



UNIVERSIDAD
DEL AZUAY

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

DEPARTAMENTO DE POSGRADOS

MAESTRÍA EN DISEÑO DE INTERIORES

“DISEÑO DEL ESPACIO INTERIOR COMERCIAL DEL RESTAURANTE GARÚA”

TRABAJO, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: MAGÍSTER EN DISEÑO DE INTERIORES

AUTOR:

MARIA EUGENIA MURILLO ORDÓÑEZ

DIRECTOR:

ARQ. MANUELA CORDERO, MGTR.

CUENCA 2025



Dedicatoria

A mi querida madre Marianita, que con su generoso y noble corazón me ha apoyado incondicional e incansablemente en cada objetivo de mi vida, le dedico este proyecto de tesis, porque todo logro que cumpla también será suyo.

Agradecimiento

Gracias a Dios, por todo, sin el nada de esto hubiese sido posible en mi vida, a mis padres, por su amor y apoyo a lo largo de toda la maestría, por darme esa fortaleza de seguir siempre hacia adelante y creer en mí, a mi querido novio quien ha sido un pilar fundamental durante todo este proceso, a la Arq. Manuela Cordero S., Mgtr., por su guía y apoyo en la elaboración de este trabajo, a mis compañeros, por el intercambio de saberes y la colaboración que enriqueció este proceso.



Resumen

El proyecto aborda el diseño interior del restaurante Garúa, ubicado en la ciudad de Piñas, provincia de El Oro, con el propósito de rescatar la identidad cultural local y potenciar la experiencia gastronómica mediante un espacio funcional y estético. El objetivo principal es desarrollar una propuesta integral que conjugue tradición, confort espacial y experiencia del cliente, generando una conexión emocional con la cultura orense. La metodología incluyó un diagnóstico del espacio, entrevistas y encuestas a usuarios y propietarios, análisis de referentes y aplicación de principios rectores (identidad cultural, confort espacial y experiencia del cliente), sintetizados en matrices de oportunidades que guiaron el diseño. Los resultados obtenidos se materializaron en una propuesta espacial que logra un espacio acogedor, funcional y representativo de la memoria colectiva.

Palabras clave: diseños interiores, identidad cultural, confort espacial, experiencia del cliente.

Firma Estudiante

Arq. María Murillo Ordoñez

Abstract

The project addresses the interior design of the Garúa restaurant, located in the city of Piñas, El Oro province, with the aim of capturing the local cultural identity and enhancing the dining experience through a functional and aesthetic space. The main objective is to develop a comprehensive proposal that combines tradition, spatial comfort, and customer experience, generating an emotional connection with the El Oro culture. The methodology included a spatial assessment, interviews and surveys with users and owners, analysis of reference points, and the application of guiding principles (cultural identity, spatial comfort, and customer experience), synthesized into opportunity matrices that guided the design. The results had materialized in a spatial proposal that achieves a welcoming, functional, and representative space of the collective memory.

Key words: interior design, cultural identity, spatial comfort, customer experience.

Firma Directora de Tesis

Arq. Manuela Cordero Salcedo, Mgtr.



Índice de Contenidos

Dedicatoria	II
Agradecimiento	II
Resumen	III
Abstract	III
Índice de Contenidos.....	IV
1. Introducción	6
2. Objetivos.....	6
2.1. Objetivo General	6
2.2. Objetivos específicos	6
3. Investigación y Diagnostico	7
3.1. Información Básica del Cliente/Marca/Empresa	7
3.1.1. Caracterización del Cliente	7
3.1.2. Giro o Actividad Principal.....	7
3.1.3. Identidad Institucional o Valores de la Marca ...	8
3.1.4. Necesidades Generales del Espacio	8
3.1.5. Público Objetivo.....	8
3.1.6. Usuarios Objetivo	10
3.2. Espacio Disponible y Oportunidad	10

3.3. Actividades Principales que se Desarrollarán en el Espacio.....	14
3.3.1. Degustación de Platos Típicos.	14
3.3.2. Venta de Productos Locales.....	14
3.3.3. Promoción Cultural y Educativa.....	14
3.3.4. Apreciación del Entorno Natural	15
3.3.5. Espacio Infantil	15
3.4. Diagnostico Resumido con Oportunidades de Diseño	15
4. Estrategias del Proyecto.....	24
4.1. Principios Rectores de Diseño (Estado de la cuestión)	24
4.1.1. Identidad Cultural.....	24
4.1.2. Experiencia del Cliente.	26
4.1.3. Confort Espacial.	27
4.2. Estrategia de Marketing	28
4.2.1. Competencia.....	28
4.2.2. Diferenciación	28
4.2.4. Público objetivo.....	35
4.3. Estrategia Creativa, Comercial y/o Corporativa:	36
4.3.1. Narrativa espacial	36
4.3.2. Posicionamiento.	37
4.4. Estrategia de Diseño Interior	37



4.4.1.	Zonificación.....	39	5.3.1.	Conceptualización y Selección de Mobiliario...70	70
4.4.2.	Circulación.....	39	5.3.2.	Fichas Ilustrativas y Técnicas.....	70
4.4.3.	Materialidad.....	39	5.4.	Factibilidad Constructiva y Económica.....	78
4.4.4.	Ambientación.....	41	5.4.1.	Selección General de Material y Acabados.....	82
4.5.	Criterios de Diseño de Iluminación.....	43	6.	Memorias Reflexivas.....	84
4.6.	Criterios de Diseño de Mobiliario.....	45	7.	Resumen Ejecutivo.....	85
5.	Resultados.....	47	8.	Conclusiones.....	85
5.1.	Propuesta Espacial.....	47	9.	Referencias Bibliográficas.....	86
5.1.1.	Concepto del Proyecto.....	47	Índice de Figuras.....		88
5.1.2.	Zonificación y Esquema General.....	47	Índice de Fotografías.....		90
5.1.3.	Planos Base.....	50	Índice de Tablas.....		90
5.1.4.	Infografía y Visualizaciones.....	54	Índice de Anexos.....		91
5.2.	Diseño de Iluminación.....	68	10.	Anexos.....	92
5.2.1.	Concepto Lumínico.....	68			
5.2.2.	Criterios Técnicos y Estilísticos.....	68			
5.2.3.	Esquema General con Tipología de Luminarias	69			
5.3.	Diseño de Mobiliario.....	70			

1. Introducción

Este proyecto se enfoca en el diseño del espacio interior del restaurante Garúa, un establecimiento de comida tradicional ubicado en la ciudad de Piñas, provincia de El Oro, Ecuador.

El objetivo del trabajo es realizar el diseño interior del restaurante para crear un espacio funcional, estético y representativo de las tradiciones culturales de la ciudad, integrando elementos visuales, materiales y texturas propias del entorno local. El diseño busca generar una atmósfera acogedora, cálida y funcional, que invite al comensal a vivir una experiencia que no solo involucra el sabor, sino también la conexión con el lugar. La distribución de las áreas y disposición del mobiliario en el espacio se plantean bajo criterios de funcionalidad, confort y eficiencia, favoreciendo una circulación fluida y una interacción armoniosa entre los usuarios y el ambiente.

Garúa no solo será un restaurante, sino un lugar donde tradición y diseño se unen para generar una conexión emocional entre el visitante y la cultura orense.

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Desarrollar un proyecto de diseño interior del restaurante Garúa que conjugue la identidad de la marca y la identidad cultural del cantón Piñas, preservando las tradiciones, costumbres y valores de la ciudad.

2.2. Objetivos específicos

- Evaluar y diagnosticar las necesidades funcionales, espaciales y experienciales de los usuarios del restaurante.
- Identificar y analizar las costumbres, tradiciones y elementos culturales representativos del cantón Piñas.
- Desarrollar una propuesta de diseño interior coherente e integral que refleje la identidad local y responda a las expectativas del usuario.

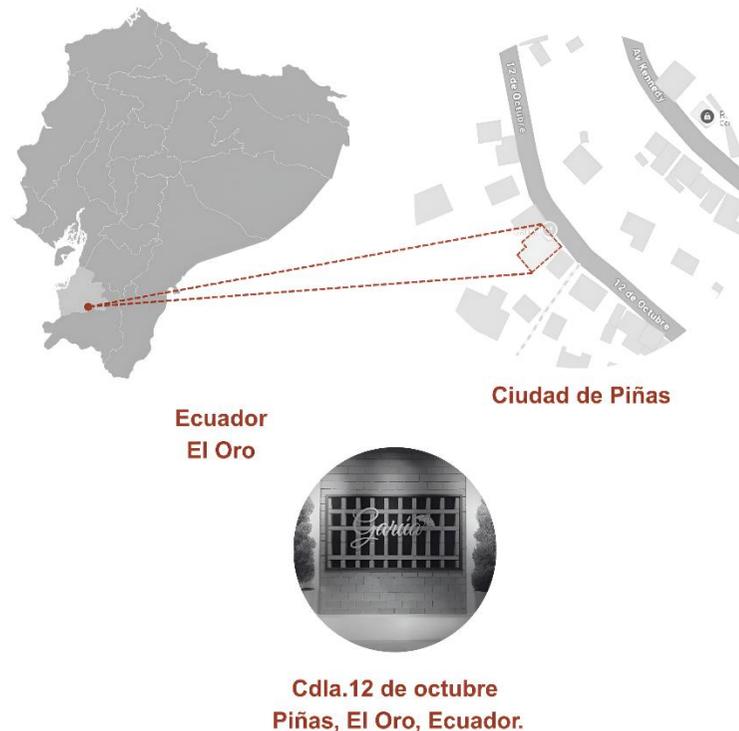
3. Investigación y Diagnostico

3.1. Información Básica del Cliente/Marca/Empresa

3.1.1. Caracterización del Cliente

Restaurante de comida tradicional, ubicado en la ciudad de Piñas, provincia de El Oro, Ecuador (Figura 1).

Figura 1. Ubicación del Restaurante Garua.



Fuente: Elaboración propia

3.1.2. Giro o Actividad Principal

Su actividad principal es la elaboración de comida tradicional, tal cómo se muestra en la siguiente figura (ver figura 2).

Figura 2. Menú del restaurante.



Garúa
SABORES DE ANTIÑO

Tigrillos		Acompañantes		
• TIGRILLO MIXTO	ENTERO MEDIO \$5.00 \$4.00	• CARNE SECA CON HUEVO	\$3.00	
• TIGRILLO	\$3.50 \$2.50	• LONGANIZA	\$3.00	
• MORCILLA		\$3.00	• HORNADO	\$3.00
• BISTEC DE RES O HIGADO		\$3.00	• CARNE FRITA DE CHANCHOS	\$2.75
• PICHUGA A LA PLANCHA		\$2.75	• PORCIÓN DE QUESO	\$1.00
• HUEVO		\$1.00		
Bolones		Platos típicos		
• BOLÓN TRIPLE	ENTERO MEDIO \$5.00 \$4.00	• ESPECIAL GARUA (PORCIÓN DE TIGRILLO MIXTO, MINI BOLÓN TRIPLE, 2 HUEVOS, PORCIÓN DE QUESO Y UNA PROTEÍNA A SU ELECCIÓN)	\$10.00	
• BOLÓN MIXTO	\$4.50 \$3.50	• PREGONDA GARUA (MORCILLA, LONGANIZA, MOTE, MACHO Y CURTIDO)	\$8.50	
• BOLÓN CHICHARRÓN	\$4.50 \$3.50	• LONGANIZA GARUA CON MOTE, SUCIO, MADURO, ARROZ Y CURTIDO	\$7.50	
• BOLÓN QUESO	\$3.25 \$2.50	• HORNADO CON MOTE, SUCIO, ARROZ, MADURO Y CURTIDO	\$7.50	
• CHURRASCO (BISTEC DE CARNE, 2 HUEVOS, PAPAS FRITAS, AGUACATE, ARROZ)		\$7.50	• HORNADO GARUA (PLATANO BRASEDO CON BISTEC DE HIGADO, ARROZ Y AGUACATE)	\$7.00
• CARNE SECA CON HUEVO, ARROZ, MADURO Y AGUACATE		\$6.00		
Mollecos		Bebidas		
• MOLLOCO	ENTERO MEDIO \$3.25 \$2.50	FRIAS	• BATIDO	\$2.00
• ESCOGE ENTRE PLATANO VERDE O PINTÓN		• JUGO	\$1.75	
		• COLAS	\$1.50	
		• AGUA CON GAS	\$1.25	
		• AGUA SIN GAS	\$1.00	
		• CERVEZA		
		• VINO		
		CALIENTES	• CHOCOLATE	\$2.00
		• CAFÉ CON LECHE	\$1.75	
		• AROMÁTICA	\$1.50	
		• CAFÉ	\$1.50	
Patacones		Postres		
• PATACONES CON QUESO	\$3.25	• PREGUNTA POR NUESTROS POSTRES DEL DÍA		
• GRATINADO	\$2.25			
• PORCIÓN DE PATACONES	\$2.25			
Mote				
• MOTE SUCIO	\$4.25			
• MOTE PILLO	\$3.25			
• PORCIÓN DE MOTE	\$1.25			
Otras				
• PAPAS FRITAS	\$2.25			
• MADURO CON QUESO GRATINADO	\$2.25			
• PORCIÓN DE ARROZ O MORO	\$1.50			
• TOSTADA MIXTA	\$1.50			
• TOSTADA DE QUESO	\$1.25			

MENÚ

COMPRAS PARA LLEVAR TIENE UN COSTO ADICIONAL DE: \$0.25 CTVS POR ENVASE.

Fuente: Elaboración propia

3.1.3. *Identidad Institucional o Valores de la Marca*

3.1.3.1. *Misión.*

Ofrecer una experiencia culinaria auténtica que rescate y promueva los sabores tradicionales de sus ancestros dentro de la parte alta de la provincia de El Oro, utilizando ingredientes locales libres de conservantes y técnicas ancestrales, en un ambiente que refleje la calidez y la identidad cultural de Piñas.

3.1.3.2. *Visión.*

Consolidarse como un referente en la gastronomía tradicional de toda la parte alta de El Oro, siendo reconocidos por preservar y difundir el patrimonio culinario de la región, y contribuyendo al fortalecimiento de la identidad cultural y turística de Piñas y sus todos sus alrededores.

3.1.4. *Necesidades Generales del Espacio*

Las necesidades se detallarán en la tabla 2 y las zonas se representan en la figura 3.

3.1.5. *Público Objetivo*

El público actual comprende a los siguientes grupos y edades: niños de 5 a 11 años, adolescentes de 12 a 19 años, adultos jóvenes de 20 a 35 años, adultos de 36 a 60 años, personas de tercera edad, e incluye turistas nacionales y extranjeros de todas las edades (ver tabla 1).

Sin embargo, su público objetivo comprende los adultos jóvenes y adultos, debido a que son los individuos que comienzan a tener conciencia e interés sobre los problemas del mundo contemporáneo, y se vuelven participes de las soluciones. En este caso en particular, este grupo son quienes tendrán mayor interés en aprender, preservar y transmitir los valores, tradiciones y costumbres propias de su localidad.

Tabla 1. Público objetivo.

Público Objetivo	
Adultos jóvenes (25-35 años)	Adultos (36-60 años)
	
<p>Adultos jóvenes interesados en redescubrir sabores tradicionales en un ambiente acogedor y cultural.</p>	<p>Clientes que valoran la cocina típica por su sabor, historia y familiaridad.</p>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Necesidades Generales del Espacio Garua

Espacios	Necesidades	Tipo de Necesidad
Área de espera	Aprovechar el espacio disponible para maximizar el número de visitantes e integrar elementos que enriquezcan la experiencia y amenicen la espera.	Funcional Cultural
Área interna de mesas	Distribuir adecuadamente el mobiliario para maximizar el espacio disponible y genere una circulación fluida. Mobiliario confortable y diseño que refleje la identidad de la marca y cultura de Piñas.	Funcional Cultural De Marca Significativo
Área externa de mesas	Distribuir adecuadamente el mobiliario para maximizar el espacio disponible y genere una circulación fluida. Mobiliario confortable y diseño que refleje la identidad de la marca y cultura de Piñas. Potenciar el panorama visual del entorno natural de Piñas.	Funcional Cultural De Marca Significativo
Área de caja	Mobiliario adecuado que facilite el proceso de cobro de manera ordenada y efectiva. Mobiliario estético que refleje la identidad de la marca.	Funcional Estético
Área infantil	Redistribuir la zona para una circulación fluida. Diseño que brinde protección y seguridad a los niños, mientras los adultos disfrutan su visita.	Funcional

Fuente: Elaboración propia

Es importante indicar que los niños, adolescentes y personas de la tercera edad no acuden de manera general Garúa por iniciativa propia, sino, invitados por sus padres o hijos.

3.1.6. Usuarios Objetivo

Los usuarios actuales de Garúa comprenden a padres con bebés, niños, jóvenes, adultos, personas mayores de edad, meseros, cajeros y chefs. El diseño está enfocado en satisfacer las necesidades del grupo de personas mencionadas anteriormente, excepto a los chefs, dado que la cocina no sufrirá modificaciones.

