



## MAESTRÍA DE DISEÑO INTERIOR

Tesis previa a la obtención del título  
Magister en Diseño de Interiores

**AUTOR:** ARQ. Mario L. Mera S.

**TUTOR:** Arq. MDI, M.Sc. Fernando J. Larrea C.

PROYECTO DE DISEÑO INTERIOR PARA EL  
NUEVO LOCAL DEL RESTAURANTE LAS PALMAS

# DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo, **Mario L. Mera S.** declaro bajo juramento, que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para detallada. Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y leyes.

---

**Mario L. Mera S.**  
**Autor**

Yo, **Fernando J. Larrea C.** certifico que conozco al autor del presente trabajo, siendo el responsable exclusivo tanto de su originalidad y autenticidad como de su contenido.

---

**Fernando J. Larrea C.**  
**Director de Tesis**



## DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

Dedicado a mi padre y mi hija, mi inspiración y fuerza que con su amor y comprensión me acompañaron durante todo este proceso.

Deseo expresar mi más sincero agradecimiento a mis padres, esposa, hija y mi hermana Angélica que siempre me apoyaron en cada paso e hicieron posible la culminación de esta tesis.

Agradezco a mis profesores por sus valiosos comentarios y sugerencias, por su invaluable guía y apoyo durante todo el proceso.

Gracias por caminar a mi lado en cada paso de este camino



01 CONTEXTO

[p.12-p.19]

- 1.1 Antecedentes
- 1.2 Problematica
- 1.3 Soluciones



02 PLANTEAMIENTO

[p.20-p.35]

- 2.1 Propuesta
- 2.2 La razón
- 2.3 Target
- 2.4 Ubicación y análisis del sector
- 2.5 Referentes
- 2.6 Alcande del proyecto



03 PROYECTO

[p.36-p.53]

- 3.1 Descripción de la Empresa
- 3.2 Metas del Diseño
- 3.3 Concepto
- 3.4 Subprocesos
- 3.5 Programación
- 3.6 Diagramas de Adyacencias
- 3.7 Diseño Espacial
- 3.8 Zonificación
- 3.9 Moodboard
- 3.10 Material Board



04 PLANOS Y RENDERS

[p.54-p.95]

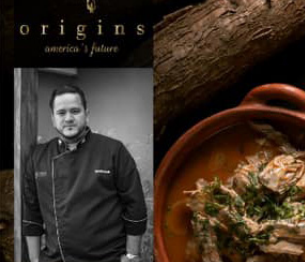
- 4.1 Planta de Distribución
- 4.2 Plantas Amobladas Arquitectónicas y Ambientadas
- 4.3 Corte Longitudinal Arquitectónica y Ambientada
- 4.4 Corte Transversal Arquitectónica y Ambientada
- 4.5 Elevaciones internas Arquitectónicas y Ambientadas
- 4.6 Plano de pisos
- 4.7 Revestimientos verticales
- 4.8 Plano de Techos
- 4.9 Plano de Iluminación
- 4.10 Styling
- 4.11 Renders



05 MOBILIARIO

[p.96-p.101]

- 5.1 Licorera - Bar
- 5.2 Counter - Recepción



06 EPÍLOGO

[p.98- p.###]

- 6.1 Conclusiones
- 6.2 Recomendaciones
- 6.3 Lámina de Presentación
- 6.4 Bibliografía
- 6.5 Índice de Ilustraciones (imágenes, figuras, tablas, etc.)

RESUMEN

El presente trabajo de tesis aborda un proyecto de diseño de interiores para un restaurante temático de mariscos en la ciudad de Quito, el objetivo principal está enfocado en diseñar y crear un restaurante que brinde una experiencia gastronómica sofisticada, a través de un ambiente temático y acogedor que refleje la riqueza de las playas ecuatorianas donde se vivan momentos que exalten los sentidos. Para el desarrollo del proyecto se realizó un concepto de la propuesta de diseño donde se incluye una paleta de colores inspirada en tonos marinos, como verde, beige, arena y tonos azules bajos, combinados con materiales naturales como piedra, cristal entre otros. Se incorporaron elementos decorativos relacionados con el mar, elementos sostenibles que refuercen la temática marina. De igual forma, un sistema de iluminación que genere un ambiente cálido y atractivo, obteniendo un espacio funcional donde se creen experiencias y conecte a los clientes con la playa. El layout se diseñó para maximizar la circulación y la interacción social, además, se prevé espacios que ofrecerán vistas panorámicas, potenciando la experiencia gastronómica, servicio de alta calidad donde se vivan momentos memorables y únicos.

ABSTRACT

This thesis work addresses an interior design project for a seafood-themed restaurant in the city of Quito. The main objective is focused on designing and creating a restaurant that provides a sophisticated gastronomic experience through a thematic and welcoming environment that reflects the richness of Ecuadorian beaches, where moments are created that enhance the senses. For the development of the project, a concept of the design proposal was developed, which includes a color palette inspired by marine tones such as green, beige, sand, and light blues, combined with natural materials like stone, glass, and others. Decorative elements related to the sea were incorporated, along with sustainable elements that reinforce the marine theme. Likewise, a lighting system was designed to create a warm and attractive atmosphere, resulting in a functional space where experiences are created and connect customers with the beach. The layout was designed to maximize circulation and social interaction, and spaces were planned to offer panoramic views, enhancing the gastronomic experience, providing high-quality service where memorable and unique moments are created.

# 01 CONTEXTO

“Que tu medicina sea tu alimento, y el alimento tu medicina.”

Hipócrates

1.1. ANTECEDENTES

El origen del encebollado tiene varias historias que explican cómo se convirtió en uno de los platos preferidos en nuestro país, inicialmente conocido como “muerte lenta” paso a llamarse “levanta muertos” (BERMUDEZ, 2017). Cada receta varía según el lugar y la persona que lo prepara, así nació Encebollados las Palmas en un garaje, impulsado por el gusto y amor a la cocina.

Hoy en día, no solo el encebollado es el plato favorito de sus comensales, sino que el chef propietario ha recibido un reconocimiento por su preparación (Asociación de Chefs del Ecuador , 2019), Además, ha incorporado otros platos a su menú, basados en mariscos y desayunos costeños entre otros. Inicialmente, el negocio estaba dirigido a todo tipo de consumidores por su gusto por el encebollado.

Sin embargo, en la actualidad se busca modernizar y expandir el proyecto, considerando que, según el INEN 2012 el 24.40% de los gastos del hogar se destinan a alimentos (INEN, 2012), según la CEPAL en Ecuador el 1.7% de la población se encuentra en un nivel A (estrato) (cuyos ingresos económicos superan 4.013 usd) y 42.7% en un B (ingresos a partir de 1,500.00usd). (Martinez y otros, 2022)

Por ello, se propone desarrollar un Brandbook integral y establecer un restaurante bien posicionado en el mercado gastronómico, con ambientes que se identifiquen con los clientes y destaque por la frescura y la autenticidad de los productos del mar.



Ilustración 1. Plato Las Palmas

Fuente: Página Facebook Las Palmas. Autoría y Edición: Las Palmas.



1.2. PROBLEMÁTICA

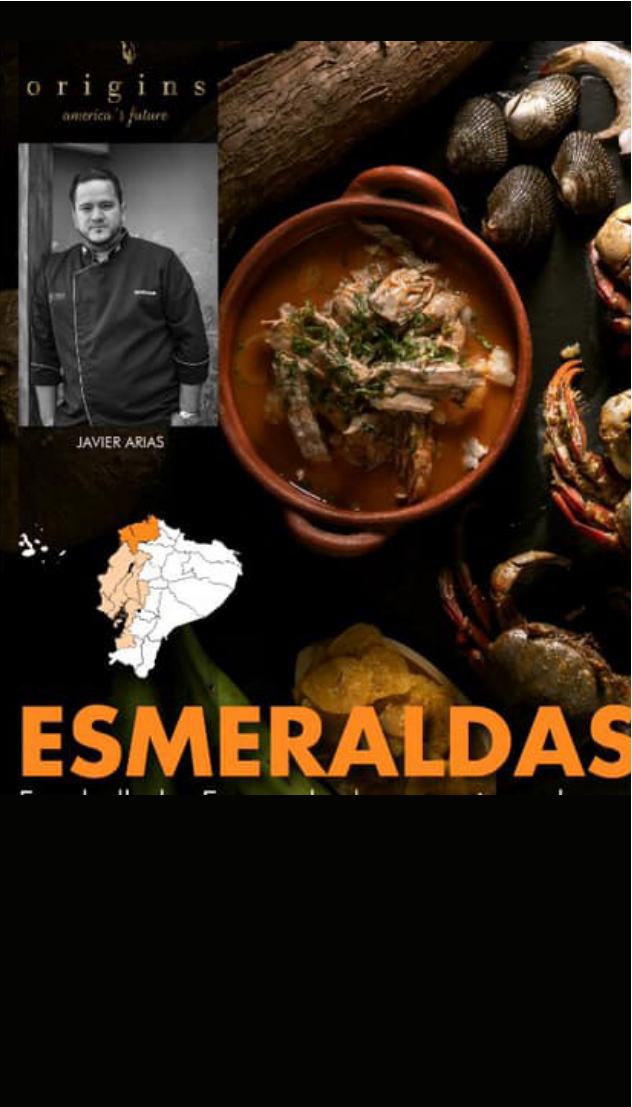
La principal problemática de los locales actuales de Las Palmas radica en su ubicación, ya que es necesario ganar mayor posicionamiento y estatus con la marca.

Además, se observa la falta de espacios acogedores y familiares que ofrezcan la sensación de seguridad y confort, como si estuvieras en casa.

Para abordar esto, se busca implementar un servicio gastronómico diferente, enfocado en la calidad de los platos, un buen servicio, y una decoración que refuerce la cercanía y el confort.

En sus inicios Las Palmas se enfocó en un segmento de mercado donde sus principales competidores fueron locales pequeños y medianos, donde los comensales priorizaban el precio en lugar de características como calidad en la presentación del plato, origen de los ingredientes, la ubicación del lugar, servicio al cliente, entre otros.

Por tal razón se busca crear un restaurante para comensales de un nivel adquisitivo medio alto (estrato A y B), como trabajadores de oficina del sector, extranjeros, etc. Siendo la ubicación del proyecto una de las características principales para el buen desarrollo. (FAQ Restaurant, 2024)



**Ilustración 2.** Chef Las Palmas  
Fuente: Página Facebook Las Palmas. Autoría y Edición: Las Palmas.



**Ilustración 3.** Local Las Palmas  
Fuente: Página Facebook Las Palmas. Autoría y Edición: Las Palmas.



1.3. SOLUCIONES

La problemática que busca solucionar el restaurante Las Palmas es encontrar el posicionamiento de la marca y la expansión de la misma, para esto se propondrán las siguientes soluciones.

Expansion de la marca.

Una de las soluciones propuestas es la creación de un nuevo restaurante, que permita a los comensales transportarse a un ambiente costero, a través de elementos y materiales que evoquen la vida marina mediante la decoración.

Experiencias

- Ambientes con un toque tropical y autenticidad del mar, donde se juegue con la mezcla de materiales como la madera, una gama variada de colores, acústica e iluminación apropiada. (Invitar al cliente a disfrutar de un viaje completo desde el ingreso hasta su retirada), buscando estimular los 5 sentidos: Gusto, tacto, olfato, vista, oído.
- Se pondrá mucho énfasis en la zonificación y diseño del espacio interior tanto en pisos, paredes y tumbados que le permitan a los visitantes y potenciales clientes disfrutar de una circulación cómoda, con diferentes áreas o zonas donde los clientes puedan vivir diferentes experiencias.

Menú moderno e inclusión

También se trabajará con el menú, creando un diseño donde se destaque elementos modernos y tradicionales del menú existente, de igual manera se tomará en cuenta la accesibilidad para los clientes vulnerables, discapacitados y de la tercera edad.

Integración de materiales costeros.

Se propondrá un área que tenga arena de mar para buscar una experiencia única, este espacio tendrá un lugar de tarima destinado para tocar música tradicional como la marimba.

También se utilizará acuarios de exhibición de gran tamaño, donde los visitantes podrán conocer, visualizar y disfrutar la riqueza marina del sector de Esmeraldas.

Se plantea el uso de madera como la caña para algunos panelados y la madera sólida de laurel o teca para la tarima de música en vivo.



Ilustración 4. Conchas asadas  
Fuente: Página Facebook Las Palmas. Autoría y Edición: Las Palmas.

# 02 PLANTEAMIENTO



2.1. PROPUESTA

Se propone alquilar y remodelar el local ubicado en la Av. Diego de Almagro para crear un restaurante que no solo ofrezca deliciosa gastronomía, sino que también brinde experiencias únicas y auténticas.

El espacio contará con áreas para presentaciones de música en vivo y zonas diseñadas para generar recuerdos inolvidables, transportando a los clientes a un rincón acogedor de Esmeraldas, sin necesidad de viajar largas distancias.

El restaurante se destacará por ser sostenible, auténtico, y por mantener un enfoque en la calidad, con una inspiración costeña que se refleja en el uso de colores y texturas

2.2. RAZÓN

Esta propuesta de diseño se realiza con el objetivo de posicionarse en el mercado gastronómico incursionando en un nuevo sector mediante la calidad en la gastronomía y buenos equipamientos, ganando así reconocimiento y renombre de la marca, creando un destino de experiencia y disfrute para todos sus usuarios, convirtiéndose en un hito por su diseño y servicio.

2.3. TARGET

El restaurante Las Palmas se dirige al un grupo objetivo que son personas de nivel adquisitivo medio alto y alto del sector que es conocido por su nivel empresarial, residencial y comercial, comprendidos entre los 23 y 60 años

2.4 UBICACIÓN Y ANALISIS DEL SECTOR

2.4.1 ANALISIS DEL SECTOR

Los locales para el nuevo restaurante están en la Av. Diego de Almagro y Republica, están rodeados de edificios con ubicación privilegiada donde hay gente de alto nivel adquisitivo y oficinas con excelente accesibilidad, las personas del sector buscan calidad, infraestructura y comodidad para alimentarse, pasar tiempo con amigos, etc.

El sector es considerado una zona céntrica comercial y conocida por su actividad, ubicada al norte de la ciudad de Quito, lo que hace conveniente por su ubicación estratégica tanto para negocios asi como residentes.



