



UNIVERSIDAD
DEL AZUAY

FACULTAD DE
DISEÑO Y ARTE

ESCUELA DE
DISEÑO DE
INTERIORES

Estrategias de Storytelling en el diseño interior de una cafetería

Caso: Corpus Café, Cuenca.

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de

LICENCIADA EN DISEÑO DE INTERIORES

Autora: Sofía Alexandra Guerrero Alvarado

Directora: Dis. Daniela Castillo

Cuenca, Ecuador 2026



De...
by...
...
...
...



...
...
...
...

...
...
...
...

...
...
...
...



...
...
...
...

...
...
...
...

CORP





**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**



FACULTAD DE
DISEÑO Y ARTE

ESCUELA DE DISEÑO DE INTERIORES

Estrategias de Storytelling en el diseño interior de una cafetería

Caso: Corpus Café, Cuenca.

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de:
Licenciada en Diseño de Interiores

Autora:

Sofía Alexandra Guerrero Alvarado

Directora:

Dis. Daniela Castillo

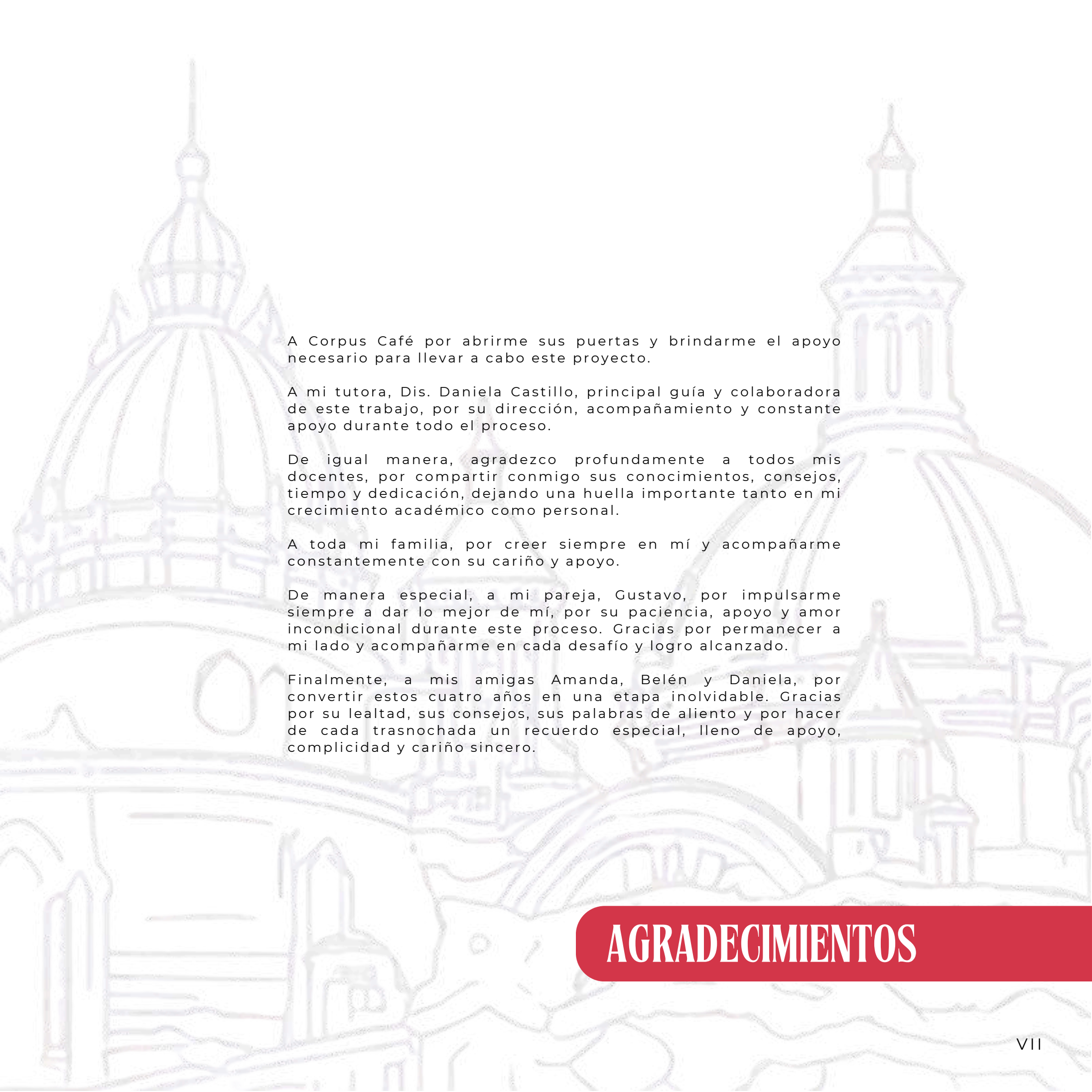
Cuenca - Ecuador
2026

DEDICATORIA

A mis padres, Ivonne y Mauricio, quienes siempre hicieron todo lo posible por brindarme su apoyo incondicional a lo largo de toda mi formación académica. Este logro también les pertenece a ellos, pues sin su esfuerzo, confianza y amor, nada de esto habría sido posible. Espero que esta etapa culminada sea uno de los muchos motivos por los cuales pueda hacerlos sentir orgullosos.

A Dios, por ser el pilar fundamental que ha guiado mi vida y me ha dado fortaleza en cada paso de este camino.

A mi hermano, Sebastián, por ser mi mejor amigo y estar presente en los momentos en que más lo necesité. Siempre estaré agradecida por tenerte.



A Corpus Café por abrirme sus puertas y brindarme el apoyo necesario para llevar a cabo este proyecto.

A mi tutora, Dis. Daniela Castillo, principal guía y colaboradora de este trabajo, por su dirección, acompañamiento y constante apoyo durante todo el proceso.

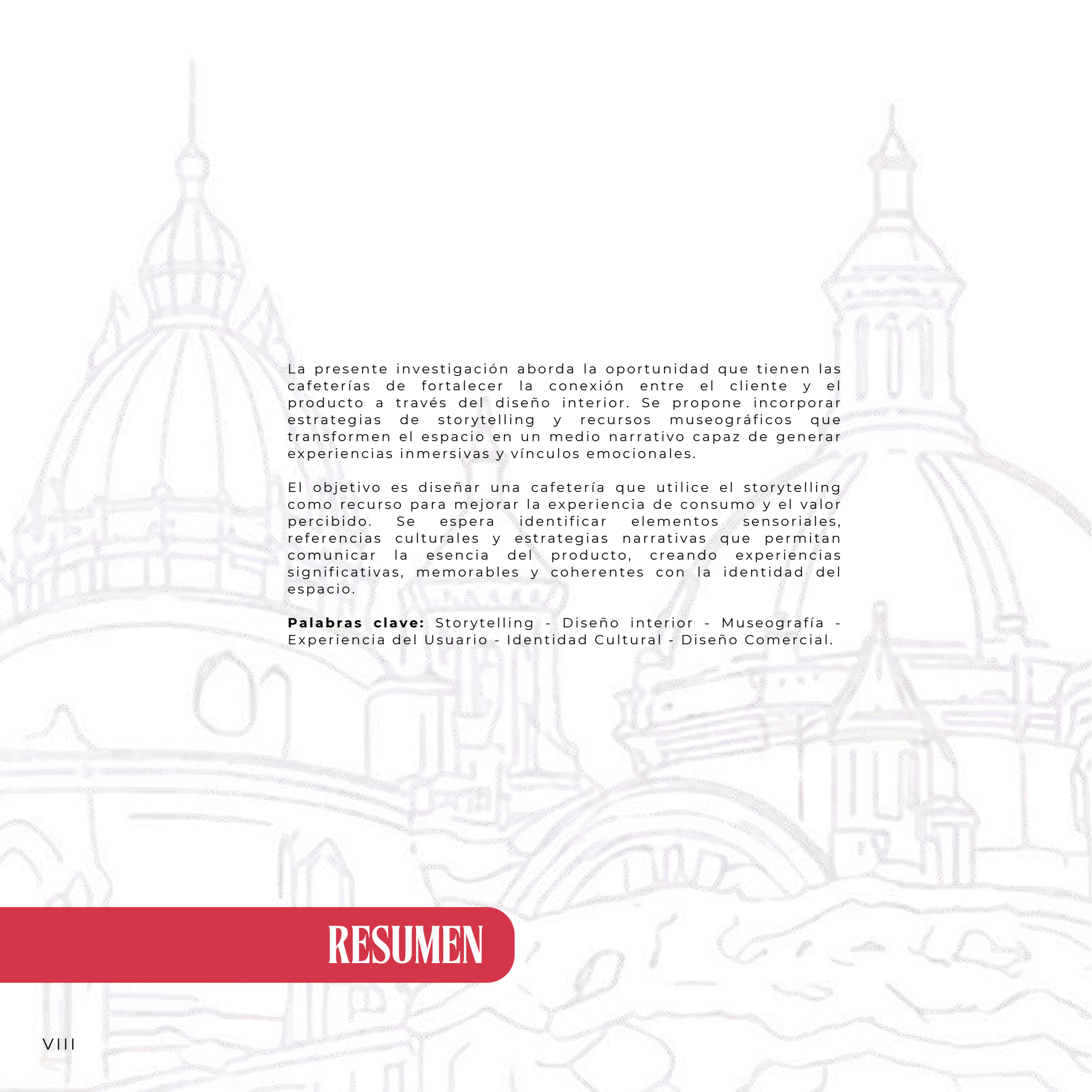
De igual manera, agradezco profundamente a todos mis docentes, por compartir conmigo sus conocimientos, consejos, tiempo y dedicación, dejando una huella importante tanto en mi crecimiento académico como personal.

A toda mi familia, por creer siempre en mí y acompañarme constantemente con su cariño y apoyo.

De manera especial, a mi pareja, Gustavo, por impulsarme siempre a dar lo mejor de mí, por su paciencia, apoyo y amor incondicional durante este proceso. Gracias por permanecer a mi lado y acompañarme en cada desafío y logro alcanzado.

Finalmente, a mis amigas Amanda, Belén y Daniela, por convertir estos cuatro años en una etapa inolvidable. Gracias por su lealtad, sus consejos, sus palabras de aliento y por hacer de cada traspasada un recuerdo especial, lleno de apoyo, complicidad y cariño sincero.

AGRADECIMIENTOS



La presente investigación aborda la oportunidad que tienen las cafeterías de fortalecer la conexión entre el cliente y el producto a través del diseño interior. Se propone incorporar estrategias de storytelling y recursos museográficos que transformen el espacio en un medio narrativo capaz de generar experiencias inmersivas y vínculos emocionales.

El objetivo es diseñar una cafetería que utilice el storytelling como recurso para mejorar la experiencia de consumo y el valor percibido. Se espera identificar elementos sensoriales, referencias culturales y estrategias narrativas que permitan comunicar la esencia del producto, creando experiencias significativas, memorables y coherentes con la identidad del espacio.

Palabras clave: Storytelling - Diseño interior - Museografía - Experiencia del Usuario - Identidad Cultural - Diseño Comercial.

RESUMEN

ABSTRACT

This research explores the opportunity for coffee shops to strengthen the connection between the customer and the product through interior design. It proposes incorporating storytelling strategies and museographic resources to transform the space into a narrative medium capable of generating immersive experiences and emotional connections.

The goal is to design a coffee shop that uses storytelling as a tool to enhance the consumer experience and perceived value. The aim is to identify sensory elements, cultural references, and narrative strategies that convey the essence of the product, creating meaningful, memorable experiences that align with the space's identity.

Key words: Storytelling - Interior Design - Museum Design - User Experience - Cultural Identity - Commercial Design.

Sofía Alexandra Guerrero Alvarado
Autora del Trabajo



Validar únicamente en FirmaEC.
Firmado electrónicamente por:
**CARLA DANIELA
CASTILLO BRAVO**

Dis. Daniela Castillo
Directora

OBJETIVOS

GENERAL:

Plantear el diseño interior de una cafetería a través de estrategias museográficas y del storytelling como un recurso narrativo para potenciar la conexión entre el cliente y el producto, mejorando la experiencia de consumo y el valor percibido de la oferta gastronómica.

ESPECÍFICOS:

01 - Investigar referentes teóricos y los fundamentos sobre el storytelling y su aplicación en el diseño interior de espacios comerciales, identificando recursos narrativos y museográficos que potencien la experiencia del usuario en entornos gastronómicos.

02 - Establecer una narrativa espacial a partir del análisis de la identidad de marca, la propuesta de valor y el perfil del usuario de Corpus Café.

03 - Desarrollar estrategias de integración del storytelling y los recursos sensoriales en la propuesta de diseño interior de Corpus Café que contribuyan a una experiencia de usuario significativa.



01

USUARIO Y SITIO

02

ESTRATEGIAS DE DISEÑO

03

PROPUESTA DE DISEÑO

04

FACTIBILIDAD

05

JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

ÍNDICE

ÍNDICE DE IMÁGENES

NOTA: Todas las imágenes presentadas son de elaboración propia, salvo que se indique lo contrario.

IMÁGEN 1: Fondo Nacional de Fotografía Fuente: (Procesión de Corpus Christi, Cuenca 1930-1935).....	18	IMÁGEN 23: NEW YORK COFFEE SHOP & ROASTERY Fuente: DEVOCION.COM (2025).....	38
IMÁGEN 2: Imágen Satelital Corpus Café. Fuente: (Google Maps, 2025).....	19	IMÁGEN 24: NEW YORK COFFEE SHOP & ROASTERY Fuente: DEVOCION.COM (2025).....	39
IMÁGEN 3: Imágen Satelital Corpus Café. Fuente: (Scribble Maps, 2025).....	20	IMÁGEN 25: NEW YORK COFFEE SHOP & ROASTERY Fuente: DEVOCION.COM (2025).....	39
IMÁGEN 4: Soleamiento de Corpus Café. Fuente: (SunCalc, 2025).....	20	IMÁGEN 26: Introducción a la Festividad - Elaboración Propia (2025).....	149
IMÁGEN 5: Entrada Principal de la Cafetería. Fuente: Calderon Sebastián (2025).....	22	IMÁGEN 27: Introducción a la Festividad - Elaboración Propia (2025).....	149
IMÁGEN 6: Vista hacia el Exterior de la Cafetería. Fuente: Calderon Sebastián (2025).....	22	IMÁGEN 28: Corpus Café como Mediador Cultural - Elaboración Propia (2025).....	149
IMÁGEN 7: Vista hacia el Interior de la Cafetería.....	22	IMÁGEN 29: La fiesta más dulce del mundo - Elaboración Propia (2025).....	150
IMÁGEN 8: Zona de mesas de la entrada Fuente: Calderon Sebastián (2025).....	22	IMÁGEN 30: La fiesta más dulce del mundo - Elaboración Propia (2025).....	150
IMÁGEN 9: Zona de exposición de productos Fuente: Calderon Sebastián (2025).....	22	IMÁGEN 31: Corpus Café como Mediador Cultural - Elaboración Propia (2025).....	150
IMÁGEN 10: Zona de mesas de entrada Fuente: Calderon Sebastián (2025).....	22	IMÁGEN 32: La fiesta más dulce del mundo - Elaboración Propia (2025).....	151
IMÁGEN 11: Zona de mesas posterior Fuente: Calderon Sebastián (2025).....	23	IMÁGEN 33: Línea de tiempo - Elaboración Propia (2025).....	151
IMÁGEN 12: Zona de mesas posterior Fuente: Calderon Sebastián (2025).....	23	IMÁGEN 34: Corpus Café - Elaboración Propia (2025).....	152
IMÁGEN 13: Zona de mesas posterior Fuente: Calderon Sebastián (2025).....	23	IMÁGEN 35: Stand Comercial - Elaboración Propia (2025).....	152
IMÁGEN 14: Área de Counter Fuente: Calderon Sebastián (2025).....	23	IMÁGEN 36: Stand Comercial - Elaboración Propia (2025).....	152
IMÁGEN 15: Área de Counter Fuente: Calderon Sebastián (2025).....	23	IMÁGEN 37: Stand Comercial - Elaboración Propia (2025).....	153
IMÁGEN 16: Área de Counter.....	23	IMÁGEN 38: Stand Comercial - Elaboración Propia (2025).....	153
IMÁGEN 17: República del Cacao Fuente: RepúblicaDelCacao.com (2025).....	36	IMÁGEN 39: Stand Comercial - Elaboración Propia (2025).....	153
IMÁGEN 18: República del Cacao Fuente: RepúblicaDelCacao.com (2025).....	37	IMÁGEN 39: Stand Comercial - Elaboración Propia (2025).....	153
IMÁGEN 19: Somos (Quito-Ecuador) Fuente: TripAdvisor (2025).....	37	IMÁGEN 40: Stand Comercial - Elaboración Propia (2025).....	154
IMÁGEN 20: Somos (Quito-Ecuador) Fuente: TripAdvisor (2025).....	37	IMÁGEN 41: Stand Comercial - Elaboración Propia (2025).....	154
IMÁGEN 21: The interactive history of chocolate experience Fuente: LindtHomeofChocolate.com (2025).....	38	IMÁGEN 42: Stand Comercial - Elaboración Propia (2025).....	154
IMÁGEN 22: The interactive history of chocolate experience Fuente: LindtHomeofChocolate.com (2025)...	38		

GRÁFICO 1: Información de la Edificación - Elaboración propia (2025).....	<u>26</u>
GRÁFICO 2: Mapa de Actores - Elaboración propia (2025).....	<u>27</u>
GRÁFICO 3: Persona Design - Elaboración propia (2025).....	<u>28</u>
GRÁFICO 4: Persona Design - Elaboración propia (2025).....	<u>28</u>
GRÁFICO 5: Persona Design - Elaboración propia (2025).....	<u>29</u>
GRÁFICO 6: Datos Internos - Elaboración propia (2025).....	<u>29</u>
GRÁFICO 7: Datos Externos - Elaboración propia (2025).....	<u>30</u>
GRÁFICO 8: Análisis de Competencia - Elaboración propia (2025).....	<u>36</u>
GRÁFICO 9: Tabla de Estrategias Conceptuales - Elaboración propia (2025).....	<u>46</u>
GRÁFICO 10: Tabla de Estrategias Operativas - Elaboración propia (2025).....	<u>47</u>
GRÁFICO 11: Flujograma del recorrido narrativo - Elaboración propia (2025).....	<u>48</u>
GRÁFICO 12: Tabla de Iconografía del Corpus Christi - Elaboración propia (2025).....	<u>52</u>
GRÁFICO 13: Tabla de Iconografía de “Corpus Café” - Elaboración propia (2025).....	<u>53</u>
GRÁFICO 14: Look and Feel - Elaboración propia (2025).....	<u>54</u>
GRÁFICO 15: Esquema de la propuesta de la matriz - Elaboración propia (2025).....	<u>55</u>
GRÁFICO 16: Esquema de la propuesta del Stand Comercial - Elaboración propia (2025).....	<u>56</u>
GRÁFICO 17: MaterialBoard - Elaboración propia (2025).....	<u>57</u>
GRÁFICO 18: Moodboard Local Principal - Elaboración propia (2025)...	<u>79</u>
GRÁFICO 19: Moodboard Stand Comercial - Elaboración propia (2025).....	<u>105</u>
GRÁFICO 20: Conceptos que guían al proyecto - Elaboración propia (2026).....	<u>147</u>

ÍNDICE DE GRÁFICOS

01

USUARIO Y SITIO

1.1 INTRODUCCIÓN:

<u>16</u>Problemática
<u>16</u>Objetivos

1.2 CASO DE ESTUDIO:

<u>18</u>Concepto del Proyecto
<u>18</u>Festividad del Corpus Christi

1.3 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN:

<u>19</u>Fuentes Primarias
<u>19</u>Fuentes Secundarias

1.4 ANTECEDENTES:

<u>19</u>Origen de Corpus Café
<u>20</u>Emplazamiento
<u>20</u>Soleamiento

1.5 REGISTRO FOTOGRÁFICO Y PLANTAS ARQUITECTÓNICAS:

<u>22</u>Entrada Principal
<u>22</u>Zona de mesas / entrada
<u>23</u>Zona de mesas posterior
<u>23</u>Área de counter
<u>24</u>Zonificación
<u>25</u>Planta de Distribución
<u>26</u>Información de la Edificación
<u>26</u>Condicionantes del Espacio

1.6 DEFINICIÓN DE USUARIO:

Mapa de actores.....	<u>27</u>
Personas design.....	<u>28</u>
Datos Internos y Externos del caso a intervenir.....	<u>30</u>
Análisis de competencia.....	<u>33</u>

1.7 ANÁLISIS DE RESULTADOS:

Experiencia del usuario y percepción sensorial.....	<u>34</u>
Resultados finales.....	<u>34</u>

1.8 CASOS HOMÓLOGOS:

Proyectos Nacionales.....	<u>36</u>
Proyectos Internacionales.....	<u>38</u>
Resultados del análisis de criterios sobre los casos homólogos.....	<u>39</u>

1.9 CONCLUSIONES:

Reflexiones finales del capítulo.....	<u>40</u>
---------------------------------------	-----------

1.1 INTRODUCCIÓN

El presente capítulo tiene como objetivo analizar al usuario y al sitio correspondientes al caso de estudio de “Corpus Café”, con la finalidad de comprender cómo interactúan las personas con el espacio y qué necesidades, percepciones y experiencias surgen dentro del mismo.

Este primer análisis es de vital importancia para orientar el desarrollo proyectual hacia un diseño interior que incorpore estrategias de storytelling y recursos narrativos, capaces de fortalecer la conexión emocional entre el cliente y el producto.

Por lo tanto, se realizaron diferentes investigaciones dentro de esta etapa. Como primer punto, se realizó un levantamiento técnico del espacio mediante la revisión de planos arquitectónicos, la observación directa y el registro fotográfico del estado actual, lo cual, permitió identificar las características espaciales, expresivas, físicas y funcionales del lugar.

De igual manera, se llevaron a cabo entrevistas a diferentes actores involucrados, como el personal administrativo, empleados y clientes, con el fin de conocer sus perspectivas, necesidades y experiencias dentro de la cafetería. Esta información resulta fundamental para definir el perfil del usuario final y para comprender cómo el diseño interior puede influir en su experiencia.

En conjunto, este capítulo establece la base de información necesaria para entender el contexto real de “Corpus Café”, permitiendo avanzar hacia propuestas de diseño que integren de manera coherente la narrativa, la identidad cultural y la experiencia del usuario dentro del espacio.



1.2 CASO DE ESTUDIO

CONCEPTO DEL PROYECTO:

La propuesta inicial consiste en desarrollar un diseño interior para la cafetería “Corpus Café”, ubicado en el Centro Histórico de la ciudad de Cuenca, integrando estrategias de storytelling, recursos museográficos y elementos sensoriales que permitan narrar la historia de la festividad y la tradición de los dulces del Corpus Christi dentro del espacio comercial.

El proyecto abordará una propuesta integral, integrando los ambientes principales del local comercial, tales como: el área de consumo, mostrador, la exhibición de productos y zonas de permanencia. Con el objetivo de transformar la experiencia del usuario en una vivencia emocional y culturalmente significativa. A través del diseño interior, se buscará fortalecer la conexión entre el cliente, el producto, y la identidad del lugar, generando un ambiente coherente, inmersivo y diferenciado dentro del mercado gastronómico cuencano.

FESTIVIDAD DEL CORPUS CHRISTI:

La festividad del Corpus Christi es una celebración religiosa caracterizada por ser una de las más coloridas y de mayor importancia dentro de la ciudad de Cuenca – Ecuador. En la ciudad, esta tradición tiene elementos únicos y especiales, en los cuales se celebra el “Septenario” por siete noches consecutivas posteriores al día de Corpus. La cual se realiza durante siete días en honor al “Santísimo” o Jesús Sacramentado, ya que son los días que permanece en exhibición la Sagrada Hostia (Fundación Municipal Turismo para Cuenca, 2023).

Su tradición se remonta a la época colonial, la cual se fusionó con la cultura local al ser una celebración traída por los españoles al Ecuador. Las costumbres indígenas junto con la tradición religiosa europea han creado un espectáculo de folclore, fe, luces y gastronomía (This is Ecuador, 2024).

Dentro de esta festividad, se realizan diferentes actividades dentro del entorno central de la ciudad, constituido por la Catedral Nueva y el Parque Central Abdón Calderón, en donde se realizan diferentes espectáculos de pirotecnia incluyendo el centro principal de la atracción: la quema del castillo; estructura de carrizo y papel de seda con más de cuatro metros de altura (VisitCuencaEcuador.com, 2022).

Sin embargo, lo más atractivo es la venta de los populares “Dulces del Corpus”, los cuales se distribuyen alrededor del parque en diferentes puestos comerciales.



IMÁGEN 1. FONDO NACIONAL DE FOTOGRAFÍA
(PROCESIÓN DE CORPUS CHRISTI, CUENCA
1930-1935)

Es gracias a esta actividad, que se le dio el nombre de “La fiesta más dulce del mundo”, sin embargo, muchas personas no conocen su origen. Según (This is Ecuador, 2024), la tradición de los dulces nació a partir de que las monjas de los conventos de la ciudad y sus alrededores, solían hornear durante dicha festividad y regalar los dulces a las personas relacionadas con comunidades religiosas, nobles o de clase alta; los cuales celebraban este evento para conmemorar a Jesús.

Es así como, posteriormente los dulces comenzaron a ser elaborados por las familias cuencanas que disfrutaban de los mismos, considerándolos como parte de la tradición del Corpus Christi. Desde entonces, esta actividad se ha transmitido de generación en generación, innovando cada año en su elaboración sin perder esa esencia artesanal y local.

1.3 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Antes de analizar al usuario y al espacio de Corpus Café, es fundamental establecer qué herramientas de investigación se van a utilizar y por qué. Definir desde el inicio las fuentes primarias y secundarias me permite garantizar que la información recopilada sea completa, confiable y útil para el proyecto.

Las fuentes primarias ofrecen una mirada directa a la experiencia real dentro del local, mientras que las fuentes secundarias aportan el contexto teórico y comparativo necesario para interpretar esa información.

Contar con ambas es clave para construir un diagnóstico sólido y una propuesta de diseño coherente. A continuación, se presentan las herramientas específicas que fueron empleadas en este proceso.

FUENTES PRIMARIAS:

- **Entrevistas semiestructuradas al dueño y al personal del café:** Para conocer la visión, valores y objetivos de la marca, así como su percepción sobre la identidad cultural y la experiencia actual del cliente.
- **Encuestas a clientes:** Para obtener información sobre la satisfacción, emociones, percepción de marca y experiencia sensorial dentro del espacio.
- **Observación directa del espacio y del comportamiento del usuario:** Permite analizar cómo los clientes interactúan con el entorno: recorridos, zonas preferidas, tiempos de permanencia y reacciones ante estímulos sensoriales.
- **Análisis del sitio (físico, cultural y simbólico):** Incluye medición del espacio, análisis del contexto urbano, y revisión de la relación del local con su entorno cultural y patrimonial.

FUENTES SECUNDARIAS:

- **Análisis de casos referenciales:** Estudio de cafeterías o espacios comerciales que hayan integrado storytelling, identidad cultural o diseño sensorial con éxito.
- **Documentación interna de la marca:** Misión, visión, valores, manual de marca o redes sociales.

1.4 ANTECEDENTES

ORIGEN DE CORPUS CAFÉ:

El Corpus Café, es una empresa fundada en 2015, pero que ha mantenido por más de 70 años una tradición familiar en la elaboración de una gran variedad de dulces. Los cuales generalmente son preparados en las conocidas fiestas de Corpus Christi en la ciudad de Cuenca, sin embargo, en sus locales se encuentran disponibles durante todo el año (Corpus Café, 2026).

El proyecto de diseño abarca dos tipos de intervenciones en espacios comerciales. Por un lado, se desarrolla la intervención en la matriz de "Corpus Café", concebida como el espacio principal donde se consolida la experiencia completa de la marca, su identidad cultural y su narrativa. Por otro, se propone el diseño de un stand comercial ubicado dentro del Centro Comercial "Mall del Alto", pensado como un formato condensado y adaptable, capaz de comunicar de manera inmediata los valores, la estética y el storytelling de la marca a través de una experiencia breve pero significativa para el usuario.

UBICACIÓN MATRIZ

SECTOR: SIMÓN BOLÍVAR 9-44 Y, CUENCA 010101

ÁREA DEL ESPACIO A INTERVENIR: 48M²

COORDENADAS FORMATO GPS:

-2.896565888986363, -79.00530342702189



IMÁGEN 2. IMÁGEN SATELITAL CORPUS CAFÉ.
(GOOGLE MAPS, 2025)

1.4 ANTECEDENTES

EMPLAZAMIENTO:



SUPERFICIE TOTAL:

217,01M²

PERÍMETRO TOTAL:

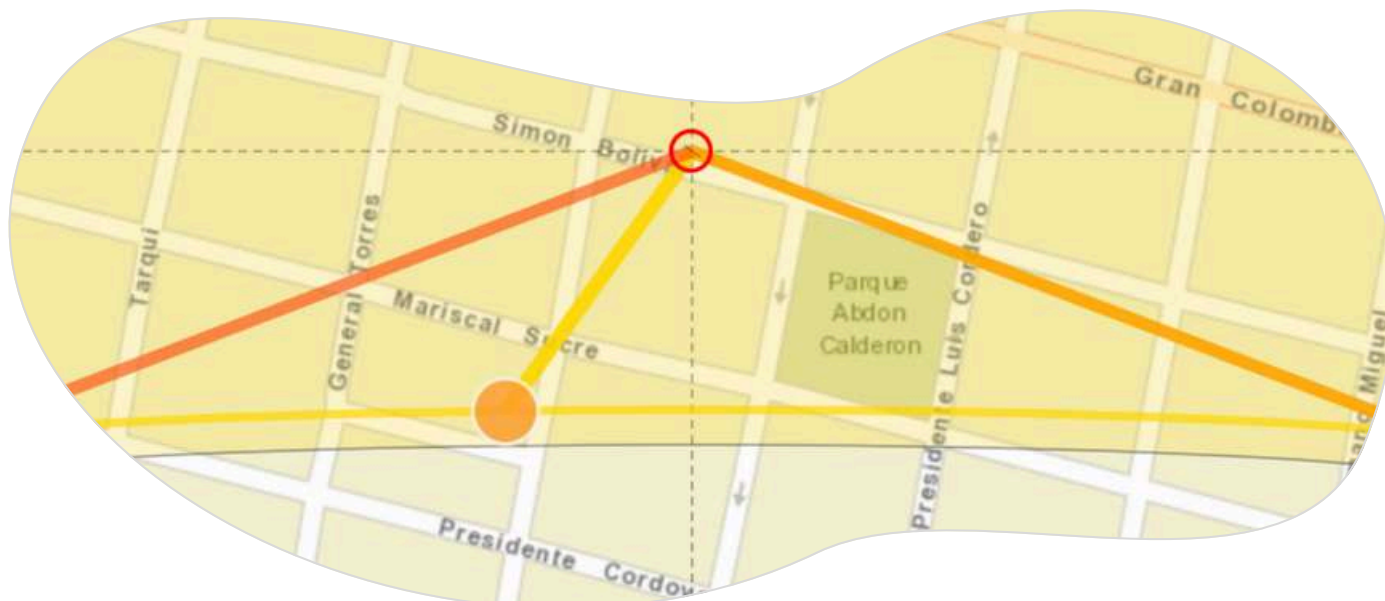
67,12M

IMÁGEN 3. IMÁGEN SATELITAL CORPUS CAFÉ. (SCRIBBLE MAPS, 2025)

SOLEAMIENTO:

En base al soleamiento, el local "Corpus Café" recibe sol directo en la mañana, con ángulos solares provenientes desde el este-noreste.

A medida que avanza la tarde, el sol ya no entra con fuerza, por lo que mantiene un ambiente fresco. En general, es un soleamiento favorable para una cafetería.



IMÁGEN 4. SOLEAMIENTO DE CORPUS CAFÉ. (SUNCALC, 2025)

1.5

**REGISTRO FOTOGRAFICO
Y PLANTAS
ARQUITECTÓNICAS**

1.5.1 FOTOGRAFÍAS DE LOS ESPACIOS: ENTRADA PRINCIPAL.



Imágen 5. Entrada Principal de la Cafetería.
Fuente: Calderon Sebastián (2025)



Imágen 6. Vista hacia el Exterior de la Cafetería.
Fuente: Calderon Sebastián (2025)



Imágen 7. Vista hacia el Interior de la Cafetería.
Fuente: Guerrero Sofia (2025)

ZONA DE MESAS / ENTRADA.



Imágen 8. Zona de mesas de la entrada.
Fuente: Calderon Sebastián (2025)



Imágen 9. Zona de exposición de productos.
Fuente: Calderon Sebastián (2025)



Imágen 10. Zona de mesas de entrada.
Fuente: Calderon Sebastián (2025)

1.5.1 FOTOGRAFÍAS DE LOS ESPACIOS: ZONA DE MESAS POSTERIOR.



Imagen 11. Zona de mesas posterior.
Fuente: Calderon Sebastián (2025)



Imagen 12. Zona de mesas posterior.
Fuente: Calderon Sebastián (2025)



Imagen 13. Zona de mesas posterior.
Fuente: Calderon Sebastián (2025)

ÁREA DE COUNTER



Imagen 14. Área de Counter.
Fuente: Calderon Sebastián (2025)

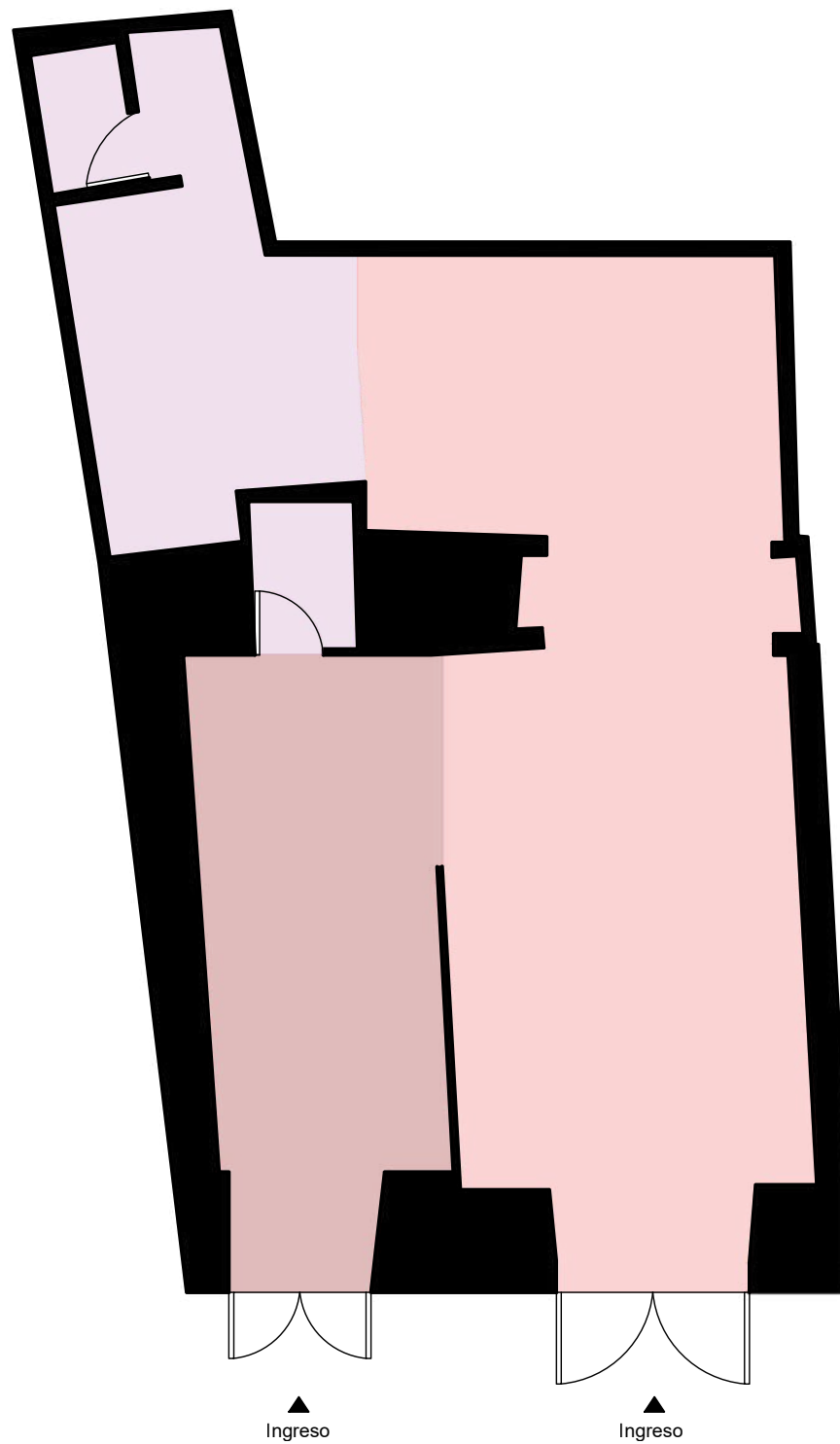


Imagen 15. Área de Counter.
Fuente: Calderon Sebastián (2025)



Imagen 16. Área de Counter.
Fuente: Guerrero Sofía (2025)

1.5.2 PLANTAS ARQUITECTÓNICAS:



ZONIFICACIÓN

LISTADO DE ESPACIOS:

- Área de Dulcería y Counter
- Área de Cafetería
- Área de Servicios

ESCALA:

1:75

TIPO DE PLANTA:

01 Zonificación

1.5.2 PLANTAS ARQUITECTÓNICAS:

LISTADO DE ESPACIOS:

- 01 | Área de Dulcería y Counter
- 02 | Área de Cafetería
- 03 | S.H. Empleados
- 04 | Cocina
- 05 | S.H. Clientes

LISTADO DE ÁREAS:

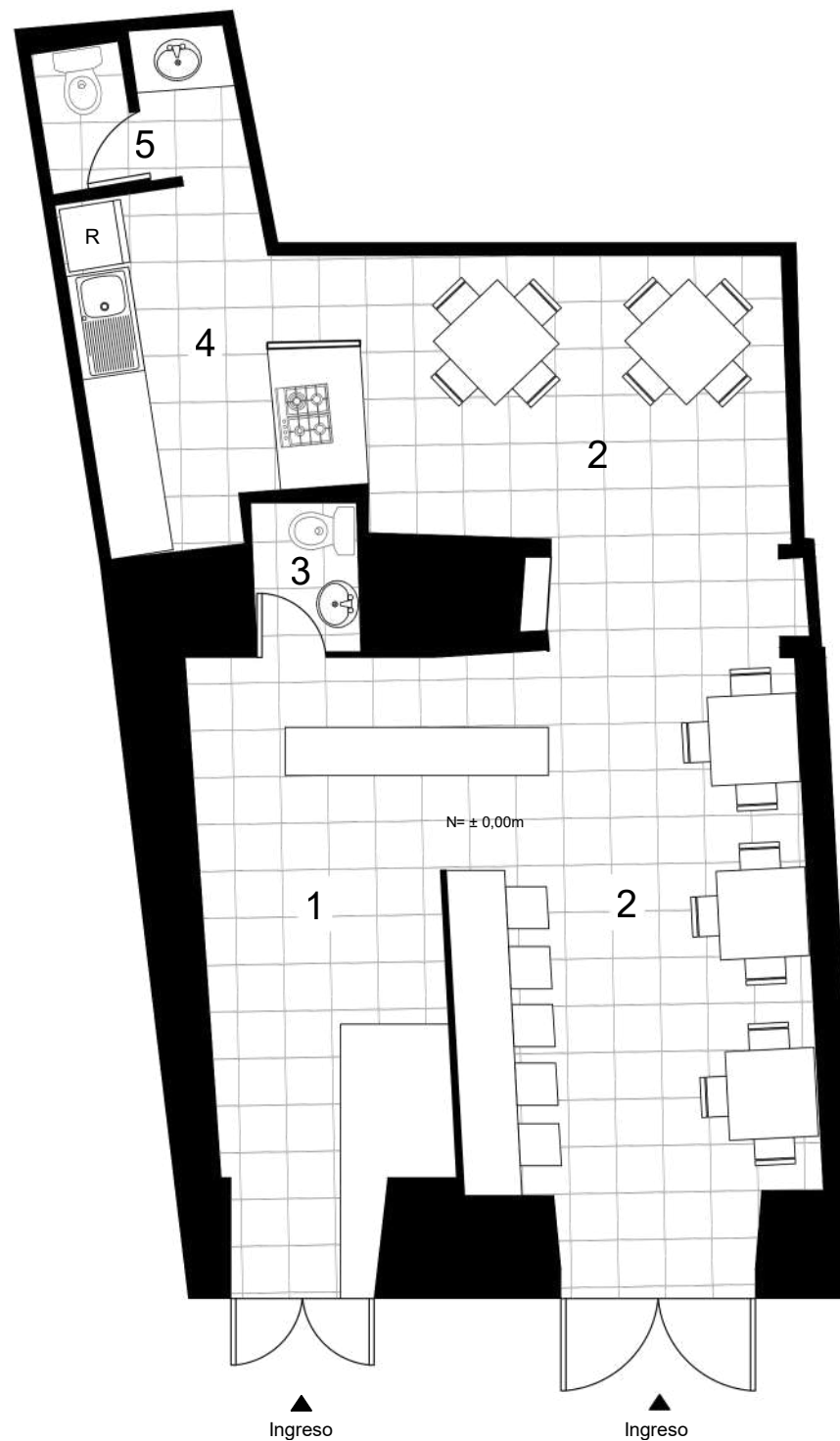
- 01 | 14,93m²
- 02 | 37,35m²
- 03 | 1,64m²
- 04 | 13,38m²
- 05 | 2,76m²

TIPO DE PLANTA:

- 02 Planta Arquitectónica Única

ESCALA:

1:75



PLANTA ARQUITECTÓNICA ÚNICA

1.5.3 INFORMACIÓN DE LA EDIFICACIÓN:

Estructura Corpus Café:	Materialidad:
Piso	<ul style="list-style-type: none"> • En el pasado, por la antigüedad de la casa patrimonial, los pisos eran de una estructura de madera. Sin embargo, con restauraciones se colocó una losa completa en ambos espacios, con un recubrimiento de cerámica.
Paredes	<ul style="list-style-type: none"> • Ladrillo • Adobe
Cielo Raso	<ul style="list-style-type: none"> • Cielo raso de carrizo, el cual se sostiene con alambres en la zona de la cafetería. • Planchas de gypsum a lo largo de los demás espacios.
Estructura General	<ul style="list-style-type: none"> • Muros originales de bloque, sin embargo, posee un refuerzo a través de una estructura metálica para sostener nuevas cargas y garantizar la seguridad sin alterar la arquitectura patrimonial.

GRÁFICO 1. INFORMACIÓN DE LA EDIFICACIÓN - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

CONDICIONANTES DEL ESPACIO:

Matriz – Centro Histórico

En el diseño del local se deben considerar varios condicionantes espaciales y normativos propios de una cafetería: una correcta evacuación de olores provenientes de la cocina, el cumplimiento de las normas contra incendios y la restricción de intervenir la fachada debido al carácter estético del inmueble.

Además, el mobiliario y las estanterías deben respetar medidas ergonómicas que permitan un acceso cómodo a los productos, y la iluminación existente —basada en luz LED cálida— constituye un elemento fijo del ambiente que también condiciona las decisiones de diseño interior.

