

# Diseño de interiores para restaurantes: Una experiencia de aula

## Interior Design for Restaurants: A Classroom Experience

Victoria Eugenia Rivas<sup>13</sup>; María Alejandra Idrobo; Juan Camilo Prado; Leonardo Morales<sup>14</sup>

### Resumen

El artículo presentado expone inicialmente aspectos relevantes a tener en cuenta para el diseño de restaurantes, asociados a disciplinas complementarias al diseño; también presenta las diferentes tipologías de los mismos como insumo inicial para la toma de decisiones de diseño de dichos establecimientos. Adicionalmente presenta la metodología aplicada para el diseño de restaurantes desde el módulo Diseño de Interiores IV en el programa Técnico Profesional en Producción en Diseño de Interiores de la Fundación Academia de Dibujo Profesional. Finaliza con conclusiones que permiten validar los resultados obtenidos tomando presente la articulación de los diferentes campos disciplinares y el método aplicado para la obtención de propuestas significativas y de impacto para los clientes potenciales.

**Palabras clave:** Diseño de restaurantes, métodos de diseño, proyecto de diseño

### Abstract

The article presented initially sets out relevant aspects to take into account for restaurant design, associated with disciplines complementary to design; it also presents the different typologies as initial input for making design decisions for this type of establishments. Additionally, it presents the methodology applied to the design of restaurants from the Interior Design IV module in the Professional Technician in Production in Interior Design program of the Fundación Academia de Dibujo Profesional. It ends with some conclusions that allow the validation of the results obtained taking into account the articulation of the different disciplinary fields and the method applied to obtain significant and impactful proposals for potential clients.

**Key words:** Restaurant design, design methods, design project

### Introducción

Hoy día, las costumbres sociales, políticas, religiosas y económicas entre otras, han cambiado; las personas dejan de ver simplemente un espacio, sino que se toman su tiempo para entender que sucede en el entorno del mismo, ya sean espacios habitados para jornadas laborales, de descanso o para distraerse y pasar un rato agradable. Cada espacio vivido no solo brinda experiencias nuevas sino emociones que dejan rastro en el usuario; es ahí donde cobra importancia el rol del diseño interior.

---

<sup>13</sup>. Docente, líder investigadora del programa Técnico Profesional en Producción en Diseño de Interiores de la FADP.

<sup>14</sup>. Estudiantes de 5to semestre IIP2021, jornada diurna, del programa Técnico Profesional en Producción en Diseño de Interiores de la FADP.

El diseño interior se encarga de transformar un espacio común en un espacio cómodo, confortable e innovador, pero a su vez este va enfocado en suplir las necesidades de las personas o posibles clientes, sacando todo el potencial y todas las cualidades de un lugar logrando transmitir armonía y comodidad, entre otras emociones. Para el diseño interior de un restaurante, un componente esencial del mismo consiste en crear una nueva experiencia para el cliente o comensal, donde lo más importante no solo es la comida, si no lo que el usuario vive en este espacio; se busca diseñar un lugar que brinde la comodidad necesaria para que los clientes lo frecuenten más a menudo y a su vez el entorno mismo se convierta en una herramienta de marketing.

Adicionalmente, un buen diseño de interiores para restaurantes puede ayudar al propietario a administrar y supervisar una parte muy importante de la calidad estética y ambiental de su negocio (González, 2020); teniendo presente que no solo se diseña para el usuario (comensal), sino también para el cliente (propietario). Por lo tanto, el objetivo del presente artículo se centra en explorar conceptualmente los aspectos más relevantes a tener en cuenta en el diseño de bares y restaurantes y como estos influyeron en el desarrollo de propuestas de diseño del programa técnico Profesional en Producción en Diseño de Interiores de la FADP.

