



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

DEPARTAMENTO DE POSGRADOS

**Título: Percepción espacial en cafés-restaurantes
en la ciudad de Cuenca.**

**Subtítulo: Caso de estudio café-restaurantes
sector El Ejido.**

**Tesis previa a la obtención del título de Magister
en Diseño de interiores**

Autor: Dis. Mireya Lucero

Directora: Dis. Carolina Vivar, Mst



DEDICATORIA

A mis padres y hermana, quiénes son mi soporte e inspiración para continuar soñando y cumpliendo metas.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios, a mis padres, familia y amigos por su apoyo, ayuda y palabras de aliento para hoy ver culminada una meta más en mi vida.

A mi tutora de trabajo de titulación la Dis. Carolina Vivar, por su guía y tiempo brindado.

RESUMEN

PERCEPCIÓN ESPACIAL EN CAFÉS-RESTAURANTES EN LA CIUDA DE CUENCA.
CASO DE ESTUDIO CAFÉS-RESTAURANTES SECTOR EL EJIDO.

El este proyecto se contextualiza en el ámbito de la relación espacio-sujeto, siendo la percepción espacial el centro de esta investigación. El desarrollo del proyecto parte del estudio de cafés – restaurantes de la ciudad de Cuenca, concretamente en sector El Ejido, en donde, por un lado, se analizan conceptos como: la distribución, el mobiliario, la circulación, la relación interior – exterior entre otros elementos espaciales; y, a su vez, se analizan percepciones de los clientes con el propósito de identificar elementos y estímulos espaciales del diseño que afectan directamente a los clientes.

Este estudio se ve atravesado por la pandemia COVID-19, en el que se consideran las preferencias que han tenido los clientes antes y durante la pandemia en cafés restaurantes en la zona de estudio, donde, se encontraron cambios en las prioridades al escoger un local.

Palabras clave: Diseño interior, café-restaurantes, percepción, sensaciones, estímulos.

ABSTRACT

SPATIAL PERCEPTION IN COFFEE-RESTAURANS IN THE CITY OF CUENCA.
CASA STUDY COFFEE-RESTAURANTES SECTOR EL EJIDO

This project is contextualized in the field of the space-subject relationship, with the spatial perception being the center of this research. The development of the project is based on the study of coffee-restaurants in the city of Cuenca, specifically in the El Ejido sector, where, on the one hand, concepts such as: distribution, furniture, circulation, the interior-exterior relationship between other spatial elements, and, in turn, customer perceptions are analyzed in order to identify elements and spatial stimuli of the design that refer to customers. This study takes place during the COVID-19 pandemic, in which the preferences that customers have had before and during the pandemic in coffee-restaurants in the study area are considered, changes in priorities were found when choosing a place.

Keywords: Interior design, cafe-restaurants, perception, sensations, stimuli



INTRODUCCIÓN

En este trabajo de investigación, el enfoque se encuentra en las percepciones y preferencias de los usuarios en cafés-restaurantes de la ciudad de Cuenca, sector el Ejido. Para esto nos vamos a centrar en tres puntos principales que serán: el diseño interior comercial, el usuario y la pandemia Covid-19.

Como primer punto es importante analizar el diseño interior comercial, sus requerimientos y cuál es la opción más favorable en la que los espacios comerciales deben estar conformados para ofrecer un buen servicio y cumplir con las necesidades básicas que un usuario requiere en los mismos. Por otra parte es importante conocer al usuario, cuáles son sus necesidades, expectativas y preferencias dentro de un local comercial, que en el caso de esta investigación serán los cafés-restaurantes, para esto se realizó una recopilación de información acerca de la percepción espacial, entendiendo que la misma está conformada por estímulos y sensaciones; es por esto que se busca conocer las preferencias de los usuarios, cuáles son las sensaciones deseadas y cómo los estímulos espaciales pueden lograr transmitir dichas sensaciones. Sin embargo, la situación actual por la pandemia Covid-19, exige medidas nuevas, donde el distanciamiento social es uno de los principales requerimientos, por lo que hemos tenido que enfrentarnos a una nueva realidad, siendo este un motivo para que las preferencias de los usuarios cambien al momento de frecuentar espacios públicos. A partir de esto nace el interés de conocer cuál es la percepción que tienen los usuarios frente a cómo se están manejando los cafés-restaurantes ante esta situación, puesto que lo que antes podía ser percibido de manera agradable para los usuarios, a partir del Covid-19 sus necesidades y preferencias pueden haber cambiado. En donde la cromática, materialidad, distribución, iluminación etc., pueden crear nuevas y diferentes percepciones al usuario en esta nueva realidad.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuáles son las sensaciones ideales en el marco de la percepción espacial que busca un consumidor de cafés-restaurantes en la ciudad de Cuenca , sector El Ejido?

HIPÓTESIS

En el marco de la percepción espacial, las sensaciones más buscadas por los usuarios en cafés-restaurantes de la ciudad de Cuenca, sector El Ejido son la seguridad

OBJETIVO GENERAL

Analizar los elementos espaciales que provocan sensaciones esperadas por los clientes en cafés-restaurantes del sector “El Ejido” de la ciudad de Cuenca” a través de la percepción espacial.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Conocer cuáles son las sensaciones que los usuarios de la ciudad de Cuenca consideran deseables para cafés-restaurantes en el sector “El Ejido” considerando el contexto de la pandemia COVID-19, en relación con la percepción espacial.
2. Identificar los estímulos espaciales en cafés-restaurantes del sector “El Ejido” en Cuenca.
3. Determinar los elementos del diseño interior comercial que favorecen las preferencias de los usuarios en cafés restaurantes de la ciudad de Cuenca, sector “El Ejido”.

ÍNDICE

VII Introducción

VIII Hipótesis

Pregunta de investigación
Hipótesis

IX Objetivos

Objetivo general
Objetivos específicos

52 Referentes bibliográficos

Referentes bibliográficos
Índice de imágenes

56 Anexos

Levantamiento fotográfico sector El Ejido
Encuesta
Tablas de resultados

01 MARCO TEÓRICO

14 Diseño interior comercial.

15 El usuario, percepciones y sensaciones.

17 El usuario y el espacio interior.

18 Diseño interior y Covid-19

02 CASO DE ESTUDIO

CAFÉS-RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE CUENCA,
SECTOR EL EJIDO

22 Antecedentes

23 Delimitación caso de estudio

03 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

27 Aplicación encuestas

27 Observación

28 Análisis cafés-restaurantes

04 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

44 Resultados

05 CONCLUSIONES

50 Conclusiones





01

MARCO TEÓRICO

DISEÑO INTERIOR COMERCIAL

El diseño interior es una rama de la arquitectura cuyo objetivo es crear espacios que sean atractivos, confortables y correctamente equipados para mejorar la calidad de vida de los usuarios en cada uno de los espacios en donde se desenvuelven sean domicilios, espacios comerciales o laborales por medio de una solución espacial: funcional, estética, y tecnológica.

Así mismo, el diseño interior comercial es una rama de diseño de interiores que se encuentra regida a los cambios en la demanda del mercado, de manera que el diseño de espacios comerciales no tiene presente ofrecer únicamente dichas soluciones espaciales mencionadas anteriormente, sino que también están directamente relacionados con el marketing, la comunicación, la imagen corporativa, entre otros ya que estos términos son la consecuencia de los cambios económicos y el desarrollo tecnológico y social a nivel mundial. La fachada, la distribución del espacio, las superficies, las formas, colores, el mobiliario, la señalética, deben estar pensados de tal manera que sirvan como elementos de atracción y faciliten el acercamiento del cliente con los productos o servicios, este objetivo al final es un común denominador entre el marketing y el diseño de espacios comerciales. El diseño de espacios comerciales también ayuda a crear un espacio en el que los clientes puedan sentirse identificados con dicha marca y a la vez diferenciarse de la competencia; en el caso de las cafeterías, restaurantes o bares se puede diseñar un espacio comercial diferente y atractivo que llame la atención del público desde un primer momento.

Diferentes autores dan su opinión y visión acerca de este tema.

“Diseñar interiores comerciales es un proceso complejo, que comienza con el análisis de una marca y su identidad.” (Mesher, 2011, p.7). Mesher define al interiorismo comercial como un ciclo en continua evolución, que sigue las modas, tendencias y las aspiraciones de los consumidores.

El diseño de espacios comerciales, a más de transmitir la imagen de marca, también se emplea como soporte a través del cual se comunican las estrategias comerciales y se atrae al cliente (Morgan, 2011).

Por otra parte, Coles y House (2008) añaden que al diseñar un espacio comercial donde se refleje los valores de la marca, no se deben descuidar las nociones básicas de antropometría y ergonomía que son necesarias para la distribución espacial y exhibición del producto dentro de un local comercial.

También aportan en como la elección de materiales influyen en la percepción de los clientes, y como las características que definen estos materiales también ayudan a la generación de experiencias.

El diseño interior comercial va a ser distinto según el producto y público al que se dirige, la marca y el concepto; de manera que un restaurante de comida rápida se desarrollará de manera diferente al de una cafetería, y de otra distinta en un local de ropa.

Es importante tener en cuenta que, dentro del interiorismo comercial, la atmósfera, descrita por Labs-Ehlert (en Zumthor, 2006) como “Una disposición de ánimo, una sensación en perfecta concordancia con el espacio construido, comunicada directamente a quienes lo contemplan, lo habitan, lo visitan e, incluso, al entorno inmediato.” Es un determinante para que los usuarios se sientan cómodos al recorrer el espacio comercial y deseen regresar a consumir en el mismo.

Cómo diseñadores de interiores debemos tener la capacidad de dominar diferentes estrategias para crear esta atmósfera, tomando en cuenta; el target al que se dirige, los planos y características técnicas del espacio que se va a intervenir, y los materiales adecuados.

En este caso específico dentro de los locales comerciales escogemos a los cafés-restaurantes. Los cuáles son establecimientos especializados en la venta de café y diversos alimentos como: cafés, sándwiches, ensaladas, galletas, picadas, etc. En algunos casos, por la variedad de comidas que ofrecen, son comparables con un restaurante. Si se destacan por la cantidad de bebidas a disposición de los clientes, se asemejan a un bar. En ocasiones, de hecho, un mismo espacio puede presentarse como cafetería, bar y restaurante.

En los siglos XIX y XX, las cafeterías o cafés-restaurantes se convirtieron en puntos de reunión de políticos, escritores y artistas. Podemos encontrar cafés dentro de lugares con gran afluencia de gente, como hospitales, universidades, aeropuertos, etc. De esta manera se puede beber un café, consumir algún alimento o simplemente descansar.

Cabe destacar que, más allá de su función ofrecer un servicio de comida, los cafés-restaurantes son importantes en un ámbito social ya que se trata de lugares de encuentro, donde se llevan a cabo gran número de reuniones.

EL USUARIO, PERCEPCIONES Y SENSACIONES

Según la Real Academia Española (RAE) la percepción es la sensación que resulta de una impresión material producida en los sentidos corporales; podemos decir que es una función psíquica que a través de los sentidos nos permite elaborar e interpretar información que viene del exterior, en este caso refiriéndonos al espacio.

En su libro *Atmósferas*, Peter Zumthor, describe, “Entro a un edificio, veo un espacio y percibo una atmósfera, y, en décimas de segundo, tengo una sensación de lo que es”. Se habla de una sensibilidad emocional, una percepción veloz que los seres humanos tenemos, es inmediata la aceptación o rechazo que tenemos con respecto a algún lugar.

Según (Bollnow, 1969, citado en Camargo, 2007), “El espacio no es un sistema de relaciones entre las cosas, sino la delimitación, realizada desde el exterior, del volumen ocupado por un objeto”. El espacio es el reflejo de lo que pensamos, la construcción y organización del entorno habitual, es el espejo de la intencionalidad, sensibilidad y desarrollo de la mente.

La percepción no se ve como una representación interna construida sobre la entrada sensorial que obtenemos: se ve como el resultado del acoplamiento dinámico entre la acción de una persona en relación con su entorno y la entrada sensorial que este entorno proporciona.

“La percepción es entendida como la imagen de objetos o fenómenos que se crea en la conciencia del individuo con la participación de los órganos de los sentidos y el cerebro” (Ávila y Prado, 2006, p. 38 como se citó en Aguirre, 2016).

El espacio que habitamos y los elementos que lo integran son parte de nuestra vida cotidiana, tanto los elaborados por el hombre como los de carácter natural que son parte del contexto, influyen en nuestro comportamiento. La disposición del mobiliario, la cromática, iluminación, la circulación, etc. Afectan en la forma en que los usuarios perciben un espacio y cómo se desarrollan en él. La forma en que el hombre comprende su entorno es consecuencia de las experiencias y vivencias que éste ha tenido a lo largo de su vida, en cómo visualiza el espacio y cómo se integra al mismo.

Dentro de la arquitectura, el diseño interior y el arte existen elementos intangibles, como por ejemplo la iluminación y la cromática, que influyen en el usuario en el proceso de percepción.

La cromática es un elemento esencial, es el mayor contacto visual que tiene el ser humano con el entorno. De esta forma entendemos que la percepción de la forma y el espacio se complementan por medio del ser humano, y el cerebro es una de las características que condiciona el conocimiento y la interpretación visual.

Los ojos, la luz y los estímulos son parte del sistema perceptivo a través del color, el movimiento y la forma; es importante mencionar que la memoria, la conciencia y la interpretación son puntos que también deben ser analizados en cuanto a la percepción del ser humano.

La forma perceptual es el resultado del juego recíproco entre el objeto material, el medio luminoso transmisor de información y las condiciones reinantes en el sistema nervioso del observador. (Arnheim, 1995 citado en Santana, 2011).

Saldarriaga (2002) afirma que el sentido de habitar se puede representar corporal y mentalmente. En dónde la dimensión corporal se basa en experiencias, y las mentales en sensaciones a través de lugares no vividos.

La percepción es la primera instancia que tiene el usuario al habitar un espacio, que son captados por los estímulos sensoriales por medio de los sentidos. Entre los tipos de percepción encontramos: percepción espacial, visual y sensorial. Rápidamente podemos describir a la percepción espacial como aquella que toma en cuenta las dimensiones, color y volumen del espacio. Por otra parte, la percepción visual se centra en las cualidades lumínicas, texturas y cromática. Mientras que la sensorial busca profundizar temas técnicos, constructivos y simbólicos, y está ligada a elementos emocionales.

Según filósofos como Blumer, Hice, Mead, Max Weber y Shutz, los componentes de la percepción son:

-Proceso sensorial: La sensación se produce cuando el ser humano es estimulado por cambios internos o externos, por ejemplo; el color, el olor, etc., los cuales están dados por los sentidos del gusto, el olfato, la vista y el tacto.

-Internacionalismo simbólico: Los objetos del entorno cobran significado en el ser humano luego de que son percibidos.

-Proceso afectivo: Son pensamientos que acompañan las emociones y ayudan al ser humano a conformar la percepción.

La percepción es la interpretación de las sensaciones experimentadas, pero ¿que son las sensaciones? Es la experiencia básica de la estimulación de los sentidos, es decir, una reacción consciente ante un estímulo. De forma concreta podemos decir que las sensaciones dan respuesta a los órganos sensoriales frente a un estímulo mientras que la percepción es la interpretación de dichas sensaciones.

Las **sensaciones** permiten que el ser humano cree nuevas experiencias por medio de la vista, el tacto, el oído y el olfato. Saldarriaga (2002), afirma “El mundo se percibe a través de los sentidos, con ellos se forman imágenes visuales, auditivas, táctiles, olfativas y gustativas”. Sus elementos son: los estímulos, órganos sensoriales y la relación sensorial.

Las sensaciones vinculan al hombre con el mundo exterior y son fuente esencial de conocimiento. Estas son la forma como se descubren y se conocen dos realidades una del exterior y otra del interior.

Sentidos externos:

- Sentido de la vista
- Sentido del tacto
- Sentido auditivo
- Sentido olfativo
- Sentido del gusto

Los sentidos, son los encargados de captar los estímulos del mundo exterior, son los medios de captación de diversos estímulos materiales que, mediante toda la información adquirida por los 5 órganos sensoriales, generan un concepto o idea.

Sentidos internos:

- Sentido cenestésico
- Sentido kinestésico

La percepción de espacio interior, dependerá de quienes la experimentan, por este motivo se debe realizar un análisis de los usuarios, para así, reconocer los elementos que logren caracterizarlos o identificarlos, conectando directamente con el usuario y por lo tanto con sus sentidos provocando experiencias y memorias. Es importante tener en cuenta que, aunque los estímulos sensoriales dentro de un espacio sean los mismos, cada persona puede darle una definición propia que dependerá del tipo de señales que reciba el espectador, si son de carácter interno o externo.

Es de suma importancia conocer que es un estímulo, cuyo significado es un cuerpo capaz de estimular un órgano sensorial dando impulsos nerviosos que induce una respuesta en alguna parte del cuerpo. El estímulo en psicología, es cualquier cosa que influya efectivamente sobre los aparatos sensitivos de un organismo viviente, incluyendo fenómenos físicos internos y externos del cuerpo. Dentro de esta investigación uno de nuestros puntos de interés son los estímulos espaciales que corresponden a los elementos que constituyen el interior de un espacio como lo son la iluminación, el mobiliario, la cromática, el sonido, etc.

La experiencia del espacio, el reconocimiento y afección sobre el mismo, depende de la aplicación de elementos espaciales que transmiten experiencias perceptibles. (Hesselgren, 1984, citado en Robles, Esparza, 2015). Estos elementos o recursos pueden ser: visuales, táctiles, auditivos, olfativos. De este modo se pretende entender dichos elementos espaciales para poder trabajar en ellos, haciéndolos aplicables al espacio y generar sensaciones.

Podemos distinguir los siguientes estímulos:

Estímulos visuales.

Se transmiten por medio del sentido de la vista y perceptualmente en el diseño mediante la forma, volúmenes, orden, armonía, límites, escala, secuencia, color, materiales, iluminación natural o artificial, ambientes exterior o interior. (Sirlin, 2005, citado en Esparza, 2015) comenta:

“Estamos condicionados por nuestra simetría y las leyes físicas que nos rigen: la gravedad nos señala permanentemente el eje vertical y el horizontal; nuestra tridimensionalidad relaciona el avance de nuestro cuerpo en el espacio y nos da relaciones de profundidad. Los objetos más distantes los vemos más pequeños, pero “conocemos” su similitud y entonces decimos que son iguales, aun viéndose distintos. Nuestro “saber perceptivo” es por un lado genético y además cultural, dependiendo de nuestro medio y entorno”.

Estímulos táctiles.

El confort del ambiente ofrece una experiencia sensorial muy importante en el diseño interior, puesto que por medio de la piel se puede generar diferentes efectos relacionados con las emociones ligadas a las comodidad o confort que mediante elementos como: la densidad la textura, la solidez, suavidad, rugosidad, la temperatura son perceptibles por medio del tacto.

