



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES
CARRERA DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de
Arquitecto de Interiores

**“Interiorismo del restaurante “Los Cuyes” de Ambato basado en su
imagen corporativa”**

Autor: Salazar Núñez, Carlos Fabricio

Tutor: Ing. Mg. Viteri Medina, Galo Alejandro

Ambato - Ecuador
Febrero, 2017

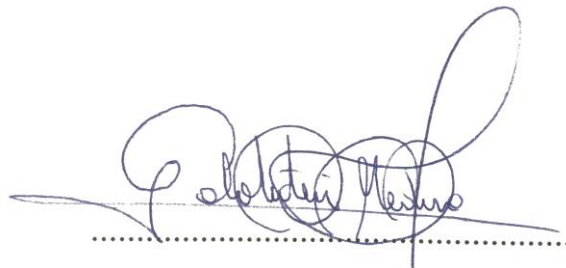
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema:

“Interiorismo del restaurante “Los Cuyes” de Ambato basado en su imagen corporativa”, del alumno Carlos Fabricio Salazar Núñez, estudiante de la carrera de Diseño de Espacios Arquitectónicos, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Febrero 2018

EL TUTOR

A handwritten signature in blue ink, reading "Viteri Medina", is written over a horizontal dotted line. The signature is stylized and includes a large loop at the end.

Ing. Mg. Viteri Medina, Galo Alejandro

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación **“Interiorismo del restaurante “Los Cuyes” de Ambato basado en su imagen corporativa”**, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de éste trabajo de grado.

Ambato, Febrero del 2018

EL AUTOR



.....
Carlos Fabricio Salazar Núñez

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este Proyecto de Investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora

Ambato, Febrero del 2018

EL AUTOR



.....
Carlos Fabricio Salazar Núñez

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema: **“Interiorismo del restaurante “Los Cuyes” de Ambato basado en su imagen corporativa”**, presentado por el Sr. Carlos Fabricio Salazar Núñez, estudiante de la carrera de Diseño de Espacios Arquitectónicos, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, Febrero del 2018

Para constancia firman

PRESIDENTE

MIEMBRO CALIFICADOR

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

Dedico éste trabajo principalmente a Dios, quien me ha sabido dar la fuerza y sabiduría para continuar y lograr tanto mis objetivos como mis sueños y anhelos.

A mi madre y hermana, quienes han sido las personas que confiaron en mis aptitudes y actitudes y apostaron todo por mí, que con su paciencia, apoyo incondicional y amor, han hecho de mí, una persona de bien, por inculcarme valores que me servirán en mi vida profesional y personal.

A mi padre, hermano, novia y demás familiares, quienes que con sus consejos me han ayudado, dándome fuerza y apoyo para seguir en la lucha.

Carlos Fabricio Salazar Núñez

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades que se me han presentado.

A mis padres que me han inculcado valores y a no desfallecer ni rendirme ante nada y siempre perseverar a través de sus sabios consejos.

A mis hermanos, novia y demás familiares por su apoyo incondicional y por demostrarme la gran fe que tiene en mí.

A mis amigos, con quienes he compartido grandes momentos a lo largo de nuestra vida universitaria, quienes han estado en mis momentos buenos y malos.

Por último pero no menos importante a mis maestros, que han sabido transmitirme sus conocimientos, mismos que me serán útiles en mi vida profesional, aplicándolos de la mejor manera y ayudar a la sociedad.

Carlos Fabricio Salazar Núñez

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	ii
DERECHOS DE AUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
ÍNDICE DE IMÁGENES	xiii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
ÍNDICE DE LÁMINAS.....	xv
RESUMEN EJECUTIVO	xvi
ABSTRACT	xvii

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Tema.....	1
1.2. Planteamiento del problema.....	1
1.2.1. Contextualización.....	1
1.2.2. Análisis crítico	5
1.2.3. Pronóstico.....	6
1.2.4. Formulación del problema	7
1.2.5. Preguntas directrices	7
1.2.6. Delimitación del objeto de investigación.....	7

1.3. Justificación.....	7
1.4. Objetivos	10
1.4.1. Objetivo general	10
1.4.2. Objetivos específicos	10

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL	11
2.1. Antecedentes investigativos	11
2.2. Fundamentación filosófica	13
2.3. Fundamentación legal	14
2.4. Categorías fundamentales	24
2.5. Señalamiento de variables.....	27
2.5.1. Diseño de interiores.....	27
2.5.2. Restaurantes	28
2.5.4. Alojamiento.....	33
2.5.5. Descanso	33
2.5.6. Funcionalidad.....	33
2.5.7. Elementos de la forma.....	34
2.5.8. Interrelación de las formas.....	35
2.5.9. Innovación.....	36
2.5.10. Estética.....	37
2.5.11. Identidad corporativa	37
2.5.12. Posicionamiento de marca	38
2.5.13. Logotipo	39
2.5.14. Manual corporativo	41
2.5.15. Compromiso empresarial	42
2.5.16. Lealtad empresarial	43
2.5.17. Elementos identidad corporativa.....	43
2.5.18. Promociones.....	46

2.5.19 Fuerza de ventas.....	46
2.5.20 Comunicación visual.....	47
2.5.21 Elementos conceptuales	48
2.5.22 Elementos visuales.....	49

CAPÍTULO III

3.METODOLOGÍA	50
3.1. Enfoque investigativo.....	50
3.2. Modalidad básica de la investigación	50
3.3. Nivel o tipo de investigación.....	52
3.4. Población y muestra	53
3.5. Operacionalización de variables	54
3.5.1 Operacionalización de la variable independiente: Interiorismo del restaurante	55
3.5.2 Operacionalización de la variable dependiente: Identidad corporativa	56
3.6. Técnicas e instrumentos	57
3.7. Plan de recolección de la información	57
3.8. Plan de procesamiento de la información	58

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	59
4.1 Análisis del aspecto cuantitativo.....	59
4.2. Interpretación de resultados	59

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	67
5.1. Conclusiones	67
5.2. Recomendaciones.....	68

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA	69
6.1. Título de la propuesta.....	69
6.2. Datos informativos	69
6.2.1. Institución ejecutora	69
6.2.2. Ubicación	69
6.2.3. Equipo responsable	69
6.2.4. Beneficiarios	69
6.3. Antecedentes de la propuesta	70
6.4. Justificación.....	70
6.5. Objetivos	72
6.5.1. Objetivo general	72
6.5.2. Objetivos específicos	72
6.6. Fundamentación	72
6.6.1. Memoria técnica.....	72
6.6.2. Consideraciones básicas para la propuesta	77
6.6.3. Memoria descriptiva.....	84
6.6.4. Cuadro de programación	109
6.7. Planos y/o síntesis gráfica	113
6.8. Presupuesto	141
6.9 CONCLUSIONES.....	148
6.10 RECOMENDACIONES.....	149
BIBLIOGRAFÍA.....	150
ANEXOS	153
Encuestas.....	153
Manual Corporativo restaurante “Los Cuyes”	155
Bocetos	160

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Árbol de Problemas.....	5
Gráfico 2 Categorías Fundamentales	24
Gráfico 3 Constelación de Ideas Variable Independiente	25
Gráfico 4 Constelación de Ideas Variable Dependiente	26
Gráfico 5 Cuál es su género	59
Gráfico 6 Cuál es su nacionalidad.....	60
Gráfico 7 Cuando sale de viaje, cuales son los lugares que usted visita con mayor frecuencia	60
Gráfico 8 Prefiere comida nacional o extranjera.....	61
Gráfico 9 Con que frecuencia visita un restaurante	61
Gráfico 10 Qué comida típica es de su preferencia.....	62
Gráfico 11 Conoce usted el restaurante “Los Cuyes”	62
Gráfico 12 Considera que el restaurante tiene buena imagen	63
Gráfico 13 Cómo calificaría Ud. al restaurante “Los Cuyes” de la ciudad de Ambato ...	63
Gráfico 14 Qué tanto cree que la imagen corporativa influya en el diseño interior	64
Gráfico 15 Cree usted que es importante el diseño interior del restaurante.....	64
Gráfico 16 Qué piensa usted de que es más importante en un restaurante	65
Gráfico 17 Recomendaría a otras personas ir a utilizar los servicios que ofrece el restaurante	65

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 Logotipo	40
Imagen 2 Imagotipo	40
Imagen 3 Isotipo.....	40
Imagen 4 Isologo.....	40
Imagen 5 Imagen Corporativa.....	41
Imagen 6 Identidad Corporativa	41
Imagen 7 Logotipo Horizontal y Vertical	44
Imagen 8 Logotipo a color y B/N	44
Imagen 9 Tagline.....	45
Imagen 10 Paleta Cromática	45
Imagen 11 Colores Secundarios.....	45
Imagen 12 Fachada del Restaurante.....	72
Imagen 13 Cocina	73
Imagen 14 Caja	73
Imagen 15 Mesas y sillas	73
Imagen 16 Baños.....	74
Imagen 17 Gradadas	74
Imagen 18 Diseño interior McDonald's	81
Imagen 19 Diseño interior McDonald's	81
Imagen 20 Diseño interior McDonald's	82
Imagen 21 Diseño interior Bajo el ciel de Paris.....	83
Imagen 22 Diseño interior Bajo el ciel de Paris.....	83
Imagen 23 Diseño interior Bajo el ciel de Paris.....	84
Imagen 24 Logotipo "Los Cuyes"	84
Imagen 25 Medidas Antropométricas sillas.....	87
Imagen 26 Medidas Antropométricas Barra	88
Imagen 27 Medidas de Distribución	88
Imagen 28 Confort Térmico.....	89

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Variable Independiente	55
Tabla 2 Variable Dependiente.....	56
Tabla 3 Plan de recolección de datos	57
Tabla 4 Proceso de elaboración Ingreso.....	85
Tabla 5 Proceso de elaboración Barra.....	85
Tabla 6 Proceso de elaboración Módulos	86
Tabla 7 Proceso de elaboración Mueble	86
Tabla 8 Medidas Antropométricas Sillas	87
Tabla 9 Medidas Antropométricas Caja.....	88
Tabla 10 Cuadro de Materiales	91
Tabla 11 Equipamiento de Mobiliario	97
Tabla 12 Condiciones especiales	107
Tabla 13 Cuadro de Programación.....	109
Tabla 14 Presupuesto Subsuelo.....	141
Tabla 15 Presupuesto Planta Baja	145
Tabla 16 Presupuesto Mezanine.....	146
Tabla 17 Precio Total	147

ÍNDICE DE LÁMINAS

Lámina 1.....	114
Lámina 2.....	115
Lámina 3.....	116
Lámina 4.....	117
Lámina 5.....	118
Lámina 6.....	119
Lámina 7.....	120
Lámina 8.....	121
Lámina 9.....	122
Lámina 10.....	123
Lámina 11.....	124
Lámina 12.....	125
Lámina 13.....	126
Lámina 14.....	127
Lámina 15.....	128
Lámina 16.....	129
Lámina 17.....	130
Lámina 18.....	131
Lámina 19.....	132
Lámina 20.....	133
Lámina 21.....	134
Lámina 22.....	135
Lámina 23.....	136
Lámina 24.....	137
Lámina 25.....	138
Lámina 26.....	139
Lámina 27.....	140

RESUMEN EJECUTIVO

El restaurante “Los Cuyes” de Atocha Ficoa está ubicado en uno de los barrios tradicionales de la ciudad, tiene mucha experiencia en el campo gastronómico por el cual cuenta con clientela tanto del país como del extranjero, dentro del restaurante podemos encontrar diferentes tipos de problemas en el espacio.

La propuesta para el restaurante es que exista una circulación limpia y ordenada dentro de los espacios, dejando las entradas libres y más amplias, un mobiliario ordenado que satisfaga a los clientes brindándoles comodidad, se propone una mejor funcionalidad organizando los diferentes tipos de zonas que se dan dentro de la cocina haciendo que mejore la circulación.

Se proyectará un diseño interior corporativo, en donde se empleará la información obtenida en la investigación sobre los locales comerciales y sus respectivas normas, y como la influencia de estos causarán a los clientes una relación con los espacios.

Primero analizaremos el interior del restaurante “Los Cuyes” para luego investigar sobre la identidad corporativa y cómo podemos aplicar ésta en el restaurante. Luego de estos pasos llegamos a proponer el diseño del espacio interior del restaurante empleando su imagen corporativa.

El diseño se vuelve interesante e innovador al saber que contamos con un manual corporativo del restaurante que usará diferentes tipos de objetos que representan la identidad del local, así se llamará la atención tanto del público local y extranjero que están dispuestos a acoger ideas frescas y llamativas de un lugar.

**PALABRAS CLAVE: MANUAL CORPORATIVO/ DISEÑO INTERIOR/
RESTAURANTE/ IDENTIDAD CORPORATIVA.**

ABSTRACT

The restaurant "Los Cuyes" of Atocha Ficoa is located in one of the traditional neighborhoods of the city, has a lot of experience in the gastronomic field which possesses clientele both of the country and of the foreigner, inside the restaurant we can find different types of problems in the space.

The offer for the restaurant is that there exists a traffic clean and arranged inside the spaces, leaving the free and more wide income, a tidy furniture that satisfies the clients offering to them comfort, one proposes a better functionality organizing the different types of zones that are given inside the kitchen doing that improves the circulation.

There will be projected an interior corporate design, where one will use the information obtained in the investigation on the business premises and his respective procedure, and as the influence of these they will cause to the clients a relation with the spaces.

First we will analyze the interior of the restaurant "Los Cuyes" then to investigate on the corporate identity and how we can apply this one in the restaurant. After these steps we manage to propose the design of the interior space of the restaurant using his corporate image.

The design becomes interesting and innovative on having known that we rely on a corporate manual of the restaurant that it will use different types of objects that represent the identity of the place, like that the attention will be called so much local and foreign public that they are ready to receive fresh and showy ideas of a place.

KEYWORDS: CORPORATE MANUAL/ INTERIOR DESIGN/ RESTAURANT/
CORPORATE IDENTITY.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Tema

Interiorismo del restaurante “Los Cuyes” de Ambato basado en su imagen corporativa.

1.2. Planteamiento del problema

1.2.1. Contextualización

La real academia de la lengua (RAE), define como restaurante al establecimiento público donde se sirven comidas y bebidas, mediante un precio, para ser consumidas en el mismo local.

Montas(2010), por otro lado nos dice que un restaurante es un establecimiento en el cual los objetivos son la preparación de los alimentos y bebidas, al igual que la venta de los mismos, los cuales serán consumidos dentro de las instalaciones, mediante el pago de una cantidad monetaria acordada por este servicio.

El tipo de servicio que ofrece un restaurante es el que le da el toque ambiental a un establecimiento, muestra la profesionalización y destreza que ofrece el personal del establecimiento a los comensales, mientras más refinado y personalizado sea el servicio, el restaurante podrá catalogarse como más elegante. Un servicio rápido y eficiente lo podemos encontrar en los establecimientos de: comida rápida, cafeterías, barras de

lunch, hasta restaurantes convencionales que no necesitan gran equipamiento para realizar sus operaciones. La mayoría de los platillos ofrecidos no requieren largos tiempos de preparación y la atención al comensal es más estándar y menos personalizada, aunque se sirven alimentos de calidad.

Aidahy (2014), nos cuenta sobre el manual de identidad corporativa de McDonald's, donde resalta que es uno de los locales de comida rápida más grande del mundo. En el año de 1948 los hermanos Richard y Maurice McDonald's en San Bernardino (California) crearon el restaurante. El manual indica el uso del isotipo y logotipo de la marca. Los arcos amarillos son el isotipo de la marca, el logotipo se ha omitido en muchas publicaciones debido a que los arcos dorados son conocidos internacionalmente. Las entidades de McDonald's ofrecen una nueva imagen de arquitectura y decoración, totalmente novedosa y vanguardista, y que hace única y más agradable la experiencia en los restaurantes.

En el Ecuador cuenta con una gastronomía variada dice Viera (2015), debido a que cuenta con diversas zonas climáticas que favorece representativamente al crecimiento de múltiples productos y especias, además goza de un gran intercambio cultural, tanto aborigen como extranjero, repercutiendo en la cocina ancestral con la que cuenta.

“La cocina ecuatoriana se caracteriza por la utilización de varios productos como: cárnicos, verduras, frutas y especias, los cuales son protagonista en varios libros que se han publicado en el Ecuador”

Viera(2015), también menciona que la gastronomía ha venido evolucionando, recuperando sus sabores ancestrales, mejorando en su calidad y presentación desde hace una década atrás, con el fin de posicionarse mundialmente.

En la actualidad se puede decir que la gastronomía ecuatoriana se encuentra muy cerca de convertirse en cocina internacional, y así ser reconocida mundialmente, tanto los habitantes del Ecuador como de las personas extranjeras tenemos muy claro sobre las costumbres y tradiciones culinarias que existen en el país.

Arqhys (2013), nos habla sobre el restaurante Happy Panda ubicado en la ciudad capitalina, que es un sitio moderno ubicado en un local comercial estrecho, los arquitectos se encargaron de distribuir armónicamente todos los espacios interiores. Happy Panda posee una variedad de clientes y por ello fueron separados los espacios creando un comedor privado y otro comedor público que es más extenso que el primero. Para ganar más espacio en el moderno restaurante Happy Panda de Quito se ubicó el área de cocina en un entrepiso ganando metros cuadrados para la ubicación de un estar o moderno living también la posibilidad de un bar. La moderna arquitectura del restaurante utiliza tecnología accesible en la localidad.

Llumiluisa(2012), nos explica que en nuestro país el consumo de cuy, especialmente en la Sierra, es muy significativo. Los indígenas y campesinos crían cuyes en la zona de cocina y actualmente existen granjas dedicadas a la crianza de cuyes y su producción está destinada al consumo interno y, desde hace algunos años, también para la exportación. Nuestros compatriotas que han emigrado hacia otros países han permitido que nuestras costumbres se trasladen con ellos. Por eso, se puede conseguir cuyes procesados en tiendas especializadas en mercancía latinoamericana en Europa y Estados Unidos. Años atrás los cuyes, conocidos como conejillos de indias, eran considerados como mascotas y se los conseguía vivos en las tiendas de mascotas.

En toda la Sierra del Ecuador, hay lugares conocidos por años donde preparan excelentes platos con cuy; como por ejemplo en Cayambe, Otavalo, Ibarra, Tulcán, Latacunga, Saquisilí, Ambato, Mocha los tradicionales cuyes asados, en cantones de Tungurahua como Pelileo, Baños, etc. En la Costa ecuatoriana no es muy común el consumo de cuy y tampoco se conoce de huecas especializadas en cuy.

En la provincia de Tungurahua el cuy tiene mucha trayectoria desde hace mucho tiempo atrás, sobre todo si hablamos del restaurante “Los Cuyes” ubicados en Ficoa, luego de tener el éxito con el primer local de los padres el local comenzó a escalar en la cocina ambateña logrando posicionarse como uno de los mejores restaurantes típicos de la provincia.

1.2.2. Análisis crítico

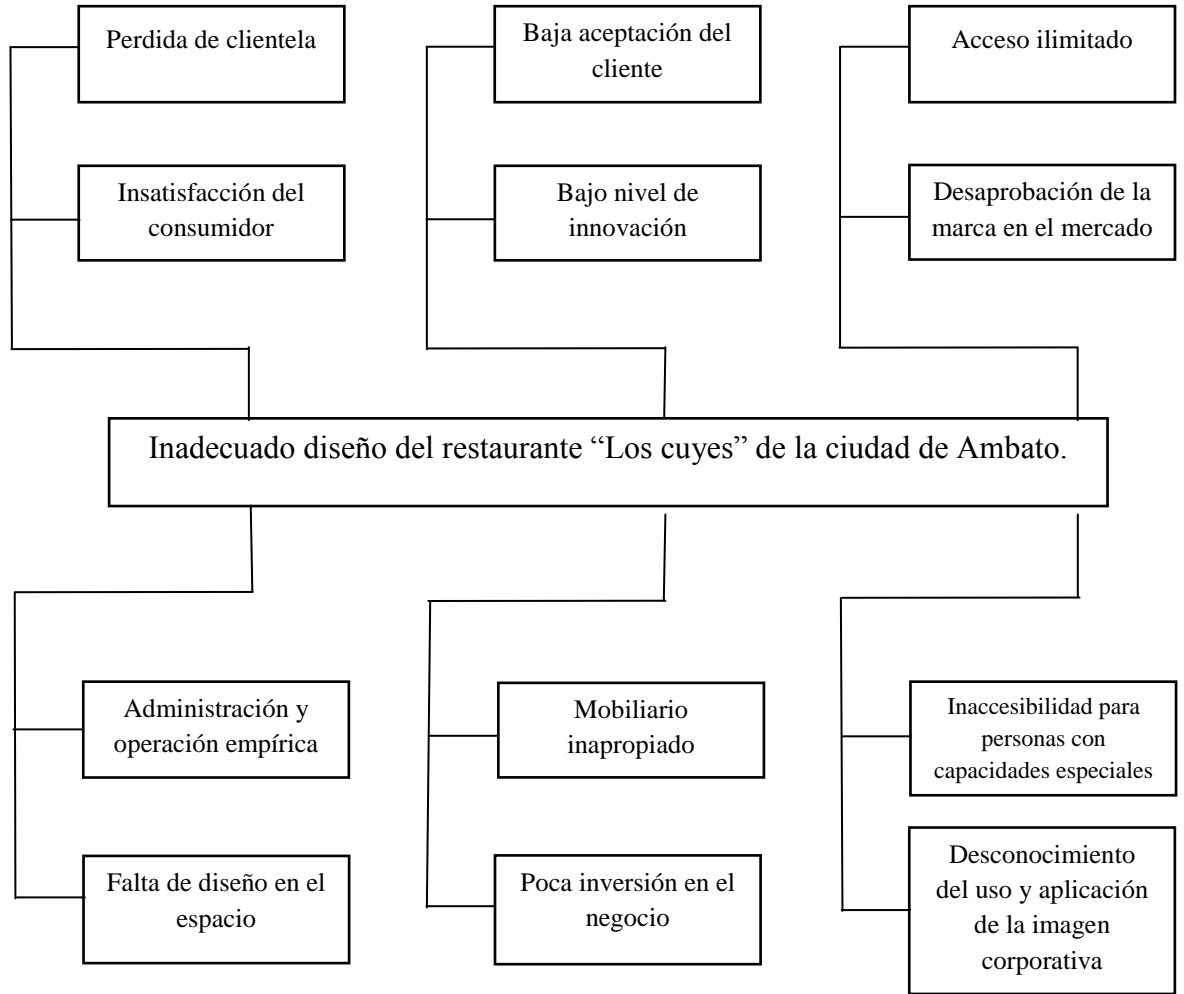


Gráfico 1:Árbol de Problemas

El restaurante “Los Cuyes” no cuenta con un adecuado diseño en su interior, debido a que su administración y operación lo realizan de manera empírica, provocando así la pérdida de la clientela ya sea a mediano o a largo plazo, de la misma manera, el señor César Navarrete y su esposa Felicia Proaño como propietarios del restaurante no han considerado una inversión en el mismo, dejando así un nivel de intervención por debajo

de los establecidos; por consiguiente, la accesibilidad para personas con capacidades especiales no es la apropiada para que disfruten del servicio, otro ejemplo son las instalaciones del restaurante cuentan con un mobiliario que no es apto ergonómicamente para las personas provocando una baja aceptación por parte de la clientela. Lo que ofrece el restaurante en su imagen no está acorde al nivel que se encuentra el mismo, es por ello que existe insatisfacción en la clientela, por último, el desconocimiento del uso y aplicación de la imagen corporativa provocaría dentro de los clientes la desaprobación de la marca tanto en el mercado local como en el nacional, provocando que no se amplíe su imagen corporativa.

1.2.3. Pronóstico

Lo que se pretende dentro del restaurante, tanto en la demanda como estar posicionado en un mercado competitivo, si no se cumplen los objetivos propuestos, se podría llegar a perder posibles consumidores, por no tener una identidad propia de un restaurante conocido a nivel local y provincial. También es importante realizar una evaluación actual de cómo está estructurado el negocio, y así poder identificar todo los aspectos positivos del mismo, por consiguiente, tener en claro como el restaurante puede llegar a expandirse a varias ciudades del país. Para alcanzar el nivel de aceptación que queremos por parte de los clientes, debemos mejorar el diseño interior, para poder así darse a conocer el establecimiento tanto por el servicio, como por la imagen.

1.2.4. Formulación del problema

¿De qué manera influye una identidad corporativa para realizar el diseño del restaurante “Los cuyes” de la ciudad de Ambato?

1.2.5. Preguntas directrices

La utilización de elementos de la imagen corporativa dentro del espacio, ayudará al posicionamiento del restaurante “Los Cuyes” a nivel nacional, lo cual es importante ya que así puede llegar la imagen del establecimiento tanto a turistas nacionales como extranjeros, y es por ello que la demanda seguirá creciendo y se expandirá en otras ciudades.

1.2.6. Delimitación del objeto de investigación

CAMPO: Arquitectura

ÁREA: Diseño de espacios Arquitectónicos.

ASPECTO: Interiorismo del restaurante

TIEMPO: Año 2016

ESPACIO: Ecuador en la provincia de Tungurahua cantón Ambato

UNIDADES DE OBSERVACIÓN: Restaurante “Los Cuyes” en Ficoa de la Ciudad de Ambato

1.3. Justificación

Es importante realizar la investigación, para describir de manera clara y precisa, la identidad corporativa de “Los Cuyes”, y de explicar cómo puede desarrollarse el diseño

interior en los diferentes espacios del restaurante. El inadecuado diseño del restaurante produce que a pesar que el plato típico sea popular y favorito de los ecuatorianos, a medida que pasa el tiempo la clientela disminuya, ya sea por el mal uso de la distribución de espacios interiores o la mala presentación del restaurante.

El estudio del manual corporativo dentro del diseño interior, si es debidamente aplicado, asegura la obtención de una imagen homogénea, atractiva y fácilmente identificable para nuestra comunidad, produciendo así un gran impacto visual dentro de la población ambateña.

Existe el manual corporativo del restaurante, con explicaciones extensas de usos y costumbres de los elementos visuales de la identidad de la marca, dentro de los espacios interiores se puede aplicar el manual corporativo por ejemplo el logotipo, colores corporativos, tipografía, los cuales se pueden emplear dentro del mobiliario, circulaciones, pisos, ventanas, techos, puertas y en cualquier parte del restaurante que pueda intervenir el diseñador para reflejar la imagen corporativa.

La aportación que se tendrá por medio de esta investigación, es que ayudará a formar nuevas plazas de trabajo por la realización de diferentes tipos de intervención que se dará en el restaurante, también ayudaría al turismo de la ciudad de Ambato darse a conocer en diferentes partes del país fomentando la identidad gastronómica de la zona centro del Ecuador, además la aplicación del diseño interior corporativo que sirve como

ejemplo para otras empresas que empíricamente tienen elaborado su diseño interior en diferentes tipos de local comercial.

Es de gran interés investigar el presente proyecto para el sector gastronómico ecuatoriano, en especial, rescatar las tradiciones culinarias que a través de los años se han ido perdiendo, debido a que en los últimos años se han ido incremento las comidas extranjeras en el país, es por ello que se debe encontrar una solución a este problema, no solo para la comida típica ecuatoriana, sino también para el desarrollo económico de los pequeños y medianos locales gastronómicos. El impacto que causaría el proyecto en la sociedad, es para que la gente se sienta a gusto sirviéndose en un local de comida que esté acorde con las expectativas que ofrece el restaurante, con la aplicación de una imagen gráfica en el interiorismo, así mismo, si existe un buen servicio y una buena imagen, se podrá expandir a nuevos horizontes.

Los beneficiarios del proyecto serían los moradores y visitantes de la ciudad de Ambato, mediante el uso de la identidad corporativa y por medio del diseño que se quiere implementar dentro del local de comida “Los Cuyes”. Al mismo tiempo que ayudará a fortalecer el campo gastronómico el cual ha tenido un incremento significativo en los últimos tiempos, haciendo que nuestra población exija buena calidad y servicio.

El diseño de este local de comida a través de la identidad corporativa es factible, ya que por ello fortalece la imagen del restaurante, al saber transmitir y reflejar la personalidad

del restaurante y tener un diseño acorde a ello, que provoque interés en el consumidor y así deleitar a propios y extraños en un ambiente confortable.

El proyecto se realizará con el fin de poder ayudar al restaurante, tanto a los dueños como a sus colaboradores. La idea es proponer algo diferente para la ciudad mediante la implementación de elementos de la imagen corporativa dentro del Restaurante “Los Cuyes”, así ayudará directa e indirectamente a la misma, con el propósito de captar credibilidad y confianza en la sociedad y poder persuadir y atraer a futuros consumidores, beneficiándose del servicio para diferenciarlo de la competencia con su originalidad y mediante el cual, generar competitividad en el sector gastronómico.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Estudiar la imagen corporativa para su aplicación en el diseño interior del restaurante “Los Cuyes” de la ciudad de Ambato.

1.4.2. Objetivos específicos

- Analizar el interiorismo del restaurante “Los Cuyes”
- Investigar sobre la identidad corporativa del restaurante “Los Cuyes”.
- Proponer el diseño del espacio interior del restaurante “Los Cuyes” basado en su imagen corporativa

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. Antecedentes investigativos

Molina (2015), en su tesis con el tema “PROPUESTA DE DISEÑO DE UN PARADERO TURÍSTICO CON APLICACIÓN DEL ESTILO RÚSTICO, UBICADA EN EL CANTÓN PÍLLARO PARROQUIA SANTA RITA”, en su introducción dice:

Los paraderos turísticos son sitios que guardan una riqueza cultural, artística, o simplemente belleza natural, ya que desde la antigüedad fueron creados en edificaciones que guardan una historia. En su mayoría se sitúan en sectores alejados a la ciudad pero con un encanto natural, llamando así al turismo y aportando al rescate de la identidad Cultural del sector teniendo como resultado ser reconocidos a nivel mundial. Es así que se da la iniciativa de diseñar un paradero turístico en el Cantón Píllaro en el sector de Santa Rita que ayude a fomentar el turismo y dar a conocer la riqueza cultural que encierra este pequeño lugar y sus alrededores, rescatar la utilización de materiales que se pueden obtener de la naturaleza y que han quedado olvidados.

Conclusión: Teniendo en cuenta las palabras de la autora de la tesis mencionada, existe una gran acogida a nivel mundial sobre los lugares populares para comer, ya sea por los platos que ofrecen o por la imagen que tiene el restaurante, es por ello, que es una gran oportunidad de investigar como la imagen corporativa de una marca cualquiera, puede

influir mucho en el diseño de los espacios interiores de un establecimiento para transmitir una sensación de confort y bienestar al momento de servirse un alimento.

Puente(2016), menciona en su proyecto “ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS Y SU INFLUENCIA EN EL CRECIMIENTO COMERCIAL DE LOS TURBOCOMPRESORES AZUMI EN LA CIUDAD DE AMBATO”. En la contextualización nos habla sobre:

Hoy en día las empresas están obligadas a ser innovadoras si quieren sobrevivir, si no innovan, pronto serán alcanzadas por los competidores, la presión es muy fuerte, sus productos pueden tener éxito por su precio, por su calidad, por su diseño o, sencillamente, porque se ha hecho más publicidad. Por lo que se puede percibir en su mayoría la publicidad está en desarrollo es intensiva y poco original, trata de llegar al público que tiene como objetivo de manera eventual sin enfocarse en él, por lo que suele pasar desapercibida.

Conclusión: La actual investigación, se basa en conocer cómo incide el nivel de aceptación que tiene algún establecimiento por medio de la innovación, y sobre el éxito que este puede alcanzar, ya sea, por su precio, calidad o diseño, por lo que se puede decir que a nivel de restaurantes sería esencial usar esos medios para aplicarlos en su diseño, y ser pioneros en la innovación de restaurantes por intervenir espacios aplicando la imagen corporativa por ejemplo en sillas, mesas, ventanas, techos, paredes, pisos, y diversas cosas donde pueda ser aplicado este tipo de idea.

Solís(2015), plantea en su informe llamado “IDENTIDAD CORPORATIVA PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA SU MOTOR EN LA CIUDAD DE AMBATO”

y en su resumen ejecutivo dice:

La imagen corporativa es mucho más que ser un simple logotipo, es la forma en que expresamos visualmente la imagen de una empresa hacia la sociedad, ya que al estar inmersos en un mundo competitivo es necesario saber diferenciarse y a su vez promocionarse, es por esta razón que se ha visto la necesidad de diseñar una identidad corporativa para la empresa SU MOTOR, que represente gráficamente cada uno de sus atributos que la caracteriza.

Conclusión: Podemos apreciar como la imagen corporativa es muy importante para una empresa en este caso un restaurante, ya que con esto el establecimiento puede competir a un nivel superior alcanzando objetivos nacionales e internacionales, tanto a nivel de difusión como a nivel de diseño interior, es importante tener en cuenta que en el mundo competitivo que llevamos en estos tiempos, hay que saber sobresalir por encima de los demás, ofreciendo un buen servicio dentro de un establecimiento que exhiba una buena imagen.

2.2. Fundamentación filosófica

Para la elaboración del presente proyecto de investigación, se utilizará el paradigma crítico- propositivo, por la cual se elaborará una investigación preliminar para

introducirse y familiarizarse con el problema, de esta manera se exponen sus causas y efectos a partir de una hipótesis, de igual manera con la identificación de las causales se planteará una propuesta de solución que se respaldará teóricamente mediante un análisis bibliográfico.

El paradigma crítico es el que analiza y estudia a fondo la situación actual del restaurante “Los Cuyes” ubicada en Ficoa de la ciudad de Ambato, para adentrarse con los factores que provocan este problema.

El propositivo, debido a que plantea una propuesta de solución para la problemática en estudio, que se respaldará teóricamente mediante el análisis bibliográfico.

2.3. Fundamentación legal

Callejas (2005), en el Plan de Ordenamiento Territorial Ambato 2020 menciona a cerca de la Reforma y codificación de la ordenanza general del plan de ordenamiento territorial de Ambato:

CAPITULO III

NORMAS GENERALES DE ARQUITECTURA

SECCIÓN PRIMERA: DIMENSIONES DE LOCALES

Art. 70. Bases del dimensionamiento.- Las dimensiones mínimas de los locales deberán estar basadas necesariamente en : las funciones o actividades que se desarrollen en ellos,

el volumen de aire requerido por sus ocupantes, la posibilidad de renovación de aire, la distribución del mobiliario y de las circulaciones, la altura mínima del local y la necesidad de iluminación natural. Las medidas lineales y la superficie, que se refieren al dimensionamiento de locales corresponden a longitudes y áreas libres y no a las consideradas entre ejes de construcción o estructura.

Art. 71. Altura de locales.- La altura mínima de los locales habitables será de 2,30 m. entendiéndose por tal la distancia comprendida entre el nivel de piso y la cara inferior de la losa o el cielo raso falso, en caso de locales cuyos usos no sean de vivienda sean estos comercios u oficinas la altura mínima será de 2.70 m.

Art. 74. Baños.- Los cuartos de baño e inodoros cumplirán con las condiciones de iluminación y ventilación que para estos casos están contemplados en los artículos 79 y 81 del presente capítulo. Los baños no podrán comunicar directamente con comedores, reposterías ni cocinas.

a) Dimensiones mínimas de baños:

1.- Espacio mínimo entre la proyección de piezas consecutivas = 0,10 m.

2.- Espacio mínimo entre la proyección de piezas y la pared lateral = 0,15m.

3.- Espacio mínimo entre la proyección de la pieza y la pared frontal = 0,50 m.

No se permite la descarga de la ducha sobre una pieza sanitaria.

La ducha deberá tener una superficie mínima de 0,64 m², con un lado de dimensión mínima de 0.80 m. y será independiente de las demás piezas sanitarias. Para el caso de piezas sanitarias especiales se sujetará a las especificaciones del fabricante.

b) Todo edificio de acceso público contará con un área higiénico-sanitaria para personas con discapacidad o movilidad reducida permanente (Referencia NTE INEN 2293:2000).

Urinarios: El tipo de aproximación debe ser frontal, en los urinarios murales para niños, la altura debe ser 0.40 m y para adultos 0.60 m.

SECCIÓN SEGUNDA: ILUMINACIÓN Y VENTILACIÓN DE LOCALES

Art. 77. Áreas de iluminación y ventilación en locales habitables.- Todo local habitable tendrá iluminación y ventilación naturales por medio de vanos que permitan recibir aire y luz directamente desde el exterior.

Art. 78. Ventanas Referencia (NTE INEN 2 312: 200).- Esta norma establece los requisitos que deben cumplir las ventanas en los edificios públicos y privados:

a). – La iluminación natural en los edificios cumplirá con la NTE INEN 1 152. Este parámetro se cuantifica por el factor lumínico que mide la relación entre la cantidad de iluminación del interior y del exterior con cielo despejado.

Art. 86. Dimensiones mínimas en patios de iluminación y ventilación.- Todos los locales habitables podrán recibir aire y luz directamente del exterior por medio de patios interiores de superficie no inferior a 9 m², ninguna de cuyas dimensiones laterales será menor de 3,00 metros, hasta una altura máxima de 3 pisos.

Cuando se trate de patios cerrados en edificios de mayores alturas, la dimensión mínima de éstos, deberá ser de 12 m². Considerando hasta 3 m. la dimensión adecuada para el lado menor.

SECCIÓN TERCERA: CIRCULACIÓN

Art. 93. Circulaciones horizontales (corredores o pasillos).- Las características y dimensiones de las circulaciones horizontales deberán ajustarse a las siguientes disposiciones:

- a) El ancho mínimo de los pasillos y de las circulaciones para el público será de un 1.20m.cuando las puerta se abran hacia el interior de los locales b) Los pasillos y los corredores no deberán tener salientes que disminuyan su altura interior a menos de 2,20 m.
- c) En los locales en que se requiera zonas de espera, éstas deberán diseñarse independientemente de las áreas de circulación.
- d) Cuando los pasillos tengan escaleras, deberán cumplir con las disposiciones sobre escaleras establecidas a continuación:

Art. 94. Circulaciones verticales (escaleras).- Las escaleras de las construcciones deberán satisfacer los siguientes requisitos:

- a) Los edificios tendrán siempre escaleras que comuniquen todos sus niveles aun cuando existan elevadores.

