ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Influencia del diseño interior en la percepción de bienestar y confort de los usuarios en espacios de cafeterías contemporáneas en Lima

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

PRESENTADA POR

Huacchillo Nieves, Nayeli Yuliana
DNI: 74093411, Perú
Castillo Pita, Luz De Los Angeles
DNI: 74399587, Perú

ASESOR

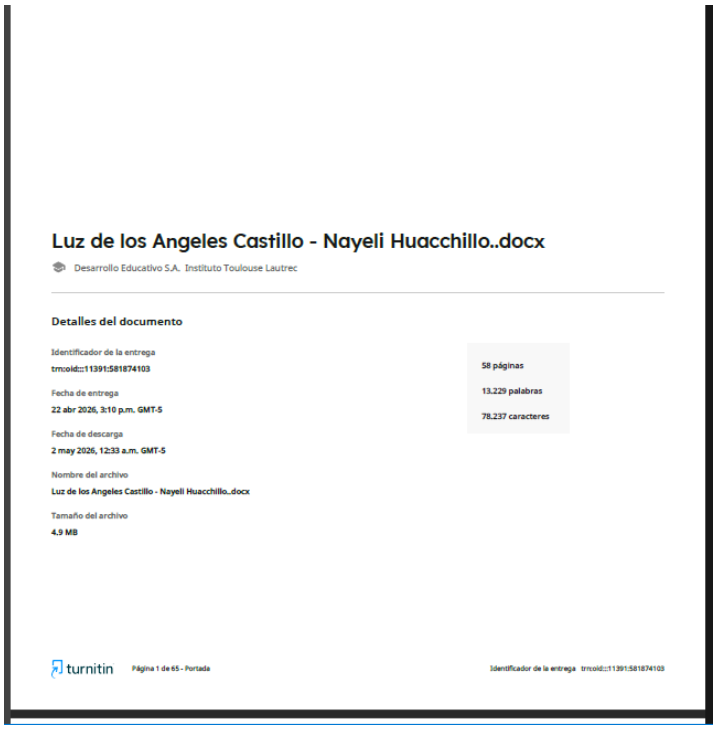
Tambini De La Peña, Jorge Enrique
DNI: 47947191, Perú
ORCID:0000-0002-9972-2534

JURADO

Moscoso Guillén,Ana Sofía
AMPUERO QUEZADA HÉCTOR DAVID
Bernuy Chavez,Gioanny Marshia

Lima, mayo 2026

Reporte de Similitud



Luz de los Angeles Castillo - Nayeli Huacchillo..docx

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::1391:581874103

Fecha de entrega
22 abr 2026, 3:10 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
2 may 2026, 12:33 a.m. GMT-5

Nombre del archivo
Luz de los Angeles Castillo - Nayeli Huacchillo..docx

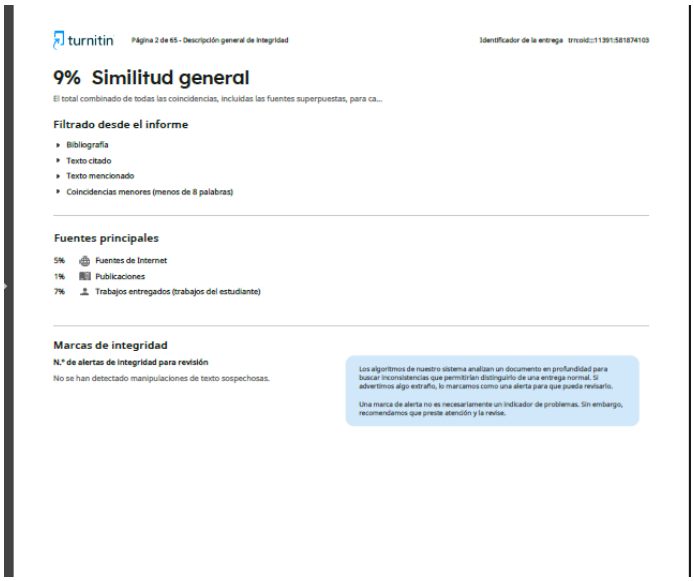
Tamaño del archivo
4.9 MB

58 páginas

13.229 palabras

78.237 caracteres

turnitin Página 1 de 65 - Portada Identificador de la entrega trn:oid:::1391:581874103



turnitin Página 2 de 65 - Descripción general de integridad Identificador de la entrega trn:oid:::1391:581874103

9% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 8 palabras)

Fuentes principales

5% Fuentes de Internet
1% Publicaciones
7% 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.

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo a nuestras familias, por su apoyo incondicional, su paciencia y la confianza depositada en nosotras a lo largo de este proceso académico, siendo un soporte fundamental en nuestro crecimiento personal y profesional, ofreciéndonos la estabilidad necesaria para no rendirnos ante las dificultades, así como por su sacrificio constante y por creer en nuestros objetivos, incluso en los momentos más complicados, recordándonos que cada esfuerzo tiene un propósito y que la perseverancia es clave para alcanzar nuestras metas a lo largo de la vida.

A quienes nos acompañaron en cada etapa, brindándonos motivación y fortaleza para superar los desafíos y seguir construyendo este camino con determinación; por su constante aliento y palabras de apoyo, que fueron esenciales en los momentos de mayor exigencia, impulsándonos a continuar con confianza en nosotras mismas.

Asimismo, dedicamos esta investigación a todos aquellos que creen en el poder del diseño interior como una herramienta capaz de transformar los espacios y generar bienestar, confort y experiencias significativas en la vida de las personas, promoviendo, además, una conexión más consciente entre el ser humano y su entorno.

Agradecimientos

Con inmensa gratitud, comienzo agradeciendo a Dios por guiar mis pasos y por darme la fuerza necesaria para alcanzar este momento tan valioso en mi vida. Su acompañamiento ha sido necesario para mantener firme la fe y la determinación a lo largo de todo este proceso. Asimismo, mi más sincero agradecimiento a mis padres por su amor incondicional, quienes han sido mi principal apoyo, brindándome su comprensión y ánimo en cada etapa de este camino. De igual manera, reconozco mi esfuerzo, perseverancia y disciplina, gracias a las cuales logré afrontar las dificultades y culminar este trabajo con responsabilidad y compromiso.

Este camino no fue sencillo, pero cada obstáculo me fortaleció personal y académicamente. Hoy no solo festejo el resultado, sino también el aprendizaje adquirido. Este logro es el inicio de nuevas oportunidades y desafíos que me motivan a seguir superándome.

Nayeli Yuliana Huacchillo Nieves

Agradezco a mi hermanita, quien ha sido una de mis mayores motivaciones, ya que siempre he procurado dar lo mejor de mí para poder ser un buen ejemplo y un apoyo.

A mi mamá, por su calidez, su amor incondicional y su acompañamiento constante desde el inicio de mi carrera, brindándome siempre la tranquilidad y el apoyo que necesitaba en cada etapa.

Y a mi papá, por ser para mí un ejemplo constante de resiliencia, fortaleza y amor, pero también de entrega, esfuerzo y generosidad. Gracias por cada oportunidad que me has brindado, por confiar en mí, por abrirme caminos y por impulsarme siempre

a seguir creciendo. Mucho de lo que hoy logro también es reflejo de todo lo que has hecho por mí y de la persona que me has enseñado a ser.

Los amo y gracias por todo.

Luz de los Angeles Castillo Pita

Resumen Ejecutivo

La investigación aborda el problema de la limitada consideración del diseño interior como un sistema integral que influye en la percepción de bienestar y confort en cafeterías contemporáneas de Lima, donde frecuentemente se priorizan aspectos estéticos sobre la experiencia del usuario. Para ello, se empleó un enfoque cualitativo de carácter exploratorio, basado en entrevistas semiestructuradas a usuarios frecuentes y en la observación directa de los espacios, lo que permitió comprender sus percepciones, emociones y experiencias. Los hallazgos evidencian que elementos como la iluminación, el mobiliario, la coherencia estética y los factores sensoriales influyen de manera significativa en el estado de ánimo, la permanencia y la satisfacción de los usuarios, destacando la importancia de su integración. Asimismo, se identifica que la experiencia del usuario no depende de un solo factor, sino de la interacción multisensorial entre componentes físicos, emocionales y funcionales del espacio. En este sentido, el diseño interior se configura como un mediador clave entre el entorno y la experiencia del usuario. La relevancia del estudio radica en aportar una comprensión más holística y centrada en el usuario, contribuyendo al desarrollo de propuestas de diseño más conscientes, funcionales y orientadas al bienestar dentro del sector de cafeterías contemporáneas.

Palabras clave

Diseño interior, bienestar, confort, experiencia del usuario, factores sensoriales, cafeterías contemporáneas.

Tabla de Contenidos

Reporte de Similitud 2

Dedicatoria 3

Agradecimiento 4

Resumen Ejecutivo 6

Capítulo I: Introducción 10

1.1. 1010

1.2. 1111

1.3. 1212

Capítulo II: Revisión de la literatura 14

2.1. Estado del Arte 14

2.2. Marco Teórico 20

Capítulo III: Propósitos y fundamentos de la investigación 22

3.1. Objetivo General 22

3.2. Objetivos Específicos 22

3.3. Pregunta General 22

3.4. Preguntas Específicas 22

3.5. Proposición General 23

3.6. Proposiciones Específicas 23

Capítulo IV: Metodología 24

4.1. Tipo y enfoque de investigación 24

4.2. Diseño metodológico 25

4.3. Participantes o casos de estudio 26

4.4. Técnicas e instrumentos 27

4.5. Procedimiento 28

Capítulo V: Resultados 30

5.1. Diseño interior como generador de experiencia y emociones 30

5.2. Iluminación como factor clave de confort y permanencia 32

5.3. Coherencia estética e identidad de marca en el espacio 34

5.4. Confort físico y funcionalidad del entorno 36

5.5. Influencia de los factores sensoriales en la experiencia del usuario 38

Capítulo VI: Discusión 40

Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones 46

7.1. Conclusiones 46

7.2. Recomendaciones para futuras investigaciones 47

Referencias 49

Anexos 55

Anexo 1: Guía de Entrevista 55

Índice de Tablas y Figuras

Figura 1 Ejemplo de intervención de diseño interior como generador de experiencias sensoriales y respuestas emocionales en el usuario 31

Figura 2 Ejemplo de la iluminación como elemento clave en la generación de confort y en la permanencia de los usuarios en el espacio 33

Figura 3 Ejemplo del diseño interior como medio para materializar la identidad de marca y generar una experiencia coherente en el usuario 35

Figura 4 Ejemplo de integración entre confort físico y funcionalidad mediante la organización espacial y la diversidad de usos en el entorno 37

Figura 5 Ejemplo de la experiencia del usuario como resultado de la interacción de estímulos sensoriales que generan conexión emocional y percepción de valor 39

Capítulo I: Introducción

1.1. Problema de Investigación

El crecimiento del sector gastronómico y la expansión de las cafeterías contemporáneas han transformado estos espacios en lugares de socialización, trabajo y encuentro, donde el diseño interior cumple un rol clave en la experiencia de los usuarios. Diversos estudios señalan que el ambiente físico de un café, incluyendo aspectos como el color, la iluminación, el mobiliario y la ambientación general, puede influir significativamente en el estado de ánimo, la percepción del espacio y el nivel de satisfacción del cliente (Mehta, 2023). En este contexto, el diseño interior ya no responde únicamente a criterios estéticos o funcionales, sino que se orienta a generar experiencias espaciales que conecten emocionalmente con los usuarios. Desde la perspectiva del diseño sensorial, la configuración espacial de las cafeterías puede estimular los sentidos y contribuir a la creación de atmósferas que favorezcan la percepción positiva del entorno y la permanencia de los usuarios en el lugar (Ma, 2024).