Estímulos auditivos.

Son fundamentales en la generación de estímulos no tangibles ni perceptibles ocularmente, funciona como un instrumento acústico, para disminuir el ruido en casos necesarios como áreas de trabajo, bibliotecas o por otra parte espacios de reproducción y ampliación de sonidos como salas de cine, teatros, etc.

Estímulos olfativos.

Se puede categorizar experiencias negativas y positivas. Dentro de estas características positivas y negativas, podremos referir, a aquellos aromas que son gratos al olfato y los que generan disgusto, estas características, son completamente aplicables como estrategias dentro del diseño del espacio. Un aroma positivo, podría asociarse a frescura en el ambiente y por lo tanto habría una tendencia sobre un olor natural y fresco, vinculado al ambiente y a la circulación de aire, al contrario de uno negativo que podría provocar disgusto o mal estar.

Efecto memorial.

La interacción constante entre el espacio, el hombre y sus sentidos, permiten experiencias completas. Un espacio arquitectónico que puede fortalecer y concentrar todos nuestros pensamientos que conduce al resultado de un efecto memorial, a los recuerdos, provocando diferentes emociones.

Las sensaciones, percepciones y estímulos son parte de las ideas de los usuarios, y esto produce que los mismos se comporten según lo que perciben y sienten. Es por esto que el espacio se hace parte de la necesidad y percepción del ser humano, y provoca una relación funcional entre el usuario y el espacio.

El espacio interior no se limita a un elemento en especial, sino un conjunto, una relación entre estímulos y sensaciones aplicables al diseño, y de este modo generar propuestas de diseño interior que ofrecen experiencias perceptivas, creando así no solo espacios compositivamente funcionales y estéticos sino también la construcción de vivencias y sensaciones adecuadas para cada tipo de usuario y ambiente.

EL USUARIO Y EL ESPACIO INTERIOR

El comportamiento, los sentidos y actividades del ser humano son condicionantes para la creación de un espacio, que vaya acorde a su personalidad y necesidades.

El espacio y las vivencias del ser humano se desarrollan a partir de la mente, sentimientos y su intención o finalidad, y puede definir el espacio, expresado por Bollnow (1951) en el siguiente pensamiento, “El espacio es el reflejo de lo que pensamos, la construcción y organización del entorno habitual, es el espejo de la intencionalidad, sensibilidad y desarrollo de la mente.

El espacio es un sistema de relación entre el usuario y la naturaleza, mientras desarrolla emociones y expresa sus pensamientos y formas de actuar. La relación del espacio con el usuario se materializa por la forma, la textura y cromática, teniendo como propósito habitar y desarrollar experiencias.

Existen dos tipos de experiencia de la arquitectura, una distraída, otra atenta o consciente. La primera es habitual y no exige especial disposición del sujeto para vivirla, la segunda, por el contrario, se alertan los sentidos y se dispone la mente para apreciar todo aquello que un lugar le ofrece.

(Saldarriaga 2002).

Existen 3 tipos de recorridos espaciales para tener una experiencia en un espacio, así lo menciona (Ching, 1982 citado en Santana, 2011).

Pasar entre espacios: Se conserva la integridad del espacio, su configuración es flexible y es necesario de un espacio intermedio para poder vincularlo con otro.

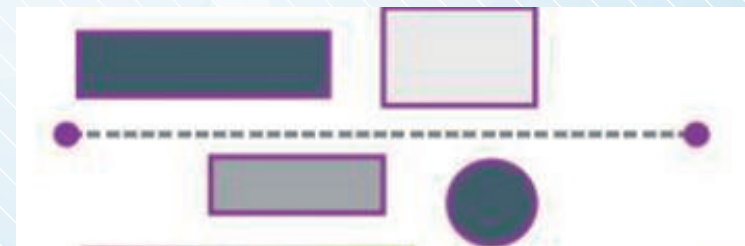


Figura 1. Entre espacios

Atravesar espacios: Un espacio puede atravesar espacios, de forma axial, oblicua o a lo largo de los límites.

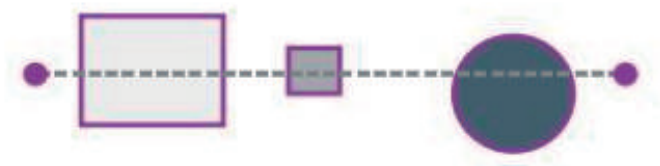


Figura 2. Atravesar espacios

El mismo espacio puede determinar el recorrido. La relación recorrido-espacio establece el acceso a espacios funcionales.



Figura 3. Terminar un espacio

DISEÑO INTERIOR Y COVID-19

A lo largo de la investigación se presenta información que muestra la importancia que el diseño interior tiene en los espacios en los que las personas se desenvuelven, sin embargo, podemos darnos cuenta que se puede mejorar aún más los espacios, no solo centrándonos en que se cumpla la función que estos tienen, sino convirtiéndolos en espacios que resulten cómodos y agradables, pero resulta interesante como se pueden adaptar ciertos espacios, en el caso de esta investigación cafés-restaurantes, a diferentes circunstancias que se puedan presentar y como con un mayor conocimiento del tema de percepciones, y por medio del uso y experimentación de estímulos podemos generar sensaciones más agradables en los usuarios tomando en cuenta que dependiendo de la situación que estén pasando o su necesidad las sensaciones que esperan que estos espacios les transmitan variarán. Por eso se considera importante dentro de esta investigación dar espacio a los cambios a los que las personas se enfrentaron debido a la pandemia Covid-19 y el papel y relación que mantiene con el diseño interior

La Sociedad Americana de Diseñadores de Interiores (ASID) junto con Cosentino, Benjamin Moore y Emerald, profesionales del diseño y socios de la industria, publicó un informe en donde buscan identificar los nuevos retos que tendrá el diseño interior, y demostrar su valor tras la llegada del Covid-19.

Como primera etapa en este informe al cuál denominan “Interior design resiliency report”, se identifican los problemas que las empresas y los profesionales del diseño de interiores han tenido que enfrentar durante el Covid-19. También evalúa los cambios implementados en la industria y las tendencias que van a determinar el futuro del diseño.

El estudio se enfoca en cuatro áreas que son: evaluación del impacto, la respuesta dada, los cambios en el diseño y las formas de desarrollar la salud y resiliencia en la profesión.

Cambios en el diseño:

En Washington D.C. por medio de focus group y encuestas se determinan ciertos datos importantes relacionados al diseño interior:

-El 45% de los encuestados afirmó que el problema de diseño más desafiante que debe resolverse para avanzar después del Covid-19 son las políticas públicas. La forma de selección de mobiliario, accesorios y equipos en un 48% y la construcción en un 46%.

Estos puntos son en donde se espera que existan más cambios por la necesidad de evitar contacto físico.

-Con un 75%, ubicándose en primer lugar entre las necesidades que se deben tomar en cuenta al momento de diseñar esta la idea de tener un espacio de oficina en casa.

-El uso de tecnología con un 68%.

- “Una vida más limpia” con 67%.

-Opciones de vida al aire libre ocupa el 62%.

Con esos datos queda evidenciado que mejorar la calidad del aire y la distribución de los espacios, son las principales necesidades posteriores al Covid-19.

Tras el Covid-19, empieza la “nueva normalidad”, lo que dificulta el poder regresar a la vida como normalmente la conocíamos.

Debido al Covid-19 nace una “nueva normalidad en donde es indispensable mantener la distancia y estar en constante desinfección personal como de cada uno de los elementos que nos rodean, es por esto que es necesario realizar algunos cambios, en donde los espacios deberán ser modificados para adaptarse a las nuevas necesidades del usuario.

El diseño toma una posición fundamental e imprescindible que puede permitir lograr un mayor control sobre los contagios, tomando relevancia al momento de diseñar casas, oficinas y espacios comerciales, en donde existe una mayor conciencia pensada en la seguridad de las personas, por esta razón, al tener en cuenta la “sana distancia”, la configuración de los espacios se verá afectada.

Siendo así, el diseño interior ha tenido que modificarse y dirigirse hacia la creación de entornos más saludables, que permitan, permitan en esa nueva realidad mantener un adecuado distanciamiento y así evitar contagios, a la vez que se creen espacios que favorezcan la salud mental de las personas, con un espacio armonioso y tranquilo por medio de los materiales, cromática, distribución de elementos, etc.

El diseño de espacios exteriores tomará mayor protagonismo, puesto que los espacios abiertos son la manera más segura y efectiva de evitar contagios, por ello existirá mayor aumento en el tiempo que las personas prefieran estar al aire libre.

El verdadero desafío para los diseñadores de interiores después de la pandemia Covid-19 está en los espacios compartidos, por este motivo el principal recurso es el uso de la tecnología, por medio de puertas automáticas. Iluminación activada por sensores de movimiento o baños inteligentes; y que mediante espacios automatizados se permita una convivencia más higiénica y segura.

Otro aspecto importante que se debe tomar en cuenta es la selección y uso de materiales que disminuyan o eviten la propagación del virus y bacterias dentro de los espacios interiores. Estos materiales ya están disponibles en el mercado, pero, su uso ha sido clínico básicamente y por esta razón su costo es alto.

Sin embargo, por las nuevas normas y necesidades que plantea el Covid-19 posiblemente harán que estos materiales sean más accesibles por la demanda que van a tener.

En ese punto se tendrá que considerar la habilidad de los arquitectos y diseñadores para la creación de espacios públicos como cines, restaurantes y centros comerciales que respeten la “sana distancia” sin que se vuelvan fríos, no se debe olvidar que los seres humanos somos seres sociables, necesitamos del otro, y es necesario diseñar espacios cálidos y cómodos.



02

CASO DE ESTUDIO

CAFÉS-RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE CUENCA, SECTOR EL EJIDO

ANTECEDENTES

El Ejido de Cuenca nació como un espacio rural que estaba destinado a ser de uso agrícola y de pastoreo de ganado, por esta razón recibe el nombre de “Ejido” puesto que los ejidos eran considerados como espacios conformados por terrenos comunales a las afueras de la población, que estaban destinados a servicios comunes y de ganado. En vista de sus cualidades estéticas y paisajísticas, con el tiempo fue ocupado por quintas vacacionales de familias que habitaban el casco urbano, convirtiéndose en la primera zona de expansión de la ciudad hacia el Sur.

Esta zona limita al norte con el río Tomebamba y hacia el sur con las dos orillas del río Yanuncay. Por el este, se encuentra limitada por el corredor arquitectónico conocido como Las Herrerías y, al oeste, por la Av. Loja (INPC, 2011 citado en Rodas, 2020),

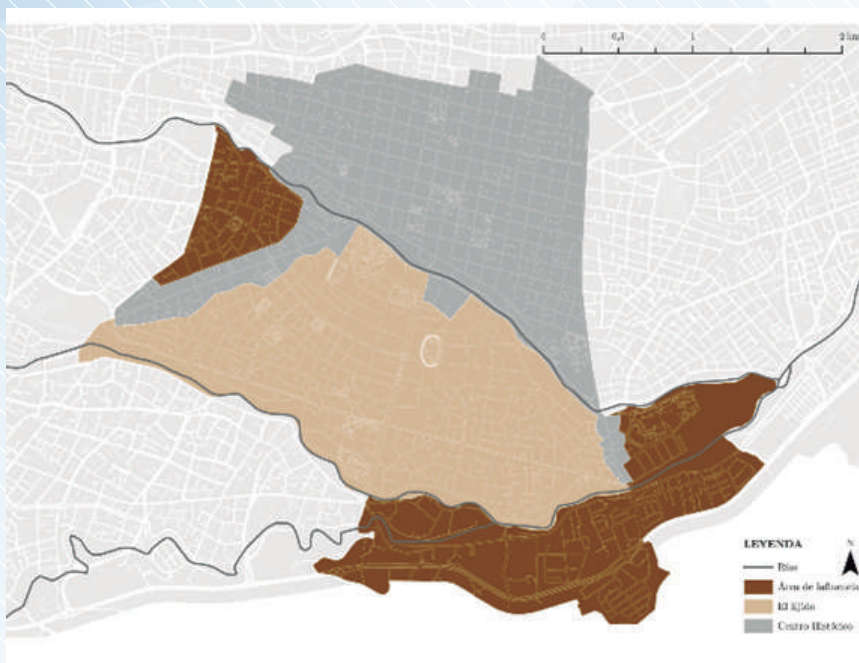


Figura 4. El Ejido

Desde la fundación de Cuenca se destinaron dos espacios a ejidos; uno estaba ubicado en la orilla sur del río Tomebamba, denominado Ejido del Tomebamba o Ejido de El Matadero; y el otro, en el sector de Totoracocha, hacia el este, donde se llevaban a cabo actividades de ganado.

El Ejido del Tomebamba, nació como un espacio periurbano, que desde sus orígenes estuvo destinado para el abastecimiento de leña y productos agrícolas que alimentaban a la ciudad, estaba separado por el río que lo dividía en la terraza intermedia de la ciudad, en donde se ubicaba la urbe colonial, y residencia de los grupos de poder; mientras que la terraza baja fue ocupada de forma limitada por estratos indígenas y mestizos durante los primeros años de conformación de la ciudad.

La ciudad, que hasta ese entonces se mantenía ligada a la vida rural, tomó un giro distinto en el proceso de urbanización de El Ejido, para finales del siglo XIX, Cuenca pasó a tener un crecimiento rápido, tanto poblacional como económico, lo que dio paso a una evolución de las construcciones tradicionales que antes eran realizadas con materiales como el adobe o bahareque, y que pasaron a ser edificaciones monumentales como el Hospital San Vicente de Paul (1872), la Escuela de Medicina, el Colegio Benigno Malo (1923) y el Antiguo Asilo Tadeo Torres (1937). También comenzó la creación de espacios públicos como el Parque de la Madre.

Estos fueron cambiando no solo en el uso del suelo sino también el paisaje urbano de El Ejido, convirtiéndolo en una zona con gran afluencia y proporcionándole un mayor dinamismo.

Mediante la iniciativa municipal para la ejecución del primer Plan Regulador Urbano. El alcalde de ese entonces, Luis Moreno Mora, contrató al arquitecto uruguayo Gilberto Gatto Sobral, a quien le encargó la elaboración del Plan Regulador de la ciudad de Cuenca (1946 - 1949). La cuál después de ser estudiada y analizada por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, en el año 2011 fue declarada Patrimonio Cultural del Ecuador.

Con el tiempo dado el creciente desarrollo económico de la urbe, se emplazaron importantes equipamientos administrativos, políticos y religiosos, dando paso a una urbanización bastante acelerada en esta zona, consolidándose definitivamente para mediados del siglo XX.

En El Ejido existen tres etapas de conformación urbana e histórica. La primera, que abarca toda la zona comprendida entre el Barranco del Río Tomebamba hasta la Av. Remigio Crespo, Av. Roberto Crespo, calle Miguel Cordero y Av. Paucarbamba. Es importante destacar que, en esta zona, existe mayor concentración de edificaciones patrimoniales, albergando un 69,5% del total de inmuebles identificados como de valor patrimonial en El Ejido.

La segunda zona, está comprendida entre la Av. Remigio Crespo y el eje que constituye una de las avenidas más importantes de la zona, como es la Av. 10 de agosto. En esta zona todavía se pueden ver evidencias del concepto de ciudad jardín, pero el esquema de manzanas cambia radicalmente; ya que se puede observar una densificación en los predios o lotes que conforman estas manzanas y, por ende, el aumento de la cantidad de edificaciones por manzana.

En la tercera etapa, la más cercana al río Yanuncay, (límite hacia el sur), es donde existe la menor concentración de edificaciones patrimoniales de El Ejido.

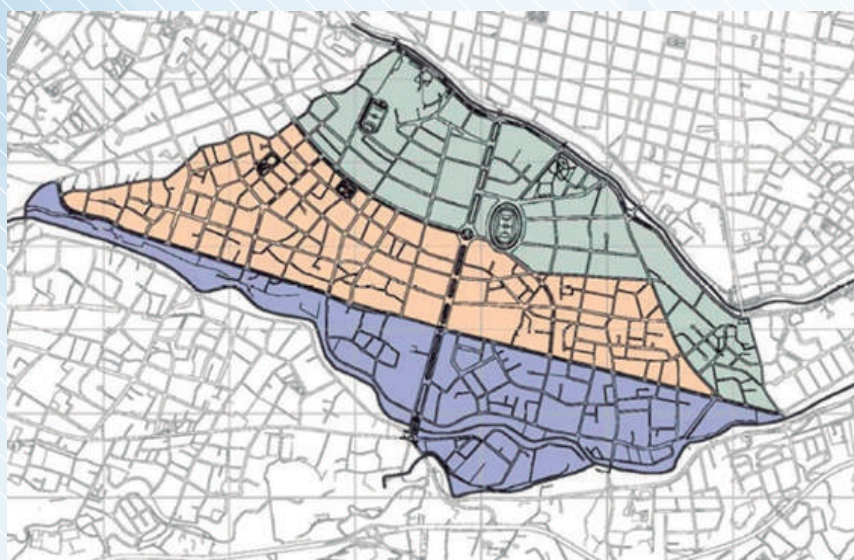


Figura 5. Etapas de conformación.

Cerca de 320 edificaciones dentro de El Ejido son consideradas patrimoniales, esto es efecto de la influencia arquitectónica del centro de Cuenca.

Las instalaciones de restaurantes de comida internacional y el paisajismo natural que rodea a otros locales comerciales imponen frescura en el ambiente haciendo más atractiva esta zona, además se vuelve un lugar turístico, y relajado en dónde al cruzar los puentes del río Tomebamba hacia el norte puede transportarnos a la época colonial.

El Ejido es una zona de circulación vehicular y peatonal lo que vuelve más accesible el ingreso a esta zona, cuenta con diferentes calles que se conectan y hacen fácil la llegada a los cafés-restaurantes.

El Ejido es una zona que está en constante flujo de movimiento, tanto vehicular como peatonal, durante todo el día, ya que varias personas toman esa ruta para dirigirse a sus labores diarias, las personas que residen ahí sacan a sus mascotas a pasear, o a realizar alguna actividad física como trotar.

DELIMITACIÓN DE SELECCIÓN DE CAFÉS-RESTAURANTES PARA CASO DE ESTUDIO, SECTOR EL EJIDO

La zona de El Ejido es escogida como caso de estudio debido a las características que presenta la misma, ya que es una zona bastante transitada, debido a los diferentes comercios que ahí se encuentran tales como bancos, farmacias, restaurantes, cafeterías, etc. Por este motivo el Ejido despierta gran interés en las personas para frecuentar esta zona en donde pueden satisfacer deseos y necesidades.

Sin embargo, lo que vuelve un punto fuerte para frecuentar esta zona es la amplia variedad de restaurantes y cafeterías que ahí se pueden encontrar. El paisaje que rodea a esta zona se conjuga con el diseño de cada uno de los cafés-restaurantes, y crean una atmósfera bastante llamativa, con un alto estatus social.