3.2. Espacio Disponible y Oportunidad

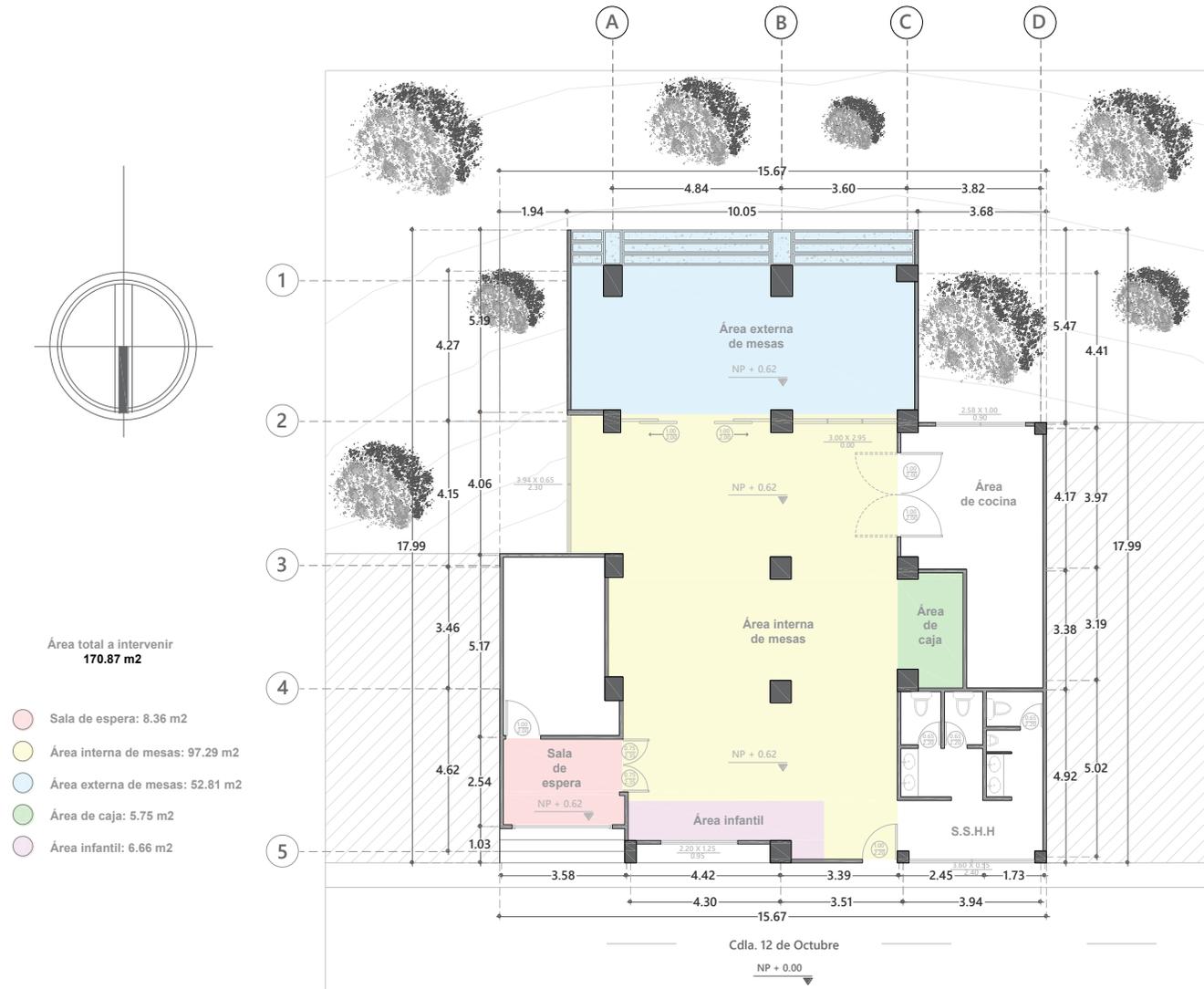
El restaurante Garúa dispone de un espacio físico amplio que presenta un alto potencial para ser optimizado a través de un diseño que tenga coherencia con la identidad de marca.

En este caso, se propone intervenir principalmente en cinco áreas clave: la sala de espera, el área de mesas

interiores y exteriores, el área infantil y el área de caja (véase figura 3). La sala de espera carece actualmente de diseño y funcionalidad (fotografía 1), por lo que se plantea su transformación en un espacio acogedor que dé la bienvenida al usuario y complemente la experiencia desde el ingreso. El área de mesas interiores (fotografía 2), a pesar de contar con dimensiones generosas, no está siendo aprovechada de manera eficiente ni responde a una distribución funcional.

De igual manera, el área de mesas exteriores ofrece una vista privilegiada del entorno natural de Piñas (fotografía 3), sin embargo, carece de un diseño que potencie dicha ventaja visual y mejore la experiencia del comensal. Por otro lado, el área destinada a los niños se encuentra ubicada en la zona de ingreso, lo cual no resulta apropiado ni desde el punto de vista de seguridad ni funcional (fotografía 4). Finalmente, el área de caja presenta un diseño básico que no maximiza el uso del espacio disponible ni contribuye visualmente al ambiente general del restaurante (fotografía 5).

Figura 3. Esquema actual de las zonas a intervenir.



Fuente: Elaboración propia

Fotografía 1. Sala de espera.



Fuente: Elaboración propia

Fotografía 2. Área interna de mesas.



Fuente: Elaboración propia

Fotografía 3. Área externa de mesa.



Fuente: Elaboración propia

Fotografía 4. Área infantil.



Fuente: Elaboración propia

Fotografía 5. Área de caja.



Fuente: Elaboración propia

3.3. Actividades Principales que se Desarrollarán en el Espacio

3.3.1. Degustación de Platos Típicos.

La actividad principal del restaurante Garúa es ofrecer a los clientes una experiencia gastronómica basada en la

degustación de platos tradicionales de la parte alta de la provincia de El Oro. Esta actividad se llevará a cabo a través de un proceso de atención, que comenzará generalmente con la recepción del cliente, seguido por la entrega del menú, la selección del pedido, su registro y preparación, la entrega del plato, el pago correspondiente del servicio y, finalmente, la despedida del cliente. Todo este recorrido será potenciado mediante estrategias de diseño y marketing que brindarán una experiencia memorable al cliente con el lugar.

3.3.2. Venta de Productos Locales.

El restaurante incluirá una zona destinada a la exhibición y comercialización de productos elaborados por pequeños productores y artesanos locales que no disponen de un espacio formal en el mercado como tal. Se podrán encontrar desde artesanías hasta productos comestibles típicos de la zona, promoviendo así la economía local y el consumo responsable, al mismo tiempo que se fortalece la identidad cultural del restaurante.

3.3.3. Promoción Cultural y Educativa.

Dentro del establecimiento se implementarán estrategias de comunicación para informar y educar a los visitantes sobre la evolución del restaurante Garúa a través de

una línea de tiempo, así como sobre las tradiciones, costumbres, lugares turísticos y cultura gastronómica de toda la parte alta de El Oro.

3.3.4. *Apreciación del Entorno Natural*

En el área exterior del restaurante, los clientes no solo podrán disfrutar de sus comidas al aire libre, sino también admirar y fotografiar la vista panorámica del paisaje montañoso que rodea la ciudad de Piñas. Esta experiencia visual y emocional complementa la propuesta gastronómica y contribuye al posicionamiento del restaurante como un destino turístico y cultural.

3.3.5. *Espacio Infantil*

Dado que el público objetivo está compuesto principalmente por adultos jóvenes y adultos que suelen asistir en familia, se contempla potenciar el diseño de la zona infantil. En este espacio, los niños podrán participar en actividades como pintar, dibujar, jugar y aprender mientras esperan su comida.

3.4. Diagnostico Resumido con Oportunidades de Diseño

En este punto se presenta un análisis visual y conceptual del espacio interior del restaurante, con el fin de

identificar las principales oportunidades de diseño que pueden ser aplicadas o potenciadas dentro del mismo. El diagnóstico permite reconocer aciertos y limitaciones en la distribución, la materialidad, el mobiliario y la iluminación, los cuales se convierten en puntos de partida para generar propuestas que optimicen la funcionalidad, fortalezcan la identidad cultural y enriquezcan la experiencia del usuario.

Este apartado se sintetiza en las figuras 4 a la 7 y en las tablas 3 a la 6, las cuales presentan de manera gráfica y comparativa los resultados obtenidos. Estas herramientas constituyen una base sólida sobre la cual se sustentan las propuestas de diseño posteriores, asegurando que cada decisión esté respaldada por un estudio riguroso y contextualizado.

Figura 4. Análisis general del diseño a implementar en el área de sala de espera.



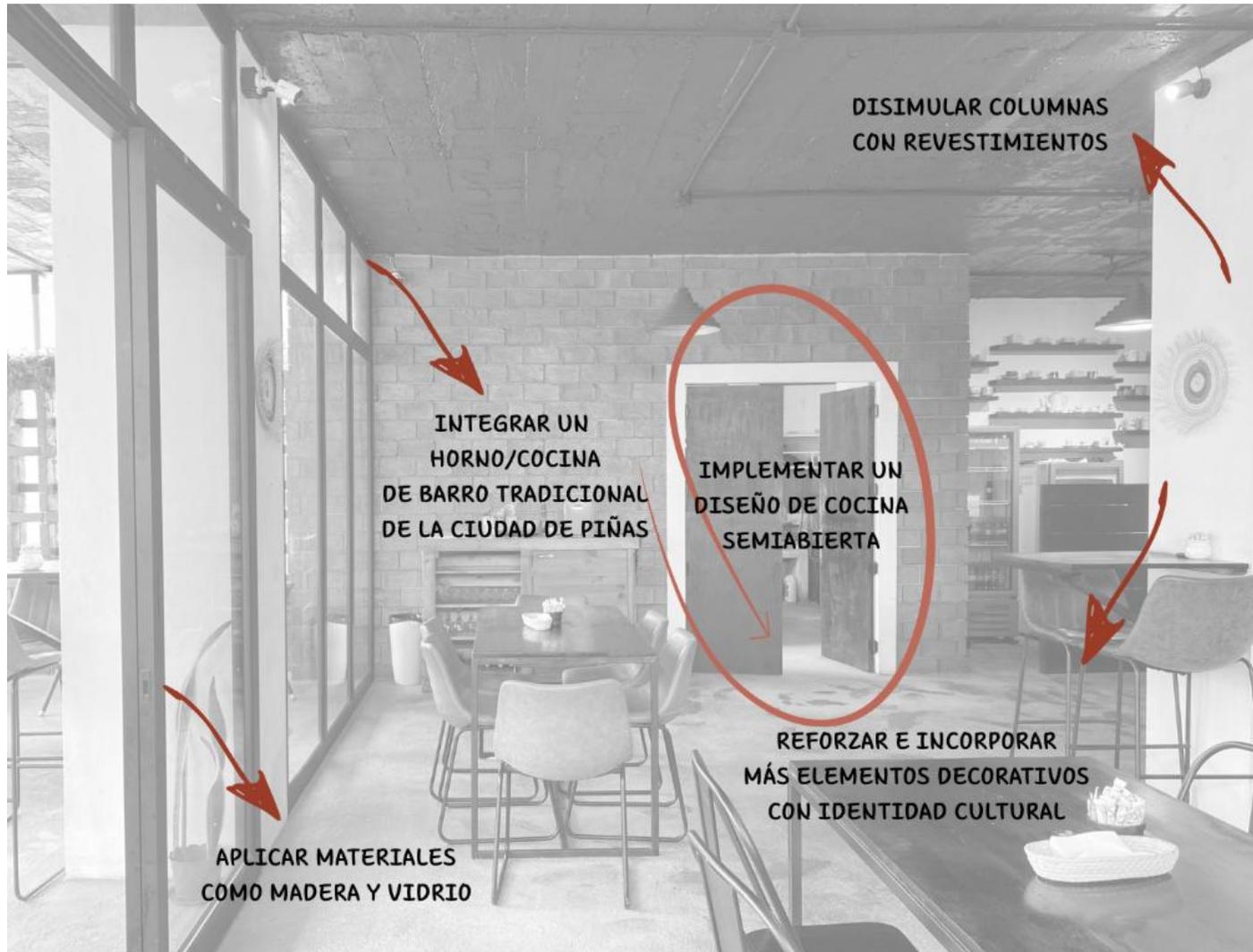
Fuente: Elaboración propia

Figura 5. Análisis general del diseño a implementar en el área de caja.



Fuente: Elaboración propia

Figura 6. Análisis general del diseño a implementar en el área de mesas internas.



Fuente: Elaboración propia

Figura 7. Análisis general del diseño a implementar en el área de mesas internas.



Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Oportunidad de diseño en área interna de mesas.

Área	Oportunidad	Respuestas de diseño
	<p>Espacio amplio poco optimizado, sin distribución funcional ni diseño que refleje la identidad del restaurante.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar una zonificación adecuada que permita una ubicación estratégica del mobiliario, facilitando un flujo de trabajo eficiente tanto para los empleados como para los clientes. - Incorporar muebles ergonómicos y personalizados con acabados que evoquen lo tradicional y local, reforzando la identidad del restaurante. - Integrar elementos como murales, vegetación o materiales naturales (madera, piedra) que conecten con el entorno de Piñas, creando una atmósfera acogedora. - Implementar iluminación cálida y controlada para realzar la ambientación del espacio y mejorar la experiencia del cliente. - Instalar pantallas, señalética y elementos gráficos o audiovisuales que informen y eduquen a los visitantes sobre la evolución del restaurante Garúa, así como sobre las tradiciones, costumbres, lugares turísticos y cultura gastronómica de la ciudad de Piñas, reforzando el valor cultural del lugar.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Oportunidad de diseño en área externa de mesas.

Área	Oportunidad	Respuestas de diseño
	<p>Posee una vista espectacular al paisaje de Piñas, actualmente no aprovechada</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar una zonificación adecuada que permita una ubicación estratégica del mobiliario, facilitando un flujo de trabajo eficiente tanto para los empleados como para los clientes sin obstruir la vista panorámica. - Seleccionar muebles resistentes a las condiciones climáticas, como mesas y sillas de materiales duraderos (por ejemplo, aluminio o madera tratada), que ofrezcan comodidad y se integren estéticamente con el entorno natural. - Incorporar iluminación cálida mediante luminarias colgantes, empotradas y sobremesa que proporcionen una atmósfera acogedora durante las horas nocturnas sin generar contaminación lumínica. - Integrar vegetación autóctona en macetas o jardineras, así como materiales naturales en pavimentos y revestimientos, para reforzar la conexión con el paisaje de Piñas y crear un ambiente relajante. - Colocar paneles o elementos gráficos que informen a los visitantes sobre las tradiciones, costumbres y lugares turísticos de Piñas

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5. Oportunidad de diseño en área infantil y de caja.

Área	Oportunidad	Respuestas de diseño
	<p>Espacio mal ubicado cerca del ingreso</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Asegurar la Ovisibilidad y cercanía a los adultos, sin interferir con el tránsito general. - Diseñar una zona de juego simbólico que permita a los niños simular actividades culinarias, pintar, dibujar, leer que sensibilicen a los niños sobre su entorno cultural y natural. - El diseño del área infantil incorporará elementos decorativos que reflejen la identidad cultural de Piñas, para fortalecer la identidad regional desde la infancia de manera lúdica.
	<p>Diseño básico, poco funcional y sin valor estético</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Reubicar y rediseñar el counter con un enfoque ergonómico y funcional que facilite el trabajo del personal y mejore la atención al cliente. - Incorporar acabados visualmente coherentes con la marca (por ejemplo, texturas naturales, colores cálidos o patrones culturales). - Incluir elementos gráficos o decorativos que refuercen la identidad del restaurante, como el logotipo, frases típicas o ilustraciones locales.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6. Oportunidad de diseño para venta de productos.

Área	Oportunidad	Respuestas de diseño
	<p>Aprovechar el espacio disponible para fortalecer la identidad cultural y promover el comercio local</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Diseñar una zona específica con mobiliario expositivo diseñado para destacar artesanías, productos comestibles o souvenirs para su venta. - Usar materiales naturales y diseño coherente con el resto del restaurante para mantener una estética uniforme. - Incorporar storytelling visual sobre los productores locales, los procesos artesanales y la relación con Garúa. - Utilizar señalética y elementos gráficos que cuenten la historia de los productos y su conexión con la cultura local.

Fuente: Elaboración propia

4. Estrategias del Proyecto

Durante la fase de exploración y diagnóstico se identificaron tres oportunidades de trabajo, y los conceptos a profundizar fueron la identidad cultural, el confort espacial y la experiencia del cliente cómo los principios rectores de este proyecto, es decir, representan los puntos de referencia para el establecer las soluciones adecuadas. Estos principios reflejan las necesidades reales de los usuarios, ya que se extrajeron de encuestas a clientes y entrevistas a los propietarios, que finalmente se plasmaron en una matriz de oportunidades y se resumieron en tres puntos clave (Anexo 1 al 5).

En consecuencia, una vez establecidos los principios rectores, es necesario indagar y exponer los fundamentos teóricos que sustentarán el proyecto y enriquecerán la comprensión de la problemática y aportarán ideas para su ulterior resolución.

4.1. Principios Rectores de Diseño (Estado de la cuestión)

4.1.1. Identidad Cultural.

En actualidad, el éxito de un proyecto de diseño interior no solo depende de su valor estético o funcional, una mejor comprensión del comportamiento humano permite ver que, para generar una experiencia agradable y un impacto positivo durante la vida útil del producto, debemos considerar las necesidades emocionales y cognitivas del cliente, tal como lo indica Forero & Espina (2013). En ese sentido, los mismos autores señalan que el trabajo del diseñador se torna más interactivo y dinámico, viéndose obligado a estudiar y analizar al público objetivo del proyecto y su interacción con este y analizando también el contexto en el que se da la interacción. Al conocer los factores que suscitan una determinada experiencia, podemos gestionarlos y diseñar el estímulo deseado (Forero & Espina, 2013).

En este sentido, explorar los rasgos de la identidad cultural puede ser una herramienta en el diseño de experiencias, debido a que la cultura, como la define Tylor (2016, p. 3), es:

...El complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos o capacidades adquiridas por el hombre en cuanto miembro de una sociedad.

El sentimiento de pertenencia puede estimularse al emplear materiales y sistemas constructivos propios de un lugar geográfico, lo que contribuye enormemente a la preservación y transmisión de los conocimientos ancestrales de sus habitantes, como lo señala Vargas (2020). Además, el uso de estos materiales tradicionales trae ventajas adicionales como una menor generación de huella de carbono y el ahorro de energía gracias a sus cualidades térmicas, su bajo costo, el incentivo a la economía local y la generación de trabajo (Ruiz & Martínez, 2024). Algunos de estos materiales en el caso de la provincia de El Oro son: la tapia, el bahareque, la madera, piedra, la caña, bambú, caña guadua, adobe, bloques de suelo cemento, bloques de tierra comprimida y eco ladrillo (Sornoza, et al, 2022).

Finalmente, debemos describir la cultura de Piñas para crear esa narrativa con la que el usuario se pueda identificar. A este respecto, mencionaremos que Piñas es un cantón con una economía agrícola, siendo la siembra de cacao, café y la

producción animal, ganadería, avicultura, porcicultura y piscicultura, las principales actividades (Clodoveo, 2021). Se encuentra ubicado en una zona geográfica de transición entre la sierra y la costa ecuatoriana, aunque no debemos olvidar que es un cantón de la costa, esto se debe a que está ubicado en la estribación occidental de la Cordillera de los Andes. Por esa razón, Piñas presenta dos zonas, una más baja con un clima seco y caliente (22-26 °C) y una alta con un clima húmedo y templado (10-22 °C), esta última es la que ocupa mayor extensión de tierra (GAD Municipal Piñas, 2020).

La arquitectura tradicional del cantón Piñas se caracteriza por el uso de madera, quincha o bahareque en el recubrimiento de sus paredes. Algunas de las fachadas de estas casas eran vistosas y elegantes. Sobre la fachada principal se disponían de grandes ventanas de chaza abatible con tarjetas caladas, ventanas que daban acceso a balcones incluidos, limitados por pasamanos con balaustres de madera o hierro forjado (INPC, 2021) (ver Figura 8).

Su mayor patrimonio y atractivo turístico es la reserva Jocotoco, la cual ocupa el 23,36% del territorio del cantón y protege un número de especies de plantas y animales únicos e invaluables, entre su vegetación las orquídeas, las bromelias y

heliconias son las más representativas y el colibrí, pájaro sombrilla, el gavilán de dorso gris y el tucán del chocó son las aves y animales más apreciados y atractivos para turistas nacionales y extranjeros (GAD Municipal Piñas, 2020; Ministerio de Turismo, 2020). El bosque representa los pulmones del cantón, dado que provee salud para el hombre por su gran extensión de bosque húmedo nativo.