### **Branding y diseño de experiencias en restaurantes**

El marketing experiencial es un nuevo enfoque del mercado contemporáneo basado en un tipo de consumo que se encuentra estrechamente relacionado a la economía basada en las experiencias (Pérez, 2019). Con el pasar del tiempo y la evolución del mercado gastronómico, han surgido nuevos conceptos y nuevas estrategias de venta y marketing para el sector, sin embargo, la que más ha cobrado relevancia es la experiencia. Es usual

escuchar de propietarios de restaurantes afirmar: “el comensal ya no compra un concepto, ya compra es la experiencia”. Ya no basta con un restaurante “bonito”, lo que se busca ahora es equilibrio grato entre la funcionalidad, la buena atención y los platos; el ambiente juega un papel fundamental para cumplir con este objetivo.

Para lograr esto es importante que el diseñador conozca a fondo toda la historia de la marca del restaurante y su propietario; se debe indagar sobre lo que ha llevado al establecimiento posicionarse hasta donde haya llegado y a su vez descubrir que quieren lograr para brindarle al cliente una adecuada visión global en conjunto sobre el diseño del lugar; para ello es necesario establecer un vínculo estrecho entre el recinto a intervenir y la identidad de la marca, ya que el diseño de los espacios interiores será el mediador o la herramienta para transmitir lo que la identidad quiere reflejar y hacerles llegar a los usuarios el mensaje de la misma (Carpio et al., 2020). La originalidad y sobre todo la diferenciación son el camino que lleva a que el comensal viva una experiencia inolvidable, que este no elija el lugar donde va a comer al azar, sino que lo elija porque le gusta y le transmite sensaciones únicas a la hora de estar en él.

El diseñador de interiores debe tener en cuenta varios aspectos al momento de intervenir un proyecto gastronómico; entre estos, el llegar a conocer el trasfondo de lo que el cliente requiere, analizar siempre de manera individual y personalizada cada proyecto, qué tipo de cocina es la que se ofrecerá en el lugar, crear un espacio con una distribución idónea, donde tanto los comensales, como el chef y los trabajadores se sientan a gusto, en un entorno de tranquilidad, que contribuya a la creatividad a la hora de cocinar; se deben diseñar espacios que también permitan vivir al cliente una intimidad en la mesa, buenas vistas, un espacio cómodo, con una buena atención, estos entre otros, son detalles que hacen la diferencia (Cotado, 2013).

## Clasificación de restaurantes

Salir a cenar se ha convertido en mucho más que acudir a un espacio donde entretenerse y alimentarse; ahora el diseñador de interiores debe pensarse un lugar espectacular, escenográfico, incluso temático para seducir, sobrecoger y sorprender (Toscano, 2009). Es por ello importante elegir el concepto de restaurante a diseñar, partiendo inicialmente del tipo de comida a servir; la comida orienta la tipología del restaurante y así mismo, brindará las pautas adecuadas para proponer una intervención espacial y decorativa idónea.

Entre los diferentes conceptos de restaurante se encuentran los restaurantes tipo gourmet, los de especialidad, restaurantes familiares, tipo buffet, los de comida rápida y temáticos (incluidos los que ofrecen alimentos de acuerdo a su origen, tal como comida italiana, japonesa, francesa, entre otros). Adicionalmente, existen establecimientos dedicados meramente a entregar comida para llevar, cuyo espacio se enfoca estrictamente en brindar la comodidad y practicidad de recoger algo listo para consumir en el camino.

Por otro lado, los restaurantes pueden ser clasificados por categoría; esta se define específicamente por el número de tenedores que dicho restaurante posee; siendo el de mayor categoría el de 5 tenedores, llegando hasta la más baja de 1 tenedor. El número de tenedores no valora ni la calidad ni el tipo de comida servida en el lugar, pero sí se tiene en cuenta el ambiente en el que esta se va a servir (Hontoria, 2019). Al momento de emprender o encaminarse a diseñar este tipo de establecimiento comercial, al igual que el concepto, se debe partir de la categoría deseada y al tipo de público que se desea llegar, ya sea un restaurante lujoso de primera categoría o uno de segunda o tercera clase. A partir

de su clasificación, se puede establecer parámetros clave en la decoración del lugar, influyendo en aspectos como la iluminación, tapicería, mobiliario, vajilla, la disposición de los baños, los servicios y características de la cocina, entre otros.