Ilustración 5: Fuente Google Earth. Edición propia. Ubicación las Palmas

2.4.2 ASOLEAMIENTO

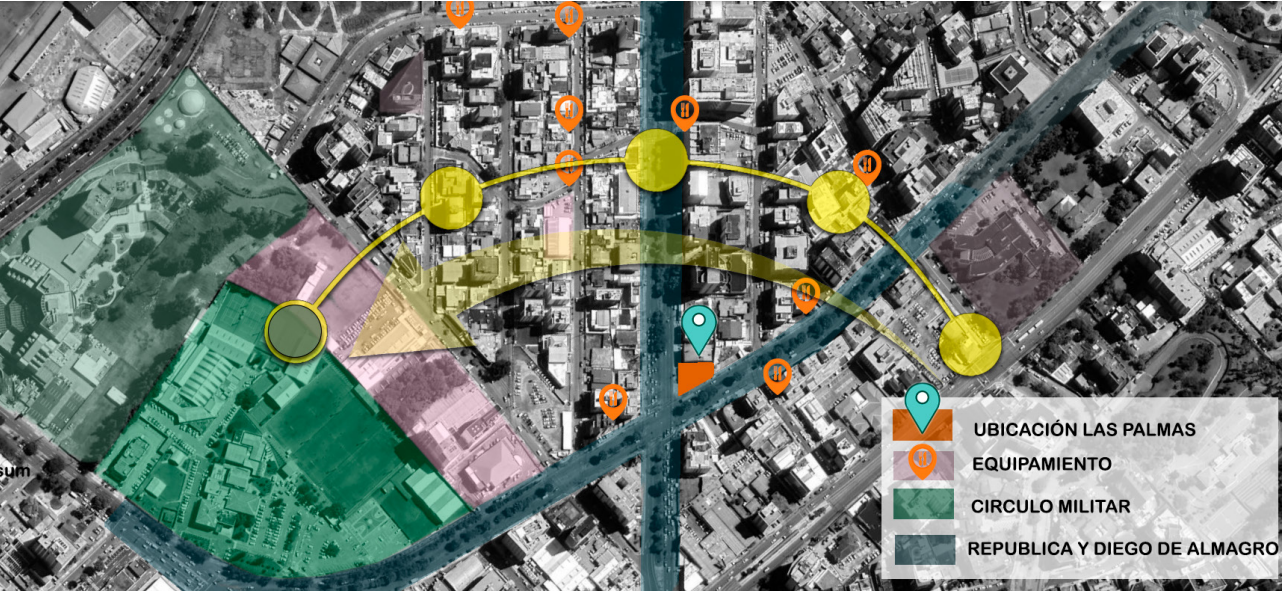
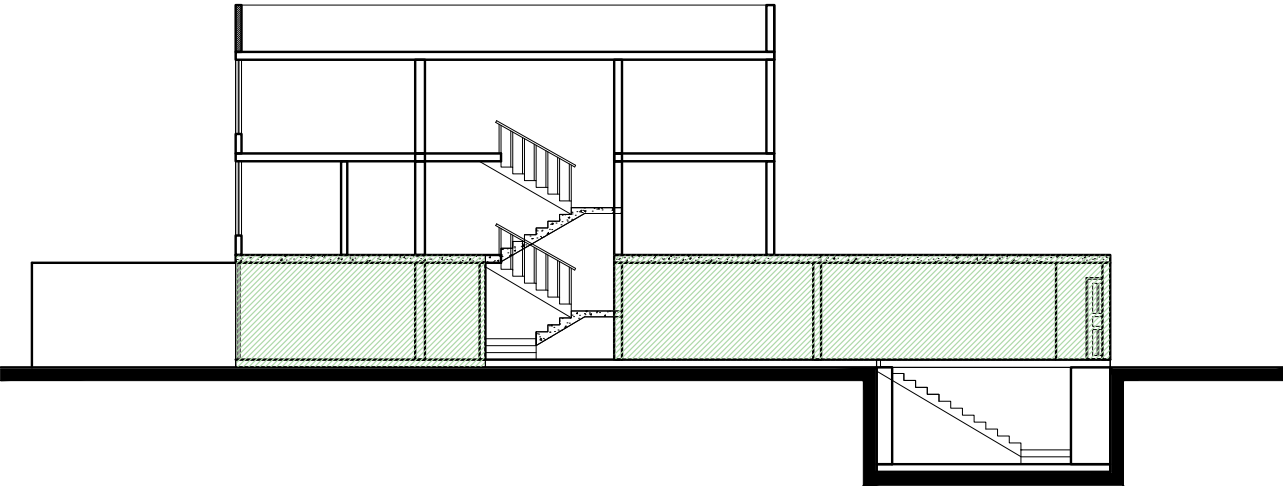


Ilustración 6: Autoría Mario Mera Asoleamiento

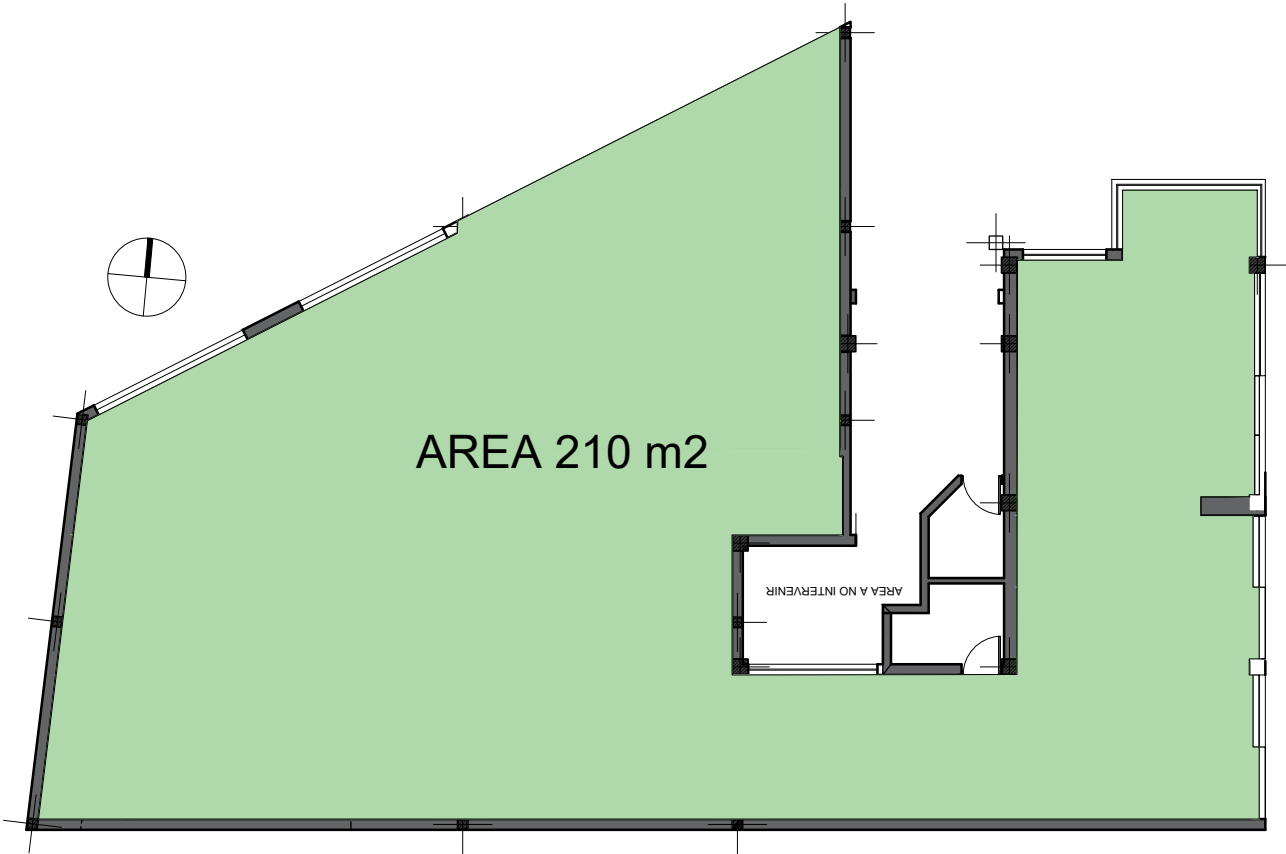
2.4.3 ANALISIS DEL SITIO

El local seleccionado para la intervención arquitectónica está en la planta baja del edificio de 3 pisos del predio 637172 de la parroquia Iñaquito. Actualmente se encuentra ocupado por varios negocios de comercio que se han ido modificando en su interior conforme el paso del tiempo y las necesidades de cada usuario.

Al ser un predio esquinero, cuenta con iluminación natural en ambas fachadas. Dispone de retiros frontales que los usuarios utilizan como estacionamientos, con un total de 6 espacios para el edificio de 3 plantas. La altura libre del local en cuestión es de 3.00 metros.



**Ilustración 7:** Fuente Arquitecto Planos Edwin Perez. Edición propia.  
Corte estado actua locall



PLANTA LAS PALMAS

**Ilustración 8:** Fuente Planos Arq.Edwin Perez . Edición propia.  
Planta actua local



2.4.4 ESTADO ACTUAL

A continuación, se muestran imágenes del estado actual del local.



**Ilustración 9:** Fuente Fotografías de autoría propia. Edición propia.  
Imágenes exteriores del local



**Ilustración 10:** Fuente Fotografías de autoría propia. Edición propia.  
Imágenes interiores del local



2.5 ANÁLISIS DE REFERENTES

**Restaurante CAAA Prieto Catalano**  
**Arquitecto:** Carmelo Zappulla  
**Área:** 85m2  
**Año** 2023-Suiza

El restaurante CAAA por Prieto Catalano se destaca por su diseño interior vanguardista que genera una experiencia gastronómica que fusiona el diseño y la tecnología. Narra una historia de artesanía, creando así una experiencia gastronómica diferente donde intervienen todos los sentidos. (ArchDaly, 2024)

Este proyecto es una gran referencia del diseño interior temático, nos permite trasladarnos al espacio de los Alpes solo observando el restaurante sin visitar las montañas, con un área de 85 m2 y capacidad para 16 comensales, la paleta de colores destaca en el diseño del restaurante predominando los blancos.

Puntos a resaltar.

- Morfología de tumbado
- Iluminación puntual y general.
- Armonia entre mobiliario y entorno
- Paleta de colores acorde con la temática



**Ilustración 11** Fuente: ArchDaily.  
Imagen exterior Restaurante CAAA

- **Restaurante Ideal**
- Arquitecto: Lorenzo Botero Arquitectos
- Área: 282m2
- Año: 2021-Colombia

El Restaurante Ideal es un hito de armonía sólida que resulta difícil de lograr como es la unión entre el diseño arquitectónico y el interiorismo que parecen salidos de una sola mente (ArchDaily, “Restaurante Ideal / Lorenzo Botero Arquitectos”, 2024)

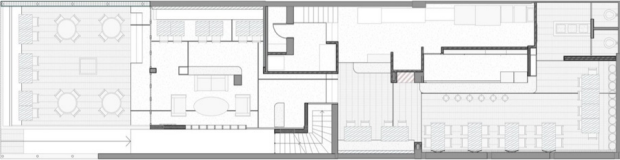
La referencia de este proyecto permite visualizar como se complementan los materiales para transmitir armonía en el desarrollo temático del diseño interior, la ubicación de los grandes ventanales bañan el ambiente con diferentes posiciones según la hora de día.

El restaurante se destaca por que busca mostrar la cultura local mediante el uso del ladrillo y el pañete, materiales que les permitieron manejar una paleta de colores limitada, pero expresiva.

Los ladrillos utilizados en pisos, paredes y antepechos buscan resaltar con la incrustación de perfiles metálicos entre las hileras que hacen que se bañen de luz con el afán de resaltar su color y textura.

Puntos a resaltar.

- Materiales autóctonos de la zona.
- Naturaleza dentro de los ambientes
- Mobiliario con esquinas curvas.



**Ilustración 12** Fuente: ArchDaily  
Imagen interior Restaurante Ideal

- **Restaurante Ikigai**
- **Arquitecto: Hierro Arc**
- **Área: 562m2**
- **Año: 2022-Brasil**

El restaurante de Ikigai ubicado en el interior de la zona urbana de Goias, busca generar una experiencia en el comensal que permita a los visitantes tomarse un respiro del bullicio de la vida urbana en un refugio temporal.

El restaurante intenta generar una vivencia de paz, ofreciendo un vistazo de la arquitectura creada con el entorno natural del restaurante. (ArchDaily, Restaurante Ikigai / Hiero Arc, 2024)

El diseño interior de este proyecto aporta una referencia temática de la naturaleza para el desarrollo del proyecto.

El uso de materiales crudos, instalaciones expuestas, estructuras vistas y muebles simples que buscan generar una identidad en el local.

El uso de las plantas llenan el espacio, dando así calma a quienes lo visitan, también se puede resaltar en el proyecto el uso de espejos de agua para la contemplación y la relajación, “creando una sensación de inmersión en la naturaleza” junto con la luz natural y la ventilación, que se busca implementar en el proyecto del restaurante.



**Ilustración 13** Fuente: ArchDaily.  
Imagen exterior Restaurante Ikigai



**Ilustración 14** Fuente: ArchDaily  
Planta Restaurante Ikigai



2.6 ALCANCE DEL PROYECTO

La selección del local para el proyecto se basa en el análisis del sector, tanto de posibles visitantes y de comensales de los alrededores, aprovechando las oportunidades y público que este ofrece por su ubicación privilegiado de Quito.

La llegada de Las Palmas al sector atraerá comensales foráneos y autóctonos de sector con el fin de disfrutar la exhibición de platos y experiencia que va a generar el restaurante, brindando una gastronomía de calidad y mostrando el concepto de diseño mediante la arquitectura interior.

Para lograr el alcance del proyecto el diseño del nuevo local Las Palmas estará conformado por 2 fases, la primera que busca intervenir toda su fachada exterior en planta baja (A realizarse en un próximo estudio), para armonizar el interior con el exterior y la segunda buscará intervenir en todas las áreas interiores de los locales en planta baja.

Unificándolos para obtener un área de 281 m2 que nos permitirán ofrecer a los comensales una experiencia de recorrido y experiencia mediante los espacios propuestos que se conectarán con el uso de materiales, aromas y diseño interior.



# 03 PROYECTO

“Una buena experiencia del cliente no ocurre por accidente. Ocurre por diseño.”

Clare Muscutt

3.1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

ADN DE LA MARCA: SERVICIO, CALIDAD, EXCLUSIVIDAD

Encebollados Las Palmas fue creado por el amor a la cocina, buscando identidad gastronómica entre el chef y sus clientes de tal manera que se pueda transmitir a las próximas generaciones la calidad de servicio.

Esto se conseguirá manteniendo la calidad y diversidad como valor agregado a través de sus productos frescos seleccionados cuidadosamente entre productores nacionales de diferentes provincias logrando así la identidad con nuestra tierra y la diversidad cultural al deleitar los platillos, consiguiendo que el cliente sienta la exclusividad de un buen trato y sabor único e incomparable.

(La exclusividad se manejará a través de ambientes armoniosos, con áreas donde los colores exciten los sentidos y transmitan paz, áreas con temáticas exclusivas del sector costero.



Ilustración 15. Fuente: Página Facebook Las Palmas  
Logotipo Las Palmas

3.2. METAS DEL DISEÑO

¿Qué?

Se propone crear un restaurante ambientado con temática costera en un sector cuya ubicación es estratégica debido al sector donde se encuentra.

¿Quién?

El proyecto está dirigido para personas del sector y público en general que tengan un nivel adquisitivo medio alto, clientes que busquen un ambiente variado, lujoso y único que les permita poner en contacto los 5 sentidos, donde se destaquen el buen servicio, calidad en la presentación y elaboración de los platillos

¿Cómo?

Para conseguir el restaurante detallado se diseñará varios ambientes donde prevalezca la funcionalidad en la distribución de espacios enfocados a crear una especie de intimidad y confortabilidad.

Áreas que evoquen experiencias variadas y únicas, se realizara una mezcla de lo moderno con lo tradicional sin dejar de lado el lujo. Se caracterizará por ser un restaurante único en el sector donde se mezclen ambientes y texturas propias de la zona costera con un toque tropical.

