



UNIVERSIDAD
DEL AZUAY

FACULTAD DE
DISEÑO
ARQUITECTURA
Y ARTE

DISEÑO DE UN ESPACIO COMERCIAL PARA LA MARCA LACRAFT BEER GARDEN

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

AUTORA: PAULINA MÉNDEZ

DIRECTORA: ARQ. MANUELA CORDERO

CUENCA, 2025



**DEPARTAMENTO
DE POSGRADOS**

Universidad del Azuay

DEPARTAMENTO DE POSGRADOS

MAESTRÍA EN DISEÑO DE INTERIORES

DISEÑO DE UN ESPACIO COMERCIAL PARA LA MARCA LACRAFT BEER GARDEN

Trabajo, previo a la obtención del título de: **MAGISTER EN DISEÑO DE INTERIORES**

AUTORA:

Paulina Anabella Méndez Lozano

DIRECTORA:

Manuela Cayetana Cordero Salcedo

CUENCA, ECUADOR

2025

Resumen

Con el avance de la tecnología, el mundo ha cambiado su forma de percibir los espacios interiores. Los usuarios actualmente buscan más allá de un lugar funcional, que ofrezca una experiencia integral.

El diseño interior, se consolida como una herramienta estratégica para transformar espacios comerciales en escenarios que transmitan emociones, optimicen la circulación y fortalezcan la relación entre marca y cliente.

Para el caso de Lacraft Beer Garden, se presenta una propuesta de rediseño con el objetivo de mejorar la funcionalidad, comodidad y estética del espacio. Partiendo del diagnóstico inicial realizado se evidencian problemáticas derivadas de una mala distribución espacial, que afectan tanto a la experiencia del usuario cliente como al desempeño del usuario empleado. La propuesta se fundamenta en principios ergonómicos, normativos y estéticos, que incorporan soluciones que optimizan el uso del espacio creando un ambiente acogedor para los comensales y resolviendo zonas conflictivas destinadas para el personal de manera estratégica y funcional.

Palabras clave: restaurante, diseño interior, experiencia del usuario, bienestar, flexibilidad



Firma Estudiante
ARQ. PAULINA ANABELLA MÉNDEZ LOZANO

Abstract

With the advancement of technology, the world has changed the way we perceive interior spaces. Users now look for more than just a functional space, offering a holistic experience.

Interior design is consolidating as a strategic tool for transforming retail spaces into settings that convey emotions, optimize circulation, and strengthen the relationship between brand and customer.

In the case of Lacraft Beer Garden, a redesign proposal is presented with the goal of improving the functionality, comfort, and aesthetics of the space. Based on the initial diagnosis, problems stemming from poor spatial distribution are evident, affecting both the customer experience and employee performance. The proposal is based on ergonomic, regulatory, and aesthetic principles, incorporating solutions that optimize the use of space by creating a welcoming environment for diners and strategically and functionally resolving problematic areas for staff.

Author Keywords: restaurant, interior design, user experience, well-being, flexibility



Firmado electrónicamente por:
**MANUELA CAYETANA
CORDERO SALCEDO**
Validar únicamente con FirmaRC

Firma Directora
ARQ. MANUELA CAYETANA CORDERO SALCEDO

Índice de contenido

Introducción.....	8
Problemática.....	8
Justificación.....	8
Capítulo I: Investigación y Diagnóstico: Análisis de la marca Lacraft Beer Garden.	10
1.1 Información básica del cliente/marca/empresa:	10
1.1.1 Caracterización del cliente:	10
1.1.2 Giro o actividad principal	10
1.1.3 Identidad institucional o valores de marca	11
1.1.4 Cliente actual	11
1.1.5 Necesidades generales del espacio	11
1.2 Espacio disponible y oportunidad	14
1.3 Conclusión de diagnóstico.....	20
Capítulo II: Estrategias del proyecto	22
2.1 Principios Rectores de Diseño	22
2.1.1. La Experiencia del usuario.....	29
2.1.2. La flexibilidad	30
2.1.3. El bienestar	31
2.2 Estrategia de Marketing Aplicada al Espacio	32
2.2.1 Competencia	32
2.2.1 Diferenciación	33
2.2.3 Propuesta de valor:.....	34
2.2.4 Público objetivo (Target):.....	34
2.3 Estrategia Creativa comercial.....	36
2.3.1 Posicionamiento	36
2.4 Estrategia de Diseño Interior	38
2.4.1 Análisis de referentes	38
2.4.2 Análisis espacial del Estado actual	45
Capítulo III: Bocetación inicial	55
3.1 Propuesta	56
3.1.1 Planta de propuesta	56
3.1.2 Zonificación	57

3.1.3 Circulación	58
3.1.4 Materialboard	61
3.1.5 Moodboard.....	62
3.2 Criterios de Diseño de Iluminación.....	65
3.3 Criterios de Diseño de Mobiliario	65
Capítulo IV: Resultados.....	69
4.1 Propuesta de Diseño	69
4.1.1 Propuesta espacial	69
4.1.2 Diseño de Iluminación	91
4.1.3 Diseño de Mobiliario.....	94
4.1.4 Factibilidad Constructiva y Económica	98
Capítulo V: Resumen ejecutivo	101
5.1 Resumen ejecutivo para el cliente	101
Memoria reflexiva	103
Conclusiones.....	105
Referencias bibliográficas	107
Anexos 1	114
Anexos 2	115

Agradecimientos

Agradezco a Dios por guiarme, darme fortaleza y salud para continuar. Por darme esta capacidad de crear espacios que mejoran la vida de las personas. Y por darme el potencial de hacer lo que amo todos los días.

A mi madre, que me ha regalado esta oportunidad de seguir creciendo profesionalmente, por creer en mí y levantarme cuando el camino es difícil, gracias mamá por enseñarme a ser una guerrera. Este es el fruto de un esfuerzo compartido y un sueño que celebro a tu lado. Sin tu apoyo, nada de lo que estoy logrando, sería posible.

A Sebastián, por su paciencia, su comprensión y apoyo en todo este proceso. Por darme la mano para seguir este camino juntos y enfrentarlo todo. Por ser una persona que enseña, cuida y aconseja. Para mí, eres admirable.

A mis fieles compañeros, Pocholo y Bebechi.

A mis abuelos, que me han enseñado a luchar por mis sueños, a saber que la vida trae su recompensa después de todo el esfuerzo.

A mi familia, por alentarme a superarme y ser resiliente.

A la familia que me ha acogido en su hogar como una hija más, me ha dado la oportunidad de crecer profesionalmente.

Pauli

Dedicatoria

Este pequeño libro, cada una de sus páginas, está dedicado especialmente para mí mejor amigo, Pepito. Hoy te dedico un nuevo logro, sé que aún me acompañas en todo momento y que estás junto a mí.

Sé que brillas en lo más alto del cielo, y que como una estrella me guías y me sigues enseñando que la vida es esto, seguir y enfrentar cualquier problema.

Pauli



Introducción

O



Introducción

Problemática

El diseño interior de espacios comerciales ha cobrado una relevancia creciente en los últimos años, especialmente en ciudades patrimoniales como Cuenca, Ecuador, donde la identidad cultural, la funcionalidad y la experiencia del usuario deben integrarse cuidadosamente.

Esta investigación se centra en el desarrollo de una propuesta de Diseño Interior para LACRAFT BEER GARDEN, una marca local de cervecería artesanal que busca consolidar su identidad a través de un espacio que combine funcionalidad y estética, y pueda resolver las deficiencias espaciales y operativas del establecimiento. Actualmente, espacios de trabajo como la cocina, servicios higiénicos y áreas de cobro, presentan varias limitaciones, generando cuellos de botella.

La revisión de la ubicación de espacios como la cocina, áreas de cobro y servicios higiénicos, puede ayudar a una mejor relación entre los espacios y un flujo más armónico relacionado a las dinámicas propias del restaurante, que deben estar siempre enfocadas en la seguridad alimentaria, la operatividad del servicio y la experiencia del cliente.

Justificación

El diseño de interiores en espacios comerciales, adquiere día a día mayor relevancia, como herramienta para la diferenciación y posicionamiento de marca, donde la ambientación y el entorno físico influyen directamente en la percepción del cliente. Frente a ello, se proponen lineamientos de diseño interior, con el fin de mejorar la funcionalidad y anticiparse a escenarios de crecimiento.

LACRAFT BEER GARDEN, pretende mostrarse como un espacio que exprese sus valores, su estilo y su propuesta comercial de manera efectiva, y a su vez ofrecer una experiencia atractiva para el usuario, que representa un desafío concreto y necesario para su desarrollo.



Investigación y Diagnóstico

Análisis de la marca



Capítulo I: Investigación y Diagnóstico: Análisis de la marca Lacraft Beer Garden.

La investigación inicia con el análisis y diagnóstico de LACRAFT BEER GARDEN, un espacio comercial ubicado en la ciudad de Cuenca, Ecuador, que se ha posicionado como un referente local en la oferta de cerveza artesanal y experiencias gastronómicas.

La elección de esta marca responde a su notable crecimiento orgánico, y a su enfoque distintivo en el diseño interior como elemento central de su identidad.

La imagen de la Figura 1. muestra la parte frontal de local, donde se distingue un frente esquinero situado hacia las calles Rafael Torres y Miguel Moreno.

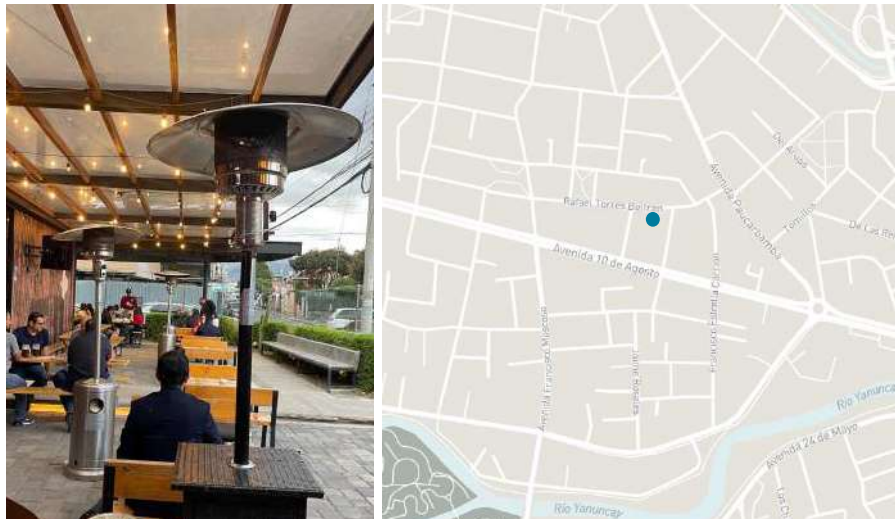


Figura 1. Ubicación: Rafael Torres y Miguel Moreno Esq.
 Fuente: Elaboración propia

1.1 Información básica del cliente/marca/empresa:

LACRAFT abrió sus puertas en el año 2015 como una respuesta a la falta de lugares adecuados para disfrutar cerveza artesanal en un entorno cómodo, seguro y bien diseñado.

1.1.1 Caracterización del cliente:

A lo largo del tiempo, el local ha crecido, pasando de un espacio reducido para 50 personas hasta convertirse en un establecimiento con capacidad para más de 250 usuarios, adaptando su infraestructura y estética a las necesidades del público.

1.1.2 Giro o actividad principal

El establecimiento se dedica principalmente a la producción y comercialización de cerveza artesanal acompañada de una propuesta gastronómica innovadora basada en la reinterpretación de la cocina ecuatoriana. Enfocado en comida rápida gourmet con técnicas tradicionales, como la cocción lenta, el ahumado y el uso de ingredientes locales, que se integran en productos contemporáneos como hamburguesas, sándwiches tipo focaccia, empanadas argentinas, entre otros.



Figura 2. Productos de venta en Lacraft
 Fuente: Lacraft

1.1.3 Identidad institucional o valores de marca

La marca se define como una empresa con fuerte enfoque humano, compromiso social y búsqueda constante de la excelencia.

Su identidad institucional se construye a partir de una cultura organizacional que valora a las personas como el eje central del negocio, priorizando el bienestar, la estabilidad y la capacitación continua de su equipo de trabajo, enfocado en el trato digno, el pago justo y la estabilidad económica de los colaboradores. (Ver Figura 3)

Se invierte en capacitaciones constantes para potenciar habilidades, promover el crecimiento profesional y formar líderes dentro del equipo. Además, busca ofrecer productos únicos, de alta calidad, defendiendo el valor de la cerveza artesanal frente a opciones más comerciales pero de menor estándar, cultivando una comunidad que aprecie la diferencia entre cantidad y calidad.



Figura 3. Equipo de empleados que conforman LACRAFT
Fuente: Lacraft

1.1.4 Cliente actual

La marca dirige su propuesta gastronómica y de experiencia hacia un público amplio, diverso y multi generacional. Su público actual va dirigido a personas entre los 23 y 72 años de edad, con un consumo promedio aproximado de 15 dólares por visita y por persona, lo que permite identificar un perfil de cliente con capacidad de gasto medio y medio alto, con una frecuencia de asistencia de una a dos veces por semana.

Entre lunes y martes el establecimiento recibe tanto a clientes locales como a oficinistas, profesionales, deportistas, familias, y a residentes extranjeros jubilados que viven en los edificios cercanos y acuden con mayor regularidad los días miércoles.



Figura 4. Cliente actual de LACRAFT
Fuente: Lacraft

Como se observa en la Figura 4, esta diversidad de usuarios ha motivado a que el espacio muestre características funcionales como espacios amplios y cómodos. La marca, ha logrado posicionarse como un lugar abierto, accesible y sin distinciones de tipo social o profesional.

1.1.5 Necesidades generales del espacio

Las necesidades generales del espacio, se detallan en la Tabla 1 y en la Figura 5. se ha zonificado el restaurante identificando las zonas de mayor a menor conflicto, en base al análisis previo realizado y a las entrevistas al propietario y personal del local.

Tabla 1. Necesidades generales de LACRAFT BEER GARDEN

Espacios	Necesidades	Tipo de Necesidad
Áreas de servicios		
Cocina	Ampliar y profesionalizar la cocina con conexión directa entre espacios.	Bienestar
Áreas internas	Implementar una zonificación clara y eficiente amasado, ahumado, almacenamiento, limpieza y recepción de productos.	Bienestar
Bar	Ampliar el área para atender alta demanda y mejorar el flujo operativo.	Experiencia del Usuario
Recepción de productos	Rediseñar para una recepción segura, ordenada y eficiente.	Bienestar
Servicios higiénicos	Ampliar y mejorar los baños para mayor comodidad de los usuarios.	Bienestar
Área de caja (ubicación)	Reubicar para evitar cuellos de botella en la circulación, especialmente en horas de alta afluencia.	Experiencia del Usuario
Área de caja (diseño)	Adecuar un espacio cómodo, seguro y bien ubicado, considerando los desniveles del terreno.	Experiencia del Usuario
Salida de emergencia	Garantizar evacuación fluida y segura en caso de emergencia.	Bienestar

Fuente: Elaboración propia

Tabla 1. Necesidades generales de LACRAFT BEER GARDEN

Espacios	Necesidades	Tipo de Necesidad
Áreas de containers		
Mobiliario interno	Diversificar con mesas más pequeñas e íntimas para parejas o grupos reducidos.	Flexibilidad
Mobiliario exterior	Seleccionar materiales resistentes a condiciones climáticas sin perder funcionalidad ni estética.	Bienestar
Espacios	Necesidades	Tipo de Necesidad
Áreas Patio interno / externo		
Iluminación	Mantener y adaptar la iluminación funcional y ambiental según nuevas necesidades de uso o zonas especializadas.	Flexibilidad
Patios internos	Crear zonas para experiencias específicas como catas de cerveza.	Experiencia del Usuario
Perímetro	Incorporar mesas de bar exteriores para ampliar la capacidad y aprovechar el espacio al aire libre.	Flexibilidad

Fuente: Elaboración propia

La Figura 5 muestra, mediante un esquema tipo semáforo, el nivel de conflictividad existente en las distintas áreas del local, determinadas en un rango, alto, medio y bajo. Este recurso visual permite identificar de forma clara las zonas que requieren mayor atención al momento de enfrentar el proyecto de rediseño.

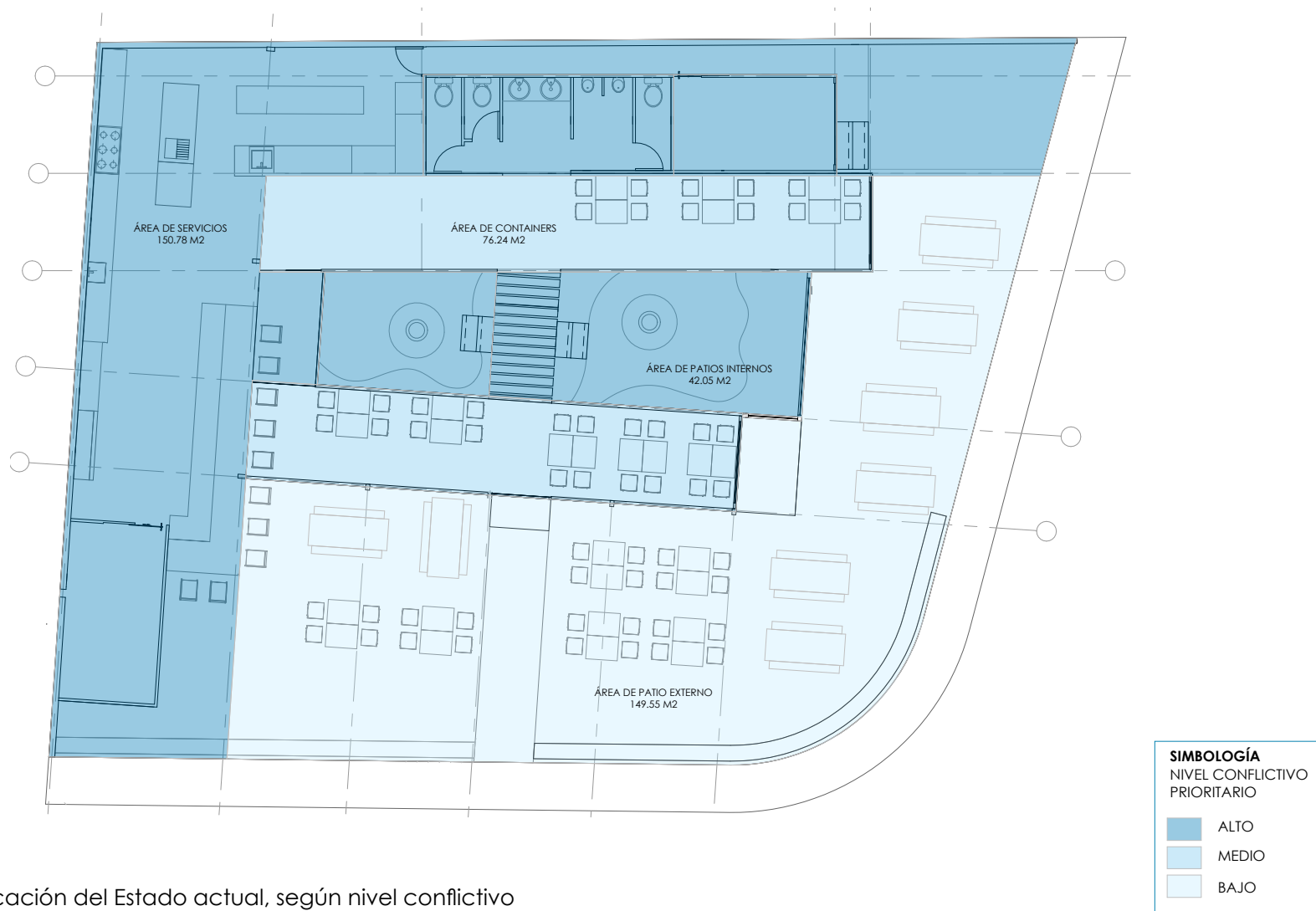


Figura 5. Zonificación del Estado actual, según nivel conflictivo
Fuente: Elaboración propia

1.2 Espacio disponible y oportunidad

El local de Lacraft Garden, cuenta con 416 m² de área, que responde a una serie de necesidades funcionales, operativas y experienciales que reflejan su concepto de negocio. Desde su concepción, el local se inspira en el modelo europeo de cervecerías abiertas, sin barreras sociales ni jerárquicas entre los usuarios.

La experiencia del comensal es prioritaria, por lo que el espacio debe permitir relajación, adaptabilidad y funcionalidad.

A nivel de crecimiento, el establecimiento ya enfrenta limitaciones de espacio por la alta demanda.

A continuación las figuras 6 a 20, muestran una selección de fotografías de los distintos espacios del local comercial en su estado actual.



Figura 6. Bar exterior
Fuente: Elaboración propia



Figura 7. Patio exterior
Fuente: Elaboración propia

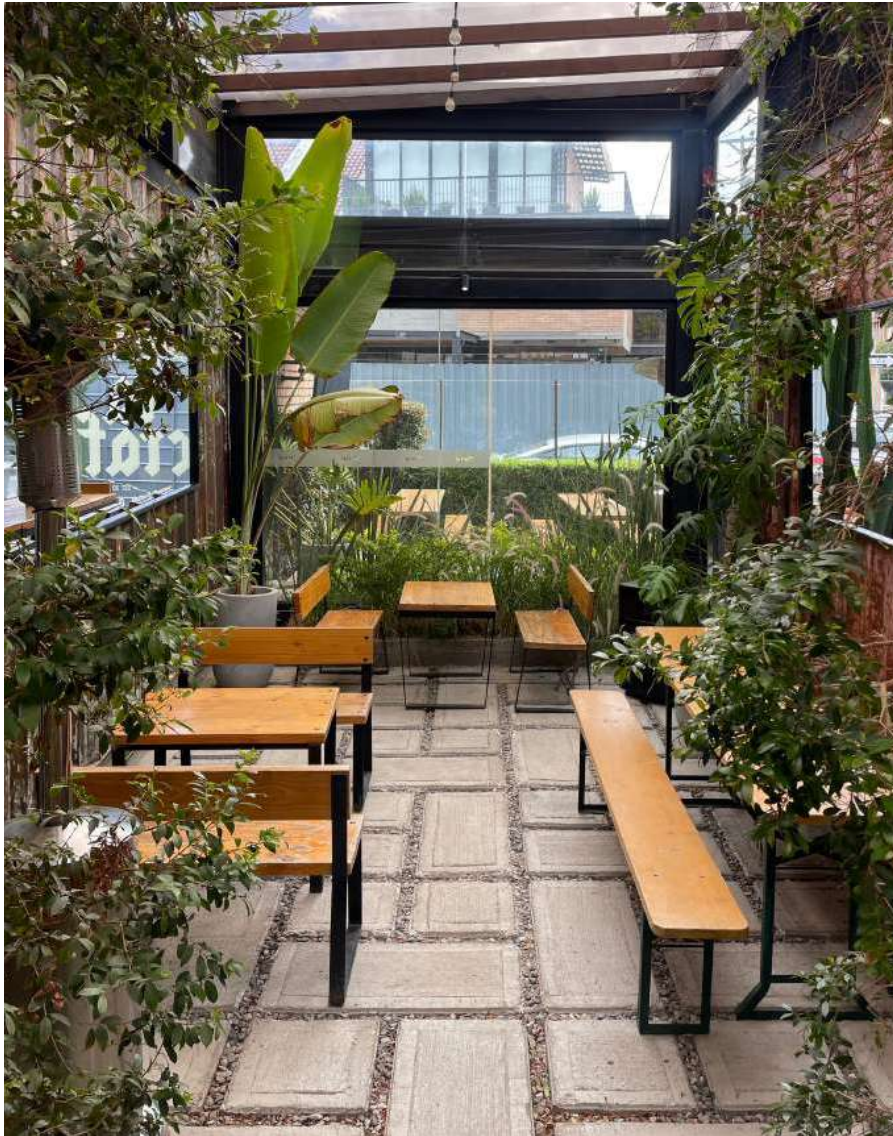


Figura 8. Patio interior
Fuente: Elaboración propia

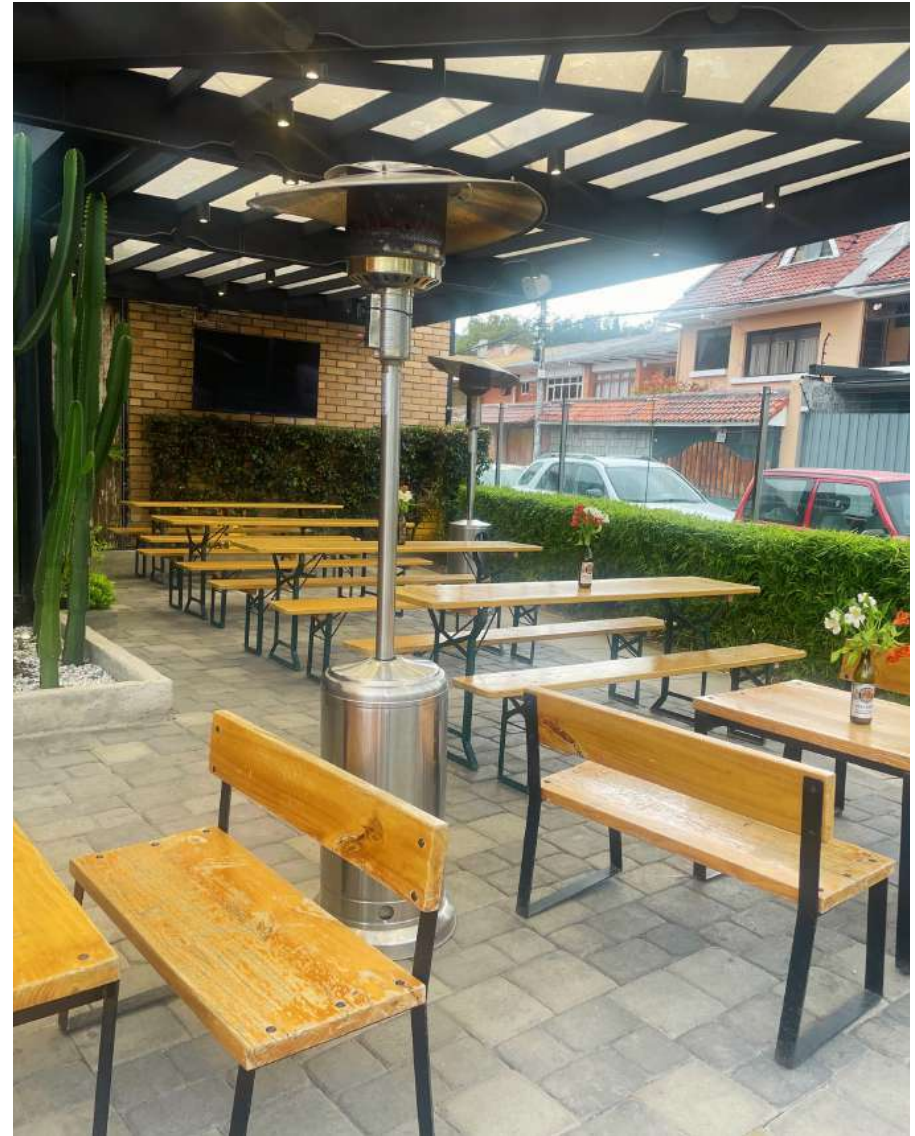


Figura 9. Patio exterior lateral
Fuente: Elaboración propia



Figura 10. Patio exterior lateral
Fuente: Elaboración propia



Figura 11. Área de comedor en Container
Fuente: Elaboración propia



Figura 12. SSHH
Fuente: Elaboración propia

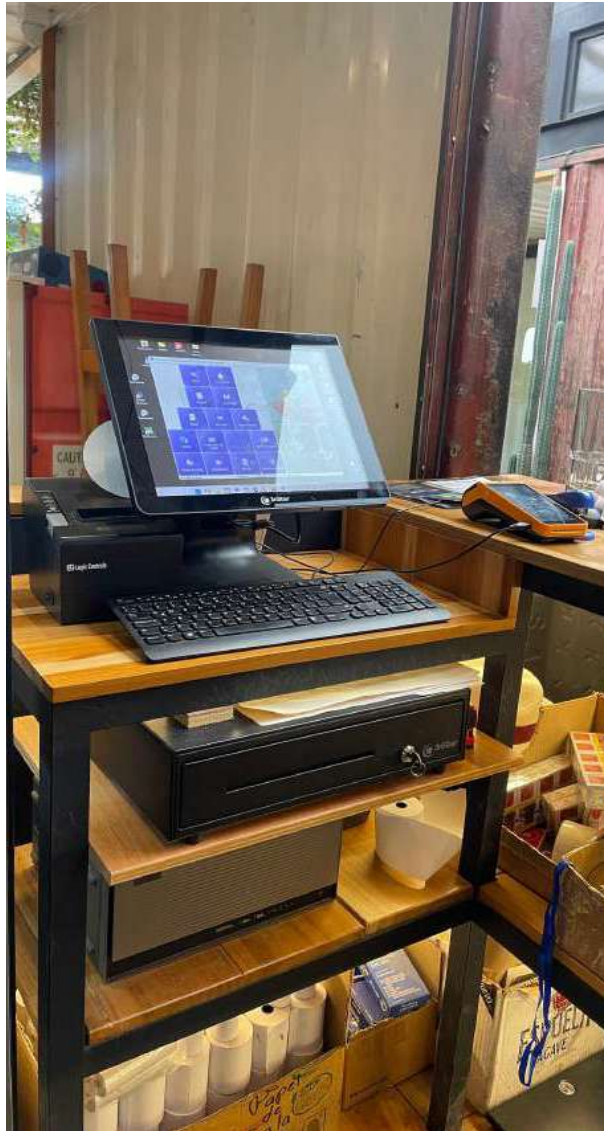


Figura 13. Caja y atención al cliente
Fuente: Elaboración propia



Figura 14. Venta de souvenirs y ahumado
Fuente: Elaboración propia

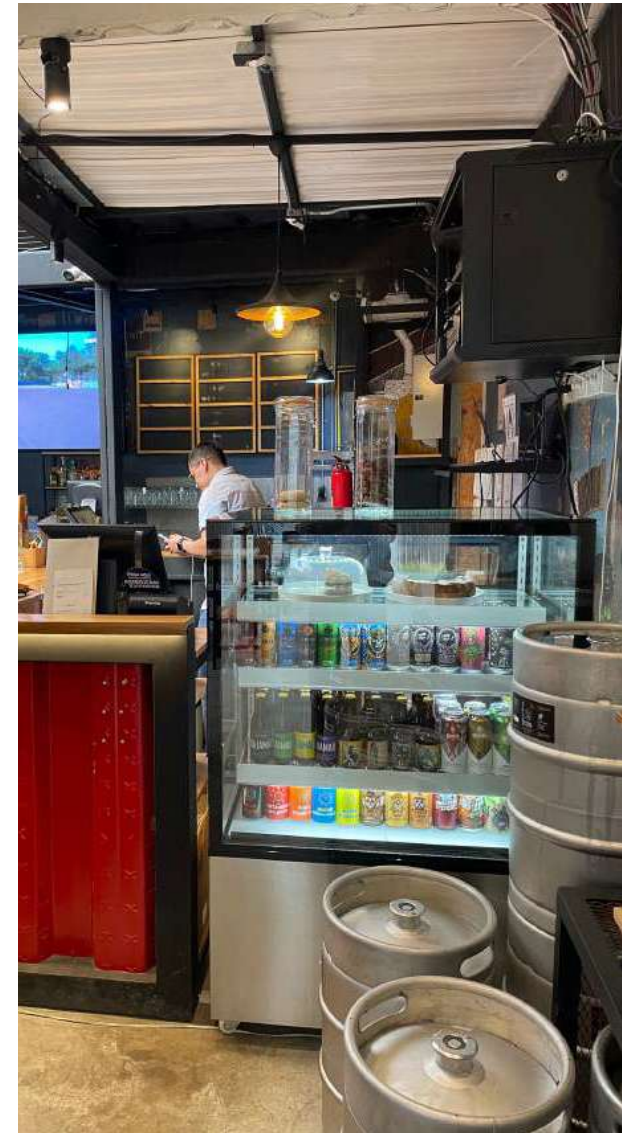


Figura 15. Venta de cerveza enlatada
Fuente: Elaboración propia



Figura 16. Preparación de coctéles y almacenamiento
Fuente: Elaboración propia



Figura 17. Barra para coctelería de autor
Fuente: Elaboración propia



Figura 18. Almacenamiento general
Fuente: Elaboración propia



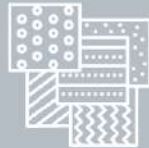
Figura 19. Recepción de productos y basura
Fuente: Elaboración propia



Figura 20. Área de lavado de vajilla
Fuente: Elaboración propia

1.3 Conclusión de diagnóstico

Tabla 2. Diagnostico resumido con oportunidades de Diseño

 1 Procesos operativos poco eficientes y con tiempos de respuesta prolongados.	 2 Circulación interna deficiente que genera aglomeraciones de personas en horas de alta afluencia.	 3 Áreas de producción de alimentos muestran problemas con su distribución lo que puede afectar la seguridad alimentaria y eficiencia en tiempos de servicio.	 4 Poca diversidad de ambientes para atender distintos tipos de clientes.	 5 Uso de materiales con baja resistencia al desgaste y a las condiciones ambientales.
--	---	---	---	--

Fuente: Elaboración propia

Estratégias del proyecto

2



Capítulo II: Estrategias del proyecto

En este capítulo se plantean las estrategias que guiarán el desarrollo del proyecto, partiendo de los principios rectores de diseño establecidos a partir del análisis integral de LACRAFT BEER GARDEN.

El análisis, sustentado en la observación directa, la evaluación de flujos operativos y la identificación de patrones de uso del espacio por parte de usuarios y trabajadores, permitió construir un marco preciso de necesidades que inciden tanto en la eficiencia del funcionamiento interno como en la calidad de la experiencia del usuario.

2.1 Principios Rectores de Diseño

Con el propósito de definir los principios rectores que orientaron el diseño del establecimiento, se elaboraron diversas matrices de oportunidad, en las cuales se identificaron y analizaron las necesidades, expectativas y comportamientos de cinco perfiles de usuarios específicos. Este análisis permitió reconocer los aspectos clave que influyen tanto en la funcionalidad como en la experiencia del espacio.

(Ver tabla 3-8). Matriz de oportunidad

Tabla 3. Matriz de oportunidad Usuario 1

Fuente (Usuario o Perfil / Identidad Marca)	Necesita...	Porque...	¿Cómo podríamos...? (HMW)	Estrategias tentativas	Tema o valor emergente			
Usuario 1	Chef Juan de 35 años	A	Tener una organización clara del espacio	Necesita que el área de lavador esté bien ubicado y una zona específica de descongelado	¿Cómo podríamos reorganizar este espacio y que el chef se sienta cómodo?	1	Implementar un mobiliario adecuado y no improvisado	Funcionalidad
						2	Implementar zona de descongelado y del despacho del producto final	Funcionalidad
						3	Mejorar zona de recibidor de platos usados	Funcionalidad
		B	La bodega cerca del área de cocina	La bodega está al final de un pasillo estrecho	¿Cómo podríamos vincular esta área a una zona cercana a la cocina?	1	Modificar zona de baños y adosar la bodega a la cocina	Accesibilidad
						2	Implementar un mobiliario cómodo y que me permita la flexibilidad y rapidez cuando	Flexibilidad
						3	Implementar señalética que indique qué productos se tiene, clasificarlo	Funcionalidad
		C	Definir la salida de emergencia	No existe una salida clara de emergencia y tiene obstáculos	¿Cómo podríamos generar un recorrido claro y sin obstáculos?	1	Implementar señalética	Seguridad
						2	Mejorar iluminación	Accesibilidad
						3	Implementar zona de bodega	Funcionalidad
		D	Necesita que se resuelva la ventilación	No tiene la ventilación correcta y le agota	¿Cómo podríamos ventilar el espacio y que este mejore el bienestar del trabajador?	1	Implementar ventiladores artificiales	Funcionalidad
						2	Uso de ventilación natural	Bienestar
						3	Implementar ductos que desfoguen el calor	Bienestar
		E	Necesita casilleros para sus pertenencias	Sus cosas están en un montón y no tiene un espacio destinado para este uso	¿Cómo podríamos destinar un espacio de casilleros para los empleados?	1	Reorganizar la zona de bodega y de SSHH para destinar una zona de casilleros. Implementar áreas de descanso ventiladas y cómodas para el personal.	Funcionalidad
						2	Debería ser un mobiliario flexible, liviano y de fácil limpieza	Flexibilidad
						3	Dependiendo del número de empleados se puede implementar casilleros dobles, para ropa de calle como de trabajo	Bienestar

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Matriz de oportunidad Usuario 2

Fuente (Usuario o Perfil / Identidad Marca)	Necesita...	Porque...	¿Cómo podríamos...? (HMW)	Estrategias tentativas	Tema o valor emergente			
Usuario 2	Cajero Andres de 30 años	A	Tener un mobiliario adecuado	Las computadoras no tienen un lugar preciso y de acumulan cosas alrededor de estos	¿Cómo podríamos adecuar el espacio para que la caja y las computadoras tengan una buena distribución?	1	Implementar un sistema modular	Flexibilidad
						2	Utilizar materiales adecuados y en bruto para conservar la lógica de la marca	Sostenibilidad
						3	Verificar si el espacio solo es ocupado para la computadora o para otros aspectos de guardado	Funcionalidad
		B	Organización de archivos	Los papeles y documentos están desorganizados y por todo lado	¿Cómo podríamos organizar el espacio y colocar archiveros?	1	Pensar si es necesario carpetas de diferentes tamaños	Flexibilidad
						2	Ver si en este espacio de las cajas es factible colocar estos archiveros	Funcionalidad/ Flexibilidad
						3	Buscar un tamaño adecuado para no alterar y generar un tropiezo	Funcionalidad/ Flexibilidad
		C	Reubicar la caja, que esté fuera del flujo de circulación principal	La caja está de camino a los SSHH y en una zona de desniveles que hace que la gente se caiga y provoque accidentes frecuentes	¿Cómo podríamos organizar y reubicar la caja para que no cause accidentes y no se genere un choque con la circulación a los SSHH?	1	Se puede implementar un sistema de cobro rápido	Innovación tecnológica
						2	Al reubicar los SSHH, se puede fortalecer este espacio de caja y quedar aislado	Funcionalidad
						3	Buscar una alternativa de otra zona para evitar accidentes frecuentes	Funcionalidad
		D	Implementar un sistema de pago móvil o en mesa	La alta presencia de clientes, hace que el pequeño espacio se sature	¿Cómo podríamos realizar un sistema que me permita el pago ágil desde la mesa, generando que el usuario no sature la zona desde la caja de cobro?	1	Implementar códigos QR	Experiencia del usuario
						2	Evitar concentración en la zona de caja	Funcionalidad
						3	Señalización clara y elegante que indique al usuario la ruta para acercarse a la caja si así lo desea	Funcionalidad
	E	Ampliación de la caja	Una caja no es suficiente, las personas hacen largas filas y se molestan	¿Cómo podríamos tener un cobro fluido y que no cause malestar en el usuario?	1	Pago digital desde la mesa	Experiencia del usuario	
					2	Dispositivos móviles para los meseros	Experiencia del usuario	
					3	La caja tradicional debe convertirse en un punto de atención/ayuda, no en el único medio de pago.	Funcionalidad	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5. Matriz de oportunidad Usuario 3

Fuente (Usuario o Perfil / Identidad Marca)		Necesita...	Porque...	¿Cómo podríamos...? (HMW)	Estrategias tentativas		Tema o valor emergente	
Usuario 3	Mesero Pablo de 35 años	A	Ergonomía y Confort	Para agilizar su trabajo y que no interrumpa la circulación de los clientes	¿Cómo podríamos ayudar a organizar su circulación?	1	Implementar circulación alterna para empleados y otra para el usuario	Funcionalidad
						2	Implementar señalética que le eduque al usuario	Funcionalidad
						3	Pensar en la organización de espacios, patios internos, zonas de cava, espacios para photo boot bien ubicados y que no interrumpan la circulación general	Funcionalidad
		B	Necesita un mobiliario donde colocar las cartas del menú	En el mueble en el que están se encuentran apiladas y no tiene una buena organización	¿Cómo podríamos generar un mueble que contenga lo necesario para organizar los menús y demás objetos necesarios para que el cliente entienda lo que se ofrece en el lugar?	1	Saber qué dimensiones tienen sus cartas de menú y que accesorios deben tener a la mano para agilizar el proceso	Flexibilidad
						2	Generar un mobiliario flexible y e fácil traslado	Flexibilidad
						3	Generar un mobiliario que sea fácil de limpiar y que sea modular para diferentes usos	Bienestar
		C	Tener una voz de marca y uniformes	Porque sus vestimentas no tienen un lenguaje claro con lo que quiere mostrar la marca. Capacitación continua para mejorar el trato al cliente y el conocimiento del menú.	¿Cómo podríamos mejorar la imagen de la marca en cuanto respecta a vestimenta, e implementar una voz de marca para sus clientes?	1	Crear una personalidad verbal que sea coherente con el ambiente, que conecte con los clientes jóvenes, profesionales, relajados y sociales	Experiencia del usuario
						2	Si el mobiliario es robusto y artesanal, la ropa debe parecer trabajada, de calidad, sin ser ostentosa.	Funcionalidad
						3	Que parezca diseñado, no improvisado y que todo funciona en base a una lógica.	Funcionalidad
		D	Seguridad y Normativa	Porque necesita seguridad laboral y acceso a primeros auxilios o protocolos en caso de emergencia	¿Cómo podríamos implementar la seguridad laboral que requieren los empleados del local?	1	Evitar desniveles sin señalización o protección	Bienestar
						2	Pasillos con mínimo 1.20 m de ancho entre cocina, barra y mesas.	Bienestar
						3	Rutas de evacuación claras y actualizadas	Funcionalidad
		E	Necesita buena iluminación en áreas de trabajo	Porque tiene luminarias que no favorecen y no están enfocadas en el área de trabajo	¿Cómo podríamos implementar luminarias que se centren en cubrir una área de trabajo y den una iluminación correcta?	1	Las luminarias deben colocarse directamente sobre la superficie de trabajo, no detrás de la persona para evitar sombras.	Funcionalidad
						2	Usar reguladores (dimmers) en zonas mixtas (como barra o patios) para adaptar la intensidad a distintas actividades	Flexibilidad
						3	Acceso fácil a luminarias para mantenimiento sin interrumpir el flujo del local y además que sean luminarias que eviten el deslumbramiento y sean de bajo consumo.	Flexibilidad