Stand Comercial – Mall del Alto

Por otro lado, el diseño del stand comercial se propone integrarlo dentro del Centro Comercial “Mall del Alto”, el cual al momento se encuentra en obra gris. Por lo que, a continuación, se mencionarán las normativas para el diseño de stands comerciales.

De acuerdo a las normativas del Centro Comercial “Mall del Alto”, espacio en el que se aplicará la propuesta de un stand de la marca “Corpus Café”, existen ciertas condicionantes espaciales que se deban considerar; los cuales son:

Especificaciones del mueble:

- El mobiliario debe ser diseñado de forma modular y desmontable, de forma que sea fácil su traslado y armado.
- Todos los módulos que componen la estructura no deben de sobrepasar la altura de 1.20 metros. En el caso de que exista un mueble o una estructura mayor que supere esta altura, debe estar sujeto a una valoración del centro comercial.
- La superficie total del mueble será determinada por el área previamente asignada por el Departamento de Comercialización.

Especificaciones técnicas de materiales y acabados:

- Al hablar de los recubrimientos del mobiliario, se deben de utilizar materiales de calidad que aporten durabilidad y una estética adecuada.
- Se aceptarán revestimientos en madera natural con acabado lacado, láminas decorativas tipo termo laminado símil madera, fórmica o pintura tipo laca. Los cuales, pueden combinarse con elementos en aluminio o con tonalidades que respeten la identidad visual de la marca sin generar una distorsión cromática.

- Los diseños que tengan un volumen dominado por bodegas cerradas u opacas no van a ser permitidos. Por el contrario, los frentes del mobiliario deben tener como componente principal superficies de vidrio.
- Todos los herrajes y accesorios visibles deben ser de acero inoxidable o en acabados color aluminio.
- Cada mueble debe integrar espacios gráficos destinados a la exhibición de promociones o información institucional, los cuales, deberán contar con la aprobación previa del Departamento de Marketing. Pueden incluir iluminación, y deberán ubicarse únicamente en las áreas permitidas.

1.6 DEFINICIÓN DE USUARIO

1.6.1 MAPA DE ACTORES:

Marca	Corpus Café				
Más Involucrados	Personal Administrativo	Dueña	Personal de Atención al cliente	Personal de Servicio al cliente	Clientes
Parcialmente involucrados	Proveedores de materia prima	Equipo de Marketing	Distribuidores	Personal de Cocina	
Menos Involucrados	Competencia Local y Nacional				

GRÁFICO 2. MAPA DE ACTORES - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

Dentro de la primera clasificación, se evidencia que el proyecto transforma de manera significativa la experiencia diaria de quienes operan y viven el local desde adentro. La dueña, el personal administrativo y el equipo de atención y servicio se ven directamente beneficiados con un diseño más organizado y fácil de operar. El diseño interior narrativo no solo mejora el ambiente físico, sino que también ayuda a fortalecer la identidad de la marca al crear una experiencia más clara y memorable para los clientes.

Por otro lado, la segunda clasificación hace referencia a los actores que influyen dentro de la operación, pero no forman parte del día a día del servicio al cliente.

Al mejorar la comunicación visual y narrativa, el equipo de marketing obtiene un beneficio al dar un soporte conceptual; potenciando el valor de los proveedores y distribuidores al permitir que su aporte forme parte de la narrativa.

Finalmente, la competencia local como nacional, no se ve afectada directamente pero sí por el fortalecimiento de la propuesta interior del Corpus Café. Debido a que al elevar la experiencia del usuario a través de un diseño interior narrativo, el local se posiciona como un espacio diferenciador y memorable, obligando a la competencia a mejorar o redefinir sus propuestas. En esta clasificación, el impacto es competitivo y simbólico, ligado más al posicionamiento dentro del mercado que al funcionamiento interno del local.

1.6.2 PERSONAS DESIGN

PERSONA DESIGN 1 – CLIENTE LOCAL DE “CORPUS CAFÉ”

PERSONA DESIGN

Valentina Ortega

Edad: 32 años
Ciudad: Cuenca - Ecuador
Ocupación: Gestora cultural y comunicadora

Valentina es una usuaria interesada en la cultura, la historia y las tradiciones locales. Valora los espacios que cuentan una historia y que le permiten conectar emocionalmente con su entorno. Disfruta visitar cafeterías con identidad, donde el diseño, la experiencia y el contenido cultural sean tan importantes como el producto que consume. Para ella, el café es un momento de pausa, reflexión y encuentro.

Gustos:	Motivaciones:
<ul style="list-style-type: none">• Tradiciones y festividades culturales• Gastronomía local y artesanal• Diseño, arte y museos• Experiencias sensoriales y narrativas• Espacios con identidad y concepto claro	<ul style="list-style-type: none">• Conocer y comprender el significado cultural detrás de los productos que consume• Vivir experiencias que conecten pasado y presente• Apoyar marcas locales con compromiso cultural• Compartir espacios auténticos en redes sociales

Para Valentina, Corpus Café representa una forma de reconectar con sus raíces y con tradiciones que forman parte de su identidad cultural. La marca le permite reconocer y valorar el Corpus Christi desde una mirada cercana y actual, fortaleciendo su sentido de pertenencia y su vínculo con la cultura local.




GRÁFICO 3. PERSONA DESIGN - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

PERSONA DESIGN 2 – CLIENTE EXTRANJERO DE “CORPUS CAFÉ”

PERSONA DESIGN

Lucas Müller

Edad: 34 años
Ciudad: Berlín, Alemania (visitante en Cuenca - Ecuador)
Ocupación: Diseñador gráfico y fotógrafo freelance

Lucas es un visitante extranjero interesado en la cultura, la estética y las experiencias locales auténticas. Le atraen los espacios con identidad visual fuerte y aquellos que reflejan la historia del lugar que visita. Aunque no tiene conocimientos previos sobre la festividad del Corpus Christi, siente curiosidad por Corpus Café debido a su propuesta visual, sus productos artesanales y su conexión aparente con la cultura local. Para él, visitar una cafetería es una forma de conocer el contexto cultural de la ciudad más allá de los recorridos turísticos tradicionales.

Gustos:	Motivaciones:
<ul style="list-style-type: none">• Cafeterías con identidad local• Gastronomía tradicional reinterpretada• Diseño, fotografía y cultura visual• Experiencias auténticas y no turísticas• Espacios que cuenten una historia	<ul style="list-style-type: none">• Descubrir expresiones culturales propias del lugar que visita• Consumir productos locales con significado• Vivir experiencias que pueda documentar y compartir• Conectar con la identidad de la ciudad desde lo cotidiano• Comprender el trasfondo cultural de lo que consume

Para Lucas, Corpus Café representa una experiencia atractiva a nivel visual y gastronómico, pero su comprensión de la festividad del Corpus Christi es limitada o inexistente. Aunque percibe que la marca está vinculada a una tradición local, la falta de información clara y narrativa dentro del espacio dificulta que pueda entender el significado cultural detrás de los productos y símbolos presentes.



GRÁFICO 4. PERSONA DESIGN - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

PERSONA DESIGN 3 – MIEMBRO DEL PERSONAL DE “CORPUS CAFÉ”

PERSONA DESIGN

Ana Lucía Cárdenas

Edad: 57 años
Ciudad: Cuenca – Ecuador
Ocupación: Cajera y atención al cliente en Corpus Café

Ana Lucía forma parte del equipo de atención directa de Corpus Café. Conoce los productos, su proceso artesanal y la relación de la marca con la festividad del Corpus Christi, ya que esta tradición ha estado presente en su entorno familiar y cultural desde siempre. Su rol la posiciona como el primer punto de contacto entre el cliente y la marca, siendo un nexo clave para la experiencia del usuario dentro del espacio.

Gustos:

- Atención al cliente cercana y humana
- Tradiciones y celebraciones locales
- Trabajo artesanal y productos hechos a mano
- Ambientes organizados y coherentes
- Espacios con identidad cultural clara

Motivaciones:

- Brindar una buena experiencia al cliente
- Que los visitantes comprendan el valor cultural de los productos
- Representar adecuadamente la identidad de la marca
- Sentirse parte activa de la tradición que se comunica
- Facilitar la interacción entre el cliente y la historia del lugar

Para Ana Lucía, Corpus Café no es solo un lugar de trabajo, sino un espacio que representa una tradición profundamente arraigada en la cultura cuencana. Sin embargo, reconoce que gran parte del relato cultural de la marca depende actualmente de la explicación verbal del personal, lo que puede resultar limitado o repetitivo, especialmente cuando se atiende a clientes que no conocen la festividad o que provienen de otros contextos culturales.



GRÁFICO 5. PERSONA DESIGN - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

1.6.3 DATOS INTERNOS Y EXTERNOS DEL CASO A INTERVENIR:

DATOS INTERNOS	DEFINICIÓN	FUENTE DE INFORMACIÓN
MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE LA EMPRESA	Para comprender la esencia, el propósito y filosofía de Corpus Café para traducirlos en una narrativa espacial coherente.	Entrevista directa con el dueño o revisión de redes sociales y material corporativo.
MANUAL DE MARCA	Para mantener coherencia entre la identidad visual y la propuesta espacial del diseño.	Solicitarlo al dueño o, si no existe, recopilarlo mediante observación del branding actual (menús, empaques, redes).
CATÁLOGO DE PRODUCTOS	Para reconocer qué productos son más representativos para integrarlos dentro del relato narrativo del diseño.	Entrevista con el encargado de ventas o revisión de registros internos de consumo.

GRÁFICO 6. DATOS INTERNOS - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

1.6.3 DATOS INTERNOS Y EXTERNOS DEL CASO A INTERVENIR:

DATOS EXTERNOS	DEFINICIÓN	FUENTE DE INFORMACIÓN
PERCEPCIÓN PÚBLICA DE LA MARCA	Para conocer cómo el público asocia actualmente a Corpus Café, su identidad y su nivel de conexión emocional.	Encuestas, entrevistas a clientes, reseñas en línea o comentarios en redes sociales.
ANÁLISIS DE COMPETENCIA	Para identificar cómo otras cafeterías aplican storytelling o experiencias espaciales para diferenciarse en el mercado.	Visitas a cafeterías locales, análisis visual, observación de redes sociales y entrevistas con consumidores.

GRÁFICO 7. DATOS EXTERNOS - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

A partir de estas tablas, se estructuraron los diferentes datos internos y externos de la marca “Corpus Café” los cuales fueron investigados y analizados dentro de este capítulo. Los mismos que constituyen una etapa fundamental para comprender tanto su esencia como su contexto.

Los datos internos permiten identificar la identidad, valores y productos que definen a la marca, mientras que los datos externos aportan una visión sobre cómo es percibida por el público y cómo se posiciona frente a su competencia. La integración de ambas fuentes de información proporciona una base sólida para la toma de decisiones de diseño, las cuales serán abordadas y desarrolladas de manera más detallada a continuación.

1.6.4 DATOS INTERNOS DE “CORPUS CAFÉ”:

OBJETIVO DE LA EMPRESA:

“Corpus Café” nace y crece con la misión de mantener viva la tradición del Corpus Christi, enseñar a las nuevas generaciones el valor cultural de esta festividad y rescatar lo artesanal tanto en los dulces como en el diseño interior de nuestros espacios.

La marca se diferencia por su producción 100% manual, su fuerte la identidad cuencana y la integración de materiales, objetos y símbolos tradicionales en el espacio.

IDENTIDAD DE MARCA:



LOGO - VERSIÓN COMPLETA



LOGO - VERSIÓN SIMPLIFICADA



LOGO - VERSIÓN 1 - COLOR



LOGO - VERSIÓN SIMPLIFICADA - 1 COLOR



LOGO - VERSIÓN 1 - APLICACIÓN PARA FUNDAS DE PAPEL



LOGO - VERSIÓN SIMPLIFICADA - APLICACIÓN PARA FUNDAS DE PAPEL



PLANTILLA PARA REDES SOCIALES

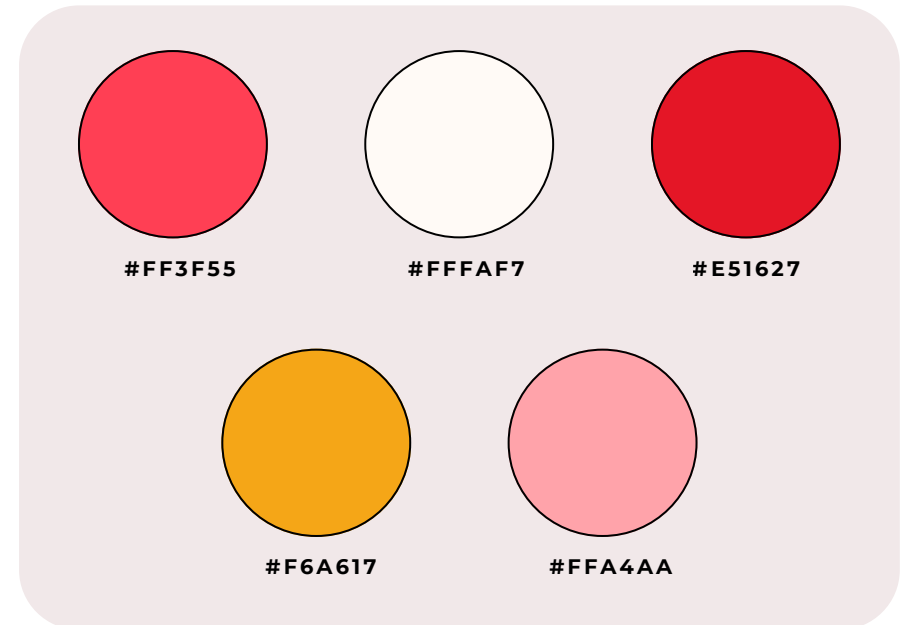


DISEÑO GRÁFICO- LETRERO COMERCIAL



PRESENTACIÓN - VASOS DE CAFÉ

CROMÁTICA IMPLEMENTADA:



La identidad visual de Corpus Café constituye uno de los pilares conceptuales del proyecto, ya que sintetiza la esencia cultural, tradicional y comercial de la marca. El logotipo, a través de una tipografía ornamental con trazos curvos y detalles decorativos, evoca la riqueza histórica y festiva del Corpus Christi, reforzando el vínculo con la tradición de los dulces típicos cuencanos.

La presencia de elementos gráficos inspirados en la arquitectura y simbología de la festividad aporta un carácter distintivo y memorable, permitiendo que la marca sea fácilmente reconocible por el usuario.

En cuanto a la cromática implementada, predominan tonalidades cálidas e intensas como el rojo, rosa, dorado y acentos en tonos crema, colores que transmiten cercanía, energía, celebración y calidez, además de remitir visualmente a la estética festiva y artesanal de la tradición local.

Esta paleta cromática no solo fortalece la identidad corporativa, sino que también sirve como base para las decisiones de diseño interior, mobiliario, señalética y elementos sensoriales, garantizando una experiencia espacial coherente y emocionalmente conectada con la narrativa de la marca.

CATÁLOGO DE PRODUCTOS:



BROWNIES



EMPANADITAS DE GUAYABA



FRUTITAS DE LECHE



SUSPIROS



ALFAJORES



ROSADOS



ROSCAS CONFITADAS



CUYES DE CHOCOLATE



TAMALES



PAN MESTIZO



TORTILLAS DE CHOCLO



COMIDA FESTIVA

El catálogo de productos de Corpus Café constituye un elemento fundamental dentro de la construcción narrativa del proyecto, ya que no solo presenta la oferta gastronómica, sino que actúa como un medio de comunicación cultural y sensorial.

La selección incluye una variedad de dulces y preparaciones tradicionales vinculadas a la festividad del Corpus Christi, como alfajores, rosados, roscas confitadas, suspiros y frutitas de leche, así como opciones saladas y contemporáneas como tamales, tortillas de choclo y brownies, evidenciando una fusión entre tradición y adaptación actual.

Cada producto representa una expresión tangible de la identidad local, permitiendo al usuario no solo consumir, sino también reconocer y experimentar la herencia cultural cuencana.

En este sentido, el catálogo se integra al concepto de storytelling planteado en la propuesta, donde los alimentos funcionan como "piezas narrativas" dentro del espacio, reforzando la experiencia del usuario y estableciendo una conexión emocional con la historia, el contexto y el significado detrás de cada preparación.

1.6.5 DATOS EXTERNOS DE “CORPUS CAFÉ”:

Percepción pública de la empresa:

La percepción pública de Corpus Café nos muestra un espacio altamente valorado por su estética colorida, festiva y muy tradicional, lo cual genera emociones positivas y un reconocimiento cultural inmediato. Sin embargo, las expectativas del público van más allá de lo visual, ya que los usuarios esperan que el espacio llegue a potenciar la narrativa detrás de los dulces y de la festividad, lo cual actualmente no sucede o sucede de manera imparcial.

Los clientes reconocen los símbolos de esta tradición, no obstante, no llegan a comprender su origen ni su significado; por lo tanto, el nivel de entendimiento del producto y del Corpus Christi es superficial. Estos hallazgos revelan una oportunidad clara para integrar storytelling histórico y educativo en el diseño interior, fortaleciendo la identidad del local y alineándose con las expectativas culturales y experienciales del usuario.

ANÁLISIS DE COMPETENCIA:

Criterio	Corpus Café	Dulcería “La Colmena”	Dulces Doña María	Chocolatería “Déjame que te cuente”
Identidad y Concepto	Tradicional y festivo (enfocado en Corpus Christi)	Tradicional, centrado en dulces típicos y de temporada	Familiar y casero, asociado a recetas de hogar	Contemporáneo, enfocado en el chocolate y su origen
Experiencia	Inmersiva (decoración, ambiente, productos, fotos, etc.)	Mayormente visual, orientada a compra rápida en vitrina	Cercana y acogedora, pero con poca ambientación temática	Sensorial (sabores, aromas) con elementos de relato del cacao/chocolate
Oferta	Dulces del Corpus Christi + bocadillos locales + café	Amplia variedad de dulces tradicionales y de temporada	Dulces típicos, tortas y bocadillos caseros	Chocolates, bombones, bebidas de cacao y postres relacionados
Diferenciador	Artesanía, color, diseño espacial y potencial narrativo del producto	Variedad y precio accesible	Sabor casero y confianza en la marca de barrio	Especialización en chocolate y propuesta más temática

GRÁFICO 8. ANÁLISIS DE COMPETENCIA - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

El análisis comparativo muestra que Corpus Café se posiciona frente a tres competidores directos que comparten el mismo universo de dulces tradicionales, pero con enfoques distintos. La Colmena se destaca por la variedad y el precio, con una identidad muy tradicional pero una experiencia más rápida y centrada en la vitrina.

Dulces Doña María refuerza la idea de lo casero y familiar, donde el valor está en las recetas de hogar más que en el diseño del espacio.

“Déjame que te cuente” se acerca más a una propuesta temática, especializada en chocolate y con mayor carga sensorial, pero enfocada en un solo producto.

Frente a ellos, Corpus Café combina tradición, experiencia inmersiva y diseño interior narrativo, lo que le da la oportunidad de diferenciarse no solo por lo que vende, sino por cómo cuenta la historia de sus dulces y de la festividad dentro del espacio.

1.7 ANÁLISIS DE RESULTADOS

Los siguientes resultados fueron recopilados de entrevistas y encuestas realizadas al personal del local y a diferentes tipos de clientes. La información recolectada se clasificó en 4 temas generales para una mejor comprensión:

EXPERIENCIA DEL USUARIO Y PERCEPCIÓN SENSORIAL:

Los resultados de las encuestas y entrevistas evidencian que “Corpus Café” es percibido por el usuario como un espacio fuertemente vinculado a la tradición del Corpus Christi.

Tanto los clientes como el personal reconocen que la cromática, los dulces tradicionales y la estética festiva comunican sensaciones de alegría, celebración y herencia cultural. Desde la perspectiva de la propietaria, la marca se concibe como una embajadora cultural, cuyo propósito es preservar y difundir la tradición a través de procesos artesanales y recetas antiguas, reforzando el carácter artesanal y cuencano del espacio.

La experiencia del usuario es valorada de manera positiva, especialmente por un público adulto que percibe el local como un espacio visualmente atractivo y gastronómicamente experiencial. El diseño interior, la exposición de productos y la atención del personal influyen directamente en la percepción agradable del ambiente. Sin embargo, aunque la experiencia sensorial resulta efectiva, se identifica que esta se limita principalmente a lo visual y emocional, sin desarrollarse plenamente como una experiencia narrativa que acompañe al usuario durante su recorrido.

Un aspecto recurrente en los distintos usuarios consultados, es la insuficiente transmisión de información histórica y cultural dentro del espacio. Si bien las personas consultadas reconocen la relación del local con la festividad del Corpus Christi, no logran comprender en profundidad su origen, significado ni los procesos artesanales de los dulces. El personal, la encargada y la propietaria coinciden en la necesidad de incorporar recursos explicativos, museográficos y narrativos que permitan fortalecer el storytelling del lugar y complementar la experiencia sensorial existente.

En este contexto, el diseño interior se plantea como una herramienta clave para consolidar la identidad de la marca, fortalecer la experiencia del usuario y proyectar a “Corpus Café” como un espacio cultural más allá de su función comercial.

Finalmente, se identifican desafíos relacionados con la circulación, la señalética y la organización del espacio, los cuales afectan a la experiencia del usuario. Estas debilidades son entendidas como oportunidades para potenciar el diseño interior mediante estrategias que integren información cultural, mejoren la orientación y construyan una narrativa clara para turistas y clientes locales.

RESULTADOS FINALES:

De acuerdo a la investigación, se ha determinado que los clientes tienen una percepción de “Corpus Café” como un espacio atractivo, colorido y tradicional, capaz de generar emociones positivas asociadas a la festividad del Corpus Christi. Sin embargo, aunque reconocen la estética festiva y los dulces típicos, la mayoría coincide en que falta información clara sobre la historia y el significado de la tradición, lo que limita la comprensión completa de la experiencia.

Esto evidencia una oportunidad clave para fortalecer el espacio mediante estrategias narrativas y recursos museográficos que permitan a los usuarios conectar no solo con lo visual, sino también con el origen cultural de los productos y la festividad.

1.8

CASOS

HOMÓLOGOS

En primer lugar, los siguientes casos homólogos se van a clasificar en dos ejes: Casos Nacionales e Internacionales. Debido a que me permite comprender el proyecto desde dos escalas de referencia complementarias. Por un lado, los casos nacionales ofrecen una lectura cercana al contexto cultural ecuatoriano, mostrando cómo marcas locales integran la tradición, identidad y narrativa dentro de espacios comerciales similares al de Corpus Café.

De esta manera, me permite identificar prácticas, estéticas y estrategias que se relacionan directamente con la realidad cuencana y con el comportamiento del consumidor local.

Por otro lado, los casos internacionales amplían la visión proyectual al presentar modelos consolidados de storytelling aplicado al diseño interior, con mayores recursos museográficos y experiencias sensoriales mucho más avanzadas. Por lo tanto, esta combinación en la selección de casos homólogos me permite asegurar un análisis equilibrado entre lo contextual y lo aspiracional, permitiendo extraer aprendizajes importantes que al mismo tiempo sean innovadores para el proyecto en cuestión.

Finalmente, los casos homólogos serán analizados bajo 3 criterios definidos:



NARRATIVA DEL PRODUCTO INTEGRADA EN EL ESPACIO



RECURSOS MUSEOGRÁFICOS Y SENSORIALES



IDENTIDAD CULTURAL COHERENTE EN LA AMBIENTACIÓN

Los cuales responden directamente a los objetivos del proyecto sobre el Corpus Café. Permitiendo evaluar de manera precisa cómo cada caso comunica la historia de su producto a través de una experiencia memorable en el diseño interior del espacio.

Por otro lado, la evaluación de los casos homólogos se realizará mediante un análisis de la información documentada a través de las páginas oficiales de cada local, además de fotografías y descripciones conceptuales del proyecto.

A partir de esto, se evaluó el nivel de cumplimiento de cada criterio mediante tres clasificaciones:

- **Alto cumplimiento:** Cuando el proyecto integra el criterio de manera clara, intencional y consistente en todo el espacio.
- **Cumplimiento medio:** Cuando el proyecto incorpora el criterio parcialmente o en puntos específicos, pero no de forma dominante.
- **Bajo cumplimiento:** Cuando el criterio aparece de forma mínima, o no es un elemento protagónico del espacio.

1.8.1 PROYECTOS NACIONALES:

1. REPÚBLICA DEL CACAO (QUITO-ECUADOR):

“República del Cacao” construyó una marca basada en el rescate del cacao fino de aroma ecuatoriano, por lo tanto, tiene una narrativa importante del proceso de su materia prima: desde su cultivo, pasando por las comunidades productoras, hasta la elaboración del chocolate. Por lo tanto, es un ejemplo directo de cómo convertir un producto tradicional en una experiencia inmersiva y educativa, tal cómo se busca transmitir dentro de la cafetería “Corpus Café”.



IMAGEN 17. REPÚBLICA DEL CACAO
FUENTE: REPUBLICADELCACAO.COM (2025)



IMÁGEN 18. REPÚBLICA DEL CACAO
FUENTE: REPUBLICADELCACAO.COM (2025)

Además, el espacio posee elementos decorativos junto a registros de las tradiciones del país, lo cual, aporta a la narrativa de la historia detrás de sus platos.



IMÁGEN 19. SOMOS (QUITO-ECUADOR)
FUENTE: TRIPADVISOR (2025)

ANÁLISIS DE CRITERIOS:

- Dentro del primer criterio, República del Cacao cuenta con un alto cumplimiento, ya que explica el origen del cacao, su proceso y su valor cultural a través de vitrinas, textos, gráficos y degustaciones guiadas. Manteniendo a la narrativa como una parte central del espacio.
- En el segundo criterio, se mantiene con un alto cumplimiento debido a la utilización de elementos museográficos; como el mobiliario de exhibición y los gráficos informativos.
- Finalmente, posee un alto cumplimiento en el último criterio, ya que la materialidad natural, los colores cálidos, las fibras artesanales y los elementos que evocan la agricultura del cacao generan la transmisión de la identidad ecuatoriana expresado a través del espacio.

ANÁLISIS DE CRITERIOS:

- Dentro del primer criterio, este caso posee un cumplimiento medio, debido a que no explica un producto en específico, pero sí narra la identidad de los platos que se ofrecen en el restaurante a través de murales y textos curatoriales. Por lo tanto, la narrativa dentro del espacio es fuerte culturalmente hablando, pero no es educativa sobre un producto puntual.
- En el segundo criterio, obtiene el mismo porcentaje anterior, debido a que utiliza murales, placas y elementos gráficos decorativos, sin embargo, no utiliza herramientas museográficas en sentido técnico como vitrinas o imágenes del proceso.
- Finalmente, posee un alto cumplimiento en el último criterio, ya que su identidad espacial es profundamente ecuatoriana, la cual está expresada en el espacio a través de los murales, las ilustraciones y el arte local.

2. SOMOS (QUITO-ECUADOR):

“Somos” es un restaurante que transforma la gastronomía ecuatoriana en un relato visual, a través de murales gigantes, ilustraciones y piezas gráficas que representan las tradiciones del país. Demuestra cómo se puede crear storytelling cultural dentro de un espacio gastronómico convirtiendo la identidad en una experiencia inmersiva, justo lo que se quiere transmitir en la cafetería.

Por lo tanto, este referente es de vital importancia ya que promueve una experiencia en donde los platos muestran la diversidad del Ecuador.



IMÁGEN 20. SOMOS (QUITO-ECUADOR)
FUENTE: TRIPADVISOR (2025)

1.8.2 PROYECTOS INTERNACIONALES:

1. LINDT HOME OF CHOCOLATE CAFÉ (ZURICH):

Este espacio combina museo interactivo, tienda, tienda-café, chocolatería y espacio de experiencias sensoriales ligado al chocolate suizo. Su propuesta no es solo vender chocolate, sino contar su historia: desde el origen del cacao, hasta su transformación, su historia en Suiza y su producción moderna.

Este proyecto llega a ser un referente, debido a que plasma explícitamente la historia del producto dentro del espacio físico: hay relatos, exhibiciones, audiovisuales y experiencias que enseñan el origen y el proceso. Eso es justo lo que se busca conseguir con el enfoque del proyecto dentro del Corpus Café.



IMÁGEN 21. THE INTERACTIVE HISTORY OF CHOCOLATE EXPERIENCE
FUENTE: LINDTHOMEOFCHOCOLATE.COM (2025)

ANÁLISIS DE CRITERIOS:

- Dentro del primer criterio, posee un destacado cumplimiento al ser un ambiente directamente enfocado en una “experiencia museográfica + tienda”, en donde la historia del cacao y del chocolate suizo están explicados paso a paso con recursos inmersivos y multimedia.
- En el segundo criterio, cuenta con el mismo cumplimiento alto, ya que cuenta con una museografía profesional, en donde se encuentran salas temáticas, dispositivos interactivos, audiovisuales, estaciones sensoriales y escenográficas. Las cuales ayudan a impulsar esa parte informativa.
- Finalmente, obtiene un cumplimiento medio-alto, ya que, si bien la identidad es más internacional y moderna, logra comunicar claramente la tradición chocolatera de suiza en su museografía y narrativa visual. Por lo tanto, no es artesanal pero sí histórico y cultural.



2. DEVOCIÓN – FLAGSHIP WILLIAMSBURG (NY, NARRATIVA COLOMBIANA):

“Devoción” es una marca de café colombiano que narra el proceso del café desde el territorio hasta la taza. Su flagship en Nueva York está diseñado como una finca cafetera contemporánea, evocando el paisaje y el origen rural del producto. Este proyecto cuenta su historia del café colombiano a través de su arquitectura y de la vegetación como un relato de origen.

Además, cuenta con una programación educativa dentro de su sala de ventas. Por lo tanto, es un ejemplo claro de cómo llevar el origen del producto al espacio físico, haciendo visible lo que normalmente es invisible (el proceso y el territorio).



IMÁGEN 23. NEW YORK COFFEE SHOP & ROASTERY
FUENTE: DEVOCION.COM (2025)

ANÁLISIS DE CRITERIOS:

- Dentro del primer criterio, posee un alto cumplimiento, ya que integra la historia del café colombiano mediante arquitectura, señalética y un laboratorio visible que muestra los procesos reales del café.
- Por otro lado, en el segundo criterio, obtiene un cumplimiento medio-alto, ya que emplea señalética, visualización del Coffee Lab, una vegetación simbólica y una ambientación sensorial. Sin embargo, llega a ser un espacio más experiencial que un ambiente museográfico.
- Finalmente, posee un alto cumplimiento, debido a que el espacio está diseñado como una finca cafetera moderna, lo cual ayuda a transmitir la cultura colombiana desde la arquitectura, la vegetación y los materiales implementados.



IMAGEN 25. NEW YORK COFFEE SHOP & ROASTERY
FUENTE: DEVOCION.COM (2025)



IMAGEN 24. NEW YORK COFFEE SHOP & ROASTERY FUENTE: DEVOCION.COM (2025)

1.8.3 RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE CRITERIOS SOBRE LOS CASOS HOMÓLOGOS:

Como conclusión general de este apartado, podemos mencionar que los cuatro proyectos cumplen los criterios definidos en diferentes niveles, sin embargo, todos coinciden en integrar algún tipo de narrativa cultural, experiencia sensorial e identidad espacial coherente.

El caso de Lindt es el más completo en términos museográficos, República del Cacao es el más cercano al enfoque artesanal y patrimonial que necesita el caso de estudio,

Devoción es un ejemplo claro de cómo el espacio puede reflejar territorio y origen; y finalmente, Somos, aporta un modelo sólido de cómo comunicar identidad cultural mediante gráficos y murales.

Por lo tanto, estos hallazgos permiten establecer lineamientos claros y directos para el diseño interior de la cafetería "Corpus Café".

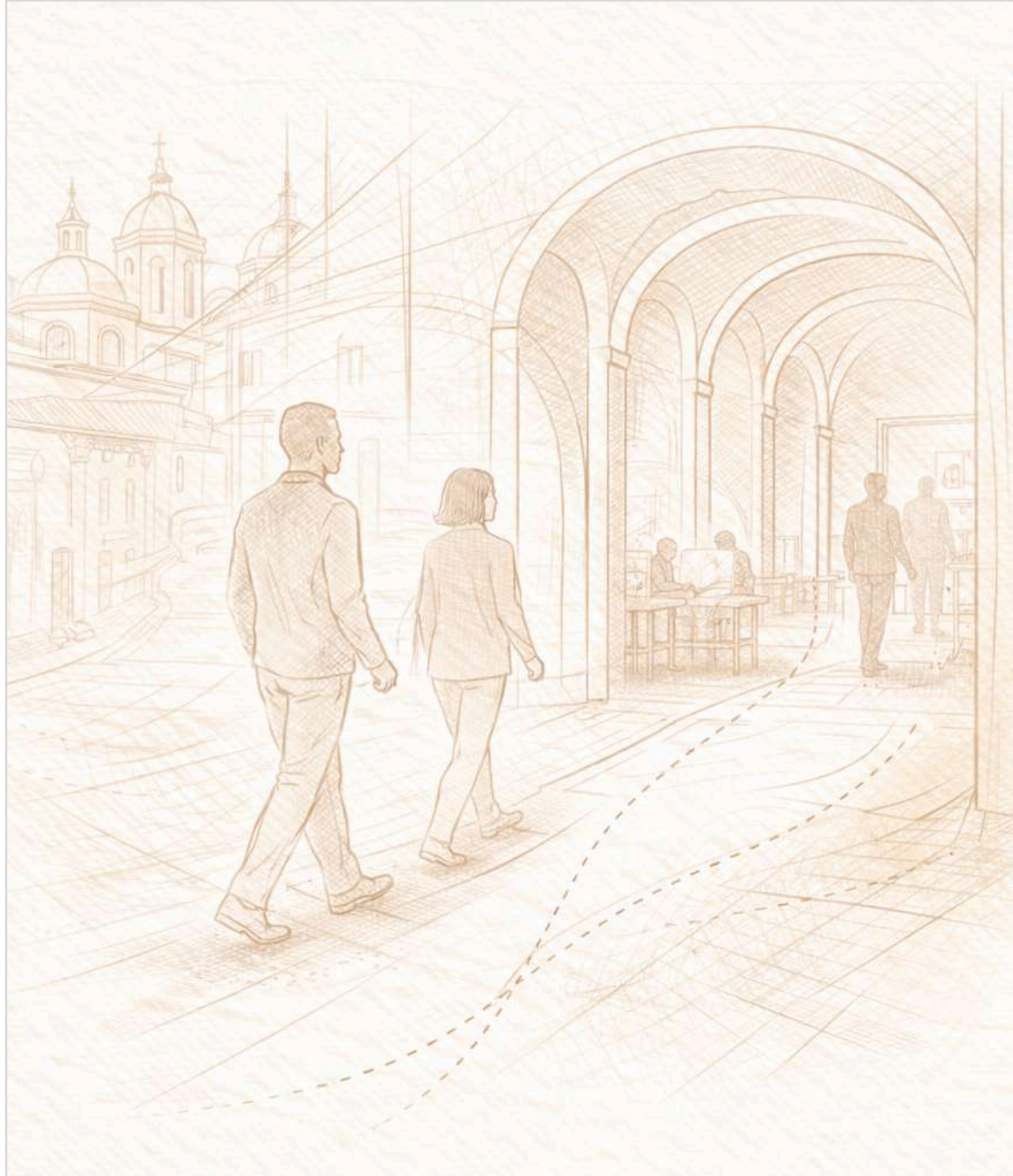
1.9 CONCLUSIONES

El primer capítulo permite entender con mucha claridad cómo funciona Corpus Café desde adentro: quiénes lo habitan, cómo se vive el espacio día a día y qué esperan realmente sus clientes. A medida que se recopila la información, se vuelve evidente que el local tiene un enorme valor cultural y emocional, pero que aún no logra comunicar toda la riqueza histórica que está detrás de la festividad del Corpus Christi.

Por un lado, las entrevistas dejaron ver el cariño que el equipo siente por la tradición, pero también las dificultades actuales del espacio: la falta de señalética, la poca información histórica disponible y ciertos problemas de circulación. Por otro lado, las encuestas mostraron algo muy interesante: aunque la mayoría de personas reconoce el ambiente festivo y lo encuentra atractivo, muchas no comprenden el origen de los dulces ni la historia que la marca busca transmitir. Esa mezcla entre “sí lo reconozco” y “pero no lo entiendo del todo” abrió una oportunidad clara para el proyecto.

Además, el análisis del sitio y del contexto ayudó a ubicar al local dentro de la dinámica del Centro Histórico, donde conviven la tradición, la memoria y una intensa actividad turística. Y, al unir todo esto con los casos homólogos —tanto nacionales como internacionales— surgió una idea más sólida de hacia dónde debería dirigirse el diseño: espacios que no solo se vean bonitos, sino que cuenten algo, que enseñen, que despierten curiosidad y que conecten de verdad al usuario con la historia detrás del producto.

En conjunto, este capítulo construye el punto de partida para el proyecto. La información recopilada confirma que Corpus Café tiene todos los elementos para convertirse en un espacio narrativo coherente, emotivo y educativo; solo necesita una intervención que ordene sus fortalezas, potencie su identidad cuencana y le dé un lenguaje visual que explique, con claridad y sensibilidad, la tradición que lo hace único.





ESTRATEGIAS DE DISEÑO

2.1 INTRODUCCIÓN

El concepto del proyecto parte de una reflexión sobre la relación entre la experiencia del usuario, la museografía y la identidad cultural. A partir de esta mirada, el diseño se entiende como una herramienta capaz de generar experiencias significativas que respeten el contexto en el que se inserta, valorando los recursos naturales, los saberes locales y la conexión emocional del usuario con el espacio.

Desde esta base, el capítulo aborda cómo el diseño puede convertirse en un medio para fortalecer el vínculo entre las personas y su entorno, promoviendo una experiencia que va más allá de lo funcional o estético. Ya que se prioriza la creación de espacios acogedores, coherentes y sensoriales, que fomenten una mayor conexión entre el usuario, el espacio comercial y su contexto.

De esta manera, el capítulo establece los lineamientos conceptuales que guían las decisiones proyectuales, sentando las bases para una propuesta integral que busca generar pertenencia, conciencia y continuidad cultural a través del diseño interior.



ESTRATEGIAS CONCEPTUALES:

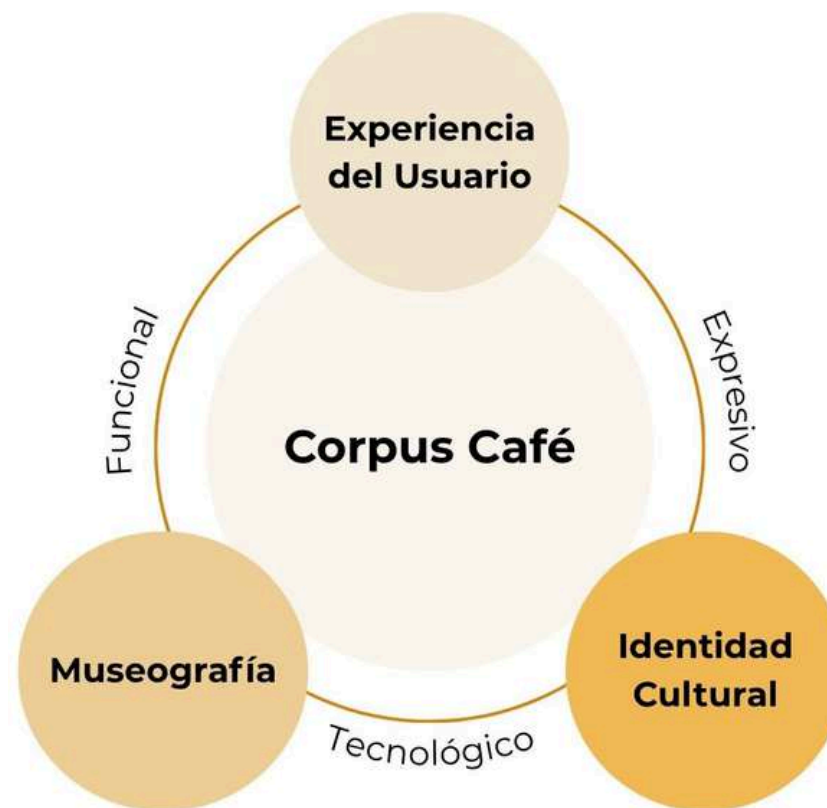


GRÁFICO 9. TABLA DE ESTRATEGIAS CONCEPTUALES - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

El gráfico nos presenta a la marca "Corpus Café" como el eje central del proyecto, a partir del cual se articulan los tres principios rectores, desde donde se abordará la propuesta de diseño, los cuales son: Experiencia del Usuario, Identidad Cultural y Museografía.

Estos principios no funcionan de manera aislada, ya que forman una triada que debe ser resuelta de forma relacional y coherente, los cuales se fusionan de forma transversal con los criterios base de todo proyecto de interiorismo (Funcional, Tecnológico y Expresivo), generando como resultado un sistema de diseño integral desde donde nacen las estrategias operativas aplicables a la propuesta.

La Experiencia del Usuario se vincula con la Museografía mediante el criterio funcional, ya que una propuesta de circulación enfocada en una narrativa museográfica genera la oportunidad de comprender de mejor manera la historia que se intenta transmitir al usuario a través de la experiencia en el recorrido.

A su vez, la Museografía se conecta con la Identidad Cultural a través del criterio tecnológico, en donde los materiales aplicados juegan un papel importante al ser un portador de identidad cultural.

Elementos como el adobe, la madera, la paja toquilla y el carrizo dejan de cumplir únicamente una función tecnológica para convertirse en elementos museográficos capaces de transmitir memoria y significado cultural, integrándose de manera coherente con el espacio.

Finalmente, la identidad cultural se relaciona con la Experiencia del Usuario mediante el criterio expresivo, ya que los símbolos, materiales y lenguajes propios de la festividad se traducen en sensaciones, emociones y significados que fortalecen el vínculo del usuario con el espacio.

De esta forma, el proyecto se consolida como una propuesta integral donde diseño, cultura y experiencia se complementen de manera equilibrada.

ESTRATEGIAS OPERATIVAS:

La siguiente tabla funciona como una herramienta principal de síntesis y cruce conceptual, la cual nos evidencia que la propuesta de diseño para la cafetería "Corpus Café" se estructura a partir de los principios rectores presentados anteriormente.

Cada uno de estos principios responden directamente a los resultados obtenidos en las entrevistas y encuestas realizadas a los clientes, al personal y a la propietaria de "Corpus Café", las cuales evidencian tanto fortalezas perceptuales como vacíos narrativos y comunicacionales.

El análisis de los resultados revela que los usuarios reconocen con facilidad el carácter tradicional y festivo del local, asociándolo de forma inmediata con la festividad del Corpus Christi. Sin embargo, también se identifica una limitación en la transmisión de información cultural e histórica, así como en la ausencia de una experiencia narrativa continua que acompañe el recorrido espacial. A partir de esto, la tabla de estrategias permite articular estrategias operativas de diseño que integran estos tres principios para potenciar el valor cultural, sensorial y comunicativo del espacio.