Por otra parte, en relación con al patrimonio gastronómico de Piñas, es interesante mencionar que los roscones de Moromoro, parroquia rural de Piñas, son considerados patrimonio gastronómico del sector, además, por otra parte, en el sector rural, también son tradicionales los sembríos para autoconsumo guineo, maní, maíz, arroz, caña de azúcar, entre otros, así lo señala el Ministerio de Turismo (2020).

Figura 8. Arquitectura vernácula de Piñas.



Fuente: Elaboración propia

4.1.2. Experiencia del Cliente.

Lara & Rodríguez (2017) encontraron en una encuesta realizada que los usuarios de restaurantes de comida tradicional mexicana valoraban principalmente el sabor de la comida, dejando en segundo al diseño, decoración y ambiente del lugar. Sin embargo, los mismos autores señalan que el 67,02 % de los encuestados creen que el mobiliario del restaurante de comida mexicana es parte fundamental para continuar con las costumbres y tradiciones del país. Esta

información evidencia la necesidad de apelar a la identidad cultura para crear una experiencia emocional positiva.

Los colores cálidos, como el amarillo, anaranjado y rojo, son los colores más representativos en el sector de restaurantes, según Vilchez & Colaboradores (2022), debido a que estos colores se suelen asociar con el apetito.

Una herramienta útil para identificar las áreas que impactan positiva o negativamente la experiencia del cliente, es El Mapa de Recorrido del Cliente (ver figura 15), por ejemplo, García (2023) aplicó esta herramienta en su tesis y encontró que cliente valora mucho la presencia de una zona de parqueo, la presencia de una sala de espera y una recepcionista que le asigne una mesa, así mismo, evidenciaron la necesidad de reubicar los sanitarios por la cercanía con las mesas y una mayor higiene de las instalaciones.

4.1.3. Confort Espacial.

Al hablar sobre confort especial, tenemos que hablar sobre el mobiliario, iluminación, flujo o distribución y elementos decorativos que enriquecen la narrativa del diseño.

Con respecto al confort del mobiliario el punto más importante es la ergonomía y la calidad de los materiales. La ergonomía varía según el grupo étnico de estudio, ya que las

medidas antropométricas son propias de cada grupo. Sin embargo, se carece de datos antropométricos de ciudadano de Piñas, aunque, dado que nuestra población en su mayoría es mestiza, utilizaremos datos sobre el estudio en la población de Loja. En la tabla 7 se resumirá las medidas y valores a tomar en cuenta con respecto a la ergonomía, según Torres, et al, 2020.

Debemos tomar en cuenta que el 80% de la población de El Oro es mestiza (Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura, 2021), y este grupo social, como halló en su estudio Vinuesa & Colaboradores (2022), es el que presenta mayor tasa de sobrepeso en el Ecuador, siendo el hombre más propenso que la mujer. Esto debemos tenerlo en cuenta, ya que modifica inevitablemente las medidas antropométricas.

Tabla 7. Medidas antropométricas de la población lojana.

Variable	Medida en cm
Ancho de hombros	52.7
Ancho de caderas	47.0
Ancho codo a codo	46.9
Altura codo reposo	25.4
Altura rodilla	51.1
Altura muslo	16.6
Altura poplítea	44.9
Distancia glúteo-poplíteo	48.0
Distancia glúteo-rodilla	53.9

Fuente: Adaptada de Torres & Colaboradores, 2020.

La ergonomía, según Torres & Colaboradores (2020), también se relaciona con la distribución correcta del mobiliario, la cual debe estar dispuesta de forma que el trabajo sea eficiente y permita el movimiento natural y sin obstáculos de los usuarios y trabajadores, evitando, de esta forma, lesiones o accidentes. Siguiendo la línea del diseño de experiencias, se puede aplicar el mapa de recorrido del cliente para determinar los puntos de contacto entre el usuario y el diseño y diagnosticar puntos de insatisfacción (García, 2023).

Finalmente, con respecto al color, mencionaremos que se buscará establecer colores cálidos, ya que, como nos comenta Suarez (2018), estos son preferidos por los usuarios habituales de este tipo de negocios.

4.2. Estrategia de Marketing

4.2.1. Competencia

En la figura 9 y 10 se describen las fortalezas de competencia en cuanto al diseño interior como referencia de las tendencias de la zona en restaurantes de comida tradicional.

4.2.2. Diferenciación

Para definir las áreas en las que el Restaurante Garúa puede diferenciarse de la competencia, primero se identificó las fortalezas en el diseño interior y ahora se analizarán las debilidades (ver tabla 8), lo que nos permitirá establecer las áreas en las que se pueden trabajar para crear una propuesta novedosa y de valor. También se analizan propuestas de diseño con principios rectores similares como apoyo en el desarrollo de ideas, a estos se los llamarán referentes (ver figura 11, 12 y 13).

Figura 9. Análisis del diseño interior de MolloLoco.



Identidad coherente

Marca y eslogan alineados con la experiencia natural y cultural que ofrece el lugar.



Espacios fotografiables

Zonas visualmente atractivas con fondos decorativos que invitan a tomarse fotos.



Mobiliario artesanal

Las mesas y sillas, elaboradas en madera sólida, destacan por su resistencia y durabilidad, ofreciendo al usuario una base estable y confiable.



Aprovechamiento visual

Se aprovechan al máximo las vistas hacia las montañas y el entorno natural, lo cual potencia la experiencia sensorial del comensal



Fuente: Elaboración propia

Figura 10. Análisis del diseño interior de Jennys coffee.



Presentación

Inclusión de textiles coloridos con motivos típicos en uniformes y decoración, promoviendo identidad cultural.

Mobiliario

Uso de madera local en mesas y estructuras, lo que refuerza una estética cálida y tradicional.



Visuales del entorno

Grandes ventanales permiten conexión visual con el paisaje montañoso de Piñas, aportando luz natural.

Actividades complementarias

Organización de talleres terapéuticos (respiración, arte, meditación), lo cual fortalece el vínculo emocional con la clientela y potencia la fidelización.



@espacioazultherapy

ARTES TERAPEUTICAS

- Ejercicios de respiración ✦
- Terapia de sonido ✦
- Terapia de arte ✦
- Meditación ✦

enero

SÁBADO 25 10:00 AM

ENCUENTRO: JENNY'S COFFEE & CAMPING

✦ INSCRIPCIÓN: \$ 25,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8. Diferenciación con respecto de la competencia.

Aspecto	Debilidades de la competencia	Oportunidades de diferenciación para Garúa
Narrativa espacial	Carecen de un recorrido con intención.	Garúa desarrollará un recorrido con desde el ingreso, con espacios que revelen progresivamente su identidad.
Valor cultural	Espacios fotogénicos, pero poco integrados con la cultura	Los espacios de Garúa reflejarán tradiciones, costumbres y arquitectura local
Materialidad	Usan materiales locales, pero sin reinterpretación ni acabado refinado.	Se revalorizarán los materiales autóctonos desde una visión contemporánea: madera tallada, cerámica, textiles integrados.
Iluminación	Iluminación funcional o decorativa sin intención ambiental.	Se implementarán capas de luz cálida y puntual que evoquen intimidad, tradición y resalten elementos clave del espacio.
Diseño de mobiliario	Elementos rústicos o estandarizados, sin diseño personalizado o ergonómico.	Se diseñará mobiliario funcional, estético y alineado con la identidad de marca del restaurante.
Decoración	Recursos visuales llamativos, pero genéricos o desconectados del contexto cultural.	Garúa incorporará elementos decorativos simbólicos que conecten con la historia y la memoria de Piñas.
Área infantil	No cuentan con espacios dedicados para niños	Garúa incorporará un área infantil ubicada estratégicamente para comodidad de padres e hijos.

Fuente: Elaboración propia

Figura 11. Los Priostes restaurante, ciudad de Cuenca.



Cocina abierta

- Mejora la experiencia del cliente al permitirle ver la preparación de los alimentos.
- Genera aromas y sonidos que crean una conexión sensorial con el lugar.
- Refuerza la transparencia y confianza en el servicio.

Mobiliario y confort espacial

- Mesas y sillas de madera robusta que proporcionan estabilidad y confort.
- Textiles y acabados que aportan calidez y un tacto agradable.

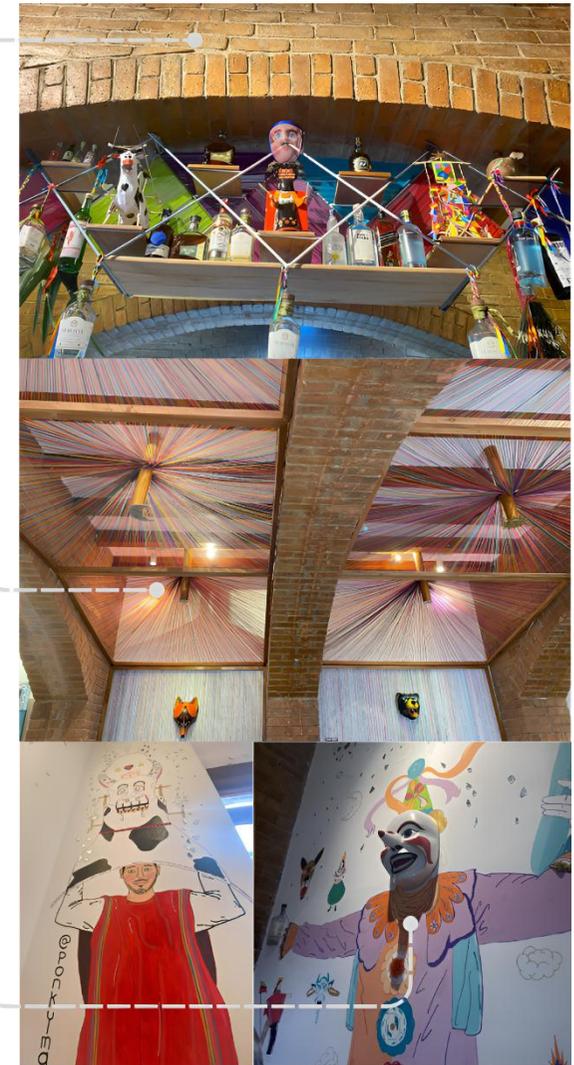


Materialidad

- Refleja la autenticidad y el carácter histórico de Cuenca.
- Utiliza materiales sostenibles y con fuerte carga cultural.
- Aporta calidez visual y táctil al espacio.

Elementos decorativos auténticos

- Máscaras, tejidos y objetos artesanales evocan las festividades tradicionales.
- Se convierten en puntos de interés para los visitantes y enriquecen la experiencia.
- Favorecen la diferenciación del restaurante frente a la competencia.



Fuente: Elaboración propia

Figura 12. Somos restaurante, ciudad de Quito.



Barra abierta

- Funciona como un punto focal dentro del restaurante, permitiendo al cliente observar la preparación de bebidas y algunos platos.
- Genera una sensación de transparencia y dinamismo en el espacio, haciendo que el proceso culinario sea parte del espectáculo.
- Favorece la interacción entre el cliente y el personal, creando una experiencia más cercana y personalizada.



Materialidad

- Muros artísticos a gran escala que cuentan historias visuales y refuerzan la identidad cultural ecuatoriana.
- Fachada con un mural vibrante que se convierte en un punto de atracción desde el exterior, invitando al usuario a entrar.

Mobiliario

- Diseños simples y contemporáneos en madera que no compiten con los murales, sino que los complementan.
- Sillas y taburetes ergonómicos pensados para el confort del usuario y para largas estancias.



Diferenciación



Experiencial



Fuente: Elaboración propia

Figura 13. Levadura de Olla, restaurante de comida tradicional, México.



Cocina expuesta

- Permite que los comensales observen los procesos culinarios, generando un vínculo más íntimo con la preparación de los alimentos y reforzando la idea de transparencia y confianza.

Murales artísticos

- Decoran y educan sobre la cosmovisión e historia local, creando un ambiente pedagógico. Este recurso aporta un valor agregado cultural al espacio.

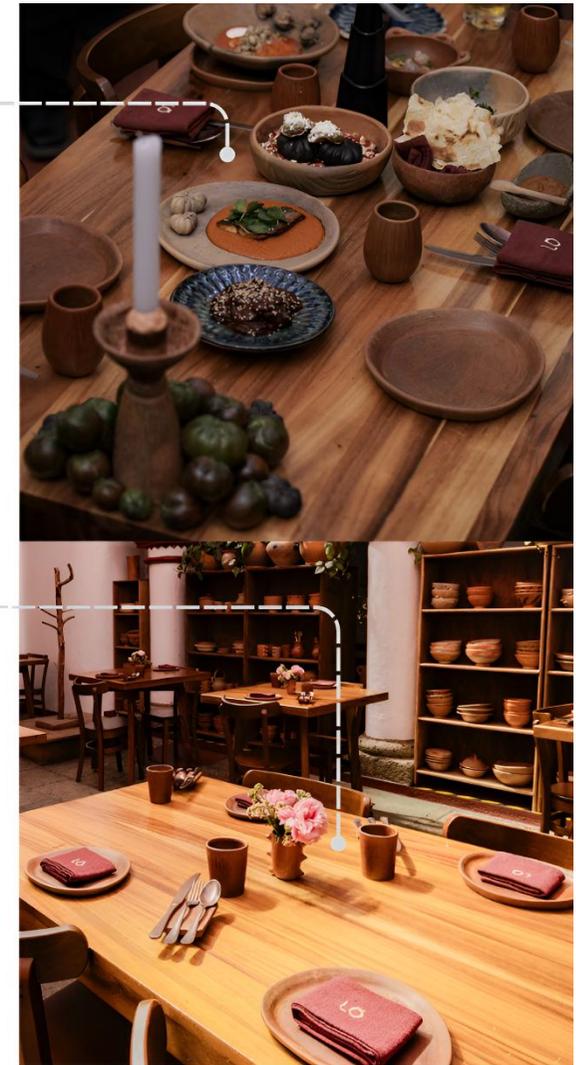


Presentación con identidad cultural

- El uso de texturas naturales (barro, cerámica, madera rústica) evoca el patrimonio constructivo de comunidades rurales.
- Las vasijas, canastos y utensilios tradicionales refuerzan la narrativa visual y sensorial del lugar.

Experiencia integral del usuario

- El usuario no solo consume alimentos, sino también cultura e historia a través del diseño.
- Se convierte en un espacio de diálogo entre tradición y contemporaneidad, donde la arquitectura es soporte de narrativas culturales.



Fuente: Elaboración propia

4.2.3. Propuesta de valor

“Garúa: donde los sabores de Piñas se viven, se sienten y se recuerdan.”

Ofrecemos una experiencia gastronómica auténtica que conecta los sabores tradicionales de Piñas con un ambiente diseñado para despertar los sentidos, evocar la memoria y celebrar la identidad cultural local. Es un espacio donde cada detalle (material, aroma, objeto y palabra) ha sido pensado para acoger, emocionar y dejar huella.

4.2.4. Público objetivo.

Para lograr una conexión efectiva con el público objetivo de Garúa —jóvenes adultos y adultos— el espacio se convierte en un medio de posicionamiento, al ofrecer zonas pensadas para la interacción, el disfrute y la recordación, fortaleciendo la experiencia del cliente. La coherencia entre el ambiente, el servicio y la narrativa visual facilita el reconocimiento de marca y fomenta la fidelización, haciendo que el usuario no solo consuma, sino que quiera volver y recomendar el lugar. En la figura 14 se presenta una entrevista sintetizada en un *personal design*, la cual permite reflejar las

necesidades, motivaciones y expectativas del usuario en relación con el restaurante.

Figura 14. Personal design del público objetivo.



Fuente: Elaboración propia

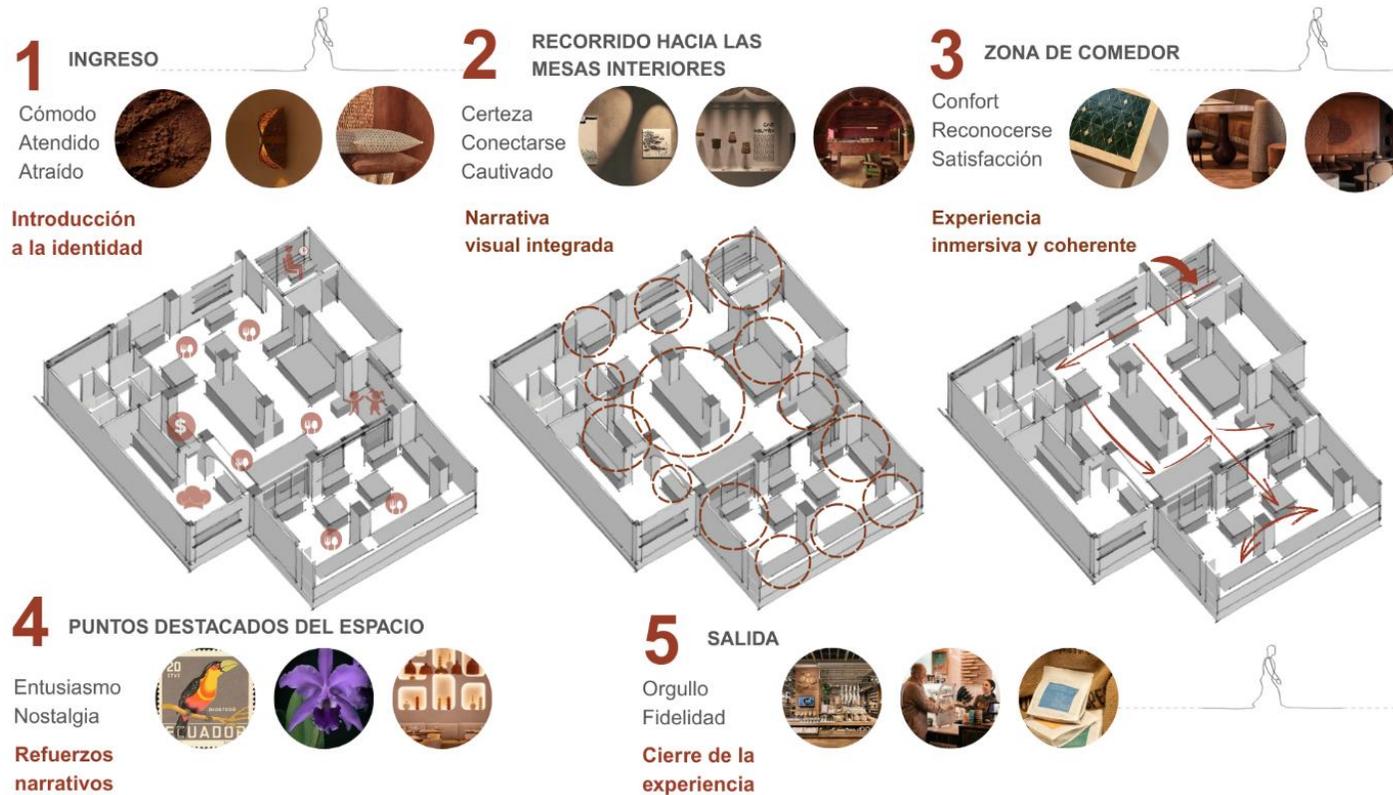
4.3. Estrategia Creativa, Comercial y/o Corporativa:

4.3.1. Narrativa espacial

El recorrido espacial se plantea como una experiencia inmersiva que conecta al visitante con la identidad de Piñas. Desde el ingreso, materiales naturales, texturas artesanales y

luz cálida generan acogida y pertenencia. A lo largo del camino, murales y elementos culturales refuerzan la memoria colectiva, mientras la cocina tradicional y los balcones hacia el paisaje despiertan los sentidos. Así, el espacio guía al usuario en un relato vivo que une cultura, confort y entorno natural.