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6. Matriz de oportunidad Usuario 4

Fuente (Usuario o Perfil / Identidad Marca)	Necesita...	Porque...	¿Cómo podríamos...? (HMW)	Estrategias tentativas	Tema o valor emergente			
Usuario 4	Pareja de enamorados. Ana de 25 años y Fabián de 27 años	A	Privacidad y comodidad	Requieren mesas bien distribuidas, no demasiado cerca unas de otras	¿Cómo podríamos generar una zona más privada y destinada para parejas?	1	Mobiliario flexible para dos personas	Flexibilidad
						2	Barreras naturales	Experiencia del usuario
						3	Separación visual o acústica	Bienestar
		B	Conectividad y tecnología	Menú digital o con códigos QR. Tomas de corriente o cargadores disponibles	¿Cómo podríamos integrar un sistema de cargadores portátiles o tomacorrientes?	1	Implementar puntos de conexión a energía en el mobiliario	Flexibilidad
						2	Estaciones de carga portátiles o compartidas	Experiencia del usuario
						3	Módulos verticales o totems de carga	Experiencia del usuario
		C	Estética y estilo del lugar	Necesita un espacio "instagrameable" o con rincones fotogénicos para redes sociales.	¿Cómo podríamos adjuntar al lugar un espacio photo boot?	1	Ofrecer bebidas o promociones si el cliente sube la foto etiquetando al local	Promoción del producto
						2	Integrado a vegetación	Bienestar
						3	Cerca de la entrada/salida para captar atención sin interrumpir flujo.	Funcionalidad
		D	Mobiliario destinado para parejas	Necesita que el mobiliario sea flexible y puedan sentarse a lado o en frente de la pareja	¿Cómo podríamos tener integrar un mobiliario cómodo y flexible para 2 personas?	1	Bancos con respaldo y cojinería modular	Bienestar
						2	Muebles modulares combinables	Flexibilidad
						3	Sillones tipo lounge para dos	Flexibilidad/Confor
		E	Iluminación y ventilación correcta y espacios sin ruido excesivo	Iluminación cálida y tenue que favorezca la intimidad, Música ambiental a un volumen adecuado. Espacios que permitan conversar sin interrupciones ni ruido excesivo. Además una ventilación que favorezca este espacio	¿Cómo podríamos tener obtener un espacio luminico tenue y cálido con una correcta ventilación y sin ruido excesivo?	1	Bombillas cálidas, luz indirecta, lámparas decorativas bajas.	Bienestar/Confort lumínico
						2	Ventanas cruzadas, ventiladores de techo, extractores silenciosos.	Bienestar
						3	Paneles acústicos, plantas, muebles blandos, gestión del sonido.	Bienestar

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7. Matriz de oportunidad Usuario 5

Fuente (Usuario o Marca)	Perfil / Identidad	Necesita...	Porque...	¿Cómo podríamos...? (HMW)	Estrategias tentativas		Tema o valor emergente	
Usuario 5	Cliente oficinista Pedro de 32 años	A	Necesita un mobiliario que le permita realizar tareas largas y sentirse cómodo mientras toma una cerveza	Porque tiene mesas pequeñas en altura y no son lo suficientemente cómodas para realizar este tipo de actividades	¿Cómo podríamos incorporar un nuevo modelo de mesas y sillas confortables y que permitan una estancia larga?	1	Respaldo curvo ergonómico	Confort
						2	Asientos tapizado o acolchado	Confort
						3	Mesas modulares que puedan juntarse o separarse según el número de	Flexibilidad
		B	Necesita conectividad y tecnología	Menú digital o con códigos QR. Enchufes eléctricos y puertos USB integrados discretamente en mesas o paredes cercanas.	¿Cómo podríamos integrar un sistema de cargadores portátiles o tomacorrientes o la conexión USB, además de WIFI?	1	Incluir módulos eléctricos empotrados directamente en bordes inferiores de las mesas, laterales de bancos o sofás.	Experiencia del usuario
						2	Bancos de carga o cargadores portátiles con sistema de préstamo desde la barra o mostrador.	Experiencia del usuario
						3	Un router profesional o empresarial que permita gestionar usuarios y tiempos de conexión WIFI.	Experiencia del usuario
		C	Requiere de algunos detalles funcionales	Para colgadores de mochilas, abrigos o bolsos debajo o al costado de las mesas. Superficies limpias y cuidadas: mesas sin residuos pegajosos, bordes dañados o desequilibrio y portavasos o pequeños apoyos para evitar derrames sobre electrónicos.	¿Cómo podríamos incorporar ciertos detalles para que el cliente se sienta cómodo y pueda mmontar su área de trabajo mientras se toma una cerveza y degusta algo?	1	Barras individuales junto a muros o ventanas, con vista agradable.	Bienestar
						2	Mesas a altura estándar 75 cm, con suficiente espacio para laptop + comida/bebida.	Bienestar
						3	Menú para coworkers: café, cerveza ligera, snacks saludables o energéticos y promociones por cada compra	Promoción del producto
		D	Requiere de un ambiente visual relajante	Requiere un espacio que contenga colores tierra, verdes oscuros, gris cálido o madera natural: transmiten calma y sofisticación.	¿Cómo podríamos incoporar la biofilia en estos espacios de trabajo, colores y texturas para reflejar un ambiente tranquilo y relajante?	1	Macetas medianas con plantas resistentes	Bienestar
						2	Jardines verticales parciales o paneles verdes en zonas de trabajo o relax	Bienestar
						3	Separadores de ambientes hechos con estructuras de madera y plantas colgantes.	Bienestar
		E	Necesita zonificación clara pero flexible que le permita y tenga la cercanía a espacios específicos	Áreas donde se pueda trabajar con tranquilidad sin que parezca una oficina. Delimitaciones suaves: estanterías, biombos con plantas, alfombras, desniveles de piso. Cercanía a baños, sin estar justo al lado del tránsito principal	¿Cómo podríamos vincular y tener cercanía a ciertas zonas como ejemplo los SSHH por si necesita ir a este espacio y no tener que abandonar sus cosas sin seguridad alguna?	1	Establecer zonas de trabajo en áreas que tengan visibilidad desde la barra o zonas vigiladas	Seguridad
						2	Sistema de identificación o reserva digital. Si se van por unos minutos (ej. baño), el sistema mantiene bloqueada esa mesa	Experiencia del usuario
						3	Evitar pasillos largos o esquinas ciegas	Flexibilidad

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8. Matriz de oportunidad de la Marca

Fuente (Usuario o Perfil / Identidad Marca)		Necesita...	Porque...	¿Cómo podríamos...? (HMW)	Estrategias tentativas		Tema o valor emergente	
Marca	LACRAFT BEER GARDEN	A	Fomentar la inclusión y la interacción social	Porque necesita un espacio que promueva la convivencia sin jerarquías ni barreras sociales. Que cualquier cliente sea solo, en pareja o grupo se sienta bienvenido y parte del ambiente.	¿Cómo podríamos generar un espacio sin jerarquizar las diferente zonas del local, sino que tengan un caracter, una intención o una disposición por la cantidad de personas a ocupar dichas áreas?	1	Disposición del mobiliario orgánica y flexible	Flexibilidad
						2	Lenguaje espacial a través de materiales, texturas y luz	Bienestar
						3	Biofilia, arte o diseño gráfico para dar identidad sin jerarquía	Bienestar
		B	Optimizar la funcionalidad operativa sin perder confort	Porque necesita distribuir eficientemente las áreas de producción y servicio, asegurando flujos de trabajo óptimos sin afectar la experiencia del cliente. Maximizar la productividad interna y el servicio al cliente sin generar incomodidad o desorden.	¿Cómo podríamos optimizar los flujos del espacio sin que existan tropiezos, confusión o aglomeración?	1	Definir circulaciones principales y secundarias claras	Experiencia del usuario
						2	Evitar cruces innecesarios y puntos conflictivos	Bienestar
						3	Distribución estratégica del mobiliario	Flexibilidad
		C	Expandir y diversificar los espacios para nuevas experiencias	Necesita adaptar el local para acoger más clientes y brindar experiencias diferenciadas como catas, zonas íntimas, etc. además, requiere aumentar la capacidad sin perder calidad, y ofrecer variedad de ambientes dentro del mismo concepto.	¿Cómo podríamos reorganizar el espacio para que todas las áreas tengan un vínculo y no se pierda la calidad e implementar nuevas experiencias?	1	Uso coherente de materiales, colores y texturas	Experiencia del usuario
						2	Integrar nuevas experiencias con puntos de interés transversales: cata de cerveza	Experiencia del usuario
						3	Ambientes que se retroalimentan: Zonas de transición	Flexibilidad
		D	Garantizar seguridad, accesibilidad y fluidez en la circulación	Porque debe resolver problemas estructurales que afectan la movilidad y la seguridad, especialmente en casos de emergencia. Cumplir normativas y brindar confianza al cliente y al personal en todo momento.	¿Cómo podríamos proponer nuevas salidas de emergencia sin perder espacio importante dentro del local?	1	Puertas de emergencia multifuncionales	Seguridad
						2	Aprovechar accesos existentes	Funcionalidad
						3	Señalización clara y visible	Bienestar
		E	Mantener una estética auténtica, funcional y representativa de la marca	Porque requiere un ambiente acogedor, duradero y coherente con la identidad de una cervecería artesanal contemporánea. Por otra parte, que el uso de materiales sea en bruto como el hormigón, hierro, piedra, madera, iluminación funcional y cálida, mobiliario robusto pero no ostentoso.	¿Cómo podríamos mantener esta estética que nos brinda la marca y no caer en lo ostentoso y inalcanzable, sino que se vea accesible y cómodo?	1	Cuidado en el branding visual. Que el branding esté integrado de manera sutil y respetuosa, sin saturar.	Experiencia del usuario/Estética significativa
						2	Usar tipografías legibles y materiales gráficos que respeten la atmósfera general.	Experiencia del usuario
						3	Evitar acabados brillantes o ultra modernos que pueden sentirse fríos o demasiado exclusivos.	Experiencia del usuario

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9. Síntesis de Principios Rectores según análisis de oportunidades

Tema / Valor emergente	Principio rector	Justificación
Experiencia del Usuario	El diseño se regirá por la lógica experiencial del espacio, donde cada elemento contribuya a generar una vivencia significativa, sensorial y emocional.	La disposición, materialidad, iluminación y recorridos no solo responderán a criterios funcionales, sino que estarán cuidadosamente pensados para facilitar la orientación, promover el confort y reforzar la identidad.
Flexibilidad	Se vincula directamente con la capacidad del espacio para ajustarse a diferentes tipos de usuarios, momentos del día, número de personas, usos cambiantes o nuevas tecnologías.	Un espacio flexible permite que el local evolucione sin perder coherencia, maximizando su rentabilidad y alcance de experiencias.
Bienestar	El diseño se regirá y estará centrado en el bienestar físico y emocional de los usuarios, promoviendo ambientes cómodos, ventilados, ergonómicos y sensorialmente agradable	Un espacio cómodo y saludable mejora la permanencia, la experiencia sensorial y la percepción positiva del lugar, aumentando la fidelización. Esto incluye la mejora de la iluminación, una ventilación adecuada, un mobiliario ergonómico, un espacio acústicamente agradable, el uso de biofilia, entre otros.

Fuente: Elaboración propia

A partir de la tabla 9, se derivan los principios rectores que orientarán el desarrollo de la investigación y la propuesta de diseño interior, con base a la revisión de bibliografía que constituye el estado de la cuestión.

ESTADO DE LA CUESTIÓN

2.1.1. La Experiencia del usuario

Se entiende como la capacidad del espacio de involucrar al comensal de manera sensorial, emocional, cognitiva y conductualmente, promoviendo memorias, conexión emocional y satisfacción más allá de lo puramente funcional Pérez (2019). Según Albín (2023) como se citó en Lazarte (2023), una experiencia es aquello que todo producto o servicio pretende ofrecer y que se caracteriza por tener tres momentos claramente definidos: antes, durante y después, en los cuales el usuario cuenta una historia a sus clientes, una “experiencia”.

En la actualidad, la noción de experiencia del usuario ha ganado protagonismo, no solo en marketing digital, sino también en el diseño de restaurantes físicos. Motowilowa (2024) demostró en su trabajo de investigación sobre entornos gastronómicos inmersivos, que el diseño interior influye directamente en la percepción del servicio y sobre las emociones del comensal. A través de un análisis comparativo entre distintos modelos de restaurantes temáticos en Europa, la autora identificó que factores como la iluminación ambiental, la acústica, la disposición del mobiliario y la coherencia estética tienen un impacto significativo en la construcción de experiencias memorables.

En un entorno comercial donde la fidelización del cliente y la construcción de comunidad dependen en gran medida de la calidad de las interacciones espaciales, resulta prioritario diseñar ambientes que estimulen los sentidos, faciliten la orientación, promuevan la comodidad, y transmitan la identidad artesanal que promueve el local.

Lazarte (2023), indica que el diseño o ambiente pueden inspirar respuestas positivas en los consumidores, por lo que el ambiente del restaurante, así como otros elementos atmosféricos, no solo

podrían atraer consumidores, sino reafirmar en ellos la potencial experiencia segura de consumo.

Esto implica pensar cada elemento del diseño desde el recorrido hasta el mobiliario, desde la iluminación hasta los acabados, como parte de una narrativa coherente que permita al usuario sentirse parte del espacio. Por otra parte, Designar (2025) indica que el enfoque de diseño experiencial, enfatizado que los entornos deben involucrar al usuario en niveles sensoriales, cognitivos, emocionales, sociales y conductuales, mientras que, Mesher (2021) nos dice que la iluminación es crucial: genera atmósferas variables diurnas y nocturnas y realza la apariencia visual de los alimentos.

Además, en la misma línea, Restaurant Dive (2024) señala que el uso de realidad aumentada permite personalizar los espacios al superponer elementos digitales en el entorno real, ofreciendo una experiencia visual inmersiva para la decoración y diseño, concluyendo que esta herramienta no solo mejora la calidad pragmática y hedónica de la experiencia, sino que también reduce la percepción del tiempo de espera y genera un sentido de propiedad psicológica. Esta investigación confirma que intervenir en la atmósfera tiene un impacto directo en la satisfacción y la fidelización del usuario, reforzando el principio de experiencia a través de estímulos sensoriales y cognitivos.

El trabajo de Vidali (2020) muestra la capacidad del diseño para activar emociones como placer, excitación y control de elementos que inducen comportamientos de acercamiento y permanencia en el restaurante, integrando conexiones afectivas, memorísticas y simbólicas que moldean los comportamientos y recorridos.

2.1.2. La flexibilidad

Como lo indica Mesher (2011), la flexibilidad en el espacio interior de restaurantes se define como la capacidad del espacio para adaptarse dinámicamente a distintos usos, horarios, normativas y perfiles de usuarios, mediante layouts reconfigurables, mobiliario modular y zonas polivalentes. Este principio adquiere relevancia en un contexto empresarial caracterizado por demandas cambiantes, necesidades sanitarias y una creciente exigencia de rentabilidad espacial.

Durante la pandemia de COVID-19, la investigación y la práctica profesional enfatizaron esta capacidad adaptativa. TNI Group (2025) desarrolló un modelo matemático para optimizar comedores bajo distanciamiento social, demostrando que el mobiliario modular y separadores móviles posibilitan mantener la capacidad operativa sin comprometer la seguridad sanitaria.

En cuanto a lo que explica Babur (2021) evidencia la necesidad de crear diseños adaptables: asientos móviles, cabinas de alta protección y particiones discretas, estos elementos permiten alternar entre experiencias íntimas y colaborativas sin perder la coherencia ambiental. Beyda (2024) refuerza esta tendencia; sostiene que los muebles móviles, optimizan el flujo y permiten variar la densidad de ocupación según requerimientos funcionales.

La flexibilidad de los espacios a diferentes usos, horarios, grupos de usuarios y dinámicas operativas se vuelve crucial en un contexto de cambio constante como el que atraviesan hoy los espacios comerciales. TNI Group (2025) advierte que, estos espacios tenderán a integrar mobiliario reclinable, paredes retráctiles, y layouts que soporten una transición fluida entre

brunch, cenas y eventos especiales.

Por su parte, Klemt (2023) subraya que la flexibilidad en cocinas y áreas de servicio favorecen la capacidad de respuesta ante variaciones del menú o la normativa. Estas estrategias permiten que los espacios sean reutilizables y resilientes, congruentes con el principio de flexibilidad. En sintonía, el estudio de 4 SPACE (2020) fomenta una filosofía de diseño transformacional, con materiales movibles, vidrios, divisiones curvas, que permiten alternar entre un ambiente íntimo y uno más abierto sin sacrificar la identidad espacial. Martin (2022) añade que las mesas plegables, sofás modulares otorgan control al usuario sobre la capacidad de transformación y distribución del espacio, evitando inversiones estructurales por cada nueva función.

Incluso, Loman AI (2024) observa la integración de elementos naturales que apoyan la adaptabilidad: murales vegetales móviles, pérgolas retráctiles, y zonas interiores que se extienden hacia el exterior según clima y demanda.

2.1.3. El bienestar

En el diseño actual de restaurantes, el principio de bienestar ha dejado de ser un elemento periférico para convertirse en una prioridad estratégica (Genster, 2018). Esta evolución obedece tanto a una creciente conciencia sobre la salud y la sostenibilidad, como a la necesidad de atraer y retener usuarios mediante espacios que promuevan confort físico, psicológico y ambiental. Este concepto, entendido en un sentido amplio implica considerar parámetros como la ergonomía, la acústica, la iluminación natural y artificial, la calidad del aire, y la estética como factores que influyen directamente en la percepción del espacio y, por ende, en la permanencia, productividad y satisfacción de quienes lo habitan.

El bienestar se articula con valores contemporáneos de accesibilidad e inclusión, lo que refuerza el compromiso ético del diseño con la diversidad de cuerpos, capacidades y necesidades. Kansal (2024) encontró que, integrar luz natural, vegetación y materiales orgánicos como la madera y el bambú en espacios interiores comerciales como los restaurantes, aumentan la duración de estancia del cliente y mejora su estado emocional, evidenciando una relación positiva en su estancia.

Obeidat (2022) indica que estos materiales, generan una atmósfera de confort físico y emocional, mejora la percepción de salud y privacidad y reduce emisiones nocivas. Estos resultados confirman que los materiales y la ambientación influyen directamente en la experiencia del bienestar del usuario. Ancill (2023) analiza cómo el diseño biofílico con plantas vivas, gestionan de forma natural el ruido, purifican el aire, reducen el estrés y propician una atmósfera relajante, sin sacrificar la rentabilidad. En el mismo sentido, Robertson (2023) destaca que las plantas no solo mejoran la calidad del aire, sino que también actúan como barreras acústicas naturales, disminuyendo la fatiga vocal en personal y ruido excesivo para los clientes.

Por otra parte, la normativa municipal técnica vigente del GAD Municipal de Cuenca (2022) establece requisitos específicos para locales comerciales, especialmente cuando su área supera los 200 m², deben contar con salidas de emergencia. Dichas salidas deben responder a las siguientes características:

- * Tener puertas abatibles hacia el exterior, con resistencia al fuego mínima de una hora.
- * Contar con señalización luminosa reglamentaria de color verde con letras blancas.

- * Una segunda puerta de emergencia por cada tramo adicional de 200 m².
- * Mantener ancho libre mínimo de 1,20 m por cada 200 usuarios
- * Puertas de emergencia con apertura hacia el exterior, libres de obstáculos como cadenas o cerrojos
- * Vías de evacuación sin pendientes excesivas, con máxima longitud de recorrido de 25 m entre salidas

La integración de estas disposiciones normativas permite que el mobiliario y la configuración espacial no interfieran en las rutas de evacuación. (Ministerio del Interior del Ecuador, 2009).

Para concluir, Nessbach (2025) de igual manera, manifiesta que un buen diseño no se trata solo de lo que se ve, sino de lo que se siente. Los mejores espacios no solo lucen impresionantes; estimulan todos los sentidos y promueven no solo la estética, sino también aspectos como, el control acústico, iluminación circadiana y vegetación interior que contribuyen a crear un entorno saludable y emocionalmente reparador.

Por tanto, se desprende una visión integrada que coloca al usuario en el centro del proceso proyectual. Estos tres aspectos no funcionan de manera aislada, sino que se entrelazan para generar espacios gastronómicos contemporáneos capaces de adaptarse, emocionar y cuidar.

Los principios rectores definidos para este proyecto, que son: Experiencia de Usuario, Flexibilidad, Bienestar, no solo organizan conceptualmente el proyecto, sino que se traducen en directrices concretas para la toma de decisiones a lo largo del proceso proyectual. Constituyen una guía crítica para definir jerarquías espaciales, y evaluar el impacto de cada acción sobre el usuario y el entorno.

2.2 Estrategia de Marketing Aplicada al Espacio

La definición de una estrategia de marketing vinculada al espacio físico de LACRAFT BEER GARDEN requiere comprender el contexto competitivo en el que la marca se desenvuelve.

Entre los competidores más importantes de la marca en la ciudad, se encuentran las cervecerías: La Maltería, Chill and Chela y Golden Prague, cada uno con propuestas particulares que han sabido posicionarse en segmentos específicos del público.

Frente a este escenario, LACRAFT BEER GARDEN enfrenta el reto de consolidar su identidad y mantener su atractivo, no solo a través de la calidad de su producto, sino mediante un uso estratégico del diseño interior y la configuración espacial.



2.2.1 Competencia

En las Figuras 21, 22 y 23 se presenta el análisis de las características de tres establecimientos competidores: La Maltería, Chill & Chela y Golden, todos ellos especializados en la comercialización de cerveza artesanal. En dichas figuras se detallan las principales fortalezas y debilidades de cada uno, con el fin de identificar oportunidades y referencias que sirvan como insumo para el desarrollo del proyecto.



Figura 21. La Maltería
Fuente: Elaboración propia

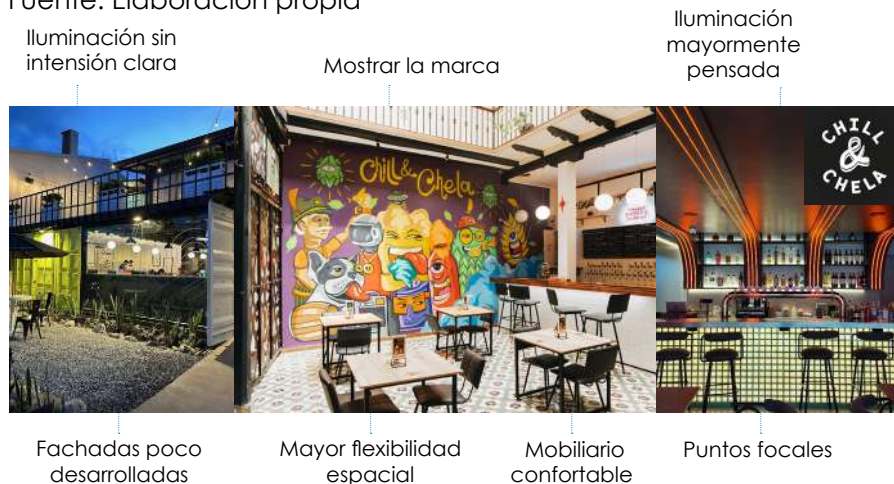


Figura 22. Chill & Chela
Fuente: Elaboración propia



Figura 23. Golden Prague
Fuente: Elaboración propia

2.2.1 Diferenciación

LACRAFT BEER GARDEN se posiciona como una cervecería con estilo europeo contemporáneo, que prioriza la experiencia del usuario, la transparencia del proceso productivo, la inclusión social y generacional. A diferencia de su competencia como lo es Golden Prague, que presenta un estilo más formal y tradicional, y de La Maltería, con un enfoque más nocturno y de entretenimiento, LACRAFT BEER GARDEN ofrece un espacio híbrido entre cervecería, restaurante y experiencia social, lo cual amplía su espectro de clientes y lo hace más deseable para públicos diversos.

Estas características se las pueden ver descritas en la siguiente Tabla 10, donde se presentan las debilidades de la competencia y las oportunidades que tiene LACRAFT BEER GARDEN para diferenciarse.

Tabla 10. Diferenciación de LaCrafft frente a la competencia

Aspecto	Debilidades de la competencia	Oportunidades de diferenciación para LaCrafft
Narrativa espacial	Carecen de una narrativa espacial clara o intencionada.	LaCrafft desarrolla una experiencia progresiva desde la fachada hasta el interior, revelando su identidad artesanal e inclusiva.
Valor cultural	Propuesta sin anclaje a lo local o sin conexión con el contexto ecuatoriano.	LaCrafft reinterpreta ingredientes y técnicas culinarias locales en una propuesta internacional de fácil acceso y alto valor.
Materialidad	Uso de materiales modernos o decorativos sin coherencia con el concepto del lugar.	LaCrafft emplea materiales honestos: hierro, concreto, madera en bruto, con un enfoque industrial-rústico coherente.
Iluminación	Iluminación estándar o sin intención ambiental.	LaCrafft utiliza iluminación cálida que genera atmósferas acogedoras y auténticas.
Diseño de mobiliario	Mobiliario funcional pero genérico, sin identidad de marca o enfoque experiencial.	Mobiliario europeo largo, diseñado para compartir y generar comunidad.
Decoración	Enfoque temático o genérico, con elementos visuales sin cohesión conceptual.	LaCrafft incorpora una estética coherente con su identidad: sobriedad, diseño industrial, detalles auténticos.

Fuente: Elaboración propia

2.2.3 Propuesta de valor:

LACRAFT BEER GARDEN ofrece una experiencia gastronómica auténtica y multisensorial en un espacio abierto, inclusivo y accesible, inspirado en las tradicionales Beer halls europeas y americanas. Su valor radica en fomentar la conexión humana en un ambiente sin barreras sociales, donde los clientes pueden compartir, relajarse y sentirse parte de una comunidad. A través de una cocina abierta, materiales honestos y un diseño industrial rústico, el espacio comunica transparencia, calidad artesanal y sostenibilidad.

“Un amigo, una cerveza y mil recuerdos”

2.2.4 Público objetivo (Target):

Actualmente, LACRAFT BEER GARDEN ha identificado una oportunidad de diseño orientada a tres perfiles de usuarios específicos, estas se detallan en las Tablas 11, 12 y 13 que sirven para identificar las necesidades y expectativas que los usuarios buscan satisfacer.

1. Empleados: requieren mejoras sustanciales en su zona de trabajo para optimizar las condiciones laborales y la eficiencia operativa.

2. Parejas (entre 23 y 35 años): buscan un espacio más íntimo y personalizado, adaptado a las necesidades y visión del propietario.

3. Jubilados (entre 65 y 70 años): este grupo valora una atmósfera acogedora, un diseño con identidad, la calidad del producto y la posibilidad de disfrutar momentos de conexión personal dentro de un entorno cálido.

Esta información fue recopilada en campo y proviene de una entrevista con Sarmiento (comunicación personal, 14 de mayo de 2025).

Tabla 11. Usuario objetivo 1

USUARIO OBJETIVO 1	
	
Perfil	Chef principal en LaCraft
Nombre ficticio	Sebastián
Edad	32 años
Cargo	Chef principal en LaCraft
Jornada	Turno completo (medio día a noche), 5 a 6 días por semana
Motivación personal	Sentirse cómodo y eficiente.. Desea trabajar en un ambiente
Estilo de trabajo	Organizado, dinámico, colaborativo. Alta atención al detalle y al ritmo de servicio. Necesita un flujo fluido entre cocina, bodega y zona de despacho.
Necesidades de diseño interior	- Cocina ergonómica con zonas claramente definidas - Circulación fluida - Ventilación eficiente - Iluminación funcional en zonas de trabajo - Materiales durables - Área de descanso breve y separada para el personal.
Frustraciones	Espacios reducidos, recalentamiento, ruido excesivo, falta de organización en zonas compartidas con otros empleados.
Oportunidades de mejora	Incluir lockers o mobiliario de descanso, diseño acústico que mitigue el ruido de cocina, accesos rápidos y seguros.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12. Usuario objetivo 2

USUARIO OBJETIVO 2	
	
Perfil	Oficinista con su pareja
Nombre ficticio	Andrés y Camila
Edad	32 y 34 años
Ocupación	Ingeniero y Contadora
Origen	Locales urbanos
Frecuencia de visita	1 vez por semana
Gasto promedio	\$25 – \$30 por pareja
Motivación de visita	Desconectar de la rutina laboral y compartir en pareja.
Estilo de vida	Urbano, profesional, activo
Necesidades de diseño interior	- Mesas con privacidad- Iluminación cálida y puntual- Visuales al bar o proceso cervecero- Materiales contemporáneos.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13. Usuario objetivo 3

USUARIO OBJETIVO 3	
	
Perfil	Jubilado
Nombre ficticio	Robert
Edad	68 y 65 años
Ocupación	Jubilados profesor
Origen	Extranjeros residentes en Cuenca
Frecuencia de visita	2 veces por semana (especialmente miércoles)
Gasto promedio	\$25 – \$30 por pareja
Motivación de visita	Disfrutar un ambiente tranquilo y socializar
Estilo de vida	Tranquilo, cultural, comunitario
Necesidades de diseño interior	- Buena accesibilidad- Acústica adecuada- Mesas cómodas y estables- Iluminación natural y tenue- Detalles artesanales y locales.

Fuente: Elaboración propia

2.3 Estrategia Creativa comercial

En LACRAFT BEER GARDEN, la experiencia no se construye solo con espacios y materiales, se construye con historias. Desde que el visitante se acerca a la fachada, comienza un relato: el de volver al origen. Frente a un muro de concreto desnudo y estructuras de hierro forjado, el visitante no encuentra ostentación, sino una invitación honesta a descubrir qué ocurre detrás de esa piel industrial. La curiosidad se activa antes de cruzar el umbral. Y al hacerlo, un golpe de aromas cálidos lo recibe. El olfato despierta recuerdos. El cuerpo, sin saberlo, ya está dentro de una historia sensorial.

Figura 24. Fachada principal/ Ingreso principal de LACRAFT



Fuente: Elaboración propia

2.3.1 Posicionamiento

LACRAFT BEER GARDEN no busca aparentar, sino conectar. la transparencia en el proceso de servir la cerveza y los alimentos. Por un instante, el cliente deja de ser sólo un consumidor para convertirse en testigo.

*** Interacción del usuario:** Al llegar, el cliente es recibido por una fachada sobria y un ambiente abierto que invita a entrar.

*** Impacto sensorial:** Aromas cálidos y una iluminación acogedora refuerzan la sensación de estar en un lugar amigable. Aunque inicialmente puede dudar ante el sistema de mesas compartidas,

pronto se adapta gracias a la atmósfera relajada en una zona un poco más privada. La experiencia se vive como un momento auténtico y social, que invita a volver (D. Sarmiento, comunicación personal, 14 de mayo de 2025).

*** Mapeado del recorrido del cliente:** Examinar el recorrido del cliente, haciendo énfasis en lo que experimentan los usuarios para mejorar su lealtad.

La Figura 26 ilustra el recorrido que realiza el cliente dentro del establecimiento, orientado a propiciar momentos de distracción, espacios para la socialización, vivencias memorables, estrategias de fidelización y una sensación de refugio.

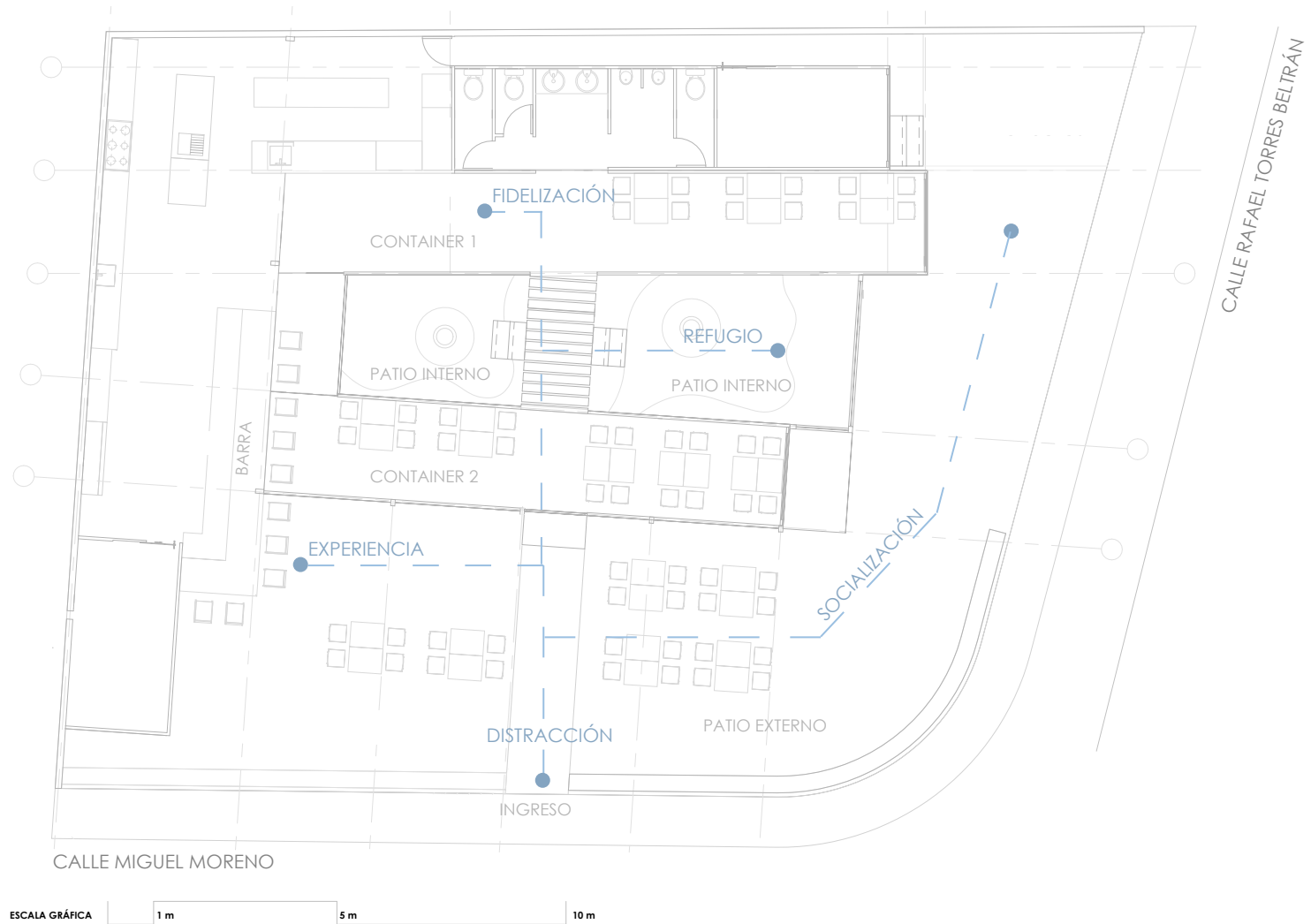
Figura 25. Esquema del Customer Journey map / Cliente



Fuente: Elaboración propia

A continuación, se muestra el recorrido del cliente, sobre el plano del local.

Figura 25A. Costumer Journey map en el plano



Fuente: Elaboración propia

2.4 Estrategia de Diseño Interior

El desarrollo de una estrategia de diseño interior requiere partir de un estudio minucioso de casos y referencias que permitan comprender cómo otros espacios han resuelto necesidades similares. Este análisis no solo enriquece el proceso creativo, sino que aporta insumos técnicos y conceptuales para tomar decisiones fundamentadas.

En esta sección, se presentan los lineamientos que guiarán la propuesta, estableciendo criterios claros en torno a la iluminación, la distribución y disposición del mobiliario, así como el manejo de la materialidad.

En este capítulo se presentan los lineamientos que guiarán la propuesta, estableciendo criterios claros en torno a la iluminación, la distribución y disposición del mobiliario, así como el manejo de la materialidad.

2.4.1 Análisis de referentes

Figura 26. Zona de barra principal



Fuente: ArchDaily

1. Punkraft 2017– Kiev, Ucrania - Arquitectos: ater.architects

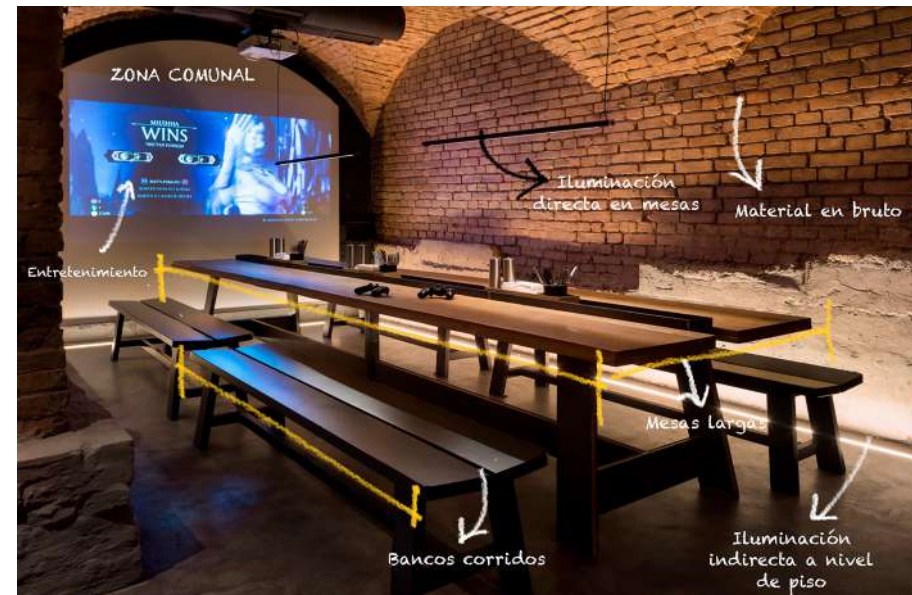
Organización espacial.

Punkraft se distribuye en aproximadamente 215 m² y está diseñado para ofrecer una experiencia versátil sin perder cohesión. El espacio se divide en tres zonas principales:

Zona de barra principal: con una presencia protagonista y frontal, equipada con 24 grifos visibles que exhiben la variedad cervecera.

Área comunal: con mesas largas y bancos corridos, fomenta la interacción entre usuarios, reforzando el concepto de comunidad.

Figura 27. Zona comunal



Fuente: ArchDaily

Zona privada: ideal para conversaciones privadas o reuniones más relajadas, equipada con mobiliario más suave y una ambientación menos iluminada.

Figura 28. Zona privada



Fuente: ArchDaily

Materiales y acabados: El diseño interior del restaurante combina lo bruto y lo cálido para crear una atmósfera industrial acogedora.

La Figura 29. presenta los principales materiales que son:

- * Ladrillo expuesto y muros curvos originales: se conservan las estructuras históricas del edificio, generando autenticidad.
- * Acero laminado y hierro: aportan una estética robusta y contemporánea.
- * Madera de roble en tono cálido: suaviza el impacto industrial,

equilibrando lo visual y lo táctil.

- * Tejidos oscuros y superficies envejecidas: refuerzan la sensación de uso y pertenencia.
- * Metal laminado en frío, hormigón y luz de neón para crear una atmósfera especial y rebelde en la zona del bar.
- * En zonas principales se emplearon materiales más suaves y táctiles para brindar comodidad y un ambiente más íntimo.
- * Arcos de ladrillo originales del edificio histórico, ligeramente restaurados.

Figura 29. Materialidad y mobiliario



Fuente: ArchDaily

Punkraft ofrece una experiencia sensorial fuerte y envolvente. Algunos elementos destacados incluyen:

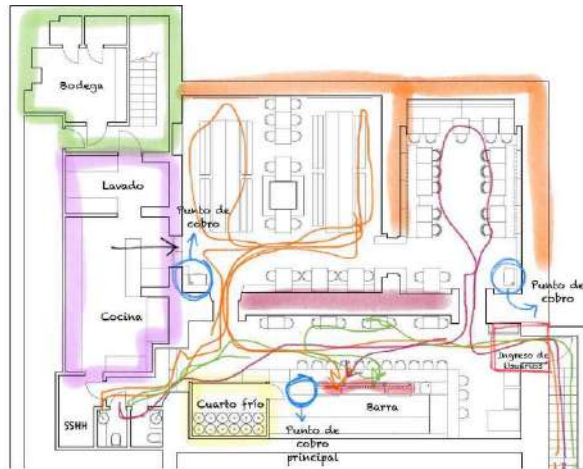
- * Iluminación tenue y cálida: crea una atmósfera íntima, ideal para prolongar la estadía.
- * Cultura cervecera visible: los 24 grifos exhibidos generan transparencia y entusiasmo por el producto.
- * Socialización espontánea: el diseño estimula encuentros no planificados entre usuarios, haciendo del espacio un escenario comunitario.