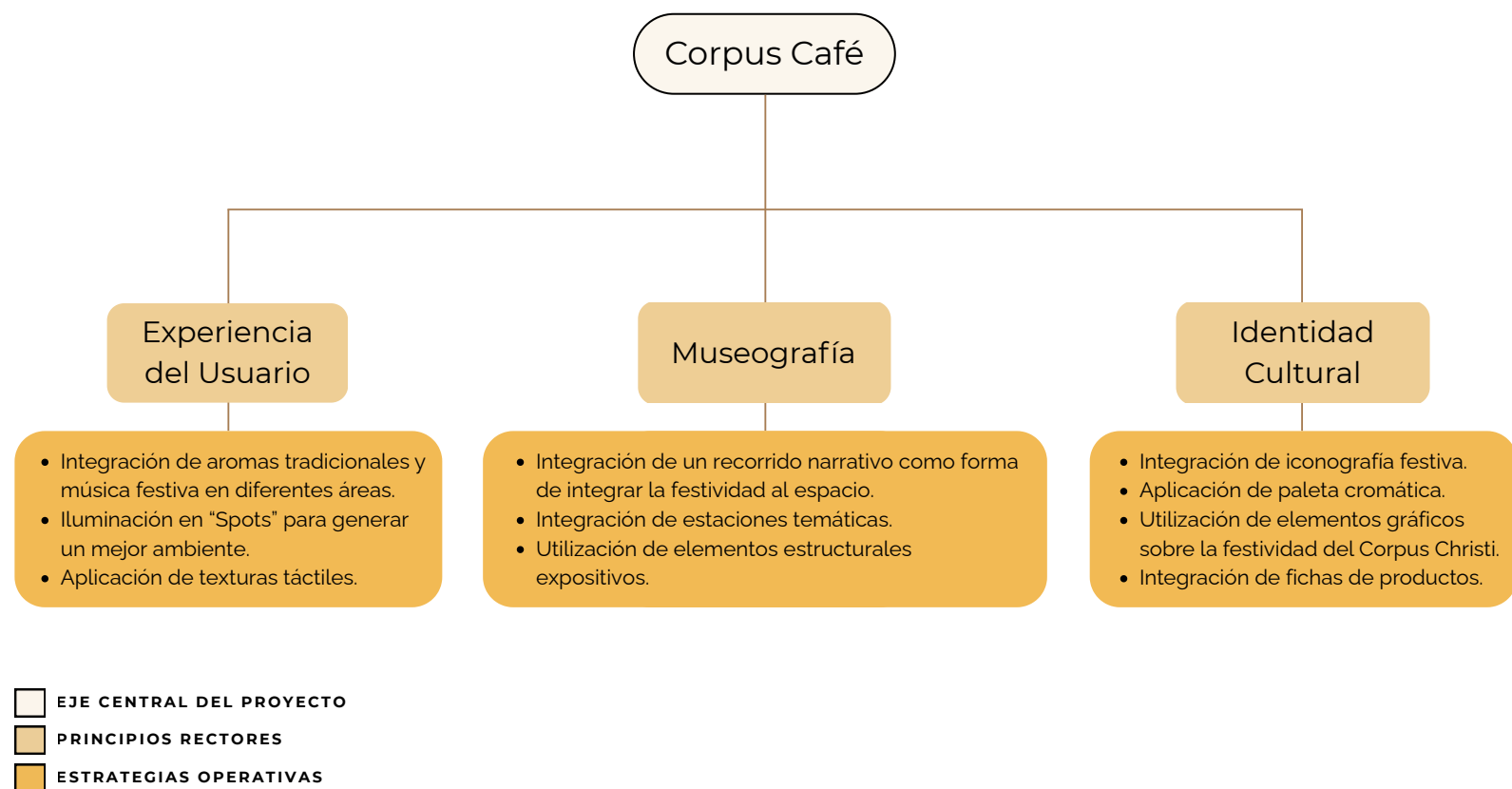


GRÁFICO 10. TABLA DE ESTRATEGIAS OPERATIVAS - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

2.2 IDENTIDAD CULTURAL

Para el desarrollo del principio rector de identidad cultural, es necesario comprender a profundidad el vínculo que posee la marca “Corpus Café” con la festividad del Corpus Christi. Debido a esto, se identificarán las temáticas a implementar dentro del recorrido narrativo a partir de un flujograma para comprender de mejor manera la historia que se intenta transmitir al usuario.

FLUJOGRAMA DEL RECORRIDO NARRATIVO:



GRÁFICO 11. FLUJOGRAMA DEL RECORRIDO NARRATIVO - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

1. Zona de entrada – Introducción a la festividad:

La entrada funciona como el primer contacto simbólico con la festividad del Corpus Christi. En esta zona, se introduce al usuario a la festividad como una de las celebraciones religiosas y culturales más importantes de Cuenca.

A través de elementos visuales como la iconografía festiva, frases introductorias o gráficos generales con su respectivo texto curatorial, se contextualiza al usuario sobre el Septenario, su origen y su permanencia en el tiempo. Esta zona prepara al visitante para entender que no ingresa solo a una cafetería, sino a un espacio que celebra una tradición viva de la ciudad.

2. Zona de mesas de la cafetería – El Corpus como experiencia cultural viva:

Dentro de esta zona, la narrativa se centra en el Corpus Christi como manifestación cultural y social, más allá de lo religioso. Mientras el usuario permanece en el lugar y consume, se refuerza la idea de la festividad como un evento que reúne a la comunidad en torno a la gastronomía. A través de texturas, recursos gráficos y sensoriales, se transmite la sensación de celebración colectiva y tradición compartida.

3. Zona de dulcería – La fiesta más dulce del mundo:

Esta área representa el núcleo gastronómico de la narrativa. Aquí se explica el origen de los dulces del Corpus Christi, su relación con los conventos, las familias cuencanas y la transmisión de recetas de generación en generación. La información se enfoca en el valor artesanal de los dulces, su diversidad y su rol como símbolo de la festividad.

Origen de la tradición

Se consolidan las recetas tradicionales de los dulces de Corpus Christi en Cuenca, transmitidas dentro del ámbito familiar y vinculadas a la celebración del Septenario. Desde su origen, estos dulces se elaboraron de manera artesanal, convirtiéndose en un referente gastronómico y cultural de la festividad religiosa (Corpus Café, 2026).



Tradición Estacional

Durante este periodo, la producción y consumo de los dulces estuvo restringida a la temporada del Septenario, reforzando su carácter simbólico y ritual dentro de la cultura cuencana.

Su temporalidad contribuyó a que fueran percibidos como un elemento especial y representativo de la celebración.

Fundación de Corpus Café

Nace "Corpus Café" ampliando la elaboración de los dulces más allá de la festividad y convirtiéndolos en un producto disponible durante todo el año en locales dentro del Centro Histórico de Cuenca. Manteniendo procesos artesanales y estándares de calidad en su producción.

2015

2026

Proyección Futura

Corpus Café proyecta su crecimiento hacia el exterior, particularmente a comunidades latinas en países como: Estados Unidos. Con el objetivo de compartir la tradición cuencana sin perder su esencia cultural y generando empleo para ecuatorianos.

4. Zona de transición - Línea de tiempo: tradición y permanencia:

Se plantea como una zona de transición narrativa, en donde se pueda mostrar a través de las fechas más importantes cómo la festividad se mantiene viva y cómo la marca actúa como un puente entre el pasado y presente, entre tradición y contemporaneidad.

5. Zona de counter – Corpus Café como mediador cultural:

El recorrido narrativo culmina en la zona de pago, donde se presenta de manera directa la identidad de la marca “Corpus Café”. Aquí se explica su origen familiar, su compromiso con la elaboración artesanal y su objetivo de preservar y difundir la tradición del Corpus Christi durante todo el año.

De esta manera, el recorrido permite que el usuario pase de conocer la festividad, a entender su significado, vivirlo a través de los sentidos y reconocer el rol de la marca “Corpus Café” como difusor de esta tradición. La cafetería se transforma así en un espacio narrativo donde la cultura, la historia y el consumo se integran de forma coherente y experiencial.

Iconografía festiva:

La festividad del Corpus Christi en Cuenca se construye a partir de un conjunto de símbolos/elementos profundamente arraigados en la memoria colectiva de la ciudad.



GRÁFICO 12. TABLA DE ICONOGRAFÍA DEL CORPUS CHRISTI - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

Estos símbolos/elementos no solo cumplen una función decorativa, sino que actúan como portadores de significado cultural e histórico, reforzando la identidad cuencana y el carácter festivo del Septenario. A partir de esta riqueza simbólica, la marca “Corpus Café” desarrolla una iconografía propia que mantiene viva la memoria de la festividad a través de un lenguaje gráfico contemporáneo, con colores, formas y estilos propios.

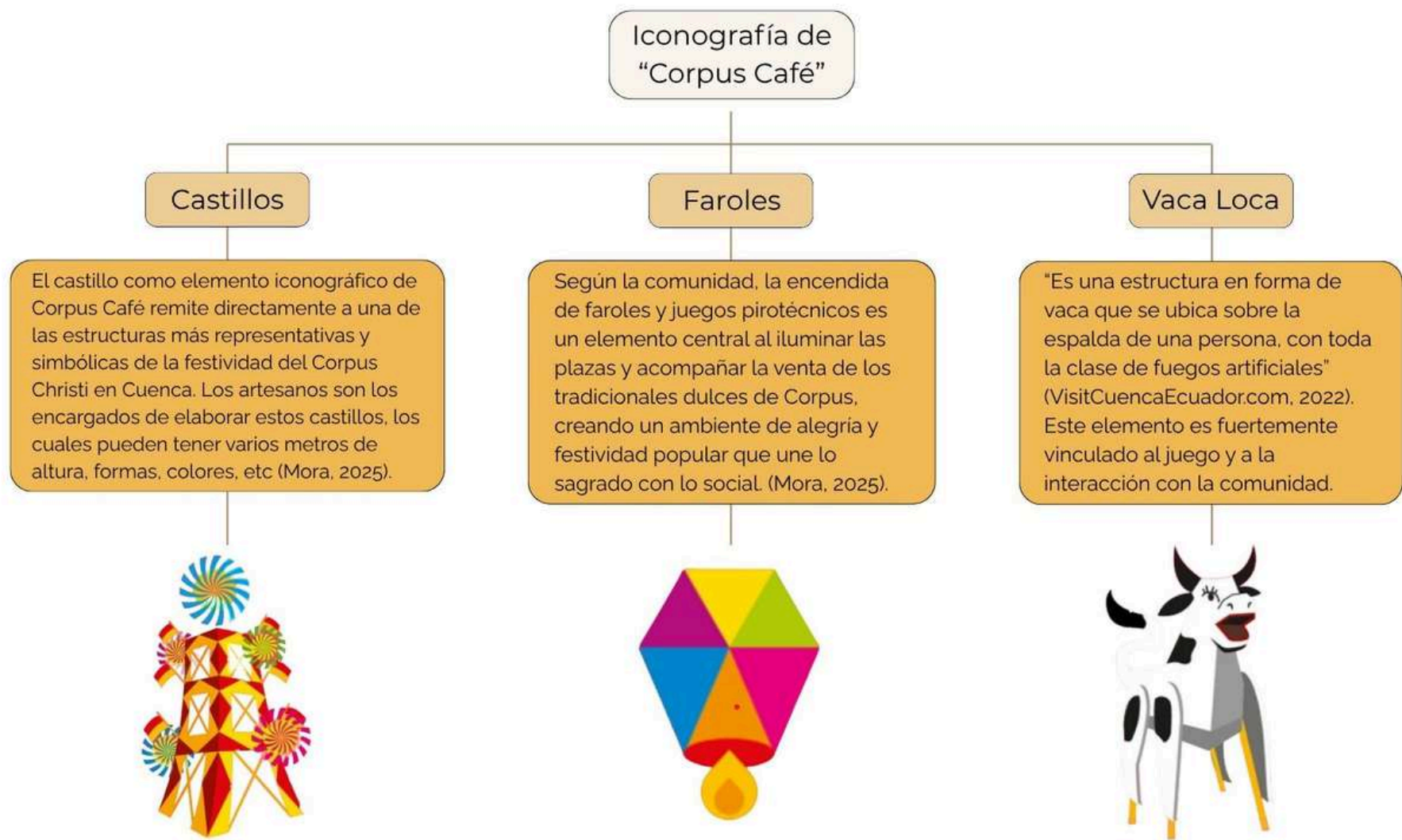


GRÁFICO 13. TABLA DE ICONOGRAFÍA DE "CORPUS CAFÉ" - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

En este sentido, los elementos iconográficos desarrollados por la marca de "Corpus Café" no deben de entenderse únicamente como recursos gráficos comerciales, sino como una reinterpretación visual de los símbolos, elementos y atmósferas propias de la festividad del Corpus Christi.

De esta forma, la marca actúa como un mediador entre la tradición histórica y su representación contemporánea, utilizando la iconografía como un lenguaje visual que mantiene viva la memoria cultural de la festividad dentro de sus redes sociales, empaques y espacios físicos.

2.3 EXPERIENCIA DEL USUARIO

LOOK AND FEEL:

El look and feel presentado, sintetiza de manera coherente los ejes conceptuales del proyecto de diseño de "Corpus Café", articulando identidad cultural, experiencia del usuario y recursos museográficos a través de una composición visual y estratégica.

La combinación de texturas locales como piedra, madera, adobe y fibras naturales remite a la arquitectura y materialidad tradicional cuencana, reforzando el carácter artesanal de la marca, mientras que los patrones gráficos, iconografía y elementos decorativos, funciona como hilo conductor del conjunto, asegurando reconocimiento inmediato de marca y cohesión visual.

En conjunto, este look and feel traduce el storytelling del proyecto en un lenguaje espacial y gráfico claro, capaz de generar una experiencia sensorial atractiva y culturalmente significativa, al mismo tiempo que responde a los criterios de diseño establecidos y a los valores patrimoniales que la marca busca comunicar.



GRÁFICO 14. LOOK AND FEEL - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

2.4 MUSEOGRAFÍA

ZONIFICACIÓN DE LA MATRIZ - CENTRO HISTÓRICO:

La siguiente zonificación demuestra la clasificación de los espacios dentro de la planta de la cafetería, en la cual se pretende priorizar una narrativa clara a través de sus espacios para poder comunicar de manera objetiva el contexto cultural de la festividad.

En cada zona estarán presentes diferentes tipos de elementos museográficos para impulsar la conexión del usuario con la identidad cultural de la festividad, de esta forma, no importa en qué zona se encuentre el cliente; siempre va a tener una oportunidad de conocer más sobre la festividad de la cual se centra la cafetería.

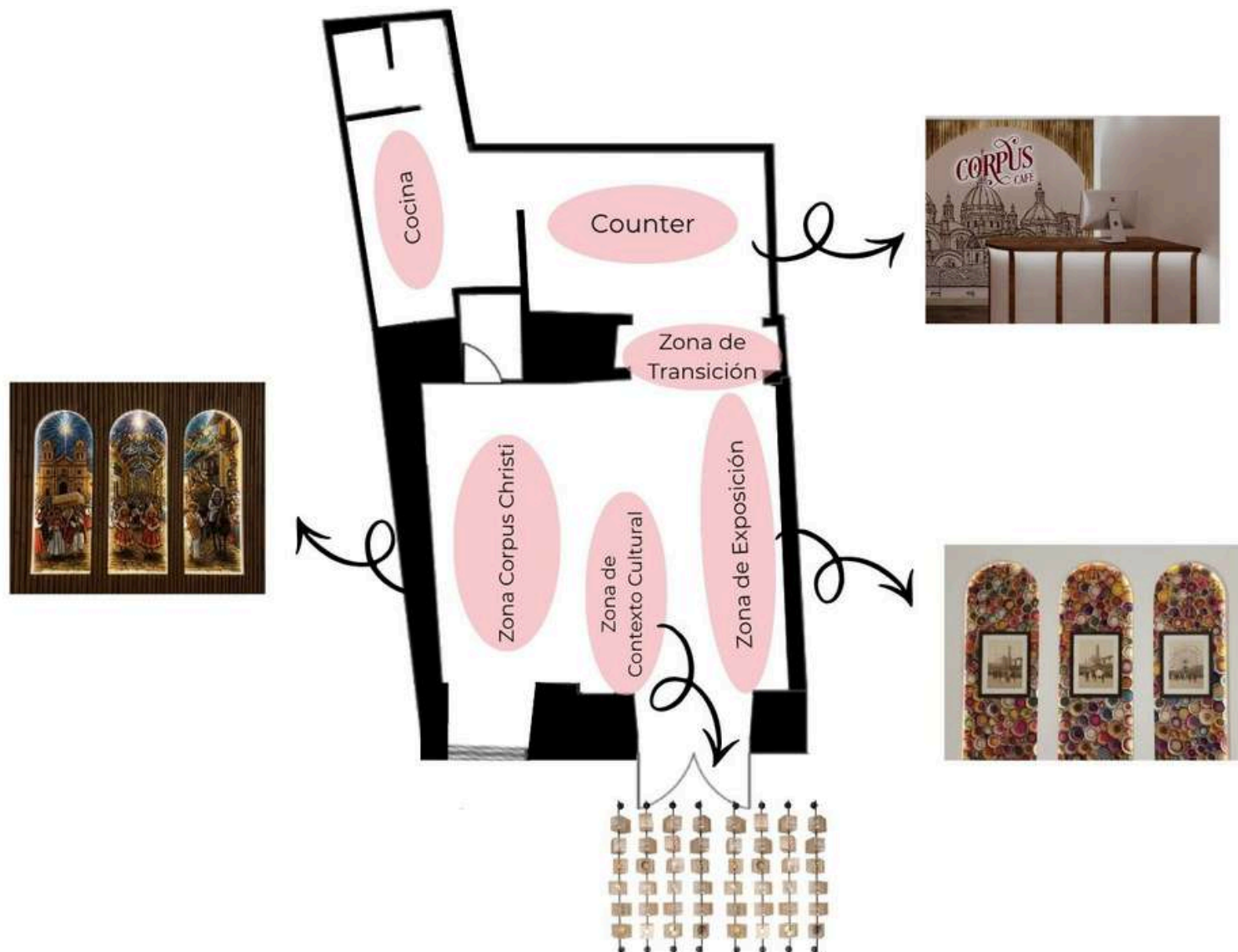


GRÁFICO 15. ESQUEMA DE PROPUESTA DE LA MATRIZ - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

2.4 MUSEOGRAFÍA

ZONIFICACIÓN DEL STAND COMERCIAL - MALL DEL ALTO:

La zonificación del stand comercial se organiza de manera estratégica para guiar el recorrido del usuario y potenciar tanto la experiencia de compra como el contenido cultural de la marca. Se propone una zona de exposición que actúa como primer punto de atracción visual, seguida del counter como espacio de atención directa y contacto con el producto.

En el centro, se ubica el área de trabajo, que permite una operación eficiente, mientras que la zona museográfica complementa el recorrido aportando contenido narrativo sobre la identidad de la marca. Finalmente, la zona de mesas se destina a la permanencia del usuario, generando un espacio de pausa y consumo que integra funcionalidad y experiencia.

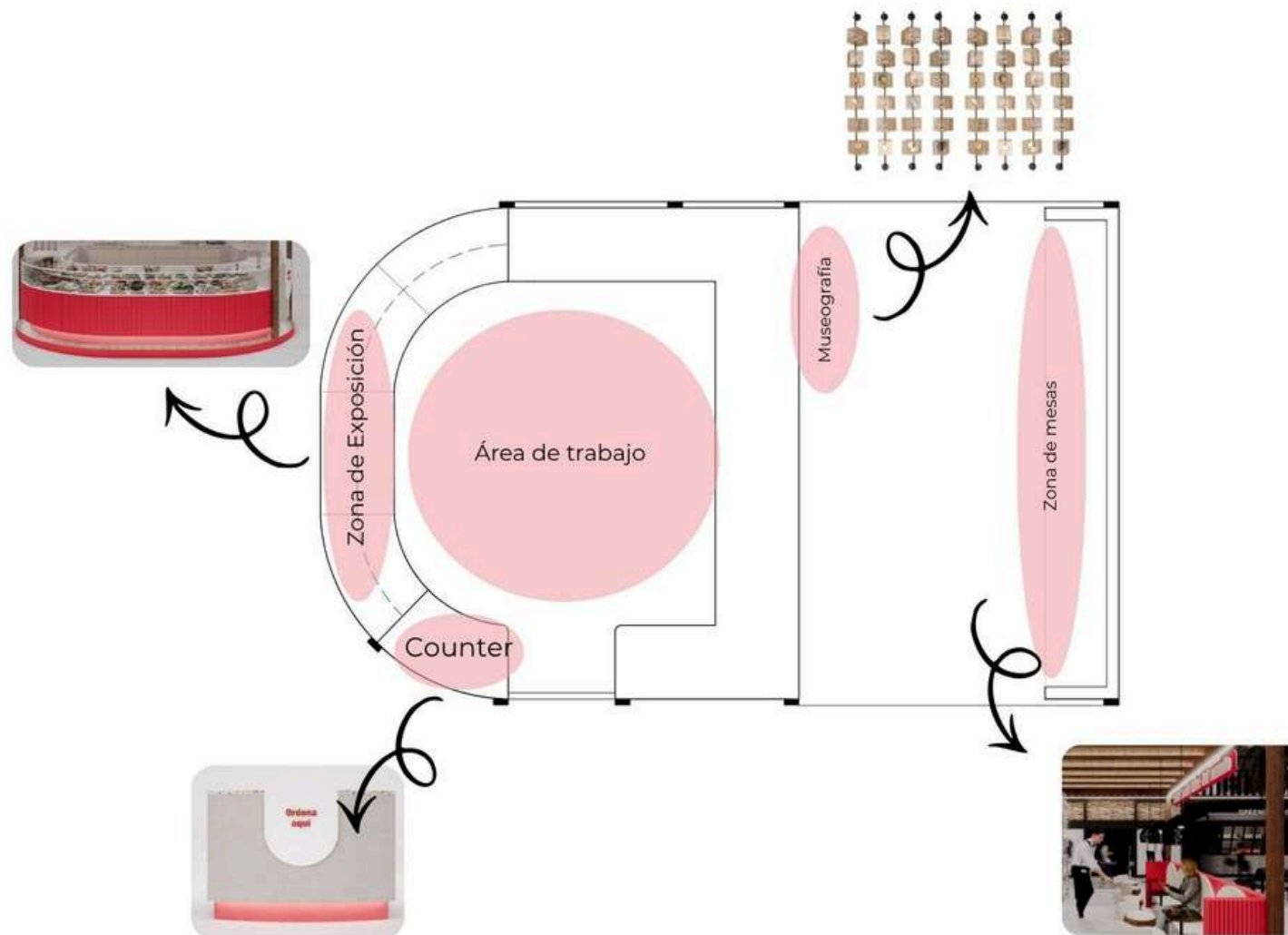


GRÁFICO 16. ESQUEMA DE PROPUESTA DEL STAND COMERCIAL - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

MATERIAL BOARD:

Por otra parte, al hablar de los materiales propuestos dentro de este proyecto de diseño, podemos mencionar que no son solo elecciones estéticas, sino portadores de memoria y tradición; reflejando la identidad cultural de Cuenca y su vínculo con la festividad de Corpus Christi.

La fibra natural, aplicada en ciertos elementos de mobiliario, remite a los oficios artesanales locales y a la relación histórica de la ciudad con el trabajo manual y los recursos naturales.

La madera, utilizada en mesas y estructuras, evoca los materiales tradicionales de la arquitectura cuencana y su calidez comunitaria, reforzando una sensación de pertenencia y continuidad. La pintura blanca en paredes funciona como un elemento de balance que realza los colores festivos y artesanales, permitiendo que la riqueza cultural de los demás materiales tenga un protagonismo visual.

La paja toquilla, presente en las canastas artesanales, conecta directamente con una de las artesanías más representativas del Ecuador, simbolizando tradición, paciencia y transmisión de saberes.

La textura de carrizo, inspirada en el material utilizado en los castillos del Corpus Christi, establece un vínculo directo con la festividad, trayendo al espacio comercial un elemento icónico de la celebración.

Finalmente, el adobe como material principal refuerza la raíz histórica y constructiva de Cuenca, representando la conexión con la tierra, la memoria ancestral y la permanencia de las tradiciones a lo largo del tiempo



GRÁFICO 17. MATERIALBOARD - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

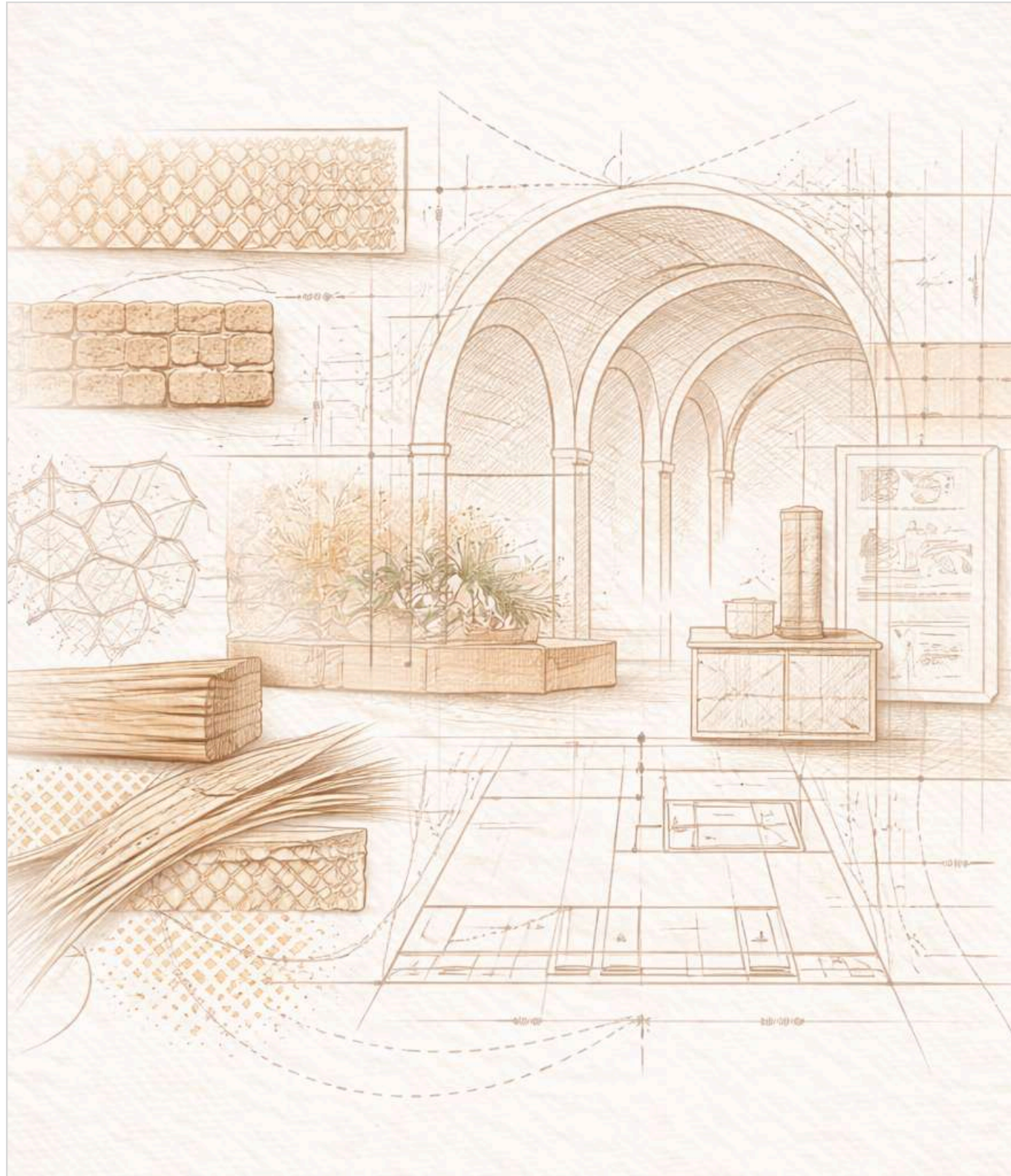
2.5 CONCLUSIONES

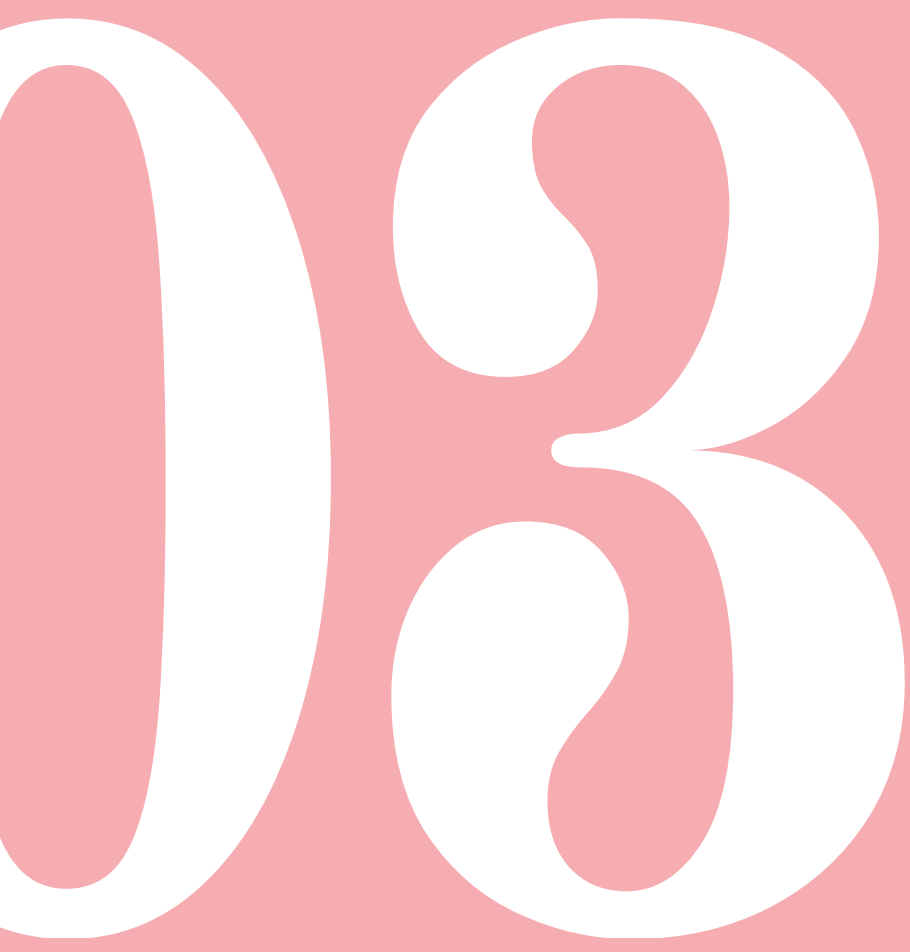
El desarrollo de este capítulo evidencia cómo el proyecto de diseño para la marca “Corpus Café” se construye a partir de un sistema relacional complejo, en el que la Experiencia del Usuario, la Identidad Cultural y la Museografía no operan de manera aislada, sino que se articulan como principios rectores interdependientes. Esta relación permite abordar el diseño desde una mirada reflexiva e integral, donde cada decisión espacial, material y narrativa responde tanto al objetivo de la marca como a la construcción de una experiencia significativa para el usuario.

A través de las estrategias conceptuales y operativas planteadas, el proyecto trasciende lo meramente funcional o estético para convertirse en un dispositivo cultural. El recorrido narrativo, la iconografía reinterpretada, el uso de materiales locales y la organización museográfica del espacio permiten que el usuario no solo consuma un producto, sino que comprenda, experimente y resignifique la festividad del Corpus Christi desde un lenguaje contemporáneo. En este sentido, “Corpus Café” se consolida como un mediador cultural, capaz de conectar tradición y actualidad, memoria colectiva y experiencia cotidiana.

Asimismo, la selección consciente de materiales —como el adobe, la madera, la paja toquilla, el carrizo y las fibras naturales— refuerza esta visión sistémica, al funcionar simultáneamente como recursos constructivos, tecnológicos y simbólicos. Estos elementos fortalecen la identidad cultural de la marca, generan coherencia visual y sensorial, y contribuyen a una experiencia espacial que apela a la pertenencia, la memoria y la conexión emocional del usuario con el contexto cuencano.

En conjunto, el sistema relacional desarrollado en este capítulo demuestra que el diseño interior de “Corpus Café” responde a un pensamiento complejo, donde cultura, usuario y espacio se integran de manera estratégica. Esto permite que la propuesta no solo comunique la identidad de la marca, sino que también genere una experiencia coherente, significativa y culturalmente comprometida, alineada con el propósito de preservar y proyectar la festividad del Corpus Christi como una tradición viva dentro del entorno contemporáneo.



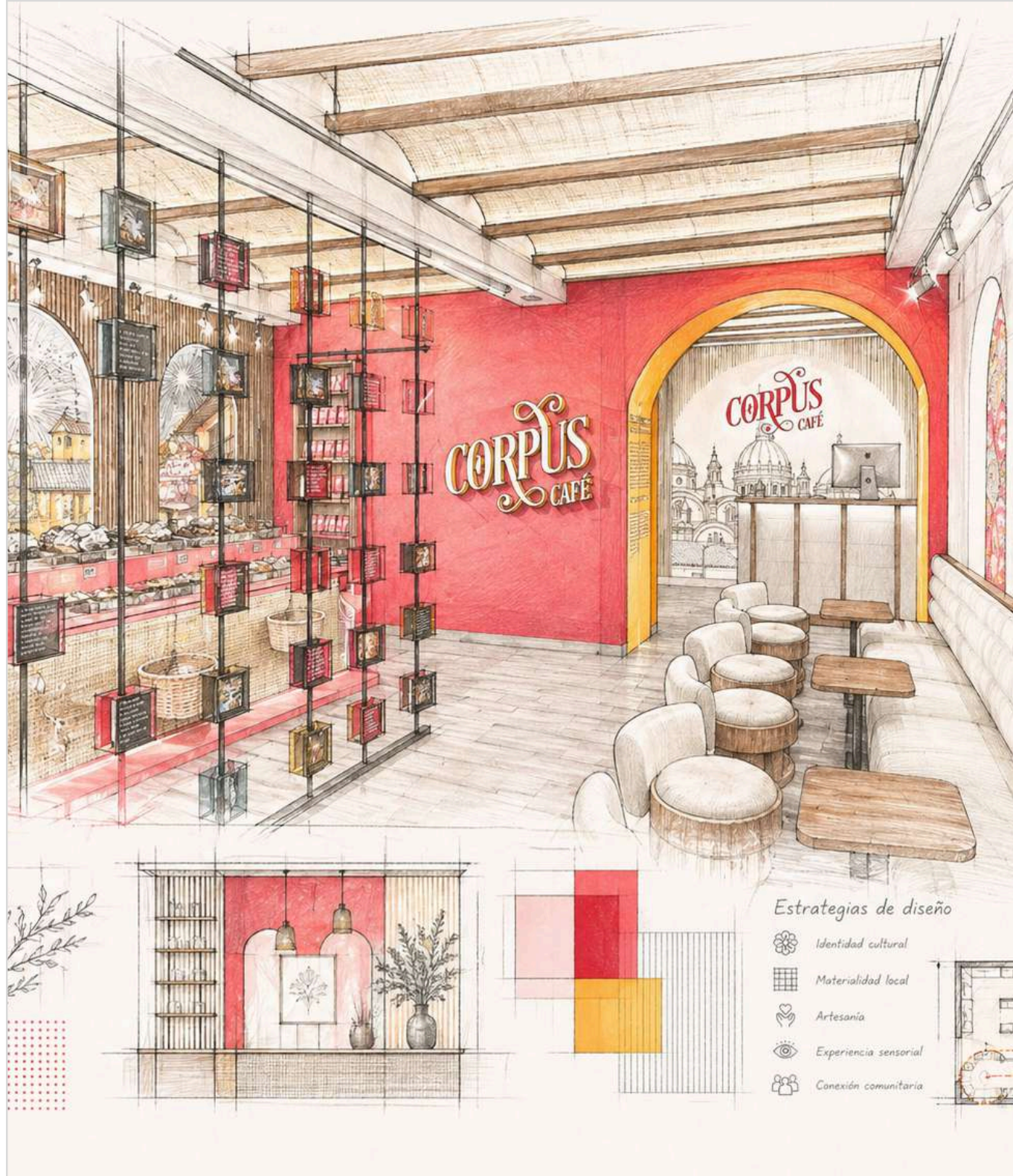


PROPUESTA DE DISEÑO

3.1 INTRODUCCIÓN

El presente capítulo desarrolla las estrategias de diseño que permiten trasladar los fundamentos teóricos del proyecto a decisiones espaciales concretas. A partir de los conceptos de storytelling, identidad cultural, experiencia del usuario y museografía, se plantean criterios que orientan la configuración del espacio interior no solo desde lo funcional, sino como un sistema capaz de comunicar, guiar e involucrar al usuario. En este sentido, las estrategias no se entienden como recursos aislados, sino como herramientas proyectuales que articulan la narrativa espacial y estructuran la experiencia.

De esta manera, el capítulo expone cómo cada criterio incide directamente en la organización del espacio, la selección de materiales, el diseño del recorrido y la incorporación de dispositivos expositivos, evidenciando de tal forma, la relación entre teoría y práctica. Así, se establece un marco de acción que permite consolidar una propuesta coherente tanto en el local principal como en el stand comercial, garantizando continuidad conceptual a distintas escalas y contextos.





Matris



Local Principal



Se celebra durante el Septenario, varios días consecutivos donde la ciudad vive un ambiente festivo colectivo.

Introducción a la festividad.

El Corpus Christi...

La celebración combina prácticas religiosas, sociales y culturales en una sola experiencia comunitaria.



La celebración combina prácticas religiosas, sociales y culturales en una sola experiencia comunitaria.



Información para conocer más sobre la festividad

Imágenes



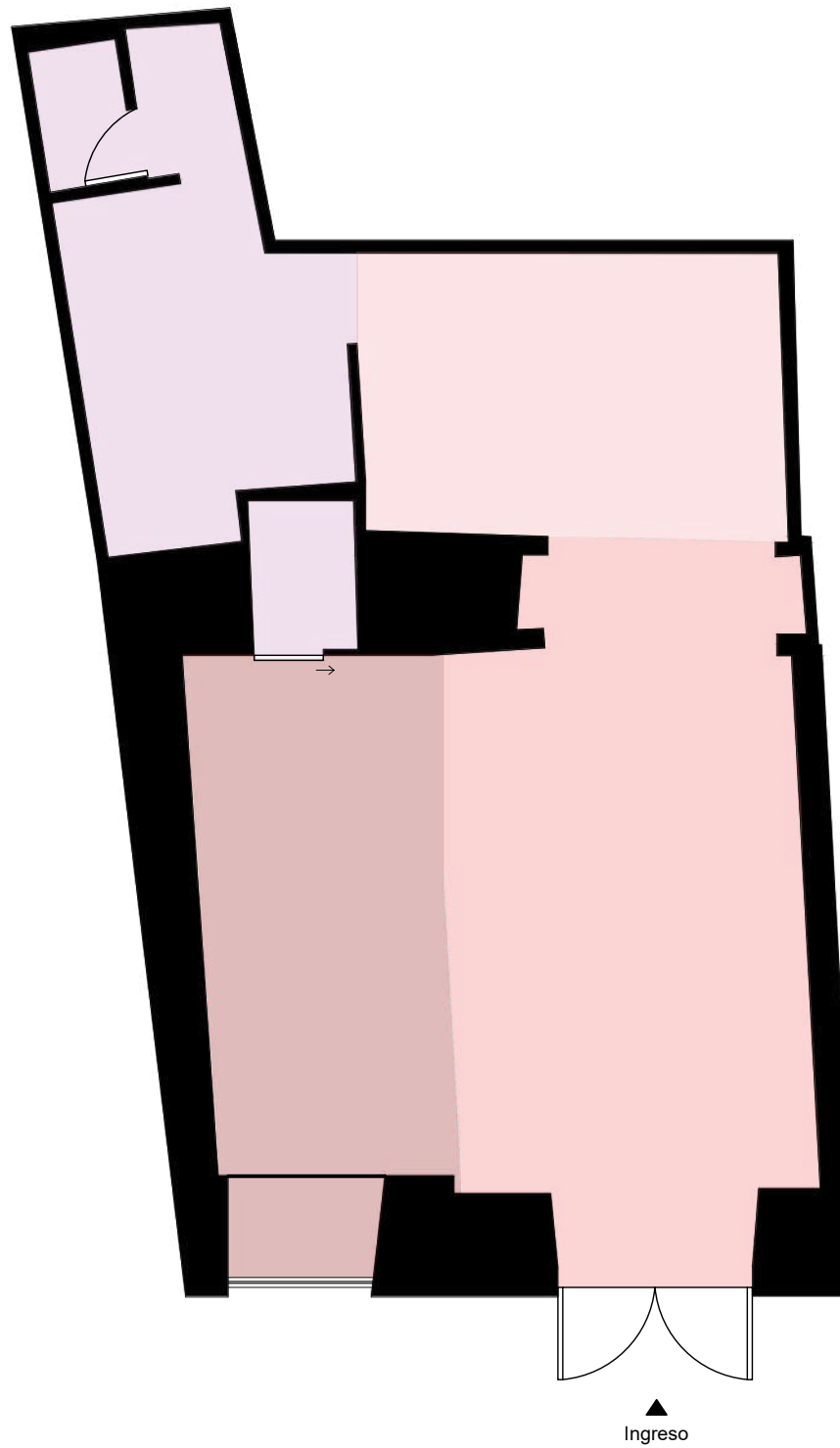


3.2

PLANOS

ARQUITECTÓNICOS

ZONIFICACIÓN



LISTADO DE ESPACIOS:

- Área de Dulcería
- Área de Cafetería
- Counter
- Área de Servicios

ESCALA:

1:75

TIPO DE PLANTA:

01 Zonificación

PLANTA ARQUITECTÓNICA ÚNICA

LISTADO DE ESPACIOS:

- 01 | Área de Cafetería
- 02 | Área de Dulcería
- 03 | S.H. Clientes
- 04 | Counter
- 05 | Cocina
- 06 | S.H. Clientes

LISTADO DE ÁREAS:

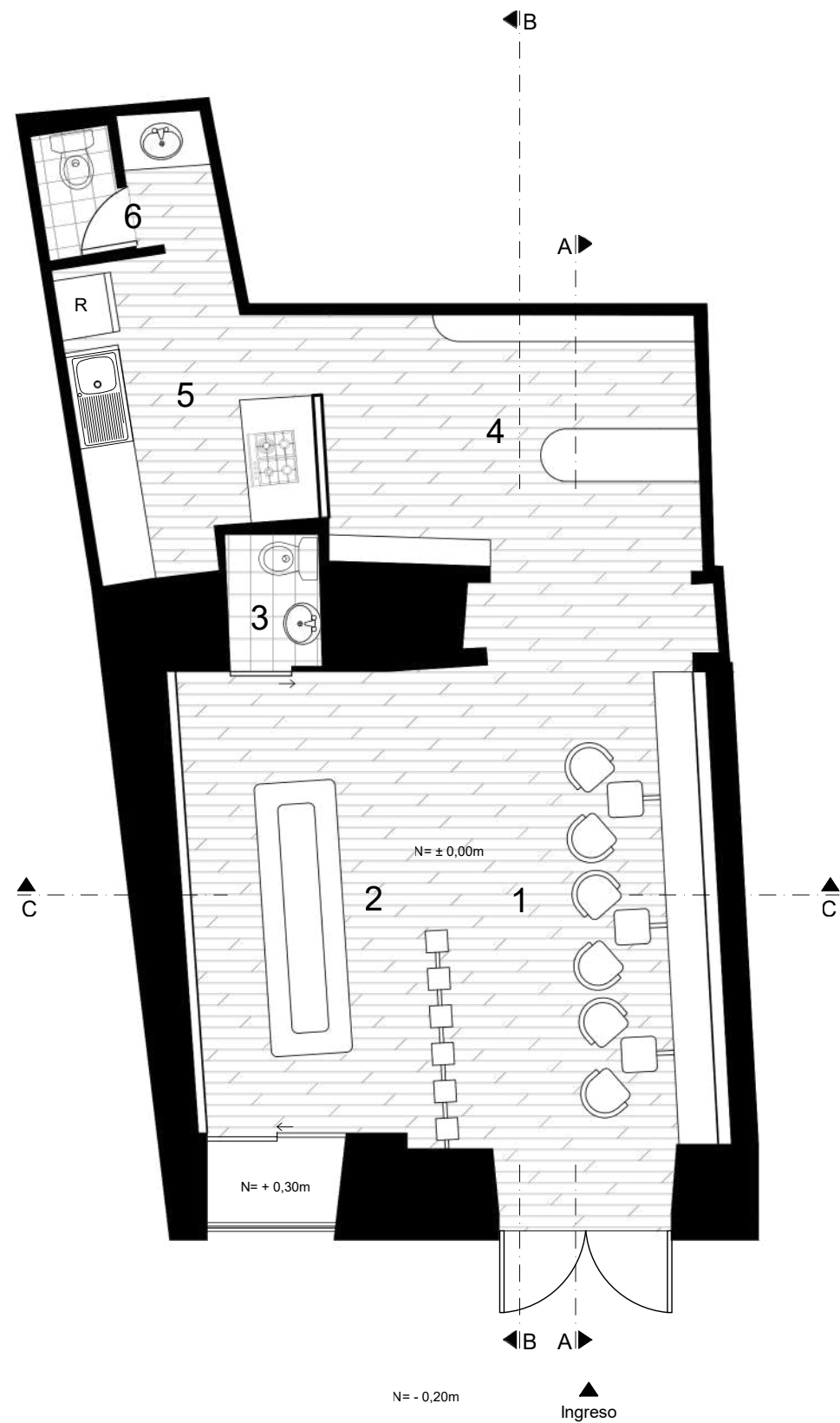
- 01 | 25,05 m²
- 02 | 14,97 m²
- 03 | 1,64 m²
- 04 | 14,29 m²
- 05 | 2,76 m²

TIPO DE PLANTA:

02 Planta Arquitectónica Única

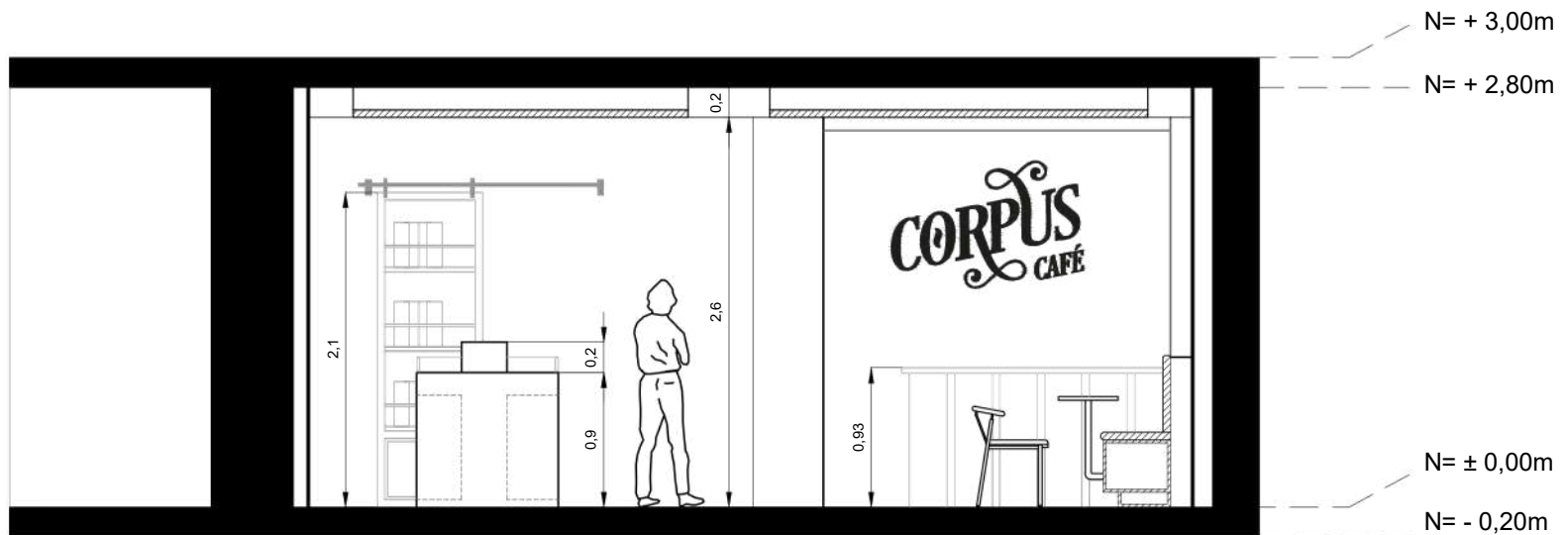
ESCALA:

1:75



N= - 0,35m

CORTE C-C



ESCALA:

1:75

TIPO DE PLANTA:

03 Cortes Arquitectónicos


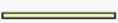


Los cortes arquitectónicos A-A, B-B y C-C permiten comprender la organización espacial, las alturas y la relación entre los elementos del proyecto. A través de estas secciones se evidencia la jerarquización de los espacios, así como la integración de recursos narrativos dentro del diseño interior, donde diferentes elementos funcionan como soportes del storytelling planteado.