Figura 6. Ubicación El Ejido.

Además de los puntos mencionados su ubicación es bastante buena, cuenta con avenidas y calles que son rutas tomadas frecuentemente por los cuencanos para dirigirse a cualquier sitio. stante llamativa, con un alto estatus social.

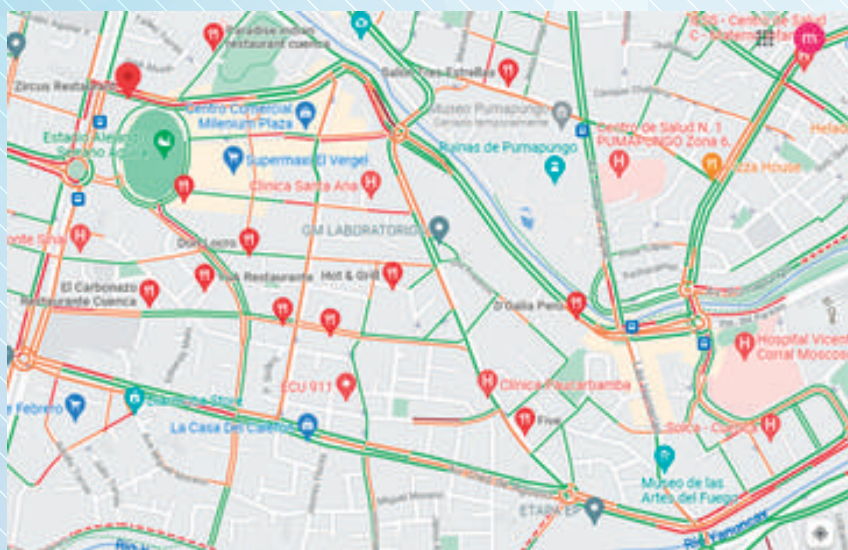


Figura 7. Flujo de tránsito El Ejido.

Entre los diferentes lugares de comida ubicados en El Ejido podemos encontrar los siguientes:

1. Zircus Restaurante	9. Goza Espresso Bar
2. Restaurante Barriga Llena	10. Vida Ventura Grill
3. Don Locro	11. Serafina Bistro
4. DosSuces	12. Dot. House
5. Yúa Restaurante	13. Pity's
6. Charrua	14. Cosecha Café y Vino
7. Puerto Monje	15. El Carbonazo
8. Hansel y Gretel	

Tabla 1. Restaurantes y cafeterías en el sector El Ejido.

El Ejido ofrece cafés-restaurantes con diferentes ambientes y estilos que se acoplan a la variedad de gustos, preferencias y necesidades para cualquier situación o momento, que pueden ir desde desayunos, almuerzos, reuniones de trabajo, o momentos de diversión con amigos, es por eso que esta zona funciona bastante bien tanto para jóvenes como adultos.

Los cafés-restaurantes ubicados en El Ejido, son bastante frecuentados debido a las características que presentan los mismos, son espacios que brindan ambientes cálidos, divertidos, sobrios, etc., cada uno mantiene un estilo diferente que se ajusta a cualquier preferencia, pero comparten el mismo servicio para los usuarios.

Sin duda un extra de este lugar es el paisajismo urbano que lo envuelve, donde predomina la presencia de áreas verdes, y esto permite que los cafés-restaurantes mantengan una relación interior-exterior aprovechando la presencia de la naturaleza que rodea esta zona, lo que representa un gran punto a favor tomando en cuenta la situación actual por la que se está pasando debido a la pandemia Covid-19, puesto que es de suma importancia ofrecer espacios abiertos y exteriores a los usuarios de manera que se pueda manejar de forma correcta el tema del distanciamiento, a la vez que esto colabora en la creación de una atmósfera agradable, donde los usuarios pueden percibir seguridad y tranquilidad en los cafés-restaurantes visitados.

Para este caso nos centraremos en los café-restaurantes que están ubicados en la calle Roberto Crespo toral, entre Luis Moreno Mora y Miguel Cordero Dávila.

Escogiendo 5 restaurantes de esta dirección que son:

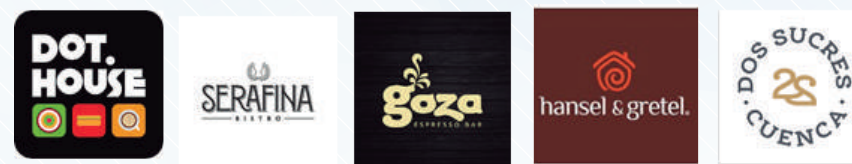


Figura 8. Restaurantes escogidos.

Se escogieron estos 5 locales para realizar el caso de estudio, debido que se encontró similitud en el servicio ofrecido, clientes, precios, dimensiones y características del espacio.

Cada uno de los cafés-restaurantes cumplen con los espacios necesarios para la función que desempeñan, ofrecen ambientes amplios y compartidos, privados y reducidos, por otra parte, la disposición de mobiliario, iluminación tanto artificial como natural, la circulación, etc. es decir los elementos que conforman el espacio son cumplidos.

Sin embargo, uno de los puntos principales para la elección de esta zona se debe a la relación interior exterior que estos cafés pueden tener debido a que las características de la zona lo permiten, lo que resulta bastante importante e interesante para esta investigación tomando en cuenta la pandemia Covid-19.

Más adelante podremos observar cómo cada uno de estos espacios ofrece espacios exteriores, que además de cumplir con el distanciamiento necesario y ofrecer la seguridad a los usuarios, es estéticamente atractivo.



03

RECOLECCIÓN DE
INFORMACIÓN

APLICACIÓN DE ENCUESTAS A USUARIOS DE CAFÉS-RESTAURANTES CUENCA.

Para iniciar con la recolección de la información, es necesario tener claro cuáles son los puntos en los que debemos enfocarnos, siendo para esta investigación las percepciones y preferencias de los usuarios en los cafés-restaurantes.

Para esto se realizaron encuestas a usuarios de cafés-restaurantes de la ciudad de Cuenca de sexo femenino y masculino en un rango de edad de 20 a 50 años, de manera que podamos tener un punto de vista de un público joven y adulto, ya que en estos dos puntos de edad los usuarios tienen diferentes expectativas, necesidades y preferencias, considerando la pandemia Covid-19.

Atravesar por una pandemia cambia las necesidades de las personas, y de este modo sus preferencias con respecto a lo que les rodea.

En el espacio interior los elementos que lo conforman son percibidos de diferentes maneras por cada usuario, y estos pueden o no resultar favorables.

Es por esto que se plantea una encuesta con preguntas antes y después de la pandemia Covid-19 e identificar cuáles son las respuestas sensitivas de los usuarios ante los diferentes estímulos generados por los elementos que conforman el espacio interior en los cafés-restaurantes y conocer como estos estímulos espaciales ante cualquier circunstancia pueden transmitir diferentes sensaciones que pudieran ser las más favorables y esperadas por los usuarios.

Con esta encuesta se busca obtener la siguiente información:

- ¿Cuáles son las sensaciones que los usuarios consideran deseables al ingresar a un café-restaurantes?
- ¿Qué elementos espaciales provocan sensaciones en los usuarios?

OBSERVACIÓN EN CAFÉS-RESTAURANTES, SECTOR EL EJIDO.

Por otra parte, para complementar la información que se obtendrá de las encuestas se realiza una observación en cada uno de los cafés-restaurantes del sector El Ejido con el fin de obtener información adicional, y que puede ser percibida al observar el comportamiento normal de los usuarios al ingresar a un café-restaurantes.

Además de completar la información que se obtiene de las encuestas, podremos sacar conclusiones acerca de:

- ¿Cuáles son los estímulos espaciales en los cafés-restaurantes y las características del diseño interior que favorecen las preferencias del usuario?

Se inicia con un levantamiento fotográfico del sitio, tanto diurna como nocturna, en donde se puede evidenciar la diferencia de tránsito y afluencia de gente con respecto al ingreso a los cafés-restaurantes.

En base a las conversaciones entabladas con el personal de los cafés, podemos decir que los días lunes y martes es donde menor afluencia de clientes hay, siendo mucho más notorio esto en la mañana. Continuando con este horario, los motivos de visita a estos lugares son planes tranquilos, donde por lo general se observa que la mayoría de los usuarios son de género femenino.

Sin embargo, los días jueves, viernes y sábado en el transcurso de la tarde se puede observar en mayor cantidad grupos de amigos y amigas de diferentes edades entre jóvenes y adultos. Es una zona que es bastante activa en el horario nocturno, en donde hay más presencia de usuarios jóvenes. Por otra parte, los fines de semana esta zona se vuelve un poco más familiar en las tardes, y existe poca afluencia de usuarios durante la mañana.

Se puede observar cómo cada uno de los cafés restaurantes aprovechan la presencia de naturaleza y el agradable paisaje que la zona ofrece para generar espacios al aire libre que genere ambientes agradables.

La iluminación y cromática del espacio, de acuerdo al estilo que maneje cada uno puede generar diferentes sensaciones en los usuarios, pudiendo transmitir mayor calidez en algunos casos. El uso de iluminación artificial durante la noche, puede cambiar el concepto de la zona. Durante la mañana y tarde la zona se percibe un poco más tranquila, relajada y familiar, mientras que, en la noche, el uso de iluminación artificial crea un ambiente diferente, más jovial y de diversión. Lo interesante es cómo cada uno maneja su estilo propio mediante el uso de cada elemento conformante del espacio, pero comparten la intención de satisfacer las necesidades, expectativas y preferencias de cada uno de sus usuarios ofreciendo diferentes espacios ya sean abiertos, privados, compartidos, etc. Cada uno de estos lugares se preocupa por la seguridad de sus usuarios aún después de la pandemia Covid-19, por eso prestan gran interés por adecuar de la mejor manera sus espacios exteriores en donde la confortabilidad de las personas no se vea afectada.

ANÁLISIS CAFÉ-RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE CUENCA, SECTOR EL EJIDO

Se realiza una matriz general donde se plantean ciertas características y elementos del espacio a ser analizados para determinar cómo estos transmiten diferentes sensaciones.

Para esto, el diseño de la matriz se divide en un análisis perceptivo espacial, visual, auditivo, táctil y olfativo. A partir de esta matriz obtendremos cierta información que más adelante podrá ser comparada con la que se alcanzará de los resultados de encuestas sobre la percepción de los propios usuarios de cafés-restaurantes.

De esta manera podremos opinar sobre cuan cercanos están los cafés-restaurantes del sector El Ejido en cumplir estas sensaciones y preferencias de los usuarios.

		NOMBRE DEL CAFÉ-RESTAURANTE			
PERCEPCIÓN	Espacial	Forma	Cuadrado	Rectangular	Irregular
		Morfología	Lineal	Orgánica	Ortogonal
		Configuración	Abierto	Cerrado	Interior-exterior
	Visual	Cromática	Cálida	Fría	Neutra
		Materialidad	Textiles	Concretos	Naturales
		Iluminación	Natural	Artificial	Mixta
			Cálida	Fría	Mixta
	Auditiva	Ruido	Aceptable	Molesto	
		Sonido de fondo	Música	Televisión	Ninguna
	Táctil	Texturas	Lisas	Rugosas	Mixtas
		Temperatura	Ventilación	Calefactores	Ninguna
	Olfativa	Aroma	Sin aroma	Aromatizante	Natural (café, canela, vainilla)

Tabla 2. Matriz Modelo.

DOT. HOUSE

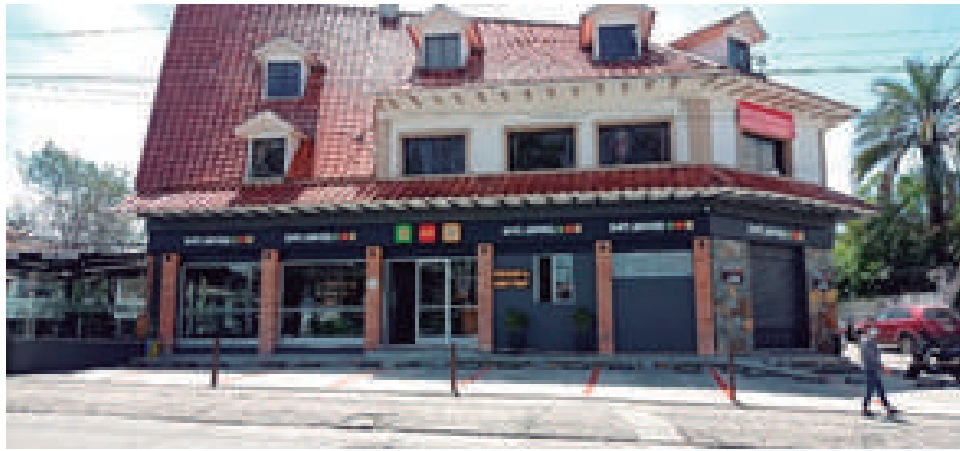


Figura 9. Dot. House Fachada.

DOT. HOUSE mantiene una forma rectangular que ofrece dos ambientes para compartir, uno interior y otro parcialmente exterior, siendo necesario para su recorrido atravesar el lugar principal del interior para llegar al exterior.

En ambos ambientes se mantiene una morfología lineal, que se evidencia en elementos que constituyen el cielo raso, que en este caso son tiras de madera, tanto en la parte interior como en el exterior, también se puede observar una disposición lineal en las luminarias y mobiliario.

Los colores blanco y gris sobresalen en este café-restaurant que están presentes en paredes, piso y cielo raso, que junto con el uso de madera y ladrillo contrastan de buena manera, creando un ambiente cálido, el cuál se acentúa debido a la presencia de luminarias colgantes decorativas con iluminación cálida.

La pintura como material en las paredes y cielo raso muestran texturas lisas, al igual que el mármol en el piso. También el mobiliario mantiene la misma textura lisa, en sus mesas de madera y sus sillas, que si bien son un textil al ser cuero siguen siendo lisas.

Existe presencia de naturaleza tanto en la parte interior como exterior y se mantiene la misma cromática lo que genera una relación en estos dos ambientes.

Existe el mismo porcentaje de usuarios tanto en el interior como el exterior, también se puede observar que la disposición del mobiliario permite que exista una buena circulación en el espacio.

Es importante mencionar que al ser un espacio social en dónde la gente conversa y ríe, el ruido no es molesto ni incómodo, además que el café se encontraba ambientado con música.

No tenía ningún aroma natural ni artificial y los calefactores solo se encontraban disponibles en la parte exterior.



Figura 10. Dot. Interior.



Figura 11. Dot. House Exterior.

MATERIALES



Tablero de madera oscura para mesas

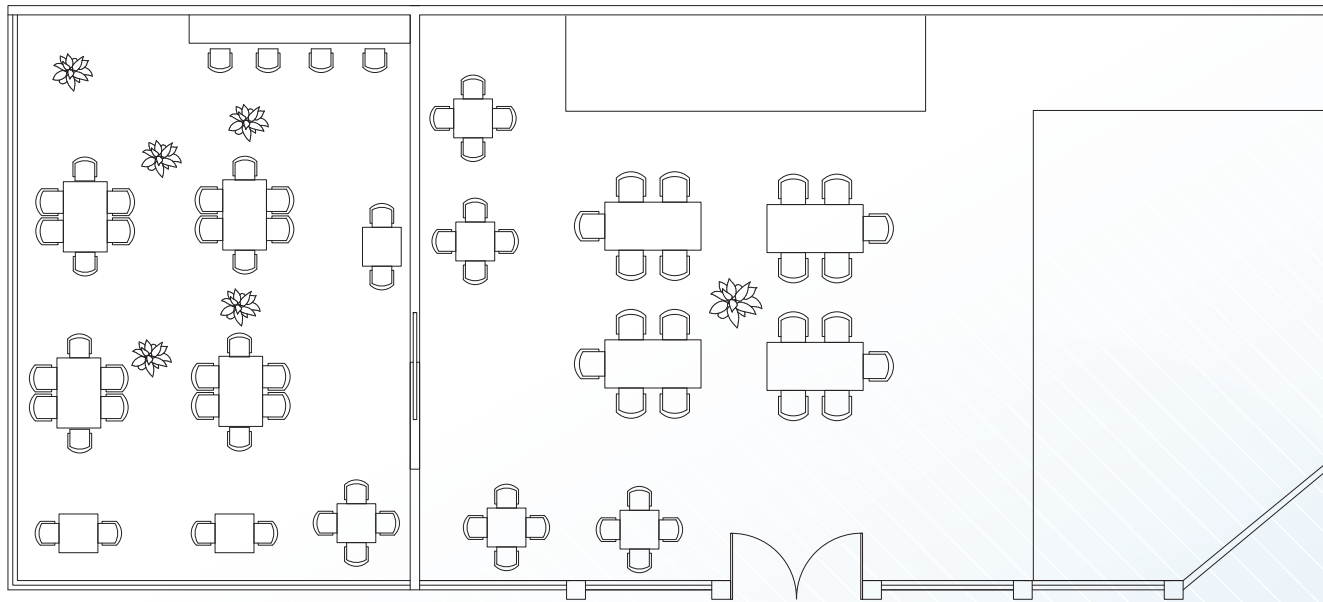


Mármol en color beige para piso interior y exterior

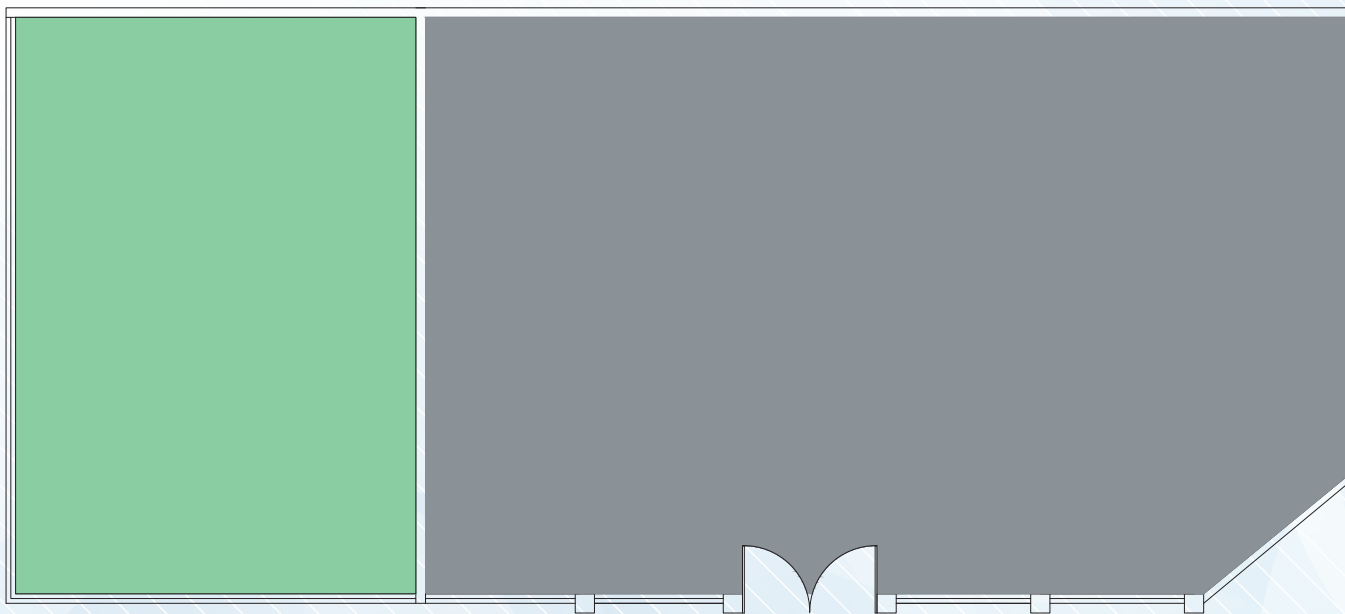
ILUMINACIÓN



Iluminación cálida



PLANTA DISTRIBUCIÓN



PLANTA ZONIFICACIÓN

■ ZONA INTERIOR

■ ZONA EXTERIOR

SERAFINA BISTRO



Figura 12. Serafina Fachada.