Se calculará el número necesario de escaleras principales y su correspondiente ancho, de acuerdo a las distancias, capacidad y número de personas que transiten por ellas.

b) Las escaleras serán en tal número que ningún punto servido del piso o planta se encuentre a distancia mayor de 25,00 metros de alguna de ellas.

c) En los centros de reunión y salas de espectáculos, las escaleras tendrán un ancho mínima igual a la suma de las anchuras de las circulaciones a las que den servicio.

Art. 98. Rampas.- Las rampas para peatones en cualquier tipo de construcción deberán satisfacer los siguientes requisitos.

a) Tendrán una anchura mínima igual a 1,20 m. El ancho mínimo libre de rampas unidireccionales será de 0.90 m.

b) La pendiente transversa máxima será del 2%

c) Se establece los siguientes rangos de pendientes longitudinales para los tramos de rampa entre descansos, en función de la extensión de los mismos, medidos en su proyección horizontal.

Longitud	La pendiente máxima (%)
Sin límite	3.33
Hasta 15 m.	8
Hasta 10m.	10
Hasta 3m.	12

Art. 99. Pasamanos en las circulaciones.- Cuando se requiera pasamanos en las circulaciones horizontales, escaleras o rampas, la altura mínima de ésta será de 0,85 m. y se construirán de manera que impidan el paso de niños a través de ellos. En el caso de edificios para habitación colectiva y de escuelas primarias, los pasamanos deberán estar compuestos sólo de elementos verticales lisos y no permitirán el paso de un globo de 0,10 m. de diámetro.

SECCIÓN CUARTA: ACCESOS Y SALIDAS

Art. 100. Generalidades.- Todo vano que sirva de acceso, de salida o de salida de emergencia de un local, lo mismo que las puertas respectivas, deberán sujetarse a las disposiciones de esta Sección.

Art. 101. Dimensiones mínimas.- El ancho mínimo de accesos, salidas de emergencia y puertas que comuniquen con la vía pública, será siempre múltiplo de 0,60 m. y no menor de 1,20 m.

Para determinar el ancho total necesario, se considerará como norma, la relación de 1,20 m. por cada 200 personas.

Se exceptúan de esta disposición, las puertas de acceso y viviendas unifamiliares o departamentos y oficinas ubicadas en el interior de edificios y a las aulas en edificios destinados a la educación, las que podrán tener un ancho libre mínimo de 0,90 m.

Art. 105. Salidas para evacuación.- Toda edificación deberá disponer de una ruta de salida, de circulación común continua y sin obstáculos que permitan el traslado desde

cualquier zona del edificio a la vía pública o espacio abierto. Las consideraciones a tomarse serán las siguientes:

a). Las salidas para evacuación de gran longitud deberán dividirse en tramos de 25 m mediante puertas resistentes al fuego.

SECCIÓN QUINTA: ASCENSORES Y ELEVADORES

Art. 109. Alcance.- Cumplirán con las normas de esta Sección todos los equipos destinados a la transportación vertical de pasajeros y carga tales como: ascensores, montacamillas, montacargas, elevadores de carga, escaleras eléctricas y otros de uso similar.

Art. 110. Número de ascensores por altura de edificación.- Todas las edificaciones que contengan más de planta baja y cuatro pisos altos hasta una altura de 24,00 m., dispondrán por lo menos de un ascensor, en caso de existir mezanineeste se tomará como un piso más. Deberá proveerse de ascensores cuando exista desnivel entre el terreno y la calle de manera que aquel que se encuentre por debajo de esta, y si el proyecto arquitectónico contempla plantas por debajo y por encima de la rasante de la calle y la altura entre la planta baja y la planta más alta hacia arriba sea igual o mayor a 15 m. o 5 pisos.

Art. 362. Facilidades para discapacitados.- Se debe facilitar el acceso y uso de las instalaciones públicas a discapacitados, considerándose los siguientes aspectos:

a) Facilidad de acceso mediante rampas de pendiente no mayor al 10%

b) Puertas y pasillos adecuados al tránsito en silla de ruedas, con anchos mínimos de 1,00 m.

SECCIÓN SEGUNDA: EDIFICIOS DE COMERCIOS Y OFICINAS

Art. 174. Locales de comercio de productos alimenticios.- Los locales que se construyan o se habiliten para comercio de productos alimenticios a más de cumplir con las normas de la presente Sección y otras pertinentes del Normativa, se sujetarán a los siguientes requisitos:

- a) Serán independientes de todo local destinado a habitación.
- b) Los muros y pavimentos serán lisos, impermeables y lavables.
- c) Los vanos de ventilación de locales donde se almacenen productos alimenticios estarán dotados de mallas o rejillas de metal que aíslen tales productos de insectos y otros elementos nocivos; y,
- d) Tendrán provisión de agua potable y al menos de un fregadero.
- e) Dispondrá de un vestidor y batería sanitaria para hombres y otra para mujeres de uso exclusivo de los empleados, compuesta por un inodoro, un lavabo y una ducha.
- f) Cada local dispondrá de un ½ baño para el público.

Art. 175. Dimensiones de puertas.- Se adoptarán las siguientes dimensiones para puertas de oficinas:

Altura mínima: 2,10 m.

Anchos mínimos:

a) acceso a oficinas y comercios 0,90 m.

b) comunicación entre ambientes 0,90 m.

c) baños 0,80 m. y 0,90 m. para minusválidos según norma NTE INEN 2 309:2000

Art. 176. Estacionamientos en comercio y oficinas.- El número de puestos de estacionamientos por área útil de comercio y oficinas se calculara de acuerdo a lo especificado en el Artículo 72 de la ordenanza.

Art. 177. Protección contra incendio.- Las edificaciones de Comercios y Oficinas cumplirán con todas las normas pertinentes en la Sección sexta Capítulo III, referido a “Protección contra Incendios” de la presente Normativa, y con las que el Cuerpo de Bomberos de Ambato exija en su caso.

De acuerdo al Ministerio de Turismo (2014), la Ley de turismo expedido por el mismo menciona:

Ley 97

Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002

Última modificación: 29-dic.-2014

Estado: Vigente

CAPITULO VII DE LOS INCENTIVOS Y BENEFICIOS EN GENERAL

Art. 26.- Las personas naturales o jurídicas que presenten proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo, gozarán de los siguientes incentivos: 1. Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. La compañía beneficiaria de la exoneración, en el caso de la constitución, de una empresa de objeto turístico, deberá presentar al municipio respectivo, la Licencia Única de Funcionamiento del respectivo año, en el plazo de 90 días contados a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Mercantil del Cantón respectivo, caso contrario la municipalidad correspondiente emitirá los respectivos títulos de crédito de los tributos exonerados sin necesidad de un trámite administrativo previo. En el caso de los demás actos societarios posteriores a la constitución de la empresa, la presentación de la Licencia Única de Funcionamiento de la empresa turística será requisito previo para aplicar, la exoneración contemplada en el presente artículo; 2. Exoneración total de los tributos que gravan la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo, así como los aportes al incremento del capital de compañías de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. Esta exoneración comprende los impuestos de registro y alcabala así como sus adicionales tanto para el tridente como para la empresa que recibe el aporte. Estos bienes no podrán ser enajenados dentro del plazo de 5 años, desde la fecha del respectivo contrato, caso contrario se gravará con los respectivos impuestos previamente exonerados con los respectivos intereses.

2.4 Categorías fundamentales

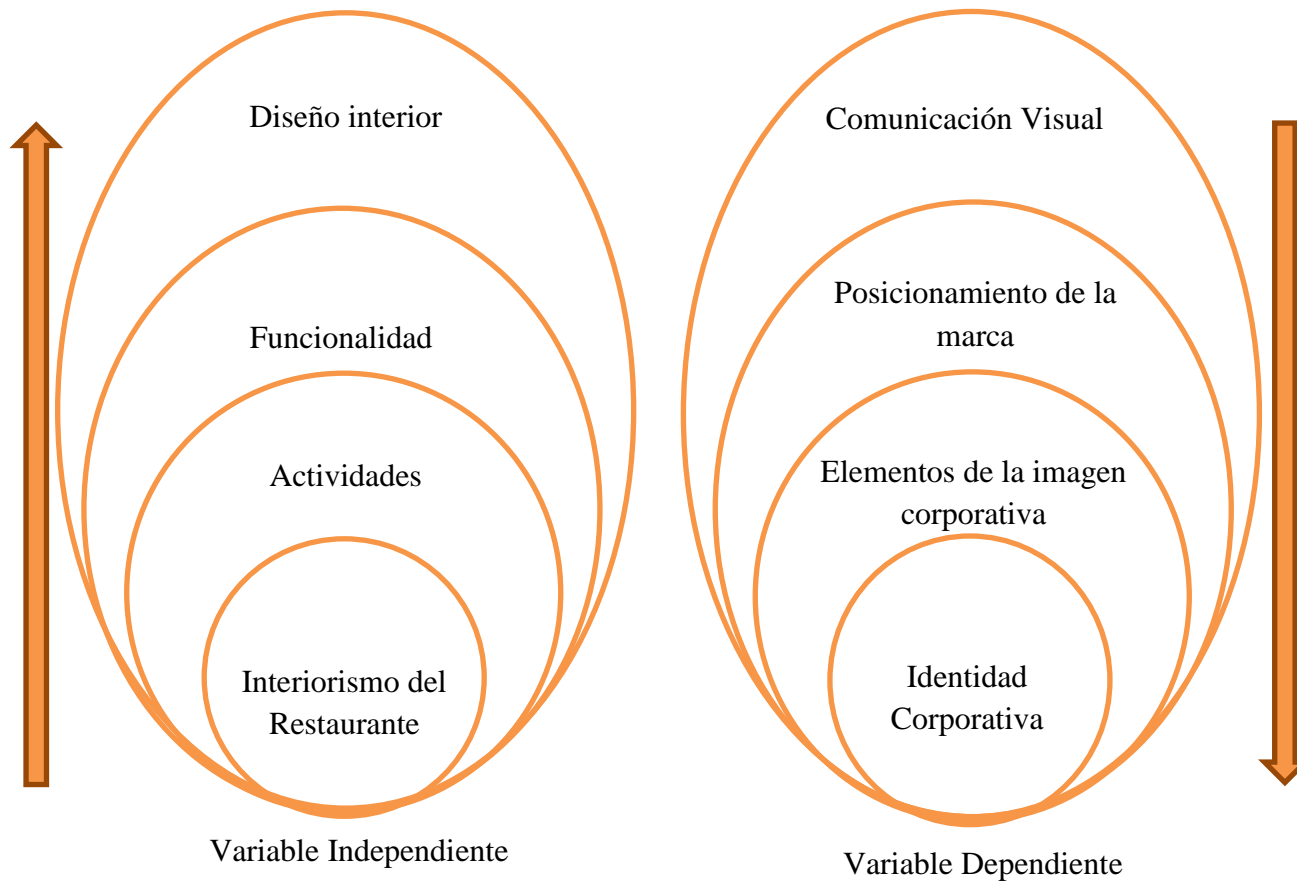


Gráfico 2: Categorías Fundamentales

Variable independiente: Interiorismo del restaurante

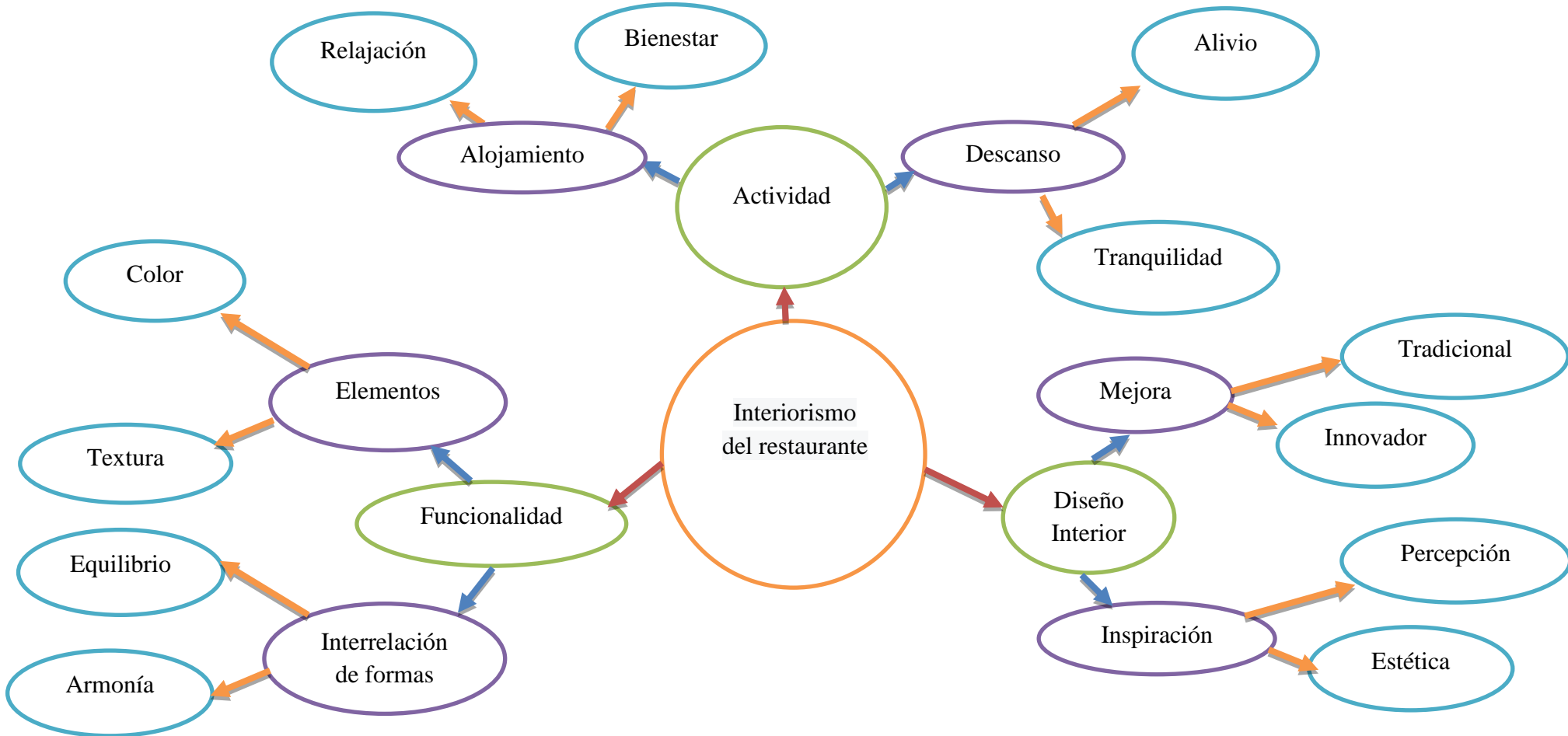


Gráfico 3: Constelación de Ideas Variable Independiente

Variable dependiente: Identidad Corporativa

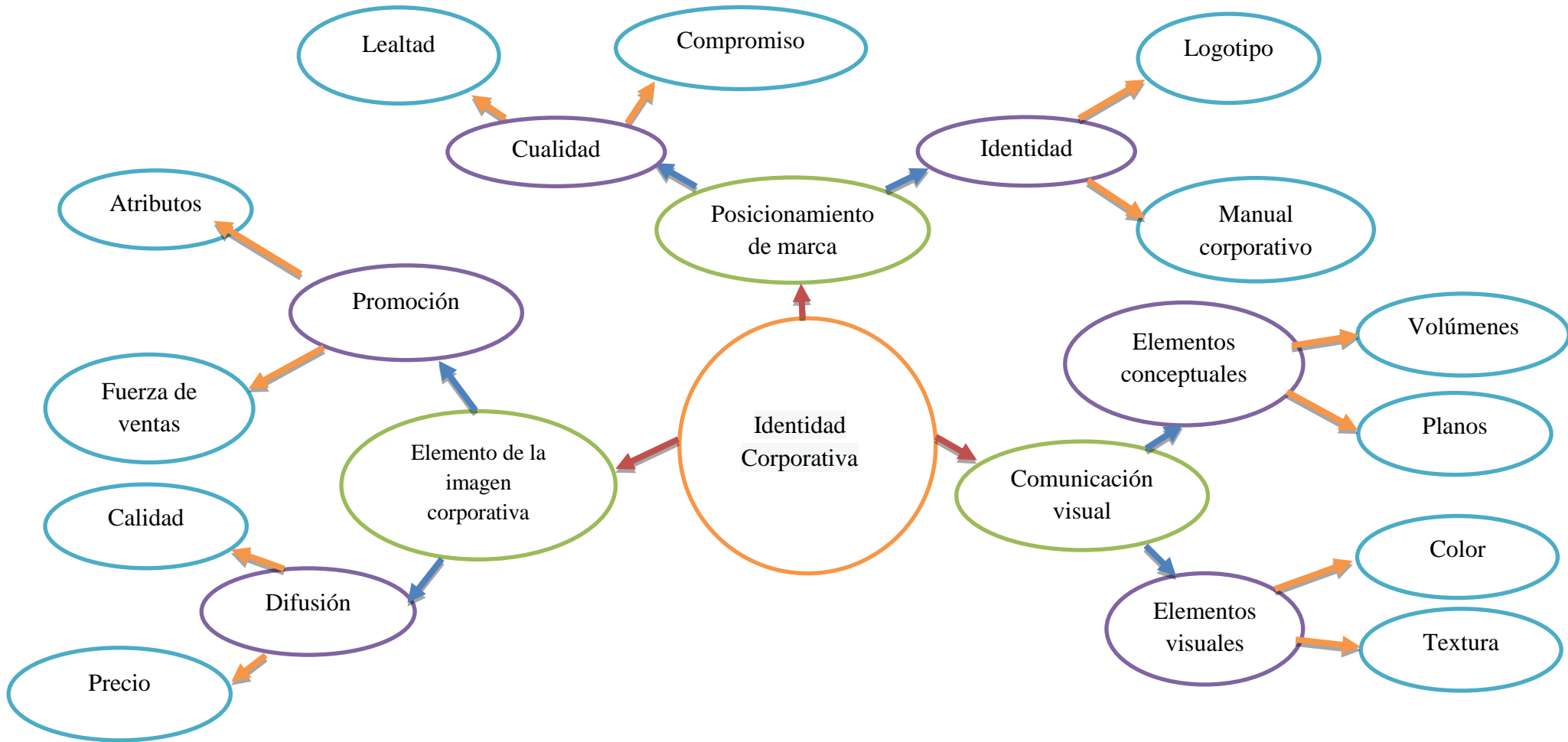


Gráfico 4:Constelación de Ideas Variable Dependiente

2.5. Señalamiento de variables

2.5.1 Diseño de interiores

Según el blog de Arqhys(2013),existen tres áreas principales de creación en el diseño de interiores. Aunque interrelacionadas, cada una requiere de una habilidad y de un conocimiento específico.

Diseño Residencial; este se basa en el entorno habitable, la casa u hogar donde pasamos la mayor parte del tiempo (o un tercio de este, despiertos) Es esencial, entender las necesidades de quienes la habitan, el estilo de vida de la familia y las relaciones con su entorno.

Diseño Comercial. El ambiente de trabajo, la oficina, las citas de negocios, los contratos de trabajo. Se necesita un criterio especial en función de las relaciones del ambiente interior con las necesidades del trabajador, sus percepciones económicas y su productividad.

Diseño especial. El diseño de ambientes especiales requiere de funciones específicas de diseño. Ej.: aviones, interiores de vehículos, restaurantes, teatros, hospitales y otros diseños. Es necesario entender la autenticidad del producto o servicio y su relación con los usuarios.

De acuerdo al equipo de colaboradores y profesionales de la revista ARQHYS“El diseño interior es una actividad con un objetivo central. No es un fin en sí mismo, sino es un medio para lograr efectos particulares.”

Arleco (2015),menciona que el interiorismo también conocido como diseño interior es un método creativo y proyectual que se involucra en el transcurso de crear la experiencia del espacio interior con el manejo del volumen espacial y el tratamiento superficial.

El interiorismo está basado en disciplinas como, la arquitectura, el diseño de producto y la decoración tradicional para la realización de sus obras de manera funcional y estéticamente estructuradas.

El diseñador de interiores se encarga de investigar y analizar los espacios, evaluar e instalar muebles, elaborar planos y especificaciones de los elementos del concepto de diseño, etc.

2.5.2 Restaurantes

La clasificación de los restaurantes de acuerdo al tipo de servicio que ofrecen son:

- Restaurantes de autoservicio o servicio bufete. Se caracteriza por tener variedad de platillos en mesas pre montadas, donde el mismo cliente es quien se sirve, por lo que generalmente son establecimientos donde sus precios son bajos por el poco personal que requieren para su operación. La mayoría de este tipo de establecimientos se localiza en aeropuertos, centros comerciales o ferias. (Medina, 2015)

Según Soto (2008), los restaurantes se clasifican en:

- Restaurantes a la carta. Los restaurantes a la carta tienen una mayor variedad de platillos, cada cliente elige el platillo que más le guste, o de acuerdo a sus necesidades y presupuesto. El servicio lo da el mesero directamente a la mesa. "El término carta se refiere al listado de los platillos que se ofrecen en un establecimiento de alimentos y bebidas y este es un instrumento básico para la venta en estos centros de consumo

- Restaurantes de menú. Menú es el listado de platillos que componen una comida, este tipo de establecimientos se caracterizan por ofrecer determinado número de platillos a un precio moderado o accesible.

Tanto los restaurantes de menú o a la carta, se pueden dividir en:

-De lujo: con comida internacional, servicio francés (la comida se lleva a la mesa en platonos de plata adornados cuidadosamente, se muestra al comensal la fuente completa y luego se le permite que se sirva lo que guste en su plato, se pueden preparar ensaladas frente al comensal) y carta de vinos.

-De primera o tipo medio: comida internacional o nacional especializada sin servicio francés ni carta de vino.

-De tipo económico. Comida de preparación sencilla con servicios mínimos al estilo americano, este se refiere a que los platillos se sirven en forma individual desde la cocina logrando uniformidad.

- Cafeterías. Establecimientos donde se sirven alimentos, se caracterizan por su servicio informal, pueden tener variedad de alimentos y bebidas, principalmente tipos de café y té. Actualmente este concepto tiene mucha aceptación, ya que tiene precios accesibles, además de que algunas cafeterías brindan una atmósfera confortable y proveen de servicios adicionales como es el caso de internet inalámbrico, por lo que las personas que tienen que mantenerse en contacto a través de la tecnología o porque su trabajo así lo requiere buscan este tipo de lugares. Un ejemplo de esto es Starbucks, ItalianCoffee, Vip's y Samborns.

- Snack Bar. Este término anglosajón significa barra de tentempié, es decir, se vende comida ligera a un precio accesible y el servicio es informal, se utiliza mucho en Estados Unidos y es ideal para personas que no cuentan con mucho tiempo para tomar sus alimentos. Ejemplos en México son Subway y Mc Donald's.

- Bar. La palabra bar significa barra, su característica principal es la variedad de bebidas alcohólicas que se pueden preparar y el mobiliario que predomina es un mostrador que

tiene sillas altas donde los clientes pueden sentarse y pedir sus bebidas, además de disfrutar de un servicio y ambiente agradable. Hay diversos tipos de bares de acuerdo a las necesidades, preferencias y presupuestos de los clientes, incluso hay algunos que son temáticos. Un ejemplo son los bares que tienen la decoración y música de alguna determinada década, o los que se especializan en deportes como el sport bar.

- Cantina. Las cantinas son establecimientos donde se sirven diferentes tipos de botanas y bebidas alcohólicas, es informal y aunque el nombre normalmente se relaciona con lugares vulgares o de mala reputación este concepto ha cambiado, ya que existen cantinas de diversas categorías, incluso algunas son familiares.

Jordan (2016), señala que así como los hoteles se clasifican por estrellas o diamantes, los restaurantes también tienen una clasificación para saber la categoría a la que pertenecen. Éstas se dividen en cinco: 5 tenedores, 4 tenedores, 3 tenedores, 2 tenedores y 1 tenedor.

-Restaurante de lujo (5 tenedores).

Entre las características de este tipo de establecimiento está el servicio personalizado y el cuidar al máximo los detalles para que el comensal se sienta consentido y halagado. Los requerimientos para obtener los 5 tenedores es que el restaurante cuente con una entrada independiente para clientes y otra exclusiva para personal, que tenga servicio de valet parking (acomodador de vehículos), sala de espera para que el cliente aguarde la asignación de su mesa, decoración y ambiente agradable y confortable, teléfono, aire acondicionado o calefacción según sea necesario y sanitarios limpios e independientes.

-Restaurante de primera clase (4 tenedores).

Este tipo de restaurantes ofrece un servicio completo. La diferencia con el restaurante de lujo radica en la carta que manejan, donde el servicio de bebidas alcohólicas es limitado y

la carta se presenta en 5 tiempos de servicio (orden en que se sirven los alimentos, es decir, entradas, sopas, ensaladas, plato fuerte y postre).

-Restaurante de segunda clase (3 tenedores).

A este tipo de establecimientos se le llama también turístico, se caracteriza por tener acceso independiente para los clientes pero cuando no haya mucho flujo el personal de servicio puede utilizar este acceso. "Tiene menor espacio que los de mayor categoría y su carta no cuenta con más de 6 tiempos, es decir, entremeses, sopas y cremas, verduras o pastas, especialidades de pescado, especialidades de carne, postres".

-Restaurante de tercera clase (2 tenedores).

Se caracteriza porque el acceso a éste puede ser utilizado tanto para clientes como por el personal, la cristalería que manejan es sencilla y en buen estado. Su carta o menú presenta solo tres o cuatro tiempos de servicio.

-Restaurante de cuarta clase (1 tenedor).

Este establecimiento tiene un comedor independiente a la cocina, cristalería sencilla y en buen estado. Su menú es sencillo, ofrece máximo tres tiempos: sopa, especialidades o plato fuerte y postre.

2.5.3 Actividades restaurante

Romero (s/f), define que: En un restaurante se realizan una gran cantidad de operaciones las cuales debemos de definir con el propósito de conocer que personal necesitaremos para operar nuestro negocio dependiendo del concepto que hayamos elegido para nuestro negocio las funciones pueden variar pero las más comunes en un negocio pequeño y dejando aparte las administrativas son:

-En cocina: Limpieza del área de trabajo, preparación de recetas, controlar recetario. elaboración de salsas, requisiciones de material, ordenar utensilios, preparar ordenes de trabajo, limpieza de equipo de trabajo, control de refrigeradores, conservación de los alimentos preparados, almacenaje de materias primas, control de basura y/o desperdicios, supervisión de entradas y salidas de materia prima. Vigilar la correcta cocción y presentación de los platillos terminados.

-En La barra: Surtido de material, presentación de materiales, limpieza y acomodo, requisición de materiales, montaje de barra, conocer recetario, preparación de equipo de trabajo, control de inventario

-En el área de Clientes: Limpieza del lugar, montaje de mesas, presentación de mesas, utilización de menús, recibir a los clientes, elaborar y controlar órdenes, pedir órdenes de trabajo, surtir órdenes, entregar cuentas.

-En Caja: Abastecer fondo, controlar órdenes, verificar surtimiento, controlar el flujo de dinero, supervisar el trabajo de los meseros, controlar insumos suministrados a la caja, realizar corte de caja, consolidar cuentas.

-Servicios Generales: Limpieza del lugar, limpieza y abastecimiento de baños, suministrar consumibles, realizar mantenimientos preventivos y correctivos menores, apoyo general a gerencia.

Estas son las funciones generales mas comunes en un restaurante, las cuales se deben especificar con mas claridad a la hora de elaborar los manuales de trabajo, pero en general son las mas regulares, de igual forma estas funciones pueden ser hechas por una, o dos personas.

2.5.4 Alojamiento

Pérez (2013), afirma acerca del alojamiento que es una acción y efecto de alojar o alojarse (hospedar, aposentar, colocar una cosa dentro de otra). El uso más frecuente del término está vinculado al lugar donde las personas pernoctan o acampan, generalmente en medio de un viaje o durante las vacaciones. Los hoteles, los albergues y las posadas son tipos de alojamiento. El sector económico que incluye todas las actividades económicas relacionadas con la prestación de servicios de alojamiento se conoce como hostelería u hotelería. Estos establecimientos ofrecen prestaciones de diversas categorías que suelen clasificarse de acuerdo a una cantidad de estrellas. Los hoteles de una estrella son los básicos, mientras que los hoteles de cinco estrellas conjugan comodidades y lujo.

2.5.5 Descanso

Pérez (2013), nos menciona que el descanso es el reposo, la quietud o la pausa que se hace en medio del trabajo o de otra actividad. La noción de descanso también puede utilizarse como sinónimo de sueño (el estado de reposo uniforme del organismo, caracterizado por el bajo nivel de actividad fisiológica), relajación (el procedimiento que ayuda a reducir la tensión física o mental) u ocio (el tiempo que se utiliza a discreción y no para cumplir con actividades obligatorias). El hecho de descansar correctamente será el que conseguirá que la persona esté relajada, sin ningún tipo de agotamiento y con todas las actitudes activas para desarrollar su rutina.

2.5.6 Funcionalidad

Sandoval (2014), informa a cerca de la funcionalidad que el hacer útil la arquitectura es uno de los objetivos de cualquier mentalidad que pueda denominarse racionalista. Resulta impensable una arquitectura racional que no sea útil. En su nivel más primario la

arquitectura ha de preocuparse por dar satisfacción a las necesidades básicas de cobijo. En su nivel más espiritual se limita a conmover.

Las variaciones del término de funcionalidad han sido tales que en el siglo XVII se entendió como el bienestar de los habitantes y no a la capacidad del objeto para satisfacer unas necesidades. La nueva arquitectura ha de ser visiblemente verdadera y ha de representar las propiedades intrínsecas de la materia mediante la configuración de los edificios.

“El funcionalismo se afirma como una vía depuradora de academicismos, que libera la arquitectura de las servidumbres formalistas de las reglas compositivas y de la ornamentación, pero a la vez es severo y coercitivo”. Montaner & Antoni citado en (Sandoval, 2014)

Confiar hoy en la existencia de programas funcionales inalterables es impensable. Dos condiciones parecen necesarias para configurar este tipo de arquitectura: una que su forma sea neutra; otra que organice una red que suministre energía, haga llegar los medios de comunicación y controle ambientalmente cualquiera de sus puntos.

2.5.7 Elementos de la forma

Miranda (2010), nos dice que el punto: Es la unidad minúscula de información visual, y está caracterizado por su forma y por su tamaño, que debe ser relativamente pequeña con respecto a su ambiente y si se sitúa en una estructura gráfica debe de percibirse como un punto y no como un plano, por su color y por la ubicación que tenga dentro de la composición.

-La línea: está formada por la unión de varios puntos en curso, consiguiendo asimilar a la trayectoria seguida por un punto en trayectoria, por lo que tiene mucha energía y dinamismo. Su presencia crea tensión y afecta al resto de elementos contiguos a ella. Es uno de los elementos gráficos más usados, ya que permite grandiosas variaciones, pudiéndose crear composiciones agradables solo con líneas.

-El Plano: es un elemento combinado, establecido por varias líneas unidas, las cuales son asemejadas por el cerebro humano como conjunto y no como líneas individuales, casi siempre son figuras cerradas.

-El espacio: es el trayecto o el área entre o alrededor de los elementos, el espacio así mismo puede ser visible o aparente, para dar una sensación de profundidad.

-El volumen: es el espacio ocupado por un cuerpo. Son planos unidos en diferentes direcciones que forman un objeto tridimensional. Se puede representar en bidimensional como una ilusión óptica.

-La profundidad: es una Ilusión óptica igual que el volumen, da al espectador una sensación de profundidad o lejanía, esto se logra distorsionando los planos o líneas, con el color, la forma, la rotación y dirección.

2.5.8 Interrelación de las formas

Díaz (2014), dice que existen 8 maneras diferentes para su interrelación:

Cuando en una composición surgen dos o más formas entre ambas se establecen relaciones que producen diferentes sensaciones espaciales, estas son:

- Intersección: En esta las formas originales con la que fue creada no se asemejan a la misma, porque de su cruce, surge una nueva forma nueva y más pequeña; la cual es la que nos interesa.
- Unión: En esta interrelación, una y otra figuras quedan unidas y se convierten en una nuevaforma y mayor.
- Sustracción: Es cuando una figura invisible se cruza sobre otra visible.
- Superposición: Si acercamos ambas figuras, una se cruza sobre la otra y parece estar por encima, cubriendo una porción de la que queda abajo.
- Distanciamiento: Alejamiento o separación en el espacio.
- Coincidencia:Si se acercan más ambas formas, coinciden y se convierten en uno.
- Penetración: Si acercamos ambas figuras al unirse, parecen ser transparentes y los contornos de ambas siguen siendo visibles.
- Toque:Si se juntan ambas formas, comienzan a tocarse. El espacio que las mantenía separadas queda anulado.

2.5.9 Innovación

El concepto innovación ha sido definido por varios autores: para Schumpeter (2005), la innovación se entiende como un proceso de destrucción creativa, que permite que la economía y los agentes económicos evolucionen; asimismo, es la forma en que la empresa administra sus recursos a través del tiempo y desarrolla competencias que influyen en su competitividad.

Por su parte, la Unesco (2000), indica que la innovación involucra el empleo de los resultados de la investigación fundamental y aplicada en la introducción de nuevas aplicaciones o en la mejora de aplicaciones ya existentes.

Finalmente, basado en la definición de innovación de Schumpeter (2005) establece que una innovación es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo al mercado y la sociedad. La innovación es definida también como el proceso que permite conjugar habilidades y técnicas en función de dar soluciones novedosas a problemas particulares.

2.5.10 Estética

Navas (2011), dice que el término "estética" fue acuñado en 1753 por el filósofo alemán Alexander Gottlieb Baumgarten, pero el estudio de la naturaleza de lo bello había sido una constante durante siglos. En el pasado fue, sobre todo, un problema que preocupó a los filósofos. Desde el siglo XIX, los artistas también han contribuido a enriquecer este campo con sus opiniones. Definida así, la estética se encuadra mejor en la psicología que en el arte, del que pretende ser la filosofía. Y esa es en efecto la raíz de la estética, la percepción; porque al fin y al cabo las cosas son para nosotros como las percibimos, tanto si coincide nuestra percepción con la realidad, como si no. Pero no se detiene ahí la estética, puesto que se ve obligada a estudiar y definir qué formas han de tener las cosas para que sean percibidas como bellas por la mayoría.

2.5.11 Identidad corporativa

Sommaruga (2003), nos menciona acerca de la identidad corporativa que hace referencia al concepto estratégico para posicionar a una empresa. Exige asemejar y definir las caras de identidad, integrarlos y conducirlos a la estrategia establecida de manera conveniente. Manejada conscientemente o no, toda empresa o institución tiene una personalidad o

identidad corporativa. Esta identidad se transmite mediante cualquier acto comunicacional de la empresa.

Por eso tener una estrategia concretada, permite aumentar las garantías de que la identidad de la organización sea observada de una forma más precisa, en menos tiempo y con menor inversión económica. La Identidad Visual es un componente de la Identidad Corporativa, pero no el único: la identidad de una empresa abarca más que su dimensión visual. La Identidad Corporativa se compone de gran cantidad de características que necesitan ser clarificadas y estructuradas, conteniendo la orientación, la filosofía y la comunicación.

Solo un análisis organizado, y bien definido nos puede llevar a una clarificación de la personalidad corporativa y a la diferenciación clara de la competencia. Un programa de identidad corporativa es sobre todo una herramienta de gerencia, que puede ayudar a identificar y a manejar sistemáticamente las estructuras, los temas y la personalidad de una empresa.

2.5.12 Posicionamiento de marca

Espinosa (2014), define al posicionamiento de marca al lugar que ocupa la marca en la mente de los consumidores respecto el resto de sus competidores. El posicionamiento concede a la empresa una imagen propia en la mente del consumidor, que le hará diferenciarse del resto de su competencia. Esta imagen propia, se construye mediante la comunicación activa de unos atributos, beneficios o valores distintivos, a nuestra audiencia objetivo, previamente seleccionados en base a la estrategia empresarial.

Los atributos o beneficios que ayudarán a posicionar correctamente una marca tienen que ser relevantes para los consumidores, de no ser así, no servirá de nada crear una estrategia de posicionamiento de marca. Es fácil y lógico, si una marca no ofrece nada diferente, los

consumidores no tienen ninguna razón para elegirla frente a otras competidoras. Por último la marca, en base a sus promesas realizadas sobre sus beneficios distintivos, tiene que ser idóneo de entregar dichos beneficios a los consumidores mejor que su competencia. Si no ocurre así, de nada habrá servido todo el trabajo invertido.

2.5.13 Logotipo

El autor Mathew (2015), nos menciona a cerca de la definición de logotipos que se define como un símbolo formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, marca, institución o sociedad y las cosas que tienen relación con ellas.

Lo más importante de un logotipo es que sea:

-LEGIBLE independientemente del tamaño al que lo usemos.

-ADAPTATIVO, que podamos adaptarlo a diferentes escalas y formatos sin perder su esencia (imprescindible con la importancia que han tomado las redes sociales y las webs adaptativas).

-REPRODUCIBLE en cualquier material.

-Que genere IMPACTO VISUAL, de manera que nos llame la atención a simple vista y sea fácilmente recordado.

-ATEMPORAL Y ÚNICO, diferenciándose dentro de la competencia y con un diseño perdurable en el tiempo.

Clasificación de los logotipos:

-LOGOTIPO: Aunque sea el nombre generalizado para los logos, etimológicamente nace del griego (palabra) por lo que, originalmente, un logotipo es un diseño exclusivamente tipográfico.