Se trabajará con varios tipos y texturas de maderas como seike, copal, caña guadua, melamínico decorativos como tableros bosque, arena; utilizando elementos que evoquen la vida marina a través de la decoración, la acústica y la decoración

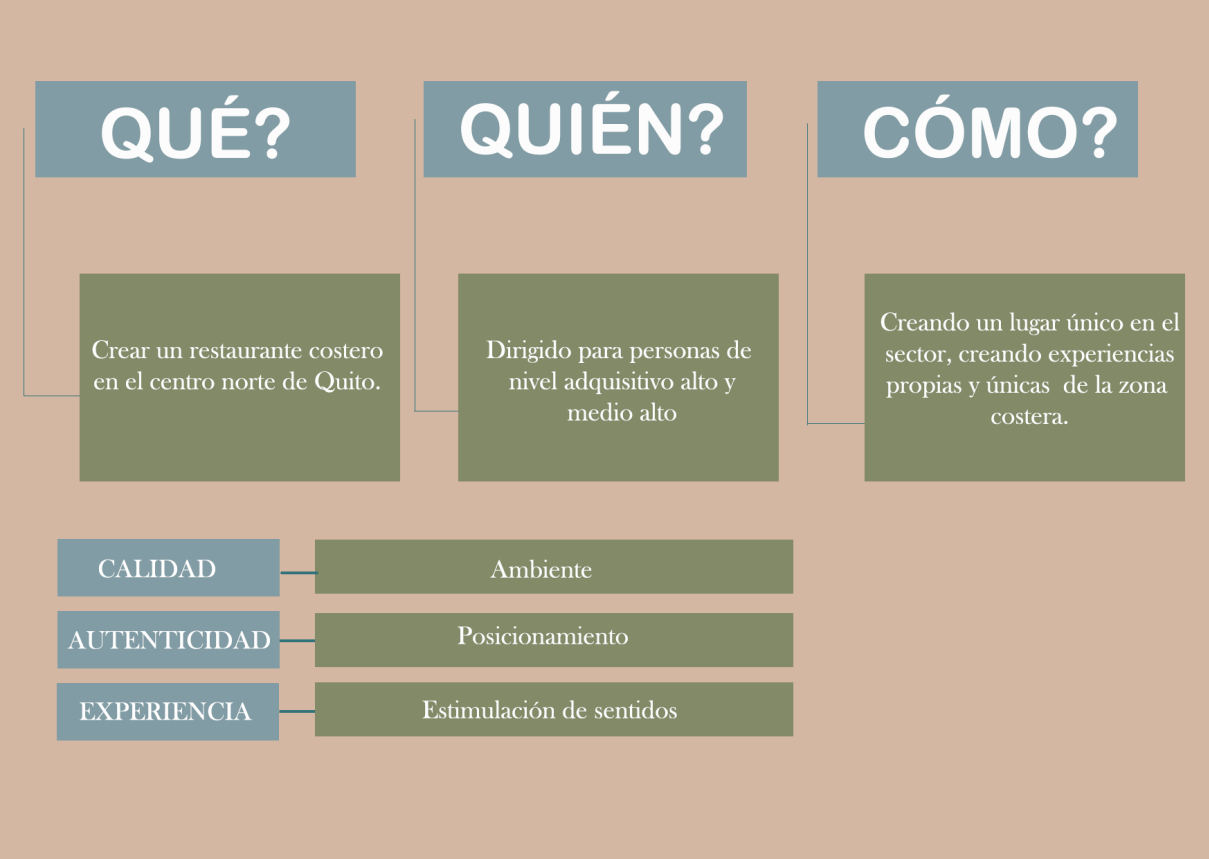


Ilustración 16. Autoría Mario Mera Metas del Diseño



3.3. CONCEPTO: “METAMORFOSIS PARA UNA VIAJE DE EXPERIENCIA”

El concepto “METAMORFOSIS PARA UN VIAJE DE EXPERIENCIA” en el proyecto de diseño interior del restaurante Las Palmas nos permitirá mostrar la creación de un espacio de experiencia que invita a los comensales a disfrutar tanto de la gastronomía como de los diferentes escenarios que se ofrecerán.

Haciendo que se sientan trasladados a el perfil costanero por la estimulación de sus sentidos como son la vista, gusto, oído, tacto y olfato, mediante el uso de materiales y texturas que evoquen un sentimiento de placer en ellos.

Por lo tanto, “METAMORFOSIS PARA UN VIAJE DE EXPERIENCIA” permitirá a Las Palmas buscar y marcar la diferencia en el mercado para alcanzar el éxito deseado.

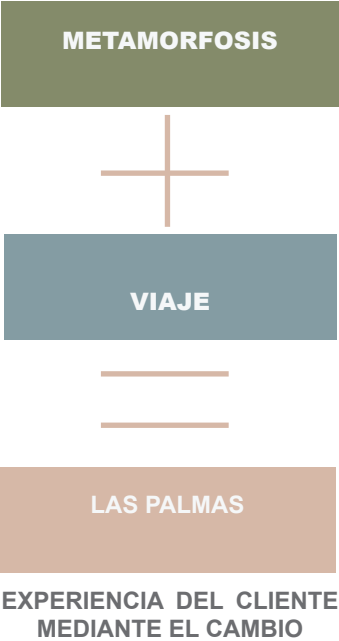


Ilustración 17. Autoría Mario Mera  
Concepto: referencia gráfica

3.4. SUBCONCEPTOS

Calidad: A través del desarrollo de ambientes ergonómicos, donde se garanticen el funcionamiento adecuado de todos los procesos, atención y servicio postventa, higiene, en una sola frase “hacer las cosas bien” (Aldea, 2023)

Autenticidad: A través del diseño auténtico propuestoo se busca posicionamiento del nombre de Las Palmas en cada cliente en cuanto a marca, y productos ofrecidos.

Experiencia del cliente: anécdotas e historias vividas por los clientes a través de estimulación de los sentidos dentro del restaurante en cada ambiente, se busca crear ambientes que trasnsmitan sensaciones a los clientes, sea por la vista, tacto, gusto y sabores que ofrece el restaurante.



Ilustración 18. Autoría Mario Mera  
Subconceptos: referencia gráfica

3.5. PROGRAMACIÓN

El proyecto Las Palmas está ubicado en el sector La República, tiene un área de 210m2 donde según el análisis y distribución arquitectónica va a contar con los siguientes espacios:

- Área Proveedores: (8m2) donde se recibe toda la materia prima requerida para la producción de los platillos permitiendo de esta manera manejar en todo momento la calidad y frescura de cada uno de los ingredientes.
- Área de Almacenamiento: (14m2) donde se instalarán cuartos fríos para la conservación de mariscos y carnes, también espacios fríos para el almacenamiento de vegetales y una bodega para los no perecibles.

- Área de cocción: (38m2) se subdividirá en área de preparación, lavado, cocción y emplatado.
- Área de servicio: (97.85m2) esta área será acogedora, es la más importante porque aquí se desarrollarán los diseños de ambiente, donde los clientes disfrutarán de sus platillos y obtendrán sus experiencias únicas. Esta área es importante porque se dará la bienvenida, se tomará el pedido y despedirá a los clientes.
- Bar: (4.50m2) espacio muy relacionado con la sala de espera, preparación de bebidas.
- Sala de espera: (13.28m2), espacio para el disfrute de bebidas playeras solicitadas en el área de Bar.
- **Baños:** (3m2) cómodo y elegante.



Ilustración 19. Autoría Mario Mera  
Concepto: referencia gráfica

3.6. DIAGRAMA DE ADYACENCIAS

Se analizará la distribución y conectividad de las futuras áreas propuestas y sus relaciones a través del diagrama de adyacencias, que nos permite conocer si las conexiones que existen entre los espacios propuestos en el proyecto son directas o indirectas para así poder comprobar la función que realiza cada una de ellas.



Ilustración 20. Autoría Mario Mera  
Diagrama de adyacencias: referencia gráfica

3.7. DISEÑO ESPACIAL

El diseño de restaurante Las Palmas nace de la abstracción geométrica que se visualiza en la deformación y metamorfosis de la palmera con el fin de adaptarse al espacio donde esta creciendo. De esta deformación podemos abstraer un patrón geométrico lineal e implantarlo en la planta arquitectónica, esta geometría lineal genera un recorrido a lo largo de todo el proyecto donde usaremos este movimiento para diseñar el mobiliario y los diferentes espacios del proyecto

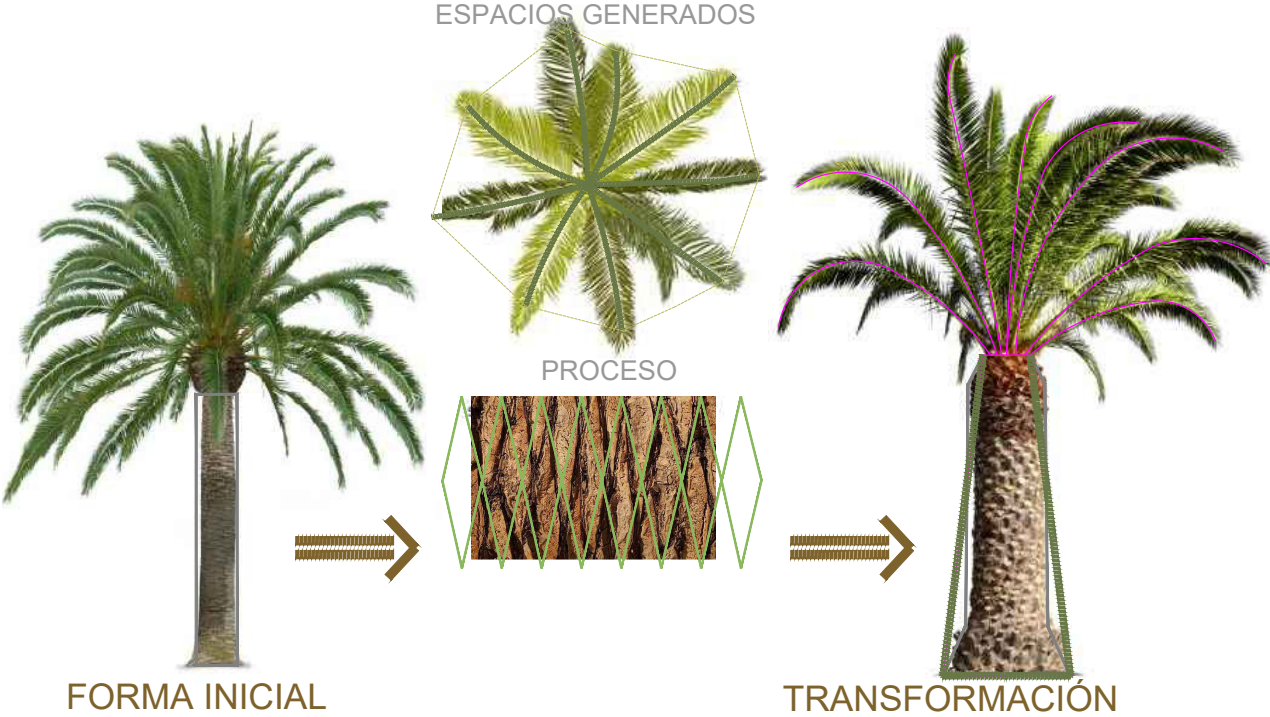


Ilustración 21. Autoría Mario Mera  
Diseño Espacial

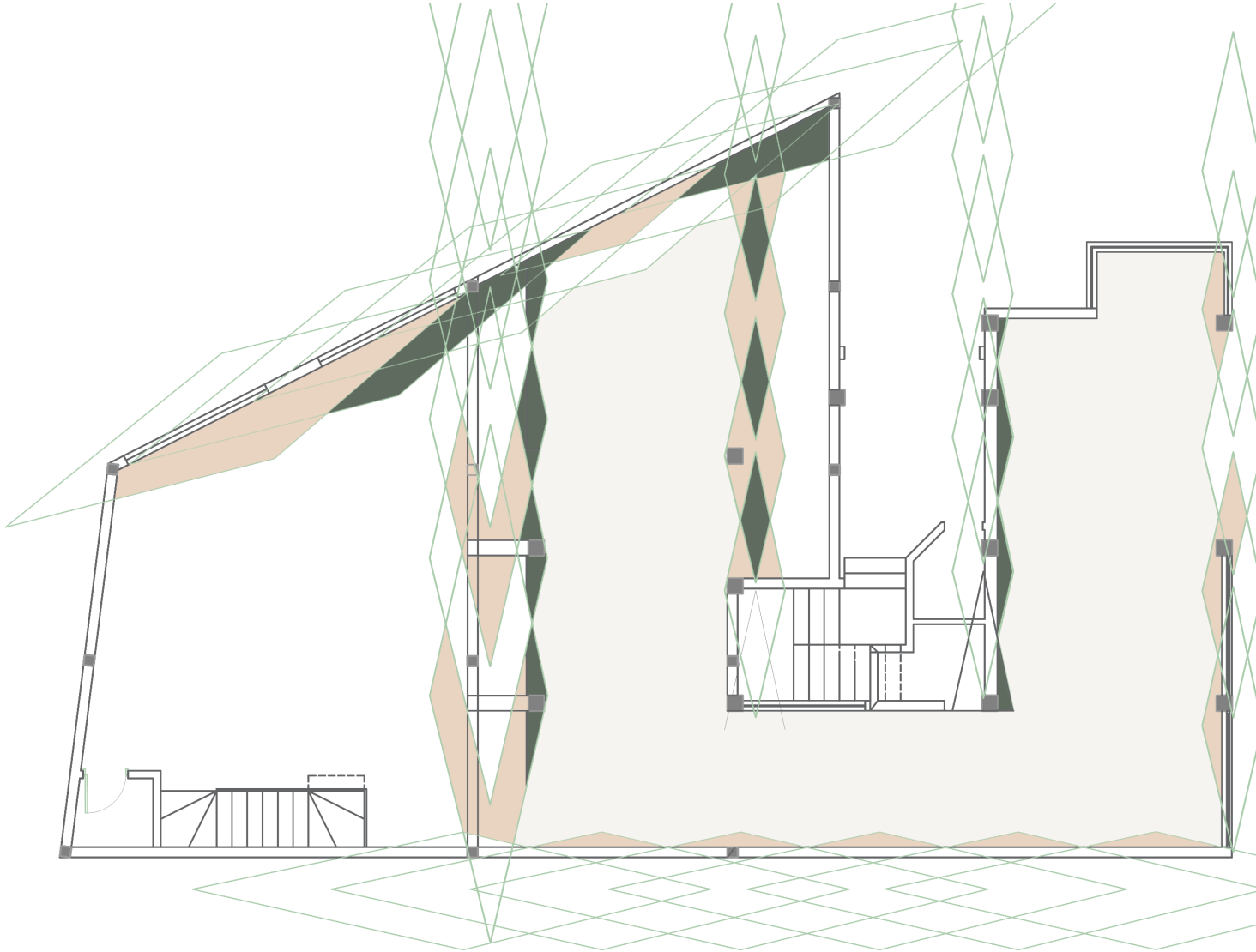


Ilustración 22. Autoría Mario Mera  
Diseño Espacial



3.8. ZONIFICACIÓN

La zonificación nos permite tener una visión clara de la distribución de espacios, definiendo espacios y areas de los espacios propuestos.

Sirve como guía viisual del diseño interior, para definir y comprender los espacios y sus respectivas ubicaciones en el plano.

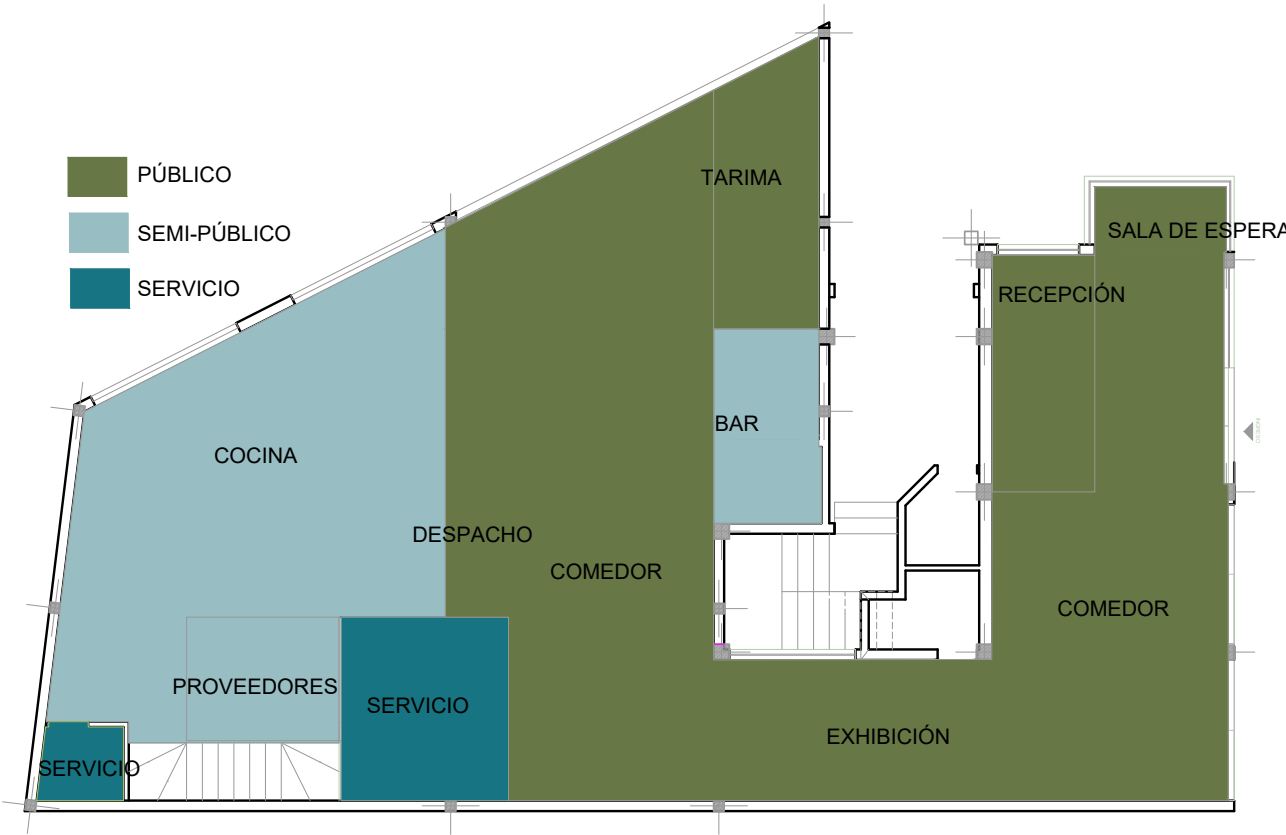


Ilustración 23. Autoría Mario Mera  
Zonificación

3.9. MOODBOARD

Para este proyecto se trabaja con un moodboard de imágenes seleccionadas cuidadosamente que transmiten frescura, tranquilidad, vacaciones, viaje, comida, brisa del mar, sensaciones que se reflejarán en el diseño al momento de la ejecución del desarrollo del proyecto.

