregunta 1.- ¿Cuánto tiempo trabajo UD. en ACCPASS?

Tabla 3.14. Tiempo que labora en ACCPASS

ALTERNATIVAS	VALOR	PORCENTAJE
HASTA 1 AÑO	5	45%
> 1 A 2 AÑOS	4	36%
> 2 A 3 AÑOS	1	9%
> 3 AÑOS	1	9%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Gráfico 3.11. Tiempo que labora en ACCPASS

Fuente: Tabla 3.11
 Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Análisis e Interpretación

Los resultados en cuanto al tiempo de trabajo en el concesionario, determinan que hasta 1 año trabajan el 46% de los empleados, de 1 a 2 años el 36%, de 2 a 3 años el 9% que se repite para el caso de un empleado que ha trabajado más de 3 años que también representa el 9%.

En total son 11 empleados en el concesionario de los cuales 9 han trabajado en este sitio hasta dos años y 2 por un tiempo superior a este límite, en todo caso la mayoría, es decir 6 de 11 laboran en ACCPASS, es decir las personas entrevistadas tienen experiencia suficiente para opinar en referencia a aspectos del negocio.

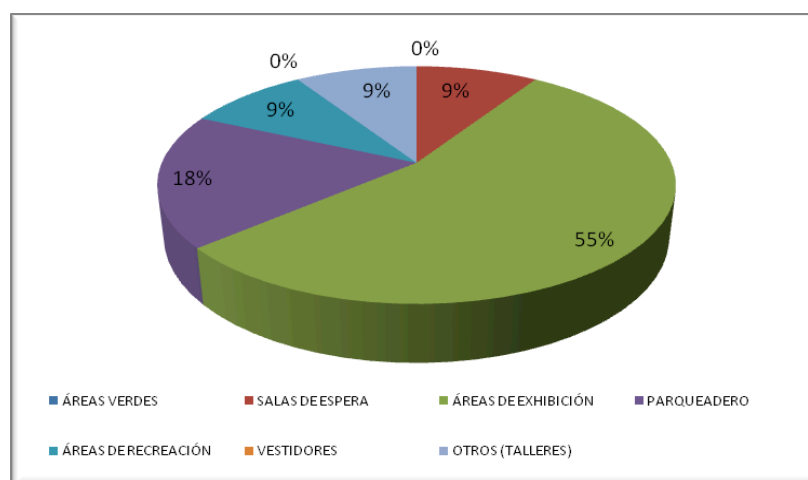
3.6.2.- PREGUNTA 2.- ¿Qué área es más importante en el concesionario ACCPASS y Por qué?

Tabla 3.15. Área más importante en ACCPASS

ALTERNATIVAS	VALORES	PORCENTAJE
ÁREAS VERDES	0	0%
SALAS DE ESPERA	1	9%
ÁREAS DE EXHIBICIÓN	6	55%
PARQUEADERO	2	18%
ÁREAS DE RECREACIÓN	1	9%
VESTIDORES	0	0%
OTROS (TALLERES)	1	9%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Gráfico 3.12. Área más importante en ACCPASS



Fuente: Tabla 3.12
Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Análisis e Interpretación

Al indagar sobre la opinión de las áreas más importantes en el concesionario, se determina que el 55% de respuestas afirman que el área de exhibición es más importante, le sigue el parqueadero con 18%, mientras

que sala de espera, áreas de recreación y otros (talleres) presentan el 9% cada una, es importante destacar que las áreas verdes y los vestidores no tuvieron ninguna respuestas.

Aunque la pregunta no lo especifica es muy posible que quienes respondieron relacionan las áreas más importantes con el negocio, de ahí que resulta lógico que resalten al área de exhibición con una aceptación bastante más significativa que las otras respuestas positivas y lo que explicaría por qué las áreas verdes no tienen ninguna respuesta positiva aun cuando el interés global en todo negocio muestra un marcado interés en el cuidado del medio ambiente.

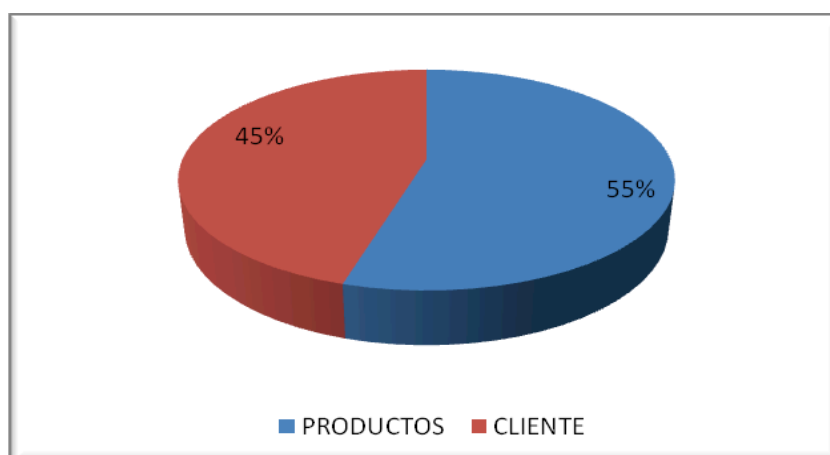
Tabla 3.16. Razones de la importancia de la áreas en ACCPASS

ALTERNATIVAS	VALORES	PORCENTAJE
PRODUCTOS	6	55%
CLIENTE	5	45%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Gráfico 3.13. Razones de la importancia de la áreas en ACCPASS



Fuente: Tabla 3.13

Elaborado por: Alonso Peñaherrera

Análisis e Interpretación

En la segunda parte de la pregunta se pretende averiguar por qué la importancia de las áreas señaladas y se ha categorizado en dos grupos, respuestas relacionadas con el producto y aquellas relacionadas con la comodidad y mejor atención al cliente, obteniendo que el 55% de los empleados destacan una de las áreas porque éstas ayudan a que el PRODUCTO sea conocido y apreciado, mientras que el 45% de los empleados afirman que la importancia de las áreas radican en brindar mayores beneficios a los CLIENTES.

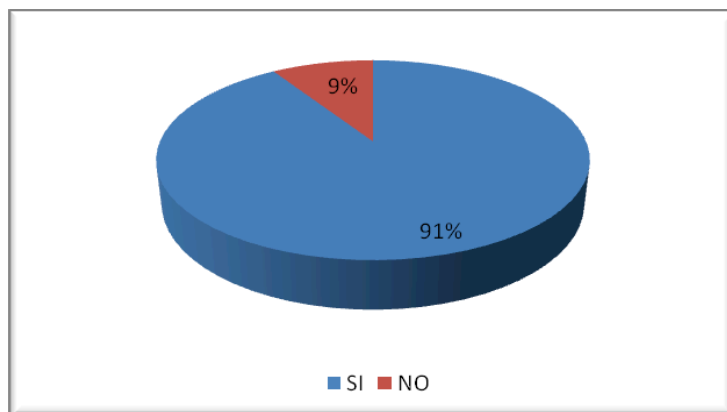
3.6.3.- PREGUNTA 3.- ¿Cree Ud. Que al aplicar un nuevo diseño para el concesionario ACCPASS mejorará el ambiente laboral?

Tabla 3.17. Criterio sobre nuevo diseño y ambiente laboral

ALTERNATIVAS	VALORES	PORCENTAJE
SI	10	91%
NO	1	9%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Gráfico 3.14. Criterio sobre nuevo diseño y ambiente laboral



Fuente: Tabla 22
Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Análisis e Interpretación

De las respuestas obtenidas, el 91% de los empleados, lo que representa 10 de 11 personas afirman que SI mejorará el clima laboral con el nuevo diseño del concesionario y únicamente 1, que representa el 9% dice que NO.

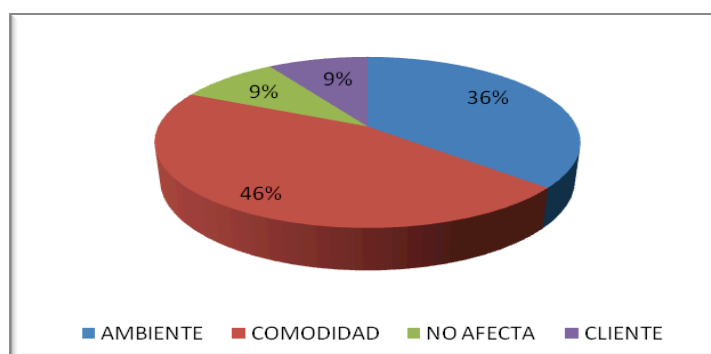
Los resultados muestran que la percepción de quienes laboran en el concesionario es que el nuevo diseño hará que sus funciones se hagan más llevaderas lo que pudiera aportar para que el trabajo sea más eficiente, por tanto un nuevo diseño no solo tiene importancia hacia la parte externa, los clientes, sino también hacia quienes trabajan, es decir al cliente interno del concesionario.

Tabla 3.18. Razones por las que se mejoraría el ambiente laboral

ALTERNATIVAS	VALORES	PORCENTAJE
AMBIENTE	4	36%
COMODIDAD	5	45%
NO AFECTA	1	9%
CLIENTE	1	9%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Gráfico 3.15. Razones por las que se mejoraría el ambiente laboral



Fuente: Tabla 15
Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Análisis e Interpretación

En cuanto a las razones de cómo mejoraría el ambiente laboral con un nuevo diseño de ACCPASS, se clasificó las respuestas en algunas categorías:

- El 45% relacionan el diseño con la comodidad para realizar el trabajo
- El 36% piensan que mejorarán el ambiente físico
- El 9% menciona que lo que mejora es la atención al cliente
- Finalmente 1 persona que representa el 9%, dice que no afecta en ninguna circunstancia el nuevo diseño mejora el ambiente laboral, esta última respuesta corresponde a quien afirma que el diseño NO mejora el ambiente laboral.

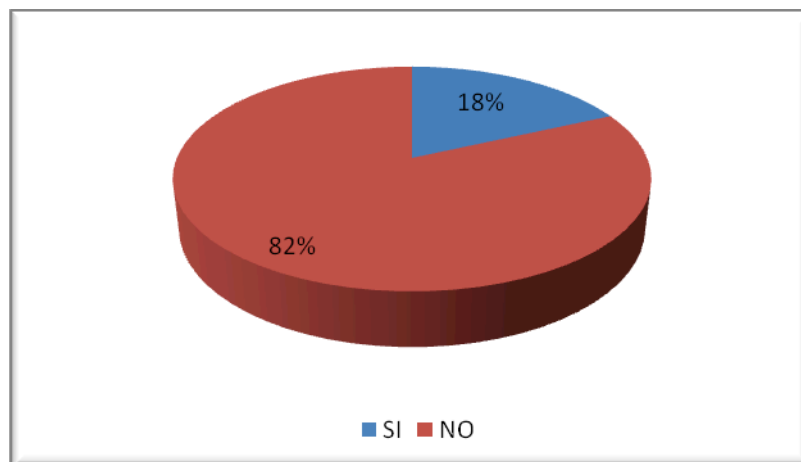
3.6.4.- PREGUNTA 4.- ¿La ubicación del concesionario será un obstáculo para los clientes habituales y potenciales?. ¿Por qué?

Tabla 3.19. Criterio sobre la ubicación del concesionario y la fidelidad de los clientes

ALTERNATIVAS	VALORES	PORCENTAJE
SI	2	18%
NO	9	82%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Gráfico 3.16. Criterio sobre la ubicación del concesionario y la fidelidad de los clientes



Fuente: Tabla 3.16
Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Análisis e Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 82%, es decir 9 de 11 empleados del concesionario, opinan que la ubicación NO es un factor para que los clientes habituales y potenciales lleguen y usen el concesionario, mientras que el 18% afirman que SI.

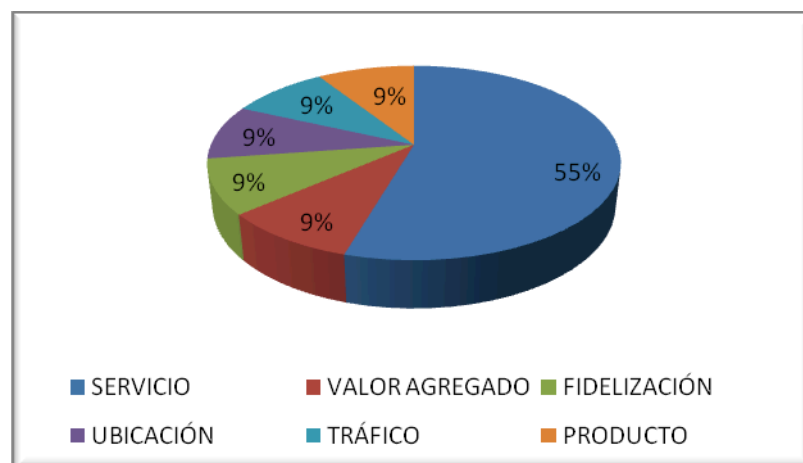
Se determina que la ubicación no es importante pero esto no se contrapone al hecho de que el diseño arquitectónico es una estrategia que debe considerarse para mejorar la exhibición de los productos y el ambiente laboral.

Tabla 3.20. Razones para relacionar la ubicación del concesionario con la fidelidad de los clientes

ALTERNATIVAS	VALORES	PORCENTAJE
SERVICIO	6	55%
VALOR AGREGADO	1	9%
FIDELIZACIÓN	1	9%
UBICACIÓN	1	9%
TRÁFICO	1	9%
PRODUCTO	1	9%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Gráfico 3.17. Razones para relacionar la ubicación del concesionario con la fidelidad de los clientes



Fuente: Tabla 3.17
Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Análisis e Interpretación

Las razones por las que la ubicación puede ser importante en el negocio de ACCPASS se dividen en varias categorías, sin embargo 6 de los 11 empleados, que representan el 55%, coinciden en que tiene que ver con el servicio y la calidad de atención. El criterio de mejorar la atención se repite también con las respuestas realizadas en los posibles clientes.

3.6.5.- PREGUNTA 5.- ¿Cuál de estas características de diseño arquitectónico, genera un valor agregado a la actividad comercial del concesionario ACCPASS?. ¿Por qué?.