Imagen 1 Logotipo
Fuente: Haz Historia, 2013

-IMAGOTIPO: Es la suma de un logotipo y un icono.



Imagen 2 Imagotipo
Fuente: Haz Historia, 2013

-ISOTIPO: Es una marca representada únicamente por un icono, ya que es tan conocida que no necesita de más.



Imagen 3 Isotipo
Fuente: Haz Historia, 2013

-ISOLOGO: Es la fusión de icono y texto, que no podrán funcionar por separado.

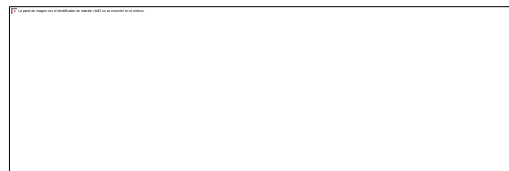


Imagen 4 Isologo
Fuente: Haz Historia, 2013

IMAGEN CORPORATIVA: Es la manera en que los clientes y usuarios perciben la marca. Por ejemplo Tiffanis es igual a lujo.



Imagen 5 Imagen Corporativa
Fuente: Haz Historia, 2013

-IDENTIDAD CORPORATIVA: Es la representación física de la imagen de marca (papelería, rotulación, publicidad exterior)



Imagen 6 Identidad Corporativa
Fuente: Haz Historia, 2013

2.5.14 Manual corporativo

Cubillos (2012), define que el manual de identidad corporativa es un documento en el que se diseñan la imagen de una compañía, servicio, producto o institución. En él, se definen las normas que se deben seguir para estampar la marca y el logotipo en los diferentes soportes internos y externos de la compañía, con especial firmeza en aquellos que se mostrarán al público. El manual describe los signos gráficos escogidos por la compañía para mostrar su imagen así como todas sus posibles variaciones: forma, color, tamaño, etc.

En el mismo, se explica su forma, oportunidad y lugar de utilización mediante la inclusión de ejemplos gráficos. Se muestran también las normas prohibitivas de sus aplicaciones. También se incluyen los colores y las tipografías corporativas.

El Manual de Imagen Corporativa de una empresa es básicamente una guía que permite unificar criterios y normalizar el manejo de la imagen gráfica y corporativa de la misma. Es una guía sencilla que orienta a los diferentes personales de la empresa, colaboradores y proveedores en la forma de hacer un buen uso de los lemas y signos institucionales. El seguimiento de dichas normas o directrices de este manual suele ser de carácter obligatorio y solo podrán hacer uso de él quienes estén autorizados, ya que dicha coherencia en la imagen visual ayuda al reconocimiento y el posicionamiento de la empresa en el mercado.

2.5.15 Compromiso empresarial

Fernández (2004), en la revista Gestiópolis nos informa acerca del compromiso empresarial el cual consiste en la asunción profunda de una obligación que es preciso definir, parece materializarse en una actitud proactiva tras las metas compartidas en la empresa; pero caben muchas reflexiones ante este elemento alentador y orientador de nuestros esfuerzos.

No se trata el compromiso de una habilidad o destreza personal, innata o a adquirir, sino, más precisamente, de un sentimiento a cultivar o desarrollar, generador de positivas actitudes y conductas. Algo indefinido en el pasado, el compromiso parecía venir marcando la frontera entre el “nosotros” y el “ellos” en las organizaciones; pero quizá hoy debamos pensar en un compromiso compatible con el cuestionamiento del statu quo y, desde luego, definible.

2.5.16 Lealtad empresarial

En la página web de Moreno (2014), menciona sobre la lealtad empresarial que es una actitud de profundo compromiso de los empleados con la empresa y se manifiesta en las cosas a las que nuestros subordinados están dispuestos a renunciar o a hacer con sacrificio por el bien de la organización.

En las juntas de dirección de las empresas es frecuente dedicar tiempo a debatir cómo aumentar la lealtad de los empleados hacia la empresa. A menudo algunos índices como rotación del personal, clima organizacional y satisfacción de los empleados son considerados como factores clave para aumentar la lealtad. Si bien es cierto que mejorar estos indicadores es conveniente, no necesariamente su impacto es directo sobre lo que llamaríamos la genuina lealtad.

Situaciones como competencia desleal, fugas de información, malos comentarios sobre el jefe o la empresa son ciertamente muestra de deslealtad por parte de los empleados.

2.5.17 Elementos identidad corporativa

Para Gamesa (2011), los elementos de una identidad corporativa son las siguientes:

- Tipografía: La tipografía es uno de los principales elementos unificadores de la identidad visual corporativa. Se establecen dos tipografías:

Tahoma: Ésta se utilizará en la mayor parte de los casos. Al ser una fuente que viene instalada en todos los sistemas informáticos, será también la que se utilice en aplicaciones electrónicas (e-mail y web)

Klavika: Se establece como tipografía secundaria. Ésta se podrá utilizar para publicidad, cartelera, señalética y vídeos corporativos

-Logotipo: El logotipo es la representación gráfica de la compañía. Se podrá utilizar en sus dos estructuras horizontal y vertical.

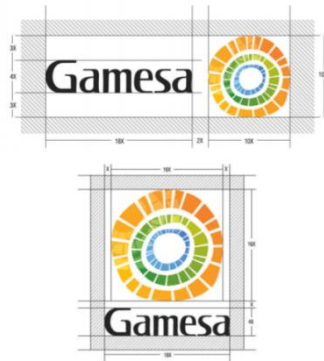


Imagen 7 Logotipo Horizontal y Vertical
Fuente: GamesaCorp, 2012

1. El logotipo a color irá principalmente sobre fondo blanco, pero también se podrá utilizar sobre fondos de color oscuro, esta vez con la marca en blanco y el isotipo en color.
2. El logotipo blanco irá sobre los colores corporativos que se señalan más adelante (no se permite su uso sobre colores demasiado claros que no garanticen suficiente contraste, así como no se contempla el uso de sombras y halos)



Imagen 8 Logotipo a color y B/N
Fuente: GamesaCorp, 2012

- Tagline: Se define el posicionamiento y afirma la identidad de la marca.



Imagen 9 Tagline
Fuente: GamesaCorp, 2012

- Paleta cromática: Se establecen dos colores corporativos preferentes



Imagen 10 Paleta Cromática
Fuente: GamesaCorp, 2012

También cuando se persigue la estética. Se podrán utilizar los colores secundarios juntos a los primarios. Se podrá jugar con los porcentajes de cada color, rebajándolos en fracciones del 10%.



Imagen 11 Colores Secundarios
Fuente: GamesaCorp, 2012

2.5.18 Promociones

Thompson (2010), asevera que expertos como Kotler y Keller no utilizan el término promoción para referirse a ésta herramienta o elemento de la mezcla de marketing, sino que la denominan “Comunicaciones de Marketing” y la definen como el medio por el cual una empresa intenta informar, convencer y recordar, directa o indirectamente, sus productos y marcas al gran público. En cierto modo, se podría decir que las comunicaciones de marketing representan la voz de la marca, y posibilitan el diálogo y la creación de relaciones con los consumidores. Para ambos expertos, la mezcla de comunicaciones de marketing está integrada por seis tipos de comunicaciones principales: Publicidad, Promoción de ventas, Eventos y experiencias, Relaciones públicas y publicidad, Marketing directo y Venta Personal.

2.5.19 Fuerza de ventas

Para Soto (2013), la fuerza de ventas es el conjunto de vendedores con los que cuenta la empresa, es aquello que generalmente enlaza la empresa con los clientes actuales y potenciales. La fuerza de ventas representa a la empresa ante los clientes y les asesora en lo que sea necesario, mientras que por otro lado avisa a la empresa acerca de datos que pueden interesar de los clientes como las preocupaciones o quejas.

Pero sobre todo es el conjunto de recursos, que pueden ser humanos, como hemos indicado, o materiales, que se dedican a actividades realizadas con la venta. Por tanto, en esto pueden entrar las nuevas tecnologías con el CRM y los sistemas de automatización de fuerza de ventas.

Es necesario gestionarla correctamente para que funcione de manera efectiva. Concretamente, la dirección de ventas ha de empezar con el plan de ventas,

implementarlo. Además debe seleccionar a las personas que forman parte del equipo, formarlas, remunerarlas y ofrecerles incentivos y sistemas de compensación, gestionarlas y controlarlas, y tomar medidas para conseguir los objetivos que se pretenden.

2.5.20 Comunicación visual

Hernández (2011), la comunicación visual es un proceso de elaboración, difusión y recepción de mensajes visuales. En ella influyen: el emisor, el receptor, el mensaje, el código, el medio o canal y el referente. Es la notificación en la que predominan las imágenes en la construcción de los mensajes.

Funciones de la comunicación visual:

Corresponde con las funciones generales de la comunicación, pero relacionadas directamente con los elementos que permiten la comunicación visual.

-Función expresiva o emotiva: Se trata de imágenes utilizadas con una meta sentimental, su objetivo es transmitir emociones.

-Función conativa, apelativa o exhortativa: Los gráficos de los mensajes publicitarios cumplen, por excelencia, con esta función relacionada con la persuasión, cuya finalidad es convencer.

-Función fática: Se trata de aquella que cuya finalidad es llamar la atención. Es muy frecuente en el uso de contrastes, en los tamaños y al igual que la conativa es muy utilizada en los mensajes publicitarios.

-Función descriptiva: Ofrece información detallada y objetiva sobre aquello que representa (dibujos científicos, mapas, entre otros).

2.5.21 Elementos conceptuales

Rehilete (2008), nos menciona que los elementos conceptuales de este grupo no son visibles, sin embargo, parecen estar presentes. Todos estos elementos no existen en una realidad física, sino en una realidad conceptual. Estos son:

-Punto: Es la unidad más simple de la comunicación visual. Posee una gran fuerza de atracción para el ojo. Características:

- Indica posición
- No tiene largo ni ancho
- No ocupa una zona en el espacio
- No tiene principio ni fin
- Es el principio y el fin de una línea
- Es donde 2 líneas se cruzan o encuentran

-Línea: Wong establece que “cuando un punto se mueve, su recorrido se transforma en una línea”. Características:

- La línea tiene largo, pero no ancho
- Tiene posición y dirección.
- Está delimitada por puntos
- Forma los bordes de un plano.

-Plano: Es el recorrido de una línea en movimiento el cual se convierte en un plano.

Características:

- Tiene largo y ancho pero no grosor.
- Tiene posición y dirección.
- Está limitado por líneas.
- Define los límites externos de un volumen.

-Volumen: El recorrido de un plano en movimiento se convierte en volumen.

- Tiene una posición en el espacio.
- Está limitado por planos.
- En un plano bidimensional, el volumen es ilusorio.

2.5.22 Elementos visuales

Rehilete (2008), nos señala que cuando dibujamos un objeto en un papel empleamos una línea visible para representar una línea conceptual. La línea visible tiene largo y ancho. Su color y su textura quedan determinados por los materiales que usamos.

Así, cuando los elementos conceptuales se hacen visibles y tienen forma, medida, color y textura, se convierten en elementos visuales. Estos son:

- Forma: Todo lo que puede ser visto posee una forma que aporta la identificación principal en nuestra percepción.
- Medida: Todas las formas tienen un tamaño. El tamaño es relativo si lo describimos en términos de magnitud y de pequeñez, sin embargo, es físicamente mensurable.
- Color: Una forma se distingue de sus cercanías por medio de un color. El color se utiliza en su sentido más amplio, incluyendo los tonos neutros y las variaciones cromáticas.
- Textura: Es un elemento visual que sirve frecuentemente de “doble” de las cualidades de otro sentido: el tacto. Puede ser plana o decorada así como ser suave o rugosa, muy apto para atraer tanto al sentido del tacto como a la vista.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Enfoque investigativo

La actual investigación es de forma cuali-cuantitativo, ya que mediante la observación se señalan e identifican las necesidades que requiere el restaurante, las mismas que ayudarán a que la investigación sea real y se tenga un control efectivo de los datos recolectados permitiendo obtener datos que faciliten una relación entre ambas variables a estudiarse.

Como lo señalan los autores (Sampiere & Fernández, 2003)

Este modelo representa el más alto grado de investigación o combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo.

Ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación, o al menos, en la mayoría de sus etapas. Requiere de un manejo completo de los dos enfoques y una mentalidad abierta. Agrega complejidad al diseño de estudio; pero completa todas las ventajas de cada uno de los enfoques.

La investigación oscila entre los esquemas de pensamiento inductivo y deductivo, además de que por parte del investigador necesita un enorme dinamismo en el proceso. Lleva a un punto de vinculación de cualitativo y cuantitativo.

3.2. Modalidad básica de la investigación

-Investigación bibliográfica

El autor Salazar (2009), habla que la investigación bibliográfica puede ser entendida como una introducción a cualquiera de las otras investigaciones, constituye una de las primeras etapas de todas ellas, su meta es entregar información a las ya existentes como las teorías, resultados, instrumentos y técnicas usadas. Se puede concluir como la búsqueda de información en documentos para determinar cuál es el conocimiento existente en un área particular, un factor importante en este tipo de investigación la utilización de la biblioteca y realizar pesquisas bibliográficas.

La presente investigación tiene una modalidad bibliográfica, considerando que toda investigación nace con la existencia de un conocimiento previo y este proviene de fuentes secundarias, es decir, que han sido investigadas y documentadas por otras personas, se toman como fuentes de consulta los textos, revistas, artículos, revistas, periódicos, páginas electrónicas y otras publicaciones referentes al tema.

-Investigación de campo

Al respecto, la Universidad Pedagógica Libertador entiende por investigación de campo, el análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos o en desarrollo. Los datos de interés son recogidos en forma directa de la realidad; en este sentido se trata de investigaciones a partir de datos originales.

Es preciso realizar la investigación de campo, ya que a través de esta, podemos tener contacto directo con las personas que conocen el restaurante, en este caso las personas entrevistadas serán de gran ayuda para recolectar información en el lugar de los hechos, es decir al rededor del restaurante “Los Cuyes” se realizará las encuestas a los

habitantes , para obtener información que nos permita obtener elementos de valor, que ayuden a desarrollar la investigación con éxito.

3.3. Nivel o tipo de investigación

-Investigación descriptiva

Según Morales (2014), dice que el objetivo de la investigación descriptiva fundamenta en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes sobresalientes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino al pronóstico e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

Es aquella que detalla y describe de manera clara las características más sobresalientes del problema en estudio, que influyen en la Imagen Corporativa del restaurante “Los Cuyes” de la ciudad de Ambato.

-Investigación exploratoria

Morales(2014),también menciona que la función de la investigación exploratoria es descubrir las bases y recabar información que permita como resultado del estudio, la formulación de una hipótesis. Las investigaciones exploratorias son útiles por cuanto sirve para acostumar al investigador con un objeto que hasta el momento le era totalmente desconocido, sirve como base para la posterior realización de una investigación descriptiva, puede crear en otros investigadores el interés por el estudio de un nuevo tema

o problema y puede ayudar a precisar un problema o a concluir con la formulación de una hipótesis.

Mediante la investigación exploratoria se ayudará al desarrollo del problema y la hipótesis, además la selección de la metodología que utilizará el investigador, se encontrará en contacto directo con la realidad del objeto de estudio.

3.4. Población y muestra

La población sometida a investigación en el presente proyecto se ha determinado de acuerdo al total de los habitantes de la ciudad de Ambato de la Provincia de Tungurahua que son 329.856 personas, de la misma se ha escogido un rango de edad que va de 30 años a 59 años sin excepción de sexo, es decir, hombres y mujeres, en el sector de Ficoa. Se ha obtenido que la población con la que se va a trabajar es de 3.044 personas, de acuerdo a los datos extraídos del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).

3.4.1 Cálculo de la muestra

Para esta investigación se utilizará el muestreo aleatorio estratificado, debido a que, se ha dividido a nuestra población por sector, edad y género.

Datos:

$N = 3044$

$\sigma = 0.5$

$Z = 1.81$ (93%)

$e = 0.07$ (7% de error)

$n =$ muestra

$$n = \frac{N \cdot \sigma^2 \cdot Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 \cdot Z^2}$$

$$n = \frac{3044(0,5)^2(1.81)^2}{(3044 - 1)(0.07)^2 + (0,5)^2(1.81)^2}$$
$$n = \frac{2493.11}{49.67}$$
$$n = 50$$

3.5. Operacionalización de variables

Las variables han sido determinadas en base a 2 aspectos básicos, los que se detalla a continuación.

- Interiorismo del restaurante
- Identidad corporativa

3.5.1 Operacionalización de la variable independiente: Interiorismo del restaurante

Tabla 1:
Variable Independiente

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas e Instrumentos	
El diseño de ambientes especiales requiere de, es necesario entender la autenticidad del producto o servicio y su relación con los usuarios. El diseño interior es una actividad con un objetivo central. No es un fin en sí mismo, sino es un medio para lograr efectos particulares.	Diseño	Diseño interior	¿Considera que el restaurante tiene una buena imagen en la ciudad?	Observaciones: Fichas	
	Ambientes	Imagen			
		Innovación	¿Cree usted que es importante el diseño interior del restaurante “Los Cuyes”	Encuestas: Cuestionario	
	Funciones	Bienestar	¿Qué piensa usted que es más importante dentro de un restaurante?	Observaciones: Fichas	
		Tranquilidad			
		Alivio	¿Recomendaría a otras personas ir a utilizar los servicios que ofrece el restaurante “Los Cuyes”	Encuestas: Cuestionario	
	Actividad	Elementos			
		Textura	¿Qué desearía que mejore en el diseño interior del restaurante?		
		Equilibrio			
		Alojamiento	¿Para la adquisición de servicios del restaurante usted se orienta por?		
		Descanso			
		Consumir			

3.5.2 Operacionalización de la variable dependiente: Identidad corporativa

Tabla 2:
Variable Dependiente

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas e Instrumentos
Es la forma de estrategia que se emplea para posicionar a una empresa o local comercial. Se puede identificar y definir los rasgos de identidad. Se puede decir que toda empresa o institución tiene una personalidad o identidad corporativa.	<p>Estrategia</p> <p>Posicionamiento</p> <p>Identidad</p> <p>Comunicación visual</p>	<p>Atributos</p> <p>Cualidad</p> <p>Calidad</p> <p>Atributos</p> <p>Fuerza de ventas</p> <p>Compromiso</p> <p>Manual corporativo</p> <p>Logotipo</p> <p>Imagen</p> <p>Elementos conceptuales</p> <p>Elementos visuales</p> <p>Colores</p>	<p>¿Cómo cree usted que son los costos en los precios del restaurante “Los Cuyes”?</p> <p>¿Cuándo sale de viaje, cuales son los lugares que usted visita con mayor frecuencia para alimentarse?</p> <p>¿Con que frecuencia visita un restaurante de comida nacional al mes?</p> <p>¿Qué tanto cree que la imagen corporativa influya en el diseño interior del restaurante?</p> <p>¿Recomendaría a otras personas ir a utilizar los servicios que ofrece el restaurante “Los Cuyes”?</p> <p>¿Por qué medios le gustaría conocer los productos y servicios del restaurante?</p>	<p>Observaciones: Fichas</p> <p>Encuestas: Cuestionario</p> <p>Observaciones: Fichas</p> <p>Encuestas: Cuestionario</p>

3.6. Técnicas e instrumentos

En esta investigación se empleará la técnica de la encuesta, la observación y la entrevista por lo que se diseñará y utilizará las encuestas como medio para obtener información clara y precisa.

3.7. Plan de recolección de la información

Tabla 3:

Plan de recolección de datos

Preguntas básicas	Explicación
1.- ¿Para qué?	Para saber si las personas creen que los elementos del manual corporativo puedan influir en el diseño interior del restaurante
2.- ¿De qué personas u objetos?	La recolección de la información se aplicará a los moradores del sector aledaños al restaurante.
3.- ¿Sobre qué aspectos?	Cuáles son los lugares que prefieren para alimentarse, si prefieren la comida nacional, con qué frecuencia van a restaurantes, si piensan que el diseño interior es importante para un restaurante
4.- ¿Quién? ¿Quiénes?	El investigador Carlos Salazar
5.- ¿Cuándo?	Año 2017
6.- ¿Dónde?	En la ciudad de Ambato
7.- ¿Cuántas veces?	Una sola vez a cada encuestado
8.- ¿Qué técnicas de recolección?	Las técnicas serán la encuesta y entrevista
9.- ¿Con qué?	Con un cuestionario estructurado

3.8. Plan de procesamiento de la información

Las técnicas de recopilación de información ayudarán al investigador a encontrar y acoplar la información necesaria para que se pueda responder las preguntas debidamente planteadas, así se recogerá la información correspondiente a las variables, la información será ordenada y tabulada de forma manual. Siendo de gran importancia los resultados obtenidos con la misma, para la comprobación de la hipótesis.

Se dan las respectivas conclusiones, teniendo como base los objetivos, con la información recabada, y finalmente se realiza una propuesta de solución encaminada a dar una solución del problema estudiado.

- Encuesta

La encuesta se utiliza con fines cuantitativos, es decir para explicar qué porcentaje de la población en estudio piensa sobre el tema en investigación, para aplicar esta herramienta es necesario calcular una muestra representativa sobre la población objeto de estudio y lógicamente tener establecido la encuesta a aplicar para la investigación.

A través de la técnica de encuesta se pretende determinar si es viable la implementación de los elementos de un manual corporativo, en el diseño interior del restaurante “Los Cuyes”

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis del aspecto cuantitativo

Recopilados todos los datos de la encuesta que se ha realizado, pasarán a ser estudiados para demostrar los diferentes resultados. Según el resultado de la población, de 50 clientes encuestados corresponde al 100% de la información obtenida. Así tenemos que realizar a cada pregunta su análisis e interpretación respectiva la cual detallaremos a continuación.

4.2. Interpretación de resultados

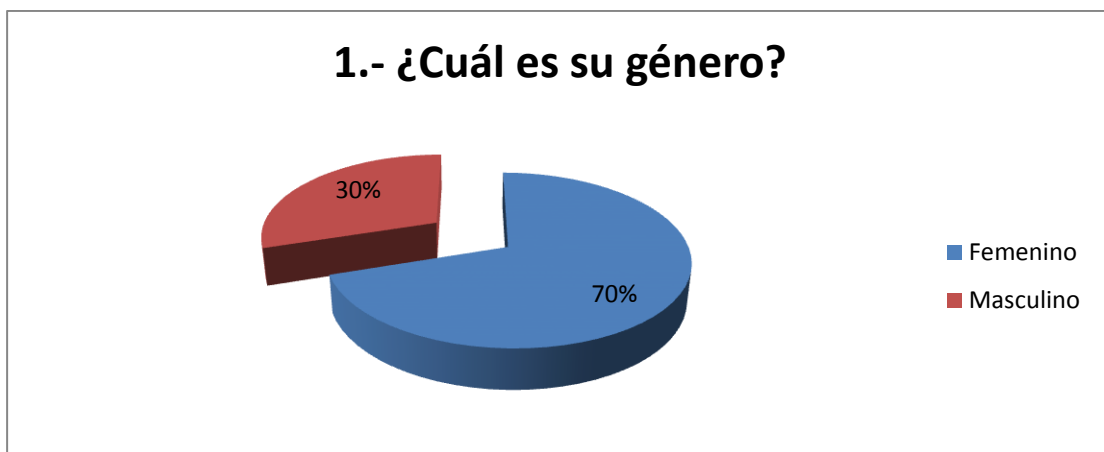


Gráfico 5 Cuál es su género

De las personas encuestadas el 70% son mujeres y el 30% son hombres. De acuerdo a los datos de las personas encuestadas en las mediaciones de Ficoa, los clientes más potenciales son de género femenino.

2.- ¿Cuál es su nacionalidad?

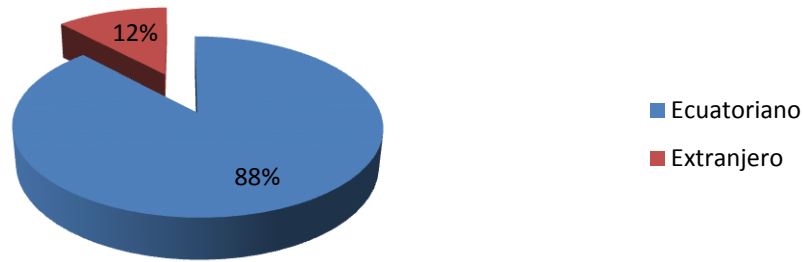


Gráfico 6Cuál es su nacionalidad

De las personas encuestadas el 88% son de nacionalidad ecuatoriana y el 12% son extranjeros. Según los datos de las personas encuestadas en las mediaciones de Ficoa, los clientes más potenciales son personas de nacionalidad Ecuatoriana.

3.- ¿Cuando sale de viaje, cuales son los lugares que usted visita con mayor frecuencia para alimentarse?

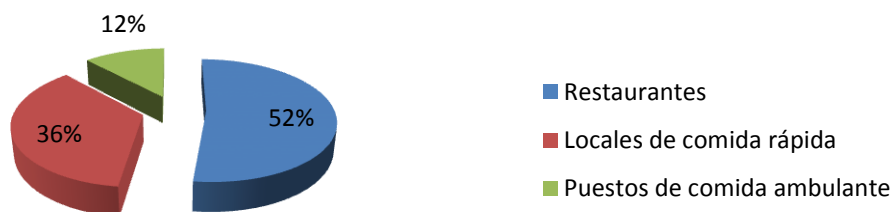


Gráfico 7 Cuando sale de viaje, cuales son los lugares que usted visita con mayor frecuencia

Según las encuestas realizadas sobre cuando sale de viaje cuales son los lugares que usted visita con mayor frecuencia para alimentarse, el 52% dijo que en restaurantes, el 36% dijo que en locales de comida rápida, el 12% en puestos de comida ambulante. Por los datos

obtenidos de la encuesta sabemos que nuestro grupo objetivo tiende a acudir a restaurantes cuando salen de viaje.

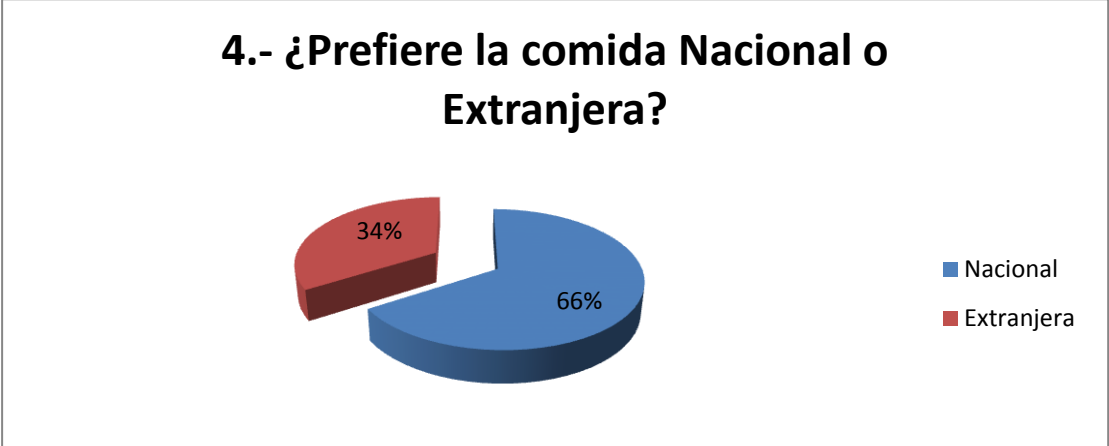


Gráfico 8 Prefiere comida nacional o extranjera

Según las encuestas realizadas si prefiere la comida nacional o extranjera, el 66% dijo que prefieren la comida nacional, y el 34% dijo que la comida extranjera. Por los datos obtenidos de la encuesta sabemos que las personas prefieren consumir la comida nacional antes de la extranjera.

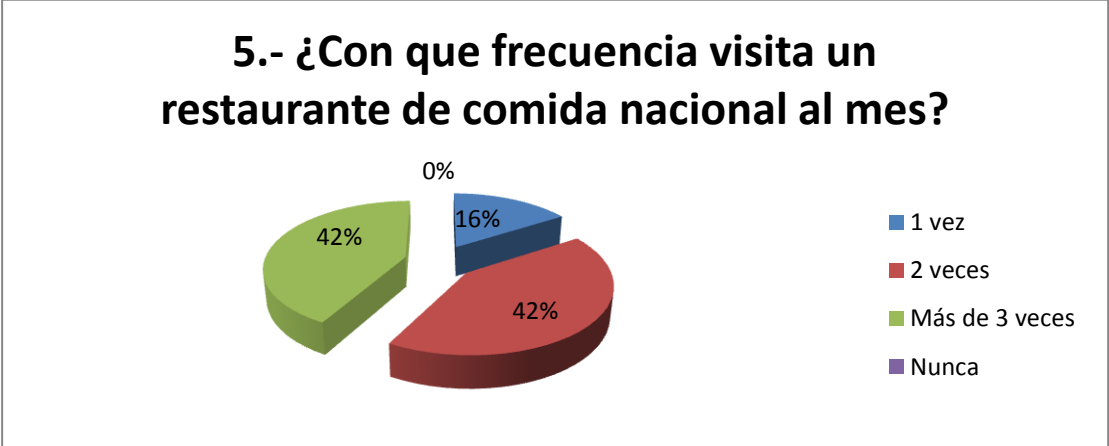


Gráfico 9 Con que frecuencia visita un restaurante

Según las encuestas realizadas sobre en qué frecuencia visita un restaurante de comida nacional al mes, el 42% lo hace 2 veces al mes, otro 42% lo hace más de 3 veces al mes, el

16% lo hace sola una vez al mes, y el 0% nunca. Por lo tanto los clientes eligen ir más de 2 veces al mes a un restaurante.



Gráfico 10 Qué comida típica es de su preferencia

Según las encuestas realizadas sobre qué comida típica es de su preferencia, el 70 % le gusta las papas con cuy, el 24% opta por el caldo de manguera, y el 6% prefiere el estofado de cordero. Por lo tanto las papas con cuy es la comida típica que más les gusta a los clientes.

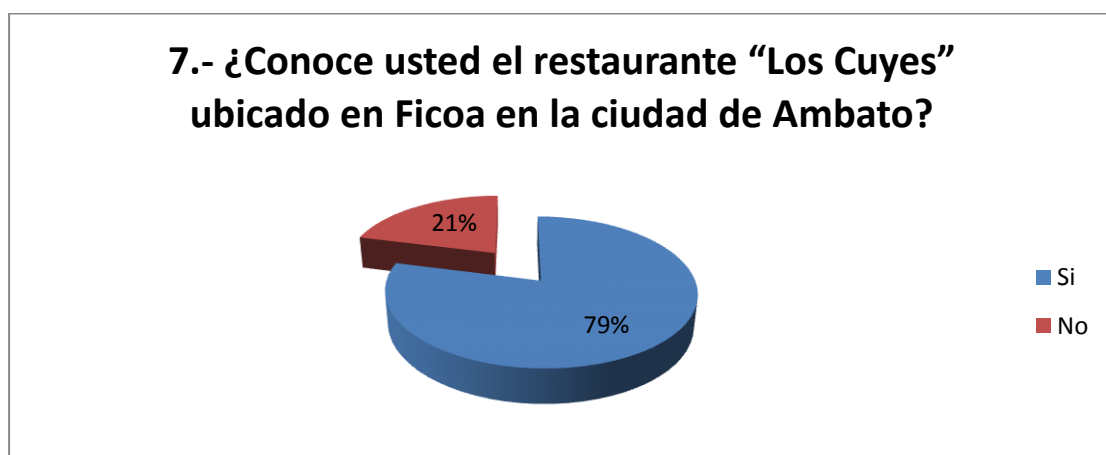


Gráfico 11 Conoce usted el restaurante “Los Cuyes”

Según las encuestas realizadas sobre si conoce el restaurante “Los Cuyes” ubicado en Ficoa en la ciudad de Ambato, el 79% si lo conoce, y el 21% no lo conoce. Por lo tanto es realizable intervenir en el restaurante.

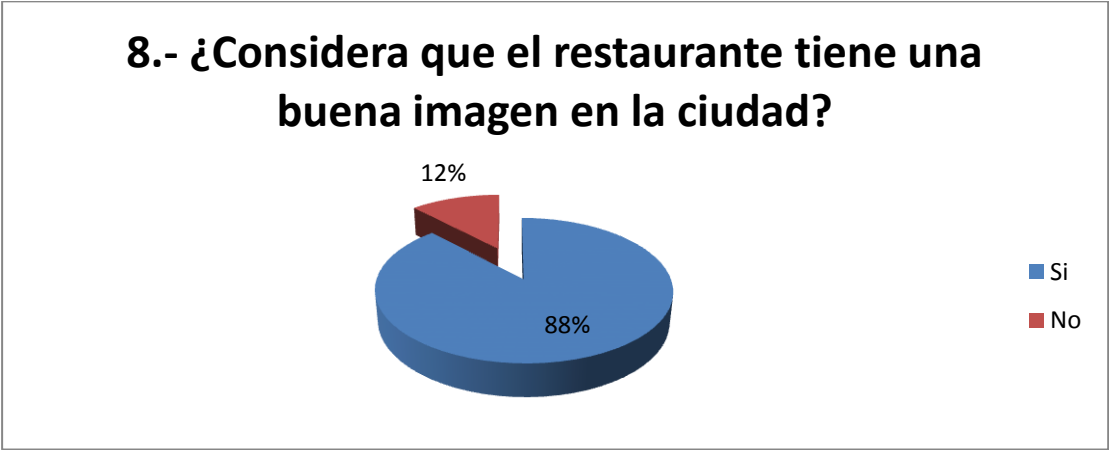


Gráfico 12 Considera que el restaurante tiene buena imagen

Según las encuestas realizadas sobre si considera que el restaurante tiene una buena imagen en la ciudad, el 88% si lo considera, y el 12% no lo considera. Por lo tanto es importante intervenir en el restaurante.



Gráfico 13 Cómo calificaría Ud. al restaurante “Los Cuyes” de la ciudad de Ambato

Según las encuestas cómo calificaría usted al restaurante “Los Cuyes” de la ciudad de Ambato. Sabiendo que 1 es el calificativo más bajo y 3 es el calificativo excelente, el 50% dijo que es excelente, el 38% que es medio, y el 12% que es bajo. Por lo tanto el restaurante tiene buena aceptación por parte de los clientes.

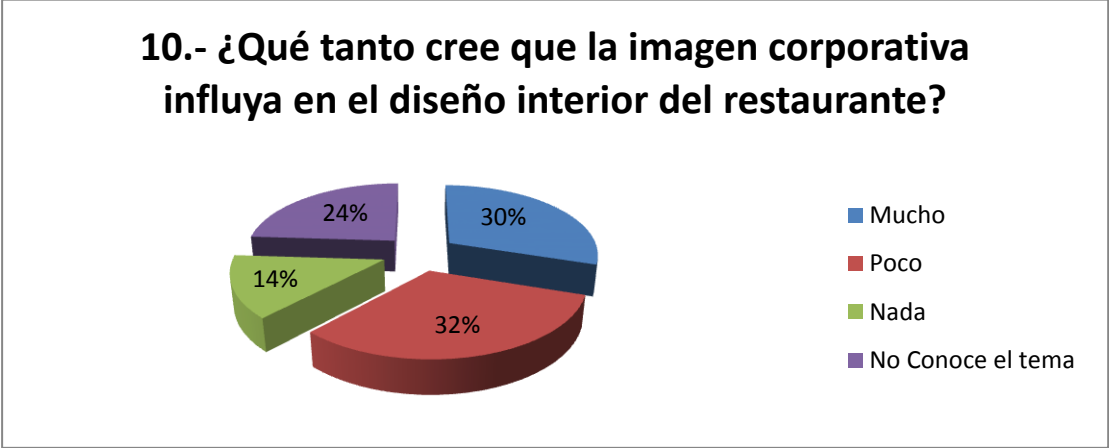


Gráfico 14 Qué tanto cree que la imagen corporativa influya en el diseño interior

Según las encuestas realizadas sobre que tanto cree que la imagen corporativa influya en el diseño interior del restaurante, el 30% dijo que mucho, el 32% dijo que poco, el 14% dijo que nada, y el 24% no conoce el tema. Por lo tanto los clientes creen que es importante la influencia de la imagen corporativa para el diseño interior del restaurante.

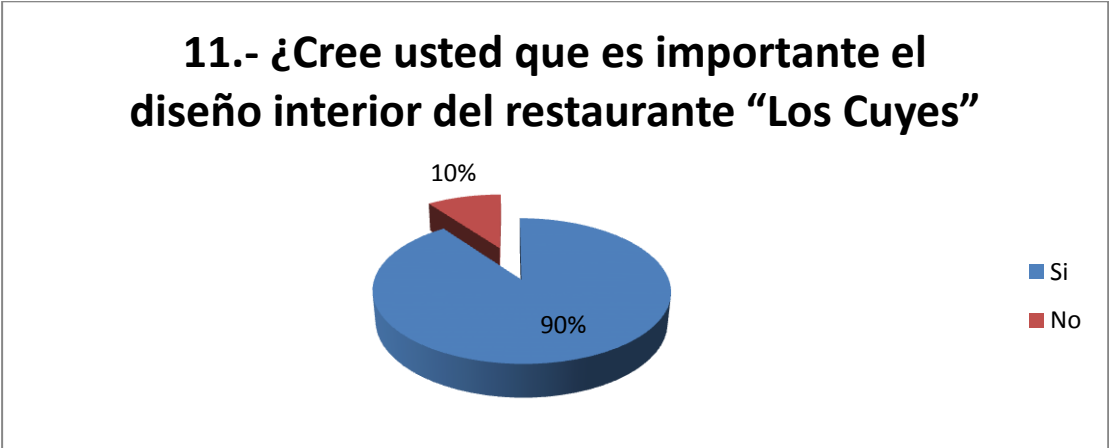


Gráfico 15 Cree usted que es importante el diseño interior del restaurante

Según las encuestas realizadas sobre si cree usted que es importante el diseño interior del restaurante “Los Cuyes”, el 90% si piensa que es importante, y el 10% no lo piensa. Por lo tanto es importante ejecutar un diseño interior en el restaurante.