Para el módulo DISEÑO DE INTERIORES IV del programa técnico Profesional en Producción en Diseño de Interiores de la Fundación Academia de Dibujo Profesional, se partió inicialmente del propósito de dicho campo disciplinar y su relación con el usuario, junto con la aplicación de los conceptos asociados al diseño de experiencias y la clasificación de restaurantes para presentar diversas propuestas de Diseño en un sector gastronómico de la ciudad de Cali.

## Experiencia de aula

Para el desarrollo del proyecto de diseño e intervención espacial y decorativa de restaurantes en el módulo, se estableció como punto de partida la localización del mismo en un sector de la ciudad de Cali conocida por su diversa oferta gastronómica, como lo es el barrio Granada (Fig. 1). Teniendo presente las competencias adquiridas por los estudiantes de 5to semestre del programa, se definieron unos parámetros que garantizaran su viabilidad; entre estos, se partió de un lote con unas características idóneas dentro del sector, pero se estableció como directriz trabajar con contenedores para garantizar la estabilidad arquitectónica y estructural del restaurante sin tener que profundizar en dichos aspectos, los cuales no son propios del diseño de interiores.

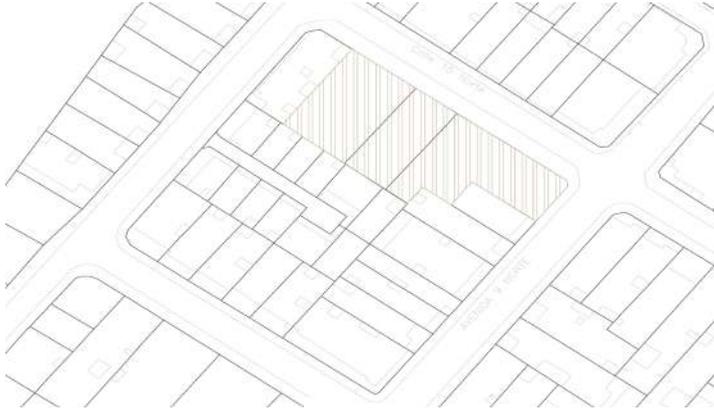


Figura 1. Localización de proyecto en el Barrio Granada. Fuente: Propia.

## 1. Análisis del contexto

El primer paso dentro del proceso de diseño parte desde el análisis del contexto del lugar a intervenir; si bien el énfasis del proyecto es interior, siempre se debe analizar el entorno alrededor del lugar pues puede determinar directrices importantes a tener en cuenta para la propuesta espacial (Fig. 2 y 3).



Figura 2. Identificación de hitos en el contexto y análisis de flujos vehiculares y peatonales en la zona.

Autores: Adela Gysseth Escobar; Leonardo Morales, Juan Camilo Prado. Fuente: FADP.



Figura 3. Análisis del asoleamiento y vientos. Autores: Valentina Bermúdez, María Andrea Delgado. Fuente: FADP.

Frente a los criterios a analizar es importante reconocer la influencia del sol y del viento en el lugar; de igual forma se deben reconocer los hitos o lugares relevantes y de impacto dentro del contexto.

## 2. Análisis del cliente y del usuario

Toda propuesta de diseño debe involucrar la participación del cliente y/o usuario; para el caso específico del diseño de un restaurante, se debe tener presente que se cuenta tanto con un cliente (el propietario del lugar) y un usuario (el comensal) y ambas necesidades deben ser tenidas en cuenta. Para esto, se realiza un BRIEF que contiene un análisis detallado no solo del cliente y del usuario, sino también de la marca e imagen del restaurante (Fig. 4).