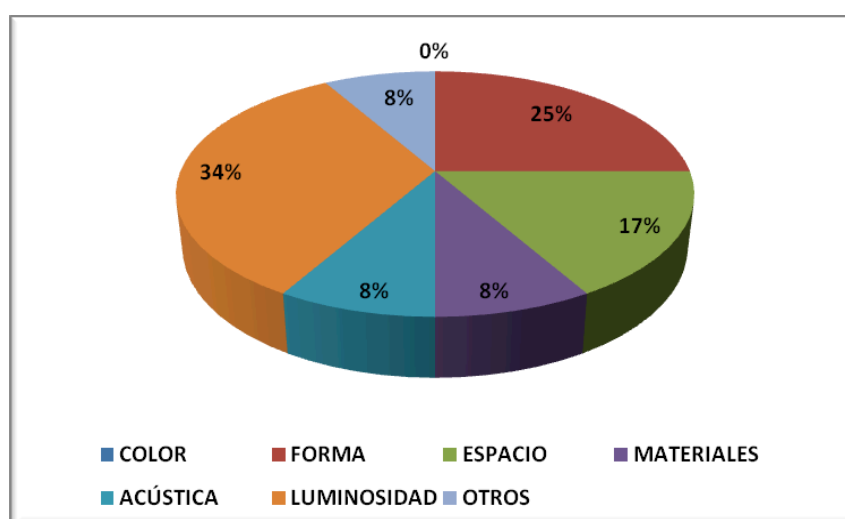
Tabla 3.21. Características del diseño arquitectónico que genera valor agregado

ALTERNATIVAS	VALORES	PORCENTAJE
COLOR	0	0%
FORMA	3	25%
ESPACIO	2	17%
MATERIALES	1	8%
ACÚSTICA	1	8%
LUMINOSIDAD	4	33%
OTROS	1	8%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Gráfico 3.18. Características del diseño arquitectónico que genera valor agregado



Fuente: Tabla 3.18

Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Análisis e Interpretación

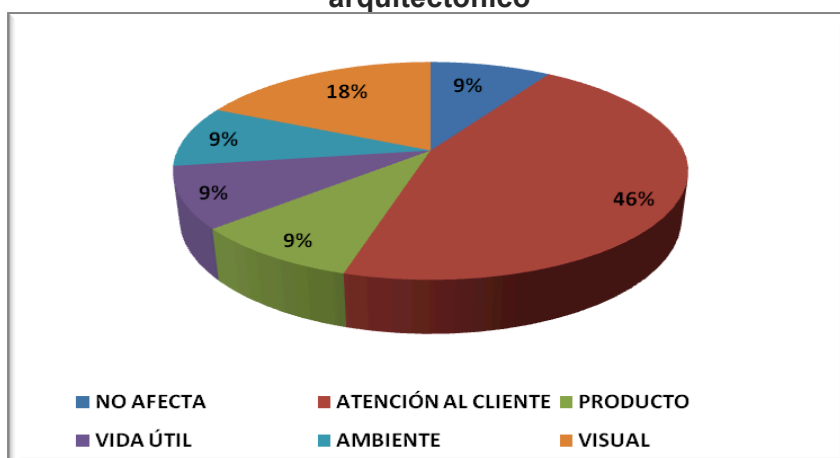
En cuanto a las características del diseño arquitectónico que generan valor al concesionario, de acuerdo a los empleados de ACCPASS, el 33% afirma que es la “luminosidad”, el 25% dice que es la “forma”, el 17% el “espacio”, “materiales” y “acústica” presentan el 8% cada uno, el “color” que constaba en la lista de posibilidades, no fue escogida por ninguno de los empleados que participaron en la encuesta.

Tabla 3.22. Razones por las que se agrega valor con el diseño arquitectónico

ALTERNATIVAS	VALORES	PORCENTAJE
NO AFECTA	1	9%
ATENCIÓN AL CLIENTE	5	45%
PRODUCTO	1	9%
VIDA ÚTIL	1	9%
AMBIENTE	1	9%
VISUAL	2	18%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Gráfico 3.19. Razones por las que se agrega valor con el diseño arquitectónico



Fuente: Tabla 3.19
Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Análisis e Interpretación

En cuanto a las razones por las que el diseño arquitectónico agrega valor al concesionario, se categorizó las respuestas y se obtuvo que el 45%, opinan que es para mejorar la “atención al cliente”, el 18% es decir 2 personas, dijeron que el valor agregado se da por la “luminosidad”. Respuestas relacionadas con la vida útil de concesionario, el ambiente, el producto y que en realidad no afecta o no da valor agregado el diseño arquitectónico, corresponden al 9% cada uno.

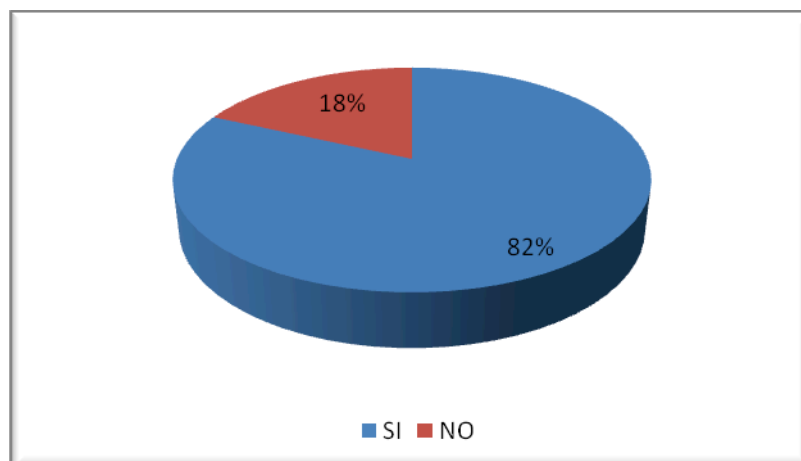
Nótese que nuevamente aparece como respuesta principal la atención al cliente, que en este caso tiene una marcada diferencia con las otras posibilidades de respuestas, lo que significa que en opinión de los empleados, lo más importante del diseño es que sirva para mejorar la calidad de atención a los clientes habituales y potenciales.

3.6.6.- PREGUNTA 6.- ¿De acuerdo a su criterio considera que la adaptación de nuevas formas de exhibición de vehículos, puede ser un factor diferenciador para elevar el volumen de ventas el concesionario vehicular ACCPASS?

Tabla 3.23. Diseño arquitectónico como factor diferenciador

ALTERNATIVAS	VALORES	PORCENTAJE
SI	9	82%
NO	2	18%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Gráfico 3.20. Diseño arquitectónico como factor diferenciador

Fuente: Tabla 20
Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Análisis e Interpretación

En la encuesta se pregunta a los empleados su percepción en cuanto a que si nuevas formas de exhibición de productos pueden considerarse como un factor diferenciador e incrementar las ventas, 9 de 11 empleados, que representan el 82% opinan que SI, mientras que los 2 restantes que corresponden al 18% dicen que NO.

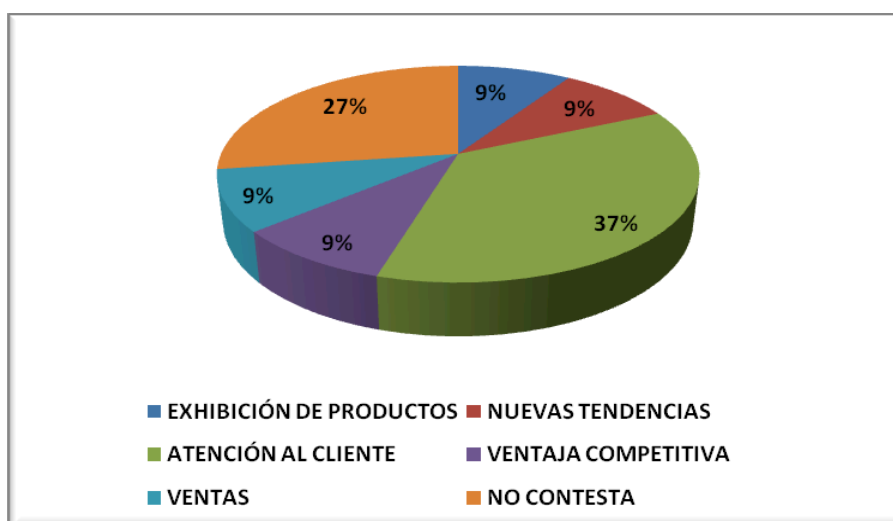
Si se relaciona la experiencia de los empleados que en su mayoría han trabajado más de un año en el concesionario, es importante considerar su criterio en referencia a la pregunta planteada, de acuerdo a su apreciación y según su conocimiento del negocio, las nuevas formas de exhibir los productos pueden ser una estrategia de ventas, lo que resulta lógico pues a mayor comodidad para revisar los productos más confianza se genera en los compradores y pueden tomar la decisión de adquisición.

Tabla 3.24. Razones para considerar que el diseño arquitectónico es un factor diferenciador

ALTERNATIVAS	VALORES	PORCENTAJE
EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS	1	9%
NUEVAS TENDENCIAS	1	9%
ATENCIÓN AL CLIENTE	4	36%
VENTAJA COMPETITIVA	1	9%
VENTAS	1	9%
NO CONTESTA	3	27%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Gráfico 3.21. Razones para considerar que el diseño arquitectónico es un factor diferenciador



Fuente: Tabla 3.21
Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Análisis e Interpretación

La pregunta anterior se complementa al categorizar las razones que convierten a las nuevas formas de exhibición en un factor diferenciador, de acuerdo a los resultados, el 36% lo relacionan con la “atención al cliente”, “producto”, “nuevas tendencia”, “ventaja competitiva” y “aumento de ventas”,

con el 9% cada caso, son las otras alternativas obtenidas.

Existe un 27% que no contesta esta parte de la pregunta, entre éstos el 18% que dijo que las nuevas formas de exhibición del producto NO es un factor diferenciador que puede incrementar las ventas.

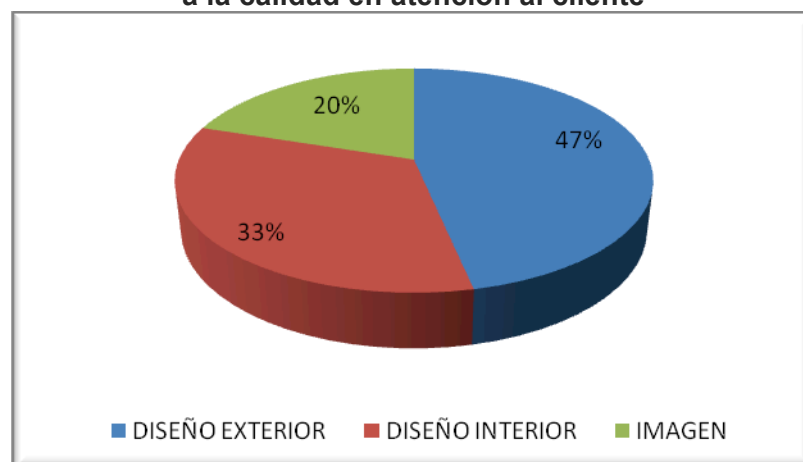
3.6.7.- PREGUNTA 7.- ¿Qué características visuales y formales de las instalaciones del concesionario ACCPASS, cree UD que incentiva una mejor calidad de atención al cliente?

Tabla 3.25. Características visuales y formales como incentivo a la calidad en atención al cliente

ALTERNATIVAS	VALORES	PORCENTAJE
DISEÑO EXTERIOR	7	47%
DISEÑO INTERIOR	5	33%
IMAGEN	3	20%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Gráfico 3.22. Características visuales y formales como incentivo a la calidad en atención al cliente



Fuente: Tabla 3.22
Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Análisis e Interpretación

Los resultados de esta pregunta, determina que el 47% de empleados determina que las características visuales y formales del DISEÑO EXTERIOR son las que incentivan la mejora atención al cliente, el 33% opinan que el DISEÑO INTERIOR y el 20% afirman que la IMAGEN.

Las respuestas positivas obtenidas ratifican la importancia del diseño arquitectónico son la atención al cliente.

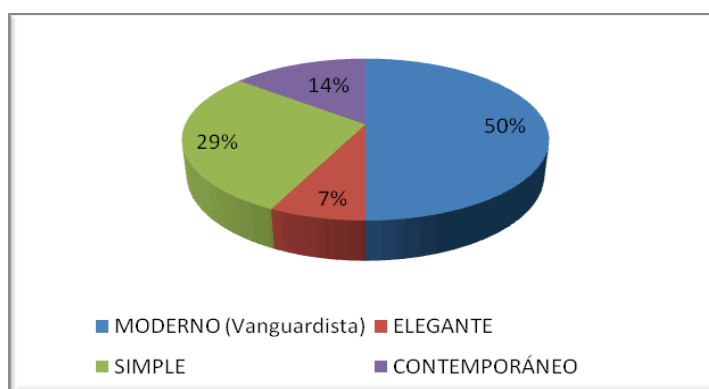
3.6.8.- PREGUNTA 8.- De acuerdo a su experiencia laboral con que estilo o tendencia identifica a un concesionario vehicular

Tabla 3.26. Estilo que se identifican en concesionario

ALTERNATIVAS	VALORES	PORCENTAJE
MODERNO (Vanguardista)	7	50%
ELEGANTE	1	7%
SIMPLE	4	29%
CONTEMPORÁNEO	2	14%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Gráfico 3.23. Estilo que se identifican en concesionario



Fuente: Tabla 3.23
Elaborado por: Alonso Peñaherrera, 2013

Análisis e Interpretación

Los empleados responden que un concesionario vehicular se identifica con un ESTILO MODERNO en un 50%, el 29% dicen que con un ESTILO SIMPLE, el 14% opinan que se identifica con un ESTILO CONTEMPORÁNEO y el 7% con un ESTILO ELEGANTE.

Como puede notarse existe una gran aceptación con el ESTILO MODERNO (o vanguardista), destacando que los SIMPLE tiene también un porcentaje considerable de respuestas positivas, estos resultados son importantes al momento de tomar decisiones al momento del diseño arquitectónico de un concesionario.

CAPÍTULO IV

4. PROPUESTA

4.1 Tema

“VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO
ACCPASS DE LA CIUDAD DE AMBATO.”

4.2 Introducción

Este proyecto va dirigido para el concesionario Accpass de la ciudad de Ambato, que estará proyectando en el diseño de sus espacios interiores y exteriores el vanguardismo aplicado como una nueva forma de plasmar una obra arquitectónica con un manejo moderno de la forma y el espacio, por lo cual se proyectarán ambientes que sean estético - funcionales acorde a las actividades que se realizan dentro de un concesionario vehicular.

En este planteamiento también se lo utilizará como una estrategia de venta para elevar el número de clientes del concesionario vehicular Accpass mediante la aplicación de nuevos soportes de exhibición de vehículos, y así captar más la atención del público objetivo.

Se pretende que el proyecto ayude también con el urbanismo de la zona de Unamuncho, generando un mayor movimiento comercial dentro de la zona.

4.3 Objetivo

Aplicar el vanguardismo al diseño del concesionario vehicular Accpass en la ciudad de Ambato.

4.4 Imagen gráfica

Actualmente el concesionario posee una imagen gráfica, lo cual permite su fácil identificación y reconocimiento dentro del medio nacional e internacional.

Imagen 4.1: Imagen gráfica Concesionario Accpass



Fuente: Accpass Ambato.
Elaborado por: Alonso Peñaherrera

La aplicación de la imagen gráfica se la realizará tomando en cuenta la nueva distribución del espacio y de la propuesta de diseño, junto con manejo de la proporción acorde con la obra civil, también se potenciará a la marca

con el uso adecuado de los colores corporativos en el diseño interior y fachada de la edificación.