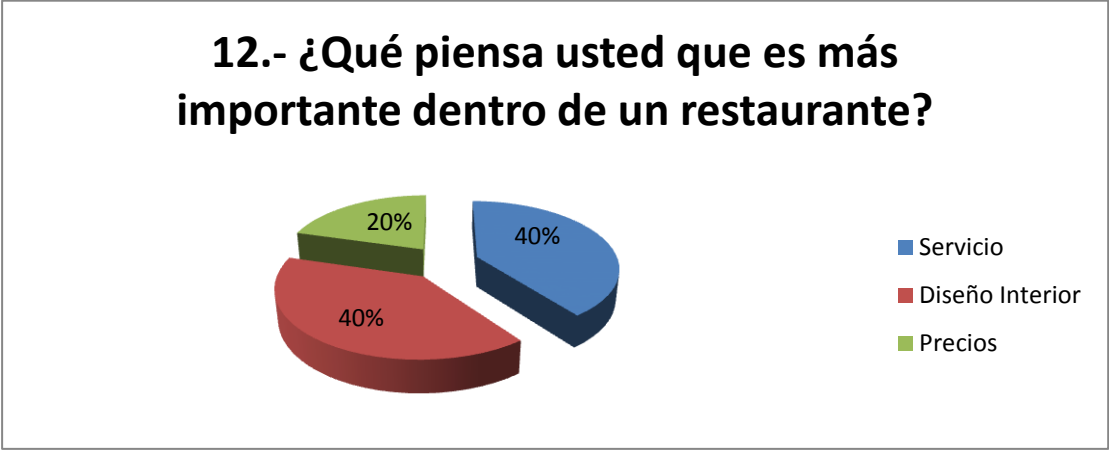


Gráfico 16 Qué piensa usted de que es más importante en un restaurante

Según las encuestas realizadas sobre qué piensa usted que es más importante dentro de un restaurante, el 40% escogió el Diseño, el 40% lo hace por el servicio y el 20% lo hace por los precios. Por lo tanto los clientes eligen tanto por el diseño interior como por el servicio, pero también hay que tener en cuenta los precios que ofrece el restaurante.



Gráfico 17 Recomendaría a otras personas ir a utilizar los servicios que ofrecen el restaurante

Según las encuestas realizadas sobre si recomendaría a otras personas ir a utilizar los servicios que ofrecen el restaurante “Los Cuyes”, el 94% si lo recomendaría, y el 6% no lo recomienda. Por lo tanto el restaurante tiene acogida en la ciudad de Ambato.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

En la presente investigación en la que se aplicó la herramienta de la encuesta a los clientes del restaurante “Los Cuyes”, se pudo analizar a profundidad el problema, por lo que se concluye que la ausencia de una buena presentación por parte del local tiene una influencia en el consumo de los clientes.

Según el sondeo que se realizó, permitió determinar que el restaurante “Los Cuyes” cuenta con una buena imagen y aceptación de la sociedad, lo que nos conlleva a mejorar el diseño interior para el mejoramiento del restaurante, debido a que los posibles clientes piensan que eso es lo más importante.

Se puede considerar que los factores más influyentes al momento de elegir dónde adquirir un alimento, son el servicio y el diseño interior del restaurante, tomando en cuenta que influyen directamente en el consumo por parte de la clientela.

También se aspira presentar una propuesta viable de solución, enfocada al diseño interior del restaurante a través de la imagen corporativa.

Por último, podemos concluir que la mayoría de los clientes que conoce el restaurante recomendaría utilizar los servicios que se ofrecen en dicho establecimiento, ya que brindan un buen servicio y productos de calidad a un módico precio.

5.2. Recomendaciones

Al analizar las falencias del restaurante “Los Cuyes” se pretende usar el manual corporativo a través de sus colores, logotipo, tipografía, etc. con el cual permita generar atracción en los clientes e influya en el consumo de los mismos.

Debido a que existe una gran competencia en el mercado de comidas típicas, se recomienda establecer algunas estrategias sostenibles a través de la imagen del diseño interior, que cause impacto en la sociedad para que así puedan diferenciarlos de los demás, y que le permita competir con los restaurantes que son reconocidos a nivel nacional.

También se recomienda innovar continuamente el diseño de estrategias publicitarias que destaque la imagen del local, con la finalidad de dar a conocer los atributos y beneficios que ofrece el restaurante utilizando los mecanismos apropiados y que tengan impacto en el mercado objetivo, y así le dará mayor distinción a la misma.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA

6.1. Título de la propuesta

“Diseño Interior Corporativo del restaurante “Los Cuyes” de la Ciudad de Ambato”

6.2. Datos informativos

6.2.1. Institución ejecutora

- Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Diseño, Arquitectura y Artes.

6.2.2. Ubicación

- Provincia de Tungurahua.
- Cantón Ambato.
- Parroquia Atocha- Ficoa.

6.2.3. Equipo responsable

- Carlos Fabricio Salazar Núñez
- Tutoría. Ing. Galo Viteri (Arq. Interiores)

6.2.4. Beneficiarios

Las personas nacionales y extranjeras, que deseen disfrutar de la comida típica ecuatoriana con un ambiente agradable sintiéndose conformes del servicio y la atención, con más de 60 años de experiencia en la gastronomía ecuatoriana el restaurante es un icono en la ciudad de Ambato.

6.3. Antecedentes de la propuesta

El restaurante “Los Cuyes” ubicado en Atocha- Ficoa en uno de los barrios tradicionales de la ciudad, tiene mucha experiencia en el campo gastronómico por el cual mucha clientela es tanto del país como del extranjero, dentro del restaurante podemos encontrar problemas en el espacio donde existe circulación cruzada, entre la distribución por parte de los baños el problema es que no cuenta con las medidas necesarias para su función, también la distribución del mobiliario tanto en la zona de la cocina, caja y en las mesas existe un desorden el cual dificulta la manera de trabajar correctamente.

La propuesta para el restaurante es que exista una circulación limpia y ordenada dentro de los espacios, dejando las entradas libres y más amplias, un mobiliario ordenado que satisfaga a los clientes brindándoles comodidad, se propone una mejor funcionalidad organizando la zona fría con la caliente dentro de la cocina de igual manera así mejorando la circulación.

Es así que se ha basado en los antecedentes investigativos y se proyectará un diseño interior corporativo, en donde se empleará la información obtenida en la investigación sobre los locales comerciales y sus respectivas normas, y como la influencia de estos causarán a los clientes una sensación agradable en cada espacio.

6.4. Justificación

Se requiere un diseño interior corporativo del restaurante porque existen varios problemas dentro del local tanto en la imagen que se da al usuario, como en diferentes tipos de molestias que se tiene al usar las instalaciones de dicho local, ya que en la ciudad de

Ambato existen muchos locales diversos de comida hay que llevar a cabo un análisis minucioso sobre el diseño que se aplicará tanto en pisos, paredes, mesas, circulaciones y en distintos espacios que se pretenda intervenir.

El diseño se vuelve interesante e innovador al saber que contamos con un manual corporativo del restaurante que usará diferentes tipos de texturas, colores, imágenes que representan la identidad del local, así se llamará la atención tanto del público local y extranjero que está dispuesto a acoger ideas frescas y llamativas de un lugar que no solo va a consumir un plato, si no a sentirse cómodo por estar ahí recibiendo un servicio de calidad en un ambiente atractivo.

Existen muchos beneficiarios con el proyecto de diseño interior corporativo del restaurante, primero estarían los moradores y visitantes de la ciudad de Ambato, también ayudará a formar nuevas plazas de trabajo por la realización de diferentes tipos de intervención que se dará en el restaurante, el turismo de la ciudad de Ambato sería un gran beneficiario dándose a conocer en diferentes partes del país fomentando la identidad gastronómica de la zona centro del Ecuador

Debemos tener en cuenta que el desarrollo del diseño interior corporativo es factible, y con eso mejora la imagen del restaurante, transmitiendo sello distintivo del restaurante y provocando interés en el consumidor y así deleitar a propios y extraños en un ambiente agradable y confortable.

6.5. Objetivos

6.5.1. Objetivo general

Realizar una propuesta interiorista basada en la imagen corporativa del restaurante “Los Cuyes” de la ciudad de Ambato

6.5.2. Objetivos específicos

- Analizar el interiorismo del restaurante “Los Cuyes”
- Determinar un método de interrelación de las formas donde se ajuste el logotipo al diseño interior del restaurante “Los Cuyes”.
- Proponer un el diseño del espacio interior del restaurante “Los Cuyes” donde se reconozca por su imagen corporativa.

6.6. Fundamentación

6.6.1. Memoria técnica

6.6.1.1. Estado actual

Imagen 12 Fachada del Restaurante

Estado Actual: Hace un año la fachada fue reestructurada por lo que se encuentra en óptimas condiciones gozando de una mejor imagen.



Fotografía por: Salazar Carlos, 2017

Imagen 13 Cocina

Estado actual: Como podemos observar en el estado de la cocina, encontramos muchas irregularidades tanto en su función, circulación, ventilación y estado de los muebles.



Fotografía por: Salazar Carlos, 2017

Imagen 14 Caja

Estado actual: Podemos ver que la caja no presenta algún defecto ya que fue recientemente instalado en el local, lo que sí se puede notar es el mal funcionamiento de este mueble impidiendo a los clientes tener más acceso a la zona fría y al letrero de precios.



Fotografía por: Salazar Carlos, 2017

Imagen 15 Mesas y sillas

Estado Actual: Las estructuras de metal de las mesas y sillas tanto externas como internas, se encuentran en condiciones de oxidación y las partes de los forros se encuentran desgastados por el tiempo.



Fotografía por: Salazar

Imagen 16 Baños

Estado Actual: Dentro de los baños podemos apreciar espacios reducidos, con una falta de circulación necesaria, es decir no cumple con las normativas para que las personas usen los respectivos servicios.



Fotografía por: Salazar Carlos, 2017

Imagen 17 Gradas

Estado Actual: Como se puede ver en las gradas existe falta de una normativas tanto en la aplicación de la huella y contrahuella, de igual manera los materiales usados en el piso se encuentran desprendidos por no ser aplicados correctamente.



Fotografía por: Salazar Carlos, 2017

6.6.1.2. Análisis del contexto

De los restaurantes de comida típica en el país la mayor parte son construidos y diseñados de manera empírica y a su vez son solo adecuados al espacio de un inmueble; es decir, no se diseña ni se planifica las áreas generales, y tampoco se proyecta hacia el futuro la funcionalidad de cada zona ofrecido para los clientes, siendo así afectados los consumidores que deseen utilizar los servicios del local .

La actual investigación se enfoca a dar una posible solución a los problemas encontrados en el restaurante, se espera intervenir tanto en pisos, paredes, techos, iluminación y en materiales del mobiliario que sean adecuados para el confort de las familias que usen el servicio, de la misma manera es importante plantear una posible propuesta con una adecuada organización beneficiando al dueño del restaurante como a los consumidores.

6.6.1.3. Análisis de usuario

El restaurante “Los Cuyes” está destinado para las familias comprendidas en las edades de 10 a 50 años entre niños, mujeres y hombres; siendo los padres de familia los usuarios finales, además de conocer que los la mayoría de consumidores son personas del país como del extranjero, se tendrá en cuenta factores como el mobiliario, la distribución de los espacios, la ergonomía y los colores en base al manual corporativo del restaurante, con el fin de acaparar la atención del usuario.

6.6.1.4. Análisis de normativas

Para nuestro proyecto se va a tomar en cuenta algunas normativas importantes para el desarrollo de espacios funcionales dentro del restaurante, destinado a los clientes y personal, se usarán medidas de diseño que garanticen la funcionalidad del espacio.

Callejas (2005), menciona en el Plan de Ordenamiento Territorial de Ambato lo siguiente:

SECCIÓN SEGUNDA: ACCESIBILIDAD AL MEDIO FÍSICO

Art. 19. Supresión de barreras urbanísticas y arquitectónicas.- Esta normativa facilita la accesibilidad funcional y uso de lugares públicos y privados de la ciudad a las personas en general y aquellas con discapacidad o movilidad reducida permanente o circunstancial, al suprimir obstáculos imprevistos tanto en el plano horizontal como en los cambios de nivel y al incorporar elementos auxiliares que dificultan la libre circulación, en cumplimiento al artículo 18 de la Ley de Discapacidades del Ecuador constante en el Registro Oficial N° 374 del 4 de febrero de 1994.

Norma NTE INEN – 2243: 2000 Accesibilidad de las personas al medio físico-Vías de circulación peatonal.

Norma NTE INEN – 2244: 2000 Accesibilidad de las personas al medio físico-Edificios, Agarraderas, bordillos y pasamanos.

Norma NTE INEN – 2245: 2000 Accesibilidad de las personas al medio físico-Edificios, rampas fijas.

Norma NTE INEN – 2247: 2000 Accesibilidad de las personas al medio físico-Edificios, corredores y pasillos, características general.

Norma NTE INEN – 2299: 2000 Accesibilidad de las personas con discapacidad y movilidad reducida al medio físico. Ascensores.

6.6.2. Consideraciones básicas para la propuesta

6.6.2.1. Interpretación de condicionantes

Para poder conocer un poco más sobre los restaurantes debemos retroceder hace la época de los antiguos romanos donde Arqhys (2012), nos cuenta que después de la caída del imperio romano, las comidas fuera de casas se realizaban generalmente en las tabernas o posadas pero alrededor del año 1200 ya habían casas de comidas en Londres, París y en algunos otros sitios en las que podían comprarse platos ya listos. Las cafeterías son también un ante pasado de nuestros restaurantes, éstas aparecieron en Oxford en 1650 y siete años más tarde en Londres.

En la historia de los restaurantes Jimenez (2012), nos relata que en Ecuador específicamente en la ciudad de Quito, el servicio de comidas existía antes de la llegada de

los españoles ya estaban los muy conocidos “Tambos” que eran lugares de descanso y para el alojamiento se destinaba en los “Pucares” que eran lugares de descanso para las tropas y especialmente para los Incas.

En el siglo XX tenemos el restaurante “Las Claritas” (1897) las cuales sus propietarias eran Clara y Josefina Paredes, se hallaba la vuelta del Teatro Sucre. Nacen “huecas” fondas populares de la gastronomía ecuatoriana. Así se conocían “los quimbolitos de la Loma”, “los tamales de la Esperanza”, “el caldo de patas del Castrillón”, etc.

Con el gobierno del General Eloy Alfaro y el inicio del ferrocarril en Quito en 1908 aparece el primer Hotel-Restaurante llamado “La Estación” en Chimbacalle su especialidad de este local de comida era la corvina de río que llegaba en tren, refrigerada en cajas de hielo.

Los restaurantes ecuatorianos en los últimos años han tenido un notable progreso, por lo cual se ha convertido en uno de los principales ingresos económicos para el país y es una carta de presentación para que los turistas deseen conocer la gastronomía ecuatoriana, siendo eso es una ventaja para un país en vía de desarrollo.

Lo que se aspira lograr alcanzar en el proyecto del restaurante a parte de una buena imagen que se ofrece al cliente, es el nivel de confort que se desea transmitir hacia todas las personas que llegan al local por un servicio de calidad, dentro del confort que se puede brindar es el lumínico y térmico, siendo estos agradables tanto para los clientes como para todo el personal de dicho establecimiento.

La aplicación de materiales es algo fundamental dentro del diseño que se pretende realizar, como ya se ha venido hablando tanto los muebles, pisos, acabados interiores y paredes,

tendrán esta aplicación que sea adecuada y vaya de la mano del diseño interior corporativo. Para ello es justo tener en cuenta que los mobiliarios deben de ser muebles de madera natural, ya que estos promoverán a crear un ambiente tradicional. El color en las paredes se aplicará de tonos claros, ya que los espacios tienen muy buena iluminación y los tonos claros ayudan a aumentar la claridad en las áreas.

6.6.2.2. Síntesis teórica

En dicho proyecto nos encaminaremos por un estilo en particular que resalta a la madera y que será el material principal dentro del proyecto: a continuación analizaremos en detalle algunos aspectos de dicho material.

-Funcionales: El restaurante usará en la mayoría del diseño madera, ya que esta llega a ofrecer excelentes propiedades físicas y acústicas llegando a ser útil para la cubierta exterior, muebles y algunos detalles constructivos, en algunas situaciones a la madera se le aplica ciertos tratamientos para así aumentar su resistencia y durabilidad. Una de las razones de la gran durabilidad de este material son sus propiedades térmicas y acústicas.(Arqhys, 2012)

-Formales: Otra de las ventajas de usar madera en el proyecto la buena resistencia, su ligereza y su carácter natural renovable, constituyen las principales cualidades de la madera para su empleo estructural. El material tiene una resistencia notablemente mayor en la dirección de las fibras.(Arqhys, 2012)

- Técnicos: La madera es uno de los materiales más capaces para su trabajo a tracción, por su especial estructura direccional, su resistencia será máxima cuando la demanda sea

paralela a la fibra y cuando sea perpendicular su resistencia disminuirá.

La madera puede ser curvada o doblada por medio de calor, humedad, o presión. Se dobla con más facilidad la madera joven que la vieja. Las maderas duras son menos flexibles que las blandas. (Pérez, 2012)

La durabilidad de la madera está relacionada directamente con la densidad, a mayor densidad mayor dureza. Al estar relacionada con la densidad, la zona central de un tronco es la que posee mayor dureza, pues es la más. Si la humedad es elevada la dureza disminuye enormemente. Por el contrario si la madera se reseca, carece de humedad y se vuelve muy frágil. (Pérez , 2012)

6.6.2.3. Análisis de referentes o repertorio tipológico

Diseños interiores para McDonald's UK by SHH

La firma de diseño con sede en Londres SHH ha producido algunos interiores contemporáneos para varias ubicaciones de McDonald's en Inglaterra. En los últimos años, los restaurantes europeos de McDonald's han estado actualizando sus interiores con un diseño más moderno y contemporáneo, y es interesante ver los resultados porque las personas pueden relacionarse con lo que un McDonald's normalmente parece. En los nuevos interiores, el típico (e incómodo) asientos fijos de plástico se ha ido, y en su lugar estamos viendo banquetas tapizadas, mesas de madera y lámparas colgantes.



Imagen 18 Diseño interior McDonald's
Fuente: Contemporist, 2016

Análisis: En el diseño interior de este restaurante observamos que cuenta con pisos que por una parte es de una madera de tono oscuro en contraste con el ambiente, por otra parte incluyen cerámica de color rojo en los pisos que va acorde del lugar, la cromática de colores en su interior predomina el rojo reflejado en los muebles, paredes y pisos, de igual manera el color blanco genera limpieza generando una tranquilidad con la división del espacio representados por el techo y el mueble.



Imagen 19 Diseño interior McDonald's
Fuente: Contemporist, 2016

Análisis: Pasamos a otro espacio donde podemos ver como el diseño del restaurante va más relacionado a la imagen corporativa de Mc. Donald's con los colores rojo y amarillo de la misma, no podemos pasar por alto que el color blanco también prevalece en este espacio haciendo que se aprecie conformidad y por ello se los usa tanto en el piso, mesas, techo y una pared.



Imagen 20 Diseño interior McDonald's
Fuente: Contemporist, 2016

Análisis: Encontramos en otra parte del mismo restaurante que se usa como separador de espacios una pared con textura de madera siendo este un objeto central del área, también se puede observar los grandes ventanales que permite el ingreso de luz natural y es una forma de llamar la atención a los clientes para que puedan observar su interior y así tener un interés de las personas, las lámparas son otro punto focal por estar ubicados en lugares que sean de confort para las personas.

Restaurante de diseño: Bajo el cielo de París

Nos trasladamos a Francia para descubrir la peculiar decoración del restaurante Ciel de Paris. Este establecimiento se encuentra situado en el piso 56 de la Torre Montparnasse y dispone de 400 m² con magníficas vistas a la Ciudad de la Luz.

El interiorismo aplicado se distingue por su mezcla de estilos, creando un ambiente de película de ciencia ficción. Con los grandes ventanales que rodean el local, las sillas futuristas, paredes con efecto terciopelo y una iluminación a base de lámparas circulares de techo que tienen su reflejo en la moqueta, el diseñador ha recreado un escenario que asemeja una nave espacial, especialmente patente de noche cuando la luz de la ciudad y la iluminación indirecta del restaurante se suman y forman parte de una misma decoración.

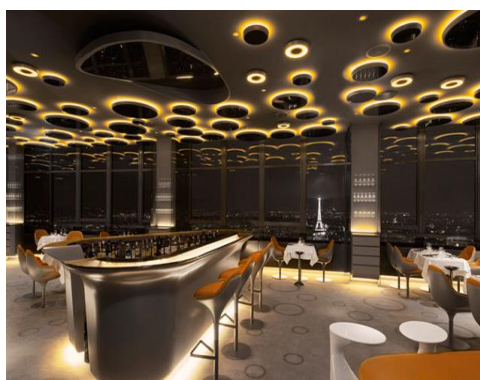


Imagen 21 Diseño interior Bajo el ciel de Paris
Fuente: Decofilia, 2015

Análisis: En el diseño interior de este restaurante francés nos encontramos con un estilo que se reflejan las lámparas en forma de lunas ubicadas en el techo con luz directa, también se refleja la luz que emite la parte inferior de la barra central del espacio, algo que resalta en el interior del restaurante es el piso que cuenta con una textura que va relacionada con las formas que cuenta techo.



Imagen 22 Diseño interior Bajo el ciel de Paris
Fuente: Decofilia, 2015

Análisis: En la siguiente zona del restaurante vemos como los grandes ventanales hacen que los clientes interactúen con el exterior teniendo una vista espectacular de la ciudad y así se transmite una sensación de conformidad estando ahí, la combinación de las sillas con el ambiente hacen que el local sea de agrado para las personas que asisten a ese establecimiento.



Imagen 23 Diseño interior Bajo el ciel de Paris
Fuente: Decofilia, 2015

Análisis: Como ya lo vimos en otras partes del restaurante las sillas que se encuentran en el ambiente resaltan con una combinación de colores y figuras, las mesas cuentan con mantelería blanca para dar ese realce de cada zona que se utiliza para comer, los grandes ventanales con su simetría y repetición hace que el ambiente sea de agrado para las personas que visiten el lugar.

6.6.3. Memoria descriptiva



Imagen 24 Logotipo "Los Cuyes"
Fuente: Restaurante los Cuyes, 2013

Tabla 4:
Proceso de elaboración Caja



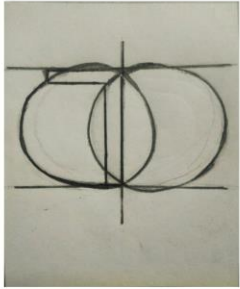
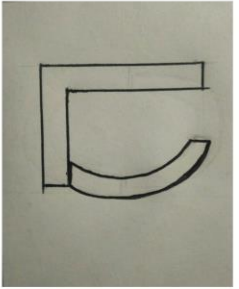



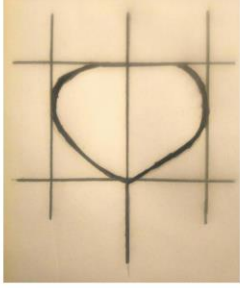
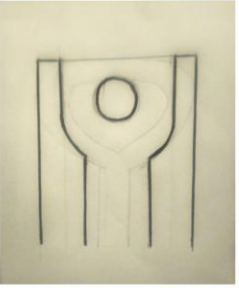
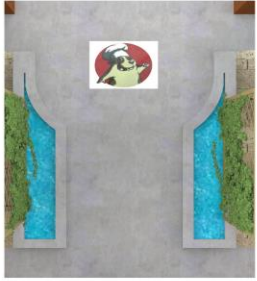


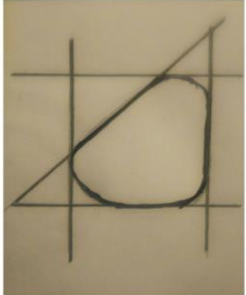
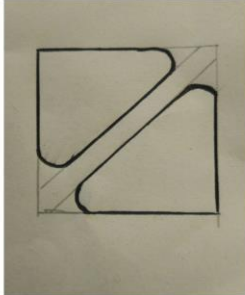

No 1.- Sombrero					
PASO #1	PASO #2	PASO #3	PASO #4	RENDER	DETALLE
					Para la elaboración de la barra se procede con la substracción y repetición de la figura del sombrero del logotipo

Tabla 5:
Proceso de elaboración Ingreso

No 2.- Nariz					
PASO #1	PASO #2	PASO #3	PASO #4	RENDER	DETALLE
					El ingreso y circulación del local se procede con la substracción de la figura de la nariz del logotipo

No 3.- Ojo					
PASO #1	PASO #2	PASO #3	PASO #4	RENDER	DETALLE
					Para la elaboración de los módulos donde va las mesas se procesa con sustracción y repetición de la figura del ojo del logotipo

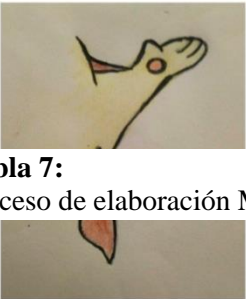
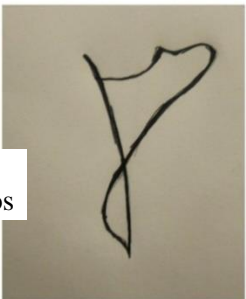
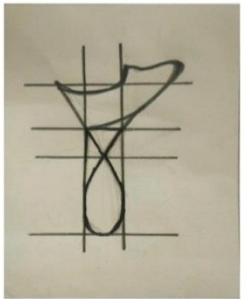
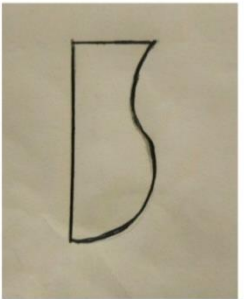

No4.- Brazo					
PASO #1	PASO #2	PASO #3	PASO #4	RENDER	DETALLE
					El mueble de cocina se procesa con la sustracción de la figura del brazo del logotipo

Tabla 7:
Proceso de elaboración Módulos

6.6.3.2. Condiciones de confort

- Confort Ergonómico

Medidas Antropométricas de sillas

Tabla 8:
Medidas Antropométricas Sillas

	Medidas	Percentil					Media
		1	5	50	95	99	
A	Estatura	1,59	1,58	1,61	1,67	1,67	1,62
B	Anchura codo-codo	0,42	0,41	0,48	0,55	0,56	0,48
C	Anchura cadera	0,34	0,34	0,37	0,42	0,42	0,38
D	Altura cabeza-asiento	0,78	0,78	0,79	0,84	0,84	0,81
E	Altura hombros-asiento	0,56	0,55	0,58	0,6	0,6	0,58
F	Altura subescapular	0,42	0,42	0,43	0,45	0,45	0,43
G	Altura codo-asiento	0,24	0,24	0,25	0,27	0,27	0,25
H	Altura muslo-asiento	0,13	0,13	0,14	0,17	0,17	0,15
I	Altura rodilla-suelo	0,52	0,52	0,54	0,54	0,54	0,53
J	Distancia sacro-poplitea	0,38	0,37	0,41	0,51	0,51	0,44
K	Altura poplítea	0,45	0,45	0,46	0,49	0,49	0,47

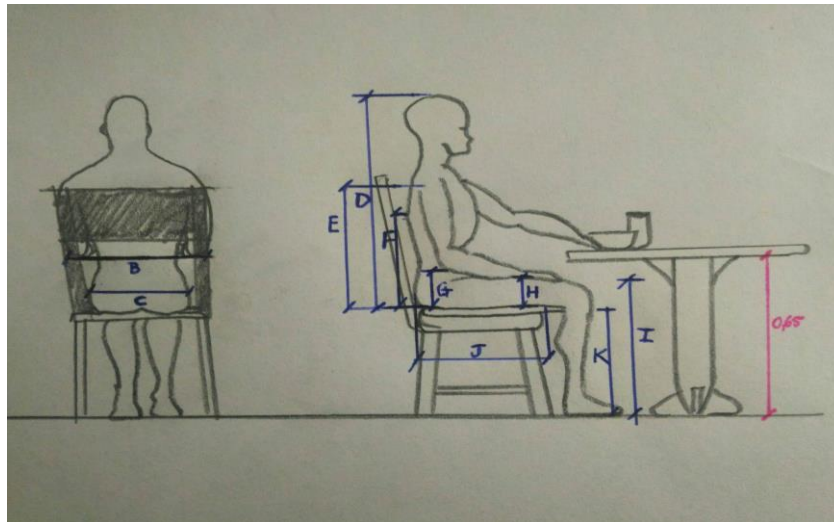


Imagen 25 Medidas Antropométricas sillas

Medidas Antropométricas Barra de Recepción

Tabla 9:
Medidas Antropométricas Caja

Medidas		Percentil					
		1	5	50	95	99	Media
A	Estatura	1,59	1,58	1,61	1,67	1,67	1,61
L	Alcance vertical máximo con agarre	0,62	0,61	0,65	0,67	0,67	0,61
M	Altura de ojos	1,48	1,47	1,52	1,55	1,56	1,52
N	Altura espina iliaca	1,16	1,16	1,17	1,2	1,2	1,17
O	Altura de Hombros	1,32	1,31	1,35	1,37	1,37	1,35
P	Alcance máximo lateral	0,77	0,76	0,82	0,84	0,84	0,82

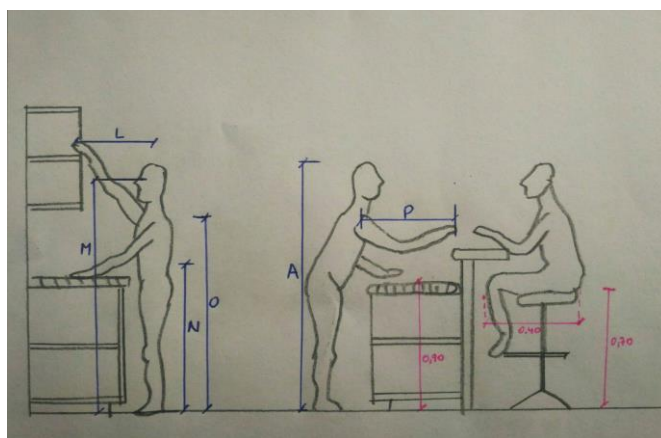


Imagen 26 Medidas Antropométricas Caja

Medidas de Distribución

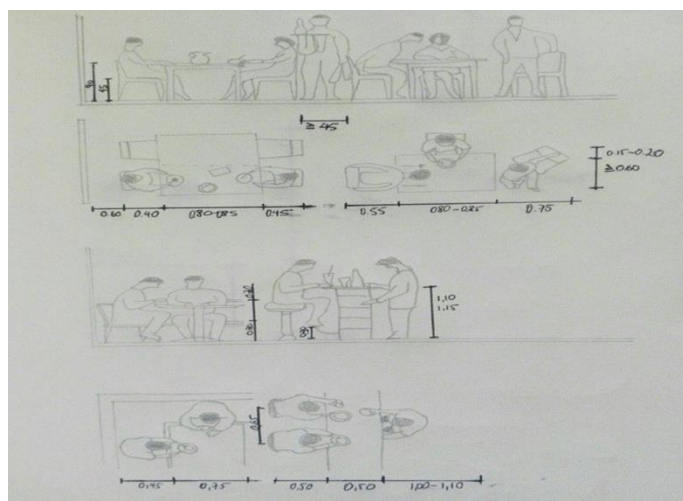


Imagen 27 Medidas de Distribución

- Confort Térmico

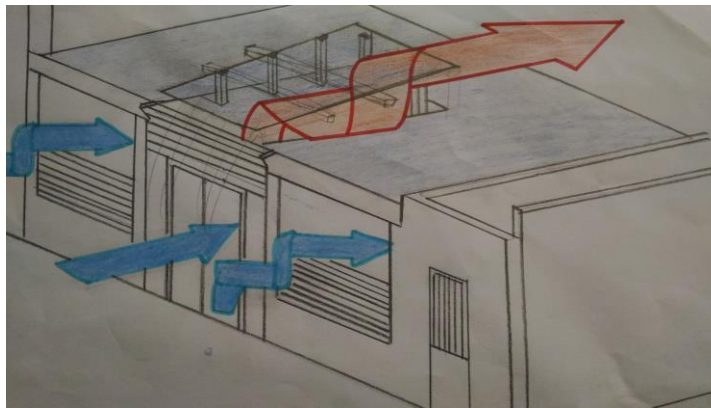


Imagen 28 Confort Térmico

El Restaurante estará equipado con un sistema de chimenea solar que mejorará el flujo y la calidad de aire, también ayudará a mantener la temperatura interior generando que el aire frío entre por las ventanas y la puerta de la parte principal, así el aire caliente se eleva y sale por la chimenea sola. Algo muy importante para que funcione correctamente es que debe estar en una posición más alta que el techo y estar ubicada en la parte que reciba más el sol.

6.6.3.3. Características formales

En el restaurante se va a emplear el **estilo rústico** porque el objetivo es lograr un ambiente en armonía con la naturaleza, los materiales principales para lograr este contexto serían la madera, este material lo podemos usar en estructuras, techo, muebles; el hierro forjado, es perfecto para rejas o ventanas; la piedra, es una opción habitual sobre todo para paredes y pisos sobretodo en senderos. Otra cosa importante dentro del restaurante son los colores ya que influirán en las emociones transmitiendo relajación, serenidad y haciendo que el restaurante refleje una amplitud.

6.6.3.4. Características técnicas

Los materiales que se utilizará para la propuesta del diseño corporativo del restaurante “Los Cuyes” de la ciudad de Ambato, deberá cumplir con algunos requerimientos, tales como: la edificación debe poseer 234.37 metros de construcción, se debe cumplir los requerimiento de espacios interiores como: cocina, circulación horizontal y vertical, ascensor para personas con capacidades especiales. A continuación se mostrará especificaciones de cada material que se usará.

6.6.3.5. Materiales propuestos


Se examinaron los diferentes tipos de materiales, acabados y equipamiento que necesitaremos, y se decidió por materiales que cumplan con las características técnicas necesarias para un local de servicio de alimentación que puedan transmitir un nivel de satisfacción para el agrado del cliente.