En el corte A-A se destaca el área de permanencia del usuario; por su parte, el corte B-B permite visualizar la incorporación de recursos museográficos, que guían el recorrido del usuario y refuerzan el carácter educativo del proyecto. Finalmente, el corte C-C evidencia la relación entre el área de servicio y la identidad de marca, integrando funcionalidad y comunicación visual en un mismo espacio.

En conjunto, los cortes muestran cómo el diseño interior articula funcionalidad y narrativa, generando una experiencia espacial coherente y vinculada a la identidad cultural de la propuesta.

PLANTA DE ILUMINACIÓN

SIMBOLOGÍA:

- 01 - Riel + Spot 
- 02 - Tiras LED 
- 03 - Dicroicos 
- 04 - Iluminación en pared 

CARACTERÍSTICAS:

01 - 25W 2000lm H Tipo LED Negro Sistema de iluminación de riel, luz cálida de 3000 K, brillo regulable.

02 - LED, color blanco, 87.3 x 2.2 x 3 cm, IP20, incl. 1 x LED - 10W 1100lm 4.000K.

03 - Bombillas LED MR16 S9495-6.5 W, 2700 K, ángulo de haz de 40 grados, base GU5.3bi pines, 6.5W.

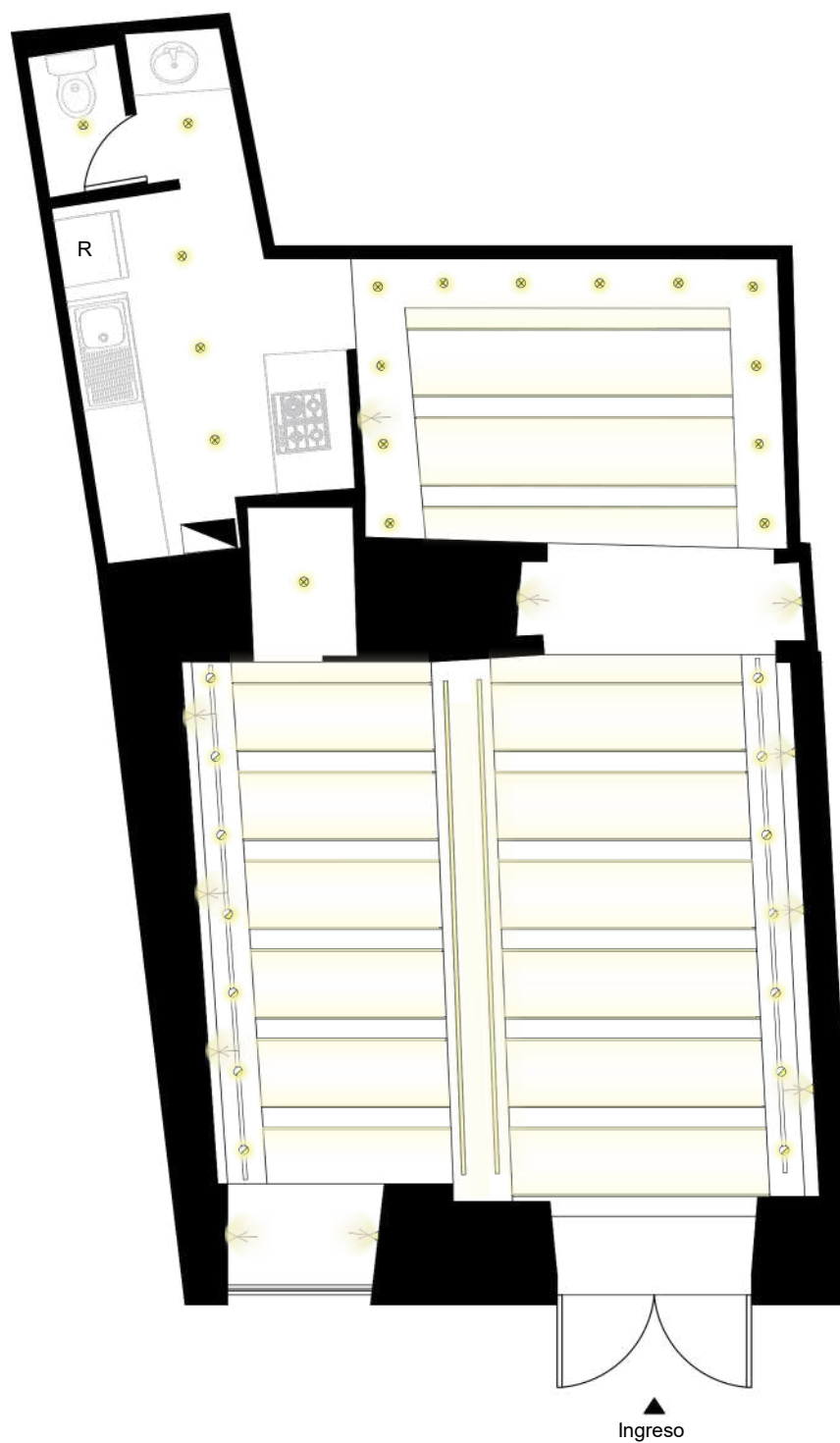
04 - LED, color blanco, 87.3 x 2.2 x 3 cm, IP20, incl. 1 x LED - 10W 1100lm 4.000K.

TIPO DE PLANTA:

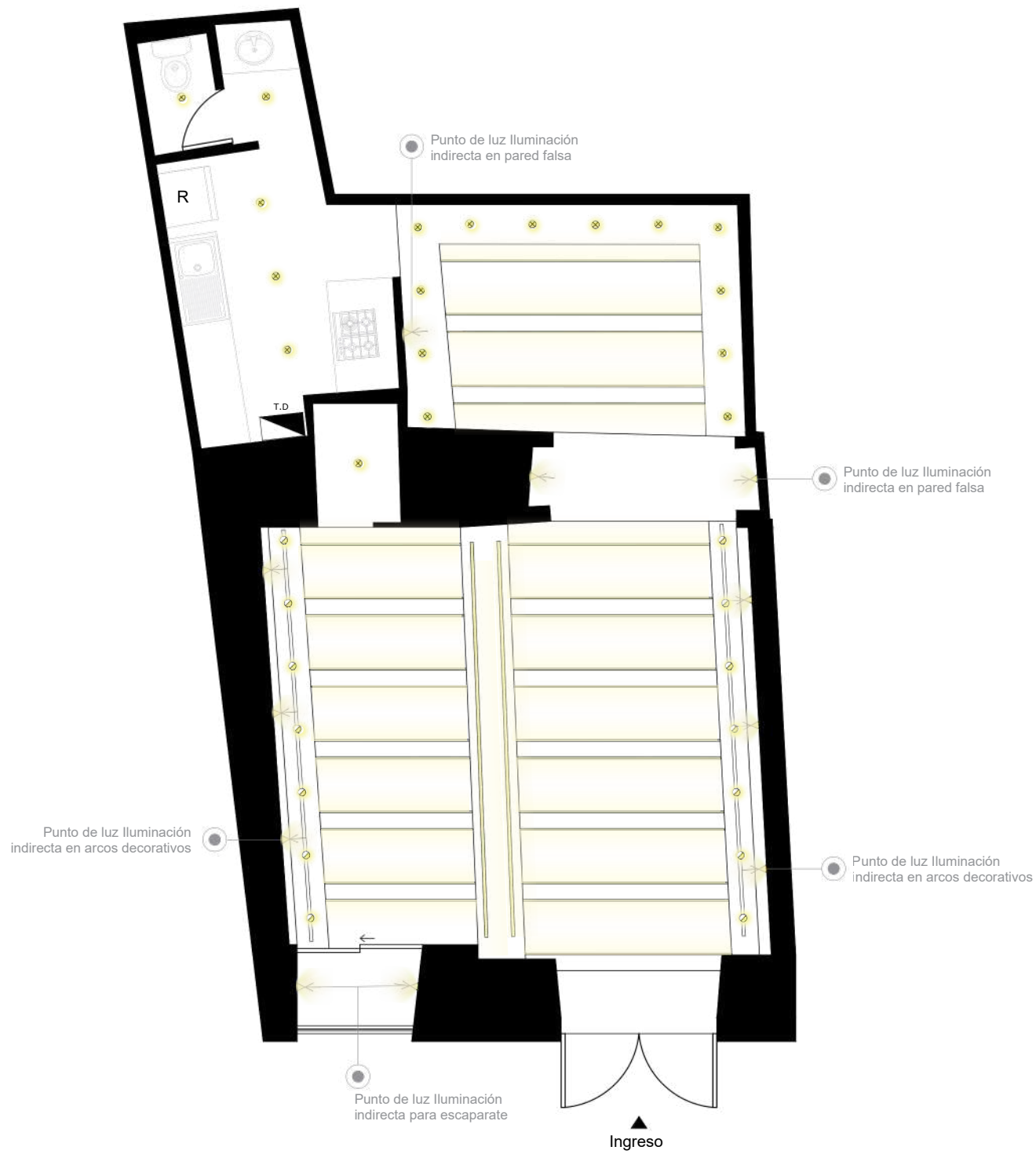
05 Planta de Iluminación

ESCALA:

1:75



PLANTA DE ILUMINACIÓN



SIMBOLOGÍA:

Riel + Spot	
Tiras LED	
Dicróicos	
Iluminación en pared	

TIPO DE PLANTA:





06 Detalle de las Luminarias





ESCALA:

1:75

INSTALACIONES ELÉCTRICAS

SIMBOLOGÍA:

Riel + Spot	
Tiras LED	
Dicróicos	
Iluminación en pared	

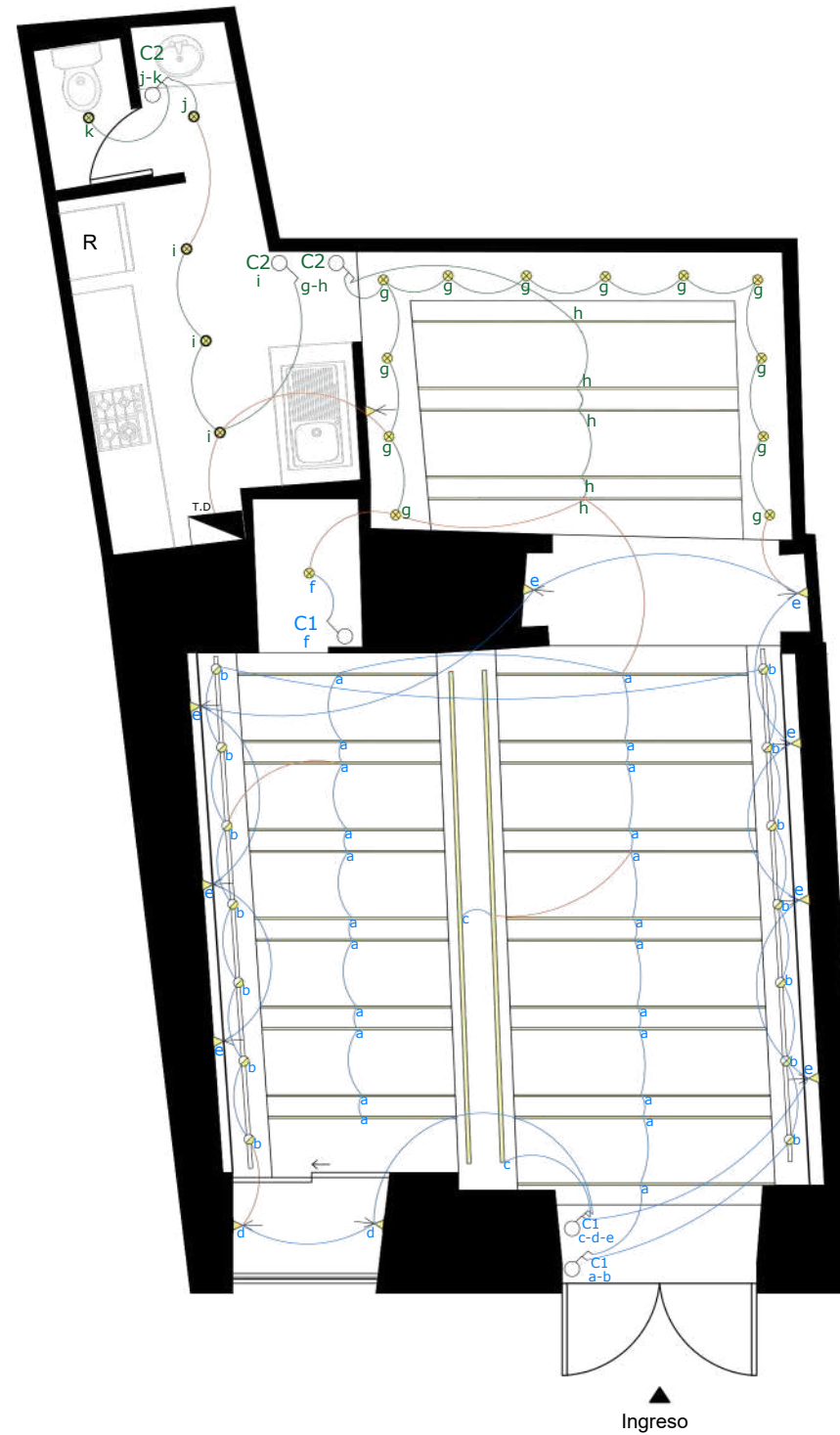
Interruptor simple	
Interruptor doble	
Interruptor triple	
Tablero de Distribución	

TIPO DE PLANTA:

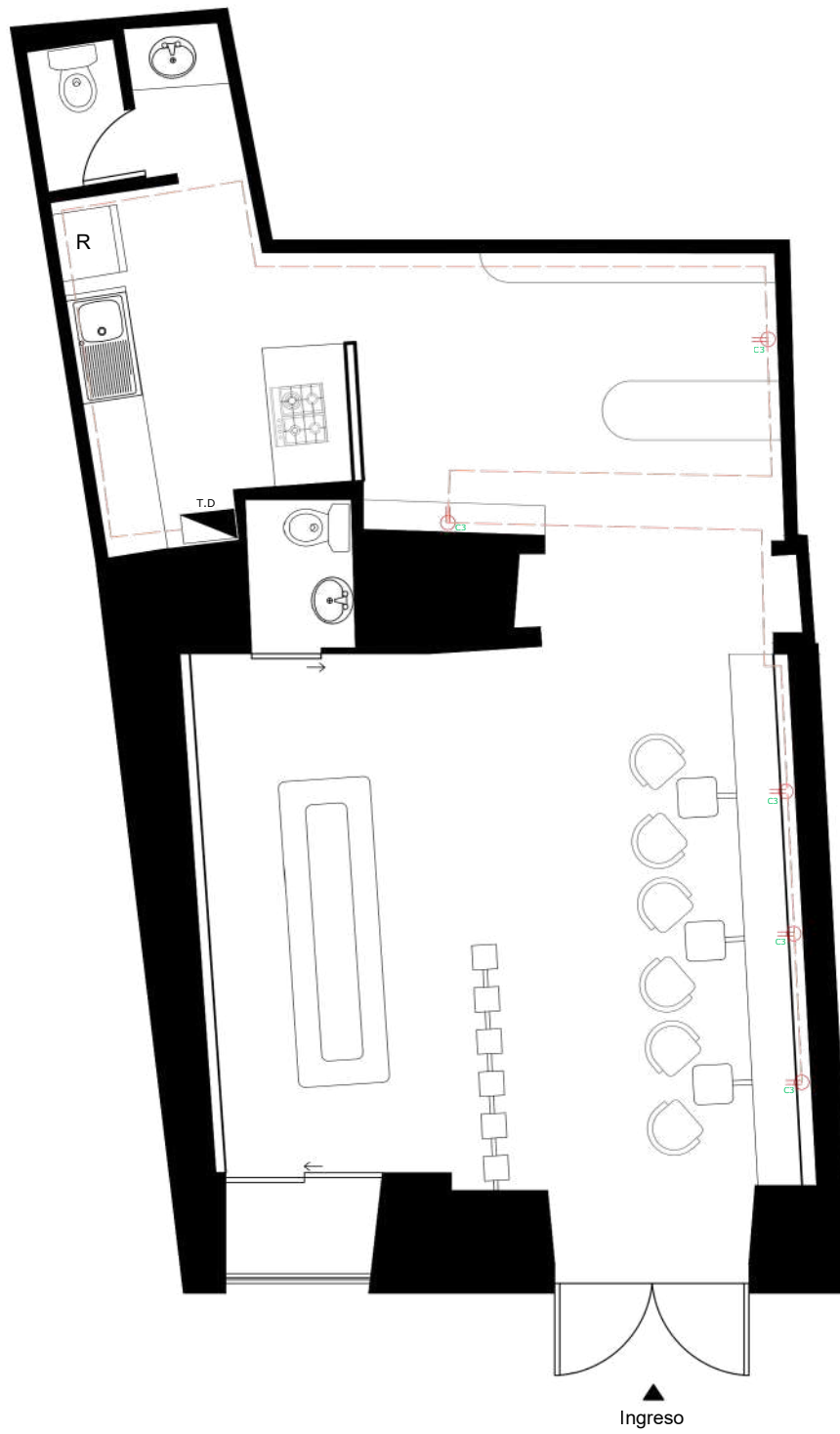
07 Sistema de Iluminación

ESCALA:

1 : 75



INSTALACIONES ELÉCTRICAS



SIMBOLOGÍA:

Tomacorrientes



Tablero de
Distribución



TIPO DE PLANTA:

08 Planta de Tomacorrientes

ESCALA:

1:75

PLANTA DE PISOS

SIMBOLOGÍA:

Porcelanato JURUPA - GRAIMAN
Color: WILD Formato: 30x240cm
Código: 243PTR0008E



Porcelanato BASIC - GRAIMAN
Color: MARFIL Formato: 60x60cm
Código: 67ER6146E

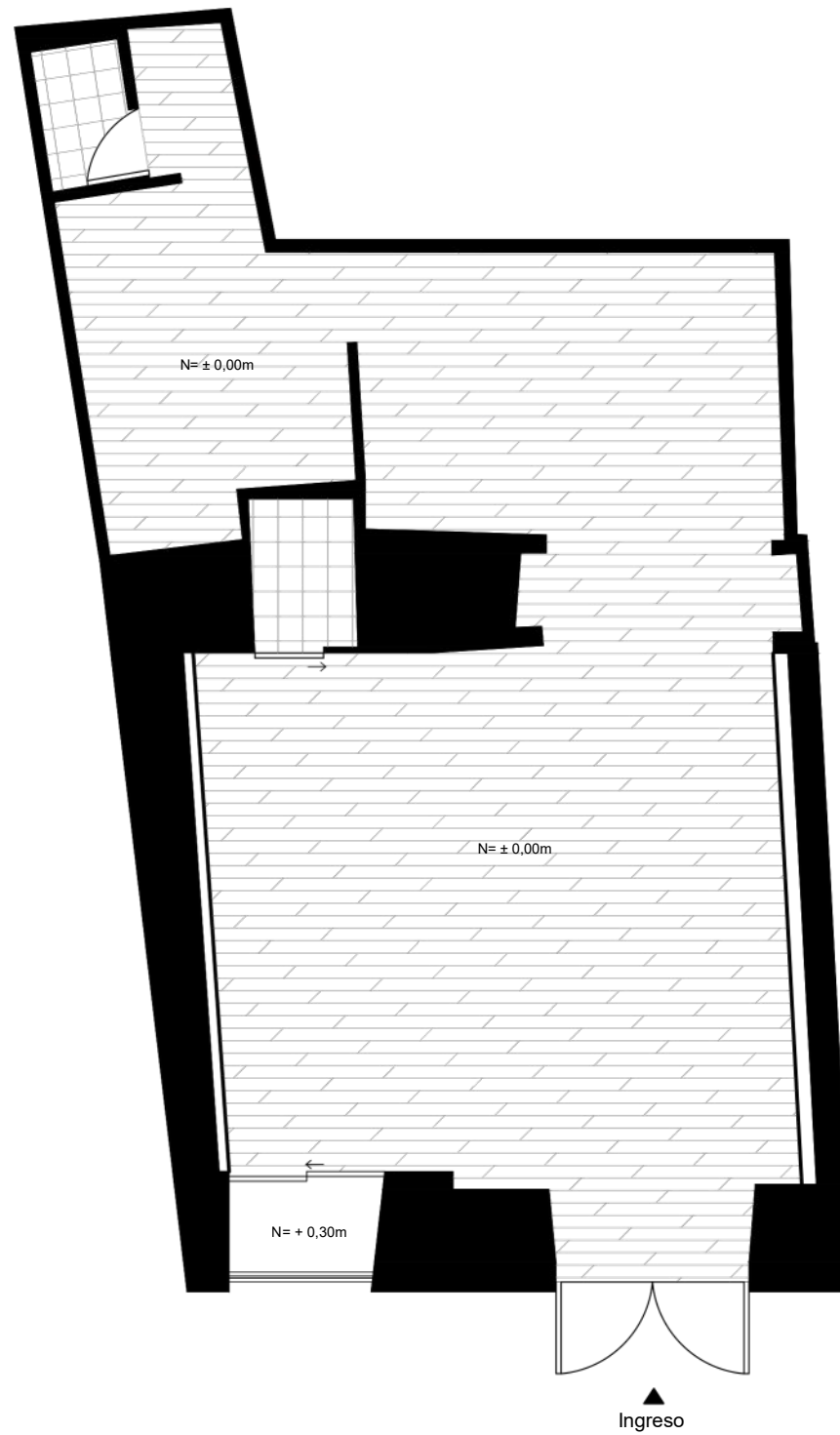


TIPO DE PLANTA:

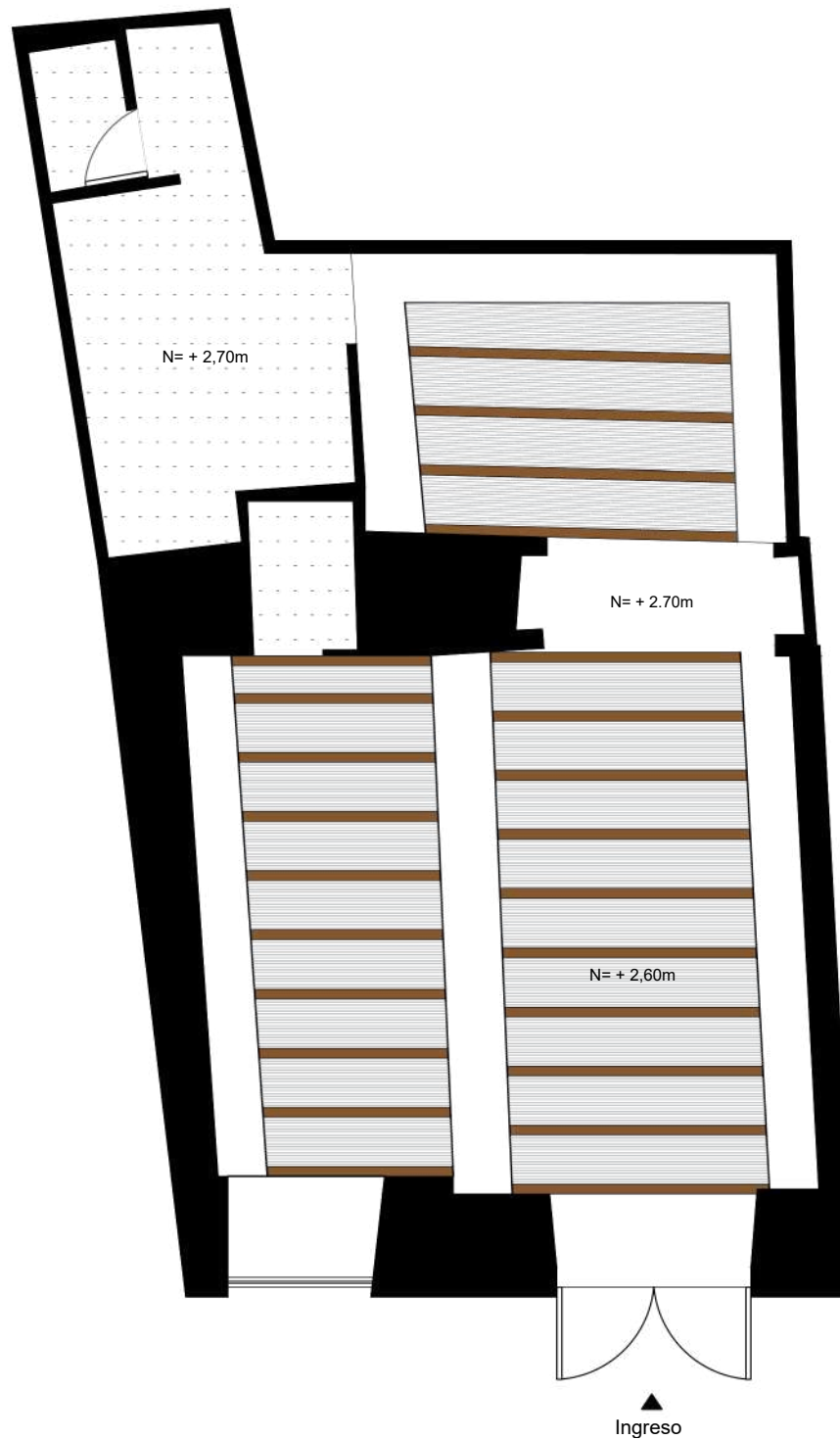
09 Planta de Pisos

ESCALA:

1:75



PLANTA DE CIELO RASO

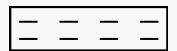


SIMBOLOGÍA:

Cielo Raso de Gypsum - ST
Espesor: 1/2"
Formato: 1.22x2.44m



Cielo Raso de Gypsum - RH
Espesor: 1/2"
Formato: 1.22x2.44m



Vigas estructurales de madera -
Acabado mate
Material: Pino
Formato: 15x20cm



Revestimiento de Paja Toquilla
Material: Tejido artesanal de fibras
de paja toquilla
Formato: Rollos o paños a medida



TIPO DE PLANTA:

10 Planta de Cielo Raso

ESCALA:

1:75

MOODBOARD



GRÁFICO 18. MOODBOARD LOCAL PRINCIPAL - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

Este moodboard evidencia una intención clara de construir un espacio interior que articule una identidad cultural y una experiencia sensorial a través de la materialidad, el color y los referentes visuales. La paja toquilla en el cielo raso introduce una capa de autenticidad y conexión con lo artesanal, aportando calidez y textura, mientras que la presencia de canastas y elementos tradicionales refuerza el valor de lo hecho a mano como componente simbólico del proyecto.

La cromática, dominada por tonos cálidos como rojos, ocre y neutros, no solo responde a la identidad de la marca, sino que también evoca la festividad del Corpus Christi, generando un ambiente vibrante y acogedor. A esto se suma la incorporación de texturas como el carrizo, que aportan profundidad material y vinculan

el espacio con un imaginario local y patrimonial. Por otro lado, los elementos museográficos y gráficos evidencian una intención narrativa, donde el espacio no solo se percibe, sino que también se interpreta.

En conjunto, el moodboard plantea un equilibrio entre tradición y contemporaneidad; consolidando una propuesta que trasciende lo estético para convertirse en una experiencia cultural inmersiva.





CORPUS CAFÉ COMO MEDIADOR CULTURAL



LÍNEA DE TIEMPO



LA FIESTA MÁS DULCE DEL MUNDO



INTRODUCCIÓN A LA FESTIVIDAD



3.3

PERSPECTIVAS DEL ESPACIO

Identidad Cultural
Donde la tradición
se vuelve experiencia

Iconografía festiva

Logo de la Marca

CORPUS
CAFÉ



INTRODUCCIÓN A LA FESTIVIDAD



INTRODUCCIÓN A LA FESTIVIDAD

Introducción a la festividad

El Corpus Christi es una festividad que se celebra en la ciudad de Salamanca, España, el día de Corpus Christi. Esta festividad transmite la historia de la Eucaristía y la comunión. La elaboración de este festivo transmite la historia de la Eucaristía y la comunión.

En torno a esta festividad, la ciudad de Salamanca se llena de sabores y mantiene viva la tradición que se ha transmitido durante siglos.



INTRODUCCIÓN A LA FESTIVIDAD



INTRODUCCIÓN A LA FESTIVIDAD



La fiesta más dulce del mundo.

Durante el Corpus Christi, Cuenca se llena de color y sabor a través de sus dulces artesanales.

Elaboradas de forma tradicional, estos dulces son parte esencial del Septenario y representan la transmisión de saberes, la devoción y el encuentro comunitario.

Más que un producto gastronómico, son símbolos culturales que mantienen viva una de las celebraciones más importantes de la ciudad.

LA FIESTA MÁS DULCE DEL MUNDO



CORPUS
CAFÉ

LA FIESTA MÁS DULCE DEL MUNDO



La fiesta más dulce del mundo.

Durante el Corpus-Christi, Cuenca se llena de color y sabor a través de sus dulces artesanales.

Elaborados de forma tradicional, estos dulces son parte esencial del Septenario y representan la transmisión de saberes, la devoción y el encuentro comunitario.

Más que un producto gastronómico, son símbolos culturales que mantienen viva una de las celebraciones más importantes de la ciudad.

LA FIESTA MÁS DULCE DEL MUNDO



LA FIESTA MÁS DULCE DEL MUNDO



Corpus Café como mediador cultural.

Corpus Café se concibe como un espacio que traduce la tradición del Corpus Christi al presente, preservando recetas antiguas, procesos artesanales y elementos culturales propios de Cuenca.

A través de sus dulces, materiales y estética festiva, la marca actúa como un mediador cultural que acerca esta celebración a públicos locales y visitantes, manteniendo viva la memoria de la festividad y reforzando su valor como herencia cultural compartida.

CORPUS CAFÉ COMO MEDIADOR CULTURAL



Proyección futura:

Corpus Café proyecta su crecimiento hacia el exterior, publicitando sus productos en países como Estados Unidos.

En el futuro:

Con el objetivo de expandir la marca, se proyecta la apertura de nuevas sucursales en mercados como el extranjero.

Finalidad de Corpus Café:

Esta 'Corpus Café' proyecta su expansión en los mercados de la América Latina y el Caribe, así como en el extranjero, buscando siempre el bienestar de sus clientes y el respeto por el medio ambiente.

2015

Mediante procesos artesanales y tradicionales se crean los dulces.

CORPUS CAFÉ COMO MEDIADOR CULTURAL



FACHADA LOCAL PRINCIPAL - DÍA



FACHADA LOCAL PRINCIPAL - NOCHE



Stand Commercial



Corpus Café



Iconografía festiva

Elementos culturales

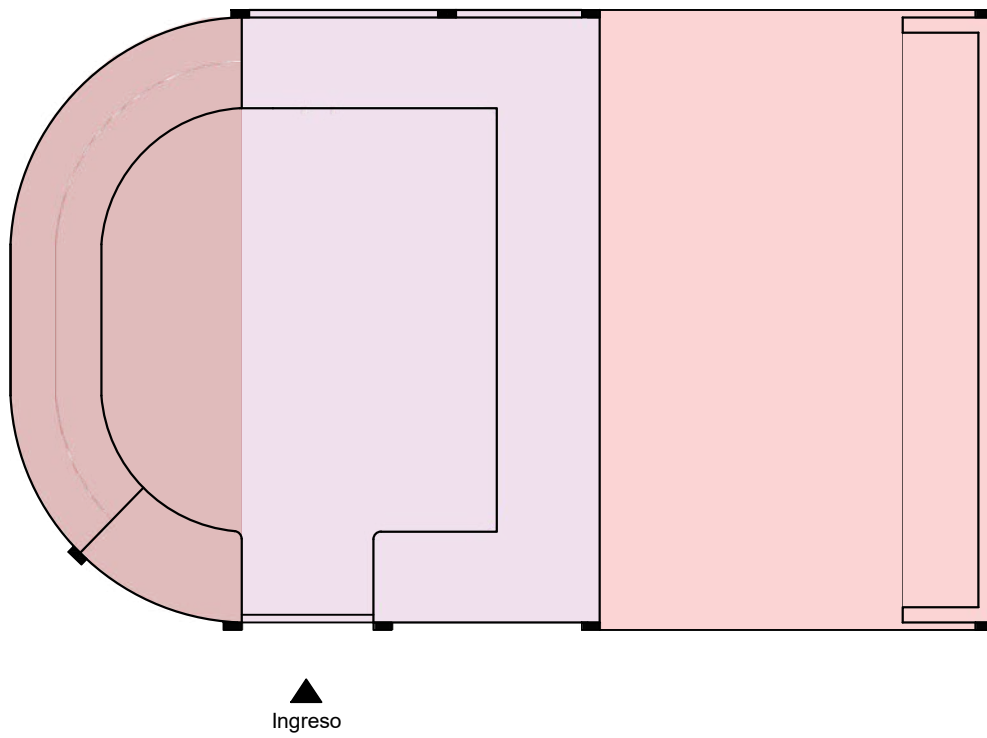
CORP

3.4

PLANOS

ARQUITECTÓNICOS

ZONIFICACIÓN



LISTADO DE ESPACIOS:

- Área de Dulcería y Counter
- Cocina
- Área de Cafetería

ESCALA:

1:75

TIPO DE PLANTA:

01 Zonificación Stand

PLANTA ARQUITECTÓNICA ÚNICA

LISTADO DE ESPACIOS:

- 01 | Área de Dulcería y Counter
- 02 | Cocina
- 03 | Área de Cafetería

LISTADO DE ÁREAS:

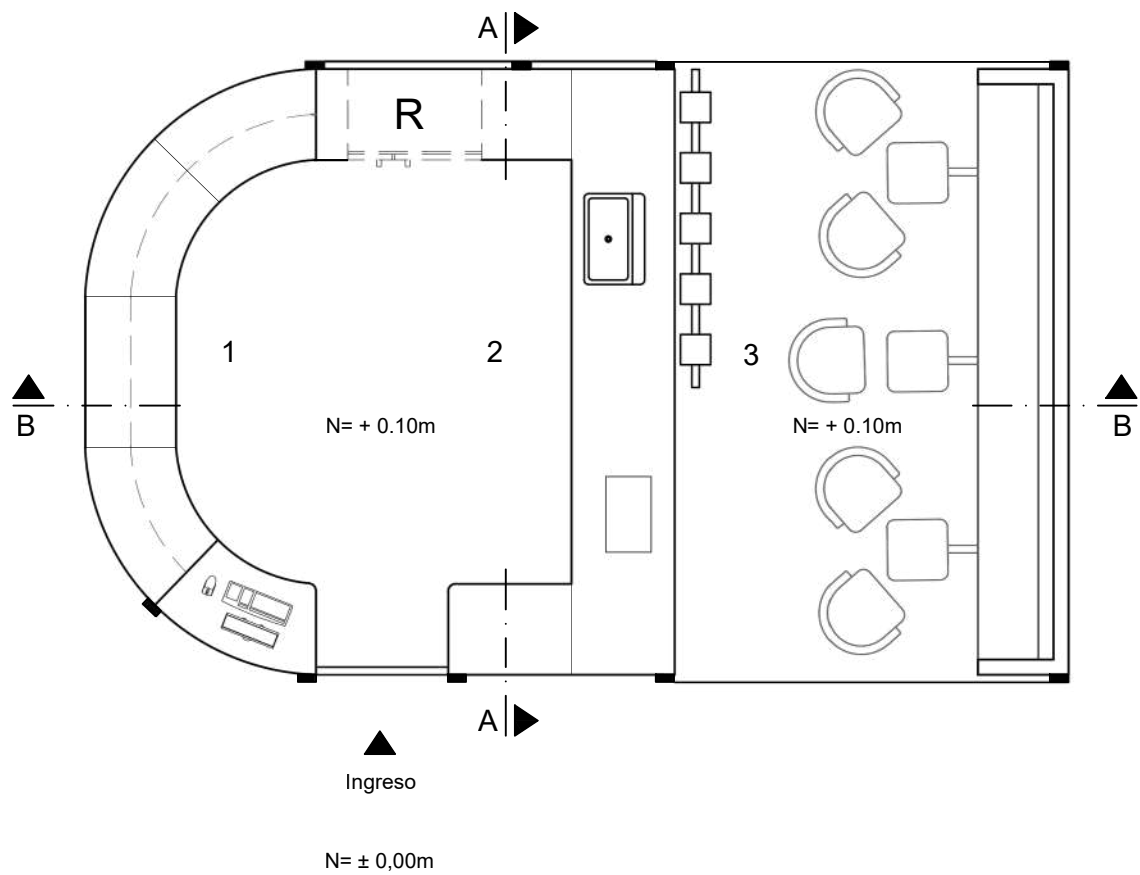
- 01 | 6,20 m²
- 02 | 10,67 m²
- 03 | 9,70 m²

TIPO DE PLANTA:

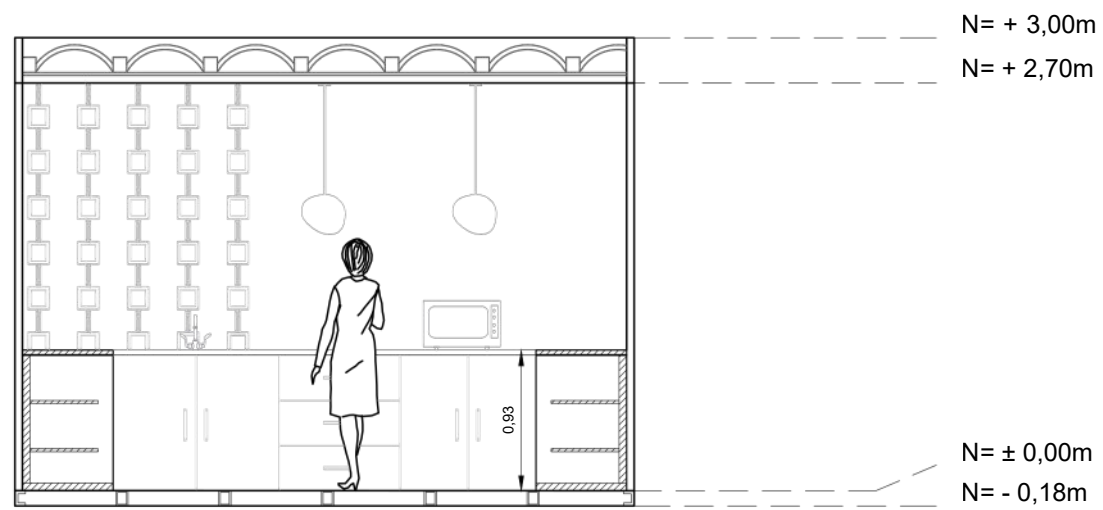
02 Planta Arquitectónica Única

ESCALA:

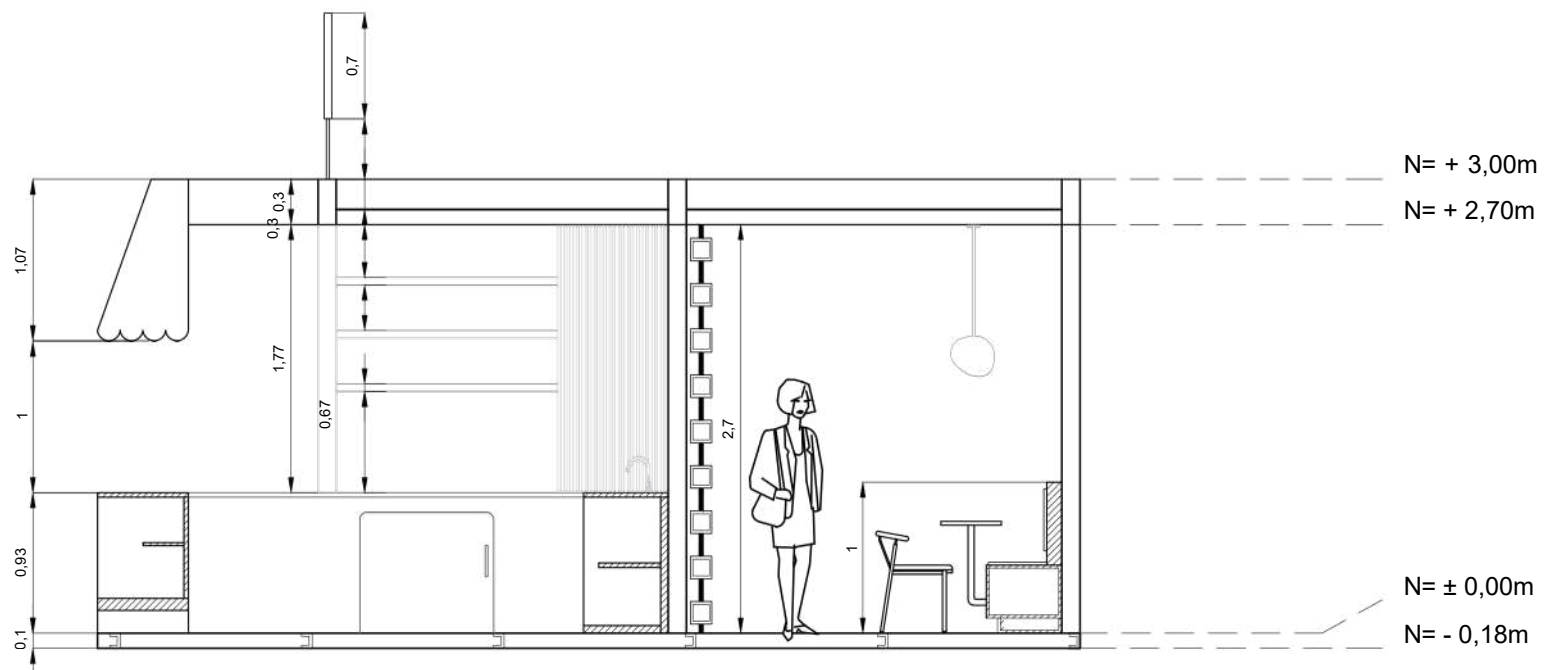
1: 75



CORTE A-A



CORTE B-B



ESCALA:

1:75

TIPO DE PLANTA:

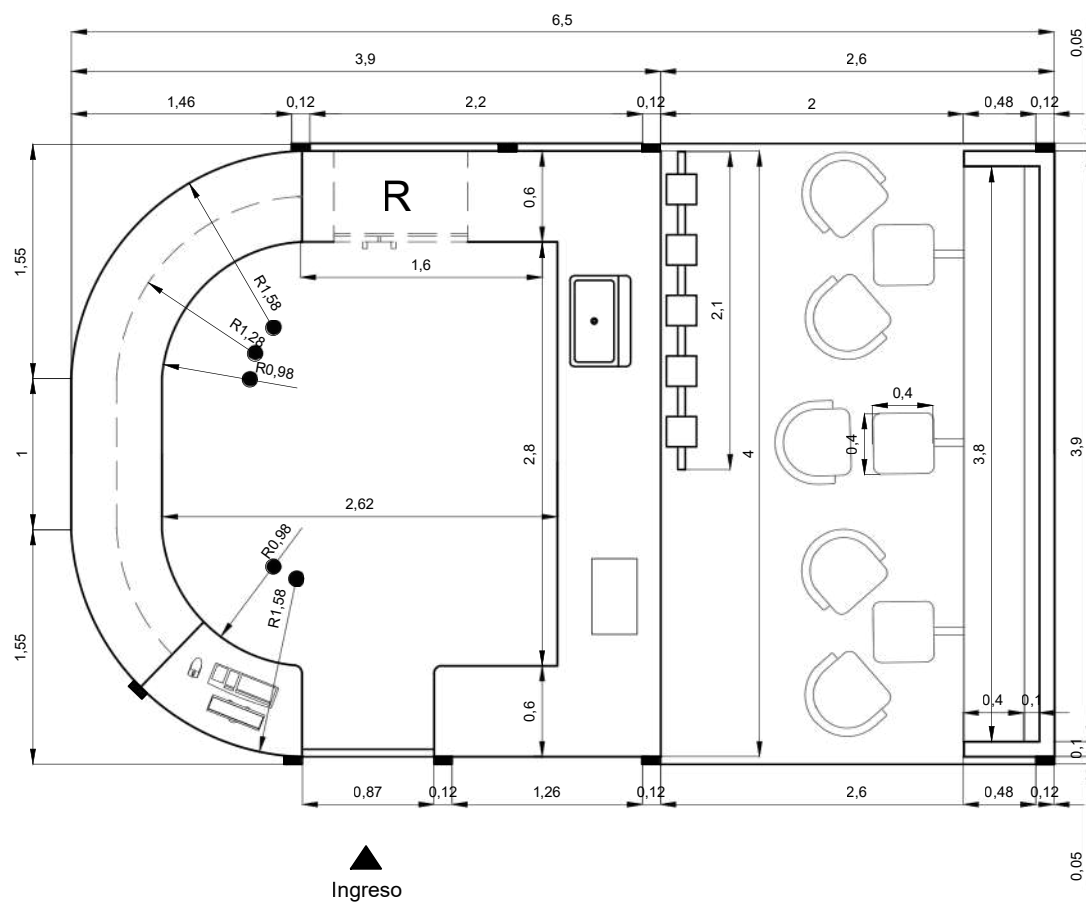
03 Cortes Arquitectónicos

Los cortes arquitectónicos A-A y B-B del stand comercial permiten comprender la relación espacial, funcional y estética de la propuesta. A través de estos gráficos se evidencia la organización interior del módulo, la distribución del mobiliario y la integración de elementos representativos de la identidad visual de "Corpus Café".

Asimismo, los cortes muestran la incorporación de recursos materiales y museográficos como revestimientos artesanales, iluminación decorativa y mobiliario personalizado, los cuales fortalecen la experiencia del usuario dentro del espacio comercial.

La propuesta busca generar un ambiente compacto, funcional y visualmente atractivo, capaz de transmitir el carácter cultural y artesanal de la marca dentro de un contexto comercial contemporáneo.

PLANTA ARQUITECTÓNICA ACOTADA



ESCALA:

1:75

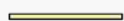
TIPO DE PLANTA:

04 Planta Arquitectónica Acotada

PLANTA DE ILUMINACIÓN

SIMBOLOGÍA:

01 - Tiras LED



CARACTERÍSTICAS:

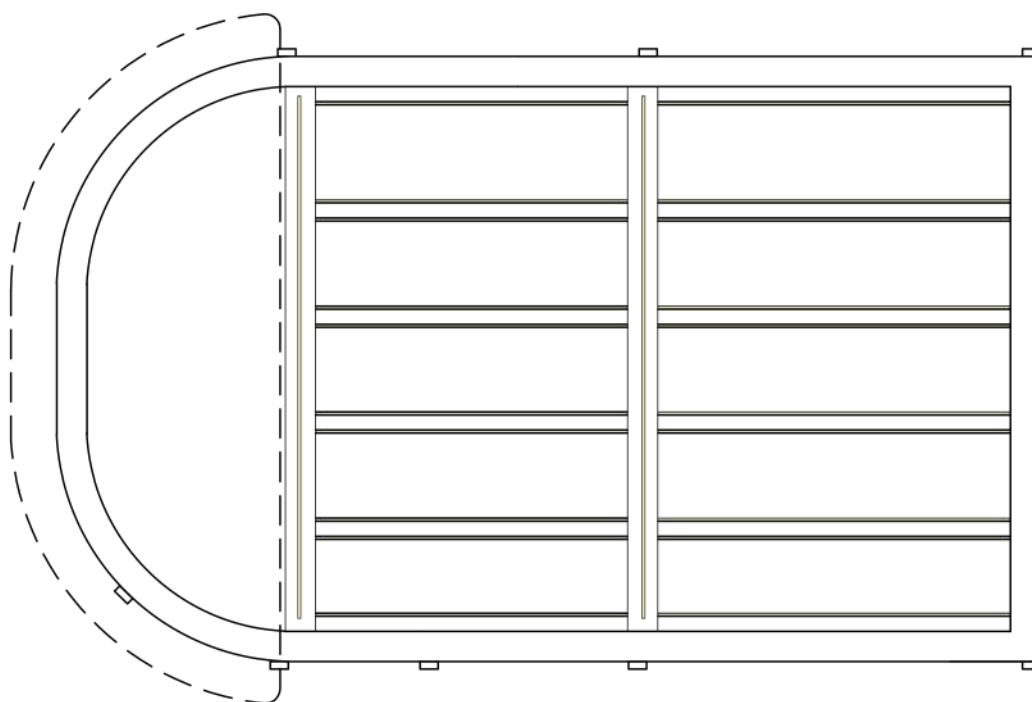
01 - LED, color blanco, 87.3 x 2.2 x 3 cm, IP20,
incl. 1 x LED - 10W 1100lm 4.000K.

TIPO DE PLANTA:

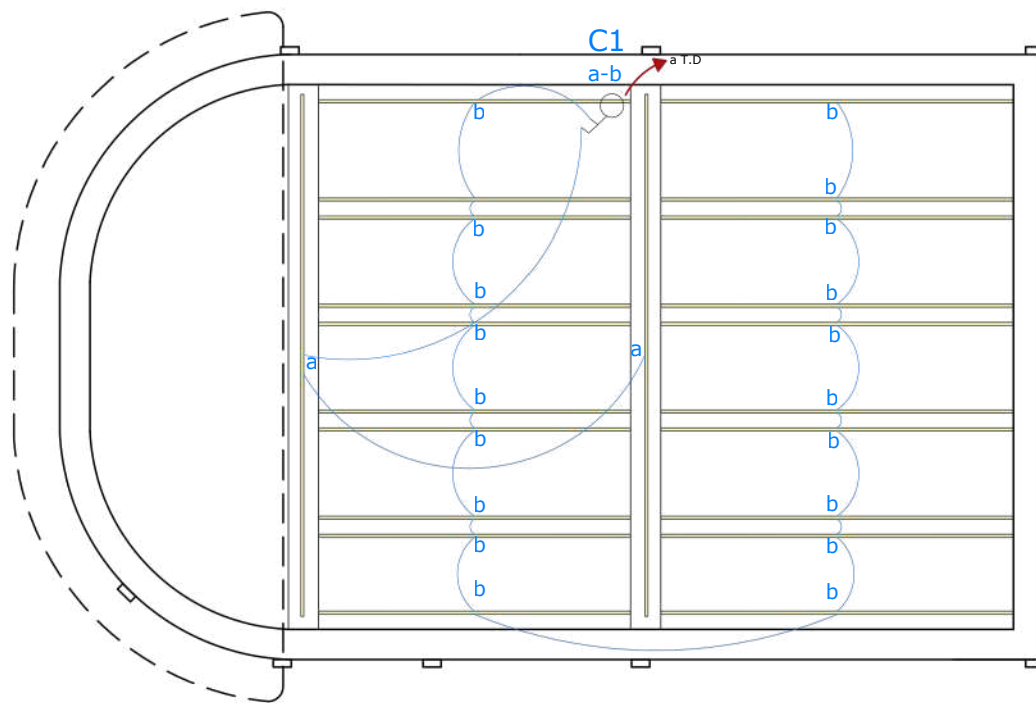
05 Planta de Iluminación

ESCALA:


1:75




INSTALACIONES ELÉCTRICAS



SIMBOLOGÍA:

Tiras LED 

Interruptor doble 

Tablero de Distribución 

TIPO DE PLANTA:

07 Sistema de Iluminación

ESCALA:

1:75

INSTALACIONES ELÉCTRICAS

SIMBOLOGÍA:

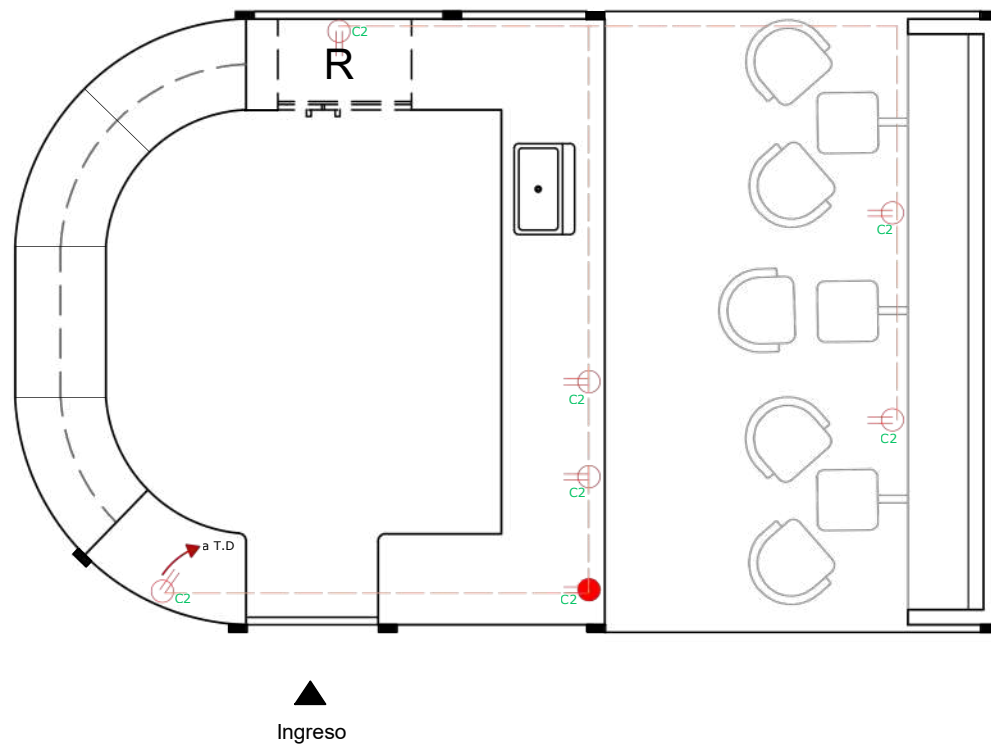
Tomacorrientes	
Tomacorriente Especial	
Tablero de Distribución	

TIPO DE PLANTA:

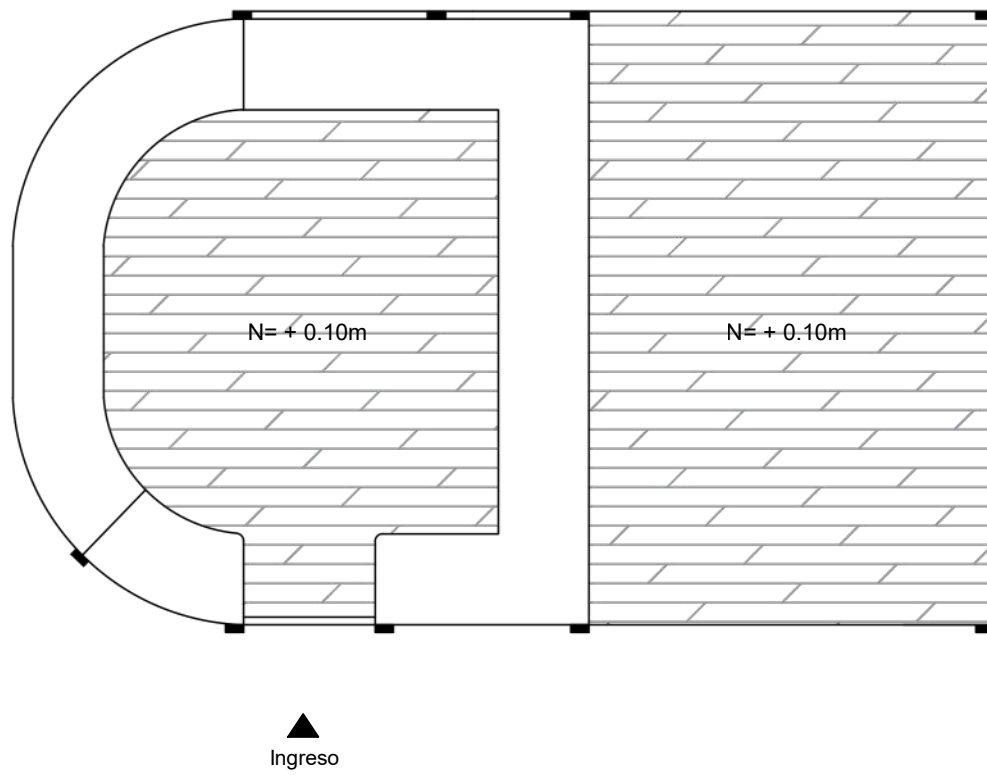
08 Planta de Tomacorrientes

ESCALA:

1:75



PLANTA DE PISOS



SIMBOLOGÍA:

Piso Vinílico Adhesivo- Pisopak
Color: Fresno Humo Formato:
91x15cm



TIPO DE PLANTA:

09 Planta de Pisos

ESCALA:

1:75

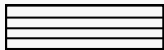
PLANTA DE CIELO RASO

SIMBOLOGÍA:

Vigas estructurales de madera -
Acabado mate
Material: Pino
Formato: 15x20cm



Revestimiento de Paja Toquilla
Material: Tejido artesanal de fibras
de paja toquilla
Formato: Rollos o paños a medida

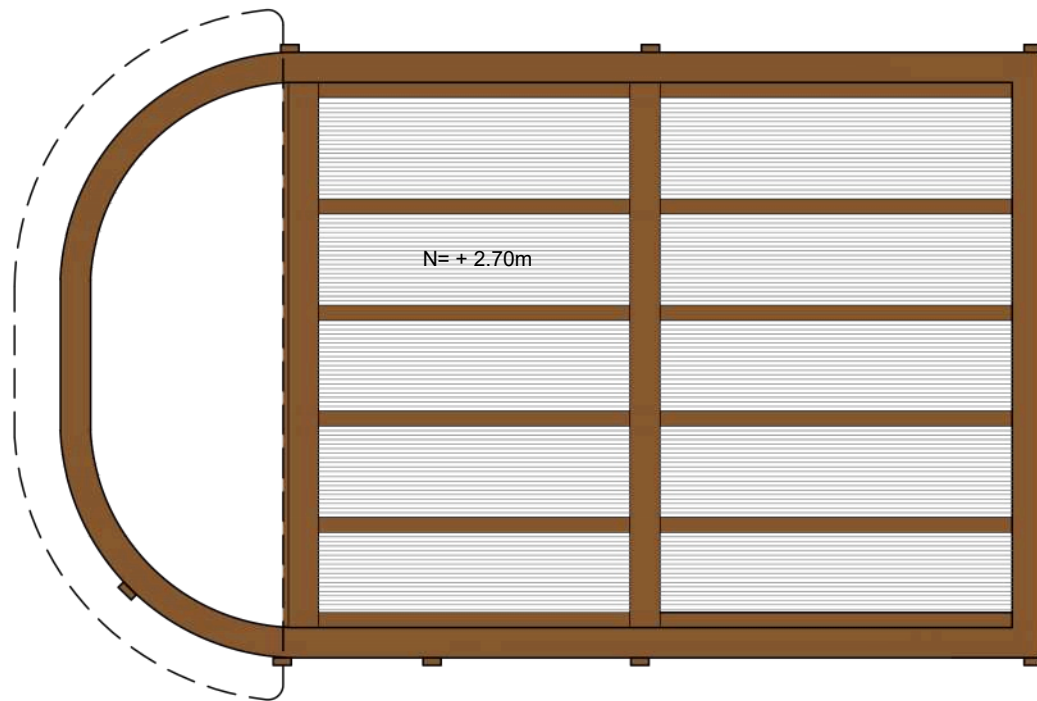


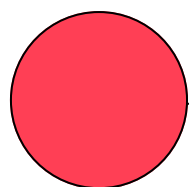
TIPO DE PLANTA:

10 Planta de Cielo Raso

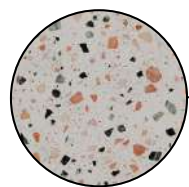
ESCALA:

1: 75





COLOR PRINCIPAL
DE LA MARCA



GRANITO



PORCELANATO
MADERADO



MOSAICOS
BLANCOS



MOODBOARD



GRÁFICO 19. MOODBOARD STAND COMERCIAL - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

Este moodboard del stand comercial plantea una estrategia clara de síntesis conceptual, donde los elementos del local principal se reinterpretan en un formato más compacto sin perder su carga simbólica. La paja toquilla y la textura de carrizo mantienen la continuidad material, aportando calidez y reforzando la conexión con lo artesanal, pero ahora con un enfoque más puntual y estratégico, adecuando a la escala del stand.

La cromática, dominada por rojos intensos, tonos tierra y blancos, cumple una doble función: por un lado, refuerza la identidad de la marca y su vínculo con la festividad; y por otro, actúa como un recurso de atracción visual dentro del contexto del centro comercial, donde la competencia visual es alta.

El uso del blanco, especialmente en los mosaicos y elementos como la zona de pago, introduce equilibrio y permite destacar tanto el producto como la gráfica.

Asimismo, la disposición del producto como elemento protagonista evidencia una intención comercial directa, donde los dulces tradicionales no solo se exhiben, sino que construyen la experiencia visual y sensorial. Los elementos museográficos, aunque más contenidos, siguen presentes como soporte narrativo, permitiendo que el stand no sea únicamente un punto de venta, sino un dispositivo de comunicación cultural.

En conjunto, el moodboard demuestra una adaptación coherente del concepto general, logrando un equilibrio entre identidad, funcionalidad y atractivo comercial.

3.5

PERSPECTIVAS DEL ESPACIO

Granito



CORPUS
CAFÉ

Logo de la marca



Materialidad



VISTA LATERAL - ENTORNO CENTRO COMERCIAL



VISTA FRONTAL - ENTORNO CENTRO COMERCIAL



VISTA POSTERIOR - ENTORNO CENTRO COMERCIAL



VISTA LATERAL - ENTORNO CENTRO COMERCIAL

Introducción a la festividad.

El Corpus Christi es una de las celebraciones más representativas de la ciudad de Cuenca, en la que la tradición, la fe y el trabajo artesanal se entrelazan.

A través de la elaboración de dulces tradicionales, esta festividad ha sido transmitida de generación en generación, convirtiéndose en un símbolo de identidad cultural y memoria colectiva.

En torno a esta celebración, la ciudad se llena de color, sabores y saberes que mantienen viva una herencia que forma parte del patrimonio cultural cuencano.



VISTA LATERAL - ENTORNO ESTUDIO FOTOGRAFICO

CORPUS
CAFÉ



VISTA FRONTAL - ENTORNO ESTUDIO FOTOGRAFICO



VISTA POSTERIOR - ENTORNO ESTUDIO FOTOGRAFICO



VISTA LATERAL - ENTORNO ESTUDIO FOTOGRAFICO

Introducción a la festividad.

El Corpus Christi es una de las celebraciones más representativas de la ciudad de Cuenca, en la que la tradición, la fe y el trabajo artesanal se entrelazan.

A través de la elaboración de dulces tradicionales, esta festividad ha sido transmitida de generación en generación, convirtiéndose en un símbolo de identidad cultural y memoria colectiva.

En torno a esta celebración, la ciudad se llena de color, sabores y saberes que mantienen viva una herencia que forma parte del patrimonio cultural cuencano.

3.6 CONCLUSIONES

Las estrategias de diseño planteadas demuestran que la articulación entre teoría y proyecto no se limita a una intención conceptual, sino que se materializa en decisiones espaciales específicas que estructuran la experiencia del usuario. La integración del storytelling, la identidad cultural, la museografía y el enfoque experiencial permite configurar espacios que no solo responden a requerimientos funcionales, sino que se comunican, educan y generan vínculos significativos.

La coherencia entre estos criterios se evidencia en la manera en que el recorrido, la materialidad y los recursos expositivos operan conjuntamente para construir una narrativa espacial clara y continua, tanto en el local principal como en el stand comercial.

En este sentido, las estrategias actúan como un puente entre el pensamiento teórico y la resolución proyectual, consolidando un sistema de diseño integral.

Finalmente, este capítulo aporta una visión del diseño interior como una disciplina capaz de estructurar experiencias complejas, donde lo comercial y lo cultural se integren estratégicamente, evidenciando el potencial del espacio como medio de comunicación y construcción de significado.



寺子

FACULTY DAD

4.1 INTRODUCCIÓN:

116Introducción a la factibilidad del proyecto

4.2 PRESUPUESTO DE OBRA:

118Presupuesto de Obra - Local Principal

120Presupuesto de Obra - Stand Comercial

4.3 DETALLES CONSTRUCTIVOS:

123Detalle A - Curvatura Estructural en Cielo Raso

124Detalle B - Unión Soldada Estructural y Recubrimiento de MDF

125Detalle C - Unión Estructural de Aluminio

126Detalle D - Plataforma Stand

Detalle E - Instalación de Cielo Raso con Paneles Curvados y

127Acabado de Paja Toquilla

4.4 FICHAS TÉCNICAS DE MOBILIARIO:

Planta de Mobiliario - Local Principal..... **129**

S-01 Banca de Cafetería..... **130**

ME-01 Estructura Museográfica..... **131**

ME-02 Mobiliario de Dulces..... **132**

Planta de Mobiliario - Stand Comercial..... **133**

C-01 Counter **134**

ME - 03 Mobiliario de Exhibición..... **135**

ME - 04 Mobiliario de Exhibición..... **136**

ME - 05 Mobiliario de Exhibición..... **137**

ME - 06 Mobiliario de Exhibición..... **138**

M - 01 Mobiliario de Trabajo..... **139**

M - 02 Mobiliario de Almacenamiento..... **140**

M - 03 Mobiliario de Trabajo..... **141**

4.1 INTRODUCCIÓN

El presente capítulo expone la factibilidad de la propuesta de diseño interior para Corpus Café, evidenciando la viabilidad técnica, funcional y económica del proyecto. A partir de las estrategias conceptuales desarrolladas en los capítulos anteriores, esta etapa busca demostrar cómo la propuesta puede materializarse mediante decisiones constructivas, selección de materiales, mobiliario, iluminación y recursos espaciales coherentes con la narrativa planteada.

En este sentido, la factibilidad no se aborda únicamente desde una perspectiva operativa, sino como el proceso que permite traducir los conceptos de storytelling, identidad cultural, experiencia del usuario y museografía en soluciones reales de diseño interior. Para ello, se consideran aspectos relacionados con la distribución espacial, sistemas constructivos, acabados, presupuesto y producción de elementos que conforman tanto el local principal como el stand comercial.

Asimismo, este capítulo permite verificar la coherencia entre el planteamiento conceptual y su aplicación práctica, demostrando que las decisiones proyectuales responden no solo a criterios estéticos, sino también a condiciones funcionales, técnicas y económicas que garantizan la viabilidad integral de la propuesta.

04. FACTIBILIDAD

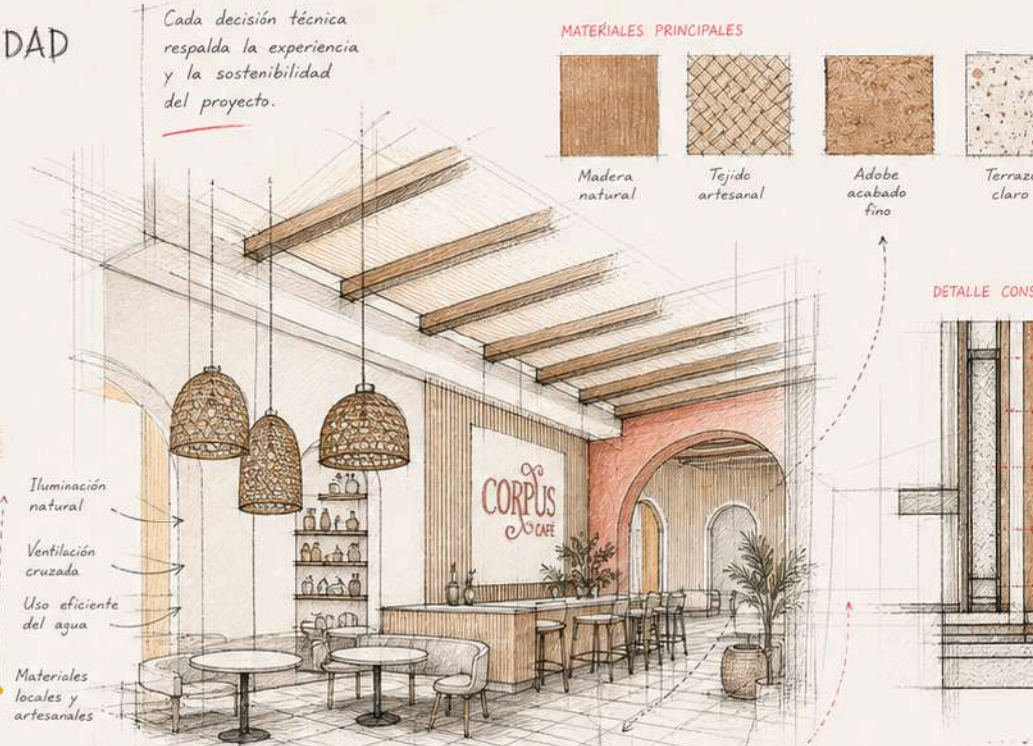
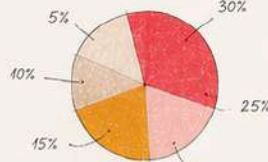
Evaluación técnica, económica y constructiva que garantiza la viabilidad del proyecto.

Cada decisión técnica respalda la experiencia y la sostenibilidad del proyecto.

PRESUPUESTO REFERENCIAL

Obra gris	14.780
Acabados	12.320
Instalaciones	7.380
Equipamiento	7.380
Varios	4.920
Preliminares	2.450

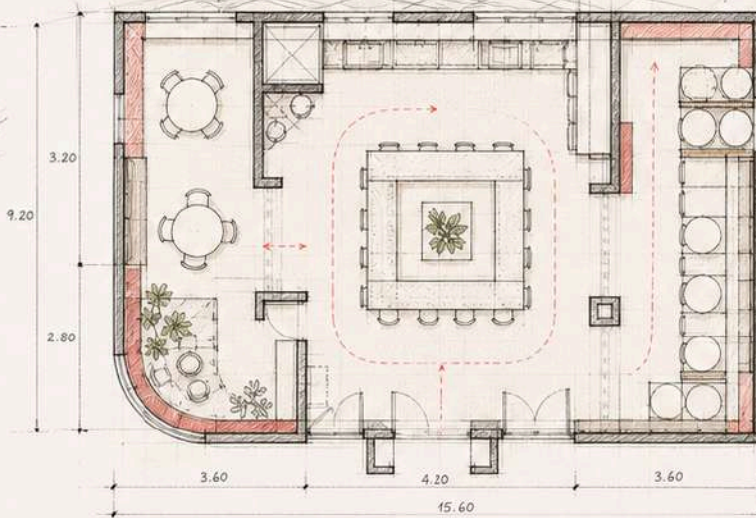
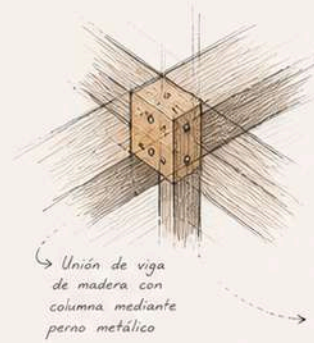
TOTAL ESTIMADO 49.230 USD



MATERIALES PRINCIPALES



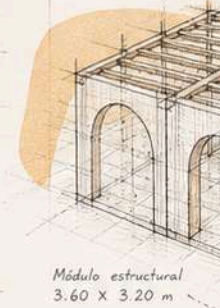
- Iluminación natural
- Ventilación cruzada
- Uso eficiente del agua
- Materiales locales y artesanales



DETALLE CONSTR



SISTEMA MODUL



CRONOGRAMA ESTIMADO



Inversión inteligente para un impacto duradero.

15.60 x 9.20 = 143.52 m²
 Costo m² = 343.64 USD
Total: 49.230 USD

Texturas que conectan con nuestra tierra y cultura.

4.2 PRESUPUESTO DE OBRA

PRESUPUESTO DE OBRA								
PROYECTO: Cafetería Corpus Café - Local Principal								
UBICACIÓN: Simón Bolívar 9-44 y, Cuenca 010101								
ÁREA: 72,09m ²								
Código	Rubro	Unidad	Cantidad	Precio Producto (Por unidad)	Precio Instalación (Por unidad)	Precio Unitario	Precio Transporte (Por todo)	PRECIO TOTAL
1.000	DEMOLICIÓN Y DESALOJO							\$662,10
1.001	Retiro de elementos existentes	global	1	\$80.00	0	\$80.00	0	\$80,00
1.002	Desmontaje	global	1	0	\$120.00	\$120.00	0	\$120,00
1.003	Levantamiento de revestimiento de piso existente	m ²	72,09	0	\$5.50	\$396.50	0	\$396,50
1.004	Desalojo de escombros	m ³	3.60	0	\$8.50	\$30.60	\$35.00	\$65,60
2.000	REPLANTEO							\$86,51
2.001	Replanteo y trazado	m ²	72.09	0	\$1.20	\$86.51	0	\$86,51
3.000	INSTALACIONES ELÉCTRICAS PRELIMINARES							\$401,00
3.001	Punto eléctrico para tomacorriente	pto	6	0	\$6.00	\$36.00	0	\$36,00
3.002	Punto eléctrico para interruptor	pto	6	0	\$6.00	\$36.00	0	\$36,00
3.003	Punto de instalación de tablero de distribución	pto	1	0	\$35.00	\$35.00	0	\$35,00
3.004	Punto eléctrico para iluminación	pto	49	0	\$6.00	\$294.00	0	\$294,00
4.000	TABIQUERÍA							\$961,90
4.001	Paredes falsas de gypsum	m ²	34,7	\$15.50	\$11.50	\$936.90	\$25.00	\$961,90
5.000	ACABADOS PISO							\$1.910,46
5.001	Piso de porcelanato maderado JURUPA - GRAIMAN 30X240cm	m ²	59,72	\$18.94	\$10.00	\$1.728,06	0	\$1.728,06
5.002	Piso de porcelanato márfil BASIC - GRAIMAN 60X60cm	m ²	3	\$12.35	\$10.00	\$67.04	0	\$67,04
5.003	Zócalo	ml	12,92	\$4.80	\$3.20	\$103.36	\$12.00	\$115,36
6.000	CIELO RASO							\$5.213,68
6.001	Cielo raso falso de gypsum ST - Espesor 1/2" 1,22x2,44m	m ²	19,8	\$15.00	\$12.00	\$534.60	\$20.00	\$554,60
6.002	Cielo raso falso de gypsum RH - Espesor 1/2" 1,22x2,44m	m ²	13,35	\$17.00	\$12.50	\$393.83	\$15.00	\$408,83
6.003	Bóvedas en cielo raso	ml	36,4	\$18.00	\$16.00	\$1.237,60	\$25.00	\$1.262,60
6.004	Recubrimiento de tejido artesanal - paja toquilla	m ²	18,2	\$28.00	\$14.00	\$764.40	\$20.00	\$784,40
6.005	Vigas estructurales de madera - acabado mate PINO 15x20cm	ml	61,95	\$24.00	\$11.00	\$2.168,25	\$35.00	\$2.203,25
7.000	ACABADOS PARED							\$1.205,61
7.001	Pintura en paredes interiores	m ²	73	\$1.80	\$2.20	\$292.00	\$10.00	\$302,00
7.002	Revestimiento de carrizo	m ²	21,32	\$16.00	\$9.00	\$533.00	\$18.00	\$551,00
7.003	Revestimiento mural gráfico	m ²	13,78	\$18.00	\$6.50	\$337.61	\$15.00	\$352,61

8	ILUMINACIÓN							\$1,549
8,001	Implementación de luminarias tipo spot sobre riel	UNIDAD	14	\$18.00	\$3.50	\$301.00	\$15.00	\$316.00
8,002	Iluminación lineal LED indirecta	ml	40	\$9.50	\$4.00	\$540.00	\$18.00	\$558.00
8,003	Iluminación decorativa en mobiliario	ml	30	\$10.50	\$5.50	\$480.00	\$15.00	\$495.00
8,004	Implementación de downlights empotrados	UNIDAD	12	\$6.50	\$3.00	\$114.00	\$10.00	\$124.00
8,005	Implementación de placas	UNIDAD	12	\$2.80	\$1.20	\$48.00	\$8.00	\$56.00
9	CARPINTERÍA Y MOBILIARIO FIJO PERSONALIZADO							\$3,741,76
9,001	Counter - MDF estructural, Pintura blanca mate texturizada 1,52x0,6x1,1m	UNIDAD	1	\$390.00	\$55.00	\$445.00	\$30.00	\$475.00
9,002	Base de banca modular - MDF estructural, Acabado tipo madera oscura. 5,41x0,45x0,45m	ml	5,4	\$95.00	\$18.00	\$610.20	\$28.00	\$638.20
9,003	Espaldar tapizada de banca modular	ml	5,4	\$68.00	\$12.00	\$432.00	\$20.00	\$452.00
9,004	Mesas adosadas a banca - MDF enchapado con acabado tipo madera natural, estructura metálica negra. 40cmx40cm	UNIDAD	3	\$145.00	\$20.00	\$495.00	\$20.00	\$515.00
9,005	Mobiliario de dulces - MDF estructural con pintado color rosa intenso, revestimiento artesanal con paja toquilla 2,92x0,94x1,2m	ml	2,92	\$175.00	\$28.00	\$592.76	\$30.00	\$622.76
9,006	Mobiliario de dulces empacados - MDF estructural con pintado color rosa intenso 1,85x0,3x2,6m	ml	1,85	\$155.00	\$25.00	\$333.00	\$25.00	\$358.00
9,007	Puerta de madera tipo nogal oscuro con sistema de desplazamiento superior 0,7x2,1m	UNIDAD	1	\$290.00	\$65.00	\$355.00	\$25.00	\$380.00
9,008	Escaparate frontal - fibrocemento 1,46x3,8m	ml	10,8	\$18.00	\$8.00	\$280.80	\$20.00	\$300.80
10	MOBILIARIO DE USUARIO							\$654,00
10,001	Sillas tapizadas - Estructura de madera con un asiento y respaldo tapizados, generalmente en tela tipo boucle.	UNIDAD	6	\$89.00	0	\$534.00	\$120.00	\$654.00
11	EXHIBICIÓN / ELEMENTOS MUSEOGRÁFICOS / ESCENOGRÁFICOS							\$2,477,40
11,001	Estructura metálica para exhibición	ml	35,6	\$35.00	\$9.00	\$1.566,40	\$30.00	\$1.596,40
11,002	Cubos expositivos decorativos	u	42	\$18.00	\$2.50	\$861.00	\$20.00	\$881.00
12	SEÑALÉTICA, BRANDING Y GRÁFICA							\$487,00
12,001	Logotipo corpóreo	UNIDAD	2	\$120.00	\$12.00	\$264.00	\$15.00	\$279.00
12,002	Textos curatoriales	UNIDAD	3	\$60.00	\$6.00	\$198.00	\$10.00	\$208.00
13	LIMPIEZA FINAL Y ENTREGA							\$120,00
13,001	Limpieza final de la obra	global	1	\$120.00	0	\$120.00	0	\$120.00
							SUBTOTAL	19470,41
							TOTAL	\$19.470,41

La inversión se concentra principalmente en elementos que fortalecen la identidad cultural, la narrativa espacial y la experiencia del usuario dentro del espacio comercial.

Los rubros con mayor incidencia corresponden al cielo raso y a la carpintería / mobiliario personalizado, debido al uso de elementos artesanales, revestimientos naturales, estructuras decorativas y mobiliario diseñado específicamente para reforzar el storytelling del proyecto. Asimismo, la incorporación de recursos museográficos evidencia la intención de transformar el espacio en una nueva experiencia narrativa.

Por otro lado, la iluminación, acabados y materiales fueron seleccionados estratégicamente para generar una atmósfera cálida, sensorial y coherente con la festividad del Corpus Christi, integrando texturas, colores y elementos tradicionales que aportan valor cultural y visual al espacio.

En conjunto, el análisis presupuestario demuestra que las decisiones económicas no responden únicamente a criterios funcionales, sino también a la construcción de una experiencia inmersiva e identitaria, garantizando la viabilidad técnica y conceptual de la propuesta.