4.5 Planteamiento del diseño

4.5.1.- Análisis arquitectónico

Imagen 4.2: Implantación



Fuente: Investigación
Elaborado por: Alonso Peñaherrera

Imagen 4.3: Entorno



Fuente: Investigación
Elaborado por: Alonso Peñaherrera

Imagen 4.4: Entorno



Fuente: Investigación
Elaborado por: Alonso Peñaherrera

Imagen 4.5: Entorno



Fuente: Investigación
Elaborado por: Alonso Peñaherrera

Imagen 4.6: Entorno



Fuente: Investigación
Elaborado por: Alonso Peñaherrera

Imagen 4.7: Entorno



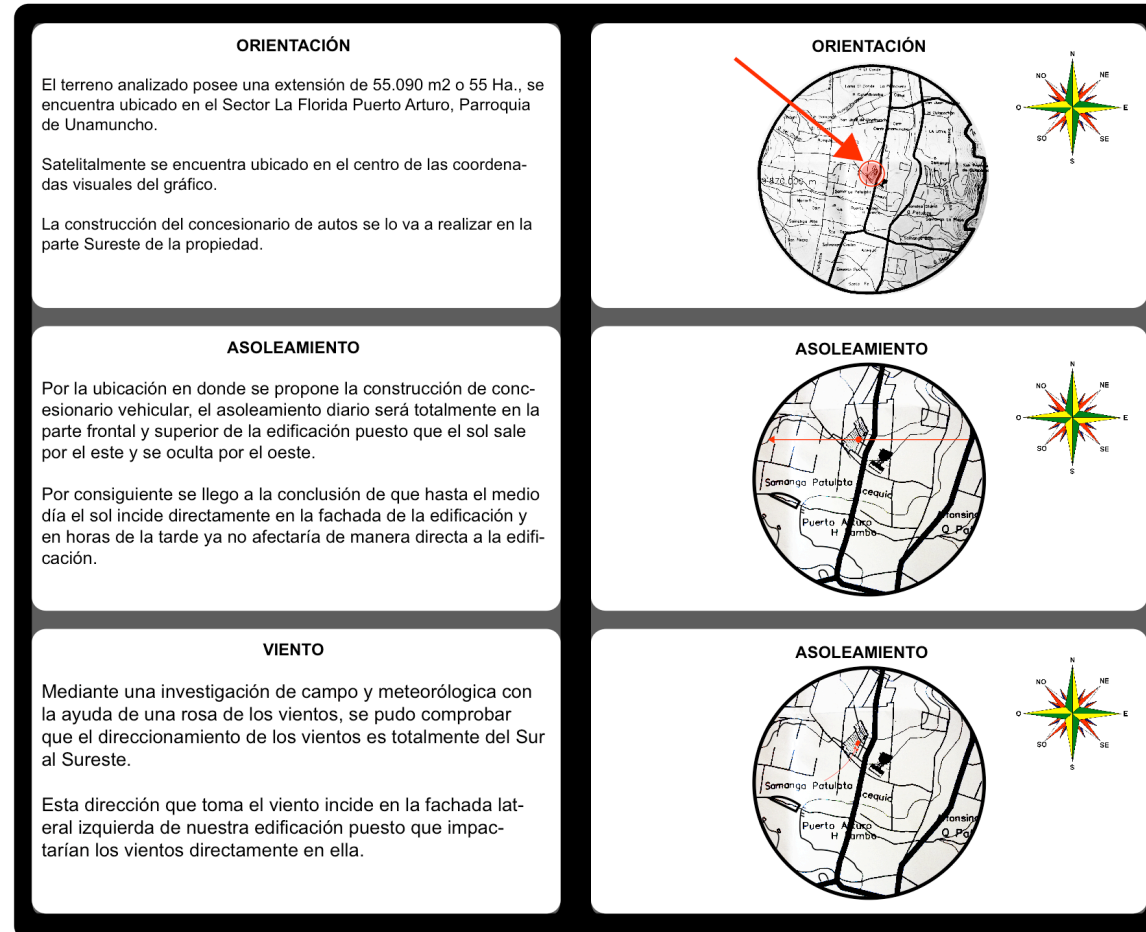
Fuente: Investigación
Elaborado por: Alonso Peñaherrera

Imagen 4.8: Entorno



Fuente: Investigación
Elaborado por: Alonso Peñaherrera

Imagen 4.9: Entorno - Vialidad – Orientación - Asoleamiento – Viento



Fuente: Investigación
Elaborado por: Alonso Peñaherrera

Tabla 4.1: Programación (primera parte)

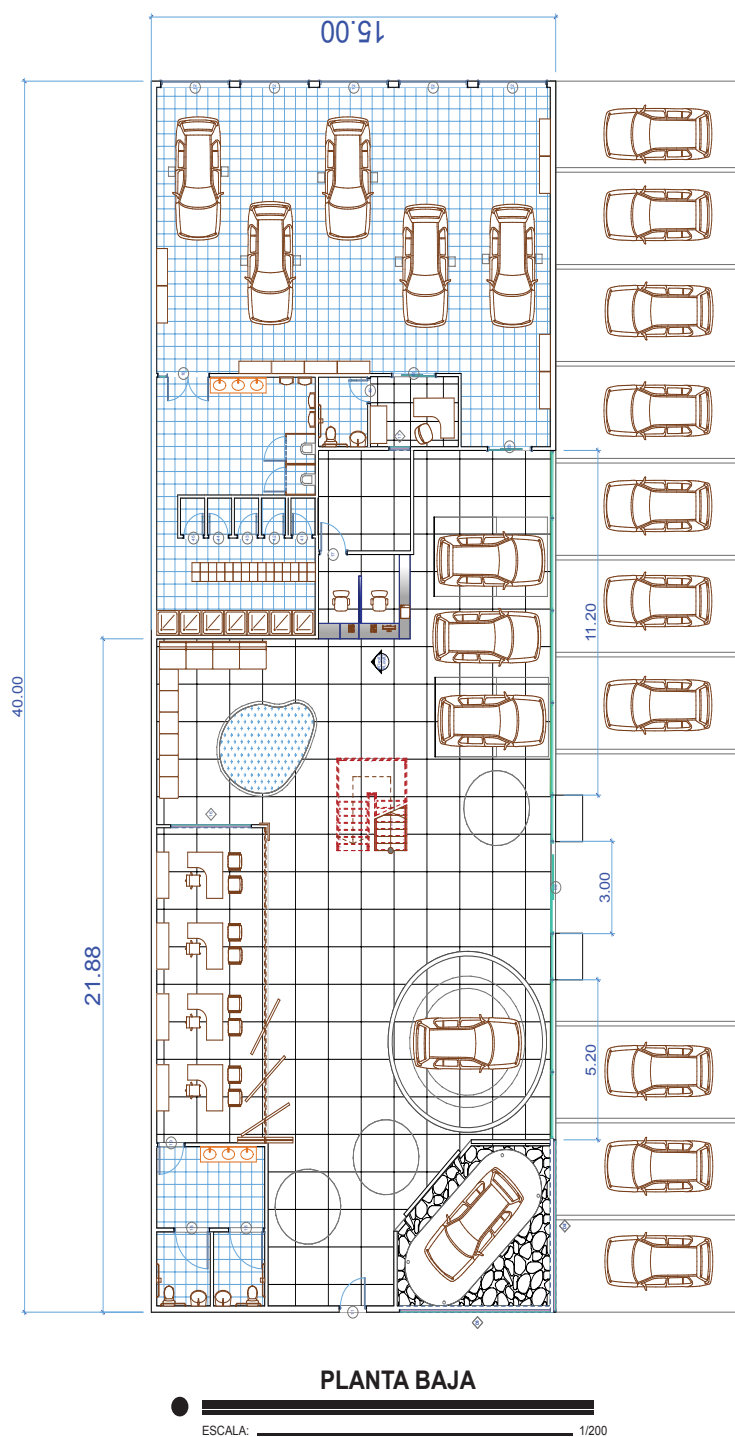
ZONA	ESPACIOS	ACTIVIDADES	NECESIDADES	AREA M2	EQUIPAMIENTO
ZONA ASESORES AREA TOTAL M2 68.5	Baños	Ingresar, salir, usar las instalaciones sanitarias.	Servicios Higienicos	23,5	Piezas Sanitarias
	Asesores	Atender al cliente.	Es una zona en donde el cliente se pone en contacto con el personal de la empresa, quienes son los que propoprncional información tecnica sobre el vehículo, costo y formas de pago	45	Escritorios,Sillas, Computadoras, Impresoras, Archivadores.
ZONA EXHIBICIÓN AREA TOTAL M2 278.5	Escaparates	Exhibir productos	Tener mercaderia bajo techo y resguardado	271,9	Rampas, Soportes, Iluminación especial, Publicidad.
	Caja de escaleras	Acceder al messanine de las instalaciones	Comunicar la primera planta con el área de administrativa y la cafetería	6,6	Escaleras.
TALLER AREA TOTAL M2 200	Alineación	Alinear las llantas del vehículo	Tener las llantas del vehículo alineadas	24	Equipamiento de Alineación
	Balanceo	Balancear las llantas del vehículo	Tener las llantas del vehículo balanceadas	18	Equipamiento de Balanceo
	Lavado	Lavar el vehículo	Mantener el automotor limpio para su entrega	20	Equipamiento de Lavado
	Lubricación	Lubricar los engranes del vehículo	Lubricar partes de vehículo para evitar el desgaste de las piezas	20	Equipamiento de Lubricación
	Instalación Accesorios	Acoplar nuevos accesorios al automóvil	Colocar los nuevos accesorios en el vehículo de una manera adecuada	18	Herramientas de Instalación
	Chatarra	Desechar partes que se cambian a los vehículos	Evitar accidentes del personal de taller	18	N/A
	Pintura	Pintar partes del vehículo.	Arreglar raspones y deesperfectos del vehículo	30	Sopletes, Pinturas, Lijas, Aditivos, Etc.
	Baño	Ingresar, salir, usar las instalaciones sanitarias.	Servicios Higienicos	8	Uso de piezas Sanitarias
	Reparación	Reparar el vehículo	Revisiones y cuidado al automóvil	18	Herramientas de reparación y revisión
	Entrega	Entregar al cliente su automovil.	Lugar limpio en donde el cliente pueda retirar su vehículo	18	N/A
ZONA VESTIDORES AREA TOTAL M2 53	Cabinas para Cambiarse	Cambiarse	Tener un lugar para poder cambiarse y colocarse los oberoles de trabajo.	10	Cabinas y Asientos
	Armarios para guardar la ropa	Guardar la ropa	Guardar la ropa limpia	4,8	Lockers

Fuente: Investigación
Elaborado por: Alonso Peñaherrera

Tabla 4.2: Programación (segunda parte)

ZONA CAJA	Área de cobro	Cobrar el dinero al cliente	Tener un lugar específico de cobro y facturación en la empresa	5	Escritorio, Computadora, Caja
AREA TOTAL M2 10	Área de venta de repuestos	Vender repuestos pequeños y accesorios al cliente	Despachar repuestos y accesorios pequeños al cliente	5	Escritorio, Computadora, Caja
BODEGA	Almacenaje	Almacenar productos	Tener un lugar donde se pueda almacenar el productos de una forma segura.	10	Perchas
AREA TOTAL M2 12	Despacho	Despachar productos	Despachar repuestos y accesorios al cliente	2	Meson
JEFE DE TALLER AREA TOTAL M2 11	Oficina Jefe de Taller	Controlar las actividades en el taller	Poseer un lugar para gestionar todas las actividades del taller	11	Archivadores, Mesa, Silla, Computadora, Impresoras.
SALA DE REUNIONES AREA TOTAL M2 10	Cuarto Sala de Reuniones	Reunir al personal directivo de la Empresa	Estar en un lugar que brinde privacidad y seguridad para llevar a cabo reuniones de importancia en la toma de decisiones de Accpass	5	Escritorio, Computadora, Caja
GERENCIA AREA TOTAL M2 30	Oficina Gerente	Control de la Gerencia	Poseer un ambiente agradable y seguro para la gerencia.	30	Escritorio, Computadora, Archivadores, Mesa, Silla, Sala, Televisor, Nevera.
SUBGERENCIA AREA TOTAL M2 30	Oficina Subgerente	Control de la Subgerencia	Poseer un ambiente agradable y seguro para la subgerencia.	30	Escritorio, Computadora, Archivadores, Mesa, Silla, Sala, Televisor, Nevera.
CAFETERÍA	Cocina Principal	Cobrar el dinero al cliente	Tener un lugar para cocinar los alimentos calientes	36,3	Cocina, Horno, Microondas, Triturador de basura, Refrigerador, etc.
	Provisiones	Almacenar alimentos	Poseer un cuarto para el almacenamiento de productos alimenticios	3	N/A
	Mesa de Preparación	Preparar las Bandejas de las Ordenes	Mesa de preparación tanto en la cocina caliente como en la cocina fría	2,4	Counter Mesa de Preparación
	Mesa de Entrega	Entregar las Alimentos	Counter para la entrega de alimentos	22,7	Counter Mesa de Entrega
	Acceso Personal	Acceder a la cafetería	Alislar en ingreso del personal de cafetería del resto de personas	8,2	Lockers
AREA TOTAL M2 92.2	Fregadero	Lavador los platos y utensillos	Lugar para lavar todos los utensillos de cocina sucios	2,14	Pozos de Lavado
ACCESO PERSONAL AREA TOTAL M2 20	Ingreso Lateral	Ingresar a la estación de trabajo	Tener un lugar distinto que separe el ingreso del personal y de los clientes	20	N/A
ACCESO CLIENTES AREA TOTAL M2 20	Ingreso Frontal	Ingresar al concesionario vehicular Accpass	Tener un lugar distinto que separe el ingreso de los clientes y del personal	20	N/A

