ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

“Percepción del diseño biofílico y su influencia con la permanencia de los usuarios en cafeterías de Lima”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ARQUITECTURA DE INTERIORES

PRESENTADA POR

Campo Codina, Maria Celeste
DNI: 74880406, Perú

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y MARKETING DIGITAL

PRESENTADA POR

Carrera Perez, Mathias Francisco
DNI: 74572263, Perú

ASESOR

Karin Del Rocio Vargas Torres
DNI: 18011433, Perú
ORCID: 0009-0003-3642-7313

JURADO

Lamas Gonzalez,Susana Cecilia
Portilla Campos, Duncan Mauricio
Robles Montes, Victor Adrián

Lima, Mayo 2026

Reporte de Similitud

G6_MARIA CAMPO%2C MATHIAS CARRERA .docx.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:576591416

Fecha de entrega
9 abr 2026, 1:30 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
9 abr 2026, 6:54 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
G6_MARIA CAMPO, MATHIAS CARRERA .docx.pdf

Tamaño del archivo
10.8 MB

59 páginas

12.606 palabras

74.287 caracteres

4% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado

Fuentes principales

3%	Fuentes de Internet
0%	Publicaciones
3%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Dedicatorias

Me dedico este logro a mí misma, por la dedicación y el compromiso que puse en cada etapa de este proceso. Por confiar en mis capacidades, mantenerme constante y dar lo mejor de mí para alcanzar esta meta. Este resultado refleja mi disciplina y mis ganas de seguir creciendo, y hoy celebro tanto lo logrado como todo lo que soy capaz de construir a partir de aquí. Además, reconozco mi enfoque y organización para llevar este proceso de manera eficiente y cumplir cada objetivo propuesto. Este logro es también un impulso para seguir creando, aprendiendo y proyectando nuevas metas profesionales.

Maria Celeste Campo Codina

A mis padres, por ser mi soporte inquebrantable. Gracias por comprender mis amanecidas, calmar mi estrés en cada cierre de ciclo y enseñarme el valor del esfuerzo. Este logro y cada sacrificio valieron la pena; este título es tan mío como de ustedes. También a mis amigos y compañeros de ruta, por ser mi mejor equipo creativo. Gracias por no dejarme tirar la toalla cuando la presión subía y por acompañarme en este camino lleno de retos. Estos años de perseverancia y exigencia me han demostrado que las mejores ideas nacen de la resiliencia y que el verdadero éxito está en nunca dejar de intentarlo.

Mathias Francisco Carrera Pérez

Agradecimiento

Agradezco a mi asesora de tesis por su orientación y acompañamiento durante el desarrollo de esta investigación. Asimismo, me agradezco a mí misma por la dedicación, el compromiso y la constancia con los que llevé a cabo este proceso. De manera especial, agradezco a esa persona que sabe quién es, por haber estado presente incluso en un tiempo corto, brindándome apoyo, aliento y motivación para no desistir; por confiar siempre en mí y recordarme que lo lograría, incluso cuando yo misma dudaba. Tiene un lugar infinito en mi corazón.

Maria Celeste Campo Codina

A mis profesores, por ser el espacio donde descubrí el verdadero impacto de la publicidad. Gracias por retar mis briefs, pulir mis ideas y prepararme para la cancha real del mercado. A mis papás y a mi familia, mi verdadero motor. Gracias por aguantar mi estrés, entender mis ausencias en semanas de entregas y darme aliento. Finalmente, a mis amigos, mi equipo y a la mesa de Homies FM. Gracias por las risas y por sobrevivir conmigo a tantos proyectos, desde los Kombu-Shots hasta las campañas interminables. Ustedes hicieron que cada trasnochada valiera la pena.

Mathias Francisco Carrera Pérez

Resumen Ejecutivo

El crecimiento de las cafeterías como espacios de permanencia ha impulsado el estudio del diseño biofílico y su influencia en la experiencia del usuario, aún poco explorada en Lima. Esta investigación cualitativa, de enfoque aplicado y diseño exploratorio, utilizó entrevistas y observación para analizar percepciones de usuarios frecuentes. Los resultados evidencian que elementos como la vegetación, la luz natural y la materialidad orgánica generan bienestar, reducen el estrés y mejoran la concentración. Asimismo, el confort ambiental influye directamente en la decisión de permanecer más tiempo. En conclusión, el diseño interior (diseño biofílico) se posiciona como un factor clave para potenciar la experiencia, el bienestar y la permanencia del usuario en las cafeterías.

Palabras Clave

Biofilia, experiencia del usuario, experiencia de permanencia, cafeterías y materialidad.

Tabla de Contenidos

Reporte de Similitud 2
Dedicatorias 3
Agradecimiento 4
Resumen Ejecutivo **5**
Capítulo I: Introducción 8
1.1. Problema de Investigación 8
1.2. Vacío en el Conocimiento 9
1.3. Justificación de la Investigación 10
Capítulo II: Revisión de la literatura 12
2.1. Estado del Arte 12
2.2. Marco Teórico 18
Capítulo III: Propósitos y fundamentos de la investigación 20
3.1. Objetivo General 20
3.2. Objetivos Específicos 20
3.3. Pregunta General 20
3.4. Preguntas Específicas 20
3.5. Proposición General 20
3.6. Proposiciones Específicas 21
Capítulo IV: Metodología 22
4.1. Tipo y enfoque de investigación 22
4.2. Diseño metodológico 23
4.3. Participantes o casos de estudio 24
4.4. Técnicas e instrumentos 25
4.5. Procedimiento 26
Capítulo V: Resultados 28
5.1. Valoración de elementos biofílicos y materialidad orgánica 28
5.2. Percepción de confort térmico, lumínico y acústico. 30
5.3. Impacto emocional y restauración psicológica del entorno 32
5.4. Dinámicas de socialización y productividad en el espacio 35
5.5. Determinantes del confort espacial en la experiencia de permanencia. 37
Capítulo VI: Discusión 41
Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones 47
7.1. Conclusiones 47
7.2. Recomendaciones para futuras investigaciones 48
Referencias 50
Anexos 58
Anexo 1: Guía de Entrevista 58

Índice de Tablas y Figuras

Figura 1 Valoración de elementos biofílicos y materialidad orgánica en cafeterías de Lima 31

Figura 2 Percepción de confort térmico, lumínico y acústico. 33

Figura 3 Impacto emocional y restauración psicológica del entorno 35

Figura 4 Impacto emocional y restauración psicológica del entorno 38

Figura 5 Determinantes del confort espacial en la experiencia de permanencia 39

Capítulo I: Introducción

1.1. Problema de Investigación

El crecimiento de las cafeterías como espacios de socialización, trabajo y permanencia han generado un mayor interés por comprender cómo el diseño interior influye en la experiencia del usuario. Diversos estudios evidencian que la incorporación de elementos naturales en estos espacios puede impactar positivamente en el bienestar emocional, la satisfacción y el comportamiento de los clientes, aunque aún existe una limitada exploración específica en contextos de cafeterías (Quan et al., 2025). En este sentido, los espacios comerciales han evolucionado hacia entornos experienciales que buscan generar vínculos emocionales más profundos con los usuarios. Sin embargo, aunque el diseño biofílico ha demostrado favorecer la conexión con el entorno y mejorar la percepción del espacio, su relación directa con la permanencia de los usuarios aún no ha sido suficientemente abordada (Yusuff et al., 2023). Asimismo, en el contexto contemporáneo, los espacios interiores no solo cumplen funciones utilitarias, sino que también buscan generar experiencias significativas que influyan en el comportamiento del usuario. La literatura señala que el diseño del espacio, incluyendo su atmósfera y elementos sensoriales, puede generar sensaciones de conexión, bienestar y arraigo que influyen en la experiencia y fidelización del cliente (Bruckberger et al., 2023). No obstante, desde la disciplina de la arquitectura interior, aún se requiere profundizar en cómo estos elementos, particularmente los biofílicos, contribuyen a mejorar la calidad de permanencia en espacios de uso cotidiano como las cafeterías. En este marco, comprender la relación entre diseño interior y bienestar resulta clave, ya que estrategias como la integración de la naturaleza han demostrado favorecer la restauración física y mental de los usuarios en distintos entornos interiores (Colenberg & Jylhä, 2022).

1.2. Vacío en el Conocimiento

El estudio del diseño interior comercial ha logrado avances significativos al evaluar cómo los espacios físicos responden a las necesidades utilitarias de los usuarios. Sin embargo, la literatura actual revela un vacío importante, ya que son escasos los estudios que examinan cómo la elección de materiales sostenibles influye directamente en la percepción del consumidor dentro del entorno de las cafeterías (Aulia et al., 2025). Esta limitación académica dificulta la comprensión integral de los mecanismos psicológicos que operan cuando las personas interactúan con espacios destinados a la socialización y el consumo cotidiano. Por consiguiente, existe una necesidad imperante de investigar la aplicación del diseño biofílico en estos locales para determinar cómo la integración de estímulos naturales afecta la experiencia gastronómica y el comportamiento de los clientes (Ibrahim et al., 2024).

De manera paralela, la comprensión de los factores ambientales que logran prolongar la estadía de las personas en los comercios sigue siendo un área con grandes oportunidades de exploración empírica. Aunque las cafeterías centradas en la naturaleza son cada vez más populares, existe una notable escasez de investigaciones que midan cómo estos atributos físicos impactan en el bienestar emocional y generan un comportamiento de aproximación positivo en los visitantes (Quan et al., 2025). La falta de evidencia cualitativa enfocada en este fenómeno limita la capacidad de establecer correlaciones directas entre el confort espacial y la decisión voluntaria de extender una visita comercial. Ante esta brecha, resulta fundamental generar nuevos conocimientos que exploren cómo la inclusión de la naturaleza opera no solo como un atractivo estético, sino como una estrategia vital para aumentar el tiempo de permanencia y fomentar la intención de retorno (Kansal & Rana, 2024).

1.3. Justificación de la Investigación

El estudio del diseño biofílico en cafeterías resulta necesario en el contexto del sector creativo, ya que estos espacios se han consolidado como entornos clave de interacción social, experiencia sensorial y construcción de identidad contemporánea. En este sentido, la incorporación de elementos naturales en interiores comerciales no solo responde a una tendencia estética, sino que contribuye a mejorar el bienestar, la percepción del espacio y el comportamiento del usuario, generando experiencias más significativas (Kansal & Rana, 2024; Yildirim et al., 2024). Asimismo, el sector creativo enfrenta el reto de diseñar espacios que trasciendan la funcionalidad y se orienten hacia experiencias integrales que conecten emocionalmente con los usuarios. Sin embargo, aún existe una limitada comprensión sobre cómo estas estrategias biofílicas impactan específicamente en variables conductuales como la permanencia en espacios de consumo cotidiano (Hermansyah et al., 2025; Aulia et al., 2025).