Figura 15. Recorrido de experiencia/Concepto espacial.



Fuente: Elaboración propia

4.3.2. Posicionamiento.

Garúa busca ser percibido no solo como un restaurante de comida tradicional, sino como un hito gastronómico en Piñas, ofreciendo una experiencia integral que conecta al usuario con su entorno, su cultura y su identidad. Su posicionamiento se construye desde lo experiencial y auténtico, permitiendo que el cliente no sólo recuerde los sabores, sino también el ambiente, la estética del espacio y el valor cultural que transmite, la figura 16 representa estas ideas.

Figura 16. Objetivos del posicionamiento de la marca.

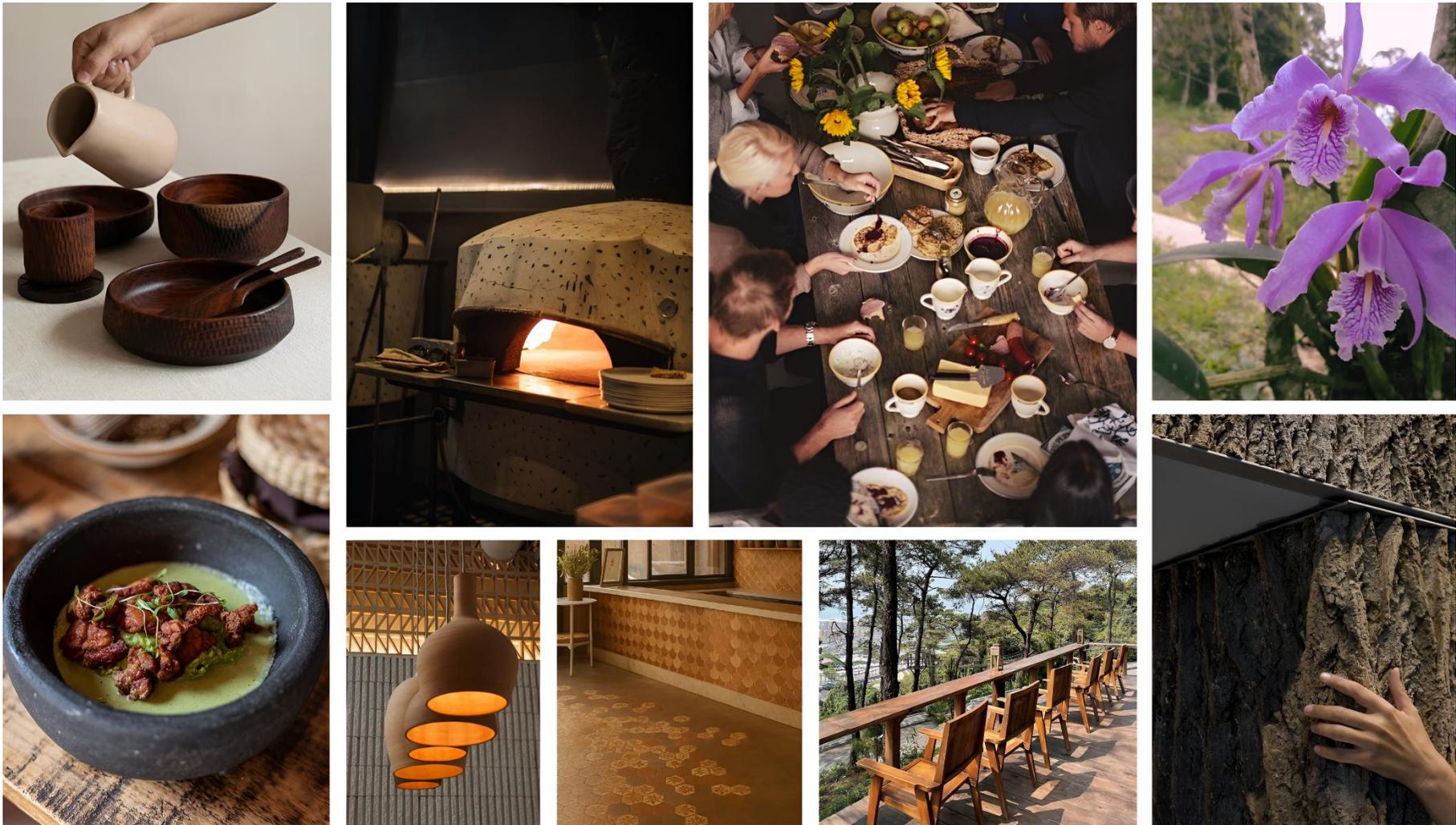


Fuente: Elaboración propia

4.4. Estrategia de Diseño Interior

El moodboard general constituye el punto de partida creativo para la estrategia de diseño interior (ver figura 17), ya que permite visualizar de manera integrada los sentimientos, atmósferas y experiencias que se buscan transmitir en el restaurante. A través de la selección de imágenes que evocan materiales, colores, texturas, formas y escenas de convivencia, se construye una narrativa visual que orienta el diseño hacia la creación de espacios auténticos, cálidos y memorables. Este recurso no solo sintetiza la intención estética, sino también las emociones que se pretende despertar en los visitantes, reforzando la conexión entre cultura, identidad y experiencia gastronómica.

Figura 17. Moodboard general.



Fuente: Elaboración propia

4.4.1. Zonificación.

Se establecerá una zonificación funcional y estratégica, con áreas claramente definidas que favorezcan tanto la eficiencia operativa como la experiencia del usuario (Figura 22). La zonificación permitirá un contacto coherente y ordenado con todos los elementos estéticos del diseño, lo que permitirá transmitir acertadamente los valores y principios del local. Además, el área infantil será ubicada en la zona de mayor visibilidad para brindar tranquilidad a los padres y seguridad a los niños.

También se cuenta con un área de espera, lo que permite evitar el congestionamiento al ingreso del restaurante, por otro lado, se dispondrá de elementos visuales y sensoriales que marquen el inicio de la experiencia del usuario.

4.4.2. Circulación

La circulación presentará al usuario un recorrido lineal, coherente y ordenado, lo que permitirá fluidez en el recorrido y facilidad a los meseros para desempeñar sus funciones sin mayores obstáculos. La sala de espera marcará el recorrido, el cual dispondrá de muebles y señalética con información relacionada a los horarios de atención y tiempos de espera para brindar orden y tranquilidad. El recorrido continúa con el

área de mesas interiores, donde la linealidad del recorrido brindará orden y comodidad en el flujo, además, se complementará con señalética que nos informa la ubicación del resto de áreas (ver figura 23).

Sin embargo, se cuenta con la ventaja de que el área de mesas internas funciona como el eje del restaurante, ya que a través del logramos visualizar el área de caja, el área de mesas exteriores y los baños. Esto, junto con la señalética, evitará molestias y confusiones en el usuario al momento de localizar las diferentes áreas y, a la vez, evita congestiones.

La linealidad del recorrido permitirá que el recorrido de salida sea tan fluido, ordenado y coherente como el de ingreso.

4.4.3. Materialidad

Se emplea bahareque, ladrillo expuesto y madera para reivindicar los elementos de construcción propios de la arquitectura vernácula de la ciudad de Piñas, reforzando el vínculo del individuo con su identidad cultural. Estos elementos también aportarán textura y calidez al espacio. De esta forma, los muros se convierten en soportes narrativos que evocan el paisaje montañoso, el clima húmedo y las técnicas constructivas ancestrales propias de la zona.

En el piso se emplea hormigón pigmentado, una solución contemporánea que remite a los antiguos pisos de tierra compactada utilizados en las construcciones rurales del cantón. Este acabado ofrece durabilidad, facilidad de mantenimiento y una estética neutra que permite resaltar otros elementos del espacio sin perder esa conexión visual con el pasado.

El área de caja se destacará mediante un diseño especial de piso en hormigón pigmentado con incrustaciones artesanales. Se incorporan fragmentos de cerámica tradicional con formas inspiradas en la flora, fauna, gastronomía o utensilios tradicionales de Piñas. Con ello, el área de caja se convierte en un área de alto valor visual, reforzando su papel como núcleo operativo y simbólico del restaurante.

En la figura 18 se puede observar la combinación de materiales elegidos para el diseño.

Figura 18. Sampleboard.



Fuente: Elaboración propia

Se utilizarán madera y vidrio en ventanas y puertas, integrando calidez, durabilidad y conexión visual con el entorno. Esta elección favorece el ingreso de luz natural y responde tanto a criterios estéticos como funcionales, complementando la identidad del espacio

4.4.4. Ambientación

Se implementará una decoración en nichos con utensilios tradicionales empleados en la elaboración y preparación de la comida típica de la ciudad de Piñas, resaltando así la memoria gastronómica y los saberes transmitidos de generación en generación. A su vez, se dispondrá de cuadros y murales culturales e informativos que actúen como elementos narrativos para la preservación y transmisión de tradiciones y costumbres, fomentando en los ciudadanos un mayor conocimiento y valoración de su propia identidad (ver figura 19).

Complementando la ambientación, se integrará flora autóctona cuidadosamente seleccionada, con el propósito de fortalecer la conexión del individuo con el entorno natural característico de Piñas. Asimismo, se incorporarán almohadones elaborados con textiles locales, los cuales no solo enriquecerán el confort y la estética del espacio, sino que también impulsarán la economía de los artesanos de la zona y reforzarán la identidad cultural.

Finalmente, se dispondrán luminarias con diseños, materiales y acabados inspirados en las tradiciones y costumbres locales, creando un ambiente envolvente que, además de iluminar, evoque emociones, memorias colectivas y un sentido de pertenencia al territorio.

Figura 19. Moodboard de ambientación.



VAJILLA DE BARRO, CERÁMICA O MADERA



ARTESANÍAS



VEGETACIÓN AUTÓCTONA



Fuente: Elaboración propia

4.5. Criterios de Diseño de Iluminación

La estrategia lumínica se fundamenta en una visión sensible y narrativa del espacio, evitando la sobre iluminación. En lugar de llenar el ambiente de luz homogénea, se propone un diseño que dialogue con la sombra, generando contrastes que construya atmósferas, guíen el recorrido y resalten elementos clave del interior. Se implementarán distintas capas de iluminación que interactúen entre sí. Primero, se usará la capa focal dirigida a acentuar puntos de interés como obras gráficas, texturas murales, mobiliario de identidad cultural o productos locales, creando jerarquías visuales y reforzando la narrativa espacial. Segundo, la capa de tarea localizada sobre mesas y en el área de caja, garantizando una iluminación funcional y cómoda para comer, trabajar o realizar pagos, con ópticas seleccionadas para cubrir eficientemente las superficies de uso. Tercero, capa decorativa integrada en luminarias colgantes o apliques murales que aportarán carácter, calidez y detalles visuales, enriqueciendo el entorno

sin saturarlo de luz. Cuarto, la capa ambiental suavemente distribuida en el espacio general permite una lectura clara del volumen sin interferir con la intención de acentos y sombras.

Finalmente, la luz natural se aprovechará mediante aperturas estratégicas que complementan la conexión con el exterior y dinamizan la percepción lumínica a lo largo del día.

La temperatura de color del restaurante será de 2700 K con un CRI de 90 que garantice una atmósfera cálida y una percepción cromática fiel, esencial para la apreciación gastronómica y del diseño interior. Las ópticas de las luminarias se ajustarán al espacio, priorizando hacer amplios para zonas de trabajo y haces más cerrados en acentos.

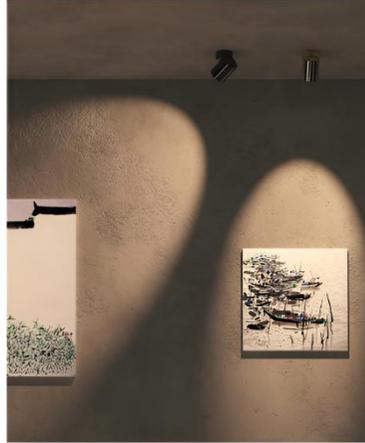
Se integrarán diversos estados de luz (difusa, directa e indirecta) según la función de cada área. La tipología de luminarias incluye apliques, lámparas suspendidas, luminarias empotradas y sobrepuestas, seleccionadas tanto por su desempeño técnico como por su valor estético dentro del diseño global (ver figura 20).

Figura 20. Moodboard diseño de iluminación.

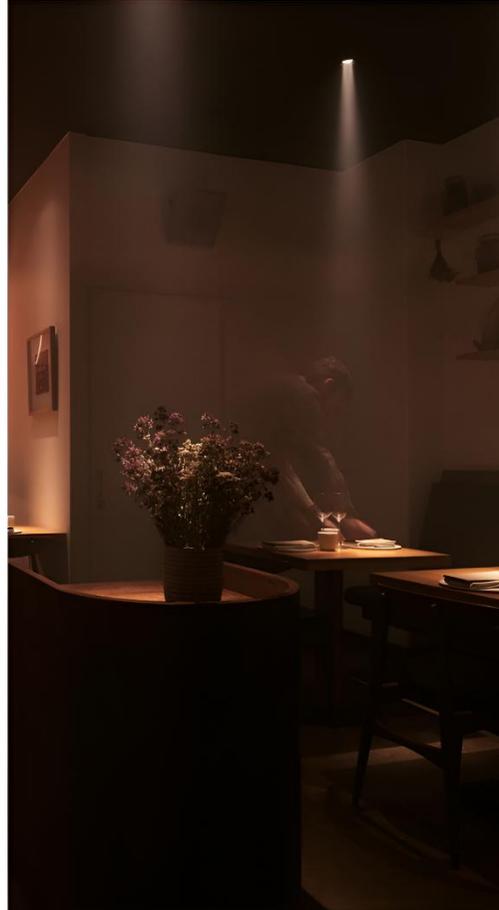
ILUMINACIÓN DE TAREA • DECORATIVA



ILUMINACIÓN FOCALIZADA



ILUMINACIÓN DE TAREA



ILUMINACIÓN AMBIENTAL • DECORATIVA



ILUMINACIÓN NATURAL



Fuente: Elaboración propia

4.6. Criterios de Diseño de Mobiliario

Se emplearán muebles fijos para aportar estabilidad y continuidad en el diseño interior, así como muebles autónomos y transportables sin alterar la estructura del espacio. Con respecto a la textura y colores, se elegirá aquellos que evoquen la flora, fauna, tradiciones y costumbres de la ciudad de Piñas. Con respecto a la ergonomía, se ha tomado como referencia datos antropométricos de la provincia vecina Loja para diseñar la altura de mesas y sofás. Se integrará elementos funcionales, expresivos y culturales en el mobiliario para fomentar la conexión entre el individuo y su cultura. También se aplicará la durabilidad, estética y atractivo visual como criterio para la selección del mobiliario.

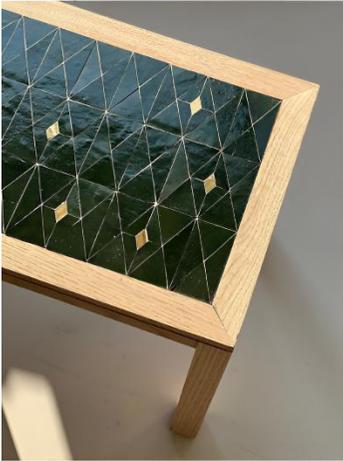
En la zona de mesas interiores se dispondrán de mesas modulares que brinden flexibilidad y versatilidad debido a su

capacidad para configurar su tamaño, adaptándose de acuerdo con el tamaño del grupo de comensales. También se dispondrá de mesas pequeñas que fomenten encuentros breves. El área de caja incorporará la exhibición de productos locales y una narrativa cultural sin interferir en la circulación y en su función.

En el área exterior exhibirá mesas pequeñas dispuestas como elementos lineales y perimetrales para dinamizar recorridos y activar el espacio. A pesar de su altura, se prioriza el confort mediante respaldos y apoyabrazos. La jardinera se orientará en sentido externo, de manera que el balcón formado por este será utilizado para disponer de una barra alta lineal, optimizando la capacidad del restaurante, además, dinamizará los recorridos y contribuirá a un flujo ordenado. (ver figura 21).

Figura 21. Moodboard criterios de diseño de mobiliario.

MESAS CON
DETALLES CULTURALES



MODULARES



SUPERFICIES
ELEVADAS



LINEAS SUAVES



EXHIBICIÓN



COMODIDAD



Fuente: Elaboración propia

5. Resultados

5.1. Propuesta Espacial

5.1.1. *Concepto del Proyecto*

El proyecto materializa la tradición y cultura de Piñas, cada decisión fue pensada y estudiada minuciosamente para que evoque un aspecto de la cultura de la ciudad y para que su totalidad represente toda su esencia, de esta forma, el cliente se sentirá identificado durante todo su recorrido en el restaurante. El diseño también busca brindar confort, por esta razón, se optó por un mobiliario, luminaria y circulación adecuada para el giro de negocio y considerando aspectos ergonómicos. Por otra parte, se concibió al diseño para provocar en el usuario emociones más complejas como la pertenencia, nostalgia, orgullo, entusiasmo y felicidad, de esta forma, crear una experiencia más agradable y significativa que vaya más allá de lo estético.