Sin embargo, a pesar del creciente interés por diseñar cafeterías con identidades visuales atractivas, en muchos casos el diseño interior se enfoca principalmente en tendencias estéticas sin considerar de manera integral la percepción de confort y bienestar de los usuarios. Investigaciones recientes señalan que el confort espacial, relacionado con factores como iluminación, color, acústica, ventilación y circulación, influye directamente en la experiencia que los visitantes desarrollan al interactuar con un espacio interior (Octaliana et al., 2024). Asimismo, estudios en diseño interior contemporáneo destacan que la percepción espacial se construye a partir de la interacción multisensorial entre el usuario y el ambiente, donde estímulos visuales, auditivos y táctiles generan respuestas emocionales y cognitivas que condicionan la experiencia del lugar (Xu, 2025). En este sentido, resulta relevante analizar cómo los

elementos del diseño interior influyen en la percepción de bienestar y confort de los usuarios en cafeterías contemporáneas, especialmente en contextos urbanos donde estos espacios cumplen un papel social y cultural significativo.

1.2. Vacío en el Conocimiento

Existe un vacío en la literatura respecto a la comprensión integral del diseño interior en cafeterías como una experiencia centrada en el usuario, ya que muchos estudios priorizan variables de consumo o comportamiento sin profundizar en la dimensión perceptual del bienestar. En este sentido, investigaciones previas han tendido a enfocarse en factores como la calidad del producto, la marca o la satisfacción general, relegando el papel del entorno físico como determinante complejo de la experiencia del usuario (Lee, 2022). Asimismo, aunque se reconoce que el diseño interior influye en las emociones y percepciones, aún no se ha desarrollado un enfoque que articule de manera sistemática los componentes sensoriales, emocionales y espaciales en contextos específicos como las cafeterías contemporáneas. Esto se evidencia en estudios que destacan la importancia del diseño emocional, pero que presentan limitaciones en la exploración profunda de la experiencia del usuario en los espacios interiores (Rui & Firzan, 2025).

Por otro lado, la brecha en la literatura también se manifiesta en la escasa aplicación de enfoques cualitativos que permitan comprender en profundidad la percepción del bienestar y confort desde la experiencia directa de los usuarios. Aunque algunos estudios incorporan perspectivas de la psicología del comportamiento y el diseño multisensorial, estos suelen centrarse en lineamientos teóricos o estrategias generales de diseño sin profundizar en la interpretación subjetiva de los usuarios en contextos reales (Peng, 2025). Además, existe una limitada integración entre los aspectos emocionales, culturales y funcionales del diseño interior, lo que dificulta

comprender cómo estos factores interactúan en la construcción de experiencias significativas. Esta limitación ha sido evidenciada en investigaciones que señalan la falta de correspondencia entre las necesidades del usuario y las decisiones de diseño, destacando la necesidad de enfoques más centrados en el usuario (Rui & Firzan, 2024).

1.3. Justificación de la Investigación

El estudio del diseño interior en cafeterías contemporáneas se vuelve necesario en el contexto del sector creativo debido a la creciente transformación de estos espacios en escenarios clave de interacción social, cultural y económica. Las cafeterías han evolucionado de simples lugares de consumo a “terceros espacios” donde se desarrollan dinámicas de socialización, trabajo y expresión personal, lo que incrementa la relevancia del diseño como mediador de experiencias significativas (Nisa et al., 2022). En este escenario, el diseño interior no solo cumple una función estética, sino que actúa como un recurso estratégico dentro de las industrias creativas para generar valor simbólico y diferenciar propuestas en mercados altamente competitivos. En efecto, la configuración del ambiente, incluyendo elementos sensoriales y espaciales, influye en la percepción del usuario y en su comportamiento, impactando directamente en su experiencia y en la construcción de vínculos con el espacio (Wijaya & Kusumaningrum, 2024).

Asimismo, la investigación es pertinente porque contribuye a comprender cómo los espacios diseñados inciden en la satisfacción, permanencia y fidelización de los usuarios, aspectos fundamentales para la sostenibilidad del sector gastronómico creativo. La evidencia demuestra que tanto la atmósfera del espacio como la experiencia del usuario tienen un efecto significativo en la intención de retorno, lo que evidencia la necesidad de profundizar en el diseño interior como factor clave de competitividad (Siswat et al., 2023). En este sentido, analizar el diseño desde una perspectiva centrada

en el bienestar y confort permite superar enfoques meramente visuales y orientar la práctica hacia experiencias integrales. Además, la calidad del entorno físico influye en el estado emocional y la satisfacción del usuario, consolidándose como un elemento determinante en la percepción del servicio y en la decisión de volver al espacio (Handayani et al., 2022).

Capítulo II: Revisión de la literatura

2.1. Estado del Arte

El crecimiento de la cultura del café a nivel global ha transformado a las cafeterías en espacios sociales y experienciales donde el diseño interior adquiere un papel fundamental en la construcción de la experiencia del usuario, integrando estímulos visuales, táctiles, olfativos y auditivos que influyen en la percepción del ambiente (Mehta, 2023). Asimismo, en el contexto internacional del diseño de cafeterías, diversos estudios señalan que los espacios de consumo han evolucionado hacia entornos experienciales donde el diseño espacial busca activar los cinco sentidos para generar mayor satisfacción y conexión emocional con los usuarios (Ma & Kim, 2024). En el ámbito latinoamericano, el desarrollo de cafeterías contemporáneas también ha impulsado investigaciones que analizan cómo los elementos del diseño interior —como la iluminación, los materiales, la disposición del mobiliario y la ambientación— contribuyen a la percepción de confort y bienestar dentro de estos espacios (Octaliana, 2024). En el caso de las ciudades con una creciente cultura cafetera, como ocurre en distintos contextos urbanos, las cafeterías se consolidan como espacios híbridos de socialización, trabajo y ocio, lo que refuerza la necesidad de comprender cómo el diseño interior influye en la experiencia espacial y emocional de los usuarios (Xu, 2025).

El análisis del diseño interior en espacios de cafeterías resulta relevante para el campo creativo porque permite comprender cómo los elementos espaciales y sensoriales influyen en la experiencia del usuario, aportando conocimientos que pueden orientar propuestas de diseño más centradas en las emociones y percepciones de las personas (Kasap, 2025). Asimismo, estudiar la relación entre el ambiente físico y la experiencia del cliente contribuye a que diseñadores y arquitectos desarrollen estrategias espaciales

que integren aspectos estéticos, funcionales y psicológicos dentro de los entornos comerciales contemporáneos (Budhiyanto, 2024). En este sentido, investigaciones sobre diseño comercial señalan que elementos atmosféricos como el color, la iluminación, los materiales y el sonido tienen un impacto directo en la percepción del espacio y en la experiencia del usuario dentro de los espacios de consumo. Finalmente, comprender estas relaciones aporta al campo creativo nuevas perspectivas para diseñar espacios más significativos y competitivos, donde el diseño interior no solo cumple una función estética, sino que se convierte en un medio para generar bienestar, identidad y experiencias memorables en los usuarios (Upendra, 2025).

Diversos estudios han analizado la relación entre el diseño interior y la experiencia del usuario en espacios comerciales, destacando que la configuración espacial y los elementos ambientales influyen significativamente en la percepción del confort y la permanencia de los clientes dentro de los establecimientos (Achmad, 2024). Asimismo, investigaciones centradas en cafeterías contemporáneas señalan que aspectos como la iluminación, el mobiliario y la organización del espacio pueden influir en el bienestar psicológico y en la calidad de la experiencia de los usuarios dentro de estos entornos (Dwi, 2025). En esta línea, otros estudios evidencian que el diseño interior de los espacios de consumo contribuye a generar ambientes que favorecen la interacción social, el descanso y la permanencia prolongada de los visitantes, consolidando a las cafeterías como lugares de encuentro y socialización (Agusdi, 2025). Finalmente, investigaciones recientes destacan que el análisis de la atmósfera interior y de los elementos sensoriales del espacio permite comprender de qué manera el diseño influye en las emociones y percepciones de los usuarios dentro de establecimientos gastronómicos contemporáneos (Tuahuns, 2026).

En diversos estudios sobre diseño interior de cafeterías se han empleado técnicas cualitativas, como el análisis descriptivo de casos y la observación del espacio, con el objetivo de comprender cómo los elementos del diseño influyen en la experiencia y percepción de los usuarios dentro del ambiente del café (Ramdhani, 2025). De manera similar, otras investigaciones han utilizado observación de campo y análisis cualitativo del espacio, evaluando la experiencia del visitante a partir de aspectos como la atmósfera, el uso del espacio exterior y la interacción del usuario con el entorno del café (Dwi, 2025). Asimismo, algunos estudios aplican análisis cualitativo de contenido, revisando imágenes, componentes espaciales y elementos de diseño interior para identificar categorías temáticas relacionadas con la identidad cultural y la configuración del espacio (Kalay, 2025). Por otro lado, también existen investigaciones que emplean técnicas cuantitativas, utilizando encuestas y análisis estadísticos —como pruebas t, ANOVA y procesamiento de datos con software estadístico— para medir la relación entre variables como la experiencia del cliente, la imagen de marca y la intención de volver a visitar una cafetería (Maulina, 2022).

Diversos estudios evidencian que el diseño interior de los espacios de consumo, como las cafeterías, influye directamente en la percepción de confort y en la experiencia emocional de los usuarios, destacando la importancia de elementos como la iluminación, la organización espacial y los materiales en la construcción de ambientes agradables y funcionales (Rek-Lipczynska, 2025). Asimismo, investigaciones recientes señalan que la configuración espacial y el diseño ambiental pueden impactar en el comportamiento del usuario, influyendo en el tiempo de permanencia, la interacción social y la percepción de calidad del establecimiento (Kocaturk, 2024). De igual manera, otros estudios destacan que la atmósfera interior —compuesta por variables como color, textura, iluminación y ambientación— contribuye significativamente a

generar experiencias sensoriales positivas que fortalecen la satisfacción del cliente dentro de espacios gastronómicos (Octalina, 2024). Finalmente, investigaciones previas también evidencian que un diseño interior bien planificado puede mejorar la percepción del bienestar y favorecer la fidelización de los clientes, al crear entornos que responden tanto a necesidades funcionales como emocionales de los usuarios (Obeidat, 2022).

A pesar de los avances en el estudio del diseño interior en espacios de consumo, aún existe una limitada comprensión sobre cómo los elementos del ambiente interior se integran de manera holística para influir en la percepción de bienestar de los usuarios, ya que muchas investigaciones se centran en variables aisladas y no en la experiencia espacial completa (Kerdiati, 2025). Asimismo, diversos estudios destacan que todavía es necesario profundizar en la relación entre la atmósfera del espacio y las respuestas emocionales de los usuarios, especialmente en contextos contemporáneos donde las cafeterías funcionan como espacios multifuncionales de interacción social y trabajo (Noaime, 2025). De igual manera, la literatura existente señala que faltan investigaciones que analicen de forma más detallada la interacción multisensorial entre los usuarios y el entorno interior, considerando simultáneamente factores visuales, acústicos y espaciales dentro de un mismo estudio (Widita, 2022). Finalmente, varios autores coinciden en que aún se requiere explorar con mayor profundidad cómo el diseño interior puede contribuir al bienestar percibido desde la perspectiva del usuario, especialmente mediante enfoques cualitativos que permitan comprender las experiencias subjetivas dentro de los espacios de cafeterías (Soo, 2024).

En los últimos años, diversas investigaciones han evidenciado nuevas prácticas en el diseño interior de cafeterías vinculadas al uso de metodologías centradas en el usuario, como el *design thinking*, que permite comprender las necesidades de los visitantes y desarrollar soluciones espaciales más adaptadas a sus actividades y

experiencias dentro del entorno del café (Veronica, 2024). Asimismo, estudios recientes destacan la incorporación de herramientas digitales y tecnologías emergentes, como la realidad aumentada y la visualización digital, que permiten simular ambientes interiores y mejorar la experiencia del usuario antes y durante la interacción con el espacio físico (Eissa, 2025). De igual manera, cambios sociales asociados al uso intensivo de redes sociales han impulsado la creación de espacios denominados *instagrammable*, donde el diseño interior se orienta a generar ambientes visualmente atractivos que incentiven la interacción digital y la difusión del espacio a través de plataformas sociales (Ngah, 2022). Finalmente, otras investigaciones señalan que las innovaciones en el diseño interior contemporáneo también se relacionan con la integración de experiencias multisensoriales y estrategias de ambientación que buscan fortalecer la conexión emocional entre el usuario y el espacio, contribuyendo a una experiencia más significativa en cafeterías urbanas (Hesham, 2022).

Diversos estudios coinciden en que uno de los conceptos clave en la investigación del diseño interior es el confort espacial, entendido como la capacidad del ambiente construido para generar experiencias positivas en los usuarios a través de condiciones adecuadas del entorno físico y perceptivo (Octaliana et al., 2024). Otro concepto central es el diseño emocional, que plantea que elementos como el color, la iluminación, los materiales y la disposición del mobiliario pueden estimular respuestas sensoriales y emocionales que influyen en la percepción del espacio por parte de los usuarios (Rui, 2024). Asimismo, investigaciones recientes resaltan la importancia del bienestar y la salud en el entorno construido, señalando que factores como la iluminación natural, los colores suaves, el mobiliario confortable y la presencia de elementos naturales contribuyen a reducir el estrés y mejorar el estado emocional de quienes habitan el espacio (Ellis, 2024). Finalmente, otro concepto relevante es la

relación entre ambiente interior y percepción del usuario, donde variables como la atmósfera del espacio, especialmente la iluminación y el diseño ambiental del café, influyen directamente en la percepción de comodidad y en la experiencia general de los visitantes (Budhiyanto, 2024).

Los conceptos clave de la investigación se centran en la relación entre el diseño interior y el bienestar, entendiendo que el entorno construido influye en aspectos físicos, psicológicos y sociales de los usuarios a través de variables medibles del ambiente interior (Croffi et al., 2023). Asimismo, el diseño interior se concibe como un medio de comunicación visual que, mediante elementos como color, forma, iluminación y disposición espacial, transmite una atmósfera determinada que impacta la experiencia y percepción emocional de los usuarios (Kant & Wardani, 2023). En este marco, el concepto de confort y comportamiento del usuario se vincula directamente con la integración de elementos del diseño interior —como mobiliario, materiales y planificación espacial— que influyen en sensaciones de comodidad, salud, seguridad y satisfacción dentro de los espacios comerciales (Obeidat et al., 2023). Finalmente, se reconoce que los componentes sensoriales del diseño, como el color, las texturas y los objetos, desempeñan un papel fundamental en la generación de emociones y en la construcción del bienestar mental, evidenciando la importancia de diseñar espacios que favorezcan experiencias positivas en los usuarios (López & Fernández, 2022).

La literatura revisada evidencia que el diseño interior constituye un factor determinante en la configuración de experiencias espaciales significativas, ya que integra aspectos funcionales, estéticos y culturales que influyen directamente en la percepción del usuario y en la calidad de su interacción con el entorno (Noordin, 2025). Asimismo, diversos estudios destacan que las características físicas del espacio, como la distribución, iluminación, ventilación y ergonomía, actúan como condicionantes del

comportamiento y las prácticas de los usuarios, reforzando la relación entre ambiente construido y experiencia cotidiana (Moslehian et al., 2023). Desde una perspectiva multisensorial, se ha demostrado que la percepción del entorno interior no depende de un solo estímulo, sino de la interacción entre factores visuales, auditivos y espaciales, los cuales configuran la interpretación subjetiva y el nivel de satisfacción de los usuarios dentro de espacios como restaurantes o cafeterías (Syed & Yilmazer, 2023). Finalmente, investigaciones recientes subrayan que el diseño interior influye en el bienestar emocional al responder a necesidades estéticas, funcionales y simbólicas, evidenciando que la integración de estrategias de diseño centradas en el usuario favorece la generación de experiencias positivas y confortables (Li et al., 2025).

2.2. Marco Teórico

El fenómeno puede explicarse desde la teoría del diseño centrado en el usuario, la cual plantea que los espacios deben configurarse a partir de las necesidades, percepciones y comportamientos de quienes los utilizan, integrando dimensiones funcionales, sensoriales y emocionales en el diseño interior (Noordin, 2025). Esta perspectiva se complementa con el enfoque de affordances del entorno construido, que explica cómo las características espaciales influyen en las acciones, prácticas y experiencias de los usuarios dentro de un ambiente determinado (Moslehian et al., 2023). Asimismo, la corriente del diseño multisensorial sostiene que la experiencia espacial se construye mediante la interacción de estímulos visuales, auditivos y espaciales, los cuales influyen en la percepción subjetiva del confort y la calidad del entorno (Syed & Yilmazer, 2023). En este sentido, estos modelos permiten comprender que el diseño interior actúa como un sistema integral que articula variables físicas y perceptivas para generar experiencias significativas en los usuarios (Li et al., 2025).

Otra teoría relevante es el diseño emocional, que plantea que los espacios interiores deben generar respuestas afectivas positivas mediante la integración de aspectos estéticos, funcionales y simbólicos que influyen en la experiencia del usuario (Li et al., 2025). Este enfoque se vincula con estudios que demuestran que las cualidades ambientales del espacio, como la iluminación, la ventilación y la organización, impactan directamente en el bienestar y comportamiento de los usuarios (Moslehian et al., 2023). De igual manera, investigaciones en diseño comercial destacan que la incorporación de elementos culturales y sensoriales contribuye a fortalecer la conexión emocional entre el usuario y el entorno construido (Noordin, 2025). Por lo tanto, el diseño emocional permite explicar cómo el diseño interior trasciende lo funcional para convertirse en un medio que influye en la percepción de bienestar, satisfacción y permanencia en espacios como las cafeterías (Syed & Yilmazer, 2023).

Finalmente, el fenómeno también puede analizarse desde la corriente de la experiencia del usuario y el diseño ambiental, la cual entiende el espacio como un sistema dinámico donde interactúan factores físicos, sensoriales y sociales que condicionan la percepción del entorno (Syed & Yilmazer, 2023). Esta perspectiva reconoce que elementos como la disposición espacial, los materiales, la iluminación y la acústica actúan de manera integrada para influir en la satisfacción, el confort y el comportamiento del usuario (Moslehian et al., 2023). Asimismo, estudios recientes destacan la importancia de aplicar estrategias de diseño que articulen múltiples dimensiones sensoriales y emocionales para generar experiencias espaciales más completas y significativas (Li et al., 2025). En consecuencia, el diseño interior contemporáneo se concibe como un proceso holístico en el que la interacción entre usuario y ambiente define la percepción de bienestar y la calidad de la experiencia en espacios de consumo (Noordin, 2025).

Capítulo III: Propósitos y fundamentos de la investigación

3.1. Objetivo General

Analizar cómo el diseño interior influye en la percepción de bienestar y confort de los usuarios en cafeterías contemporáneas de Lima, a partir de la exploración de los elementos espaciales, sensoriales y ambientales presentes en dichos espacios.

3.2. Objetivos Específicos

1. Identificar los elementos del diseño interior (color, iluminación, mobiliario y ambientación) presentes en cafeterías contemporáneas de Lima.

2. Explorar cómo los usuarios perciben estos elementos del diseño interior en relación con su bienestar y sensación de confort dentro del espacio.

3. Comprender de qué manera la interacción entre los elementos del diseño interior y la experiencia espacial influye en la percepción general del ambiente por parte de los usuarios.

3.3. Pregunta General

¿Cómo influye el diseño interior en la percepción de bienestar y confort de los usuarios en cafeterías contemporáneas de Lima?

3.4. Preguntas Específicas

1. ¿Qué elementos del diseño interior caracterizan a las cafeterías contemporáneas de Lima?

2. ¿Cómo perciben los usuarios los elementos del diseño interior en relación con su bienestar y sensación de confort dentro de estos espacios?

3. ¿De qué manera la interacción entre los elementos del diseño interior y la experiencia del espacio influye en la percepción general del ambiente por parte de los usuarios?

3.5. Proposición General

El diseño interior de las cafeterías contemporáneas influye en la percepción de bienestar y confort de los usuarios, ya que los elementos espaciales y sensoriales del ambiente contribuyen a la construcción de una experiencia positiva dentro del espacio.

3.6. Proposiciones Específicas

1. Los elementos del diseño interior, como el color, la iluminación, el mobiliario y la ambientación, configuran el ambiente espacial de las cafeterías contemporáneas.

2. La percepción de bienestar y confort de los usuarios se relaciona con la manera en que estos interpretan y experimentan los elementos del diseño interior dentro del espacio.

3. La interacción entre los componentes del diseño interior y las dinámicas de uso del espacio contribuye a la construcción de la experiencia del usuario en cafeterías contemporáneas.

Capítulo IV: Metodología

4.1. Tipo y enfoque de investigación

El estudio se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, ya que su propósito fue comprender las percepciones, significados y experiencias que los usuarios construyen en relación con el diseño interior de las cafeterías contemporáneas. Este tipo de enfoque permitió explorar de manera profunda cómo los participantes interpretaron los elementos espaciales, sensoriales y ambientales presentes en estos espacios, considerando sus vivencias y apreciaciones personales. A diferencia de los enfoques cuantitativos orientados a la medición de variables numéricas, la investigación se centró en la interpretación de discursos, percepciones y experiencias subjetivas obtenidas a través de entrevistas y observación. De esta manera, el enfoque cualitativo facilitó comprender el fenómeno desde la perspectiva de los propios usuarios y analizar la relación entre el diseño interior y la percepción de bienestar y confort dentro del espacio.

Asimismo, la investigación se caracterizó como de tipo aplicada, debido a que se orientó a analizar un problema real vinculado al campo del diseño interior y a las dinámicas contemporáneas del sector gastronómico. El estudio se centró específicamente en comprender cómo los elementos del diseño interior influyen en la percepción de bienestar y confort de los usuarios dentro de cafeterías contemporáneas de Lima. En este sentido, los resultados obtenidos buscaron aportar conocimientos que puedan ser utilizados como referencia para el desarrollo de propuestas de diseño más centradas en la experiencia del usuario. De esta manera, la investigación contribuyó a fortalecer el campo creativo al ofrecer una comprensión aplicada sobre la relación entre el ambiente interior y las percepciones de quienes interactúan con estos espacios.

Este enfoque metodológico permitió interpretar cómo los participantes

construyeron sentido en torno a su experiencia dentro de las cafeterías estudiadas, considerando tanto las características físicas del espacio como las sensaciones y emociones que estas generan. A partir del análisis de las entrevistas y la observación del entorno, fue posible identificar patrones de percepción relacionados con elementos como la iluminación, el mobiliario, los materiales y la atmósfera del lugar. De esta manera, el enfoque cualitativo facilitó comprender el fenómeno del bienestar y confort desde la perspectiva de los usuarios, reconociendo que la experiencia espacial se construye mediante la interacción entre el individuo y el ambiente. En consecuencia, este tipo de análisis permitió interpretar de forma integral cómo el diseño interior influye en la forma en que los usuarios perciben y experimentan los espacios de cafetería.

4.2. Diseño metodológico

La investigación se desarrolló a partir de un diseño metodológico cualitativo de carácter exploratorio, orientado a comprender cómo el diseño interior influye en la percepción de bienestar y confort de los usuarios en cafeterías contemporáneas de Lima. Este tipo de diseño permitió examinar el fenómeno desde la perspectiva de los participantes, considerando sus percepciones, experiencias y significados asociados al ambiente interior de estos espacios. Al tratarse de un tema que involucra dimensiones subjetivas vinculadas a la experiencia espacial y sensorial, el enfoque exploratorio facilitó identificar aspectos del diseño interior que influyen en la construcción de dichas percepciones. De esta manera, el diseño cualitativo exploratorio permitió aproximarse al fenómeno desde una comprensión interpretativa del contexto y de las experiencias de los usuarios.

Este diseño resultó adecuado para la investigación debido a que se centró en un grupo reducido de participantes, lo que permitió profundizar en sus discursos,

interpretaciones y comportamientos dentro del espacio estudiado. En lugar de buscar representatividad estadística, el estudio prioriza la comprensión detallada de las experiencias individuales relacionadas con la interacción entre el usuario y el ambiente interior de las cafeterías. A través de este enfoque fue posible analizar cómo los participantes percibieron elementos como la iluminación, el mobiliario, la disposición espacial y la atmósfera general del lugar. De esta manera, el diseño metodológico permitió explorar de manera más profunda las dimensiones perceptuales y emocionales asociadas al bienestar y confort dentro de estos espacios.

Para la recolección de la información se emplearon dos técnicas principales: entrevistas semiestructuradas y observación del espacio, incorporando una aproximación etnográfica ligera. Las entrevistas semiestructuradas permitieron explorar las percepciones, opiniones y experiencias de los participantes respecto al ambiente interior de las cafeterías, facilitando un diálogo flexible que permitió profundizar en los temas emergentes durante la conversación. Por otro lado, la observación del entorno permitió analizar directamente las características del espacio, los elementos del diseño interior y las dinámicas de interacción de los usuarios dentro del lugar. La combinación de ambas técnicas permitió complementar la información obtenida, favoreciendo una comprensión más integral del fenómeno estudiado.

4.3. Participantes o casos de estudio

Los participantes de la investigación fueron tres usuarios frecuentes de cafeterías, cuyas edades se encontraban entre 20 y 40 años, seleccionados por su experiencia constante en este tipo de espacios. Todos manifestaron visitar cafeterías al menos dos veces por semana, principalmente para realizar actividades como trabajar, estudiar o reunirse con otras personas. Esta frecuencia de uso permitió que los entrevistados contaran con experiencias recurrentes y comparativas respecto a diferentes

ambientes de cafeterías contemporáneas en la ciudad de Lima. Asimismo, su condición de consumidores activos de estos espacios facilitó que pudieran describir con mayor detalle sus percepciones sobre el ambiente, la comodidad y la funcionalidad del diseño interior.

La selección de este perfil resultó adecuada para el estudio, ya que los usuarios frecuentes poseen una interacción directa y constante con los elementos del diseño interior presentes en cafeterías. Durante las entrevistas, los participantes pudieron reflexionar sobre cómo aspectos como la iluminación, la distribución del mobiliario, los materiales y la atmósfera del lugar influyeron en su sensación de bienestar y confort. Además, su experiencia recurrente en distintos establecimientos permitió obtener opiniones comparativas sobre preferencias espaciales y condiciones que favorecen la permanencia en el lugar. Por ello, este perfil de entrevistados aportó información relevante y contextualizada para comprender la relación entre el diseño interior y la experiencia de bienestar de los usuarios en cafeterías contemporáneas de Lima.

4.4. Técnicas e instrumentos

Para la recolección de la información se diseñó como instrumento principal una guía de entrevista semiestructurada compuesta por preguntas abiertas. Este instrumento permitió explorar en profundidad las percepciones, experiencias y significados que los usuarios atribuyen al diseño interior de las cafeterías contemporáneas. La guía de entrevista se organizó en distintos bloques temáticos relacionados con la experiencia general del usuario, la percepción del espacio, el confort sensorial y el uso del ambiente dentro de la cafetería. El uso de preguntas abiertas facilitó que los participantes expresaran libremente sus opiniones, permitiendo profundizar en los aspectos subjetivos asociados al bienestar y confort dentro del espacio.

La guía de entrevista fue sometida a un proceso de validación de contenido realizado por el doctor Jorge Enrique Tambini De La Peña, quien evaluó la claridad, pertinencia y coherencia de las preguntas planteadas. Durante este proceso se analizó si cada una de las preguntas se encontraba adecuadamente formulada para comprender las percepciones de los usuarios sobre el diseño interior de las cafeterías. Asimismo, el especialista verificó la alineación entre las preguntas del instrumento y los objetivos de la investigación, asegurando que las interrogantes permitieran obtener información relevante para el análisis del fenómeno estudiado. A partir de esta revisión se realizaron ajustes en la redacción y organización de algunas preguntas, con el fin de fortalecer la calidad metodológica del instrumento.

De manera complementaria, se utilizó la técnica de observación directa del espacio, incorporando una aproximación etnográfica ligera dentro del entorno de las cafeterías estudiadas. Esta técnica permitió registrar comportamientos de los usuarios, dinámicas de interacción y características del ambiente interior que influyen en la experiencia dentro del lugar. Durante la observación se tomaron notas sobre elementos visuales relevantes del diseño interior, como la iluminación, los colores, la disposición del mobiliario y la ambientación general del espacio. La combinación de la entrevista semiestructurada y la observación directa permitió contrastar las percepciones expresadas por los participantes con las condiciones reales del entorno, favoreciendo una comprensión más integral del fenómeno investigado.

4.5. Procedimiento

El procedimiento metodológico se desarrolló a partir de una serie de etapas organizadas que permitieron abordar el fenómeno de estudio de manera sistemática. En primer lugar, se realizó la definición del problema de investigación y de los objetivos que orientaron el desarrollo del estudio. A partir de esta etapa inicial se elaboró la guía

de entrevista semiestructurada, diseñada con preguntas abiertas orientadas a explorar las percepciones y experiencias de los usuarios respecto al diseño interior de las cafeterías contemporáneas. Posteriormente, se llevó a cabo la selección y el contacto con los participantes, considerando criterios relacionados con su experiencia como usuarios de cafeterías contemporáneas en Lima, así como la obtención de su consentimiento para participar en el estudio.

Una vez definidos los participantes, se procedió a la aplicación de las entrevistas mediante el uso de formularios digitales a través de la plataforma Google Forms, lo que permitió recopilar las respuestas de manera organizada y sistemática. Paralelamente, se realizó un proceso de observación en contexto dentro de cafeterías contemporáneas, con el objetivo de registrar elementos relevantes del ambiente interior y de las dinámicas de uso del espacio por parte de los usuarios. Durante esta etapa se elaboraron registros de notas de campo y se documentaron algunos aspectos visuales del entorno, como la iluminación, los colores, la disposición del mobiliario y la atmósfera general del lugar. Esta combinación de entrevistas y observación permitió obtener información complementaria sobre el fenómeno estudiado.

Posteriormente, se llevó a cabo la transcripción y organización de la información obtenida a partir de las entrevistas y los registros de observación. Una vez sistematizados los datos, se realizó un proceso de codificación temática que permitió identificar categorías, patrones y relaciones dentro de los discursos de los participantes. Este proceso de análisis facilitó interpretar las percepciones de los usuarios en relación con los elementos del diseño interior y su influencia en la sensación de bienestar y confort dentro de las cafeterías. Finalmente, los resultados obtenidos fueron organizados y redactados en función de los objetivos y proposiciones de la investigación, permitiendo presentar una interpretación coherente del fenómeno estudiado.

Capítulo V: Resultados

5.1. Diseño interior como generador de experiencia y emociones

La categoría “Diseño interior como generador de experiencia y emociones” hace referencia a cómo los elementos del espacio no solo cumplen una función estética, sino que inciden directamente en las sensaciones, percepciones y comportamientos de los usuarios dentro de una cafetería. A partir de las entrevistas, se evidencia que los participantes perciben el diseño como un sistema integral donde la iluminación, colores, materiales y mobiliario construyen una atmósfera que puede generar calma, confort o incluso incomodidad. Por ejemplo, un entrevistado menciona que “cada detalle parecía haber sido pensado para mejorar la experiencia del visitante”, destacando que el diseño influye “directamente en mi comodidad y en la percepción del espacio”. De esta manera, el diseño interior se entiende como un mediador entre el entorno físico y la experiencia emocional del usuario.