En esta línea, investigar la percepción del diseño biofílico permite aportar conocimiento relevante para el desarrollo de propuestas innovadoras dentro de la arquitectura interior y el diseño de experiencias. La evidencia señala que elementos como la luz natural, la vegetación y los materiales orgánicos no solo favorecen la restauración cognitiva y emocional, sino que también influyen en la satisfacción y el tiempo de permanencia de los usuarios en espacios comerciales (Yildirim et al., 2024; Kansal & Rana, 2024). Además, en un contexto donde la sostenibilidad y la identidad de marca son factores diferenciadores, el diseño biofílico se posiciona como una estrategia que integra valores ambientales, emocionales y comerciales. Por ello, comprender su impacto en cafeterías contribuye a fortalecer el rol del diseño como herramienta estratégica dentro del sector creativo, vinculando experiencia,

sostenibilidad y comportamiento del usuario (Aulia et al., 2025; Hermansyah et al., 2025).

Capítulo II: Revisión de la literatura

2.1. Estado del Arte

A nivel global, la implementación del diseño biofílico se ha consolidado como una estrategia esencial para cerrar la brecha entre las organizaciones y el mundo natural, promoviendo la sostenibilidad y el bienestar emocional de los ocupantes mediante una conexión profunda entre naturaleza y cultura (Alabdali et al., 2024). En el ámbito de los servicios gastronómicos, la integración de elementos naturales en el diseño interior permite mejorar significativamente la experiencia del comensal, generando un impacto psicológico positivo que eleva tanto la satisfacción del cliente como su percepción de la calidad del espacio (Ibrahim et al., 2024). Asimismo, las investigaciones contemporáneas subrayan que estos entornos restauradores no solo optimizan la atmósfera del lugar, sino que fomentan una mayor inmersión del usuario y fortalecen su intención de dar continuidad a la permanencia dentro de las instalaciones (Lee & Park, 2025). Finalmente, el análisis de casos específicos demuestra que el contacto con la naturaleza en entornos de hospitalidad actúa como un estímulo conductual que despierta la identidad proambiental del consumidor, consolidando un vínculo emocional que influye en su comportamiento dentro del establecimiento (Wang et al., 2025).

El análisis de este fenómeno es fundamental para el diseño de interiores contemporáneo, ya que permite a los creativos equilibrar la estética con la comodidad del cliente y la responsabilidad ambiental mediante la selección estratégica de materiales naturales (Mourya & Nigam, 2025). Integrar estas estrategias biofílicas en el campo creativo no solo mejora la calidad espacial, sino que responde a la necesidad de diseñar entornos que promuevan activamente el bienestar fisiológico y psicológico en diversas tipologías arquitectónicas (Alsarhan & Mahmoud, 2026). Asimismo, desde una perspectiva comercial y creativa, comprender el impacto de la atmósfera es vital

porque influye directamente en el valor hedónico percibido y en el fortalecimiento de la lealtad del usuario hacia el espacio (Ortegón-Cortázar & Royo-Vela, 2023). Por último, el estudio de esta problemática faculta a los diseñadores para proponer entornos con cualidades restauradoras capaces de mitigar el estrés, transformando los espacios cotidianos en áreas que promueven integralmente la salud de las personas (Chodor, 2024).

Diversas investigaciones han explorado cómo la integración de la naturaleza en los espacios construidos genera emociones positivas y confort, consolidándose como una estrategia sostenible fundamental para mejorar la percepción del bienestar humano (Oliveira Pagano et al., 2021). En el sector de servicios, se ha evidenciado que el diseño biofílico actúa como un estímulo ambiental que no solo atrae al usuario, sino que también fomenta una identificación más profunda con el entorno y promueve comportamientos responsables (Wang et al., 2025). Específicamente en el ámbito de los locales de comida y bebida, el análisis de las configuraciones espaciales revela que la autenticidad de los elementos naturales es crucial para influir positivamente en la experiencia y en la calidad del diseño interior (Afara et al., 2024). Por último, la aplicación de tecnologías neurocientíficas ha permitido corroborar que las geometrías de inspiración biológica provocan respuestas fisiológicas favorables, lo cual valida la efectividad del diseño biofílico para optimizar la habitabilidad en entornos arquitectónicos contemporáneos (Macruza et al., 2024).

Diversas investigaciones en el sector de la hospitalidad emplean diseños cuantitativos mediante el uso de cuestionarios con escalas Likert y análisis de trayectoria para medir el impacto estadístico del entorno físico en la satisfacción del cliente (Mansueto et al., 2025). Paralelamente, se aplican técnicas de revisión sistemática y análisis bibliométrico que permiten sintetizar cualitativamente la

evolución global del diseño biofílico e identificar áreas críticas para futuras investigaciones (Tekin et al., 2025). Algunos estudios adoptan enfoques mixtos que combinan entrevistas semiestructuradas con expertos para el desarrollo de indicadores cualitativos y el uso de modelos de ecuaciones estructurales (PLS-SEM) para validar datos recolectados en entornos comerciales (Elshaer et al., 2025). Por último, se observa el uso de métodos cualitativos basados en la revisión de literatura técnica y el análisis descriptivo de casos arquitectónicos para explorar cómo la integración de materiales naturales influye en la experiencia y el bienestar del usuario (Olorunsegun et al., 2024).

Los estudios enfocados en cafeterías de naturaleza demuestran que los atributos del entorno impactan positivamente en el bienestar emocional y la satisfacción, lo que deriva en una clara intención de revisita y comportamientos de aproximación positiva por parte del cliente (Quan et al., 2025). En el ámbito de la hospitalidad, se ha comprobado que el diseño de interiores biofílicos mejora significativamente las respuestas emocionales de los usuarios y su percepción sobre la calidad general del servicio ofrecido (Elshaer et al., 2025). Complementariamente, el análisis de las atmósferas biofílicas revela que estas incrementan el valor hedónico y utilitario percibido, funcionando como un elemento mediador crucial para consolidar la lealtad del consumidor hacia el espacio físico (Ortegón-Cortázar & Royo-Vela, 2023). Finalmente, la investigación científica resalta que los beneficios para la salud derivados del diseño biofílico se logran a través de interacciones multisensoriales que reducen el estrés y mejoran la recuperación psicológica en diversos entornos interiores (Yin et al., 2024).

A pesar de la amplia evidencia sobre los beneficios del diseño biofílico terapéutico, la mayor parte de la literatura se ha limitado a analizar contextos clínicos o de la salud, dejando un vacío significativo respecto a la evaluación de sus efectos

restaurativos en espacios comerciales de uso voluntario y cotidiano (Al Khatib et al., 2024). Asimismo, existe una notable carencia de investigaciones empíricas que apliquen marcos estructurados de evaluación sobre el cambio conductual y emocional para comprender cómo las intervenciones físicas en el entorno logran modificar las decisiones de los usuarios (Broc et al., 2024). Adicionalmente, los estudios previos han descuidado el análisis de cómo estos atributos ambientales alteran los patrones socioculturales urbanos, siendo indispensable investigar de qué manera el entorno construido puede fomentar la cohesión y prolongar la interacción de las personas en un mismo lugar (Zhang & Dimitrijevic, 2025). Por consiguiente, resulta imperativo explorar desde un enfoque cualitativo cómo la integración de esta atmósfera natural impacta en el bienestar emocional del consumidor limeño, generando un comportamiento de aproximación que explique directamente la extensión de su tiempo de permanencia (Quan et al., 2025).

En el ámbito del diseño arquitectónico contemporáneo, la integración de sistemas de construcción inteligentes y materiales energéticamente eficientes ha surgido como una práctica innovadora para potenciar los principios biofílicos y maximizar el confort espacial (Yasar & Öktem Erkartal, 2025). Como respuesta a recientes cambios sociales y la adaptación a nuevos hábitos, los locales comerciales han evolucionado para convertirse en espacios alternativos de trabajo que exigen circulaciones ergonómicas y rediseños estructurados en la naturaleza (Alabdali et al., 2024). Asimismo, frente al acelerado estilo de vida actual impulsado por la tecnología que genera sobrecarga cognitiva y estrés, la creación de entornos restaurativos se ha consolidado como una innovación indispensable para facilitar la recuperación mental del usuario (Yusuf et al., 2024). Finalmente, estas intervenciones interiores se alinean con las nuevas prácticas globales de sostenibilidad y movilidad activa, donde la promoción del contacto

constante con áreas verdes o espacios urbanos amigables mejora drásticamente el bienestar psicológico y la experiencia integral de las personas (Cudicio et al., 2024).

En primer lugar, la literatura establece como concepto fundamental al diseño biofílico, definido como la estrategia arquitectónica de incorporar deliberadamente elementos de la naturaleza en los espacios cerrados para generar impactos positivos en el bienestar físico y psicológico de las personas (Deniz & Terim Çavka, 2024). Asociado a esta práctica, surge el concepto de calidad ambiental interior, el cual abarca la optimización de atributos físicos como la iluminación y la estética visual para garantizar el máximo confort sensorial y la satisfacción del visitante dentro de un establecimiento (Abdulaali et al., 2025). Por su parte, la percepción espacial del entorno construido se identifica como un catalizador esencial para la identidad de lugar, logrando que los individuos desarrollen un arraigo emocional profundo hacia los ambientes recreativos o de socialización (Zhang, 2025). Finalmente, la convergencia de esta conexión emocional y el valor percibido del espacio consolida la intención de comportamiento del consumidor, una variable indispensable que explica cómo las atmósferas enriquecidas retienen a los clientes y extienden voluntariamente su tiempo de permanencia (Elshaer et al., 2025).

Al analizar la literatura actual, se evidencia un marcado sesgo metodológico hacia el uso de modelos estadísticos cuantitativos aplicados a grandes superficies comerciales, lo cual limita la comprensión cualitativa y fenomenológica de cómo la atmósfera natural afecta al consumidor en espacios más íntimos (Ortegón-Cortázar & Royo-Vela, 2023). Asimismo, dentro del sector de la hospitalidad gastronómica, predomina un enfoque orientado a evaluar las innovaciones de diseño ambiental en entornos exclusivos o restaurantes ubicados en azoteas, dejando un vacío sobre la experiencia del usuario en locales de uso cotidiano y prolongado como las cafeterías

(Elshaer et al., 2025). Por otro lado, surge una contradicción en el estudio de los materiales constructivos, ya que gran parte de la investigación prioriza exclusivamente la optimización de sus características mecánicas y de resistencia estructural, ignorando el impacto sensorial y emocional que el uso de texturas físicas puede generar en la permanencia de los ocupantes (Khan et al., 2023). Finalmente, se detecta una divergencia disciplinar en el tratamiento de los elementos naturales, pues diversos estudios analizan la vegetación desde una perspectiva estrictamente ecológica o biológica en ecosistemas aislados, aislando las variables ambientales sin contemplar las dinámicas socioculturales que surgen al integrar dicha naturaleza viva en el diseño interior (Zhou et al., 2023).