PRESUPUESTO DE OBRA

PROYECTO: Cafetería Corpus Café - Stand Comercial

UBICACIÓN: Centro Comercial - "Mall del Alto"

ÁREA: 26,57m²

Código	Rubro	Unidad	Cantidad	Precio Producto (Por unidad)	Precio Instalación (Por unidad)	Precio Unitario	Precio Transporte (Por todo)	PRECIO TOTAL
1.000	ESTRUCTURA							\$4.915,41
1.001	Estructura plataforma metálica	m2	26,57	\$32.00	\$10.00	\$1.115,94	\$35.00	\$1.726,41
1.002	Estructura metálica superior	ml	22	\$26.00	\$9.00	\$770.00	\$25.00	\$1.192,50
1.003	Perfiles C de aluminio 2mm	ml	69	\$14.00	\$5.00	\$1.311,00	\$20.00	\$1.996,50
2.000	INSTALACIONES ELÉCTRICAS PRELIMINARES							\$189,00
2.001	Punto eléctrico para iluminación	pto	7	0	\$12.00	\$84.00	0	\$84.00
2.002	Punto eléctrico para interruptor	pto	1	0	\$10.00	\$10.00	0	\$10.00
2.003	Punto de instalación de tomacorrientes	pto	5	0	\$12.00	\$60.00	0	\$60.00
2.004	Punto de instalación de tablero de distribución	pto	1	0	\$35.00	\$35.00	0	\$35.00
3.000	ACABADOS PISO							\$1.474,64
3.001	Aislante acústico	m2	26,57	\$4.50	\$2.00	\$172.71	0	\$172.71
3.002	Tablero MDF 18mm	m2	26,57	\$13.50	\$6.50	\$531.40	0	\$531.40
3.003	Adhesivo alta adherencia	m2	26,57	\$3.20	\$1.80	\$132.85	0	\$132.85
3.004	Piso vinílico maderado	m2	26,57	\$18.00	\$6.00	\$637.68	0	\$637.68
4.000	TABIQUERÍA							\$102,25
4.001	Tabiquería de gypsum	m2	2,49	\$16.00	\$9.00	\$62.25	\$10.00	\$72.25
4.002	Correcciones	global	1	\$8.00	\$22.00	\$30.00	0	\$30.00
5.000	ACABADOS PARED							\$123,70
5.001	Revestimiento de carrizo	m2	2,49	\$18.00	\$12.00	\$74.70	\$18.00	\$92.70
5.002	Pintura en pared interior	m2	3	\$3.80	\$3.20	\$21.00	\$10.00	\$31.00
6.000	CARPINTERÍA Y MOBILIARIO FIJO PERSONALIZADO							\$3.988,70
6.001	Módulo counter	ml	2	\$210.00	\$55.00	\$530.00	\$30.00	\$560.00
6.002	Módulos de exposición de dulces (vitrina)	ml	4,5	\$180.00	\$45.00	\$1.012,50	\$30.00	\$1.042,50
6.003	Módulos de trabajo / almacenamiento	ml	3	\$160.00	\$40.00	\$600.00	\$25.00	\$625.00
6.004	Base de banca modular - MDF estructural, Acabado tipo madera oscura. 3,8x0,4x0,45m	ml	3,8	\$130.00	\$30.00	\$608.00	\$25.00	\$633.00
6.005	Espaldar tapizada de banca modular	ml	3,8	\$95.00	\$25.00	\$456.00	\$20.00	\$476.00
6.006	Mesas adosadas a banca	UNIDAD	3	\$85.00	\$18.00	\$309.00	\$15.00	\$324.00
6.007	Puerta batiente 0,80x0,05x0,60m	UNIDAD	1	\$160.00	\$45.00	\$205.00	0	\$205.00
6.008	Revestimiento mural gráfico	m2	4,4	\$20.00	\$8.00	\$123.20	0	\$123.20
7.000	CIELO RASO							\$3.161,40
7.001	Placas ranuradas de aluminio 18mm	m2	21,3	\$28.00	\$12.00	\$852.00	\$25.00	\$877.00
7.002	Adhesivo de alta adherencia	m2	21,3	\$3.20	\$1.80	\$106.50	0	\$106.50
7.003	Recubrimiento de tejido artesanal - paja toquilla	m2	21,3	\$22.00	\$16.00	\$809.40	\$20.00	\$829.40
7.004	Bastidor de perfil de aluminio curvado C	m2	21,3	\$24.00	\$11.00	\$745.50	\$20.00	\$765.50
7.005	Panel de MDF flexible	m2	21,3	\$14.00	\$6.00	\$426.00	\$15.00	\$441.00
7.006	Lona blanca con línea baja fucsia 4,50x1,80m	m2	6	\$16.00	\$6.00	\$132.00	\$10.00	\$142.00

8.000	ILUMINACIÓN								\$1.072,00
8.001	Iluminación lineal LED indirecta	global	ml	48	\$12.00	\$5.00	\$816.00	\$18.00	\$834.00
8.002	Iluminación decorativa en mobiliario	global	ml	10	\$11.00	\$4.50	\$155.00	0	\$155.00
8.003	Implementación de placas	global	UNIDAD	5	\$9.00	\$6.00	\$75.00	\$8.00	\$83.00
9.000	MOBILIARIO DE USUARIO								\$565,00
9.001	Sillas tapizadas - Estructura de madera con un asiento y respaldo tapizados, generalmente en tela tipo boucle.	zona de cafetería	UNIDAD	5	\$89.00	0	\$445.00	\$120.00	\$565.00
10.000	EXHIBICIÓN / ELEMENTOS MUSEOGRÁFICOS / ESCENOGRÁFICOS								\$1,164,50
10.001	Estructura metálica para exhibición	zona de cafetería	ml	13,5	\$28.00	\$9.00	\$499.50	\$30.00	\$529.50
10.002	Cubos expositivos decorativos	zona de cafetería	UNIDAD	30	\$18.00	\$2.50	\$615.00	\$20.00	\$635.00
11.000	SEÑALÉTICA, BRANDING Y GRÁFICA								\$187,00
11.001	Logotipo corpóreo	global	UNIDAD	2	\$55.00	\$12.00	\$134.00	\$15.00	\$149.00
11.002	Textos curatoriales	global	UNIDAD	1	\$22.00	\$6.00	\$28.00	\$10.00	\$38.00
12.000	EQUIPAMIENTOS								\$4.117,22
12.001	Refrigeradora Mini Bar Nevera Portátil Auto 4 Litros Vintage Blanco	zona de trabajo	UNIDAD	1	\$50.00	\$20.00	\$70.00	\$25.00	\$95.00
12.002	Lavaplatos 2 pozos / Bajo Tope - Negro	zona de trabajo	UNIDAD	1	\$131.00	\$45.00	\$176.00	0	\$176.00
12.003	Chefman Horno microondas para encimera de 0.7 pies cúbicos, 700 vatios con 10 niveles de potencia	zona de trabajo	UNIDAD	1	\$68.83	\$10.00	\$78.83	0	\$78.83
12.004	Calentador eléctrico de paso de agua Eco-11 220V - ECO SMART	zona de trabajo	UNIDAD	1	\$222.39	\$150.00	\$372.39	\$20.00	\$392.39
12.005	Máquina de café espresso semiautomática - Cafetera de espresso profesional	zona de trabajo	UNIDAD	1	\$3.350,00	0	\$3.350,00	\$25.00	\$3.375,00
13.000	LIMPIEZA FINAL Y ENTREGA								\$120,00
13.001	Limpieza final de la obra	global	global	1	0	\$120.00	\$120.00	0	\$120.00
								SUBTOTAL	21180,82
								TOTAL	\$21.180,82

La mayor inversión se concentra en los rubros de estructura, carpintería personalizada y equipamiento, debido a la necesidad de desarrollar un sistema espacial adaptable, resistente y visualmente atractivo.

La estructura metálica, los perfiles curvos y los revestimientos permiten construir una imagen arquitectónica llamativa que funciona como elemento de atracción dentro del centro comercial.

Asimismo, la carpintería y mobiliario fijo personalizado cumplen un papel fundamental en la organización del espacio y en la exhibición estratégica de los productos. Los módulos de exposición, vitrinas y mobiliario fueron diseñados para optimizar la circulación, reforzar la identidad visual de la marca y mejorar la interacción del

usuario con el producto. Por otro lado, el cielo raso y los acabados incorporan materiales artesanales como la paja toquilla y recursos gráficos que aportan continuidad conceptual con el local principal, manteniendo el vínculo con la tradición del Corpus Christi desde una interpretación contemporánea y comercial.

Finalmente, la integración de iluminación decorativa, elementos museográficos y señalética demuestra que el stand no se plantea únicamente como un punto de venta, sino como un espacio experiencial capaz de comunicar cultura, identidad y narrativa de manera inmediata. En conjunto, el presupuesto confirma la viabilidad técnica y económica de una propuesta que adapta los principios conceptuales del proyecto a un formato comercial más compacto y flexible.

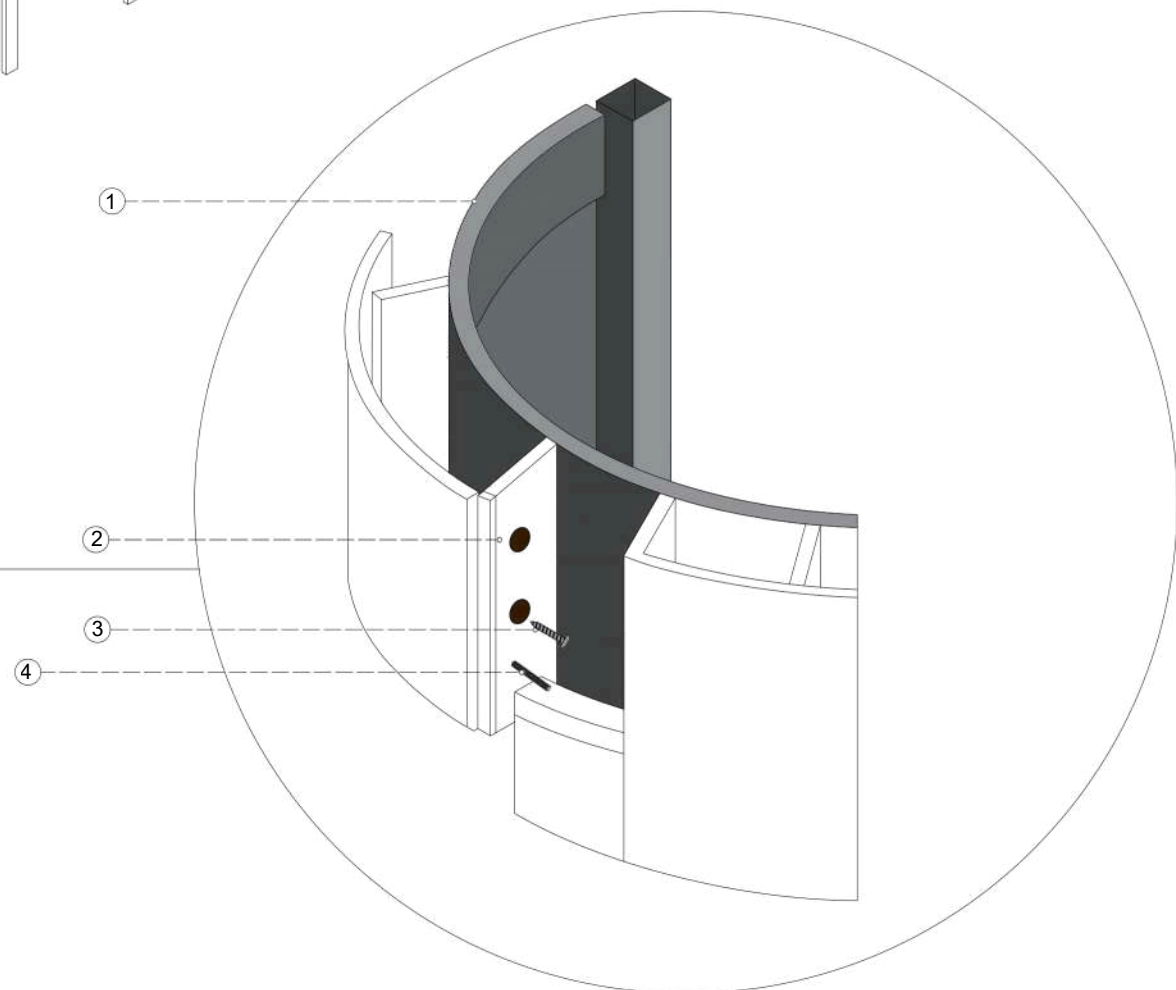
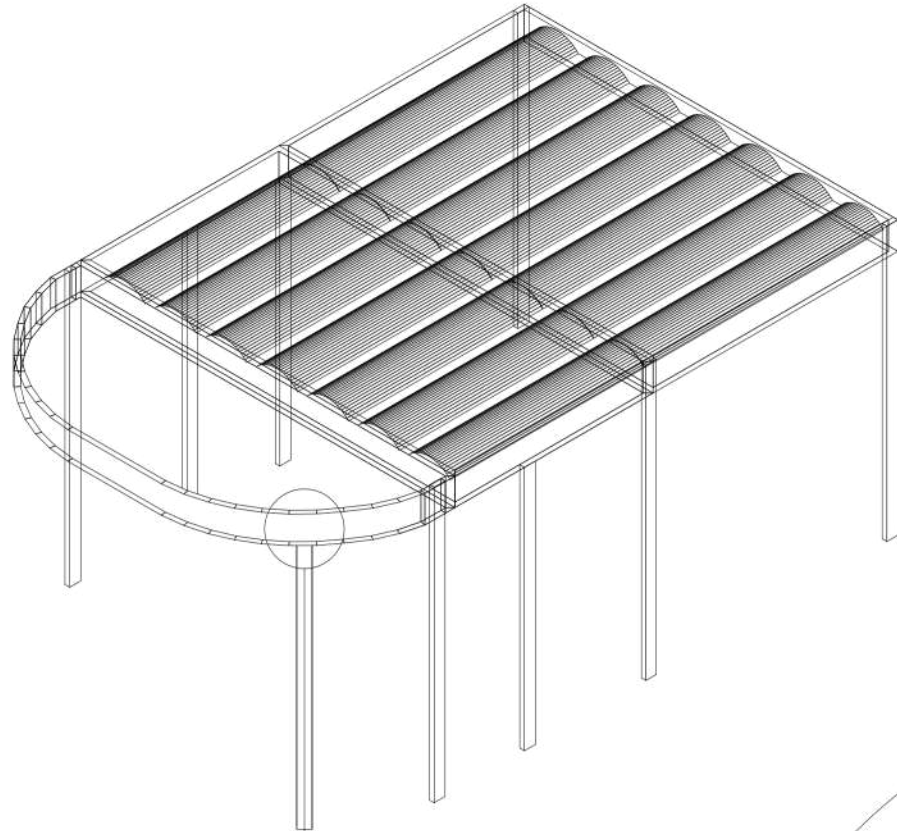


4.3

DETALLES

CONSTRUCTIVOS

DETALLE A - CURVATURA ESTRUCTURAL EN CIELO RASO:



LEYENDA:

- 1 - Perfil C-Chanel Curvado de Borde
- 2 - Costillas de MDF 18mm Cortado C-Chanel (Estructural)
- 3 - Tornillo Autoroscante \varnothing 3.5mm x 25mm
- 4 - Pins o Clavos de cabeza perdida

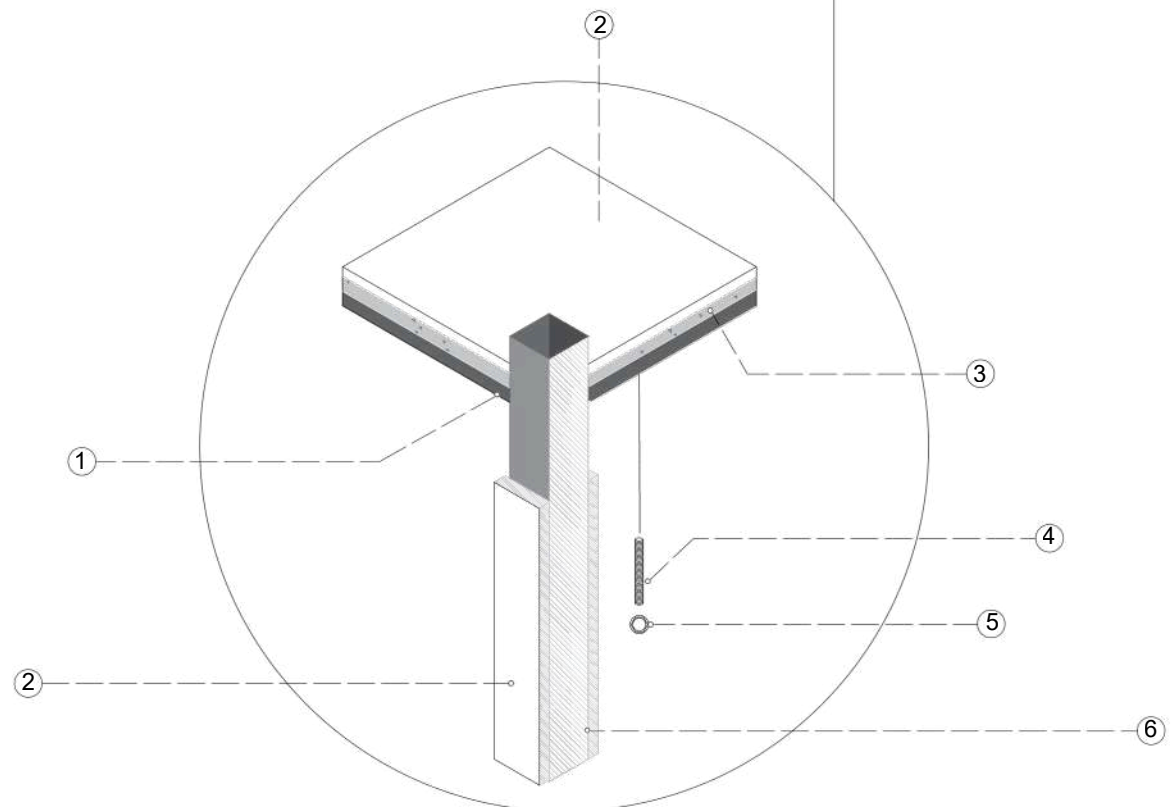
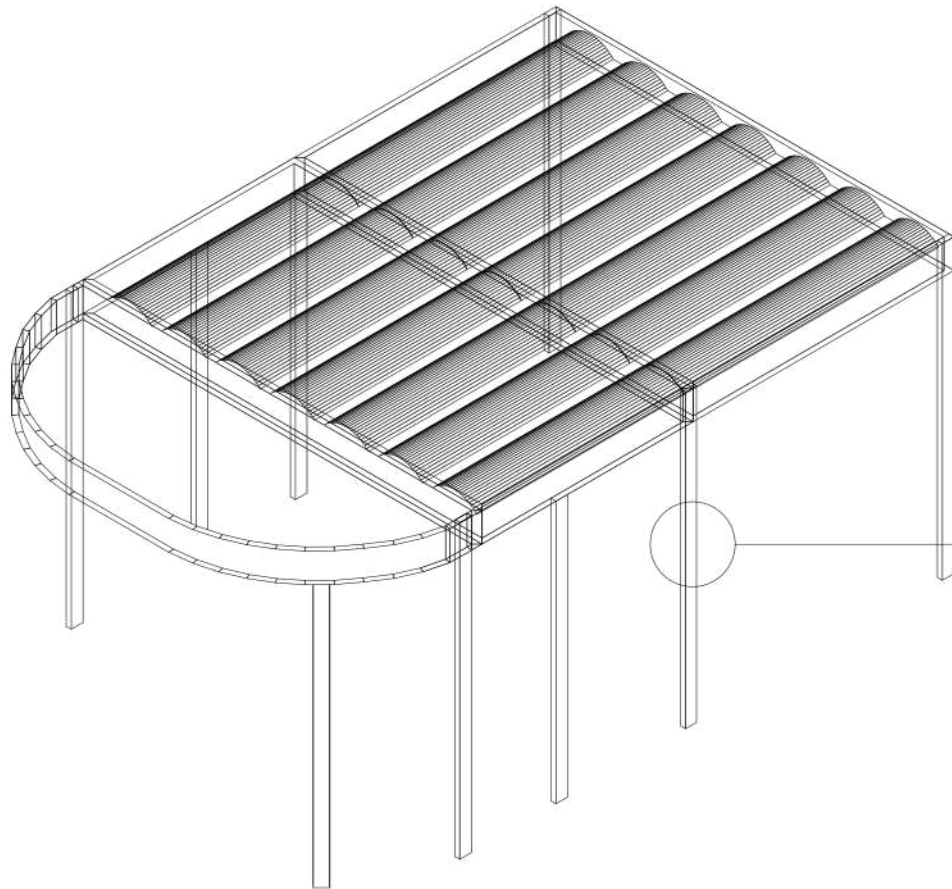
TIPO DE PLANTA:

TI Detalle Constructivo A

ESCALA:

1:50

DETALLE B - UNIÓN SOLDADA ESTRUCTURAL Y RECUBRIMIENTO DE MDF:



LEYENDA:

- 1 - Núcleo estructural de aluminio 8x8cm
- 2 - Revestimiento de MDF 12mm para acabado
- 3 - Cemento de contacto industrial
- 4 - Tornillo ALLEN (Cabeza Hexagonal)
- 5 - Tuerca de Seguridad
- 6 - Capa de acabado esmalte poliuretano sobre aluminio pulido

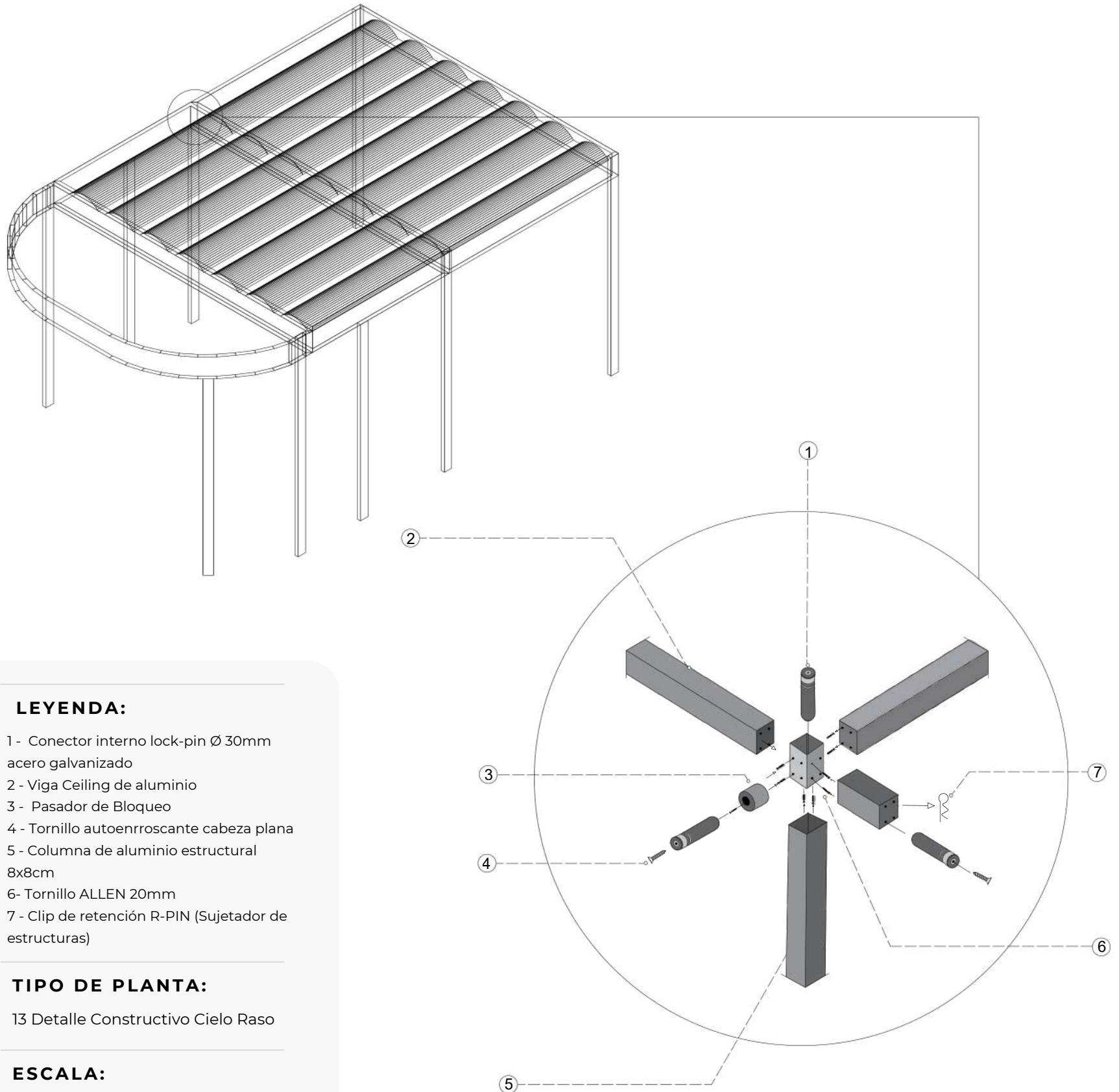
TIPO DE PLANTA:

12 Detalle Constructivo B

ESCALA:

1:50

DETALLE C - UNIÓN ESTRUCTURAL DE ALUMINIO:



LEYENDA:

- 1 - Conector interno lock-pin Ø 30mm acero galvanizado
- 2 - Viga Ceiling de aluminio
- 3 - Pasador de Bloqueo
- 4 - Tornillo autoenroscante cabeza plana
- 5 - Columna de aluminio estructural 8x8cm
- 6 - Tornillo ALLEN 20mm
- 7 - Clip de retención R-PIN (Sujetador de estructuras)

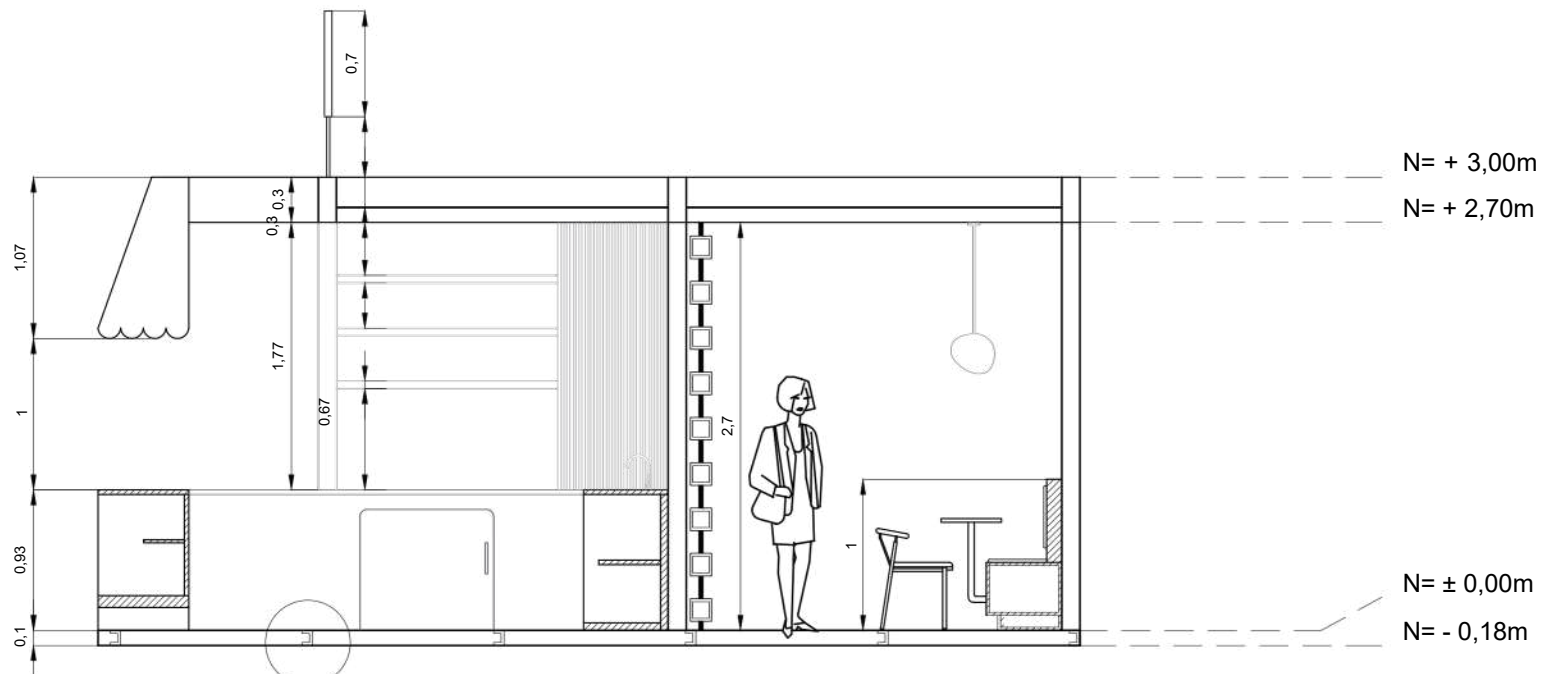
TIPO DE PLANTA:

13 Detalle Constructivo Cielo Raso

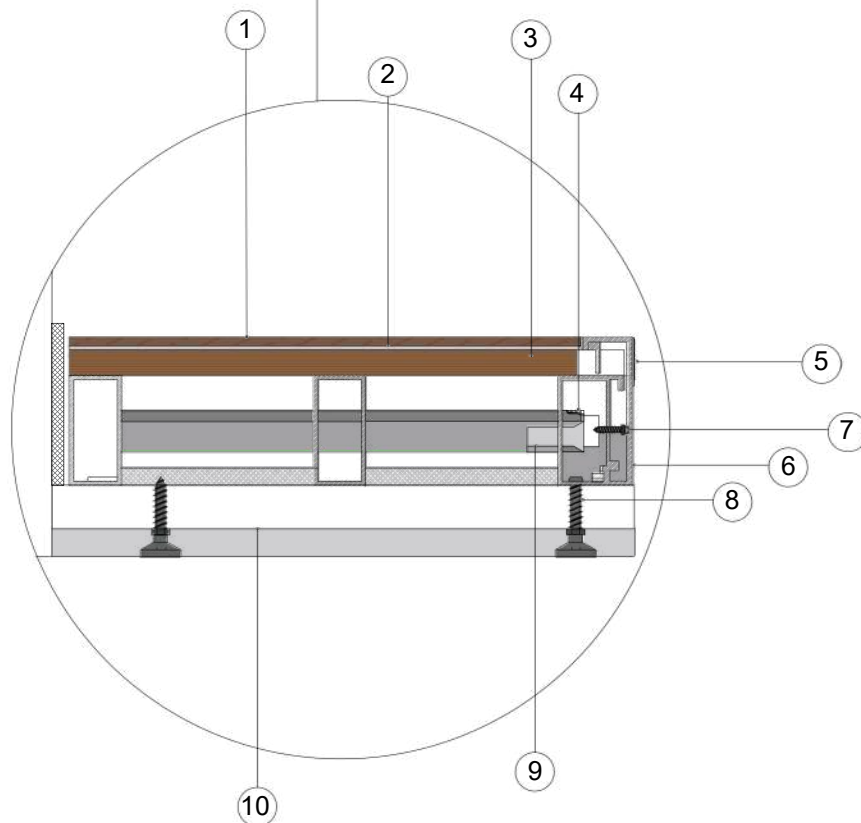
ESCALA:

1: 50

DETALLE D - PLATAFORMA STAND:



CORTE B-B



LEYENDA:

- 1 - Acabado piso vinílico
- 2 - Adhesivo de alta adherencia
- 3 - Tablero MDF 18mm (sub-piso)
- 4 - Conexión herraje lock (oculto)
- 5 - Perfil U para remate - aluminio 2mm
- 6 - Perfil C de aluminio 2mm
- 7 - Tornillo cabeza avellanada \varnothing 4.2 mm
- 8 - Perno nivelador ajustable \varnothing 10 mm
- 9 - Aislante acústico/vibración
- 10 - (Piso de recinto) Perfiles metálicos

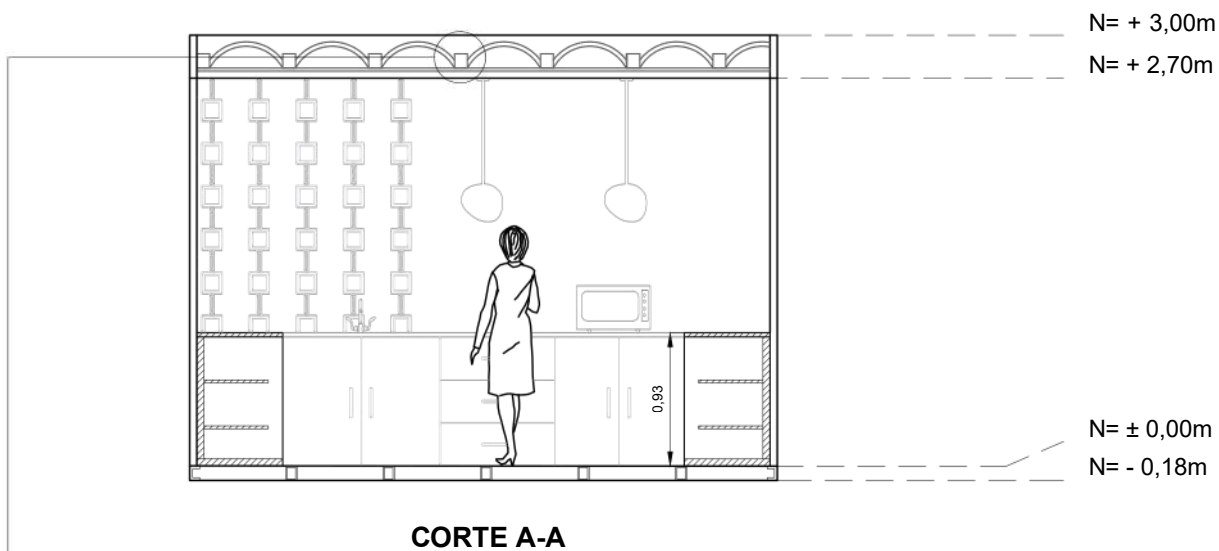
TIPO DE PLANTA:

14 Detalle Constructivo Plataforma

ESCALA:

1 : 50

**DETALLE E - INSTALACIÓN DE CIELO RASO CON
PANELES CURVEADOS Y ACABADO DE PAJA
TOQUILLA:**



LEYENDA:

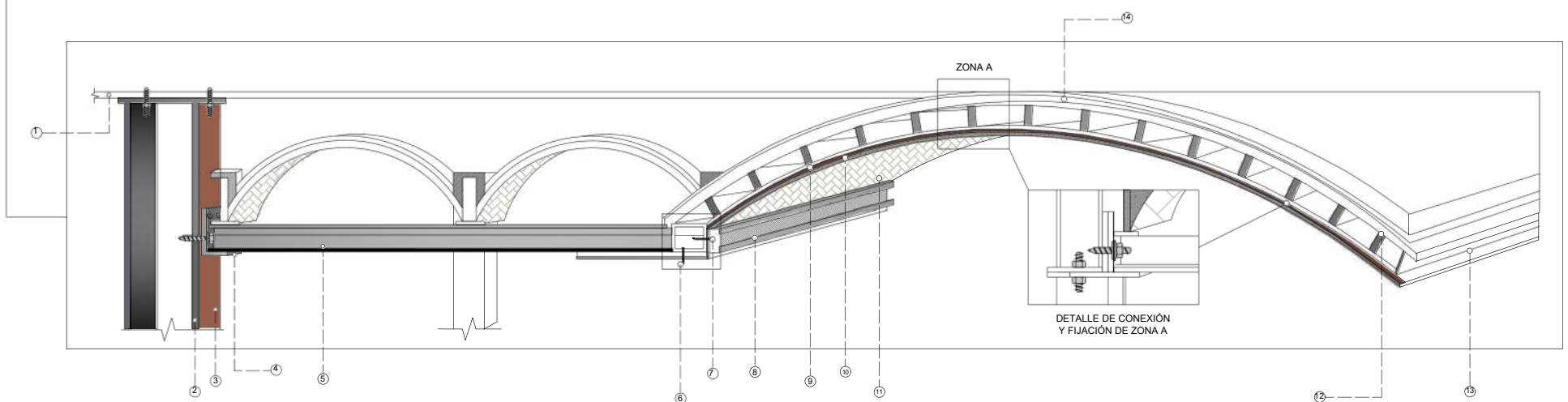
- 1 - Sistema de Anclaje a estructura de soporte superior
- 2 - Columna de aluminio estructural 8x8cm
- 3 - Tablero MDF melamínico 12mm tono marrón oscuro
- 4 - Viga de soporte secundario de aluminio 40x40mm
- 5 - Sistema de anclaje a estructura a soporte superior
- 6 - Tuerco de martillo para perfil (T-SLOT NUT)
- 7 - Tornillo autorroscante avellanado Ø 4.2 x 32 mm
- 8 - Perfil C de aluminio
- 9 - Placas ranuradas de aluminio 18mm
- 10 - Capa de adhesivo de alta adherencia
- 11 - Recubrimiento de paja toquilla natural tejida (malla)
- 12 - Bastidor de perfil de aluminio curvado C-Chanel
- 13 - Solera de soporte horizontal
- 14 - Panel MDF Flexible 5mm

TIPO DE PLANTA:

11 Detalle Constructivo A

ESCALA:

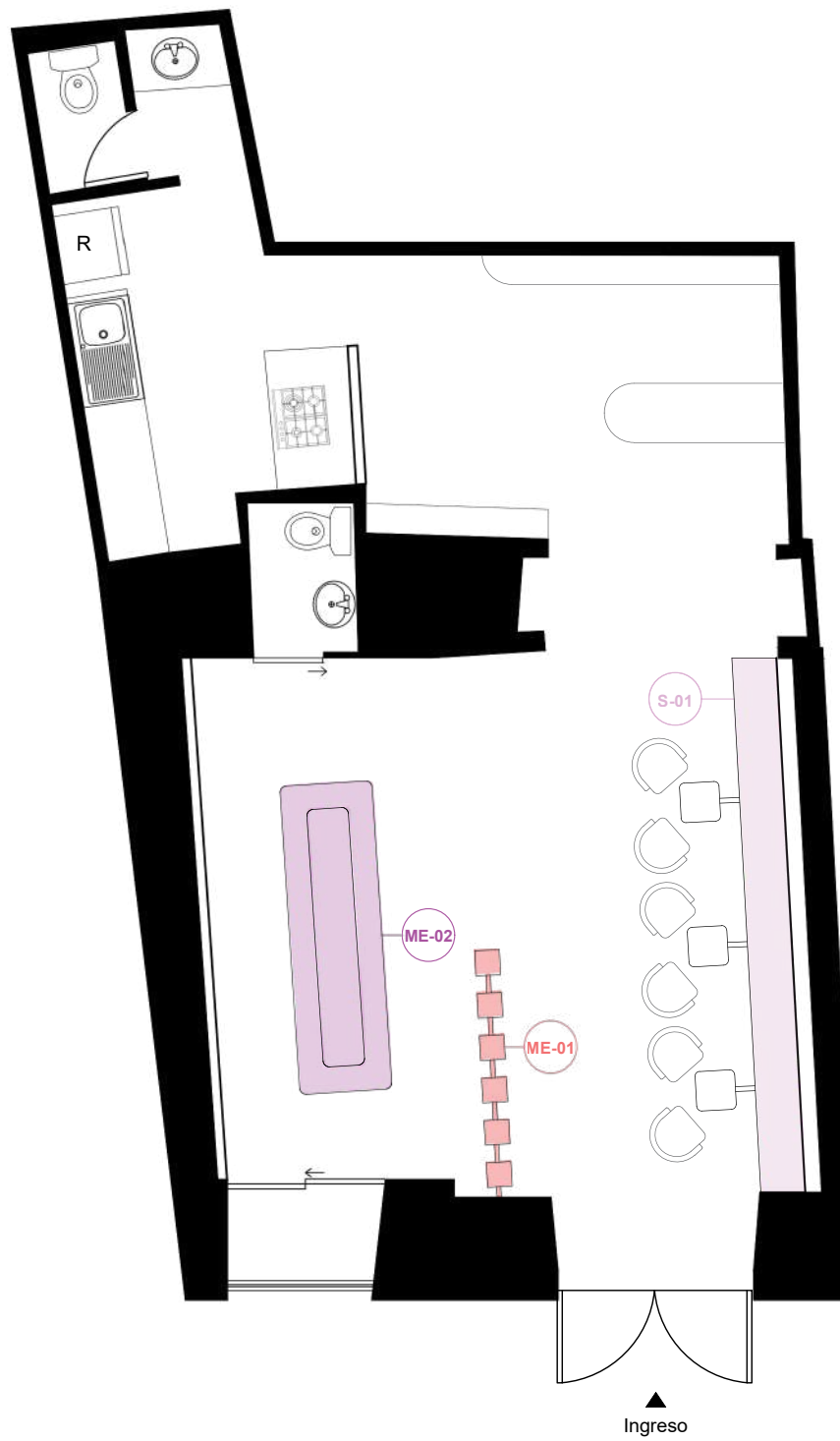
1 : 50



4.4

FICHAS TÉCNICAS DE MOBILIARIO

PLANTA DE MOBILIARIO - LOCAL PRINCIPAL:



ESCALA: 1:75

S-01 BANCA DE CAFETERÍA

Especificaciones:

01. Estructura base elaborada en MDF RH o tablero contrachapado, adecuada para mobiliario fijo de uso interior.
02. Revestimiento exterior visible en madera tipo tzalam con acabado mate.
03. Asiento y respaldo conformados con base rígida, espuma de alta densidad y tapizado en textil tipo bouclé.
04. Respaldo de diseño lineal con modulación horizontal para mayor confort y continuidad visual.
05. Mesas individuales laterales elaboradas en madera, fijadas mediante soporte metálico.
06. Soportes de mesa en acero inoxidable con acabado negro mate.



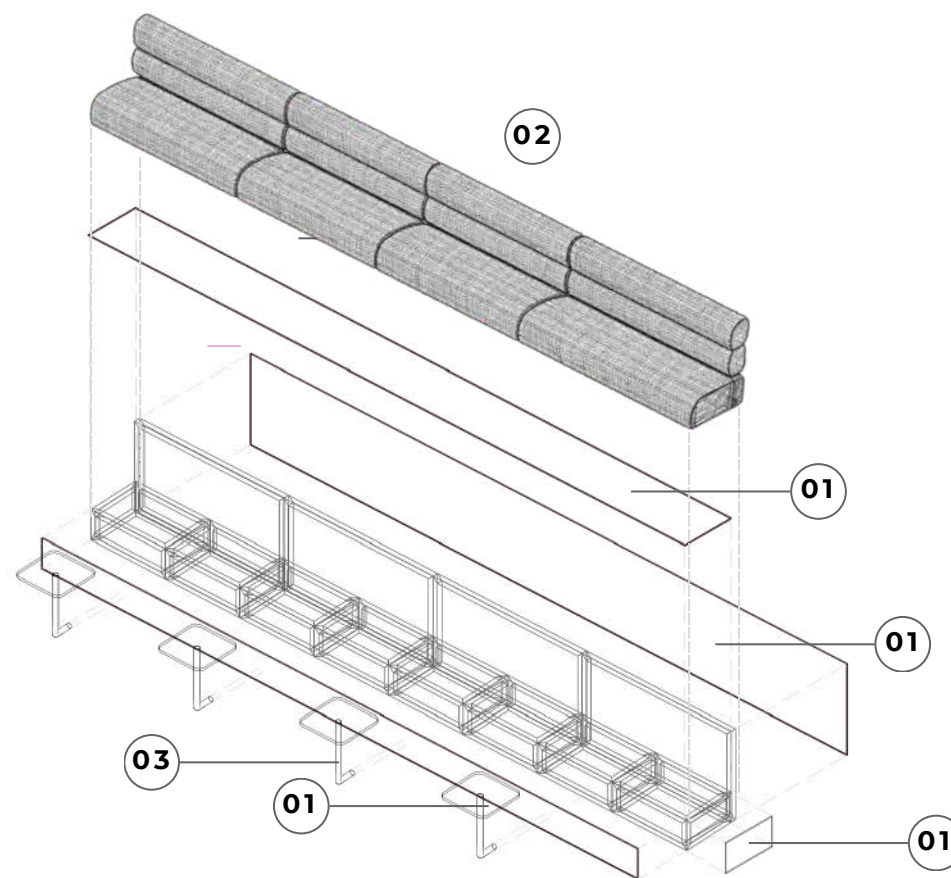
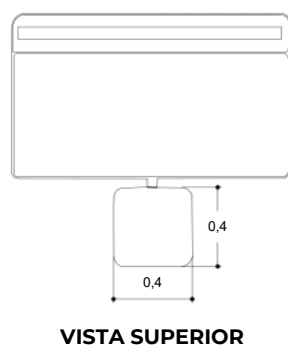
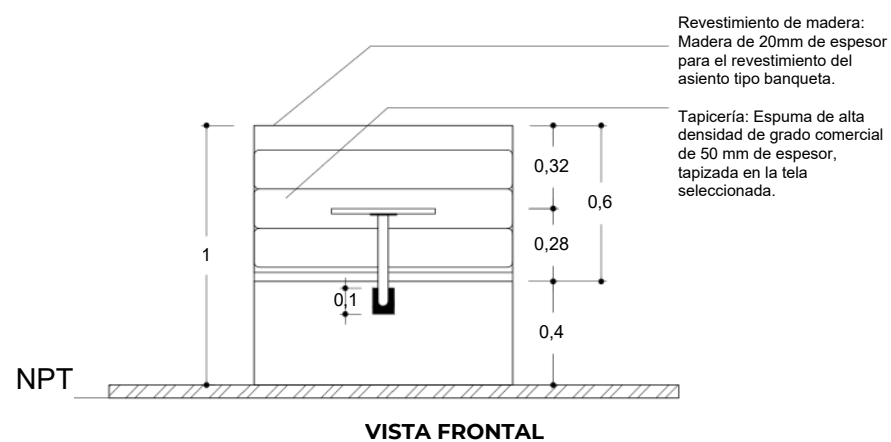
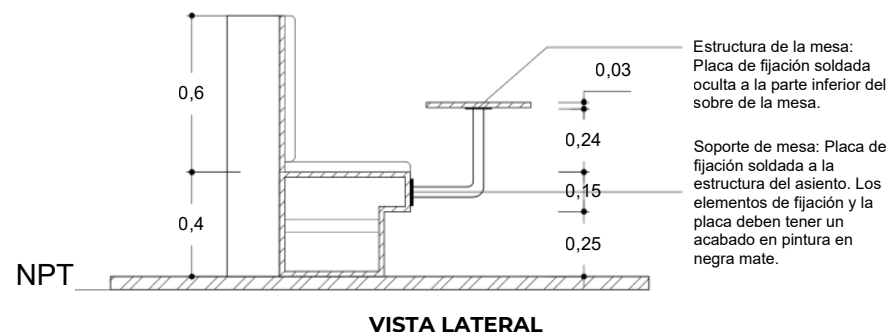
IMAGEN DE REFERENCIA

Descripción:

Banca corrida de cafetería diseñada para uso fijo, compuesta por asiento continuo acolchado y respaldo tapizado de altura media. Incorpora pequeñas mesas individuales adosadas para apoyo de alimentos o bebidas, integrándose como un elemento funcional y confortable para áreas de permanencia y consumo.