Asimismo, los discursos coinciden en que la intención y coherencia del diseño son fundamentales para generar experiencias positivas. No se trata únicamente de incorporar elementos decorativos, sino de que estos respondan a un concepto claro y a una identidad definida. En este sentido, un participante señala que “cada elemento fue colocado con un propósito específico”, mientras que otro advierte que el uso excesivo de recursos “sin una intención clara” puede generar “un ambiente sobrecargado”. Esto evidencia que el diseño interior no solo impacta a nivel sensorial, sino también a nivel cognitivo, ya que los usuarios interpretan y valoran la coherencia del espacio, lo que influye en su percepción de calidad y en su deseo de permanencia o retorno.

Por otro lado, el diseño interior también se vincula directamente con las emociones y actividades que se desarrollan en el espacio. Los entrevistados describen cómo ciertos ambientes los motivan a quedarse más tiempo, trabajar o relajarse,

dependiendo de las características del entorno. Por ejemplo, se menciona que un espacio con “iluminación cálida, un mobiliario muy cómodo y una buena distribución” puede generar una atmósfera que “invita a quedarse más tiempo”, mientras que condiciones opuestas pueden provocar el abandono del lugar. Asimismo, otro participante afirma que cuando el diseño está bien logrado, “el ambiente se vuelve más agradable y acogedor”, lo que demuestra que el diseño no solo condiciona el uso del espacio, sino que también moldea el estado de ánimo y la experiencia general del usuario.

En la figura 1 se evidencia la transformación de un espacio neutro en un entorno dinámico y lleno de vida mediante la intervención del diseño interior. El flujo visual representado permite comprender cómo la aplicación estratégica de elementos como la luz, el color y la textura modifica la percepción del espacio, generando distintas respuestas emocionales en los usuarios. Esta observación refuerza los hallazgos de las entrevistas, donde se reconoce que el diseño no se limita a lo visual, sino que tiene un impacto directo en el bienestar y el estado de ánimo. En este sentido, la figura ilustra de manera sintética cómo el diseño interior actúa como un agente activo en la construcción de experiencias, transformando un ambiente funcional en uno significativo y emocionalmente resonante.

Figura 1

Ejemplo de intervención de diseño interior como generador de experiencias sensoriales y respuestas emocionales en el usuario.



Nota. Elaboración propia mediante inteligencia artificial.

5.2. Iluminación como factor clave de confort y permanencia

La categoría “Iluminación como factor clave de confort y permanencia” se refiere al papel central que tiene la luz en la construcción de ambientes agradables dentro de las cafeterías, influyendo directamente en el bienestar de los usuarios y en el tiempo que deciden permanecer en el lugar. A partir de las entrevistas, se evidencia que la iluminación no es percibida únicamente como un elemento funcional, sino como un componente determinante en la experiencia espacial. Por ejemplo, un entrevistado señala que “la iluminación tiene la capacidad de definir completamente el ambiente”, mientras que otro destaca que una iluminación “cálida y bien distribuida… no resulta invasiva ni produce fatiga visual”. Esto demuestra que la calidad lumínica incide en la percepción del espacio y en la sensación de confort general.

Asimismo, los discursos coinciden en que el tipo de iluminación —especialmente la diferencia entre luz cálida, neutra o fría— tiene efectos directos en el estado de ánimo y en la disposición a permanecer en el lugar. En este sentido, un participante menciona que cuando la iluminación es adecuada “transmite una sensación de tranquilidad y confort que invita a quedarse más tiempo”, mientras que otro indica que la luz fría puede generar “agotamiento… dolor de ojos o de cabeza”. Estas percepciones evidencian que la iluminación influye tanto a nivel físico como emocional, afectando la comodidad visual y la capacidad de concentración, especialmente en espacios donde se realizan actividades prolongadas como trabajar o estudiar.

Por otro lado, la investigación también revela la importancia del diseño estratégico de la iluminación en relación con su distribución y aplicación dentro del espacio. No se trata solo de la intensidad o temperatura de la luz, sino de cómo esta se integra en el entorno. Un entrevistado advierte que “demasiada luz directa… puede generar incomodidad visual”, mientras que recomienda el uso de “iluminación

indirecta… para crear un ambiente más suave y acogedor". Además, se valora la combinación entre luz natural y artificial, ya que "logra una atmósfera armónica que favorece tanto la concentración como el disfrute". Esto evidencia que la iluminación, cuando es correctamente planificada, se convierte en una herramienta clave para mejorar la experiencia del usuario y fomentar su permanencia.

En la figura 2 se evidencia un espacio híbrido que funciona como biblioteca, cafetería o coworking, demostrando cómo la intervención lumínica actúa como un componente esencial para generar confort. La imagen permite observar cómo la luz se utiliza estratégicamente para delimitar áreas, crear atmósferas diferenciadas y acompañar diversas actividades dentro de un mismo entorno. Esta configuración favorece e incentiva la permanencia prolongada de los usuarios, quienes pueden realizar sus actividades de manera cómoda y sin fatiga visual. De este modo, la figura refuerza los hallazgos de las entrevistas, evidenciando que la iluminación no solo cumple una función técnica, sino que es un elemento clave en la construcción de espacios habitables, versátiles y emocionalmente confortables.

Figura 2

Ejemplo de la iluminación como elemento clave en la generación de confort y en la permanencia de los usuarios en el espacio.



Nota. Elaboración propia mediante inteligencia artificial.

5.3. Coherencia estética e identidad de marca en el espacio

La categoría “Coherencia estética e identidad de marca en el espacio” hace referencia a la manera en que los distintos elementos del diseño interior —como colores, materiales, iluminación, mobiliario y decoración— se integran de forma armónica para comunicar una identidad clara y reconocible. A partir de las entrevistas, se evidencia que los usuarios no solo perciben estos elementos de manera aislada, sino como un sistema que construye una experiencia significativa. Por ejemplo, el entrevistado 1 menciona que “cada detalle parecía haber sido pensado para mejorar la experiencia”, lo que refleja cómo la coherencia en el diseño transmite intención y cuidado. Esta percepción se vincula directamente con la investigación al demostrar que el diseño interior no es únicamente estético, sino también un medio para comunicar valores y generar una conexión emocional con el usuario.

Asimismo, la coherencia estética se relaciona con la claridad conceptual del espacio y su capacidad para evitar la saturación visual o la falta de identidad. El entrevistado 3 señala que cuando se incorporan elementos sin una intención clara, “el resultado suele ser un ambiente sobrecargado que no logra comunicar realmente lo que la marca quiere transmitir”. Esta afirmación evidencia que la ausencia de coherencia debilita la experiencia del usuario y dificulta la lectura del espacio. En contraste, cuando los elementos están alineados, el ambiente se percibe equilibrado y profesional, lo que fortalece la identidad de la marca. Esto se conecta con el objetivo de la investigación al destacar la importancia de un diseño estratégico que articule todos los componentes espaciales bajo un mismo concepto.

Por otro lado, los discursos también muestran que la coherencia estética influye en la percepción de confort y en la permanencia de los usuarios. El entrevistado 2 menciona que “lo importante es que la colorimetría del espacio esté bien pensada y se

relacione con la identidad de la marca", indicando que la armonía visual contribuye a generar ambientes agradables. De igual forma, el entrevistado 3 resalta que cuando "la decoración, los colores, el mobiliario y la iluminación siguen una misma línea conceptual, el lugar transmite una personalidad definida". Estas percepciones evidencian que la coherencia no solo comunica identidad, sino que también construye experiencias más fluidas, comprensibles y memorables, reforzando el vínculo entre usuario y espacio.

En la figura 3 se evidencia la proyección de la identidad de marca mediante una sólida coherencia estética en un entorno retail contemporáneo AURA. Se observa cómo la integración de la arquitectura, el mobiliario, la paleta cromática y la señalética se combinan de manera armónica para construir un ambiente unificado, donde cada elemento responde a una misma lógica de diseño. Esta composición permite reflejar claramente los valores de la marca —naturalidad, equilibrio y minimalismo— generando una experiencia espacial coherente y reconocible. Asimismo, se demuestra que cada componente del espacio ha sido cuidadosamente diseñado para alinearse con la propuesta de valor de la marca, reforzando su identidad y consolidando una experiencia integral para el usuario.

Figura 3

Ejemplo del diseño interior como medio para materializar la identidad de marca y generar una experiencia coherente en el usuario.



Nota. Elaboración propia mediante inteligencia artificial.

5.4. Confort físico y funcionalidad del entorno

La categoría Confort físico y funcionalidad del entorno hace referencia a la manera en que los espacios de cafeterías contemporáneas logran satisfacer simultáneamente las necesidades corporales y operativas del usuario, integrando comodidad, ergonomía y eficiencia en el uso del espacio. A partir de las entrevistas, se evidencia que el confort físico no se limita únicamente al mobiliario, sino que involucra múltiples variables como iluminación, temperatura, acústica y distribución espacial. Por ejemplo, un entrevistado señala que "contar con sillas ergonómicas y bien diseñadas permite permanecer durante más tiempo sin sentir incomodidad física", mientras que otro destaca que "la iluminación cálida y bien distribuida… invita a quedarse por más tiempo". Estos elementos reflejan cómo el bienestar corporal está directamente vinculado con las decisiones de diseño interior.

Asimismo, la funcionalidad del entorno se relaciona con la capacidad del espacio para adaptarse a diversas actividades y facilitar el uso cotidiano del lugar. En este sentido, los participantes destacan la importancia de una distribución eficiente que permita tanto la interacción social como la concentración individual. Un entrevistado menciona que "la distribución del espacio debe facilitar tanto la interacción social como momentos de privacidad o concentración", mientras que otro añade que "contar con zonas de corriente cerca de las mesas… hace que el espacio sea mucho más funcional". Estas apreciaciones evidencian que el diseño no solo responde a criterios estéticos, sino también a necesidades prácticas del usuario contemporáneo, como trabajar, estudiar o socializar en un mismo lugar.

En relación con la investigación, esta categoría permite comprender cómo el diseño interior influye en la experiencia del usuario desde una dimensión tangible y operativa. Los hallazgos muestran que un entorno confortable y funcional impacta

directamente en la permanencia, la satisfacción y la intención de retorno. Por ejemplo, un entrevistado indica que en un espacio bien diseñado “decidí quedarme varias horas trabajando sin sentir incomodidad”, mientras que otro advierte que una mala organización puede generar efectos contrarios, como “una sensación de saturación… que genera incomodidad o falta de privacidad”. De esta manera, el confort físico y la funcionalidad se consolidan como factores clave en la construcción de experiencias positivas dentro del espacio retail.

En la figura 4 se evidencia la integración del confort físico y la funcionalidad del entorno, mediante una zonificación estratégica que combina el bienestar sensorial y la eficiencia del espacio. El confort se percibe en la variedad de soportes ergonómicos, desde butacas diseñadas para estancias prolongadas hasta el graderío de madera que invita a posturas más relajadas, acompañado de una iluminación natural que ayuda a descansar la vista. La funcionalidad se manifiesta mediante el diseño versátil que facilita la coexistencia de diversas actividades, de socialización, trabajo y consumo, sin romper la fluidez del espacio, respondiendo de forma eficaz a las necesidades del usuario actual.

Figura 4

Ejemplo de integración entre confort físico y funcionalidad mediante la organización espacial y la diversidad de usos en el entorno.



Nota. Obtenido de Pinterest, del usuario jxw98.

5.5. Influencia de los factores sensoriales en la experiencia del usuario

La categoría Influencia de los factores sensoriales en la experiencia del usuario hace referencia al papel determinante que cumplen los estímulos percibidos por los sentidos —como la iluminación, el sonido, los olores, la temperatura y las texturas— en la construcción de la experiencia dentro de una cafetería contemporánea. A partir de las entrevistas, se evidencia que estos factores no actúan de manera aislada, sino que se integran para generar una atmósfera que impacta directamente en las emociones y en la percepción del espacio. Por ejemplo, un entrevistado señala que "la música ambiental suave junto con el aroma del café recién preparado creaba una atmósfera acogedora que invitaba a quedarse más tiempo", lo que demuestra cómo la combinación de estímulos auditivos y olfativos contribuye a una experiencia más placentera y prolongada.

Asimismo, los resultados muestran que la iluminación es uno de los factores sensoriales más influyentes en el estado de ánimo y la permanencia del usuario. La preferencia por ambientes con luz cálida o natural se repite en los tres casos, destacando su capacidad para generar confort visual y emocional. En este sentido, un participante menciona que "cuando la iluminación es cálida… el ambiente se vuelve mucho más agradable y acogedor, lo que me invita a quedarme por más tiempo", mientras que otro advierte que una iluminación inadecuada puede generar "incomodidad visual" y reducir el tiempo de permanencia. Esto evidencia que la percepción sensorial no solo influye en el bienestar inmediato, sino también en decisiones concretas de uso del espacio.

Por otro lado, factores como el sonido, los olores y la temperatura refuerzan la dimensión multisensorial de la experiencia. Los entrevistados coinciden en que un equilibrio adecuado en estos aspectos favorece tanto la relajación como la concentración. Por ejemplo, se menciona que "cuando hay música suave y un nivel de ruido controlado, el espacio se vuelve más agradable", y que "el aroma del café recién

preparado… suele generar una sensación acogedora". De igual manera, se destaca que la ausencia de estos estímulos o su mala gestión puede afectar negativamente la percepción del lugar, como en el caso de olores desagradables que generan rechazo inmediato. En conjunto, estos hallazgos evidencian que los factores sensoriales son esenciales para construir una experiencia integral, coherente con los objetivos de la investigación centrados en el diseño interior y su impacto en el usuario.

En la figura 5 se evidencia cómo la experiencia del usuario es el resultado de una compleja interacción de factores sensoriales que van más allá de lo estrictamente funcional para conectar con la experiencia emocional. Mediante una composición conceptual, se muestra cómo los distintos estímulos sensoriales generan bienestar en el usuario, aumentando la fidelidad hacia la marca e impactando directamente en la satisfacción. La integración de lo sensorial con lo físico y lo digital permite entender el espacio como un sistema dinámico donde cada elemento contribuye a una percepción más rica y significativa. De este modo, el diseño no solo responde a necesidades prácticas, sino que también eleva la experiencia cotidiana, mejorando la percepción de calidad y fortaleciendo la valoración del servicio por parte del usuario.

Figura 5

Ejemplo de la experiencia del usuario como resultado de la interacción de estímulos sensoriales que generan conexión emocional y percepción de valor.



Nota. Elaboración propia mediante inteligencia artificial.

Capítulo VI: Discusión

Los hallazgos obtenidos evidencian que el diseño interior actúa como un sistema integral que influye directamente en la experiencia emocional del usuario, lo cual coincide con la literatura que plantea que los elementos espaciales y sensoriales configuran la percepción del ambiente y el bienestar (Mehta, 2023; Ma & Kim, 2024). Asimismo, la importancia atribuida a la coherencia e intención del diseño refuerza lo señalado por estudios previos, donde la integración armónica de elementos como iluminación, materiales y mobiliario impacta en la calidad percibida del espacio y en la satisfacción del usuario (Budhiyanto, 2024; Octalina, 2024). De igual manera, los resultados confirman que el diseño interior no solo incide en lo sensorial, sino también en lo cognitivo y emocional, tal como lo proponen enfoques del diseño emocional y multisensorial que explican cómo el ambiente construido moldea las respuestas afectivas y conductuales (Syed & Yilmazer, 2023; Li et al., 2025). Sin embargo, a diferencia de algunos estudios que analizan variables de forma aislada, esta investigación evidencia una comprensión más holística del diseño, alineándose con autores que señalan la necesidad de integrar múltiples dimensiones sensoriales para explicar la experiencia completa del usuario (Kerdiati, 2025).

Estos hallazgos se relacionan directamente con los objetivos de la investigación, ya que permiten comprender cómo los elementos del diseño interior —como color, iluminación, materiales y mobiliario— influyen en la percepción de bienestar y confort de los usuarios dentro de cafeterías contemporáneas. En particular, se cumple el objetivo de explorar la percepción del usuario al evidenciar que la experiencia espacial no depende únicamente de factores físicos, sino de la interpretación emocional y cognitiva que los usuarios construyen a partir del entorno (Obeidat et al., 2023). Asimismo, los resultados aportan al objetivo de analizar la interacción entre los

elementos del diseño y la experiencia del usuario, demostrando que esta relación configura la permanencia, el uso del espacio y la satisfacción general (Achmad, 2024; Kocaturk, 2024). En consecuencia, la investigación valida la proposición de que el diseño interior influye en la experiencia integral del usuario, consolidándose como un factor clave en la generación de bienestar y en la construcción de espacios significativos dentro del contexto de cafeterías contemporáneas (Noordin, 2025).

Los hallazgos sobre la iluminación como factor clave de confort y permanencia evidencian que este elemento trasciende su función técnica para convertirse en un componente central en la construcción de la experiencia espacial, lo cual coincide con la literatura que destaca su influencia directa en la percepción del ambiente y el bienestar del usuario (Budhiyanto, 2024; Rek-Lipczynska, 2025). Asimismo, la preferencia por iluminación cálida y bien distribuida, así como el rechazo a la luz fría por generar fatiga o incomodidad, refuerza lo señalado por estudios que vinculan las condiciones lumínicas con respuestas emocionales y físicas en los usuarios (Ellis, 2024; Dwi, 2025). De igual manera, los resultados coinciden con investigaciones que destacan que la atmósfera interior, particularmente la iluminación, influye en el tiempo de permanencia y en la satisfacción del cliente dentro de espacios de consumo (Kocaturk, 2024; Octalina, 2024). Sin embargo, el estudio aporta una perspectiva más integral al evidenciar que no solo la intensidad o temperatura de la luz es relevante, sino también su distribución estratégica y su integración con otros elementos del espacio, alineándose con enfoques multisensoriales que plantean una experiencia espacial holística (Syed & Yilmazer, 2023).

En relación con los objetivos de la investigación, estos hallazgos permiten comprender de manera específica cómo la iluminación, como uno de los principales elementos del diseño interior, influye en la percepción de bienestar y confort de los

usuarios en cafeterías contemporáneas. En particular, se responde al objetivo de identificar y analizar los elementos del diseño interior al evidenciar que la iluminación no solo configura el ambiente, sino que también condiciona las actividades y el tiempo de permanencia dentro del espacio (Achmad, 2024). Asimismo, se cumple el objetivo de explorar la percepción del usuario, ya que se demuestra que las experiencias de confort visual y emocional dependen de cómo los usuarios interpretan y experimentan las condiciones lumínicas del entorno (Obeidat et al., 2023). En consecuencia, estos resultados refuerzan la comprensión de la interacción entre los elementos del diseño y la experiencia del usuario, evidenciando que la iluminación es un factor determinante en la construcción de espacios confortables, funcionales y emocionalmente satisfactorios (Noordin, 2025).

Los hallazgos sobre la coherencia estética e identidad de marca evidencian que los usuarios perciben el diseño interior como un sistema integrado que comunica intencionalidad y valores, lo cual coincide con la literatura que entiende el diseño como un medio de comunicación visual que influye en la experiencia y percepción emocional del usuario (Kant & Wardani, 2023). Asimismo, la importancia atribuida a la armonía entre elementos como color, iluminación y mobiliario refuerza lo señalado por estudios que destacan que la atmósfera interior, cuando es coherente, contribuye a generar experiencias sensoriales positivas y una mayor satisfacción del usuario (Octalina, 2024; Budhiyanto, 2024). De igual manera, los resultados confirman que la falta de coherencia genera percepciones negativas como saturación o confusión, lo que coincide con investigaciones que subrayan la necesidad de integrar aspectos estéticos, funcionales y simbólicos para lograr experiencias significativas (Noordin, 2025; Li et al., 2025). Sin embargo, el estudio aporta una visión más profunda al evidenciar que la coherencia no solo impacta a nivel sensorial, sino también cognitivo, ya que los usuarios interpretan el

diseño como un indicador de calidad e identidad, ampliando lo planteado por la literatura existente.

En relación con los objetivos de la investigación, estos hallazgos permiten comprender cómo la articulación coherente de los elementos del diseño interior influye en la percepción de bienestar y confort de los usuarios en cafeterías contemporáneas. En particular, se cumple el objetivo de identificar los elementos del diseño al evidenciar que no solo su presencia es relevante, sino la forma en que se integran bajo un concepto unificado (Kasap, 2025). Asimismo, se responde al objetivo de explorar la percepción del usuario, ya que se demuestra que la coherencia estética influye en la interpretación del espacio, en la sensación de comodidad y en la construcción de experiencias positivas (Obeidat et al., 2023). En consecuencia, estos resultados refuerzan el objetivo de comprender la interacción entre diseño y experiencia, evidenciando que una identidad clara y coherente fortalece el vínculo emocional con el usuario y favorece su permanencia en el espacio (Achmad, 2024; Agusdi, 2025).