Aquí algunos materiales y equipamiento en base al estilo que se va a plantear en el diseño interior del restaurante:



- Madera
- MDF
- Hierro Forjado
- Piedra
- Cerámica
- Mármol
- Vidrio
- Ladrillo
- Acero inoxidable
- Pintura
- Perfiles metálicos
- Luminarias exteriores e interiores
- Policarbonato de color bronce

Cuadro de Materiales



Tabla 10:
Cuadro de Materiales



Nombre	Descripción	Dimensiones	Cantidad	Precio unitario	Imagen
Piso Stone Beige	<ul style="list-style-type: none">- Marca Graiman-Estilo: Rústico-Piso o Pared: Piso-Tono: Mate-Sugerido para: Baño, Cocina Comedor, Exteriores, Sala-Colección: Stone-Código: 440567E- Tipo de Producto: Cerámica	40 x 40 cm	20.01 m2	\$13	

<p>Pared Opalo blanco</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Marca Graiman -Estilo: Contemporáneo -Piso o Pared: Pared -Tono: Satinado -Sugerido para: Baño, Cocina -Colección: Ópalo -Código: 240020E - Tipo de Producto: Cerámica 	<p>25 x 44 cm</p>	<p>71.47 m2</p>	<p>\$12.50</p>	
<p>Piso de madera Deck Blanco</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Marca Duramas -Acabado resistente a condiciones climáticas externas. -Calidez al usar un producto natural. -Aumenta el valor de su proyecto. -Resistente a la humedad. -Mantenimiento con productos amigables al medio ambiente. 	<p>Espesor: 40 mm</p> <p>Ancho: 80 – 90 – 100 mm</p> <p>Largo: 600 a 2400 mm (variable).</p>	<p>92.68 m2</p>	<p>\$12</p>	

<p>Piso de madera Deck Nuez</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Marca Duramas -Acabado resistente a condiciones climáticas externas. -Calidez al usar un producto natural. -Aumenta el valor de su proyecto. -Resistente a la humedad. -Mantenimiento con productos amigables al medio ambiente. 	<p>Espesor: 40 mm</p> <p>Ancho: 80 – 90 – 100 mm</p> <p>Largo: 600 a 2400 mm (variable).</p>	<p>47.05 m2</p>	<p>\$13.50</p>	
<p>Piso de cocina Magnisi White</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Marca: Graiman -Estilo: Rústico -Piso o Pared: Piso -Tono: Mate -Sugerido para: Escaleras y Pasillos, Comedor, Cocina, Baño -Colección: Magnisi -Código: 451180E - Tipo de Producto: Cerámica 	<p>45 x 45 cm</p>	<p>32.75 m2</p>	<p>\$10</p>	


<p>Piso Andromeda Beige Natural</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Marca: Graiman -Estilo: Rústico -Piso o Pared: Piso -Tono: Mate -Sugerido para: Exteriores, Baño -Colección: Andromeda -Código: 47EN4600E - Tipo de Producto: Porcelanato Esmaltado Natural Sin Rectificar 	<p>40 x 60 cm</p>	<p>18.88 m2</p>	<p>\$12</p>	
<p>Pared de ladrillo Indira</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Marca: Porcelanosa -Grosor: 1.27 cm -Acabado: Natural -Terminar: Mate -Material: Arcilla y cemento -Forma: Ladrillo ordinario -Color: Amarillo 	<p>15x 25 cm</p>	<p>75.32 m2</p>	<p>\$0.40</p>	



<p>Pared de ladrillo Indira</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Marca: Porcelanosa -Grosor: 1.27 cm -Acabado: Natural -Terminar: Mate -Material: Arcilla y cemento -Forma: Ladrillo ordinario -Color: Gris perla 	<p>15x 25 cm</p>	<p>97.17 m2</p>	<p>\$0.40</p>	
<p>Fachada de piedra CornerStick</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Marca: Porcelanosa -Grosor: 3 cm -Acabado: Natural -Terminar: Mate -Familia: Corner -Use azulejos de pared -Color: Multicolor 	<p>10 x 40 cm</p>	<p>52.54 m2</p>	<p>\$16</p>	



<p>Mármol</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Distribuidor: Duramas -Color: Mozart -Terminado: Pulido -Resistencia contra impactos -Bordes : Rústico -Absorción de agua en peso entre 0.2 y 0.7 % 	<p>3m x 1.55m</p>	<p>5.27 m2</p>	<p>\$45</p>	
<p>Pintura Interior</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Distribuidor: Pintulac -Color: Terracota -Pintura arquitectónica de emulsión vinil acrílica -Acabado mate y liso. -Pintura látex Tipo 1 elaborada bajo norma NTE INEN 1544. 	<p>Galones</p>	<p>63 m2</p>	<p>\$17</p>	



Equipamiento de Mobiliario



Tabla 11:
Equipamiento de Mobiliario



Nombre	Descripción	Dimensiones	Cantidad	Precio unitario	Imagen
Inodoro Vittoria	<ul style="list-style-type: none">- Marca: Edesa- Consumo de agua: 4.1 y 6 litros- Peso del inodoro: 35 kg- Nivel mínimo agua en el tanque: 15 cm- Diámetro de la trampa: 4.4 cm- Superficie de agua: 20 cm x 18.5 cm	66.5 x 39.5 x 61.3 cm	4 U	\$150	



<p>Urinario Colby plus</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Marca Edesa - Peso del urinario: 13 kg -Espesor mínimo de loza: 0.6 cm -Tolerancia dimensional: $\pm 3\% < 20 \text{ cm} \pm 6 \text{ mm} > 20 \text{ cm}$ -Instalación: Anclado al muro 	<p>29.8 x 34.5 x 55.5 cm</p>	<p>2 U</p>	<p>\$57</p>	
<p>Lavamanos Lisboa redondo</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Marca Edesa -Capacidad de agua: 5.4 litros -Peso del lavamanos: 5.3 kg -Espesor mínimo de loza: 0.6 -Tolerancia dimensional: $\pm 3\% < 20 \text{ cm} \pm 0.6 \text{ cm} > 20 \text{ cm}$ -Tipo de montaje: sobre cubierta mueble 	<p>42 cm x 15 cm</p>	<p>2 U</p>	<p>\$51</p>	



Lavamanos sin pedestal	<ul style="list-style-type: none"> -Marca Edesa -Capacidad de agua: 6 litros -Peso del lavamanos: 8 kg -Espesor mínimo de loza: 0.6 -Tolerancia dimensional: $\pm 3\% < 20 \text{ cm} \pm 0.6 \text{ cm} > 20 \text{ cm}$ -Tipo de montaje: a la pared 	37.7 x 46.2 x 19.1 cm	1 U	\$11	
Congelador	<ul style="list-style-type: none"> -Marca: Indurama -Color: Blanco -Código: CI400 -Capacidad: 400 LITROS -Control de temperatura -Puertas con llave -2 puertas en lamina lisa - Sistema doble acción: congelador y enfriador 	Ancho: 150 cm Alto: 91 cm Profundidad: 71 cm	1 U	\$554	



<p>Cocina industrial a gas</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Marca: Fagor -Construcción en acero inoxidable. -Pilotos para el encendido. -Bandejas recoge grasas extraíbles. -Parrillas y quemadores de fundición. -Puerta de doble hoja de apertura lateral. 	<p>Largo: 1.05 m Fondo: 77 cm Alto: 85 cm</p>	<p>1 U</p>	<p>\$700</p>	
<p>Fregadero industrial para cocina</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Marca: Fv -Construido totalmente en acero inoxidable - Válvula desagüe y tubo rebosadero - Peto posterior y frontal de 3 cm totalmente soldados - Patas cuadradas de 4 x 4 cm con altura modificable desde los 85 hasta 90 cm. - No lleva agujero para el grifo 	<p>110 x 60 cm</p>	<p>1 U</p>	<p>\$160</p>	

<p>Parilla</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Capacidad gross -Acero Inoxidable -Acabamiento de la tapa: Pintado -Parrilla principal de cocción: Molde de hierro 	<p>Largo: 2.38 cm Alto: 0.68 cm Fondo: 0.60 cm</p>	<p>1 U</p>	<p>\$1000</p>	
<p>Sillas de madera Vorteil</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Color: Chocolate -Silla de madera resistente cómoda. -Opción de tonos en Nogal, wengue y roble. - Opción asiento tapizada en color beige o a elegir. 	<ul style="list-style-type: none"> - Altura :90 cm - Altura asiento :46 cm - Profundidad :40 cm - Ancho :37 cm 	<p>70U</p>	<p>\$40</p>	

<p>Mesa redonda de madera</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Patas torneadas -Madera Roble - Para usos comerciales. - Uso exterior ideal. 	<ul style="list-style-type: none"> -Alto: 65 cm -Diámetro: 90cm Grosor:3cm 	<p>17U</p>	<p>\$35</p>	
<p>Taburetes para barra</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Taburete de madera maciza. -Totalmente montado. -Marco blanco con asiento natural. -El asiento biselado le permite sentarse cómodamente. 	<ul style="list-style-type: none"> -Alto :80cm -Largo: 30cm Ancho:30cm 	<p>4U</p>	<p>\$22</p>	

<p>Mesas De Trabajo En Acero Inoxidable</p>	<p>-Patas extensibles para elevar la altura de las mesas a 90 cm.</p> <p>-Estructuras desmontables para facilitar su almacenaje.</p> <p>-La mesa se entrega desmontada facilidad de montaje, en menos de 3 minutos</p>	<p>-Alto :90cm</p> <p>-Largo: 215cm</p> <p>-Ancho:60cm</p>	<p>3U</p>	<p>\$190</p>	
<p>Campana Extractora Industrial</p>	<p>- Incluye 2 filtros lamas inox</p> <p>-Integra en un solo bloque: campana, colector de filtros, ventilador y sistema de drenaje.</p> <p>-Recomendables para aplicar en instalaciones pequeñas</p>	<p>-Alto :65cm</p> <p>-Largo: 180cm</p> <p>-Ancho:75cm</p>	<p>1U</p>	<p>\$960</p>	


<p>Horno portátil 2pisos de acero fundido</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Construido interiormente en acero fundido -Aislado completamente para ahorrar consumo y evitar la emisión de calor al exterior -Puerta robusta y ligera con cristal Neoceram resistente hasta los 750°C -Diseño de la puerta con visibilidad excelente para controlar el braseado sin necesidad de su apertura 	<ul style="list-style-type: none"> -Alto :140cm -Largo: 70cm -Ancho:65cm 	<p>1U</p>	<p>\$440</p>	
<p>Refrigerador No frost</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Marca: Indurama -Sistema de enfriamiento y distribución de aire CoolWind -Puertas en lámina lisa -Balcones transparentes de gran capacidad y durabilidad -Bandejas regulables de vidrio templado 	<ul style="list-style-type: none"> -Alto :180cm -Largo: 70cm -Ancho:70cm 	<p>1U</p>	<p>\$450</p>	



<p>Mueble alto horizontal para Cocina</p>	<p>-Materiales de primera y de alta calidad, -Tableros en duraplac-melaminico, mdp, mdf, tropical, -Enchapes de madera lacada -Herrajes europeos</p>	<p>-Alto :60cm -Largo: 838cm -Ancho:35cm</p>	<p>3U</p>	<p>\$838</p>	
<p>Montaplatos</p>	<p>Suelo antideslizante (minicargas) Llave para restringir el uso Cerradura electromecánica en las puertas Variador de velocidad para afinar los arranques Sin cuarto de máquinas Puertas: abisagradas Cabina: cesta Acabado acero inoxidable o epoxi Carga: 50 kg - 300 kg</p>	<p>-Alto :387cm -Largo: 90cm -Ancho:75cm</p>	<p>1U</p>	<p>\$3200</p>	

	<p>Luces de señalización indican la posición del aparato.</p> <p>Grupo hidráulico silencioso con motor sumergido en aceite. (Minicargas)</p>				
--	--	--	--	--	--

6.6.3.6. Condiciones especiales (para discapacitados)

Tabla 12:
Condiciones especiales

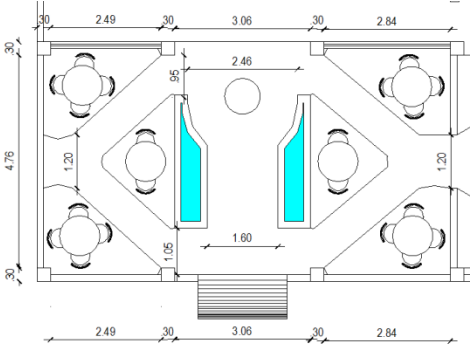
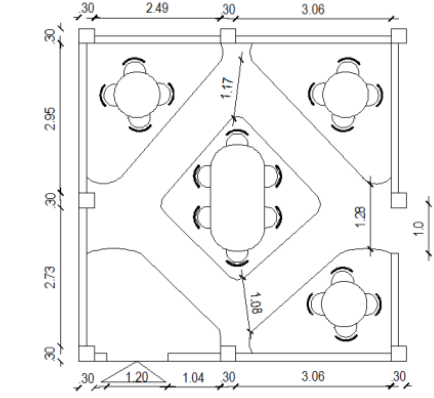
Nombre	Descripción	Dimensiones	Cantidad	Precio unitario	Imagen
Inodoro Greco elongado	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño de dos piezas. - Inodoro de alta eficiencia. - Consumo 4.8 litros por descarga. - Altura ergonómica de la taza. - Producto recomendado para personas con discapacidad. - Botón de accionamiento ultra suave Fabricado en porcelana sanitaria vitrificada. - Esmaltado en todas sus áreas visibles 	<p>Alto: 79cm Ancho: 42 Largo: 74</p>	1 U	\$160	

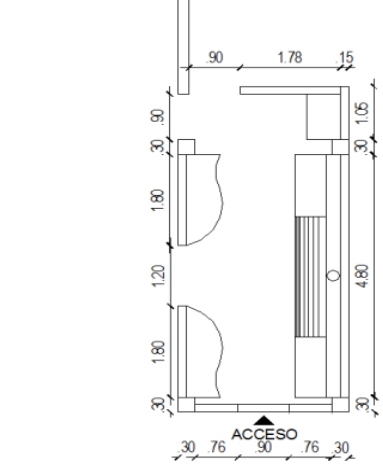
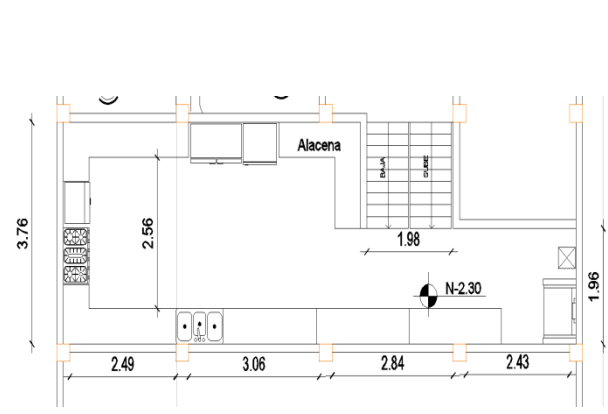
<p>Barral de apoyo recto</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Fabricado íntegramente en bronce. - Recomendado para personas con capacidades especiales y de la tercera edad. - Se puede instalar en cualquier pared del cuarto de baño. - Barral se fija en la pared en 2 puntos para un mejor servicio. 	<p>76 x 12 cm</p>	<p>1 U</p>	<p>\$35</p>	
<p>Barral abatible de apoyo</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Fabricado íntegramente en bronce. - Recomendado para personas con capacidades especiales y de la tercera edad. - Se recomienda instalar junto al inodoro. - El barral es abatible (movimiento hacia arriba) y tiene un seguro para evitar accidentes 	<p>80 x 19 cm</p>	<p>1U</p>	<p>\$45</p>	

6.6.4. Cuadro de programación

Tabla 13:
Cuadro de Programación

Zona	Actividad	Confort		Mobiliario	Área total	Esquema Espacial
		Lumínico	Térmico			
Caja / Barra	<ul style="list-style-type: none"> -Atención de clientes -Proveer órdenes -Entregar cuentas -Controlar el flujo de dinero -Supervisar el trabajo de los meseros 	<p>El espacio tiene iluminación natural con una ventana a doble altura; la iluminación artificial predomina con 6 dicroicos en el mueble y una lámpara incandescente</p>	<p>Se realizará un análisis al espacio para conocer los niveles de temperatura en el cual se pueda trabajar necesariamente</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Mueble de madera -Sillas -Repisas 	7.96 m ²	<p>El diagrama muestra un espacio de barra con una barra superior de 2.5m de ancho y 2.0m de alto. Debajo de la barra hay una repisa de 0.6m de alto. En el área inferior, hay un sector circular con un ángulo de 2.7 radianes que contiene varias sillas. El área total es de 7.96 m².</p>

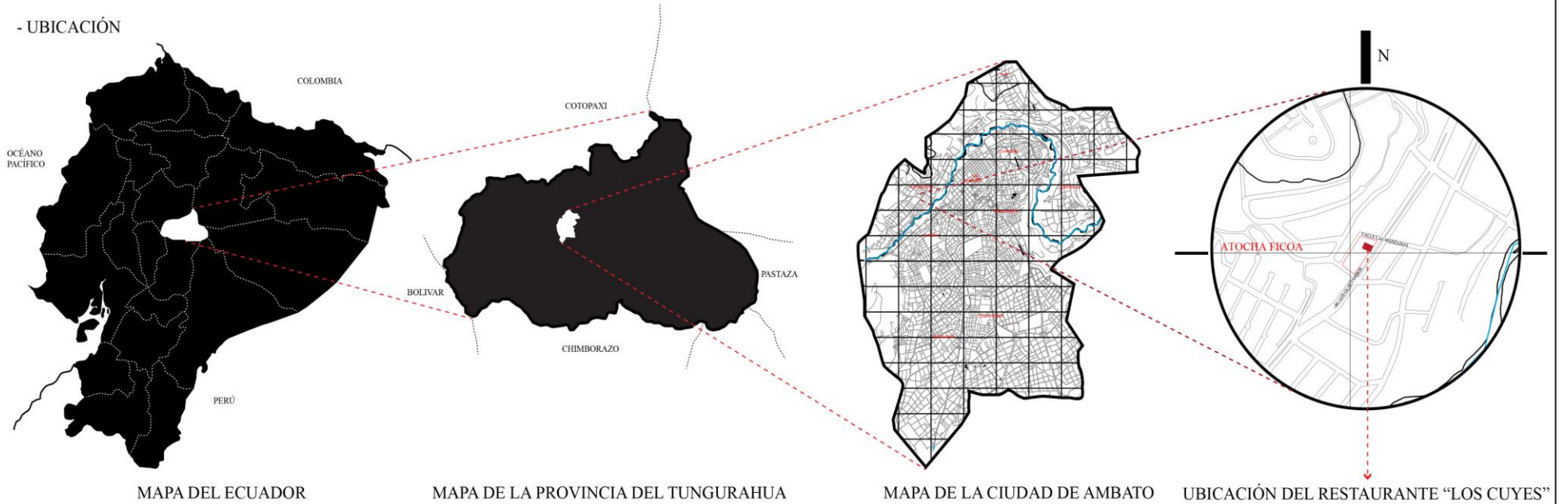
<p>Área de mesas (exterior)</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Comer -Conversar -Compartir -Interactuar -Sentirse a gusto 	<p>La zona exterior de las mesas cuenta con iluminación natural, También cuenta con lámparas colgantes y faroles que dan ambiente al lugar.</p>	<p>La parte exterior de las mesas posee ventilación natural que proviene de la parte frontal de la edificación</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Mesas -Sillas -Lámparas -Cubiertos -Manteles 	<p>46.68 m²</p>	 <p>The diagram shows a rectangular outdoor dining area with a central entrance. It features several round tables with chairs, two rectangular tables with chairs, and a central circular table. Dimensions include a total width of 10.08m (30+2.49+30+3.06+30+2.84) and a total height of 9.30m (30+4.76+30). Specific table dimensions and spacings are also indicated.</p>
<p>Área de mesas (interiores)</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Comer -Conversar -Compartir -Interactuar -Sentirse a gusto 	<p>El subsuelo no cuenta con iluminación natural pero el mezanine cuenta con ventanales, los dos ambientes cuentan con lámparas colgantes y faros que dan ambiente al lugar</p>	<p>La zona del mezanine posee ventilación natural al estar junto a los ventanales</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Mesas -Sillas -Lámparas -Cubiertos -Manteles 	<p>73.50 m²</p>	 <p>The diagram shows an indoor dining area with a central oval table and several round tables with chairs. Dimensions include a total width of 10.08m (30+2.49+30+3.06+30) and a total height of 9.30m (30+2.96+30+2.73+30). Specific table dimensions and spacings are also indicated.</p>

<p>Horno</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Preparación de recetas -Supervisión de entradas y salidas de materia prima -Vigilar la correcta cocción y presentación de los platillos terminados 	<p>La cocina está situada en la parte exterior por eso posee luz natural , la luz artificial será para los trabajos nocturnos y estará equipada con lámparas incandescentes</p>	<p>Por la posición de la cocina en la parte exterior la ventilación natural favorece a la preparación de las comidas</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Horno -Mesas de trabajo -Reposteros -Utensilios de comida -Repisas -Alimentos 	<p>16.98m2</p>	 <p>The diagram shows a rectangular layout for the Horno area. It includes a central vertical element and several horizontal sections. Dimensions are provided in meters: 90, 1.78, 15, 1.05, 30, 1.80, 1.20, 1.80, 30, 4.80, 30, 30, 76, 90, 76, 30. An 'ACCESO' (access) point is indicated at the bottom center.</p>
<p>Zona de cocina</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Elaboración de recetas -Ordenar utensilios - Preparar comida - Limpieza de equipo de trabajo -Area de refrigeradores -Conservación de los alimentos 	<p>La zona caliente y fría no cuenta con iluminación natural por lo que estará equipada con lámparas incandescentes</p>	<p>La zona no cuenta con ventilación natural, por lo que se proveerá con campanas extractoras de olores</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Nevera -Mesas de trabajo -Cocina -Reposteros -Utensilios de comida -Repisas -Alimentos 	<p>36.15m2</p>	 <p>The diagram shows a larger kitchen area layout. It includes a staircase labeled 'Alacena' and a north-south indicator 'N-2.30'. Dimensions are provided in meters: 3.76, 2.56, 1.98, 2.49, 3.06, 2.84, 2.43, 1.96.</p>

	preparados -Amacenaje de materias primas					
Baños	-Limpieza - Abstecimiento de baños -Lavarse -Necesidades	El baño ubicado en la parte superior cuenta con iluminación natural, en cambio el baño ubicado en el subsuelo no la posee, pero ambos baños estarán equipadas con lámparas incandescentes	El baño ubicado en la parte superior cuenta con ventanas por lo que obtiene ventilación natural. Mientras el baño que está en el subsuelo estará adaptado con extractor de olor	-Espejos -Inodoros -Inodoros para discapacitados -Lavamanos -Mesones	24.69m ²	

6.7. Planos y/o síntesis gráfica

- UBICACIÓN



MAPA DEL ECUADOR

MAPA DE LA PROVINCIA DEL TUNGURAHUA

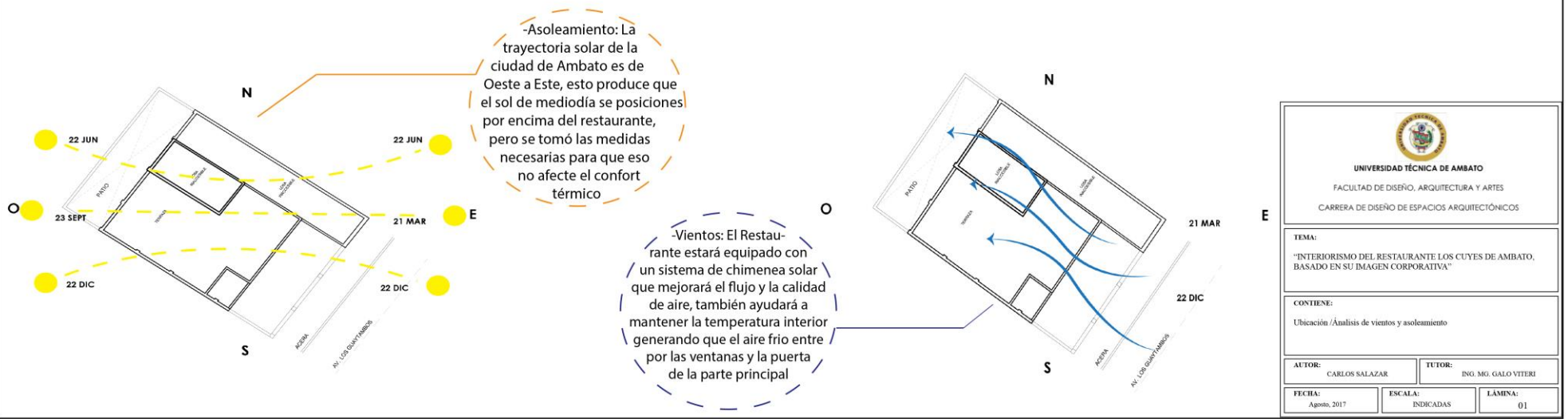
MAPA DE LA CIUDAD DE AMBATO

UBICACIÓN DEL RESTAURANTE "LOS CUYES"

El Ecuador país ubicado al sur del continente Americano limita al norte con Colombia, al sur y al este con el Perú y al oeste con el Océano Pacífico, se encuentra dividida políticamente por 24 provincias.

La provincia del Tungurahua está ubicada en la sierra centro del país ocupando una superficie de 3335 km². Es un punto medio entre la costa y la amazonía, desde tiempos ancestrales se constituyó como una zona de encuentro entre culturas, comerciantes y eventos de connotación religiosa.

Ciudad de Ambato conocida como la "tierra de la fruta y de las flores", se encuentra entre los 2.580 m.s.n.m. En su zona más alta, el comercio y la gastronomía son actividades de gran importancia para la ciudad y el restaurante "Los Cuyes" es un local de relevancia gastronómica, ubicado en la parroquia urbana Atocha - Ficoa entre la Av. Los Guaytambos y la calle las Manzanas.

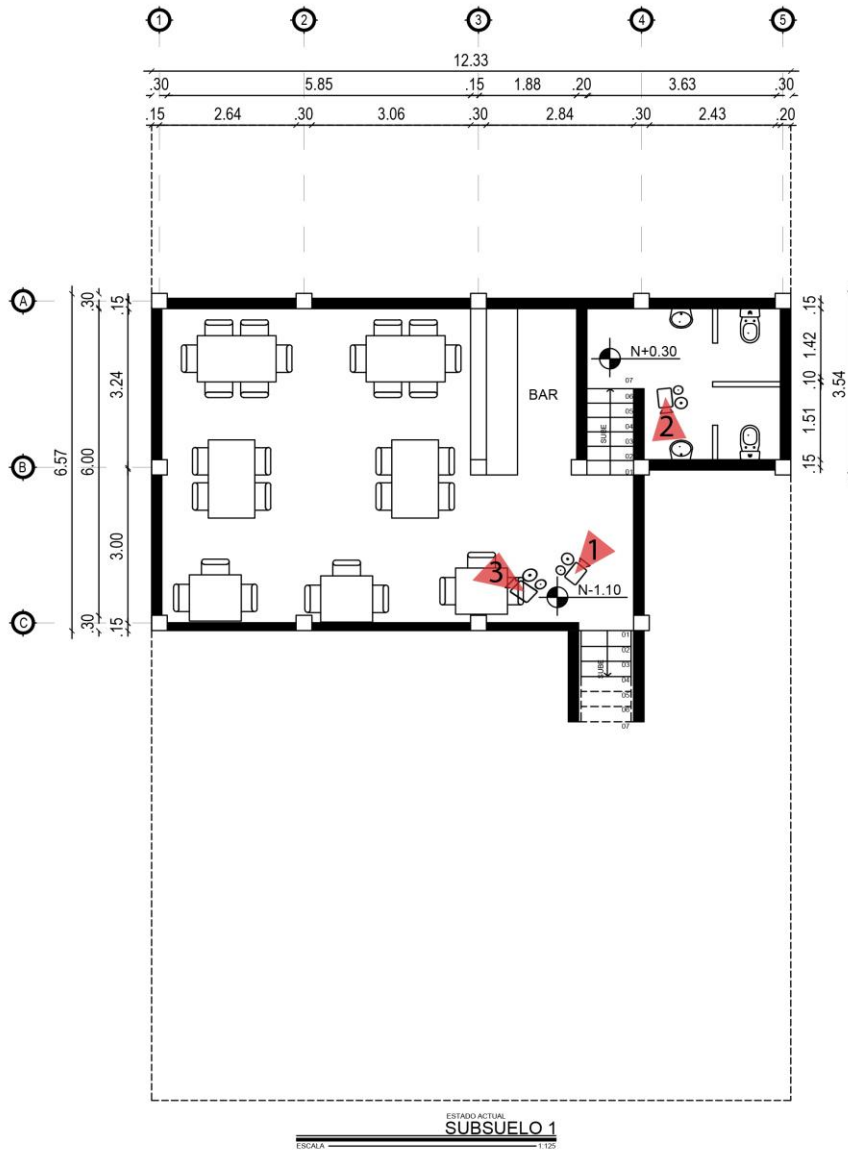


-Asoleamiento: La trayectoria solar de la ciudad de Ambato es de Oeste a Este, esto produce que el sol de mediodía se posiciones por encima del restaurante, pero se tomó las medidas necesarias para que eso no afecte el confort térmico

-Vientos: El Restaurante estará equipado con un sistema de chimenea solar que mejorará el flujo y la calidad de aire, también ayudará a mantener la temperatura interior generando que el aire frío entre por las ventanas y la puerta de la parte principal

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS		
TEMA: "INTERIORISMO DEL RESTAURANTE LOS CUYES DE AMBATO, BASADO EN SU IMAGEN CORPORATIVA"		
CONTIENE: Ubicación /Análisis de vientos y asoleamiento		
AUTOR:	CARLOS SALAZAR	TUTOR:
		ING. MG. GALO VITERI
FECHA:	AGOSTO, 2017	ESCALA:
		INDICADAS
LÁMINA:	01	

ESTADO ACTUAL SUBSUELO



1.- Gradas



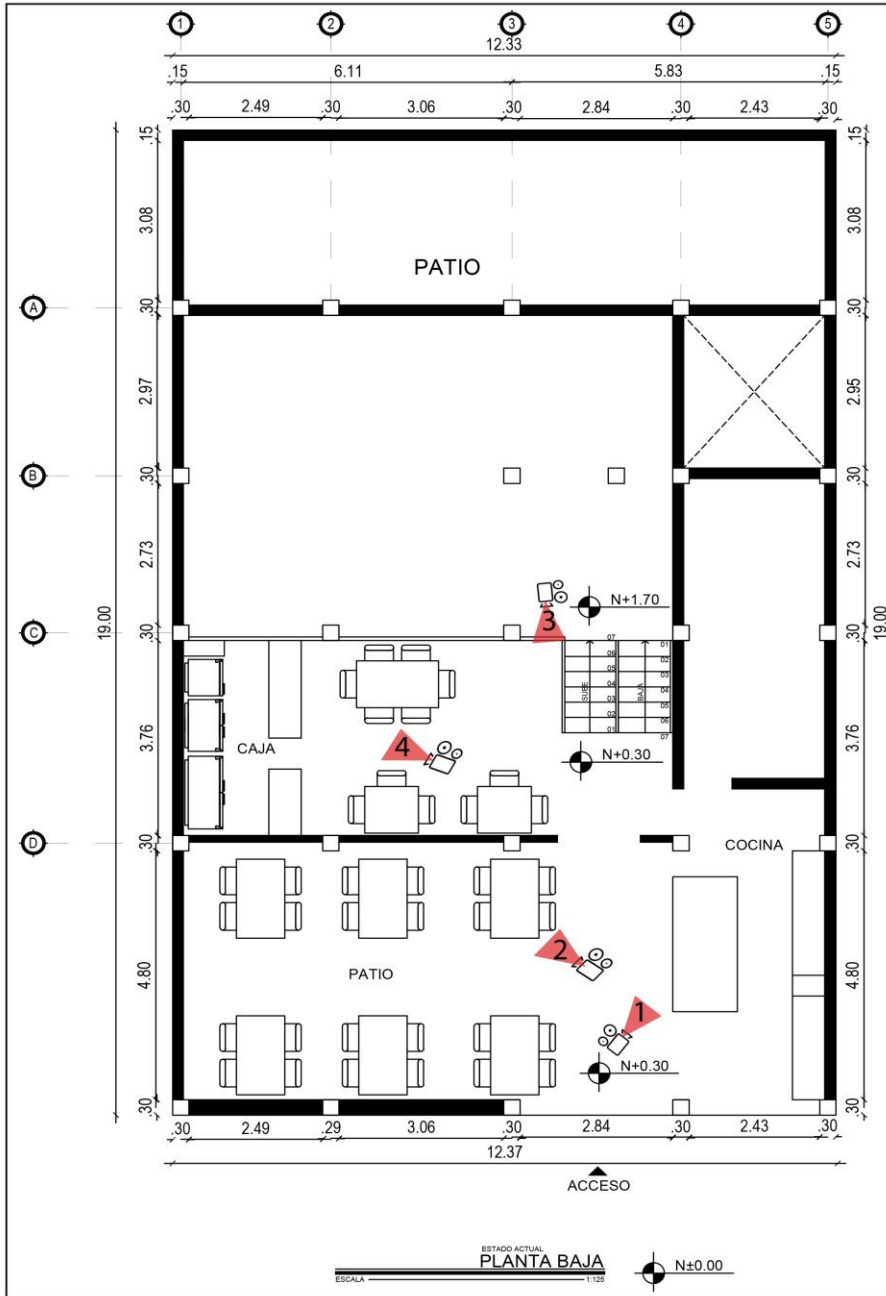
2.- Baño



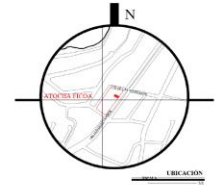
3.- Mesas



 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS		
TEMA: "INTERIORISMO DEL RESTAURANTE LOS CUYES DE AMBATO, BASADO EN SU IMAGEN CORPORATIVA"		
CONTIENE: Estado Actual Subsuelo		
AUTOR: CARLOS SALAZAR	TUTOR: ING. MG. GALO VITERI	
FECHA: Agosto, 2017	ESCALA: INDICADAS	LÁMINA: 02



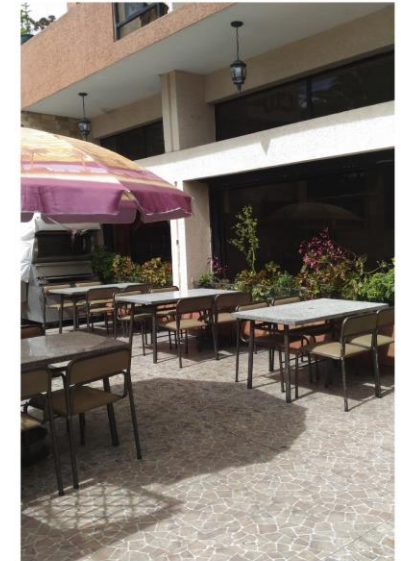
ESTADO ACTUAL PLANTA BAJA



1.- Cocina



2.- Mesas exteriores



3.- Mesanine

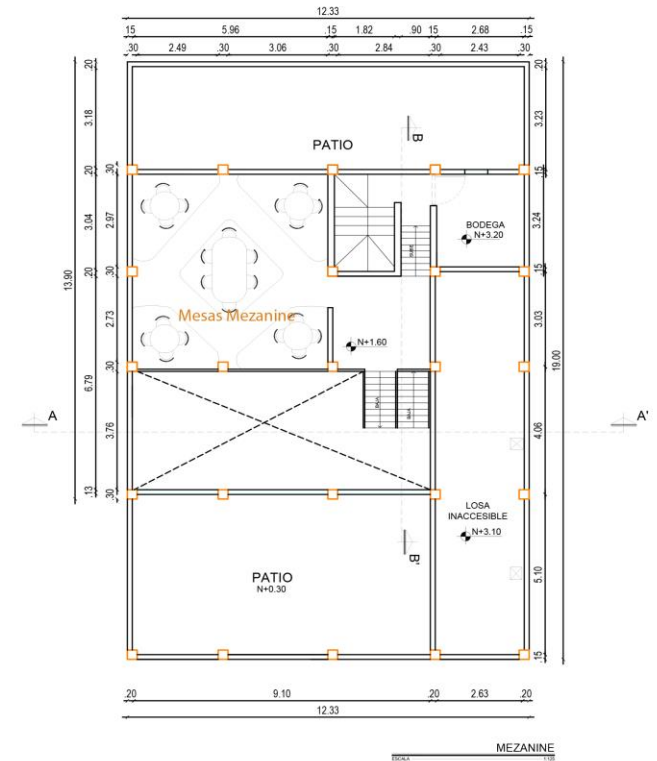
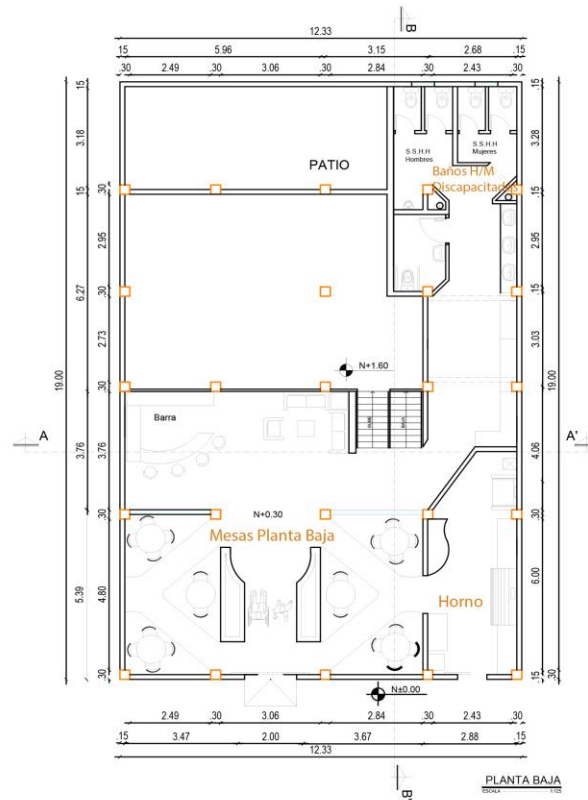
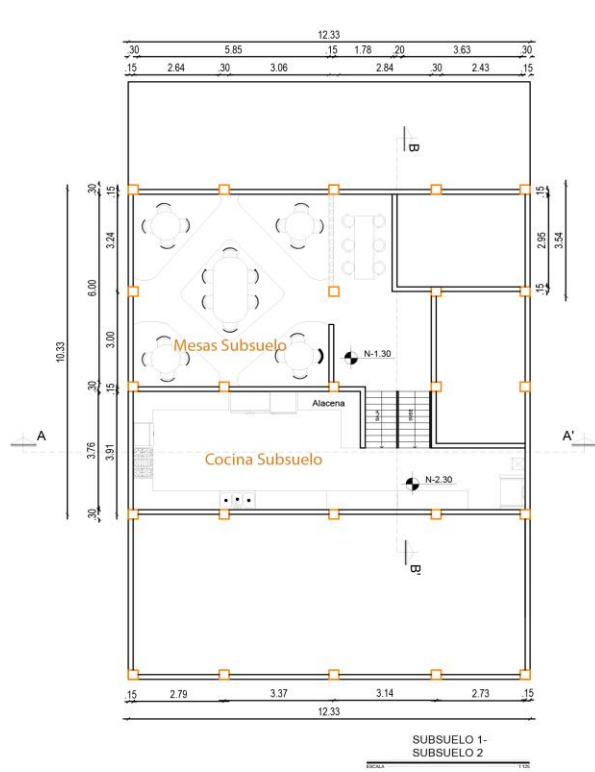


4.- Caja



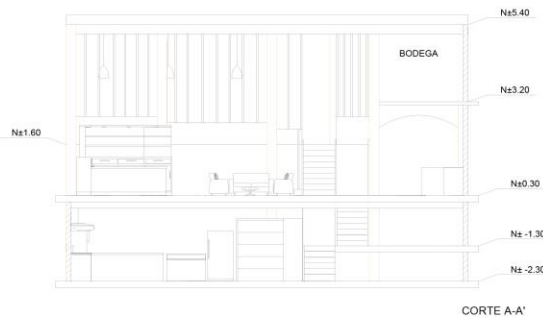
 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS		
TEMA: "INTERIORISMO DEL RESTAURANTE LOS CUYES DE AMBATO, BASADO EN SU IMAGEN CORPORATIVA"		
CONTIENE: Estado Actual Planta Baja		
AUTOR: CARLOS SALAZAR	TUTOR: ING. MG. GALO VITERI	
FECHA: Agosto, 2017	ESCALA: INDICADAS	LÁMINA: 03

PROPUESTA RESTAURANTE “LOS CUYES”