ESCALA: 1 : 50



Materiales:



ME-01 ESTRUCTURA MUSEOGRÁFICA

Especificaciones:

01. Estructura principal fabricada en acero inoxidable o acero pintado con acabado negro mate.
02. Cubos de exhibición elaborados en acrílico transparente o acrílico de color, ensamblados con uniones discretas.
03. Sistema de fijación superior e inferior que garantiza estabilidad, alineación y correcta modulación de los elementos colgantes.

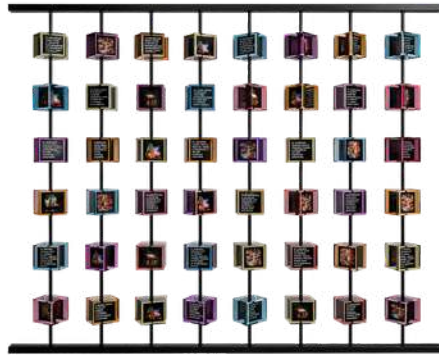


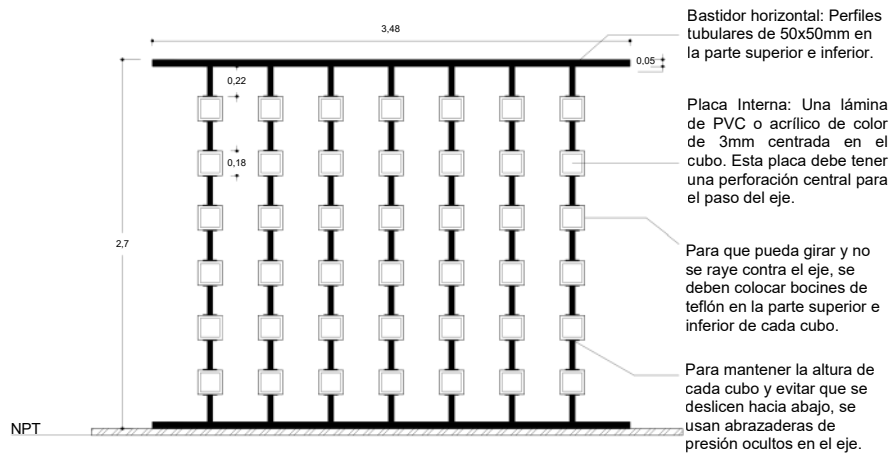
IMAGEN DE REFERENCIA

Descripción:

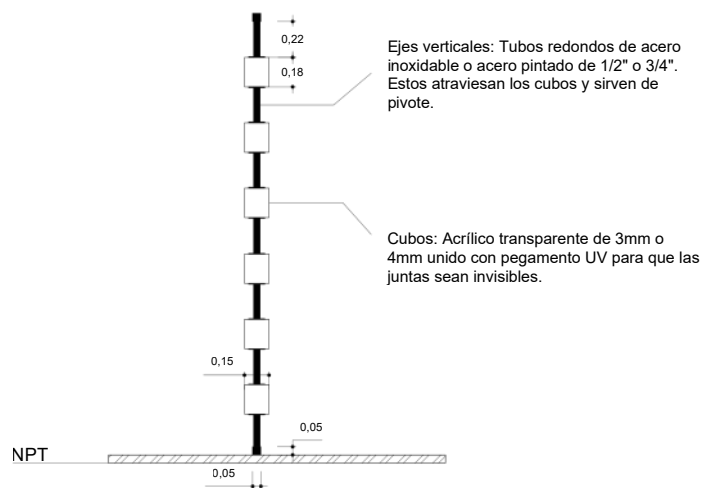
Estructura museográfica modular de exhibición compuesta por bastidores metálicos y elementos suspendidos en acrílico. Diseñada para funcionar como soporte expositivo y separador visual dentro del recorrido, permitiendo una lectura ligera, permeable y dinámica del contenido museográfico.



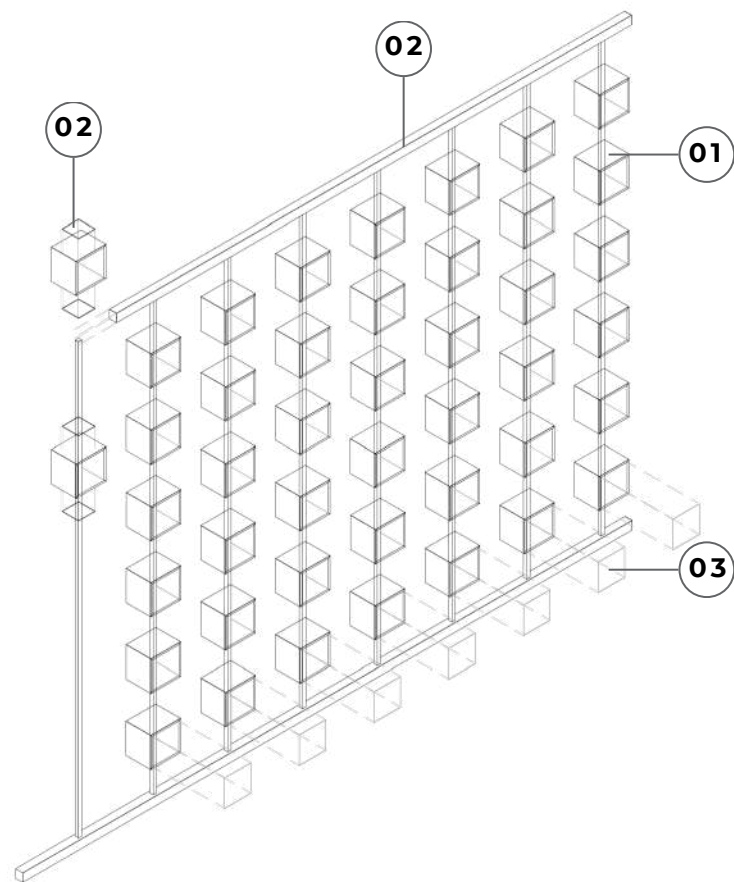
ESCALA: 1 : 50



VISTA FRONTAL



VISTA LATERAL



AXONOMETRÍA

Materiales:



01 ACRÍLICOS DE COLORES.



02 ACERO INOXIDABLE



03 LÁMINA DE PVC PARA TEXTOS

ME-02 MOBILIARIO DE DULCES

Especificaciones:

01. Estructura principal fabricada en MDF de 18 mm con acabado laminado plástico de alta resistencia.
02. Superficie superior equipada con divisiones en acrílico transparente para la organización y separación de los productos exhibidos.
03. Compartimentos laterales diseñados para el sistema de autoservicio y almacenamiento accesible de dulces o productos complementarios.
04. Revestimiento lateral en paja toquilla o fibra natural tejida, incorporado como elemento identitario y decorativo.



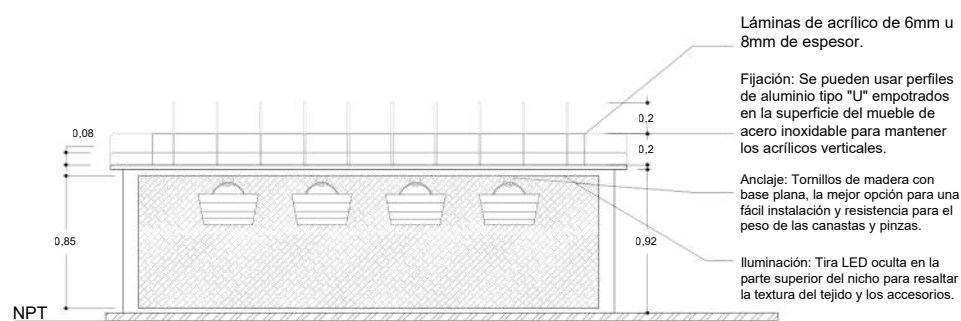
Descripción:

Mobiliario diseñado para la presentación y organización de dulces tradicionales, compuesto por una superficie superior de exhibición y compartimentos laterales destinados al autoservicio. Su diseño permite una visualización ordenada del producto, facilitando tanto la interacción del usuario como la accesibilidad durante la experiencia de compra o recorrido.

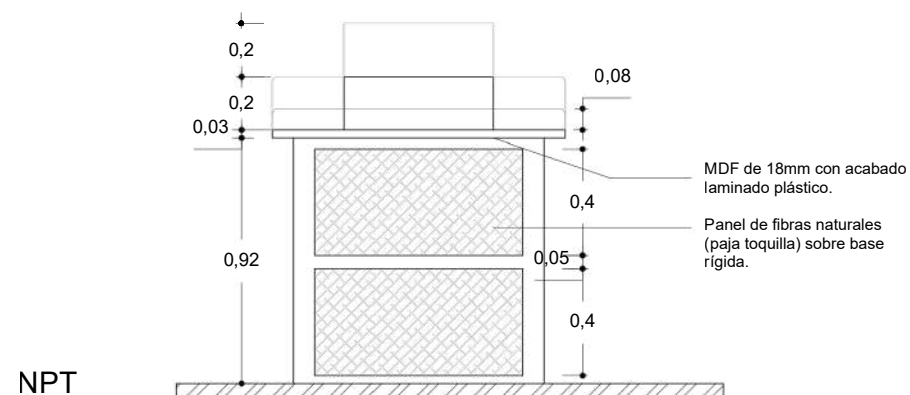


IMAGEN DE REFERENCIA

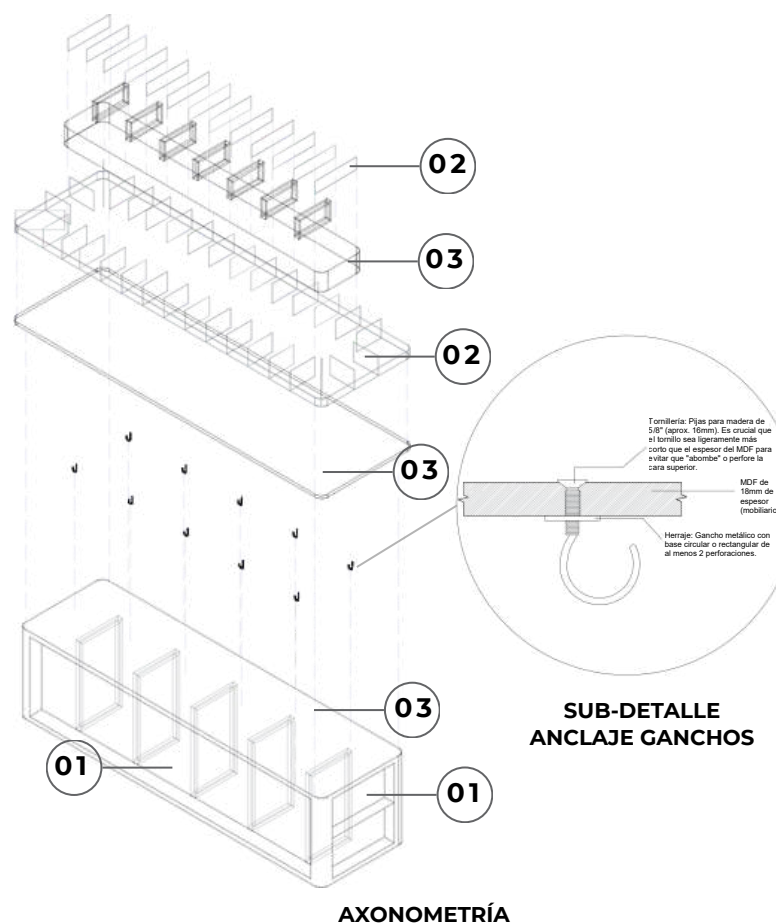
ESCALA: 1:50



VISTA FRONTAL



VISTA LATERAL



Materiales:



01 PAJA TOQUILLA

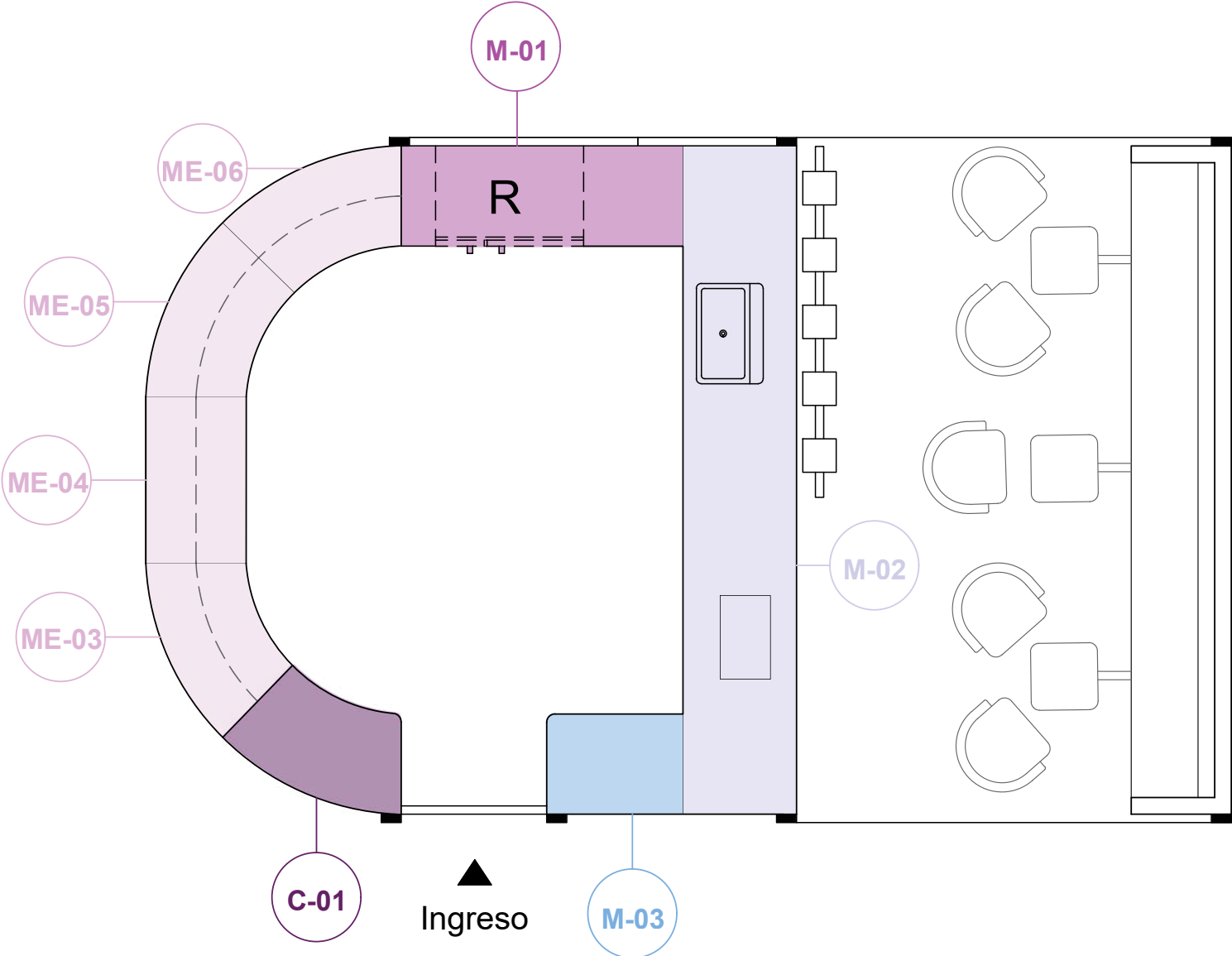


02 ACRÍLICO TRANSPARENTE



03 MDF 18MM CON ACABADO LAMINADO PLÁSTICO

PLANTA DE MOBILIARIO - STAND COMERCIAL:



ESCALA: 1 : 75

C-01 COUNTER

Especificaciones:

01. Estructura principal elaborada en MDF de 18 mm para garantizar estabilidad y resistencia en uso comercial.
02. Revestimiento exterior en azulejo cerámico blanco, aplicado como acabado visible en el frente y laterales del módulo.
03. Cubierta superior en granito, apta para contacto continuo, apoyo de productos y fácil limpieza.
04. Diseño frontal curvo que favorece la accesibilidad, la interacción directa con el cliente y la integración formal con el stand.

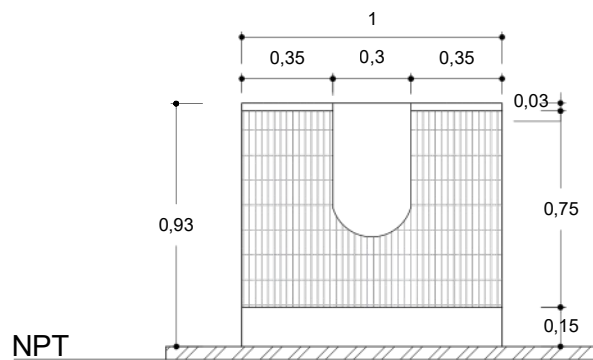
Descripción:

Módulo counter diseñado para el área de atención al cliente dentro del stand, concebido como punto principal de recepción, toma de pedidos e interacción con el usuario. Su diseño curvo y compacto optimiza la funcionalidad operativa, al tiempo que refuerza la identidad visual del espacio mediante acabados limpios, resistentes y de fácil mantenimiento.

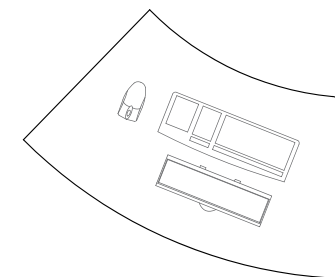


IMAGEN DE REFERENCIA

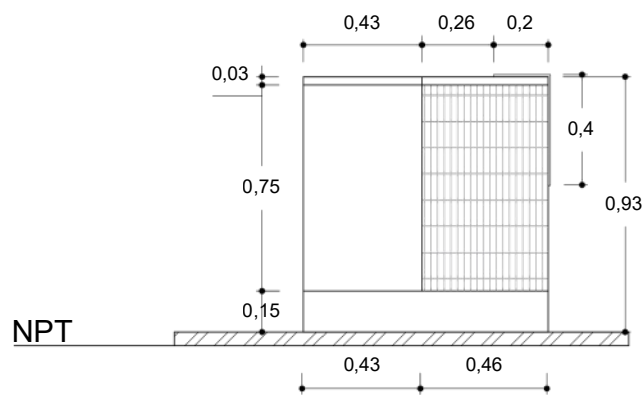
ESCALA: 1:50



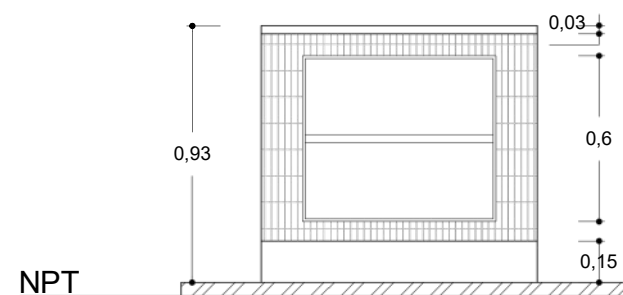
VISTA FRONTAL



VISTA SUPERIOR



VISTA LATERAL



VISTA POSTERIOR

Materiales:



01 AZULEJO CERÁMICO BLANCO



02 MDF 18MM CON ACABADO LAMINADO PLÁSTICO



03 GRANITO

ME - 03 MOBILIARIO EXHIBICIÓN

Especificaciones:

01. Estructura principal elaborada en MDF de 18 mm.
02. Revestimiento exterior en panelería WPC de color fucsia, aplicada en el frente curvo del módulo.
03. Vitrina superior fabricada en vidrio transparente.
04. Configuración modular diseñada para integrarse con otros tres módulos iguales, generando una composición curva continua dentro del stand.
05. Superficie interior apta para la organización, exhibición y visualización directa de dulces o productos similares.

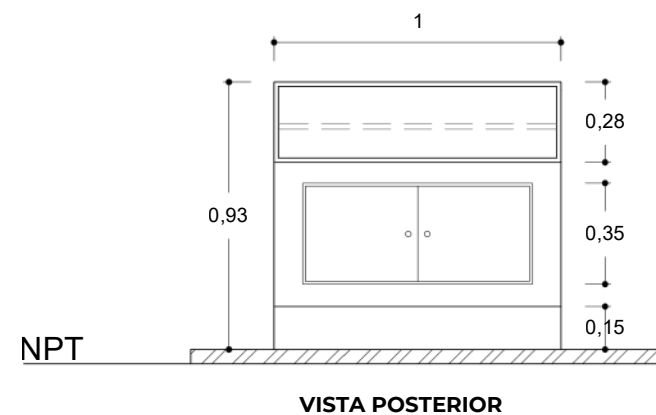
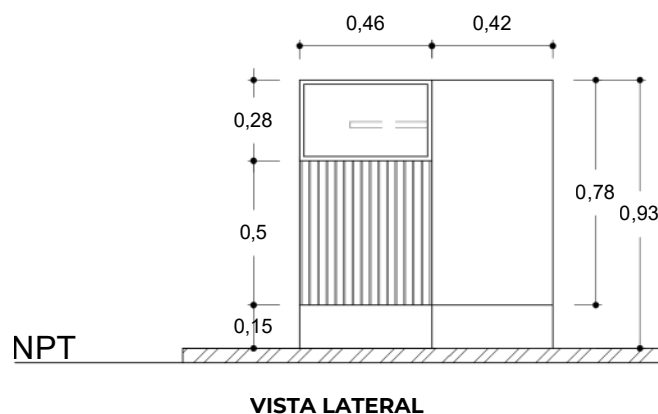
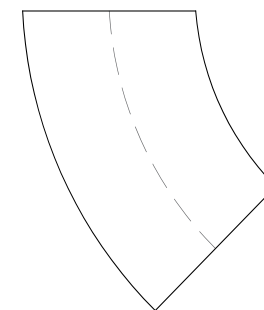
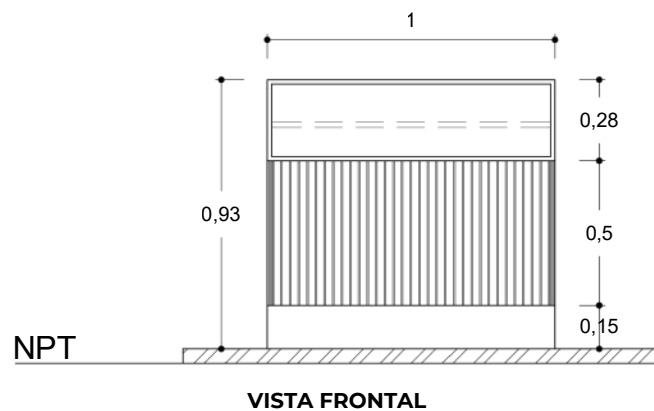
Descripción:

Módulo de exhibición diseñado para el área de exposición de dulces dentro del stand, concebido como parte de un sistema compuesto por cuatro unidades modulares que, en conjunto, conforman una pieza curva continua. Su diseño integra una base sólida con acabado texturizado y una vitrina superior de exposición, permitiendo una presentación ordenada, visible y atractiva del producto.



IMAGEN DE REFERENCIA

ESCALA: 1:50



Materiales:



01 PANELERÍA WPC



02 MDF 18MM CON ACABADO LAMINADO PLÁSTICO



03 VIDRIO

ME - 04 MOBILIARIO EXHIBICIÓN

Especificaciones:

01. Estructura principal elaborada en MDF de 18 mm.
02. Revestimiento exterior en panelería WPC de color fucsia, aplicada en el frente curvo del módulo.
03. Vitrina superior fabricada en vidrio transparente.
04. Configuración modular diseñada para integrarse con otros tres módulos iguales, generando una composición curva continua dentro del stand.
05. Superficie interior apta para la organización, exhibición y visualización directa de dulces o productos similares.

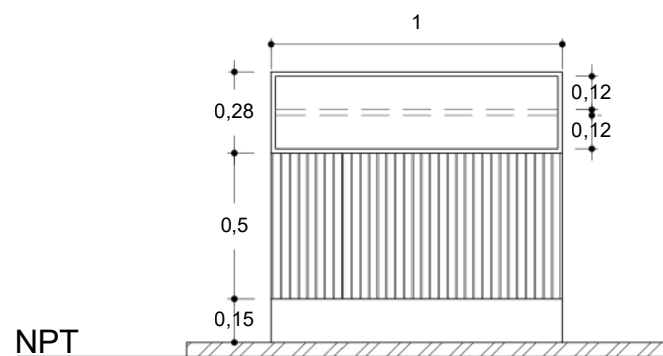
Descripción:

Módulo de exhibición diseñado para el área de exposición de dulces dentro del stand, concebido como parte de un sistema compuesto por cuatro unidades modulares que, en conjunto, conforman una pieza curva continua. Su diseño integra una base sólida con acabado texturizado y una vitrina superior de exposición, permitiendo una presentación ordenada, visible y atractiva del producto.

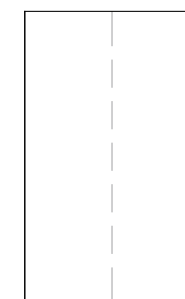


IMAGEN DE REFERENCIA

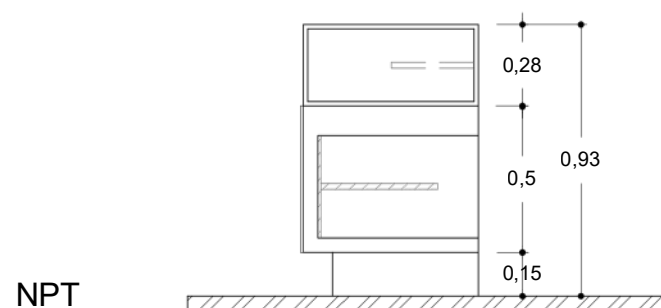
ESCALA: 1:50



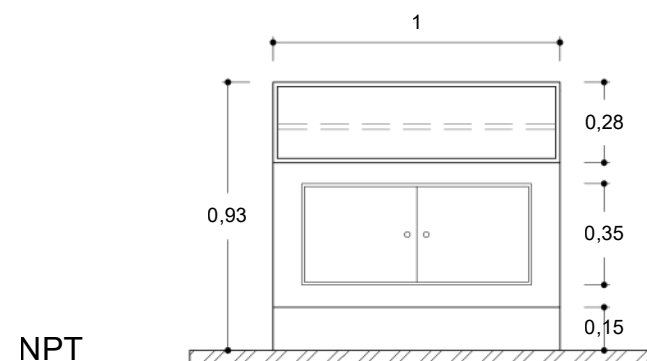
VISTA FRONTAL



VISTA SUPERIOR



VISTA LATERAL



VISTA POSTERIOR

Materiales:



01 PANELERÍA WPC



02 MDF 18MM CON ACABADO LAMINADO PLÁSTICO



03 VIDRIO

ME - 05 MOBILIARIO EXHIBICIÓN

Especificaciones:

01. Estructura principal elaborada en MDF de 18 mm.
02. Revestimiento exterior en panelería WPC de color fucsia, aplicada en el frente curvo del módulo.
03. Vitrina superior fabricada en vidrio transparente.
04. Configuración modular diseñada para integrarse con otros tres módulos iguales, generando una composición curva continua dentro del stand.
05. Superficie interior apta para la organización, exhibición y visualización directa de dulces o productos similares.

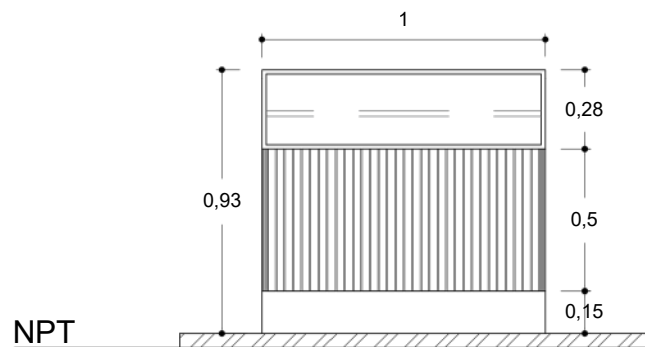
Descripción:

Módulo de exhibición diseñado para el área de exposición de dulces dentro del stand, concebido como parte de un sistema compuesto por cuatro unidades modulares que, en conjunto, conforman una pieza curva continua. Su diseño integra una base sólida con acabado texturizado y una vitrina superior de exposición, permitiendo una presentación ordenada, visible y atractiva del producto.

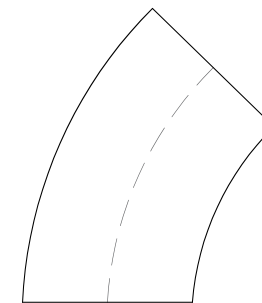


IMAGEN DE REFERENCIA

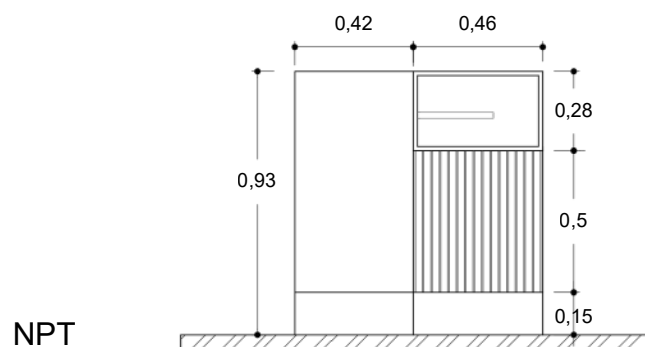
ESCALA: 1:50



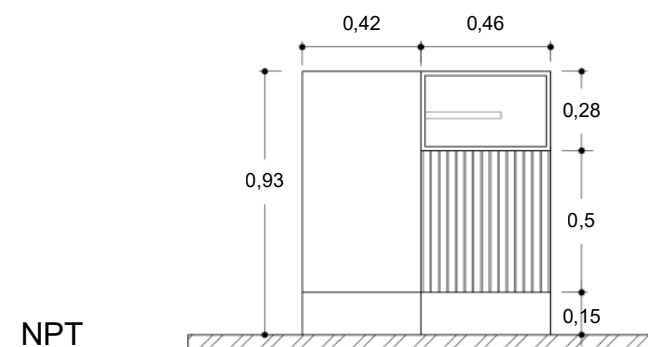
VISTA FRONTAL



VISTA SUPERIOR



VISTA LATERAL



VISTA POSTERIOR

Materiales:



01 PANELERÍA WPC



02 MDF 18MM CON ACABADO LAMINADO PLÁSTICO



03 VIDRIO

ME - 06 MOBILIARIO EXHIBICIÓN

Especificaciones:

01. Estructura principal elaborada en MDF de 18 mm.
02. Revestimiento exterior en panelería WPC de color fucsia, aplicada en el frente curvo del módulo.
03. Vitrina superior fabricada en vidrio transparente.
04. Configuración modular diseñada para integrarse con otros tres módulos iguales, generando una composición curva continua dentro del stand.
05. Superficie interior apta para la organización, exhibición y visualización directa de dulces o productos similares.

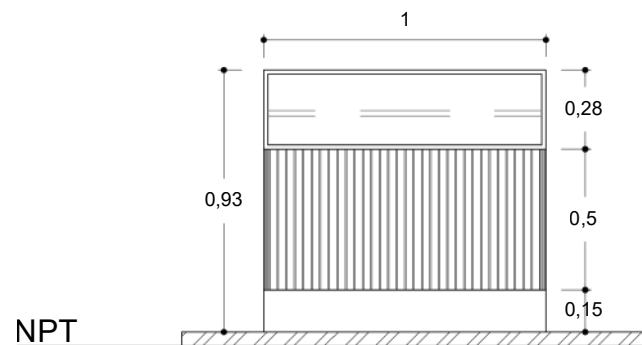
Descripción:

Módulo de exhibición diseñado para el área de exposición de dulces dentro del stand, concebido como parte de un sistema compuesto por cuatro unidades modulares que, en conjunto, conforman una pieza curva continua. Su diseño integra una base sólida con acabado texturizado y una vitrina superior de exposición, permitiendo una presentación ordenada, visible y atractiva del producto.

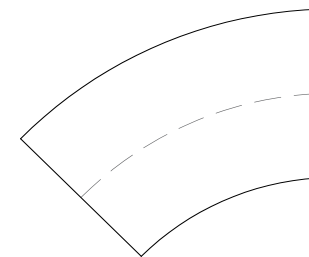


IMAGEN DE REFERENCIA

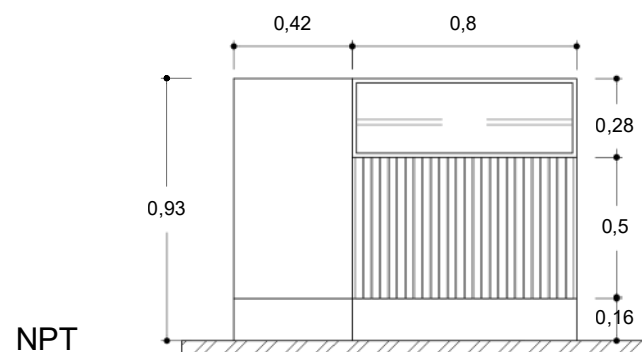
ESCALA: 1:50



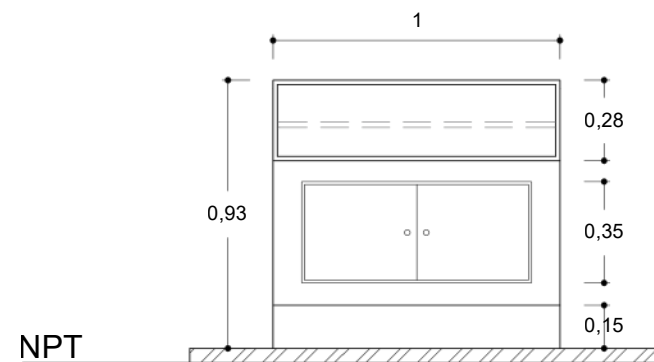
VISTA FRONTAL



VISTA SUPERIOR



VISTA LATERAL



VISTA POSTERIOR

Materiales:



01 PANELERÍA WPC



02 MDF 18MM CON ACABADO LAMINADO PLÁSTICO



03 VIDRIO

M - 01 MOBILIARIO DE TRABAJO

Especificaciones:

01. Estructura principal elaborada en MDF de 18 mm.
02. Revestimiento exterior en azulejo cerámico blanco.
03. Cubierta superior en granito, apta para preparación, apoyo de productos y fácil limpieza.
04. Zócalo inferior revestido en madera sólida de tzalam con acabado mate.
05. Compartimiento interior diseñado para la integración de una refrigeradora compacta, favoreciendo la operatividad del área de trabajo.

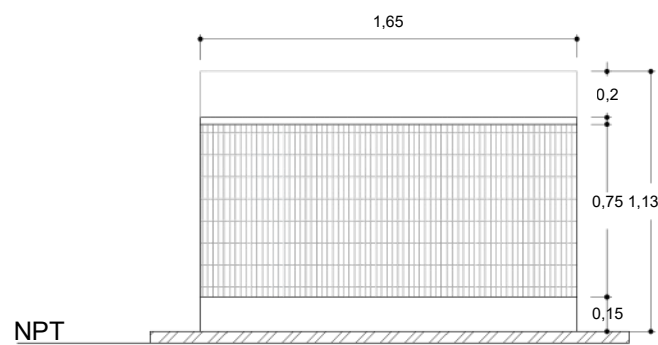
Descripción:

Módulo de apoyo operativo diseñado para el área de trabajo y almacenamiento dentro del stand, concebido para facilitar la organización interna, el soporte funcional y la integración de equipos complementarios como una refrigeradora compacta. Su composición prioriza practicidad, resistencia y continuidad material con el resto del mobiliario del proyecto.

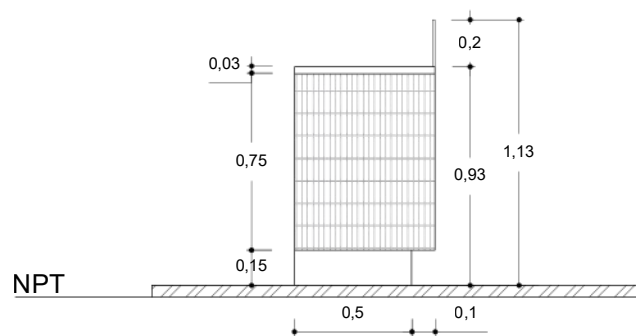


IMAGEN DE REFERENCIA

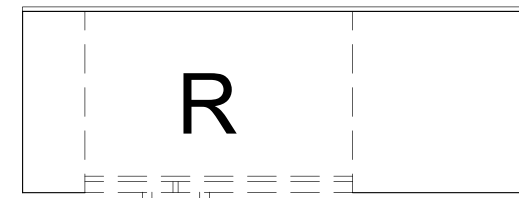
ESCALA: 1 : 50



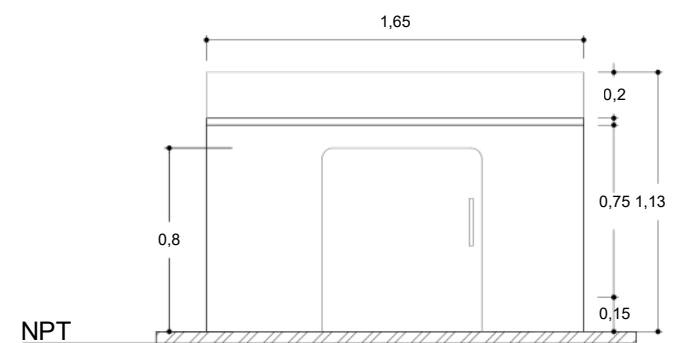
VISTA FRONTAL



VISTA LATERAL



VISTA SUPERIOR



VISTA POSTERIOR

Materiales:



01 AZULEJO CERÁMICO BLANCO



02 MADERA SÓLIDA DE TZALÁM / MATE.



03 GRANITO

M - 02 MOBILIARIO DE ALMACENAMIENTO

Especificaciones:

01. Estructura principal elaborada en MDF de 18 mm.
02. Revestimiento exterior en azulejo cerámico blanco.
03. Cubierta superior en granito, apta para preparación, apoyo de productos y fácil limpieza.
04. Zócalo inferior revestido en madera sólida de tzalam con acabado mate.
05. Incorporación de fregadero superior integrado, destinado a labores de limpieza y apoyo operativo dentro del stand.
06. Módulos inferiores compuestos por cajoneras y compartimentos de almacenamiento, diseñados para la organización de utensilios, insumos y elementos de trabajo.

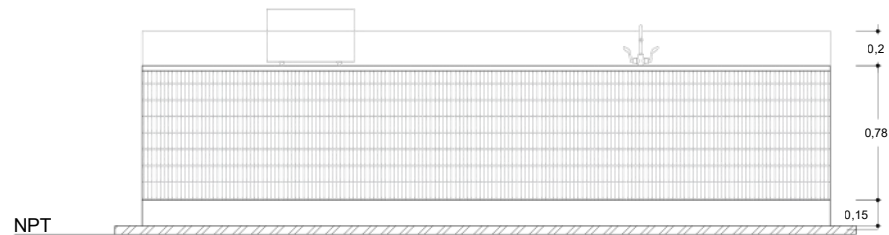
Descripción:

Módulo de trabajo y almacenamiento diseñado para el soporte operativo del stand, equipado con superficie de apoyo, cajoneras y fregadero integrado. Su configuración permite organizar utensilios, insumos y procesos de preparación, facilitando el funcionamiento interno del espacio de manera práctica, higiénica y eficiente.

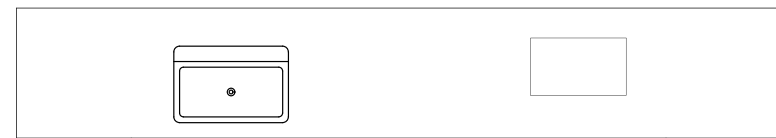


IMAGEN DE REFERENCIA

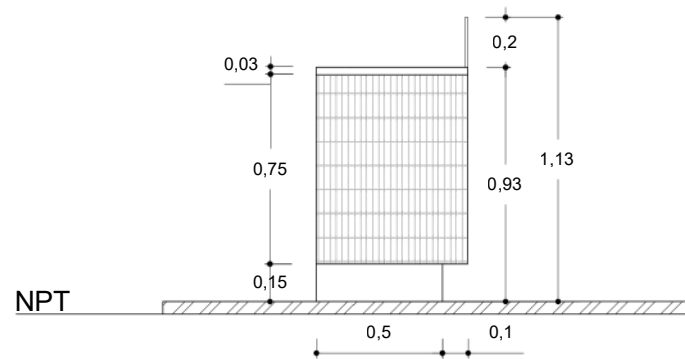
ESCALA: 1:50



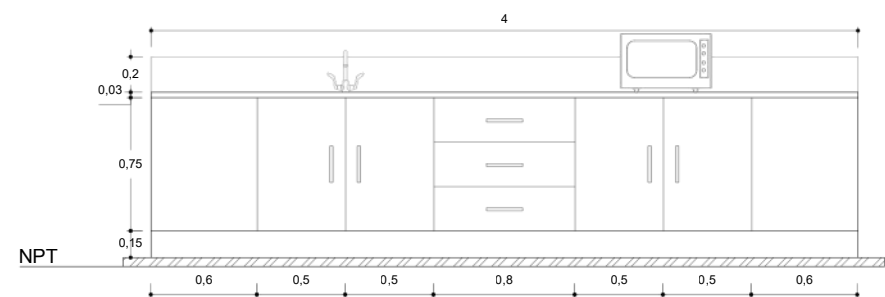
VISTA FRONTAL



VISTA SUPERIOR



VISTA LATERAL



VISTA POSTERIOR

Materiales:



01 AZULEJO CERÁMICO BLANCO



02 MADERA SÓLIDA DE TZALÁM / MATE.



03 GRANITO

M - 03 MOBILIARIO DE TRABAJO

Especificaciones:

01. Estructura principal elaborada en MDF de 18 mm.
02. Revestimiento exterior en azulejo cerámico blanco.
03. Cubierta superior en granito, apta para apoyo de productos y fácil limpieza.
04. Zócalo inferior revestido en madera sólida de tzalam con acabado mate.
05. Compartimentos interiores con repisas de almacenamiento.
06. Frente principal con aplicación gráfica del logotipo de la marca, reforzando la identidad visual y presencia comercial del módulo.