La literatura revisada respalda la primera proposición al confirmar que la integración de materiales orgánicos, como la madera, constituye un estímulo táctil y visual que los usuarios perciben como un componente esencial para enriquecer cualitativamente su experiencia espacial (Kotradyová & Vavrinsky, 2025). Asimismo, la evidencia sostiene la segunda proposición al demostrar que la interacción multisensorial con el diseño interior natural genera respuestas fisiológicas y psicológicas que propician estados profundos de relajación, bienestar y confort (Yin et al., 2024). En sintonía con estas ideas, la valoración positiva de la experiencia se ve justificada empíricamente al observar que la presencia de vegetación actúa como un espacio de sanación emocional que fortalece la conexión del cliente con el entorno gastronómico (Kerdiati et al., 2025). Finalmente, estos hallazgos fundamentan de manera sólida la proposición general de la investigación al evidenciar que las características arquitectónicas fundamentadas en la biofilia impactan directamente en el comportamiento del visitante, motivándolo a prolongar de forma voluntaria su tiempo de estadía y su intención de permanencia en el lugar (Thampanichwat et al., 2026).

2.2. Marco Teórico

La hipótesis de la biofilia constituye la base fundamental de este fenómeno, sugiriendo que la integración de elementos naturales en el diseño interior es esencial para cerrar la brecha entre las organizaciones y el mundo natural (Alabdali et al., 2024). Este enfoque se complementa con la Teoría de la Restauración de la Atención, la cual sostiene que la interacción multisensorial con estímulos naturales favorece significativamente los estados de recuperación psicológica y reducción del estrés en los ocupantes (Yin et al., 2024). Asimismo, la creación de entornos restauradores permite transformar los espacios de uso cotidiano en áreas que promueven activamente la salud física y el bienestar emocional de los visitantes (Chodor, 2024). Finalmente, el uso de geometrías biofílicas y patrones fractales en la arquitectura contemporánea permite optimizar la habitabilidad al generar respuestas neurofisiológicas favorables que mejoran la percepción del espacio (Macruza et al., 2024).

El modelo del *Servicescape* explica cómo las dimensiones ambientales y espaciales del entorno físico actúan como estímulos críticos que determinan la satisfacción y la percepción del servicio por parte del cliente (Mansueto et al., 2025). Dentro de este marco, el diseño biofílico influye positivamente en el valor hedónico y utilitario percibido, lo cual funciona como un mediador clave para fortalecer la lealtad y el compromiso del usuario con el lugar (Ortegón-Cortázar & Royo-Vela, 2023). Además, se ha demostrado que estas atmósferas naturales actúan como inductores conductuales que despiertan la identidad proambiental del consumidor y fomentan comportamientos de ciudadanía verde dentro del establecimiento (Wang et al., 2025). Por consiguiente, la mejora en la calidad de vida y el bienestar emocional percibidos en estos entornos influyen directamente en la intención de revisita y en la decisión voluntaria de prolongar el tiempo de permanencia (Quan et al., 2025).

La implementación práctica de estas corrientes se rige por los patrones de diseño biofílico que buscan conectar visual y no visualmente al ser humano con la naturaleza a través de la arquitectura y el interiorismo (Olorunsegun et al., 2024). En el diseño de interiores para el sector gastronómico, el uso de materiales naturales como la madera resulta fundamental para equilibrar la estética espacial con el confort táctil y la responsabilidad ambiental (Mourya & Nigam, 2025). No obstante, la literatura advierte que los diseñadores deben priorizar la autenticidad de los elementos biofílicos frente a las réplicas artificiales para garantizar un impacto positivo real en la experiencia y percepción del comensal (Afara et al., 2024). Finalmente, la creación de marcos sostenibles para evaluar estos interiores permite integrar de manera innovadora la vegetación y la luz natural, consolidando la cafetería como un entorno de sanación y conexión emocional profunda (Elshaer et al., 2025).

Capítulo III: Propósitos y fundamentos de la investigación

3.1. Objetivo General

Analizar la percepción de los usuarios frente al diseño biofílico en cafeterías de Lima y cómo esta percepción se relaciona con su tiempo de permanencia en el lugar.

3.2. Objetivos Específicos

Identificar los elementos de diseño biofílico presentes en cafeterías de Lima desde la percepción de los usuarios.

Explorar cómo los usuarios interpretan y experimentan los elementos biofílicos en relación con su bienestar y confort espacial.

Analizar cómo la percepción del diseño biofílico se vincula con la decisión de permanencia y el tiempo de estadía en las cafeterías.

3.3. Pregunta General

¿Cómo se relaciona la percepción del diseño biofílico con la experiencia de permanencia de los usuarios en las cafeterías de Lima?

3.4. Preguntas Específicas

¿Qué elementos de diseño biofílico son percibidos por los usuarios en las cafeterías de Lima?

¿Cómo interpretan los usuarios los elementos biofílicos en relación con su bienestar, confort y experiencia espacial?

¿Cómo se relaciona la percepción del diseño biofílico con la decisión de los usuarios de permanecer y prolongar su estadía en las cafeterías de Lima?

3.5. Proposición General

Las experiencias de bienestar, confort y conexión con el entorno, derivadas de la percepción del diseño biofílico, actúan como los factores centrales que propician y extienden el tiempo de permanencia de los usuarios en las cafeterías.

3.6. Proposiciones Específicas

Los elementos de diseño biofílico, como la presencia de vegetación, luz natural y materiales orgánicos, son percibidos por los usuarios como componentes que enriquecen la experiencia espacial.

La interacción con elementos biofílicos favorece sensaciones de bienestar, relajación y confort, influyendo positivamente en la valoración de la experiencia espacial.

La percepción favorable que produce el diseño biofílico contribuye a que los usuarios prolonguen su tiempo de estadía y desarrollen una mayor intención de permanencia en las cafeterías.

Capítulo IV: Metodología

4.1. Tipo y enfoque de investigación

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, debido a que el propósito central fue comprender las percepciones, significados y experiencias subjetivas de los usuarios en relación con el diseño biofílico. En lugar de buscar la medición de variables numéricas o la generalización estadística de los datos, este enfoque permitió explorar la profundidad de las vivencias sensoriales y emocionales que emergen en el espacio de la cafetería. De este modo, se priorizó la recolección de discursos y narrativas que revelaron cómo los elementos naturales influyen en la psique del visitante, permitiendo un análisis detallado de fenómenos que, como señala la literatura actual, impactan positivamente en el bienestar y la satisfacción del cliente (Ibrahim et al., 2024).

Por su naturaleza, el estudio se definió como una investigación aplicada, ya que se orientó hacia la resolución de un problema real y vigente dentro del campo creativo de la arquitectura de interiores. El trabajo buscó generar conocimiento práctico que permitiera a los diseñadores y gestores de espacios comerciales optimizar la experiencia gastronómica y fomentar comportamientos de aproximación positivos a través de estímulos naturales. Al abordar el vacío existente sobre cómo los materiales sostenibles y los atributos físicos influyen en el comportamiento del consumidor, esta investigación proporcionó pautas estratégicas que vinculan el confort espacial con la decisión voluntaria de extender la visita, transformando la teoría biofílica en soluciones tangibles para el sector de las cafeterías en Lima (Kansal & Rana, 2024).

Finalmente, este enfoque permitió interpretar cómo los participantes construyeron sentido en torno al fenómeno estudiado, otorgando un valor fundamental a

la interacción entre el individuo y su entorno naturalizado. A través de la observación y las entrevistas en profundidad, se logró descifrar la manera en que los usuarios otorgaron significados de "arraigo", "restauración" y "conexión" a los espacios habitados, superando la visión meramente utilitaria del diseño interior. Esta perspectiva interpretativa fue crucial para entender que la permanencia no es solo una variable de tiempo, sino una construcción emocional derivada de una atmósfera sensorial que promueve la salud física y mental, tal como lo sugieren los marcos contemporáneos sobre entornos restauradores (Quan et al., 2025; Colenberg & Jylhä, 2022).

4.2. Diseño metodológico

La investigación se fundamentó en un diseño de estudio cualitativo exploratorio, el cual permitió abordar el fenómeno de la biofilia en el contexto de las cafeterías de Lima desde una perspectiva inicial y flexible. Este diseño resultó idóneo debido a la naturaleza del vacío de conocimiento detectado, donde la relación entre los estímulos naturales y la decisión voluntaria de permanencia aún no había sido suficientemente profundizada desde la arquitectura interior. Al ser un estudio exploratorio, se priorizó el descubrimiento de matices, significados y patrones emergentes sobre la experiencia del usuario, sentando las bases para una comprensión más rica de cómo el entorno naturalizado opera como una estrategia vital para el bienestar emocional y la intención de retorno (Kansal & Rana, 2024; Quan et al., 2025).

Este diseño fue adecuado para los fines del estudio, ya que se centró en un grupo reducido y selecto de participantes, lo que facilitó una inmersión profunda en sus discursos, valoraciones y comportamientos espaciales. En lugar de buscar una representatividad estadística, el enfoque permitió capturar la complejidad de los mecanismos psicológicos que se activan cuando las personas interactúan con materiales

orgánicos y elementos naturales en espacios de socialización (Ibrahim et al., 2024). Al trabajar con una muestra pequeña, se logró una mayor proximidad con el sujeto de estudio, permitiendo que las experiencias individuales sobre el confort y el arraigo fueran analizadas con un nivel de detalle que los métodos cuantitativos suelen omitir.

Para la recolección de datos, se utilizaron de manera complementaria dos técnicas fundamentales: la entrevista semiestructurada y la observación bajo un enfoque de etnografía ligera. Las entrevistas permitieron obtener testimonios directos sobre la percepción sensorial y el bienestar percibido, otorgando a los usuarios la libertad de expresar cómo la atmósfera biofílica influía en su satisfacción. Por otro lado, la etnografía ligera facilitó el registro de comportamientos reales y patrones de uso del espacio en las cafeterías, permitiendo contrastar lo expresado por los participantes con sus acciones físicas. Esta triangulación de técnicas fue esencial para establecer el vínculo entre el diseño del espacio y la experiencia de permanencia, validando la importancia de la atmósfera y los elementos sensoriales en la fidelización del cliente (Bruckberger et al., 2023; Colenberg & Jylhä, 2022).

4.3. Participantes o casos de estudio

Se entrevistaron a tres personas cuyas edades oscilaron entre los 20 y 35 años, quienes se desempeñaban en actividades que les permitían trabajar o estudiar de manera remota. Todos los participantes acudían con frecuencia a cafeterías de Lima, con una asistencia mínima de dos veces por semana. Durante sus visitas, permanecían en el establecimiento por periodos prolongados, generalmente entre una y dos horas o más. Además, se caracterizaban por consumir productos del lugar de forma recurrente mientras desarrollaban sus actividades.

Este perfil fue seleccionado debido a que los entrevistados mantenían una relación constante y significativa con el espacio de la cafetería, lo que permitió obtener percepciones más profundas sobre el diseño biofílico. Su permanencia prolongada facilitó la identificación de factores espaciales que influían en su decisión de quedarse más tiempo. Asimismo, el hecho de realizar actividades como trabajar, estudiar o reunirse evidenció una interacción activa con el entorno interior. En conjunto, estas características permitieron comprender cómo los elementos biofílicos incidieron en la experiencia del usuario y en su permanencia dentro del espacio.

4.4. Técnicas e instrumentos

Para la recolección de datos, se aplicó la técnica de la entrevista cualitativa, para lo cual se diseñó una guía de entrevista conformada por preguntas abiertas que permitieron explorar a profundidad las percepciones y experiencias subjetivas de los usuarios. Este instrumento facilitó un diálogo descriptivo y fluido sobre el ambiente de las cafeterías limeñas, otorgando a los participantes la libertad de detallar cómo los elementos naturales, la iluminación y la materialidad influían directamente en su sensación de comodidad y en su decisión de extender su tiempo de estadía.

Previo a la ejecución de las entrevistas en el campo, el instrumento fue sometido a un riguroso escrutinio académico para garantizar su rigor metodológico. La magister Karin Vargas Torres, realizó una validación de contenido, evaluando minuciosamente la claridad, pertinencia y coherencia de cada una de las preguntas formuladas. Este proceso de evaluación experta aseguró que la guía estuviera estrictamente alineada con los objetivos de la investigación, garantizando que el instrumento lograra capturar de manera fidedigna la relación entre el diseño biofílico y el bienestar emocional del consumidor.

De manera complementaria, se llevó a cabo una observación directa de corte etnográfico dentro de los espacios comerciales estudiados con el fin de triangular la información recolectada. Mediante esta técnica, se registraron sistemáticamente los comportamientos, las interacciones de los clientes con el entorno y los elementos visuales relevantes que configuraban la atmósfera del lugar. Este instrumento de registro in situ permitió documentar empíricamente cómo las características físicas y sensoriales del espacio impactaban en las dinámicas sociales y en la calidad de permanencia real de los usuarios en su cotidianidad.

4.5. Procedimiento

El procedimiento metodológico inició con la consolidación y definición del problema de investigación y sus respectivos objetivos, centrados en comprender a profundidad la relación entre los estímulos naturales y el tiempo de estadía en los espacios comerciales. A partir de esta base teórica, se procedió a la elaboración de la guía de entrevista semiestructurada, asegurando que el instrumento permitiera explorar las vivencias sensoriales del usuario. Posteriormente, se llevó a cabo la selección y el contacto directo con los tres participantes, aplicando criterios de inclusión específicos para garantizar la riqueza de los datos; durante esta fase, se les explicó la naturaleza del estudio y se gestionó la aceptación del consentimiento informado para asegurar el rigor ético de la investigación.

La fase de recolección de datos se ejecutó mediante la aplicación de las entrevistas en profundidad, las cuales fueron grabadas en audio con la autorización de los participantes para capturar con total fidelidad sus discursos, narrativas y emociones sin interferir en la fluidez del diálogo. De manera simultánea y complementaria, se desarrolló la observación en contexto bajo el enfoque de etnografía ligera dentro de las

cafeterías limeñas seleccionadas. Durante estas visitas in situ, se realizó un registro exhaustivo mediante notas de campo y la captura de imágenes, documentando empíricamente los comportamientos de los usuarios, sus interacciones físicas con los materiales orgánicos y los patrones reales de uso del espacio.

Finalmente, la etapa de procesamiento analítico comenzó con la transcripción textual y la organización sistemática de la información recopilada en los audios y las bitácoras de observación. Seguidamente, se ejecutó un proceso de codificación temática, el cual permitió la identificación de categorías emergentes y patrones recurrentes en los discursos, tales como las sensaciones de arraigo, restauración y conexión espacial. Este minucioso análisis interpretativo culminó con la redacción final de los resultados, donde se vincularon de manera directa y argumentativa los hallazgos del trabajo de campo con los objetivos y las proposiciones cualitativas formuladas al inicio de la investigación.

Capítulo V: Resultados

5.1. Valoración de elementos biofílicos y materialidad orgánica

La categoría define la manera en que los usuarios identifican y otorgan un valor especial a los componentes de la naturaleza presentes en el diseño interior de las cafeterías. Para los participantes, la presencia de elementos como vegetación natural, madera y luz no son simples adornos, sino factores que determinan la calidad del espacio. Esta valoración es fundamental para la investigación, ya que confirma que el usuario de Lima busca refugios visuales y táctiles que contrasten con la rigidez urbana. Como menciona uno de los entrevistados: *"Si veo plantas de verdad, me da la sensación de que el sitio está vivo... me encanta cuando usan madera, como que le da un toque más rústico y acogedor"* (Entrevistado 1). Esta preferencia por lo auténtico sugiere que la materialidad orgánica es el primer filtro de aceptación del espacio.

En segundo lugar, la conexión entre esta categoría y la experiencia del usuario se manifiesta a través de la calidez que transmiten los materiales naturales. Los discursos revelan que la madera y la iluminación natural son interpretadas como herramientas de confort que reducen la frialdad de los espacios comerciales convencionales. Al respecto, se destaca que estos elementos transforman la percepción del entorno, haciéndolo sentir más familiar y menos institucional: *"Siento que la madera y las plantas ayudan un montón a que el lugar no se sienta frío... me hace sentir más tranquilo"* (Entrevistado 2). Este hallazgo es crucial para el estudio, pues demuestra que la materialidad orgánica actúa como un puente emocional que conecta la estética del diseño con el estado de ánimo positivo del visitante.

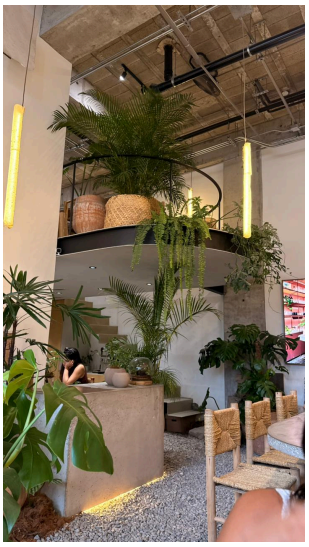
Finalmente, la valoración de estos elementos se vincula directamente con la intención de permanencia, ya que los usuarios asocian la presencia de naturaleza con un

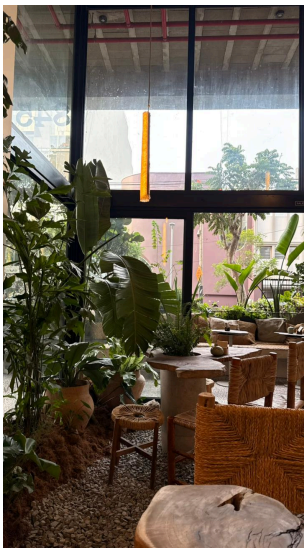
entorno saludable y fresco. La investigación identifica que el rechazo a materiales sintéticos, como el plástico, refuerza la importancia de lo biofílico para retener al cliente en el espacio. Un participante fue enfático al señalar: *"Si usan plantas de plástico llenas de polvo, creo que me cambia la perspectiva completamente... si se siente un ambiente fresco con plantas, me quedo"* (Entrevistado 3). Por lo tanto, la materialidad orgánica no solo cumple una función decorativa, sino que se posiciona como una estrategia de diseño esencial para generar el bienestar necesario que motiva al usuario a prolongar su estancia en la cafetería.

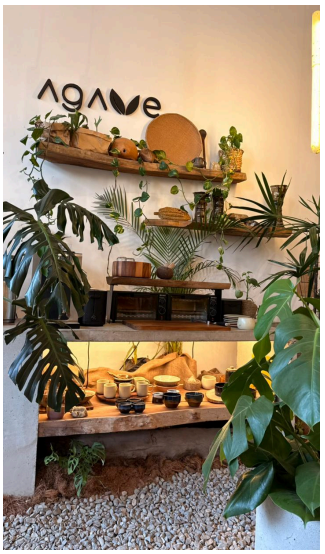
En la figura 1 se evidencia que los elementos biofílicos presentes en las cafeterías observadas, tales como la incorporación de vegetación natural, el uso de materiales como madera y piedra, así como la presencia de iluminación natural, generan en los usuarios percepciones positivas asociadas al bienestar, la calma y la comodidad. Asimismo, se identifica que la materialidad orgánica contribuye a reforzar la sensación de conexión con la naturaleza, influyendo favorablemente en la experiencia espacial. Estos hallazgos permiten interpretar que la adecuada integración de dichos elementos no solo cumple una función estética, sino que también incide en la permanencia de los usuarios dentro del establecimiento.

Figura 1.

Valoración de elementos biofílicos y materialidad orgánica en cafeterías de Lima







Nota: Fotografías tomadas durante el trabajo de campo en cafeterías de Lima, 2026. Elaboración propia.

5.2. Percepción de confort térmico, lumínico y acústico.

La categoría de percepción lumínica revela que la iluminación actúa como un factor determinante en la habitabilidad del espacio y la prolongación de la estadía en las cafeterías. Los usuarios evidencian un rechazo inmediato hacia la luz artificial invasiva, describiéndola como un elemento que agota visualmente y reduce el tiempo de visita. En las entrevistas se señala una aversión compartida hacia las "luces blancas tipo hospital" (Entrevistas 2 y 3) o la "iluminación agresiva" que genera cansancio (Entrevista 1). En contraste, la iluminación cálida y el aprovechamiento de la luz natural se perciben como un respiro que reduce el estrés; de hecho, la luz solar es descrita "como un imán" que invita a bajar el ritmo, propiciando un ambiente acogedor que favorece la concentración y la permanencia prolongada.

Respecto al confort acústico, la investigación demuestra que el paisaje sonoro es un habilitador esencial para las dinámicas de socialización y productividad del usuario. Un entorno ruidoso o mal distribuido representa una carga cognitiva que interrumpe los procesos del cliente e impulsa su rápida salida, especialmente cuando el espacio obliga a escuchar "hasta el que respira al costado" (Entrevista 3). Por el contrario, para que el diseño fomente el arraigo, se requiere una acústica adecuada que permita "conversar sin esfuerzo y que el ambiente no se sienta saturado" (Entrevista 1). Los usuarios valoran que la música ambiental se mantenga en un "volumen tipo chill" y que los sonidos generales no interfieran con sus pensamientos ni bloqueen el desarrollo de sus ideas (Entrevista 2).