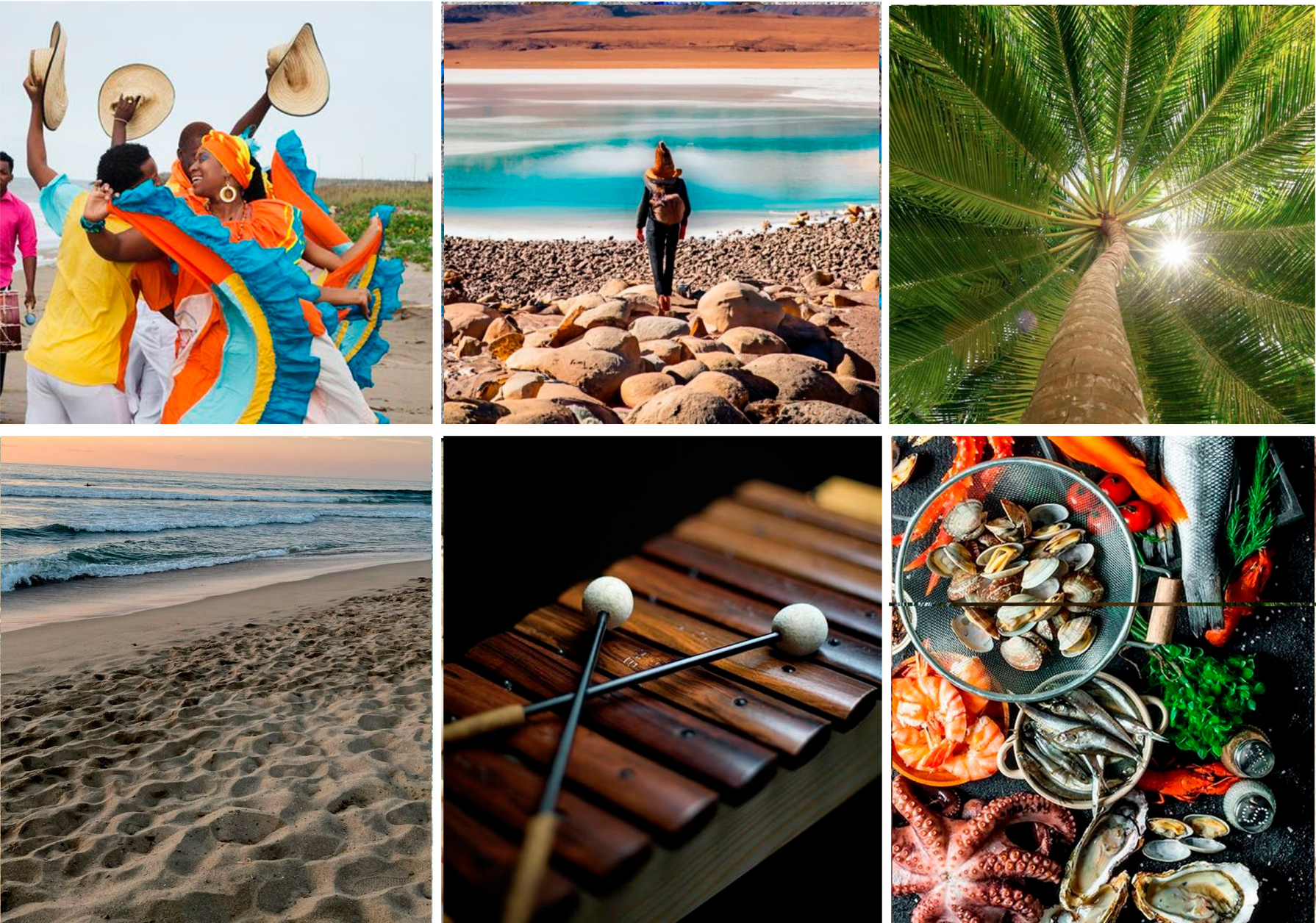


Ilustración 24. Fuente Pinterest Edición Mario Mera Moodboard



3.10. MATERIAL BOARD

El material moodboard detalla una selección de diversos materiales (texturas variadas) que reflejan la esencia del proyecto entre la mezcla de materiales (vidrio, textiles, caña, yute, etc), y colores, donde se destaque y refleje la elegancia, la conformidad y bienestar del proyecto,

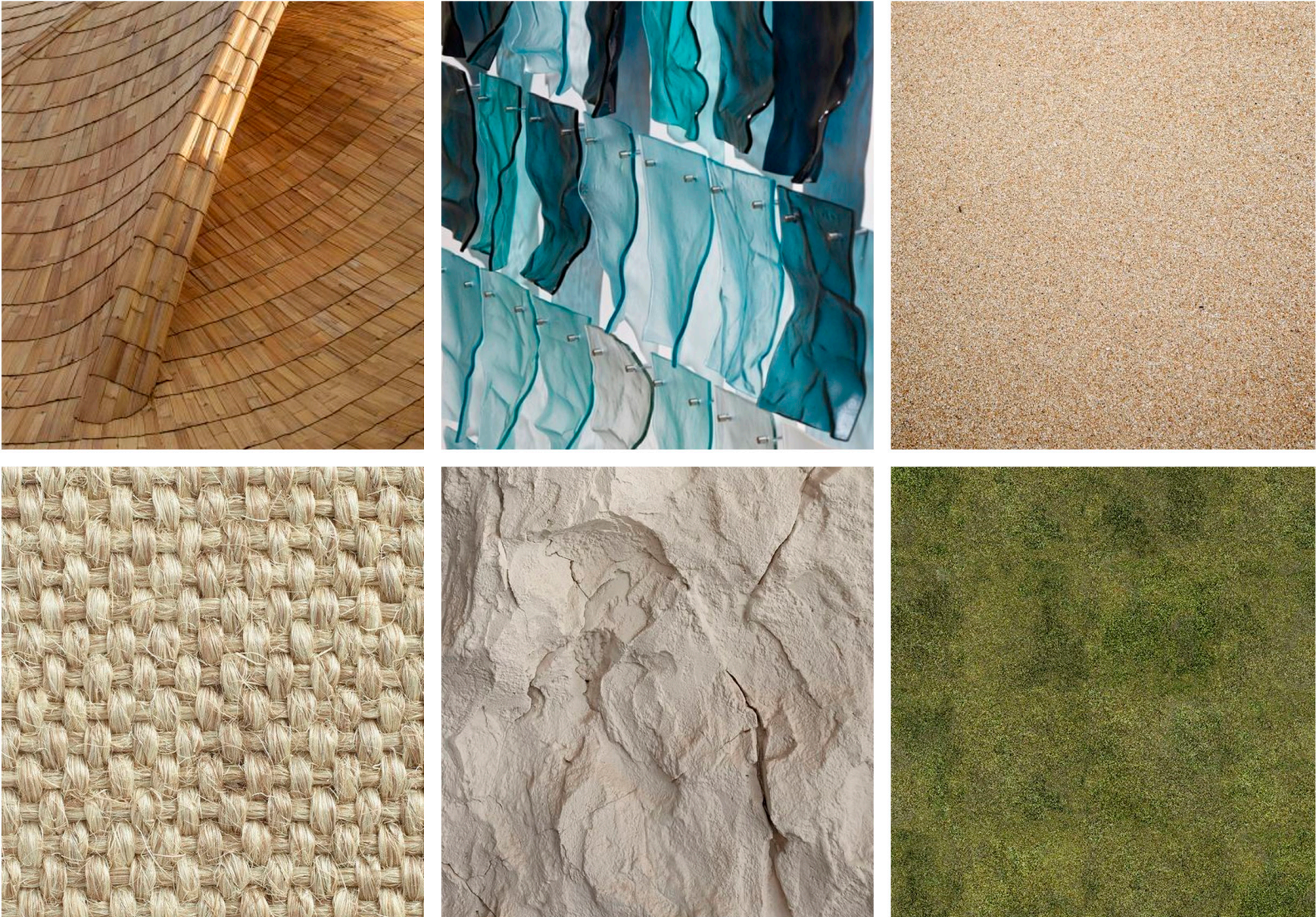


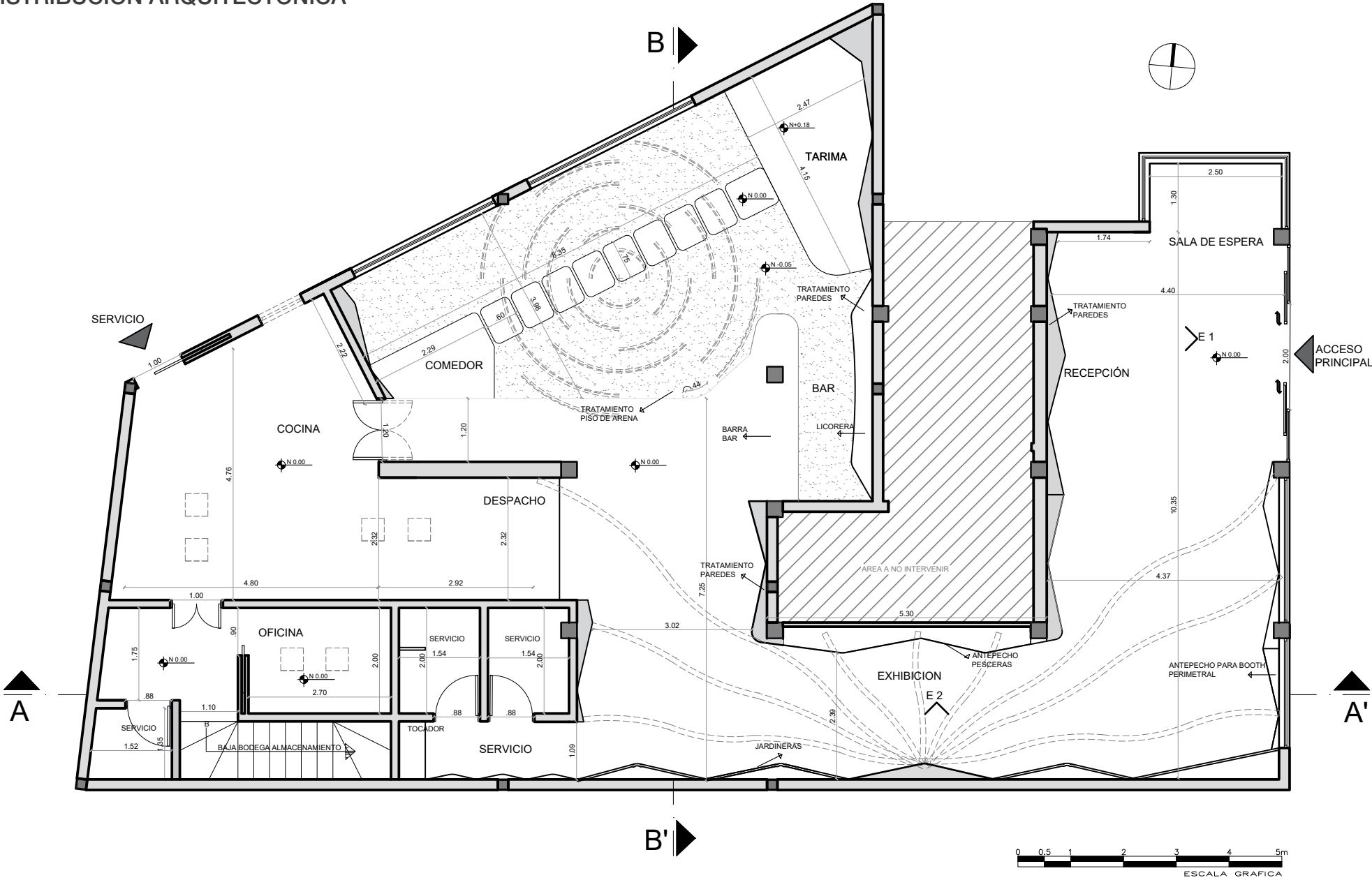
Ilustración 25. Fuente Pinterest Edición Mario Mera  
Material Board



# 04 PLANOS Y RENDERS



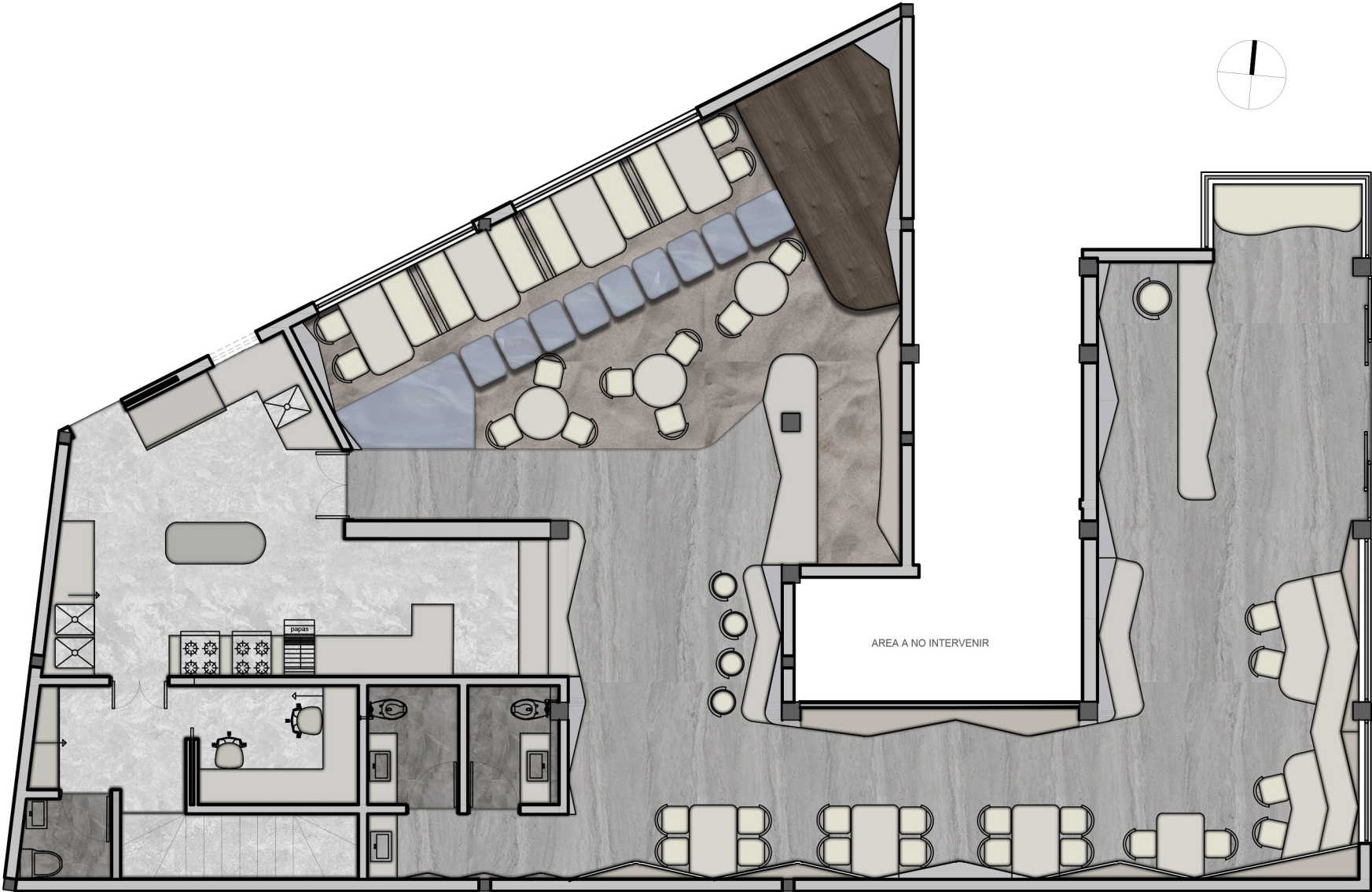
4.1 PLANTA DE DISTRIBUCIÓN ARQUITECTÓNICA