Figura 30. Iluminación en área comunal



Fuente: ArchDaily

Figura 31. Planta arquitectónica de Punkraft -Recorrido y experiencia



Tipos de usuario:

Grupo de amigos (5 - 10 personas)

Grupo de amigos (3 - 5 personas)

Parejas

Fuente: ArchDaily

2. Deeds Brewing Taproom 2025 -Melbourne, Australia

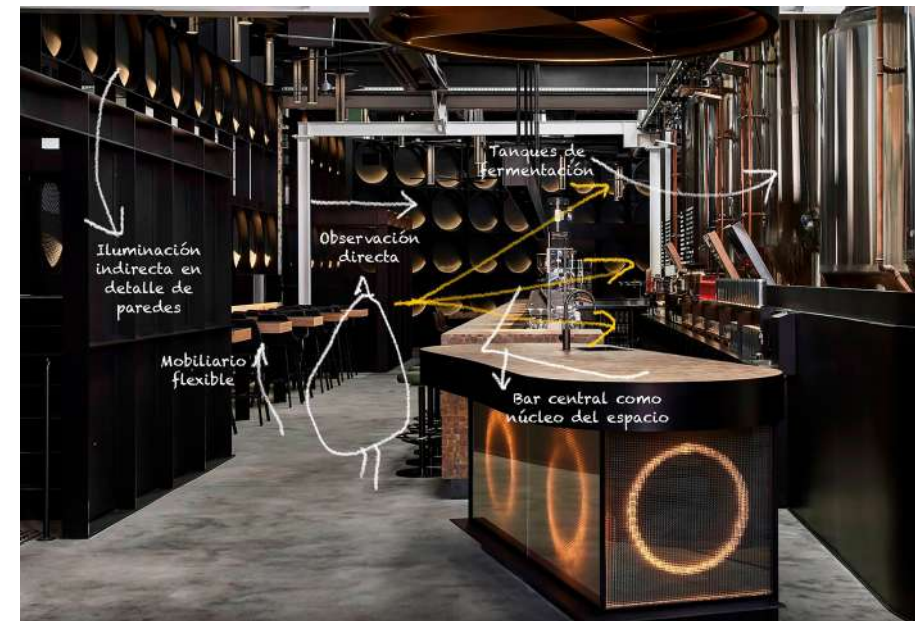
-Arquitecto: Asha Nicolas

Organización espacial

Se ubica, en una antigua concesionaria automotriz, con una planta abierta y doble altura que integra la sala de servicio con la cervecería activa.

El bar central se convierte en el núcleo del espacio, frente a los tanques de fermentación, permitiendo que los visitantes observen el proceso de producción en tiempo real. Se dispone de un área de comedor principal de estilo flexible, con mesas comunitarias y también zonas privadas en el entresuelo para grupos reducidos o catas lo que permite distintos niveles de socialización.

Figura 32. Organización espacial



Fuente: ArchDaily

Materiales y acabados: El diseño pone en valor la estructura industrial: techos industriales tipo diente de sierra que se caracteriza por tener una serie de crestas con esta forma, además posee elementos de acero estructural y muros de ladrillo expuesto. Se añade una segunda piel de malla metálica negra para filtrar visuales y aportar textura.

En contraste, se integran tonos cálidos mediante madera reciclada, vigas usadas convertidas en barras y mesas, y tapicería de gamuza marrón. En cuanto a los elementos circulares como: luces, pantallas, espejo, lámparas tipo anillo remiten a motivos del proceso cervecero, vinculando estética y función.



Figura 33. Materiales y mobiliario de Deeds Brewing Taproom
Fuente: ArchDaily

La experiencia es una inmersión sensorial y emocional. Visualmente, el usuario aprecia el entorno industrial con un aire sofisticado.

El diseño acústico cuida el confort sonoro en un espacio amplio. El bar con 28 grifos y tanques integrados crea una atmósfera de participación del visitante en la producción. La iluminación teatral, la presencia de barricas y recorridos transparentes hacia la zona de producción consolidan una experiencia inmersiva, auténtica y narrativa.

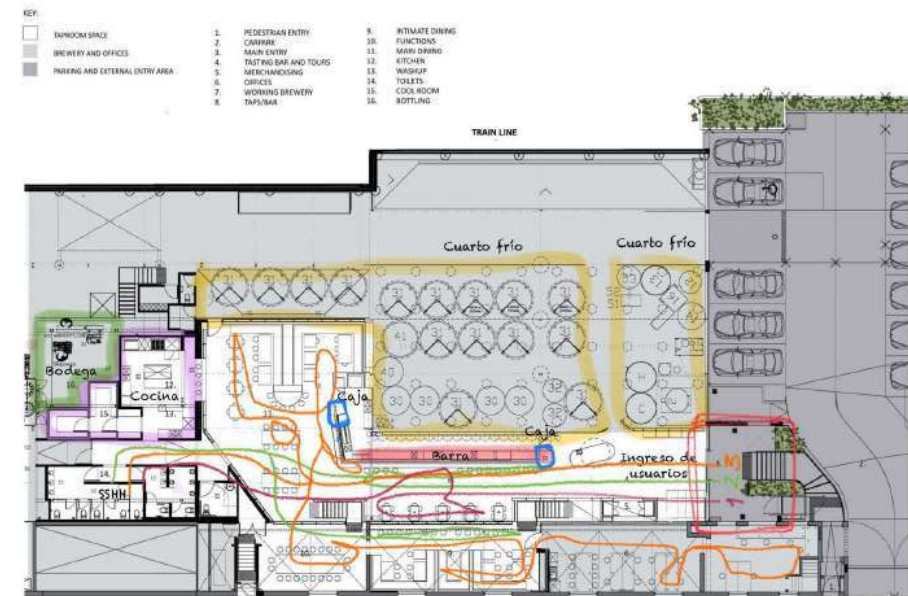


Figura 34. Planta arquitectónica de Taproom - Recorrido y experiencia
Fuente: ArchDaily

Tipos de usuario:

Grupo de amigos (5 - 10 personas)

Grupo de amigos (3 - 5 personas)

Parejas

3. Destilería Old Dominick -2017 - Memphis, EEUU -Arquitecto:

Looney Ricks Kiss

Organización espacial

Old Dominick ocupa aproximadamente está ubicado en un antiguo almacén industrial. El diseño articula una experiencia fluida entre áreas públicas y de producción:

* Recepción y lobby: contruidos frente a muros de vidrio que permiten visibilidad directa al proceso de destilación, estableciendo una conexión inmediata entre producción y experiencia del visitante

* Taproom/bar y áreas de degustación: dispuestas en planta baja, alrededor del núcleo de producción, lo que permite que el público observe tanques y barriles en producción mientras consume .

* Segundo nivel multifuncional: áreas para eventos privados, reuniones comunitarias y catas reservadas, adaptando el espacio según la escala del evento .

* Circulación secuencial: paseos guiados que acompañan al visitante a través del proceso productivo.



Figura 35. Organización espacial

Fuente: ArchDaily

Materiales y acabados: El proyecto destaca por una mezcla de elementos industriales originales con toques artesanales y sostenibles:

Estructura de almacén: acero expuesto, grandes ventanales de acero

Materiales antiguos y reciclados: uso de restos de barriles de roble como revestimiento y acentos decorativos, que refuerzan la narrativa del legado cervecero

Integración de equipos de destilación: alambiques en cobre y acero inoxidable, no solo funcionales, sino también expresivos como elementos visuales centrales.

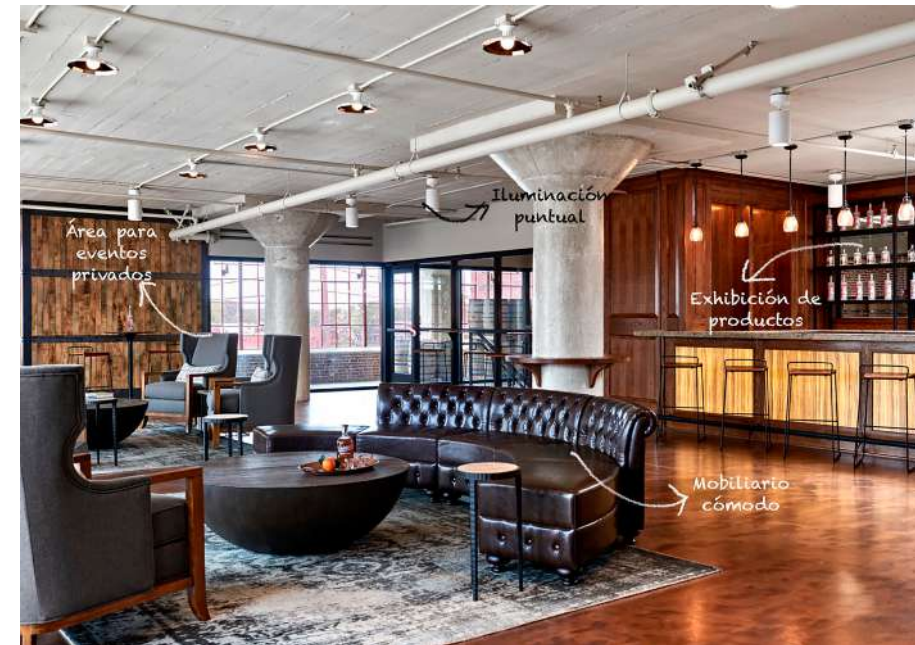


Figura 36. Materiales y mobiliario de la Destilería Old Dominick

Fuente: ArchDaily

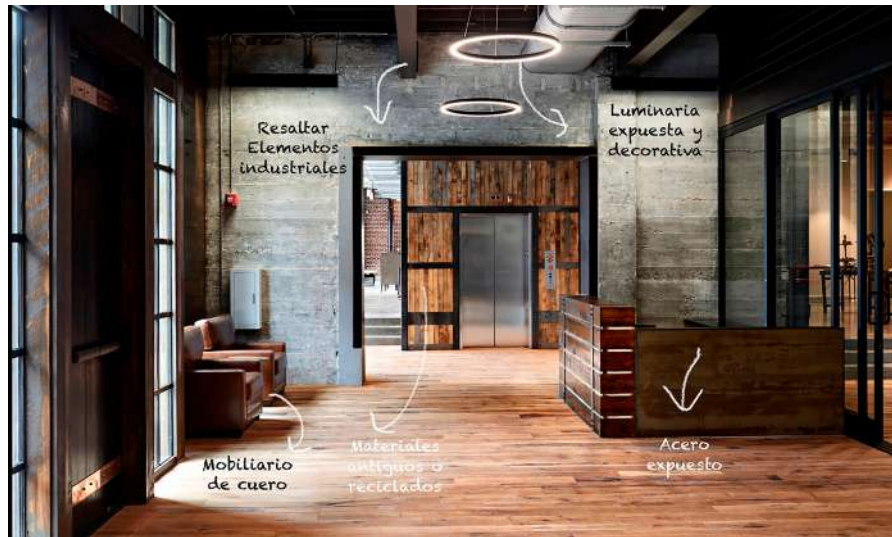


Figura 37. Recepción e ingreso de visitantes
Fuente: ArchDaily



Figura 38. Zona de experiencia y degustación
Fuente: ArchDaily

Narrativa emocional: el storytelling arquitectónico sobre el legado y la historia local se transmite tanto en los materiales como en la narrativa del recorrido.

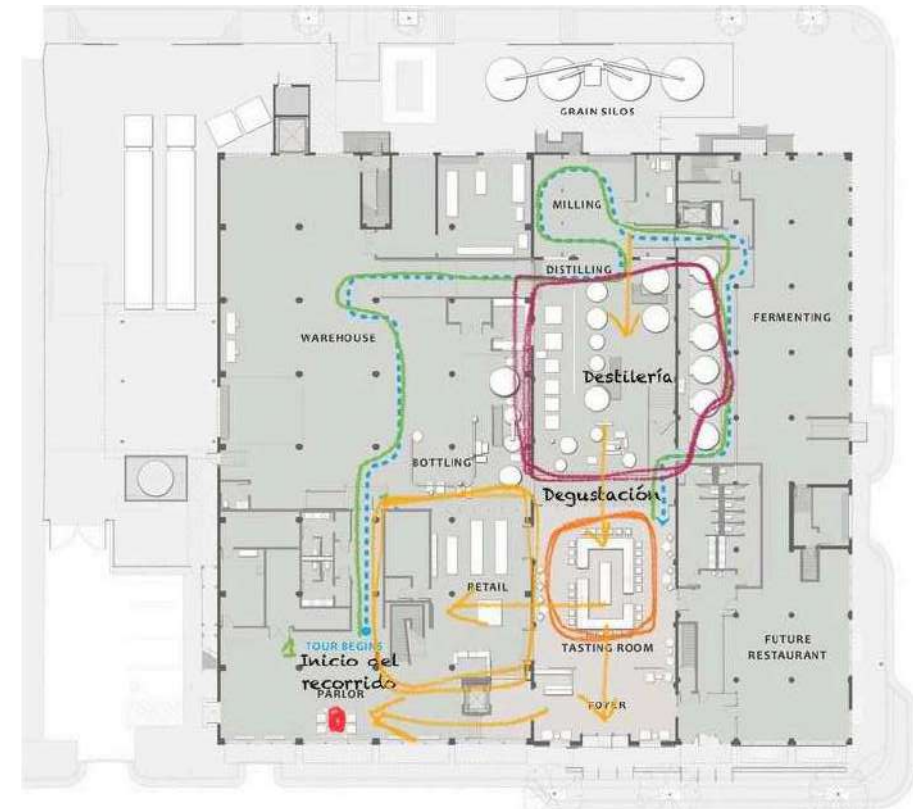


Figura 39. Planta arquitectónica de Destilería Old Dominick- Recorrido y experiencia
Fuente: ArchDaily

Tipos de usuario:

Zona de degustación

Zona de destilería

Recorrido tour experiencial

4. Zona retail

Tabla 14. Características a destacar de cada referente para la propuesta de diseño en LACRAFT BEER GARDEN.

1 Punkraft – Kiev Espacio social: • Presencia protagonista • Zona privada: eventos privados Materiales y acabados: • Ladrillo expuesto y muros curvos originales • Acero laminado y hierro • Tejidos oscuros y superficies envejecidas Mobiliario: • Equipada con mobiliario más suave • Mesas largas y bancos corridos, fomenta la interacción entre usuarios Iluminación: • Una ambientación menos iluminada • Uso de varias capas, principalmente difusa	2 Deeds Brewing Taproom Espacio social: • Bar central como núcleo del espacio • Visitantes observen el proceso de producción en tiempo real. Materiales y acabados: • Techos industriales • Acero estructural y ladrillo expuesto. Mobiliario: • Área de comedor principal flexible, con mesas comunitarias • Cata Iluminación: • Iluminación teatral • Uso de varias capas, principalmente difusa • Iluminación decorativa	3 Destilería Old Dominick Espacio social: • Visibilidad directa al proceso de destilación • Áreas para eventos privados • Reuniones comunitarias • Catas reservadas Materiales y acabados: • Grandes ventanales • Uso de restos de barriles de roble como revestimiento y acentos decorativos • Como narrativa del recorrido. Mobiliario: • Equipada con mobiliario de estilo industrial, capitoneados. Iluminación: • El storytelling arquitectónico sobre el legado y la historia local • Guía el recorrido
--	--	---

Fuente: Elaboración propia

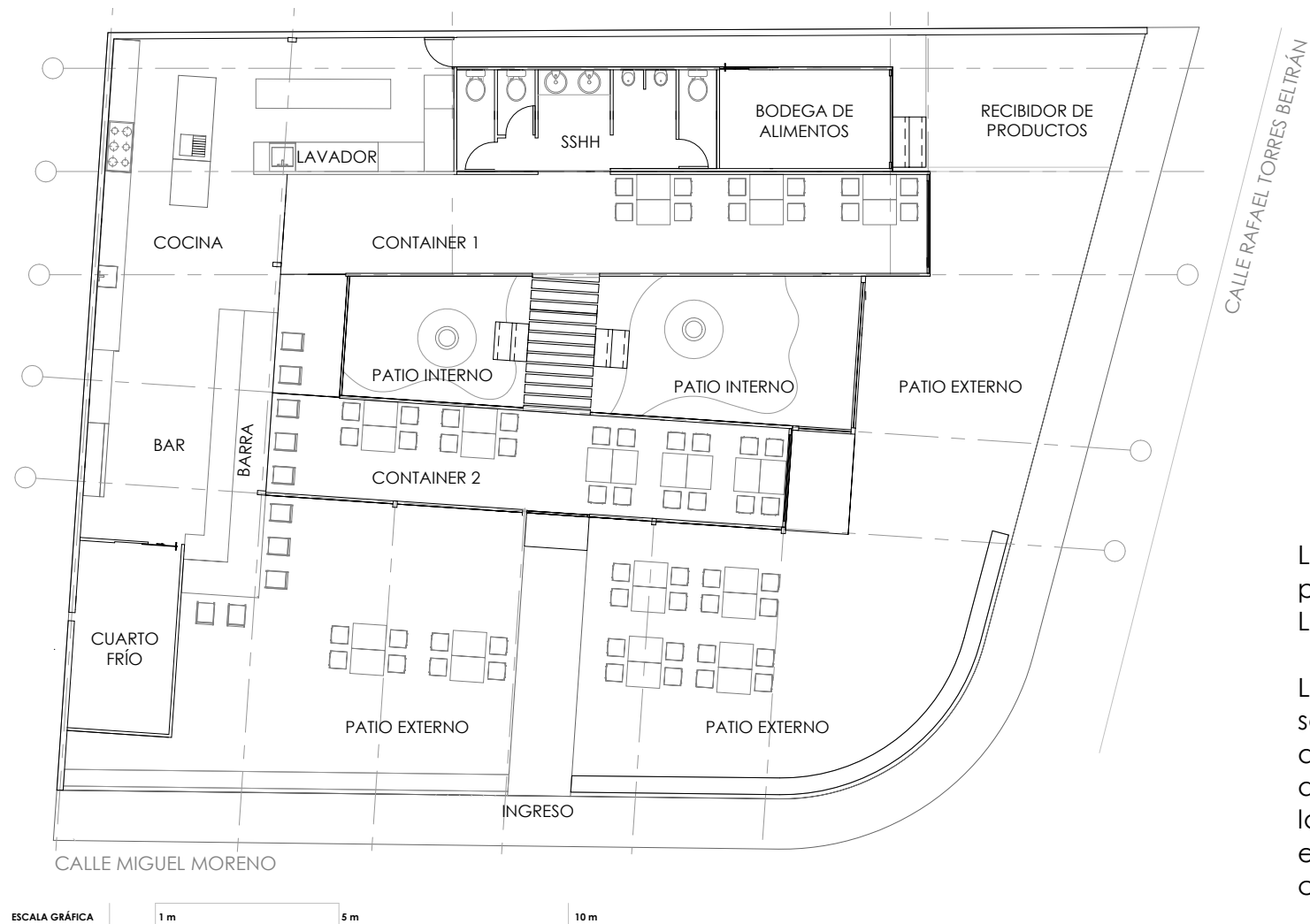
2.4.2 Análisis espacial del Estado actual

En esta sección se desarrolla el análisis del estado actual de la zona conflictiva de rango alto, correspondiente a un área de 189.02 m² la cual se plantea resolver sin despreciar, ni desvincular la propuesta del entorno general del proyecto. Esta zona demanda mayor atención, dado que el propietario ha solicitado una redistribución eficiente, con el fin de optimizar su funcionamiento.

Tras la investigación del estado actual, previamente desarrollado, se determinó que esta zona constituye un punto crítico de intervención dentro del espacio.

En concordancia con la filosofía de Lacraft, orientada a ofrecer un producto de calidad y experiencias diferenciadas, el diseño interior se plantea como una herramienta para revalorizar y potenciar aquellas áreas que actualmente presentan un nivel conflictivo elevado, con el objetivo de transformarlas en espacios funcionales que estén alienados con los objetivos de la marca.

Figura 40. Planta Estado actual de LACRAFT



La figura 40. muestra el plano de estado actual de LACRAFT BEER GARDEN.

La situación más crítica se concentra en las áreas de trabajo del personal, donde la distribución y las dimensiones limitan la eficiencia operativa y el confort laboral.

Fuente: Elaboración propia

Zonificación

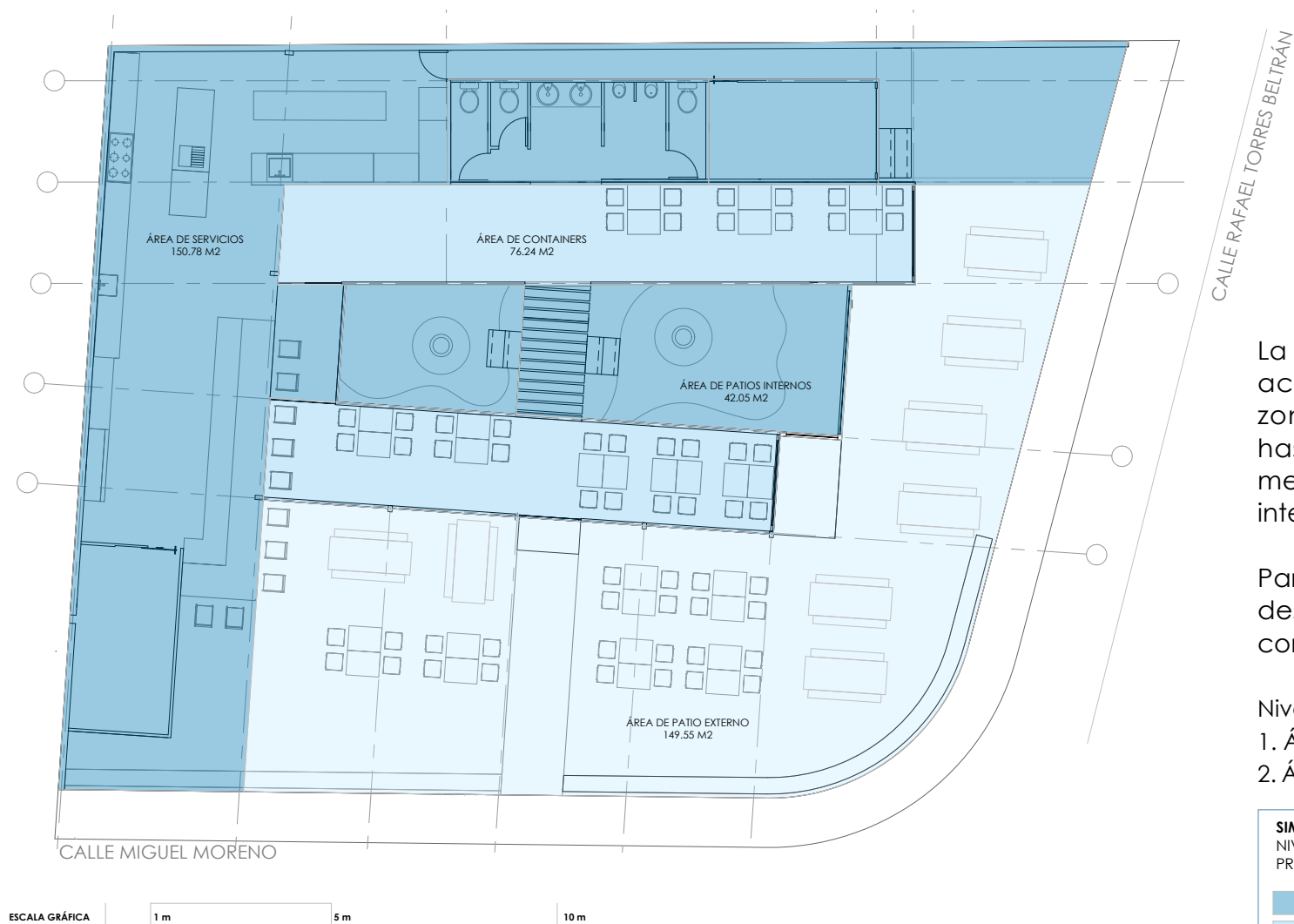


Figura 41. Zonificación del Estado actual de LACRAFT
Fuente: Elaboración propia

La Figura 41. muestra el estado actual del local desde las zonas de menor problema hasta aquellas con un nivel medio y alto de prioridad de intervención.

Para el caso de **Rediseño**, se desarrollará el área marcada como nivel conflictivo alto.

Nivel conflictivo alto= 192.83 m2

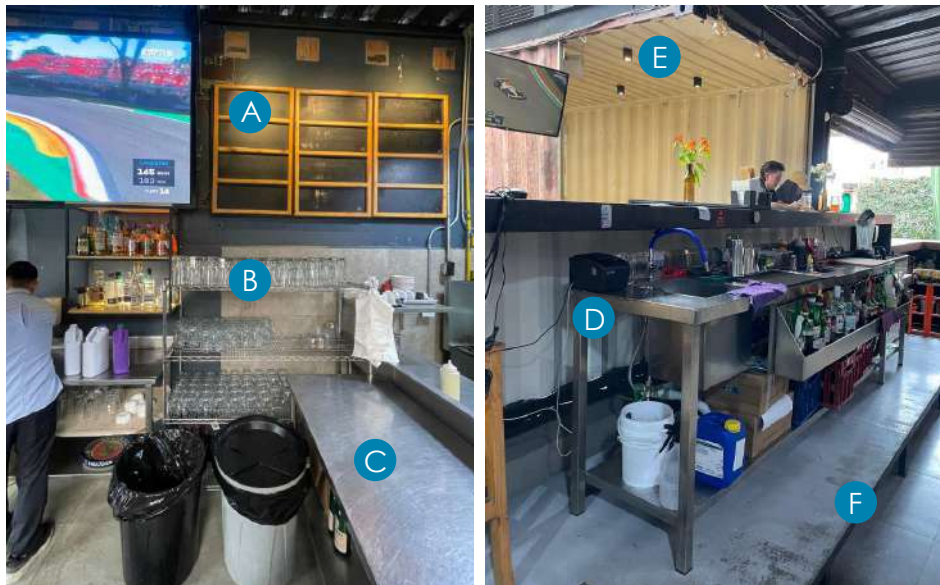
1. Área de servicios: 150.78 m2
2. Área de patios internos: 42.05 m2

SIMBOLOGÍA	
NIVEL CONFLICTIVO PRIORITARIO	
	ALTO
	MEDIO
	BAJO

Análisis fotográfico de las problemáticas actuales

En esta sección se realizará un análisis de las problemas actuales que enfrenta LACRAFT BEER GARDEN, con el objetivo de dar una solución espacial a cada uno de los espacios antes mencionados en la Figura 41.

Tabla 15. Análisis del estado actual BARRA



- A. Poca visibilidad del menú y mala ubicación
- B. Falta de organización y mobiliario adecuado para vajilla
- C. Mesas sueltas, sin organización coherente
- D. Barra desorganizada que limita la eficiencia operativa.
- E. Falta de un diseño de iluminación / Espacios planos
- F. Presencia de desniveles conflictivos

Fuente: Elaboración propia

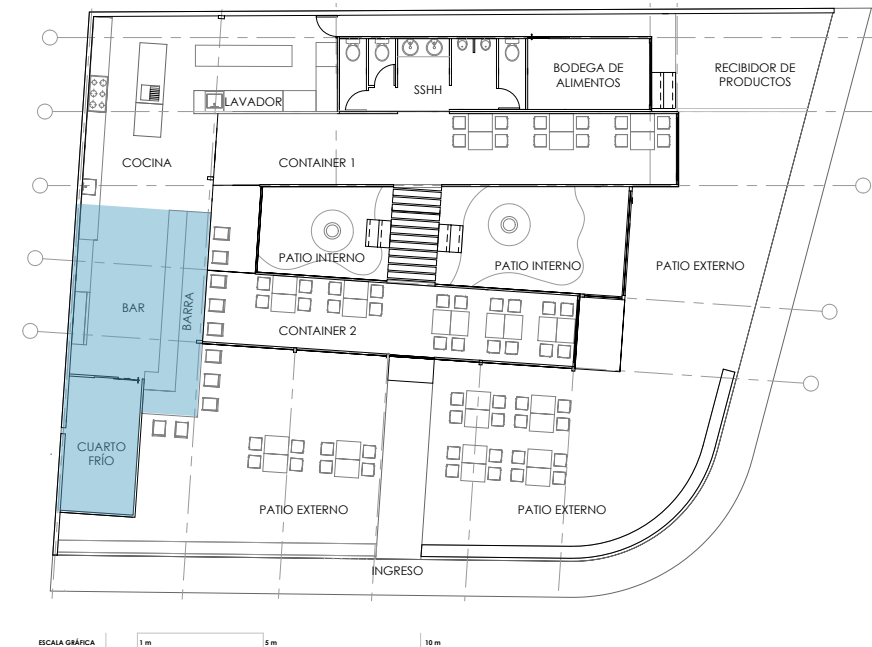


Figura 42. Ubicación en planta: barra actual
Fuente: Elaboración propia

Tabla 16. Análisis del estado actual COCINA ABIERTA



- A. Lavavajilla junto al área de preparación de alimentos
- B. Estantería subutilizada
- C. Electrodomésticos desorganizados
- D. Iluminación general poco eficiente / Espacios planos
- E. Mesas centrales de preparación desorganizadas, no tienen una función clara.

Fuente: Elaboración propia

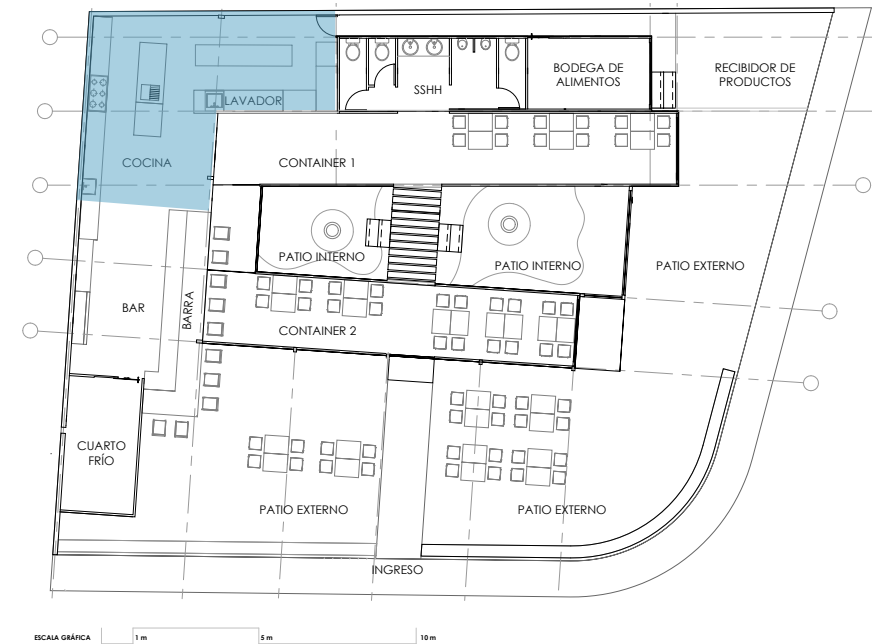
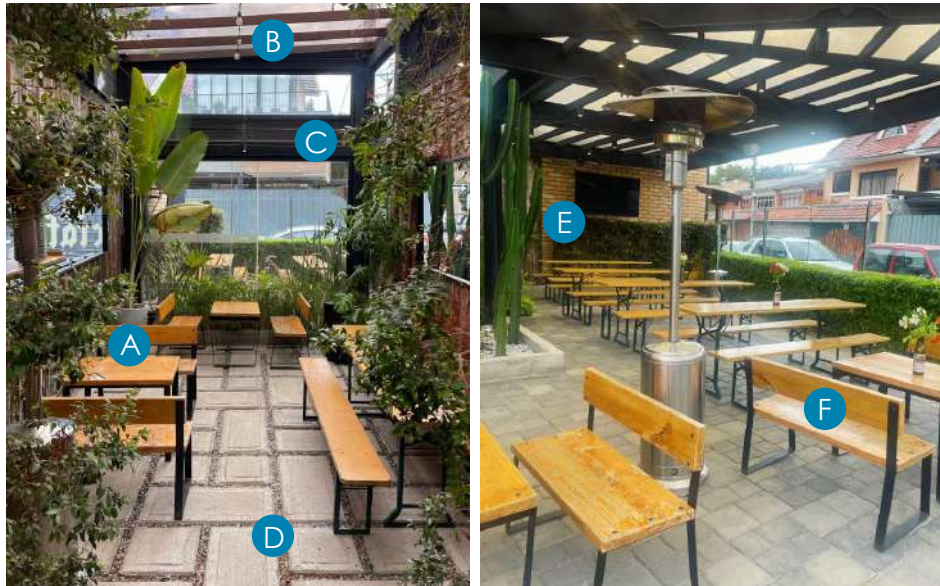


Figura 43. Ubicación en planta: cocina abierta actual
 Fuente: Elaboración propia

Tabla 17. Análisis del estado actual PATIOS



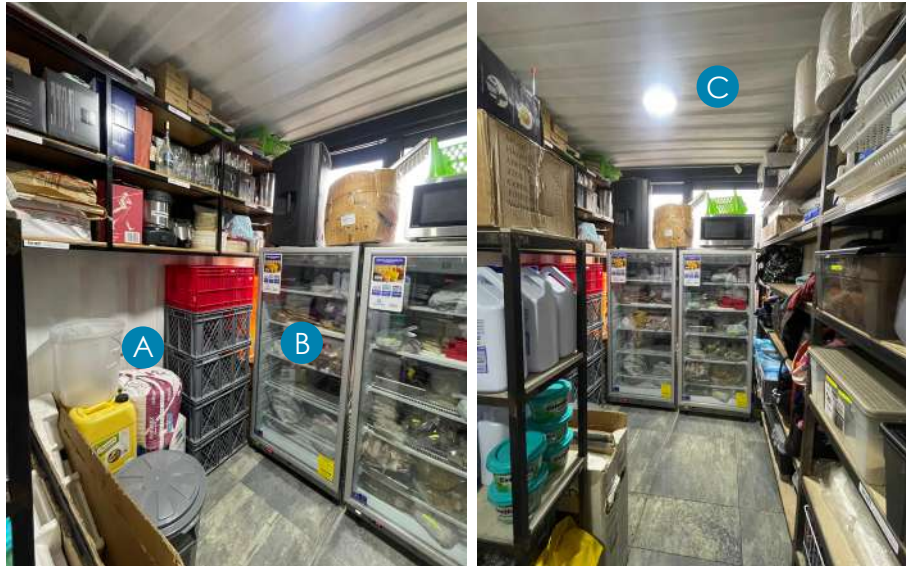
- A. Poca diversidad del mobiliario para diferentes tipos de grupos
- B. Iluminación poco eficiente / Espacios planos
- C. Vegetación apilada sin una intención clara
- D. Espacio que desaprovecha su potencial
- E. Muros generérico con poca intención en el espacio
- F. Mobiliario poco confortable

Fuente: Elaboración propia



Figura 44. Ubicación en planta: patios actual
Fuente: Elaboración propia

Tabla 18. Análisis del estado actual BODEGA



- A. Falta de organización y clasificación de productos
- B. Poco espacio de almacenamiento para refrigeración
- C. Iluminación poco eficiente / Espacio plano

Fuente: Elaboración propia

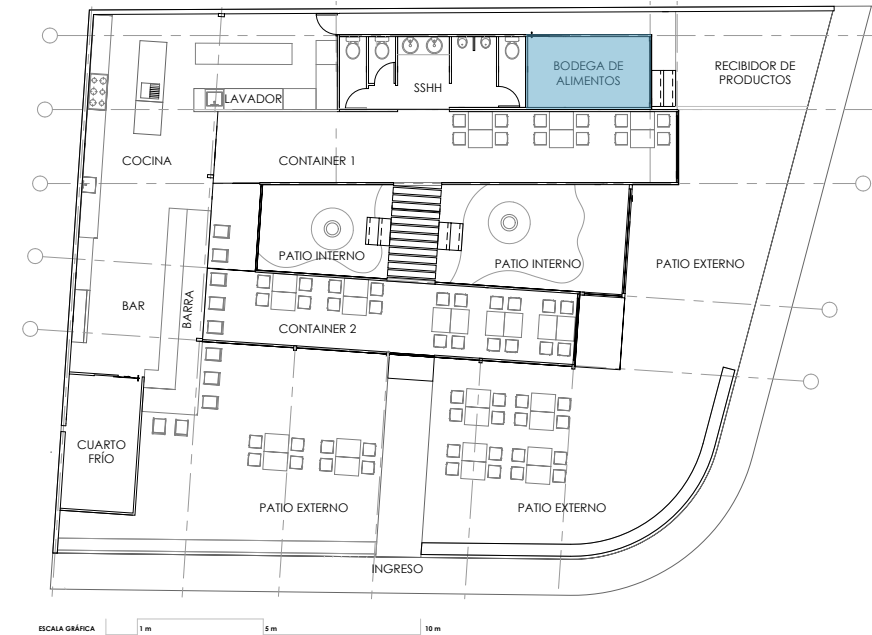
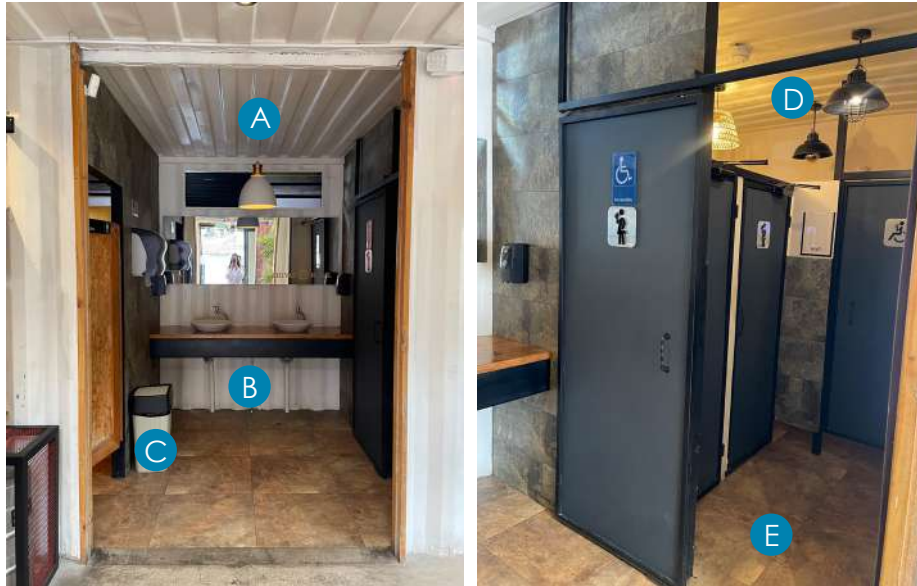


Figura 45. Ubicación en planta: bodega actual
 Fuente: Elaboración propia

Tabla 19. Análisis del estado actual SSHH



- A. Iluminación poco eficiente / Espacios planos y con escasa intención de diseño
- B. Instalaciones sanitarias visibles sin intención de diseño generan un impacto visual desfavorable
- C. Basureros improvisados
- D. Luminarias decorativas no adecuadas para el espacio
- E. Materiales y acabados no corresponden a la identidad de la marca.

Fuente: Elaboración propia

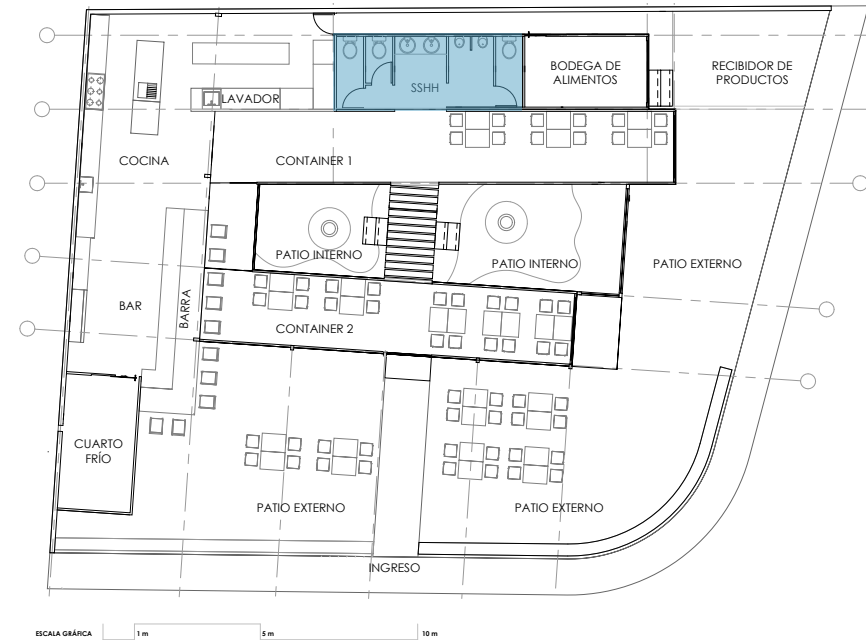


Figura 46. Ubicación en planta: SSHH actual
Fuente: Elaboración propia

Tabla 20. Análisis del estado actual PASILLO



- A. Iluminación ineficiente para los pasillos / Espacio plano
- B. Obstáculos a falta de una bodega general
- C. Salidas de emergencia congestionadas y sin señalética

Fuente: Elaboración propia

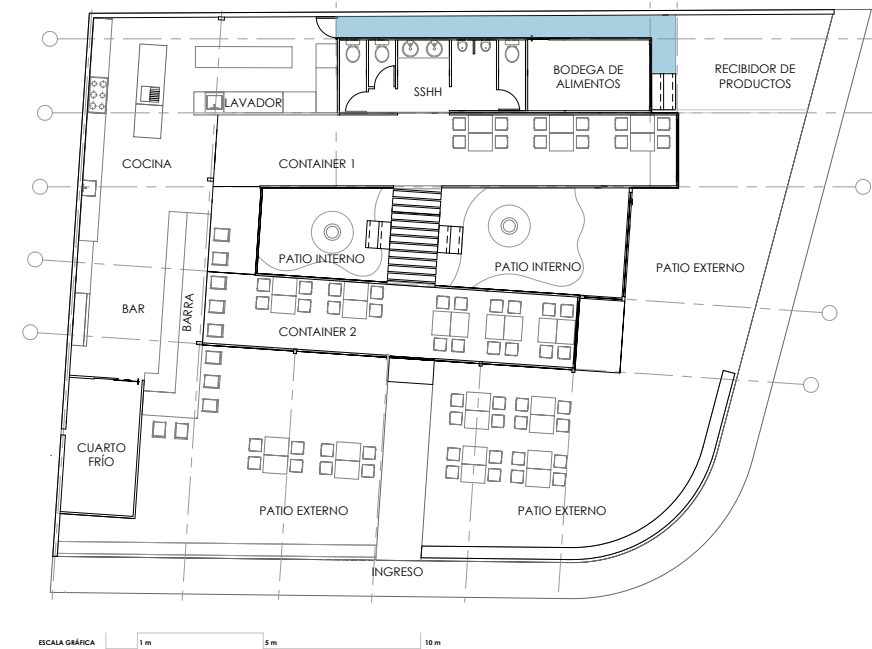


Figura 47. Ubicación en planta: pasillo actual
 Fuente: Elaboración propia

Bocetación inicial

3



Capítulo III: Bocetación inicial

Este capítulo expone la propuesta arquitectónica para LACRAFT, desarrollada a nivel de planta, que considera una reorganización de las zonas con alta conflictividad, con el propósito de optimizar su funcionamiento y coherencia espacial.