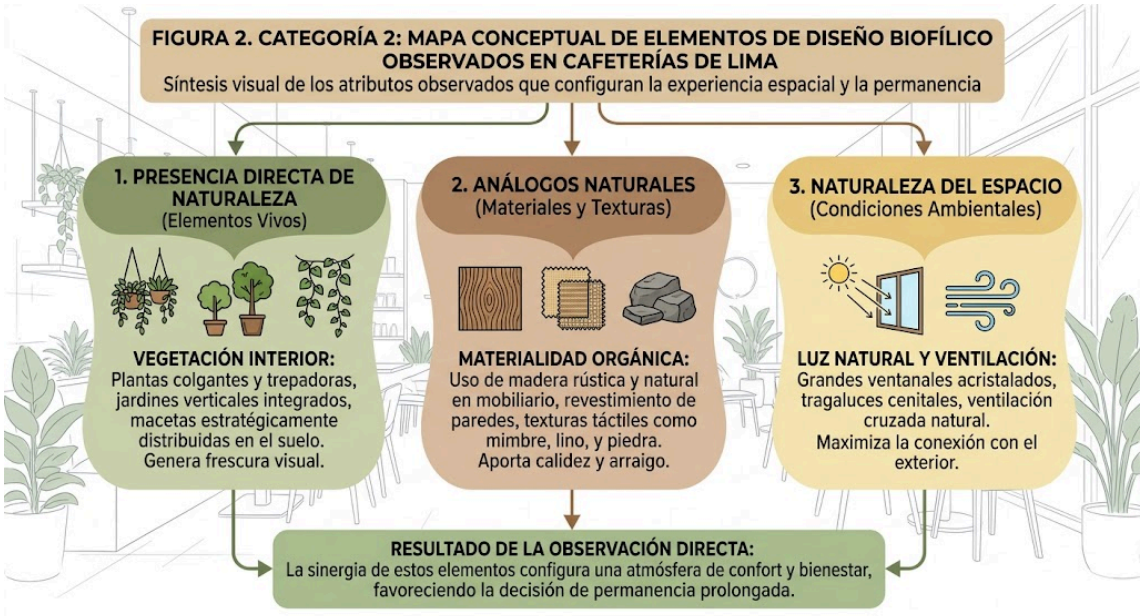
Finalmente, la percepción del confort térmico y la sensación general de frescura operan como el filtro definitivo que consolida la intención de estadía. La integración espacial de la vegetación y la ventilación natural transforman la percepción climática del lugar, aportando una "sensación de frescura integrada" que contrarresta la dureza de la ciudad (Entrevista 1). Los participantes asocian directamente la presencia de plantas vivas y el aire fresco con espacios que "están vivos" y transmiten paz (Entrevista 2). Por el contrario, la falta de regulación térmica provoca el abandono inmediato del establecimiento; si el lugar se percibe apretado y con un "calor insoportable", el cliente opta por consumir rápidamente y retirarse (Entrevista 3), corroborando que el confort físico es indispensable para crear un entorno restaurador.

En la figura 2 se evidencia el resultado de la observación directa realizada en las cafeterías, sistematizando los elementos físicos que configuran esta experiencia espacial a través de tres ejes del diseño biofílico. En primer lugar, se constató la *Presencia Directa de Naturaleza* mediante el uso de vegetación interior, como jardines verticales y plantas colgantes, que aportan frescura visual al entorno. En segundo lugar, se

identificaron los *Análogos Naturales* a través de una materialidad orgánica destacada, predominando el uso de madera rústica y texturas táctiles en el mobiliario, lo cual inyecta calidez a la atmósfera. Por último, se registró la *Naturaleza del Espacio*, caracterizada por estrategias de confort ambiental como ventanales amplios y tragaluces que garantizan la entrada de luz natural y ventilación cruzada. La sinergia de estos tres componentes confirma empíricamente que el diseño del entorno es el catalizador que motiva a los usuarios a extender su permanencia.

Figura 2.

Percepción de confort térmico, lumínico y acústico.



***Nota**:* Síntesis visual de cómo la integración de elementos vivos, materiales orgánicos y luz natural configura el confort espacial que prolonga la estadía del usuario. Generado con ayuda de la inteligencia artificial.

5.3. Impacto emocional y restauración psicológica del entorno

Esta categoría hace referencia a cómo los usuarios experimentan cambios en su estado emocional y mental a partir de las cualidades espaciales de la cafetería, especialmente aquellas vinculadas al diseño biofílico. A partir de las entrevistas, se

evidencia que los espacios no solo cumplen una función operativa, sino que influyen directamente en la sensación de bienestar, relajación y equilibrio mental. Por ejemplo, un entrevistado señala que los espacios con vegetación y luz natural “me ayudan a bajar el ritmo y a concentrarme mejor, se siente como un pequeño respiro dentro de la ciudad”, mientras que otro menciona que “cuando entro a un lugar que se respira naturaleza, mi cerebro hace click y se desestresa casi como arte de magia”. Estas percepciones reflejan cómo el entorno puede actuar como un agente restaurador frente al estrés cotidiano.

Asimismo, esta categoría se conecta directamente con la investigación al evidenciar que la percepción del diseño biofílico no es únicamente estética, sino profundamente emocional y cognitiva. Los usuarios describen cómo ciertos elementos espaciales contribuyen a modificar su estado de ánimo, favoreciendo procesos como la concentración, la creatividad y la permanencia prolongada. En este sentido, un participante indica que “un café bien resuelto en iluminación, materialidad y confort cambia el estado de ánimo y prolonga la experiencia”, mientras que otro afirma que “mi estado de ánimo cambia totalmente, me pongo más creativo y me concentro sin sentir esfuerzo”. Esto demuestra que el diseño interior influye directamente en la experiencia subjetiva del usuario y en su disposición a habitar el espacio por más tiempo.

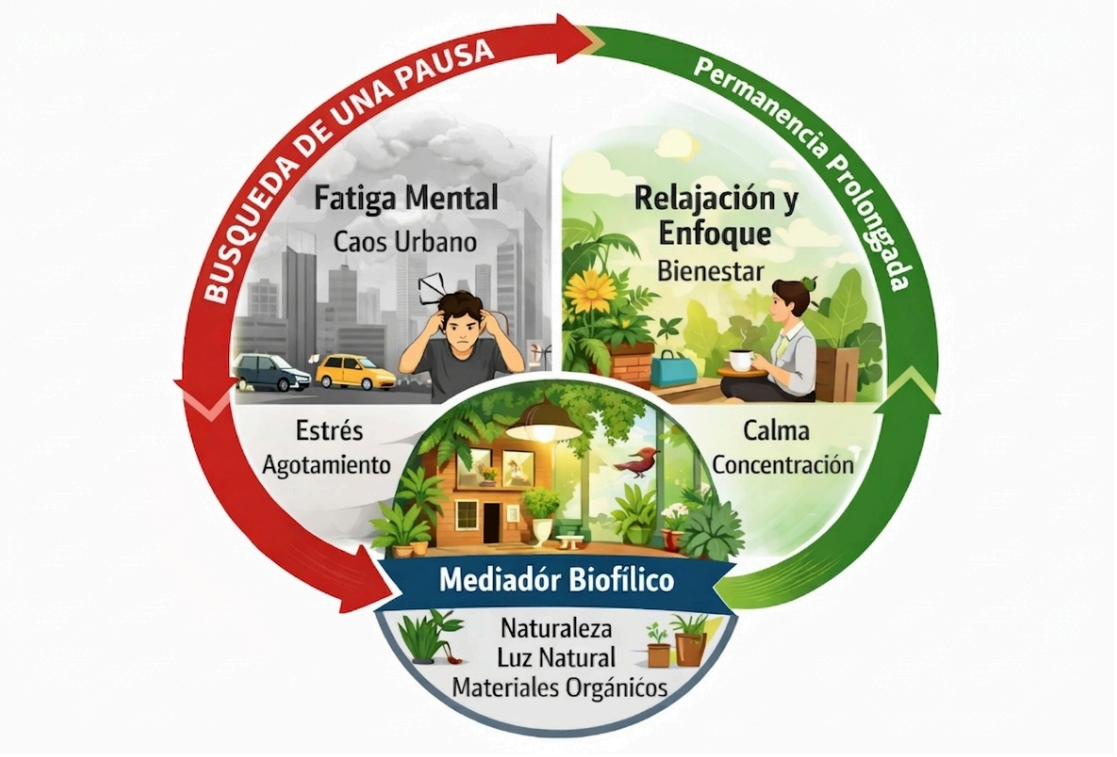
Por otro lado, los hallazgos también revelan que la restauración psicológica está vinculada a la sensación de desconexión del entorno urbano y a la creación de atmósferas que evocan calma y refugio. Los entrevistados perciben las cafeterías con elementos naturales como espacios de escape frente al caos exterior. En palabras de uno de ellos, “es como entrar en una burbuja de tranquilidad, te desconecta del caos de la calle”, mientras que otro señala que estos espacios “no te agobian, te inspiran y hacen que pierdas la noción del tiempo”. Estas experiencias evidencian que el diseño biofílico

no solo reduce la fatiga mental, sino que también genera una experiencia inmersiva que favorece el bienestar integral del usuario.

En la figura 3 se evidencia el proceso de restauración psicológica del usuario a través de un esquema circular que sintetiza el tránsito desde un estado inicial de fatiga mental, asociado al caos urbano, hacia un estado de relajación, concentración y bienestar. Este proceso está mediado por la incorporación de elementos biofílicos como la vegetación, la luz natural y la materialidad orgánica, los cuales actúan como catalizadores del cambio emocional. La representación gráfica permite comprender de manera clara cómo la experiencia espacial no es lineal, sino cíclica, reforzando la relación entre percepción ambiental y comportamiento del usuario. En este sentido, la restauración psicológica se vincula directamente con la decisión voluntaria de permanencia prolongada, ya que un usuario que experimenta bienestar dentro del espacio tiende a quedarse más tiempo y a establecer un vínculo positivo con el lugar.

Figura 3.

Impacto emocional y restauración psicológica del entorno



Nota: Generado con ayuda de la inteligencia artificial. Esta figura sintetiza de manera visual y clara el tránsito del usuario desde un estado de fatiga mental (el caos urbano) hacia un estado de relajación y enfoque gracias al contacto con los elementos naturales (el mediador biofílico). El modelo circular facilita la comprensión del proceso de restauración psicológica y cómo este se conecta directamente con la decisión voluntaria de permanencia prolongada.

5.4. Dinámicas de socialización y productividad en el espacio

La categoría "Dinámicas de socialización y productividad en el espacio" agrupa las percepciones de los usuarios sobre cómo el diseño interior, específicamente la atmósfera biofílica, facilita el trabajo individual y las interacciones grupales, impactando directamente en la decisión de prolongar la visita. En el ámbito de la productividad, se evidencia que los elementos naturales actúan como catalizadores de la concentración y el rendimiento cognitivo, al reducir la fatiga mental. El Entrevistado 2 destaca que, al ingresar a un lugar que respira naturaleza y posee buena luz, su cerebro *"se desestresa casi como arte de magia"*, permitiéndole ponerse *"más creativo"* y fluir mejor con sus ideas. En esta misma línea, el Entrevistado 1 afirma que la integración de luz natural y vegetación le ayuda *"a bajar el ritmo y a concentrarme mejor"*, lo que confirma que un entorno arquitectónico adecuado transforma la cafetería en un refugio productivo que propicia estadías extensas frente a la carga de la ciudad.

Por otro lado, en cuanto a la socialización y el trabajo colaborativo, la investigación demuestra que una atmósfera naturalizada y acogedora elimina las fricciones del entorno, propiciando encuentros grupales prolongados. Cuando el confort físico y visual es óptimo, las barreras del tiempo se desdibujan. Un claro ejemplo de

este fenómeno lo expone el Entrevistado 3, quien relata cómo un ambiente biofílico fue el escenario perfecto para un proyecto creativo con amigos: *"Nos sentamos cerca de un tragaluz que tenía un montón de macetas colgantes, nos pusimos a pelotear ideas para nuestro podcast y cuando nos dimos cuenta, ya se nos había pasado toda la tarde ahí, que ni sentimos el tiempo"*. Esta fluidez para socializar también es respaldada por el Entrevistado 1, quien subraya que para reuniones es indispensable contar con una acústica y un mobiliario que permitan *"poder conversar sin esfuerzo"*, convirtiendo una pausa rápida en una permanencia duradera.