## P. 59



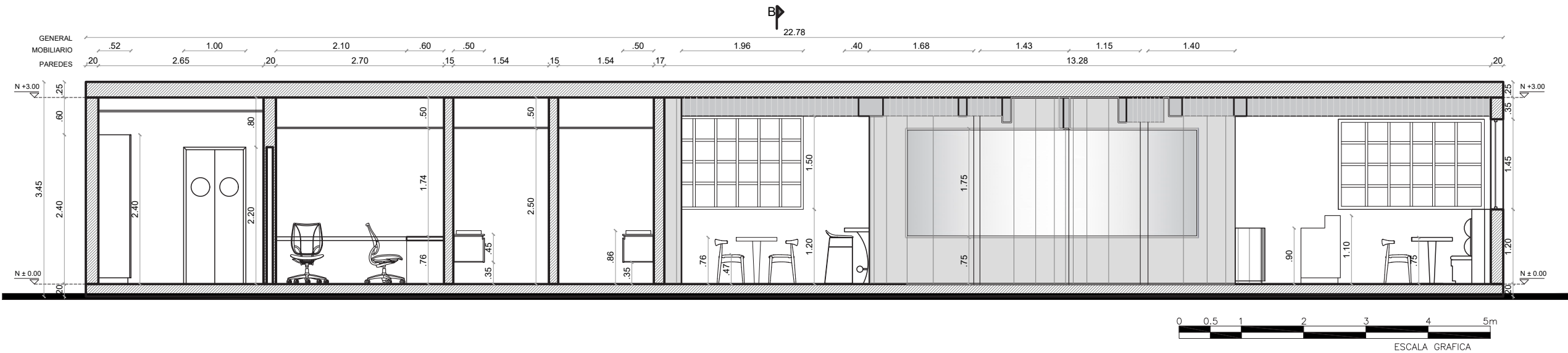
4.2.1 PLANTA AMOBLADA AMBIENTADA



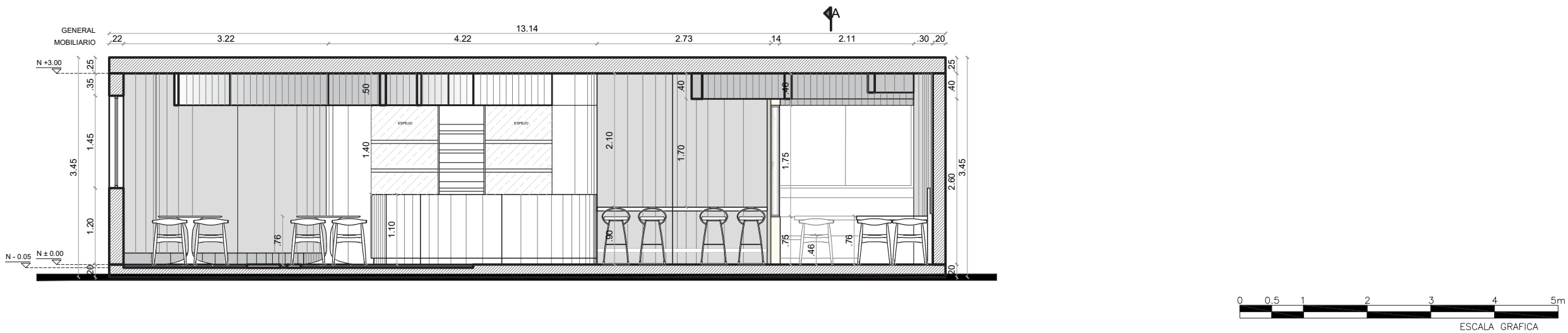
0 0.5 1 2 3 4 5m  
ESCALA GRAFICA



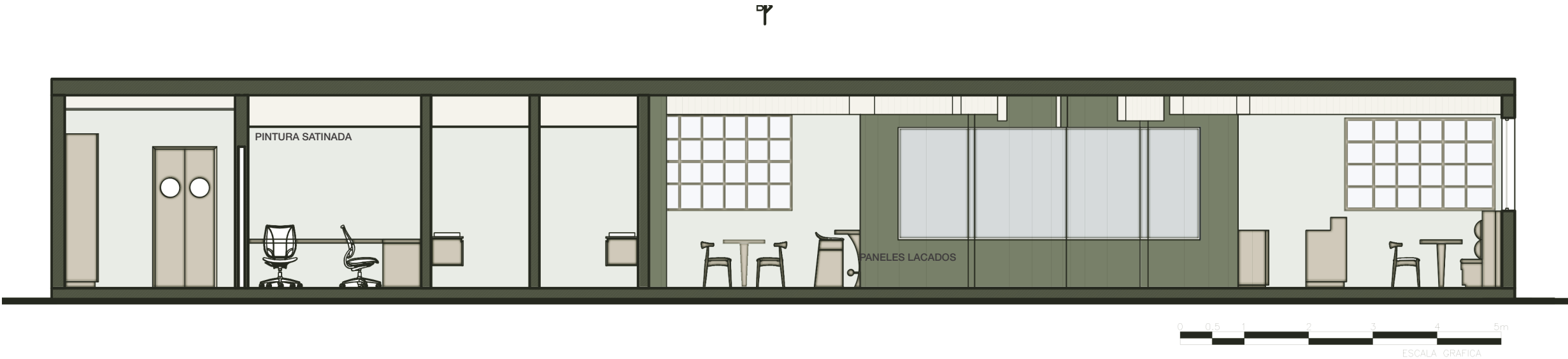
4.3 CORTE LONGITUDINAL ARQUITECTÓNICO A-A



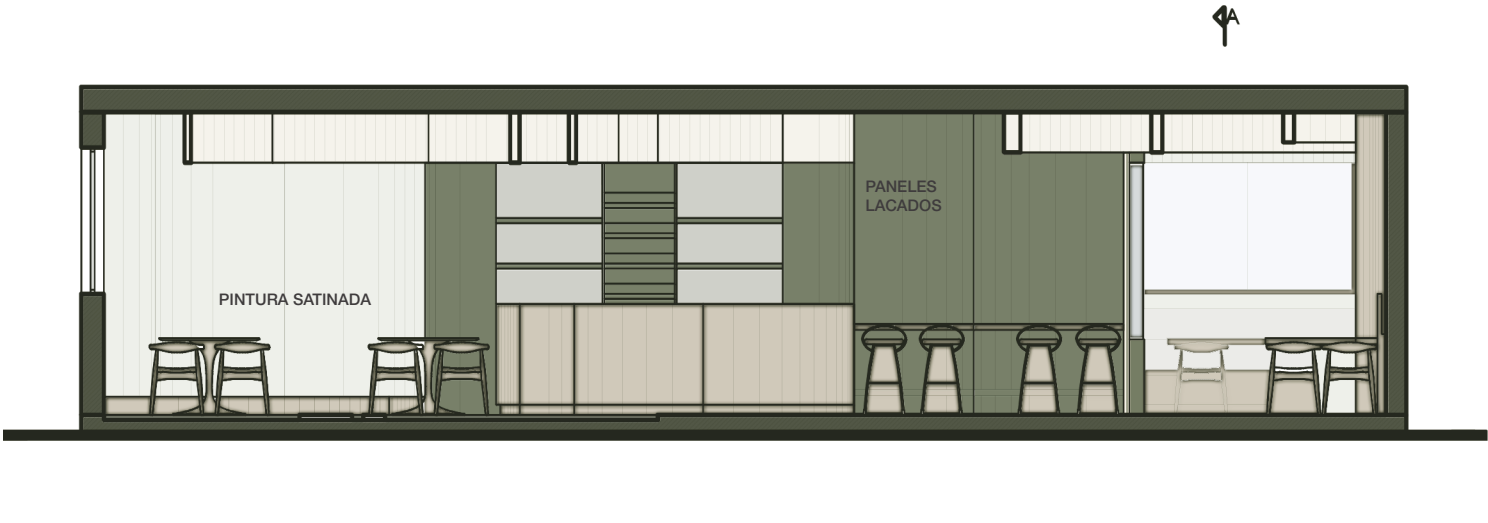
4.4 CORTE TRANSVERSAL ARQUITECTÓNICO B-B



4.3.1 CORTE LONGITUDINAL AMBIENTADO A-A

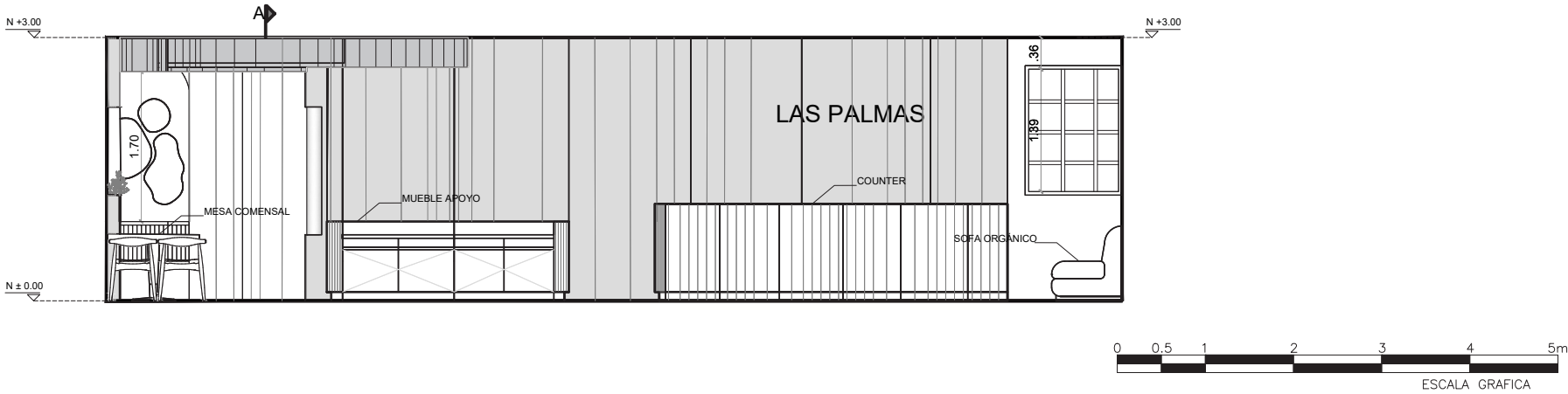
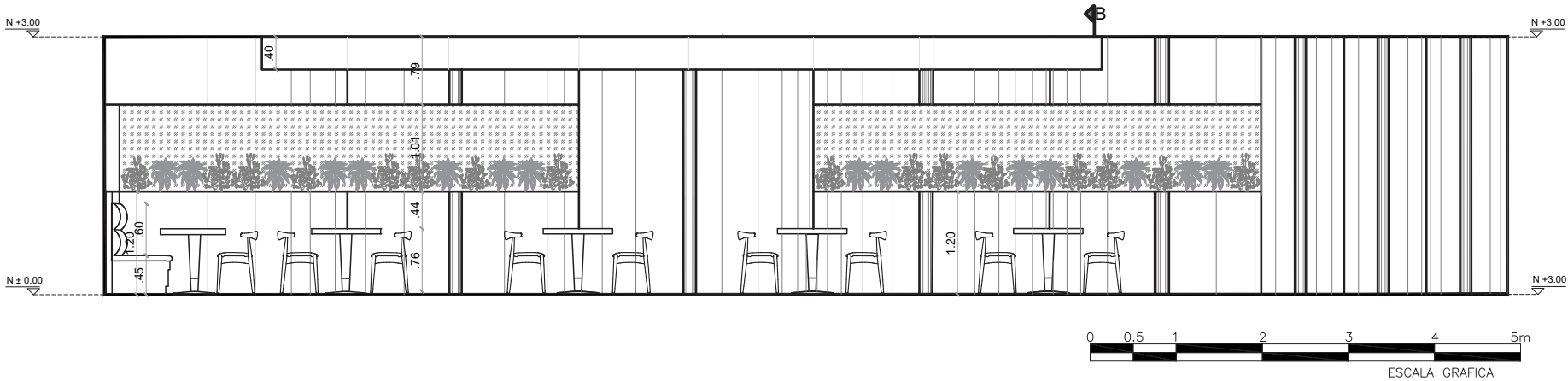