Fuente: Investigación
Elaborado por: Alonso Peñaherrera



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA
DEL ECUADOR SEDE AMBATO**

**AUTOR:
ALONSO PEÑAHERRERA MELO**

LÁMINA: 1

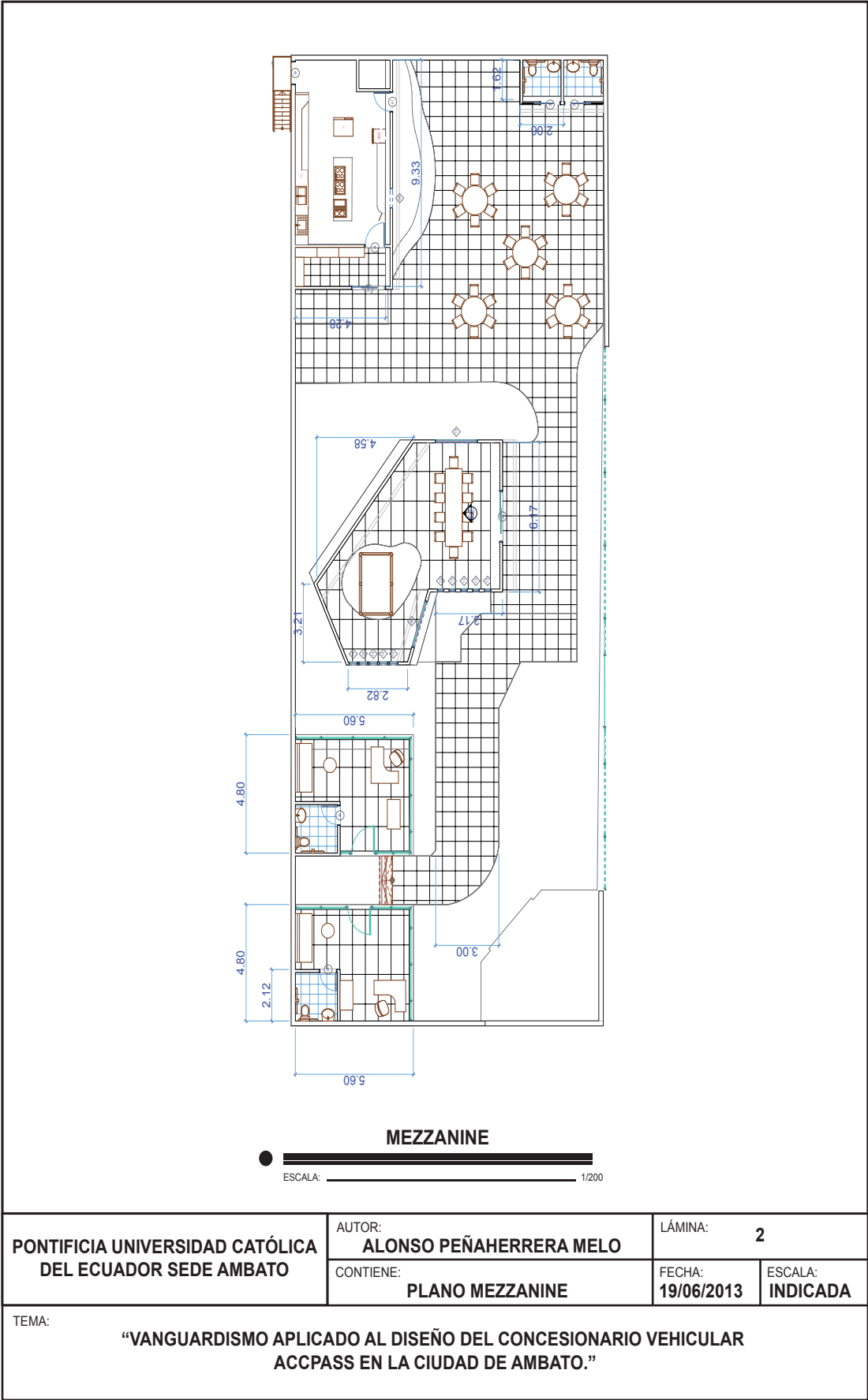
**CONTIENE:
PLANO PLANTA BAJA**

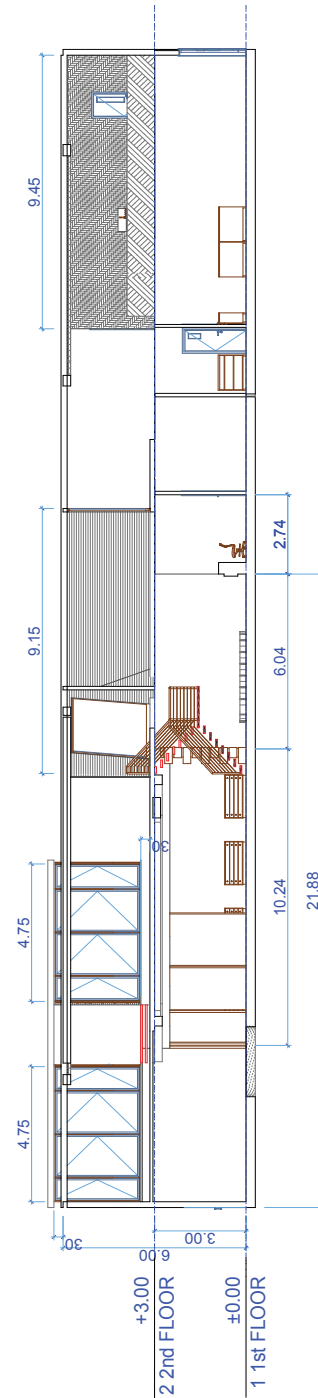
**FECHA:
19/06/2013**

**ESCALA:
INDICADA**

TEMA:

**“VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO VEHICULAR
ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO.”**





CORTE HORIZONTAL A-A'

ESCALA: 1/200

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA
DEL ECUADOR SEDE AMBATO

AUTOR:
ALONSO PEÑAHERRERA MELO

LÁMINA: 3

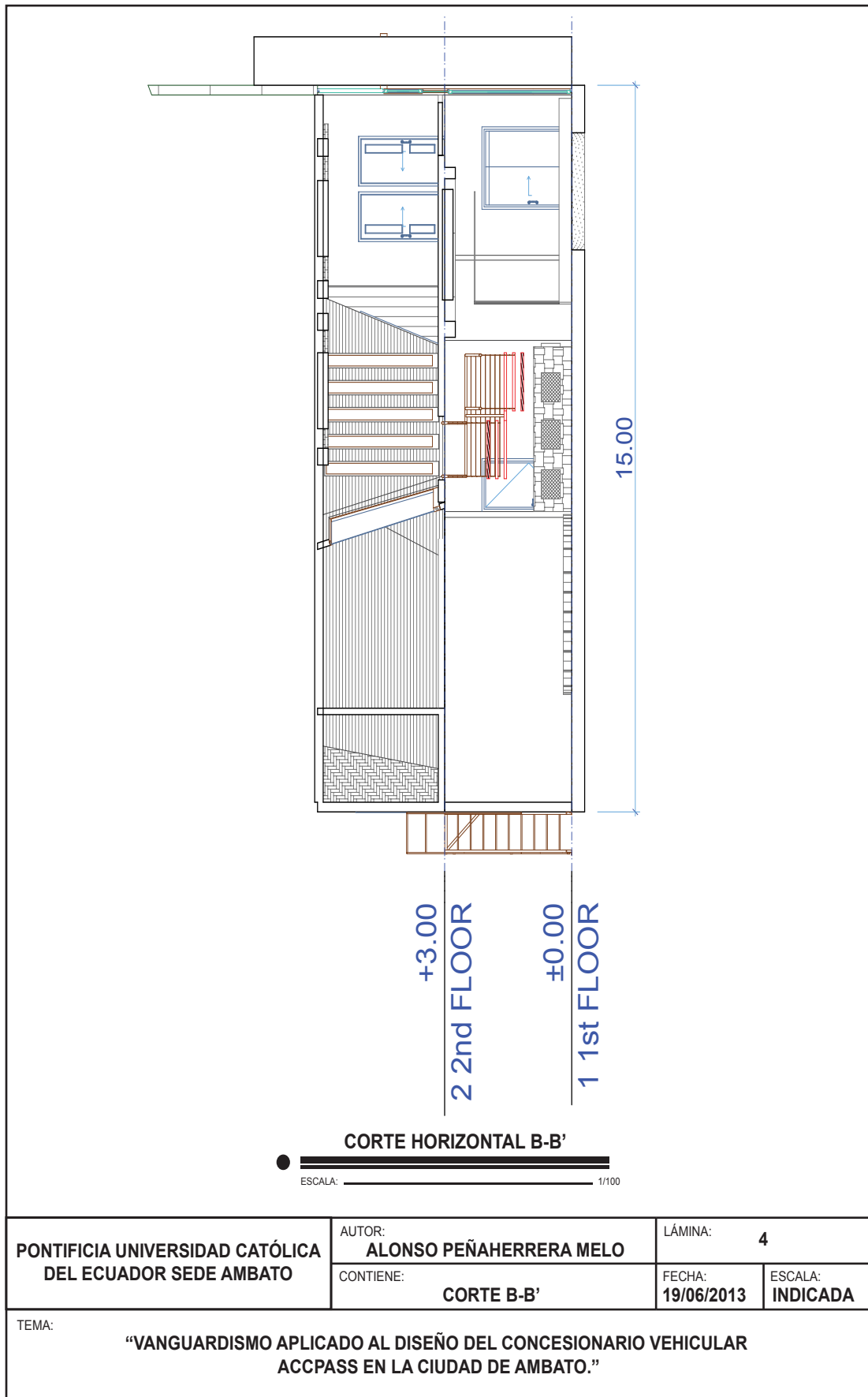
CONTIENE:
CORTE A-A'

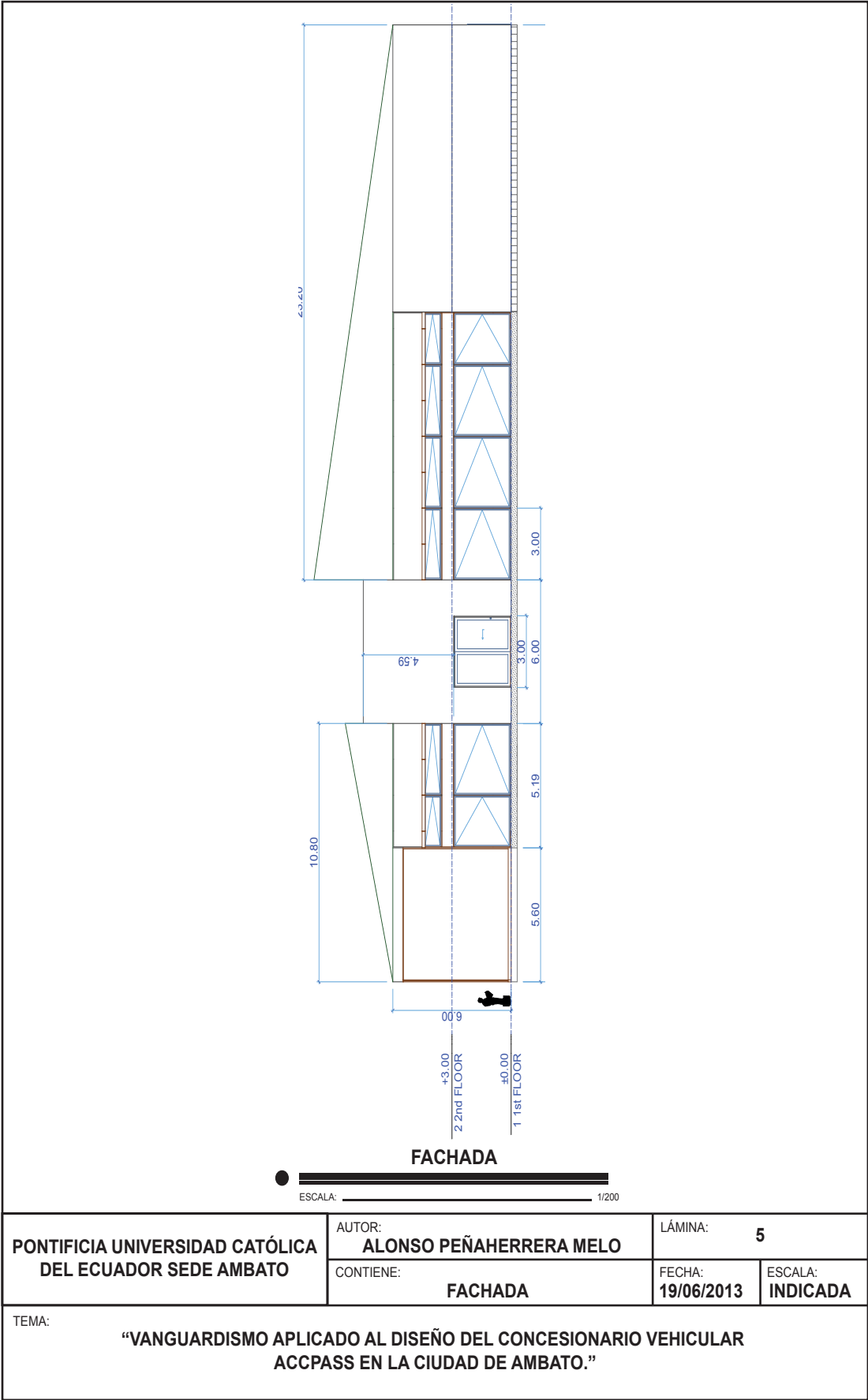
FECHA:
19/06/2013

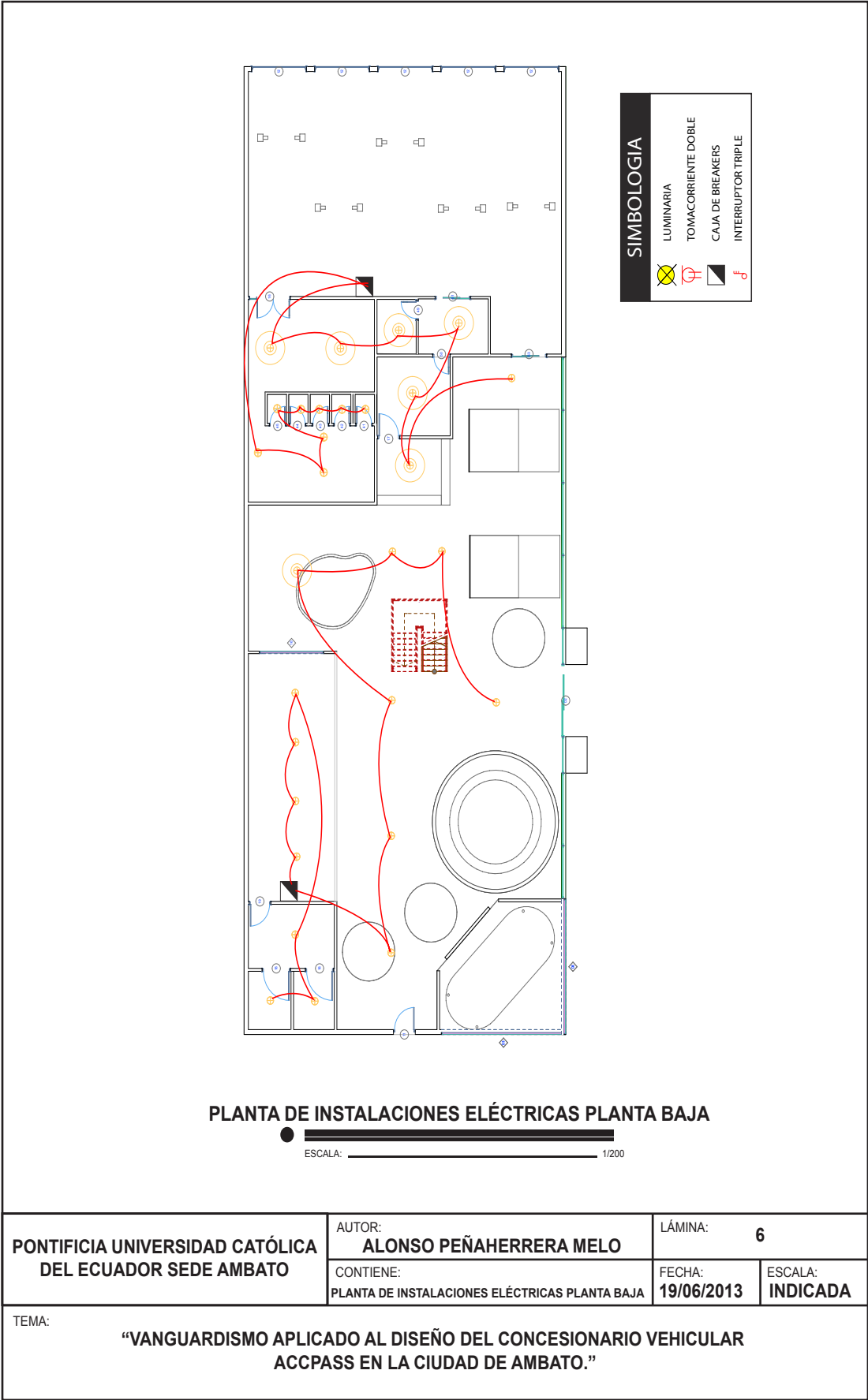
ESCALA:
INDICADA

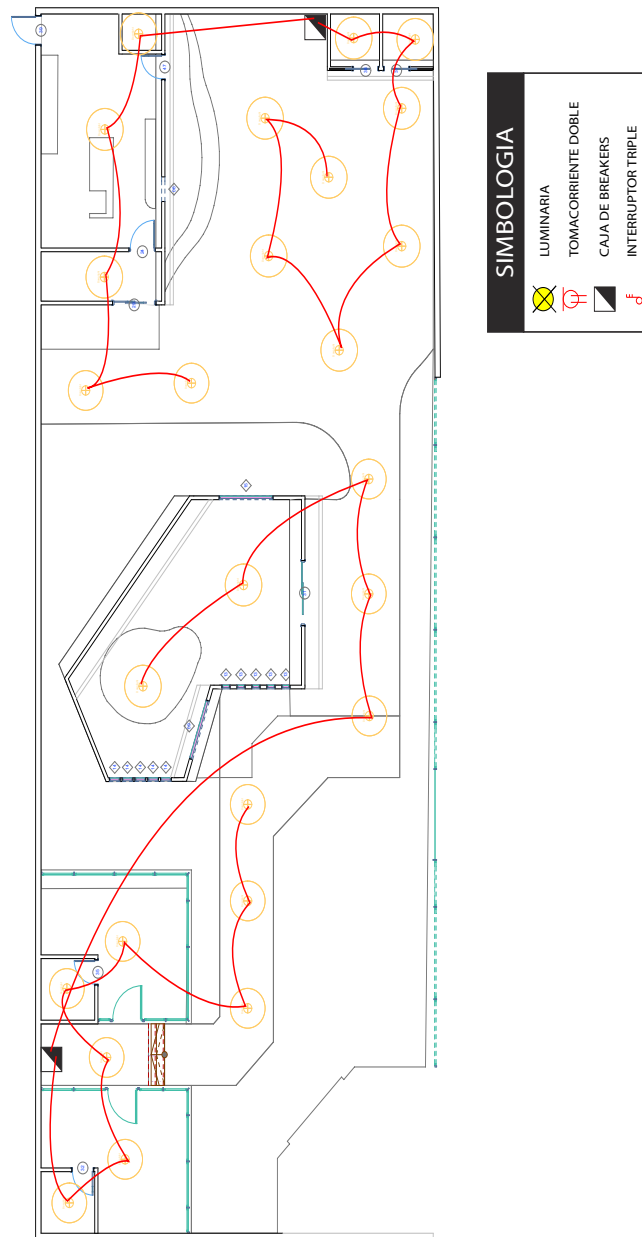
TEMA:

"VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO VEHICULAR
ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO."