Finalmente, el análisis revela que la coexistencia exitosa de estas dinámicas exige un diseño espacial estratégico que ofrezca flexibilidad al usuario para transitar entre sus diferentes necesidades. La retención del cliente se maximiza cuando el entorno permite cambiar del enfoque privado a la apertura social sin tener que abandonar el establecimiento. El Entrevistado 2 explica esta exigencia al indicar que el lugar ideal debe tener *"los sectores bien pensados"*, combinando *"zonas un poco más privadas y otras zonas más sociables para que haya momentos que tengas que cambiar de mood"*. Esta distribución inteligente del espacio funciona como un *"gancho"* que ayuda a perder la noción del tiempo. En conjunto, estos testimonios sustentan la investigación al comprobar que el diseño biofílico no cumple un rol meramente decorativo, sino que estructura el comportamiento humano, motivando la permanencia al satisfacer integralmente los requerimientos de ocio y trabajo del consumidor.

En la figura 4 se evidencia el resultado de la observación respecto a cómo la distribución espacial y el diseño interior estructuran directamente las dinámicas de uso dentro de las cafeterías. Se constató en el campo la existencia de una zonificación estratégica facilitada por el mobiliario y los elementos biofílicos: por un lado, áreas con mesas compartidas y abundante luz natural que invitan a la socialización y al trabajo

colaborativo; y por otro, rincones más íntimos con iluminación focalizada que promueven la concentración individual. Asimismo, se observó que la disposición de las plantas funciona como un filtro visual y acústico, otorgando privacidad a los usuarios sin generar una sensación de encierro. Esta flexibilidad del entorno permite a los clientes adaptar el espacio a sus requerimientos cambiantes a lo largo del día, justificando empíricamente su decisión de extender el tiempo de estadía.

Figura 4.

Impacto emocional y restauración psicológica del entorno



Nota: Esquema visual que ilustra cómo la zonificación espacial y los elementos biofílicos facilitan las dinámicas de productividad y socialización, prolongando la estadía del usuario. Generado con ayuda de la inteligencia artificial.

5.5. Determinantes del confort espacial en la experiencia de permanencia.

Se define como el conjunto de variables físicas y sensoriales que actúan como filtros primarios para la habitabilidad del espacio. En esta investigación, el confort no se limita a la ergonomía, sino que se conecta con la capacidad del diseño para facilitar el

flujo de actividades sin generar estrés residual. Los hallazgos demuestran que elementos como la acústica y el mobiliario son fundamentales; por ejemplo, la Entrevista 1 destaca la importancia de la "comodidad del mobiliario y la acústica para poder conversar sin esfuerzo" , mientras que la Entrevista 3 refuerza que la decisión de quedarse depende de tener "asientos que no te maten la espalda" y un volumen que permita hablar sin gritar.

Asimismo, la investigación revela que la atmósfera lumínica es un factor decisivo que influye en el estado de ánimo y la duración de la visita. Existe un rechazo generalizado hacia los entornos saturados o con estéticas que recuerdan a espacios clínicos, lo cual interfiere con la intención de permanencia. El participante de la Entrevista 2 describe esta sensación al mencionar que un local con "luces blancas tipo hospital y paredes vacías" se siente como una sala de espera de la cual desea irse inmediatamente. En contraste, la Entrevista 1 señala que un café bien resuelto en iluminación y materialidad "cambia el estado de ánimo y prolonga la experiencia" , validando que el confort visual previene el agotamiento cognitivo.

Finalmente, la integración de elementos naturales actúa como un regulador térmico y emocional que transforma la cafetería en un entorno restaurador. La percepción de "frescura" y la reducción del ritmo urbano son beneficios directos que los usuarios asocian con la presencia de vegetación y luz natural. Según la Entrevista 3, rodearse de plantas y luz permite entrar en una "burbuja de tranquilidad" que ayuda a bajar las revoluciones y desconectarse del caos exterior. De igual forma, la Entrevista 2 corrobora que al ingresar a un lugar que respira naturaleza, el cerebro "se desestresa casi como arte de magia" , lo cual fomenta un consumo relajado y una estancia prolongada voluntaria.

En la figura 5 se evidencia el proceso fenomenológico donde el confort espacial actúa como el mediador crítico entre los estímulos del entorno y la respuesta conductual del usuario en las cafeterías de Lima, evidenciando que la deficiencia en los determinantes del confort no solo provoca el abandono inmediato del espacio, sino que genera consecuencias negativas a largo plazo como la pérdida de reputación y la nula recomendación. El modelo categoriza los atributos físicos en una dicotomía donde elementos positivos, como la luz natural y la zonificación inteligente, son procesados por el usuario para construir una respuesta sensorial de bienestar y conexión emocional, transformando el diseño en un filtro determinante que mitiga el estrés urbano (Yin et al., 2024). Finalmente, esta interacción valida la eficacia de la atmósfera biofílica al consolidar la decisión de permanencia voluntaria y la intención de revisita, advirtiendo que la gestión inadecuada de estos estímulos dispara conductas de rechazo que comprometen tanto la lealtad del cliente como la viabilidad comercial y el posicionamiento de la marca en el sector gastronómico (Lee & Park, 2025; Quan et al., 2025).

Figura 5.

Determinantes del confort espacial en la experiencia de permanencia.



Nota: La deficiencia en los determinantes del confort no solo provoca el abandono inmediato del espacio, sino que genera consecuencias negativas a largo plazo para el establecimiento, como la pérdida de reputación y la nula recomendación por parte del usuario. Generado con ayuda de la inteligencia artificial.

Capítulo VI: Discusión

Los resultados de esta investigación demuestran que los usuarios en Lima valoran la vegetación natural y la madera no como meros ornamentos, sino como determinantes críticos de la calidad espacial y refugios frente a la rigidez urbana. Este hallazgo coincide con lo expuesto por Ibrahim et al. (2024), quienes sostienen que la integración de elementos naturales en el diseño interior eleva significativamente la percepción de la calidad del espacio y la satisfacción del cliente. Asimismo, la preferencia por materiales auténticos para evitar la frialdad institucional corrobora lo planteado por Afara et al. (2024), quienes subrayan que la autenticidad de los elementos naturales es crucial para influir positivamente en la experiencia del usuario. En consecuencia, la valoración positiva de la materialidad orgánica en las cafeterías locales respalda la idea de que estos entornos funcionan como espacios restauradores capaces de mitigar el estrés cotidiano (Chodor, 2024).

La interpretación de estos hallazgos permite alcanzar el objetivo de determinar cómo la percepción de la materialidad orgánica actúa como un puente emocional que vincula la estética del diseño con el estado de ánimo del visitante. Se evidencia que elementos como la madera y la iluminación natural transforman el entorno en un espacio familiar y saludable, lo cual incrementa el valor hedónico percibido por el consumidor (Ortegón-Cortázar & Royo-Vela, 2023). Esta conexión es fundamental para el estudio, ya que demuestra que el bienestar derivado de la atmósfera biofílica motiva directamente un comportamiento de aproximación y la decisión voluntaria de extender la estadía (Quan et al., 2025). De este modo, se valida el objetivo general al confirmar que la configuración de entornos con cualidades naturales es una estrategia de diseño esencial para fortalecer la intención de permanencia de los usuarios (Lee & Park, 2025).

Los hallazgos de esta investigación demuestran que el confort ambiental, específicamente el rechazo a la iluminación artificial invasiva y la valoración de la luz natural como un "imán", coincide con la necesidad de optimizar los atributos físicos para garantizar la satisfacción del visitante (Abdulaali et al., 2025). Asimismo, la percepción de un paisaje sonoro adecuado que evite la carga cognitiva refuerza lo planteado por Yusuf et al. (2024), quienes sostienen que la creación de entornos restaurativos es indispensable para facilitar la recuperación mental frente al estrés tecnológico actual. Por otro lado, la asociación de la frescura térmica con la presencia de plantas vivas corrobora que los beneficios del diseño biofílico se logran mediante interacciones multisensoriales que reducen el estrés fisiológico (Yin et al., 2024). En consecuencia, los resultados de este estudio validan la efectividad de las geometrías y configuraciones de inspiración biológica para optimizar la habitabilidad y las respuestas fisiológicas favorables en el usuario (Macruza et al., 2024).

La interpretación de estos resultados permite alcanzar el objetivo de identificar cómo el confort físico actúa como el filtro definitivo que consolida la intención de estadía en las cafeterías limeñas. Se evidencia que la sinergia entre la iluminación cálida, la acústica equilibrada y la ventilación natural transforma el espacio en un entorno restaurador que fomenta una mayor inmersión del usuario (Lee & Park, 2025). Esta conexión emocional con la atmósfera es vital para el cumplimiento de los objetivos, ya que influye directamente en el valor hedónico percibido y fortalece la lealtad hacia el establecimiento comercial (Ortegón-Cortázar & Royo-Vela, 2023). Finalmente, el estudio confirma que cuando el diseño logra mitigar el estrés ambiental, se despierta un comportamiento de aproximación que explica directamente la extensión voluntaria del tiempo de permanencia (Quan et al., 2025).

Los resultados de esta investigación demuestran que la percepción de las cafeterías como una "burbuja de tranquilidad" coincide plenamente con la Teoría de la Restauración de la Atención, la cual sostiene que el contacto con la naturaleza favorece la recuperación psicológica y la reducción del estrés (Yin et al., 2024). La capacidad del entorno para "bajar el ritmo" y mejorar la concentración de los usuarios ratifica que los espacios restauradores no solo optimizan la atmósfera, sino que fomentan una mayor inmersión y conexión emocional del comensal con el lugar (Lee & Park, 2025). Asimismo, el rechazo identificado hacia los estímulos sensoriales agresivos y espacios saturados refuerza la necesidad planteada por la literatura de proponer entornos con cualidades restauradoras capaces de mitigar el estrés urbano (Chodor, 2024). En consecuencia, los hallazgos validan de manera empírica que el diseño biofílico en cafeterías de Lima actúa como un recurso estratégico que eleva la satisfacción del cliente y su percepción de bienestar fisiológico (Alsarhan & Mahmoud, 2026).

La interpretación de estos hallazgos permite cumplir con el objetivo de determinar cómo el impacto emocional derivado de la atmósfera natural influye directamente en el comportamiento de aproximación del consumidor limeño. Se evidencia que la sensación de bienestar y calma generada por la luz y la vegetación funciona como un mediador crítico que fortalece la lealtad del usuario y consolida su intención de revisita (Ortegón-Cortázar & Royo-Vela, 2023). Estos resultados conectan el diseño del espacio con la extensión voluntaria del tiempo de estadía, demostrando que la percepción de un entorno "vivo" y tranquilo motiva al cliente a prolongar su permanencia (Thampanichwat et al., 2026). Finalmente, la investigación logra demostrar que la integración de atributos biofílicos responde a la necesidad de diseñar entornos de hospitalidad que promuevan la salud integral y transformen la experiencia cotidiana del usuario (Quan et al., 2025).