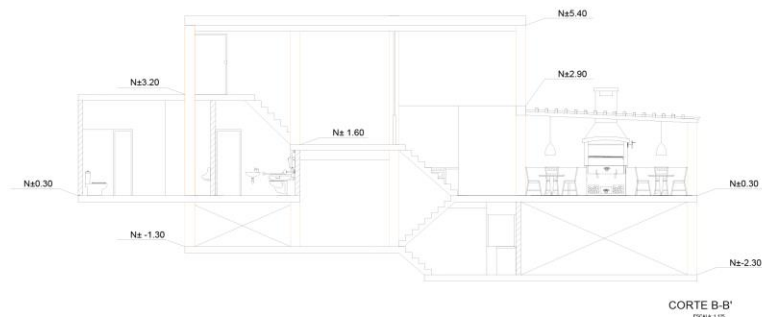


ACERA
AV. LOS GUAYTAMBOS

CORTE LONGITUDINAL



CORTE TRANSVERSAL



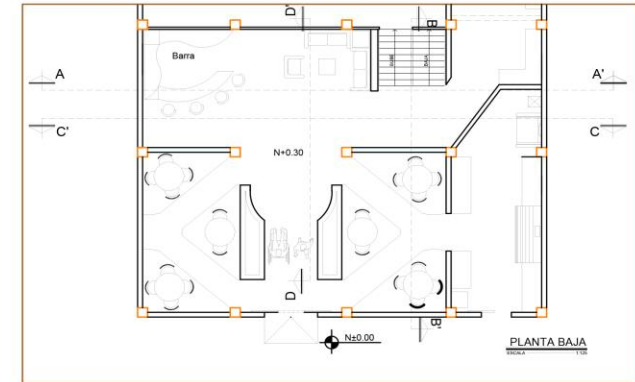
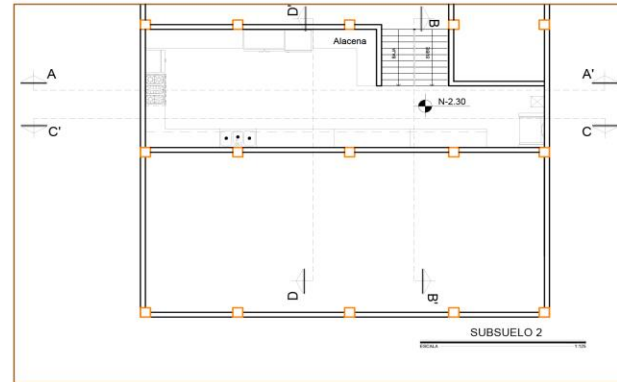
 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS		
TEMA: "INTERIORISMO DEL RESTAURANTE LOS CUYES DE AMBATO, BASADO EN SU IMAGEN CORPORATIVA"		
CONTIENE: Propuesta y cortes del Restaurante "Los Cuyes"		
AUTOR: CARLOS SALAZAR	TUTOR: ING. MG. GALO VITERI	
FECHA: Agosto, 2017	ESCALA: INDICADAS	LÁMINA: 04

PROPUESTA RESTAURANTE “LOS CUYES”

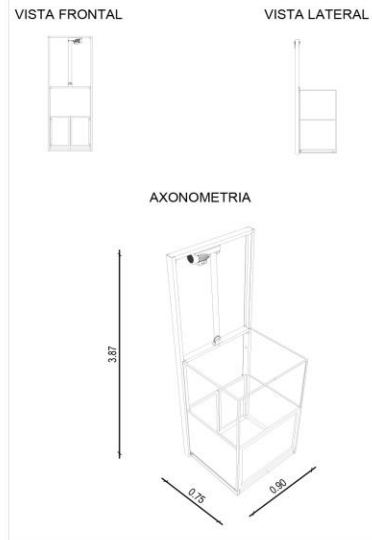
DETALLES

COCINA

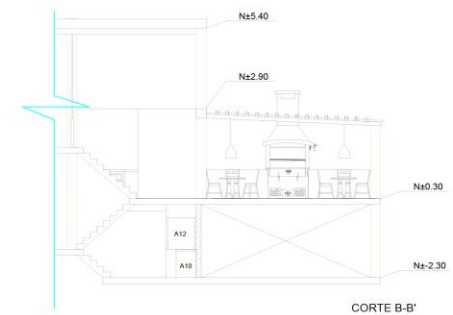
Código	Detalle
A1	Mesa de recibo y clasificación
A2	Congelador
A3	Refrigerador
A4	Alacena
A5	Cocina Industrial
A6	Fregadero
A7	Mesa Esquinera
A8	Mesa de clasificación materias primas
A9	Mesa de Trabajo
A10	Mesa de Entrega
A11	Horno Industrial
A12	Montacarga



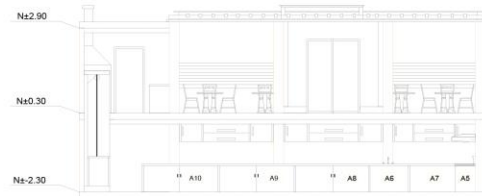
DETALLE CONSTRUCTIVO MONTACARGA



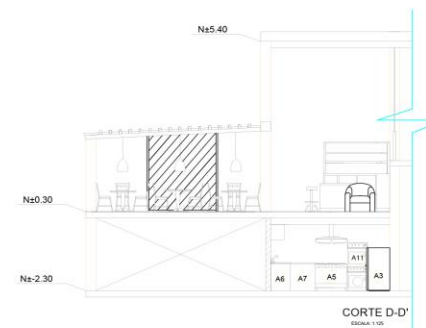
CORTE A-A'
ESCALA 1:100



CORTE B-B'
ESCALA 1:100



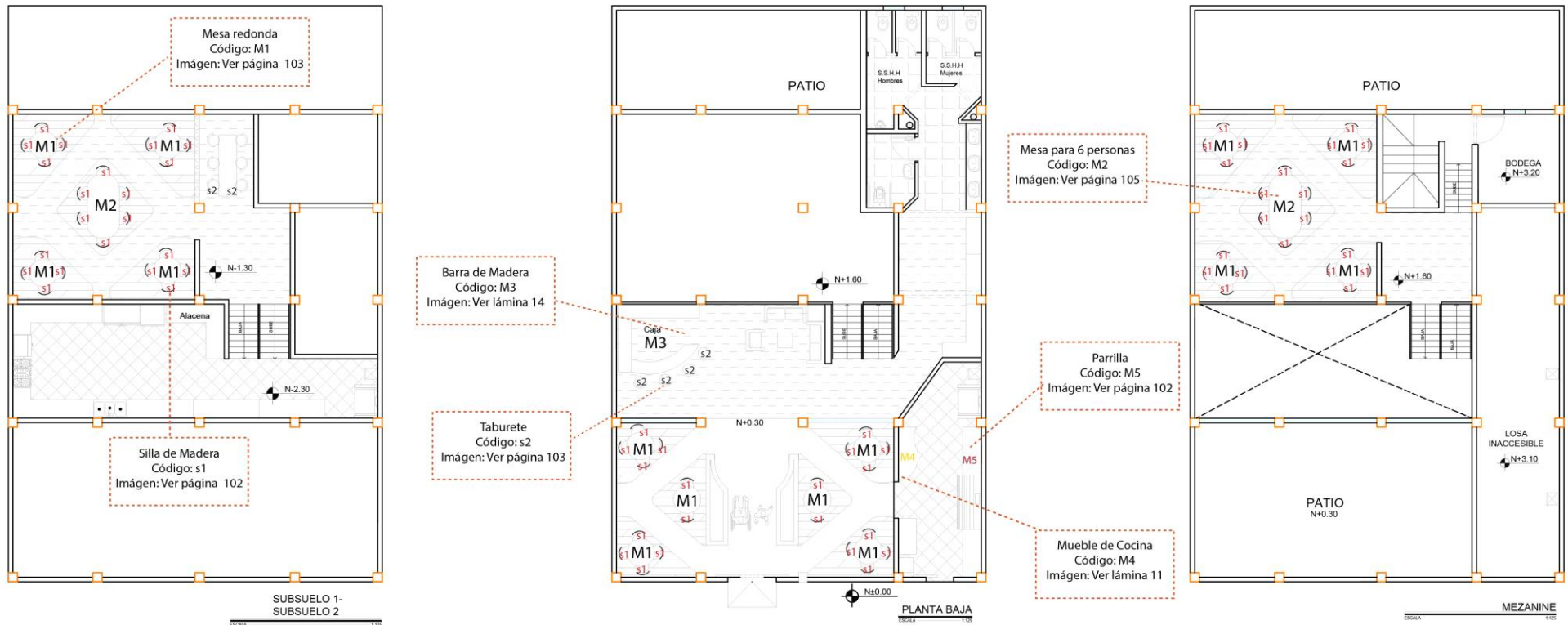
CORTE C-C'
ESCALA 1:100



CORTE D-D'
ESCALA 1:100

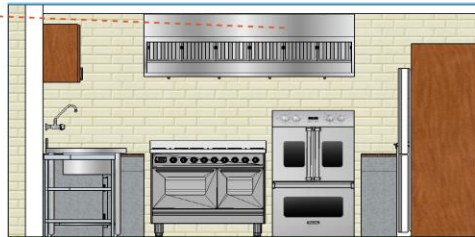
 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS		
TEMA: "INTERIORISMO DEL RESTAURANTE LOS CUYES DE AMBATO, BASADO EN SU IMAGEN CORPORATIVA"		
CONTIENE: Propuesta y cortes del Restaurante "Los Cuyes"		
AUTOR: CARLOS SALAZAR	TUTOR: ING. MG. GALO VITERI	
FECHA: Agosto, 2017	ESCALA: INDICADAS	LÁMINA: 05

CÓDIGO MUEBLES DEL RESTAURANTE “LOS CUYES”



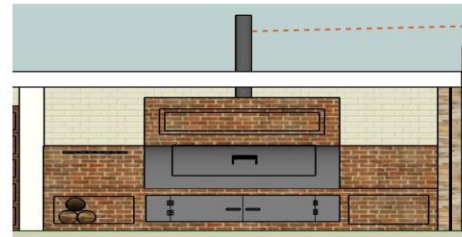
DUCTOS DE VENTILACIÓN COCINA

Campana Extractora de Olores en Acero Inoxidable
 - Motor de absorción: 130-150 W
 - Trabaja con voltaje: 110-230 V 50-60Hz
 - 3 Filtros para grasa.



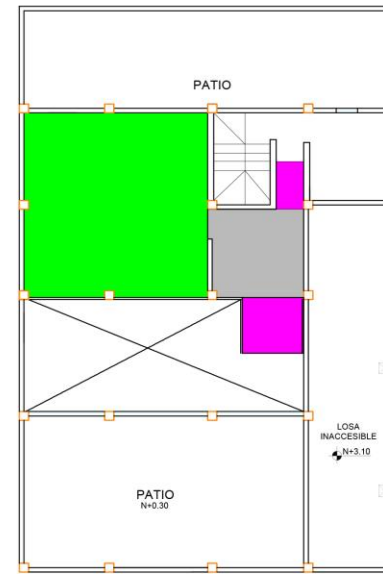
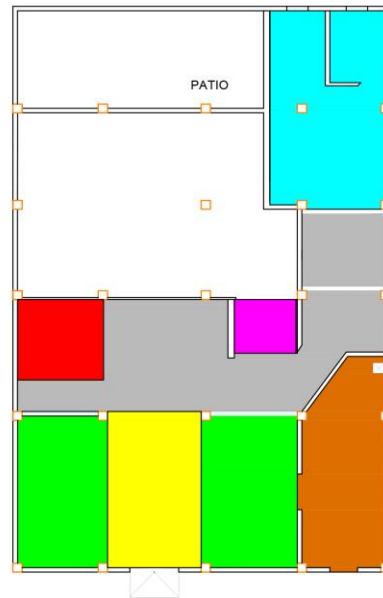
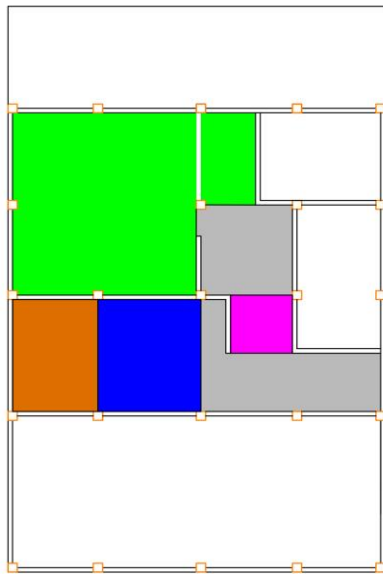
Campana Cilíndrica Inoxidable

- Campana tipo cilíndrica en acabado acero inoxidable.
 - 40cm de diámetro.

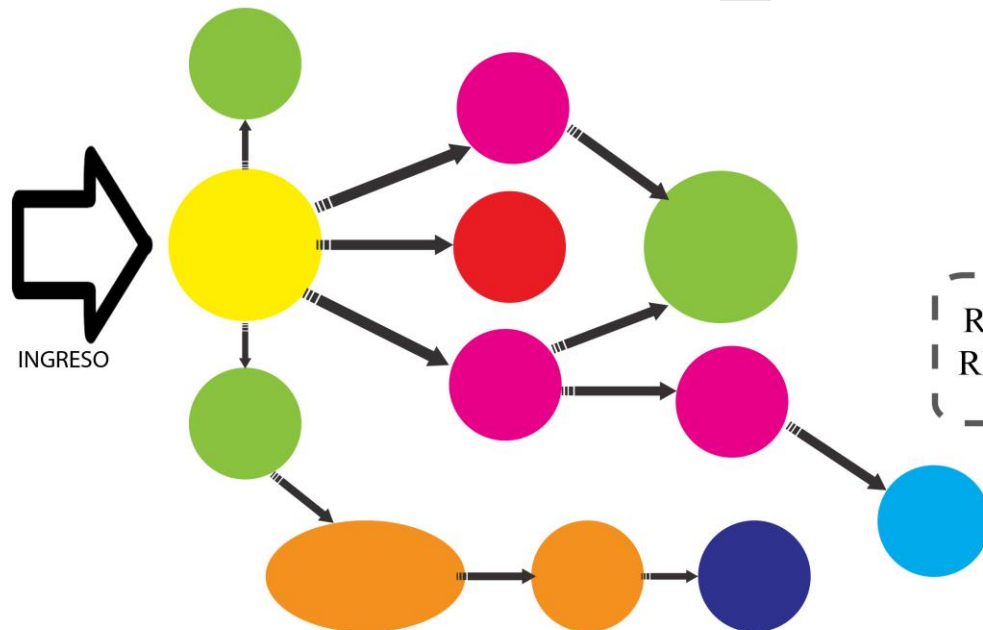


 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS	
TEMA: "INTERIORISMO DEL RESTAURANTE LOS CUYES DE AMBATO, BASADO EN SU IMAGEN CORPORATIVA"	
CONTIENE: Código de Muebles del Restaurante "Los Cuyes", Detalle de Ventilación	
AUTOR: CARLOS SALAZAR	TUTOR: ING. MG. GALO VITERI
FECHA: Agosto, 2017	ESCALA: INDICADAS
LÁMINA: 06	

ZONIFICACIÓN RESTAURANTE “LOS CUYES”



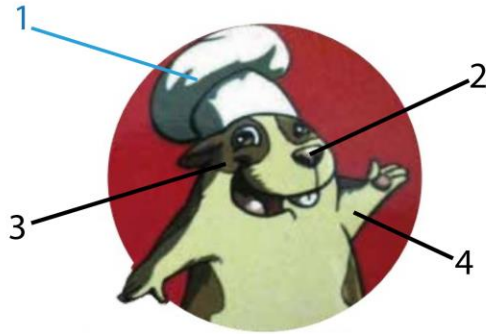
COLOR	ZONA
Green	Zona de mesas
Yellow	Zona de Ingreso
Red	Área Caja/Barra
Orange	Zona Caliente
Blue	Zona Fria
Cyan	Baños
Pink	Circulación Vertical
Grey	Circulación Horizontal



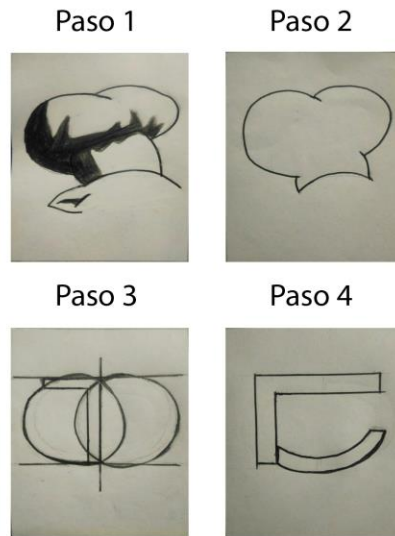
RELACIONES FUNCIONALES RESTAURANTE “LOS CUYES”

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS		
TEMA: "INTERIORISMO DEL RESTAURANTE LOS CUYES DE AMBATO, BASADO EN SU IMAGEN CORPORATIVA"		
CONTIENE: Zonificación y Relaciones Funcionales		
AUTOR: CARLOS SALAZAR	TUTOR: ING. MG. GALO VITERI	
FECHA: Agosto, 2017	ESCALA: INDICADAS	LÁMINA: 07

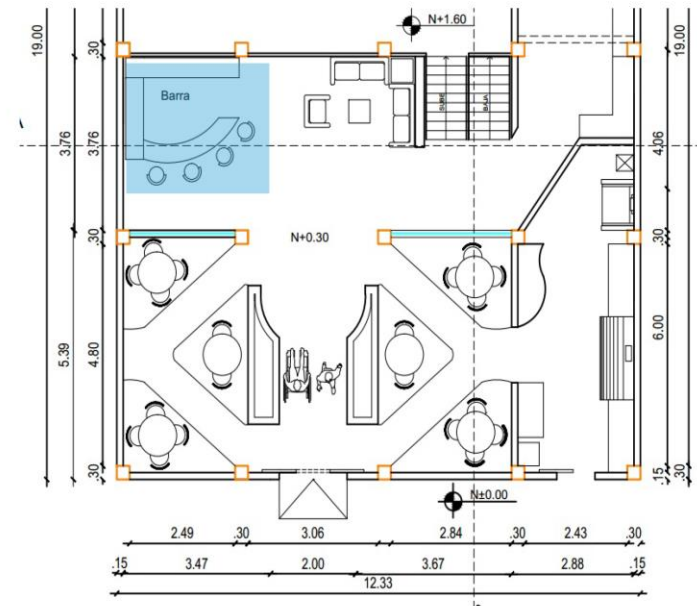
Imagen Corporativa



Proceso de Elaboración : 1 Barra de Recepción



Planta Baja



Ubicación en el Espacio

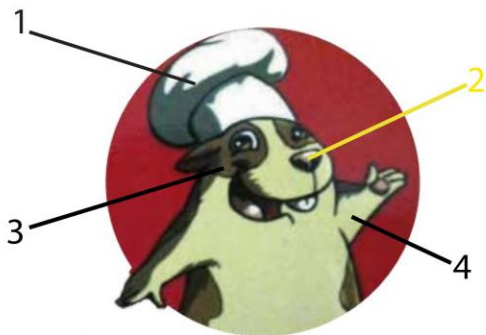


Render

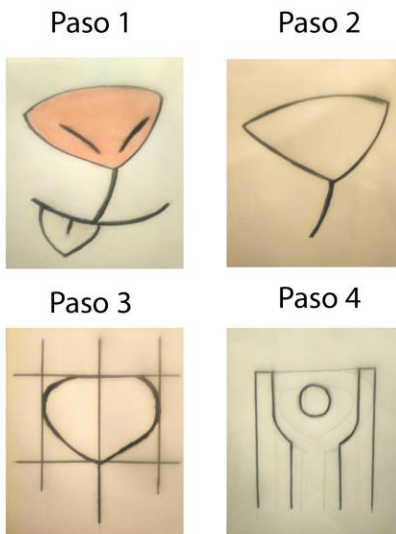


 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS		
TEMA: "INTERIORISMO DEL RESTAURANTE LOS CUYES DE AMBATO, BASADO EN SU IMAGEN CORPORATIVA"		
CONTIENE: "Proceso de elaboración del espacio interior por medio de la imagen corporativa"		
AUTOR: CARLOS SALAZAR	TUTOR: ING. MG. GALO VITERI	
FECHA: Agosto, 2017	ESCALA: INDICADAS	LÁMINA: 08

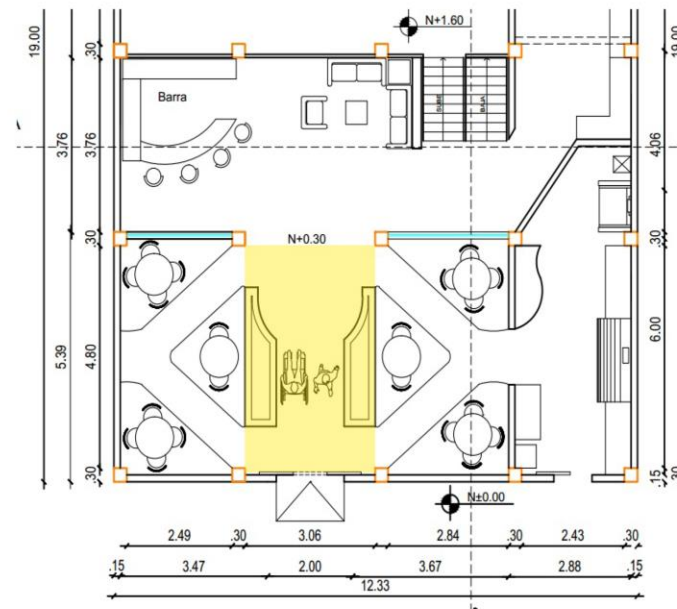
Imagen Corporativa



Proceso de Elaboración : 2 Circulación/ Entrada



Planta Baja



Ubicación en el Espacio



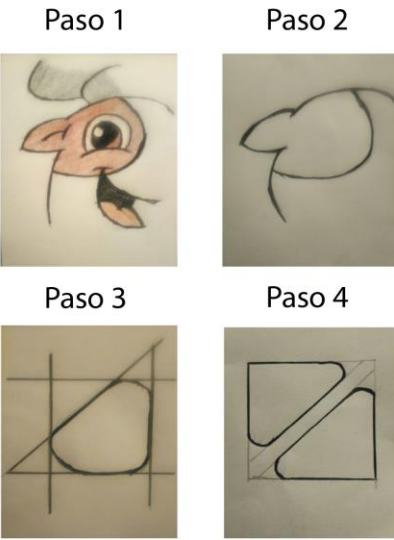
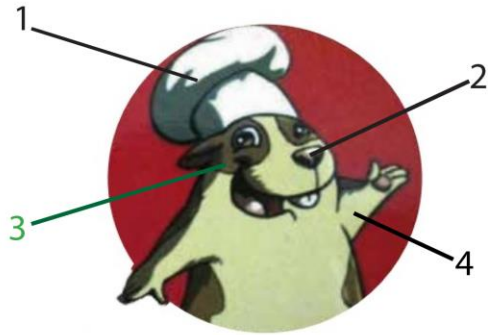
Render



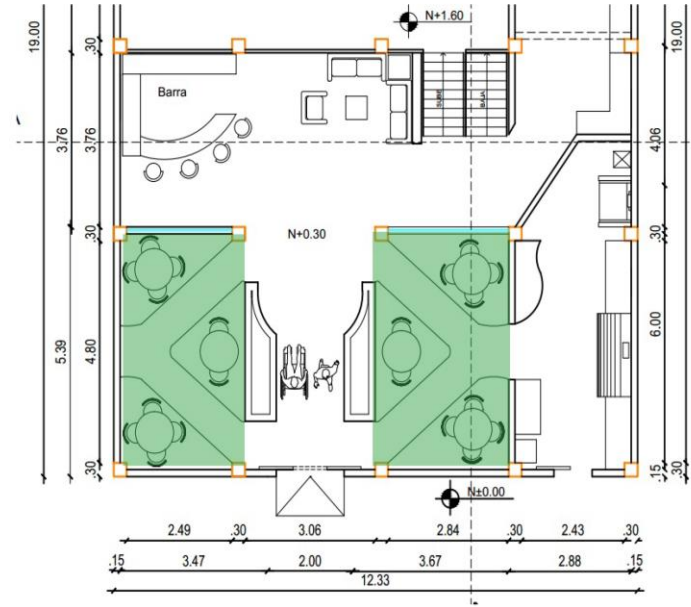
 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS		
TEMA: "INTERIORISMO DEL RESTAURANTE LOS CUYES DE AMBATO, BASADO EN SU IMAGEN CORPORATIVA"		
CONTIENE: "Proceso de elaboración del espacio interior por medio de la imagen corporativa"		
AUTOR: CARLOS SALAZAR	TUTOR: ING. MG. GALO VITERI	
FECHA: Agosto, 2017	ESCALA: INDICADAS	LÁMINA: 09

Proceso de Elaboración :
3 Modulación

Imagen Corporativa



Planta Baja



Ubicación en el Espacio



Render



 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS		
TEMA: "INTERIORISMO DEL RESTAURANTE LOS CUYES DE AMBATO, BASADO EN SU IMAGEN CORPORATIVA"		
CONTIENE: "Proceso de elaboración del espacio interior por medio de la imagen corporativa"		
AUTOR: CARLOS SALAZAR	TUTOR: ING. MG. GALO VITERI	
FECHA: Agosto, 2017	ESCALA: INDICADAS	LÁMINA: 10

Imagen Corporativa



Proceso de Elaboración : 4 Mueble Mesa

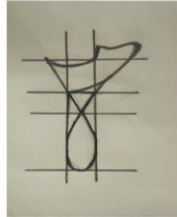
Paso 1



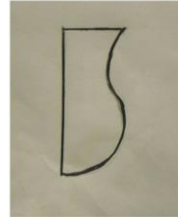
Paso 2



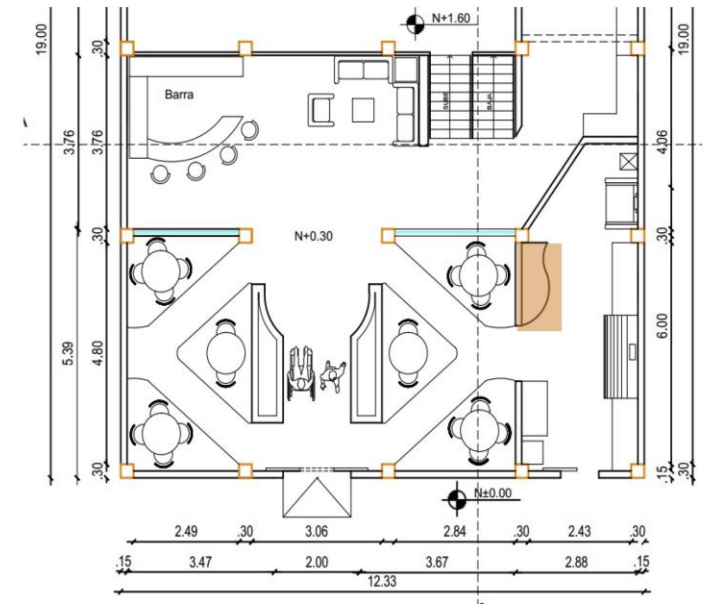
Paso 3



Paso 4



Planta Baja



Ubicación en el Espacio



Render



 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS		
TEMA: "INTERIORISMO DEL RESTAURANTE LOS CUYES DE AMBATO, BASADO EN SU IMAGEN CORPORATIVA"		
CONTIENE: "Proceso de elaboración del espacio interior por medio de la imagen corporativa"		
AUTOR: CARLOS SALAZAR	TUTOR: ING. MG. GALO VITERI	
FECHA: Agosto, 2017	ESCALA: INDICADAS	LÁMINA: 11

TABLA DE CÓDIGOS

Código	Descripción	Dimensiones	Cantidad
A1	Tapa Posterior (externa) Madera: MDF Color: Cerezo	Largo:1.80 m Alto: 0.83 cm Grosor: 3mm	1
A1'	Tapa Posterior (interna) Madera: MDF Color: Cerezo	Largo:1.70 m Alto: 0.70 cm Grosor: 3mm	1
A2	Tapa Lateral (externa) Madera: MDF Color: Cerezo	Largo:0.60 cm Alto: 0.83 cm Grosor: 3mm	1
A2'	Tapa Lateral (interna) Madera: MDF Color: Cerezo	Largo:0.50 cm Alto: 0.73 cm Grosor: 3mm	1
A3	Base exterior Madera: MDF Color: Nogal	Largo:1.80 m Grosor: 9mm Ancho: 0.60 cm	1
A3'	Base Interior Madera: MDF Color: Nogal	Largo:1.66 m Grosor: 9mm Ancho: 0.45 cm	1
A4	Tapa Madera: MDF Color: Nogal	Largo:1.82 m Alto: 9mm Ancho: 0.63 cm	1
A5	Puerta lateral izquierda Madera: MDF Color: Cerezo	Largo:0.61cm Alto: 0.70 cm Grosor: 3mm	1
A6	Puerta Central Madera: MDF Color: Cerezo	Largo:0.68cm Alto: 0.70 cm Grosor: 3mm	1
A7	Puerta lateral derecha Madera: MDF Color: Cerezo	Largo:0.51 cm Alto: 0.45 cm Grosor: 3mm	1
A8	Cajón derecho Madera: MDF Color: Cerezo	Largo:0.33 cm Alto: 0.13 cm Ancho: 0.37 cm	1

DESPIECE MUEBLE DE COCINA

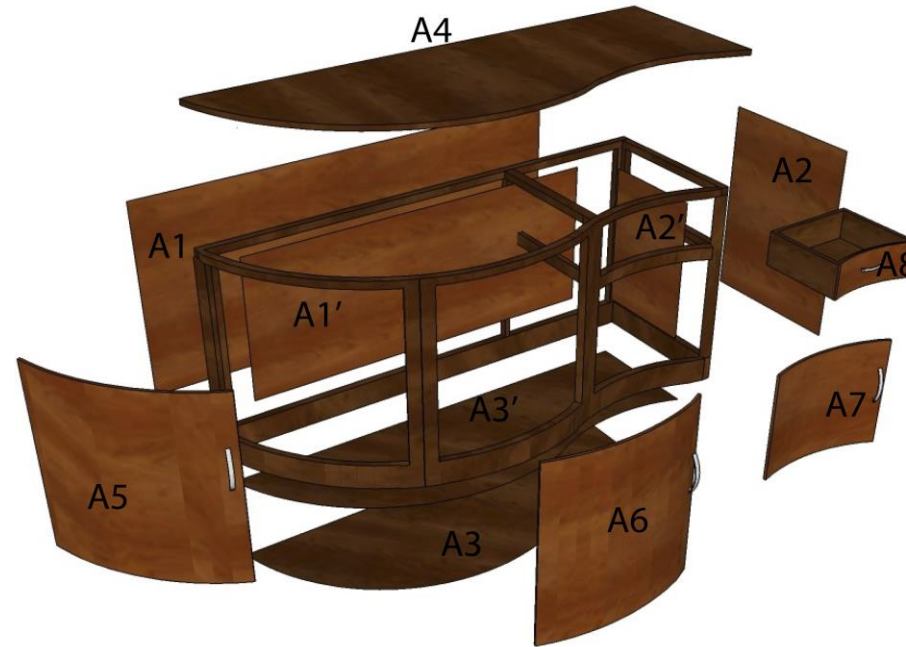


TABLA DE RUBROS

Rubro	Cantidad	Descripción	Dimensiones	Unidades	Precio U	Total
MDF de 3mm	2	Se usará para dar formas curvas a la tapa y base	2.14 x 2.44 plancha	Unidad	22	44
Clavos	50	Para asegurar las tapas interiores y exteriores del mueble	2 plg.	Libras	0,2	10
Bisagra	6	Para las puertas del muebles	10 x 5 cm	Unidad	1,00	6
Laca sellador	1	Para sellar el MDF		Galón	19,9	19,9
Laca mate acabado	2	Para los acabados del MDF		Litro	11	20
Lijas	7	Antes de aplicar la laca se lijará el mueble		Unidad	0,35	2,45
Riel normal 30 cm	1	Para el cajón derecho		Unidad	1,8	1,8
Jaladeras	4	Para las puertas del muebles		Unidad	1,5	6,00
					Subtotal	\$110.15
Horas de mano de obra y maquinaria						
Horas de maquinaria	5	Contempla la maquinaria grande y manual		Horas	10	50
Mano de Obra	2	Construcción de la estructura y Armado del mueble		Unidad	50	100
Mano de Obra	1	Lacado de la consola		Unidad	30	30
					Subtotal	\$180
					TOTAL	\$290.15

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS		
TEMA:		
"INTERIORISMO DEL RESTAURANTE LOS CUYES DE AMBATO, BASADO EN SU IMAGEN CORPORATIVA"		
CONTIENE:		
Despiece, Tabla de códigos y Rubros de mueble de Cocina		
AUTOR:	TUTOR:	
CARLOS SALAZAR	ING. MG. GALO VITERI	
FECHA:	ESCALA:	LÁMINA:
Agosto, 2017	INDICADAS	12

ENSAMBLE MUEBLE DE COCINA

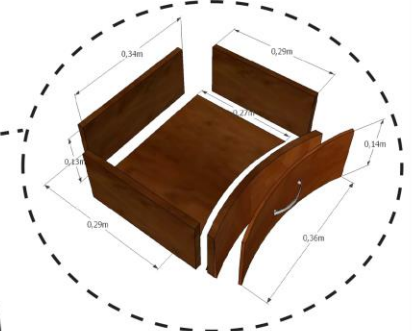
No1. Clavo invisible de 1½ se utiliza con pistola de aire para agilizar el trabajo y donde los acabados queden bien terminados.

No2. Tornillo para mdf con aplicación exacta, permite el atornillado sin perforación previa disminuye considerablemente el empalme y alisado del material

No3. Las bisagras de cazoleta con apertura de 180 grados para puertas abatibles de muebles hechos en MDF. Poseen un mecanismo que mantiene a la puerta cerrada sin necesidad de retenes.