PLANTA DE INSTALACIONES ELÉCTRICAS MESSANINE

● ESCALA: 1/200

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA
DEL ECUADOR SEDE AMBATO

AUTOR:
ALONSO PEÑAHERRERA MELO

LÁMINA: **7**

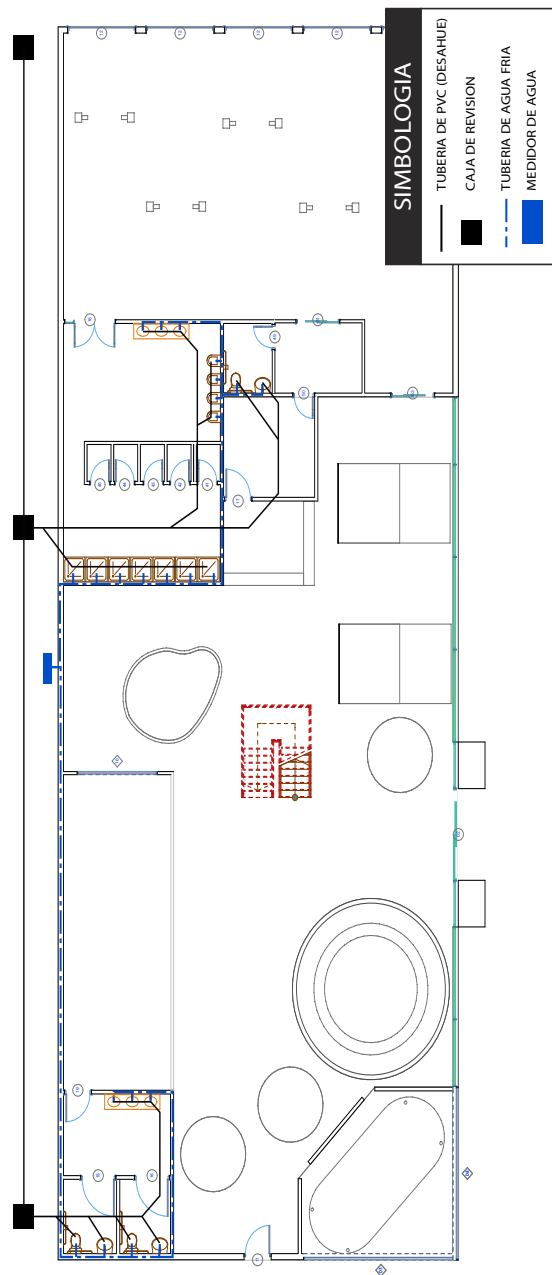
CONTIENE:
PLANTA DE INSTALACIONES ELÉCTRICAS - MESSANINE

FECHA:
19/06/2013

ESCALA:
INDICADA

TEMA:

**“VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO VEHICULAR
ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO.”**



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA
DEL ECUADOR SEDE AMBATO

AUTOR:
ALONSO PEÑAHERRERA MELO

LÁMINA: **8**

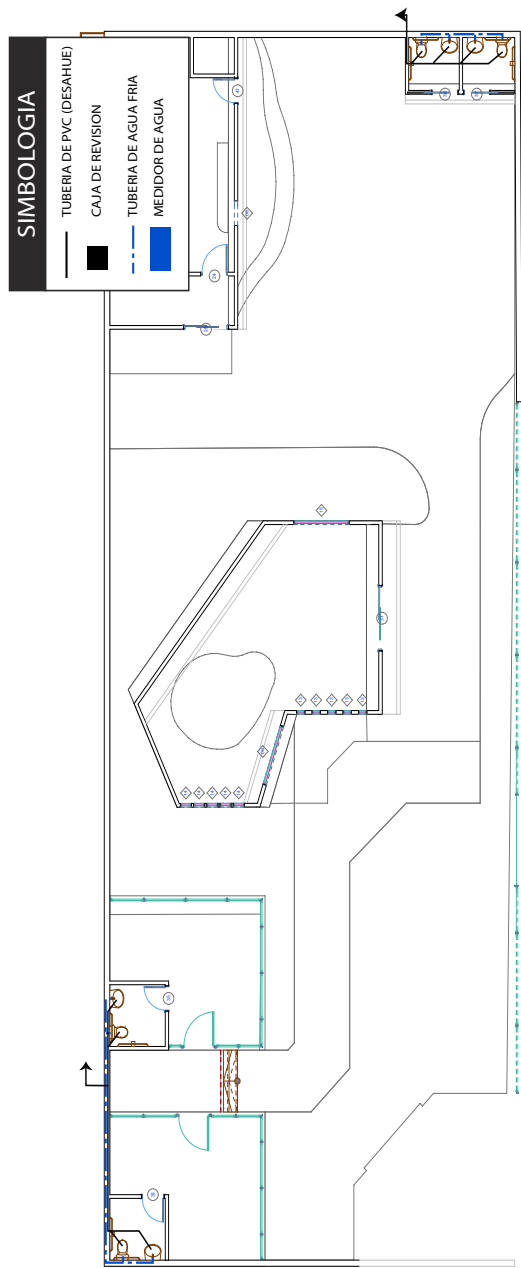
CONTIENE:
PLANTA DE INSTALACIONES HIDROSANITARIAS PLANTA BAJA

FECHA:
19/06/2013

ESCALA:
INDICADA

TEMA:

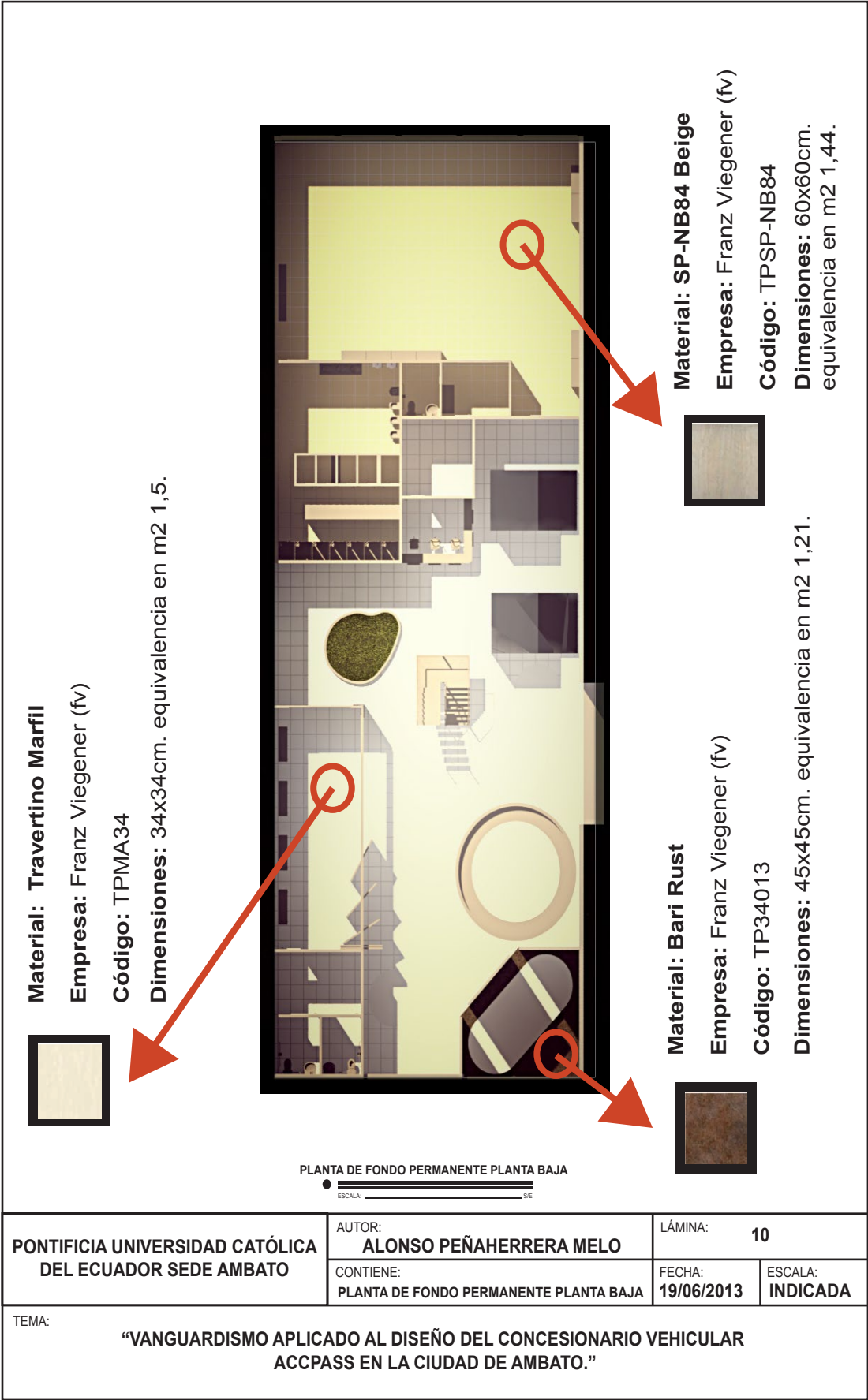
**“VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO VEHICULAR
ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO.”**

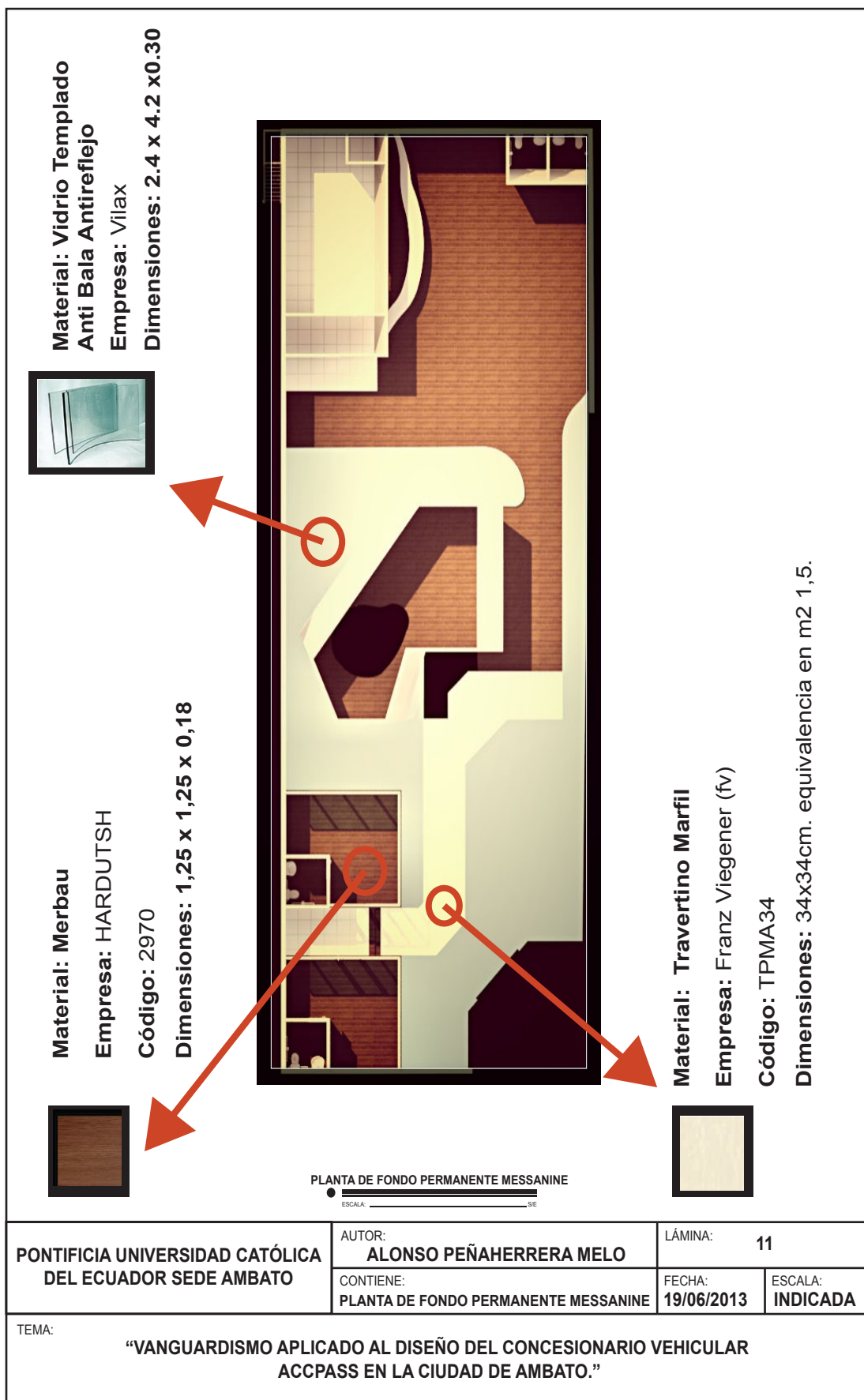


PLANTA DE INSTALACIONES HIDROSANITARIAS MESSANINE

●  ESCALA: 1/200

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO	AUTOR: ALONSO PEÑAHERRERA MELO	LÁMINA: 9	
	CONTIENE: PLANTA DE INSTALACIONES HIDROSANITARIAS MESSANINE	FECHA: 19/06/2013	ESCALA: INDICADA
TEMA: "VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO VEHICULAR ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO."			



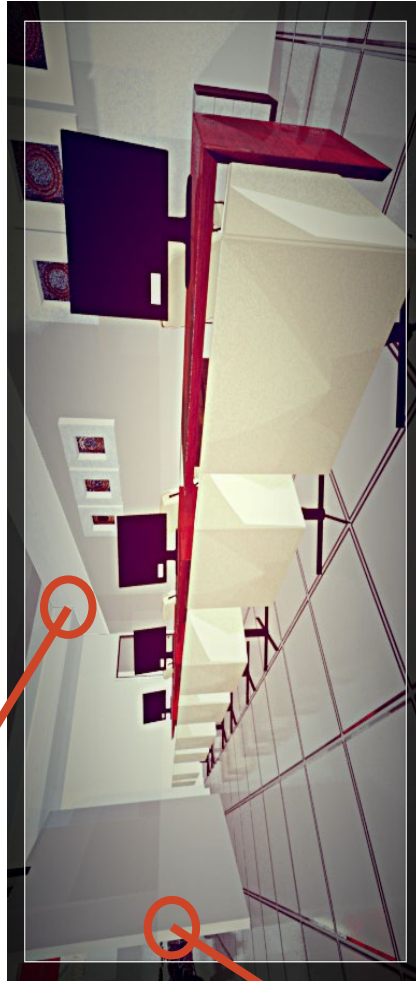
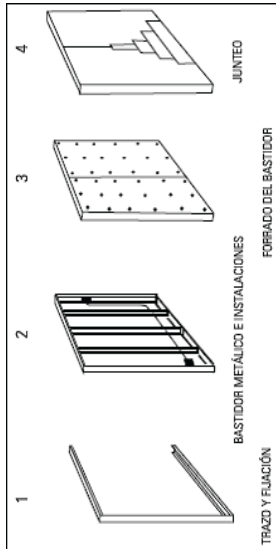


Material: Placa de Yeso

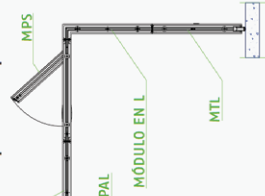
Empresa: Glypac

Código: 2636

Dimensiones: 120x240x12.5mm

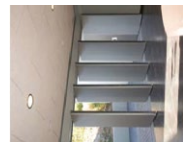


Tabique multidireccional con módulo en L y módulo puerta simple



PAL: Perfil de atraque lateral regulable
MS: Módulo simple
MTL: Módulo traviesa lateral
MPS: Módulo puerta simple
MPD: Módulo puerta doble

Tabiques Móviles



DETALLES ARQUITECTÓNICO ZONA DE ASESORES



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA
DEL ECUADOR SEDE AMBATO

AUTOR:
ALONSO PEÑAHERRERA MELO

LÁMINA: **12**

CONTIENE:
DETALLES ARQUITECTÓNICO ZONA DE ASESORES

FECHA:
19/06/2013

ESCALA:
INDICADA

TEMA:

**“VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO VEHICULAR
ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO.”**

Instalación Porcelanato



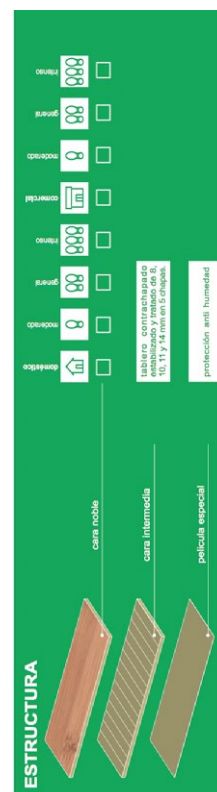
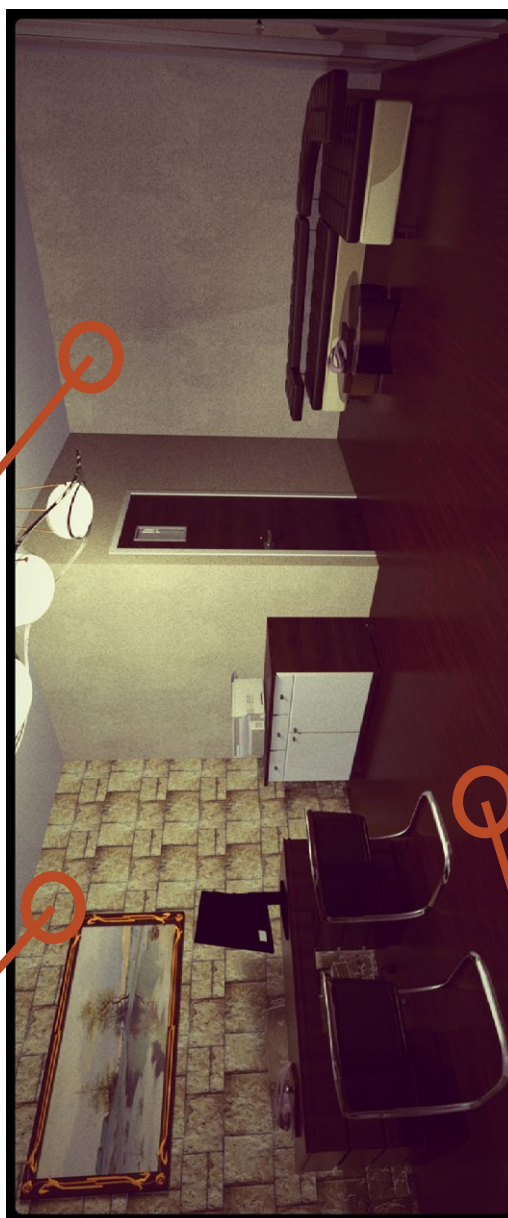
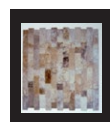
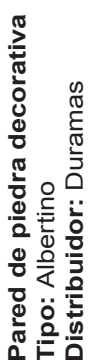
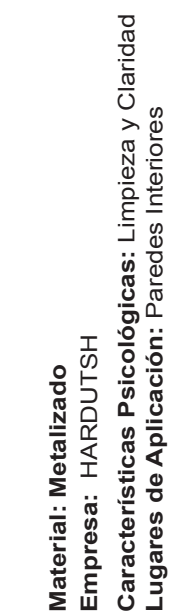
- 1.- Instalación del soporte
- 2.- Aplicación del pegante
- 3.- Aplicación de Juntas
- 4.- Limpieza de restos en la obra
- 5.- Mantenimiento



- Pintura Enlucida Blanca
- 1.- Limpieza de la superficie.
 - 2.- Empastar la pared.
 - 3.- Corrección de fallas en la superficie.
 - 4.- Secado del empaste
 - 5.- Aplicar la primera mano de pintura blanca.
 - 6.- Dejar secar y culminar con una segunda mano para corregir fallas.
 - 7.- Repetir este proceso en caso de ser necesario.

DETALLES ARQUITECTÓNICO ZONA DE ASESORES

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO	AUTOR: ALONSO PEÑAHERRERA MELO	LÁMINA: 13	
	CONTIENE: DETALLES ARQUITECTÓNICO ZONA DE ASESORES	FECHA: 19/06/2013	ESCALA: INDICADA
TEMA: "VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO VEHICULAR ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO."			



DETALLES ARQUITECTÓNICO OFICINAS

ESCALA: _____

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA
DEL ECUADOR SEDE AMBATO**

AUTOR:	ALONSO PEÑAHERRERA MELO
CONTIENE:	DETALLES ARQUITECTÓNICO OFICINAS

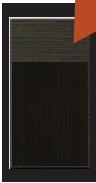
LÁMINA:	14
---------	----

FECHA: 19/06/2013	ESCALA: INDICADA
-----------------------------	----------------------------

TEMA:

**“VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO VEHICULAR
ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO.”**

Material: Wengué
Empresa: HARDUTSH
Código: 2030



Piso Alfombrado Gris
Tipo: Alfombra de pelo corto
Empresa: Henry



DETALLES ARQUITECTÓNICO SALA DE REUNIONES

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO	AUTOR: ALONSO PEÑAHERRERA MELO	LÁMINA: 16	
	CONTIENE: DETALLES ARQUITECTÓNICO SALA DE REUNIONES	FECHA: 19/06/2013	ESCALA: INDICADA
TEMA: "VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO VEHICULAR ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO."			



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO	AUTOR: ALONSO PEÑAHERRERA MELO		LÁMINA: 17	
	CONTIENE: DETALLES ARQUITECTÓNICO CAJA		FECHA: 19/06/2013	ESCALA: INDICADA
TEMA: “VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO VEHICULAR ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO.”				



**Material: Vidrio Templado
Anti Bala Antireflejo
Empresa: Vilax
Dimensiones: 2.4 x 4.2 x0.30**

**Material: Placa de Yeso
Empresa: Glypac
Código: 2636
Dimensiones: 120x240x12.5mm**

**Material: Tabiques Móviles
Empresa: Rolling Wall
Tamaño: 3m. x 2.05m.
espesor 0.84 mm.
Observaciones: Aislante acústico**

**Material: Jaca Arena
Empresa: Franz Viegner (fv)
Código: TP8934**

DETALLES ARQUITECTÓNICOS ÁREA DE EXHIBICIÓN

ESCALA: _____

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO	AUTOR: ALONSO PEÑAHERRERA MELO	LÁMINA: 18
	CONTIENE: DETALLES ARQUITECTÓNICO ÁREA DE EXHIBICIÓN	FECHA: 19/06/2013

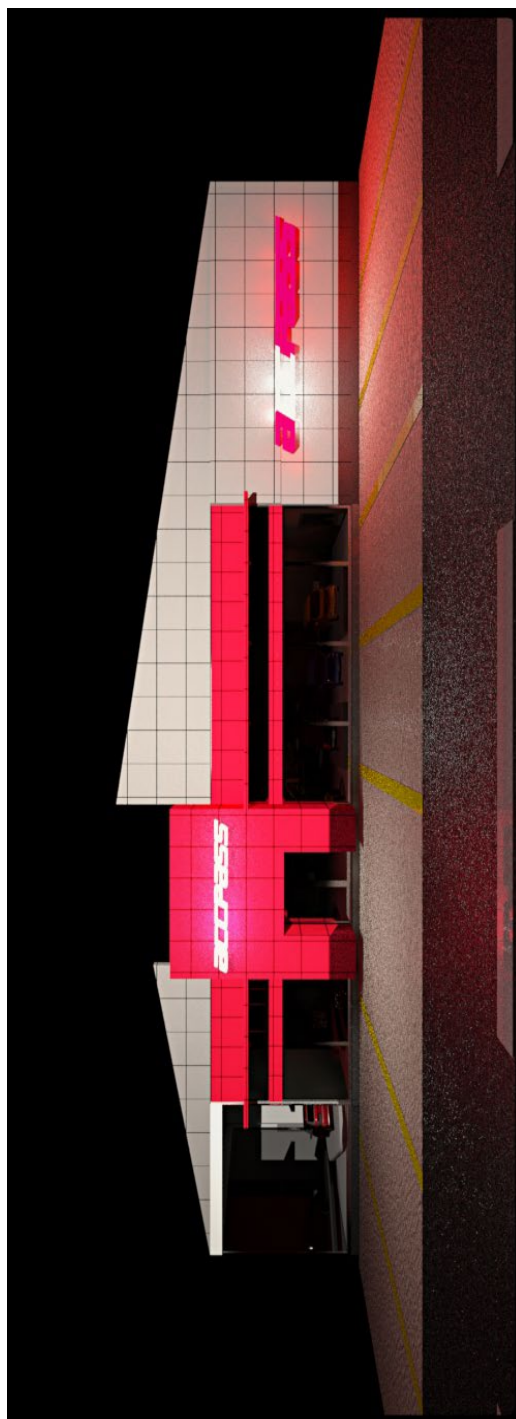
TEMA:

**“VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO VEHICULAR
ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO.”**



● PERSPECTIVAS
ESCALA: _____ SE

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO	AUTOR: ALONSO PEÑAHERRERA MELO	LÁMINA: 21	
	CONTIENE: PERSPECTIVAS	FECHA: 19/06/2013	ESCALA: INDICADA
TEMA: "VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO VEHICULAR ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO."			



PERSPECTIVAS

● ESCALA: _____ SE

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA
DEL ECUADOR SEDE AMBATO**

**AUTOR:
ALONSO PEÑAHERRERA MELO**

LÁMINA: 22

**CONTIENE:
PERSPECTIVAS**

**FECHA:
19/06/2013**

**ESCALA:
INDICADA**

TEMA:

**“VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO VEHICULAR
ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO.”**



● PERSPECTIVAS
ESCALA: _____ SE

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO	AUTOR: ALONSO PEÑAHERRERA MELO	LÁMINA: 23	
	CONTIENE: PERSPECTIVAS	FECHA: 19/06/2013	ESCALA: INDICADA
TEMA: "VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO VEHICULAR ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO."			



● PERSPECTIVAS
ESCALA: _____ SE

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA
DEL ECUADOR SEDE AMBATO

AUTOR:
ALONSO PEÑAHERRERA MELO

LÁMINA: 24

CONTIENE:
PERSPECTIVAS

FECHA:
19/06/2013

ESCALA:
INDICADA

TEMA:

“VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO VEHICULAR
ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO.”



● PERSPECTIVAS
ESCALA: _____ SE

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO	AUTOR: ALONSO PEÑAHERRERA MELO	LÁMINA: 25	
	CONTIENE: PERSPECTIVAS	FECHA: 19/06/2013	ESCALA: INDICADA
TEMA: "VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO VEHICULAR ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO."			



● PERSPECTIVAS
ESCALA: _____ SE

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO	AUTOR: ALONSO PEÑAHERRERA MELO	LÁMINA: 26	
	CONTIENE: PERSPECTIVAS	FECHA: 19/06/2013	ESCALA: INDICADA
TEMA: "VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO VEHICULAR ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO."			



● PERSPECTIVAS
ESCALA: _____ SE

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO	AUTOR: ALONSO PEÑAHERRERA MELO	LÁMINA: 27	
	CONTIENE: PERSPECTIVAS	FECHA: 19/06/2013	ESCALA: INDICADA
TEMA: "VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO VEHICULAR ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO."			



PERSPECTIVAS
● ESCALA: _____ SE

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO	AUTOR: ALONSO PEÑAHERRERA MELO	LÁMINA: 28	
	CONTIENE: PERSPECTIVAS	FECHA: 19/06/2013	ESCALA: INDICADA
TEMA: "VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO VEHICULAR ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO."			