Serafina Bistro está configurada por diferentes espacios de forma rectangular que forman diferentes ambientes dentro de todo el café-restaurante en donde se puede observar variedad de ambientes y estilos dados por la materialidad y cromática.

Podemos encontrar zonas privadas y zonas compartidas, entre las cuáles hay zonas que se pueden percibir más cálidas debido a los materiales utilizados como la madera clara y una iluminación cálida en alguno de los ambientes que ofrece Serafina.

El espacio maneja una morfología lineal que queda evidenciada en el uso de tiras de madera en el cielo raso, vigas y columnas, y también por la presencia de cintas led en el mismo.

Presenta gran variedad en cuanto a la materialidad, existe variación de porcelanato en los pisos, la mayoría del espacio mantiene un porcelanato color beige claro, a excepción del área del pasillo que conecta el interior con el exterior en donde se utiliza un porcelanato de suelo ajedrezado.

En las paredes se utilizan diferentes elementos decorativos y revestimientos, como madera, el uso de iluminación, cuadros, tapices, ladrillo pintado y áreas verdes que se conjugan de buena manera creando la sensación de espacios divertidos y frescos, sin que ninguna área se vea cargada.

Serafina hace gran uso de la iluminación dentro del café-restaurante, jugando entre iluminación cálida y fría, en algunos sectores es una luz azulada que vuelve al café un lugar algo más jovial y con un estilo de bar en la noche.



Figura 13. Serafina Interior 1



Figura 14. Serafina Interior 2.



Figura 15. Serafina Interior 3.



Figura 16. Serafina Interior 4.

Se realiza un recorrido entre espacios para llegar a cada uno de los ambientes que ofrece el lugar.

Se puede observar también el uso de diferente tipo de mobiliario desde sillas convencionales, hasta sofás tapizados que se perciben mucho más cómodas y resaltan ciertas zonas, que acompañadas de una iluminación cálida las vuelven más exclusivas y privadas.

La iluminación en Serafina es mixta, y está trabajada por pequeños puntos específicos de luz, cintas led que a su vez crean continuidad y conectan espacios, y el uso de lámparas decorativas colgantes que crean un ambiente diferente, acoplándose a cada preferencia de los usuarios. Existe un equilibrio entre espacios cerrados y abiertos ofrecidos por este café, los cuáles a su vez ofrecen diferentes estilos y ambientes, que pueden ser más sociales o privados.

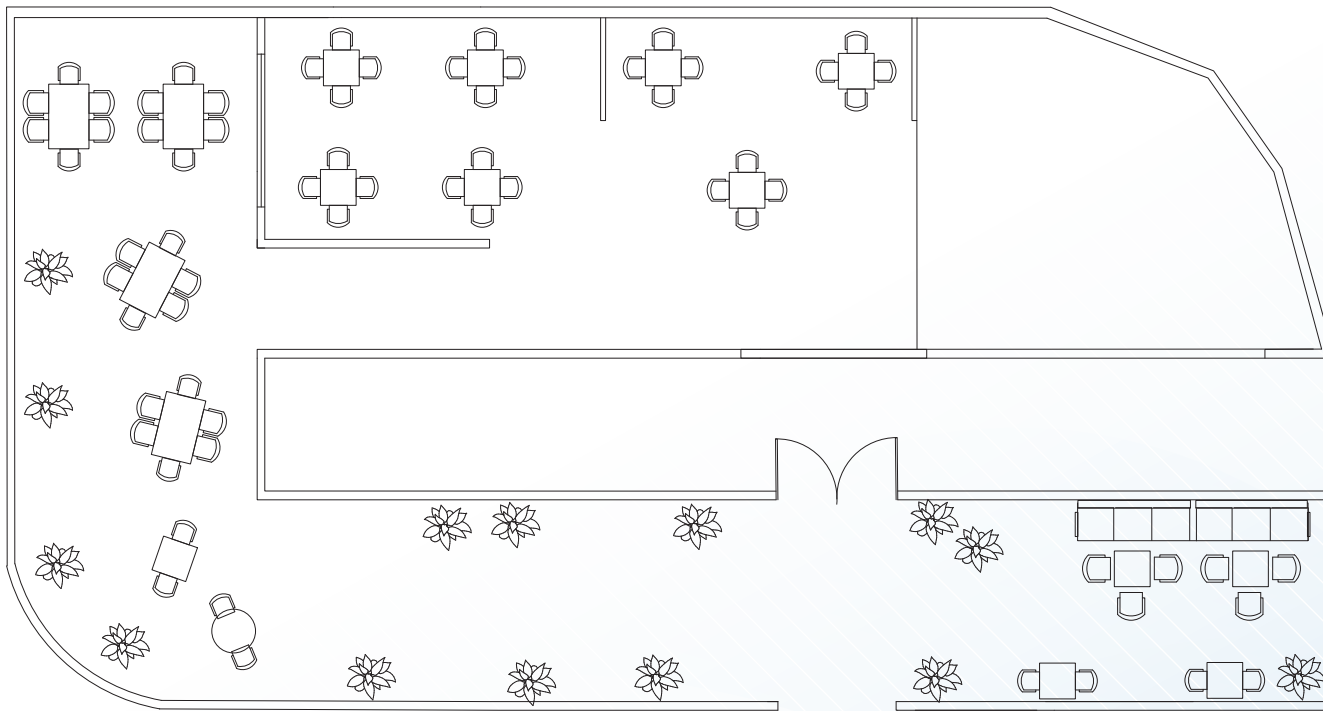
El mobiliario se encuentra bien distribuido y se aprovecha al máximo toda el área que se tiene disponible, dejando un buen espacio de circulación y distanciamiento que es importante debido a la pandemia Covid-19.

La presencia de elementos naturales es más evidente en la zona exterior donde se le presta bastante importancia, y se observa que el porcentaje de usuarios en el exterior es mayor al de los usuarios en el interior.

Es un espacio que se percibe bastante agradable y tranquilo y esta acompañado por música de fondo que permite ambientar el espacio volviendolo más agradable al momento de compartir con amigos o familia. Tienen aromatizantes artificiales que dan la sensación de un espacio limpio y refrescante.



Figura 17. Serafina Exterior.



PLANTA DISTRIBUCIÓN



PLANTA ZONIFICACIÓN

- ZONA INTERIOR
- ZONA EXTERIOR

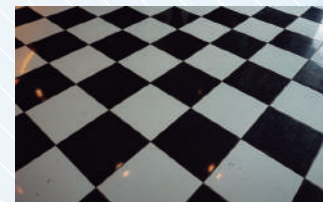
MATERIALES



Tablero de madera oscura para mesas



Mármol en color beige para piso



Baldosa textura ajedrez para piso exterior

ILUMINACIÓN



Iluminación mixta

GOZA ESPRESSO BAR



Figura 18. Goza Fachada.



Figura 19. Goza Interior 1.

Goza se configura espacialmente de forma rectangular, y se crean diferentes ambientes y espacio, se ofrecen diferentes ambientes para ajustarse a las preferencias de diferentes usuarios, presentando espacios privados y otros más amplios y compartidos pensados para grupos grandes de personas.

A diferencia de los cafés-restaurantes analizados anteriormente, Goza tiene sus áreas abiertas y exteriores a la entrada, por lo que el principal contacto es con la parte exterior para luego ingresar.

Mantiene morfología lineal dada por elementos decorativos como madera e iluminación en el cielo raso, lo que a su vez logra destacar ciertos lugares y dirigir a otros.

La materialidad que presenta Goza hay bastante presencia de elementos transparentes (vidrios), madera, y una cromática neutra. Debido al uso de diferentes materiales en el piso como porcelanatos con diferente color o textura y maderados se puede percibir a cada ambiente como uno independiente, y esto se refuerza con la disposición del mobiliario e iluminación lo que puede crear esta sensación de privacidad y exclusividad dentro de todo el espacio.

Existe una buena disposición de mobiliario lo que permite a los grupos compartir pero a la vez mantener un correcto distanciamiento entre ambientes y mesas.

El exterior presenta un jardín que enmarca la entrada al café-restaurant y que junto con la cromática e iluminación crean un paisaje muy llamativo y agradable.



Figura 20. Goza Exterior 1.

Debido a la presencia de grandes ventanales que conforman el espacio permiten un gran ingreso de iluminación natural, sin embargo en todo el espacio tanto el interior como el exterior se encuentran bien iluminados de manera artificial por medio de microicos, luz dirigible y lámparas colgantes con iluminación cálida. También por la presencia de estos ventanales se mantiene una relación directa con el exterior. Hay presencia de materiales lisos y textiles, como alfombras y sillas tapizadas, que ofrecen espacios más cómodos para los usuarios. Al ofrecer diferentes ambientes y mantener una buena distribución y distancia entre espacios y mobiliario ayuda a que el ruido no sea incómodo o molesto, sino que junto con la música suave de fondo se crea una atmósfera tranquila y un ambiente ameno. En cuanto al aroma, este espacio no se encuentra aromatizado, sin embargo al ser un espacio amplio y en contacto con el exterior se puede percibir como un espacio natural y refrescante.



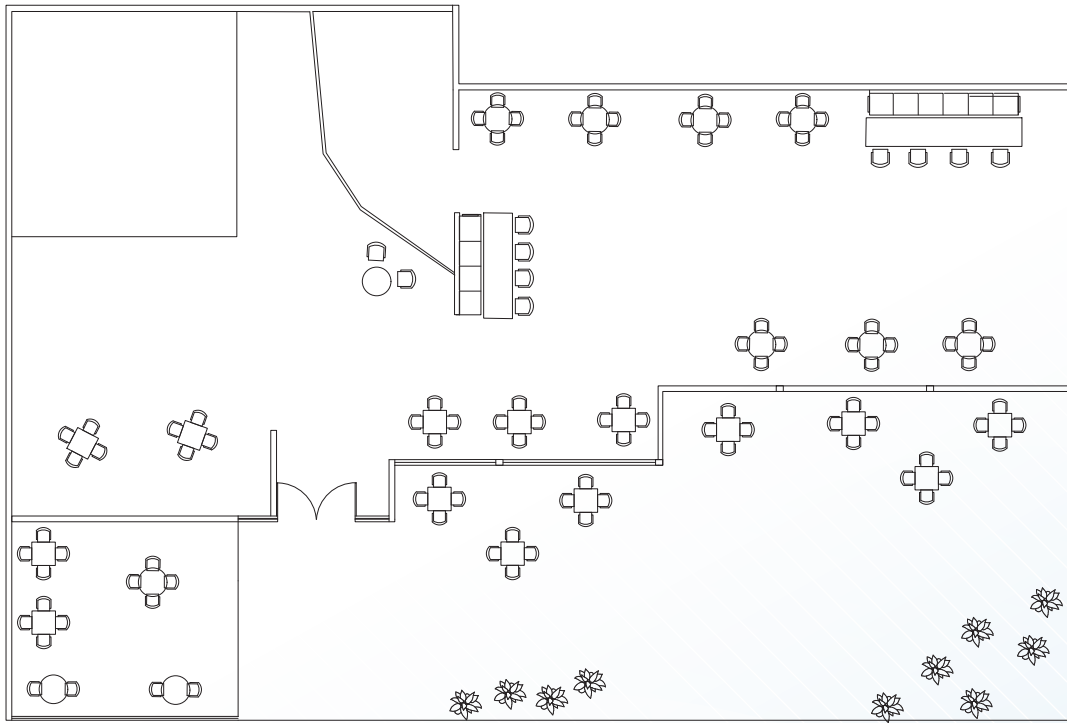
Figura 21. Goza Interior 2.



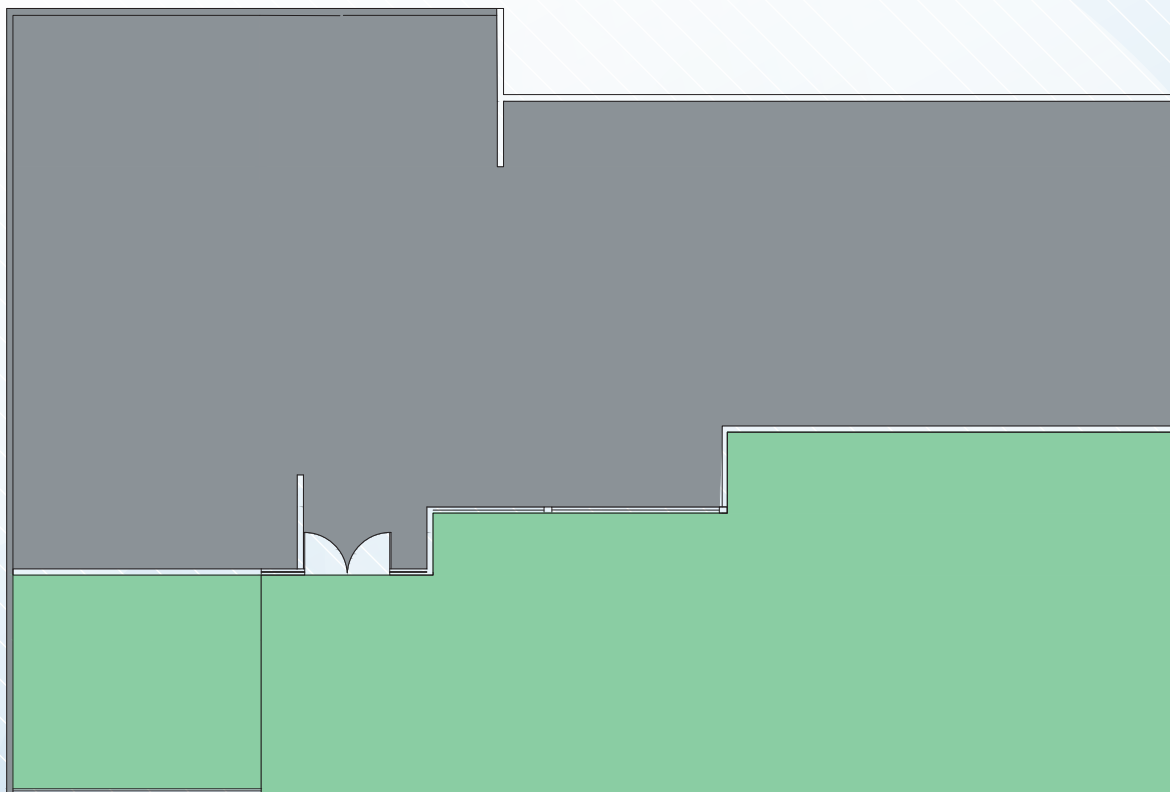
Figura 22. Goza Interior 3.



Figura 23. Goza Exterior 2.



PLANTA DISTRIBUCIÓN



PLANTA ZONIFICACIÓN



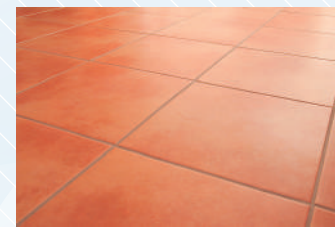
MATERIALES



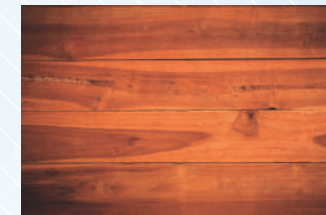
Tablero de madera clara para mesas



Porcelanato gris para piso interior

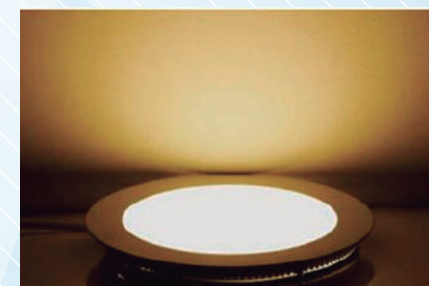


Porcelanato color terracota piso interior



Tablones de madera para piso exterior

ILUMINACIÓN



Iluminación cálida

HANSEL & GRETEL



Figura 24. Hansel y Gretel Fachada.

Hansel y Gretel es un espacio que transmite bastante calidez, debido a su cromática de colores blancos, beige y café, por su luz cálida, y la materialidad como la madera y textiles en el mobiliario.

Por el cambio de altura en el espacio se crean dos ambientes, de forma que el segundo piso se puede percibir algo más privado y el personal de este café mencionaba que las personas prefieren ocupar el segundo piso.

El recorrido que se genera en este espacio, es el de atravesar el espacio principal, para llegar al siguiente.

Es un espacio cerrado, sin embargo, el uso de una pérgola retráctil en el espacio principal en la planta baja permite conectar al mismo con el exterior. Mientras que en el segundo piso elementos como puertas grandes de vidrio crean esta conexión con el exterior y la naturaleza.

El espacio implementa la naturaleza de una manera diferente, ya que no se perciben como decoración, sino que forman parte del espacio como tal, esto se puede observar en la planta baja, donde el árbol es parte de todo el espacio, y transmite tranquilidad.

A pesar que el espacio no es muy amplio existe una buena distribución del mobiliario, permitiendo una buena circulación en la planta baja, sin embargo no es suficiente para cumplir con un buen distanciamiento que es de suma importancia por el Covid-19. Mientras que en la segunda planta si se cumple con este distanciamiento y se ofrece un ambiente más privado, se mantiene la materialidad de porcelanato en blanco en el piso y la color blanco en el piso, pero existe un cambio en el tamaño del mobiliario para algunas zonas, y también sofás tapizados que transmiten mayor comodidad, dando la percepción de espacios más relajados que pueden crear la sensación de que algunas zonas son mucho más cómodas que otras.