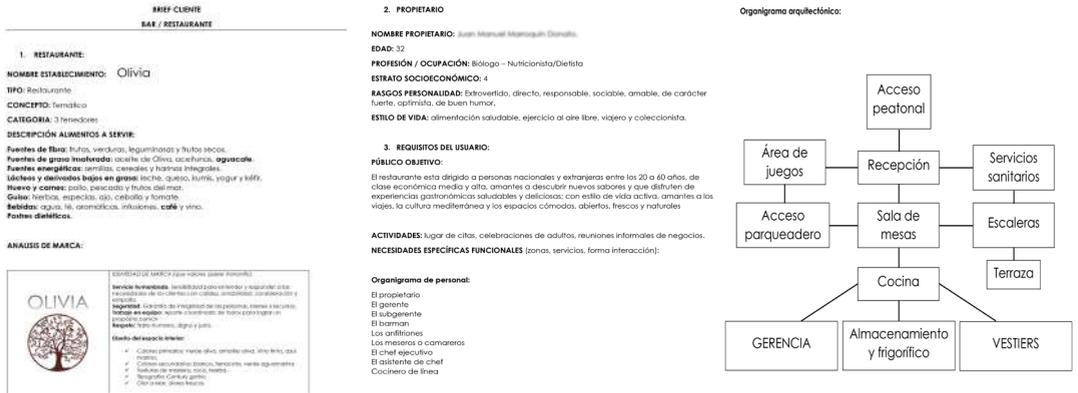


Figura 4. Brief del Cliente con análisis del restaurante y marca, necesidades y gustos del propietario y desarrollo de organigrama de personal arquitectónico. **Autores:** Valentina Bermúdez, María Andrea Delgado. **Fuente:** FADP.

## 3. Búsqueda de referentes y Estado del Arte

Es de vital importancia identificar unos buenos referentes que brinden inspiración previa antes de abordar los procesos de diseño y bocetación; dado que un proyecto de diseño involucra investigación e indagación, se podría decir que dicho ejercicio equivale a una aproximación a un estado del arte mismo y cuando exista un análisis de dichos referentes (Fig. 5).

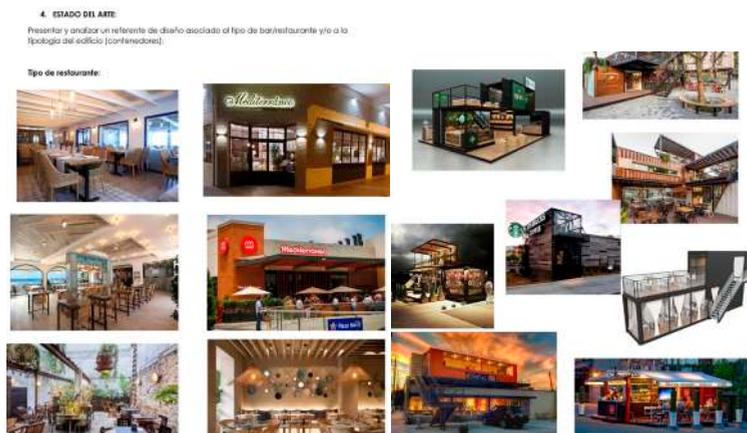
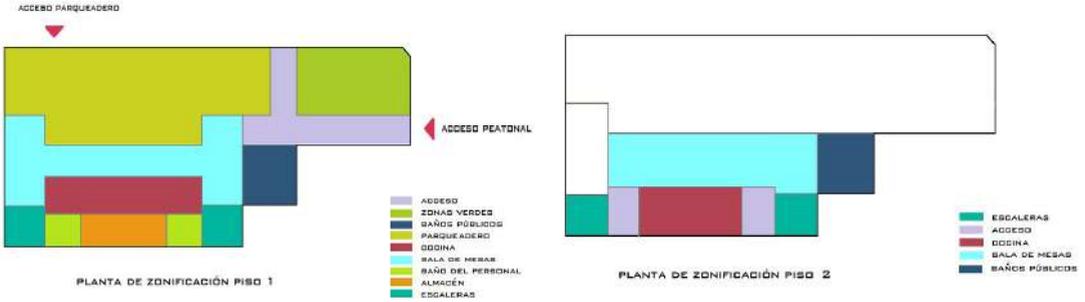