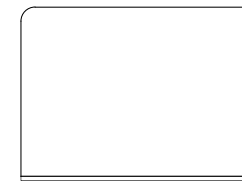
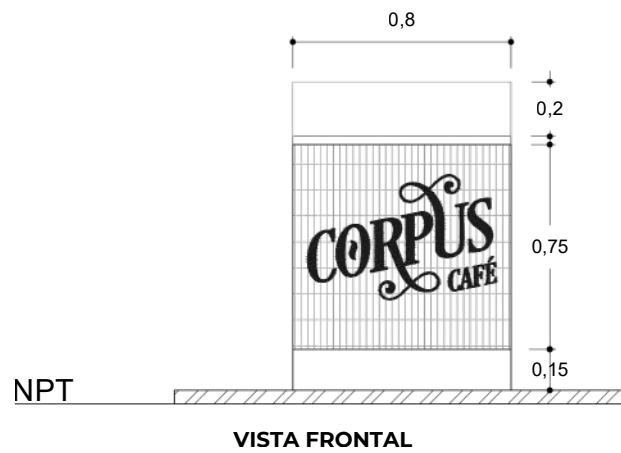
Descripción:

Módulo de trabajo y almacenamiento diseñado para complementar el funcionamiento interno del stand, incorporando repisas de organización y una superficie superior de apoyo. Su composición integra funciones operativas y comunicacionales, ya que además de servir como elemento de guardado, incorpora el logotipo de la marca en su frente como recurso de identidad visual y reconocimiento comercial.

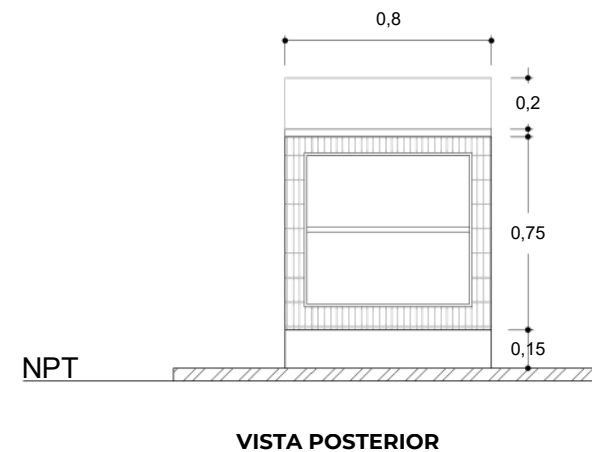
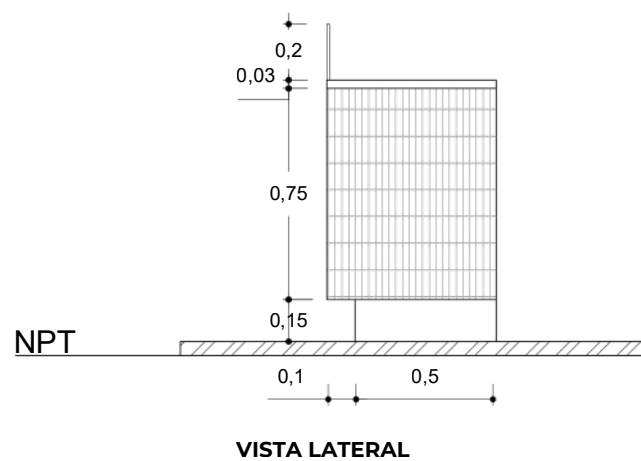


IMAGEN DE REFERENCIA

ESCALA: 1: 50



VISTA SUPERIOR



Materiales:



01 AZULEJO CERÁMICO BLANCO



02 MADERA SÓLIDA DE TZALÁM / MATE.



03 GRANITO

OS

JUSTIFICACIÓN

5.1 INTRODUCCIÓN

El presente capítulo tiene como finalidad fundamentar la pertinencia y validez de la propuesta de diseño interior desarrollada para “Corpus Café”, evidenciando las razones conceptuales, culturales, funcionales y experienciales que respaldan el proyecto. A partir de los lineamientos planteados en los capítulos anteriores, la propuesta se entiende como una intervención que trasciende lo estético para consolidarse como un medio de comunicación cultural y conexión emocional con el usuario.

La justificación del proyecto se sustenta en la integración de estrategias de storytelling, recursos museográficos, identidad cultural y experiencia del usuario como herramientas capaces de fortalecer el valor espacial y simbólico de la cafetería.

En este sentido, cada decisión proyectual —desde la selección de materiales y elementos iconográficos hasta la organización narrativa del recorrido— responde a una intención de generar experiencias inmersivas y coherentes con la identidad de la marca y la festividad del Corpus Christi.

De esta manera, el capítulo permite demostrar cómo la propuesta no solo responde a necesidades espaciales y comerciales, sino que también aporta a la preservación y reinterpretación contemporánea de la memoria cultural cuencana mediante el diseño interior.

05. JUSTIFICACIÓN

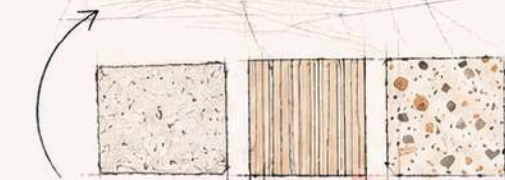
Diseñar con propósito,
para conectar personas,
cultura y bienestar.



Fortalece la identidad
local y el sentido
de pertenencia.

Genera bienestar
a través de espacios
cálidos, naturales
y auténticos.

Aporta al desarrollo
sostenible de la
comunidad y su
entorno.



Materiales locales
y técnicas artesanales
que cuentan historias.

Un espacio que honra
nuestras raíces y proyecta
un futuro consciente.



Dentro de esta última fase, se expone la propuesta final de diseño interior para “Corpus Café”, desarrollada a partir de un enfoque conceptual que integra a través del storytelling la identidad cultural, la experiencia del usuario y la museografía. A partir de estos ejes, el proyecto se entiende como un sistema relacional en el que el espacio no solo responde a criterios funcionales o estéticos, sino que actúa como un medio capaz de comunicar y construir un significado.

En este sentido, el capítulo tiene como finalidad justificar las decisiones proyectuales adoptadas, evidenciando cómo cada elemento del diseño – desde la organización espacial hasta la selección de materiales, iluminación y recursos gráficos – responde a fundamentos teóricos previamente analizados. De esta manera, la propuesta se sustenta en la idea de que el recorrido, la narrativa y la experiencia del usuario pueden articularse de forma coherente para generar un espacio con identidad y sentido.

De esta forma, este apartado permite consolidar la relación entre teoría y proyecto, demostrando que las estrategias planteadas no son decisiones aisladas, sino el resultado de un proceso reflexivo que vincula el conocimiento teórico con su aplicación en el diseño interior.

POSICIONAMIENTO CONCEPTUAL:

El presente proyecto se desarrolla desde una visión del diseño interior entendida como un medio narrativo y experiencial, capaz de articular relaciones entre el espacio, el usuario y la cultura. Desde esta perspectiva, el espacio interior no se concibe únicamente como un contenedor funcional o estético, sino como un sistema que comunica, construye significado y genera vínculos emocionales. En este sentido, el diseño se aleja de ciertos enfoques tradicionales centrados en la forma o la decoración, para posicionarse como una herramienta estratégica que integra experiencia, identidad y narrativa, lo cual se evidencia en la configuración del espacio como una experiencia secuencial, donde el usuario no solo consume, sino que recorre, interactúa y construye significado a partir del entorno (Pine II & Gilmore, 2013) (Onem & Hasirci, 2020).

Bajo esta visión, el espacio se entiende como un recorrido secuencial que guía al usuario a través de una experiencia progresiva, donde cada elemento – material, lumínico, gráfico o espacial – cumple un rol dentro de una estructura narrativa. Esta postura se respalda en la idea de que el recorrido puede llegar a configurarse como una narrativa con inicio, desarrollo y desenlace, permitiendo así que el usuario experimente el espacio de manera inmersiva (Poblete, 2023).

De igual forma, el storytelling se incorpora como una herramienta que permite al espacio comunicar mensajes y generar una conexión emocional, entendiendo al diseño como un discurso capaz de transmitir significados (Sanglier Contreras, s.f.) (Ruiz Esparza Díaz de León).

Por su parte, el usuario deja de ser un sujeto pasivo para convertirse en un agente activo que interpreta, recorre y resignifica el espacio a partir de sus percepciones sensoriales y emocionales. Por lo tanto, la experiencia no se limita al consumo, sino que se construye como una vivencia que involucra los sentidos, la memoria y la interacción con el entorno, alineado con enfoques que destacan el rol del diseño interior en la generación de bienestar, pertenencia y conexión (Onem & Hasirci, 2020).

Finalmente, la identidad se aborda como un componente fundamental del diseño, entendida no solo como una representación visual de la marca, sino como la manifestación de valores culturales y simbólicos que se integran en el espacio. En este proyecto, la identidad cultural vinculada al Corpus Christi se traduce en elementos espaciales, materiales e iconográficos que permiten comunicar una historia y fortalecer el sentido de pertenencia, considerando que cada elemento puede actuar como portador de significado dentro del entorno (Pino, 2024). De esta manera, el proyecto asume el diseño interior como un proceso integral en el que teoría y práctica se articulan para dar lugar a una propuesta coherente, significativa y contextualizada.

CONCEPTOS QUE GUÍAN AL PROYECTO:

El desarrollo del proyecto se fundamenta en cuatro conceptos principales que articulan la propuesta de diseño: Estrategias de Storytelling, Identidad Cultural, Experiencia del Usuario y Museografía. Estos conceptos no se abordan de manera aislada, sino como un sistema interrelacionado que permite construir una experiencia espacial coherente y significativa.

En primer lugar, las estrategias de **storytelling** se entienden como un conjunto de recursos que permiten comunicar ideas, emociones, y contenidos a través del espacio. Desde el enfoque teórico, el storytelling aplicado al diseño interior estructura el espacio como un discurso narrativo capaz de generar conexión con el usuario (Sanglier Contreras, s.f.) (Ruiz Esparza Díaz de León).

En el proyecto, este concepto se interpreta como la construcción de una narrativa espacial vinculada a la festividad del Corpus Christi. Como decisión de diseño, esto se traduce en la organización del espacio mediante un recorrido

secuencial compuesto por distintas zonas (entrada, mesas, dulcería, transición y counter), donde cada área representa un momento específico dentro de la historia, permitiendo que el usuario experimente el espacio de forma progresiva.

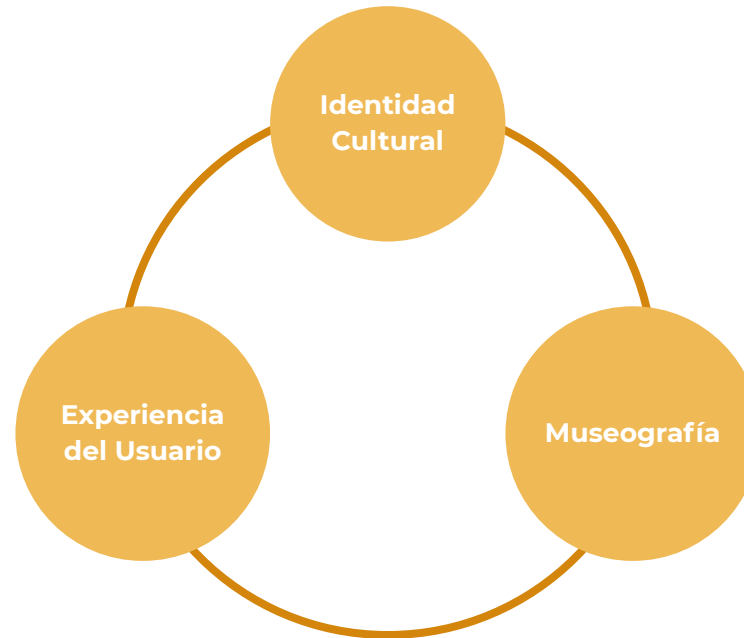


GRÁFICO 20. CONCEPTOS QUE GUÍAN AL PROYECTO - ELABORACIÓN PROPIA (2026)

En segundo lugar, la **identidad cultural** se comprende como la integración de elementos simbólicos, materiales y visuales que representan una tradición y transmiten significado. Teóricamente, estos elementos funcionan como portadores de memoria y sentido dentro del espacio (Pino, 2024). En el proyecto, la identidad cultural se interpreta como la necesidad de reinterpretar la festividad del Corpus Christi en un lenguaje contemporáneo. Esta intención se materializa en decisiones como el uso de materiales locales, la incorporación de iconografía festiva (castillos, dulces, elementos simbólicos) y la aplicación de una paleta cromática que remite a la celebración, evitando una reproducción literal y apostando por una reinterpretación espacial.

Por otro lado, la **experiencia del usuario** se entiende como el conjunto de percepciones sensoriales, emocionales y espaciales que se generan durante la interacción con el entorno. Desde la teoría del diseño experiencial, se plantea que los espacios pueden diseñarse como escenarios capaces de generar experiencias memorables (Pine II & Gilmore, 2013), así como entornos que influyen en el bienestar y la percepción del usuario (Onem & Hasirci, 2020). En el proyecto, este concepto se interpreta como la necesidad de generar una experiencia inmersiva que involucre los sentidos y conecte al usuario con la narrativa del lugar.

Esto se traduce en decisiones como el uso de iluminación puntual, la incorporación de texturas materiales, la ambientación del espacio y la configuración de atmósferas que acompañan el recorrido y refuerzan la experiencia.

Finalmente, la **museografía** se entiende como el uso de recursos expositivos para organizar, comunicar y poner en valor contenidos dentro de un espacio. Teóricamente, estos recursos permiten guiar la percepción del usuario y generar una experiencia visual y emocional, así como destacar productos mediante el uso estratégico de materiales, color y recorridos (Garces Mendoza, 2019).

En el proyecto, la museografía se interpreta como una estrategia para transformar la cafetería en un espacio que no solo ofrece productos, sino que también comunica su origen y significado cultural. Como decisión de diseño, esto se materializa en la incorporación de módulos expositivos, frases narrativas e iluminación focal que destacan los elementos clave del recorrido, reforzando el carácter educativo y comunicativo del espacio.

En conjunto, estos conceptos permiten estructurar el proyecto como un sistema integral donde cada decisión de diseño responde a una intención narrativa, sensorial y cultural, consolidando una propuesta coherente entre teoría y práctica.

5.2

INFOGRAFÍAS

IDENTIDAD CULTURAL

1. Panel decorativo con canastas artesanales:

El uso de canastas trasciende lo ornamental para convertirse en un dispositivo narrativo. Estas piezas, organizadas de manera compositiva, funcionan como un recurso multisensorial que aporta profundidad, color y significado, reforzando la idea de lo hecho a mano como valor cultural.

2. Cielo Raso con aplicación de paja toquilla:

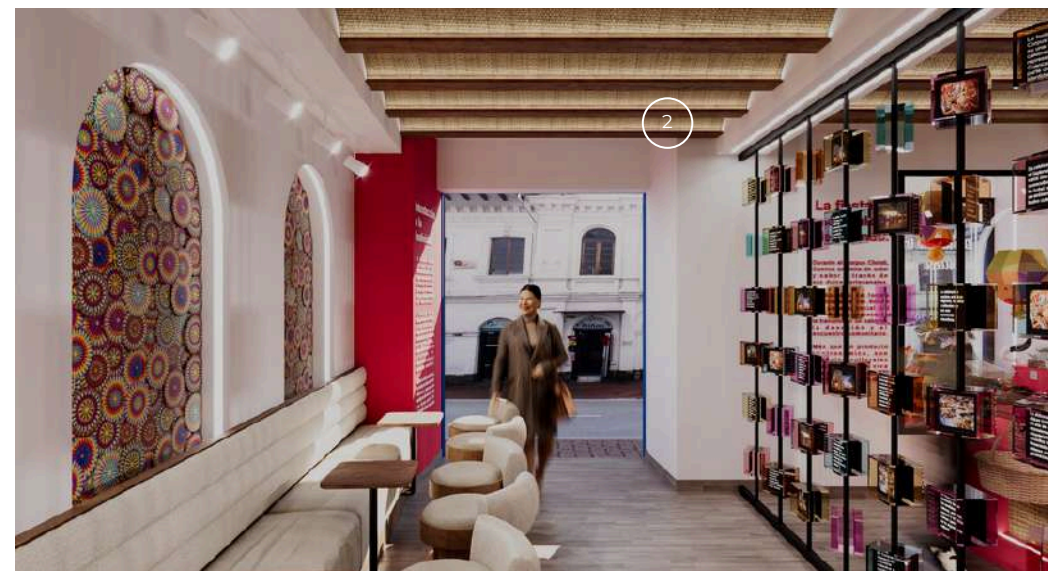
Este elemento además de cumplir una función estética, actúa como un recurso de identidad material. La paja toquilla, al ser un material tradicional de la región, introduce una capa simbólica que conecta el espacio con los saberes artesanales locales.

3. Mural gráfico con referencia patrimonial:

El mural actúa como un medio de interpretación cultural, traduciendo elementos arquitectónicos e históricos en un lenguaje gráfico contemporáneo. No solo decora, sino que también comunica y educa, permitiendo al usuario reconocer los distintos referentes de la ciudad y establecer un vínculo con su contexto.



IMÁGEN 26. INTRODUCCIÓN A LA FESTIVIDAD - ELABORACIÓN PROPIA (2025)



IMÁGEN 27. INTRODUCCIÓN A LA FESTIVIDAD - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

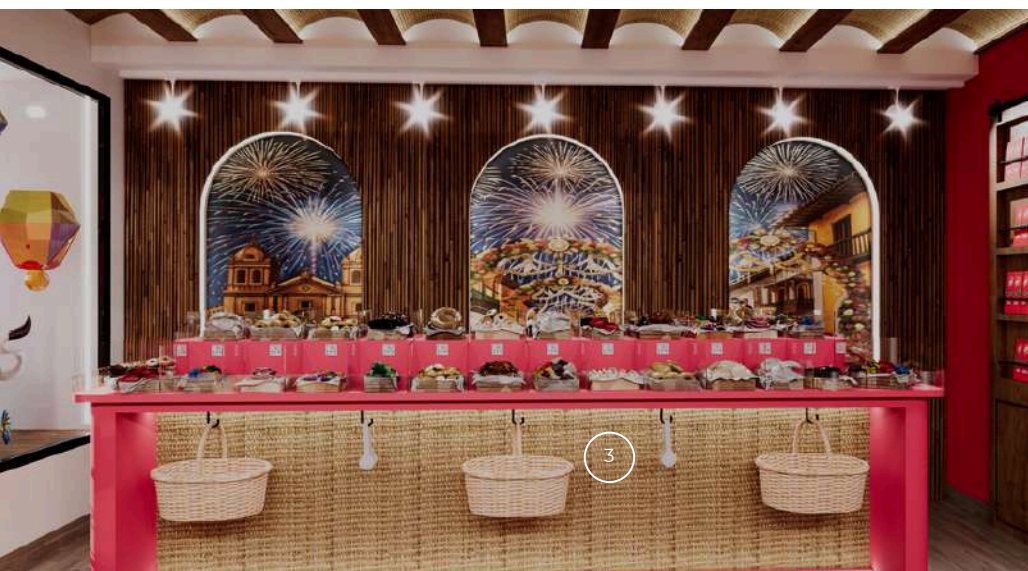


IMÁGEN 28. CORPUS CAFE COMO MEDIADOR CULTURAL - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

EXPERIENCIA DEL USUARIO



IMÁGEN 29. LA FIESTA MÁS DULCE DEL MUNDO - ELABORACIÓN PROPIA (2025)



IMÁGEN 30. LA FIESTA MÁS DULCE DEL MUNDO - ELABORACIÓN PROPIA (2025)



IMÁGEN 31: CORPUS CAFÉ COMO MEDIADOR CULTURAL - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

1. Estructuras informativas interactivas:

Estas estructuras se plantean como dispositivos museográficos que responden al enfoque de aprendizaje experiencial, ya que su disposición permite la interacción directa del usuario, transformando la observación pasiva en participación activa dentro del recorrido.

2. Mural sobre la festividad:

El mural actúa como un elemento inmersivo que construye atmósfera y narrativa dentro del espacio. A través de recursos gráficos vinculados a la festividad, se genera una experiencia envolvente que sitúa al usuario dentro de un contexto cultural específico.

3. Mobiliario de exhibición y autoservicio:

El diseño del mobiliario permite una circulación fluida y autónoma, reduciendo barreras en la experiencia de compra. Este enfoque potencia la libertad de exploración, mejora la eficiencia del recorrido y contribuye a una experiencia más intuitiva y cómoda dentro del espacio.

4. Muro de datos curiosos de la marca:

Este elemento funciona como un punto de pausa informativa que enriquece la experiencia del usuario mediante contenido narrativo. A través de datos relevantes y visualmente atractivos, se fortalece la identidad de la marca y se genera un vínculo más cercano con el usuario.

MUSEOGRAFÍA

1. Panel curatorial introductorio:

Este elemento actúa como punto de partida del recorrido museográfico, proporcionando al usuario un marco interpretativo que contextualiza la experiencia.

2. Códigos QR:

La incorporación de códigos QR responde a una estrategia de museografía contemporánea que integra lo digital con lo físico. Este recurso amplía la capacidad informativa del espacio sin sobrecargar visualmente el entorno, permitiendo al usuario acceder a contenido adicional de forma autónoma.

3. Línea de tiempo:

La línea de tiempo introduce una dimensión narrativa secuencial que responde al concepto de storytelling, permitiendo estructurar la información en un orden cronológico que guía la comprensión del usuario y refuerza la lectura progresiva del espacio.

4. Estructuras informativas interactivas:

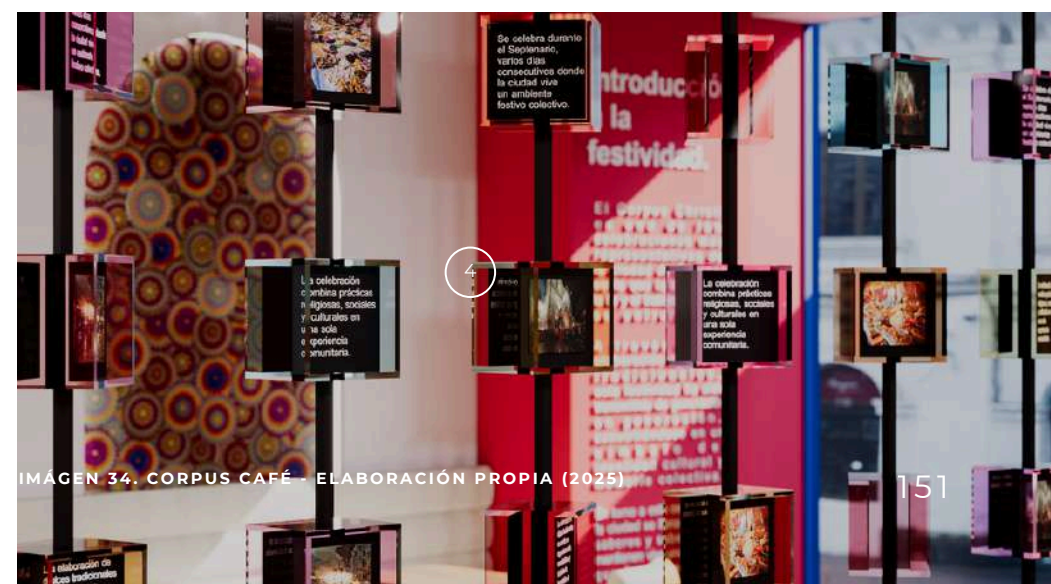
Estas estructuras funcionan como dispositivos dinámicos de exhibición que combinan contenido visual, textual y espacial.



IMÁGEN 32. LA FIESTA MÁS DULCE DEL MUNDO - ELABORACIÓN PROPIA (2025)



IMÁGEN 33. LÍNEA DE TIEMPO - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

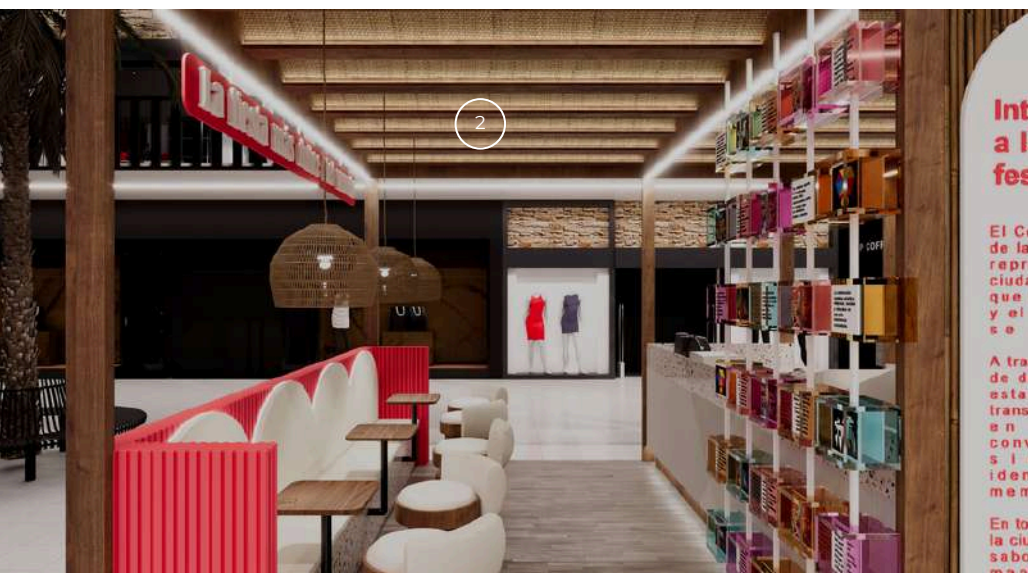


IMÁGEN 34. CORPUS CAFÉ - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

IDENTIDAD CULTURAL



IMÁGEN 34. STAND COMERCIAL - ELABORACIÓN PROPIA (2025)



IMÁGEN 35. STAND COMERCIAL - ELABORACIÓN PROPIA (2025)



IMÁGEN 36. STAND COMERCIAL - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

1. Mural gráfico con referencia patrimonial:

Este recurso actúa como un elemento clave de comunicación visual, ya que traduce la identidad cultural en una narrativa gráfica accesible e inmediata. De esta manera, el stand deja de ser únicamente un punto de venta para convertirse en un espacio de representación cultural, donde la gráfica funciona como un medio de storytelling que refuerza la memoria colectiva y el sentido de pertenencia.

2. Cielo raso con aplicación de paja toquilla:

La incorporación de paja toquilla en el cielo raso responde a una estrategia de materialidad que pone en valor las técnicas artesanales tradicionales del Ecuador. Este elemento no solo aporta textura, calidez y riqueza sensorial al espacio, sino que también introduce un componente identitario tangible, conectando al usuario con procesos culturales y productivos locales.

3. Diseño basado en la festividad:

La propuesta retoma la lógica tradicional de exhibición presente en la festividad del Corpus Christi, donde los dulces se convierten en el principal elemento visual y cultural del espacio. En el stand, esta intención se materializa mediante una disposición central y jerarquizada del producto, permitiendo que la exhibición actúe como un recurso de identidad cultural.

De esta manera, el diseño no solo prioriza la visibilidad y atractivo comercial de los dulces tradicionales, sino que también reinterpreta una práctica representativa de la festividad dentro de un espacio contemporáneo.

EXPERIENCIA DEL USUARIO

1. Exhibición central de dulces:

La disposición central del mobiliario de dulces responde a una estrategia de jerarquización espacial, donde el producto se convierte en el eje organizador de la experiencia. Inspirada en la lógica de exhibición de la festividad del Corpus Christi, esta configuración no solo facilita la visibilidad desde múltiples puntos, sino que también genera un foco de atracción que articula el recorrido del usuario.

2. Estructuras informativas interactivas:

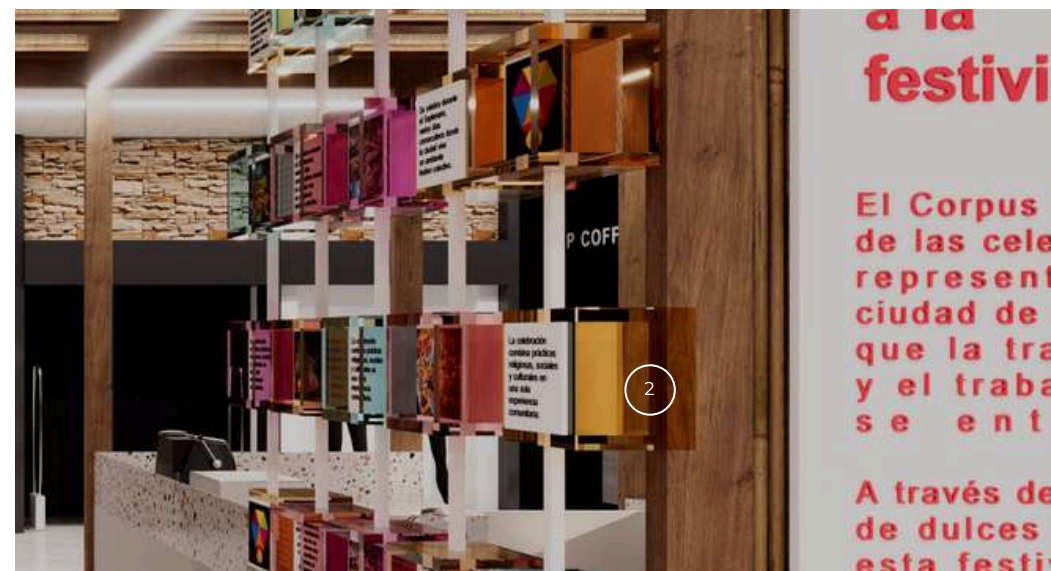
Estas estructuras se plantean como dispositivos que enriquecen la experiencia del usuario mediante la integración de información y participación. Este recurso fortalece el carácter didáctico del proyecto, integrando aprendizaje, narrativa y espacialidad dentro de una experiencia continua.

3. Espacio Intuitivo y dinámico:

El recorrido dinámico del stand permite que el usuario interactúe con el espacio de manera libre e intuitiva, generando una experiencia más participativa y envolvente. A través de la disposición del mobiliario y los recursos informativos, el usuario no solo consume, sino que explora, descubre y aprende sobre la identidad cultural y los productos exhibidos durante su recorrido.



IMÁGEN 37. STAND COMERCIAL - ELABORACIÓN PROPIA (2025)



IMÁGEN 38. STAND COMERCIAL - ELABORACIÓN PROPIA (2025)



IMÁGEN 39. STAND COMERCIAL - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

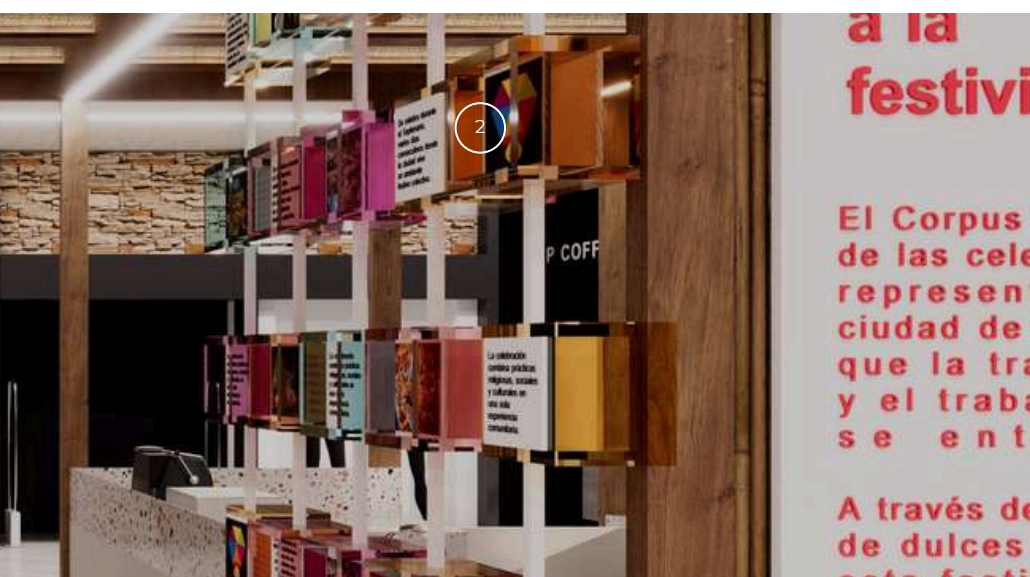
MUSEOGRAFÍA



IMÁGEN 40. STAND COMERCIAL - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

1. Panel Curatorial Introductorio:

Su función va más allá de informar: estructura la lectura del espacio, orienta el recorrido y establece una narrativa inicial que conecta la festividad, la cultura local y la propuesta comercial. Al actuar como un dispositivo de mediación, permite que el usuario comprenda el sentido del espacio antes de interactuar con él, favoreciendo una experiencia más consciente, coherente y significativa.



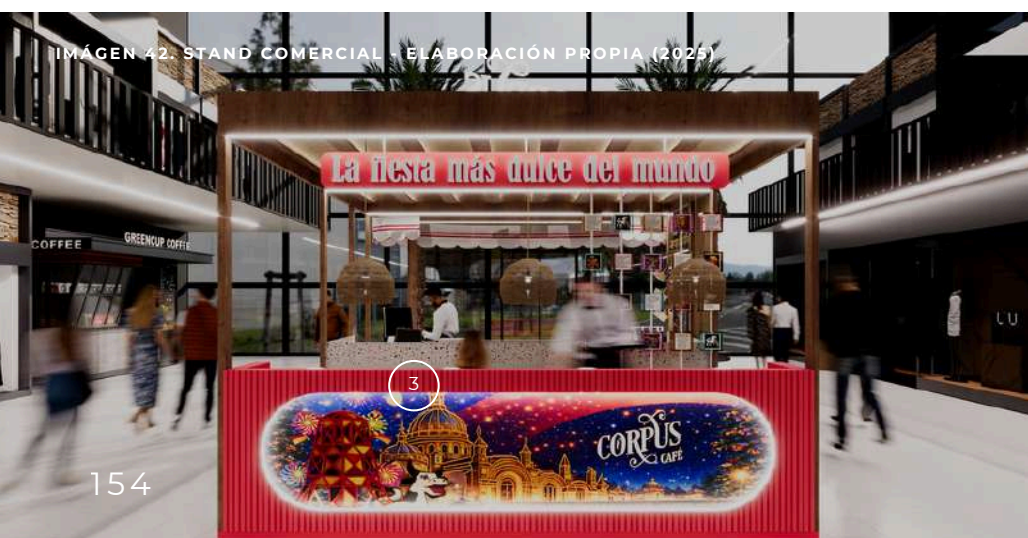
IMÁGEN 41. STAND COMERCIAL - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

2. Estructuras informativas interactivas:

Estas estructuras funcionan como dispositivos museográficos dinámicos que organizan y exponen el contenido de manera flexible y accesible. Este recurso refuerza el carácter contemporáneo de la museografía, integrando narrativa, didáctica y experiencia en un mismo sistema expositivo.

3. Dinamismo - Recorrido Exploratorio:

La configuración del stand promueve un recorrido dinámico e intuitivo que permite al usuario desplazarse, observar e interactuar con los distintos elementos expositivos desde múltiples puntos.



IMÁGEN 42. STAND COMERCIAL - ELABORACIÓN PROPIA (2025)

De esta manera, la experiencia trasciende el consumo, ya que el usuario no solo adquiere productos, sino que también explora y aprende sobre la festividad y la identidad cultural mediante recursos narrativos y museográficos integrados en el espacio.

5.3 ANÁLISIS DE LAS INFOGRAFÍAS

La propuesta espacial desarrollada materializa los fundamentos teóricos del proyecto mediante una integración entre identidad cultural, experiencia del usuario y museografía, evidenciada en decisiones concretas tanto en el local principal como en el stand comercial. Estos espacios no se conciben únicamente como lugares de consumo, sino como dispositivos narrativos que articulan contenido cultural, interacción y espacialidad.

En primer lugar, la identidad cultural se traduce en la materialidad, el lenguaje formal y los recursos gráficos implementados. Elementos como la paja toquilla en el cielo raso, los murales con referencias patrimoniales y el uso de técnicas artesanales locales no solo aportan valor estético, sino que funcionan como medios de conexión simbólica con el contexto cuencano. Esta intención se replica en el stand comercial, donde, a pesar de su escala reducida, se sintetizan estos recursos mediante una gráfica envolvente y elementos visuales que evocan la festividad del Corpus Christi, garantizando coherencia conceptual entre ambos espacios.

Por otro lado, la experiencia del usuario se estructura a través de la organización espacial y el diseño del recorrido. La disposición central del mobiliario de exhibición, tanto en el local como en el stand, responde a una estrategia de jerarquización que prioriza el producto como un eje articulador; facilitando la visibilidad, el acceso y la interacción. Asimismo, la incorporación de estructuras informativas interactivas, mobiliario de autoservicio y zonas claramente definidas permite un recorrido intuitivo, fluido y participativo, donde el usuario no solo consume, sino que explora y aprende.

Finalmente, la museografía se integra como un componente clave que transforma el espacio comercial en una experiencia educativa y narrativa. La presencia de paneles curatoriales, líneas de tiempo, códigos QR y dispositivos expositivos organizados estratégicamente permite construir un relato que acompaña al usuario durante su recorrido. Estas decisiones evidencian una intención de comunicar el contenido más allá del producto, reforzando el valor cultural y simbólico de la propuesta.

En este sentido, el proyecto aporta desde lo teórico al plantear una convergencia entre diseño comercial y museográfico, donde el espacio se entiende como un medio de comunicación cultural. La articulación entre conceptos, criterios de diseño y resolución espacial demuestra que es posible generar experiencias significativas que integren identidad, interacción y narrativa dentro de un mismo sistema de diseño.

5.4 CONCLUSIONES GENERALES

La presente investigación permitió demostrar que el diseño interior puede trascender los enfoques tradicionales centrados únicamente en la funcionalidad o la estética, para consolidarse como una herramienta capaz de comunicar, generar experiencias y fortalecer vínculos culturales a través del espacio. A partir del desarrollo del proyecto para “Corpus Café”, se evidenció que la integración entre storytelling, identidad cultural, experiencia del usuario y museografía posibilita la creación de espacios comerciales con un significado más profundo, donde cada decisión proyectual responde a una intención conceptual y narrativa.

El proceso de investigación y diseño evidenció que la festividad del Corpus Christi posee un alto potencial como recurso de inspiración espacial, debido a su riqueza simbólica, visual y sensorial. En este sentido, el proyecto no se limitó a representar elementos tradicionales de manera decorativa, sino que buscó reinterpretarlos mediante un lenguaje contemporáneo, permitiendo trasladar sus valores culturales al espacio interior de forma coherente y experiencial. Así, tanto el local principal como el stand comercial se configuraron como sistemas espaciales capaces de comunicar identidad, memoria y pertenencia a distintas escalas.

Asimismo, la investigación evidenció la importancia de comprender al usuario como un agente activo dentro del espacio. Las estrategias de recorrido, interacción y ambientación implementadas permitieron construir experiencias inmersivas que combinan aprendizaje, consumo y exploración, demostrando que el diseño interior puede influir directamente en la percepción emocional y en la relación entre el usuario y la marca.

Desde el ámbito disciplinar, la tesis aporta una visión integradora del diseño comercial, proponiendo una convergencia entre espacio, cultura y narrativa. De esta manera, el proyecto plantea una reflexión sobre el potencial del diseño interior como medio de mediación cultural y construcción de experiencias significativas, aportando una perspectiva contemporánea donde lo comercial deja de ser únicamente transaccional para convertirse en una oportunidad de comunicación, interpretación y conexión con el contexto local.

REFERENCIAS

- Corpus Café. (2026). Corpuscafe.com. <https://www.corpuscafe.com/nosotros>
- Fundación Municipal Turismo para Cuenca. (28 de Mayo de 2023). Cuenca Inspira. Corpus Christi en Cuenca: <https://visitcuencaecuador.com.ec/corpus-christi/>
- Garces Mendoza, A. (01 de Agosto de 2019). ForoAlfa. La arquitectura comercial, el diseño de espacios comerciales y el retail: https://foroalfa.org/articulos/la-arquitectura-comercial-el-diseno-de-espacios-comerciales-y-el-retail?utm_source=chatgpt.com
- Mora, C. (18 de Junio de 2025). Primicias.ec . Dulces, castillos y priostes, así se celebra el Corpus Christi en Cuenca: <https://www.primicias.ec/sociedad/ecuador-salud-mental-crisis-pacientes-turnos-espera-cita-suicidio-psiquiatra-salud-hospitales-113846/>
- Onem, M., & Hasirci, D. (2020). Designing Brand Experience in Interior Space. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 022005.
- Pine II, B., & Gilmore, J. (2013). La economía de la experiencia: pasado, presente y futuro. En J. Sundbo, & F. Sørensen, Manual sobre la economía de la experiencia (págs. 21-44). Edward Elgar.
- Pino, J. (15 de Mayo de 2024). Interiorismo y Diseño. Interiorismo inclusivo: la influencia cultural en el diseño de interiores: <https://www.jesuspino.com/interiorismo-inclusivo-influencia-cultural-diseno-interiores/>
- Poblete, S. (2023). Diseño de Experiencias - De las ideas a las vivencias. Córdoba: Semantia.ai.
- Ruiz Esparza Díaz de León, B. (s.f.). La narrativa espacial en el diseño de interiores. Aguascalientes: Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Sanglier Contreras, G. (s.f.). Actas del Congreso sobre Arquitectura e Ingeniería. El poder de la influencia en Arquitectura/Ingeniería: marketing, storytelling y neurocomunicación. Madrid: Universidad San Pablo-CEU. Obtenido de El poder de la influencia en Arquitectura/Ingeniería: marketing, storytelling y neurocomunicación.
- This is Ecuador. (2024). Corpus Christi en Cuenca. <https://thisisecuador.com/corpus-chirsti-en-cuenca/>
- VisitCuencaEcuador.com. (21 de Noviembre de 2022). La fiesta se enciende. Cuenca Inspira: <https://visitcuencaecuador.com.ec/pirotecnia-en-cuenca/>



ANEXOS DIGITALES



CORPUS
COFFEE

Donde la tradición
se vuelve experiencia

S
COFFEE

CORPUS
COFFEE



CORPUS
CAFE

US
CAFE

CORPUS
CAFÉ