Tal como se mencionó en apartados anteriores, esta sección muestra una propuesta que no solo responde a las problemáticas detalladas anteriormente, sino que dinamiza los patios internos, transformandolos en áreas más productivas y funcionales en comparación con su estado actual.

3.1 Propuesta

3.1.1 Planta de propuesta



La Figura 48. muestra una renovación de las zonas conflictivas, optimizando las zonas de servicio y trabajo del personal, mejorando su eficiencia y comodidad.

Paralelamente, se ha potenciado la experiencia del cliente, para generar espacios más atractivos, funcionales y memorables.

Figura 48. Propuesta para LACRAFT
Fuente: Elaboración propia

3.1.2 Zonificación

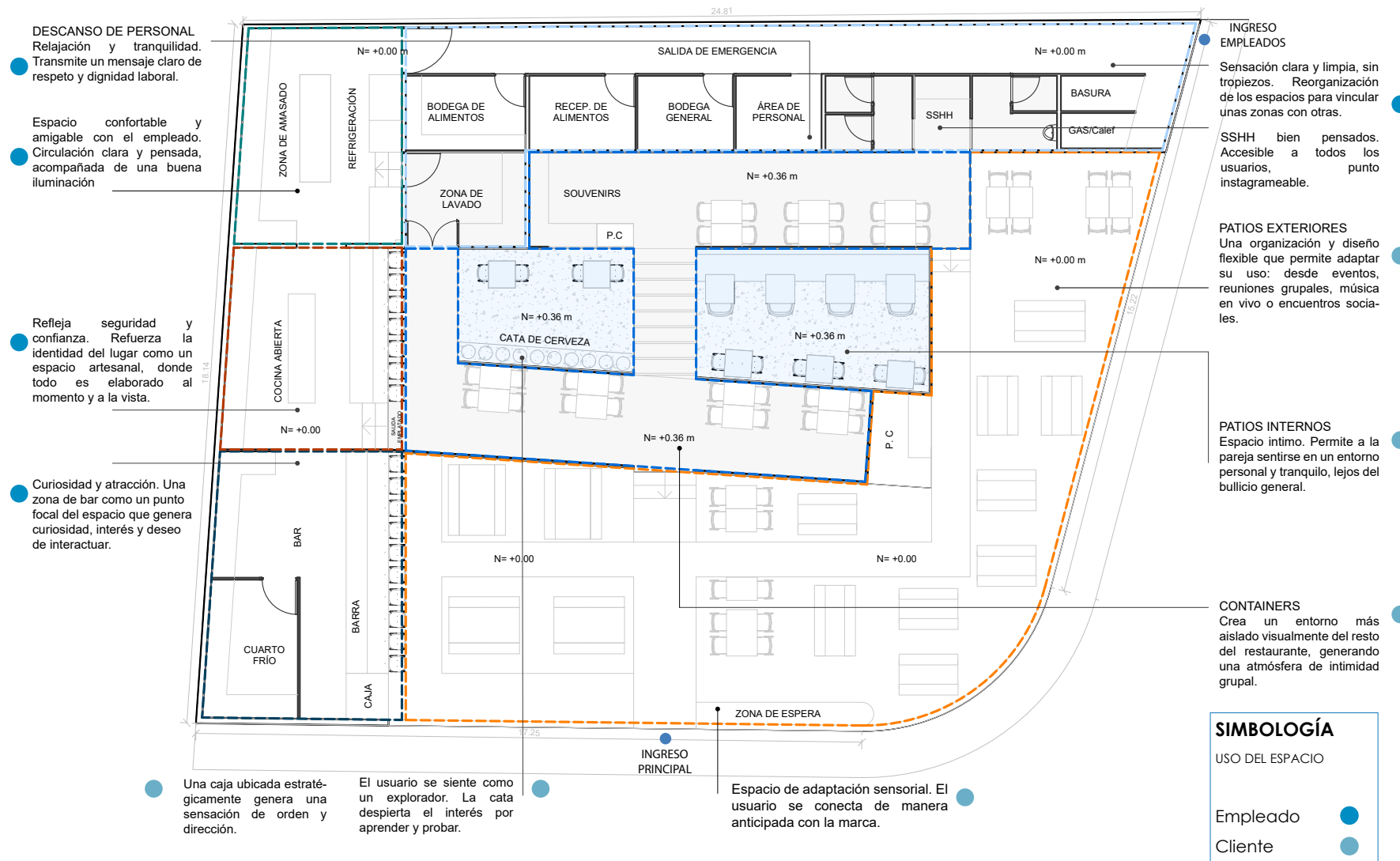
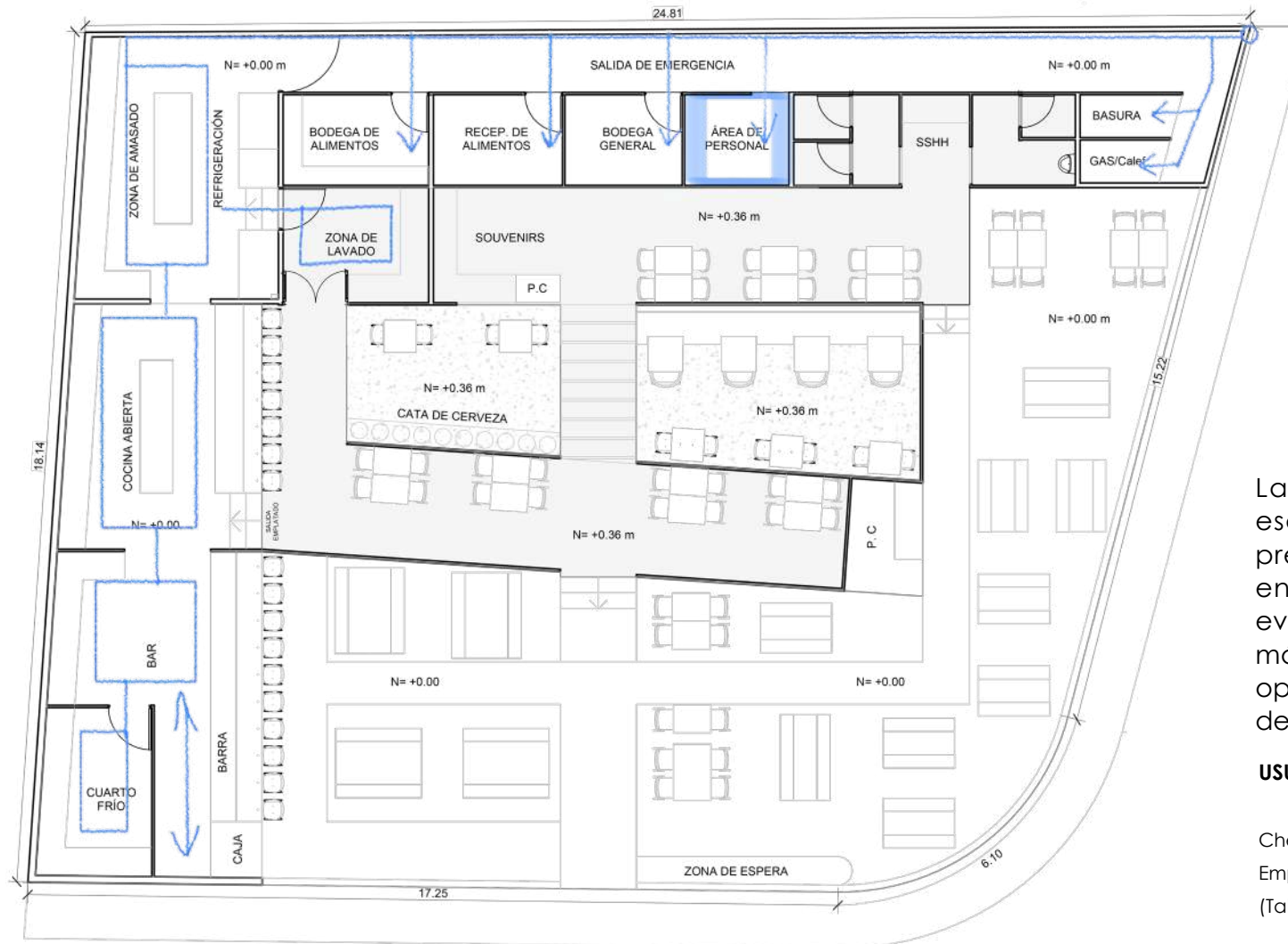


Figura 49. Diseño de experiencias por espacios
Fuente: Elaboración propia

3.1.3 Circulación

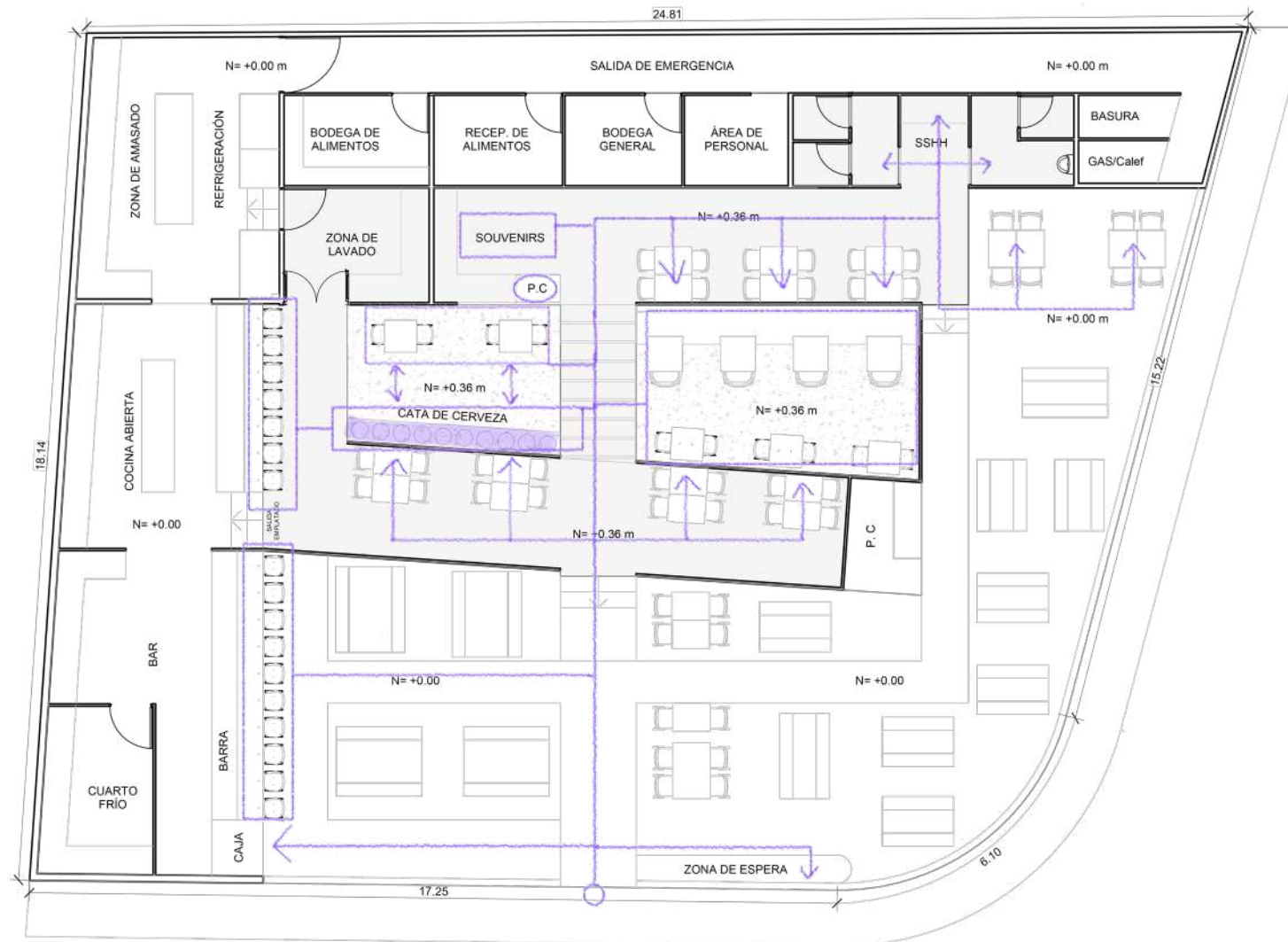


La figura 50. ilustra el esquema de circulación previsto para el personal en la nueva propuesta, evidenciando un recorrido más fluido y funcional que optimiza el desplazamiento dentro del local.

USUARIO 1

Chef de 32 años
Empleado de LACRAFT
(Tabla 10)

Figura 50. Circulación del USUARIO 1
Fuente: Elaboración propia

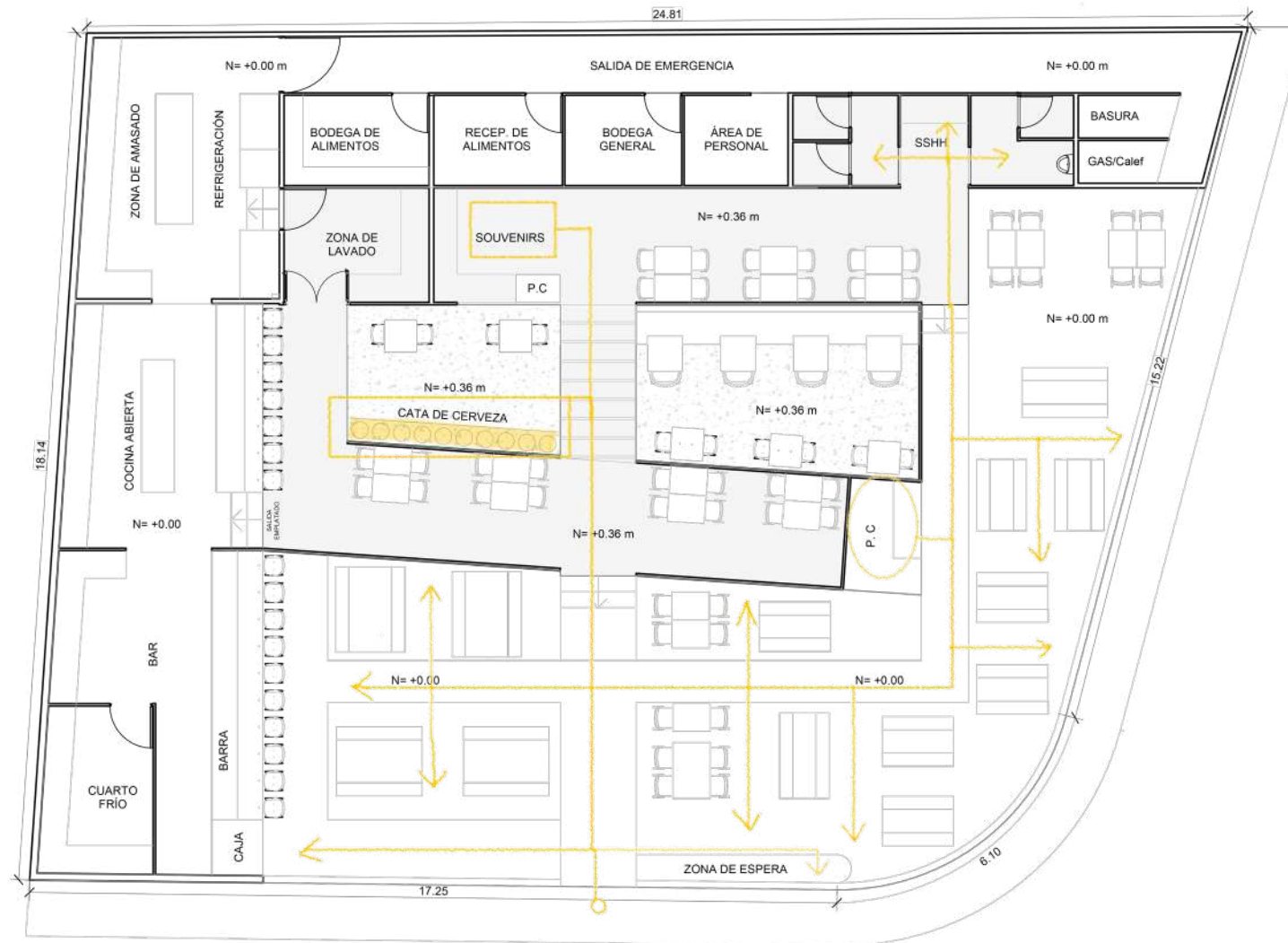


La figura 51. muestra el recorrido propuesto para el usuario 2, evidenciando cómo se integran las distintas áreas del local para favorecer una experiencia íntima, fluida y coherente.

USUARIO 2

Pareja 32 y 34 años
(Tabla 11.)

Figura 51. Circulación del USUARIO 2
Fuente: Elaboración propia



La Figura 52. muestra la reorganización del espacio exterior, diseñada para que los usuarios jubilados puedan reunirse con sus amigos en un entorno cómodo y accesible, ofreciendo una configuración más flexible que se adapta a diferentes actividades y momentos de socialización.

USUARIO 3

Jubilados - 65 a 70 años

(Tabla 12.)

Figura 52. Circulación del USUARIO 3
Fuente: Elaboración propia

3.1.4 Materialboard



Figura 53: Materialboard
Fuente: Elaboración propia

La Figura 53. muestra el **materialboard** propuesto que se inspira en tres ejes conceptuales que definen la identidad y narrativa espacial de LACRAFT. En primer lugar, el acero corten actúa como elemento protagonista, evocando la textura, el tono y la resistencia del contenedor que caracteriza al establecimiento. Este material, no solo remite a la estética industrial, sino que transmite solidez y permanencia.

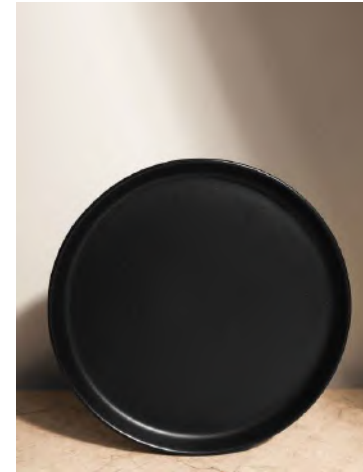


Figura 54. Abstracción del materialboard
Fuente: Pinterest

En segundo lugar, se incorpora una abstracción de las botellas de vidrio, representada a través de transparencias, reflejos y matices verdes y ámbar, los cuales aportan ligereza visual y un vínculo directo con la tradición cervecera artesanal. Finalmente, la selección cromática se ancla en los colores corporativos de la marca, integrando armónicamente tonalidades cálidas y frías.

3.1.5 Moodboard



Figura 55. Moodboard Principio Rector: Experiencia del usuario
 Fuente: Elaboración propia

Desde el principio rector de la Experiencia del usuario, la Figura 55. muestra como el mobiliario debe ser concebido como una extensión sensorial y emocional del espacio. En el caso de Lacraft Beer Garden, esto se traduce en diseñar piezas que comuniquen hospitalidad, autenticidad, confort y calidez. El espacio busca ser: emocionante, atractivo, estético, ordenado, interactivo.

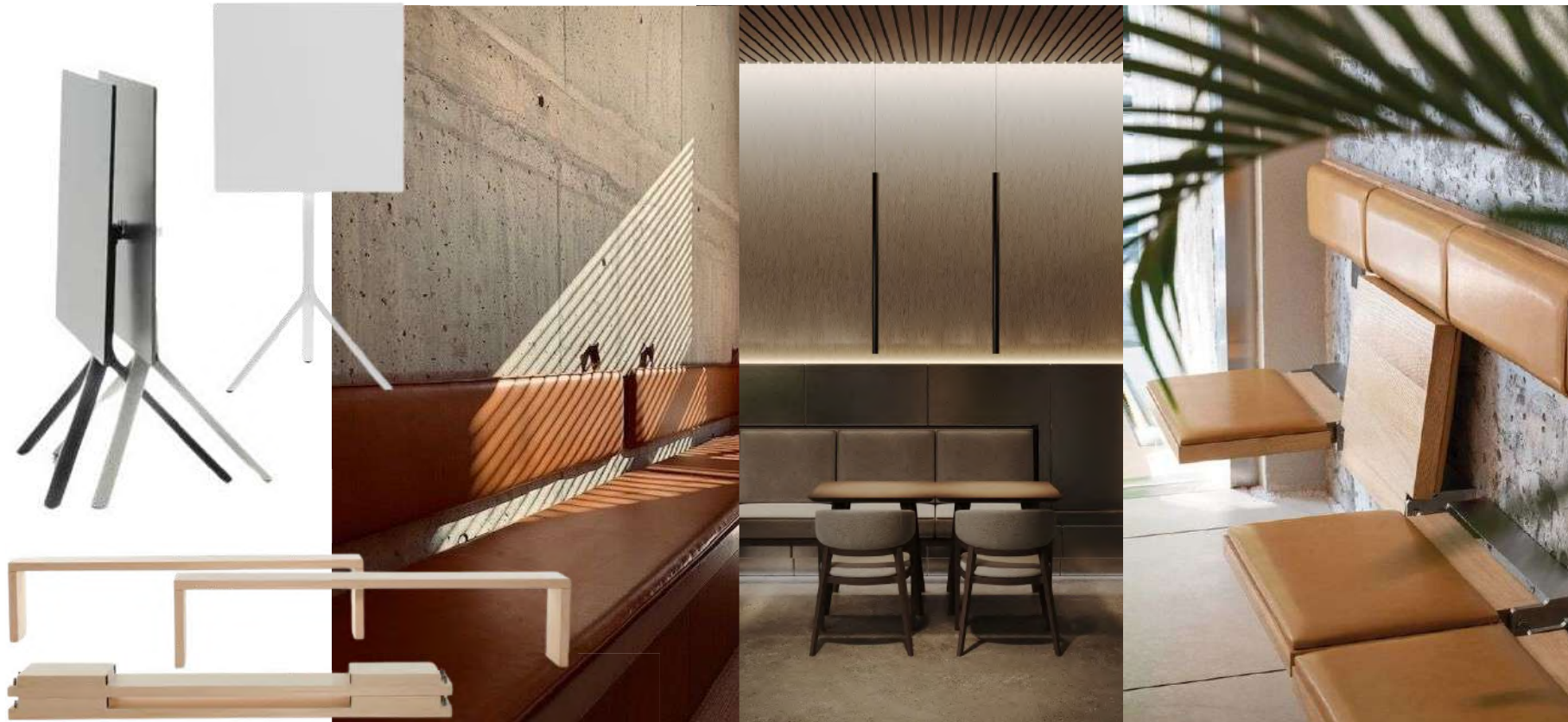


Figura 56. Moodboard Principio Rector: Flexibilidad
Fuente: Elaboración propia

Desde el principio rector de la Flexibilidad, la Figura 56. muestra cómo el espacio debe adaptarse de manera versátil a las distintas dinámicas y necesidades que surgen en LACRAFT. Esto implica concebir el mobiliario, con un diseño modular y reconfigurable, permitiendo su disposición para atender tanto a grupos pequeños y reconfigurar el espacio para acoger eventos de mayor escala.

El espacio busca ser: modular, ajustable, apilable, retráctil y versátil.

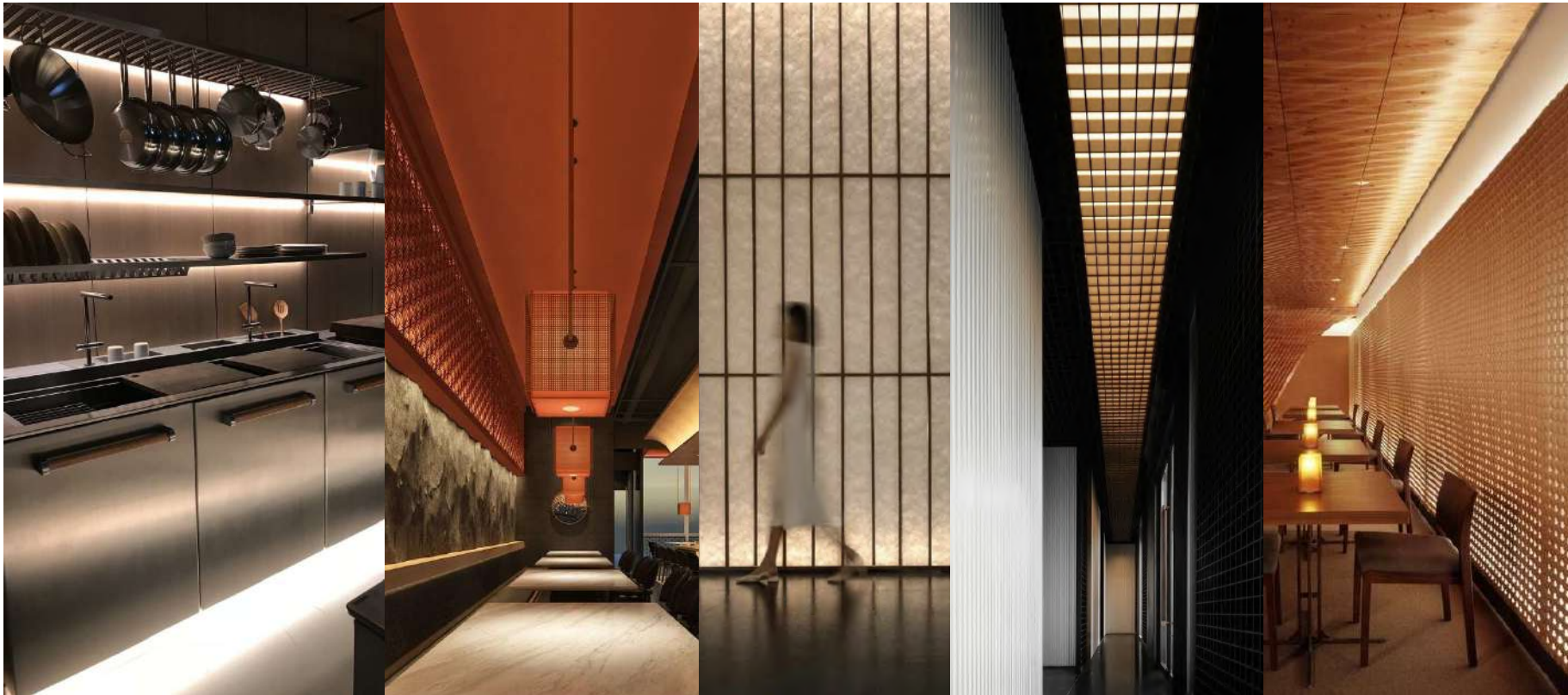


Figura 57. Moodboard Principio Rector: Bienestar
Fuente: Elaboración propia

La Figura 57, muestra como principio rector de Bienestar, refleja la importancia de garantizar condiciones espaciales que favorezcan tanto a los clientes como a los empleados. Esto implica diseñar áreas con iluminación adecuada, tanto natural como artificial, que potencie la percepción de amplitud, seguridad y confort, al mismo tiempo que contribuya a una atmósfera agradable, facilitando la circulación fluida, a prevenir accidentes y mejorar la accesibilidad.

3.2 Criterios de Diseño de Iluminación

En el diseño interior de restaurantes contemporáneos, la iluminación ocupa un rol fundamental que trasciende su función técnica. No se limita a proporcionar visibilidad, sino que actúa como un recurso sensorial, emocional y narrativo capaz de estructurar la experiencia espacial del usuario. Según Richard Kelly, pionero en la teoría de la luz arquitectónica, la planificación visual parte de tres tipos esenciales de luz: resplandor focal, luminiscencia ambiental y juego de brillos, cada uno con un efecto específico sobre la percepción del entorno (Kelly, 1952).

Tabla 21. Criterios de Iluminación en LACRAFT BEER GARDEN

CRITERIO	Descripción	Aplicaciones o ejemplos en LaCraft
1. FUNCIONALIDAD	Iluminación adaptada a cada actividad y zona funcional	- Cocina abierta: luz blanca neutra - Área de catas: luz focal cálida - Caja y circulación: iluminación clara y directa
2. AMBIENTACIÓN	Emociones generadas a través del color y tipo de luz	- Mesas interiores: luz cálida tenue para crear confort - Patios: luz colgante y difusa - Barras: iluminación puntual con acento
3. JERARQUÍAS	Uso de luz para destacar zonas clave y guiar la experiencia	- Alta: cocina, barra, caja - Media: comedor, patios, pasillos - Baja: bodega, áreas de almacenamiento

4. CONSUMO ENERGÉTICO	Iluminación eficiente según el tipo de uso y horario	- Luz natural aprovechada en patios y zonas abiertas - Combinación de LED cálido con dimmers - Uso mínimo de luz artificial en día
5. TECNOLOGÍA APLICADA	Innovación y control en los sistemas de iluminación	- Reguladores de intensidad (dimmers) - Iluminación cálida ajustable para eventos - Posibilidad de incorporar sensores para eficiencia

Fuente: Elaboración propia

La tabla 21. indica que esta clasificación es aplicable al rediseño de Lacraft Beer Garden, permitiendo formular estrategias de iluminación coherentes con los valores del establecimiento: calidez material, adaptabilidad espacial y conexión emocional.

3.3 Criterios de Diseño de Mobiliario

En el contexto contemporáneo del diseño interior, el mobiliario ha dejado de ser considerado únicamente como un objeto funcional para convertirse en un elemento de carácter cultural, sensorial y espacial. Su rol actual implica no solo responder a necesidades de uso, sino también participar activamente en la construcción de relaciones sociales, atmósferas perceptivas y experiencias significativas dentro del espacio arquitectónico. Desde esta perspectiva, el mobiliario puede entenderse como un actante espacial, es decir, como una entidad que, más allá de ocupar una superficie, incide en la forma en que los usuarios habitan, recorren e interpretan el lugar.

Desde el principio rector de la experiencia del usuario, el mobiliario debe ser concebido como una extensión sensorial y emocional del espacio.

Por ejemplo, la incorporación de mesas comunitarias en madera maciza puede incentivar el encuentro social, mientras que butacas individuales, ubicadas en rincones estratégicos, pueden ofrecer momentos de intimidad y contemplación. Así, los muebles actúan como "formas de afecto espacial", canalizando memorias, sensaciones y vínculos mediante el contacto directo con el cuerpo (Kelly, 1952).

En cuanto al principio de flexibilidad, el mobiliario debe ser capaz de adaptarse a múltiples configuraciones sin perder coherencia estética ni eficiencia funcional. La inclusión de elementos modulares, móviles o transformables, como bancos reubicables, mesas extensibles o módulos de barra adaptables, permite responder con agilidad a distintos horarios, eventos o dinámicas de uso.

Esta capacidad de meta morfosis espacial se alinea con la visión del mueble como "arquitectura en miniatura", capaz de redefinir el espacio según las necesidades operativas y sociales del momento (Kelly, 1952).

Por último, bajo el principio rector de bienestar, el mobiliario debe promover confort físico, emocional y sensorial. Para ello, resulta indispensable considerar criterios de ergonomía, estabilidad, seguridad y materialidad saludable. Sillas que respeten la morfología corporal, superficies que no generen fatiga térmica y texturas agradables al tacto, son considerados como aspectos clave en el proyecto, junto con el cumplimiento de estándares de accesibilidad universal.

(Ver Tabla 22.)

Tabla 22. Criterios de mobiliario en LACRAFT BEER GARDEN

EJE	Características
Accesible	- Mesas de altura estándar que permiten uso cómodo para distintas edades - Bancas compartidas de fácil acceso - Mobiliario flexible y apilable
Seguridad y proporción	- Mobiliario sin aristas vivas, bordes redondeados - Estructuras robustas y estables para alto tránsito - Dimensiones adecuadas para parejas, grupos medianos (4-6) y grupos grandes desde los 6-15 personas
Comprensible	- Estética clara y honesta con materiales reconocibles y en bruto como madera, hierro - Funciones evidentes para barras, mesas comunitarias, mesas para parejas, rincones para catas - Distribución lógica dentro del flujo del espacio
Relación con la actividad	- Mesas comunitarias que fomentan la interacción - Barras para consumo rápido o informal - Espacios diseñados para catas, reuniones o descanso - Mobiliario que invita a quedarse y relajarse - Brindar confort y relajación

Fuente: Elaboración propia

En síntesis, el mobiliario en Lacraft Beer Garden debe ser coherente con su propuesta de valor: un espacio honesto, artesanal y adaptable. Como interfaz espacial, que resuelve tanto necesidades operativas como: aforo, circulación, almacenaje y como experiencias emocionales: interacción, permanencia, atmósfera, consolidándose así como un agente estratégico del diseño interior.

(Ver Tabla 23.)

Tabla 23. Criterios de mobiliario complementario en LACRAFT BEER GARDEN

CRITERIO	Descripción
Flexibilidad	- Mesas grandes modulares para eventos o grupos - Mobiliario resistente pero móvil en ciertas zonas - Posibilidad de reorganización en patios y para catas temáticas - Mobiliario por unidad para mesas correspondientes a parejas.
Materialidad	- Uso de materiales en bruto - Superficies resistentes y fáciles de limpiar - Texturas crudas, pero agradables y coherentes con el ambiente rústico e industrial.
Identidad visual	- Coherencia visual entre mobiliario, iluminación y acabados - Diseño robusto pero acogedor y con un toque de confort, que comunica autenticidad y pertenencia.

Fuente: Elaboración propia

4

Resultados



Capítulo IV: Resultados

4.1 Propuesta de Diseño

4.1.1 Propuesta espacial

El diseño no solo es funcional, es sensorial, emocional y consciente.

Concepto del proyecto: En este capítulo muestra una renovación integral del espacio que mejora la parte operativa y funcional para que los usuarios se sientan cómodos, tranquilos y disfruten de una experiencia agradable.

El proceso de intervención se representa mediante infografías, con el propósito de evidenciar la intención de diseño y los efectos espaciales que se busca generar en cada zona.

A continuación, se presenta la propuesta para las zonas de alto rango conflictivo: el área de servicio, utilizada por el Usuario Objetivo 1, y el área de patios internos, destinada al Usuario 2. La delimitación específica de estas áreas fue detallada en la Figura 41. que muestra la zonificación del estado actual y las zonas de mayor conflicto.

La Figura 58. presenta la propuesta en axonometría, en la que se evidencian los materiales definidos en el Materialboard, inspirados en acabados en bruto que transmiten autenticidad y carácter, el mismo que da como resultado un estilo industrial rústico.

- El hormigón pulido aporta solidez y sobriedad
- El acero cortén evoca los containers que dieron origen al negocio y forman parte de su historia
- La madera, el ladrillo y el cuero suman calidez y textura; y por último el vidrio se incorpora como una abstracción de las botellas de la marca.

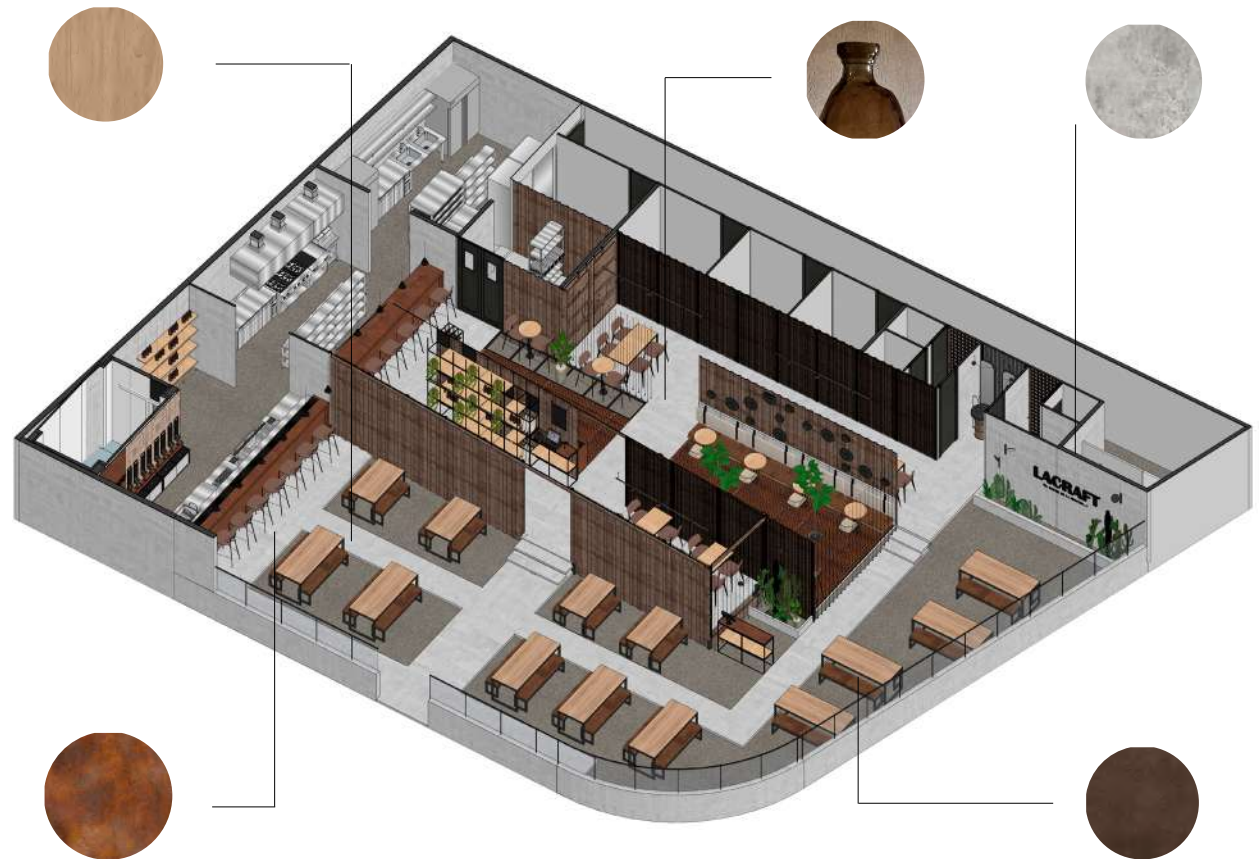


Figura 58. Propuesta para LACRAFT BEER GARDEN

Fuente: Elaboración propia

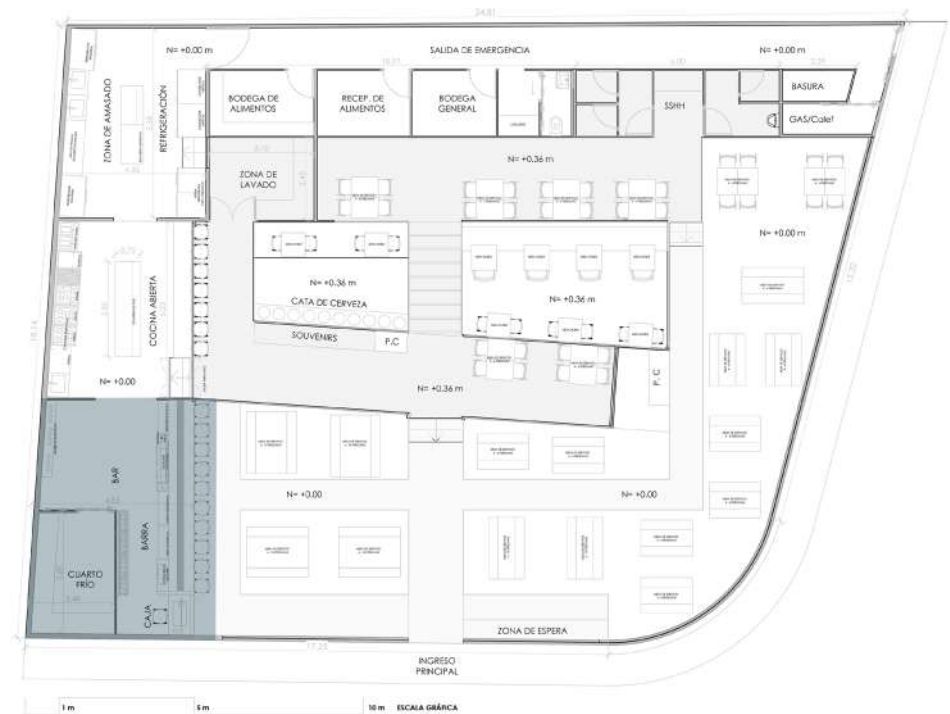
PROPUESTA BARRA

Diseño de experiencias en el espacio

La propuesta de barra despierta curiosidad y atracción, que actúa como punto focal del espacio, generando curiosidad, interés y deseo de interactuar.

Se incorporó una caja estratégicamente ubicada que genera una sensación de orden y dirección.

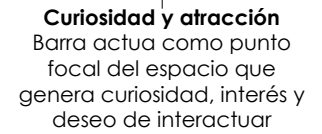
El diseño de la barra a nivel de cielo raso, cuenta con iluminación genral indirecta, actuandi como una capa de tarea y de ambiente.



Ubicación en planta general: Barra



72



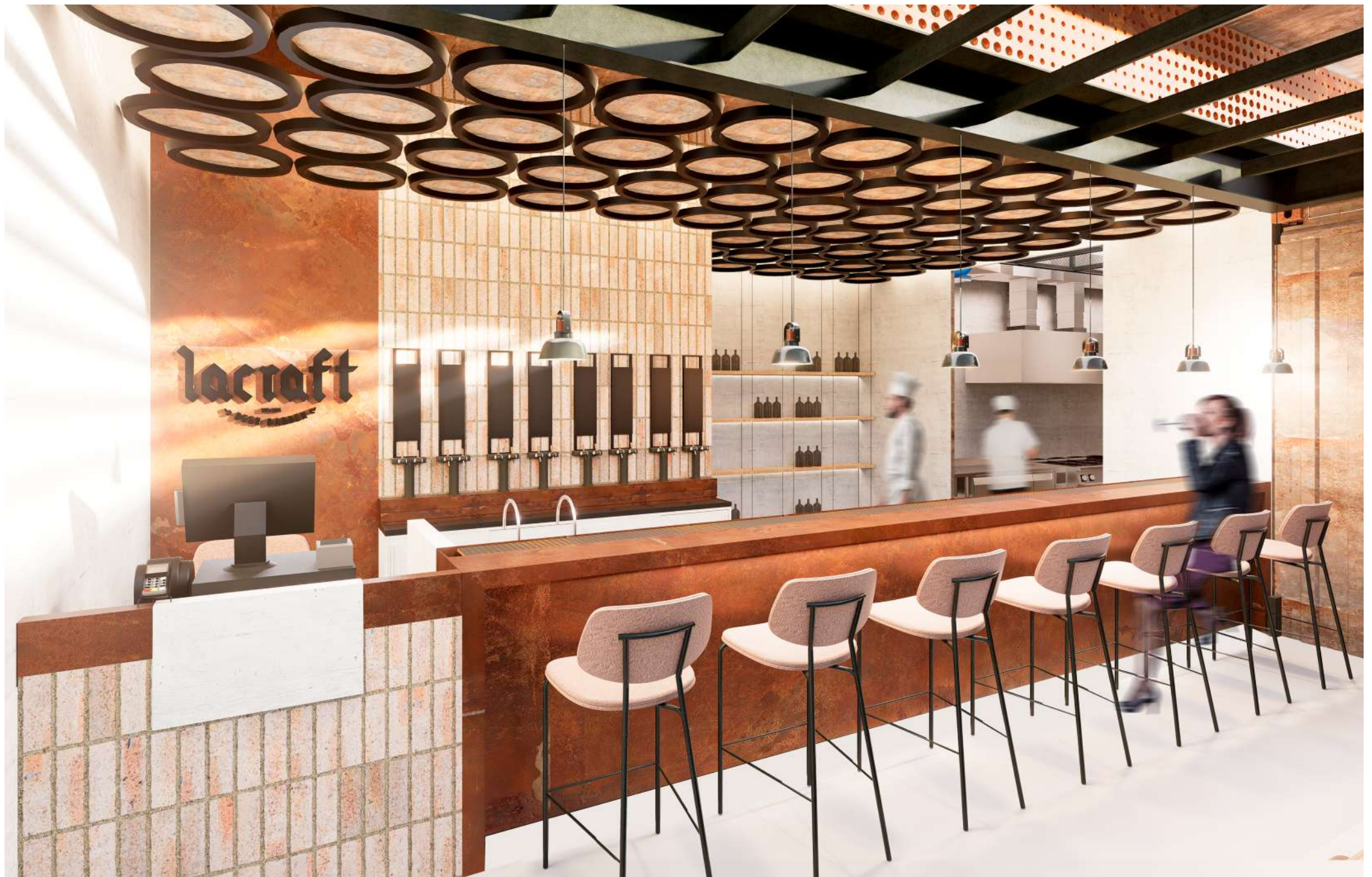


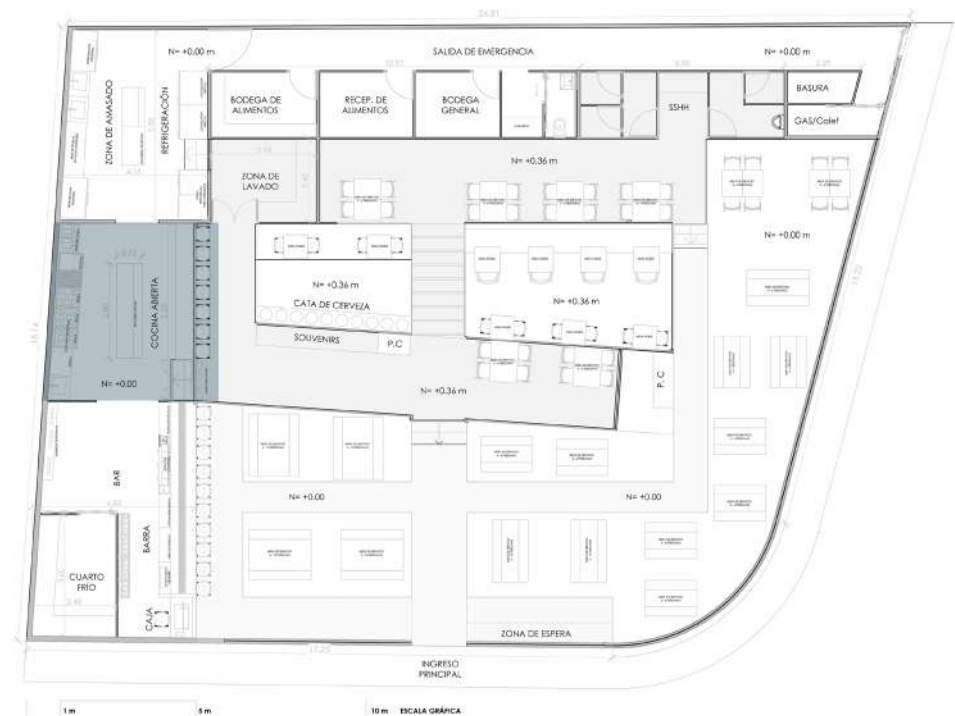
Figura 60. Visualización de propuesta de barra
Fuente: Elaboración propia

PROPUESTA COCINA ABIERTA

Diseño de experiencias en el espacio

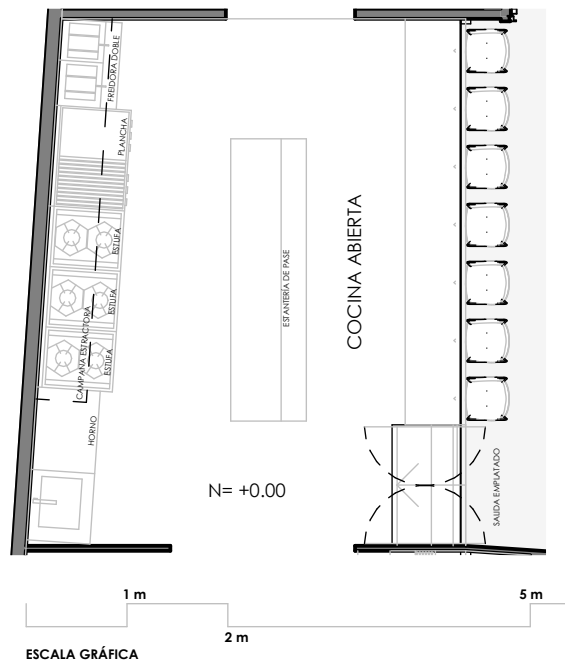
La cocina abierta se plantea como un espacio integrador que fomenta la interacción entre usuarios, eliminando barreras físicas para generar una relación directa entre la preparación de los alimentos y las actividades sociales. Este modelo busca potenciar la transparencia espacial

La Figura 61. muestra como este espacio incorpora una distribución estratégica que facilita el movimiento, optimiza las funciones de trabajo y, al mismo tiempo, convierte la cocina en un punto de encuentro. Los materiales, iluminación y mobiliario se seleccionan con el objetivo de reforzar la sensación de amplitud y cercanía, consolidando un ambiente funcional.

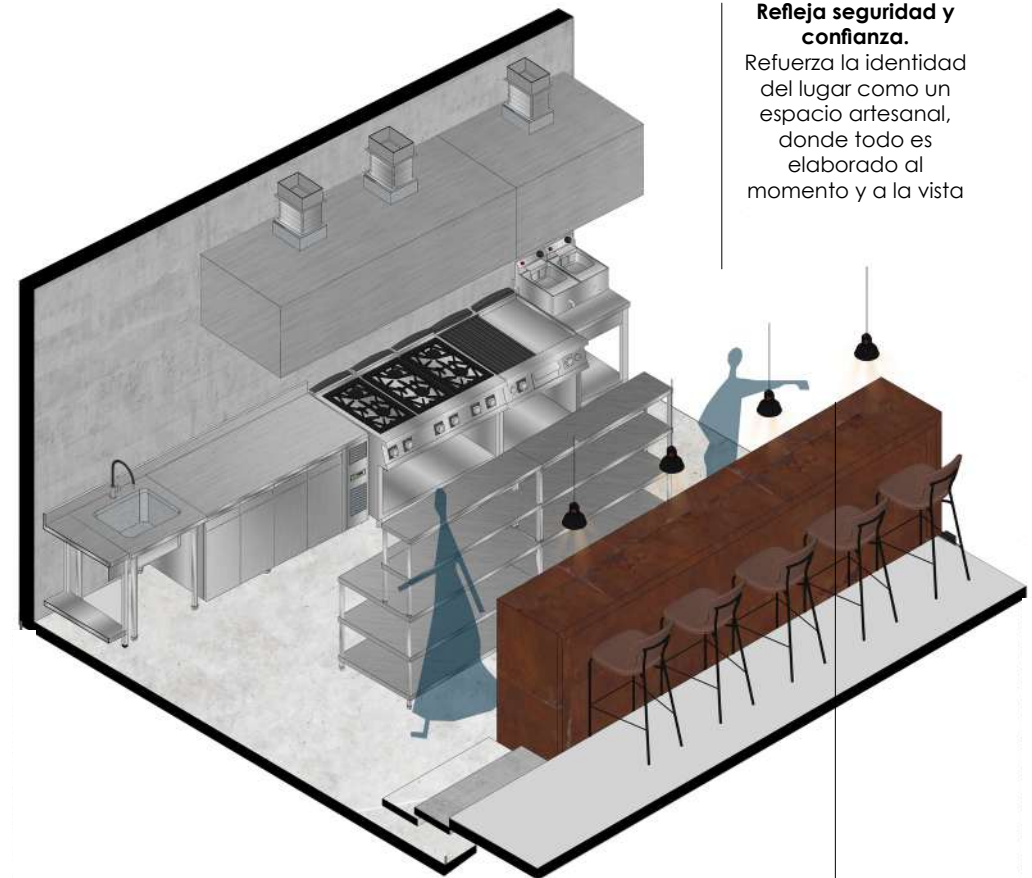


Ubicación en planta general: Cocina abierta

Figura 61. Propuesta de cocina abierta



Fuente: Elaboración propia



Refleja seguridad y confianza.
Refuerza la identidad del lugar como un espacio artesanal, donde todo es elaborado al momento y a la vista

Iluminación indirecta.
Capa de ambiente a nivel de cielo raso funciona también como decorativa

Iluminación directa.
Capa focal



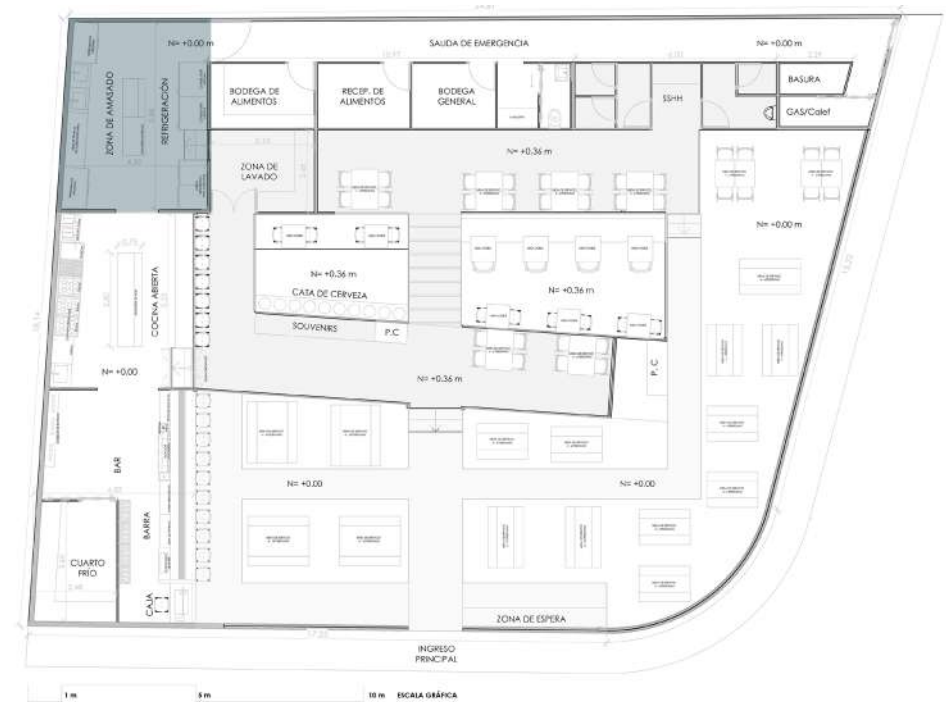
PROPUESTA REFRIGERACIÓN Y AMASADO

Diseño de experiencias en el espacio

El área de refrigeración se concibe como un espacio limpio, ordenado y de circulación fluida, que responde a las necesidades de almacenamiento y conservación de alimentos bajo condiciones óptimas.

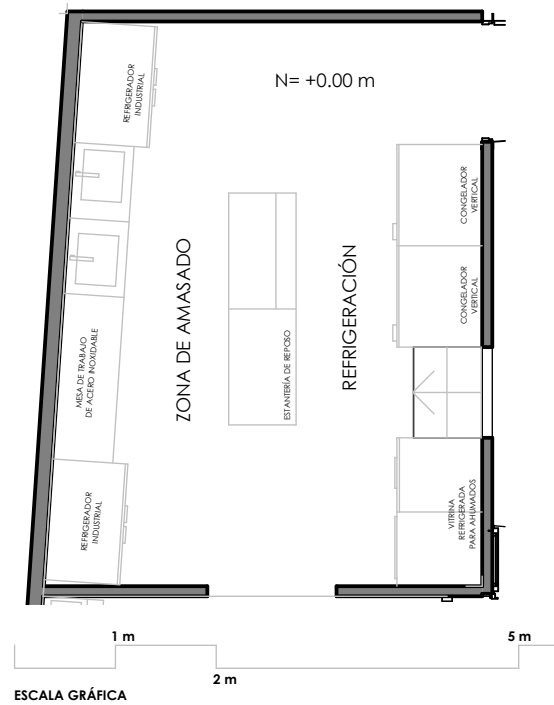
Su diseño prioriza la higiene, la claridad visual y la eficiencia operativa, incorporando una iluminación adecuada que refuerza la percepción de amplitud y seguridad en el entorno.

De esta manera, el área se configura no solo como un espacio técnico, sino también como parte integral de un sistema operativo confiable y coherente con los estándares de salubridad.



Ubicación en planta general: Refrigeración y amasado

Figura 63. Propuesta de refrigeración y amasado



Fuente: Elaboración propia

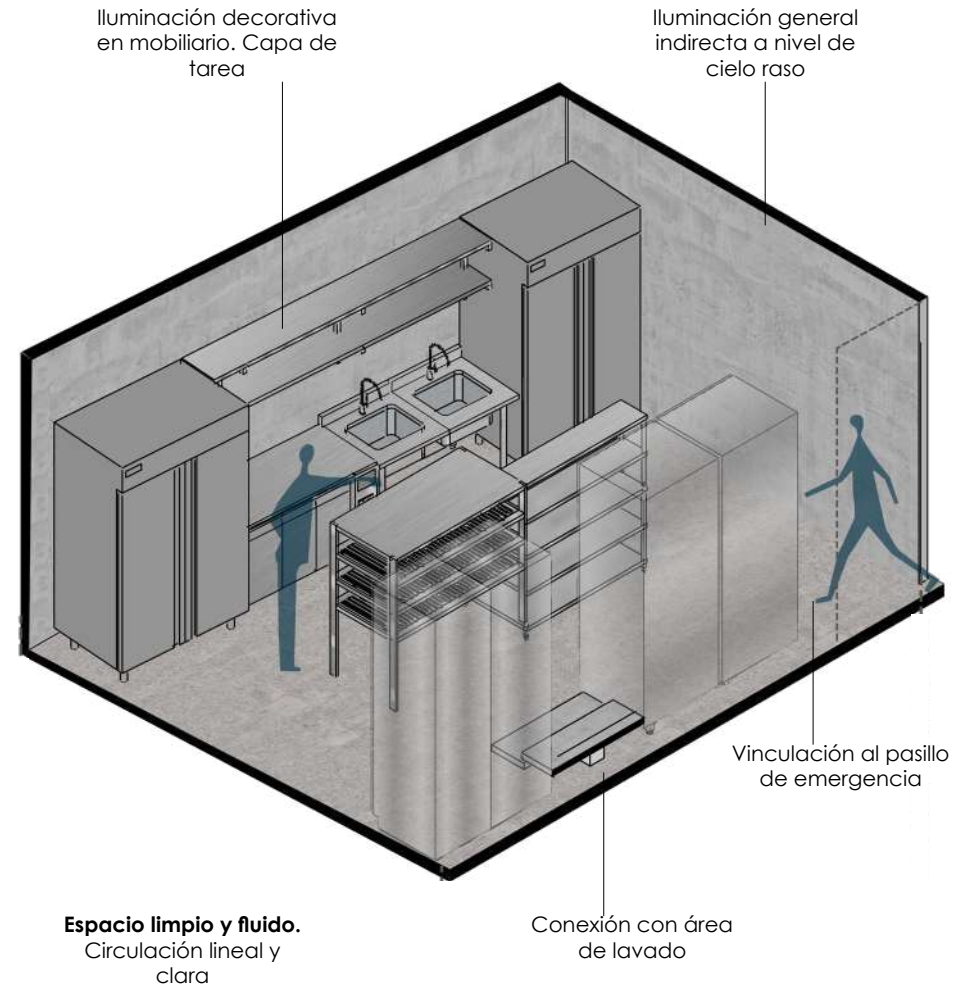




Figura 64. Visualización de propuesta de refrigeración y amasado
Fuente: Elaboración propia

PROPUESTA CATA

Diseño de experiencias en el espacio

El espacio de cata se plantea como un ambiente adaptable y flexible, capaz de ajustarse a diferentes dinámicas de uso, desde degustaciones íntimas hasta experiencias colectivas.

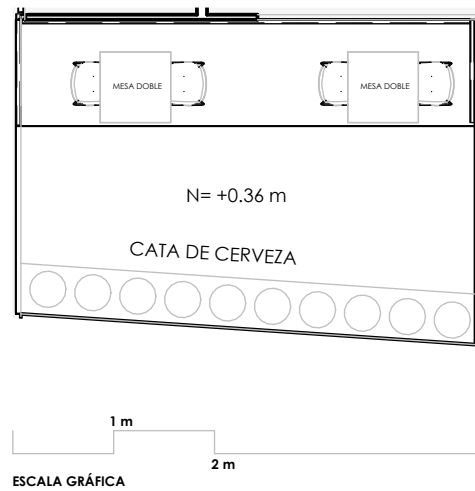
La Figura 65. muestra que su diseño busca estimular la curiosidad y la participación activa del usuario, motivándolo a asumir el rol de explorador al descubrir y probar nuevos productos.

La configuración espacial, junto con los recursos sensoriales y estéticos, refuerza la idea de experiencia, convirtiendo la cata en un proceso de aprendizaje y disfrute.

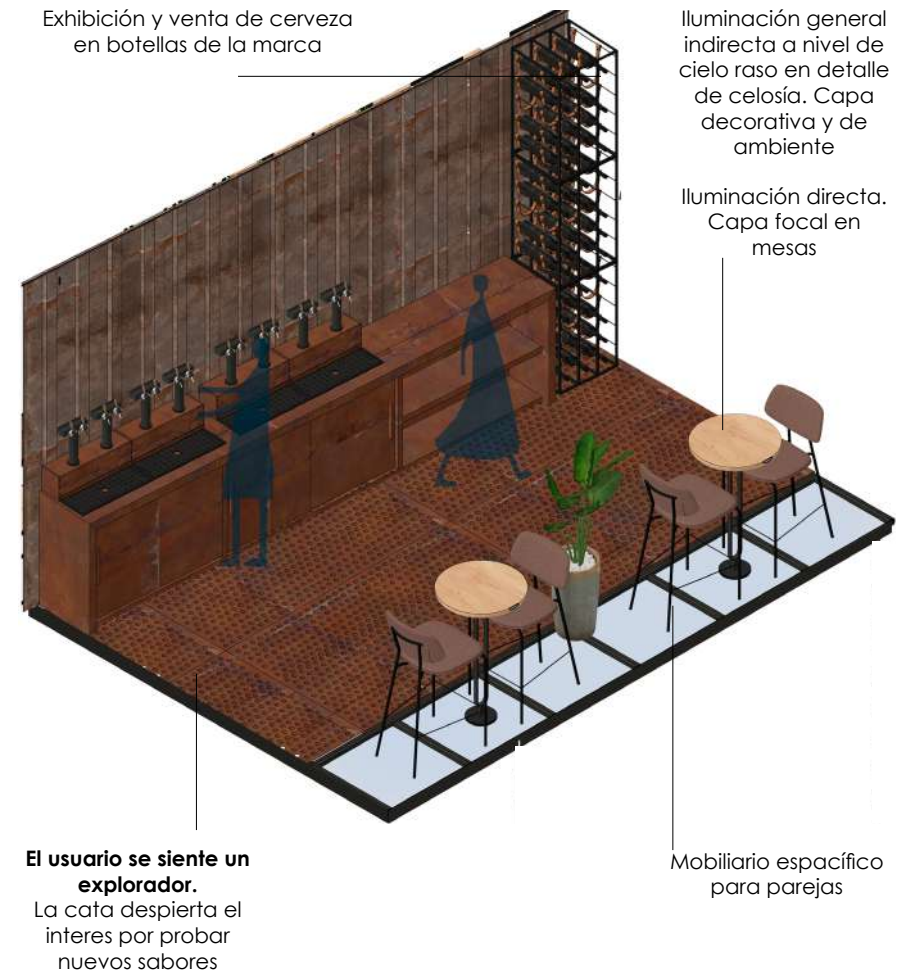


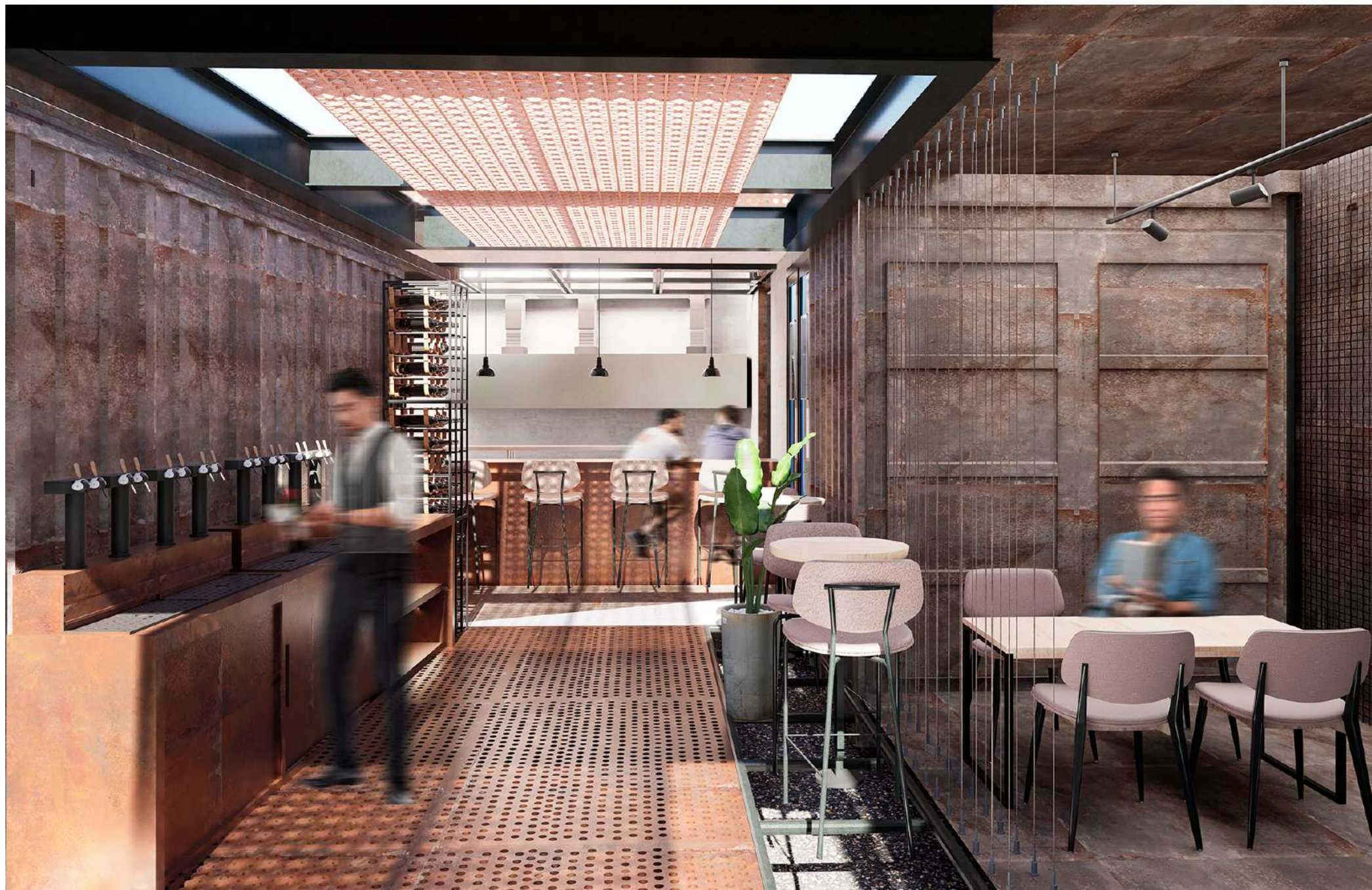
Ubicación en planta general: Cata de cerveza

Figura 65. Propuesta de cata de cerveza



Fuente: Elaboración propia





PROPUESTA PATIO INTERNO

Diseño de experiencias en el espacio

El área de parejas se concibe como un espacio íntimo y personalizado, diseñado para propiciar momentos de cercanía y conexión.

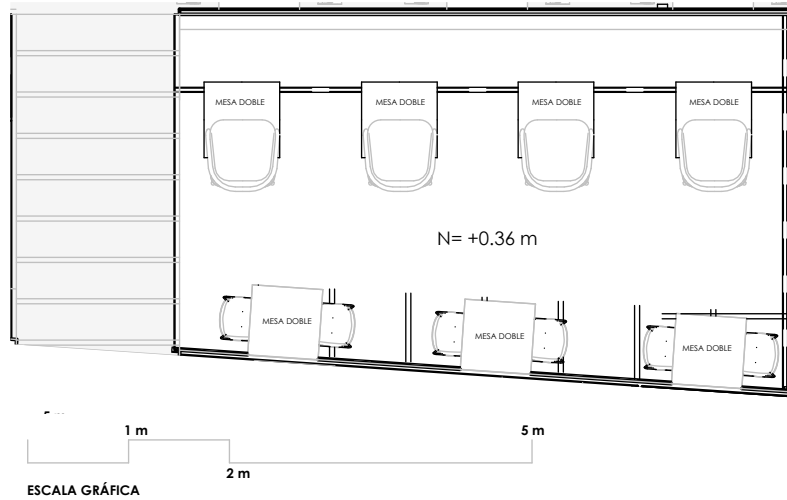
Este ambiente busca diferenciarse del resto de las zonas por su carácter reservado, ofreciendo una experiencia más exclusiva que responde a la necesidad de intimidad de los usuarios.

De esta manera, se consolida como un espacio que favorece la interacción personal en un entorno acogedor y bien diseñado

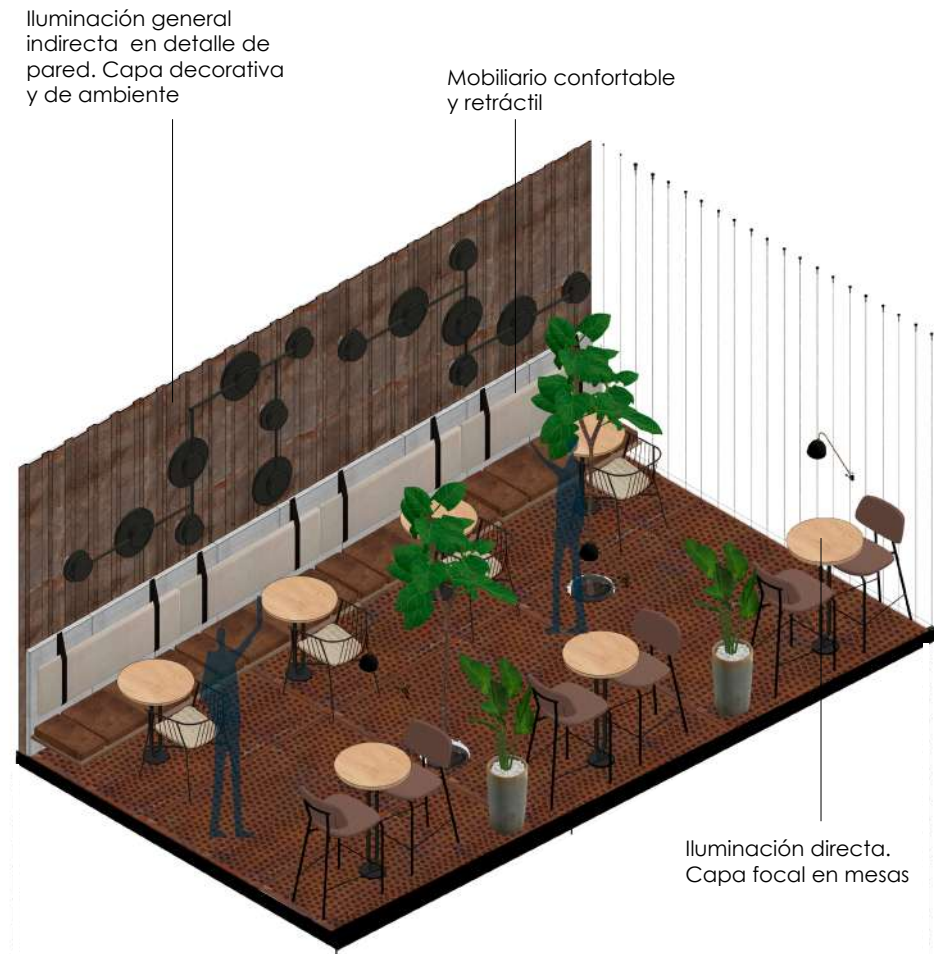


Ubicación en planta general: Patio interno

Figura 67. Propuesta de Patio interno



Fuente: Elaboración propia



Espacio íntimo.
Permite a la pareja sentirse en un entorno personal y tranquilo, lejos del bullicio general.



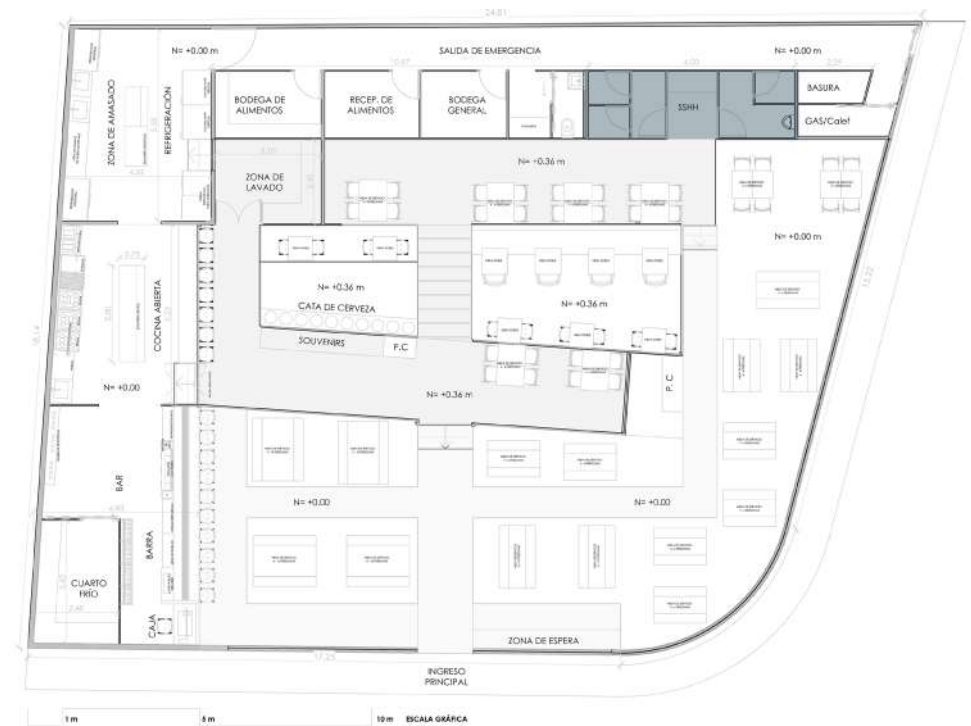
Figura 68. Visualización de propuesta de patios internos para parejas
Fuente: Elaboración propia

PROPUESTA SSHH

Diseño de experiencias en el espacio

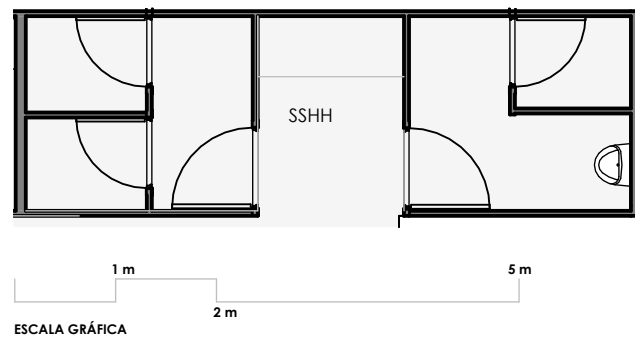
Los servicios higiénicos se plantean como espacios funcionales que trascienden la visión tradicional de áreas secundarias o poco valoradas. El diseño busca potenciar la identidad de la marca, convirtiéndolos en escenarios instagramables que invitan a la interacción visual y refuerzan la experiencia del usuario dentro del establecimiento.

La propuesta se centra en garantizar una accesibilidad adecuada, asegurando que el espacio sea inclusivo y fácil de usar para todos los usuarios.

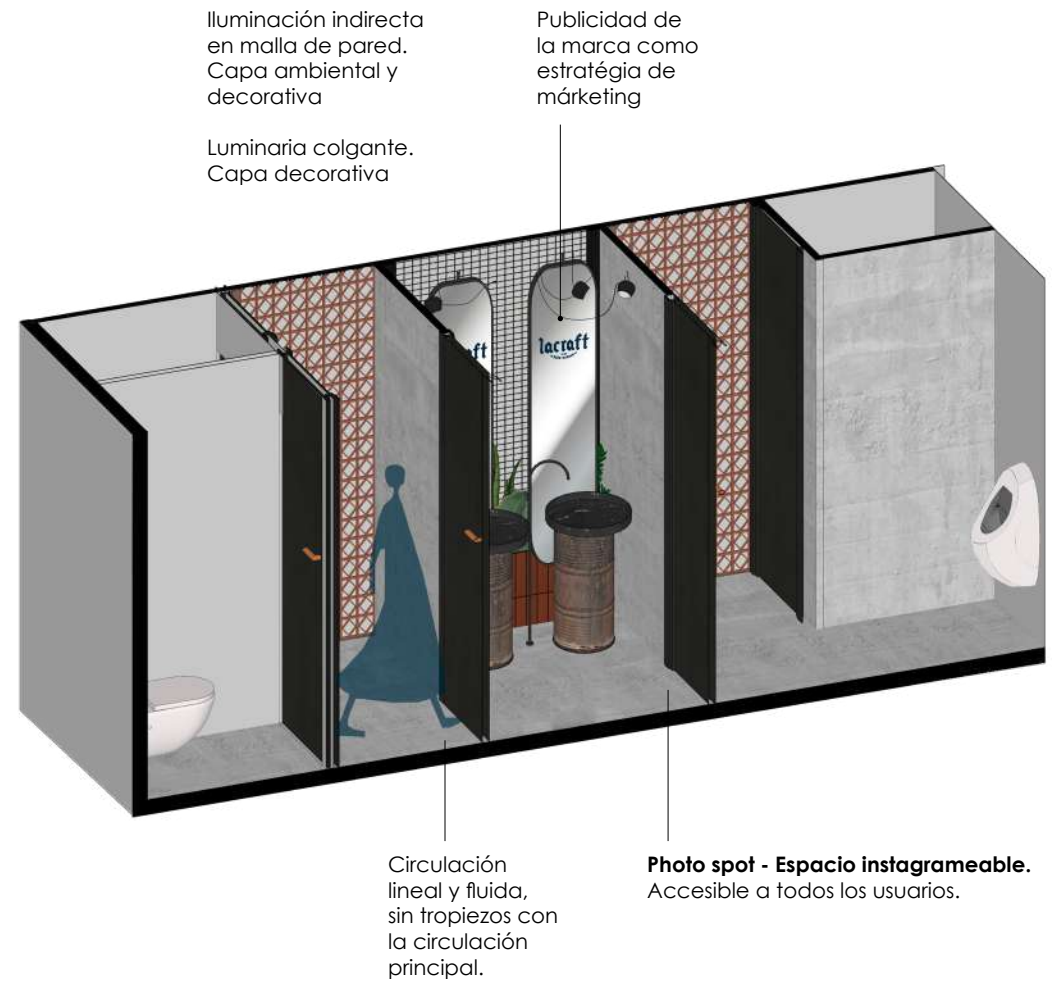


Ubicación en planta general: SSHH

Figura 69. Propuesta de servicios higiénicos



Fuente: Elaboración propia



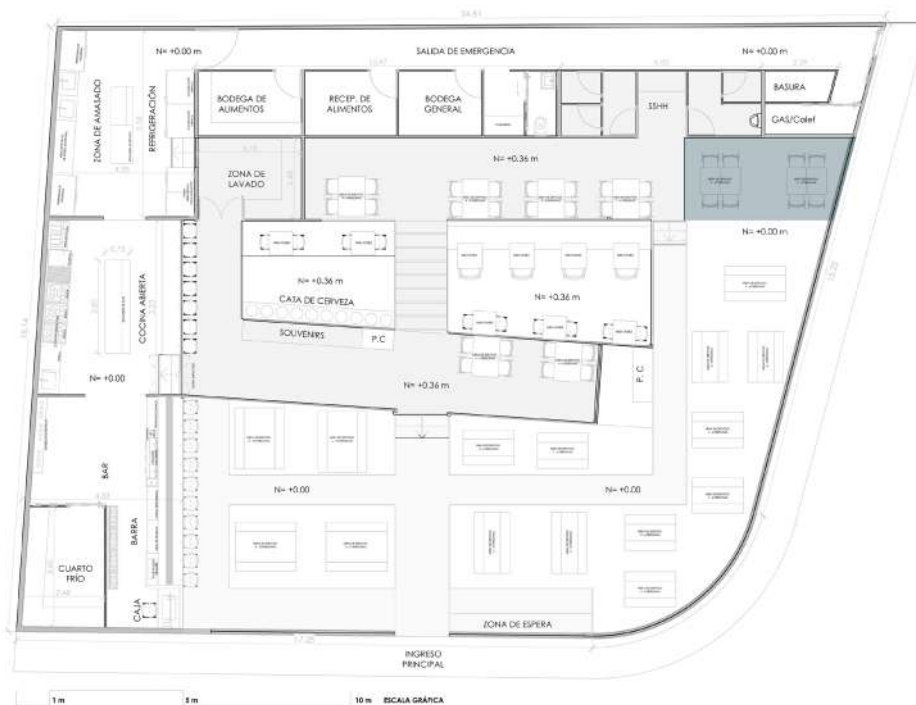


PROPUESTA PATIO EXTERIOR

Diseño de experiencias en el espacio

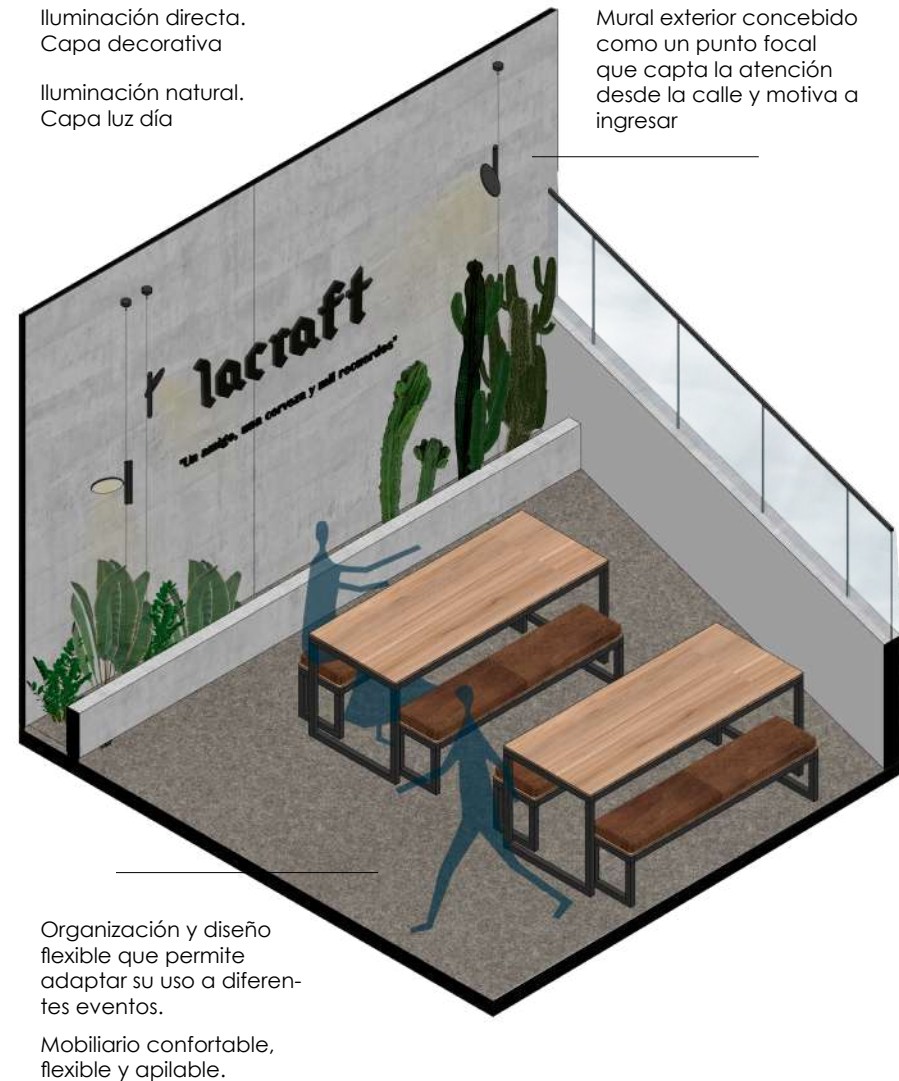
El mural en el patio exterior se concibe como un elemento visual estratégico que actúa como punto focal y recurso de atracción para el visitante. Su carácter llamativo busca captar la atención desde el exterior, potenciando el ingreso y generando una primera impresión positiva del espacio.

Más allá de su función estética, el mural refuerza la identidad de la marca al transmitir mensajes, colores o símbolos asociados al concepto general del proyecto



Ubicación en planta general: Mural Patio externo

Figura 71. Propuesta de mural en el patio exterior



Fuente: Elaboración propia



Figura 72. Visualización de propuesta de patio exterior
Fuente: Elaboración propia

4.1.2 Diseño de Iluminación

La propuesta se plantea en función de las necesidades y características de cada zona, utilizando distintas capas de iluminación que permiten reforzar la funcionalidad, la atmósfera y el carácter del proyecto.

En la propuesta se considera un a temperatura de color de 3800 k - 4000 k.

Barra, cocina abierta y área de refrigeración: se emplea una combinación de luz focal, de tarea, luz día y decorativa. Esta mezcla garantiza una adecuada visibilidad para las actividades operativas, al mismo tiempo que refuerza la limpieza visual y aporta un carácter estético coherente con el diseño general.

Área de cata: predomina la iluminación decorativa y de ambiente, con el objetivo de generar una atmósfera cálida y flexible que motive la experiencia sensorial del usuario, invitándolo a explorar nuevos productos en un entorno acogedor.

Patios internos: se utilizan capas focales, decorativas y de ambiente. La luz focal resalta elementos específicos, mientras que la decorativa y ambiental contribuyen a crear un espacio dinámico, atractivo y acogedor que estimula la interacción social.

Servicios higiénicos (SS.HH.): se privilegia la iluminación decorativa y de ambiente, con el fin de transformar este espacio en un lugar atractivo e instagrameable. La luz refuerza la identidad de marca y rompe con la visión de los SS.HH. como un área secundaria.

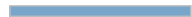
Patios externos (mural): se aplica una iluminación decorativa y focal, diseñada para resaltar el mural como un punto llamativo y estratégico. Esta capa convierte al mural en un recurso visual que invita a los visitantes a ingresar y genera un vínculo directo con la experiencia del usuario.

Figura 73. Efectos de iluminación por espacios



Fuente: Elaboración propia

Tabla 24. Listado de luminarias

SIMBOLOGÍA	TIPO	TEMPERATURA	CAPA	IMAGEN
	Luminaria colgante Skygarden - FLOS	4000 k	Focal y decorativa.	
	Tira LED	4000 k	De tarea.	
	Luminaria decorativa empotrada	3800 k	Focal, decorativa y de ambiente.	
	Luminaria AIM - FLOS	2700 k	Decorativa, de ambiente	
	Luminaria Parentesi - FLOS	4000 k	Focal y decorativa	
	Luminaria Bon Jour Unplugged - FLOS	4000 k	Focal y decorativa	
	Barra magnética para spot dirigible	4000 k	Focal, de ambiente y decorativa.	
	Panel de celosías	4000 k	De ambiente y decorativa.	
	Panel decorativo de barriles	4000 k	De ambiente y decorativa.	

Fuente: Elaboración propia

Figura 74. Planta de luminarias



Fuente: Elaboración propia

4.1.3 Diseño de Mobiliario

El mobiliario propuesto responde a un concepto industrial rústico que combina materiales en bruto con una estética cálida y contemporánea. Para ello, se han seleccionado materiales duraderos, presentes en el mercado local y con una fuerte carga expresiva.

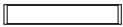
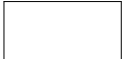
N°	SIMBOLOGÍA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
M01		Banca 6-10 personas	30
M02		Mesa 6-10 personas	15
M03		Silla Marcon	32
M04		Mesa industrial 4 personas	8
M05		Mesa 2 personas	5
M06		Taburete Samay	10
M07		Silla Sem	4
M08		Banca	3

Tabla 25. Listado de mobiliario
Fuente: Elaboración propia

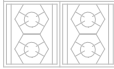
N°	SIMBOLOGÍA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
M10		Dispensador de cerveza	4
M11		Lavavajillas de barra	1
M12		Máquina de hielo	2
M13		Estación conctelera	1
M14		Lavamanos	3
M15		Estufa	2
M16		Parrilla	1
M17		Freidora doble	1
M18		Refrigeradora industrial	3
M19		Congelador	2

Figura 75. Planta de mobiliario



Fuente: Elaboración propia

Figura 76. Sección longitudinal: Mobiliario en la propuesta para lacraft



Fuente: Elaboración propia

Figura 77. Sección transversal: Mobiliario en la propuesta para lacraft



Fuente: Elaboración propia

4.1.4 Factibilidad Constructiva y Económica

Materiales y acabados:

Los materiales seleccionados están disponibles en el mercado y se integran al concepto de manera coherente, asegurando que la ejecución sea viable. Esta etapa del proyecto será complementada en la siguiente fase con un presupuesto detallado, que permitirá planificar de manera precisa la implementación del diseño.

A continuación se presentan los materiales utilizados:

Vidrio bronce:

Utilizado en detalles de división y cerramientos, aporta un efecto de transparencia cálida, generando atmósferas íntimas sin perder la conexión visual.

Ladrillo expuesto:

Presente en muros y detalles constructivos, transmite autenticidad y carácter, reforzando la esencia artesanal del espacio.

Madera natural:

Aplicada en mobiliario, barras y recubrimientos, aporta calidez y equilibrio frente a los materiales más industriales.

Hormigón pulido:

Utilizado en pisos y superficies, otorga resistencia, fácil mantenimiento y un aspecto sobrio que contrasta con las texturas cálidas.

Acero corten:

Empleado en mobiliario metálico para barras, detalles estructurales y decorativos, pisos, que introduce un acabado oxidado que refuerza el estilo industrial y otorga personalidad al espacio.

Presupuesto:

Tabla 26. Presupuesto referencial
(Ver tabla completa en Anexo 2)

PRESUPUESTO REFERENCIAL		
ITEM	DESCRIPCIÓN	PRECIO T.
OBRAS PRELIMINARES		
1	Desmontaje y desalojo	\$3.942,08
OBRA NUEVA		
2	Estructura metálica	\$4.561,19
3	Albañilería	\$3.877,44
INSTALACIONES		
4	Instalaciones sanitarias	\$355,33
5	Aparatos y piezas sanitarias	\$2.463,41
6	Instalaciones de agua potable	\$550,05
7	Accesorios y grifería	\$560,57
8	Instalaciones eléctricas	\$3.014,55
9	Accesorios y elementos para la iluminación	\$4.688,41
10	Instalaciones a gas	\$410,48
RECUBRIMIENTOS		
11	Pisos	\$1.710,92
12	Paredes	\$1.522,68
13	Tabiques	\$731,59
14	Cielo raso	\$1.214,29
15	Vegetación	\$206,24
MOBILIARIO Y CARPINTERÍA		
16	Carpintería (Empotrada y mobiliario a construir)	\$19.010,00
17	Mobiliario acero inoxidable	\$24.037,10
18	Mobiliario y decoración	\$5.469,04
19	Electrodomésticos	\$5.676,06
OBRA FINAL Y LIMPIEZA		
20	Señalética	\$460,00
21	Obras exteriores y limpieza	\$4.765,81
TOTAL		\$89.227,23

ITEM	DESCRIPCIÓN	PRECIO T.
1	Diseño interior	\$2.646,28
2	Total presupuesto	\$89.227,23
		\$91.873,51

Fuente: Elaboración propia

Proveedores:

En esta sección se enlista los proveedores a nivel nacional de los materiales que se requieren para realizar la intervención.

Tabla 27. Listado de Proveedores

Estructura metálica	
Novacero	https://www.novacero.com/
Kubiec	https://kubiec.com/
Adelca	https://www.adelca.com/
Instalaciones Sanitarias	
Tigre Ecuador	https://diferrec.com/tigre/
Instalasa	https://instalasa.com/
Disensa	http://disensa.com/
Aparatos y piezas sanitarias	
Edesa	https://edesa.com.ec/
FV	https://fvandina.com/?srsltid=AfmBOoqSurJGQ56bSAO_IY5xgU8PnTp2SsSr5fD8MWmaxz0d9Wgsnl_0
PLASMADE	https://www.habitato.com.ec/
Instalaciones de agua potable	
VESBO	https://vesbo.com/
RIVAL tubos	https://www.plasticosrival.com/
PLASTIGAMA	https://bim.plastigama.com/
Accesorios y grifería	
FV	https://fvandina.com/?srsltid=AfmBOoqSurJGQ56bSAO_IY5xgU8PnTp2SsSr5fD8MWmaxz0d9Wgsnl_0
PLASMADE	https://www.habitato.com.ec/
Briggs	https://briggs.com.ec/
Instalaciones Eléctricas	
ElectroCable	http://www.electrocable.com/
INSELEC	https://inselec.com.ec/
SISTEL	https://sistel.com.ec/

Accesorios y elementos para iluminación	
ElectroAzuay	https://electroazuay.com/
ElectroInstalaciones	https://electroinstalaciones.com.ec/index.html
NOVUM	https://novum-espaciosquefascinan.sumerlabs.com/catalogo/novum-espaciosquefascinan
Instalaciones de Gas	
Segasa	https://www.facebook.com/100065480529358/about/?_rdr
AustroGas	https://www.austrogas.com.ec/
METABEC	https://www.metabec.com/
Pisos	
Palo Alto	https://palalto.com.ec/
Keramikos	https://keramikos.com.ec/
Graiman	https://www.graيمان.com/
Mobiliario acero inoxidable	
Tecnimetal	https://www.tecnimetal.com.ec/index.php
GrupoMEGA	https://grupomega.ec/
TRAMONTINA	https://global.tramontina.com/es
Electrodomésticos	
EQUINDECA	https://equindeca.com.ec/
ALFRED	https://alfred.com.ec/
EQUIFRIGO	https://equifrigo.store/
Señalética	
SeñalX	https://senalx.com/
Matprint	https://www.facebook.com/MatprintCuenca/?locale=es_LA
Fedelca	https://www.fedelca.com/

Fuente: Elaboración propia



Resumen ejecutivo

5



Capítulo V: Resumen ejecutivo



Escanear QR

RESUMEN EJECUTIVO

DISEÑO DE UN ESPACIO COMERCIAL PARA LA MARCA
LACRAFT BEER GARDEN

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

AUTORA: PAULINA MÉNDEZ
DIRECTORA: ARQ. MANUELA CORDERO



UNIVERSIDAD
DEL AZUAY

FACULTAD DE
DISEÑO
ARQUITECTURA
Y ARTE

CUENCA, 2025



Memoria reflexiva



Memoria reflexiva

El proceso de diseño desarrollado para Lacraft, representó un desafío integral que exigió más allá de la creatividad, el análisis y la adaptación. Esta propuesta surgió del compromiso constante por entender a fondo las problemáticas presentes en el restaurante y traducir las necesidades del cliente en un lenguaje espacial coherente, atractivo y funcional.

i. Decisiones clave del proceso de diseño

Una de las primeras decisiones fundamentales fue adoptar una metodología de trabajo centrada en el usuario y el cliente. Antes de plantear la propuesta formal, se realizó una investigación y observación crítica de las oportunidades de mejora de los espacios del restaurante, desde la circulación interior y la distribución poco eficiente, hasta la falta de identidad visual coherente con la experiencia que LACRAFT BEER GARDEN aspiraba ofrecer.

El siguiente paso fue comprender a fondo la esencia de la marca. Lacraft no solo debía funcionar como restaurante, sino transmitir una atmósfera única, ligada a valores como lo artesanal, lo auténtico y lo experimental. Por ello, se decidió que el diseño debía inspirarse en estos principios, incorporando materiales naturales y texturas honestas que evoca calidez sin caer en lo predecible.

ii. Obstáculos y soluciones

A lo largo del proceso se enfrentaron varios obstáculos importantes. El primero fue conciliar los deseos del cliente con las limitaciones reales del espacio. Hubo momentos en los que las expectativas estaban por encima de lo técnicamente viable, y fue necesario establecer una comunicación clara y empática para negociar soluciones intermedias sin perder de vista la visión original del proyecto.

Otro reto fue la definición de una identidad visual coherente. El cliente sabía lo que quería sentir en el espacio, pero no

sabía cómo traducirlo. Esto obligó a ir más allá del diseño de interiores tradicional, involucrándose en aspectos de branding, narrativa espacial y construcción de experiencia. A través de pruebas visuales, se logró ir afinando la propuesta hasta encontrar una solución que no solo resolviera problemas funcionales, sino que también potencie el valor de marca.

iii. Aprendizajes obtenidos

El proceso dejó en mí como proyectista y próxima magister en diseño de interiores aprendizajes significativos. Primero, comprendí que un diseño exitoso surge de la empatía: no basta con que sea estéticamente correcto, debe resonar emocionalmente con quien lo habita o visita. También reforcé la importancia de la flexibilidad; muchas veces tuve que cambiar de rumbo, ajustar ideas o abandonar propuestas queridas para lograr una solución más acertada.

Asimismo, logré valorar el poder de una buena narrativa proyectual: al vincular cada decisión con los valores y personalidad de LACRAFT BEER GARDEN, el diseño ganó sentido y cohesión. Esto me enseñó que un proyecto no es solo un conjunto de elementos bien colocados, sino una historia que se vive a través del espacio.

iv. Encuentros y diferencias con otros proyectos referentes

Durante el proceso, se revisó varios referentes de diseño gastronómico, especialmente aquellos que ponían énfasis en la experiencia sensorial y la identidad de marca. Estos proyectos me ayudaron a comprender cómo el diseño puede influir en el comportamiento del cliente, en su percepción del producto y en el posicionamiento del negocio.

Para Lacraft, quise alejarme de esas fórmulas prefabricadas y proponer algo más auténtico, que tuviera alma propia. Ser una propuesta honesta, más cercana al origen artesanal que define al restaurante, y menos dependiente de tendencias pasajeras.

Conclusiones



Conclusiones

La propuesta de rediseño interior para **LACRAFT BEER GARDEN** representa la culminación de un proceso de investigación, análisis y diseño que tuvo como propósito principal transformar un espacio existente en un entorno comercial y de trabajo más eficiente, coherente con la identidad de la marca y alineado a las expectativas del cliente.

El proyecto logró responder de manera efectiva a los problemas detectados en la fase diagnóstica, reorganizando de forma estratégica las áreas internas y externas, optimizando la circulación y potenciando zonas que anteriormente carecían de un uso definido o presentaban un bajo nivel de aprovechamiento.

Al intervenir estos espacios, se consiguió resolver los sectores altamente conflictivos, y generar nuevas experiencias espaciales que enriquecen el recorrido del usuario, mejorando las condiciones de trabajo del personal. La propuesta aporta un valor significativo al campo del diseño de interiores en espacios comerciales y demuestra cómo se puede revitalizar negocios existentes, convirtiéndolos en entornos más productivos, versátiles y emocionalmente atractivos.

Si bien el alcance de esta tesis permitió abordar de manera profunda la configuración interior y los patios internos, se reconoce que el área de patio exterior representa una oportunidad de intervención complementaria. Esta zona se plantea como una posible línea de continuidad que permitiría consolidar aún más la identidad espacial de LACRAFT BEER GARDEN, ampliando la capacidad de recepción de usuarios y fortaleciendo su carácter de espacio social abierto y adaptable.

Finalmente, el proyecto respondió a las necesidades funcionales, generando un entorno coherente, estimulante y competitivo dentro del mercado gastronómico local. Más allá de los resultados obtenidos, se reafirma el rol estratégico del diseño interior como herramienta para impulsar la sostenibilidad, el rendimiento y la experiencia en espacios comerciales y de trabajo.



Referencias



Referencias bibliográficas

Ancill, R. (2023). Restaurant Interior Design Sustainability Trends 2023 - Robert Ancill restaurant consultant. Robert Ancill Restaurant Consultant. <https://www.globalrestaurantconsultant.com/restaurant-blog/restaurant-interior-design-sustainability-trends-2023/?utm>

Barcelona Culinary Hub. (2024). Iluminación en restaurantes: beneficios y cómo hacerlo correctamente. Barcelona Culinary Hub. <https://www.barcelonaculinaryhub.com/blog/importancia-iluminacion-restaurante>

Beyda, E. (2024). How the Pandemic Served Up a Re-Think of Restaurant Design. Built | The Bluebeam Blog. <https://blog.bluebeam.com/restaurant-construction-design-covid-19/?utm>

Kansal, S. (2024). Bringing Nature Indoors: Exploring the Impact of Biophilic Interior Design in Restaurants. JournalsPub. <https://journalspub.com/publication/ijaip/article%3D6558/?utm>

Klemt, D. (2024). The Future of Commercial Kitchens. KRG Hospitality Inc. <https://krghospitality.com/tag/design-trends/?utm.com>

Martin, A. (2022). Restaurants Design Trends for a Post-Pandemic World. Inspiring Innovative Interiors for People + Planet. <https://www.iands.design/people-and-projects/hospitality/article/21014352/restaurant-design-trends-for-a-post-pandemic-world?utm>

Meshor, L. (2011). Diseño de espacios comerciales. (2ª ed.) Barcelona: Gili.

Motowilowa, J. (2024). Exploring Augmented Table Setup and Lighting Customization in a Simulated Restaurant to Im-

prove the User Experience. ARXiv.org. <https://arxiv.org/abs/2411.10230?utm.com>

Nessbach, M. (2025). El papel del diseño experiencial en el éxito de los restaurantes. Designbar. <https://www.designbaronline.com/blog/yz921m7mkh4ji9luf5ncc771gcze5s>

Lazarte, A. (2023). Oportunidades del diseño estratégico en las experiencias del usuario en restaurantes en Lima, Perú. Economía Creativa. <https://doi.org/10.46840/ec.2022.18.a4>

Loman AI. (2024). Revolutionizing Restaurant Design: Trends Shaping the Future of Dining Spaces. <https://www.loman.ai/blog/revolutionizing-restaurant-design-trends-shaping-the-future-of-dining-spaces?utm>

The Next Idea Group. (2025). Restaurant and Hospitality Design Trends in 2025 – TNI Group. TNI Group -. <https://thenextideagroup.com/restaurant-and-hospitality-design-trends-in-2025/?utm>

Obeidat, I. (2022). The role of sustainable interior design and its impact on customer's behavior in commercial environments. IOP Conference Series Earth And Environmental

Science, 1026(1). https://www.academia.edu/124674638/The_role_of_sustainable_interior_design_and_its_impact_on_customers_behavior_in_commercial_environments?utm

Babur, O. (2021). How COVID changed restaurant design forever. Food & Wine. <https://www.foodandwine.com/future-of-restaurant-design-covid-8702136?utm>

Restaurant Dive. (2024). How restaurants can thrive in the experience economy. <https://www.restaurantdive.com/>

[spons/how-restaurants-can-thrive-in-the-experience-economy/728365/?utm](#)

Kelly, R. (1952). Lighting as an Integral Part of Architecture. [PDF]. College Art Association. <https://www.jstor.org/stable/773361?origin=JSTOR-pdf>

Robertson, E. (2023). Is biophilic design important in my restaurant?. Benholm. <https://www.benholm.com/is-biophilic-design-important-in-my-restaurant/?utm>

Vidali, M. (2020). Experiential Design -Rethinking relations between people, objects and environments. ARCHITECTURE BEYOND THE BUILT FORM. UNDERSTANDING AND IMAGINATION. Cyathens. [https://www.academia.edu/44800093/Experiential Design Rethinking relations between people objects and environments ARCHITECTURE BEYOND THE BUILT FORM UNDERSTANDING AND IMAGINATION](https://www.academia.edu/44800093/Experiential_Design_Rethinking_relations_between_people_objects_and_environments_ARCHITECTURE_BEYOND_THE_BUILT_FORM_UNDERSTANDING_AND_IMAGINATION)

4SPACE Design. (2020). Restaurant Design Transformation <https://4space.ae/4space-restaurant-design-transformation-post-covid/?utm>

Índice de figuras

Figura 1. Ubicación: Rafael Torres y Miguel Moreno Esq.	10
Figura 2. Productos de venta en Lacraft.....	10
Figura 3. Equipo de empleados que conforman LACRAFT	11
Figura 4. Cliente actual de LACRAFT	11
Figura 5. Zonificación del Estado actual, según nivel conflictivo.....	13
Figura 6. Bar exterior.....	14
Figura 7. Patio exterior.....	14
Figura 8. Patio interior.....	15
Figura 9. Patio exterior lateral	15
Figura 10. Patio exterior lateral	16
Figura 11. Área de comedor en Container	16
Figura 12. SSHH.....	16
Figura 13. Caja y atención al cliente.....	17
Figura 14. Venta de souvenirs y ahumado.....	17
Figura 15. Venta de cerveza enlatada	17
Figura 16. Preparación de coctéles y almacenamiento.....	18
Figura 17. Barra para coctelería de autor.....	18
Figura 18. Almacenamiento general.....	19
Figura 19. Recepción de productos y basura	19
Figura 20. Área de lavado de vajilla.....	19
Figura 21. La Maltería	33
Figura 22. Chill & Chela.....	33
Figura 23. Golden Prague	33
Figura 24. Fachada principal/ Ingreso principal de LACRAFT	36
Figura 25. Esquema del Costumer Journey map / Cliente	36
Figura 25A. Costumer Journey map en el plano.....	37
Figura 26. Zona de barra principal.....	38
Figura 27. Zona comunal.....	38
Figura 28. Zona privada.....	39
Figura 29. Materialidad y mobiliario.....	39
Figura 30. Iluminación en área comunal.....	40
Figura 31. Planta arquitectónica de Punkraft -Recorrido y experiencia.....	40
Figura 32. Organización espacial.....	40
Figura 33. Materiales y mobiliario de Deeds Brewing Taproom.....	41

Figura 34. Planta arquitectónica de Taproom - Recorrido y experiencia.....	41
Figura 35. Organización espacial.....	42
Figura 36. Materiales y mobiliario de la Destilería Old Dominick.....	42
Figura 37. Recepción e ingreso de visitantes.....	43
Figura 38. Zona de experiencia y degustación.....	43
Figura 39. Planta arquitectónica de Destilería Old Dominick- Recorrido y experiencia.....	43
Figura 40. Planta Estado actual de LACRAFT.....	46
Figura 41. Zonificación del Estado actual de LACRAFT.....	47
Figura 42. Ubicación en planta: barra actual	48
Figura 43. Ubicación en planta: cocina abierta actual	49
Figura 44. Ubicación en planta: patios actual	50
Figura 45. Ubicación en planta: bodega actual	51
Figura 46. Ubicación en planta: SSHH actual	52
Figura 47. Ubicación en planta: pasillo actual	53
Figura 48. Propuesta para LACRAFT.....	56
Figura 49. Diseño de experiencias por espacios	57
Figura 50. Circulación del USUARIO 1	58
Figura 51. Circulación del USUARIO 2	59
Figura 52. Circulación del USUARIO 3	60
Figura 53: Materialboard	61
Figura 54. Abstracción del materialboard	61
Figura 55. Moodboard Principio Rector: Experiencia del usuario	62
Figura 56. Moodboard Principio Rector: Flexibilidad	63
Figura 57. Moodboard Principio Rector: Bienestar	64
Figura 58. Propuesta para LACRAFT BEER GARDEN	70
Figura 59. Propuesta de barra	72
Figura 60. Visualización de propuesta de barra.....	73
Figura 61. Propuesta de cocina abierta.....	75
Figura 62. Visualización de propuesta de cocina abierta	76
Figura 63. Propuesta de refrigeración y amasado.....	78
Figura 64. Visualización de propuesta de refrigeración y amasado	79
Figura 65. Propuesta de cata de cerveza	81
Figura 66. Visualización de propuesta de cata de cerveza.....	82
Figura 67. Propuesta de Patio interno.....	84
Figura 68. Visualización de propuesta de patios internos para parejas.....	85

Figura 69. Propuesta de servicios higiénicos	87
Figura 70. Visualización de propuesta de los SSHH	88
Figura 71. Propuesta de mural en el patio exterior	89
Figura 72. Visualización de propuesta de patio exterior	90
Figura 73. Efectos de iluminación por espacios	91
Figura 74. Planta de luminarias	93
Figura 75. Planta de mobiliario	95
Figura 76. Sección longitudinal: Mobiliario en la propuesta para lacraft	96
Figura 77. Sección transversal: Mobiliario en la propuesta para lacraft	97

Índice de tablas

Tabla 1. Necesidades generales de LACRAFT BEER GARDEN	12
Tabla 2. Diagnostico resumido con oportunidades de Diseño	20
Tabla 3. Matriz de oportunidad Usuario 1	23
Tabla 4. Matriz de oportunidad Usuario 2.....	24
Tabla 5. Matriz de oportunidad Usuario 3.....	25
Tabla 6. Matriz de oportunidad Usuario 4.....	26
Tabla 7. Matriz de oportunidad Usuario 5.....	27
Tabla 8. Matriz de oportunidad de la Marca	28
Tabla 9. Síntesis de Principios Rectores según análisis de oportunidades.....	29
Tabla 10. Diferenciación de Lacraft frente a la competencia	34
Tabla 11. Usuario objetivo 1.....	35
Tabla 12. Usuario objetivo 2.....	35
Tabla 13. Usuario objetivo 3.....	35
Tabla 14. Características a destacar de cada referente para la propuesta de diseño en LACRAFT BEER GARDEN.....	44
Tabla 15. Análisis del estado actual BARRA	48
Tabla 16. Análisis del estado actual COCINA ABIERTA.....	49
Tabla 17. Análisis del estado actual PATIOS.....	50
Tabla 18. Análisis del estado actual BODEGA	51
Tabla 19. Análisis del estado actual SSHH	52
Tabla 20. Análisis del estado actual PASILLO.....	53
Tabla 21. Criterios de Iluminación en LACRAFT BEER GARDEN	65
Tabla 22. Criterios de mobiliario en LACRAFT BEER GARDEN	66
Tabla 23. Criterios de mobiliario complementario en LACRAFT BEER GARDEN.....	67
Tabla 24. Listado de luminarias.....	92
Tabla 25. Listado de mobiliario	94
Tabla 26. Presupuesto referencial	98
Tabla 27. Listado de Proveedores	99



Anexos



Anexos 1

Matriz de Observación para el Comportamiento del Usuario						
	Fecha y Hora	Zona Observada	Actividad del Usuario	Duración Aproximada	Interacción con el Espacio	Observaciones Adicionales
	15:30	mesa grande parte exterior derecha	grupo de amigos de 4 + 2 +1+4 después	2 horas	Conversación entre ellos	Fuma 1 persona; se incrementa 2 personas al grupo y luego 1 .total 7
1	16:00	exterior	1 hombre	37 min	Un solo espacio en la barra e interactúa con los empleados	Extranjero habla en inglés
2	16:05	mesa exterior	Pareja hombre y mujer - Ordenan una cerveza cada uno	30min	Conversan entre ellos	Interactúan con personas transeúntes de la calle
3	15:45	Barra interior	Dos mujeres	50 min	Cada una realiza su actividades personales	Eventualmente prestan atención a la pantalla principal (transmiten F1)
4	16:10	Mesa exterior	Pareja hombre y mujer	2 horas	Fuman	Las parejas se sientan de frente y no juntas de lado
5	16:27	Mesa exterior	1 solo hombre	1h 30 min	Realiza llamadas y trabajo en su computadora	Coloca junto a su silla la mochila
6	16:30	Zona de patios interiores	Pareja + un perro raza pequeña	2 horas	Conversan entre ellos	El perro igualmente sale a espacios exteriores
7	16:43	Barra interior	1 señor	2 horas	Habla unos 15 min en el celular y luego comienza a decidir qué ordenar	Pide 1 cerveza
8	17:00	Mesa interior	4 adultos + 1 niño	3 horas	Conversan entre ellos en un lugar más "privado"	Grupos más familiares tienden a ir al interior , podría deberse al frío
9	17:02	Mesa interior dentro de container	Pareja	2 horas	Conversan entre ellos en un lugar más "privado"	Piden cervezas
10	17:11	Mesa Interior	Grupo de 3 personas	1h 30 min	Conversan entre ellos en un lugar más "privado"	Grupos más familiares tienden a ir al interior , podría deberse al frío
11	17:11	Mesa exterior	Grupo de 4 personas	2 horas	Conversan entre ellos en un lugar más "privado"	Piden cervezas
12	17:19	Mesa exterior	Pareja	2 horas	Conversan	Piden cervezas
13	17:21	Mesa interior	5 personas	2h 30 min	Conversan	Son dirigidos al exterior por sugerencia
14	17:22	barra interior	2 personas	2 horas	Conversan	Piden cervezas
15	17:28	mesa exterior	3 personas	2 horas	Conversan	Post office

Anexos 2

Presupuesto referencial
para Lacraft

PRESUPUESTO REFERENCIAL					
ITEM	DESCRIPCIÓN	UND	CANT.	PRECIO U.	PRECIO T.
OBRAS PRELIMINARES					
1	Desmontaje y desalojo				\$3.942,08
1.1	Desalojo de objetos interiores	m2	255,13	4,5	\$1.148,09
1.2	Demolición de paredes	m2	32,54	16	\$520,64
1.3	Remoción de piso cerámico	m2	80,63	6	\$483,78
1.4	Desmontaje de puertas	m2	4	8	\$32,00
1.5	Retiro de piezas sanitarias	U	4	8,25	\$33,00
1.6	Cargado y transporte a mano de material de desalojo derrocado	m3	85,75	5	\$428,75
1.7	Limpieza final	glb	287,96	4,5	\$1.295,82
OBRA NUEVA					
2	Estructura metálica				\$4.561,19
2.1	Suministro y colocación de estructura metálica	kg	1,58	81,25	\$128,38
2.2	Suministro e instalación de tubo cuadrado 5x5cm	kg	0,89	3	\$2,67
2.3	Suministro e instalación de estructura tensores	U	68	9,68	\$658,24
2.4	Suministro e instalación de paneles de aluminio y vidrio (incluye transporte)	m2	23,89	7	\$167,23
2.5	Suministro e instalación de estructura de acero cortén	m2	36,54	98,65	\$3.604,67
3	Albañilería				\$3.877,44
3.1	Suministro e instalación de tabiquería de gypsum	m2	165,32	12	\$1.983,84
3.2	Enlucido de paredes	m2	189,36	10	\$1.893,60
INSTALACIONES					
4	Instalaciones sanitarias				\$355,33
4.1	Suministro e instalación de tubería de evacuación PVC 110mm (incluye accesorios)	ml	9,43	27,85	\$262,63
4.2	Suministro e instalación de tubería de evacuación PVC 50 mm (incluye accesorios)	ml	7,63	12,15	\$92,70
5	Aparatos y piezas sanitarias				\$2.463,41
5.1	Suministro y colocación de inodoro (incluye grifería y accesorios, sifón 110mm)	U	3	269,25	\$807,75
5.2	Suministro y colocación de urinario (incluye grifería y accesorios, sifón 50mm)	U	1	105,66	\$105,66
5.3	Suministro y colocación de lavamanos (incluye grifería y accesorios, sifón 50mm)	U	2	460	\$920,00
5.4	Colocación de espejo rectangular	U	2	315	\$630,00
6	Instalaciones de agua potable				\$550,05
6.1	Suministro y colocación de acometida de AA.PP Ø1"	glb	1	115,1	\$115,10
6.2	Suministro y colocación de caja metálica para acometida (completo e instalado)	U	1	40,8	\$40,80
6.3	Picado de mampostería para instalación de tubería con amoladora	m	17,52	6,51	\$114,06
6.4	Suministro e instalación de punto de agua fría con tuberías de PVC Ø1"	pt	6	22,3	\$133,80
6.5	Resané de mampostería para instalación de tubería Ø1"	m	17,52	8,35	\$146,29

Fuente: Elaboración propia

Presupuesto referencial
para Lacraft

7	Accesorios y grifería				\$560,57
7.1	Suministro y colocación de llave de paso Ø1"	u	6	15,86	\$95,16
7.2	Suministro y colocación de barra de apoyo para discapacitados	u	2	78	\$156,00
7.3	Dispensador de jabón	u	2	23,08	\$46,16
7.4	Dispensador de papel	u	2	16	\$32,00
7.5	Basurero de acero inoxidable	u	5	46,25	\$231,25
8	Instalaciones eléctricas				\$3.014,55
8.1	Acometida eléctrica trifásica 125A/220 V	glb	1	178,65	\$178,65
8.2	Tablero de distribución de 9 puestos incluye breakers (15A,20A,30A)	U	1	215,2	\$215,20
8.3	Suministro y colocación de punto de tomacorriente 200w	pt	25	20,78	\$519,50
8.4	Suministro y colocación de punto de iluminación 100w	pt	56	23,95	\$1.341,20
8.5	Suministro y colocación punto de interruptor simple	pt	7	23,16	\$162,12
8.6	Suministro y colocación de punto de interruptor doble	pt	6	22,98	\$137,88
8.7	Suministro y colocación de punto para campana de cocina industrial (incluye motor extractor)	pt	2	230	\$460,00
9	Accesorios y elementos para la iluminación				\$4.688,41
9.1	Suministro e instalación de placa de interruptor	U	13	10	\$130,00
9.2	Suministro y colocación de placa de tomacorriente	U	25	14	\$350,00
9.3	Suministro y colocación luminarias colgante industrial negro	U	8	26	\$208,00
9.4	Suministro y colocación de riel + spot fija led	U	2	35,26	\$70,52
9.5	Suministro y colocación de luminaria colgante elástico decorativa AIM	U	2	650	\$1.300,00
9.6	Suministro y colocación de cinta led	ml	36,89	10	\$368,90
9.7	Suministro y colocación de luminaria empotrada en pared	U	4	25,36	\$101,44
9.8	Suministro y colocación de luminaria LED Mini 1W 3000K Satín Níquel Dirigible para Empotrar	U	36	12,2	\$439,20
10	Instalaciones a gas				\$410,48
10.1	Suministro e instalación de tubería de cobre para gas. (Incluye accesorios)	ml	14	29,32	\$410,48
RECUBRIMIENTOS					
11	Pisos				\$1.710,92
11.1	Suministro y colocación de porcelanato 1,20x0,60m, incluye rastrera de porcelanato h=10 cm	m2	80,63	18,6	\$1.499,72
11.2	Suministro y colocación de cerámica 50 x 50 cm, incluye rastrera	m2	17,6	12	\$211,20
12	Paredes				\$1.522,68
12.1	Suministro y colocación de fachaleta interior, incluye rastrera h=10 cm	m2	49,58	7,15	\$354,50
12.2	Suministro y colocación de porcelanato 2,40x1,22 cm, incluye rastrera de porcelanato h=10	m2	10	35,88	\$358,80
12.3	Suministro y colocación de malla interior de containers	m2	28,3	28,6	\$809,38
13	Tabiques				\$731,59
13.1	Recubrimiento de porcelanato, incluye colocación	m2	24,87	25	\$621,75
13.2	Recubrimiento de empaste de pintura	m2	27,46	4	\$109,84

Fuente: Elaboración propia

Presupuesto referencial
para Lacraft

14	Cielo raso				\$1.214,29
14.1	Estructura metálica celosías	m2	19,25	25	\$481,25
14.2	Suministro y colocación de pintura acrílico para interiores	m2	133,28	5,5	\$733,04
15	Vegetación				\$206,24
15.1	Suministro y colocación de plantas naturales	U	16	12,89	\$206,24
MOBILIARIO Y CARPINTERÍA					
16	Carpintería (Empotrada y mobiliario a construir)				\$19.010,00
16.1	Suministro e instalación de puerta abatible de madera de 0, 90 x 2,10 m	U	3	380	\$1.140,00
16.2	Suministro e instalación de puerta abatible de metálica de 0, 90 x 2,10 m	U	8	475	\$3.800,00
16.3	Mobiliario counter de 1,20x1,20m	U	1	600	\$600,00
16.4	Mesa cuadrada de madera 4 puestos	U	6	435	\$3.610,00
16.5	Mesa rectangular de madera 6 puestos	U	10	460	\$4.600,00
16.6	Mesa de barra	U	2	1280	\$2.560,00
16.7	Mobiliario empotrado transformable	U	1	1350	\$1.350,00
16.8	Mobiliario souvenirs	U	2	675	\$1.350,00
17	Mobiliario acero inoxidable				\$24.037,10
17.1	Colocación de fregadero de platos con 2 pozos	U	3	850	\$2.550,00
17.2	Colocación de cocina industrial, parilla	U	1	3560	\$3.560,00
17.3	Colocación de mueble auxiliar	U	2	360,3	\$720,60
17.4	Colocación de mueble funcional para almacenamiento de ollas	U	3	1600	\$4.800,00
17.5	Colocación de mueble funcional para almacenamiento de electrodomésticos	U	2	1298	\$2.596,00
17.6	Colocación de mesa de trabajo central	U	2	1300	\$2.600,00
17.7	Colocación de alacena	U	2	3550	\$7.100,00
17.8	Colocación de repisa	U	2	55,25	\$110,50
18	Mobiliario y decoración				\$5.469,04
18.1	Mesas retráctiles 2 puestos	U	7	125	\$875,00
18.2	Silla para parejas	U	8	112	\$896,00
18.3	Silla para barra	U	16	98,6	\$1.577,60
18.4	Silla para containers	U	24	75	\$1.800,00
18.5	Silla para juego mueble empotrado	U	3	95	\$285,00
18.6	Colocación de tacho de basura	U	4	8,86	\$35,44
19	Electrodomésticos				\$5.676,06
19.1	Campana extractora industrial + ducto (incluye motor)	U	1	1800	\$1.800,00
19.2	Lavavajilla de cúpula industrial	U	1	2568	\$3.568,00
19.3	Microondas	U	2	95,8	\$191,60
19.4	Colocación de balanza	U	2	25,24	\$50,48
19.5	Colocación de escurridor para platos	U	1	65,98	\$65,98
ITEM	DESCRIPCIÓN	UNID	CANT.	PRECIO U.	PRECIO T.
1	Diseño interior	m2	189,02	14	\$2.646,28
2	Total presupuesto				\$89.227,23
					\$91.873,51

Fuente: Elaboración propia





UNIVERSIDAD
DEL AZUAY

FACULTAD DE
DISEÑO
ARQUITECTURA
Y ARTE

RESUMEN EJECUTIVO

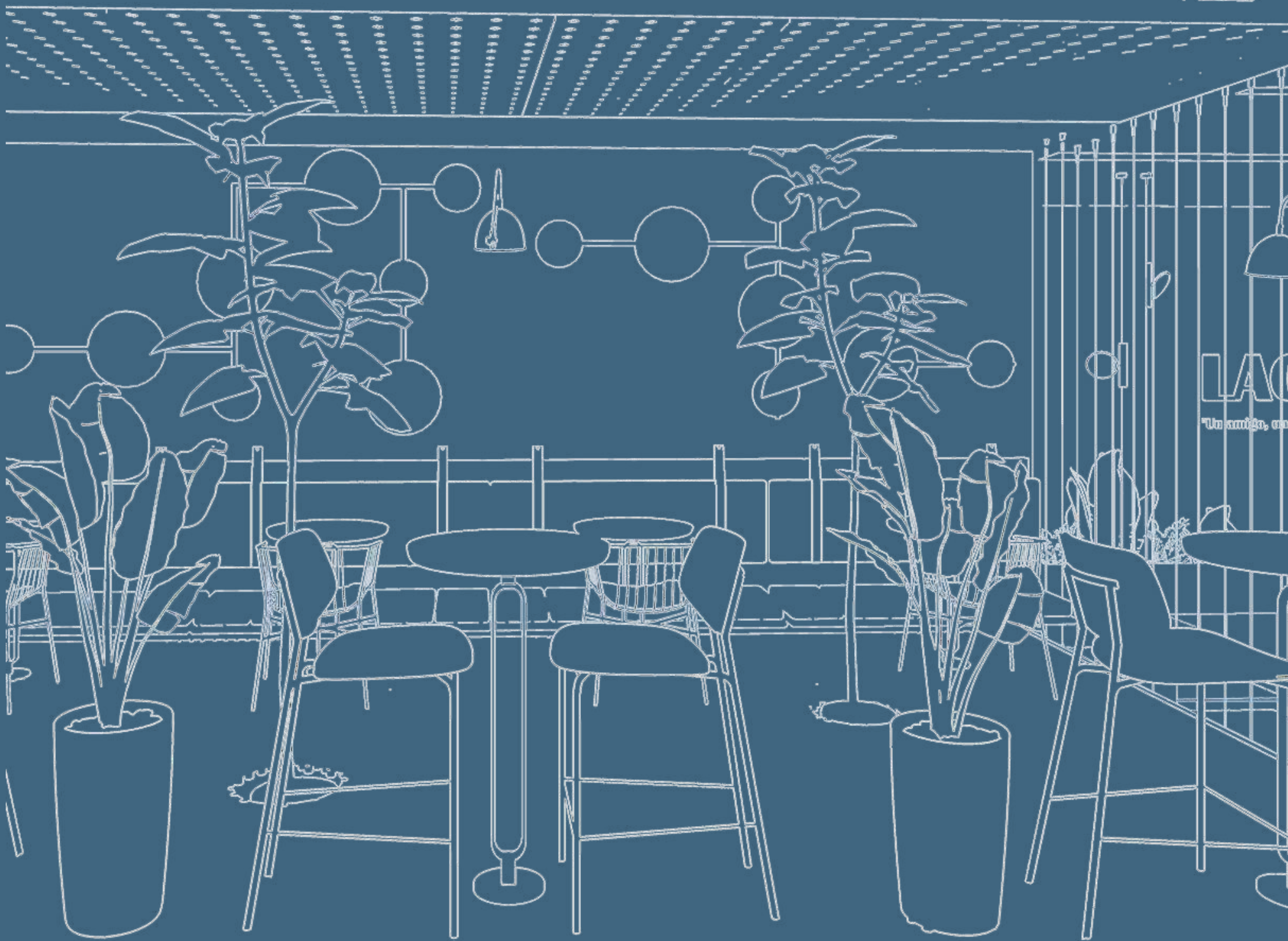
DISEÑO DE UN ESPACIO COMERCIAL PARA LA MARCA
LACRAFT BEER GARDEN

AUTORA: ARQ. PAULINA MÉNDEZ
DIRECTORA: ARQ. MANUELA CORDERO

CUENCA, 2025

"LA ARQUITECTURA DEBE SER LO SUFICIENTEMENTE FLEXIBLE COMO PARA ADAPTARSE AL CAMBIO, PORQUE LA VIDA CAMBIA CONSTANTEMENTE."

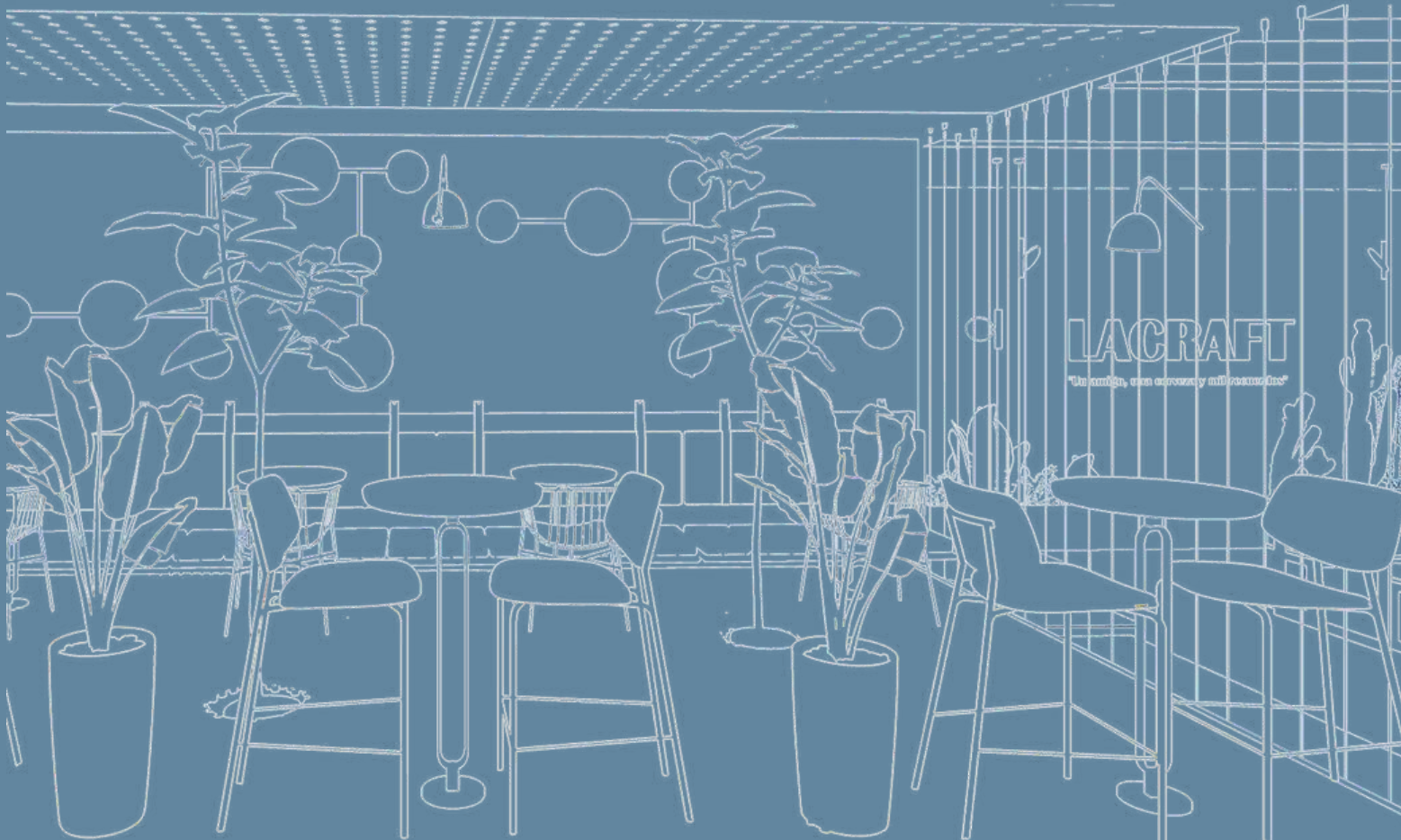
— **NORMAN FOSTER**



A black and white photograph of a modern outdoor patio. The background is a light-colored concrete wall with the word 'lacraft' in a large, bold, black, stylized font. Below the name is the tagline '"Un amigo, una cerveza y mil recuerdos"'. The wall is decorated with three small, circular, recessed lights. To the left, a person is blurred in motion, walking past a counter area with two sinks and a faucet. In the foreground, there are two wooden tables with dark frames and cushioned benches. The floor is covered in small, dark, pebbly material. To the right, there are several potted plants, including a large cactus and some leafy plants. The overall aesthetic is minimalist and modern.

lacraft

"Un amigo, una cerveza y mil recuerdos"



INTRODUCCIÓN

Este documento contiene una propuesta de Diseño interior para el restaurante-bar **Lacraft Beer Garden**.

En él se muestran las mejoras planteadas para optimizar los espacios, potenciando aquellas zonas que no cuentan con un uso adecuado.

Para su elaboración, ha sido fundamental tomar en cuenta todas las necesidades y solicitudes expresadas por el propietario, asegurando que cada decisión responda a los requerimientos reales del negocio.

ÍNDICE

- ESTADO ACTUAL
 - PROBLEMÁTICA ACTUAL
 - OPORTUNIDAD DE DISEÑO
 - USUARIO OBJETIVO
 - CONCEPTO DE DISEÑO
 - PRINCIPIOS RECTORES
 - MOODBOARD
 - MATERIALBOARD
 - PROPUESTA ESPACIAL
 - PRESUPUESTO REFERENCIAL
-



ESTADO ACTUAL

ZONIFICACIÓN



La Figura muestra el estado actual de la marca, desde las zonas de menor problema hasta aquellas con un nivel medio y alto de prioridad de intervención.

Para el caso de Rediseño, se desarrollará el área marcada como nivel conflictivo alto.

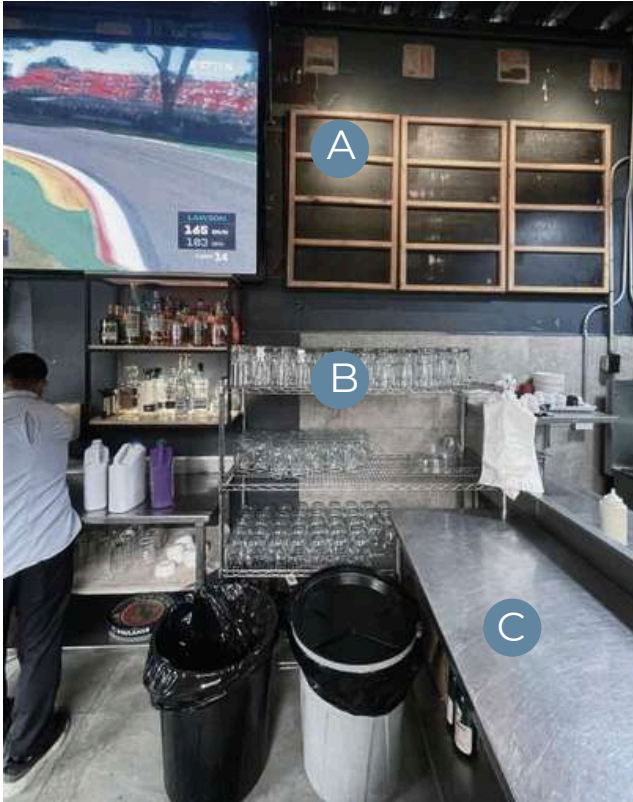
Nivel conflictivo alto= 189.02 m²

SIMBOLOGÍA NIVEL CONFLICTIVO PRIORITARIO

ALTO
MEDIO
BAJO

PROBLEMÁTICA ACTUAL

1. BARRA

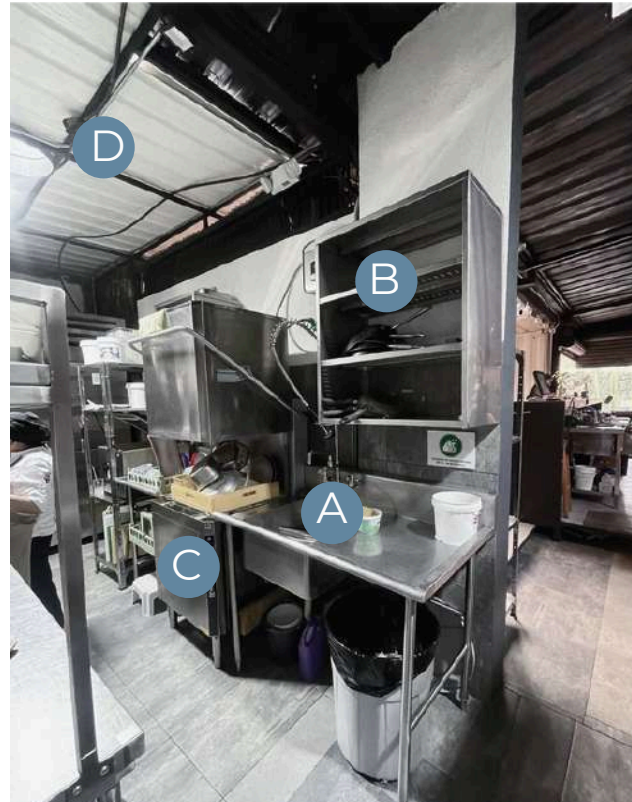


A. Deficiencia visual del menú y mala ubicación

B. Falta de organización y mobiliario adecuado para vajilla

C. Mesas sueltas, sin organización coherente

2. COCINA ABIERTA



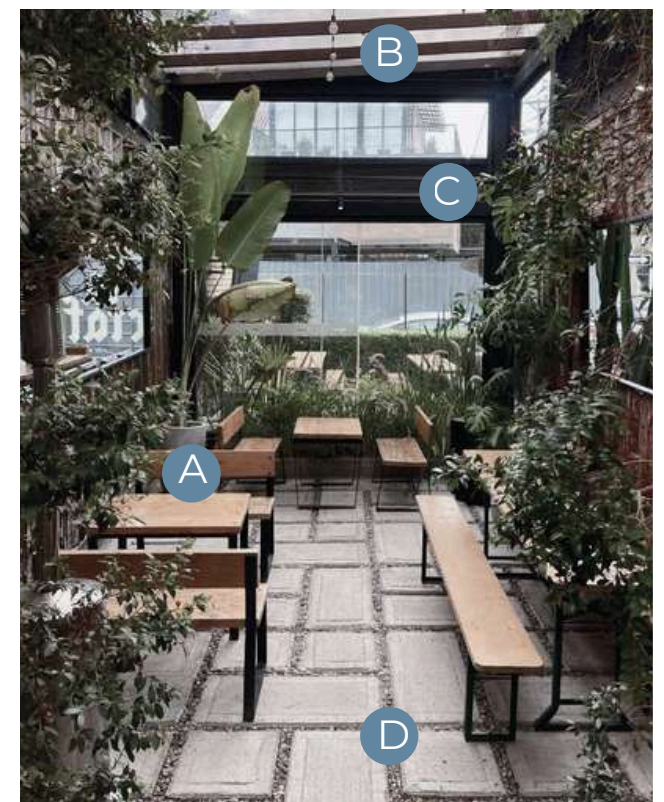
A. Lavavajilla junto al área de preparación de alimentos

B. Estantería subutilizada

C. Electrodomésticos desorganizados

D. Iluminación general ineficiente / Espacios planos

3. PATIO INTERNO



A. Poca diversidad del mobiliario para diferentes tipos de grupos

B. Iluminación poco eficiente / Espacios planos

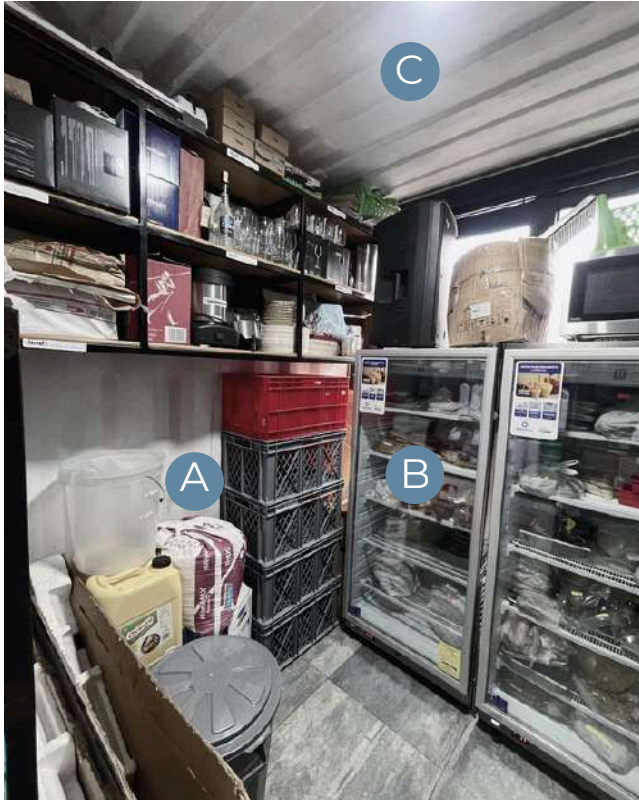
C. Vegetación apilada sin una intención clara

D. Espacio que desaprovecha su potencial



PROBLEMÁTICA ACTUAL

4. BODEGA



A. Falta de organización y clasificación de productos

B. Poco espacio de almacenamiento para refrigeración

C. Iluminación poco eficiente / Espacio plano

5. SSHH



A. Iluminación ineficiente / Espacios planos y con escasa intención de diseño

B. Instalaciones sanitarias visibles que generan un impacto visual desfavorable

C. Basureros improvisados

D. Luminarias decorativas no adecuadas para el espacio

E. Materiales y acabados no corresponden a la identidad de la marca.

3. PATIO INTERNO



A. Iluminación poco eficiente en el pasillo / Espacio plano

B. Obstáculos a falta de una bodega general



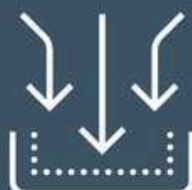
OPORTUNIDAD DE DISEÑO

DIAGNOSTICO RESUMIDO CON OPORTUNIDADES DE DISEÑO



1

Procesos operativos poco eficientes y con tiempos de respuesta prolongados.



2

Circulación interna deficiente que genera aglomeraciones de personas en horas de alta afluencia.



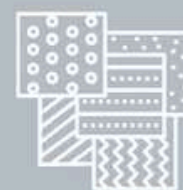
3

Áreas de producción de alimentos muestran problemas con su distribución lo que puede afectar la seguridad alimentaria y eficiencia en tiempos de servicio.



4

Poca diversidad de ambientes para atender distintos tipos de clientes.



5

Uso de materiales con baja resistencia al desgaste y a las condiciones ambientales.



USUARIO OBJETIVO

1.



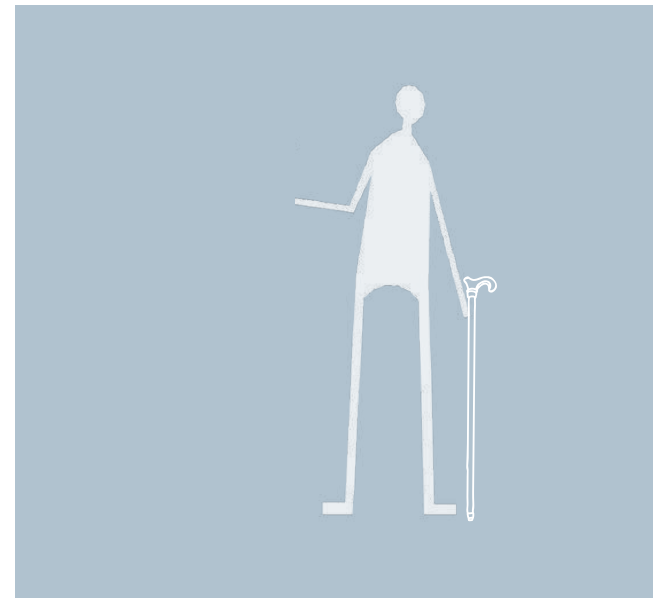
EMPLEADOS

2.



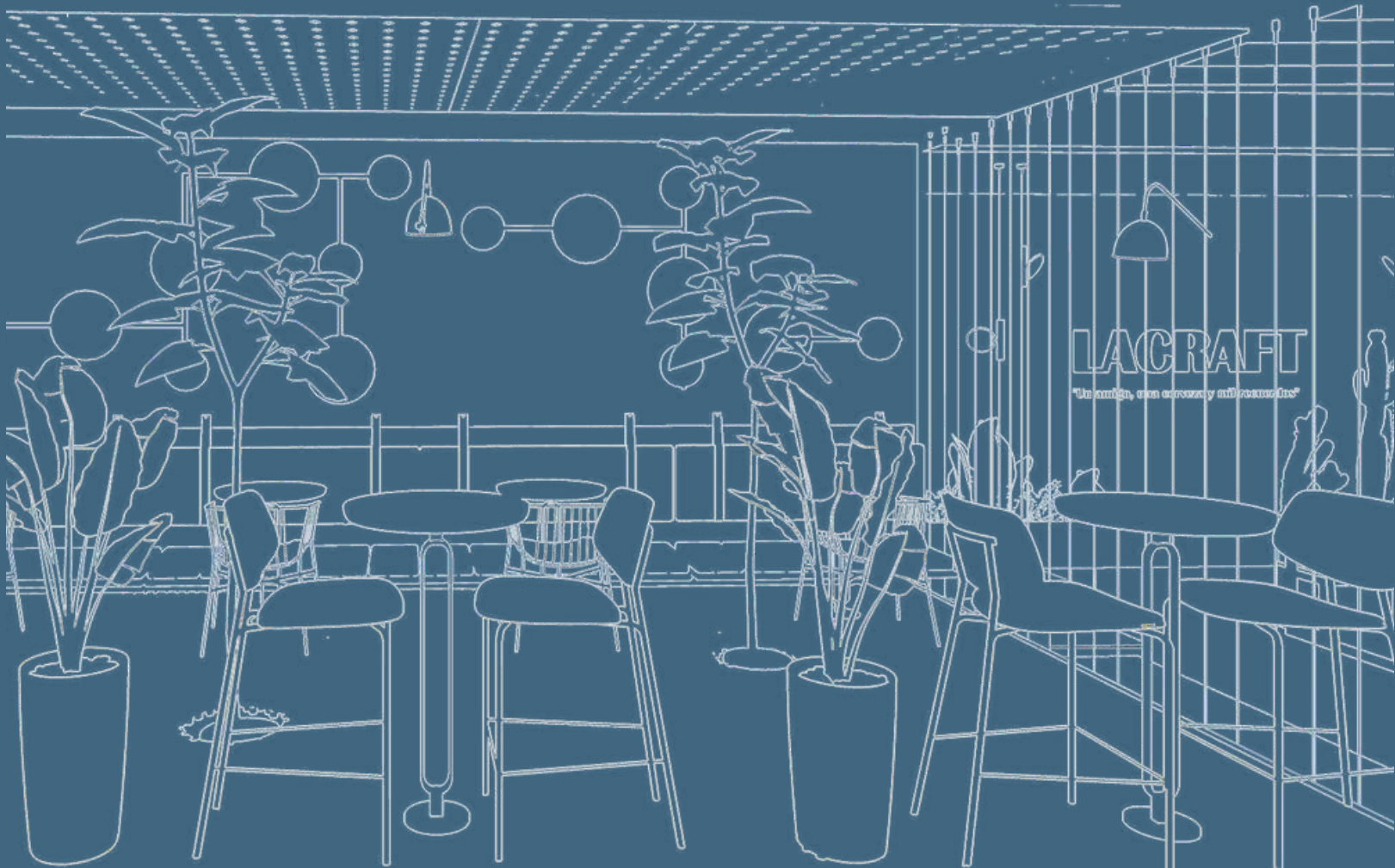
PAREJAS

3.



JUBILADOS



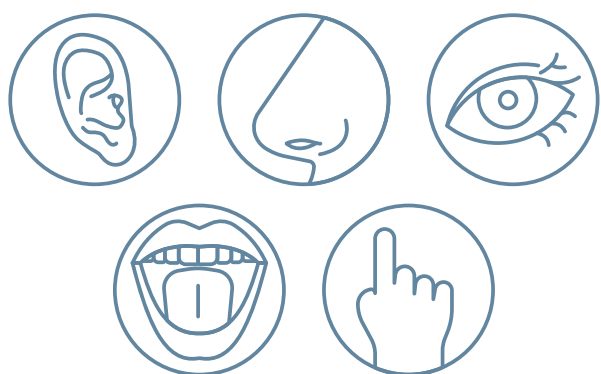


"UN AMIGO, UNA CERVEZA Y MIL RECUERDOS"

El proyecto ofrece una experiencia gastronómica auténtica y multisensorial en un espacio abierto, inclusivo y accesible, inspirado en las tradicionales Beer halls europeas y americanas. Su valor radica en fomentar la conexión humana en un ambiente sin barreras sociales, donde los clientes pueden compartir, relajarse y sentirse parte de una comunidad.

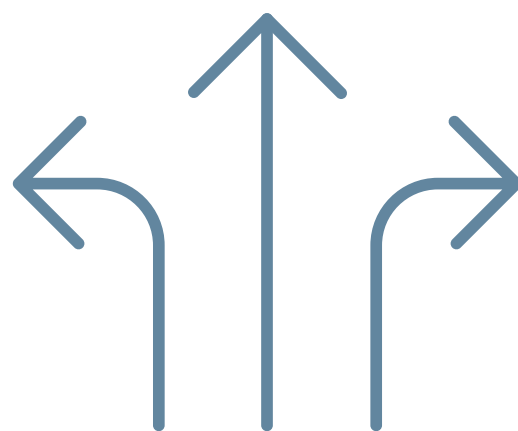


PRINCIPIOS RECTORES



EXPERIENCIA DEL USUARIO

Cada elemento contribuye a generar una vivencia significativa, sensorial y emocional.



FLEXIBILIDAD

La capacidad del espacio para ajustarse a diferentes eventos, usos cambiantes o nuevas tecnologías.



BIENESTAR

Centrado en el bienestar físico y emocional de los usuarios, promoviendo ambientes cómodos, ventilados, ergonómicos y sensorialmente agradables.



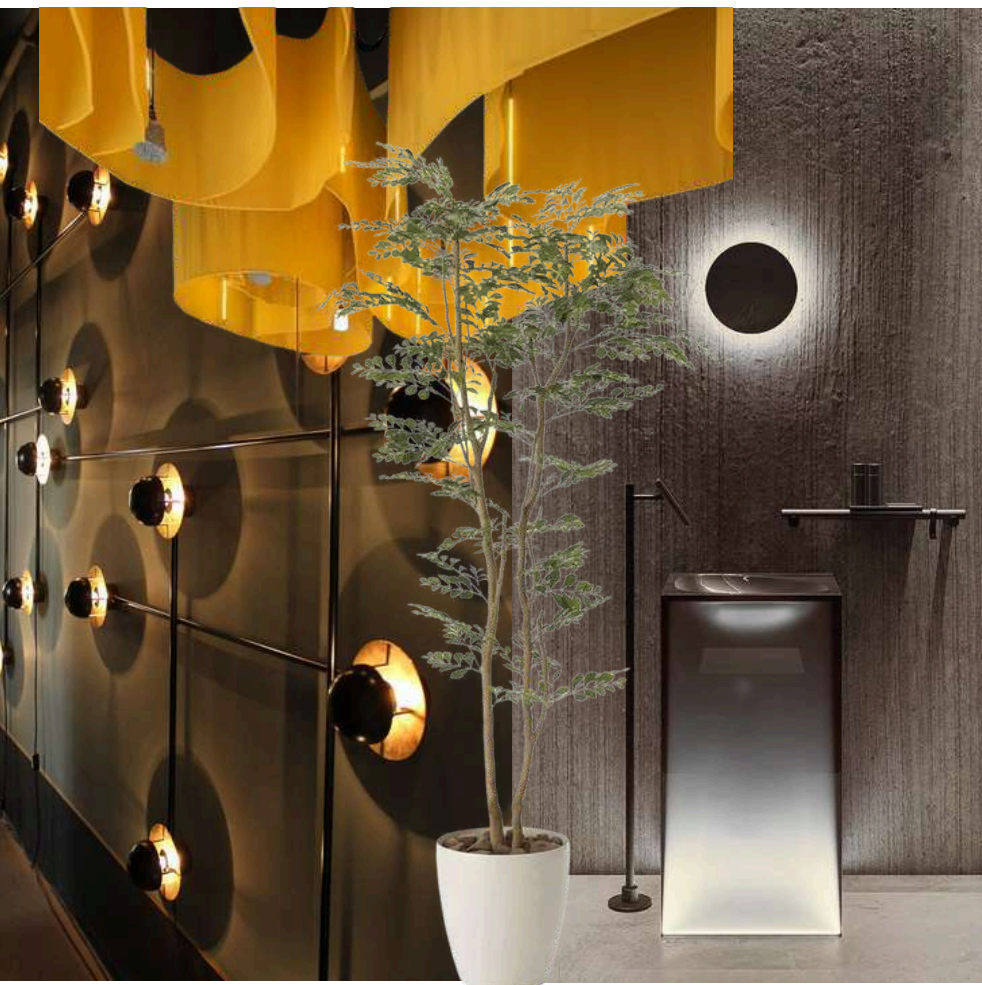
MOODBOARD

PRINCIPIO RECTOR: EXPERIENCIA DEL USUARIO

EMOCIONANTE



ESTÉTICO



INTERACTIVO



ATRACTIVO

ORDENADO



MOODBOARD

PRINCIPIO RECTOR: FLEXIBILIDAD

AJUSTABLE

RETRÁCTIL



MODULAR

APILABLE

VERSÁTIL



MOODBOARD
PRINCIPIO RECTOR: BIENESTAR

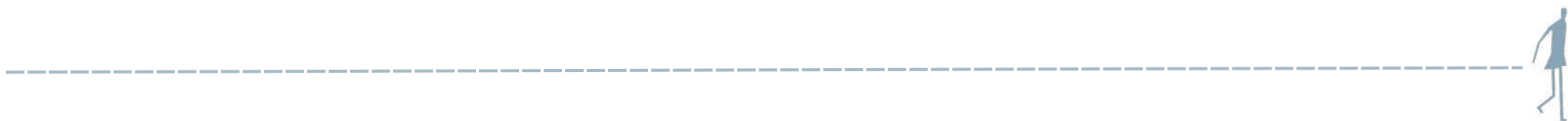
ACOGEDOR

CONFORTABLE



LIMPIO

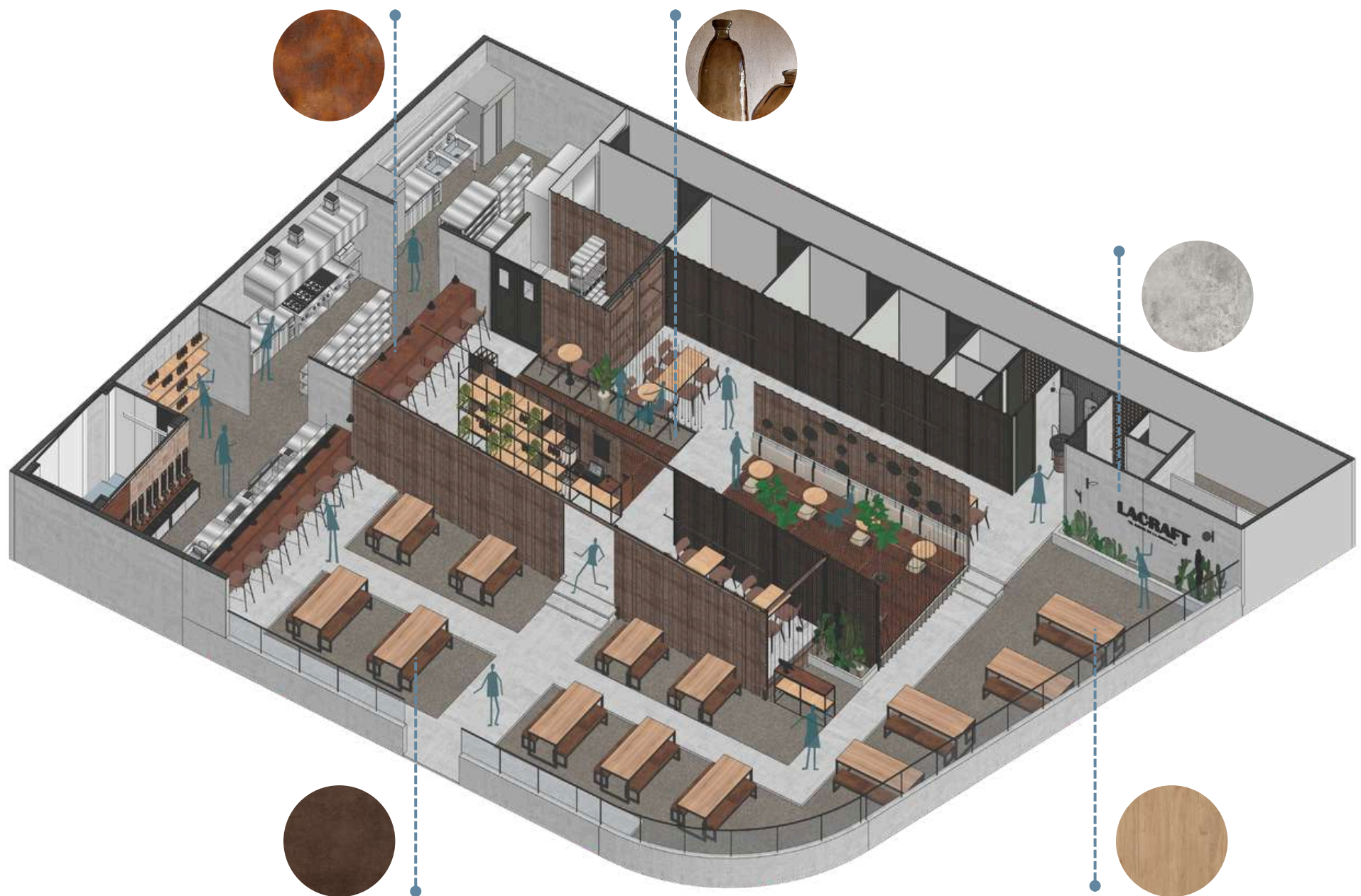
FLUIDO





MATERIALBOARD

MATERIALBOARD APLICADO EN LA PROPUESTA



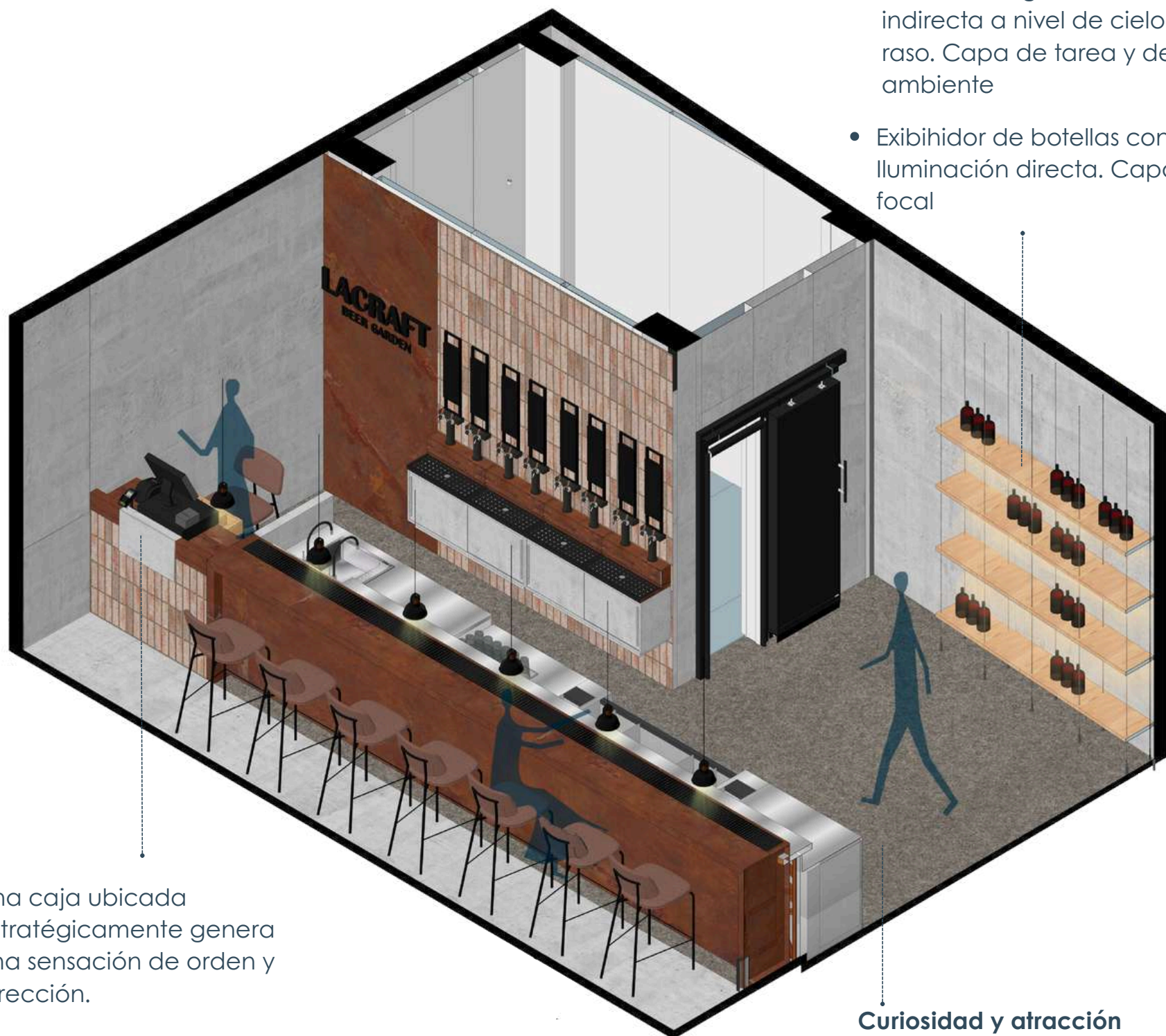
El acero corten como elemento protagonista, evocando la textura, el tono y la resistencia del contenedor que caracteriza al establecimiento.

Abstracción de las botellas de vidrio, representada a través de transparencias y reflejos.



PROPUESTA ESPACIAL

BARRA



Iluminación general indirecta a nivel de cielo raso. Capa de tarea y de ambiente

- Exibidor de botellas con iluminación directa. Capa focal

Una caja ubicada estratégicamente genera una sensación de orden y dirección.

Curiosidad y atracción
Barra actua como punto focal del espacio que genera curiosidad, interés y deseo de interactuar