Los resultados de esta investigación demuestran que la atmósfera biofílica actúa como un catalizador de la productividad al reducir la fatiga mental, lo cual coincide con la literatura que señala que estos entornos optimizan el rendimiento cognitivo y la recuperación mental (Yusuf et al., 2024). La percepción de los usuarios sobre cómo el diseño naturalizado elimina las fricciones del entorno para facilitar encuentros grupales prolongados ratifica que el contacto con la naturaleza fortalece la cohesión y la interacción social en el espacio construido (Zhang & Dimitrijevic, 2025). Asimismo, la necesidad identificada de contar con una zonificación estratégica y flexible para transitar entre el trabajo y el ocio se alinea con la evolución de los locales comerciales hacia espacios alternativos de trabajo con circulaciones ergonómicas (Alabdali et al., 2024). En consecuencia, los hallazgos validan de manera empírica que la integración de elementos naturales no es meramente estética, sino que mejora significativamente la experiencia del comensal y su percepción de la calidad espacial (Ibrahim et al., 2024).

La interpretación de estos hallazgos permite cumplir con el objetivo de determinar cómo la configuración del espacio influye en la decisión voluntaria del usuario de prolongar su tiempo de permanencia en las cafeterías de Lima. Se evidencia que cuando el entorno ofrece confort físico y visual mediante materiales orgánicos y luz natural, se genera un valor hedónico percibido que fortalece la lealtad del cliente hacia el establecimiento (Ortegón-Cortázar & Royo-Vela, 2023). Estos resultados demuestran que la flexibilidad espacial y la presencia de vegetación actúan como inductores conductuales que motivan al visitante a extender su estadía al satisfacer integralmente sus necesidades de socialización y enfoque (Thampanichwat et al., 2026). Finalmente, la investigación logra comprobar que una percepción favorable de la atmósfera biofílica es el factor central que transforma una pausa rápida en una permanencia duradera,

explicando directamente el comportamiento de aproximación del consumidor (Quan et al., 2025).

Los hallazgos de esta investigación demuestran que el confort espacial, configurado por la iluminación cálida y la comodidad del mobiliario, es el factor determinante que define la calidad de la experiencia del usuario en las cafeterías limeñas. Esta percepción coincide con lo expuesto por Abdulaali et al. (2025), quienes sostienen que la optimización de atributos físicos como la iluminación y la estética visual es esencial para garantizar el máximo confort sensorial y la satisfacción del visitante. Asimismo, el rechazo identificado hacia los estímulos agresivos refuerza la tesis de Yusuf et al. (2024) sobre la necesidad de crear entornos restaurativos que faciliten la recuperación mental frente a la sobrecarga cognitiva del entorno urbano. En consecuencia, la valoración del espacio como "un respiro dentro de la ciudad" ratifica que la integración de elementos naturales permite equilibrar la estética con la comodidad funcional y el bienestar psicológico (Mourya & Nigam, 2025).

La interpretación de estos resultados permite cumplir con el objetivo de identificar cómo el diseño del entorno físico actúa como un inductor conductual que condiciona la decisión voluntaria de los usuarios de prolongar su estadía. Se evidencia que la sinergia entre el confort físico y los estímulos biofílicos genera un valor hedónico percibido que fortalece la lealtad del cliente hacia el establecimiento (Ortegón-Cortázar & Royo-Vela, 2023). Estos hallazgos son fundamentales para la investigación, ya que demuestran que una adecuada zonificación y materialidad orgánica motivan comportamientos de aproximación que explican directamente la extensión del tiempo de permanencia (Quan et al., 2025). Por lo tanto, el estudio logra validar que la percepción favorable del diseño biofílico no es solo estética, sino que constituye el eje central para

fomentar la inmersión del usuario y dar continuidad a su permanencia en las instalaciones (Lee & Park, 2025).

Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones

7.1. Conclusiones

En respuesta al objetivo general, se concluye que la percepción del diseño biofílico en las cafeterías de Lima influye de manera determinante en la experiencia de permanencia, actuando como el factor central que transforma la visita en una estancia duradera. Los usuarios no perciben la naturaleza como un elemento meramente decorativo, sino como un inductor conductual que, al generar bienestar emocional y confort sensorial, motiva la decisión voluntaria de prolongar su tiempo en el establecimiento (Lee & Park, 2025). Esta relación se fundamenta en la capacidad del entorno para mitigar el estrés urbano, convirtiendo el espacio en un "punto fijo" de aproximación debido al alto valor hedónico y la conexión emocional que el cliente desarrolla con la atmósfera naturalizada (Ortegón-Cortázar & Royo-Vela, 2023).

Respecto al primer objetivo específico, se identificó que los elementos de diseño biofílico más valorados por los usuarios son la vegetación natural, la materialidad orgánica —especialmente la madera— y el aprovechamiento de la luz solar. La autenticidad de estos componentes es crítica, ya que los clientes muestran un rechazo inmediato hacia los análogos artificiales o materiales sintéticos que rompen la sensación de frescura y vida en el espacio (Afara et al., 2024). Estos elementos son percibidos como determinantes de la calidad espacial, funcionando como refugios táctiles y visuales que contrastan positivamente con la rigidez de la arquitectura institucional convencional (Ibrahim et al., 2024).

En cuanto al segundo objetivo específico, se concluye que los usuarios interpretan los elementos biofílicos como herramientas esenciales de restauración psicológica y confort ambiental que facilitan tanto la productividad como la relajación.

La sinergia entre una iluminación cálida, una acústica equilibrada y la presencia de plantas vivas genera una "burbuja de tranquilidad" que reduce la fatiga mental y favorece la recuperación emocional frente al estrés cotidiano (Yin et al., 2024). Esta interpretación multisensorial del entorno permite que el usuario se sienta en un espacio saludable y familiar, optimizando su capacidad de concentración y permitiendo que las dinámicas de socialización fluyan sin las fricciones propias de ambientes saturados (Chodor, 2024).

Finalmente, para el tercer objetivo específico, se determinó que la percepción del diseño biofílico se vincula con la decisión de permanencia a través de una zonificación estratégica que ofrece flexibilidad espacial para diversas necesidades. La distribución inteligente de los elementos naturales actúa como un filtro de privacidad que permite al usuario transitar entre el trabajo individual y la interacción social sin abandonar el local, logrando que "pierda la noción del tiempo" (Quan et al., 2025). Se confirma que el confort físico y la atmósfera restauradora son los filtros definitivos que retienen al cliente; de este modo, el diseño biofílico se posiciona como una estrategia comercial y creativa indispensable para fortalecer la lealtad del usuario y extender su intención de permanencia (Thampanichwat et al., 2026).

7.2. Recomendaciones para futuras investigaciones

Desde una perspectiva práctica y comercial, se recomienda a los diseñadores de interiores y propietarios de cafeterías en Lima priorizar la autenticidad de los materiales orgánicos y la optimización de la luz natural sobre las réplicas artificiales. Para maximizar la intención de permanencia, es fundamental implementar una zonificación flexible que utilice la vegetación como filtro acústico y visual, permitiendo la coexistencia de áreas de alta productividad con espacios de socialización relajada (Quan

et al., 2025). Asimismo, se sugiere evitar estímulos sensoriales agresivos, como la iluminación blanca intensa o el mobiliario excesivamente rígido, integrando en su lugar estrategias de confort térmico y lumínico que transformen el establecimiento en un entorno restaurador capaz de mitigar el estrés urbano (Chodor, 2024).

En cuanto a las líneas de investigación futura, se recomienda ampliar el alcance del estudio mediante enfoques mixtos que utilicen tecnologías neurocientíficas para medir de forma cuantitativa las respuestas fisiológicas ante diferentes configuraciones biofílicas (Macruza et al., 2024). Resulta pertinente explorar si las variables de permanencia identificadas en cafeterías se replican en otras tipologías arquitectónicas de uso cotidiano, como espacios de *coworking* o centros culturales, bajo el marco de la Teoría de la Restauración de la Atención (Yin et al., 2024). Finalmente, es esencial examinar cómo las transformaciones en los hábitos socioculturales y el trabajo híbrido modifican la percepción de la calidad ambiental, con el objetivo de crear entornos que fomenten de manera integral la salud mental y la cohesión social en contextos urbanos densos (Alabdali et al., 2024).

Referencias

Abdulaali, H. S., Usman, I. M. S., Alawi, M., & Alqawzai, S. (2025). Research on guest comfort and satisfaction with indoor environmental quality in former GBI-certified green hotels a study case from Malaysia. *Frontiers in Built Environment*, *11*, 1544177. https://doi.org/10.3389/fbuil.2025.1544177

Afara, A., Amen, M. A., El Ayoubi, M., Ramadhan, D., & Alani, J. (2024). Arguing faux biophilia concepts in F&B interior design: A case study applied in Duhok City. *Civil Engineering and Architecture*, *12*(2), 1091–1103. https://www.academia.edu/124245113/Arguing_Faux_Biophilia_Concepts_in_F_and_amp_B_Interior_Design_A_Case_Study_Applied_in_Duhok_City

Akinyemi, H., Adewole, E., & Tejumaiye, A. (2024). A review of biophilic design concepts in hotel architecture. *African Journal of Environmental Sciences and Renewable Energy*, *14*(1), 75–87. https://afropolitanjournals.com/index.php/ajesre/article/download/175/193/268

Alsarha, M. A. (2026). Biophilic design in theory and practice: Human well-being and sustainable development across building typologies. *Architecture Image Studies*, *7*(1), 2369–2392. https://www.researchgate.net/publication/400935612

Anastya, K., & Aletta, F. (2025). Biophilia in transit: Exploring the impact of indoor plants on wellbeing in airports. *Buildings*, *15*(22), 4065. https://doi.org/10.3390/buildings15224065

Andria, S., & Salim, L. (2024). Do biophilic atmosphere, convenience and accessibility encourage intention to visit with mediation of visitor's affective states? (Case

study: The Breeze BSD City Mall). *Ekonomi Bisnis*, *29*(2). https://www.researchgate.net/publication/391178021

Aulia, A. N., Veronica, S., Rumapea, S. F. H., & Zondra, H. C. (2025). Sustainable material choices in café design: Enhancing brand identity and environmental responsibility. *E-Journal Unisayogya*. https://ejournal.unisayogya.ac.id/index.php/JUARA/article/download/4290/1498/13856

Broc, G., Fassier, J. B., Raffard, S., & Lareyre, O. (2024). Planning individual and population-based interventions in global health: Applying the DEA-A framework to promote behavioral, emotional, and/or cognitive change among stakeholders. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *21*(3), 378. https://doi.org/10.3390/ijerph21030378

Bruckberger, S., et al. (2023). Groundedness in retail: Enhancing customer experience, brand perception, and loyalty through connection to reality. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *75*, 103482. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103482

Choudhury, S. R., Rana, S. V., Vadamala, R. R., Jain, D., Devi G, B., & Goel, V. (2025). The role of biophilia in consumer brand attachment: A study on eco-friendly products. *Advances in Consumer Research*, *2*(1). https://acr-journal.com/article/download/pdf/900/

Colenberg, S., & Jylhä, T. (2022). Identifying interior design strategies for healthy workplaces: A literature review. *Building and Environment*, *222*, 109405. https://doi.org/10.1016/j.buildenv.2022.109405