4.4.1 CORTE TRANSVERSAL AMBIENTADO B-B



- ESPEJO
- PANELADO DE MADERA
- PINTURA SATINADA SW6183
- PINTURA SATINADA SW6421
- PINTURA SATINADA 212C7

4.5 ELEVACIONES INTERNAS ARQUITECTÓNICAS





4.5.1 ELEVACIONES INTERNAS AMBIENTADAS



- ESPEJO
- PANELADO DE MADERA
- PINTURA SATINADA SW6183
- PINTURA SATINADA SW6421
- PINTURA SATINADA 212C7



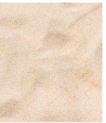
4.6 PLANO DE PISOS



PORCELANATO TRAVERTINO



PORCELANATO LIQUIDO AZUL MAR



ARENA DE MAR



PORCELANATO BLANCO VETEADO



PORCELANATO MARMORIZADO

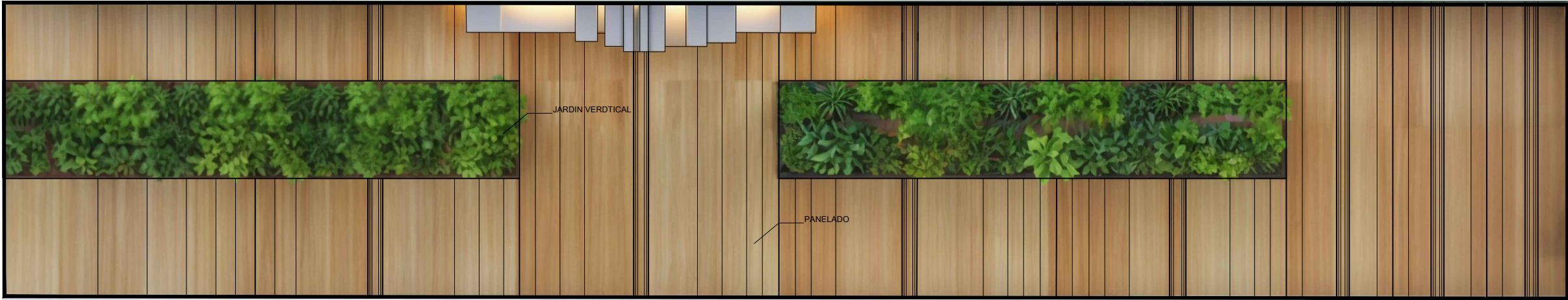


MADERA SÓLIDA DE SEIKE



4.7 REVESTIMIENTOS VERTICALES

P. 72



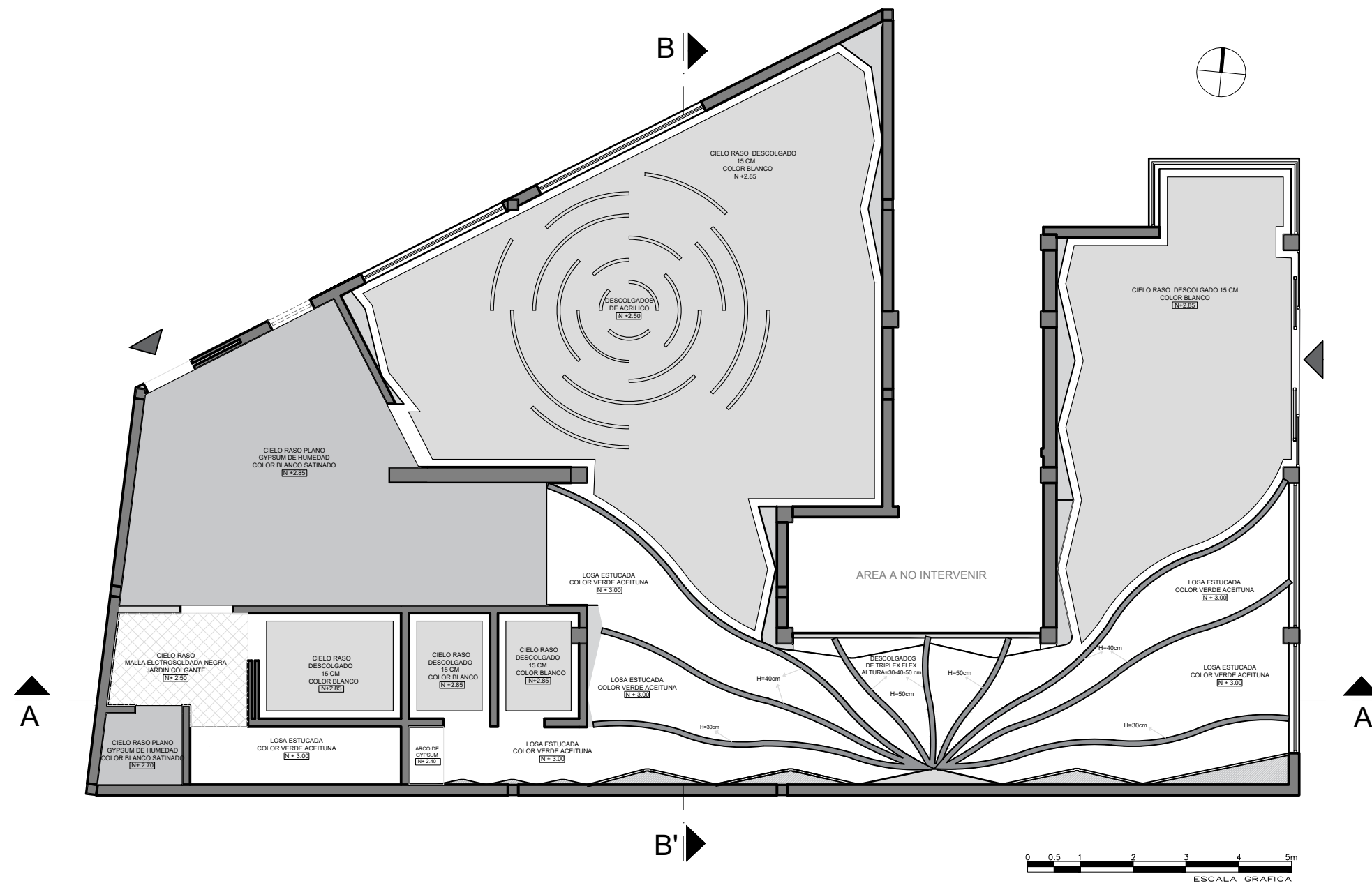
P. 73

| LEYENDA                                                                              |  |
|--------------------------------------------------------------------------------------|--|
| BARREDERAS<br>BARREDERAS DE MADERA SÓLIDA DE<br>FERNAND SANCHEZ                      |  |
| PAREDES<br>PINTURA SATINADA VERDE OLIVA                                              |  |
| PANELADO PAREDES<br>TABLEROS CONTRACHAPADOS DE ROBLE<br>LACADO POLIURETANO SEMI MATE |  |
| ESPEJO<br>FILOS PULIDOS BRILLANTES                                                   |  |
| VIDRIO TEMPLADO<br>PESCERAS                                                          |  |

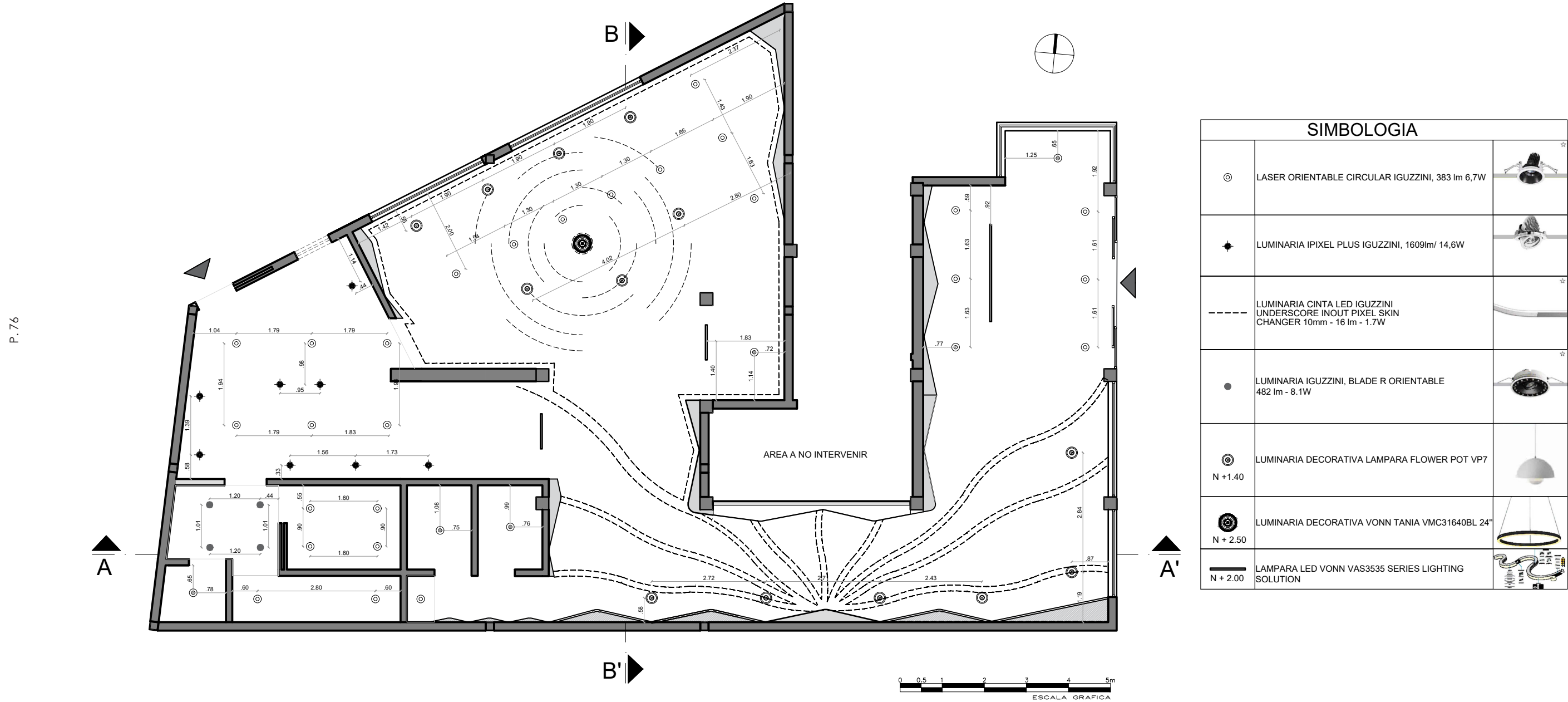




#### 4.8 PLANO DE TECHOS



4.9 PLANO DE ILUMINACIÓN



4.10 STYLING





4.11 RENDERS



























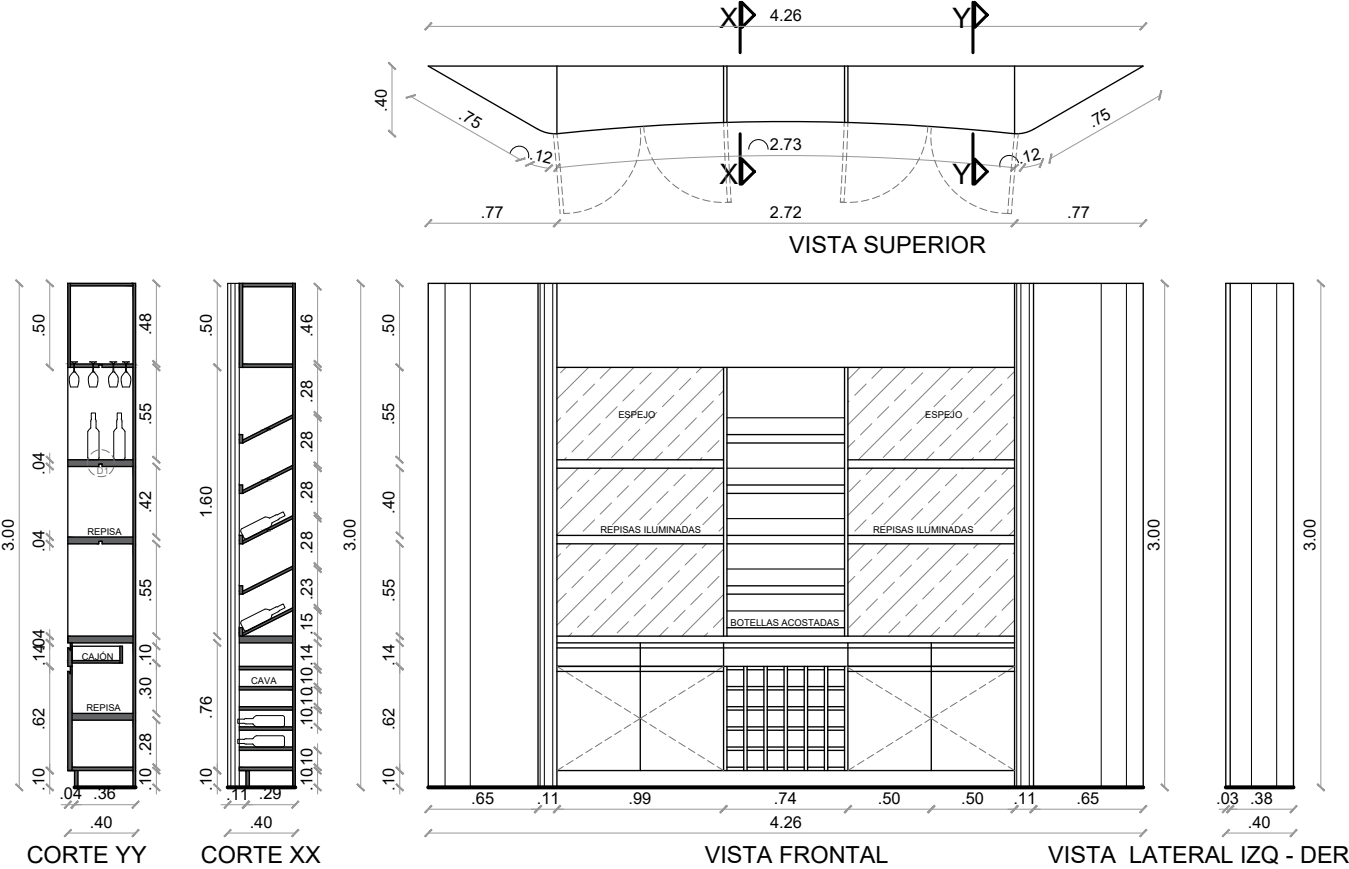


# 05 MOBILIARIO



5.1 MOBILIARIO - LICORERA DEL BAR

P. 98



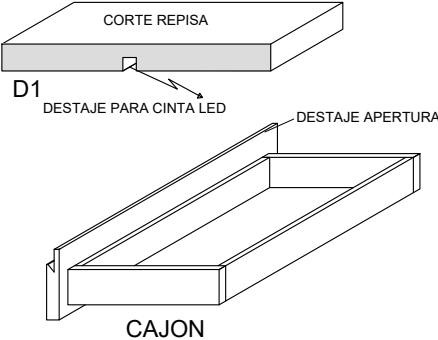
**FICHA TECNICA:**  
**NOMBRE:** LICORERA BAR  
**4.26X3.00X0.40**  
**COLOR:** 212C7

**MATERIALIDAD**

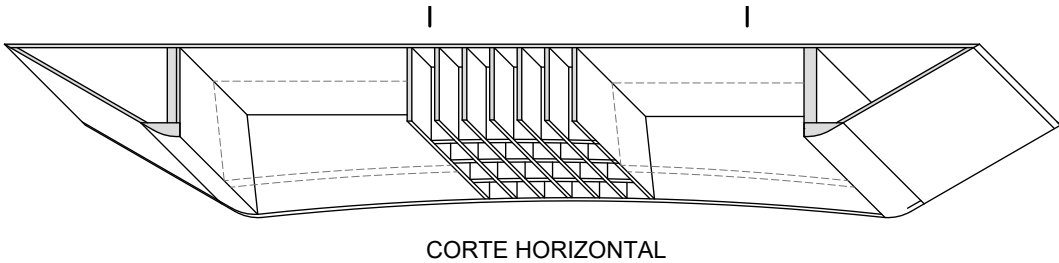
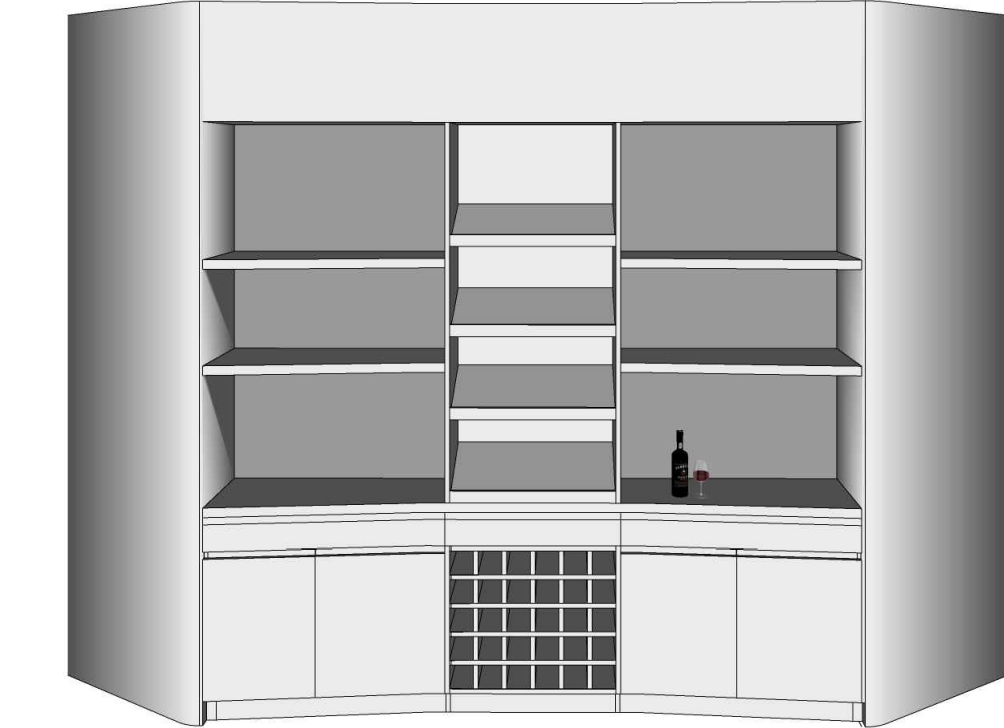
- Realizados con tableros de MDF RH
- Zocalo de madera solida de copal.
- Laca poliuretana satinada de color 212C7
- Cajoneras con rieles ocultas Blum.
- Espejo Belga de 6 mm.
- Bisagras de cierre lento FGV