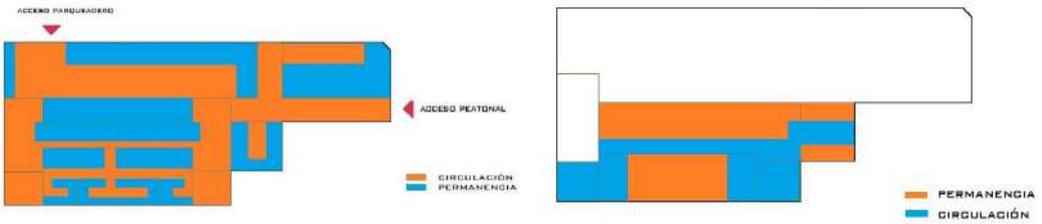
Figura 5. Referentes de diseño con base a tipo de restaurante y objeto arquitectónico (contenedor). **Autores:** Adela Gysseth Escobar; Leonardo Morales, Juan Camilo Prado. **Fuente:** FADP.

#### 4. Esquema básico

Teniendo los insumos necesarios para realizar un análisis idóneo antes de comenzar la etapa de diseño, se procede a formalizar unos esquemas básicos (a escala) que den cuenta de una propuesta formal preliminar, una zonificación de espacios y unos gráficos que diferencien las zonas de circulación y permanencia (Fig. 6 y 7).



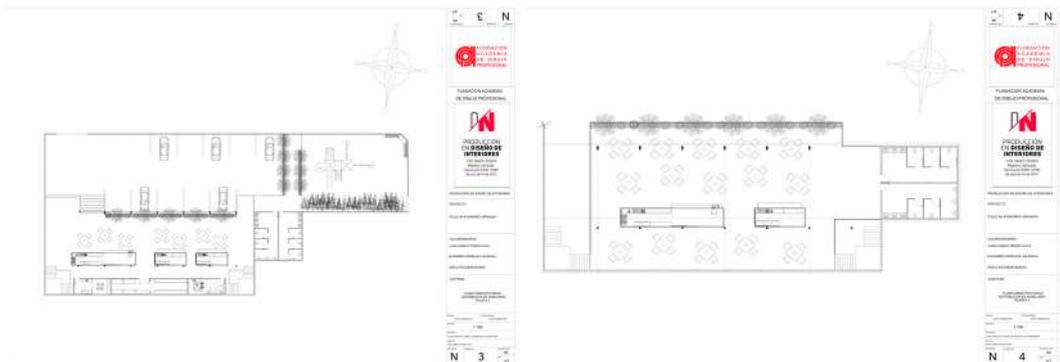
**Figura 5.** Esquema de Zonificación. **Autores:** Adela Gysseth Escobar; Leonardo Morales, Juan Camilo Prado. **Fuente:** FADP.



**Figura 7.** Esquema de Circulación y permanencia. **Autores:** Adela Gysseth Escobar; Leonardo Morales, Juan Camilo Prado. **Fuente:** FADP.

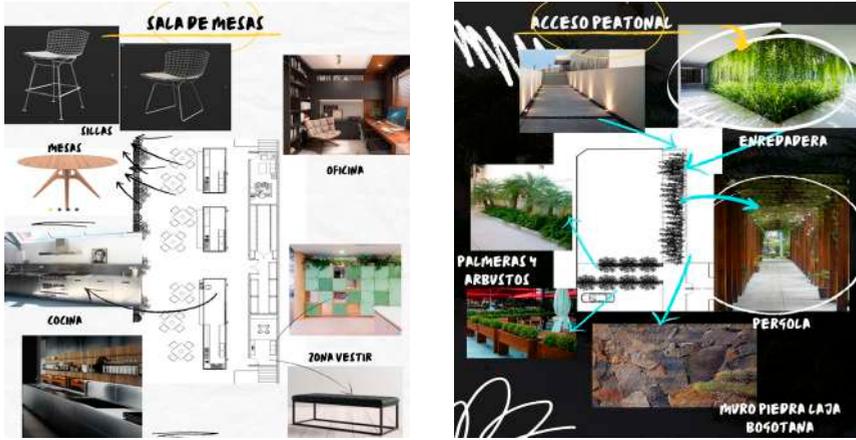
#### 5. Proyecto Final

La última etapa del proyecto parte de contar con una zonificación viable y tener definido los espacios de circulación y permanencia para continuar con la distribución del mobiliario en el proyecto (Fig. 8).