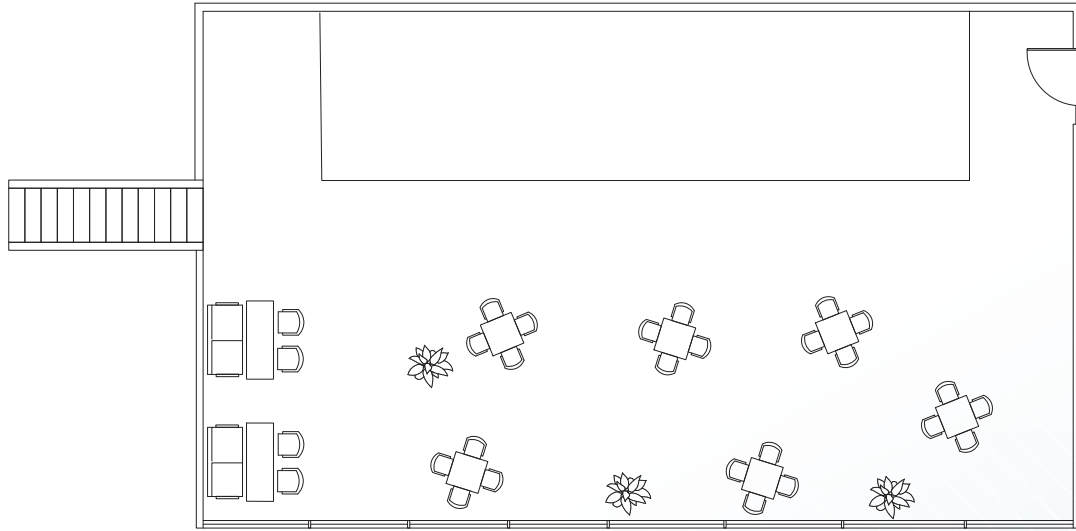


Figura 25. Hansel y Gretel Interior.

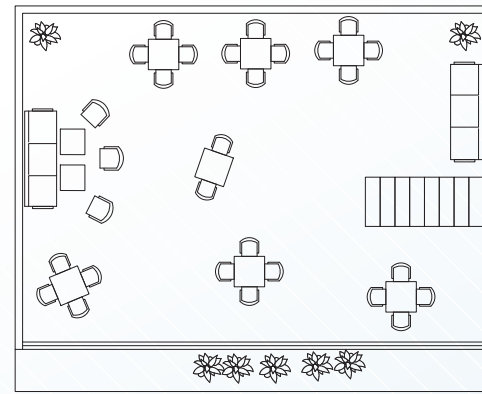


Figura 26. Hansel y Gretel Interior 2.

Hansel y Gretel es un ambiente que se siente acogedor y familiar, el aroma natural a café y galletas puede ser lo que transmite esta sensación de tranquilidad y confianza, en donde la presencia de elementos naturales se suman a transmitir dichas sensaciones.



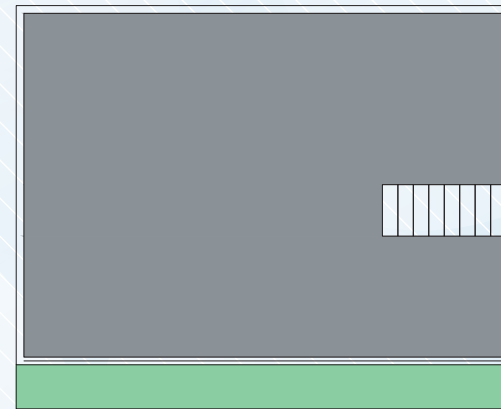
PLANTA BAJA DISTRIBUCIÓN



PLANTA ALTA DISTRIBUCIÓN



PLANTA ZONIFICACIÓN



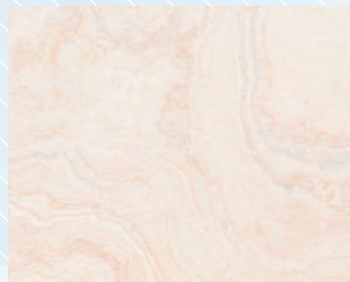
PLANTA ZONIFICACIÓN



MATERIALES

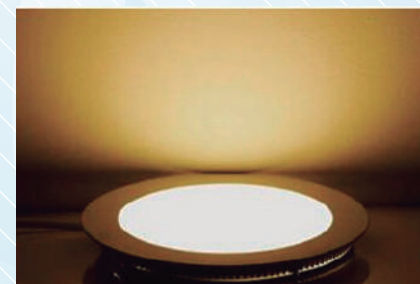


Tablero melamínico blanco brillante para mesas interior y exterior



Porcelanato beige pisos interior y exterior

ILUMINACIÓN



Iluminación cálida

DOS SUCRES. CUENCA



Figura 27. Dos Sucres Fachada.

Dos Sucres tiene sus espacios de forma rectangular, ofreciendo varios ambientes, que están marcados al estar en habitaciones diferentes, esto facilita el tema de ofrecer espacios privados. En este café-restaurant debemos pasar entre espacios para recorrer el mismo. Los espacios interiores son bastante sobrios y formales, con colores blancos en paredes y cielo raso, pisos blancos de porcelanato y madera clara que junto con las luminarias colgantes de luz cálida transmiten un ambiente cálido, acogedor y privado. Mientras que los espacios exteriores son algo mas atrevidos y coloridos con materiales diferentes como ladrillo en las paredes, tiras de madera en el cielo raso, presencia de plantas y un mosaico en el piso. Se percibe como cambia el ambiente y el estilo entre el interior y exterior lo que resulta interesante, ya que no pierde la elegancia y calidez que Dos Sucres ofrece pero se amplía la posibilidad de cumplir con la diversidad de preferencias de los usuarios. Los espacios estan armados por habitaciones en el interior, por lo que se pueden aprovechar al máximo estos espacios para grupos privados, lo que resulta bastante bueno dado el tema del Covid-19, de esta forma la distribución es bastante buena, no existen interrupciones en la circulación. En la parte exterior se observa una distribución lineal del mobiliario que funciona para varios grupos pequeños de personas que pueden mantener la distancia. Este mismo espacio puede volverse algo más privado y servir para un grupo mayor ya que la distribución del mobiliario lo permite.



Figura 28. Dos Sucres Interior 1.



Figura 29. Dos Sucres Interior 2.

Tienen un patio muy cuidado y llamativo con presencia de áreas verdes, lo que permite crear un espacio abierto que mantiene una relación y crea un concepto de frescura. La música de fondo (instrumental en algunos casos), aporta a la transmisión de sensaciones como tranquilidad, relajación y tener la percepción de un espacio elegante y acogedor, además del aromatizante natural, el brillo del material en las mesas, la limpieza y entrada de luz natural en el día logran transmitir frescura en el espacio.



Figura 30. Dos Suces Exterior 1.

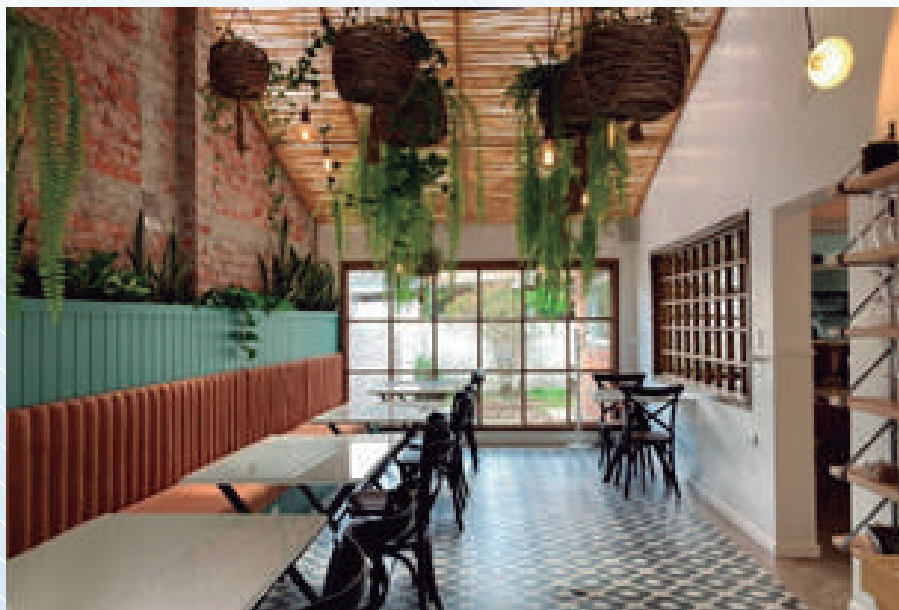
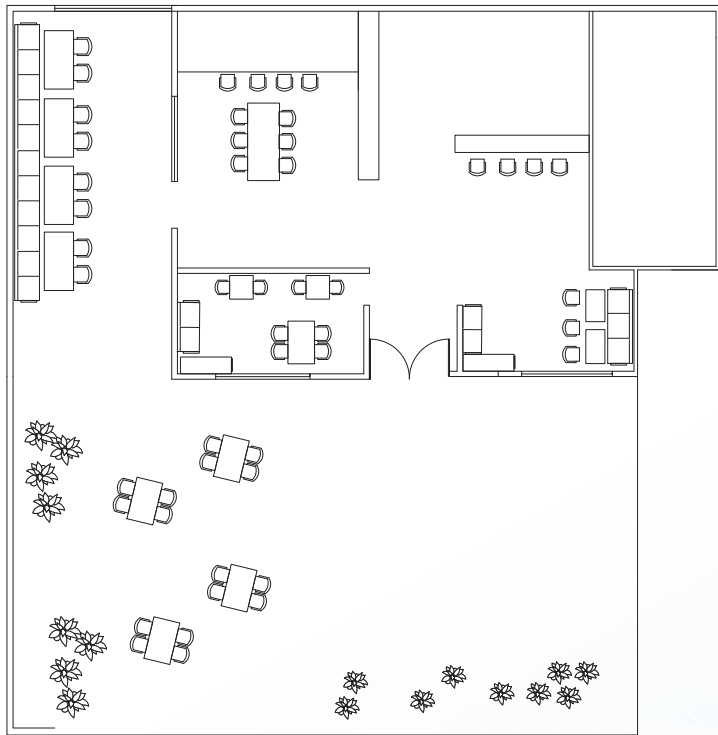


Figura 31. Dos Suces Exterior 2.

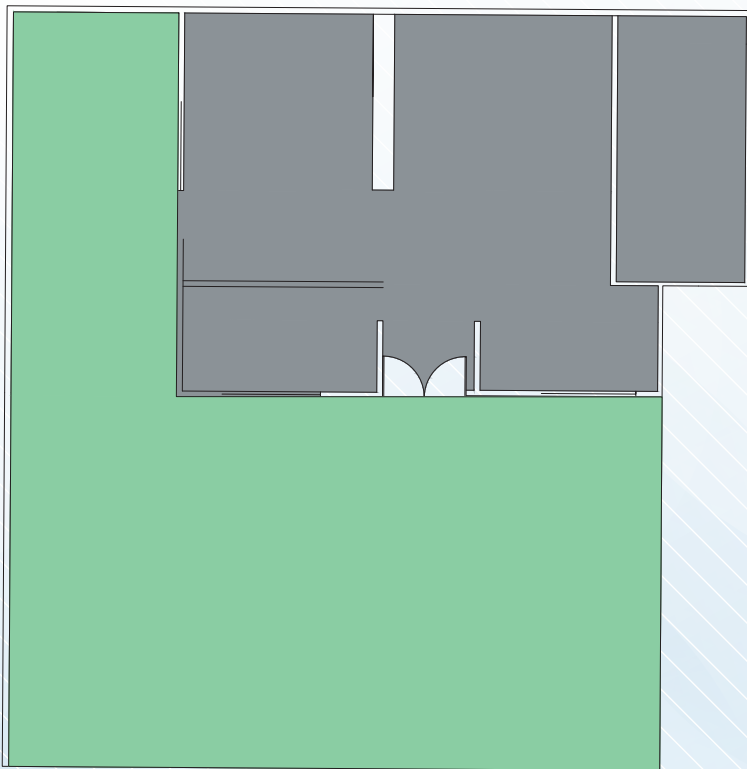


Figura 32. Dos Suces Exterior 3.

Si bien se encuentran varias similitudes espaciales entre los cafés-restaurantes de esta zona, en el interior cada uno mantiene diferentes conceptos, lo que resultará interesante para obtener los datos de cuáles son las sensaciones esperadas por los clientes que pueden ser tranquilidad, confianza, seguridad o calidez. También es importante e interesante como cada uno de estos cafés-restaurantes ofrecen la opción de espacio interior y exterior de diferentes maneras, algunos como Dot. House ofrecen un espacio que se conecta con el exterior de manera parcial y otros como Goza que es un espacio abierto por completo, cada uno maneja una cromática, iluminación y distribución de mobiliario diferentes, lo que va a generar diferentes sensaciones en los clientes.



PLANTA DISTRIBUCIÓN



PLANTA ZONIFICACIÓN

 ZONA INTERIOR

 ZONA EXTERIOR

MATERIALES

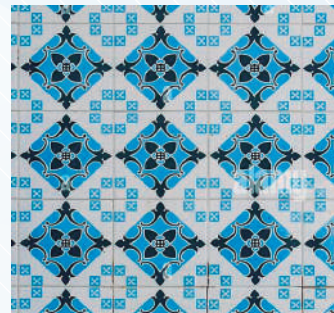


Tablero melamínico blanco brillante para mesas interior y exterior

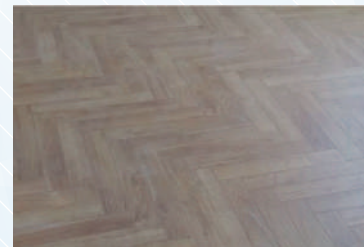
ILUMINACIÓN



Iluminación cálida



Mosaico azul texturado para piso exterior



Parquet espiga para piso interior



04

RESULTADOS

PREGUNTA	ANTES DE LA PANDEMIA	DESPUÉS DE LA PANDEMIA
1. ¿Qué opciones eran tomadas en cuenta por usted al momento de elegir un café-restaurante?	1.Limpieza 2.Música de ambiente 3.Espacio amplios	1.Limpieza 2.Espacios amplios 3.Música de ambiente
2. ¿Qué sensaciones eran las que usted prefería en un café restaurante?	1.Buen ambiente 2.Tranquilidad 3.Seguridad	1.Seguridad 2.Tranquilidad 3.Buen ambiente
3. En relación a la iluminación usted prefería un café-restaurante:	1.Con iluminación tenue 2.Muy iluminado 3.Con espacios ensombrecidos	1.Con iluminación tenue 2.Muy iluminado 3.Con espacio algo oscuros
4. En relación al distanciamiento usted prefería:	1.Espacios amplios 2.Que permitan relacionarse con otras mesas 3.Espacios privados	1.Espacios amplios 2.Espacios privados 3.Espacios no tan distanciados
5. En relación a la cromática usted prefería:	1.Colores neutros 2.Colores cálidos 3.Colores fríos	1.Colores neutros 2.Colores cálidos 3.Colores fríos
6. En relación a la materialidad del mobiliario usted prefería:	1.Texturas suaves 2.Mixtas 3.Rugosas	1.Texturas suaves 2.Mixtas 3.Texturas rugosas

Tabla. 8 Resultados encuestas 1.

Los seres humanos en base a nuestros gustos, experiencias y necesidades buscamos que lo que nos rodea sea agradable y se ajuste a nuestros requerimientos, al tener la libertad de poder elegir, buscamos las opciones que más se acerquen a cumplir nuestras expectativas.

En este caso, esta investigación se centra en conocer cuáles son las preferencias que los usuarios de cafés-restaurantes de la ciudad de Cuenca encuentran más favorables, y por qué su elección depende de cómo el espacio interior está constituido y como estos estímulos espaciales transmiten sensaciones como seguridad, confianza, tranquilidad, ambientes relajados y agradables.

Al ser seres únicos e independientes percibimos de diferente manera los espacios y eso es lo que resulta interesante, las extensas posibilidades de transmitir sensaciones mediante el diseño interior, por medio de estímulos espaciales como el mobiliario, la iluminación, la cromática, la amplitud y altura del espacio, etc., que si bien son elementos indispensables para cumplir con la función como tal de un café-restaurante, es importante tener en cuenta que debemos lograr que los clientes se sientan cómodos.

Más aún en la actualidad, en donde después de la pandemia nos hemos tenido que enfrentar a una nueva realidad, en donde el diseño interior cumple un papel muy importante, que sumado a que mediante elementos físicos como la distribución del mobiliario dentro del espacio que mantiene su distancia, la creación de espacios más privados, uso de materiales de fácil limpieza, etc., en donde es claro el interés y preocupación por la seguridad de los clientes, también se preocupa por que de manera perceptiva los usuarios se sientan seguros, tranquilos, en confianza y disfruten el compartir, en familia o amigos por medio de recursos como la cromática del espacio, la iluminación, el uso de elementos naturales, etc.

En la encuesta realizada se obtiene información sobre cuáles son las sensaciones más favorables que los usuarios esperan tener al ingresar a un café-restaurante, características del espacio que llaman su atención para realizar su elección, y como la constitución del mismo junto con los estímulos espaciales logran o no cumplir que el usuario experimente dichas sensaciones esperadas. Sin embargo, también es importante e interesante conocer como estas preferencias pueden haber cambiado, o se pueden haber sumado otras tras la pandemia Covid-19, por esta razón la encuesta plantea las preguntas antes y después de la pandemia de manera que se pueda realizar un análisis comparativo de esta información.

7. En relación a la acústica usted prefería:	1.Espacios con música de ambiente 2.Espacios silencioso 3.Espacios ruidosos	1.Espacios con música de ambiente 2.Espacios silencioso 3.Espacios ruidosos
8. En relación al aroma usted prefería:	1.Con aroma natural 2.Espacios sin aroma 3.Con aromatizantes	1.Con aroma natural 2.Espacios sin aroma 3.Con aromatizantes
9. Cuál de las siguientes opciones le transmitían un ambiente de seguridad :	1.Mobiliario grande 2.Espacio limpio 3.Espacio amplio	1.Mobiliario grande 2.Espacio amplio 3.Espacio limpio
10. Cuál de las siguientes opciones le transmitían un ambiente de tranquilidad :	1.Mobiliario grande 2.Colores neutros 3.Espacio limpio	1.Mobiliario grande 2.Espacio amplio 3.Espacio limpio
11. Cuál de las siguientes opciones le transmitían un ambiente de confianza :	1.Mobiliario grande 2.Espacio amplio 3. Limpieza	1.Espacio amplio 2.Mobiliario grande 3.Espacio limpio
12. ¿Cuál de las siguientes opciones le transmitían un ambiente relajado :	1.Mobiliario grande 2.Colores neutros 3.Espacio amplio	1.Mobiliario grande 2.Espacio amplio 3.Espacio limpio
13. Cuál de las siguientes opciones le hacía sentir en un buen ambiente :	1.Mobiliario grande 2.Espacio amplio 3.Colores neutros	1.Mobiliario grande 2.Espacio amplio 3.Espacio limpio

Tabla. 9 Resultados encuestas 2.

Como punto de partida realizaremos un cuadro de resumen de los datos obtenidos, dónde podremos ir analizando y a la vez comparando si ha existido o no un cambio por parte de los usuarios en las preferencias o percepciones del espacio antes y después de la pandemia.

Se han tomado las 3 opciones con mayor porcentaje para realizar este análisis, en donde se puede observar que la limpieza ocupa el primer lugar como una característica necesaria para elegir un café-restaurante, mientras que la sensación deseada con más porcentaje corresponde a un buen ambiente, es importante mencionar que en base a los datos obtenidos podemos decir que los estímulos espaciales que hacen que los usuarios se sientan en un buen ambiente está dado por el uso de mobiliario grande, que el espacio sea amplio y su cromática mantenga una gama de colores neutros en el espacio. Las texturas suaves, iluminación tenue, y colores neutros son las preferencias con mayor porcentaje por parte de los usuarios para elegir un café-restaurante.

Basándonos en los resultados, notamos que los usuarios consideran que el mobiliario grande es lo que transmite en el mayor de los casos alguna sensación, sea de seguridad, confianza, tranquilidad, un ambiente bueno y relajado, se podría entender o suponer que esto podría deberse a que el mobiliario es el contacto más largo y directo con las personas, y a lo que se le podría dar más interés ya que hay un contacto físico, por lo que se presta mayor atención.

Teniendo como fundamento los resultados obtenidos de las encuestas podemos notar que si existe un cambio en cuanto a preferencias y percepciones de las personas en los cafés-restaurantes antes y después de la pandemia. El tema de la limpieza sigue siendo la primera característica y aspecto tomado en cuenta al momento de elegir ingresar a un café-restaurante, sin embargo, se observa que antes de la pandemia la segunda opción a ser considerada era que el espacio ofrezca música de ambiente, pero a partir de la pandemia esto cambia, tomando mayor importancia la amplitud del espacio. Sin duda esto tiene que ver con la necesidad de mantener la distancia, la importancia de una buena distribución del mobiliario que se vuelve más sencillo en espacios amplios.

Los espacios amplios se mantienen como primera opción en relación al tema de distanciamiento antes y después de la pandemia, pero en segundo lugar de opciones existe una variación, dónde los usuarios al ser seres sociales preferían que los espacios estén adecuados de manera que pueda existir comunicación y

relación con las mesas cercanas. Esto a partir de la pandemia ha cambiado y se evidencia en las encuestas, ya que los usuarios ahora optan por que los espacios sean más privados.

Los resultados arrojan que en la actualidad las personas se sienten en mayor confianza en un café-restaurantes que sea amplio a diferencia de antes de la pandemia donde el mobiliario grande ocupaba el primer lugar. Para los usuarios los espacios amplios logran transmitirles seguridad, que se sientan en un buen ambiente y relajados.

A esta información la complementamos con lo obtenido de la observación y visita realizada a los 5 cafés-restaurantes escogidos del sector El Ejido que son Dot.House, Serafina bistro, Goza espresso bar, Hansey & Gretel y Dos sucses.

Espacios que funcional y estéticamente guardan una amplia similitud, donde la diferencia sería la variación en dimensiones y configuración del espacio, ya que si bien estos 5 cafés ofrecen diferentes ambientes, espacios compartidos y privados, mantienen una relación interior exterior, en algunos esta es de manera completa como Goza y Serafina, donde es evidente en cambio de interior a exterior que está muy marcado por la presencia de áreas verdes más afuera que adentro, a diferencia de Hansel & Gretel que es de manera temporal y parcial, donde se nos explicaba que el espacio está totalmente cerrado, sin embargo, cuando los usuarios solicitan espacios abiertos o exteriores pueden ofrecerlos de manera parcial por medio de una pérgola retráctil, esta opción fue tomada ya que nos comentaba que a los clientes les agrada en gran manera el contacto con el aire libre y la naturaleza.

Luego de revisar los resultados de las encuestas y ponerlos en comparación con las características que poseen los cafés-restaurantes del sector El Ejido, podemos reflexionar que en la mayoría de aspectos estos cumplirían con las preferencias de los usuarios.

La manera en que los estímulos espaciales están trabajados y dispuestos en cada uno de estos cafés, sin duda aportarían en transmitir las sensaciones esperadas por los usuarios.

Cada persona es un mundo diferente lleno de percepciones y gustos variados, sin embargo, es lo interesante del diseño, como se ofrecen variedad de opciones perceptivas que se acoplan a cada gusto.

Clientes que se decidían por entrar alguno de estos cafés, nos comentaba que, si bien cada uno de los locales eran estéticamente agradables, se decidían por uno de ellos debido a la cromática e iluminación cálida que este ofrecía, ya que les hacía sentir en un ambiente más cálido y privado que iba acorde a la reunión que tenían prevista.

También otro usuario nos compartía su opinión, en donde comentaba que el no prestaba demasiada atención a que tan cómodo se podría o no sentir en un café-restaurant, hasta la actualidad donde espera que el espacio cumpla el distanciamiento entre mesas debido a la pandemia. De esto podemos reflexionar, que, si bien no todas las personas tienen una idea clara de lo que esperan de un lugar, siempre estará presente la percepción que tengan del espacio, así sea de manera inconsciente, como en este caso, donde el hecho de que se respete el distanciamiento transmite seguridad al usuario.

Es una realidad que las personas esperan encontrar espacios amplios, ventilados, y exteriores a partir de la pandemia, en conversaciones que se pudieron mantener con el personal de cada uno de los cafés-restaurantes analizados, todos compartían que la mayoría de usuarios realizan sus reservas o solicitan mesas en la parte exterior, y que la presencia de jardines y puntos bastante iluminados captan la atención de los usuarios, lo que sin duda genera sensaciones agradables que hacen sentir a gusto a los mismos.

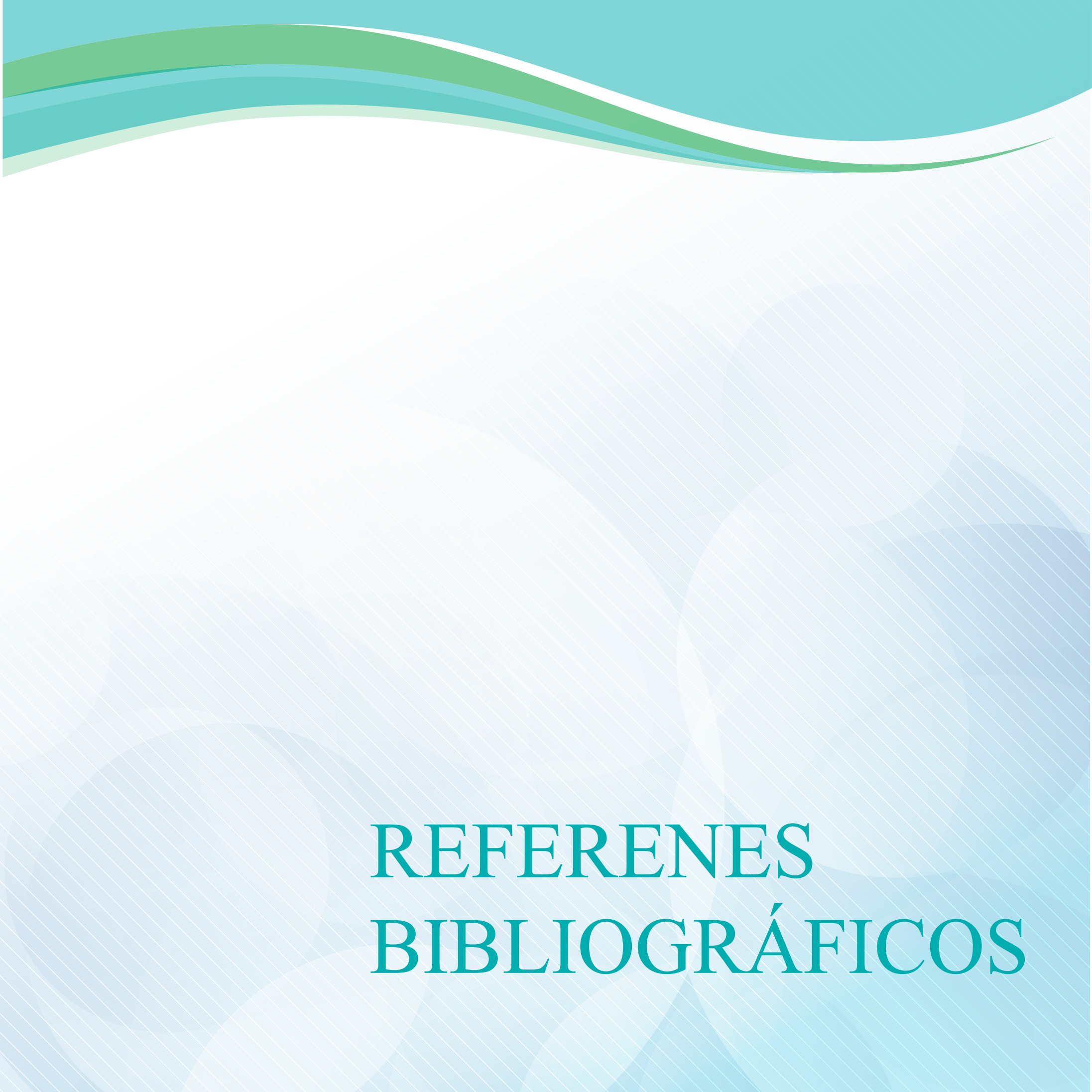


05

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

- Existe similitud en los cinco cafés-restaurantes analizados en elementos como la cromática, materialidad, iluminación, configuración espacial, y la relación interior-exterior.
- La cromática es el mayor contacto visual que tienen las personas con el espacio, y los usuarios mantienen su preferencia por colores neutros.
- Los cafés-restaurantes del sector El Ejido están muy cercanos a cumplir con las preferencias de los usuarios en aspectos de cromática, aroma, iluminación, materialidad y acústica.
- Existe un cambio de percepción de espacios, ya que ahora prefieren espacios amplios y abiertos.
- Se mantiene sus preferencias en cuanto a música de fondo, aroma natural e iluminación tenue.
- Por otra parte el uso de mobiliario grande y amplio puede lograr transmitir diferentes sensaciones como: seguridad, tranquilidad, confianza, un ambiente bueno y relajado.
- La limpieza es el factor principal tomado en cuenta por los usuarios al momento de elegir un café-restaurante tanto antes como después de la pandemia.
- La sensación mas favorable tiene una variación: antes de la pandemia la preferencia por parte de los clientes era un buen ambiente, mientras que después de la pandemia es reemplazado por la sensación de seguridad.
- Mediante los datos obtenidos por la Sociedad Americana de Diseñadores, y la investigación realizada muestra que las preferencias en cuánto al diseño interior son la incorporación de zonas abiertas y mobiliario amplio.
- Las preferencias seguirán cambiando y puede ser necesario hacer una evaluación constante de las mismas.



REFERENES BIBLIOGRÁFICOS

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, F.E. (2016). El espacio interior y el usuario: Teoría y diseño del interiorismo. Dirección general de Difusión Cultural y Divulgación Científica.
- Aguirre, F. E. (2016,12, 20). Estímulos y experiencias cromáticas en el espacio interior. INMATERIAL. Diseño, Arte Y Sociedad, 1(2). Recuperado de <https://doi.org/10.46516/inmaterial.v1.22>
- American society of interior designers. (2020). Informe de resiliencia de diseño de interiores ASID 2021. <https://www.asid.org/resources/resources/view/resource-center/283>
- Deckers, E, Lévy, P, Wensveen, S, Ahn R and Overbeeke, K. Designing for Perceptual Crossing: Applying and Evaluating Design Notions. (2012). International Journal of Design. 6(3).
- Camargo, J, Contreras, J, García, A, Molina, J, y Sepúlveda, S. (2007). Hombre y espacio Otto Friedrich Bollnow (1969). Análisis crítico. Universidad de los Andes. San Cristóbal.
- Forero La Rotta, A., & Ospina Arroyave, D. (2013). El diseño de experiencias. Revista de Arquitectura,15(1)4d
- INPC, I. N. (2011). “El Ejido”, Expediente Técnico de Valoración Patrimonial. Cuenca.
- Pla, Gil. (2005). El agua: un espacio de sensaciones y emociones. Universidad central de Cataluña, Barcelona
- Migliazza, J. (2008). Materialización de los Sentidos en el Diseño Interior: Estímulos, Percepción y Sensaciones: Locales Comerciales, Bares y Restaurantes. Universidad de Palermo, Buenos Aires.
- Robles, L.J. y Esparza, M.E. (2015). Experiencia perceptiva en el diseño de los espacios interiores.La división de arquitectura, arte y diseño.
- Calderón, R, Pérez, Roche, K. (2016). Plan de conservación de El Ejido de la ciudad de Cuenca. (Tesis de grado). Universidad de Cuenca, Cuenca
- Rodas-EspinozaP., Pérez-SolísG., & Torres-BalarezoG. (2020). El Ejido de Cuenca: valoración y gestión en su declaratoria como patrimonio cultural del Ecuador. DISEÑO ARTE Y ARQUITECTURA, 1(8), 257 - 272. Recuperado de: <https://doi.org/10.33324/daya.v1i8.289>

ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura 1. Entre espacios
- Figura 2. Atravesar espacios
- Figura 3. Terminar un espacio
- Figura 4. El Ejido
- Figura 5. Etapas de conformación
- Figura 6. Ubicación El Ejido
- Figura 7. Flujo de tránsito El Ejido
- Figura 8. Restaurantes escogidos
- Figura 10 a 21 Levantamiento fotográfico diurno
- Figura 22 a 31 Levantamiento fotográfico nocturno
- Figura 32 a 38 Imágenes Dot. House
- Figura 39 a 50 Imágenes Serafina Bistro
- Figura 51 a 59 Imágenes Goza espresso bar
- Figura 60 a 67 Imágenes Hansel y Gretel
- Figura 68 a 75 Imágenes Dos Suces

ÍNDICE DE TABLAS

- Tabla 1. Restaurantes y cafeterías en el sector El Ejido
- Tabla 2. Matriz Modelo
- Tabla 3. Matriz Dot. House
- Tabla 4. Matriz Serafina Bistro
- Tabla 5. Matriz Goza espresso bar
- Tabla 6. Matriz Hansel y Gretel
- Tabla 7. Matriz Dos Suces
- Tabla. 8 Resultados encuestas 1
- Tabla. 9 Resultados encuestas 2



ANEXOS

ENCUESTA

Percepción espacial en cafés-restaurantes en la ciudad de Cuenca.

Sexo:

F ___ M ___

Edad:

De 20 a 30 años ___

De 31 a 40 años ___

De 41 a 50 años ___

De 51 en adelante ___

Antes de la pandemia Covid-19

1. ¿Qué opciones eran tomadas en cuenta por usted al momento de elegir un café-restaurant? Puede seleccionar más de una opción

- Buena iluminación
- Espacios amplios
- Espacios exteriores
- Limpieza
- Música de fondo
- Aroma
- Distanciamiento
- Ventilación
- Espacios automatizados
- Otros _____

2. ¿Qué sensaciones eran las que usted prefería en un café restaurante? Puede seleccionar más de una.

- Tranquilidad
- Relajación
- Seguridad
- Buen ambiente
- Confianza
- Otros _____

3. En relación a la iluminación usted prefería un café-restaurant:

- Muy iluminado
- Con iluminación tenue
- Espacios algo oscuros
- Otros _____

4. En relación al distanciamiento usted prefería:

- Espacios amplios
- Espacios no tan distanciados
- Espacios que permitan relacionarse con otras mesas
- Espacios privados
- Otros _____

5. En relación a la cromática usted prefería:

- Colores cálidos (rojo, naranja, amarillo)
- Colores fríos (azul, verde, violeta)
- Colores neutros (negro, blanco, gris, beige)
- Otros _____

6. En relación a la materialidad del mobiliario usted prefería:

- Texturas suaves
- Texturas rugosas
- Mixtas
- Otros _____

7. En relación a la acústica usted prefería:

- Espacios silenciosos
- Espacios ruidosos
- Espacios con música de ambiente
- Otros _____

8. En relación al aroma usted prefería:

- Espacios con aromatizantes
- Espacios con aroma natural (café, canela, vainilla)
- Espacios sin aroma
- Otros _____

9.Cuál de las siguientes opciones le transmitían un ambiente de seguridad:

- Espacio
- Amplio
- Reducido
- Privado
- Compartido
- Limpio
- Automatizado
- Con áreas verdes
- Mobiliario
- Grande
- Pequeño
- Tapizado
- No tapizado
- Iluminación
- Espacio bien iluminado
- Espacio poco iluminado
- Espacio con sombras
- Materiales
- Materiales con textura
- Materiales sin textura
- Materiales lisos
- Materiales rugosos
- Materiales con transparencia
- Materiales concretos
- Cromática
- Colores fríos (azul, verde, violeta)
- Colores cálidos (rojo, naranja, amarillo)
- Colores neutros (negro, blanco, gris, beige)

10. Cuál de las siguientes opciones le transmitían un ambiente de tranquilidad:

Espacio

- Amplio
- Reducido
- Privado
- Compartido
- Limpio
- Automatizado
- Con áreas verdes

Mobiliario

- Grande
- Pequeño
- Tapizado
- No tapizado

Iluminación

- Espacio bien iluminado
- Espacio poco iluminado
- Espacio con sombras

Materiales

- Materiales con textura
- Materiales sin textura
- Materiales lisos
- Materiales rugosos
- Materiales con transparencia
- Materiales concretos

Cromática

- Colores fríos (azul, verde, violeta)
- Colores cálidos (rojo, naranja, amarillo)
- Colores neutros (negro, blanco, gris, beige)

11. Cuál de las siguientes opciones le transmitían un ambiente de confianza:

Espacio

- Amplio
- Reducido
- Privado
- Compartido
- Limpio
- Automatizado
- Con áreas verdes

Mobiliario

- Grande
- Pequeño
- Tapizado
- No tapizado

Iluminación

- Espacio bien iluminado
- Espacio poco iluminado
- Espacio con sombras

Materiales

- Materiales con textura
- Materiales sin textura
- Materiales lisos
- Materiales rugosos
- Materiales con transparencia
- Materiales concretos

Cromática

- Colores fríos (azul, verde, violeta)
- Colores cálidos (rojo, naranja, amarillo)
- Colores neutros (negro, blanco, gris, beige)

13. ¿Cuál de las siguientes opciones le transmitían un ambiente relajado:

Espacio

- Amplio
- Reducido
- Privado
- Compartido
- Limpio

-Automatizado

-Con áreas verdes

Mobiliario

- Grande
- Pequeño
- Tapizado
- No tapizado

Iluminación

- Espacio bien iluminado
- Espacio poco iluminado
- Espacio con sombras

Materiales

- Materiales con textura
- Materiales sin textura
- Materiales lisos
- Materiales rugosos
- Materiales con transparencia
- Materiales concretos

Cromática

- Colores fríos (azul, verde, violeta)
- Colores cálidos (rojo, naranja, amarillo)
- Colores neutros (negro, blanco, gris, beige)

14. Cuál de las siguientes opciones le hacía sentir en un buen ambiente:

Espacio

- Amplio
- Reducido
- Privado
- Compartido
- Limpio

-Automatizado

-Con áreas verdes

Mobiliario

- Grande
- Pequeño
- Tapizado
- No tapizado

Iluminación

- Espacio bien iluminado
- Espacio poco iluminado
- Espacio con sombras

Materiales

- Materiales con textura
- Materiales sin textura
- Materiales lisos
- Materiales rugosos
- Materiales con transparencia
- Materiales concretos

Cromática

- Colores fríos (azul, verde, violeta)
- Colores cálidos (rojo, naranja, amarillo)
- Colores neutros (negro, blanco, gris, beige)

Después de la pandemia Covid-19

15. ¿Qué opciones son tomadas en cuenta por usted al momento de elegir un café-restaurante?