**ESPECIFICACIONES TÉCNICAS**

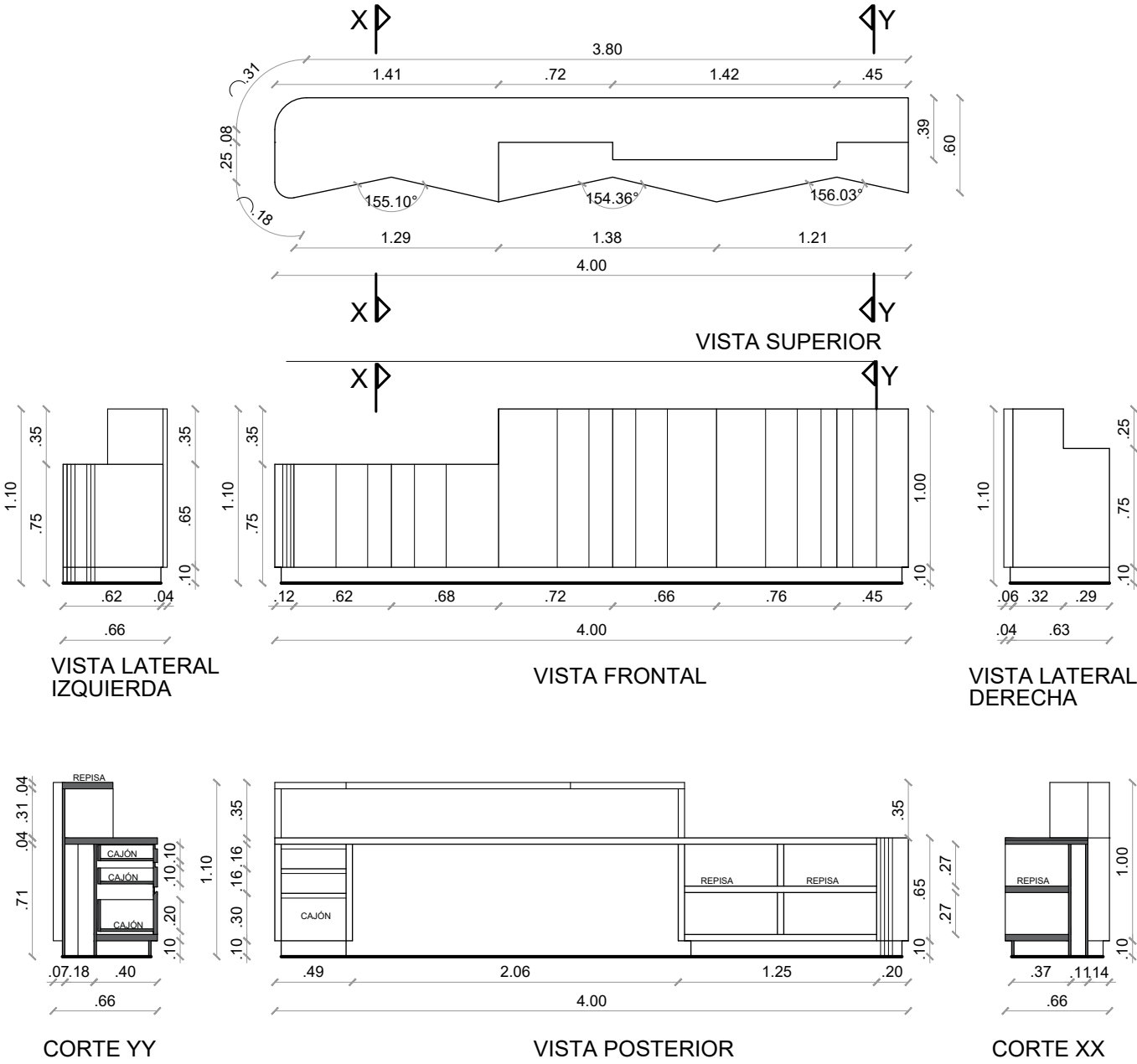
- Cinta led 3000k (110v).
- Rieles ocultas Blum de 350mm.
- Frentes de cajones con destaje para apertura.
- Mesón de piedra sinterizada, union de filas a 45.
- Ensamble madera tornillo 2"x8,



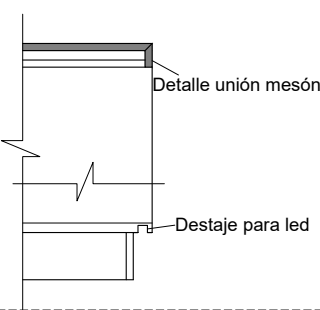
P. 99



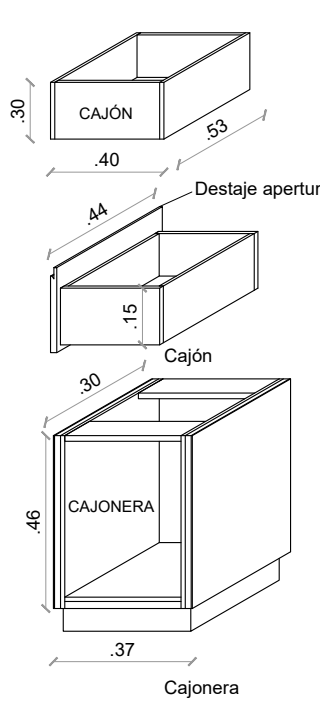
5.2 MOBILIARIO - COUNTER RECEPCIÓN



DETALLE COUNTER



DESPIECE CAJONERA



FICHA TÉCNICA  
NOMBRE: Counter ingreso.

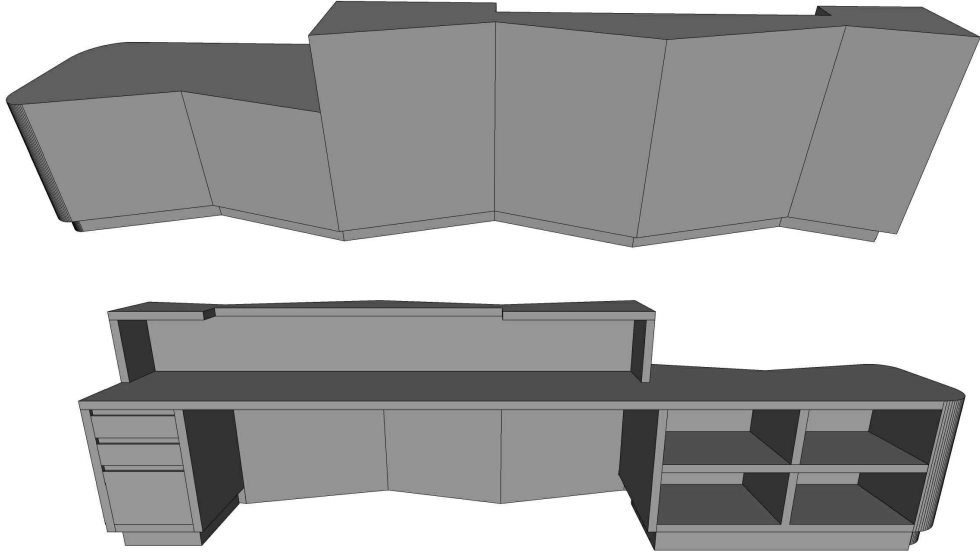
- Módulo de 4.00x1.10x0.66
- Colores 212C7

MATERIALIDAD:

- Realizados con tableros de MDF RH y tableros triplex contrachapados de roble.
- Zocalo en madera sólida de copal.
- Terminado con laca poliuretana satinada de color verde oliva 212C7, y madera color natural, según sea el caso.
- Módulo repicero abierto.
- Piedra sinterizada 12mm.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

- Cinta led en Zocalo 3000k (110v)
- Rieles ocultas Blum de 300mm.
- Frentes de cajones con destaje para apertura.
- Módulo repicero abierto.
- Mesón de piedra sinterizada, union de filis a 45°.
- Ensamble madera tornillo 2"x8,



# 06 EPÍLOGO



6.1 CONCLUSIONES

Impacto en la experiencia del cliente:

El diseño interior del restaurante Las Palmas donde se crea un ambiente temático costero autentico que transporte a los clientes a la esencia misma playera a través de la decoración y el diseño interior tiene un efecto transformador en la experiencia sensorial del cliente.

La combinación y fusión de materiales naturales como la madera, caña, laurel y arena, asi como, una gama de colores que evocan el ambiente costero, además, la iluminación y acústica cuidadosamente seleccionadas, crean una atmósfera envolvente que estimula los cinco sentidos creando experiencias únicas en cada cliente.

Esta experiencia no solo aumenta la satisfacción del cliente, también establece una conexión emocional duradera, donde se crean recuerdos memorables y profundiza la relación y prestigio con la marca.

2. Refuerzo de la identidad de la marca:

El diseño interior realizado junto con el uso de materiales costeros, como arena de mar, madera y caña, han logrado reforzar la identidad del restaurante. El enfoque temático donde se exalta la riqueza natural de las playas ecuatorianas, no solo distingue al restaurante de su competencia,

sino que también crea un vínculo genuino con los clientes, quienes perciben la marca como un refugio único, con un ambiente tropical y auténtico. Asimismo, el restaurante se posiciona como un referente de la cultura costera ecuatoriana, ofreciendo una experiencia única y diferente, elevando la percepción de la marca.

3. Funcionalidad y ergonomía:

La cuidadosa zonificación y diseño interior, que prioriza una circulación cómoda y una optimización del flujo de los espacios, garantiza la funcionalidad y ergonomía de cada área.

Las distintas zonas, cada una con su propio ambiente, permiten que los clientes elijan el tipo de experiencia que desean experimentar, desde un ambiente más relajado hasta uno más animado. Además, la accesibilidad universal del espacio asegura que todos los clientes, independientemente de sus necesidades, puedan disfrutar cómodamente de cada área del restaurante, lo que contribuye a una experiencia inclusiva y sin barreras para todos.

4. Innovación y tendencias actuales:

La mezcla de tendencias modernas y actuales en el diseño, junto con la integración de elementos innovadores ha mejorado la competitiva de la marca.

Estos elementos no solo enriquecen la oferta gastronómica, sino que también brindan una vivencia cultural completa, posicionando al restaurante como un espacio vanguardista que sigue las tendencias de la restauración moderna y las experiencias culinarias donde se estimulan todos los sentidos.

En conclusión, el diseño del proyecto cumplió los objetivos propuestos del concepto basado en una temática costera donde se combina la modernidad y autenticidad, por lo tanto, consolidará la presencia de la marca, también abrirá nuevas oportunidades de expansión.

5. Recomendaciones

Se recomienda implementar un sistema de retroalimentación de la experiencia sensorial, realizando mejoras periódicas en aspectos como iluminación, acústica, y materiales que permitan realizar ajustes para mantener la frescura y la calidad de la experiencia, tomando en cuenta que los clientes son cambiantes,



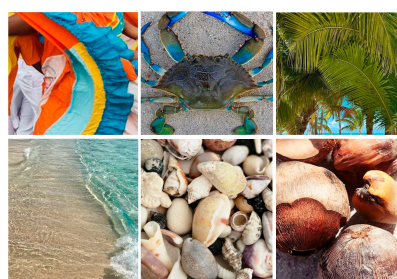
A wide-angle photograph of the interior of Restaurante Las Palmas. The space is characterized by its warm, natural wood paneling on the walls and ceiling. A large, lush vertical garden wall on the left side adds a vibrant green element to the design. The seating area consists of several square wooden tables paired with modern, curved wooden chairs. The ceiling is a striking feature, with a curved, undulating design and integrated warm-toned LED lighting that creates a soft, ambient glow. In the background, a dark-colored service counter with a white marble countertop is visible. The overall atmosphere is modern, sophisticated, and eco-friendly.

El restaurante se destacará por ser sostenible, auténtico y mantener un enfoque en la calidad, con una inspiración costeña que se refleja en el uso de colores y texturas

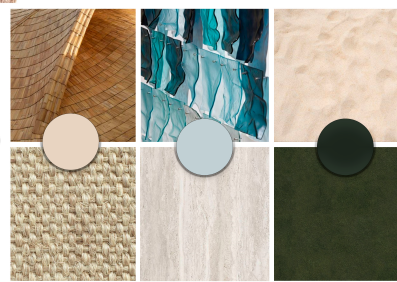
Los locales para el nuevo restaurante están en la Av. Diego de Almagro y Republica, sector rodeados de edificios con una ubicación privilegiada donde existen personas de alto nivel adquisitivo y oficinas con excelente accesibilidad, las personas del sector buscan calidad, infraestructura y comodidad para alimentarse y pasar tiempo con amigos.



## CONCEPTO



## MOODBOARD



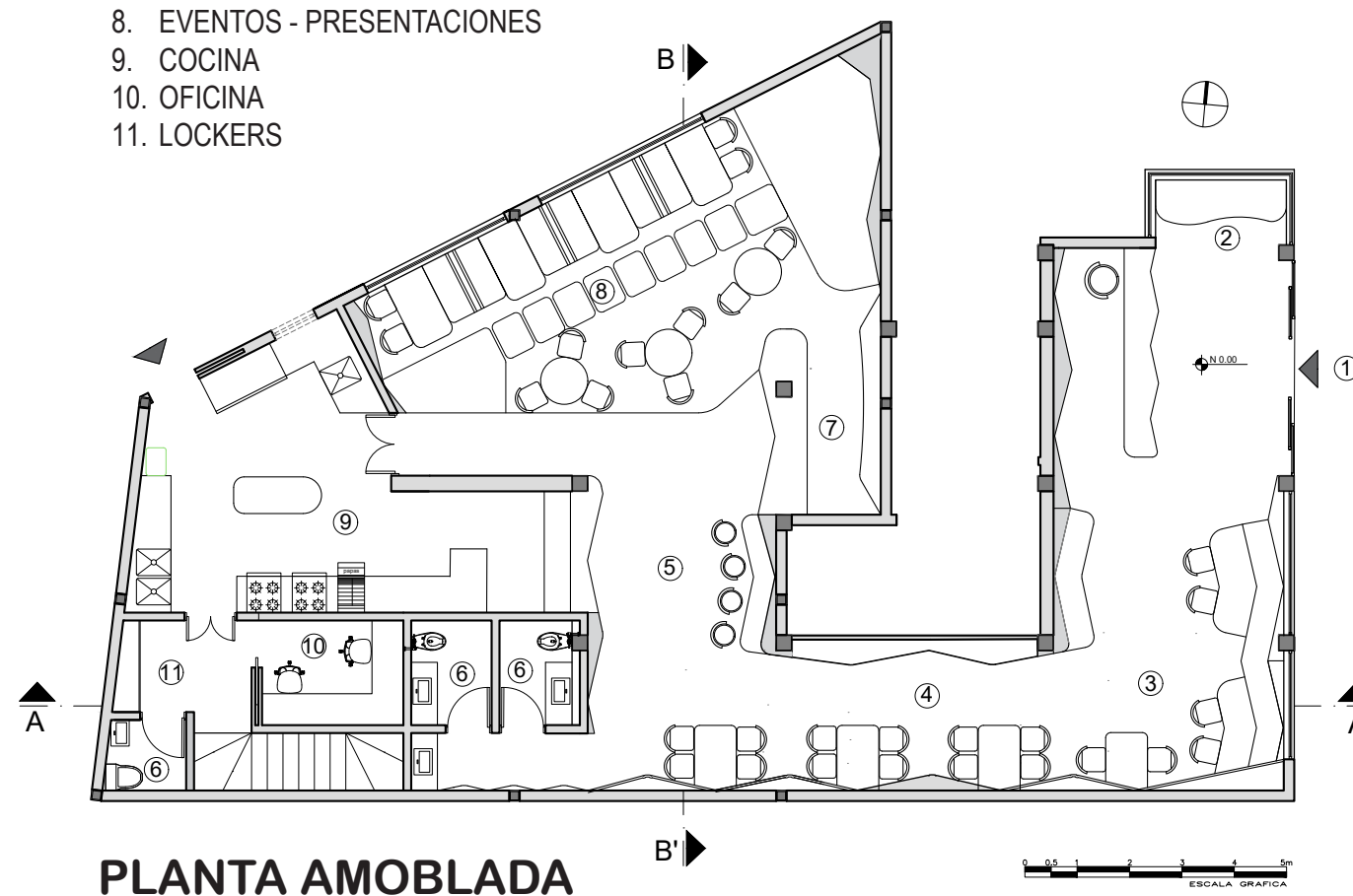
## DISEÑO ESPACIAL

El diseño de Las Palmas nace de la abstracción geométrica que se visualiza en la deformación y transformación de la palmera con el fin de adaptarse al espacio donde esta creciendo.