**Figura 8.** Plantas arquitectónicas con distribución de mobiliario. **Autores:** Adela Gysseth Escobar; Leonardo Morales, Juan Camilo Prado. **Fuente:** FADP.

A partir de esto último, se da continuidad al proyecto y se formaliza todo el componente espacial y decorativo a través de planos ambientados, memorias gráficas, perspectivas e imágenes virtuales (Fig. 9-12).



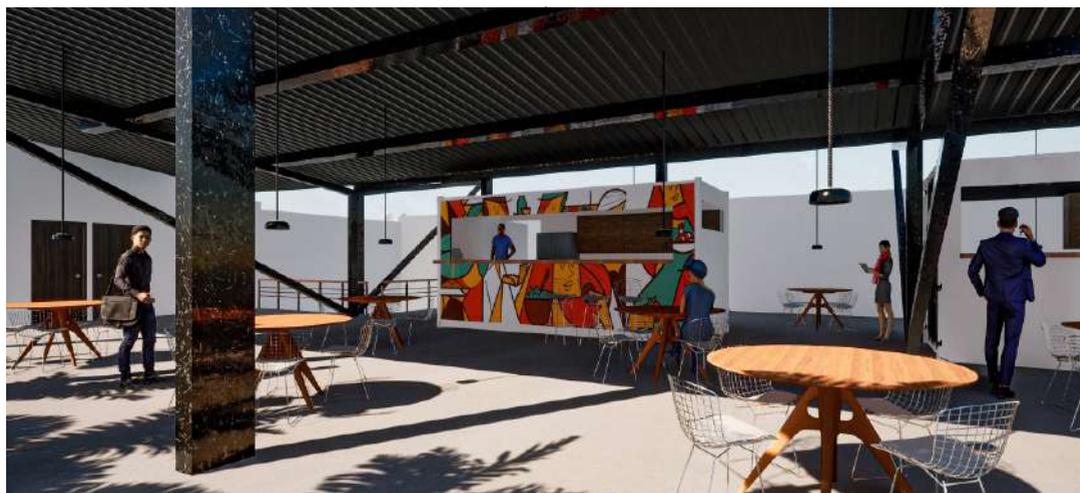
**Figura 9.** Memoria Gráfica. **Autores:** Adela Gysseth Escobar; Leonardo Morales, Juan Camilo Prado. **Fuente:** FADP.



**Figura 10.** Fachada principal del proyecto. **Autores:** Adela Gysseth Escobar; Leonardo Morales, Juan Camilo Prado. **Fuente:** FADP.



**Figura 11.** Perspectiva Exterior. **Autores:** Adela Gysseth Escobar; Leonardo Morales, Juan Camilo Prado. **Fuente:** FADP.



**Figura 12.** Perspectiva Interior - Zona de Mesas. **Autores:** Adela Gysseth Escobar; Leonardo Morales, Juan Camilo Prado. **Fuente:** FADP.

## Conclusión

De acuerdo a Pérez (2019), el diseño de un restaurante articula tres disciplinas: marketing experiencial, branding y arquitectura de interior comercial; el objetivo se encamina siempre a “generar emociones, despertar sentimientos, por tanto, resulten en experiencias memorables”. Es por esto, que la experiencia obtenida desde el aula del módulo de Diseño de Interiores IV del programa Técnico Profesional en Producción en Diseño de Interiores da cuenta que el proceso de diseño de espacios comerciales, específicamente restaurantes, involucra diversos aspectos más allá de lo formal y decorativo.