Los hallazgos sobre el confort físico y la funcionalidad del entorno evidencian que el diseño interior influye en la experiencia del usuario no solo desde una dimensión perceptiva, sino también desde condiciones tangibles que afectan el bienestar corporal y la usabilidad del espacio, lo cual coincide con la literatura que destaca la importancia de factores como la ergonomía, la iluminación y la distribución espacial en la percepción de confort (Rek-Lipczynska, 2025; Moslehian et al., 2023). Asimismo, la relevancia otorgada a la adaptabilidad del espacio para distintas actividades refuerza lo señalado por estudios que reconocen a las cafeterías como entornos híbridos donde se integran funciones de socialización, trabajo y ocio (Xu, 2025; Agusdi, 2025). De igual manera, los resultados confirman que la funcionalidad y el confort físico inciden directamente en la permanencia y satisfacción del usuario, en concordancia con investigaciones que

vinculan la configuración espacial con el comportamiento y el tiempo de estancia en espacios comerciales (Achmad, 2024; Kocaturk, 2024). Sin embargo, el estudio amplía lo planteado en la literatura al evidenciar que estas variables no actúan de manera aislada, sino como parte de un sistema integral donde lo físico, lo sensorial y lo funcional se articulan para construir una experiencia completa, en línea con enfoques multisensoriales del diseño (Syed & Yilmazer, 2023).

En relación con los objetivos de la investigación, estos hallazgos permiten comprender de manera concreta cómo el diseño interior influye en la percepción de bienestar y confort desde una dimensión operativa y experiencial. En particular, se cumple el objetivo de identificar los elementos del diseño al evidenciar que factores como el mobiliario, la distribución espacial y las condiciones ambientales son determinantes en la experiencia del usuario (Kasap, 2025). Asimismo, se responde al objetivo de analizar la percepción del usuario, ya que se demuestra que el confort físico y la funcionalidad impactan directamente en la satisfacción, la permanencia y la intención de retorno dentro del espacio (Obeidat et al., 2023). En consecuencia, estos resultados refuerzan el objetivo general al evidenciar que la integración de condiciones ergonómicas y funcionales en el diseño interior es clave para generar espacios confortables, eficientes y alineados con las necesidades del usuario contemporáneo (Noordin, 2025).

Los hallazgos evidencian que los factores sensoriales influyen de manera integrada en la experiencia del usuario, lo cual coincide con la literatura que plantea que la percepción del espacio no depende de estímulos aislados, sino de la interacción multisensorial del entorno (Syed & Yilmazer, 2023). En este sentido, los resultados refuerzan lo señalado por Mehta (2023) y Ma y Kim (2024), quienes sostienen que la activación de los sentidos en espacios de cafeterías contribuye a generar experiencias

más satisfactorias y emocionalmente significativas. Asimismo, la relevancia de la iluminación, el sonido y el aroma identificada en las entrevistas se alinea con estudios que destacan el impacto directo de estos elementos en el bienestar emocional y la permanencia del usuario (Rek-Lipczynska, 2025; Octalina, 2024). No obstante, los resultados amplían la literatura al evidenciar que no solo la presencia de estímulos es importante, sino su adecuada integración y equilibrio, lo que responde a la necesidad identificada de abordar el diseño interior desde una perspectiva holística (Kerdiati, 2025).

En relación con los objetivos de la investigación, estos hallazgos permiten comprender de manera más profunda cómo el diseño interior influye en la percepción de bienestar y confort a través de la dimensión sensorial. La evidencia obtenida confirma que la atmósfera generada por la combinación de estímulos sensoriales impacta directamente en la experiencia emocional, la satisfacción y el tiempo de permanencia del usuario, tal como lo plantean estudios previos sobre comportamiento en espacios comerciales (Kocaturk, 2024; Agusdi, 2025). De esta manera, la investigación cumple con su propósito de analizar el diseño interior como un sistema integral que articula variables físicas y perceptivas, contribuyendo a generar experiencias significativas (Li et al., 2025). En consecuencia, se refuerza la importancia de incorporar estrategias de diseño multisensorial centradas en el usuario para mejorar la calidad espacial y el bienestar en cafeterías contemporáneas, en coherencia con los enfoques actuales del diseño ambiental (Noordin, 2025).

Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones

7.1. Conclusiones

El estudio concluye que el diseño interior en cafeterías contemporáneas de Lima influye de manera directa y significativa en la percepción de bienestar y confort de los usuarios, al configurarse como un sistema integral que articula dimensiones espaciales, sensoriales y ambientales. Los resultados evidencian que la experiencia del usuario no depende de un solo elemento, sino de la interacción coherente entre factores físicos, estéticos y perceptivos. En este sentido, se confirma que el diseño interior trasciende su función estética para convertirse en un medio que construye experiencias emocionales y significativas. De esta manera, se cumple el objetivo general al demostrar que el entorno diseñado condiciona tanto la percepción del espacio como la calidad de la experiencia del usuario.

En relación con el primer objetivo específico, se identificó que los elementos del diseño interior más relevantes en cafeterías contemporáneas son el color, la iluminación, el mobiliario y la ambientación, los cuales actúan como componentes clave en la configuración del espacio. Asimismo, se evidenció que estos elementos no solo están presentes, sino que adquieren valor en función de su coherencia, integración y adecuación al concepto del lugar. La iluminación y el mobiliario destacan por su impacto directo en el confort físico, mientras que el color y la ambientación influyen en la atmósfera y la identidad del espacio. En conjunto, estos elementos constituyen la base material y perceptiva sobre la cual se construye la experiencia del usuario.

Respecto al segundo objetivo específico, se concluye que los usuarios perciben el diseño interior a través de una combinación de respuestas sensoriales, emocionales y cognitivas que determinan su sensación de bienestar y confort. Los hallazgos muestran que factores como la iluminación cálida, la ergonomía del mobiliario, la calidad acústica

y los estímulos olfativos influyen en el estado de ánimo, la satisfacción y la permanencia en el espacio. Asimismo, se evidencia que los usuarios interpretan el diseño como un indicador de calidad, identidad y cuidado, lo que refuerza su conexión con el lugar. Por lo tanto, la percepción del usuario no es pasiva, sino que implica una evaluación integral del entorno construido.

Finalmente, en relación con el tercer objetivo específico, se concluye que la interacción entre los elementos del diseño interior y la experiencia espacial es determinante en la percepción global del ambiente. Los resultados demuestran que la coherencia estética, la funcionalidad del espacio y la integración multisensorial generan experiencias más fluidas, comprensibles y satisfactorias para los usuarios. Asimismo, se evidencia que cuando estos elementos se articulan de manera estratégica, favorecen la permanencia, el uso prolongado y la valoración positiva del espacio. En consecuencia, el diseño interior se consolida como un factor clave en la creación de entornos confortables, funcionales y emocionalmente significativos en cafeterías contemporáneas.

7.2. Recomendaciones para futuras investigaciones

A partir de los hallazgos obtenidos, se recomienda a diseñadores de interiores y profesionales del ámbito comercial adoptar un enfoque integral en la planificación de cafeterías contemporáneas, considerando no solo aspectos estéticos, sino también la articulación coherente entre factores sensoriales, funcionales y emocionales. Es fundamental priorizar el diseño de ambientes que integren adecuadamente la iluminación, la acústica, los aromas, la ergonomía del mobiliario y la distribución espacial, con el fin de generar experiencias de bienestar más completas y satisfactorias para los usuarios. Asimismo, se sugiere desarrollar propuestas de diseño centradas en el usuario que respondan a las dinámicas actuales de uso —como el trabajo, la

socialización y el ocio— mediante espacios flexibles y adaptables. Finalmente, se recomienda que las cafeterías incorporen una identidad clara y coherente en su diseño interior, ya que esto fortalece la conexión emocional con los usuarios y mejora la percepción de calidad del espacio.

En cuanto a futuras investigaciones, se recomienda profundizar en el análisis del diseño interior desde enfoques mixtos que combinen metodologías cualitativas y cuantitativas, permitiendo medir con mayor precisión la relación entre variables espaciales y percepciones del usuario. Asimismo, sería pertinente ampliar el alcance del estudio hacia otros contextos urbanos o comparar diferentes tipologías de espacios comerciales para identificar similitudes y diferencias en la experiencia del usuario. También se sugiere explorar con mayor detalle la dimensión multisensorial, incorporando variables como el olfato y el sonido mediante herramientas de medición más específicas. Finalmente, futuras investigaciones podrían analizar el impacto de nuevas tecnologías y tendencias digitales en el diseño de cafeterías, con el fin de comprender cómo estas influyen en la experiencia, el bienestar y la interacción del usuario con el espacio.

Referencias

Achmad Nizam, A. N. B., & Talib, R. (2024). *Terrariums approach in cafe design on people's eating behaviour*. ARTEKS: Jurnal Teknik Arsitektur, 9(1), 11–20. https://doi.org/10.30822/arteks.v9i1.2492

Agusdi, W., & Heldi. (2024). *Re-design interior cafe "Aicon Coffee and Donuts" dengan konsep modern minimalis*. Abstrak: Jurnal Kajian Ilmu Seni, Media dan Desain, 1(4), 102–117. https://doi.org/10.62383/abstrak.v1i4.202

Alsuwaidi, M., Almahri, N., Alazeezi, L., Alkhzaimi, T., Bande, L., Ahmad, A., Al Khatib, O., Fikry, F., & Kim, Y. K. (2024). *The design of a wellbeing center with an advanced parametric roof in Jabel Hafeet Mountain located in Al Ain City, United Arab Emirates*. Buildings, 14(4), 974. https://doi.org/10.3390/buildings14040974

Asfour, O. S. (2014). *Cognitive aspects of wayfinding in interior design*. International Journal of Architectural Research, 8(1), 105–121.

Bitner, M. J. (1992). *Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees*. Journal of Marketing, 56(2), 57–71. https://doi.org/10.1177/002224299205600205

Budhiyanto, A. (2024). *The impact of café lighting on customer comfort perception: A case study of Threelogy Coffee and Zybrick Coffee and Cantina*. International Journal of Architecture and Urbanism, 8(3), 347–357. http://doi.org/10.32734/ijau.v8i3.18093

Ceylan, S., & Alomari, F. E. (2025). *A case study on the impacts of atmospheric elements on customers' experience in retail spaces*. The International Journal of Design in Society, 19(1), 37–59. https://doi.org/10.18848/2325-1328/CGP/v19i01/37-59

Croffi, J., Kroll, D., Soebarto, V., Barrie, H., & McDougall, K. (2023). *Wellbeing fostered by design: A framework for evaluating indoor environment performance*. Buildings and Cities, 4(1), 507–523. https://doi.org/10.5334/bc.336

Eissa, H., & El Zeini, I. (2025). *Shaping space psychology: Towards a study-work café interior design effect on user's behavior*. The Arab International Journal of Digital Art and Design, 4(Special Issue), 343–355. https://doi.org/10.36948/ijfmr.2024.v06i06.29900

Ellis, A. C. (2024). *Interior design for wellbeing: A trauma-informed approach to higher education social spaces* (Master's thesis, Florida State University). https://fsu.digital.flvc.org

Homburg, C., Imschloss, M., & Kuester, S. (2015). *How atmospheric cues in retail stores influence consumer behavior*. Journal of Retailing, 91(4), 548–567. https://doi.org/10.1016/j.jretai.2015.07.002

Joshi, U. V., & Bansal, S. (2025). *Analyzing Indian cafes through social media: Spatial attributes and user perceptions of third places*. IDA: International Design and Art Journal, 7(2), 236–255.