- Buena iluminación
- Espacios amplios
- Espacios exteriores
- Áreas verdes
- Limpieza
- Música de fondo
- Aroma
- Distanciamiento
- Ventilación
- Limpieza
- Espacios automatizado

-Otros _____

16. ¿Qué sensaciones son las que usted prefiere en un café restaurante?

- Tranquilidad
- Relajación
- Seguridad
- Buen ambiente
- Confianza
- Otros _____

17. En relación a la iluminación usted prefiere un café-restaurante:

- Muy iluminado
- Con iluminación tenue
- Con espacios algo oscuros
- Otros _____

18. En relación al distanciamiento usted prefiere:

- Espacios amplios
- Espacios no tan distanciados
- Espacios que permitan relacionarse con otras mesas
- Espacios privados
- Otros _____

19. En relación a la cromática usted prefiere:

- Colores cálidos (rojo, naranja, amarillo)
- Colores fríos (azul, verde, violeta)
- Colores neutros (negro, blanco, gris, beige)
- Otros _____

20. En relación a la materialidad del mobiliario usted prefiere:

- Texturas suaves
- Texturas rugosas
- Mixtas
- Otros _____

21. En relación a la acústica usted prefiere:

- Espacios silenciosos
- Espacios ruidosos
- Espacios con música de ambiente
- Otros _____

22. En relación al aroma usted prefiere:

- Espacios con aromatizantes
- Espacios con aroma natural (café, canela, vainilla)
- Espacios sin aroma
- Otros _____

23.Cuál de las siguientes opciones le transmiten un ambiente de seguridad:

- Espacio
- Amplio
- Reducido
- Privado
- Compartido
- Limpio
- Automatizado
- Con áreas verdes
- Mobiliario
- Grande
- Pequeño
- Tapizado
- No tapizado

Iluminación

- Espacio bien iluminado
- Espacio poco iluminado
- Espacio con sombras

Materiales

- Materiales con textura
- Materiales sin textura
- Materiales lisos
- Materiales rugosos
- Materiales con transparencia
- Materiales concretos

Cromática

- Colores fríos (azul, verde, violeta)
- Colores cálidos (rojo, naranja, amarillo)
- Colores neutros (negro, blanco, gris, beige)

10.Cuál de las siguientes opciones le transmiten un ambiente de tranquilidad:

Espacio

- Amplio
- Reducido
- Privado
- Compartido
- Limpio
- Automatizado
- Con áreas verdes

Mobiliario

- Grande
- Pequeño
- Tapizado
- No tapizado

Iluminación

- Espacio bien iluminado
- Espacio poco iluminado
- Espacio con sombras

Materiales

- Materiales con textura
- Materiales sin textura
- Materiales lisos
- Materiales rugosos
- Materiales con transparencia
- Materiales concretos

Cromática

- Colores fríos (azul, verde, violeta)
- Colores cálidos (rojo, naranja, amarillo)
- Colores neutros (negro, blanco, gris, beige)

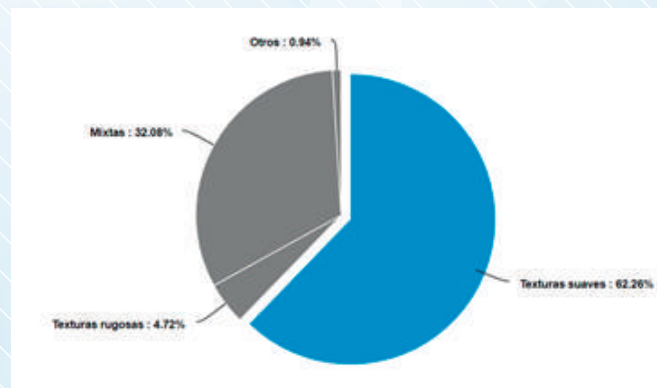
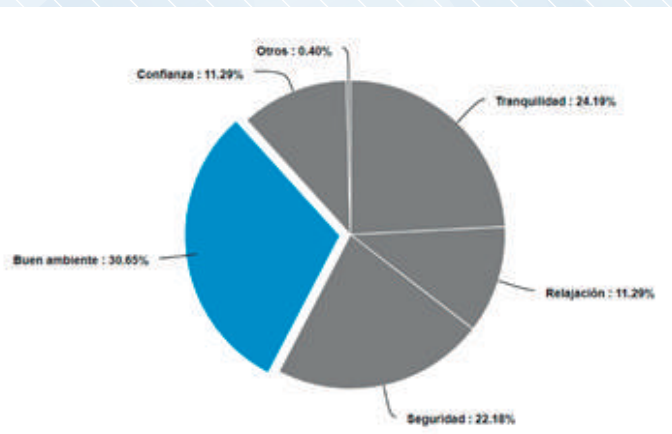
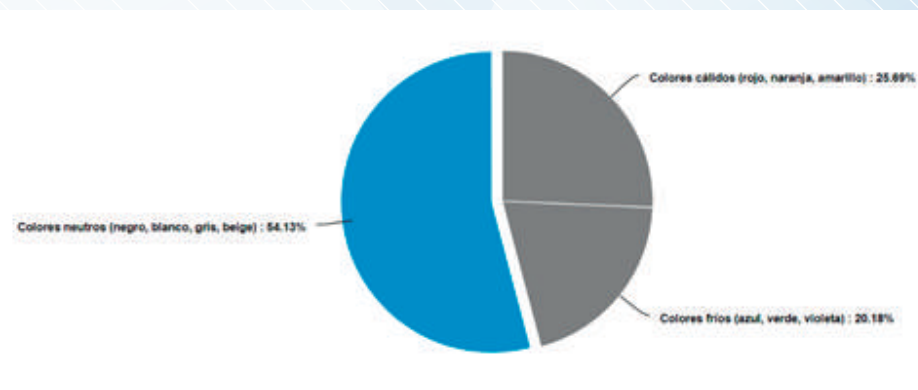
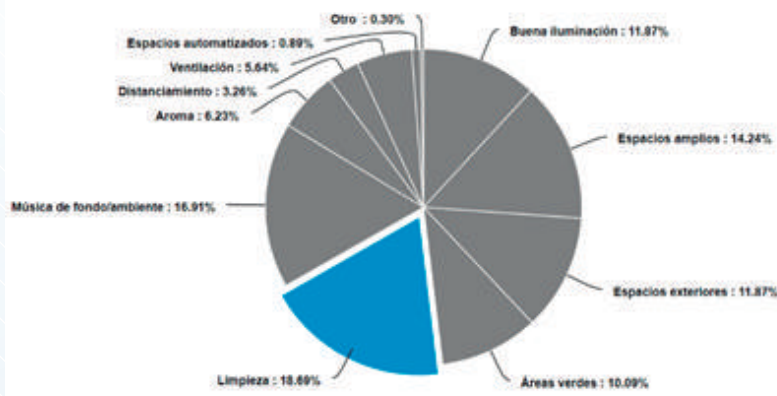
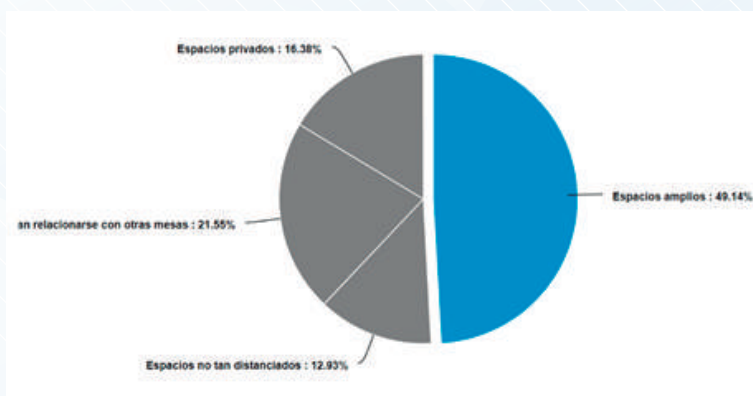
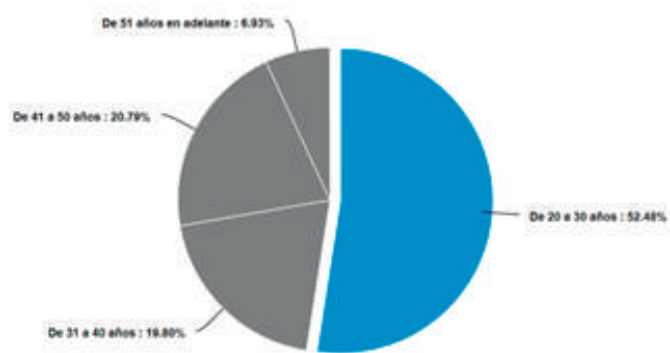
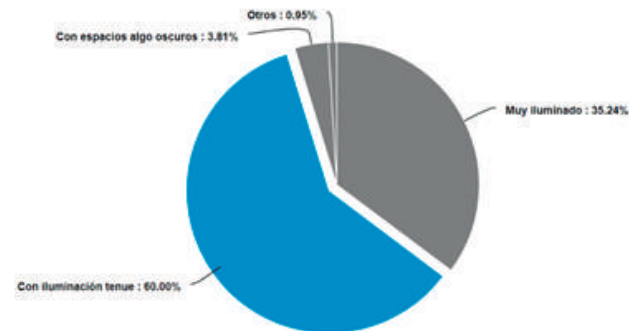
11.Cuál de las siguientes opciones le transmiten un ambiente de confianza:

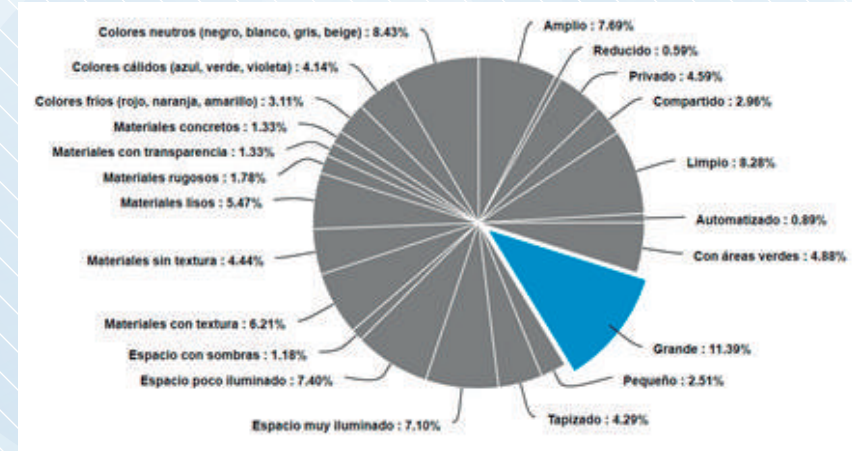
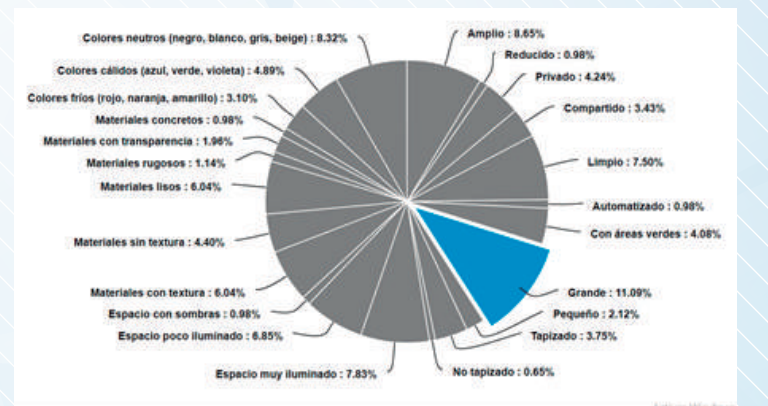
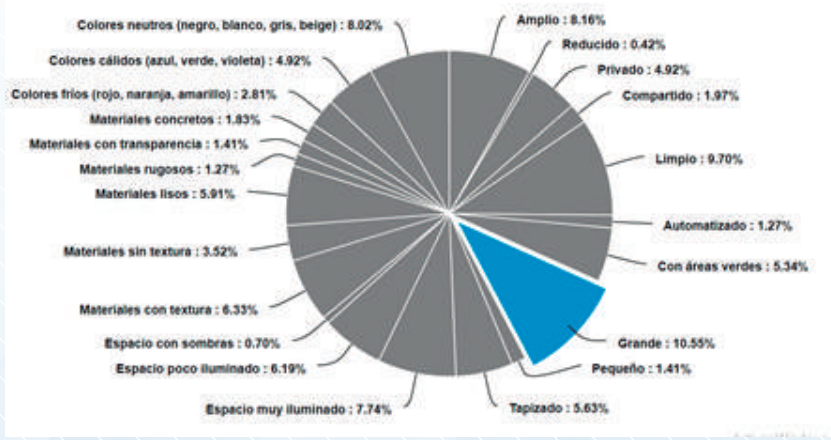
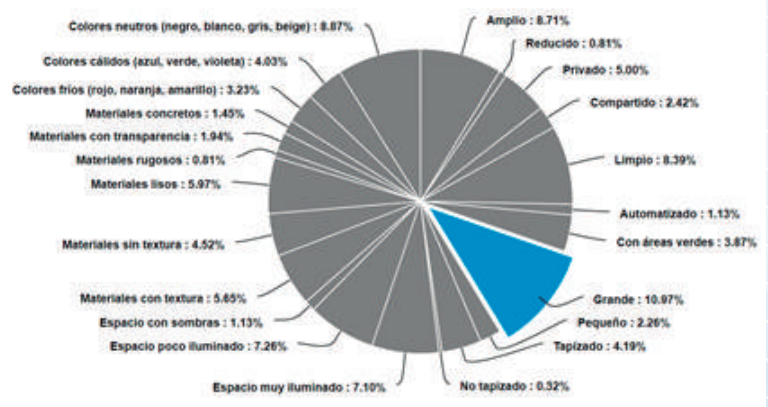
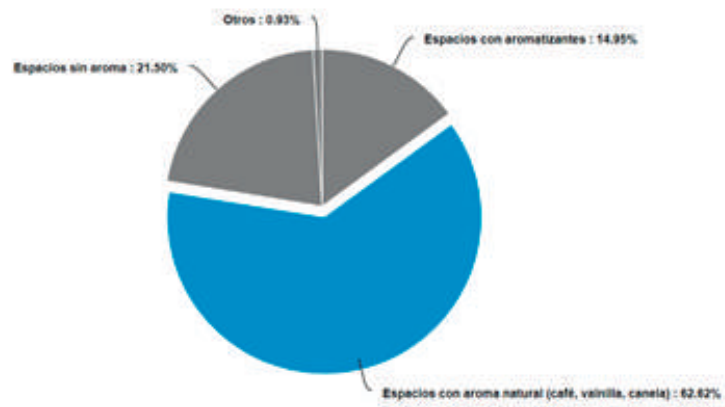
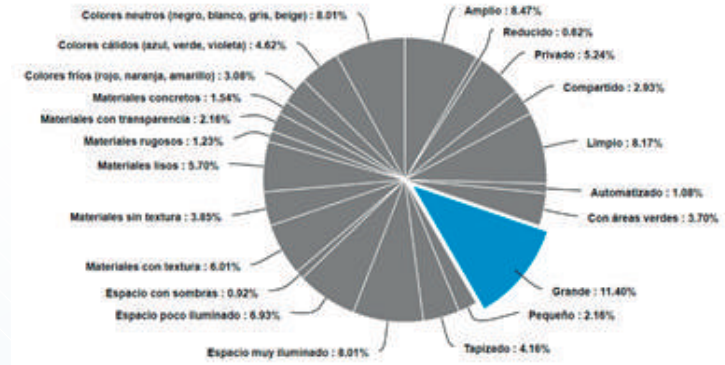
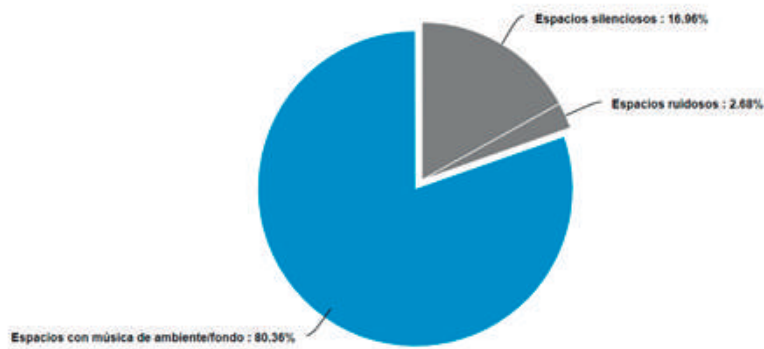
Espacio