PERSPECTIVAS

ESCALA: _____ SE

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA
DEL ECUADOR SEDE AMBATO

AUTOR:
ALONSO PEÑAHERRERA MELO

LÁMINA: **29**

CONTIENE:
PERSPECTIVAS

FECHA:
19/06/2013

ESCALA:
INDICADA

TEMA:

**“VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO VEHICULAR
ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO.”**



PERSPECTIVAS

ESCALA: _____ SE

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA
DEL ECUADOR SEDE AMBATO**

**AUTOR:
ALONSO PEÑAHERRERA MELO**

LÁMINA: 30

**CONTIENE:
PERSPECTIVAS**

**FECHA:
19/06/2013**

**ESCALA:
INDICADA**

TEMA:

**“VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO VEHICULAR
ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO.”**



PERSPECTIVAS

ESCALA: _____ SE

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA
DEL ECUADOR SEDE AMBATO**

**AUTOR:
ALONSO PEÑAHERRERA MELO**

LÁMINA: 31

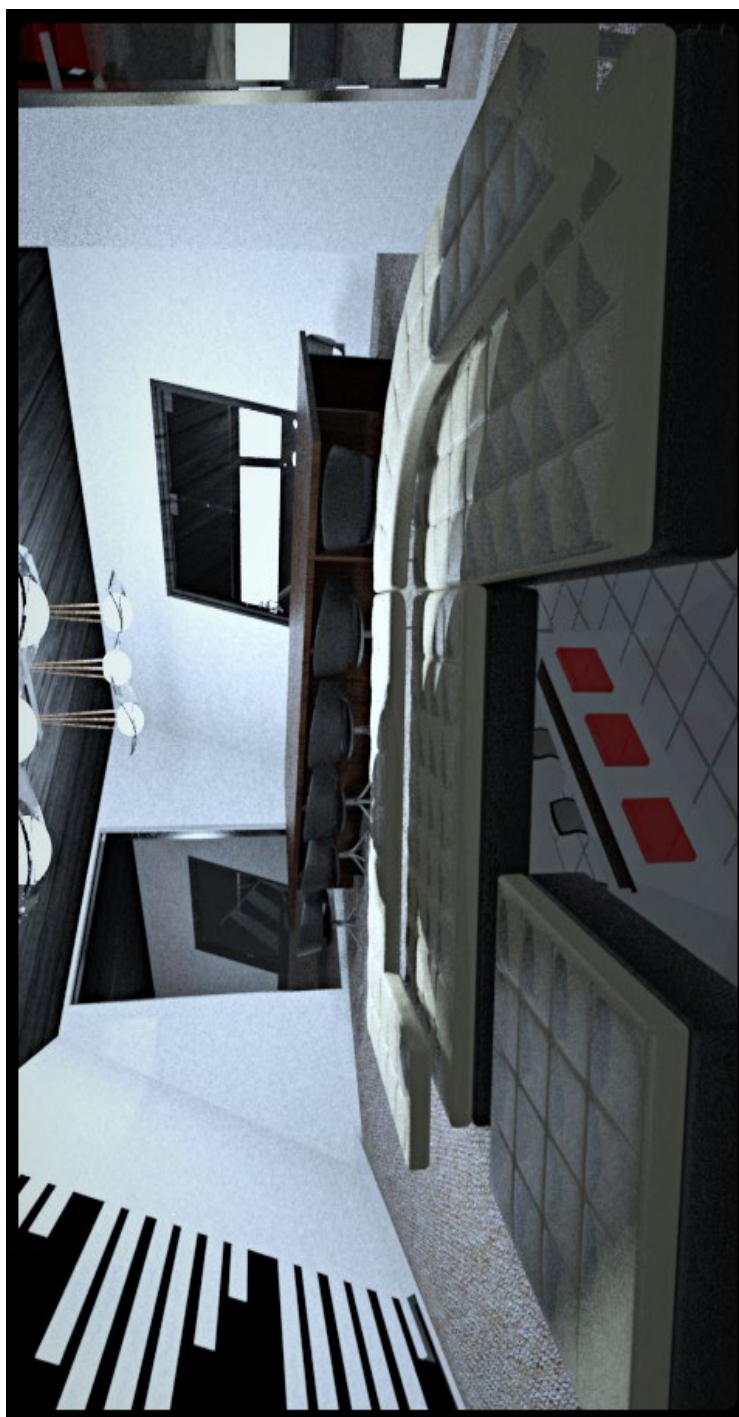
**CONTIENE:
PERSPECTIVAS**

**FECHA:
19/06/2013**

**ESCALA:
INDICADA**

TEMA:

**“VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO VEHICULAR
ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO.”**



PERSPECTIVAS

● ESCALA: _____ SE

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA
DEL ECUADOR SEDE AMBATO**

AUTOR:
ALONSO PEÑAHERRERA MELO

LÁMINA: **32**

CONTIENE:
PERSPECTIVAS

FECHA:
19/06/2013

ESCALA:
INDICADA

TEMA:

**“VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO VEHICULAR
ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO.”**



● **PERSPECTIVAS**
ESCALA: _____ SE

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO	AUTOR: ALONSO PEÑAHERRERA MELO	LÁMINA: 33	
	CONTIENE: PERSPECTIVAS	FECHA: 19/06/2013	ESCALA: INDICADA
TEMA: “VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO VEHICULAR ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO.”			



PERSPECTIVAS
● ESCALA: _____ SE

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO	AUTOR: ALONSO PEÑAHERRERA MELO	LÁMINA: 34	
	CONTIENE: PERSPECTIVAS	FECHA: 19/06/2013	ESCALA: INDICADA
TEMA: "VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO VEHICULAR ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO."			



● PERSPECTIVAS
ESCALA: _____ SE

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO	AUTOR: ALONSO PEÑAHERRERA MELO	LÁMINA: 35	
	CONTIENE: PERSPECTIVAS	FECHA: 19/06/2013	ESCALA: INDICADA
TEMA: "VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO VEHICULAR ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO."			

4.5 Presupuesto

ACCPASS

- ZONA ASESORES
- OBRA CIVIL

Tabla. 4.3. PROFORMA 1

					ABRIL 2013	
ELABORACIÓN: CONCESIONARIO ACCPASS				FECHA: ABRIL/2013		
ÁREA TOTAL: 67.22 M2				UNA PLANTA: 67.22 M2		
NO SE CONSIDERA: PLATAFORMAS GIRATORIAS, PIEZAS SANITARIAS				ÁREA LIBRE: 26 M2		
OBRA CIVIL						
ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO (\$)	P.TOTAL (\$)	
1	CONTRAPISO	m2	67,22	\$ 14,24	\$ 957,21	
2	MAMPOSTERÍA DE LADRILLO (TIPO CHAMBO)	m2	59,4	\$ 11,68	\$ 693,79	
3	ENLUCIDO	m2	59,4	\$ 7,13	\$ 423,52	
4	PUNTO DE AGUA POTABLE (1/2")	Pto.	5	\$ 24,74	\$ 123,70	
5	PUNTO DE AGUAS SERVIDAS (110 mm)	Pto.	2	\$ 30,62	\$ 61,24	
6	TOMACORRIENTES 110 V.	Pto.	7	\$ 33,56	\$ 234,92	
7	PUNTO ELÉCTRICO FOCO+(PLAFÓN)	Pto.	7	\$ 36,49	\$ 255,43	
8	PUERTA PANELADA 2.0*1.0 (LAUREL)	U	3	\$ 216,96	\$ 650,88	
9	VENTANA DE HIERRO	m2	6	\$ 68,40	\$ 410,40	
10	VIDRIO CLARO 4MM FLOTADO	m2	6	\$ 12,25	\$ 73,50	
11	Acril Techo Impermeabilizante	4Kg	67,22	\$ 18,00	\$ 1.209,96	
12	Sikanol M Evita Fisuras	10Kg	59,4	\$ 11,26	\$ 668,84	
13	Sikatop Blanco Impermeabilizante	5Kg	59,4	\$ 13,73	\$ 815,56	
				SUBTOTAL	\$ 6.578,96	
				12% IVA	\$ 789,48	
				TOTAL	\$ 7.368,44	
ACABADOS						
ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO (\$)	P.TOTAL (\$)	
14	PORCELANATO BLANCO 34X34	m2	67,22	\$ 8,20	\$ 551,20	
15	PINTURA BLANCA PERMALATEX	Gl	59,40	\$ 12,00	\$ 712,80	
16	TABIQUE MOVILES 84mm	U	5	\$ 417,08	\$ 2.085,40	
				SUBTOTAL	\$ 3.349,40	
				12% IVA	\$ 401,93	
				TOTAL	\$ 3.751,33	

ACCPASS

- ZONA ASESORES
- MOBILIARIO

Tabla 4.4. PROFORMA 2

MOBILIARIO					
ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	P.TOTAL
17	Escritorio Boconcept Blanco Modulado con cajones archivadores, laca blanca. A74½xL195½xF156½cm.	U	4	\$ 1.450,00	\$ 5.800,00
18	Silla Ferrara A99/50xL50/45xF50cm.	U	4	\$ 340,00	\$ 1.360,00
					
19	Muebles Bajos de oficina	U	4	\$ 200,00	\$ 800,00
					
				SUBTOTAL	\$ 7.960,00
				12% IVA	\$ 955,20
				TOTAL	\$ 8.915,20

ACCPASS

- ZONA ASESORES
- MANO DE OBRA

Tabla 4.5. PROFORMA 3

MANO DE OBRA					
PERSONAL		SUELDO UNIFICADO	TOTAL MES GANADO	JORNADA REAL (DIA)	COSTO HORARIO HORA
1	ALBAÑIL	\$ 295,09	\$ 404,46	\$ 20,47	\$ 2,56
2	PINTOR	\$ 295,09	\$ 404,46	\$ 20,47	\$ 2,56
3	CARPINTERO	\$ 295,09	\$ 404,46	\$ 20,47	\$ 2,56
4	ELECTRICISTA	\$ 295,09	\$ 404,46	\$ 20,47	\$ 2,56
5	INSTALADOR DE REVESTIM. EN GENERAL	\$ 295,09	\$ 404,46	\$ 20,47	\$ 2,56
6	MAMPOSTERO	\$ 295,09	\$ 404,46	\$ 20,47	\$ 2,56
7	ENLUCIDOR	\$ 295,09	\$ 404,46	\$ 20,47	\$ 2,56

ACCPASS

- ZONA ASESORES
- MANO DE OBRA

Tabla 4.6. PROFORMA 4

SUBTOTAL OBRA CIVIL	\$ 6.578,96
SUBTOTAL ACABADOS	\$ 3.349,40
SUBTOTAL MOBILIARIO	\$ 7.960,00
IMPREVISTOS	\$ 2.003,50
ASESORIA DISEÑO	\$ 1.790,27
TOTAL OBRA	\$ 21.682,13

ACCPASS

- TALLERES
- RAMPAS GIRATORIAS (ZONA EXHIBICIÓN)

Tabla 4.7 PROFORMA 5

TALLERES Y RAMPAS GIRATORIAS					
ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	P.TOTAL
1	E levador de 2 Columnas 2500 Kgs E levauto (el precio no incluye IVA ni gastos de envío)	U	4	\$ 32.929,00	\$ 131.716,00
2	Mesa rodante de 3 bandejas	U	6	\$ 600,00	\$ 1.600,00
3	Banco de armar motores 1000 Lbs	U	2	\$ 800,00	\$ 1.600,00
4	Medidor de aire infla y desinfla	U	4	\$ 100,00	\$ 400,00
5	Prensa espiral 12 Cambio de amortiguador ART 137 A	U	2	\$ 200,00	\$ 400,00
6	Rampa para auto	U	1	\$ 900,00	\$ 900,00
7	Soporte para motores puesto en el vehiculo	U	4	\$ 550,00	\$ 2.200,00
8	Kit de herramientas neumaticas x 5 Pzas	U	4	\$ 210,00	\$ 840,00
9	Atornillador neumatico	U	4	\$ 195,00	\$ 780,00
10	Software administracion de taller Taller Pro II	U	1	\$ 4.600,00	\$ 4.600,00
11	Soldadores eléctricas monofásico	U	2	\$ 1.200,00	\$ 2.400,00
12	SOLDADORA MIG ELEKTRO IND ARG MONOFASICA	U	4	\$ 6.300,00	\$ 25.200,00
13	Lijadora neumatica	U	1	\$ 330,00	\$ 330,00
14	Juego de destornilladores torx	U	4	\$ 130,00	\$ 520,00
15	Fresa de 8 mm para fresadora neumatica	U	4	\$ 60,00	\$ 240,00
16	Amoladora de 115 mm Argentec ind Argen Industrial	U	2	\$ 390,00	\$ 780,00
17	Kit para alternadores	U	4	\$ 500,00	\$ 2.000,00
18	Liquido para inyectores	U	4	\$ 100,00	\$ 400,00
19	Tensiometro de correas	U	4	\$ 270,00	\$ 1.080,00
20	Juego de sacabocado	U	2	\$ 440,00	\$ 880,00
21	Aspiradora Neumática	U	4	\$ 110,00	\$ 440,00
22	Medidor de presión de aire	U	4	\$ 70,00	\$ 280,00
23	Caja de herramientas metalica	U	4	\$ 300,00	\$ 1.200,00
24	Voltmetro Digital Rosell	U	4	\$ 60,00	\$ 240,00
25	Gato botella hidráulico de 5 Tn.	U	4	\$ 120,00	\$ 480,00
26	Inclinador de motores	U	4	\$ 250,00	\$ 1.000,00
27	Soldador Tubular 160 W	U	4	\$ 180,00	\$ 720,00
28	Compresor de 3 cavezales 2 hp tanque de 200 L	U	2	\$ 5.200,00	\$ 10.400,00
29	RAMPA GIRATORIA 360 GRADOS	U	3	\$ 10.200,00	\$ 30.600,00
30	RAMPA CON ELEVADOR GIRATORIA 360 GRADOS	U	1	\$ 18.200,00	\$ 18.200,00
31	Taladro neumatico de 3/8 o de 1/2	U	4	\$ 310,00	\$ 1.240,00
				SUBTOTAL	\$ 243.666,00
				12% IVA	\$ 29.239,92
				TOTAL	\$ 272.905,92

ACCPASS

- CONCESIONARIO ACCPASS TOTAL DE LA OBRA CIVIL

Tabla 4.8 PROFORMA 6

				ABRIL 2013	
ELABORACIÓN: CONCESIONARIO ACCPASS			FECHA: ABRIL/2013		
ÁREA TOTAL: 67.22 M2			UNA PLANTA: 67.22 M2		
NO SE CONSIDERA: PLATAFORMAS GIRATORIAS, PIEZAS SANITARIAS			ÁREA LIBRE: 26 M2		
OBRA CIVIL					
ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO (\$)	P.TOTAL (\$)
1	CONTRAPISO	m2	622,32	\$ 14,24	\$ 8.861,84
2	PISO VIDRIO TEMPLADO REFLECTIVO 1 LADO	m2	166,64	\$ 480,00	\$ 79.987,20
3	TABIQUE MÓVILES 84mm	U	8	\$ 417,08	\$ 3.336,64
4	MAMPOSTERÍA DE LADRILLO (TIPO CHAMBO)	m2	483,45	\$ 11,68	\$ 5.646,70
5	ENLUCIDO	m2	483,45	\$ 7,13	\$ 3.447,00
6	PUNTO DE AGUA POTABLE (1/2")	Pto.	18	\$ 24,74	\$ 445,32
7	PUNTO DE AGUAS SERVIDAS (110 mm)	Pto.	13	\$ 30,62	\$ 398,06
8	TOMACORRIENTES 110 V.	Pto.	40	\$ 33,56	\$ 1.342,40
9	PUNTO ELÉCTRICO FOCO+(PLAFÓN)	Pto.	55	\$ 36,49	\$ 2.006,95
10	PUERTA PANELADA 2.0*1.0 (LAUREL)	U	19	\$ 216,96	\$ 4.122,24
11	VENTANA DE HIERRO	m2	6	\$ 68,40	\$ 410,40
12	VIDRIO CLARO 4MM FLOTADO	m2	6	\$ 12,25	\$ 73,50
13	Acril Techo Impermeabilizante	4Kg	622,32	\$ 18,00	\$ 11.201,76
14	Sikanol M Evita Fisuras	10Kg	562,55	\$ 11,26	\$ 6.334,31
15	Sikatop Blanco Impermeabilizante	5Kg	562,55	\$ 13,73	\$ 7.723,81
				SUBTOTAL	\$ 135.338,13
				12% IVA	\$ 16.240,58
				TOTAL	\$ 151.578,70