No4. Riel con extensión total push to open 300 mm 35kg acero zincado, deslizamiento suave y silencioso

No5. Jaladera tipo H hueca, Material: acero inoxidable; Aplicaciones: para puertas de madera, fierro y aluminio; Acabado: satin

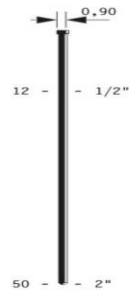


HERRAJES Y ACCESORIOS UTILIZADOS

Proceso y terminado del mueble

1. Elección del material adecuado
2. Se procede al corte de los materiales
3. Unir las diferentes piezas en la cercha ya sea con clavos o cola blanca
4. Luego a la instalación de las puertas y herrajes en la cercha
5. Coger fallas y pulir el mueble
6. Aplicar el sellador con el respectivo lijado
7. Último lacar el mueble

No1



No2



No3



No4



No5



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES
CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS

TEMA:
"INTERIORISMO DEL RESTAURANTE LOS CUYES DE AMBATO, BASADO EN SU IMAGEN CORPORATIVA"

CONTIENE:
Ensamble y herrajes del mueble de Cocina

AUTOR: CARLOS SALAZAR

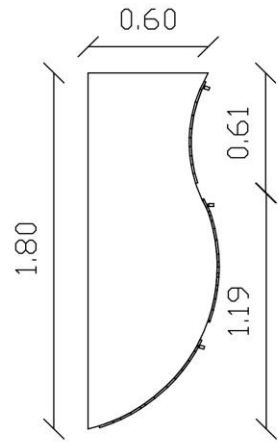
TUTOR: ING. MG. GALO VITERI

FECHA:
Agosto, 2017

ESCALA:
INDICADAS

LÁMINA:
13

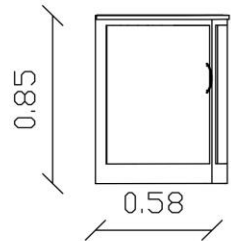
Medidas Técnicas Mueble de cocina



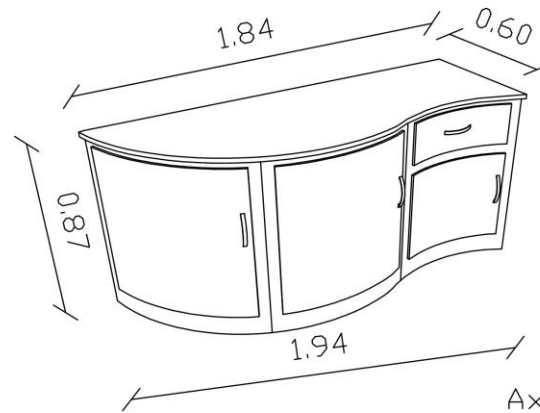
Vista Superior
Esc:1.25



Vista Frontal
Esc:1.25

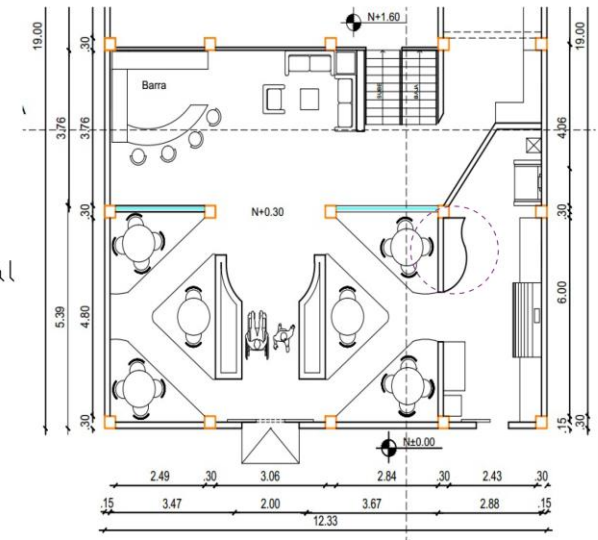


Vista Lateral
Esc:1.25



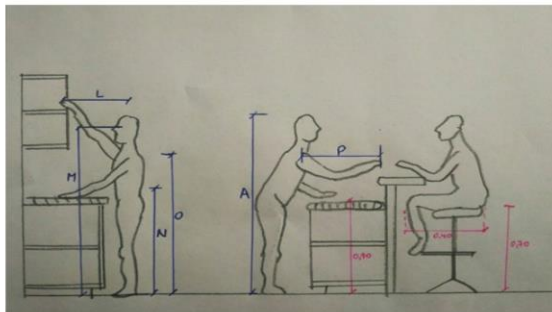
Axonometria
Esc:1.25

Ubicación en planta



Planta Baja

Medidas Antropométricas



Medidas	Percentil					Media
	1	5	50	95	99	
A Estatura	1,59	1,58	1,61	1,67	1,67	1,61
L Alcance vertical máximo con agarre	0,62	0,61	0,65	0,67	0,67	0,61
M Altura de ojos	1,48	1,47	1,52	1,55	1,56	1,52
N Altura espina iliaca	1,16	1,16	1,17	1,2	1,2	1,17
O Altura de Hombros	1,32	1,31	1,35	1,37	1,37	1,35
P Alcance máximo lateral	0,77	0,76	0,82	0,84	0,84	0,82



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES
CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS

TEMA:
"INTERIORISMO DEL RESTAURANTE LOS CUYES DE AMBATO, BASADO EN SU IMAGEN CORPORATIVA"

CONTIENE:
Medidas Técnicas y Antropométricas del mueble de Cocina

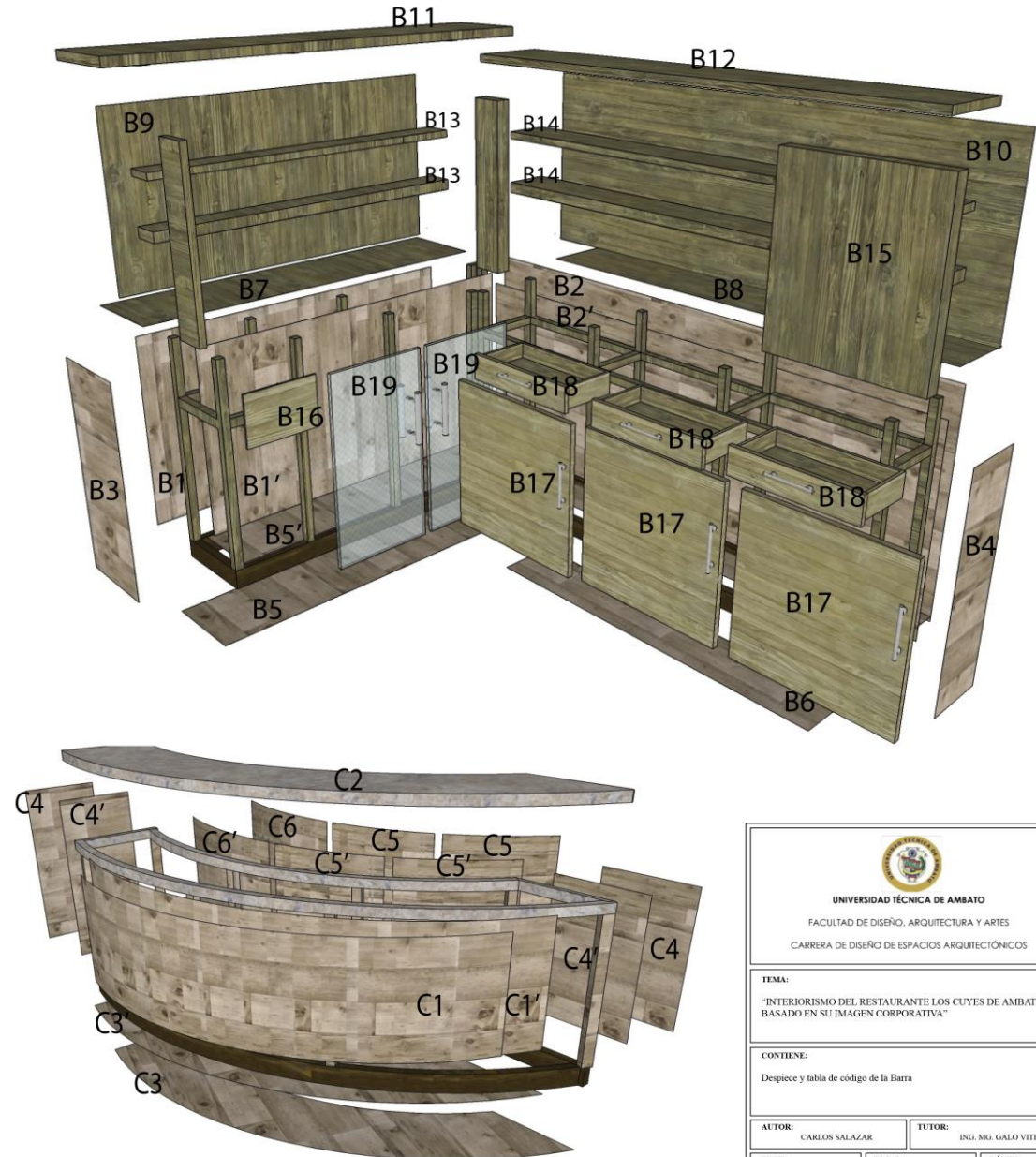
AUTOR: CARLOS SALAZAR	TUTOR: ING. MG. GALO VITERI
------------------------------	------------------------------------

FECHA: Agosto, 2017	ESCALA: INDICADAS	LÁMINA: 14
----------------------------	--------------------------	-------------------

TABLA DE CÓDIGOS

Código	Descripción	Dimensiones	Cantidad	Código	Descripción	Dimensiones	Cantidad
B1	Tapa Posterior Izquierda (externa) Madera: MDF Color: Almendra	Largo:2.00 m Alto: 1.10 m Grosor: 3mm	1	B9	Tapa posterior izquierda Madera: MDF Color: Roble Rústico	Largo:2.00m Alto:0.97cm Grosor: 3mm	1
B1'	Tapa Posterior Izquierda (interna) Madera: MDF Color: Almendra	Largo:1.90 m Alto: 1.00 m Grosor: 3mm	1	B10	Tapa posterior derecha Madera: MDF Color: Roble Rústico	Largo:2.82m Alto:0.97cm Grosor: 3mm	1
B2	Tapa Posterior Derecha (externa) Madera: MDF Color: Almendra	Largo:2.95 m Alto: 1.20 m Grosor: 3mm	1	B11	Tapa repisa izquierda Madera: Roble Color: Roble Rústico	Largo:1.98m Ancho:0.36cm Grosor:2cm	1
B2'	Tapa Posterior Derecha (interna) Madera: MDF Color: Almendra	Largo:2.85 m Alto: 1.10 m Grosor: 3mm	1	B12	Tapa repisa derecha Madera: Roble Color: Roble Rústico	Largo:2.65m Ancho:0.40cm Grosor:2cm	1
B3	Tapa lateral izquierda Madera: MDF Color: Almendra	Largo:0.45cm Alto:1.10 m Grosor: 3mm	1	B13	Repisas izquierda Madera: Roble Color: Roble Rústico	Largo:1.86m Ancho:0.16cm Grosor:2cm	2
B4	Tapa lateral derecha Madera: MDF Color: Almendra	Largo:0.40 cm Alto: 1.10 cm Grosor: 3mm	1	B14	Repisas derecha Madera: Roble Color: Roble Rústico	Largo:2.65 m Ancho:0.20cm Grosor:2cm	2
B5	Base Inferior Izquierda (exterior) Madera: MDF Color: Almendra	Largo:2.00 m Ancho:0.45cm Grosor: 3mm	1	B15	Soporte izquierdo Madera: Roble Color: Roble Rústico	Largo:0.83cm Alto:0.96cm Grosor:2cm	1
B5'	Base Inferior Izquierda (interior) Madera: MDF Color: Almendra	Largo:2.00 m Ancho:0.35cm Grosor: 3mm	1	B16	Tapa derecha Madera: MDF Color: Roble Rústico	Largo:0.38cm Alto:0.26cm Grosor:3mm	1
B6	Base Inferior Derecha (exterior) Madera: MDF Color: Almendra	Largo:2.50 m Ancho:0.45cm Grosor: 3mm	1	B17	Puertas de MDF Madera: MDF Color: Roble Rústico	Largo:0.78cm Alto:0.80cm Grosor:1.5cm	3
B6'	Base Inferior Derecha (interior) Madera: MDF Color: Almendra	Largo:2.50 m Ancho:0.35cm Grosor: 3mm	1	B18	Cajones Madera: Roble Color: Roble Rústico	Largo:0.68cm Alto:0.14cm Grosor:3mm	3
B7	Tapa lateral izquierda Madera: MDF Color: Roble Rústico	Largo:2.00m Ancho:0.45cm Grosor: 3mm	1	B19	Puertas de Vidrio Color: Transparente	Largo:0.53cm Alto:1.00m Grosor:3mm	2
B8	Tapa lateral derecha Madera: MDF Color: Roble Rústico	Largo:2.50m Ancho:0.40cm Grosor: 3mm	1				

DESPIECE BARRA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES
CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS

TEMA:
"INTERIORISMO DEL RESTAURANTE LOS CUYES DE AMBATO,
BASADO EN SU IMAGEN CORPORATIVA"

CONTIENE:
Despiece y tabla de código de la Barra

AUTOR: CARLOS SALAZAR TUTOR: ING. MG. GALO VITERI

FECHA: Agosto, 2017 ESCALA: INDICADAS LAMINA: 15

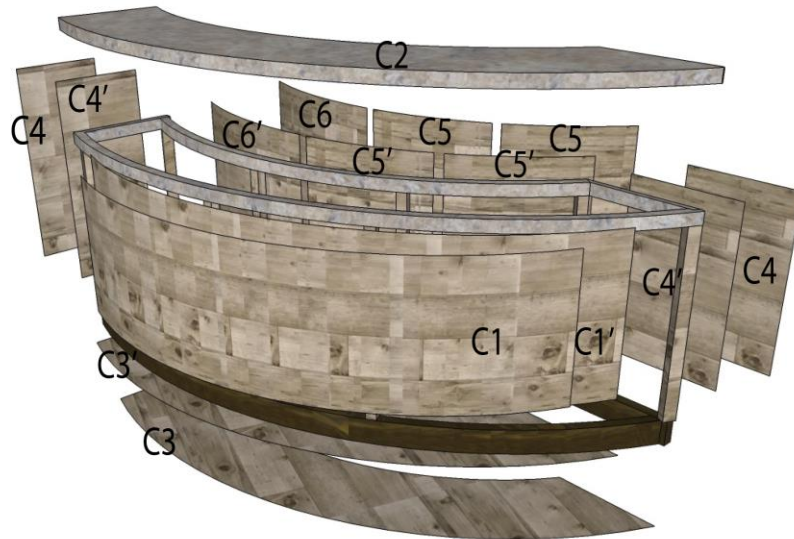


TABLA DE CÓDIGOS

Código	Descripción	Dimensiones	Cantidad	Código	Descripción	Dimensiones	Cantidad
C1	Tapa frontal (exterior) Madera: MDF Color: Almendra	Largo: 1.75 m Alto: 0.52cm Grosor: 3mm	1	C4'	Tapa lateral derecha (interior) Madera: MDF Color: Almendra	Largo: 0.35cm Alto: 0.65cm Grosor: 3mm	2
C1'	Tapa frontal (interior) Madera: MDF Color: Almendra	Largo: 1.65 m Alto: 0.42cm Grosor: 3mm	1	C5	Tapa posterior (exterior) Madera: MDF Color: Almendra	Largo: 0.57cm Alto: 0.75cm Grosor: 3mm	2
C2	Tapa superior Mármol Color: Perla	Largo: 2.54 m Ancho: 0.45cm Grosor: 3cm	1	C5'	Tapa posterior (interior) Madera: MDF Color: Almendra	Largo: 0.46cm Alto: 0.65cm Grosor: 3mm	2
C3	Base inferior (exterior) Madera: MDF Color: Almendra	Largo: 2.52 m Ancho: 0.45cm Grosor: 3mm	1	C6	Tapa posterior (exterior) Madera: MDF Color: Almendra	Largo: 0.75cm Alto: 0.75cm Grosor: 3mm	1
C3'	Base inferior (interior) Madera: MDF Color: Almendra	Largo: 2.42 m Ancho: 0.35cm Grosor: 3mm	1	C6'	Tapa posterior (interior) Madera: MDF Color: Almendra	Largo: 0.65cm Alto: 0.65cm Grosor: 3mm	1
C4	Tapa lateral derecha (exterior) Madera: MDF Color: Almendra	Largo: 0.45cm Alto: 0.75cm Grosor: 3mm	2				

TABLA DE RUBROS

Rubro	Cantidad	Descripción	Dimensiones	Unidades	Precio U	Total
MDF de 3mm	4	Se usará para las tapas y formas curvas del mueble	2.14 x 2.44 plancha	Unidad	22	88
Mármol	1	Va ubicado en la parte superior del mueble a media luna	2.80x1.45m	Unidad	45	45
Madera Roble	6	Se aplicará en las repisas del mueble	16cm x 2.50m	Unidad	20	120
Clavos	150	Para asegurar las tapas interiores y exteriores del mueble	2 plg.	Libras	0,2	30
Bisagra	6	Para las puertas del muebles	10 x 5 cm	Unidad	1	6
Laca sellador	1	Para sellar el MDF		Galón	19,9	19,9
Laca mate acabado	2	Para los acabados del MDF		Litro	11	20
Lijas	10	Antes de aplicar la laca se lijara el mueble		Unidad	0,35	3.50
Riel normal 30 cm	3	Para el cajón derecho		Unidad	1,8	5.40
Jaladeras	6	Para las puertas del muebles		Unidad	1,5	4,5
Jaladeras para vidrio	2	Para las puertas de vidrio del mueble		Unidad	2	4
					Subtotal	\$346.30
Horas de mano de obra y maquinaria						
Horas de maquinaria	9	Contempla la maquinaria grande y manual		Horas	10	90
Mano de Obra	1	Construcción de la cercha y Armado del mueble		Unidad	50	50
Mano de Obra	1	Lacado de la consola		Unidad	30	30
					Subtotal	\$170
					TOTAL	\$513.30

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS		
TEMA: "INTERIORISMO DEL RESTAURANTE LOS CUYES DE AMBATO, BASADO EN SU IMAGEN CORPORATIVA"		
CONTIENE: Tabla de códigos y rubros de la Barra		
AUTOR: CARLOS SALAZAR	TUTOR: ING. MG. GALO VITERI	
FECHA: Agosto, 2017	ESCALA: INDICADAS	LÁMINA: 16

ENSAMBLE DE BARRA

No1. Clavo invisible de 1½ se utiliza con pistola de aire para agilizar el trabajo y donde los acabados queden bien terminados.

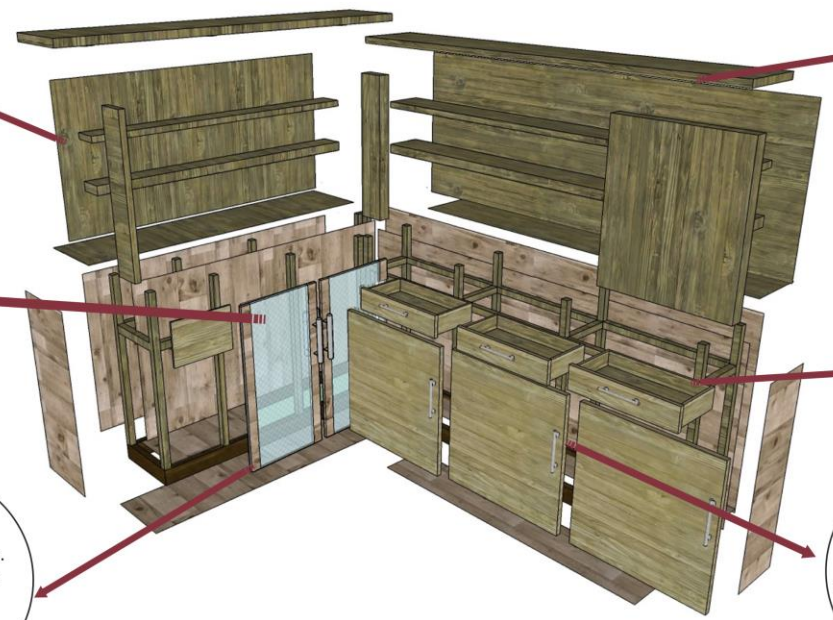
No2. Tornillo para mdf con aplicación exacta, permite el atornillado sin perforación previa disminuye considerablemente el empalme y alisado del material

No3. Vidrio templado de 6mm ideal para muebles con certificado ISO9001

No4. Riel con extensión total push to open 300 mm 35kg acero zincado, deslizamiento suave y silencioso

No5. Bisagra curva para vidrio con cazoleta. Apertura de 90 grados.

No6. Jaladera tipo H hueca, Material: acero inoxidable; Aplicaciones: para puertas de madera, fierro y aluminio; Acabado: satin



HERRAJES Y ACCESORIOS UTILIZADOS

- Proceso y terminado del mueble**
1. Elección del material adecuado
 2. Se procede al corte de los materiales
 3. Unir las diferentes piezas en la cercha
 4. Luego a la instalación de las puertas y herrajes en la cercha
 5. Coger fallas y pulir el mueble
 6. Aplicar el sellador con el respectivo lijado
 7. Último lacar el mueble

<p>No1</p>	<p>No2</p>	<p>No3</p>
<p>No4</p>	<p>No5</p>	<p>No6</p>



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES
CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS

TEMA:
"INTERIORISMO DEL RESTAURANTE LOS CUYES DE AMBATO, BASADO EN SU IMAGEN CORPORATIVA"

CONTIENE:
Ensamble y Accesorios de Barra

AUTOR: CARLOS SALAZAR	TUTOR: ING. MG. GALO VITERI
FECHA: Agosto 2017	ESCALA: INDICADAS
LÁMINA: 17	

ENSAMBLE DE BARRA

No1. Clavo invisible de 1½ se utiliza con pistola de aire para agilizar el trabajo y donde los acabados queden bien terminados.

No2. Tornillo para mdf con aplicación exacta, permite el atornillado sin perforación previa disminuye considerablemente el empalme y alisado del material

No3. Las bisagras de cazoleta con apertura de 180 grados para puertas abatibles de muebles hechos en MDF. Poseen un mecanismo que mantiene a la puerta cerrada sin necesidad de retenes.

No4. Jaladera tipo H hueca, Material: acero inoxidable; Aplicaciones: para puertas de madera, fierro y aluminio; Acabado: satin

HERRAJES Y ACCESORIOS UTILIZADOS

Proceso y terminado del mueble

1. Elección del material adecuado
2. Se procede al corte de los materiales
3. Unir las diferentes piezas en la cercha
4. Luego a la instalación de las puertas y herrajes en la cercha
5. Coger fallas y pulir el mueble
6. Aplicar el sellador con el respectivo lijado
7. Último lacar el mueble

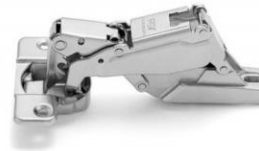
No1



No2



No3



No4



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES
CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS

TEMA:

"INTERIORISMO DEL RESTAURANTE LOS CUYES DE AMBATO, BASADO EN SU IMAGEN CORPORATIVA"

CONTIENE:

Ensamble y Accesorios de Barra

AUTOR: CARLOS SALAZAR

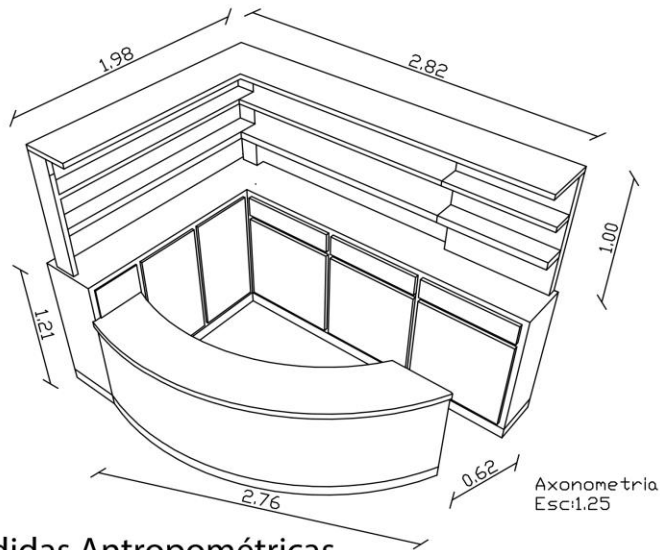
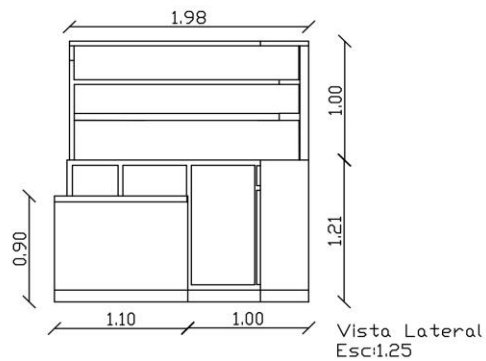
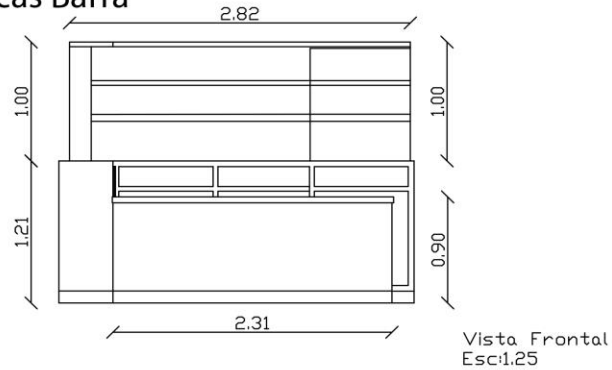
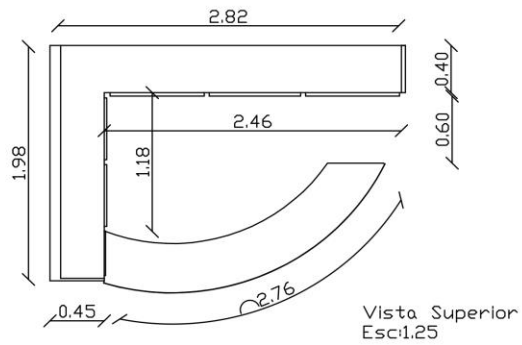
TUTOR: ING. MG. GALO VITERI

FECHA: Agosto, 2017

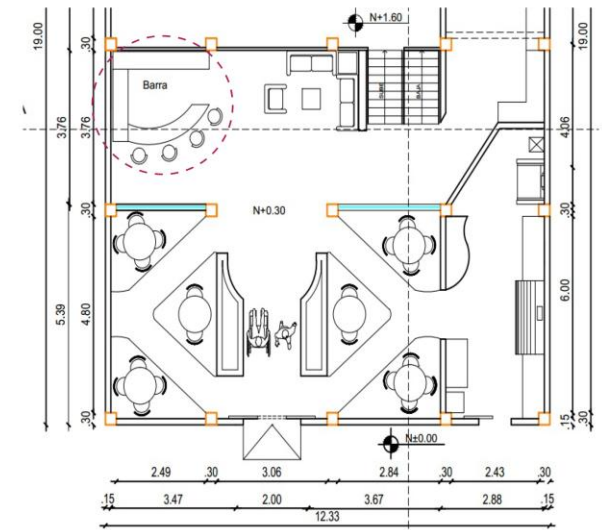
ESCALA: INDICADAS

LÁMINA: 18

Medidas Técnicas Barra

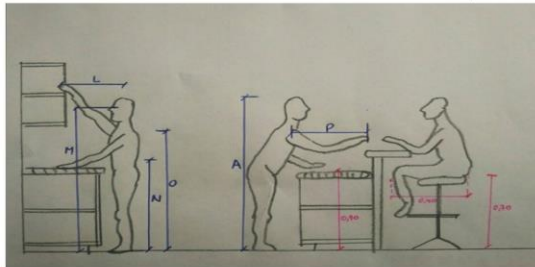


Ubicación en planta



Planta Baja

Medidas Antropométricas



Medidas	Percentil					Media
	1	5	50	95	99	
A Estatura	1,59	1,58	1,61	1,67	1,67	1,61
L Alcance vertical máximo con agarre	0,62	0,61	0,65	0,67	0,67	0,61
M Altura de ojos	1,48	1,47	1,52	1,55	1,56	1,52
N Altura espina iliaca	1,16	1,16	1,17	1,2	1,2	1,17
O Altura de Hombros	1,32	1,31	1,35	1,37	1,37	1,35
P Alcance máximo lateral	0,77	0,76	0,82	0,84	0,84	0,82



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES
CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS

TEMA:
"INTERIORISMO DEL RESTAURANTE LOS CUYES DE AMBATO, BASADO EN SU IMAGEN CORPORATIVA"

CONTIENE:
Medidas Técnicas y Antropométricas de la Barra

AUTOR: CARLOS SALAZAR	TUTOR: ING. MGC. GALO VITERI
FECHA: Agosto, 2017	ESCALA: INDICADAS
LÁMINA: 19	

PROCESO DE ELABORACIÓN CUBIERTA

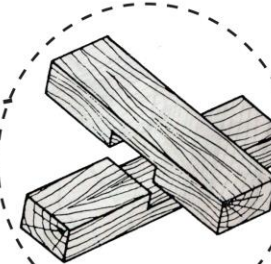
No1.



La cubierta va con un marco de 0.12cm x 0.10cm x 2,40m de largo, por encima se instalará policarbonato produciendo sombra, dejando circular aire

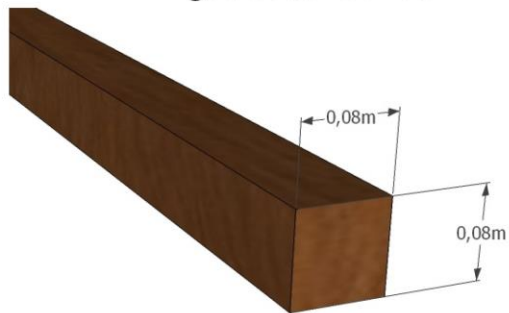


Colorado : La resistencia es considerada como alta a muy alta cuando se utiliza en exteriores y es muy resistente al ataque de hongos e insectos

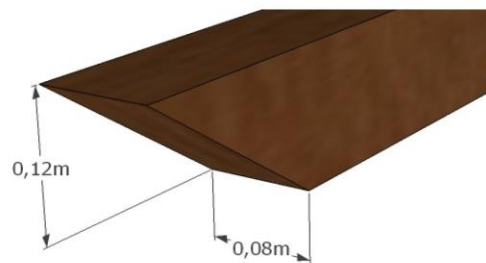


El ensamble a media madera o en cruz permite unir dos piezas de madera de igual grosor que formen entre si cierto ángulo y se junten por en medio atravesándolas

Vigas Secundarias



Vigas Principales



Ensamble vigas principales con el marco



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES
CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS

TEMA:
"INTERIORISMO DEL RESTAURANTE LOS CUYES DE AMBATO, BASADO EN SU IMAGEN CORPORATIVA"

CONTIENE:
Proceso de elaboración de la cubierta Paso 1

AUTOR: CARLOS SALAZAR

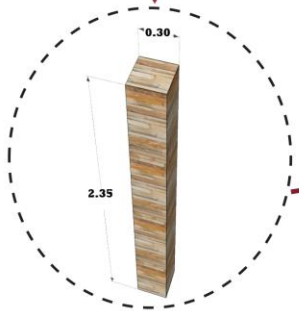
TUTOR: ING. MG. GALO VITERI

FECHA:
Agosto, 2017

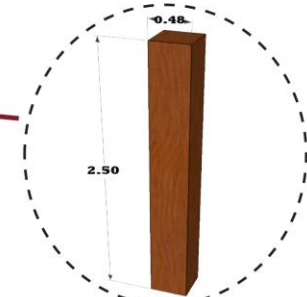
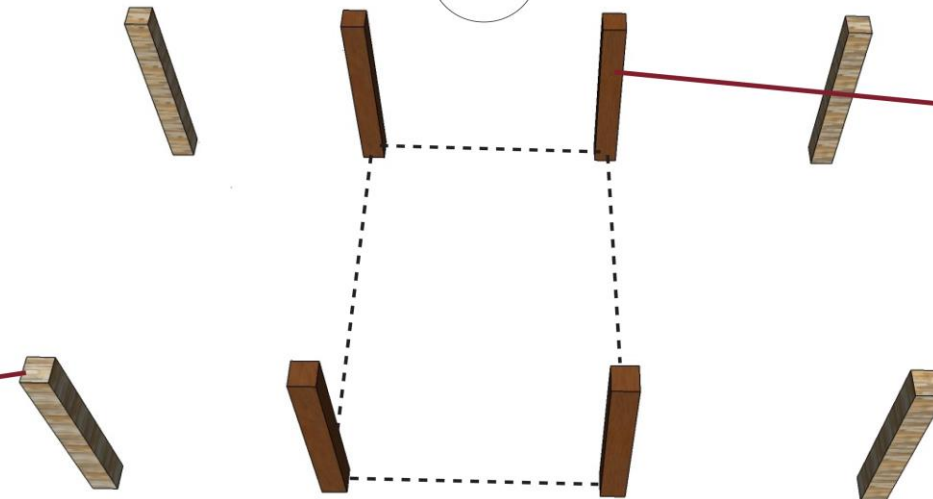
ESCALA:
INDICADAS

LÁMINA:
20

La regla para calcular la pendiente de una pérgola, establece que la caída tiene que ser de un 3%. Esto quiere decir que cada 1 mt hay que bajar 3 cm.

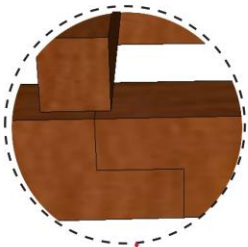


No2.

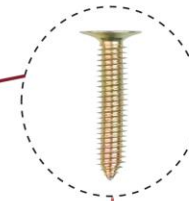


La columna se puede recubrir de diferentes maneras, pero se lo va a revestir con láminas de madera de nogal

No3.



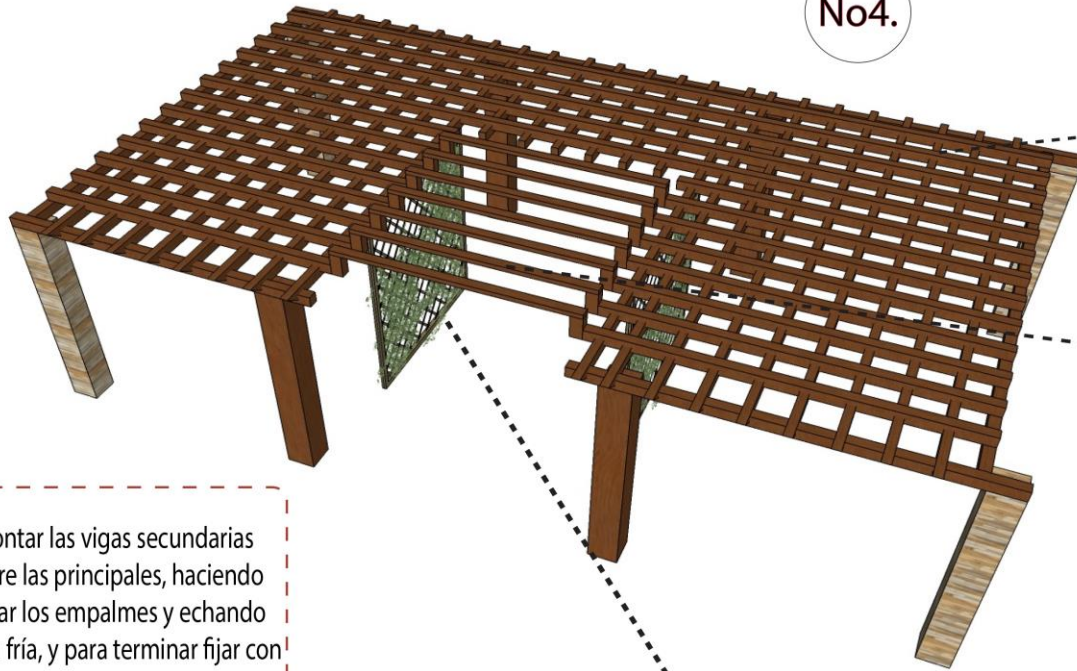
Para el montaje, se debe hacer calzar el marco de madera con las columnas, también se realiza un ensamble a media madera en los listones



Para asegurar los ensambles se usarán tirafondos para madera. Estos se estrechan en la punta para abrir camino a medida que se inserta, lo que facilita el autoroscado,

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS	
TEMA: "INTERIORISMO DEL RESTAURANTE LOS CUYES DE AMBATO, BASADO EN SU IMAGEN CORPORATIVA"	
CONTIENE: Proceso de elaboración de la Cuarta Paso 1 y 2	
AUTOR: CARLOS SALAZAR	TUTOR: ING. MG. GALO VITERI
FECHA: Agosto, 2017	ESCALA: INDICADAS
LÁMINA: 21	

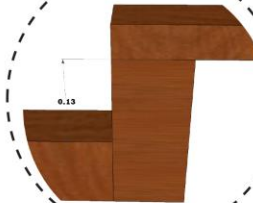
No4.



Montar las vigas secundarias sobre las principales, haciendo calzar los empalmes y echando goma fría, y para terminar fijar con un tornillo tirafondo



La madera posee poros abiertos, por eso es necesario un protector que sella los poros, por lo que permite respirar a la madera y tener un mejor control de la humedad



En el centro de la cubierta se realizará una elevación de 13cm para que exista circulación de aire

La hiedra tiene una hoja que dura muchos años ya que es una de las más resistentes. Necesita estar en zonas de sombra, tiene que mantenerse húmedo durante los primeros años.



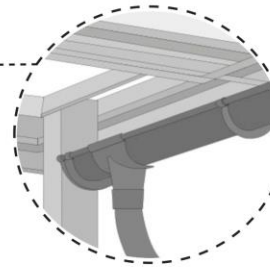
Para darle un soporte extra a la cubierta, se agregará una malla de acero de 0.5cm de grosor por 2.15 de largo y 2.45 de alto, la malla se adornará con plantas enredaderas

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS		
TEMA: "INTERIORISMO DEL RESTAURANTE LOS CUYES DE AMBATO, BASADO EN SU IMAGEN CORPORATIVA"		
CONTIENE: Proceso de elaboración de la Cubierta Paso 4		
AUTOR:	TUTOR:	
CARLOS SALAZAR	ING. MG. GALO VITERI	
FECHA:	ESCALA:	LÁMINA:
Agosto, 2017	INDICADAS	22

No5.



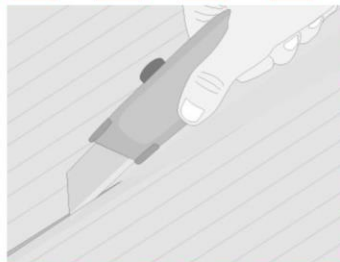
Lámina de Polycarbonato color bronce de doble pared con tratamiento contra los rayos ultravioleta en una de sus caras, es mejor aislante térmico que el vidrio y mucho más resistente.