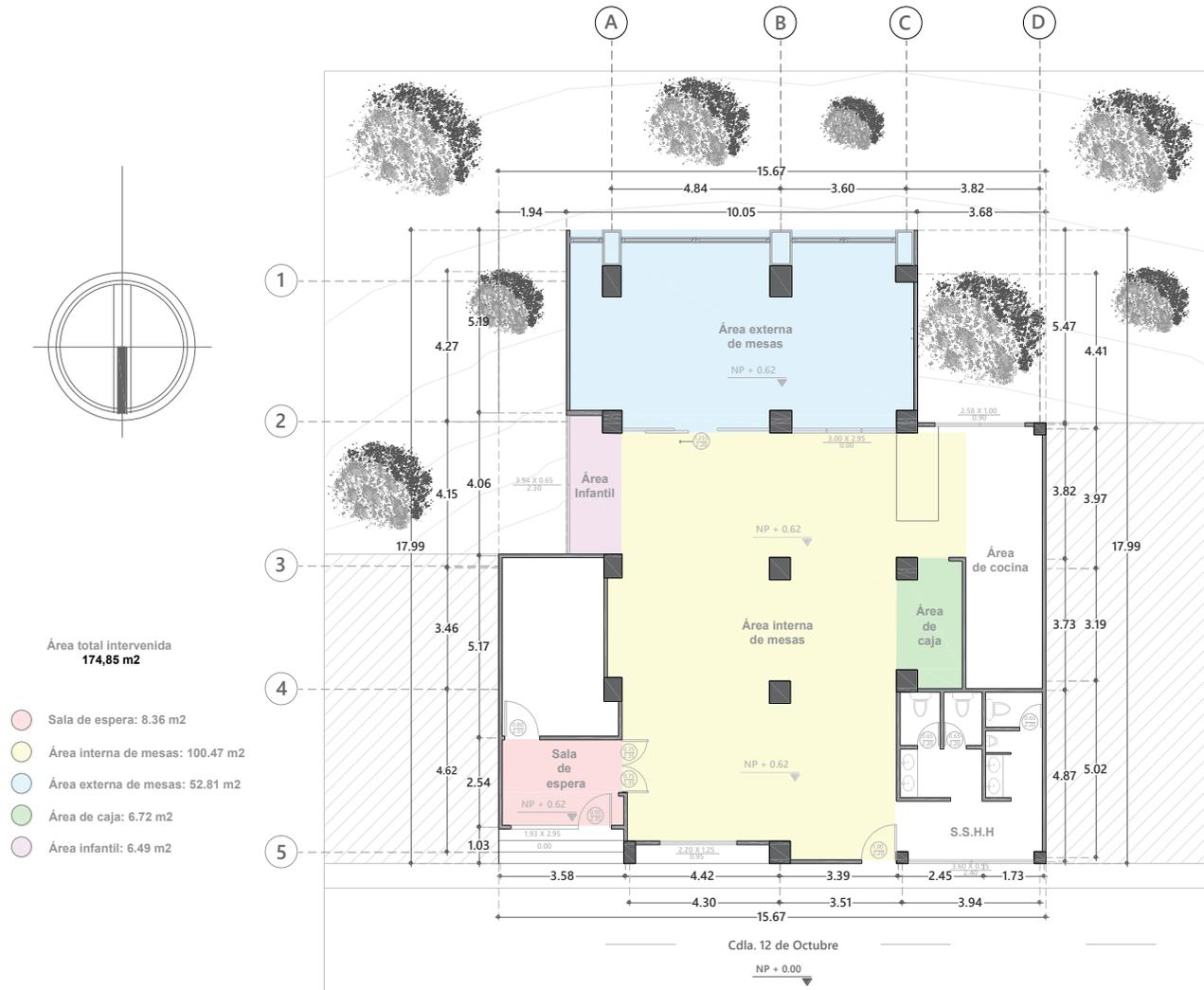
5.1.2. *Zonificación y Esquema General*

La estructuración del espacio permite optimizar al máximo el área disponible, garantizando recorridos de circulación bien definidos y una adecuada disposición del mobiliario en relación con las dimensiones del lugar. La sala de espera se integra de manera funcional, mientras que el área

infantil fue reubicada hacia una zona más segura, alejada del ingreso principal, priorizando la protección de los usuarios más pequeños. En el centro se incorpora una barra que organiza el espacio y favorece la interacción, complementada con una cocina semiabierta que potencia la experiencia gastronómica. La zona de caja se rediseñó para reforzar tanto su seguridad como su integración estética. Finalmente, en las áreas externas de mesas se aprovechó de mejor manera la superficie disponible, destacando la vista privilegiada hacia el entorno natural como un valor agregado a la experiencia del comensal.

La zonificación y el esquema general, representados en las Figuras 22 y 23, permiten comprender la organización espacial del restaurante de manera integral. Cada zona ha sido definida en función de criterios de, confort, funcionalidad y experiencia del usuario, garantizando un recorrido fluido y coherente dentro del establecimiento. Para facilitar su lectura e identificación, se asignó un color específico a cada área, lo que posibilita distinguirlas entre sí y visualizar cómo interactúan en conjunto.

Figura 22. Zonificación.



Fuente: Elaboración propia

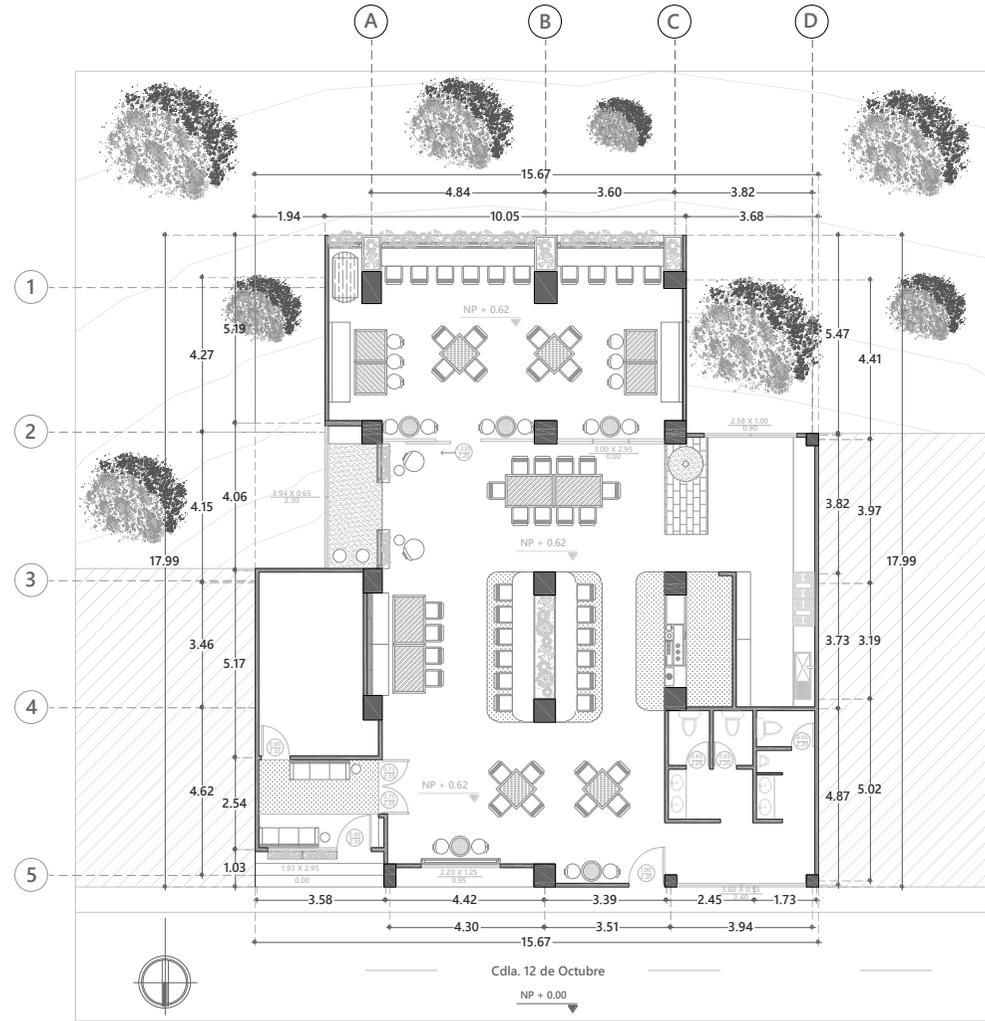
Figura 23. Esquema general.



Fuente: Elaboración propia

5.1.3. Planos Base

Figura 24. Plano general.



Fuente: Elaboración propia

Figura 25. Corte transversal.

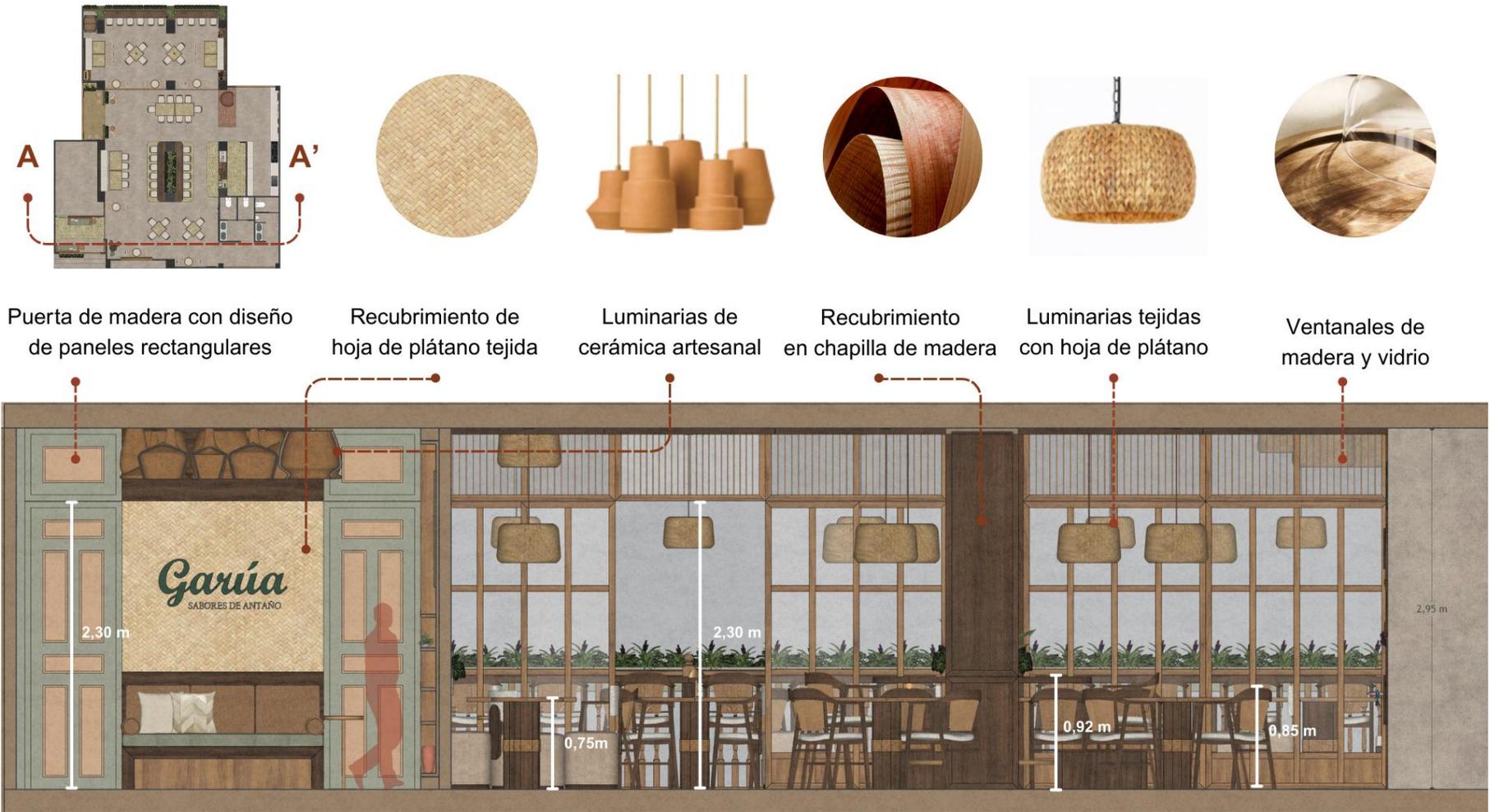


Figura 26. Cortes longitudinales.

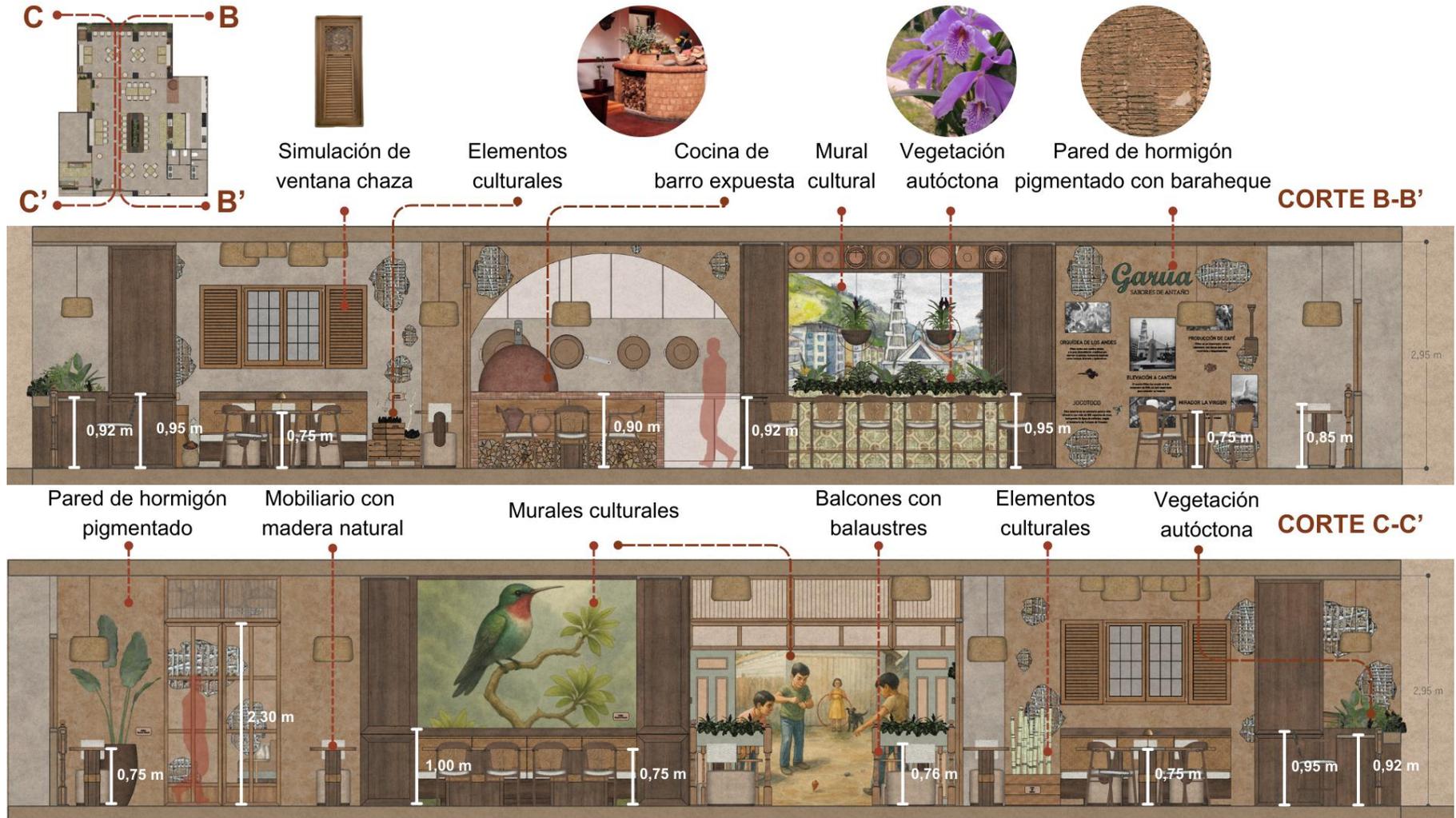
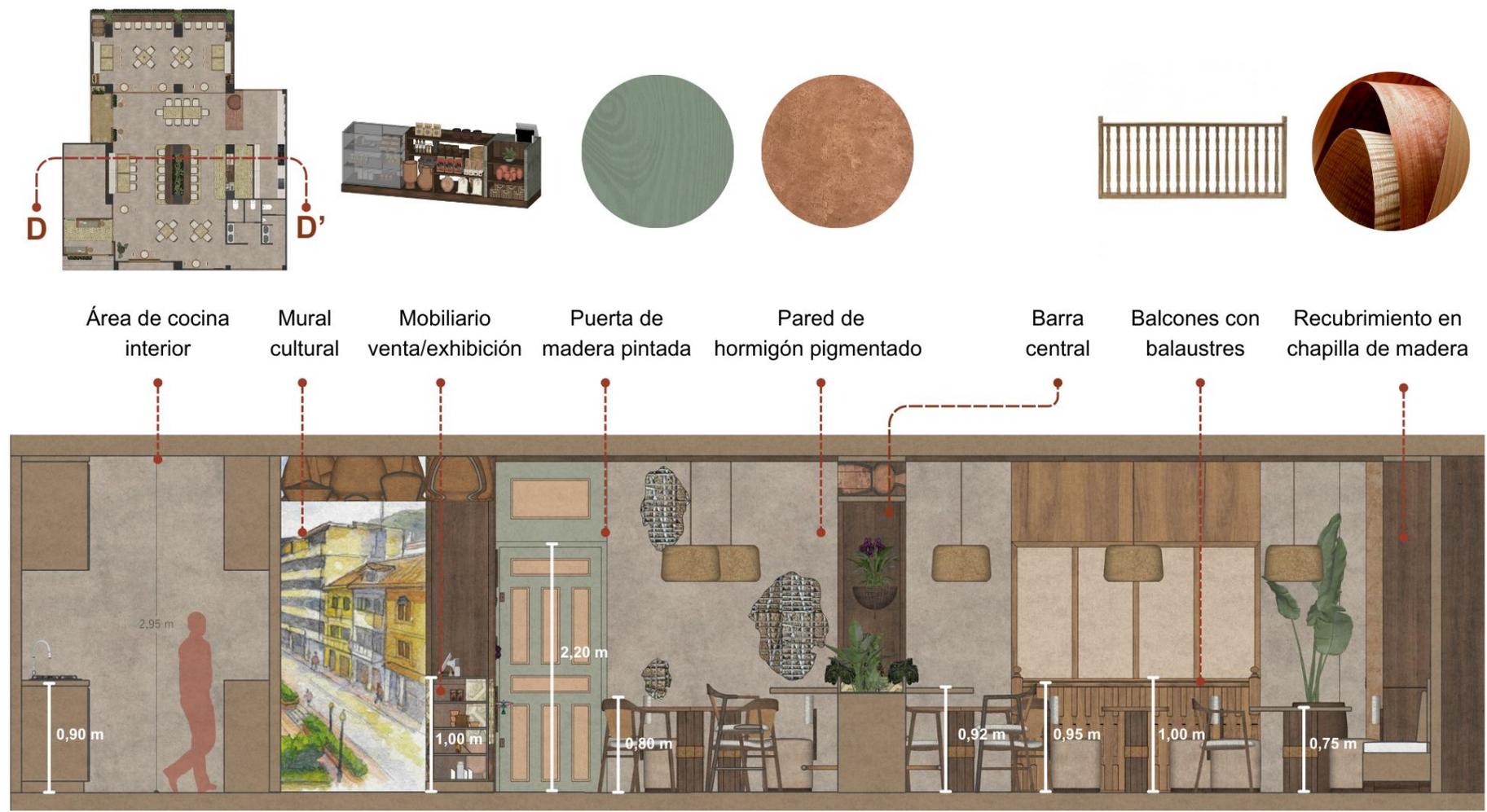
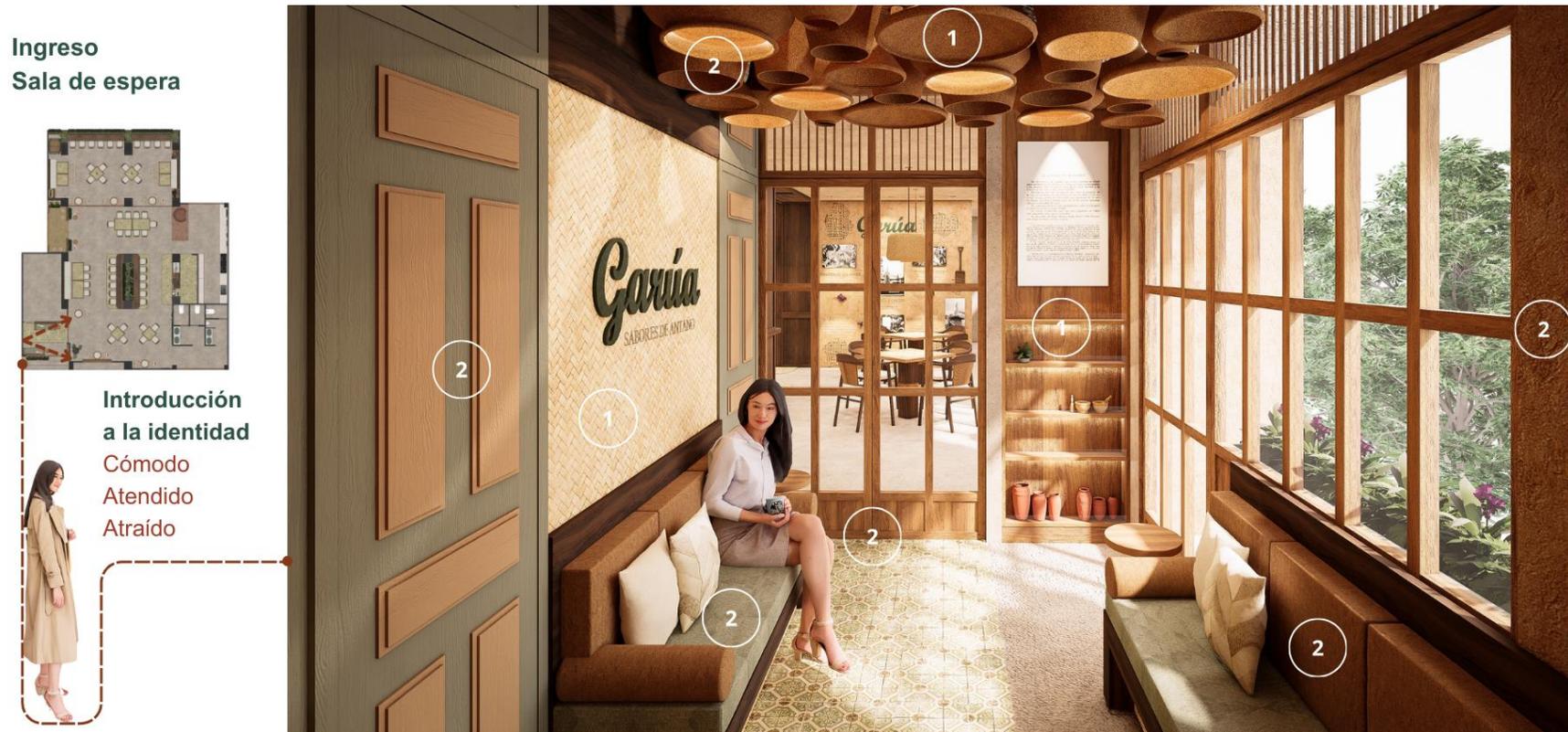