- Amplio
- Reducido
- Privado

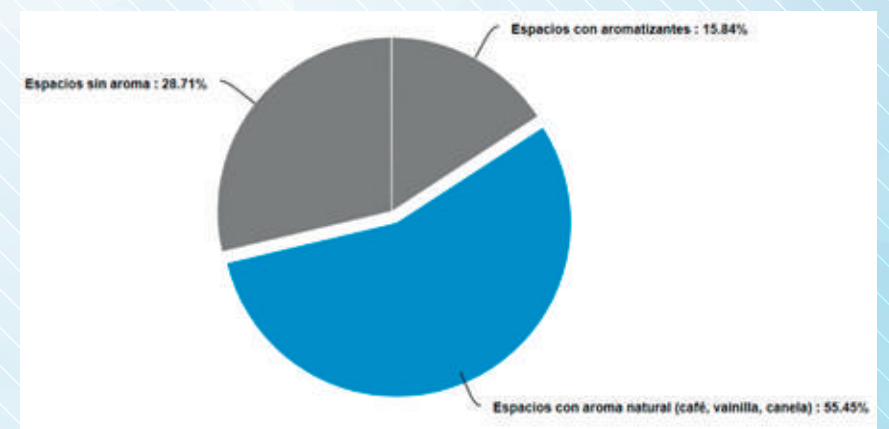
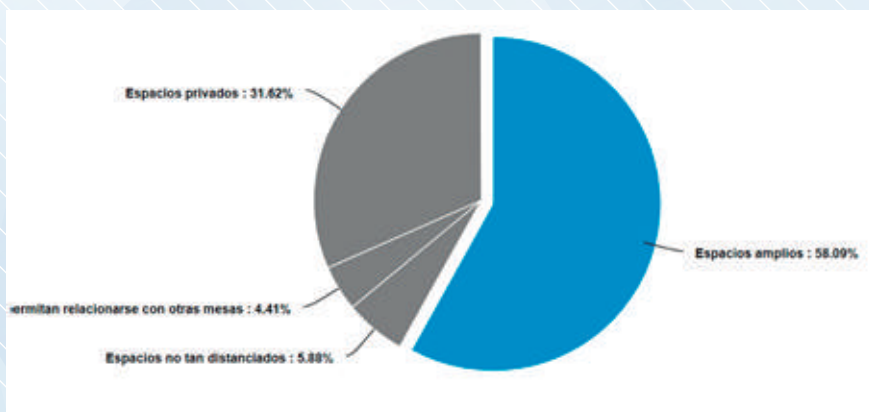
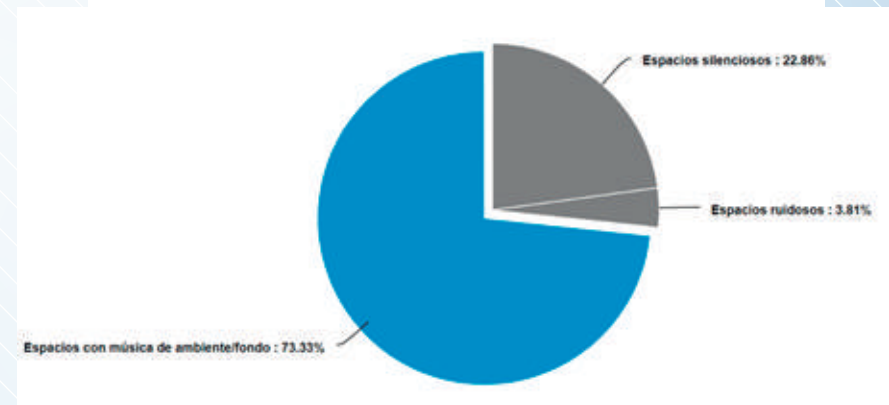
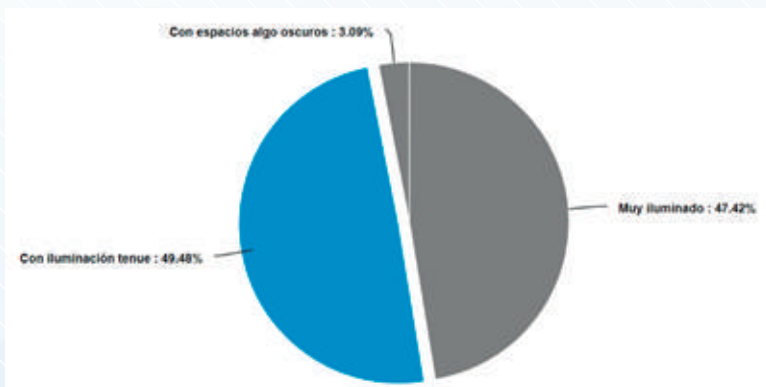
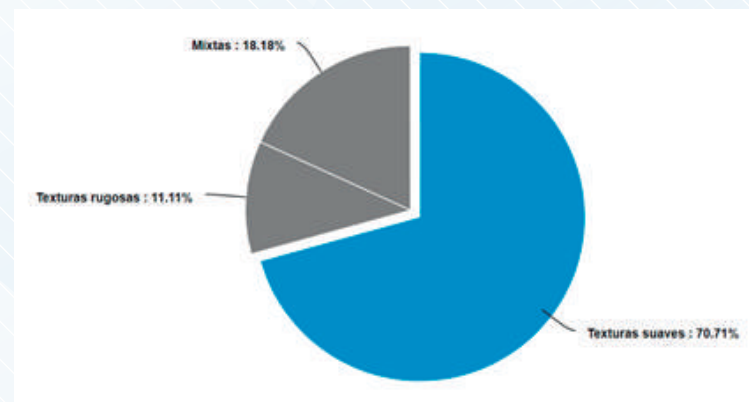
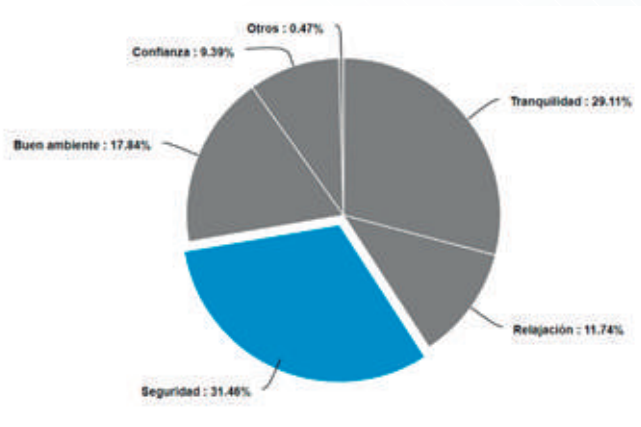
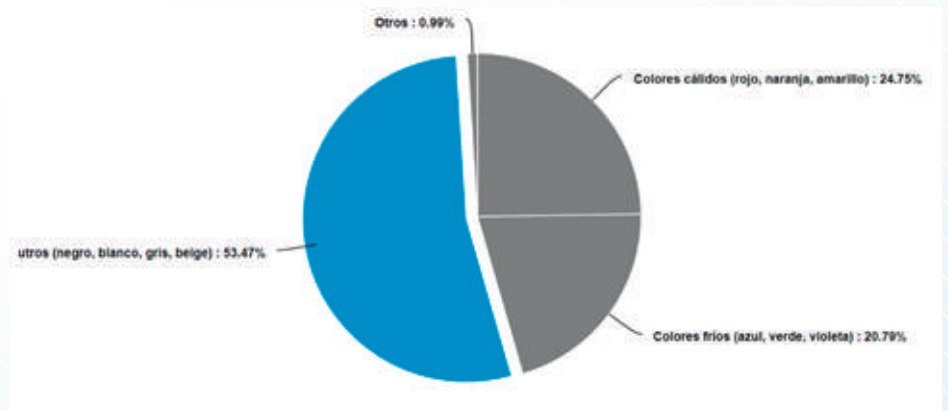
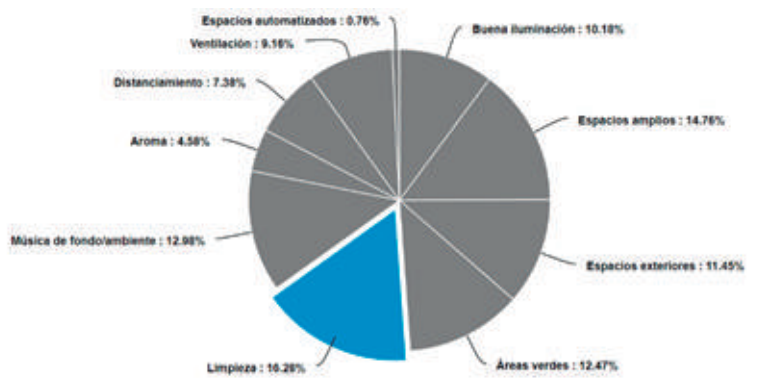
TABULACIÓN DE DATOS ENCUESTAS

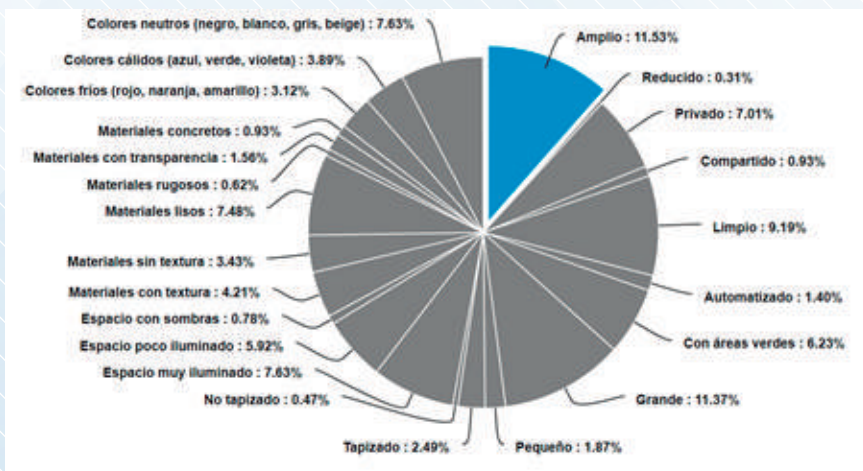
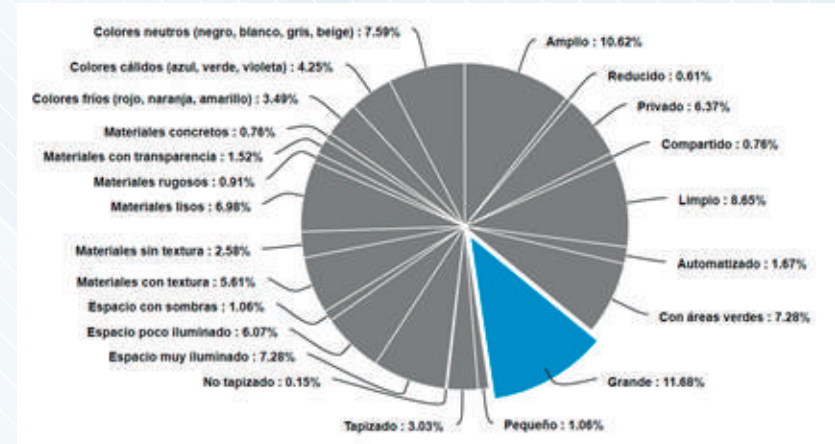
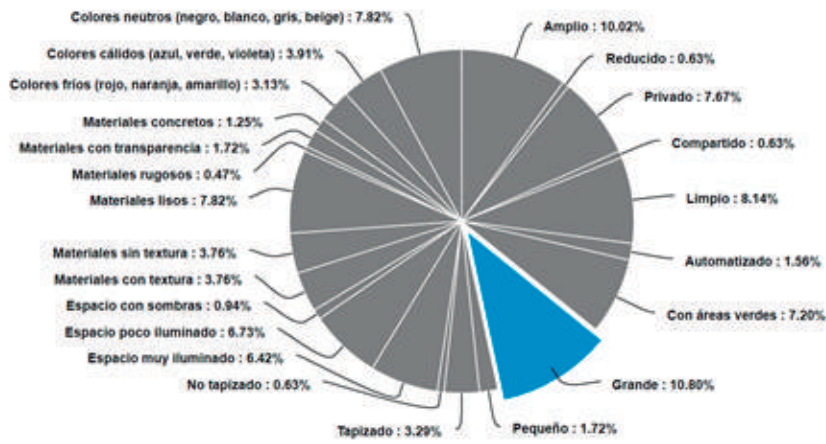
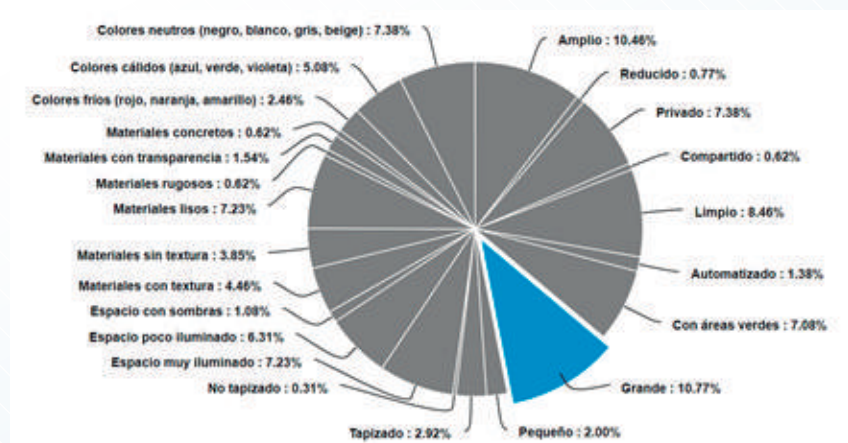
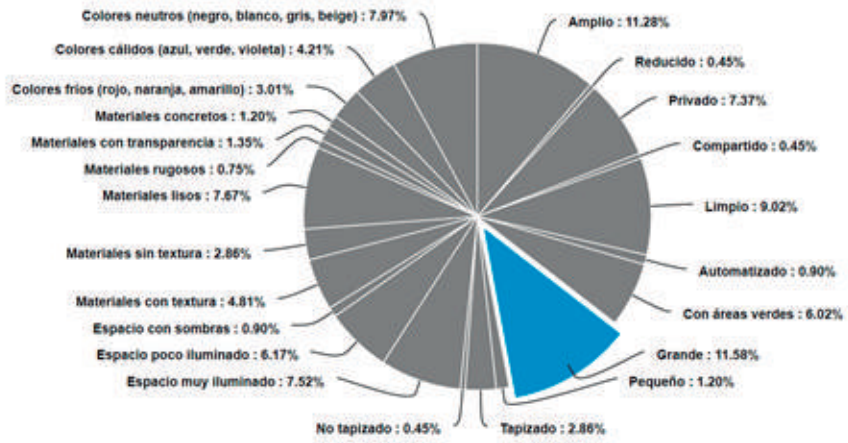
Antes de la pandemia





Después de la pandemia





TABLAS

DOT. HOUSE						
PERCEPCIÓN	Espacial	Forma	Cuadrado	Rectangular	Irregular	
				Lineal	Orgánica	Ortogonal
			Morfología	X		
			Abierto	Cerrado	Interior-exterior	
		Configuración			X	
		Cromática	Cálida	Fría	Neutra	
					X	
		Materialidad	Textiles	Concretos	Naturales	
			X	X		
			Natural	Artificial	Mixta	
		Iluminación	Natural	Artificial	Mixta	
			Cálida	Fría	Mixta	
			X			
		Ruido	Aceptable	Molesto		
			X			
		Sonido de fondo	Música	Televisión	Ninguna	
		X	X			
	Texturas	Lisas	Rugosas	Mixtas		
		X				
	Táctil	Temperatura	Ventilación	Calefactores	Ninguna	
			X			
	Olfativa	Aroma	Sin aroma	Aromatizante	Natural (café, canela, vainilla)	
			X			

Tabla análisis percepción espacial DOT HOUSE

SERAFINA BISTRO						
PERCEPCIÓN	Espacial	Forma	Cuadrado	Rectangular	Irregular	
				Lineal	Orgánica	Ortogonal
			Morfología	X		
			Abierto	Cerrado	Interior-exterior	
		Configuración			X	
		Cromática	Cálida	Fría	Neutra	
					X	
		Materialidad	Textiles	Concretos	Naturales	
			X	X		
			Natural	Artificial	Mixta	
		Iluminación	Natural	Artificial	Mixta	
			Cálida	Fría	Mixta	
			X			
		Ruido	Aceptable	Molesto		
			X			
		Sonido de fondo	Música	Televisión	Ninguna	
		X	X			
	Texturas	Lisas	Rugosas	Mixtas		
		X				
	Táctil	Temperatura	Ventilación	Calefactores	Ninguna	
			X			
	Olfativa	Aroma	Sin aroma	Aromatizante	Natural (café, canela, vainilla)	
			X			

Tabla análisis percepción espacial Serafina Bistrot

GOZA ESPRESSO BAR						
PERCEPCIÓN	Espacial	Forma	Cuadrado	Rectangular	Irregular	
				Lineal	Orgánica	Ortogonal
			Morfología	X		
			Abierto	Cerrado	Interior-exterior	
		Configuración			X	
		Cromática	Cálida	Fría	Neutra	
					X	
		Materialidad	Textiles	Concretos	Naturales	
			X	X		
			Natural	Artificial	Mixta	
		Iluminación	Natural	Artificial	Mixta	
			Cálida	Fría	Mixta	
			X			
		Ruido	Aceptable	Molesto		
			X			
		Sonido de fondo	Música	Televisión	Ninguna	
		X	X			
	Texturas	Lisas	Rugosas	Mixtas		
		X				
	Táctil	Temperatura	Ventilación	Calefactores	Ninguna	
			X			
	Olfativa	Aroma	Sin aroma	Aromatizante	Natural (café, canela, vainilla)	
			X			

Tabla análisis percepción espacial Goza Espresso Bar

HANSEL Y GRETEL						
PERCEPCIÓN	Espacial	Forma	Cuadrado	Rectangular	Irregular	
				Lineal	Orgánica	Ortogonal
			Morfología	X		
			Abierto	Cerrado	Interior-exterior	
		Configuración			X	
		Cromática	Cálida	Fría	Neutra	
					X	
		Materialidad	Textiles	Concretos	Naturales	
			X	X		
		Iluminación	Natural	Artificial	Mixta	
			Cálida	Fría	Mixta	
			X			
		Ruido	Aceptable	Molesto		
			X			
		Sonido de fondo	Música	Televisión	Ninguna	
			X	X		
	Texturas	Lisas	Rugosas	Mixtas		
		X				
	Táctil	Temperatura	Ventilación	Calefactores	Ninguna	
			X			
	Olfativa	Aroma	Sin aroma	Aromatizante	Natural (café, canela, vainilla)	
			X			

Tabla análisis percepción espacial Hansel y Gretel

DOS SUCRES. CUENCA						
PERCEPCIÓN	Espacial	Forma	Cuadrado	Rectangular	Irregular	
				Lineal	Orgánica	Ortogonal
			Morfología	X		
			Abierto	Cerrado	Interior-exterior	
		Configuración			X	
		Cromática	Cálida	Fría	Neutra	
					X	
		Materialidad	Textiles	Concretos	Naturales	
			X	X		
			Natural	Artificial	Mixta	
		Iluminación	Natural	Artificial	Mixta	
			Cálida	Fría	Mixta	
			X			
		Ruido	Aceptable	Molesto	Ninguno	
			X			
		Sonido de fondo	Música	Televisión	Radio	
		X	X			
	Texturas	Lisas	Rugosas	Mixtas		
		X				
	Táctil	Temperatura	Ventilación	Calefactores	Ninguna	
			X			
	Olfativa	Aroma	Sin aroma	Aromatizante	Natural (café, canela, vainilla)	
			X			

Tabla análisis percepción espacial Dos Sucres. Cuenca