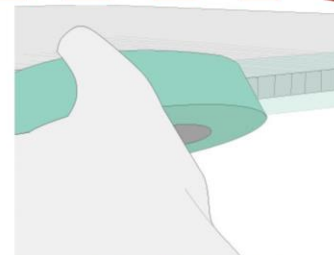
Instalar canaletas al final de la pendiente sobre la viga, lo recomendable es usar ganchos en cada extremo para definir la pendiente

INSTALACIÓN CUBIERTA DE POLICARBONATO

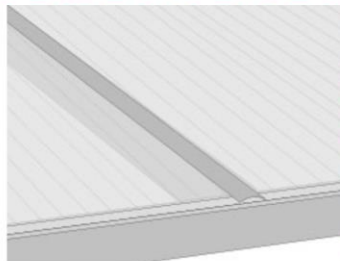
1.- Una vez instalados los perfiles se debe medir el espacio y cortar las planchas de polycarbonato con un estilete



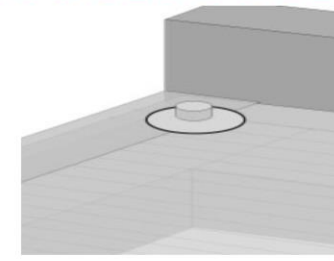
2.- Es muy importante que los surcos no queden expuestos, ya que siempre se debe evitar el ingreso de cualquier elemento en ellos por eso hay que sellar el polycarbonato



3.- Los perfiles que se usan en la instalación del polycarbonato pueden ser H, que se usan para unir 2 planchas



4.- Fijar el polycarbonato a los marco



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES
CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS

TEMA:
"INTERIORISMO DEL RESTAURANTE LOS CUYES DE AMBATO, BASADO EN SU IMAGEN CORPORATIVA"

CONTIENE:
Proceso de elaboración de la Cubierta Paso 5

AUTOR: CARLOS SALAZAR TUTOR: ING. MG. GALO VITERI

FECHA: Agosto, 2015 ESCALA: INDICADAS LÁMINA: 23

Medidas Técnicas Pérgola

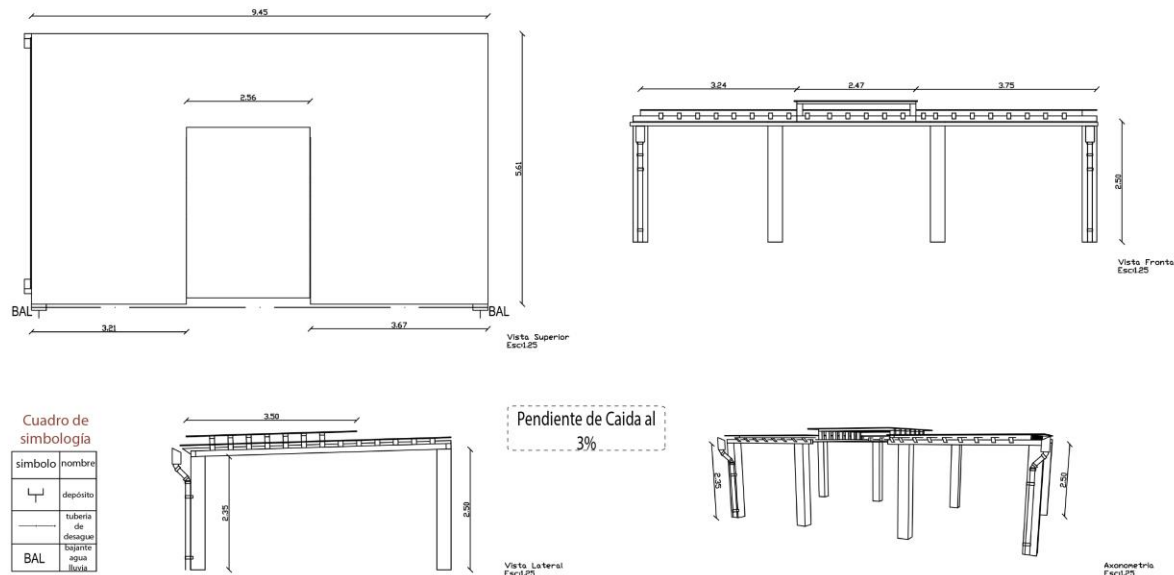
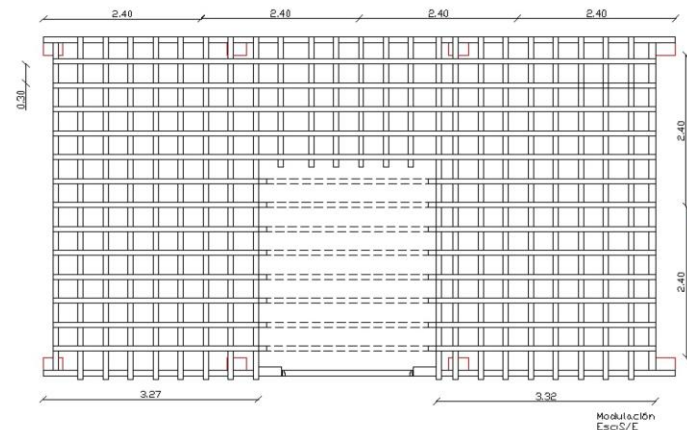


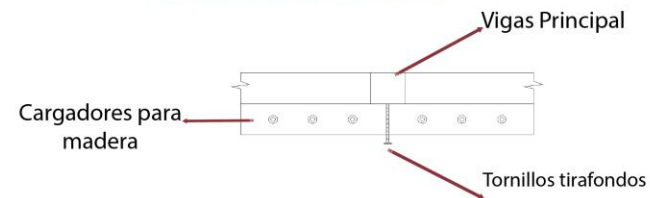
Tabla de Rubros

Rubro	Cantidad	Descripción	Dimensiones	Unidades	Precio U	Total
Plancha de policarbonato	2	Policarbonato color bronce contra los rayos ultravioleta	11.60 x 2.10m/ 6mm plancha	Unidad	206	412
Viga estructural	4	Tablas de colorado para el marco	0.12cm x 0.08cm x 5.20m largo	Unidad	40	160
Vigas principales	20	Se implementaran para la estructura	0.12cm x 0.08cm x 5.50m largo	Unidad	40	800
Vigas secundarias	13	Se implementaran para la estructura	0.12cm x 0.08cm x 3.50 largo	Unidad	28	364
Láminas de madera	16	Para recubrir las columnas	0.9mm x 0.30cm x 2.50m alto	Unidad	10	160
Protector para madera	2	Para proteger las madera de la humedad		Galón	30	60
Adhesivo de anclaje	8	Para tapar los bordes del policarbonato		Unidad	5	40
Tornillos tirafondo	50	Se usará para reforzar las vigas	16 mm	Unidad	0.6	3
Goma Blanca	1	Se aplicará en los ensambles		Galón	5	5
					Subtotal	2,000
Horas de mano de obra y maquinaria						
Mano de Obra	4	Construcción de la estructura y Armado de la cubierta			600	2400
					Subtotal	2,400
					TOTAL	\$6,400

MODULACIÓN



Los listones de madera tienen un largo de 2,4 m por eso se aplicará un cargador que resista las partes laterales que unen 2 listones



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES
CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS

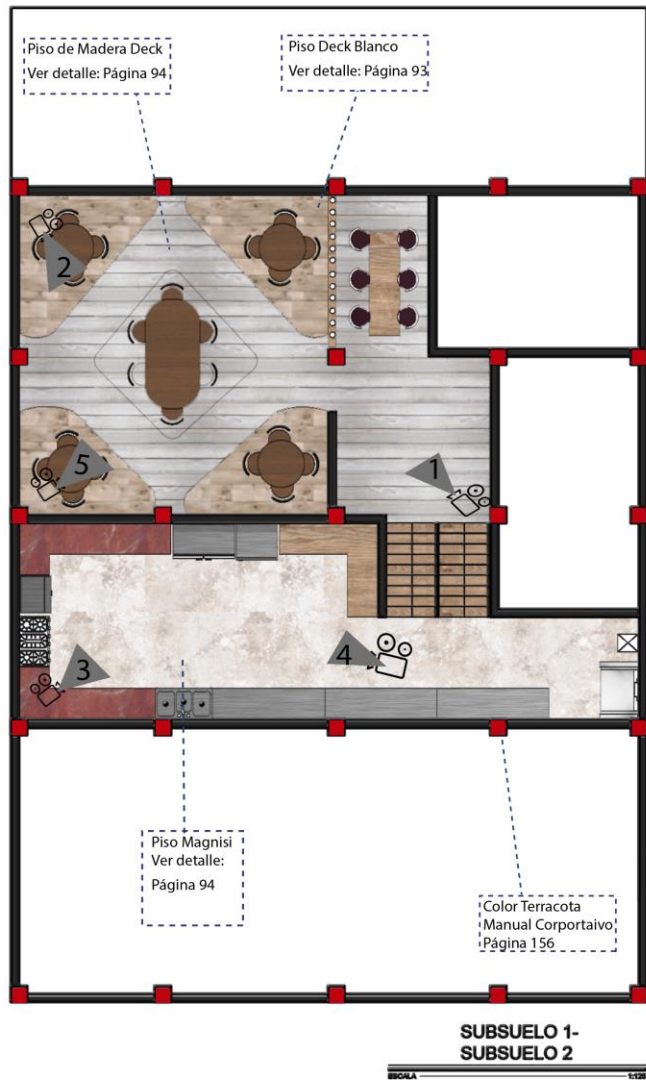
TEMA:
"INTERIORISMO DEL RESTAURANTE LOS CUYES DE AMBATO, BASADO EN SU IMAGEN CORPORATIVA"

CONTIENE:
Medidas técnicas, Modulación y Tabla de Rubros de la Cubierta

AUTOR: CARLOS SALAZAR TUTOR: ING. MG. GALO VITERI

FECHA: Agosto, 2017 ESCALA: INDICADAS LÁMINA: 24

PLANTA ILUSTRADA



RENDERS

#1



#2



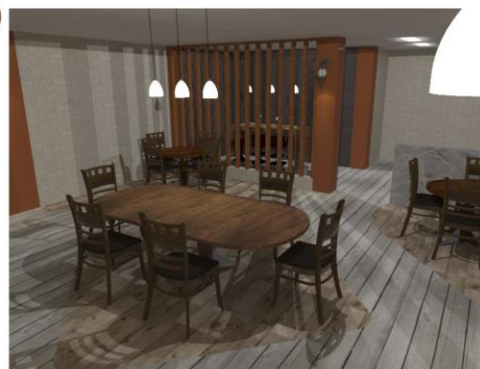
#3



#4

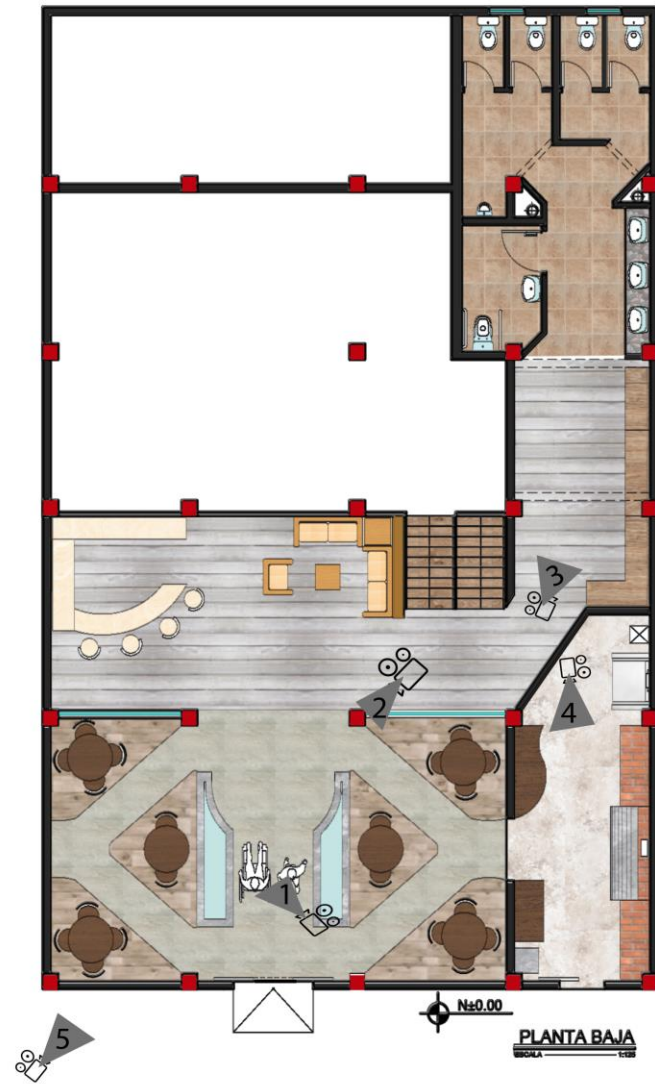


#5



 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS		
TEMA: "INTERIORISMO DEL RESTAURANTE LOS CUYES DE AMBATO, BASADO EN SU IMAGEN CORPORATIVA"		
CONTIENE: Planta ilustrada y Renders Subsuelo1 ySubsuelo2		
AUTOR: CARLOS SALAZAR	TUTOR: ING. MG. GALO VITERI	
FECHA: Agosto, 2017	ESCALA: INDICADAS	LÁMINA: 25

PLANTA ILUSTRADA



RENDERS

#1



#2



#3



#4

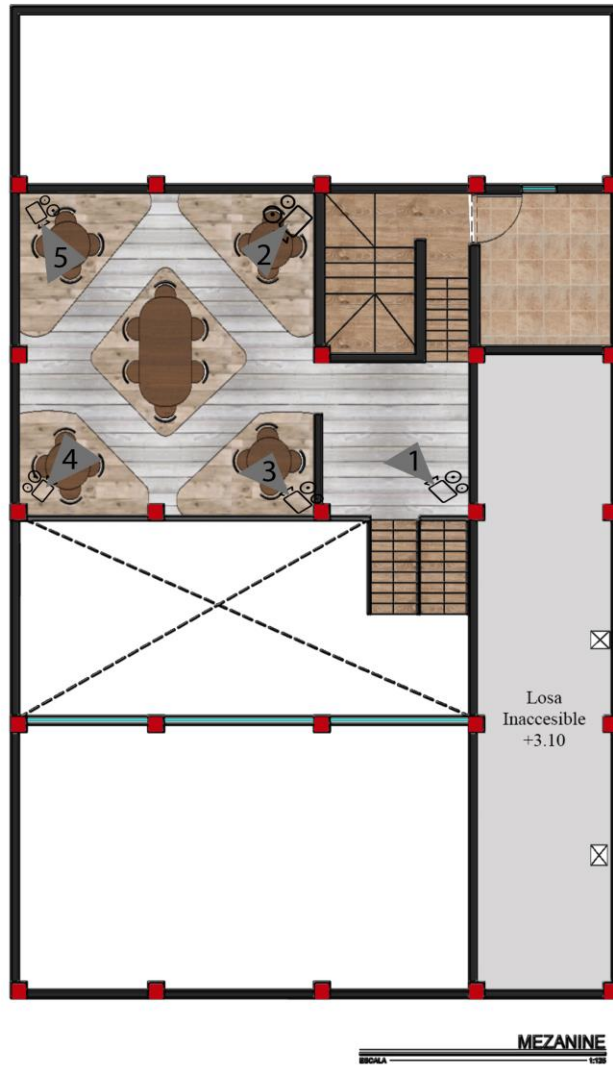


#5



 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS		
TEMA: "INTERIORISMO DEL RESTAURANTE LOS CUYES DE AMBATO, BASADO EN SU IMAGEN CORPORATIVA"		
CONTIENE: Planta ilustrada y Renders Planta Baja		
AUTOR:	CARLOS SALAZAR	TUTOR:
		ING. MG. GALO VITERI
FECHA:	AGOSTO, 2017	ESCALA:
		INDICADAS
LÁMINA:		26

PLANTA ILUSTRADA



RENDERS

#1



#2



#3



#4



#5



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES
CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS

TEMA:
"INTERIORISMO DEL RESTAURANTE LOS CUYES DE AMBATO,
BASADO EN SU IMAGEN CORPORATIVA"

CONTIENE:
Planta ilustrada y Renders Mesanine

AUTOR:
CARLOS SALAZAR

TUTOR:
ING. MG. GALO VITERI

FECHA:
Agosto, 2017

ESCALA:
INDICADAS

LÁMINA:
27

6.8. Presupuesto

Tabla 14:

Presupuesto Subsuelo

SUBSUELO			
Área de mesas			
Pisos de Madera			
Descripción	Cantidad	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Piso de madera Deck blanco	92.68 m2	\$12	\$1.112
Piso de madera Deck Nuez	47.05 m2	\$13.50	\$636
Paredes			
Pared de ladrillo obscuro Indira	91.85 m2	\$0.40	\$36.74
Pintura color siena	4 Galones	\$16.50	\$66
Mobiliario			
Sillas de madera	18 sillas	\$80	\$1.440
Mesas redondas de madera	5 mesas	\$120	\$600
Taburete de madera	2 taburetes	\$40	\$80
Mesón de mármol	1.86 m2	\$45	\$83.70
Lámparas			
Lámpara de suspensión de latón	16 lámparas	\$30	\$480
Reflector de aluminio	4 reflectores	\$8.50	\$34

Área de baños para discapacitados			
Equipamiento sanitario			
Inodoro greco	1 inodoro	\$150	\$150
Inodoro Vittoria	1 inodoro	\$160	\$160
Lavamanos Lisboa	1 lavamanos	\$51	\$51
Barras de apoyo	1 juego	\$70	\$70
Piso			
Cerámica Stone	3.79 m2	\$13	\$49.27
Pared			
Cerámica Ópalo Blanco	11 m2	\$10	\$110
Puertas			
Puertas de tablón de seike	1 Unidades	\$200	\$200
Lámparas			
Luminarias para empotrar	2 Unidades	\$30	\$60
SUB TOTAL			\$5,418

Tabla 15:
Presupuesto Planta Baja

PLANTA BAJA			
Área de mesas			
Pisos			
Descripción	Cantidad	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Porcelanatoblanco semilappato	23.72 m2	\$14	\$332.08
Piso de madera Deck Nuez	18.92 m2	\$13.50	\$255.42
Porcelanato cement rectificado	18 m2	\$12.50	\$225
Paredes			
Piedra CornerStick	58.54 m2	\$16	\$936.64
Láminas de madera para columnas	16 unidades	\$10	\$160
Listones de madera	70 unidades	\$20	\$1.400
Mobiliario			
Sillas de madera	20 sillas	\$80	\$1.440
Mesas redondas de madera	6 mesas	\$120	\$600
Perfileria			
Vidrio claro de 6 líneas (mm)	13.04 m2	\$26	\$339.04
Lámparas			
Lámpara de suspensión de latón	12 lámparas	\$30	\$480
Faroles colgantes	3 Unidades	\$45.41	\$136.26

Ornamentación			
Planta papiro	15 plantas	\$5.50	\$82.50
Hiedra trepadora	4.60 m2	\$3.00	\$13.80
Cocina			
Equipamiento			
Congelador	1 Unidad	\$554	\$554
Cocina industrial	1 Unidad	\$700	\$700
Fregadero industrial	1 Unidad	\$860	\$800
Campana de extracción	1 Unidad	\$960	\$960
Parilla para exterior	1 Unidad	\$1000	\$1000
Mesas auxiliares de acero inoxidable	3 Unidades	\$190	\$570
Refrigeradora	1 Unidad	\$450	\$450
Montaplatos	1 Unidad	\$3200	\$3200
Mobiliario			
Mesa auxiliar	2 unidades	\$290.15	\$584.30
Muebles bajos de cocina	3.50 m2	\$100	\$350
Muebles altos de cocina	8.38 m2	\$100	\$838
Piso			
Cerámica Magsini	53.91 m2	\$12	\$646.92
Pared			
Ladrillo amarillo	134.77 m2	\$0.40	\$53.91
Puertas			

Puertas corredizas de madera delantera	1 Unidad	\$200	\$400
Puerta de madera estilo rústico	1 Unidad	\$500	\$500
Lámparas			
Luminarias de empotrar	8 Unidades	\$40	\$320
Cubierta			
Cubierta de madera	1 unidad	\$5000	\$5000
Zona de recepción y caja			
Piso			
Piso de madera Deck blanco	30.87 m2	\$12	\$370.44
Pared			
Pared de ladrillo obscuro Indira	77.17 m2	\$0.40	\$30.86
Mobiliario			
Barra de madera	1 Unidad	\$513	\$513
Juego de Muebles estilo Rústico	1 Unidades	\$1500	\$1500
SUB TOTAL			\$25,7023

Tabla 16:
Presupuesto Mezanine

MEZANINE			
Área de mesas			
Pisos de Madera			
Descripción	Cantidad	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Piso de madera Deck blanco	21.88 m2	\$12	\$262.56
Piso de madera Deck Nuez	24.62 m2	\$13.50	\$332.37
Paredes			
Pared de ladrillo Indira	61.25 m2	\$0.40	\$24.50
Pintura color siena	4 Galones	\$16.50	\$66
Mobiliario			
Sillas de madera	18 sillas	\$80	\$1.440
Mesas redondas de madera	5 mesas	\$120	\$600
Lámparas			
Lámpara de suspensión de latón	16 lámparas	\$30	\$480
Reflector de aluminio	4 reflectores	\$8.50	\$34
Área de baños			
Equipamiento sanitario			
Inodoro greco	4 inodoro	\$150	\$600
Lavamanos Lisboa	3 lavamanos	\$51	\$153

Urinarios	1 piezas	\$70	\$70
Piso			
Cerámica Stone	19.73 m2	\$13	\$256.49
Pared			
Cerámica Ópalo Blanco	53.27 m2	\$10	\$532.71
Puertas			
Puertas de tablón de seike	4 Unidades	\$150	\$600
Lámparas			
Luminarias para empotrar	10 Unidades	\$30	\$300
SUB TOTAL			\$5.751

Tabla 17:
Precio Total

DESCRIPCIÓN	PRECIO TOTAL
Subsuelo	\$ 5,418
Planta Baja	\$ 25,702
Mezanine	\$ 5,751
Subtotal de Costos	\$ 36.871
Ganancia 20%	\$ 7,374
Imprevistos 5%	\$ 1.843
PRECIO FINAL	\$ 46,088

6.9 CONCLUSIONES

- Después de analizar el interiorismo del restaurante “Los Cuyes”, podemos darnos cuenta que el establecimiento cuenta con una mala distribución espacial, también posee una debilidad en la organización de su mobiliario, afectando así la circulación tanto para los clientes como para el personal del local.
- Se ha logrado establecer un diseño interior, mediante el proceso de creación de muebles, módulos y una adecuada circulación, en base a la substracción y repetición del logotipo, el cual parte de la imagen del cuy: sombrero, brazo, ojo y boca; siendo éstos los elementos gestores para su ejecución.
- Mediante el manual corporativo del restaurante, se llevó a cabo varias maneras de expresar sus características dentro de un diseño interior, llegando a transmitir la imagen del cuy plasmado en su mobiliario, por medio de sus colores, formas y materiales utilizados, lo cual conllevará a los clientes estar a gusto dentro del mismo; también ayudará a los dueños del restaurante hacerse conocer no solo por el servicio que se brinda, sino porque el establecimiento cuenta con una identidad propia alcanzando el objetivo de ser único y original.
- La aplicación de dicho manual también se expande a un mobiliario que garantizará la comodidad y seguridad tanto para el personal y sobre todo para la clientela que no solo será del país, se pensó que satisfacer el agrado de personas extranjeras ayudará a expandir la imagen no solo de un lugar para comer, sobretodo es la tradición de un país.

6.10 RECOMENDACIONES

- Realizar un análisis sobre los materiales adecuados que se debe aplicar en este tipo de edificaciones, es muy importante tener en cuenta la durabilidad, la resistencia, y los diferentes tipos de funciones que tiene un material para llegar así a la instalación de estos en el restaurante.
- Se considera tomar en cuenta la accesibilidad para personas con capacidades especiales, ya que la edificación cuenta con diferentes áreas a distintos niveles, se adecuo con diferentes equipos tanto para la circulación como para los servicios higiénicos.
- Del mismo modo se recomienda una adecuada condición térmica, en este caso el patio exterior existe una cubierta de policarbonato que con la radiación del sol produce una elevación de temperatura, de tal manera se adecuo un sistema de chimenea solar permitiendo el ingreso de aire frío y haciendo desalojar el aire caliente, dejando justamente un ambiente de confort en el interior.
- Por último se pide tomar en cuenta sobre los diferentes precios de materiales, equipamiento, mano de obra y de los diferentes costos que se realizará para intervenir en el diseño interior del restaurante.

BIBLIOGRAFÍA

- Aidahy. (2014). *Slideshare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/aidahyh/manual-de-identidad-mcdonalds>
- Arleco. (2015). *blogicasa*. Obtenido de <http://www.blogicasa.com/definicion-de-interiorismo/>
- Arqhys. (2012). *Arqhys.com*. Obtenido de <http://www.arqhys.com/construccion/madera-caracteristicas.html>
- Arqhys. (2013). *Diseño de interiores de restaurante*. Obtenido de <http://www.arqhys.com/disenio-de-interiores-de-restaurante.html>
- Callejas, F. (2005). *Plan de Ordenamiento Territorial Ambato 2020*. Ambato: Municipalidad del Cantón Ambato.
- Cubillos, C. (2012). *slideshare*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/CUBILLOS4366/manual-de-identidad-corporativa-13732998>
- Díaz, A. (2014). *prezi.com*. Obtenido de <https://prezi.com/vvta4qz470wq/interrelacion-de-formas/>
- Espinosa, R. (2014). *welcome to the marketing*. Obtenido de <http://robertoespinosa.es/2014/09/15/posicionamiento-de-marca-batalla-por-mente/>
- Fernández, J. (2004). *gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/compromiso-metas-empresariales/>
- Gamesa. (2011). *Identidad corporativa manual básico*. Obtenido de <http://www.gamesacorp.com/recursos/doc/comunicacion/identidad-corporativa/manual-de-identidad-corporativa.pdf>
- García, M. (2015). *brandemia*. Obtenido de <http://www.brandemia.org/kfc-renueva-su-imagen-corporativa>
- Hernández, P. (2011). *ecured*. Obtenido de https://www.ecured.cu/Comunicaci%C3%B3n_visual
- Jimenez, D. (2012). *http://dorisjimenezduran.blogspot.com*. Obtenido de http://dorisjimenezduran.blogspot.com/2012/08/historia-del-restaurante_9.html

- Jordan, R. (2016). *scribd.com*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/244301334/Unidad-1-Clasificacion-de-los-establecimientos-de-alimentos-y-bebidas-pdf>
- Llumiluisa, S. (2012). *comidatipicaecuador*. Obtenido de <http://comidatipicaecuador.blogspot.com/2012/11/cuy-asado.html>
- Mathew, R. (2015). *BLOGT que es Logotipo*. Obtenido de <https://www.hazhistoria.net/blog/%C2%BFqu%C3%A9-es-un-logotipo>
- Medina, A. (2015). *Jimdo.com*. Obtenido de <https://andrea-restaurant.jimdo.com/2015/10/27/clasificaci%C3%B3n-y-caracter%C3%ADsticas-de-los-establecimientos-de-alimentos-y-bebidas/>
- Ministerio de Turismo. (2014). *Ley de Turismo*. Quito: Ministerio de Turismo.
- Miranda, B. (2010). *brayanmj.blogspot*. Obtenido de <http://brayanmj.blogspot.com/2010/07/elementos-de-la-forma-y-composicion.html>
- Molina, M. (2015). *Propuesta de diseño de un paradero turístico con aplicación del esrilo rustico, ubicado en el canton Pillaro parroquia Santa Rita*. Pillaro.
- Montas, F. (2010). *monografias*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos63/origen-servicio-alimentos-bebidas/origen-servicio-alimentos-bebidas2.shtml>
- Morales, F. (2014). *manuelgroos*. Obtenido de <http://manuelgross.bligoo.com/conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa#.WHPy9lPhCpo>
- Moreno, A. (2014). *portafolio.co*. Obtenido de <http://www.portafolio.co/opinion/redaccion-portafolio/lealtad-empresarial-perseguido-alcanzado-56564>
- Navas, M. (2011). *Estética monografías*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos36/estetica/estetica.shtml>
- Pérez, A. (2012). *monografias.com*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos93/estructura-y-propiedades-madera/estructura-y-propiedades-madera.shtml>
- Pérez, J. (2013). *definicion.de*. Obtenido de <http://definicion.de/confort/>
- Puente, H. (2016). *ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS Y SU INFLUENCIA EN EL CRECIMIENTO COMERCIAL DE LOS TURBOCOMPRESORES AZUMI EN LA CIUDAD DE AMBATO*. Ambato.

- Rehilete, E. (2008). *elrehilete.wordpress.com*. Obtenido de <https://elrehilete.wordpress.com/tag/elementos-conceptuales/>
- Romero, A. (s/f). *abrir un restaurante*. Obtenido de <http://abrirunrestaurante.com/operaciones-en-un-restaurante/>
- Salazar, H. (2009). *slideshare*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/HernanSalazar/investigacin-bibliogrifica-2463165>
- Sampiere, H., & Fernández, R. (2003). *metodos-comunicacion.sociales*. Obtenido de <http://metodos-comunicacion.sociales.uba.ar/files/2014/04/Hernandez-Sampieri-Cap-1.pdf>
- Sandoval, I. (2014). *academia.edu*. Obtenido de http://www.academia.edu/8645236/Ensayo_4_-_Espacio_y_funcion_en_arquitectura
- Schumpeter. (2005). *Manual de Oslo*. Obtenido de <http://claseinnovacion.blogspot.com/2008/11/final-la-innovacin-y-schumpeter.html>
- Solís, M. (2015). *IDENTIDAD CORPORATIVA PARA EL POSICIONAMIENTO DE la marca motor en la ciudad de ambato*. Ambato.
- Sommaruga, M. (2003). *ci portal*. Obtenido de <http://www.ci-portal.de/identidad-corporativa/>
- Soto, B. (2013). *gestion.org*. Obtenido de <http://www.gestion.org/marketing/estrategias-ventas/34019/que-es-la-fuerza-de-ventas-en-la-empresa/>
- Thompson, I. (2010). *Marketing que es promocion*. Obtenido de <http://www.marketingintensivo.com/articulos-promocion/que-es-promocion.html>
- Unesco. (2000). *unesco.org*. Obtenido de <http://es.unesco.org/>
- Viera, D. (2015). *Repositorio UDLA*. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/4097/1/UDLA-EC-TLG-2015-09%28S%29.pdf>

ANEXOS

Encuestas

Preguntas:

1.- ¿Cuál es su género?

- Femenino ()
- Masculino ()

2.- ¿Cuál es su nacionalidad?

- Ecuatoriano ()
- Extranjero ()

3.- ¿Cuando sale de viaje, cuales son los lugares que usted visita con mayor frecuencia para alimentarse?

- Restaurantes ()
- Locales de comida rápida ()
- Puestos de comida ambulante ()

4.- ¿Prefiere la comida Nacional o Extranjera?

- Nacional ()
- Extranjera ()

5.- ¿Con que frecuencia visita un restaurante de comida nacional al mes?

- 1 vez ()
- 2 veces()
- Más de 3 veces()
- Nunca()

6.- ¿Qué comida típica es de su preferencia?

- Papas con Cuy ()
- Caldo de manguera ()

- Estofado de cordero ()

7.- ¿Conoce usted el restaurante “Los Cuyes” ubicados en Ficoa en la ciudad de Ambato?

- Si ()
- No ()

8.- ¿Considera que el restaurante tiene una buena imagen en la ciudad?

- Si ()
- No ()

9.- ¿Cómo calificaría Ud. al restaurante “Los Cuyes” de la ciudad de Ambato. Sabiendo que 1 es el calificativo más bajo y 3 es el calificativo excelente?

- 1 ()
- 2 ()
- 3 ()

10.- ¿Qué tanto cree que la imagen corporativa influya en el diseño interior del restaurante

- Mucho ()
- Poco ()
- Nada ()
- No conoce el tema ()

11.- ¿Cree usted que es importante el diseño interior del restaurante “Los Cuyes”

- Si ()
- No ()

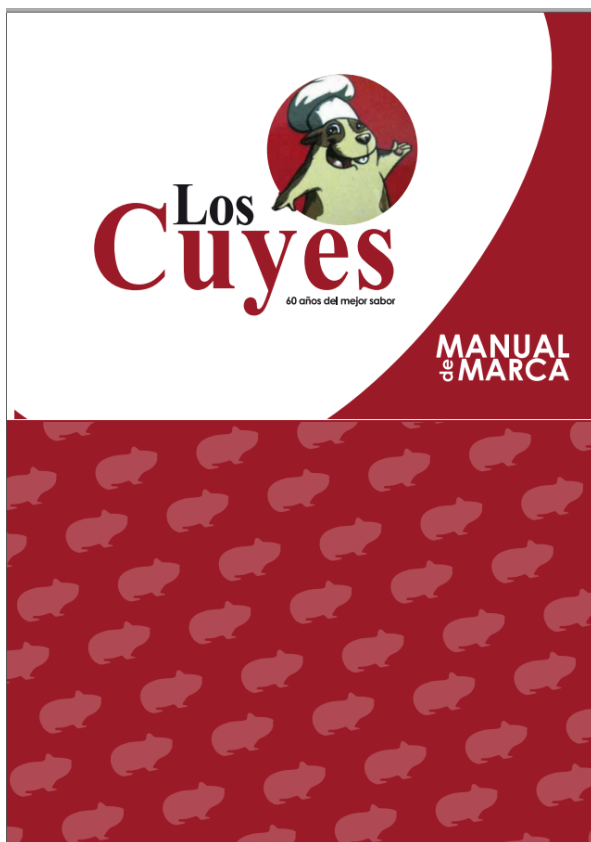
12.- ¿Qué piensa usted que es más importante dentro de un restaurante?

- Servicio ()
- Diseño interior ()
- Precios ()

13.- ¿Recomendaría a otras personas ir a utilizar los servicios que ofrece el restaurante “Los Cuyes”

- Si()
- No ()

Manual Corporativo restaurante “Los Cuyes”



CONTENIDO	
1.- ORGANIZACIÓN	
Descripción.....	5
Misión y Visión.....	6
Valores.....	7
Productos y Servicios.....	8
Público Objetivo.....	9
2.- ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD	
Concepto.....	11
Marca.....	12
3.- CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA	
Geometrización.....	14
Reticula.....	15
Marca Final.....	16
Variantes de la marca.....	17
Tamaño mínimo.....	18
Área autónoma.....	19
Marca positivo y negativo.....	20
Escala de grises.....	21
Colores corporativos.....	22
Tipografía.....	23
CONTENIDO	
4.- VARIANTES PARA LA APLICACIÓN DE LA MARCA	
Sobre fondo de color.....	25
Sobre fotografía.....	26
Usos incorrectos.....	27
5.- APLICACIONES DE LA MARCA	
Papelería Básica.....	29
Uniforme.....	31
Artículos promocionales.....	32
Packaging.....	33

ORGANIZACIÓN

Descripción

La mejor comida típica ecuatoriana en la ciudad de Ambato, con más de 60 años de experiencia en estas delicias gastronómicas. Estamos ubicados en Ficoa en uno de los barrios tradicionales. Nuestra especialidad son los cuyes asados, estos manjares se complementan con una deliciosa salsa de maní, papas y ensalada.

Misión

"Los Cuyes" es un restaurante especializado en comida ecuatoriana desde hace 60 años cuya misión es producir comida de calidad, está comprometido con la innovación y la creatividad superando las expectativas de nuestros clientes.

Visión

Ser reconocidos como un restaurante original, profesional y con principios éticos, que ofrece comida típica ambateña de excelencia, con un excelente servicio y calidad en nuestros productos, para lograr la consolidación en la preferencia de nuestros clientes.

Valores

COMPROMISO: demostrar vocación de servicio y calidad, ejerciendo el liderazgo necesario para dar cumplimiento a los objetivos de la organización, respetando el medio ambiente.

RESPONSABILIDAD: realizar los procesos de la manera correcta, para así lograrla satisfacción de nuestros clientes.

EFICIENCIA: se entregan resultados de la calidad cada día a todos los clientes.

TRABAJO EN EQUIPO: valoramos el aporte brindado por cada miembro del equipo de trabajo.

Productos y Servicios

Tenemos una amplia gama de platos de nuestra tierra que son degustados y reconocido por propios y extranjeros como son: conejo, gallina, caldos de gallina, habas, chaclo, ensaladas, fritada, mote con chicharon, llapingachos, etc.

Público Objetivo

El restaurante va dirigido para todos los moradores tanto de Ficoa, como residentes y extranjeros de la ciudad.

ELEMENTOS BÁSICOS de IDENTIDAD

Concepto

Tradición

Se ha trabajado este concepto de acorde a las características de los productos que ofrece LOS CUYES, que es la mejor comida típica ecuatoriana en la ciudad de Ambato, con más de 60 años de experiencia en estas delicias gastronómicas.

Marca

Usando un estilo realista de ilustración se ha buscado que el logotipo se fundamente en la imagen del cuy para enfatizar el producto que la empresa ofrece, además que el nombre toma importancia al estar centrado debajo de la imagen del roedor con un alto grado de importancia al mismo.

El logo es legible (en todos tipos de tamaños), reproducible (sin importar las condiciones materiales), escalable (al tamaño deseado), distinguible (no debe dar lugar a confusiones), y memorable (tiene que impactar para no ser olvidado).



Geometrización



La geometrización es el proceso de trasladar el diseño o propuesta aun plano bi y/o tridimensional, se hace necesario entender conceptos básicos para lograr una buena geometrización de la forma y de este modo pasar de procesos compositivos figurativos a sistemas compositivos abstruales.



Para la construcción de la retícula se tomó en cuenta el valor de x la altura de la letra "o" del artículo "LOS", debido a que esta letra es la más adecuada en cuanto a dimensiones proporcionales.

Marca Final



Usando un estilo realista de ilustración se ha buscado que el logotipo se fundamente en la imagen del cuy para enfatizar el producto que la empresa ofrece además que el nombre toma importancia al estar junto a la imagen con un alto grado de importancia.

Versiones de la marca



Versiones única

La versión se la hace con el isotipo en la parte superior derecha y tipografía bajo el mismo generando así simetría y estabilidad a quien lo observe, es una versión que tiene múltiples aplicaciones.

Tamaño mínimo



En caso de requerir mayores reducciones, se deberán hacer pruebas de impresión para verificar su óptima legibilidad y nitidez.

Área autónoma



El área autónoma tiene un espacio de $1x$, tomado en cuenta el valor de $x=0$, a cada lado debe tener este espacio para realizar las diferentes aplicaciones del logotipo, el mismo que no podrá ser invadido por ningún elemento externo, y así tener un área de respeto para que el mismo pueda observarse de forma clara.

Positivo y negativo



Las siguientes versiones de color como es el blanco y negro, o positivo y negativo es útil al momento de sobreponer el imagotipo en un fondo claro como también en oscuro.

Con esto el imagotipo es fácil de identificar y no se tendrá dificultad para observarlo.

Escala de grises



La escala de grises se la utiliza en casos de excepción; por ejemplo, cuando la tecnología no permita una aplicación a full color.

Colores corporativos

Los colores corporativos son el rojo, negro, marrón y perla.

ROJO: El rojo es un color caliente. Se asocia con el fuego, la violencia y la guerra. También se asocia con el amor y la pasión.

NEGRO: El negro tiene dos lados, el lado positivo, que es comúnmente asociado con el poder, la elegancia y la formalidad.

MARRÓN: El color marrón indica naturaleza, madera y utilidad. Debido a su calidez y neutralidad, es utilizado en logos relacionados a la construcción y leyes.

PERLA: Es un color que está asociado a la luz y a la claridad, a la pureza y a las causas positivas.

C	M	Y	K
25	98	85	23
0	0	0	100
62	53	80	47
28	7	42	0
R	G	B	
155	26	39	
26	23	27	
75	73	46	
198	211	157	
Pantone			
	Pantone 704 U		
	Pantone 419 C		
	Pantone Neutral Black U		
	Pantone 579 U		

Tipografía

Tipografía Corporativa

La legibilidad con letras mayúsculas y minúsculas con tipografía Times New Roman, que da elegancia y correcta lectura, el interlineado que separa correctamente para que no se genere alguna confusión entre letra y letra.

Times New Roman

Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890() /&%=,;!;

Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890() /&%=,;!;

Tipografía Complementaria

Se utiliza la tipografía Century Gothic en el eslogan y el manual de marca.

Century Gothic

Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890() /&%=,;!;

Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890() /&%=,;!;

Sobre fotografía



Usos incorrectos

La rotación de la tipografía o reducción de la misma de tamaño **no está permitida**, esto altera el sentido del logo en conjunto.

En los ejemplos de la parte inferior observe como cambia la posición tanto del logotipo como la tipografía.



VARIANTES PARA APLICACIÓN MARCA

Sobre fondos de color

Primarios



Secundarios



de la
APLICACIONES
MARCA

Papejería Básica

Tarjeta de presentación
Cara anterior Cara posterior



Hoja membretada



Uniforme



Camiseta blanca Camiseta polo blanca

Uniforme



Artículos Promocionales



Bocetos