Figura 27. Corte transversal



5.1.4. Infografía y Visualizaciones

Figura 28. Vista de la sala de espera.



1. Identidad cultural

- Luminarias de cerámica artesanal
- Recubrimiento en hoja de plátano tejida
- Elementos decorativos con información cultural



2. Confort espacial

- Iluminación cálida 2700K
- Mobiliario cómodo y ergonómico
- Materiales cálidos y naturales



3. Experiencia del cliente

- Espacio con narrativa cultural
- Atmósfera acogedora
- Conexión con lo local

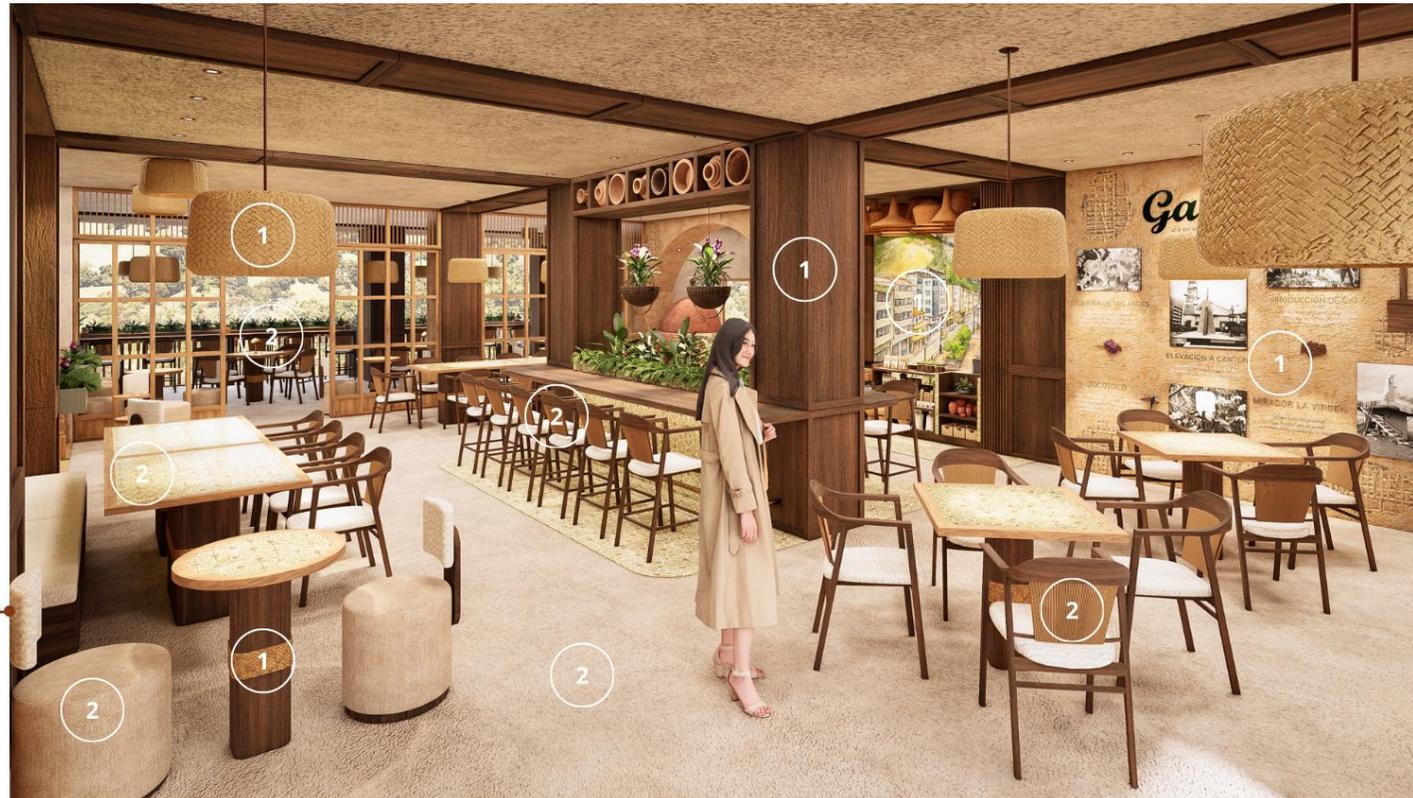
Figura 29. Vista anterior del área interna de mesas.

Área de mesas Internas



Recorrido hacia mesas interiores

- Certeza
- Conectarse
- Cautivado



1. Identidad cultural

- Materiales naturales en mobiliario y acabados.
- Luminarias en tejido de hoja de plátano.
- Mural con relatos de cultura y tradición.



2. Confort espacial

- Mobiliario auténtico, propio y ergonómico
- Circulación amplia y bien definida
- Luz natural abundante y conexión visual con el entorno exterior



3. Experiencia del cliente

- Recorrido cultural desde el ingreso.
- Espacio inmersivo y experiencial.
- Vinculación con la identidad local y la naturaleza.



Figura 30. Vista posterior del área interna de mesas.

Área de mesas
internas



Puntos destacados
del espacio

Entusiasmo
Nostalgia
Conectarse
Cautivado



1. Identidad cultural

- Materiales tradicionales vistos
- Vegetación autóctona del lugar integrada al interior
- Simulación de balcones con balaustres en madera



2. Confort espacial

- Mobiliario con alturas cómodas y diseño ergonómico
- Iluminación cálida que refuerza la atmósfera acogedora.
- Confort visual, táctil y auditivo



3. Experiencia del cliente

- Cocina tradicional expuesta.
- Materialidad sensorial.
- Espacio que conecta cultura y gastronomía.

Figura 31. Vista de área externa de mesas.

**Área de mesas
externas**



**Zona de comedor
exterior**



Satisfacción
Admiración
Apreciación



1. Identidad cultural

- Balaustres de madera tradicionales
- Decoración con historia cultural
- Materiales y vegetación autóctona



2. Confort espacial

- Amplitud visual y espacial
- Mobiliario cómodo
- Ambiente cálido



3. Experiencia del cliente

- Vista al entorno montañoso
- Información cultural en decoración
- Luz natural y ambiental

Figura 32. Vista área interna de mesas.



Figura 33. Vista barra central.



Figura 34. Vista área infantil.



Figura 35. Vista posterior área interna de mesas.



Figura 36. Vista posterior área interna de mesas y cocina expuesta.



Figura 37. Vista hacia el área interna de mesas.



Figura 38. Vista del counter.



Figura 39. Vista área externa de mesas..



Figura 40. Vista área externa de mesas..



Figura 41. Vista barra exterior.



5.2. Diseño de Iluminación

5.2.1. Concepto Lumínico

Concepto de iluminación surge de generar efectos que transmiten sensaciones, emociones y confort, no solo a través de la luz misma, sino también mediante las luminarias, cuyas formas y materiales reflejan tradición y cultura, evocando memorias.

5.2.2. Criterios Técnicos y Estilísticos

Tabla 9. Criterios técnicos y estilísticos.

Simbología	Luminaria	Potencia (w)	Flujo en lm	CCT en K	CRI	Observaciones	Imagen Referencial
	Luminaria de cerámica artesanal	14,7	842	2700	90	Iluminación de ambiente superior, puede ir suspendida o sobrepuesta	
	Luminaria de tejidos naturales	14,5	800	2700	90	Iluminación decorativa y de tarea, puede ir suspendida o sobrepuesta	
	Spot Led Empotrado Dirigible Redondo	5,0	295	2700	90	Empotrable, luz puntual precisa.	
	Luminaria sobre mesa	4,5	488	2700	90	Uso decorativo y de tarea	
	Led lineal	14	815	2700	90	Empotrable en mobiliarios, iluminación ambiental	

Fuente: Elaboración propia

5.2.3. Esquema General con Tipología de Luminarias

El esquema general de las luminarias se presenta en la figura 42, donde se ilustra los tipos usados, su distribución estratégica y los efectos generados en cada capa de iluminación, contribuyendo tanto a la funcionalidad como a la ambientación del espacio.

Figura 42. Esquema general de luminarias



Fuente: Elaboración propia

5.3. Diseño de Mobiliario

5.3.1. Conceptualización y Selección de Mobiliario

Partiendo del principio rector de confort e identidad cultural, se define un mobiliario que integra apoyabrazos, asientos tapizados, soporte lumbar y reposapiés, acompañado de mesas modulares y flexibles que se adaptan a las distintas configuraciones del espacio. La selección se orienta hacia piezas elaboradas por artesanos locales de la ciudad de Piñas, fortaleciendo así la autenticidad y el valor cultural del proyecto. Además, se busca que cada elemento no solo cumpla con criterios ergonómicos y funcionales, sino que también evoque la tradición y la memoria colectiva a través de materiales, texturas y acabados propios de la región. Cada elemento, además de responder a criterios ergonómicos y funcionales, está concebido para evocar tradición y memoria colectiva a

través de materiales, texturas y acabados propios del territorio. Así, el mobiliario se convierte en un recurso esencial para construir una experiencia inmersiva y coherente, que conecta al usuario con su entorno y consolida la identidad del restaurante como un referente cultural y gastronómico.

En consecuencia, cada pieza trasciende su función utilitaria para transformarse en un vehículo de narrativas locales que transmiten historias, saberes y oficios de la comunidad. De esta forma, el mobiliario constituye un puente entre el diseño y la riqueza artesanal, consolidando un espacio que no solo ofrece confort físico, sino también pertenencia, orgullo y conexión emocional con la cultura de Piñas.

5.3.2. Fichas Ilustrativas y Técnicas

Las fichas ilustrativas y técnicas del mobiliario se exponen desde la figura 43 hasta la figura 49.

Figura 43. Detalle de silla y taburete.

Silla



Madera de cedro



Cintas de ratán



Esponja inyectada a medida



Tela antifluído

Taburete



Madera de cedro



Cintas de ratán



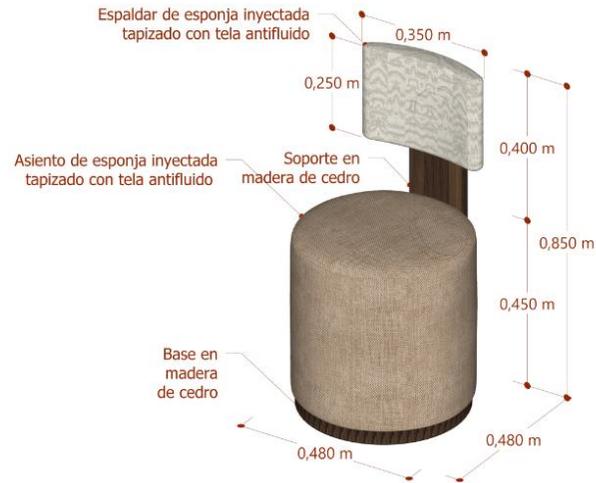
Esponja inyectada a medida



Tela antifluído

Figura 44. Detalle puf y butaca.

Puff



Madera de cedro



Esponja inyectada a medida



Tela antifluído



Butaca



Madera de cedro



Esponja inyectada a medida



Tela antifluído

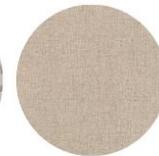


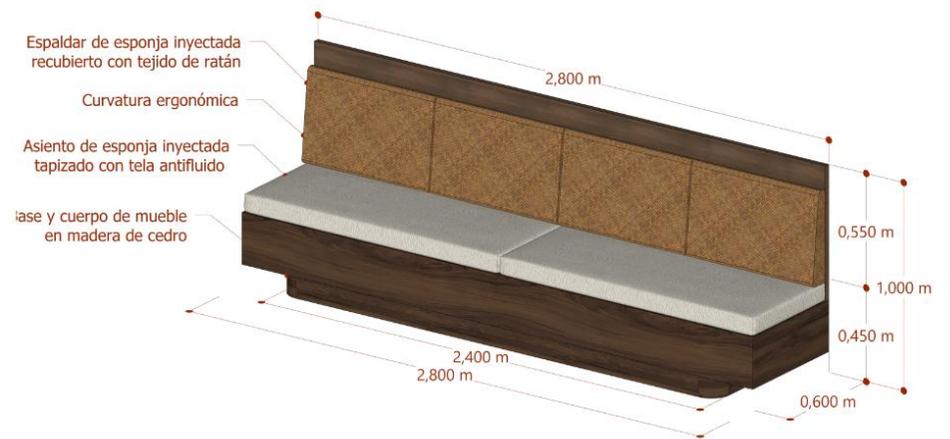
Figura 45. Detalle sofá y booth.

Sofá



Madera de cedro Chapilla de madera Esponja inyectada a medida Tela antifluído

Booth



Madera de cedro Tejido de ratán Esponja inyectada a medida Tela antifluído

Figura 46. Detalle de mesas.

Mesa - I

para 4 personas



Mesa - II

Juntas para 10 personas
Separadas para 6 personas cada una

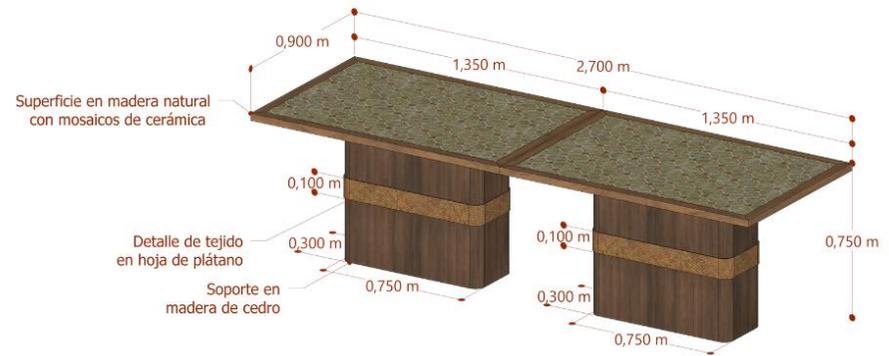


Figura 47. Detalle mesa y barra exterior.