Dicha abstracción nos permite obtener un patrón geométrico lineal e implantarlo en la planta arquitectónica, esta geometría lineal genera un recorrido a lo largo de todo el proyecto donde usaremos este movimiento para diseñar el mobiliario y los diferentes espacios del proyecto



1. INGRESO
2. ESPERA-ATENCIÓN
3. COMEDOR
4. EXHIBICIÓN
5. DESPACHO
6. SERVICIO
7. BARRA
8. EVENTOS - PRESENTACIONES
9. COCINA
10. OFICINA
11. LOCKERS



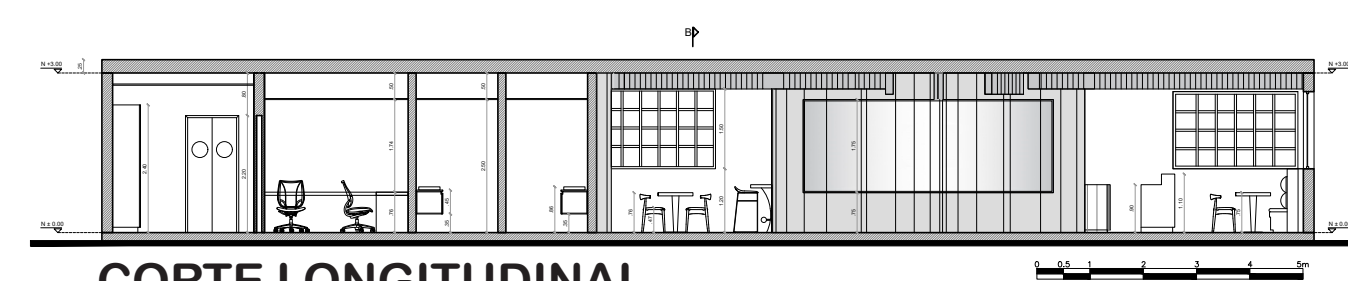
## PLANTA AMOBLADA



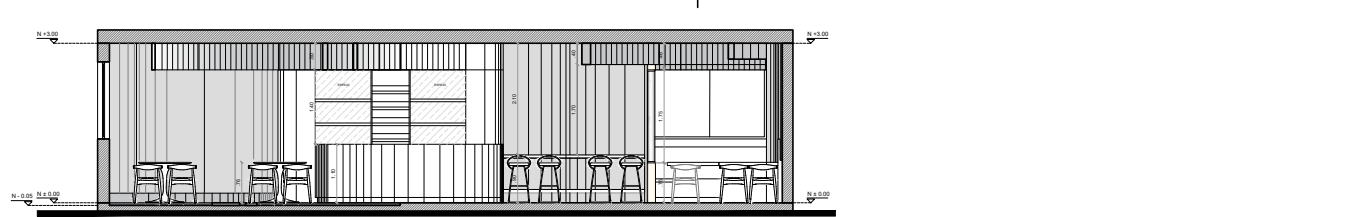
## RENDER PRESENTACIONES



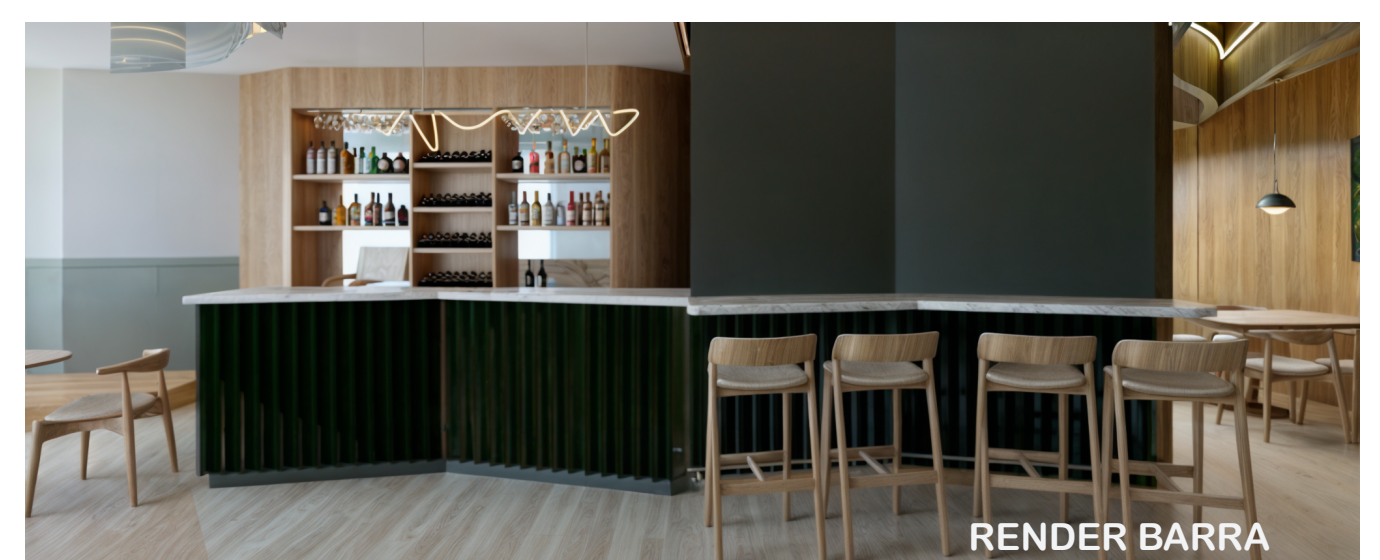
## RENDER BARRA



## CORTE LONGITUDINAL



## CORTE TRANSVERSAL



## RENDER BARRA



## STYLING



| LEYENDA                                                        |  |
|----------------------------------------------------------------|--|
| BARRERDORAS                                                    |  |
| BARRERDORAS DE MADERA SOLIDA DE PERNAMBO SANCHEZ               |  |
| PAÑEROS                                                        |  |
| PIRATUNA BATINDA VERDE OLIVA                                   |  |
| PAÑILADO PAÑEROS                                               |  |
| TABLEROS CONTRACHAPADOS DE PISO E LACADO POLIURETANO SEMA BATE |  |
| ESPEJO                                                         |  |
| FILOS PUJIDOS BRILLANTES                                       |  |
| VIDRIO TEMPLADO                                                |  |
| PERCEIRAS                                                      |  |



## ELEVACIONES INTERNAS



## RENDER INGRESO



## RENDER COMEDOR



## RENDER EXHIBICIÓ



6.4 BIBLIOGRAFIA

ArchDaily. (24 de Junio de 2024). "Restaurante Ideal / Lorenzo Botero Arquitectos". Recuperado el 04 de Septiembre de 2024, de ArchDaily en Español: <https://www.archdaily.cl/cl/1020239/restaurante-ideal-lorenzo-botero-arquitectos>> ISSN 0719-8914

ArchDaily. (3 de Febrero de 2024). Restaurante Ikigai / Hiero Arc. Recuperado el 4 de Septiembre de 2024, de <<https://www.archdaily.cl/cl/1012826/restaurante-ikigai-hiero-arc>> ISSN 0719-8914

ArchDaly. (20 de Agosto de 2024). Restaurante CAAAp<sup>or</sup> Pietro Catalano / External Reference" [CAAA Restaurant by Pietro Catalano. Recuperado el 04 de Septiembre de 2024, de <<https://www.archdaily.cl/cl/1018011/restaurante-caaapor-pietro-catalano-external-reference>> ISSN 0719-8914

Asociación de Chefs del Ecuador . (27 de Julio de 2019). Encebollado. Obtenido de [www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec): <https://chefs.ec/?s=encebollado>

BERMUDEZ, S. (04 de septiembre de 2017). Encebollado: el origen. Quito, Pichincha, Ecuador.

FAQ Restaurant, F. (2024). Cómo le influye la ubicación a tu restaurante. Obtenido de <https://faq.restaurant/la-ubicacion-de-tu-restaurante/>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS. (2012). Encuesta de Estratificacion del Nivel Socioeconomico . Obtenido de ECUADOR EN CIFRAS: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/Encuesta\\_Estratificacion\\_Nivel\\_Socioeconomico/111220\\_NSE\\_Presentacion.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf)

Aldea, V. (07 de 11 de 2023). Combo blog. Recuperado el 11 de 9 de 2024, de <https://combohr.com/es/blog/gestion-de-calidad-en-restaurantes-como-implementarla#:~:text=El%20objetivo%20es%20garantizar%20el%20correcto%20funcionamiento%20de,local.%204%20La%20gesti%C3%B3n%20de%20los%20procesos%20internos>.

ArchDaily. (24 de Junio de 2024). “Restaurante Ideal / Lorenzo Botero Arquitectos”. Recuperado el 04 de Septiembre de 2024, de ArchDaily en Español: <https://www.archdaily.cl/cl/1020239/restaurante-ideal-lorenzo-botero-arquitectos>> ISSN 0719-8914

ArchDaily. (3 de Febrero de 2024). Restaurante Ikigai / Hiero Arc. Recuperado el 4 de Septiembre de 2024, de <<https://www.archdaily.cl/cl/1012826/restaurante-ikigai-hiero-arc>> ISSN 0719-8914

ArchDaly. (20 de Agosto de 2024). Restaurante CAAAp<sup>or</sup> Pietro Catalano / External Reference” [CAAA Restaurant by Pietro Catalano. Recuperado el 04 de Septiembre de 2024, de <<https://www.archdaily.cl/cl/1018011/restaurante-caaapor-pietro-catalano-external-reference>> ISSN 0719-8914

Asociación de Chefs del Ecuador . (27 de Julio de 2019). Encebollado. Obtenido de [www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec): <https://chefs.ec/?s=encebollado>

BERMUDEZ, S. (04 de septiembre de 2017). Encebollado: el origen. Quito, Pichincha, Ecuador.

FAQ Restaurant, F. (2024). Cómo le influye la ubicación a tu restaurante. Obtenido de <https://faq.restaurant/la-ubicacion-de-tu-restaurante/>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS. (2012). Encuesta de Estratificacion del Nivel Socioeconomico . Obtenido de ECUADOR EN CIFRAS: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/Encuesta\\_Estratificacion\\_Nivel\\_Socioeconomico/111220\\_NSE\\_Presentacion.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf)

iStock by Getting Images, i. (1 de julio de 2017). iStock by Getting Images. Recuperado el 6 de septiembre de 2024, de <https://www.istockphoto.com/es/ilustraciones/beach-drawings>Estrategia de poscionamiento: <https://marketingyconsumo.com/estrategias-de-poscionamiento.html>

Moraño, X. (4 de Octubre de 2010). e marketing & consumo inteligencia verde. Recuperado el 6 de septiembre de 2024, de Estrategia de poscionamiento: <https://marketingyconsumo.com/estrategias-de-poscionamiento.html>

Phillips, K. (2 de diciembre de 2023). Garvillo. Recuperado el 11 de Septiembre de 2024, de <https://garvillo.com/es/semillas-de-palmeras/>

Symbolopedia. (11 de abril de 2024). Symbolopedia. Obtenido de <https://symbolopedia.com/es/palm-tree-symbolism-meaning/#:~:text=La%20palmera%2C%20con%20su%20alt%C3%ADsima%20altura%20y%20sus,paz%2C%20la%20fertilidad%2C%20la%20eternidad%20y%20la%20inmortalidad>



6.5 INDICE DE ILUSTRACIONES

|                        |                                                             |    |
|------------------------|-------------------------------------------------------------|----|
| <b>Ilustración 1.</b>  | Plato Las Palmas                                            | 15 |
| Fuente:                | Página Facebook Las Palmas. Autoría y Edición: Las Palmas.  | 15 |
| <b>Ilustración 2.</b>  | Chef Las Palmas                                             | 16 |
| Fuente:                | Página Facebook Las Palmas. Autoría y Edición: Las Palmas.  | 16 |
| <b>Ilustración 3.</b>  | Local Las Palmas                                            | 17 |
| Fuente:                | Página Facebook Las Palmas. Autoría y Edición: Las Palmas.  | 17 |
| <b>Ilustración 4.</b>  | Conchas asadas                                              | 19 |
| Fuente:                | Página Facebook Las Palmas. Autoría y Edición: Las Palmas.  | 19 |
| <b>Ilustración 5:</b>  | Fuente Google Earth. Edición propia.                        | 24 |
|                        | Ubicación las Palmas                                        | 24 |
| <b>Ilustración 6:</b>  | Fuente SunEarth. Edición propia.                            | 25 |
|                        | Asoleamiento                                                | 25 |
| <b>Ilustración 7:</b>  | Fuente Arquitecto Planos Edwin Perez. Edición propia.       | 26 |
|                        | Corte estado actua locall                                   | 26 |
| <b>Ilustración 8:</b>  | Fuente Planos Arq.Edwin Perez . Edición propia.             | 27 |
|                        | Planta actua local                                          | 27 |
| <b>Ilustración 9:</b>  | Fuente Fotografías de autoría propia. Edición propia.       | 28 |
|                        | Imágenes exteriores del local                               | 28 |
| <b>Ilustración 10:</b> | Fuente Fotografías de autoría propia. Edición propia.       | 29 |
|                        | Imágenes interiores del local                               | 29 |
| <b>Ilustración 11</b>  | Fuente: ArchDaily.                                          | 30 |
|                        | Imagen exterior Restaurante CAAA                            | 30 |
|                        | Fotografías:Bambergh                                        | 30 |
| <b>Ilustración 12</b>  | Fuente: ArchDaily                                           | 31 |
|                        | Imagen interior Restaurante Ideal                           | 31 |
|                        | Fotografías: Mónica Berrenechelmágenes interiores del local | 31 |
| <b>Ilustración 13</b>  | Fuente: ArchDaily.                                          | 32 |
|                        | Imagen exterior Restaurante Ikigai                          | 32 |
|                        | Fotografías:Igor Carvalho.                                  | 32 |
| <b>Ilustración 14</b>  | Fuente: ArchDaily                                           | 33 |
|                        | Planta Restaurante Ikigai                                   | 33 |
| <b>Ilustración 15.</b> | Fuente: Página Facebook Las Palmas Logotipo Las Palmas      | 39 |
|                        | Autoría y Edición: Las Palmas. Fuente: ArchDaily            | 39 |
|                        | Planta Restaurante Ikigai                                   | 39 |
| <b>Ilustración 16.</b> | Autoría Mario Mera                                          | 41 |
|                        | Metas del Diseño                                            | 41 |

|                        |                                             |    |
|------------------------|---------------------------------------------|----|
| <b>Ilustración 17.</b> | Autoría Mario Mera                          | 42 |
|                        | Concepto: referencia gráfica                | 42 |
| <b>Ilustración 18.</b> | Autoría Mario Mera                          | 43 |
|                        | Subconceptos: referencia gráfica            | 43 |
| <b>Ilustración 19.</b> | Autoría Mario Mera                          | 44 |
|                        | Concepto: referencia gráfica                | 44 |
| <b>Ilustración 20.</b> | Autoría Mario Mera                          | 45 |
|                        | Diagrama de adyacencias: referencia gráfica | 45 |
| <b>Ilustración 21.</b> | Autoría Mario Mera                          | 46 |
|                        | Diseño Espacial                             | 46 |
| <b>Ilustración 22.</b> | Autoría Mario Mera                          | 47 |
|                        | Diseño Espacial                             | 47 |
| <b>Ilustración 23.</b> | Autoría Mario Mera                          | 49 |
|                        | Zonificación                                | 49 |
| <b>Ilustración 24.</b> | Fuente Pinterest Edición Mario Mera         | 50 |
|                        | Moodboard                                   | 50 |
| <b>Ilustración 25.</b> | Fuente Pinterest Edición Mario Mera         | 52 |
|                        | Material Board                              | 52 |