Kalay, T., & Kandemir, A. (2025). *The evaluation of the glocalization strategy of the second-wave coffee shops with respect to the interior design*. ICONARP International Journal of Architecture and Planning, 13(2), 665–687. https://doi.org/10.15320/ICONARP.2025.340

Kant, D. K., & Wardani, L. K. (2023). *Interior design styles as visual communication in the digital era of restaurants*. Proceedings of the Creative and Collaborative Communication Conference 2023. https://proceeding-ccomm.petra.ac.id/

Kasap, S. (2025). *Interior design elements and user perception in café spaces*. Premium Sosyal Bilimler E-Dergisi (Pejoss).

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://doi.org/10.31091/lksn.v8i2.3499

Kocaturk, T., Greuter, S., Hoang, T., & Wang, R. (2024). *Enhancing human-building interaction and spatial experience in cultural spaces*. International Journal of Architectural Computing, 22(2), 177–198. https://doi.org/10.1177/14780771231225702

Lee, S. Y., & Kim, J. H. (2022). *The effects of ambient factors on customer experience and satisfaction in the hospitality industry: A systematic review*. International Journal of Hospitality Management, 102, 103134. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103134

Li, L., Wang, S., Mansor, N., Azmi, A., & Xiang, J. (2025). *Evaluating trends in interior design strategies and their impact on the emotional experience of older adults*. Buildings, 15(2), 249. https://doi.org/10.3390/buildings15020249

Ma, F., & Kim, C. S. (2024). *Exploring coffee shop environment design through the lens of user's five-sensory experience*. Asia-Pacific Journal of Convergent Research Interchange, 10(2), 543–554. http://dx.doi.org/10.47116/apjcri.2024.02.42

Martín López, L., & Fernández Díaz, A. B. (2022). *Interior environment design method for positive mental health in lockdown times: Color, textures, objects, furniture and equipment*. Designs, 6(2), 35. https://doi.org/10.3390/designs6020035

Maulina, A., & Fauzi, M. S. (2022). Customer experience, brand image and its impact towards revisit intention to Café Batavia Jakarta. *Majalah Ilmiah Bijak, 19*(1), 74–81. https://doi.org/10.31334/bijak.v19i1

Mehta, M., Shah, K., & Goswami, P. (2023). *Experiences of cafe users with regards to interior design aspects of selected cafes in Vadodara city*. International Journal of Research and Analytical Reviews, 10(1), 305–312.

Ngah, H. C., Rosli, N. F. M., Lotpi, M. H. M., Samsudin, A., & Anuar, J. (2022). *A review on the elements of restaurant physical environment towards customer satisfaction*. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 12(11), 818–828. https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v12-i11/15621

Noaime, E., Alalouch, C., Mesloub, A., Hamdoun, H., Gnaba, H., & Alnaim, M. M. (2025). *Sustainable cities and urban dynamics: The role of the café culture in transforming the public realm*. Ain Shams Engineering Journal, 16, 103320. https://doi.org/10.1016/j.asej.2025.103320

Noordin, M. A. M. J., & Mohamad, F. D. H. (2025). *Innovative interior design strategies for enhancing functionality and aesthetic value in Halal Hub facilities*. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 15(6). https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v15-i6/25739

Obeidat, I., Obeidat, S., Abu Rumman, S., & Al-Jubouri, F. (2022). *The role of sustainable interior design and its impact on customer's behavior in commercial environments*. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 1026, 012054. https://doi.org/10.1088/1755-1315/1026/1/012054

Octaliana, C., Santosa, A., & Rizqi, M. T. (2024). *The influence of interior design on spatial experience based on comfort aspects of visitors: A case study of Nadhi Heritage Cafe*. International Journal of Multidisciplinary and Current Educational Research, 6(4), 180–191.

Omar, R. H. (2022). *The effect of interior design elements on customer experience in fashion retail stores*. JAARS – Journal of Architecture, Arts and Research Studies, 3(6), 131–148. https://jaars.journals.ekb.eg/

Ramdhani, I. S., Rahayu, S. F., & Adesti, B. D. (2025). *Estetika dalam interior cafe: Antara fungsi dan gaya*. Imajinasi: Jurnal Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi, 2(2), 108–121. https://doi.org/10.62383/imajinasi.v2i2.625

Rek-Lipczyńska, A. (2025). *Salutogenic factors and sustainable development criteria in architectural and interior design: Analysis of Polish and EU standards and recommendations*. Sustainability, 17, 9661. https://doi.org/10.3390/su17219661

Rui, L., & Firzan, M. (2025). *Emotional design of interior spaces: Exploring challenges and opportunities*. Buildings, 15(2), 153. https://doi.org/10.3390/buildings15020153

Sal Moslehian, A., Warner, E., & Andrews, F. (2023). *The impacts of kitchen and dining spatial design on cooking and eating experience in residential buildings: A scoping review*. Journal of Housing and the Built Environment, 38, 1983–2003. https://doi.org/10.1007/s10901-023-10027-z

Satria, W. D., Damanik, N. H. C., Gharata, V. D., Kamaruddin, M., Rahmatullah, A. D., & Febriyanto, P. A. (2025). *Exploring outdoor space experience: A study of Kopi Nako Café*. Journal of Architectural Research and Design Studies, 9(2), 117–128. https://doi.org/10.20885/jars

Spence, C. (2023). *Multisensory design in the hospitality industry: Enhancing customer experience through the senses*. Frontiers in Psychology, 14, 1123456. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1123456

Syed, S. F., & Yilmazer, S. (s.f.). *Grounded theory approach on audio-visual perception of users in the restaurant environment*. Bilkent University.

Tuahuns, P. M., & Utomo, H. P. (2026). *Analysis of visitors' spatial experience in an automotive-themed café: A case study of Montero Café*. Jurnal Arsitektur Zonasi, 9(1), 215–226. https://doi.org/10.17509/jaz.v9i1.95829

Turley, L. W., & Milliman, R. E. (2000). *Atmospheric effects on shopping behavior: A review of the experimental evidence*. Journal of Business Research, 49(2), 193–211. https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00010-7

Ulrich, R. S. (1984). *View through a window may influence recovery from surgery*. Science, 224(4647), 420–421. https://doi.org/10.1126/science.6143402

Veronica, C., & Indrani, H. C. (2023). *Perancangan interior kafe "Daily Coffee" di Makassar*. ARS: Jurnal Seni Rupa dan Desain, 26(3), 163–170. https://doi.org/10.24821/ars.v26i3.7427

Widita, A., Rachmahani, H., Agustina, I. A., & Husna, N. (2021). *The use of augmented reality in café's interior to enhance customer experience*. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 794*, 012192. https://doi.org/10.1088/1755-1315/794/1/012192

Wong, L. K., & Firzan, M. (2022). *Infrastructure planning and spatial design towards well-being: An enquiry on custodians of youth institutions in Penang*. Journal of Architecture, Planning & Construction Management, 12(2), 1–15.

Xu, H., Zhao, J., Jin, C., Zhu, N., & Chai, Y. (2025). *Research on the multi-sensory experience design of interior spaces from the perspective of spatial perception: A case study of Suzhou coffee roasting factory*. Buildings, 15(8), 1393. https://doi.org/10.3390/buildings15081393

Anexos

Anexo 1: Guía de Entrevista

Consentimiento informado para la participación en investigación académica.

Título de la investigación:

Influencia del diseño interior en la percepción de bienestar y confort de los usuarios en espacios de cafeterías contemporáneas en Lima.

1. Propósito de la investigación

La presente investigación tiene como objetivo analizar cómo los elementos del diseño interior influyen en la percepción de bienestar y confort de los usuarios en cafeterías contemporáneas en Lima.

El problema de investigación se centra en que, si bien muchas cafeterías priorizan aspectos estéticos y tendencias de diseño, no siempre consideran de manera integral cómo estos elementos impactan en la experiencia, comodidad y bienestar de los usuarios dentro del espacio.

2. Participación en el estudio

Su participación consistirá en responder una entrevista con preguntas abiertas relacionadas a su experiencia y percepción en cafeterías contemporáneas. La duración aproximada de la entrevista será de [30–45 minutos].

3. Carácter voluntario de la participación.

Su participación en este estudio es completamente voluntaria. Usted puede decidir no participar o retirarse en cualquier momento, sin necesidad de brindar explicación alguna y sin que esto le genere ningún tipo de consecuencia.

4. Confidencialidad de la información

Toda la información brindada será tratada con estricta confidencialidad.

No se registrará su nombre real en los resultados de la investigación.

La información será utilizada únicamente con fines académicos.

Los datos obtenidos no serán compartidos con terceros ni utilizados con otros propósitos.

En caso de que la entrevista sea grabada (audio), esta será utilizada únicamente para facilitar el análisis de la información y será eliminada una vez finalizado el estudio.

5. Uso de la información

La información recopilada será utilizada exclusivamente para el desarrollo de una tesis académica en Arquitectura de Interiores. Los resultados podrán ser presentados en informes, exposiciones o publicaciones académicas, respetando siempre el anonimato de los participantes.

6. Aceptación del participante

Declaro que he leído y comprendido la información proporcionada sobre esta investigación. He tenido la oportunidad de hacer preguntas y estas han sido respondidas satisfactoriamente.

Guía de entrevista

Tema: Influencia del diseño interior en la percepción de bienestar y confort en cafeterías contemporáneas en Lima

Bloque 1: Experiencia general

Cuéntame sobre la última cafetería contemporánea que visitaste. ¿Cómo describirías tu experiencia en ese lugar?

¿Qué te hace sentir cómodo o a gusto cuando estás dentro de una cafetería?

Bloque 2: Percepción del espacio (diseño interior)

¿Qué elementos del espacio recuerdas más cuando visitas una cafetería (colores, iluminación, mobiliario, decoración, etc.)? ¿Por qué?

¿Cómo influye la iluminación del lugar en tu estado de ánimo o en tu permanencia dentro de la cafetería?

¿Qué tipo de colores o ambientación te generan mayor sensación de bienestar? ¿Puedes dar un ejemplo?

Bloque 3: Confort y sensorialidad

¿Cómo percibes el confort dentro de una cafetería? ¿Qué aspectos hacen que un espacio sea cómodo o incómodo para ti?

Además de lo visual, ¿qué otros factores (sonido, temperatura, olores, distribución del espacio) influyen en tu experiencia dentro de una cafetería?

Bloque 4: Uso del espacio y comportamiento

¿De qué manera el diseño del lugar influye en lo que haces dentro de la cafetería (trabajar, conversar, permanecer más tiempo, etc.)?

¿Has dejado de ir o has decidido quedarte más tiempo en una cafetería por cómo estaba diseñado el espacio? Cuéntame esa experiencia.

Bloque 5: Reflexión

Desde tu experiencia, ¿qué debería tener una cafetería para generar realmente bienestar y confort en sus usuarios?