Mesa - III para 2 personas



Madera natural
(Pino o teca)



Madera de cedro



Mosaico de cerámica



Tejido en hoja de plátano

Barra alta módulo para 3 personas



Madera natural
(Pino o teca)



Madera de cedro



Mosaico de cerámica

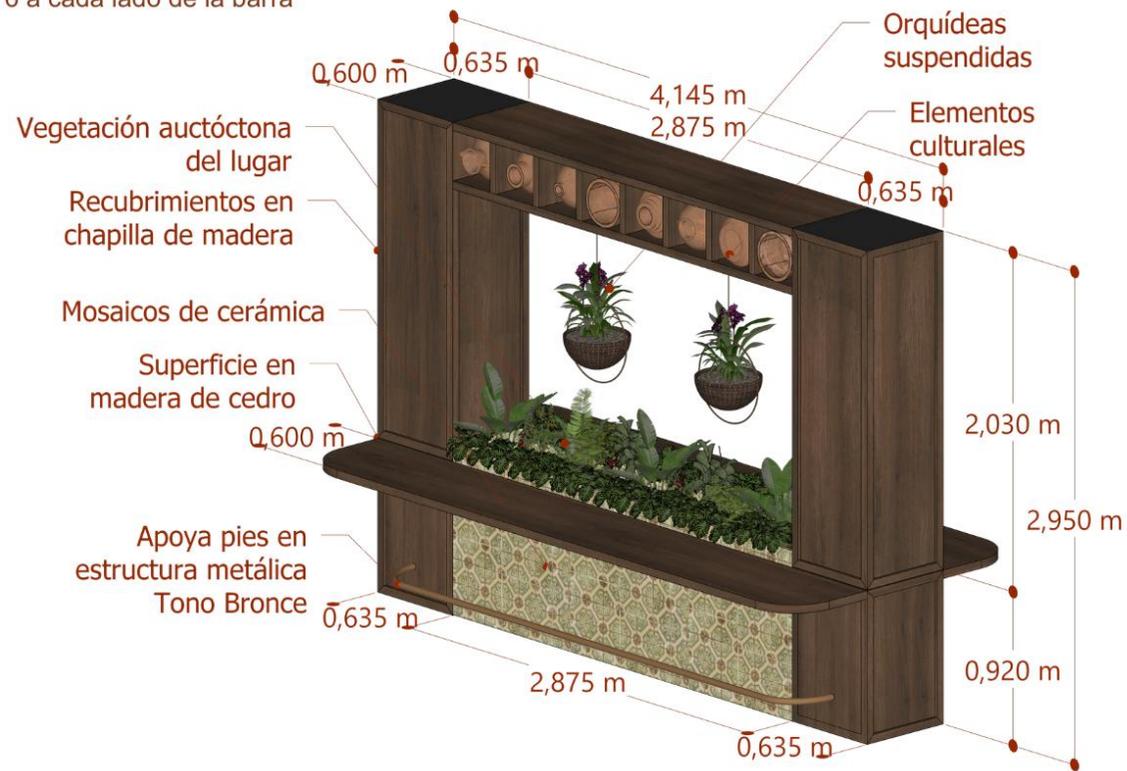


Tejido en hoja de plátano

Figura 48. Detalle barra central.

Barra central

Para 12 personas en total
6 a cada lado de la barra

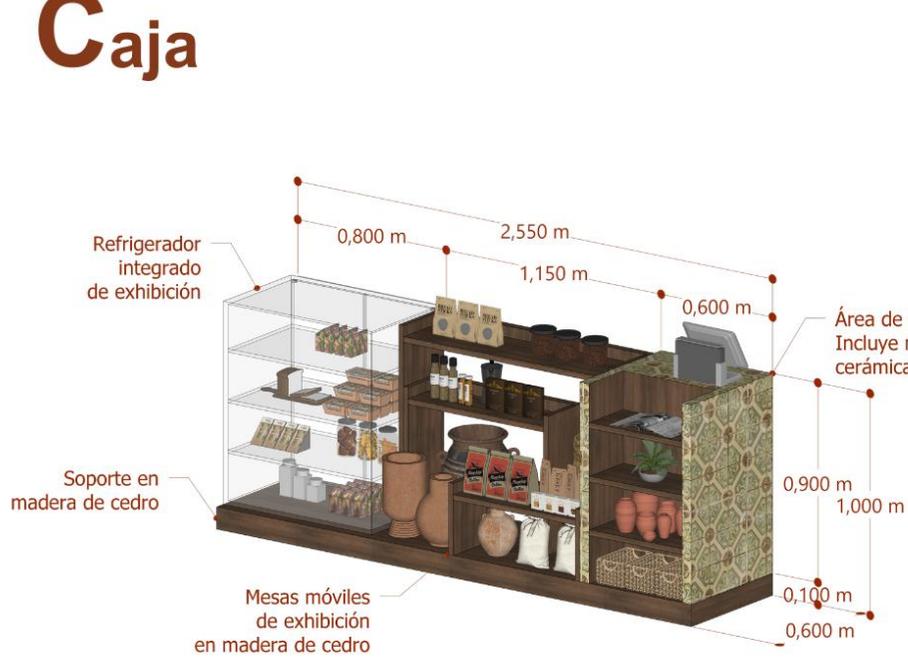


Orquídea Cattleya maxima

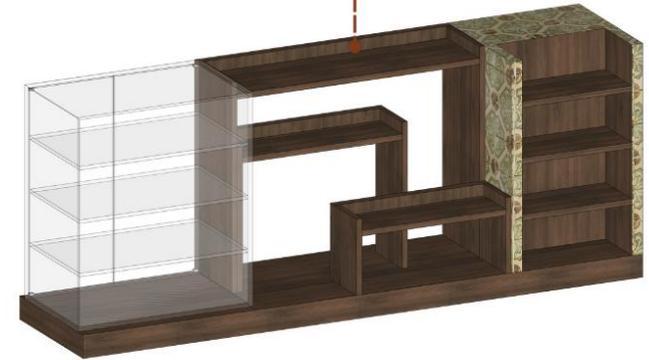
Madera
de cedroChapilla
de maderaMetal
Tono BronceMosaico
de cerámicaDecoración
de ollas de barro

Figura 49. Detalle de counter.

Caja



Módelo propuesto
Mesas de exhibición



FLEXIBILIDAD
Ejemplo de temática navideña



Madera de cedro



Mosaico de cerámica



Vitrina refrigeradora

5.4. Factibilidad Constructiva y Económica

Tabla 10. Presupuesto Referencial.

Ítem	Descripción	Área	Proveedor	Unidad	Cantidad	PVP	Subtotal
Pisos	Mosaico de cerámica	Sala de espera, área de mesas interna y caja	Ceramikasa	m ²	26,4	\$19,00	\$500,65
	Caucho reciclado	Área infantil	Industrial Astudillo	m ²	5,3	\$25,00	\$131,25
Paredes	Hormigón pigmentado	Sala de espera, área externa e interna de mesas y caja	Edesa	m ²	105,7	\$12,00	\$ 1.268,40
	Recubrimiento en chapilla de madera	Área externa e interna de mesas, caja y área infantil	Indumavi	m ²	71,1	\$30,00	\$2.133,00
	Tejido en hoja de plátano	Sala de espera	Artesanos locales	m ²	2,3	\$32,00	\$73,60
	Simulación de bahareque en paredes de hormigón pigmentado	Sala de espera, área externa e interna de mesas y caja	Maestros locales	m ²	3,4	\$20,00	\$68,00
Tumbado	Hormigón pigmentado	Todas las áreas	Edesa	m ²	213,6	\$12,00	\$ 2.563,2
	Recubrimiento en chapilla de madera	Área externa e interna de mesas	Indumavi	m ²	13,4	\$30,00	\$401,10
Cocina expuesta	Ladrillo con madera natural e iluminación	Área interna de mesas	Maestros locales	u	1,0	\$420,00	\$420,00
Puertas	Abatible de madera pintada	Sala de espera y área interna de mesas	Mueblería Toro	u	5,0	\$260,00	\$1.300,00
	Abatible de madera natural y vidrio	Sala de espera	Mueblería Toro	u	1,0	\$320,00	\$320,00
	Corrediza de madera natural y vidrio	Área interna de mesas	Mueblería Toro	u	1,0	\$340,00	\$340,00

Ventanas	Fija de madera natural y vidrio	Sala de espera y área externa e interna de mesas	Mueblería Toro	u	3,0	\$280,00	\$840,00
	Tipo chaza de madera natural y vidrio	Área externa de mesas	Taller Cuzco	u	2,0	\$270,00	\$540,00
Balcones	Madera natural	Área externa e interna de mesas y área infantil	Taller Cuzco	m	12,5	\$90,00	\$1.124,10
Muebles decorativos	Madera natural y vidrio con iluminación	Sala de espera	Mueblería Toro	u	1,0	\$250,00	\$250,00
	Madera pintada con iluminación	Área infantil	Mueblería Toro	u	1,0	\$285,00	\$285,00
Mesas	Mesa auxiliar	Sala de espera, área interna de mesas	Taller Cuzco	u	4,0	\$40,00	\$160,00
	Modelo I. Madera natural, mosaico de cerámica y tejido en hoja de plátano	Área externa e interna de mesas	Taller Cuzco	u	8,0	\$270,00	\$2.160,00
	Modelo II. Madera natural, mosaico de cerámica y tejido en hoja de plátano	Área externa e interna de mesas	Taller Cuzco	u	2,0	\$300,00	\$600,00
	Modelo III. Madera natural, mosaico de cerámica y tejido en hoja de plátano	Área externa e interna de mesas	Taller Cuzco	u	6,0	\$250,00	\$1.500,00
Barras	Alta exterior de madera natural	Área exterior de mesas	Mueblería Toro	u	3,0	\$280,00	\$840,00
	Alta interior de madera natural, mosaico de cerámica, chapilla de madera y estructura metálica con iluminación	Área interior de mesas	Mueblería Toro	u	1,0	\$370,00	\$370,00

Caja	Counter de mosaico de cerámica, madera natural y vitrina refrigeradora con iluminación	Área de caja	Mueblería Toro	u	1,0	\$500,00	\$500,00
Silla	En madera natural con esponja inyectada a medida tapizada, con tela antilfluido y detalle tejido en ratán	Área externa e interna de mesas	Mablesa	u	30,0	\$220,00	\$6.600,00
Taburete	En madera natural con esponja inyectada a medida, tapizada con tela antilfluido y detalle tejido en ratán	Área externa e interna de mesas	Mablesa	u	22,0	\$230,00	\$5.060,00
Sofá	En madera natural con esponja inyectada a medida, tapizada con tela antilfluido, con detalle en chapilla de madera	Sala de espera	Mablesa	u	2,0	\$350,00	\$700,00
Booth	En madera natural con esponja inyectada a medida, tapizada con tela antilfluido y detalle tejido en ratán	Área externa e interna de mesas	Mablesa	u	3,0	\$270,00	\$810,00
Puff	En madera natural con esponja inyectada a medida, tapizada con tela antilfluido	Área externa e interna de mesas	Mablesa	u	22,0	\$200,00	\$4.400,00
Butaca	En madera natural con esponja inyectada a medida, tapizada con tela antilfluido	Área externa e interna de mesas	Mablesa	u	2,0	\$230,00	\$460,00
Luminarias	De cerámica artesanal	Sala de espera y área interna de mesas	PC Lighting	u	15,0	\$80,00	\$1.200,00

	Suspendida / Sobrepuesta en tejido de hoja de plátano	Área externa e interna de mesas	PC Lighting	u	27,0	\$68,00	\$1.836,00
	Spot led empotrado dirigible redondo	Área externa e interna de mesas, caja y área infantil	PC Lighting	u	29,0	\$56,00	\$1.624,00
	Decorativo sobre mesa	Área externa de mesas	PC Lighting	u	2,0	\$45,00	\$90,00
	Led lineal	Sala de espera, área infantil y área interna de mesas	PC Lighting	m	9,0	\$18,00	\$162,00
Elementos decorativos	Murales de pintura	Área interna de mesas, caja y área infantil	Saga Art Studio	u	3,0	\$200,00	\$600,00
	Vasijas de barro	Sala de espera, área interna de mesas, caja y área infantil	Artesanos locales	u	40,0	\$20,00	\$800,00
	Jardineras	Sala de espera, área externa e interna de mesas y área infantil	Vivero Rodri's	u	11,0	\$50,00	\$550,00
	Decorativa caña de azúcar	Área externa de mesas	Taller Cuzco	u	1,0	\$40,00	\$40,00
	Barril de licor artesanal	Área externa de mesas	Taller Cuzco	u	1,0	\$90,00	\$90,00
	Mortero para café	Área externa de mesas	Taller Cuzco	u	1,0	\$70,00	\$70,00
	Decorativo de semillas de cacao	Área externa de mesas	Taller Cuzco	u	1,0	\$40,00	\$40,00
	Señalética y elementos informativos metálicos	Sala de espera y área interna de mesas	Publventas	u	19,0	\$40,00	\$760,00
Total							\$44.580,30

Nota: Este es un presupuesto referencial elaborado con proveedores de la ciudad de Piñas, con el propósito de respaldar y promover el trabajo de los artesanos locales.

5.4.1. Selección General de Material y Acabados

Debido al carácter cultural del proyecto, muchos de los materiales y acabados seleccionados serán adquiridos de

artesanos locales, de la misma forma se contratará mano de obra local para su ejecución. En la tabla 11 se resume los materiales y acabados utilizados en el proyecto.

Tabla 11. Descripción de materiales y acabados

Ítem	Materiales
Suelo	Porcelanato, caucho reciclado, hormigón
Paredes	Bahareque, hormigón pigmentado, madera, pintura
Tumbado	Hormigón pigmentado, madera
Sillas	Madera, textiles
Stools	Madera, textiles
Puffs	Madera, textiles
Booth	Madera, textiles
Mesa para 2	Madera, cerámica tipo mosaico, textiles
Mesa para 4	Madera, cerámica tipo mosaico, textiles
Mesa para 10	Madera, cerámica tipo mosaico, textiles
Barra central	Madera, cerámica tipo mosaico, metal
Barra externa	Madera
Ventanas	Madera, vidrio
Puertas	Madera natural y pintada, y vidrio
Counter	Vidrio, madera, cerámica tipo mosaico

Cocina expuesta	Ladrillo, barro, madera
Luminaria	Metal, textiles, lámparas
Butacas	Madera, textiles
Elementos decorativos	Madera, metal, textiles, vegetación, pintura, cerámica, vidrio, lienzo

Fuente: Elaboración propia

6. Memorias Reflexivas

Cómo cualquier proyecto, en todos los ámbitos de la vida, se necesita de un objetivo o meta, en consecuencia el desafío inicial consiste en recolectar la información suficiente y pertinente para identificar la problemática u oportunidad de trabajo, en ese sentido, las entrevistas a los propietarios del establecimiento y a los clientes para conocer sus expectativas fueron de un incalculable valor, ya que con sus aportes y con el conocimiento sobre la materia se logró un objetivo integral que pudiese satisfacer a todas las partes sin perder el concepto o la esencia de la marca.

El resultado de la recopilación de información y del análisis propio sobre el establecimiento evidenciaron 3 puntos clave en los que se podría trabajar para reforzar el concepto de la marca e incrementar el alcance e impacto de esta en el mercado local y nacional, estos fueron: 1). Identidad cultural, 2). Experiencia del cliente y 3). Confort espacial. Una vez identificada la problemática, ya tenemos nuestros objetivos y futuros principios rectores, que son los mencionados anteriormente.

El siguiente desafío consistió en definir estos tres conceptos en el marco de la ciudad de Piñas, por

consecuencia, se recurrió a la recopilación de información objetiva y confiable, como artículos científicos, revistas, periódicos, libros, etc., así como también se encuestó a propietarios y clientes para obtener su definición sobre los temas, dando como resultado una definición acertada sobre la cual guiar el proyecto y el diseño.

Finalmente, entre los principales logros se destaca la optimización del espacio, la revalorización de la materialidad local y el fortalecimiento de la conexión emocional de los usuarios con su entorno.

Al mismo tiempo, este proceso me permitió evidenciar la importancia de la investigación rigurosa y del contacto directo con los actores involucrados, comprendiendo que un diseño exitoso requiere sensibilidad para interpretar necesidades culturales y emocionales, así como disciplina para transformarlas en soluciones funcionales y coherentes. En lo personal, representó una experiencia de crecimiento académico y humano que reafirmó el valor del diseño como herramienta de transformación social y cultural.

7. Resumen Ejecutivo

El resumen ejecutivo se encuentra disponible en el siguiente enlace, en donde presentan los aspectos más relevantes del proyecto en un documento visual y estratégico. Este material ha sido elaborado con el propósito de comunicar la propuesta de manera clara, sintética y profesional ante el cliente. Su objetivo es facilitar la comprensión de las ideas centrales del diseño, destacando su valor agregado y el potencial que ofrece para su implementación.

[https://drive.google.com/file/d/15vE05x3pIDYGkAfHN5z-iRnq6hSx_9T9/view?usp=drive link](https://drive.google.com/file/d/15vE05x3pIDYGkAfHN5z-iRnq6hSx_9T9/view?usp=drive_link)

8. Conclusiones

El diseño logra comunicar apropiadamente la identidad cultural de Piñas, además, se consigue un mayor confort espacial y una mejora significativa y profunda en la experiencia del cliente. Esto aporta a la ciudad de Piñas otro espacio que conserva, reivindica y promulga las tradiciones y su cultura. Además, aporta a la ciudad otro atractivo turístico y un referente de la gastronomía en la región. Por otra parte, su diseño constituirá un referente para otros diseñadores que tengan como principio rector la identidad cultural.

En consecuencia, podemos concluir que la búsqueda minuciosa y prolija de información y literatura fue la clave del proyecto, siendo importante utilizar la mayor cantidad de herramientas disponibles. También resulta imprescindible estar constantemente actualizando esta información debido a que la percepción del cliente y las formas de comunicar cambian, por tanto, el diseñador tendrá el desafío de acoplarse y saber expresar sus diseños y conceptos de la forma más oportuna posible de acuerdo con el contexto histórico en que se encuentre.