ACCPASS

- CONCESIONARIO ACCPASS TOTAL ACABADOS

Tabla 4.9 PROFORMA 7

ACABADOS					
ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	P.TOTAL
16	PORCELANATO BLANCO 34X34	m2	622,32	\$ 8,20	\$ 5.103,02
17	PORCELANATO BARI ALBOND 45X45	m2	45	\$ 21,26	\$ 66,26
18	PORCELANATO SP-NB82 BEIGE 45X45	m2	230	\$ 19,00	\$ 4.370,00
19	PORCELANATO SP-NB82 GRIS 45X45	m2	54,3	\$ 19,00	\$ 1.031,70
20	PISO FLOTANTE WENGUÉ HARDUTSH	m2	55	\$ 13,30	\$ 731,50
21	PAREDE VICTORIA BALNCO 25X40	m2	8	\$ 14,45	\$ 115,60
22	PARED DE PIEDRA DECORATIVA	m2	41,04	\$ 14,45	\$ 593,03
23	PISO VICTORIA MARRÓN 22X34	m2	14,5	\$ 7,75	\$ 112,38
24	TECHO WENGUÉ SALA DE REUNIONES	m2	54,8	\$ 30,42	\$ 1.667,02
25	GYPSUM	m2	166,64	\$ 12,00	\$ 1.999,68
26	PINTURA BLANCA PERMALATEX	Gl	59,4	\$ 12,00	\$ 712,80
27	VINYL ARENADO LOGO ACCPASS	m2	166,64	\$ 18,00	\$ 2.999,52
				SUBTOTAL	\$ 19.502,50
				12% IVA	\$ 2.340,30
				TOTAL	\$ 21.842,80

ACCPASS

- CONCESIONARIO ACCPASS TOTAL MOBILIARIO

Tabla 4.10 PROFORMA 8

MOBILIARIO					
ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	P.TOTAL
28	Escritorio Boconcept Blanco Modulado con cajones archivadores, laca blanca.	U	4	\$ 1.450,00	\$ 5.800,00
29	Escritorio Gerencial	U	2	\$ 800,00	\$ 1.600,00
30	Credensas	U	6	\$ 290,00	\$ 1.740,00
31	Mesas Cafetería	U	5	\$ 120,00	\$ 600,00
32	Mesas de té	U	2	\$ 75,00	\$ 150,00
33	Sillas Cafetería	U	30	\$ 84,00	\$ 2.520,00
34	Muebles Sala de Espera - Sala de conferencia	U	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00
35	Sofás 2n L	U	2	\$ 650,00	\$ 1.300,00
36	Silla Ferrara A99/50xL50/45xF50cm.	U	4	\$ 340,00	\$ 1.360,00
					
37	Muebles Bajos de oficina	U	4	\$ 200,00	\$ 800,00
					
				SUBTOTAL	\$ 17.670,00
				12% IVA	\$ 2.120,40
				TOTAL	\$ 19.790,40

ACCPASS

- CONCESIONARIO ACCPASS TOTAL MANO DE OBRA

Tabla 4.11 PROFORMA 9

MANO DE OBRA					
PERSONAL		SUELDO UNIFICADO	TOTAL MES GANADO	JORNADA REAL (DIA)	COSTO HORARIO HORA
1	ALBAÑIL	\$ 295,09	\$ 404,46	\$ 20,47	\$ 2,56
2	PINTOR	\$ 295,09	\$ 404,46	\$ 20,47	\$ 2,56
3	CARPINTERO	\$ 295,09	\$ 404,46	\$ 20,47	\$ 2,56
4	ELECTRICISTA	\$ 295,09	\$ 404,46	\$ 20,47	\$ 2,56
5	INSTALADOR DE REVESTIM. EN GENERAL	\$ 295,09	\$ 404,46	\$ 20,47	\$ 2,56
6	MAMPOSTERO	\$ 295,09	\$ 404,46	\$ 20,47	\$ 2,56
7	ENLUCIDOR	\$ 295,09	\$ 404,46	\$ 20,47	\$ 2,56

ACCPASS

- ZONA ASESORES
- MANO DE OBRA

Tabla 4.12. PROFORMA 10

SUBTOTAL OBRA CIVIL	\$ 135.338,13
SUBTOTAL ACABADOS	\$ 19.502,50
SUBTOTAL MOBILIARIO	\$ 17.670,00
IMPREVISTOS	\$ 2.003,50
ASESORIA DISEÑO	\$ 15.706,27
TOTAL OBRA	\$ 190.220,40

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Una propuesta de diseño arquitectónico basada en las teorías del vanguardismo, para el concesionario ACCPASS busca garantizar el mejor clima laboral basado en una adecuada y cómoda estructura física pero además permitiría una mejor percepción de los clientes actuales y potenciales que finalmente incrementa la posibilidad de concretar ventas. De aplicarse el estilo vanguardista en ACCPASS, también se mejorará el urbanismo de la zona generando actividad comercial.
- Las características especiales del diseño vanguardista identificadas como principales para el concesionario son la forma y el color, características que se relacionan directamente con generar un mejor ambiente de trabajo que a la vez incrementa las posibilidades de ventas en la comercialización de vehículos.
- El posible cliente tiene mejores alternativas para apreciar y conocer el producto mediante el uso de mecanismos de exhibición como las rampas giratorias propuestas, identificados como elementos de soporte para la

exhibición de los vehículos.

- El vanguardismo aplicado en el diseño del concesionario ACCPASS armoniza la tecnología del producto, de la edificación y de los materiales de construcción.
- El uso de nuevas tecnologías en los materiales aliviana la carga estructural del edificio, con estas consideraciones se presenta una propuesta que con seguridad mejorará la gestión comercial y administrativa del concesionario.

5.2 Recomendaciones

- Las necesidades modernas a nivel arquitectónico demandan la aplicación de tendencias innovadoras por lo que el estilo vanguardista debería aplicarse en con mayor frecuencia como solución a un problema de diseño.
- En el diseño arquitectónico se deben considerar aspectos como la acústica, la iluminación, el manejo adecuado de las proporciones del espacio, entre los principales.
- La investigación demuestra que la propuesta tiene un sustento técnico y cuenta con la aceptación de empleados y clientes, por tanto ACCPASS debería aplicarla considerando que como queda dicho puede ser un factor diferenciador que incremente sus negocios.

BIBLIOGRAFÍA

- Andrés Paladio, Vicentino, Los quatro libros de arquitectura, Madrid: Imprenta Real 1797.
- Arnoldo Gaité, Tipología 60 viviendas obras y proyectos, Argentina: Nobuko Sa, 2004
- Elizabeth Wilhide, Eco: diseño, interiorismo y decoración respetuosos con el medio ambiente, Barcelona: Blume, 2004.
- Ernst Neufert Arte de proyectar en arquitectura, Barcelona: Gustavo Gili Sa, 1995.
- Francis D.K. Ching, Forma espacio y orden, México: Edit. G. Gili, 1982 .
- Frank Lloyd Wright, Usonia, Argentina: Nobuko Sa, 2006.
- Gueorgui S. Pisarenko, A.P. Yákovlev, V.V. Matvéev, B.A. Mirchevski Manual de resistencia de materiales, Rusia: Mir, 1985.

- Helio Piñón, El sentido de la arquitectura moderna, España: Ediciones UPC, 1998
- Plazola, Enciclopedia de la arquitectura, México: Plazola-Limusa, 1994.
- Rem Koolhaas, Stefano Boeri, Sanford Kwinter, Nadia Autor Tazi, Mutaciones, Barcelona: Editorial Actar, 2000.

LINKOGRAFÍA

- Plataforma Arquitectónica. Arquitectura Moderna. 02 de Julio 2013.
<http://www.plataformaarquitectura.cl/tag/frank-lloyd-wright/>

- La Casa del Mecánico. Maquinaria para talleres automotrices. 2005.
<http://www.lacasadelmecanico.com.ar/herramientas/10/maquinaria#producto268>

- Rocivel Oblitas Mollinedo. Apuntes de Arquitectura. Arquitectura Ecológica. 17 de julio 2011.
<http://apuntesdearquitecturadigital.blogspot.com/2011/07/arquitectura-ecologica-o-modernidad-no.html>

- Accpass. Misión y visión Acpass. 2009.
<http://www.accpass.com.ec>

- Hechos Tungurahua. PEA. 2013.
http://hechostungurahua.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1156&Itemid=504

GLOSARIO

- **3D VIRTUALES:** En la computación un tridimensional virtual es la simulación de gráficos en tridimensional es decir la simulación del largo, ancho y profundidad de un objeto. El proceso de la creación de gráficos tridimensionales comienza con un grupo de fórmulas matemáticas; estas fórmulas en conjunto con objetos externos como imágenes para las texturas, profundidad de campo, desenfoques, etc., constituyen la modelación de un objeto 3d.
- **ATÍPICO:** adj. Que se aparta de los tipos conocidos.
- **CUBÍCULO:** m. (lat. cubiculum) Aposento, alcoba.
- **DOMÓTICA:** Es un conjunto de sistemas de automatización aplicable para viviendas, edificios, espacios comerciales, etc.
- **FLOTILLAS:** f. Flota compuesta de buques pequeños.
- **GRILLA:** Proceso para establecer las relaciones entre las diferentes zonas de una obra arquitectónica.

- **HORMIGÓN:** m. MATTER. Mezcla compuesta de piedras menudas y mortero de cemento y arena, utilizados en la construcción. Es un material conocido desde antiguo, que se sigue utilizando en la actualidad.
- **LUBRICACIÓN PORTÁTIL:** Equipos portátiles para el transporte y suministro de aceite, grasa, líquidos nuevos y recuperadores de usados.
- **MÓDULO:** m. 1 Dimensión que convencionalmente se toma como unidad de medida, y más en general, todo lo que sirve de norma o regla. 2 Pieza o conjunto unitario de piezas que se repiten en una construcción de cualquier tipo.
- **PLATAFORMAS ELEVABLES:** f. (fr. plate - forme) Tablero horizontal, descubierto y elevado sobre el suelo, donde se colocan personas o cosas.
- **PROPORCIÓN:** f. (lat. proportionem) 1 Disposición y correspondencia de las partes que integran un todo. 2 Tamaño, dimensión.
- **RAMPAS:** f. (fr. rampe) Plano inclinado dispuesto para subir o bajar por él.
- **TABÍQUES:** m. (ár. tasbik.) 1 Pared delgada de ladrillos trabados con cemento o yeso que sirve para separar las habitaciones de una casa. 2 Por ext. División plana y delgada que separa dos huecos.

- **URBANISMO:** m. Conjunto de conocimientos que se refieren al estudio de la creación, desarrollo, reforma y progreso de los poblados en orden a las necesidades materiales de la vida humana.
- **VULCANIZACIÓN:** f. (de Vulcano, dios del fuego) Acción y efecto de vulcanizar, combinar el caucho con azufre para mejorar las propiedades elásticas y de resistencia de aquél en frío y caliente.

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta



TEMA DE DISERTACION:

VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO

VEHICULAR ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO.

Objetivo de la encuesta: Identificar las preferencias en el diseño arquitectónico de un concesionario vehicular.

Instrucciones:

La información obtenida con la presente encuesta será utilizada única y exclusivamente para una investigación académica como trabajo de tesis.

Lea atentamente cada una de las preguntas, revise todas las opciones, y elija una alternativa.

1.- ¿Conoce algún concesionario vehicular?

SI

☐

NO

☐

2.- ¿Usted conoce el concesionario vehicular ACCPASS de la ciudad de Ambato?

SI

☐

NO

☐

3.-¿Qué áreas debe tener un concesionario?. Ordene según su importancia

Áreas Verdes

☐

Salas de espera

☐

Áreas de Exhibición

☐

Parqueadero

☐

Otros

4.- A su criterio la ubicación de un concesionario vehicular es:

Muy Importante

☐

Importante

☐

Poco Importante

☐

5.- ¿Qué tipo de vehículo le interesa encontrar en un concesionario vehicular?

Camionetas

☐

Busetas

☐

De doble Transmisión

☐

Motos

☐

Cuadrones

☐

Otros

6.- ¿Qué características de diseño arquitectónico le parecen indispensables en un concesionario vehicular?. Ordene según su importancia

Color

☐

Forma

☐

Espacio

☐

Materiales

☐

Acústica

☐

Luminosidad

Otros

7.-¿Nuevas formas de exhibición de vehículos, serían un factor de decisión para visitar un concesionario vehicular?

SI

☐

NO

☐

8.-¿Una nueva forma de exhibición de vehículos, le ayudarían a elegir mejor su automotor?

SI

☐

NO

☐

9.-¿Cree usted que un concesionario vehicular debe ser especializado en determinados tipos de automotores?

SI

☐

NO

☐

NO IMPORTA

☐

10.- ¿Cree usted que las características visuales del concesionario vehicular, se asocian con las características del producto?

SI

☐

NO

☐

NO IMPORTA

☐

Anexo 2: Entrevista



TEMA DE DISERTACION:

VANGUARDISMO APLICADO AL DISEÑO DEL CONCESIONARIO

VEHICULAR ACCPASS EN LA CIUDAD DE AMBATO.

Objetivo de la entrevista: Identificar las características del diseño arquitectónico de un concesionario vehicular, desde el punto de vista empresarial.

La información obtenida con la presente entrevista será utilizada única y exclusivamente para una investigación académica como trabajo de tesis.

1.- ¿Cuánto tiempo trabajo UD. en ACCPASS?

2.- ¿Qué área es más importante en el concesionario ACCPASS y Por qué?

Áreas Verdes

☐

Salas de espera

☐

Áreas de Exhibición

☐

Parqueadero

☐

Áreas de Recreación

☐

Vestidores

☐

Otras

☐

¿Por qué?

3.- ¿Cree Ud. Que al aplicar un nuevo diseño para el concesionario ACCPASS mejorará el ambiente laboral?

4.- ¿La ubicación del concesionario será un obstáculo para los clientes habituales y potenciales?. ¿Por qué?

5.- ¿Cuál de estas características de diseño arquitectónico, genera un valor agregado a la actividad comercial del concesionario ACCPASS?. ¿Por qué?.

Color

☐

Forma

☐

Espacio

☐

Materiales

☐

Acústica

☐

Luminosidad

☐

Otros

☐

¿Por qué?.

6.-¿De acuerdo a su criterio considera que la adaptación de nuevas formas de exhibición de vehículos, puede ser un factor diferenciador para elevar el volumen de ventas el concesionario vehicular ACCPASS?

SI

☐

NO

☐

POR QUÉ?

☐

7.- ¿Qué características visuales y formales de las instalaciones del concesionario ACCPASS, cree UD que incentiva una mejor calidad de atención al cliente?

Diseño Exterior (Fachadas)

☐

Diseño Interior (Iluminación, forma, color y distribución)

☐

Personal de atención al público (Imagen).

☐

8.- De acuerdo a su experiencia laboral con que estilo o tendencia identifica a un concesionario vehicular