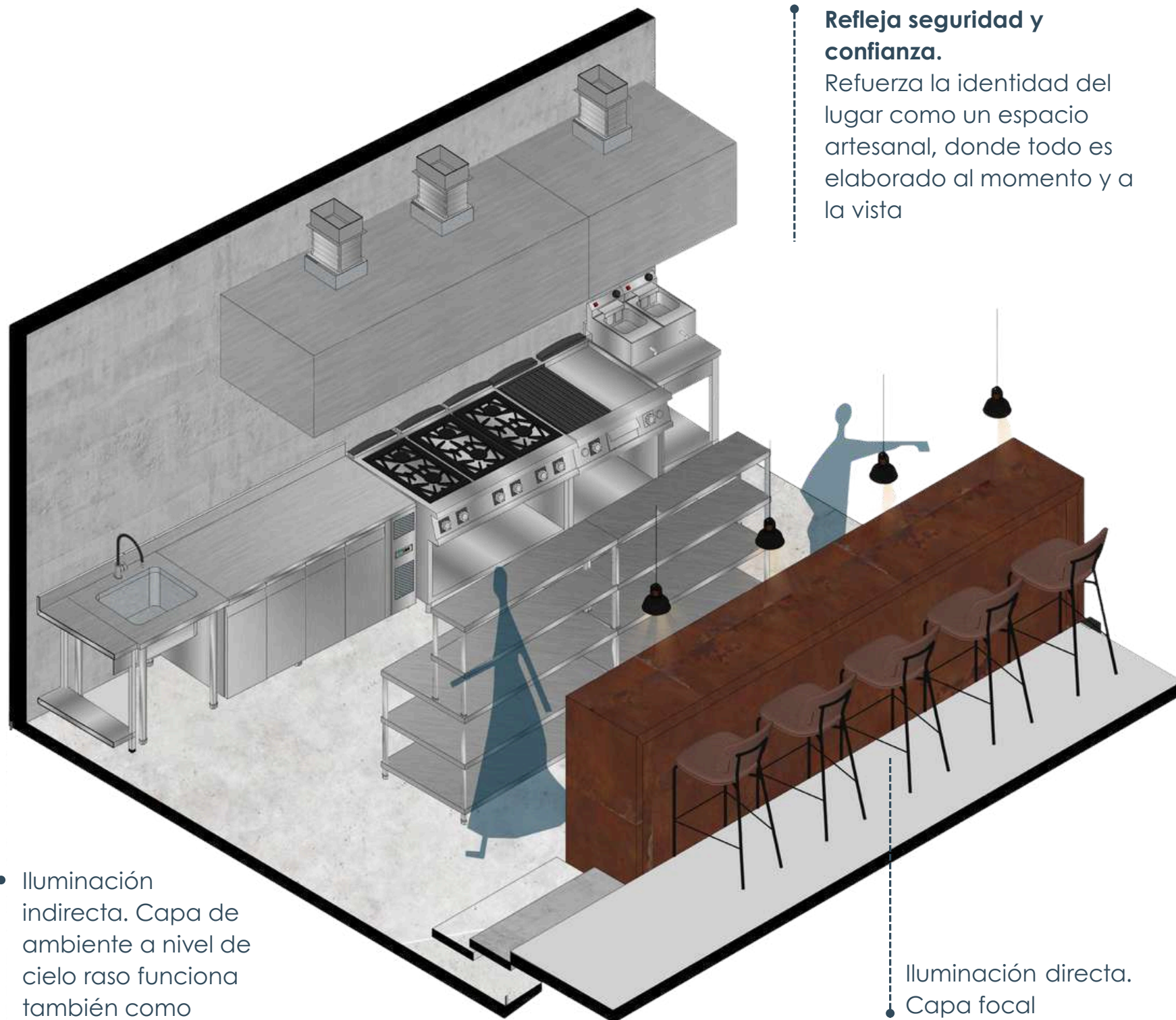
PROPUESTA ESPACIAL

BARRA



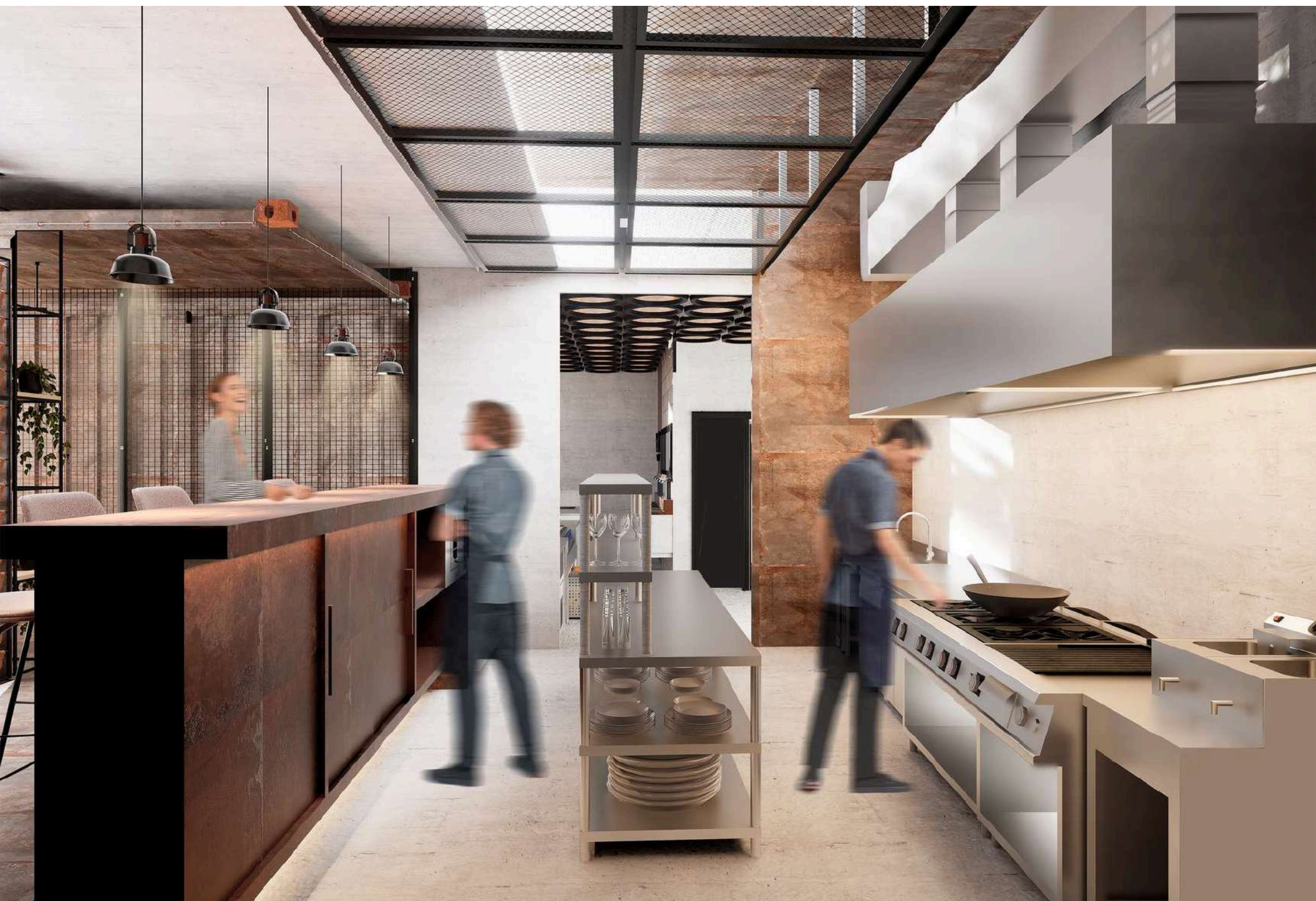
PROPUESTA ESPACIAL

COCINA ABIERTA



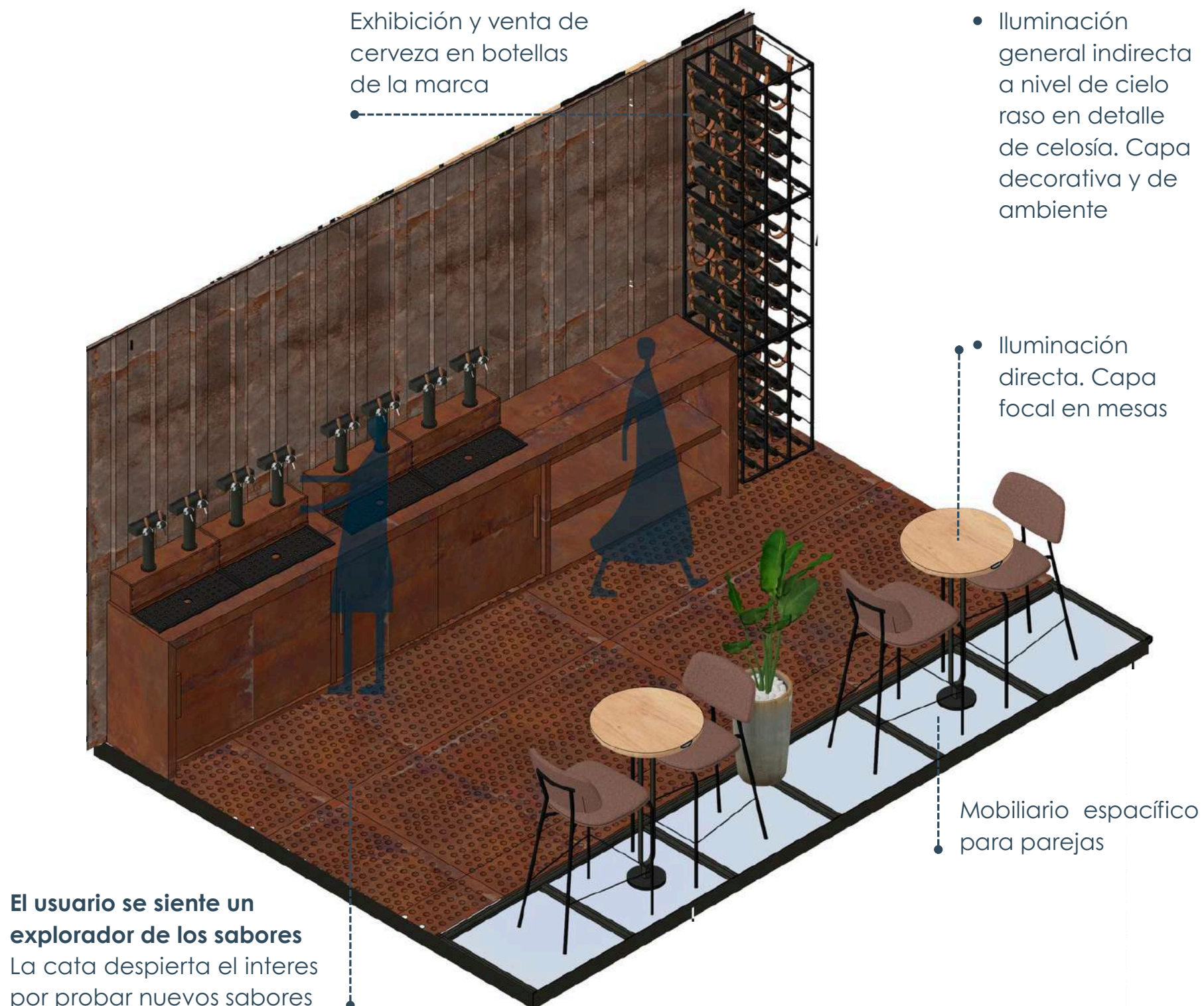
PROPUESTA ESPACIAL

COCINA ABIERTA



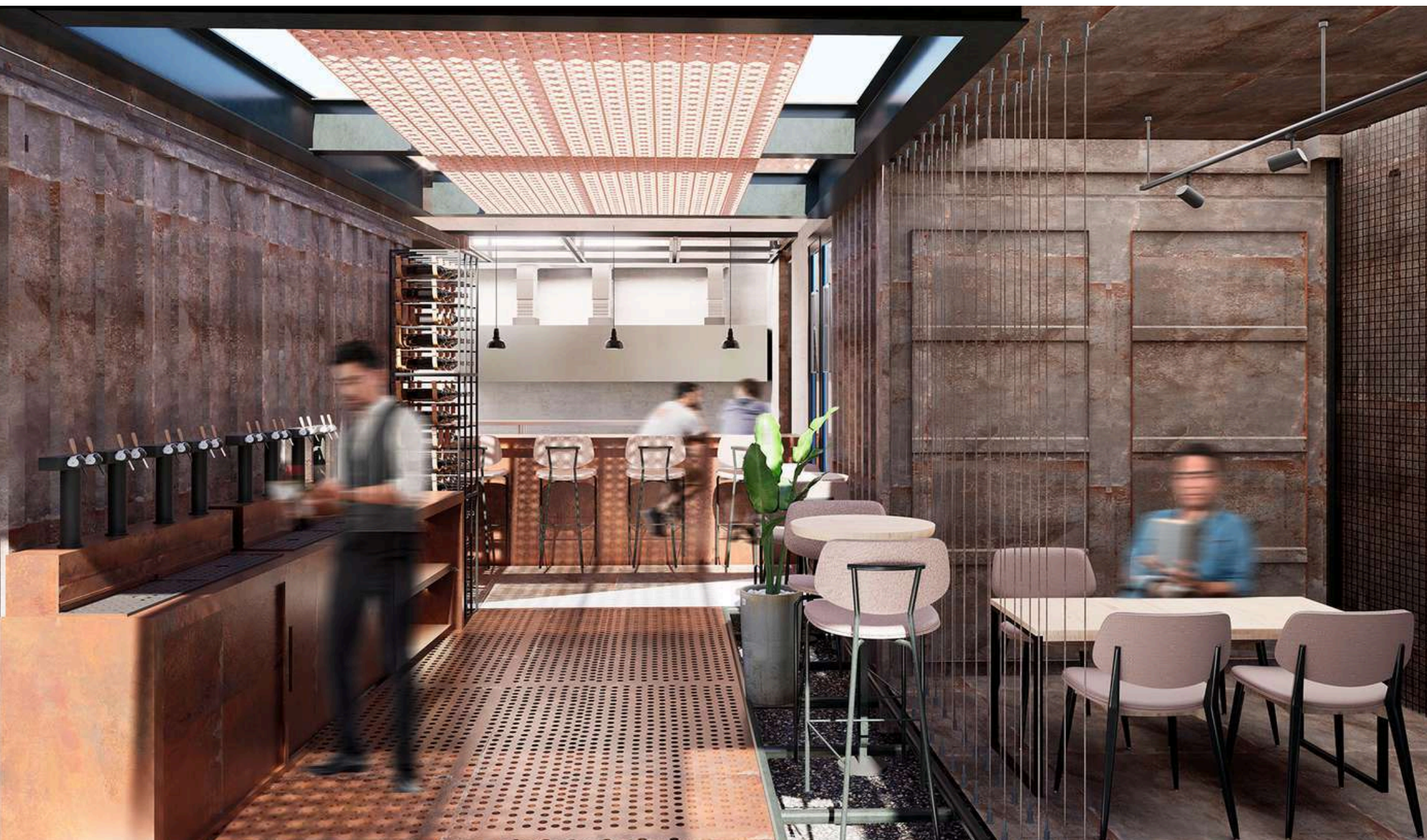
PROPUESTA ESPACIAL

PATIO INTERNO - CATA DE CERVEZA



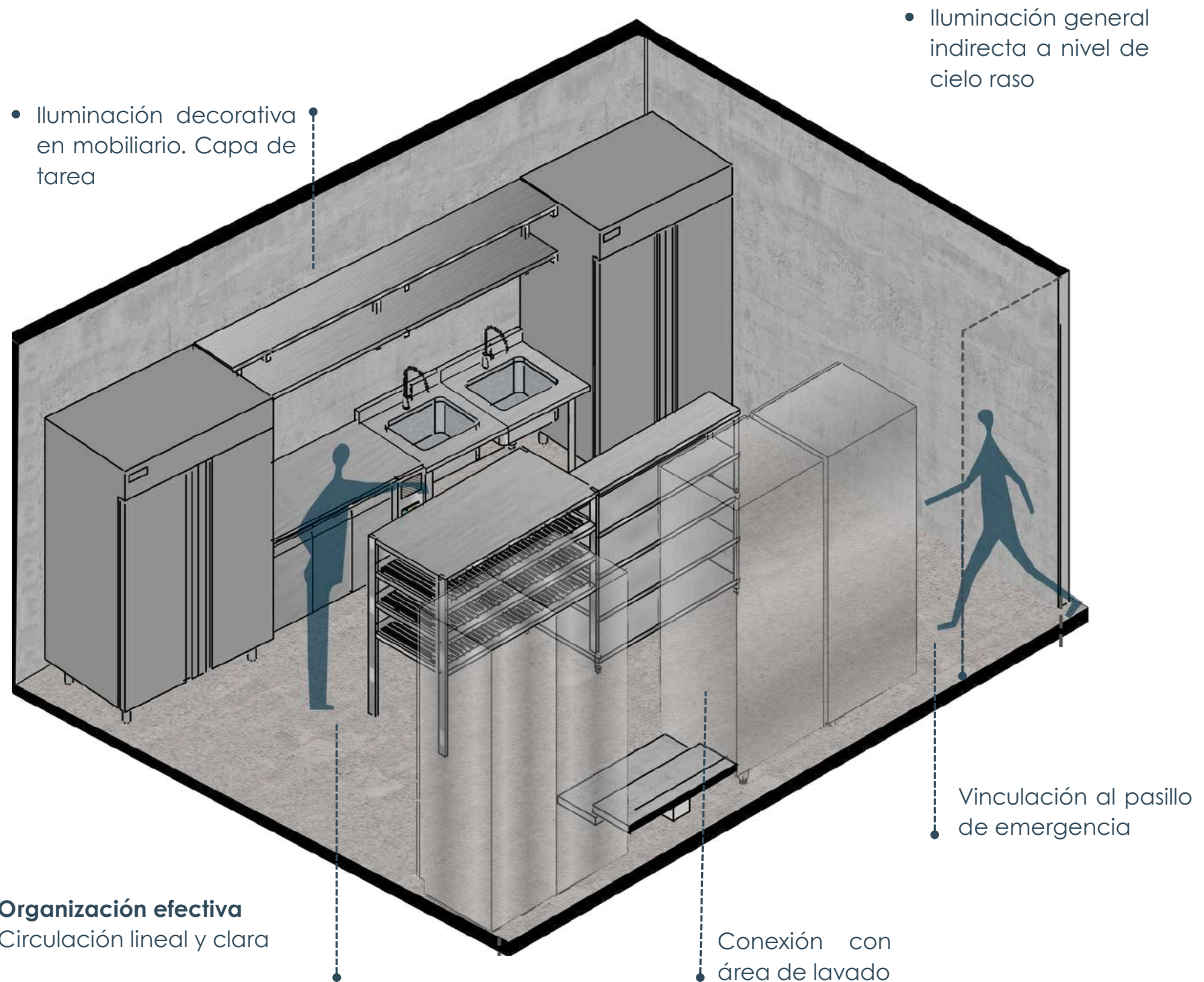
PROPUESTA ESPACIAL

PATIO INTERNO - CATA DE CERVEZA



PROPUESTA ESPACIAL

REFRIGERACIÓN Y AMASADO



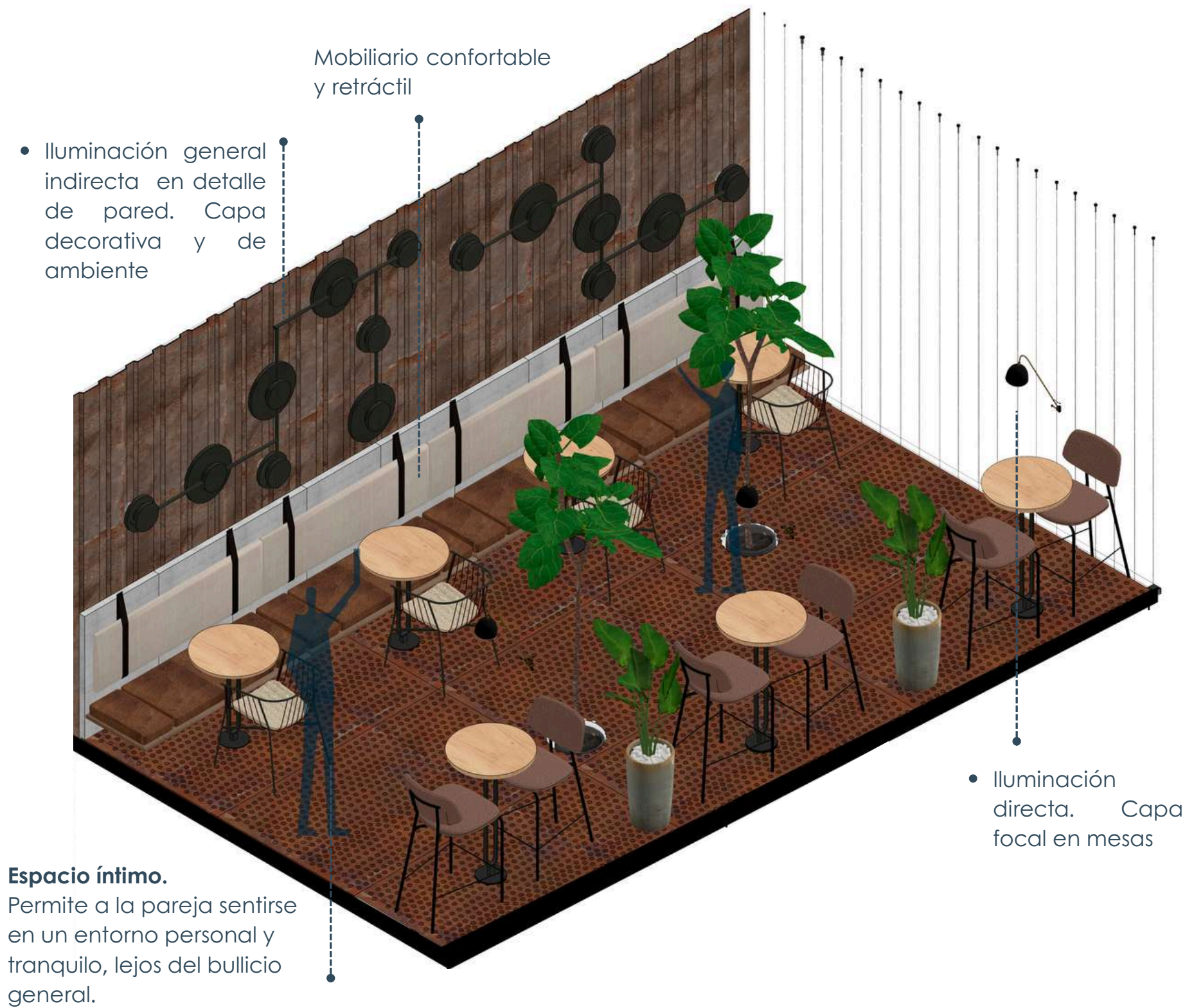
PROPUESTA ESPACIAL

REFRIGERACIÓN Y AMASADO



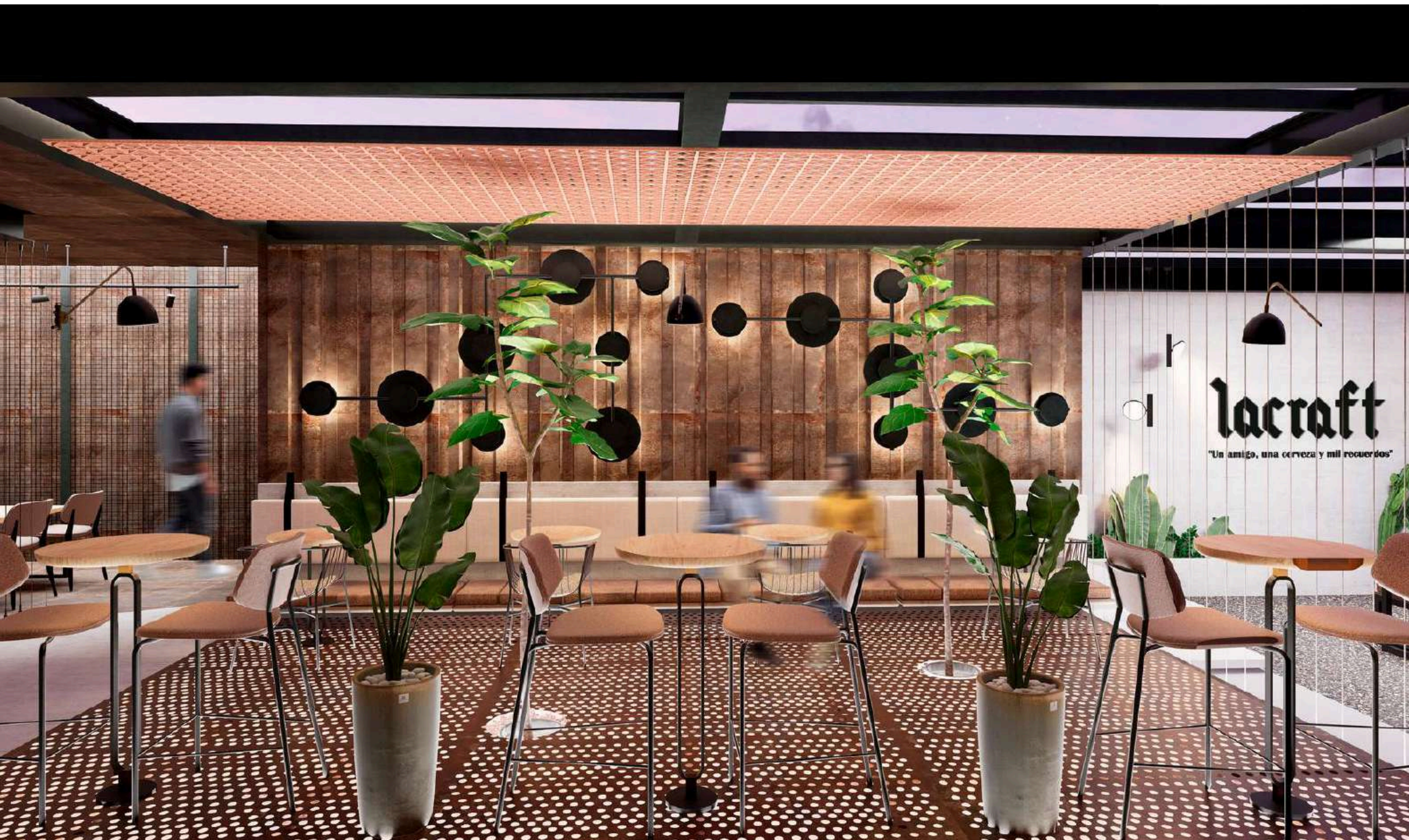
PROPUESTA ESPACIAL

PATIO INTERNO / ÁREA DE PAREJAS



PROPUESTA ESPACIAL

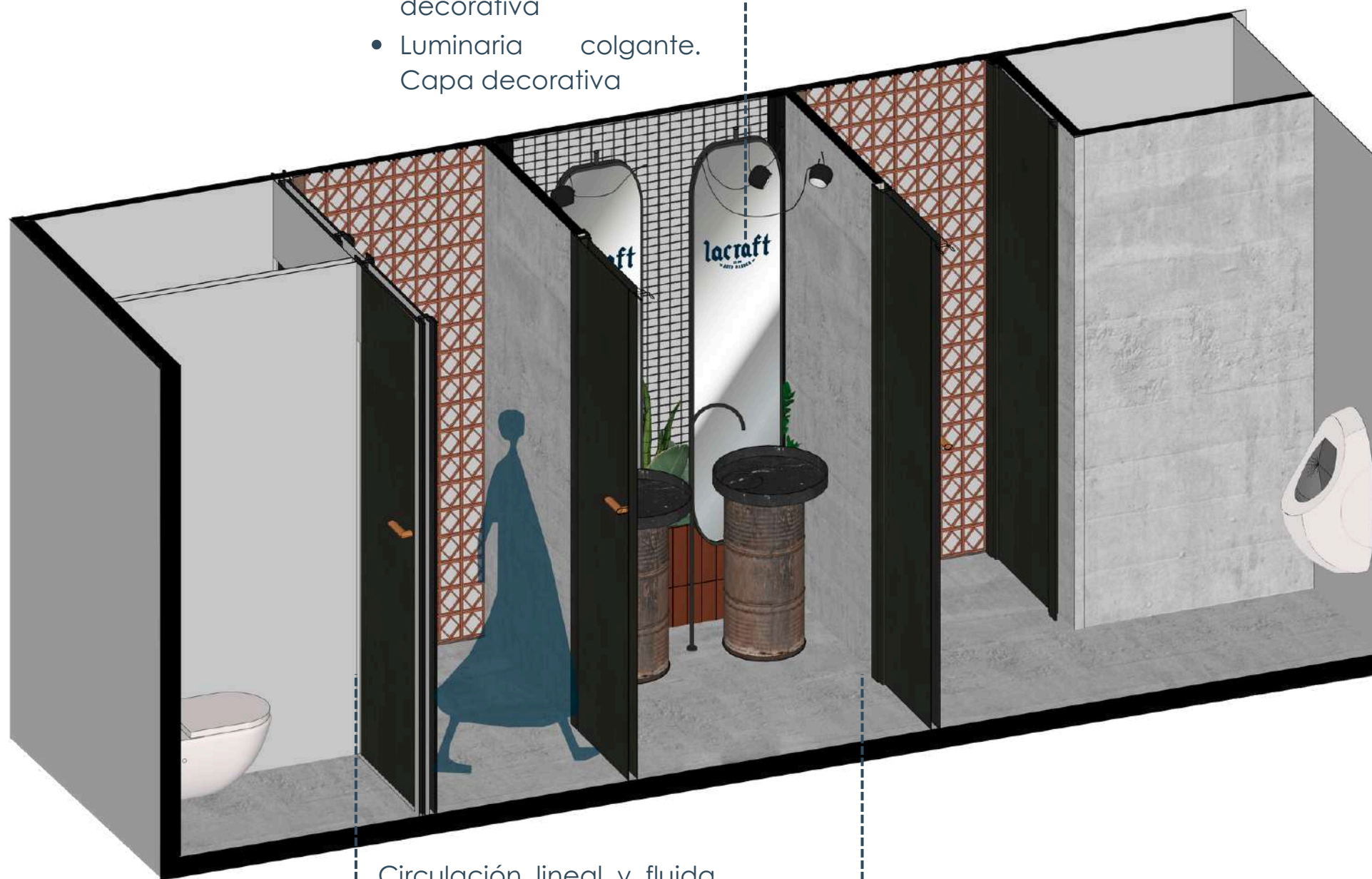
PATIO INTERNO - ÁREA PARA PAREJAS



PROPUESTA ESPACIAL

SSHH

- Iluminación indirecta en malla de pared. Capa ambiental y decorativa
- Publicidad de la marca como estrategia de marketing
- Luminaria colgante. Capa decorativa



Circulación lineal y fluida, sin tropiezos con la circulación principal.

Photo spot - Espacio instagramable.
Accesible a todos los usuarios.



PROPUESTA ESPACIAL

SSHH

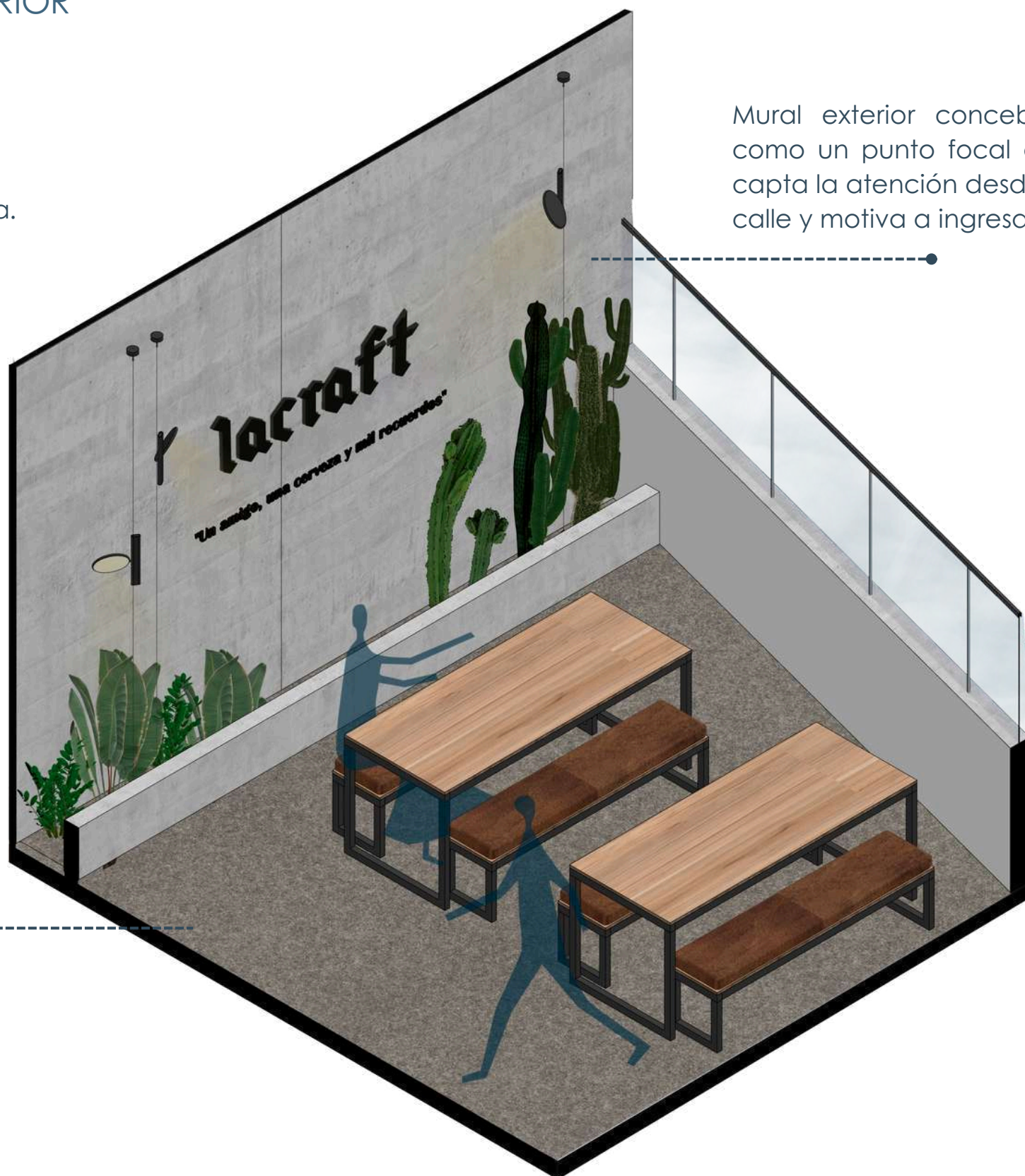


PROPUESTA ESPACIAL

MURAL PATIO EXTERIOR

- Iluminación directa.
Capa decorativa
- Iluminación natural.
Capa luz día

Mural exterior concebido como un punto focal que capta la atención desde la calle y motiva a ingresar



Organización y diseño flexible que permite adaptar su uso a diferentes eventos.

Mobiliario confortable, flexible y apilable.



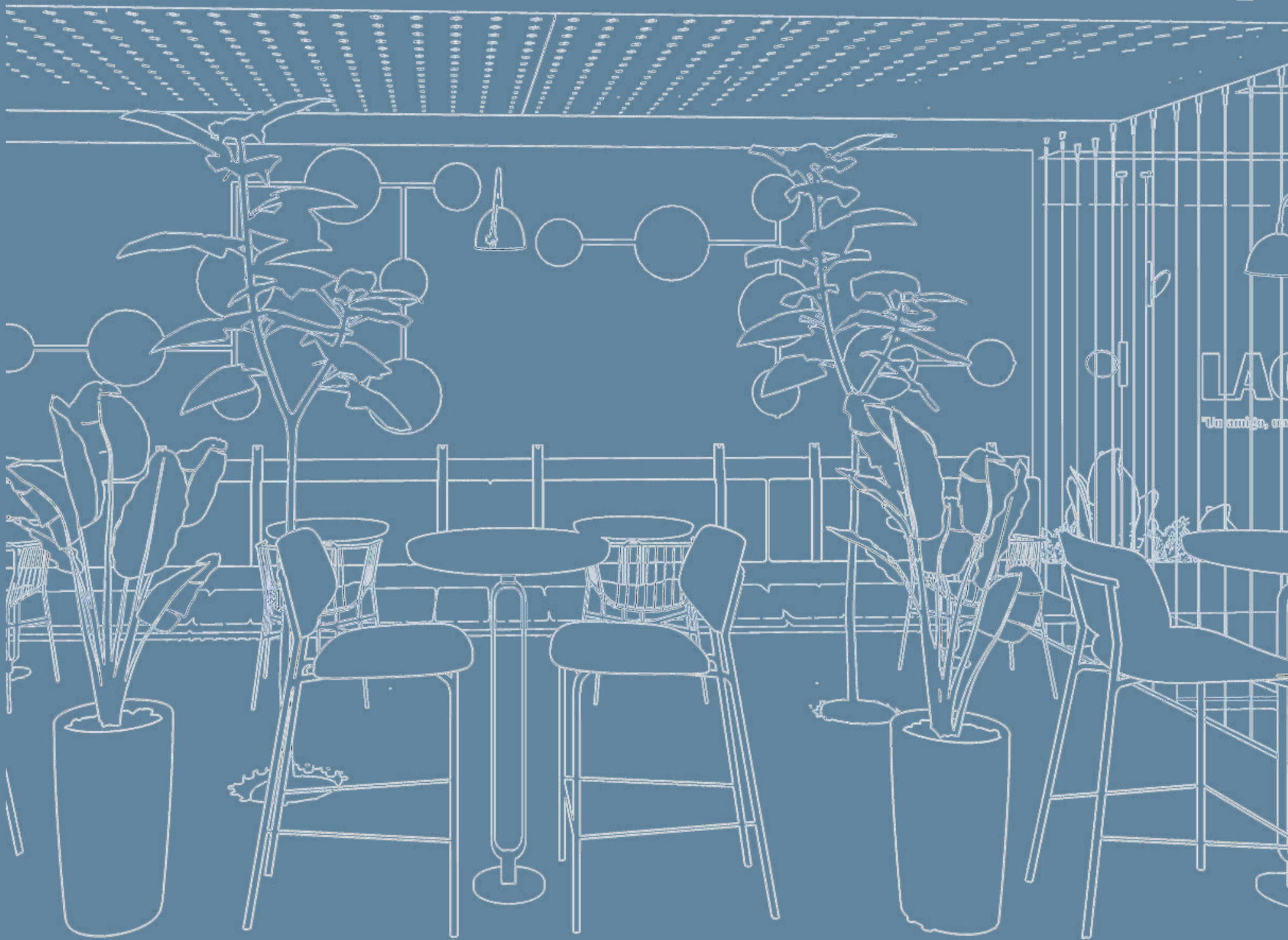
PROPUESTA ESPACIAL

PATIO EXTERNO - MURAL



"LOS ESPACIOS NO DEBEN SER ESTÁTICOS. DEBEN TENER LA CAPACIDAD DE TRANSFORMARSE, DE REINVENTARSE A MEDIDA QUE EVOLUCIONAN LAS NECESIDADES DEL USUARIO."

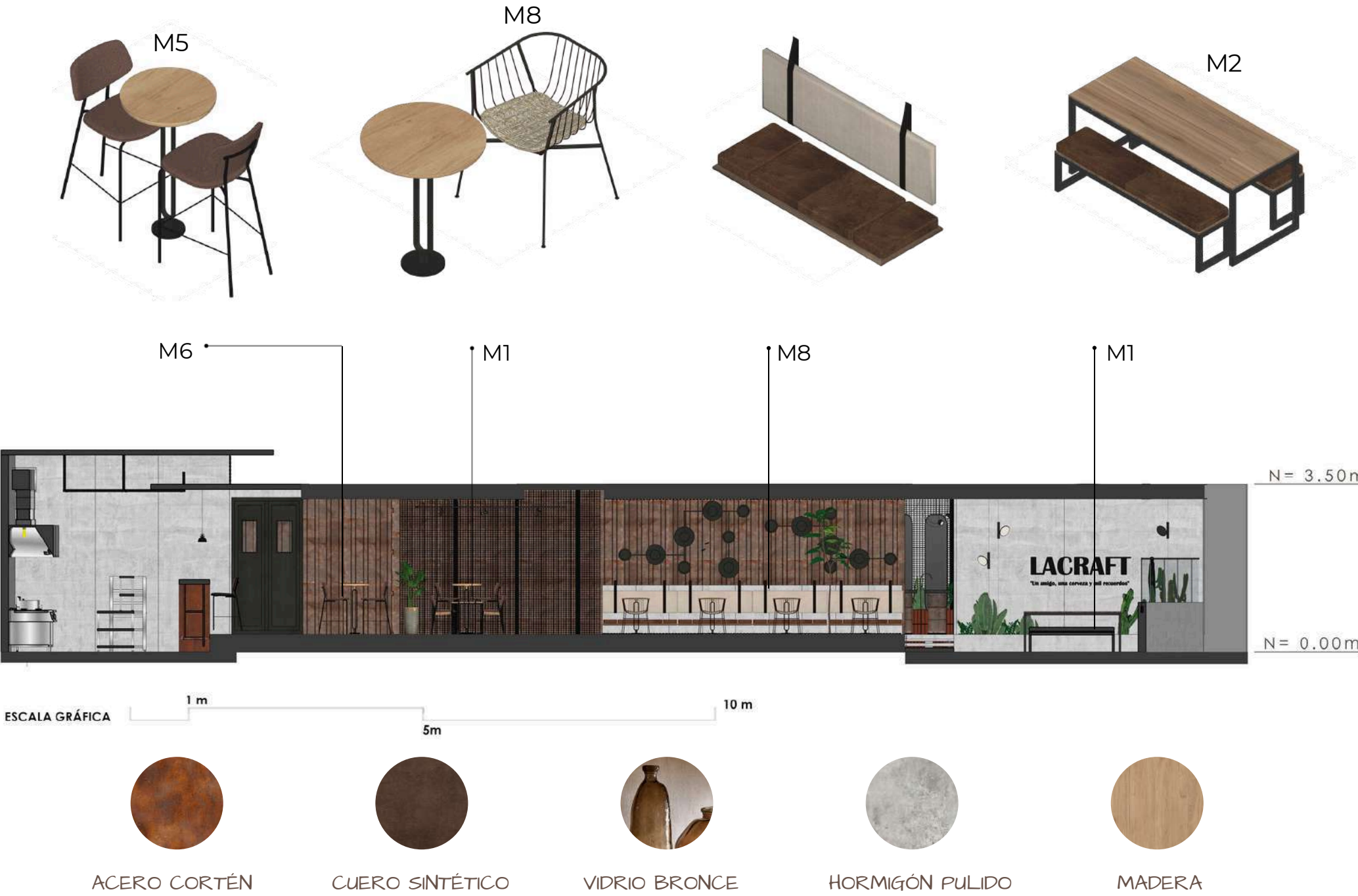
— SHIGERU BAN



PROPUESTA ESPACIAL

SECCIÓN LONGITUDINAL. MOBILIARIO

El mobiliario propuesto, responde a un concepto industrial rústico que combina materiales en bruto con una estética cálida y contemporánea. Para ello, se han seleccionado materiales duraderos, presentes en el mercado local, como el cuero, la madera y el acero.



PROPUESTA ESPACIAL

SECCIÓN TRANSVERSAL. MOBILIARIO

Podemos entender al mueble como un actante espacial, es decir, como una entidad que, más allá de ocupar una superficie, incide en la forma en que los usuarios habitan, recorren e interpretan el lugar.



M3

M6

N= 4.00m



N= 3.50m

N= 0.00m

ESCALA GRÁFICA

1 m

5m

10 m



ACERO CORTÉN



CUERO SINTÉTICO



VIDRIO BRONCE



HORMIGÓN PULIDO

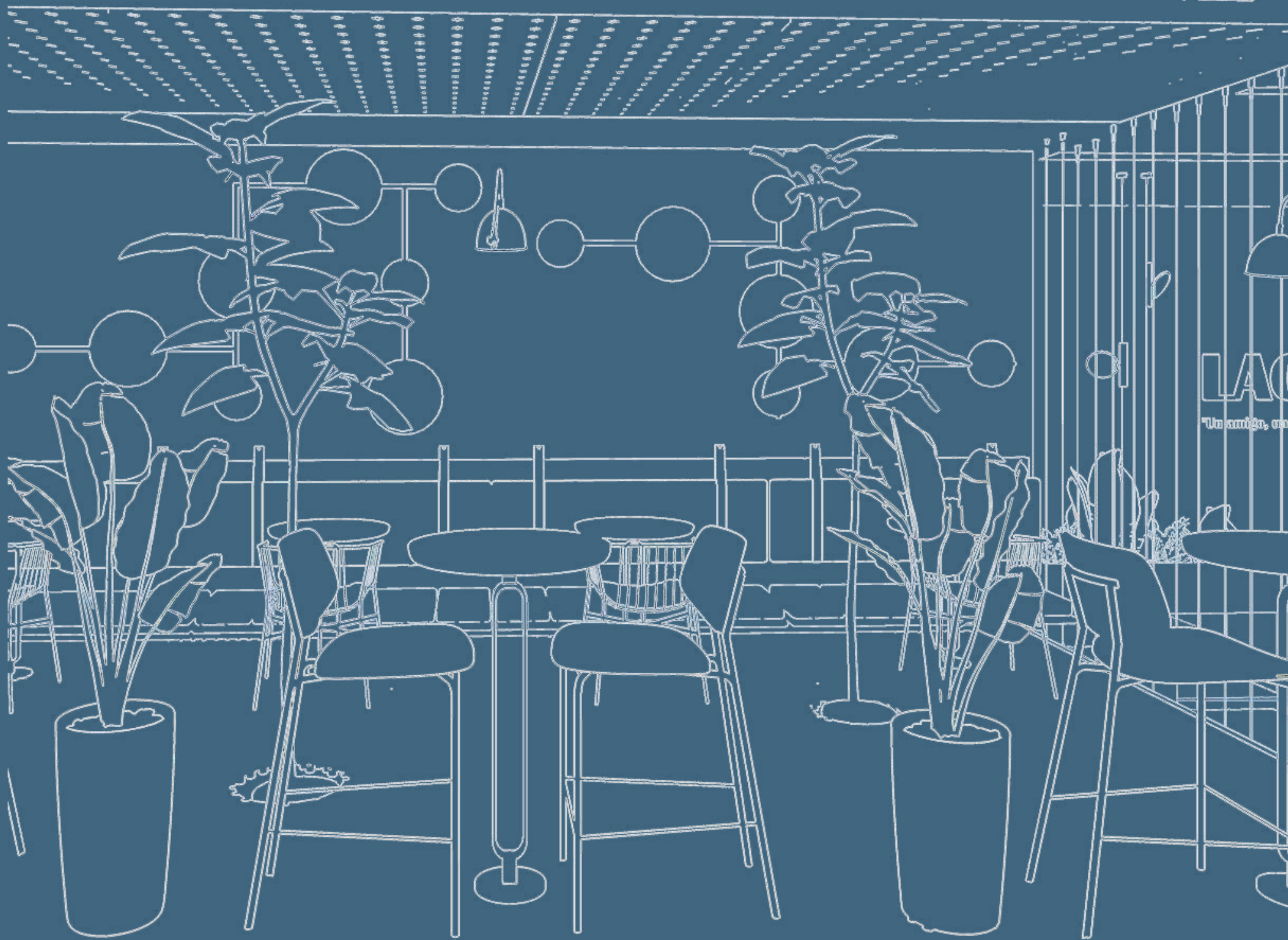


MADERA



lacraft

EST. 2016
BEER GARDEN



PRESUPUESTO REFERENCIAL

ITEM	DESCRIPCIÓN	PRECIO T.
1	Desmontaje y desalojo	\$ 3.942,08
OBRA NUEVA		
2	Estrucrtura metálica	\$ 4.561,19
3	Albañilería	\$ 3.877,44
INSTALACIONES		
4	Instalaciones sanitarias	\$ 355,33
5	Aparatos y piezas sanitarias	\$ 2.463,41
6	Instalaciones de agua potable	\$ 550,05
7	Accesorios y grifería	\$ 560,57
8	Instalaciones eléctricas	\$ 3.014,55
9	Accesorios y elementos para iluminación	\$ 4.688,41
10	Instalaciones a gas	\$ 410,48
RECUBRIMIENTOS		
11	Pisos	\$ 1.710,92
12	Paredes	\$ 1.522,68
13	Tabiques	\$ 731,59
14	Cielo raso	\$ 1.214,29
15	Vegetación	\$ 206,24
MOBILIARIO Y CARPINTERÍA		
16	Carpintería(Empotrada y mobiliario a construir)	\$ 19.010,00
17	Mobiliario acero inoxidable	\$ 24.037,10
18	Mobiliario y decoración	\$ 5.469,04
19	Electrodomésticos	\$ 5.676,06
OBRA FINAL Y LIMPIEZA		\$ 460,00
20	Señalética	\$ 4.765,81
21	Obras exteriores y limpieza	
ITEM	TOTAL	\$ 89.227,23
DESCRIPCIÓN		PRECIO T.
1	DISEÑO INTERIOR	\$ 2.646,28
2	TOTAL PRESUPUESTO	\$ 89.227,23
		\$ 91.873,51