9. Referencias Bibliográficas

- Clodoveo, S. (2021). El patrimonio cultural orense. *Boletín Academia Nacional de Historia*, 99 (205), 151-177. <https://academiahistoria.org.ec/index.php/boletinesANH/E/article/view/195>
- Forero, A., & Ospina, D. (2013). El diseño de experiencias. (Experience design). *Revista de Arquitectura*, 15, 78-83. <http://dx.doi.org/10.14718/>
- GAD Municipal de Piñas. (2020). Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial 2019-2023 y elaboración del plan de uso y gestión del suelo 2020-2032 del cantón Piñas – provincia de El Oro. GAD Municipal de Piñas. [https://pinas.gob.ec/images/2021/PDOT/PLAN_DE_DESARROLLO_Y_ORDENAMIENTO_TERRITORIAL_2019-2023/CAPITULO %20I_EVALUACION_Y_GENERALIDADES_PINAS.pdf](https://pinas.gob.ec/images/2021/PDOT/PLAN_DE_DESARROLLO_Y_ORDENAMIENTO_TERRITORIAL_2019-2023/CAPITULO_%20I_EVALUACION_Y_GENERALIDADES_PINAS.pdf)
- García, S. (2023). *El Customer Journey Map (CJM) como una herramienta para la obtención de estrategias de innovación en la experiencia del cliente. Caso Restaurante Jazmin* (Tesis de maestría). Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. <http://dgsa.uaeh.edu.mx:8080/bibliotecadigital/handle/231104/3361>
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, INPC. (2021). *Guía de bienes culturales del Ecuador, El Oro*. Ediecuatorial. <https://www.patrimoniocultural.gob.ec/guia-de-bienes-culturales-del-ecuador-el-oro/>
- Mendoza, A. (2022). MetroCultura: Identidad en el Mobiliario del Metro de Quito. *Actas de Diseño*, (41). https://openurl.ebsco.com/EPDB%3Agcd%3A7%3A13506503/detailv2?sid=ebsco%3Aplink%3Ascholar&id=ebsco%3Agcd%3A160993923&crl=c&link_origin=scholar.google.es
- Ministerio de turismo. (7 de septiembre del 2020). *Explora Piñas, “La Orquídea de los Andes”*. Ministerio de turismo. <https://www.turismo.gob.ec/explora-pinas-la-orquidea-de-los-andes/>
- Molina, V., y Becerra, M., (2024) Protección del Paisaje Natural de La Maná, Ecuador, a través de la Utilización de Materiales Tradicionales de Construcción del Sector. *Reincisol*, 3(6), pp. 4947-4970. [https://doi.org/10.59282/reincisol.V3\(6\)4947-4970](https://doi.org/10.59282/reincisol.V3(6)4947-4970)

- Suárez Granda, J. F. (2018). *Diseño de prototipo para la iluminación láser para interiores* (Tesis de grado, Universidad de las Américas, 2018). <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/10275>
- Tamayo, R. (2025). Colta: su arquitectura rural como concepto de diversidad cultural en la sierra centro de Ecuador. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (252), 103-114. https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1853-35232025000300103&script=sci_abstract
- Tituano, A., Sacón, W., Giler, I., & Párraga, F. (2022). Materiales alternativos empleados en la construcción de viviendas en Ecuador: Una revisión. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 7(4), 53. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es>
- Torres, S., Paladines, C., Luzuriaga, W., & Cabezas, E. (2020). Diseño de estación de telestudio ergonómica para mejora postural en alumnos de posgrado de la Universidad Técnica Particular de Loja-Ecuador. *Revista ESPACIOS. ISSN, 798*, 1015. <https://ww.revistaespacios.com/a20v41n35/a20v41n35p10.pdf>
- Tylor, E. (3 de septiembre de 2016). *Cultura en sentido antropológico*. Obtenido de Diccionario filosófico: <http://www.filosofia.org/filomat/df406.html>
- Velázquez, L. (2013). *Ariel Rojo: diseñador industrial mexicano*. Obtenido de
- Vargas Febres, CG, (2021). Reflexiones sobre arquitectura vernácula, tradicional, popular o rural. *Arquitectura y Urbanismo*, XLII (1), 146-163. <https://www.redalyc.org/journal/3768/376868445005/376868445005.pdf>
- Vilchez, L., Gutiérrez, L., y Pacheco, J. (2022). Estrategias de neuromarketing en campañas publicitarias para empresas del sector restaurantes en Huancayo-Perú. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVIII (1), 322-333.
- Vinueza, A., Tapia, E., Tapia, G., Nicolalde, T., & Carpio, T. (2023). Estado nutricional de los adultos ecuatorianos y su distribución según las características sociodemográficas. Estudio transversal. *Nutrición Hospitalaria*, 40(1), 102-108. <https://dx.doi.org/10.20960/nh.04083>

Índice de Figuras

Figura 1.	Ubicación del Restaurante Garua.....	7
Figura 2.	Menú del restaurante.....	7
Figura 3.	Esquema actual de las zonas a intervenir.	11
Figura 4.	Análisis general del diseño a implementar en el área de sala de espera.....	16
	Fuente: Elaboración propia	16
Figura 5.	Análisis general del diseño a implementar en el área de caja.	17
	Fuente: Elaboración propia	17
Figura 6.	Análisis general del diseño a implementar en el área de mesas internas.....	18
	Fuente: Elaboración propia	18
Figura 7.	Análisis general del diseño a implementar en el área de mesas internas.....	19
	Fuente: Elaboración propia	19
Figura 8.	Arquitectura vernácula de Piñas.....	26
Figura 9.	Análisis del diseño interior de MolloLoco.....	29
Figura 10.	Análisis del diseño interior de Jennys coffee. ...	30
Figura 11.	Los Priestes restaurante, ciudad de Cuenca. ...	32
Figura 12.	Somos restaurante, ciudad de Quito.	33
Figura 13.	Levadura de Olla, restaurante de comida tradicional, México.	34
Figura 14.	Personal design del público objetivo.....	35
Figura 15.	Recorrido de experiencia/Concepto espacial. .	36
Figura 16.	Objetivos del posicionamiento de la marca.	37
Figura 17.	Moodboard general.....	38
Figura 18.	Sampleboard.	40
Figura 19.	Moodboard de ambientación.	42
Figura 20.	Moodboard diseño de iluminación.	44
Figura 21.	Moodboard criterios de diseño de mobiliario. ...	46
Figura 22.	Zonificación.....	48
Figura 23.	Esquema general.....	49
Figura 24.	Plano general.....	50
Figura 25.	Corte transversal.	51
Figura 26.	Cortes longitudinales.	52

Figura 27.	Corte transversal	53	Figura 44.	Detalle puf y butaca	72
Figura 28.	Vista de la sala de espera.....	54	Figura 45.	Detalle sofá y booth.....	73
Figura 29.	Vista anterior del área interna de mesas.	55	Figura 46.	Detalle de mesas.....	74
Figura 30.	Vista posterior del área interna de mesas.....	56	Figura 47.	Detalle mesa y barra exterior.....	75
Figura 31.	Vista de área externa de mesas.	57	Figura 48.	Detalle barra central.	76
Figura 32.	Vista área interna de mesas.	58	Figura 49.	Detalle de counter.....	77
Figura 33.	Vista barra central.....	59			
Figura 34.	Vista área infantil.	60			
Figura 35.	Vista posterior área interna de mesas.	61			
Figura 36.	Vista posterior área interna de mesas y cocina expuesta.	62			
Figura 37.	Vista hacia el área interna de mesas.....	63			
Figura 38.	Vista del counter.	64			
Figura 39.	Vista área externa de mesas..	65			
Figura 40.	Vista área externa de mesas..	66			
Figura 41.	Vista barra exterior.	67			
Figura 42.	Esquema general de luminarias	69			
Figura 43.	Detalle de silla y taburete.....	71			

Índice de Fotografías

Fotografía 1.	Sala de espera.	12
Fotografía 2.	Área interna de mesas.....	12
Fotografía 3.	Área externa de mesa.	13
Fotografía 4.	Área infantil.....	13
Fotografía 5.	Área de caja.	14

Índice de Tablas

Tabla 1.	Público objetivo.....	8
Tabla 2.	Necesidades Generales del Espacio Garua	9
Tabla 3.	Oportunidad de diseño en área interna de mesas.	20
Tabla 4.	Oportunidad de diseño en área externa de mesas.	21
Tabla 5.	Oportunidad de diseño en área infantil y de caja.	22
Tabla 6.	Oportunidad de diseño para venta de productos.	23
Tabla 7.	Medidas antropométricas de la población lojana.	28
Tabla 8.	Diferenciación con respecto de la competencia.	31
Tabla 9.	Criterios técnicos y estilísticos.....	68
Tabla 10.	Presupuesto Referencial.	78
Tabla 11.	Descripción de materiales y acabados	82

Índice de Anexos

Anexo 1.	Matriz de oportunidad, Usuario 1.....	92
Anexo 2.	Matriz de oportunidad, Usuario 2.....	93
Anexo 3.	Matriz de oportunidad, Usuario 3.....	94
Anexo 4.	Matriz de oportunidad, Usuario 4.....	95
Anexo 5.	Matriz de oportunidad de la Marca.	96

10. Anexos

Anexo 1. Matriz de oportunidad, Usuario 1.

Perfil / Identidad		Necesita...	Porque...	¿Cómo podríamos...? (HMW)		Estrategias tentativas	Tema o valor emergente
Pabel Adulto joven (entre 25 -35 años)	A	Compartir su experiencia en redes sociales	Disfruta documentar y difundir experiencias gastronómicas	¿Cómo podríamos crear espacios fotogénicos y memorables en el restaurante?	1	Diseñar spots con identidad visual fuerte, murales, iluminación cálida	Experiencia del usuario
					2	Implementar materiales llamativos	
					3	Colocar mobiliario no convencional	
	B	Tener espacios que se adapten a los diferentes tipos de interacción	A veces viene solo, con pareja o amigos	¿Cómo podríamos crear zonas diferenciadas para distintos tipos de comensales?	1	Zonas con distintas atmósferas: mesas para trabajo, áreas más privadas, espacios grupales	Funcionalidad y Flexibilidad
					2	Proponer diferentes mobiliarios flexibles	
					3	Diseñar elementos que permitan dividir los espacios de una forma más flexible y funcional	
	C	Conectar con experiencias únicas para recomendar	Le gusta descubrir y compartir experiencias poco comunes	¿Cómo podríamos crear experiencias memorables dentro del espacio?	1	Espacios con protocolos únicos: bienvenida con historia, degustaciones, actividades interactivas	Espacio experiencial
					2	Implementar materiales autóctonos de la región	
					3	Diseñar mobiliarios no convencionales	
	D	Sentirse identificado con los valores del restaurante	Busca coherencia entre lo que consume y en lo que cree	¿Cómo podríamos alinear la experiencia gastronómica con los valores culturales y sociales?	1	Diseñar el espacio en base a los valores de la marca	Diseño emocionalmente memorable
					2	Narrativas visuales, branding con mensajes claros, decoración con historia	
					3	Implementar materiales naturales	
	E	Disfrutar de una experiencia cómoda y eficiente sin interrupciones innecesarias	Tiene rutinas dinámicas y valora que el servicio sea fluido, claro y bien organizado para aprovechar mejor su tiempo	¿Cómo podríamos diseñar un recorrido y un sistema de atención que ofrezca fluidez, claridad y confort sin perder calidad en la experiencia?	1	Establecer señalética clara que guíe desde la entrada hasta las zonas clave (mesas, baños, caja, salida)	Confort integral
					2	Optimizar los tiempos de espera con visuales informativos o experiencias complementarias (arte, música, degustaciones)	

Anexo 2. Matriz de oportunidad, Usuario 2.

Perfil / Identidad		Necesita...	Porque...	¿Cómo podríamos...? (HMW)		Estrategias tentativas	Tema o valor emergente
María Adulto (entre 36 -55 años)	A	Disfrutar en familia sin preocuparse por los niños	Acude con familia, desea comodidad para todos	¿Cómo podríamos ofrecer un espacio infantil seguro	1	Rediseñar y reubicar el área infantil con juegos más significativos	Seguridad
					2	Marcar claramente el área infantil, evitando que los niños salgan sin supervisión y facilitando el control visual desde otras zonas del espacio.	
					3	Iluminación adecuada y segura	
	B	Sentirse cómodo durante toda su estadía	Valora el confort tanto físico como visual	¿Cómo podríamos garantizar una experiencia cómoda en lo físico, visual y ambiental?	1	Pasamanos, sillas con apoyabrazos, señalización clara, iluminación cálida	Confort integral
					2	Incorporar acabados cálidos, texturas suaves y colores neutros o naturales que transmitan calma y bienestar visual.	
					3	Incorporación de elementos naturales	
	C	Tener acceso a espacios con identidad y propósito	Le interesa apoyar lugares con visión cultural y social	¿Cómo podríamos comunicar de manera visible el propósito y valores del restaurante?	1	Storytelling reflejado en el espacio	Identidad / propósito
					2	Frases en paredes, menú con mensajes, branding enfocado en valores	
					3	Diseñar el espacio coherente con la identidad de la marca	
	D	Tener autonomía en su interacción con el restaurante	Es digital, le gusta decidir por sí mismo	¿Cómo podríamos ofrecer herramientas digitales que mejoren su experiencia sin perder calidez?	1	Sistemas para toma de pedidos colocados en las mesas	Espacio digital
					2	Implementar señaléticas claras	
					3	Colocar pantallas informativas	
	E	Celebrar momentos especiales con un toque cultural	Le gusta que sus celebraciones tengan autenticidad	¿Cómo podríamos crear experiencias memorables para celebraciones con identidad local?	1	Diseñar un espacio flexible dentro del restaurante que pueda decorarse según la ocasión (cumpleaños, aniversarios, encuentros familiares)	Diseño emocionalmente memorable
					2	Iluminación personalizada	
					3	Ambientación con elementos culturales	

Anexo 3. Matriz de oportunidad, Usuario 3.

Perfil / Identidad		Necesita...	Porque...	¿Cómo podríamos...? (HMW)		Estrategias tentativas	Tema o valor emergente
Brian Turista nacional o extranjero (Entre 25 a 55 años)	A	Aprender sobre la cultura local mientras espera su comida	Es curioso, le interesa la historia y cultura de la región que visita	¿Cómo podríamos brindar contenido cultural interesante en el espacio?	1	Incluir murales que cuenten leyendas locales, escenas cotidianas de Piñas, procesos agrícolas o gastronómicos tradicionales.	Educación
					2	Paneles informativos integrados al mobiliario	
					3	Contenido digital accesible desde el entorno físico	
	B	Vivir una experiencia sensorial completa	Busca una conexión emocional con el lugar, más allá del sabor	¿Cómo podríamos diseñar una experiencia que active los sentidos y conecte emocionalmente?	1	Aromas tradicionales, música ambiental típica	Experiencia sensorial
					2	Utilizar Materiales con textura natural y memoria sensorial	
					3	Rincones con historia o símbolos culturales	
	C	Acceder fácilmente a la historia del restaurante	Le interesa saber más sobre el origen del lugar que visita	¿Cómo podríamos contar la historia de Garúa de forma sencilla y atractiva?	1	Uso de materiales locales, decoración con historia, frases típicas	Diseño emocionalmente memorable
					2	Usar zonificación simbólica, iluminación secuencial y elementos sorpresa.	
					3	Ilustraciones suaves, coherentes con la estética del espacio.	
	D	Saber que su visita apoya a la comunidad	Valora consumir con propósito y apoyar lo local de la región que visita	¿Cómo podríamos visibilizar el impacto positivo de consumir en Garúa?	1	Integrar fotografías o retratos ilustrados de productores, artesanos, cocineros o recolectores que colaboran con el restaurante.	Consumo consciente
					2	Incluir pequeñas placas en mesas, sillas o elementos decorativos que indiquen su procedencia artesanal	
					3	Rincón de productos con historia	
	E	Sentirse inspirado en el entorno para crear contenido	Suele usar redes sociales y busca inspiración visual	¿Cómo podríamos estimular la creatividad visual dentro del restaurante?	1	Muebles únicos, vajilla artesanal, murales con frases inspiradoras	Estética visual
					2	Iluminación personalizada	
					3	El diseño debe ser no convencional	

Anexo 4. Matriz de oportunidad, Usuario 4

Perfil / Identidad		Necesita...	Porque...	¿Cómo podríamos...? (HMW)		Estrategias tentativas	Tema o valor emergente
Stephano Cargo: Mesero (entre 18 - 35 años)	A	Sentirse cómodo durante su jornada	Realiza turnos largos, generalmente de pie	¿Cómo podríamos mejorar su bienestar físico dentro del espacio de trabajo?	1	Descansaderos breves, superficies de apoyo	Bienestar
					2	Diseñar zonas de transición con iluminación tenue y ventilación adecuada para breves pausas activas	
					3	Incluir mobiliario móvil o semifijo que permita variar la postura (apoyarse, girar, inclinarse sin sobrecarga)	
	B	Desplazarse con fluidez por el restaurante	por el restaurante Debe atender múltiples mesas rápidamente y sin obstáculos	¿Cómo podríamos diseñar una circulación eficiente que evite interrupciones o riesgos?	1	Zonificación funcional, pasillos amplios, distribución de mesas alineada con flujos	Ergonomía / eficiencia operativa
					2	Evitar mobiliario decorativo innecesario en pasillos y áreas de paso crítico	
					3	Optimizar el layout para evitar cruces entre personal de cocina, servicio y clientes en circulación	
	C	Trabajar en un entorno coherente con la propuesta del restaurante	Su experiencia también influye en la del cliente	¿Cómo podríamos hacer que el diseño interior también motive al personal?	1	Espacios armónicos, coherencia visual entre áreas, reconocimiento visual de la marca	Funcionalidad / Identidad
					2	Incluir mensajes motivacionales o gráficos internos dirigidos al equipo, integrados al diseño del espacio de servicio	
					3	Capacitar al personal con acompañamiento visual en el espacio (señales, íconos, códigos de color) para integrarlos al lenguaje del lugar	

Anexo 5. Matriz de oportunidad de la Marca.

Perfil / Identidad		Necesita...	Porque...	¿Cómo podríamos...? (HMW)		Estrategias tentativas	Tema o valor emergente
GARÚA	A	Comunicar su identidad cultural de forma clara y atractiva	Su valor diferencial es representar la cultura y gastronomía local	¿Cómo podríamos traducir la identidad de Garúa en elementos visuales del espacio?	1	Diseñar el espacio en coherencia con identidad de la marca	Identidad cultural
					2	Uso de materiales locales, murales con historia, decoración simbólica de Piñas	
					3	Cada zona debe ofrecer una atmósfera distinta pero coherente con la identidad general.	
	B	Diferenciarse de otros restaurantes típicos	Busca posicionarse como un referente cultural y turístico de toda la parte alta de El Oro	¿Cómo podríamos lograr que Garúa destaque por su atmósfera además de su gastronomía?	1	Diseño con narrativa única, branding interior, detalles experienciales	Diferenciación
					2	Diseñar detalles visuales o simbólicos que sorprendan: una frase oculta, un objeto antiguo restaurado, una pequeña instalación decorativa.	
					3	Desde la entrada hasta la mesa, el espacio debe contar una historia: de la garúa, del territorio, de los sabores.	
	C	Promover el consumo local y justo	Parte de su propósito es apoyar a productores y artesanos de la región	¿Cómo podríamos visibilizar y facilitar la venta de productos locales en el restaurante?	1	Espacio de exposición con storytelling, señalética sobre los productores	Sostenibilidad
					2	Diseñar una estantería o módulo de exposición con materiales coherentes con la estética del restaurante (madera natural, caña, barro).	
					3	Diseñar una identidad gráfica (íconos, colores, tipografías) que identifique los productos a la venta como parte de Garúa y su comunidad.	
	D	Ser fotografiada y compartida en redes sociales	La viralidad ayuda a su promoción orgánica	¿Cómo podríamos diseñar espacios estéticamente impactantes que inviten a fotografiarse?	1	Rincones fotogénicos, elementos de diseño visualmente atractivos con marca visible	Digitalización
					2	Diseñar mobiliario fotogénico con formas o acabados únicos	
					3	Utilizar iluminación estratégica para resaltar zonas clave	

	E	Generar una experiencia diferenciadora para fidelizar al cliente	Desea ser recordada por ofrecer una vivencia integral, no solo por su comida	¿Cómo podríamos lograr que la experiencia en Garúa sea tan única que el cliente quiera volver?	1	Destinar un espacio donde los visitantes puedan escribir una frase, dejar una firma, un dibujo o una promesa de volver.	Fidelización / diferenciación
					2	Crear atmósferas emocionalmente memorables	
					3	Transformar el espacio en un relato vivo	