Cudicio, A., Cogliati, M., Bonardi, A., Agosti, V., Borgogni, A., & Orizio, C. (2024). Handbike riding in the Brescia urban loose space: Topographical evaluation and metabolic demand estimation of four suitable tracks. *Sustainability*, *16*(2), 889. https://doi.org/10.3390/su16020889

Elshaer, I. A., Azazz, A. M. S., Fayyad, S., & Mohammad, A. A. A. (2025). Quality of hotel biophilic design and its impact on guest well-being, perceived value, and patronage intentions: The moderating role of guest delight. *Tourism and Hospitality*, *6*(4), 212. https://doi.org/10.3390/tourhosp6040212

Elshaer, I. A., Azazz, A. M. S., Zayed, M. A., Ameen, F. A., Fayyad, S., Fouad, A. M., Fathy, E. A., & Hamdy, A. (2025). Environmental design innovation in hospitality: A sustainable framework for evaluating biophilic interiors in rooftop restaurants. *Buildings*, *15*(19), 3474. https://doi.org/10.3390/buildings15193474

Heung, V. C. S., & Gu, T. (2012). Influence of restaurant atmospherics on patron satisfaction and behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management*, *31*(4), 1167–1177. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.02.003

Hidayat, R., & Suryana, Y. (2023). The role of meaningfulness and environmental awareness in fostering happiness and revisit intention in biophilic cafés. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, *3*(2). https://jurnal.dim-unpas.web.id/index.php/JIMK/article/view/885

Ibrahim, I. L., Khairuddin, R., Jain, A., Othmani, N. I., Mustapa, N. D., Mohamad, J., & Awang, A. (2024). Enhancing customer dining experience through biophilic design: A case study analysis of restaurants. *BIO Web of Conferences*, *131*, 05011. https://doi.org/10.1051/bioconf/202413105011

Kansal, S., & Rana, D. P. (2024). Bringing nature indoors: Exploring the impact of biophilic interior design in restaurants. *Journal of Architectural Engineering*. https://journalspub.com/wp-content/uploads/2024/05/9-28-Bringing-Nature-Indoors-.pdf

Kerdiati, N. L. K. R., Wasista, I. P. U., & Darmastuti, P. A. (2025). A study on the multifunctionality of gardens in restaurant interiors: Aesthetics, healing space, and green branding. *Lekesan: Interdisciplinary Journal of Asia Pacific Arts*, *8*(2), 77–89. https://www.researchgate.net/publication/397576099

Khan, M. B., Waqar, A., Bheel, N., Shafiq, N., Hamah Sor, N., Radu, D., & Benjeddou, O. (2023). Optimization of fresh and mechanical characteristics of carbon fiber-reinforced concrete composites using response surface technique. *Buildings*, *13*(4), 852. https://doi.org/10.3390/buildings13040852

Kotradyová, V., & Vavrinsky, E. (2025). The perception and performance of wood in relation to tourist experience—A pilot study. *Buildings*, *15*(19), 3626. https://doi.org/10.3390/buildings15193626

Kumar, D. S., Purani, K., & Viswanathan, S. A. (2020). The indirect experience of nature: biomorphic design forms in servicescapes. *Journal of Service Management*, *31*(6), 1147–1172. https://doi.org/10.1108/JSM-10-2019-0418

Lee, K., & Park, S.-J. (2025). Effects of biophilic design-based sports facilities on exercise continuation intention: Mediating effects of exercise immersion and moderating effect of environmental awareness. *Frontiers in Psychology*, *16*, 1623057. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1623057

Lin, Z., Xiao, W., Deng, B., Tao, C., & Wong, I. A. (2024). Linking social servicescape and restoration in dining settings: the moderating role of substantive servicescape. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, *7*(5), 3128–3147. https://doi.org/10.1108/JHTI-06-2023-0432

Macruz, A., Bueno, E., Sol, G., Vega, J., Palmieri, R., & Zhao, B. (2024). Designing for well-being: Using facial micro-expression analysis and EEG biosensor to evaluate human responses to 2D biophilically-driven geometries. *Frontiers of Architectural Research*, *13*, 219–234. https://doi.org/10.1016/j.foar.2023.11.006

Maneethai, D., Legendre, T. S., Suess, C., & Guzzo, R. F. (2025). Designing cognitively and emotively attractive urban service environments for prospective employees: An application of biophilic design philosophies. *Journal of Business Research*, *191*, 115283. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2025.115283

Mansueto, R. R., Magsayo, G. T., & Suan, R. D. (2025). Evaluating hospitality: Tourist perceptions of servicescape in Siquijor's accommodations through the lens of Bitner's servicescape model. *Journal of Tourism and Hospitality Studies*. https://doi.org/10.32996/jths

Mudjiyanti, R., & Sholihah, M. (2022). The effect of cafe atmosphere on loyalty through customer satisfaction. *Innovation Business Management and Accounting Journal*, *1*(1), 18–23. https://doi.org/10.56070/ibmaj.vlil.5

Nanu, L., & Rahman, I. (2023). The biophilic hotel lobby: Consumer emotions, peace of mind, willingness to pay, and health-consciousness. *International Journal of Hospitality Management*, *113*, 103520. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103520

Nanu, L., Rahman, I., Ali, F., & Martin, D. S. (2024). Enhancing the hospitality experience: A systematic review of 22 years of physical environment research. *International Journal of Hospitality Management*, *119*, 103692. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103692

Ortegón-Cortázar, L., & Royo-Vela, M. (2023). The effects of the biophilic atmosphere on hedonic value, utilitarian value, and customer loyalty. *Sustainability*, *15*(23), 16435. https://doi.org/10.3390/su152316435

Pagano, P. M. de O., Herek, L. C. S., Cardoso, F. A. R., Friedrich, J. de C. P., Arana, A. R. A., & Grossi-Milani, R. (2025). A study on biophilic design as a sustainable technique in university environments. *Fronteiras: Journal of Social, Technological and Environmental Science*, *14*(2), 110–129. https://doi.org/10.21664/2238-8869.2025v14i2p.110-129

Quan, L., Han, H., Ariza-Montes, A., Ryu, H. B., & Yu, J. (2025). Emerging nature café: Boosting customer quality of life, emotional well-being, and positive approach behavior. *Acta Psychologica*, *254*, 104845. https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.104845

Rosenbaum, M. S., & Wong, I. A. (2015). The effects of indoor plants on customers' shopping decisions in a restaurant environment. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *24*, 9–17. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2015.01.003

Tekin, B. H., Izmir Tunahan, G., Disci, Z. N., & Ozer, H. S. (2025). Biophilic design in the built environment: Trends, gaps and future directions. *Buildings*, *15*(14), 2516. https://doi.org/10.3390/buildings15142516

Thampanichwat, C., Wongvorachan, T., Petlai, T., Somngam, P., Sirisakdi, L., Anuntavachakorn, P., & Bunyarittikit, S. (2026). Exterior architectural characteristics of biophilic design in diverse regional contexts: Case studies from Asia, Europe, and Australia. *Buildings*, *16*(6), 1123. https://doi.org/10.3390/buildings16061123

Wang, X., Zhong, L., Wang, Z., & Xia, Q. (2025). Wake up green power: Experimental research on how hotel biophilic design nudges green customer citizenship behaviour. *Current Issues in Tourism*. https://doi.org/10.1080/13683500.2025.2454271

Wei, Y., Zhang, Y., Wang, Y., & Liu, C. (2023). A study of the emotional impact of interior lighting color in rural bed and breakfast space design. *Buildings*, *13*(10), 2537. https://doi.org/10.3390/buildings13102537

Yasar, D., & Öktem Erkartal, P. (2026). An inquiry into the application of biophilic design principles in contemporary university designs. *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*, *25*(2), 1114–1134. https://doi.org/10.1080/13467581.2025.2472743

Yildirim, M., Gocer, O., Globa, A., & Brambilla, A. (2024). Investigating restorative effects of biophilic design in workplaces: A systematic review. *Intelligent Buildings International*, *15*(5), 205–247. https://doi.org/10.1080/17508975.2024.2306273

Yin, J., Zhu, H., & Yuan, J. (2024). Health impacts of biophilic design from a multisensory interaction perspective: Empirical evidence, research designs, and future directions. *Land*, *13*(9), 1448. https://doi.org/10.3390/land13091448

Yusuff, A. A., Wiyono, E., & Marpaung, J. V. (2023). Biophilic concept as a public space design. *International Journal of Art & Design*, *7*(1), 106–117. https://doi.org/10.24191/ijad.v7i1.1100

Zhang, Y., & Dimitrijevic, B. (2025). Decoding socio-cultural spatial patterns in historic Chinese neighborhoods: A pattern language approach from Chengdu. *Land*, *14*(9), 1803. https://doi.org/10.3390/land14091803

Zhang, K. (2025). Recreational landscape perception and pro-environmental behavior: The mediating roles of place identity and pro-environmental behavioral spillover. *Frontiers in Psychology*, *16*, 1616154. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1616154

Zhou, C., Lv, C., Miao, T., Ma, X., & Xia, C. (2023). Interactive effects of rising temperature, elevated CO2 and herbivory on the growth and stoichiometry of a submerged macrophyte Vallisneria natans. *Sustainability*, *15*(2), 1200. https://doi.org/10.3390/su15021200

Anexos

Anexo 1: Guía de Entrevista

Hola, somos alumnos del instituto Toulouse Lautrec y actualmente estamos realizando nuestro trabajo de titulación sobre cómo el diseño de los espacios influye en nuestra experiencia y bienestar cuando visitamos una cafetería en Lima.

El objetivo de esta entrevista es conocer tu percepción sobre el ambiente de este lugar: desde las plantas y la luz, hasta los materiales y la sensación de comodidad. No hay respuestas correctas ni incorrectas; lo que más me interesa es tu opinión sincera basada en tu experiencia personal. La información será utilizada exclusivamente para fines académicos y de forma anónima. ¿Podríamos comenzar?

1. ¿Con qué frecuencia asistes a cafeterías y cuánto tiempo sueles permanecer en ellas durante cada visita?
2. ¿Qué factores influyen en tu decisión de quedarte más tiempo en una cafetería?
3. ¿Cómo describirías el ambiente ideal de una cafetería para trabajar, estudiar o pasar el rato?
4. ¿Qué elementos del diseño interior llamaron más tu atención en las cafeterías que frecuentas?
5. ¿Has notado la presencia de elementos naturales como plantas, luz natural o materiales como madera en las cafeterías? ¿Cómo percibes estos elementos?
6. ¿De qué manera estos elementos naturales influyen en cómo te sientes dentro del espacio?
7. ¿Sientes que el ambiente de la cafetería influye en tu concentración, comodidad o estado de ánimo? ¿Cómo?

8. ¿Podrías describir una experiencia en la que el espacio de una cafetería te haya hecho quedarte más tiempo del que planeabas?
9. ¿Qué características del espacio hacen que decidas quedarte más tiempo o, por el contrario, irte rápidamente?
10. ¿Consideras que los elementos naturales o el diseño del lugar influyen en tu decisión de regresar o permanecer más tiempo? ¿Por qué?