Primeramente, es de vital importancia conocer el cliente cuando se trata de realizar proyectos de interiorismo para restaurantes. Los métodos de diseño deben involucrar actividades de interacción con el propietario del local y este debe ser el punto de partida; se necesita saber sobre el modelo de negocio de los restaurantes (Cotado, 2013), conocer cómo funciona, quien es la competencia directa del restaurante, que potencial tiene y que experiencias desean transmitir a través de su servicio. El usuario o comensal, por

otro lado, brinda también información muy relevante para complementar la fase de indagación, ya que este puede brindar de primera mano la experiencia vivida en el lugar y la deseada para garantizar que este vuelva. Desde el módulo, la realización del BRIEF DEL CLIENTE permite recoger de manera detallada las necesidades tanto del cliente como del usuario.

Adicionalmente, sin tener que ahondar en herramientas de marketing, el diseñador de interiores debe conocer aspectos básicos de branding, ya que el espacio mismo es un recurso muy valioso para fortalecer una estrategia de mercadeo de un establecimiento comercial. Todo restaurante debe tener una identidad (identidad de marca) que refleja todo lo que la marca desea expresar, entre esto se encuentra la misión, visión y estrategia (Carpio et al., 2020). Un buen o mal diseño afectará dicha imagen del restaurante. Es por ello importante realizar análisis de la marca de los restaurantes a intervenir, aspectos formales como el color, texturas y tipografía, pueden brindar pautas de diseño que conecten al usuario con el lugar. Claramente se deben fortalecer las competencias técnicas en herramientas de representación, tales como dibujo de

planos, bocetación, perspectivas, etc. Aun así, desde esta experiencia de aula se puede concluir que, al aplicar diversas técnicas de recolección de datos junto con una fase preliminar de conceptualización, desde el módulo de Diseño de Interiores IV del IIP2021 desarrollado por los estudiantes de 5to semestre de la jornada diurna, se lograron resultados significativos frente al concepto de diseño aplicado a partir del tipo de restaurante, análisis del cliente y de la marca.

El poder articular diversas disciplinas ajenas al diseño, permitió, sin tener que llegar a un nivel de experticia en ellas, que las propuestas de diseño tengan un mayor impacto para el cliente, ya que lo conecta desde las etapas tempranas del proyecto y hay mayor apropiación.

## Referencias

Carpio, V. M., Moncloa, M., y Ruiz, A. (2020). *Concepto y diseño interior de locales gastronómicos como reflejo de la identidad de marca del restaurante Central en Barranco en la actualidad*. Repositorio Institucional Universidad de Ciencias y Artes de América Latina. <https://hdl.handle.net/20.500.12637/351>

Cotado, Iván (2013). *Diseño de restaurantes*. Manual básico de interiorismo para restaurantes. IVANCOTADO. Recuperado de [https://ivancotado.es/disenodeinteriores-interiorismo/interiorismo\\_comercial/disenoderestaurantes/](https://ivancotado.es/disenodeinteriores-interiorismo/interiorismo_comercial/disenoderestaurantes/)

González, Elena (2020). *La importancia del diseño de interiores para restaurantes*. ESCUELA SUPERIOR DE DISEÑO DE BARCELONA. Recuperado de [La importancia del diseño de interiores para restaurantes | ESDESIGN \(esdesignbarcelona.com\)](http://esdesignbarcelona.com)

Hontoria, Noelia (2019). *Así funciona la clasificación de los tenedores en los restaurantes*. Crónica Directo. Recuperado de <https://cronicaglobal.espanol.com/>

[cronica-directo/estilo/clasificacion-tenedores-restaurantes\\_279189\\_102.html](https://cronicaglobal.espanol.com/cronica-directo/estilo/clasificacion-tenedores-restaurantes_279189_102.html)

Pérez, L. (2019). *"Marketing experiencial" y "branding" en el diseño de la arquitectura interior de restaurantes*. <http://hdl.handle.net/10251/134874>

Toscano, A. X. (2009). *Metodología de renovación del diseño interior de restaurantes tradicionales* (Bachelor's thesis, Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato).