

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA

LIC. DISEÑO DE INTERIORES

UAI
Universidad Abierta Interamericana

"Los hábitos cambian, los espacios se transforman"

Propuesta de revitalización del

Manhattan Club Grand Café

LISA LARROSA

TRABAJO FINAL DE CARRERA
2025

Índice

01. Tema, objetivos y argumentación 02

- Introducción 03
- Objetivos y argumentación 04
- Nuevos habitos de consumo 07
- Aplicados a caso de estudio 11

02. Transformación gastronómica 12

- Introducción a ejemplos 13
- Caso uno 14
- Caso dos 17
- Caso tres 19

03. Caso de estudio 22

- Introducción al tema 23
- Documentación Relevamiento 27



Índice

- Análisis inicial 31
- Propuesta Principal 36
- Propuesta de Diseño (1) 39
- Inspiración Referentes 42
- Documentación Proyecto 45
- Propuesta de Diseño (2) 50
- Diseño Lumínico 55
- Detalle Constructivo 1 57
- Detalle Constructivo 2 60
- Detalle Constructivo 3 62
- Detalle Constructivo 4 64
- Imágenes Interiores 66
- Imágenes Exteriores 72
- Cortes Perspectivados 75
- Introducción al tema 77



1 TEMA, OBJETIVOS Y ARGUMENTACIÓN.

A principios de este año tuve la oportunidad de visitar el Manhattan Club Grand Café en el barrio de Belgrano junto a mi madre. Recuerdo que, al ingresar me invadió una enorme tristeza.

El que una vez fue un café lleno de vida e historias, hoy se encuentra prácticamente abandonado, luchando por sobrevivir. La decadencia de sus muros, el desgaste y la ausencia de bullicio me hizo reflexionar sobre la fragilidad de estos espacios, que forman parte de nuestra identidad urbana y cultural.

No pude evitar pensar en cuántos otros restaurantes y cafés tradicionales de Buenos Aires podrían estar atravesando la misma suerte. Lugares que en su momento marcaron la vida cotidiana de sus vecinos, y que hoy se enfrentan a un contexto de consumo cada vez más rápido y alejado del encuentro físico. Los cambios en las costumbres de consumo, el auge del delivery y la falta de renovación parecen estar dejando atrás a estos espacios que alguna vez definieron la esencia de barrios enteros.

Este trabajo surge de una inquietud personal, del momento en que me di cuenta de que la pérdida de un espacio gastronómico tradicional es la pérdida de parte de nuestra historia e identidad. Mi objetivo es explorar cómo los cambios en las costumbres de consumo están afectando a los espacios gastronómicos en Buenos Aires, y a través de una propuesta concreta, ofrecer una posible solución para que estos lugares puedan encontrar un equilibrio entre el pasado y el presente, evitando así que caigan en el olvido.

“**“Los hábitos cambian, los espacios se transforman”**
Propuesta de revitalización del Manhattan Club Grand Café.

Poner en funcionamiento el restaurante en base a investigaciones profundas de mercado, y el por qué los cambios en los hábitos de consumo afectan a los espacios gastronómicos.



Objetivos

Volver a poner en funcionamiento el Manhattan Club, Adaptarlo realizándole remodelaciones al espacio en base al consumo de hoy en día y distintas preferencias comerciales.

Proponer cambios de dinámica del restaurante: Flujo de trabajo, organización, mejora de la gestión del personal,
Experiencia del cliente -> Ambiente del local gastronómico. Adaptación a cambios tecnologicos como delivery, plataformas de entrega a domicilio,

Debido a distintas circunstancias, el restaurante ha comenzado a dejar de funcionar. Actualmente, se observa muy poca concurrencia en horarios donde debería estar abarrotado, sobre todo por la zona de alto tránsito donde se encuentra ubicado.

A pesar de su exitoso comienzo y de ser uno de los lugares más populares en Buenos Aires durante los años 90, Manhattan Club comenzó a perder su brillo con el paso del tiempo. Algunas razones contribuyeron a su decadencia:

01.

Problemas de gestión

La gestión del lugar fue un gran factor, ya que no se adaptaron a los cambios en el mercado ni lograron reinventar el espacio para atraer a nuevos clientes.

02.

Cambio de hábitos de consumo

Los nuevos hábitos de consumo en las personas, y el haberse mantenido al márgen de tales nuevas tendencias contribuyeron a que se quedara en el tiempo.

03.

Mantenimiento y Deterioro

Los costos de mantener un espacio tan grande eran elevados, y sin el flujo constante de clientes, no se pudieron sostener las renovaciones necesarias.

En mi opinión, la principal razón del declive del Manhattan Club fue su incapacidad para adaptarse a los cambios en los hábitos de consumo. Las preferencias de los clientes han evolucionado significativamente en los últimos años, impulsadas por distintos factores.

A continuación, se analizarán en profundidad los principales cambios en los hábitos de consumo y su impacto en los establecimientos gastronómicos, tomando al Manhattan Club como caso de estudio.



Los cambios en los hábitos de consumo y la evolución de las preferencias de los consumidores han transformado significativamente el panorama gastronómico en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Distintos factores influyen en el por qué los consumidores están optando por nuevos locales en lugar de los establecimientos tradicionales.

Actualmente, la caída del consumo es un problema real que Argentina está atravesando y el rubro gastronómico es uno de los más afectados, el cual sufre una caída del consumo de entre el **25%** y el **30%**, e incluso algunos locales tuvieron que cerrar.

Caída en el nivel de actividad del **5,3%** en el primer trimestre, según el Instituto Nacional de Estadística y Censos *(INDEC)*.

Eso se ve reflejado en que las personas eligen ir menos a comer afuera y gastar ese dinero en cosas que consideran más importantes o simplemente recortan las salidas.

Incremento en los servicios, otro impacto para los restaurantes.

Los aumentos en costos de alimentos y de servicios complica mucho la situación de los empresarios de restaurantes en particular. Mismo, a la caída en facturación se le suma el aumento constante de precios en servicios, alquiler y alimentos.

La globalización, internet y el desarrollo de nuevas tecnologías en los últimos años cambiaron rotundamente nuestras vidas, y la forma de hacer negocios no es la excepción. Vivimos en tiempos donde, las empresas ya no deciden qué producir, si no que el consumidor.

En los últimos años, se ha visto una gran transformación con respecto a las ofertas gastronómicas, impulsadas mayormente por cambios en el comportamiento del consumidor, la digitalización, y nuevas exigencias relacionadas con la sostenibilidad y la salud. Son los locales más antiguos y tradicionales los que los impacta en mayor medida estos cambios, ya que no logran adaptarse o simplemente se dejan estar en comparación con las nuevas opciones (cadenas de cafeterías y comidas rápidas, etc.) que el consumidor elige.

1. Mayor demanda de opciones saludables

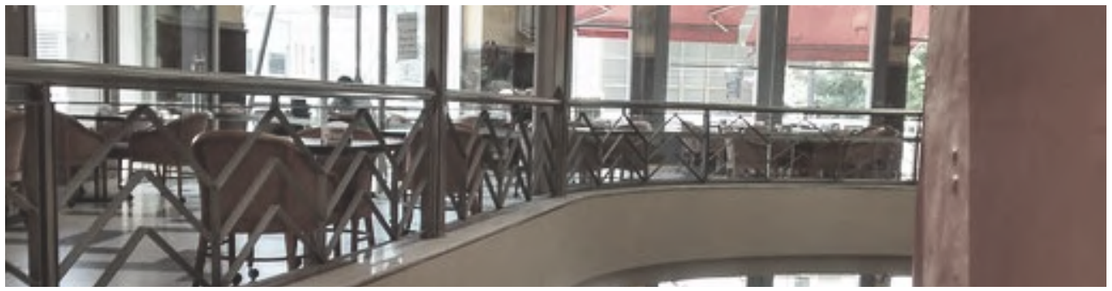
La preocupación por la salud y el bienestar ha llevado a un aumento en la oferta de alimentos orgánicos, locales y libres de aditivos. El informe de la Cámara Argentina de la Industria de Bebidas Sin Alcohol (CAIBSA) de 2022 destaca que el 58% de los consumidores argentinos prefieren opciones más saludables cuando comen fuera de casa.

2. Adaptación al estilo de vida digital

Las plataformas de entrega a domicilio, las reseñas en línea y las redes sociales son ahora parte integral de la experiencia de consumo.

3. Estética

La arquitectura y el diseño juegan un papel fundamental en la percepción del cliente. Según la Sociedad Central de Arquitectos (2021), muchos locales históricos no logran integrar elementos de diseño que apelen a las sensibilidades estéticas actuales, como la iluminación ambiental, los colores neutros o los espacios multifuncionales, que son algunos de los atractivos para los consumidores más jóvenes.



4. Preferencia por experiencias nuevas

Los consumidores, especialmente las generaciones más jóvenes, priorizan la experiencia sobre la simple oferta culinaria. Según un estudio de McKinsey & Company (2023), el 72% de los consumidores urbanos buscan locales que ofrezcan no solo buena comida, sino también una experiencia única que incluya diseño, ambiente y servicios adicionales como entretenimiento en vivo o interacción con el chef. En CABA, estos nuevos locales gastronómicos en tendencia, con temáticas atractivas y ambientes "instagrameables", ha desafiado a los locales tradicionales, que a menudo no logran renovarse al mismo ritmo.

LN | prôpiedades

Los bares y restaurantes más cool para conseguir likes en las redes

Espacios en los que resulta irresistible hacerse fotos que sumen likes; las claves para diseñar local que se potencie en redes

20 de abril de 2022 · 07:01 · 5 minutos de lectura

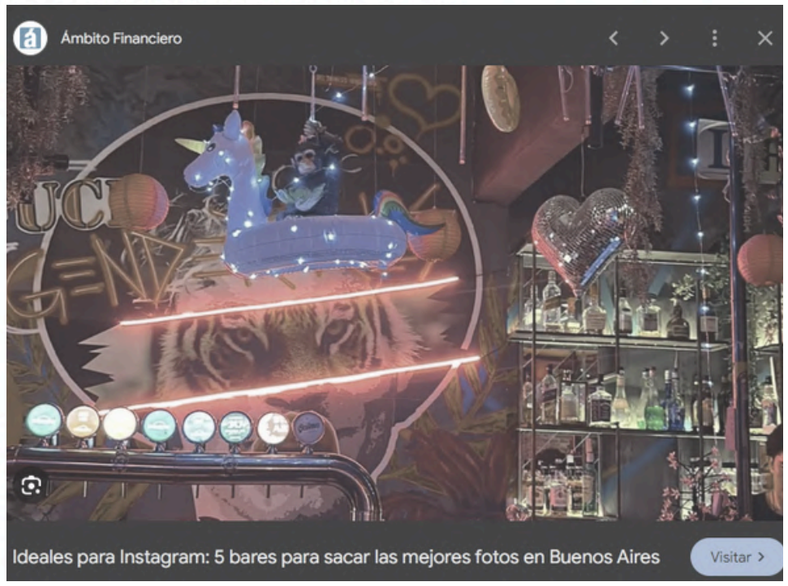
Gabriela Koolen

LA NACION



Restaurantes y bares instagrameables de Buenos Aires: los mejores para la selfie

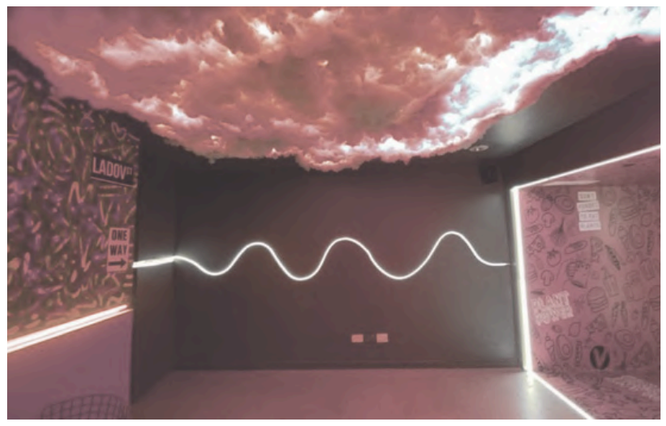
Qué se come en la parrilla asiática que es el restaurante más instagrameable de CABA



GASTRONOMÍA

Lado V el nuevo local más "instagrameable" de Palermo

Paredes con luces de neón y colores brillantes son el principal atractivo de Lado V, el nuevo local de Palermo que se destaca por su propuesta gastronómica y original ambientación que lo convierten en el escenario principal para crear contenido en redes sociales.



5. Falta de Adaptación a nuevas modalidades de consumo (Take Away y Delivery)

El Manhattan Club Grand Café, y otros locales similares, tienden a enfocarse en una experiencia in situ, lo que los limita en un contexto donde el consumo a domicilio y para llevar sigue en aumento. Según un informe de Kantar (2023), el **45%** de los consumidores de CABA realiza pedidos de comida a domicilio al menos una vez por semana, y un **30%** utiliza regularmente servicios de take away.

6. Preferencia por espacios al aire libre

A raíz de la pandemia, ha crecido la demanda de espacios al aire libre y áreas bien ventiladas como terrazas, patios y jardines, y los locales que no cuentan con estos espacios o no han adaptado sus instalaciones al aire libre pueden verse en desventaja. Esta tendencia persiste debido a la percepción de mayor seguridad sanitaria y al deseo de los clientes de disfrutar del aire libre en un entorno urbano.

7. Problemas de mantenimiento

La falta de renovación constante es un problema crítico. Los consumidores perciben los espacios descuidados como anticuados y poco acogedores. Un estudio de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires (FADU-UBA, 2022) encontró que un **67%** de los encuestados preferirían no visitar locales que no muestran signos de renovación en los últimos cinco años.



Es evidente que los cambios en los hábitos de consumo han generado una serie de desafíos para los locales gastronómicos. Estos desafíos se reflejan en diversos aspectos que afectan tanto la gestión del espacio como la relación entre el cliente y la oferta gastronómica. En términos generales, para que un local vuelva a ser competitivo y funcione de manera eficiente, es fundamental considerar y adaptarse a estos cambios de manera integral.



Problemáticas que enfrenta el Manhattan

- Responder a nuevas demandas de los consumidores, como la preferencia por la comida para llevar y la entrega a domicilio,
- Búsqueda de experiencias que integren confort y funcionalidad en el espacio físico, y la importancia de ofrecer una estética y distribución que promuevan el uso flexible de las áreas, ya sea para trabajo, reuniones sociales o actividades familiares.
- Necesidad de segmentar zonas, desde áreas para niños hasta espacios adecuados para personas que buscan trabajar o simplemente relajarse.
- Adaptación a la vida digital.
- Readaptación del menú a las tendencias actuales.
- Incorporar experiencias completas y atractivas al usuario.
- Readaptación de los espacios al aire libre existentes.

TRANSFORMACIÓN GASTRONÓMICA.

A lo largo de los últimos años, Buenos Aires ha experimentado profundos cambios en las formas de consumo, impactando significativamente en el sector gastronómico. Restaurantes y bares comenzaron a enfrentarse a nuevos desafíos: la creciente demanda por opciones rápidas como el delivery, el auge de las experiencias estéticas y sensoriales, y la necesidad de adaptarse a un público más diverso.

Uno de los sectores más visibles dentro de este cambio ha sido el de la comida rápida y las cafeterías, donde cadenas globales como McDonald's han ganado popularidad por su propuesta de rapidez, y accesibilidad. Estas cadenas no solo prosperaron por la rapidez, sino también por la adaptación a nuevas tendencias.

Así, la gastronomía se encuentra en constante evolución, donde cada vez más los hábitos de consumo se ven marcados por la conveniencia, la innovación y la búsqueda de experiencias que vayan más allá de comer o beber.

A continuación, se analizarán diversos ejemplos de locales gastronómicos que supieron transformarse y adaptarse a los cambios en los hábitos de consumo.

La cadena de comida rápida **McDonald's** es un ejemplo de cómo los hábitos de consumo han influido en la gestión y disposición de los espacios gastronómicos. McDonald's, una de las cadenas más grandes y reconocidas a nivel mundial, ha sabido adaptarse a las transformaciones en el comportamiento de los consumidores, ofreciendo una experiencia integral que abarca desde la disposición de sus locales hasta la gestión de su personal y operaciones diarias.

McDonald´s ocupa el puesto 11, dentro de las mejores marcas globales en la clasificación de la consultora Interbrands, con un valor de marca de 48,647 millones de dólares; y, un crecimiento del **6%** respecto al ejercicio económico anterior.



Los consumidores actuales valoran no solo la rapidez, sino también la personalización de la experiencia, la conveniencia y la posibilidad de realizar pedidos a través de plataformas digitales. McDonald's ha sabido responder a estas demandas mediante la incorporación de tecnología como pantallas de autoservicio, pedidos a través de aplicaciones móviles y sistemas de entrega a domicilio, facilitando el acceso a sus productos y mejorando la eficiencia del servicio .



Sectorización

Un factor fundamental es la disposición y diseño de sus locales. Estos espacios han sido diseñados para maximizar la eficiencia, pero también para ofrecer una experiencia confortable para diferentes tipos de consumidores. McDonald's ha pasado de un enfoque centrado únicamente en la comida rápida a ofrecer áreas más versátiles que respondan a diversas necesidades.

Los locales suelen estar divididos en varias zonas, cada una diseñada con un propósito específico.



- **Áreas familiares y para niños:** estas zonas incluyen juegos y mesas adaptadas para familias con niños pequeños, respondiendo a la estrategia de McDonald's de atraer a un público familiar.

- **Mesas de trabajo:** en línea con la tendencia de convertir las cafeterías y restaurantes en espacios para trabajar o estudiar, algunos locales ofrecen zonas con acceso a internet y enchufes, permitiendo a los clientes utilizar el lugar como una oficina temporal.

- **Zonas rápidas:** áreas con mesas altas o barras para aquellos clientes que desean una comida rápida o están de paso.

- **Espacios privados:** mesas más apartadas o sillones, diseñados para personas que buscan pasar más tiempo en el lugar, solos o acompañados, disfrutando de una experiencia más relajada.

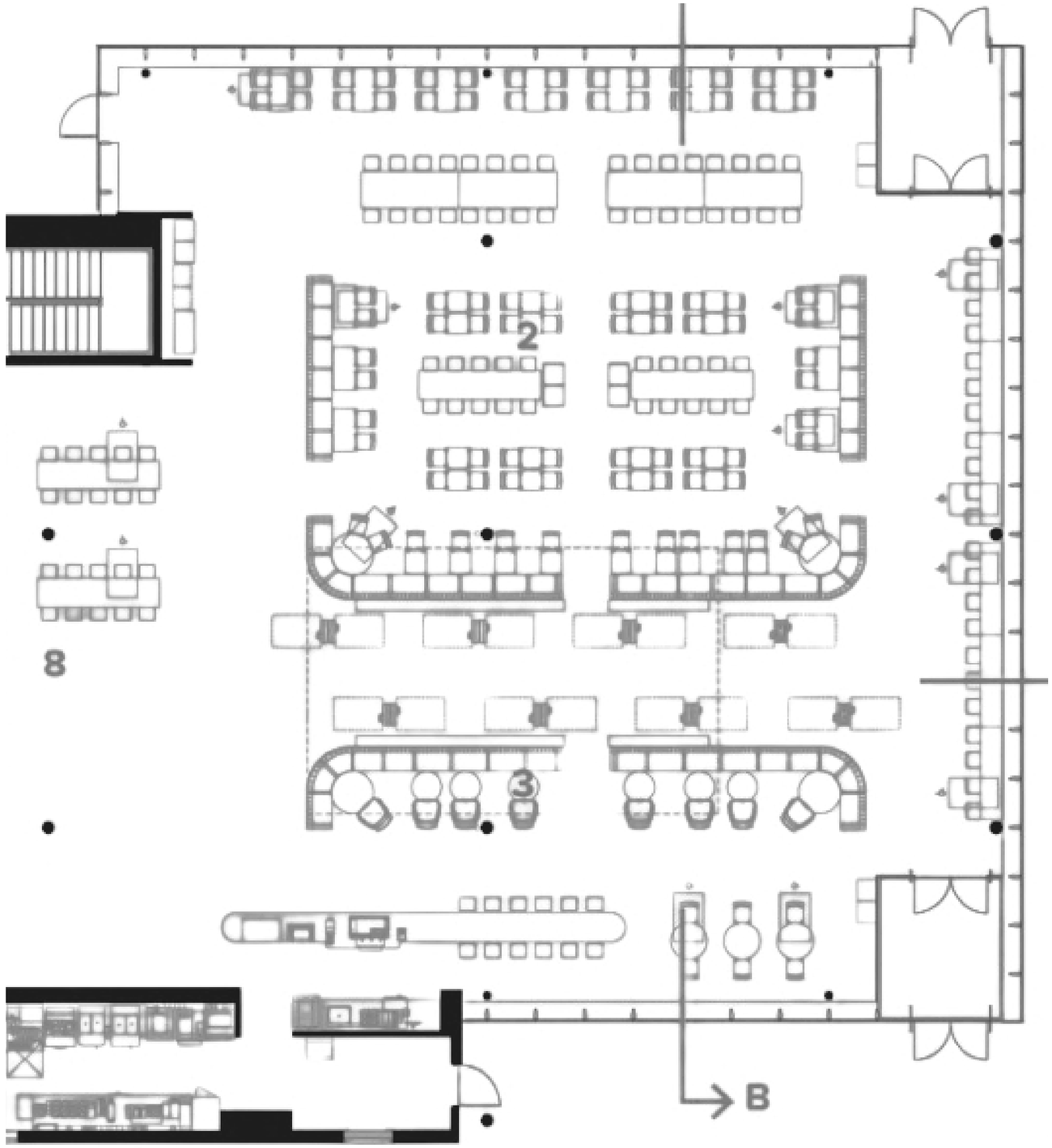
Ejemplo de distribución de local.

McDonald's - Chicago.









El consumo de café ha evolucionado considerablemente en las últimas décadas.

El concepto de tomar café ya no se limita a una acción rápida o a una pausa breve, sino que se ha convertido en una experiencia social y personal. **Starbucks** introdujo el concepto del "tercer lugar", un espacio entre el hogar y el trabajo donde los clientes pueden relajarse, socializar o trabajar,



Sectorización

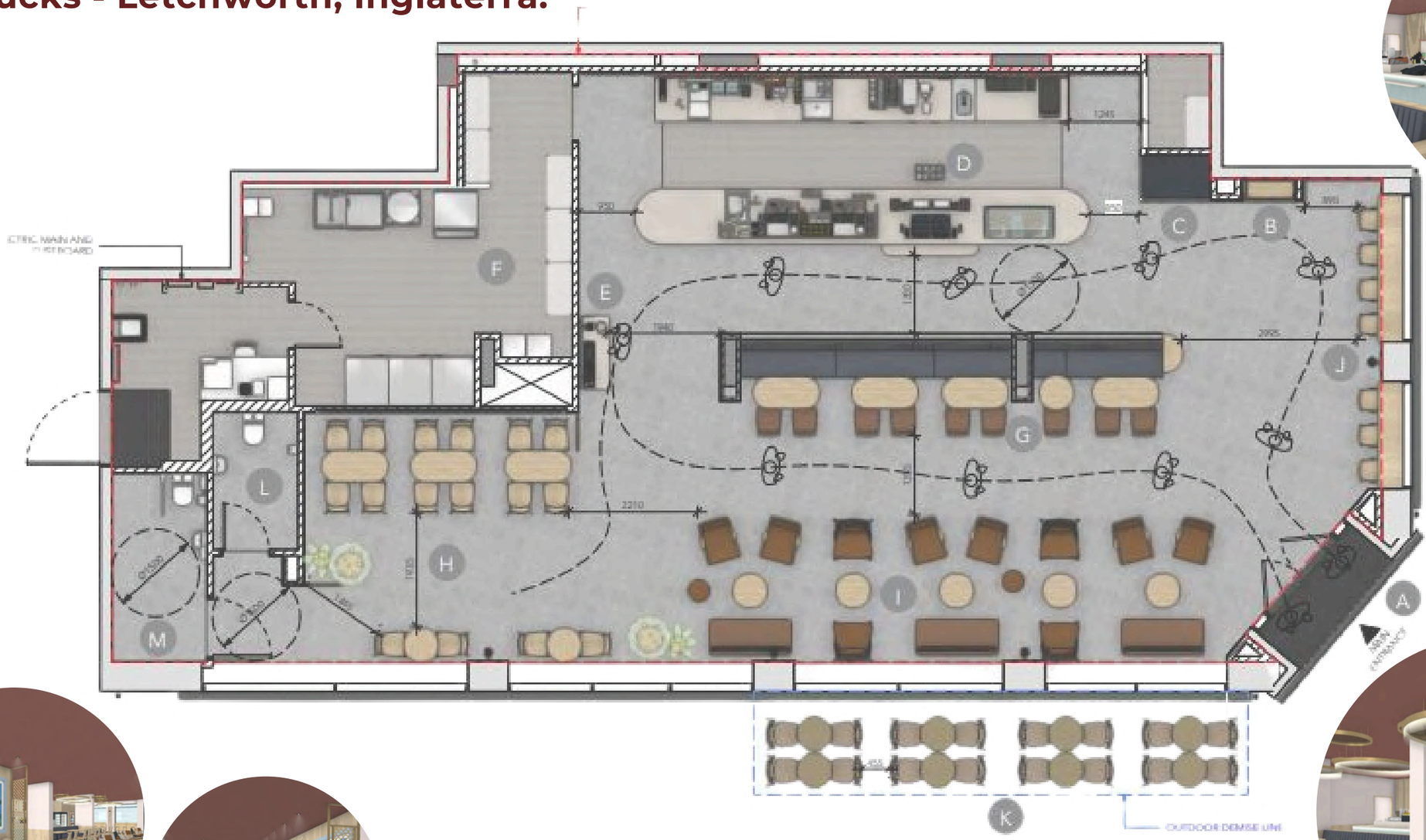
El diseño de Starbucks es fundamental en la experiencia del cliente. Uno de los elementos más característicos de Starbucks es la diversidad en la disposición de los espacios.

- **Mesas de trabajo:** equipadas con enchufes y acceso a Wi-Fi, espacios de trabajo o estudio.
- **Barras y mesas altas:** ideales para los clientes que buscan un consumo rápido o individual.
- **Sillones:** dispuestos en zonas más relajadas para aquellos que desean pasar más tiempo en el local, socializar o simplemente disfrutar de una pausa.
- **Zonas comunitarias:** mesas largas o espacios compartidos que fomentan la interacción social, promoviendo el sentido de comunidad que Starbucks busca generar.
- **Zonas para familias:** aunque no es el enfoque principal de la cadena, algunas tiendas cuentan con áreas más aptas para familias con niños, adaptándose a diferentes públicos.

Ejemplo de distribución de local.

Starbucks - Letchworth, Inglaterra.









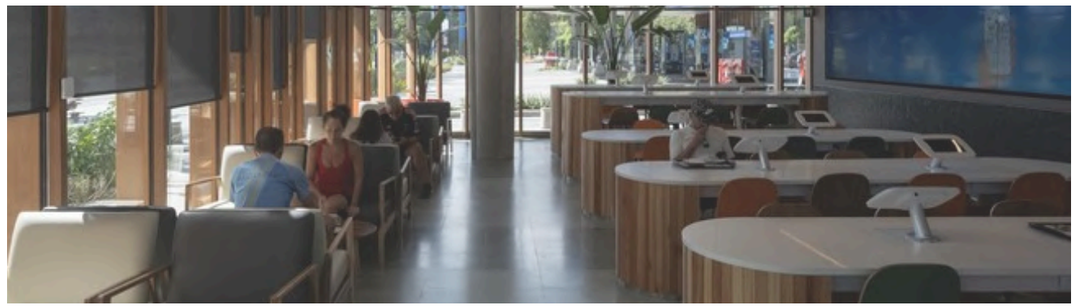


La nueva estación de servicio de **YPF** en Figueroa Alcorta y Echeverría, Buenos Aires, ha sido diseñada para marcar un cambio de paradigma en el sector, transformándose en un espacio multipropósito que combina la tecnologia, sustentabilidad y servicios adicionales para mejorar la experiencia del cliente.



El sector de comida fue diseñado para ofrecer una experiencia cómoda y adaptada a diferentes tipos de usuarios y estilos de consumo. El espacio está organizado de la siguiente manera:

- **Mesas grupales:** Mesas amplias pensadas para amigos/compañeros de trabajo que se reúnan para comer, socializar o trabajar.
- Mesas individuales o para comer rápido: Estas zonas suelen ser prácticas para quienes tienen poco tiempo y prefieren una estancia breve.
- **Sillones:** Hay zonas con sillones y asientos más cómodos, diseñados para ofrecer una estancia más relajada.
- **Exterior:** Espacios diseñados en la zona exterior,





YPF Full, Figueroa Alcorta











Conclusión

Tanto McDonald's, Starbucks como YPF Full contienen una tendencia hacia la sectorización de los espacios en sus establecimientos. Cada uno de ellos organiza su espacio de manera estratégica para satisfacer las diversas necesidades de sus clientes. Por ejemplo, todos cuentan con áreas destinadas al consumo rápido, así como sectores diseñados para personas que buscan un ambiente de trabajo, con mesas más amplias o individuales, enchufes y un entorno propicio para la productividad. También ofrecen espacios más grandes y confortables para grupos, y en algunos casos, zonas exteriores que permiten una experiencia más relajada y conectada con el entorno.

Estas cadenas integraron nuevas tecnologías que permiten optimizar los tiempos y mejorar la experiencia del cliente y también han sabido implementar estas divisiones internas para maximizar el confort de sus clientes, ofreciendo una experiencia flexible y personalizada según las necesidades del momento. Esto no solo responde a los cambios en los hábitos de consumo, sino que también refleja la adaptación continua de estos espacios a las demandas contemporáneas del consumidor moderno.

3 CASO DE ESTUDIO.

La siguiente sección tiene como objetivo trazar un recorrido desde la comprensión del estado original del proyecto hasta la formulación de una propuesta de diseño que responda a las nuevas dinámicas de consumo y estéticas contemporáneas.

Se realizará un análisis de la planimetría original del establecimiento para comprender la configuración espacial, las circulaciones internas y la disposición de áreas funcionales. Este análisis permitirá identificar las fortalezas, limitaciones y elementos patrimoniales o de valor estético que deben ser preservados o reinterpretados en la nueva propuesta, la cual reflejará un enfoque que contemple tanto la estética como la funcionalidad.

El restaurante “Manhattan Club Grand Café” se encuentra ubicado en pleno centro del barrio de Belgrano, CABA, en Av. Cabildo y La Pampa.
Es un sitio emblemático y reconocido por quienes hayan transitado la zona, ya que está en una esquina visible de la misma donde transitan inmensas cantidades de tanto habitantes como turistas cada día.
El restaurante se destacó por ser un punto de encuentro social de alta gama en Buenos Aires.
Manhattan Club es recordado como un lugar icónico de su tiempo que no pudo mantenerse al día con las transformaciones sociales y económicas que ocurrieron en la ciudad.



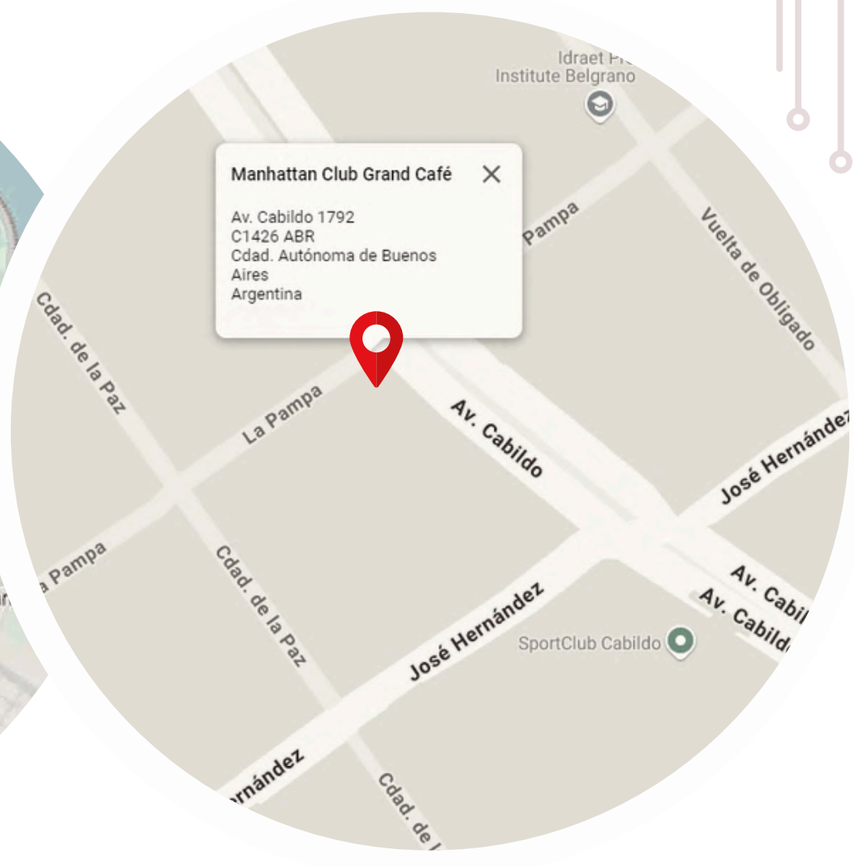




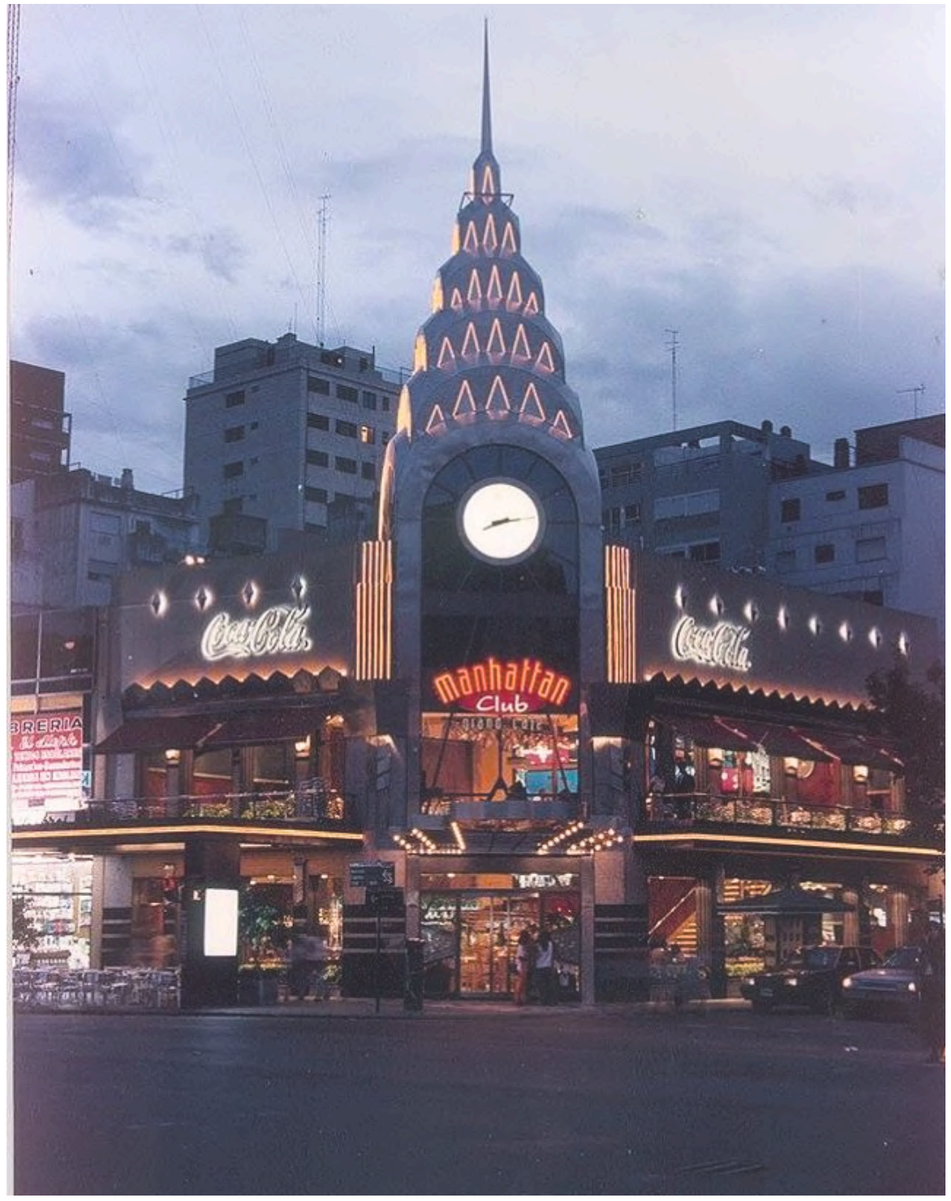
Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

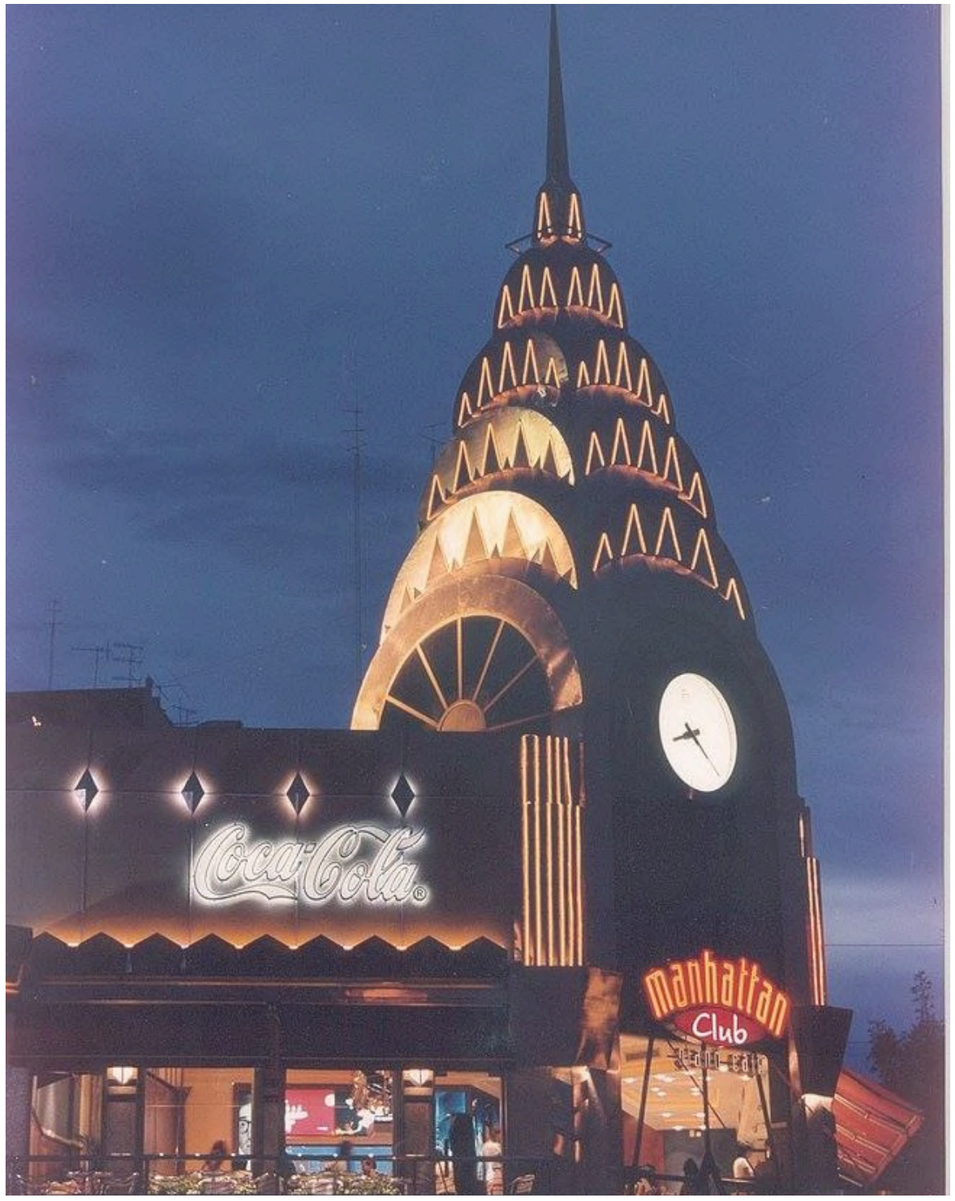


Belgrano, Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Comuna 13.



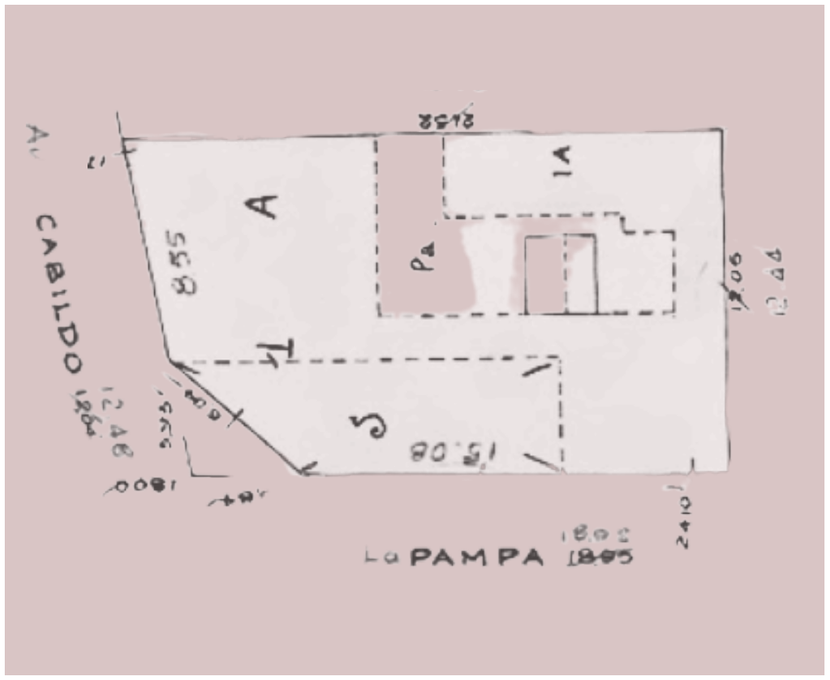
Av. Cabildo 1792, C1426, Cdad. Autónoma de Buenos Aires.

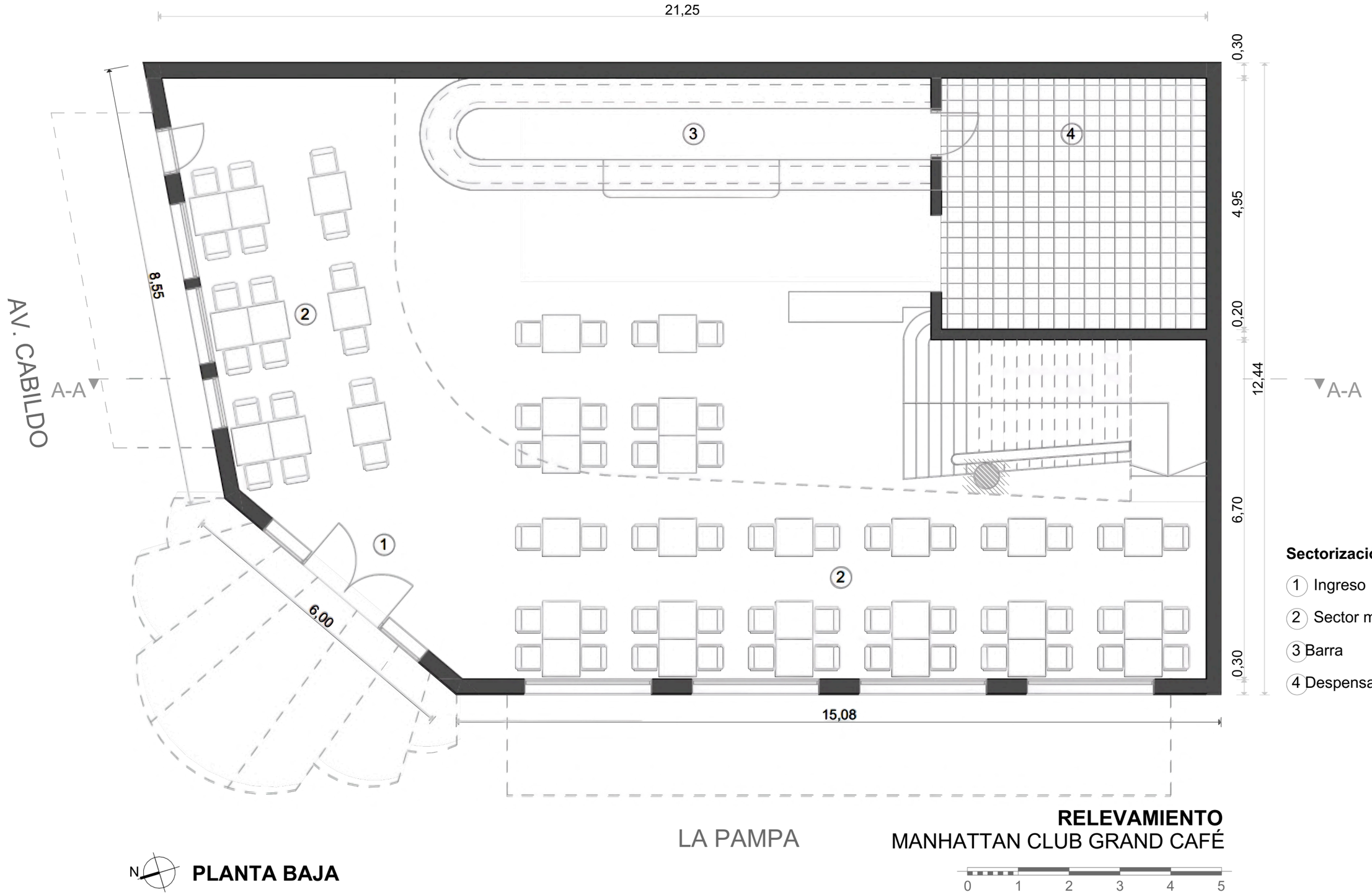

Coca-Cola
manhattan
Club
Coca-Cola

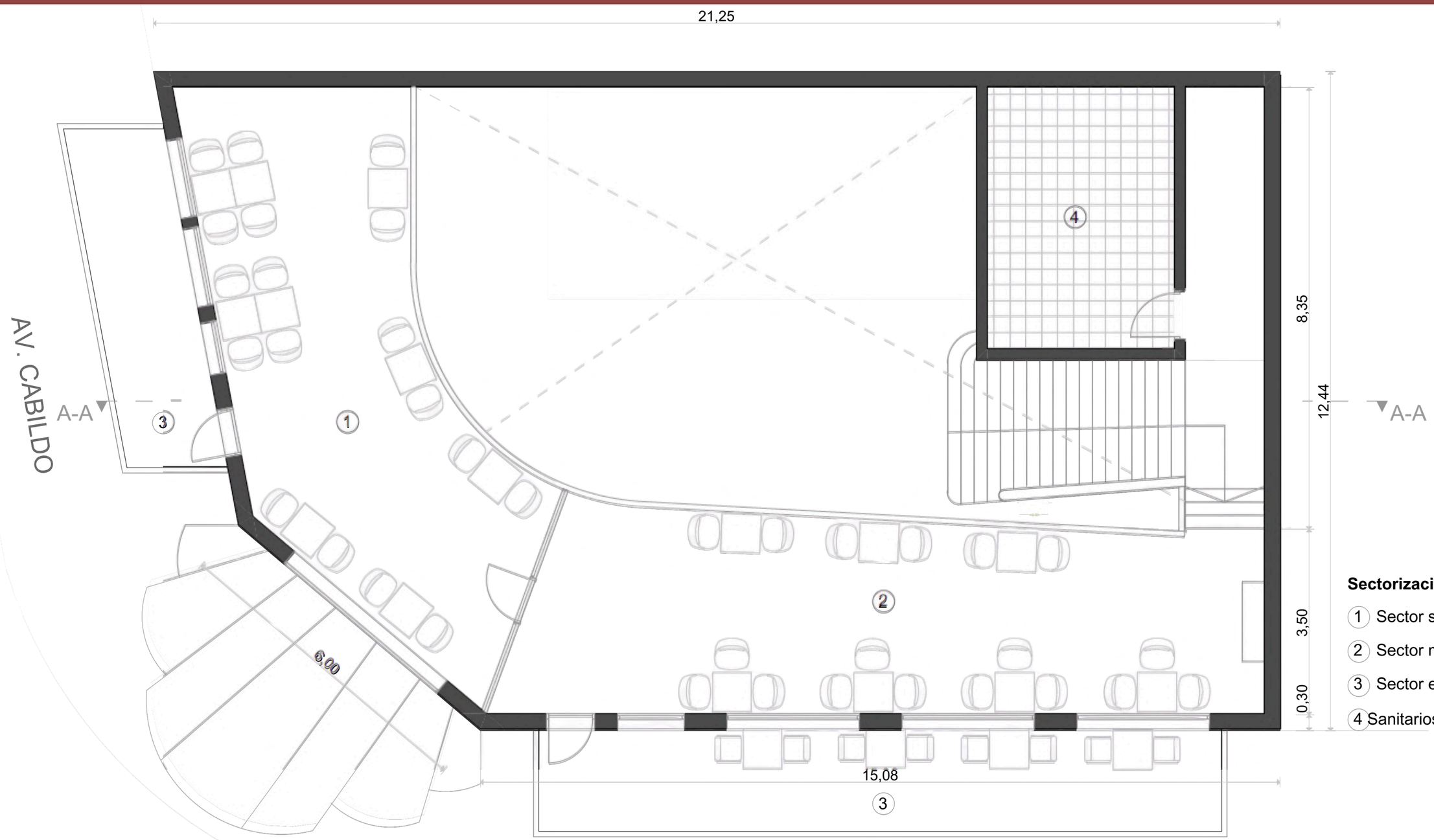

Coca-Cola
manhattan
Club

A continuación, se mostrará la documentación original del restaurante Manhattan Club Grand Café la cual refleja su concepción inicial y distribución arquitectónica. Estos documentos nos permitirán comprender la visión original del espacio y su configuración antes de cualquier intervención.






21,25
0,30
4,95
0,20
12,44
6,70
0,30
A-A
A-A
AV. CABILDO
8,55
6,00
15,08
1
2
3
4
2
Sectorización
1 Ingreso
2 Sector mesas
3 Barra
4 Despensa
N
PLANTA BAJA
LA PAMPA
RELEVAMIENTO
MANHATTAN CLUB GRAND CAFÉ
0 1 2 3 4 5



LA PAMPA

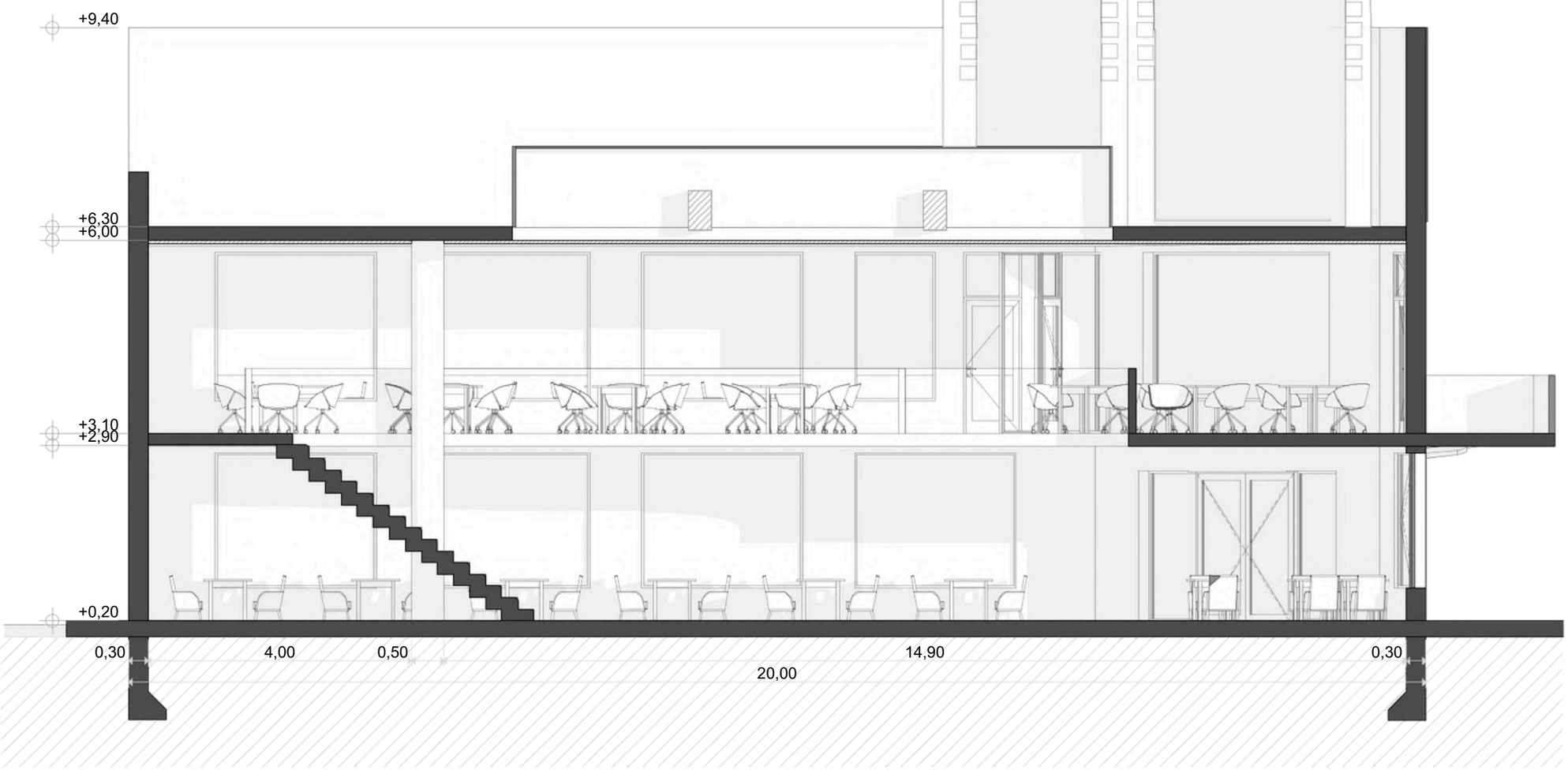
RELEVAMIENTO
MANHATTAN CLUB GRAND CAFÉ

N **PLANTA ALTA**

0 1 2 3 4 5

RELEVAMIENTO

MANHATTAN CLUB GRAND CAFÉ



CORTE A-A

La sectorización del Manhattan Club se organiza en dos niveles diferenciados, cada uno con su propio enfoque funcional.

PLANTA BAJA

- En la planta baja, se encuentra la barra principal, donde se ubican la caja y la zona de preparación de pedidos. Esta área incluye también la cocina y la despensa, que funcionan de manera integrada.

- La zona de comedor en este nivel está equipada con mesas y sillas dispuestas para grupos de 2, 4 y 6 personas.

PLANTA ALTA

- Antes de llegar al área de comedor, se sitúa un acceso a los baños, que cuentan con instalaciones para comensales y personal.

- En este nivel, el sector de mesas está diseñado para ofrecer un ambiente más relajado y acogedor, con sillones individuales







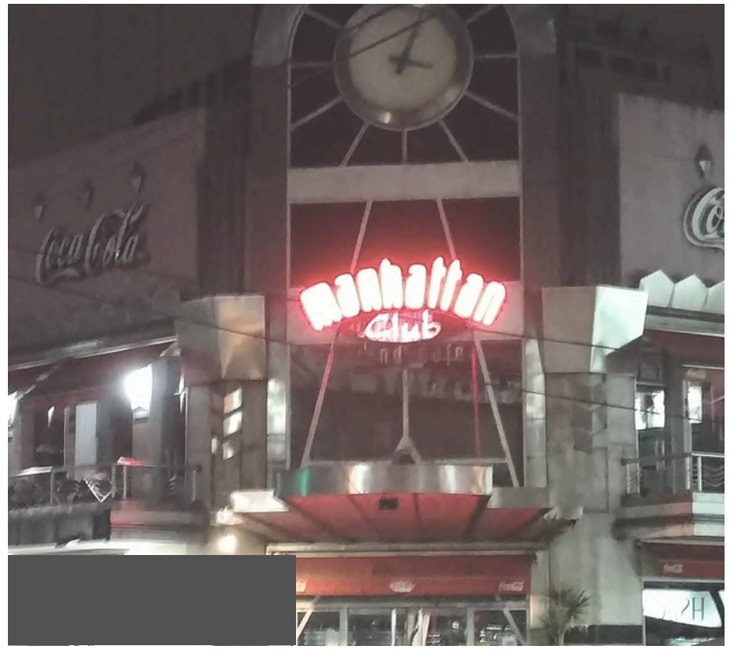


En las siguientes imágenes, se puede observar el estado deteriorado en el que se encuentra el Manhattan Club.

Los nuevos hábitos de consumo y el surgimiento de cafeterías modernas hicieron que el Manhattan Club quedara atrapado en el tiempo. Mientras otros lugares se renovaban, adaptándose a un público que buscaba espacios con tecnología y comodidad, el Manhattan permaneció igual. Poco a poco, los signos del desgaste y dejadez comenzaron a aparecer,

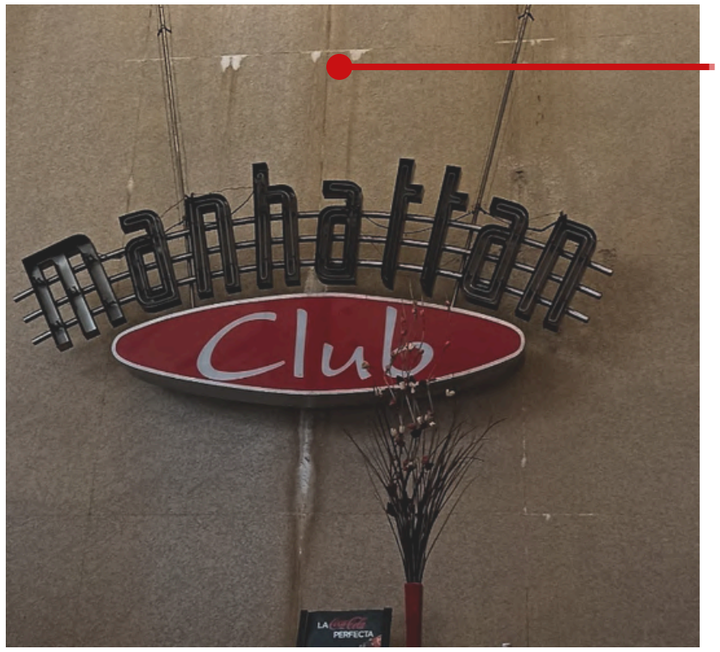
Estas fotos capturan ese declive, mostrando cómo un lugar que fue un símbolo de elegancia y vida social fue apagándose.

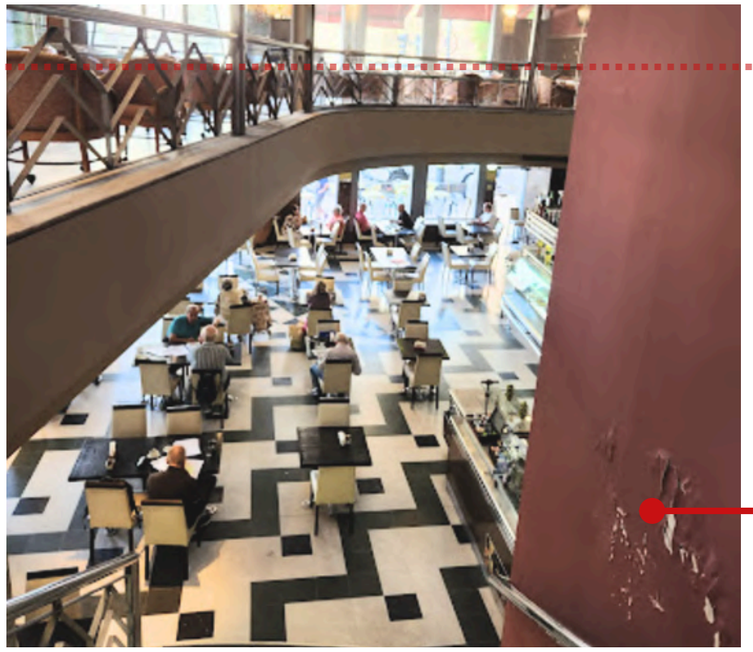






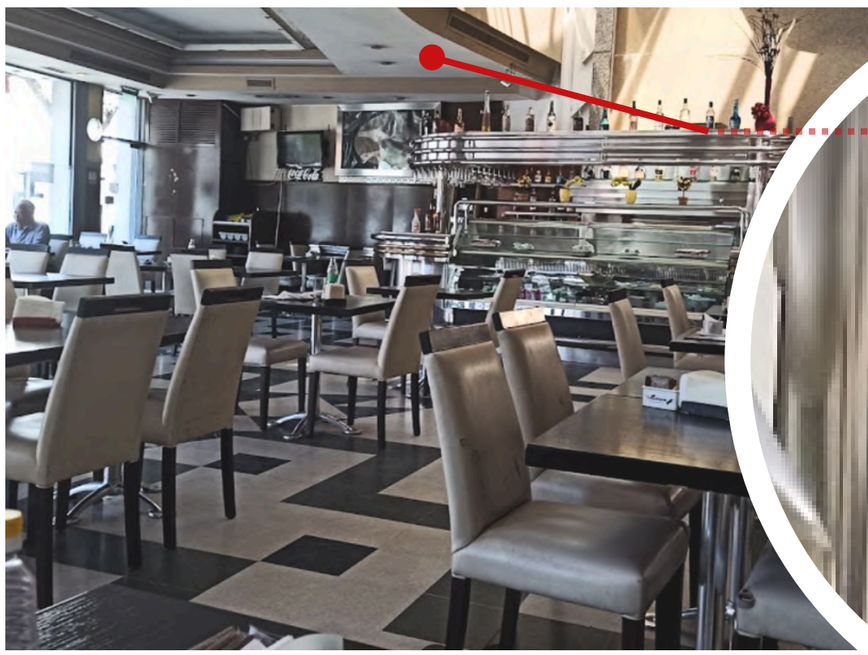


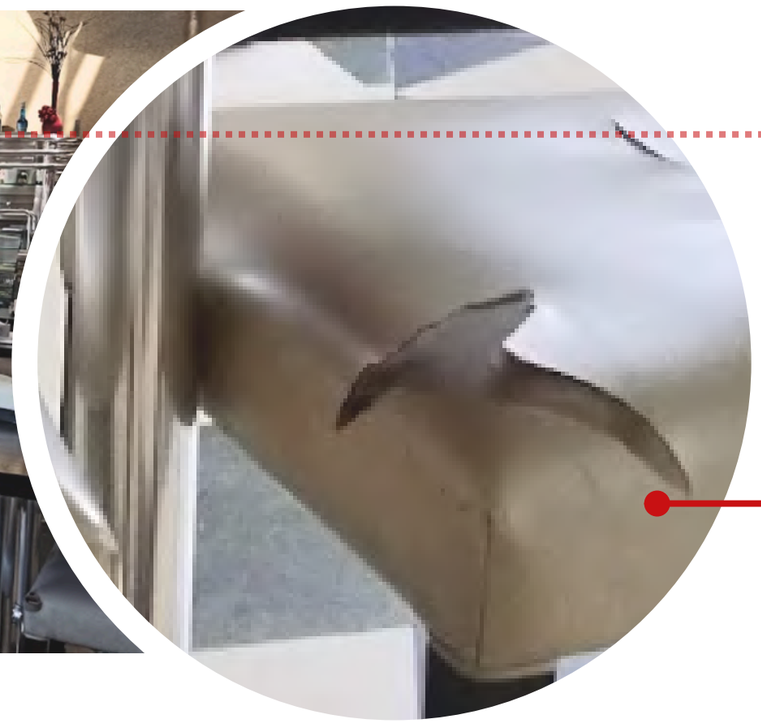




Las imágenes son específicamente de la Planta Baja, donde se puede notar con mayor intensidad lo deteriorado que se encuentra el lugar.

El cielorraso manchado, grietas en los muros, pintura descascarada, humedad.





Muchos de los spots están quemados, denotando la falta de atención e importancia que le dedican.

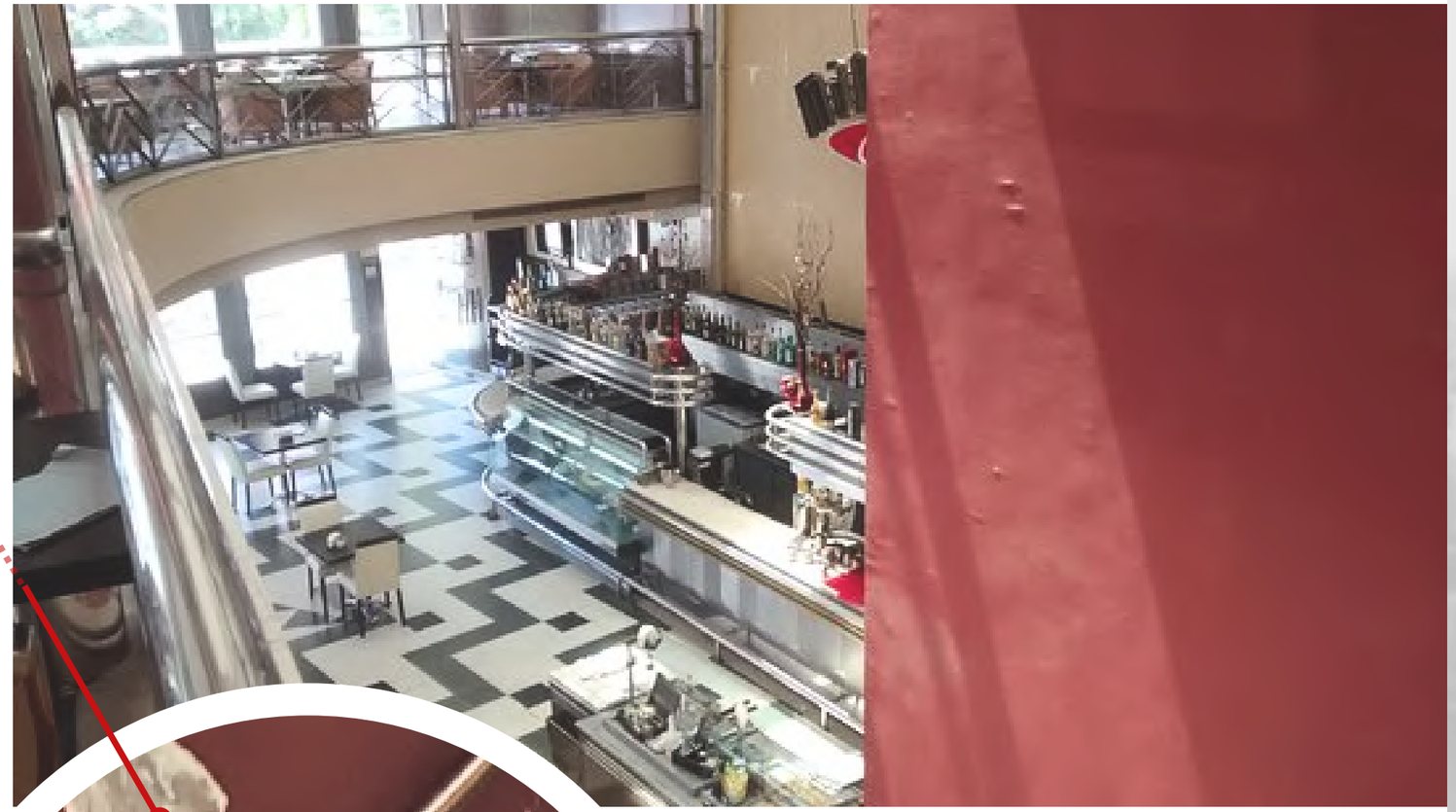
Mencionando el mobiliario, las mesas y sillas están en muy mal estado, con telas rajadas y pinturas saltadas.

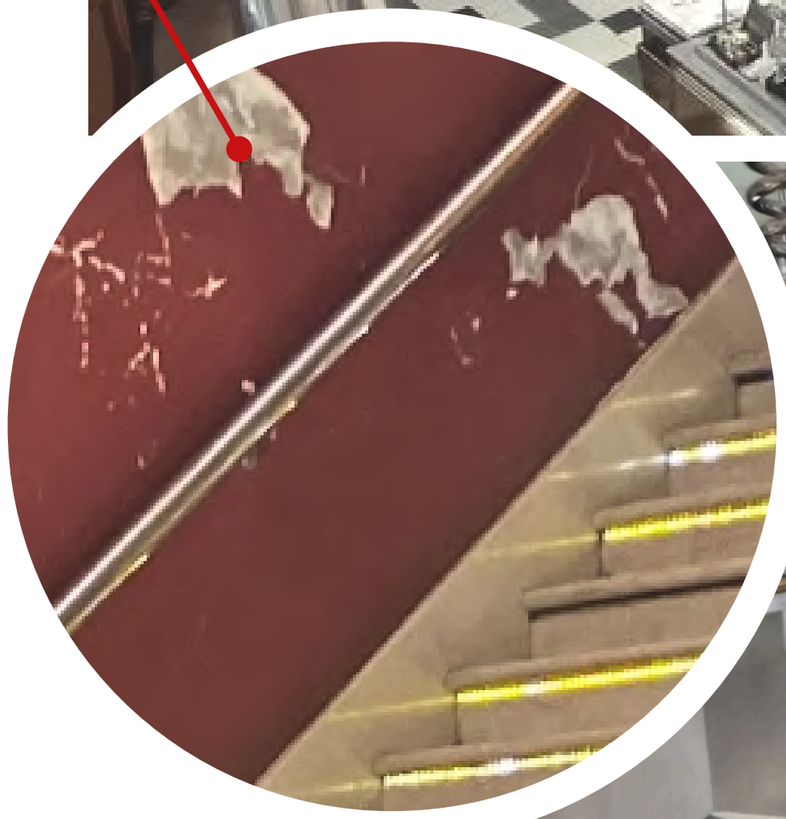
Análisis interior - Planta Baja

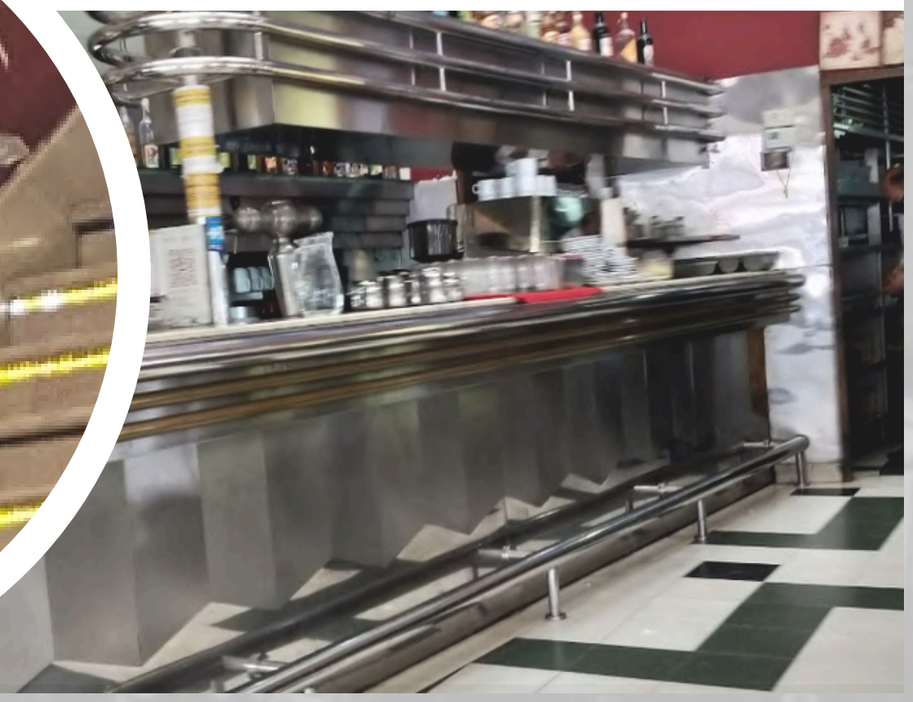
Aquí se puede observar en mayor detalle parte de la pintura descascarada, falta de mantenimiento en general.

Personalmente, pienso que la barra debería ser un gran centro de atención, ya que forma un elemento muy importante dentro del espacio, pero denota dejadez y falta de mantenimiento.

En general el equipamiento escasea de mantenimiento, es visible que es el mobiliario, telas, y otro conjunto de elementos utilizados desde la inauguración del sitio.







Análisis interior - Planta Alta



Las imágenes actuales pertenecen a la Planta Alta, donde se puede notar también una dejadez muy grande.

El cielorraso con falta de mantenimiento, manchas de humedad, spots que no funcionan.

En el muro se puede ver una silueta dejada por la suciedad la cual pertenecía a un reloj que solía portar el sitio.

Mencionando el mobiliario, las mesas y sillas también están en muy mal estado, y encuentro peligrosas las sillas que tienen ruedas en las patas.

La propuesta principal es volver a tomar el concepto de reinterpretación del Art Deco que se había planteado originalmente, pero con un enfoque actualizado y no tan remarcado. Se propone adoptar una **inspiración** del Art Deco remodernizado, que no solo recupere la esencia estética del estilo, sino que también se adapte a los cambios en los hábitos de consumo actuales. Esta renovación del Art Deco permitiría al Manhattan Club ofrecer una experiencia visual y espacial que combine lo clásico con lo moderno, garantizando así que el diseño no quede atrapado en el pasado, sino que sea capaz de sobrevivir y evolucionar frente a los cambios del mercado.

Actualmente, el restaurante presenta una estética excesivamente diurna, con una atmósfera clara que carece de la sofisticación que deseo proyectar. La intención es transformar este ambiente hacia uno de mayor distinción, creando una experiencia más envolvente. Esto se lograría mediante el uso de tonos más sobrios, evocando a un aire de exclusividad.

Diseño basado en cambios de hábitos de consumo

1. **Espacios flexibles:** Adaptar el espacio para distintos tipos de consumo, desde comidas rápidas hasta reuniones sociales prolongadas.
2. **Sectores diferenciados:** Crear áreas privadas, sectores con opciones de sillones, mesas altas, barra, mesas individuales y para trabajo grupal.

Incorporación de tecnología

1. **Pantallas:** Para pedidos, promociones, y contenido multimedia que mejore la experiencia del cliente (Ubicado exclusivamente en las mesas, con una disposición encubierta)
2. **Conectividad:** Mesas con cargadores integrados y WiFi.

Restauración del diseño original con toques contemporáneos:

1. **Mantenimiento de la esencia Art Deco**: Rescatar elementos del diseño original, pero adaptarlos a las nuevas tendencias tomándolos como inspiración.
2. **Toques modernos:** Utilizar colores y materiales actuales que respeten el carácter del local, pero lo modernicen para atraer a nuevas generaciones.
3. **Modificación del Logo.**

Objetivo: Combinar tradición y modernidad, respetando el carácter histórico del Manhattan Club mientras se adapta a las nuevas tendencias de consumo y diseño.

La modernización del Manhattan Club mediante la incorporación de tecnología busca optimizar la experiencia de los clientes y mejorar la eficiencia operativa. La implementación de tablets en las mesas es una de las iniciativas para lograr estos objetivos.
La integración de dispositivos digitales en las mesas brindan diversos beneficios tanto a los clientes como al personal del establecimiento.



Menú digital en tableta

Encantar a los clientes y aumentar las ventas.

Conoce la tableta Abrahao →



Menú digital Código QR

Su menú en el teléfono móvil del cliente.

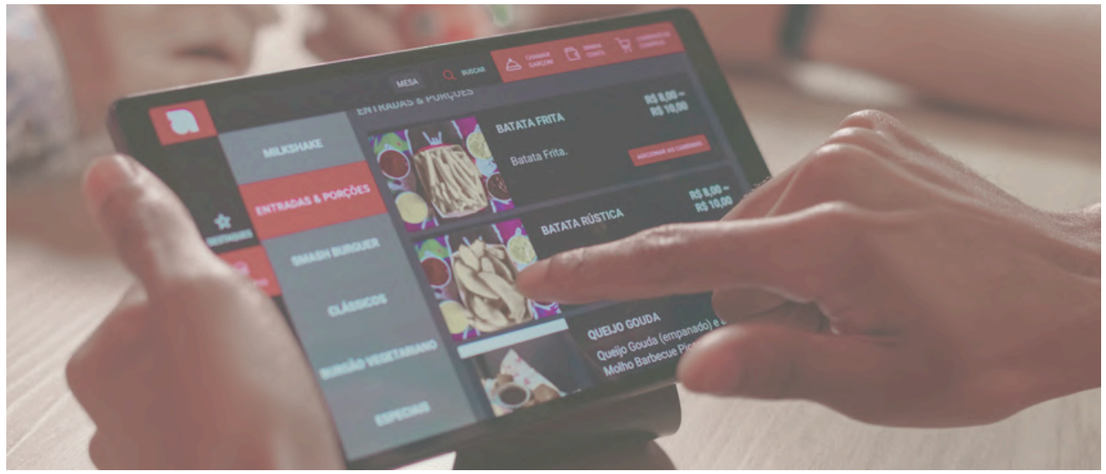
Conoce el Código QR de Abrahao →



Plataforma de entrega

Aumente sus márgenes de ventas con la entrega.

Conoce deliway →



FUNCIONES

Menú digital e interactivo:

- Visualización detallada de platos y bebidas
- Descripciones ampliadas de ingredientes, valores nutricionales y recomendaciones.
- Opciones de personalización de pedidos para adaptarse a preferencias o restricciones alimenticias.

Gestión de Pedidos y Pagos:

- Solicitud directa de órdenes a la cocina o la barra sin necesidad de esperar a un mesero.
- Reducción en tiempos de espera y mayor precisión en los pedidos.
- Posibilidad de realizar pagos seguros a través de la tablet con diversas opciones.

Programas de Fidelización y Encuestas:

- Registro y gestión de programas de lealtad con acumulación de puntos y recompensas.
- Encuestas de satisfacción en tiempo real para mejorar el servicio y retroalimentación de los clientes.

Automatización del Servicio y Asistencia

- Integración con sistemas de inteligencia artificial para recomendaciones personalizadas y respuestas automáticas a preguntas frecuentes.

MANHATTAN CLUB

El Manhattan Club Grand Café es un espacio con un fuerte valor histórico y arquitectónico, pero con el paso de los años ha quedado atrapado en un diseño que no responde a las exigencias y expectativas del consumidor actual.
Se implementará una inspiración del Art Decó, combinando:

- Elementos clásicos con materiales y tendencias actuales
- Y adaptándolo a las nuevas necesidades del mercado.

¿Qué será el Art Decó remodernizado?

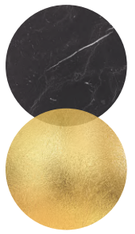
Se incorporan materiales contemporáneos como mármol oscuro, metales con acabados mate y terciopelo. Además, los colores vibrantes del estilo original se transforman en tonalidades más sobrias.
Las líneas y formas geométricas se mantienen, pero con un enfoque más minimalista. La idea es tomar de inspiración el Art Decó, tomando solo algunos elementos del mismo.

¿Cómo se aplicará?

- Se restaurarán algunos de sus elementos arquitectónicos más icónicos, como la cúpula inspirada en el Chrysler Building.



- Se empleará mármol negro y granito oscuro en superficies clave. Detalles en cobre y dorado, especialmente en luminarias y elementos decorativos, para reforzar la esencia del Art Decó clásico.



- El mobiliario será una combinación de formas geométricas elegantes con tapizados en terciopelo en colores bordo generando una atmósfera de sofisticación.

MANHATTAN CLUB

Se buscará generar un impacto visual, el cual atraerá clientes como se ha estudiado con anterioridad. Por esto se prestará especial atención a los detalles, tonalidades y estilo del espacio.

COLORES Y MATERIALES

En su estado actual, el Manhattan Club tiene una estética predominantemente diurna, con tonos claros que no transmiten la elegancia que el concepto busca. Para transformar esta percepción, se aplicarán tonos oscuros y profundos como bordo, negro y azul noche, los cuales aportarán un ambiente más sofisticado. Estos colores se complementarán con texturas refinadas, utilizando terciopelo, madera oscura y metales con acabado mate. Las superficies clave, como la barra, se revestirán en mármol oscuro.



ILUMINACIÓN



La iluminación es un factor fundamental en la percepción del espacio. Se integrará una combinación de iluminación ambiental indirecta y focal para crear una atmósfera nocturna y elegante. Se utilizarán artefactos de luz cálida y regulable para adaptar el ambiente según la ocasión. Además, se incorporarán lámparas colgantes en cobre y negro mate, diseñadas para aportar una visión moderna sin perder la esencia clásica del lugar.

FACHADA

La cartelería actual será sustituida por una versión con iluminación indirecta, destacando el nombre del local con tipografías geométricas y materiales nobles. Esto reforzará la identidad visual y generará una presencia imponente en el entorno urbano.

La idea principal es generar una imágen más sobria al restaurante, por esto, realizar una propuesta de renovación de logo es clave. Ya que se busca generar un ambiente menos diurno, se eliminará el color rojo.

01. Adaptable a distintos tamaños, mayormente digital en web y otros usos comerciales.



Edificio Chrysler

Color Plateado->Terminación del Chrysler

Tipografía Robolt Vintage



02. Mayormente para cartelería dentro del espacio. Ejemplos de uso:

Tipografía BeautySalon Sans



Modificación de carta.



Inspiración referentes





01. Ideas para rediseño en zona de barra, resaltándola y marcándola como uno de los principales atractivos del local gastronómico.





02. Uso de revestimientos y mobiliario que atenúen la atmósfera, transformándolo en un local gastronómico con una estética más nocturna que diurna.

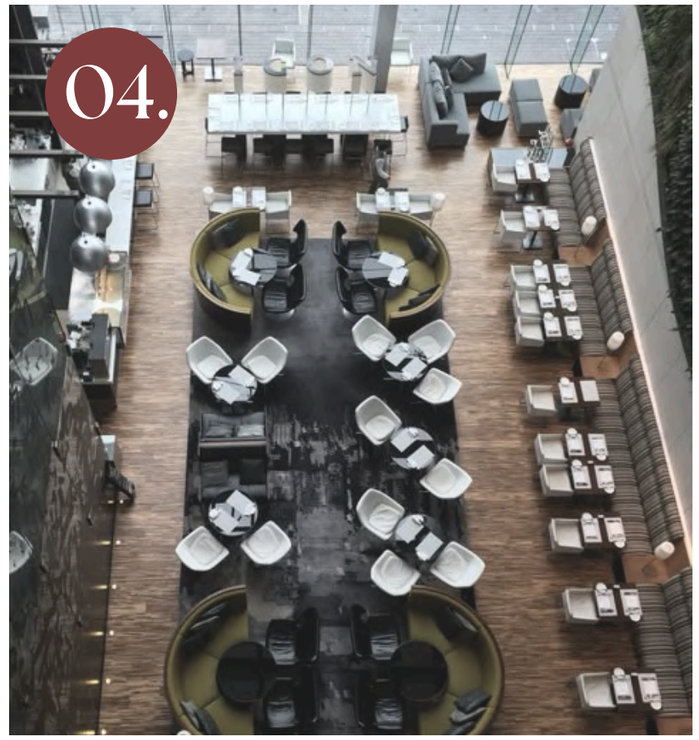
03. Enfocar el estilo en Art Deco, fusionando tradición y modernidad. Mantener la esencia del Art Deco mientras se adapta a las tendencias de consumo actuales,

04. Diseñar sectores variados para satisfacer diferentes tipos de clientes, con áreas de descanso, espacios de consumo rápido, zonas al aire libre, y diversas opciones de asientos, como sillones, mesas con sillas, barras, entre otros.









Conclusión Referentes

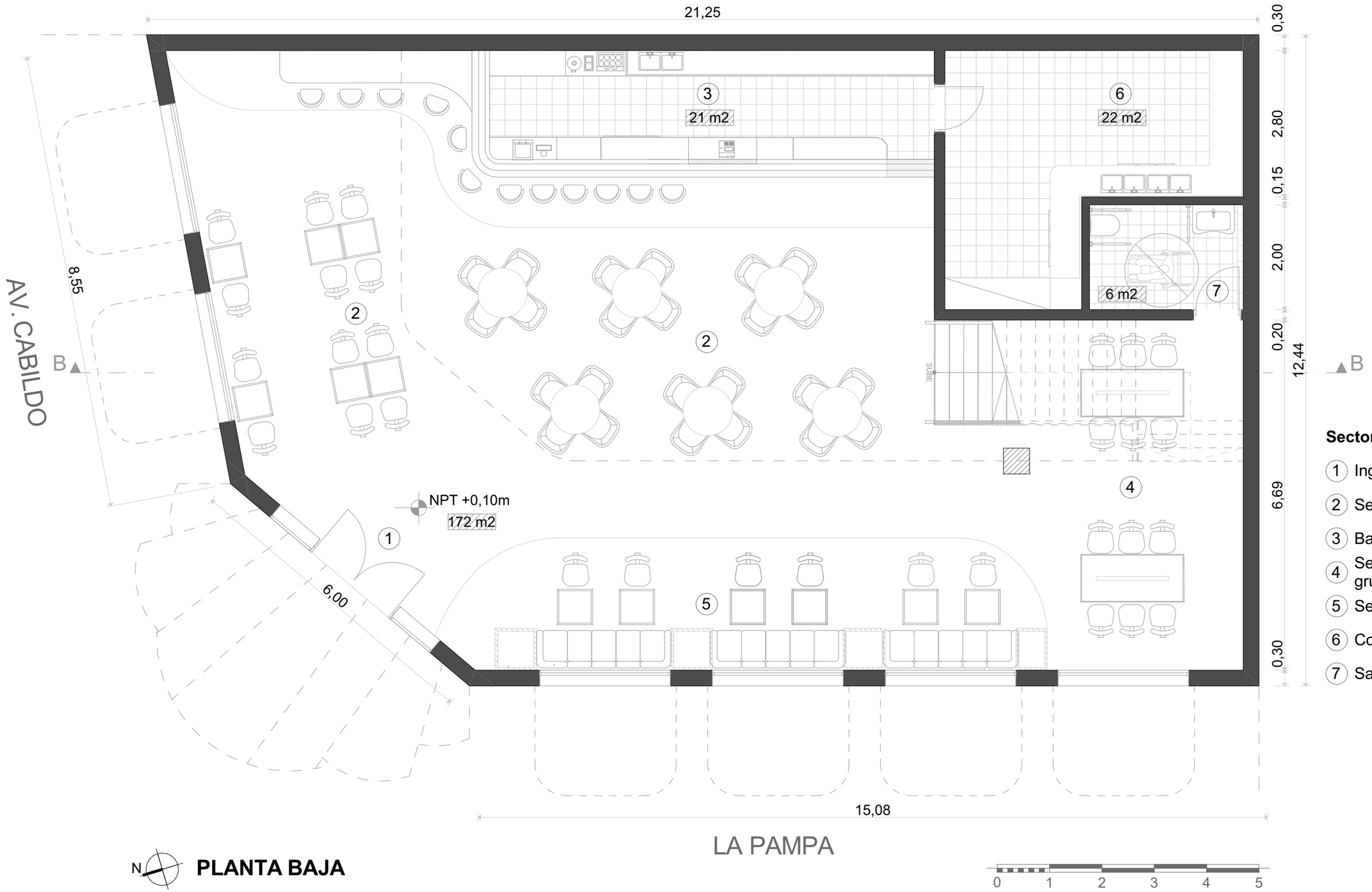
El proyecto plantea un rediseño del local gastronómico con una estética sobria y contemporánea, inspirada en el Art Deco. Se destaca la barra como elemento central mediante materiales, iluminación y diseño que la convierten en un punto focal. El uso de revestimientos oscuros, mobiliario y una paleta cromática equilibrada refuerza una atmósfera más nocturna, alineada con la identidad del espacio.

La distribución se organiza en sectores diferenciados para optimizar la experiencia del usuario: áreas de descanso con sillones, espacios de consumo rápido en la barra y zonas más exclusivas al aire libre. La selección de materiales prioriza la durabilidad y un mantenimiento eficiente, mientras que la iluminación indirecta y focalizada contribuye a una ambientación envolvente.

A continuación, se mostrarán los planos de la propuesta de proyecto para el Manhattan Club. En ellos se incorporan mejoras estratégicas y soluciones innovadoras que buscan optimizar la funcionalidad, el diseño y la experiencia dentro del espacio.



Documentación técnica de proyecto



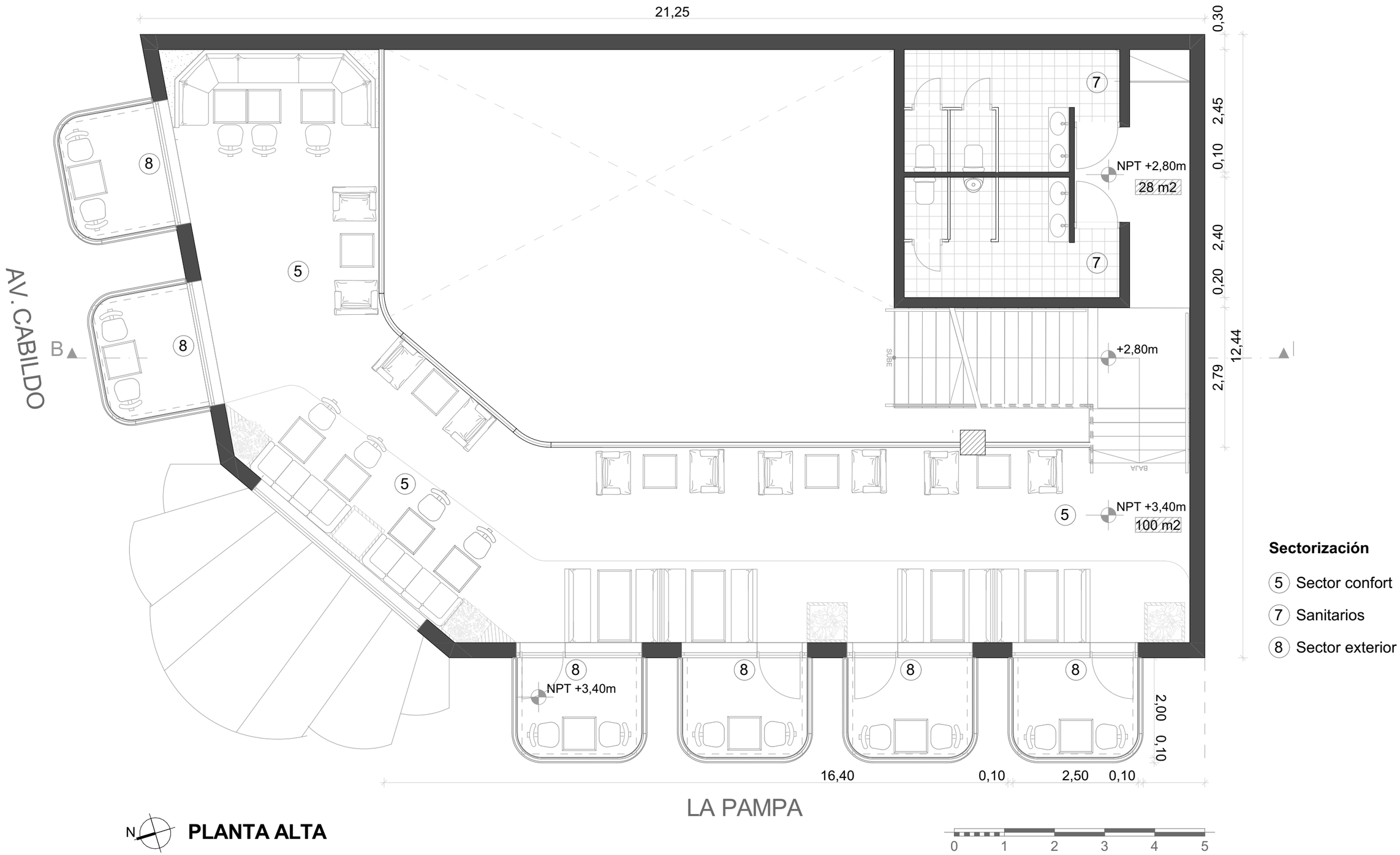
PLANTA BAJA

PROYECTO MANHATTAN CLUB

Sectorización

1. Ingreso
2. Sector mesas
3. Barra
4. Sector mesas grupales
5. Sector confort
6. Cocina/Despensa
7. Sanitarios

Documentación técnica de proyecto



Sectorización

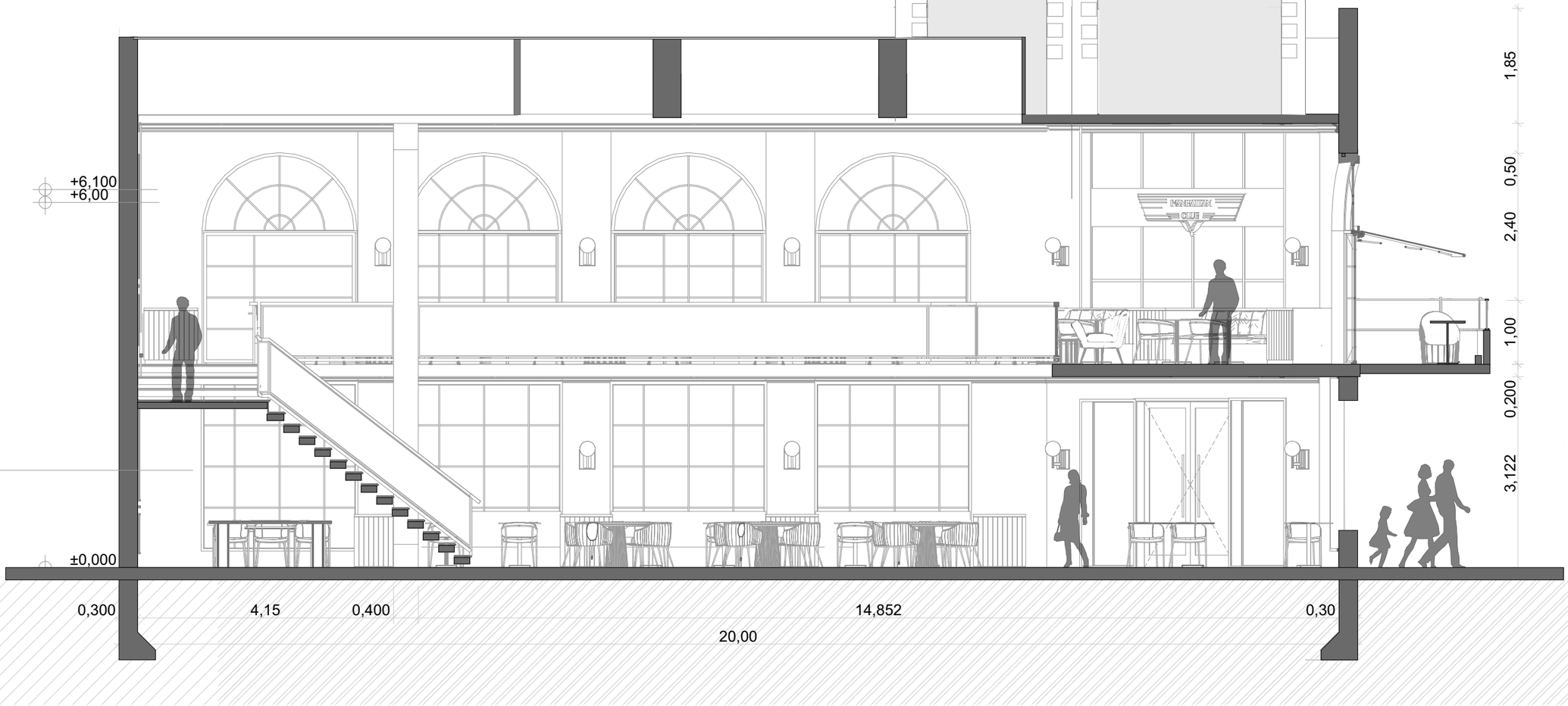
- (5) Sector confort
- (7) Sanitarios
- (8) Sector exterior

N

PLANTA ALTA

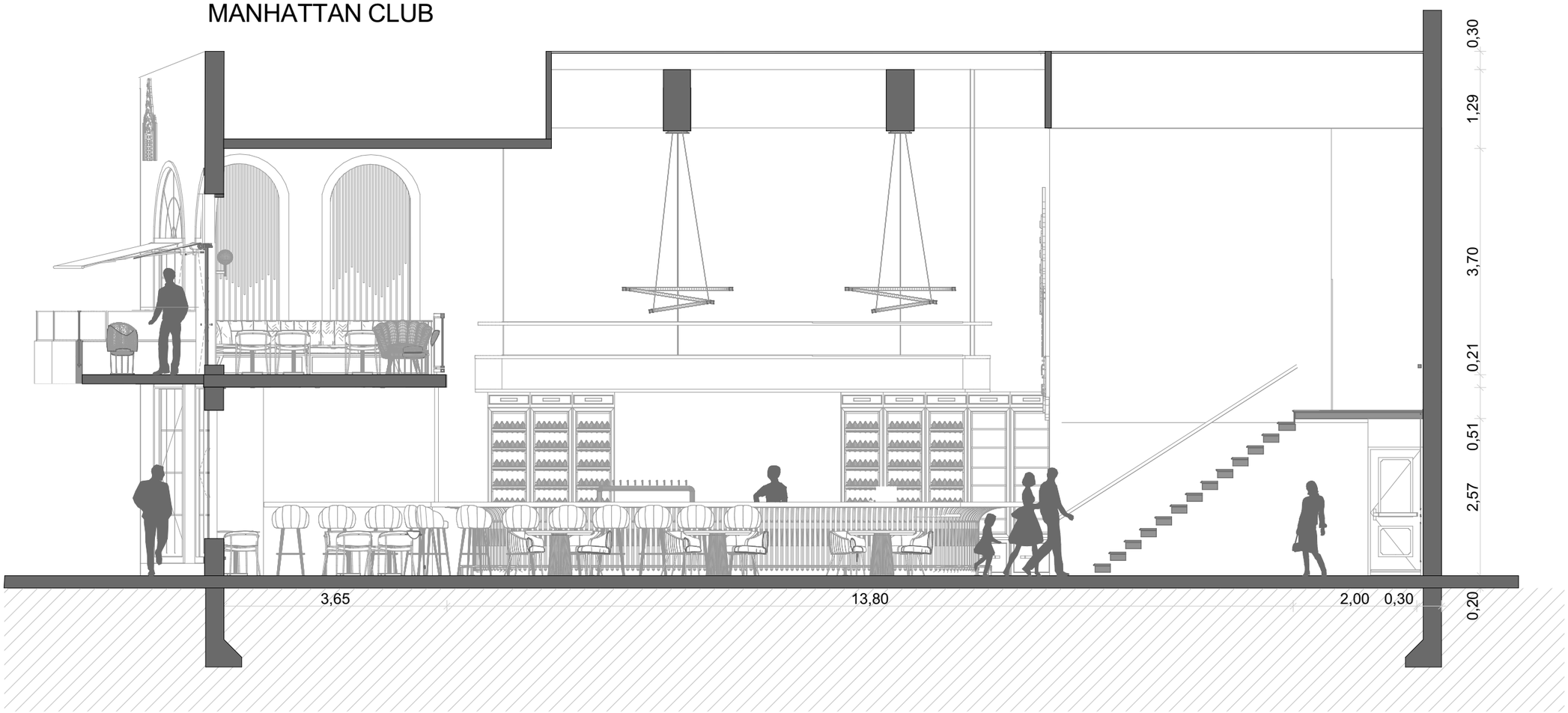
PROYECTO MANHATTAN CLUB

PROYECTO
MANHATTAN CLUB



CORTE A-A

PROYECTO
MANHATTAN CLUB



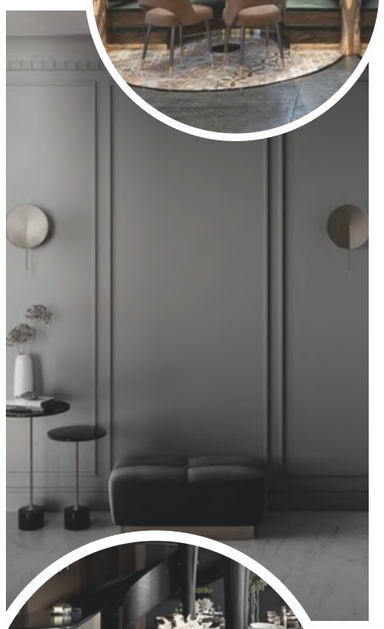
CORTE B-B

0 1 2 3 4 5

Estilo



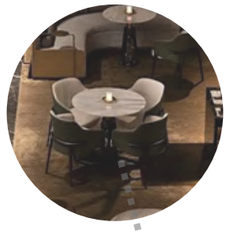






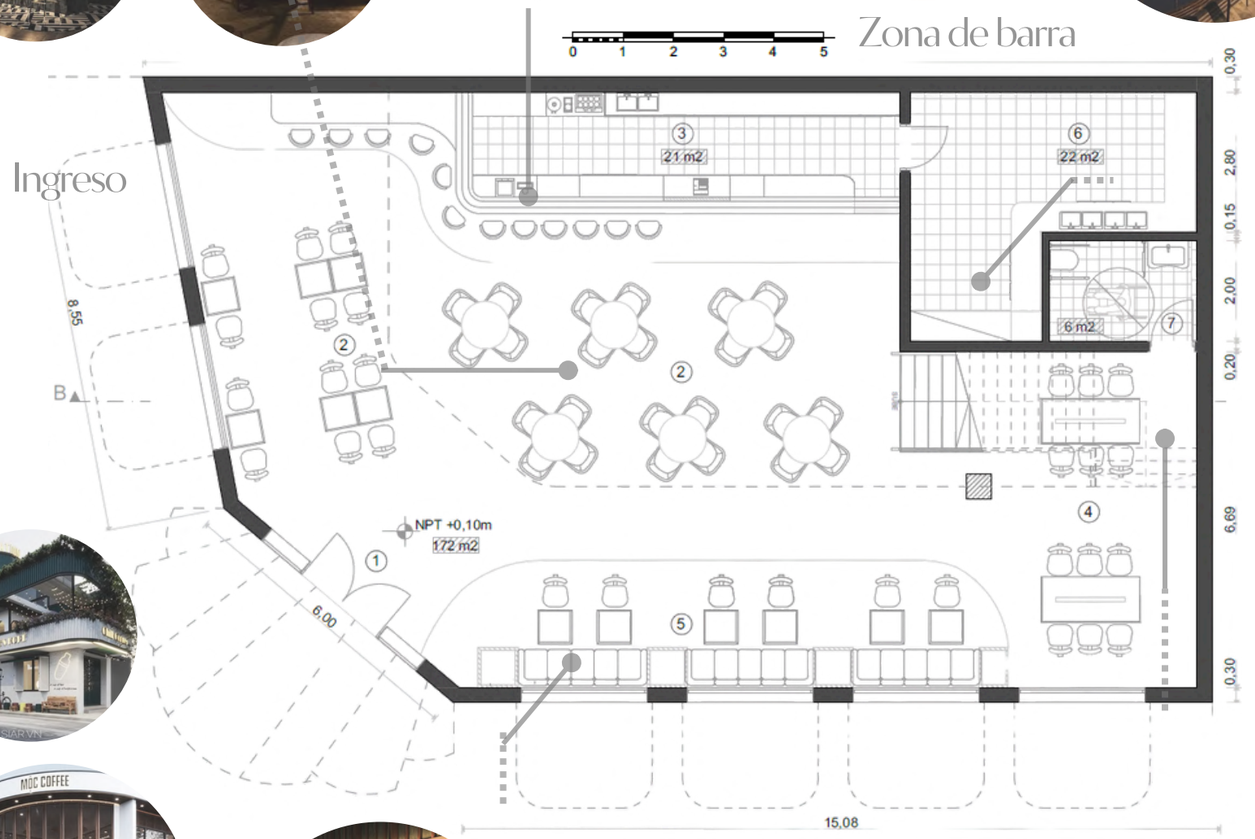
PLANTA BAJA















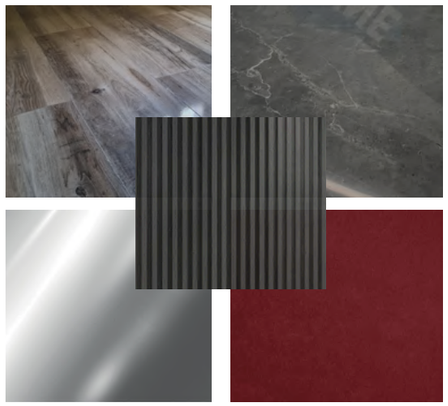




Colores



Texturas



Mobiliario







Estilo







Revestimiento

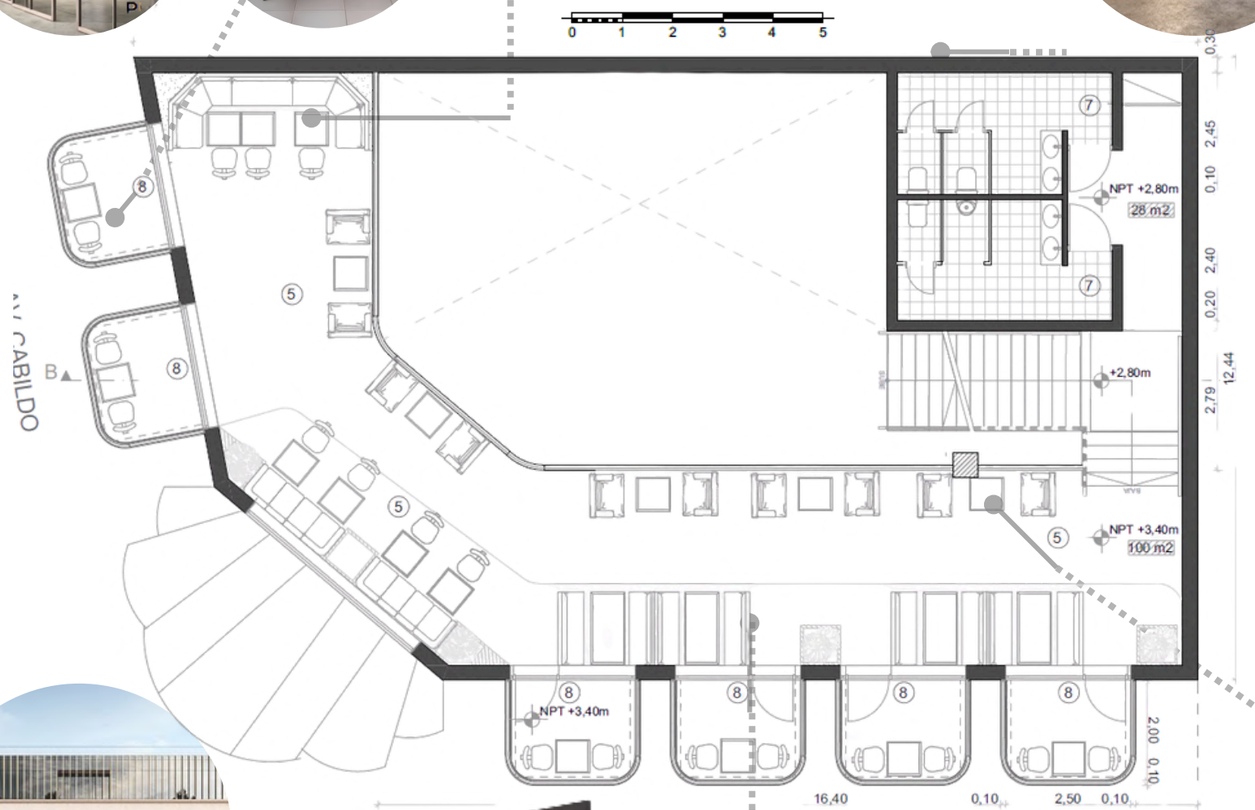


PLANTA ALTA











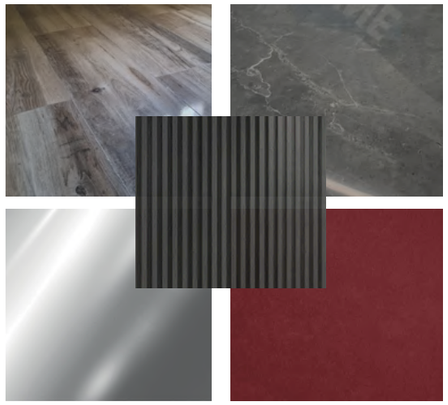




Colores



Texturas



Mobiliario



Sector confort

Para el revestimiento de muros, se utiliza látex gris como acabado general, proporcionando una base neutra y sobria. En áreas específicas donde se instalan apliques de pared, se emplean wall panels en tonos bordó para mejorar el contraste y resaltar la iluminación. Este enfoque optimiza la percepción del diseño y aporta profundidad al espacio.





Revestimiento Wall Panel Lifewall Concept 1823 MDF



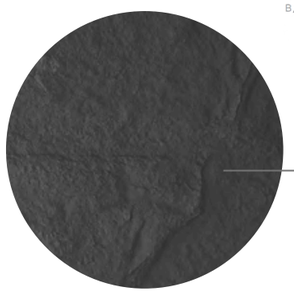
- Medidas: 275 × 12,4 × 1,8 cm
- Terminación: Prepintado, bordó
- Sistema de Instalación: Pegado

Revestimiento simil piedra Listón Gris



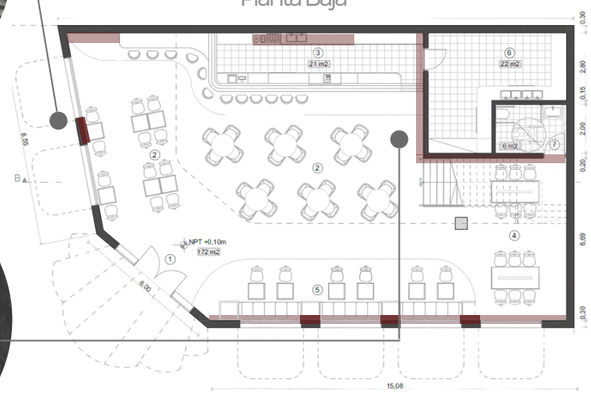
- No requiere mantenimiento
- Paneles individuales livianos y duraderos
- Resistente a la decoloración y rayos UV
- Instalación: Mezcla adhesiva cementicia

Revestimiento simil piedra Listón Gris

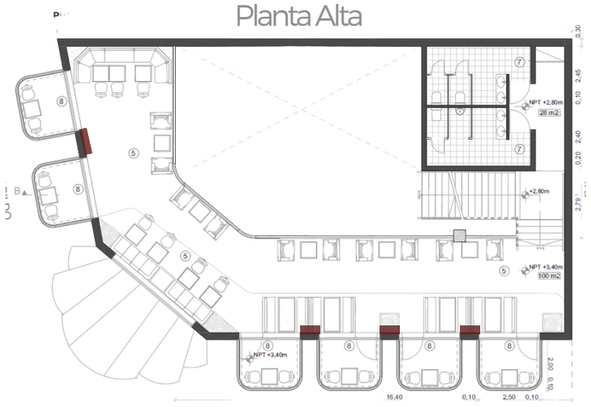


- Medidas: 0.60x1.20m
- Acabado mate texturado 3D
- Color cement grey, oscuro

Planta Baja



Planta Alta



Se marcarán las áreas mediante la diferenciación de solados delimitando las distintas zonas sin la necesidad de barreras físicas evidentes. Específicamente zonas de confort y barra. A través del uso de materiales, texturas y patrones diferenciados, se logra orientar la circulación, reforzar la identidad de cada sector y mejorar la experiencia del usuario.





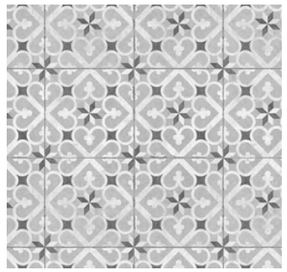
Porcelanato Pulido Brillante

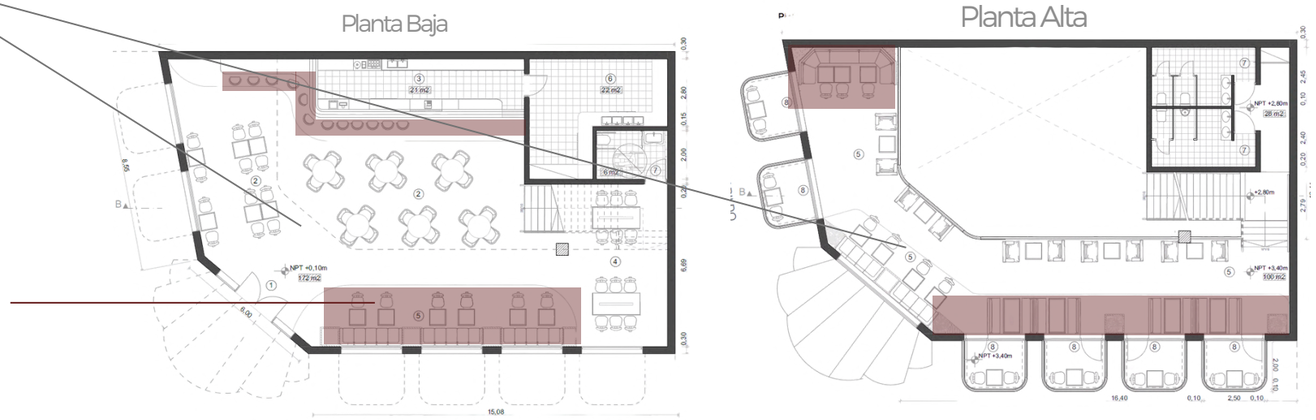
- Material: Porcelanato
- Espesor: 7mm
- Medida nominal: 80 x 160 cm
- Resistencia: Alto tránsito
- Presentación: Caja cerrada de 3 placas
- Acabado: Rectificado



Porcelanato Clover - San Lorenzo

- Antideslizante
- Línea Clover
- Medida: 58x58cm
- Terminación mixta Mate







Silla "Dubai" tipo sillon

- Patas metálicas doradas
- Tapizada en Pana gris
- 55 x 45 x 47 cm
- Marca Sun Design

- Link



Banqueta Wahson - Importadas

- Wahson Office Chairs
- Marco metálico
- Terminación: Terciopelo
- 47,5 x 44,5 x 66 cm

- Link



Zamibia Silla Beirut

- Estructura de MDF terminación Paraiso.
- Tapizado en terciopelo
- Laqueado negro con poro abierto.
- Marca Zamibia
- Link



Mesa de comedor Athena Oval

- Estructura de madera maciza
- Capitoné estilo vainilla vertical
- Tela de Pana anti manchas
- Diseño personalizado, tono bordó
- .100 x 90 x 75 cm de alto

- Link

El diseño lumínico del Manhattan Club ha sido pensado para garantizar una iluminación eficiente con el concepto del espacio.

- Se han incorporado spots de embutir con terminación blanca, distribuidos para proporcionar una luz homogénea, asegurando confort visual y resaltando las superficies de manera sutil. Acompañando esta iluminación general, las tiras LED de embutir enfatizan líneas arquitectónicas y generan una iluminación indirecta que aporta profundidad y continuidad visual en el ambiente.

- Para complementar la iluminación global se utilizaron apliques puntuales con terminación dorada, los cuales destacan áreas específicas y contribuyen a la integración de los acabados dorados en el diseño.

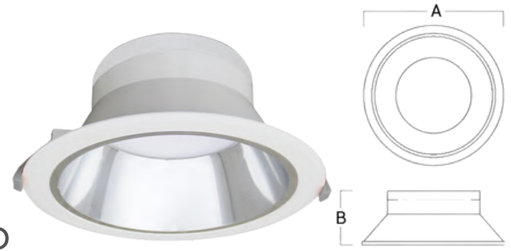
- En el área de doble altura, las luminarias suspendidas otorgan jerarquía al espacio, creando un punto focal que refuerza la sensación de verticalidad y amplitud.

- Estos elementos lumínicos refuerzan la calidez del ambiente y crean contrastes equilibrados con los tonos sobrios del espacio. El uso de temperatura de color cálida garantiza una atmósfera envolvente y confortable.



Spots led de embutir circular

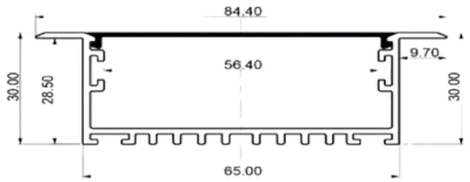
Fijación: Embutido de techo
Medidas: A: 150 mm B: 81 mm
Perforación: Ø 125 mm
Color del artefacto: Blanco & Cromo



Tiras LED de embutir

Terminación aluminio blanco
Por metro
Marca: GSG





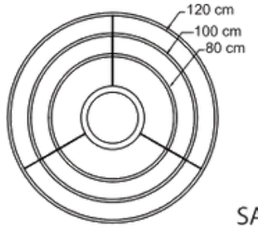
Aplique de Pared

1 lLuz G9
Base 12cm x 12cm
Globo 9cm
Terminación dorada



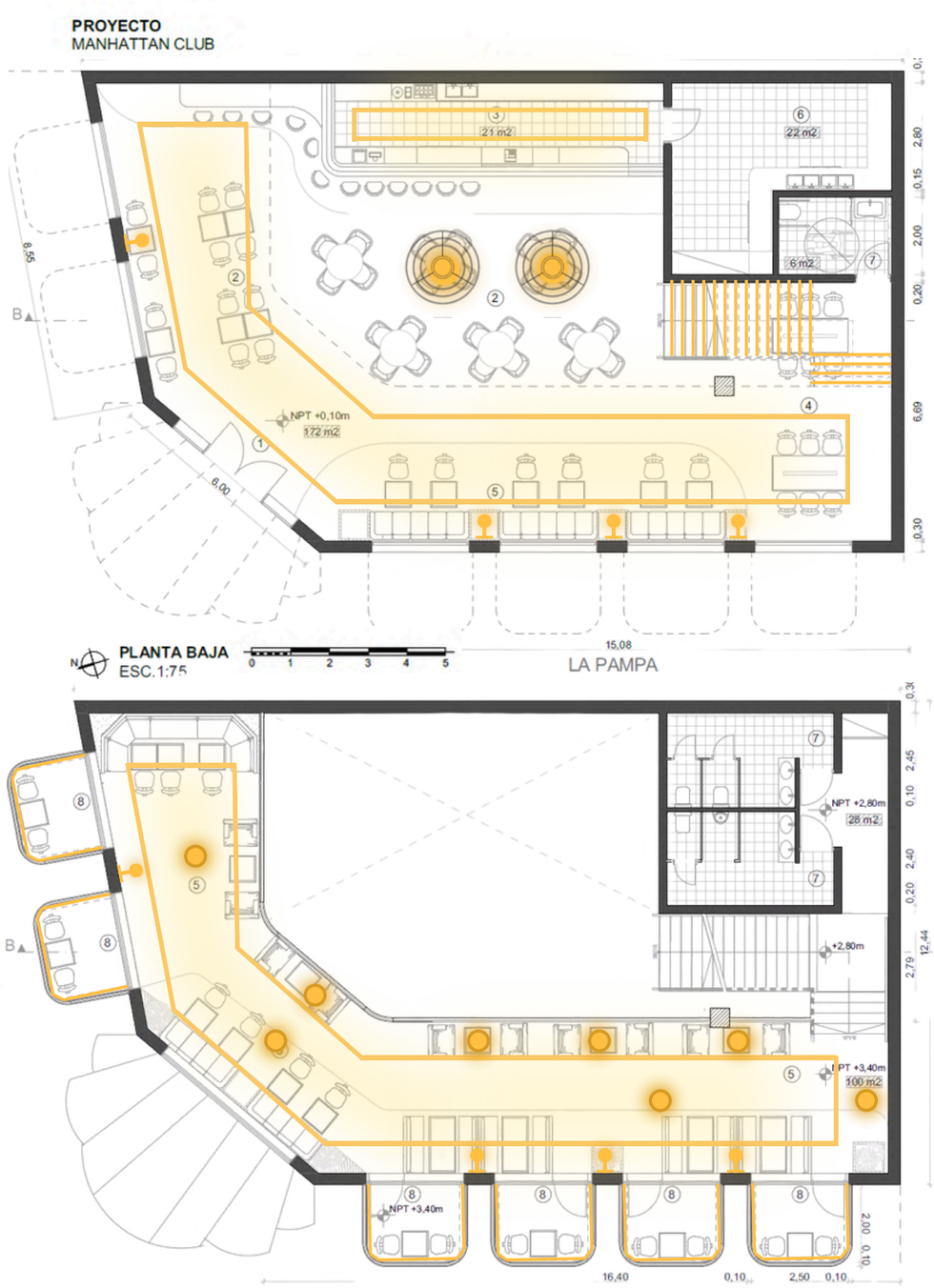
Colgante Led Saturno Triple

1 Mt Dimerizable
Anillos led : Diámetro: 60, 80 y 100cm
Tensores: 1,2 m
Terminación: Anodizado



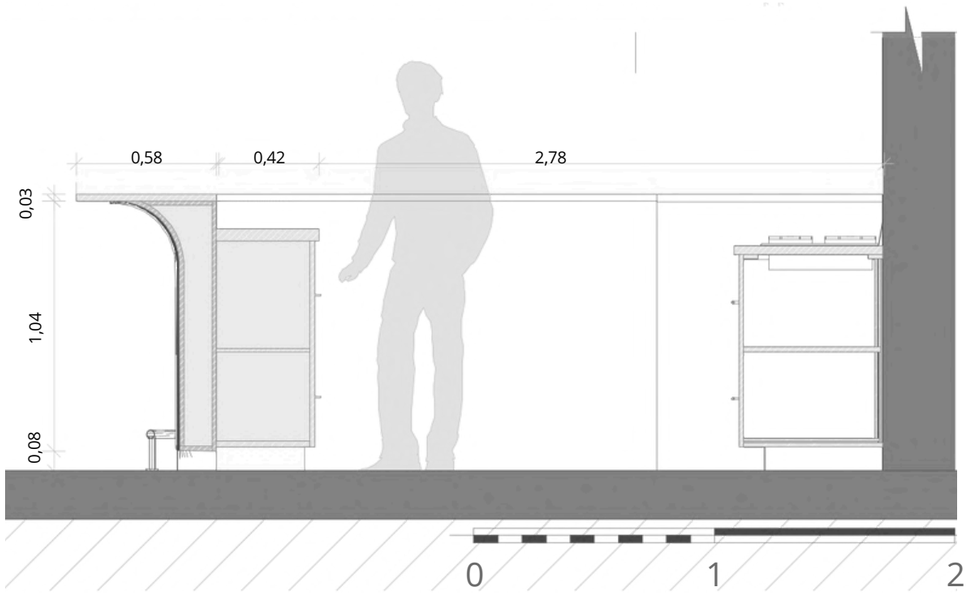


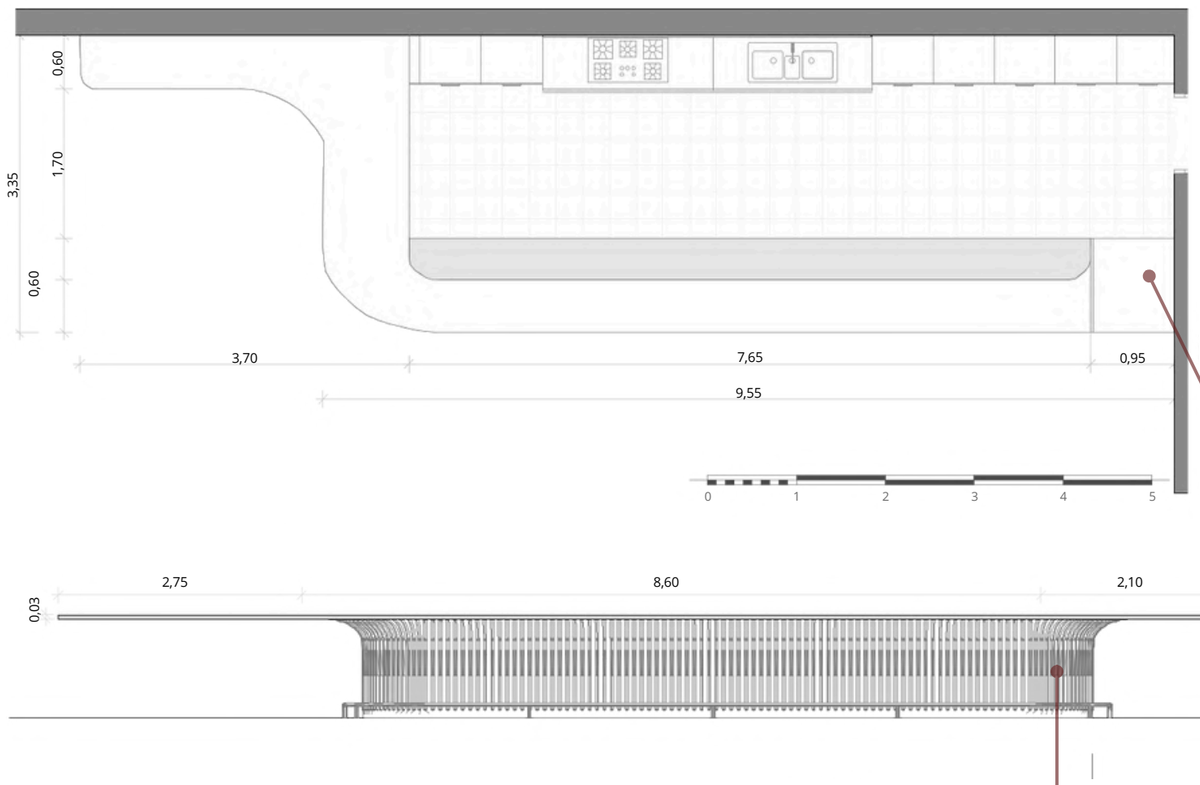
SATURNO XL Ø 80-100-120



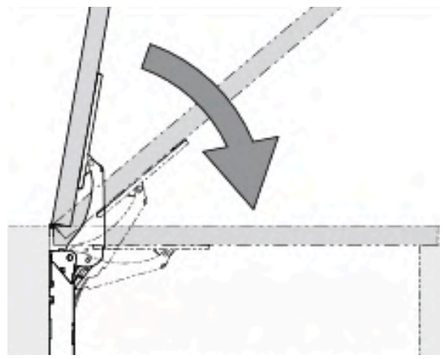
BARRA MANHATTAN CLUB

La mesada de la barra es Silestone, material de alta resistencia a impactos, manchas y humedad, ideal para superficies de alto tránsito. La estructura está revestida con un varillado vertical, proporcionando textura y continuidad visual.





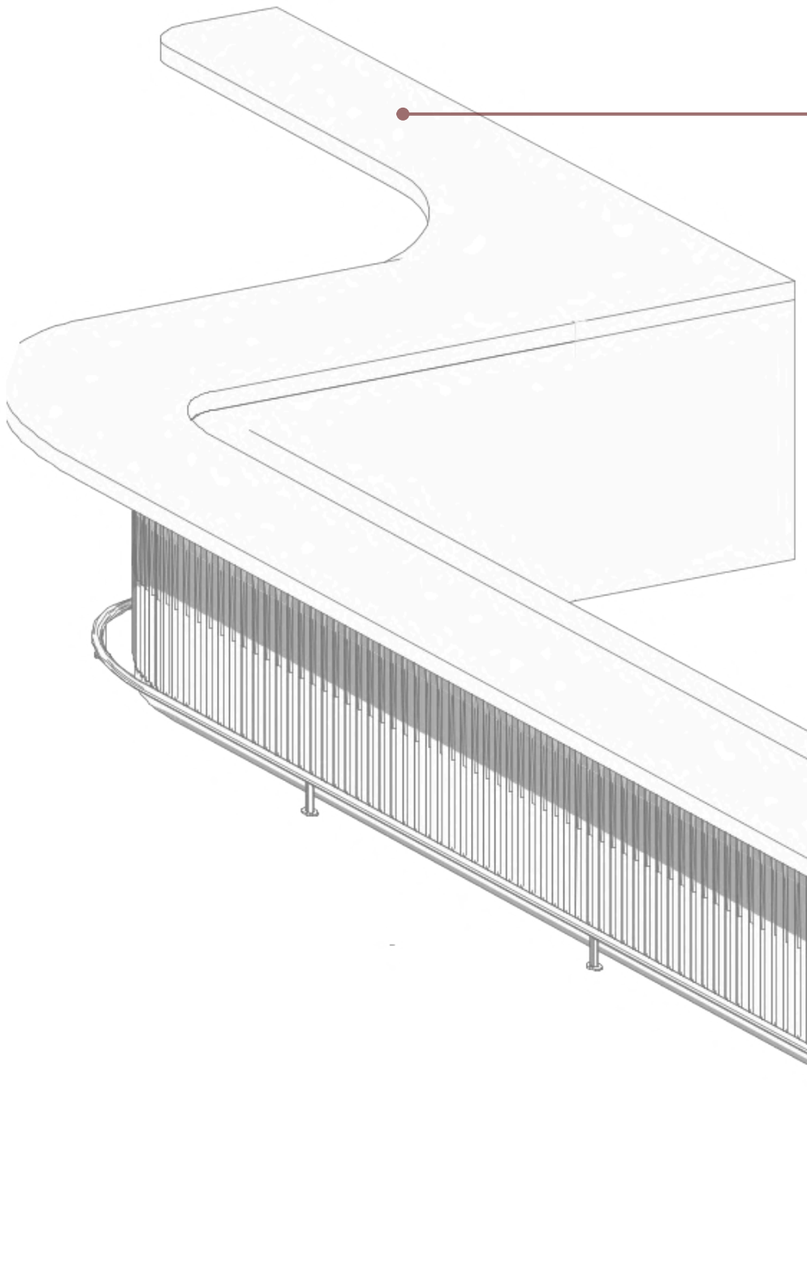




Bisagra abatible “damper” con tope y asistente de elevación “heavy”.

Revestimiento de estructura. Varillado MDF cortado con láser a medida.

BARRA MANHATTAN CLUB

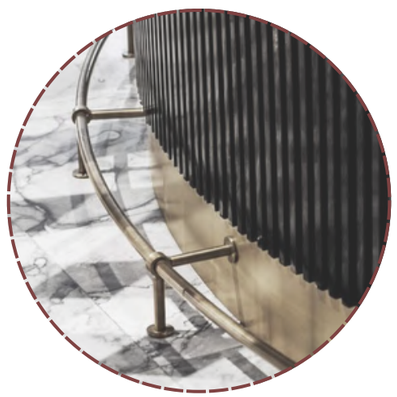


Silestone pulido. Corktown -> Silestone - Loft

327 x 159 cm Espesor 3 CM



- Resistente a impactos.
- Antiácidos y antimanchas (café, vino, aceites, vinagre, etc.)
- Antiarañazos
- Antibacteriano
- Higiénico, fácil de limpiar con agua



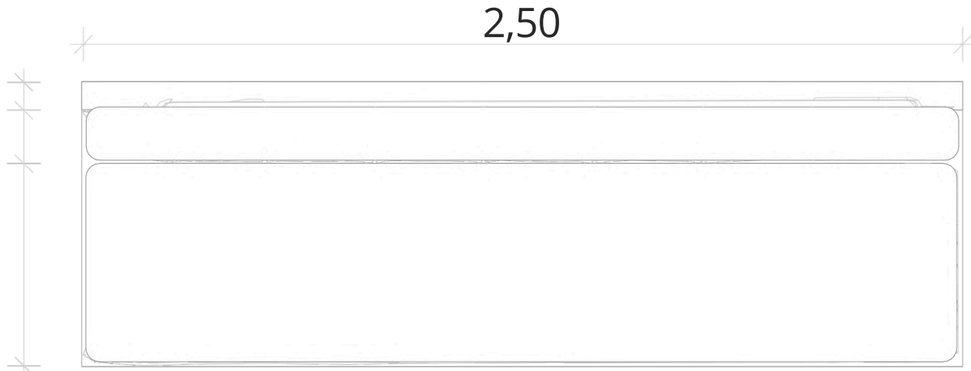


Sector barra

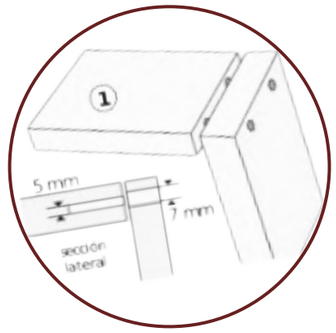
Lisa Larrosa - TFC 2025

SILLONES PLANTA BAJA

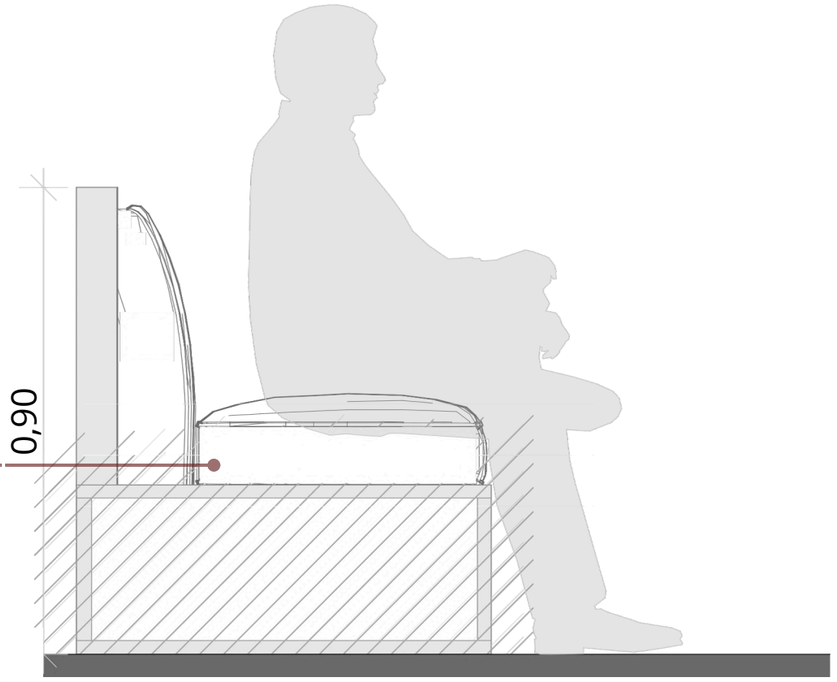
Set de tres sillones con estructura en madera maciza, asegurando resistencia y estabilidad. Tapizado en lino, material transpirable y de alta durabilidad. Ubicados contra la ventana, optimizando la distribución y funcionalidad.







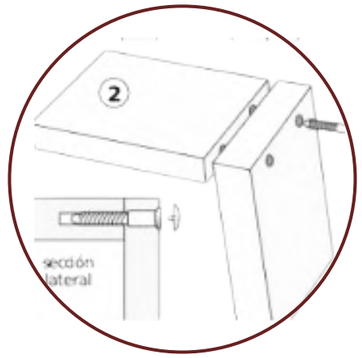
Estructura: Tablas y listones de madera maciza.

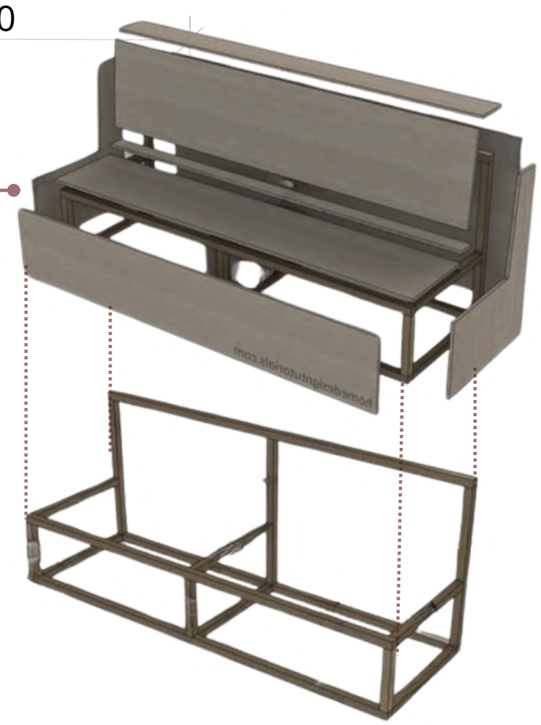


Tablas de MDF 3mm

Tela de lino color bordó.

Tiene una alta resistencia a la tracción, composición natural que permite una adecuada regulación térmica, reduciendo la acumulación de humedad.





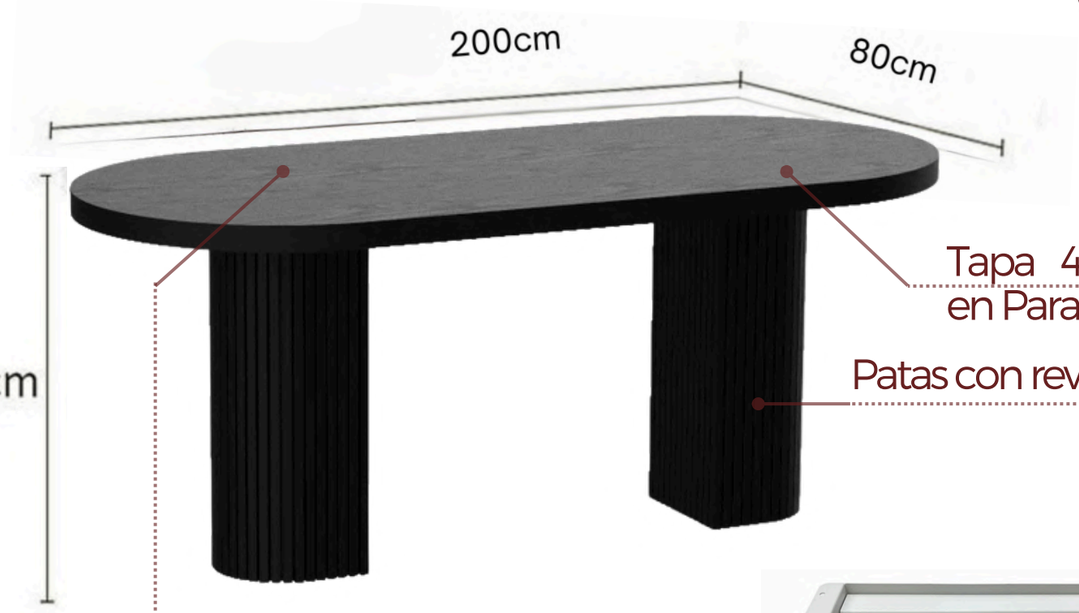


Sector Confort - Planta Baja

Lisa Larrosa - TFC 2025

MESAS GRUPALES

Las mesas grupales serán adquiridas prefabricadas. Se realizarán perforaciones precisas en la superficie para la instalación de la caja de tomacorrientes, garantizando un ajuste seguro sin afectar la estructura.





Dimensiones
200 × 80 × 50 cm

Mesa de Comedor Athena Oval Paraíso



Tapa 45mm enchapada en Paraíso

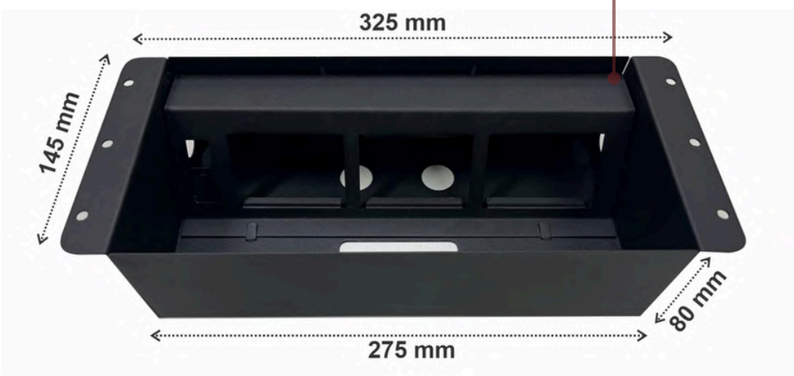
Patas con revestimiento en Paraíso



Cajas tomacorrientes

- Se procederá a la instalación de cajas de tomacorrientes en la superficie de la mesa de trabajo, para lo cual se realizarán los cortes y mecanizados necesarios, incluyendo orificios precisos para la integración de pasacables. Se garantizará una correcta fijación y alineación de los elementos

Realizada en chapa con terminación pintura en polvo

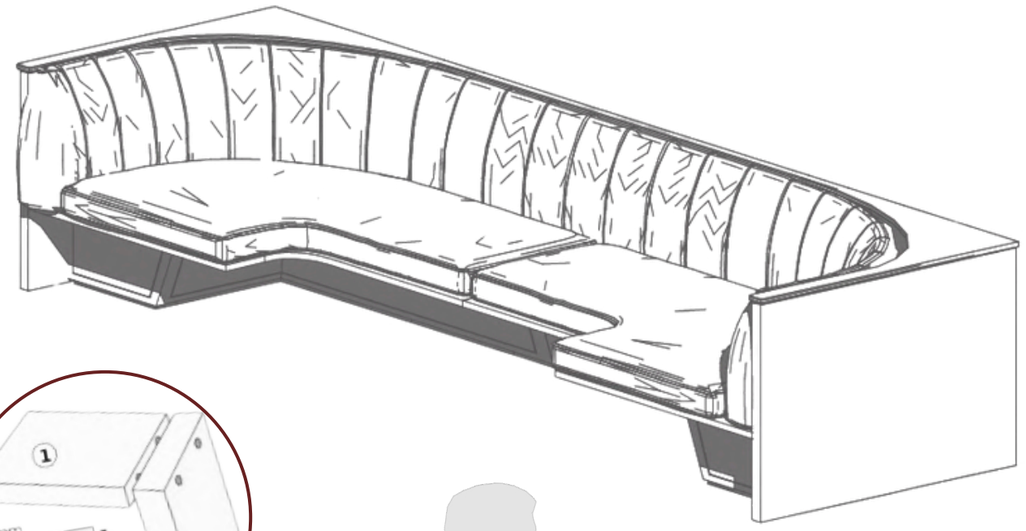


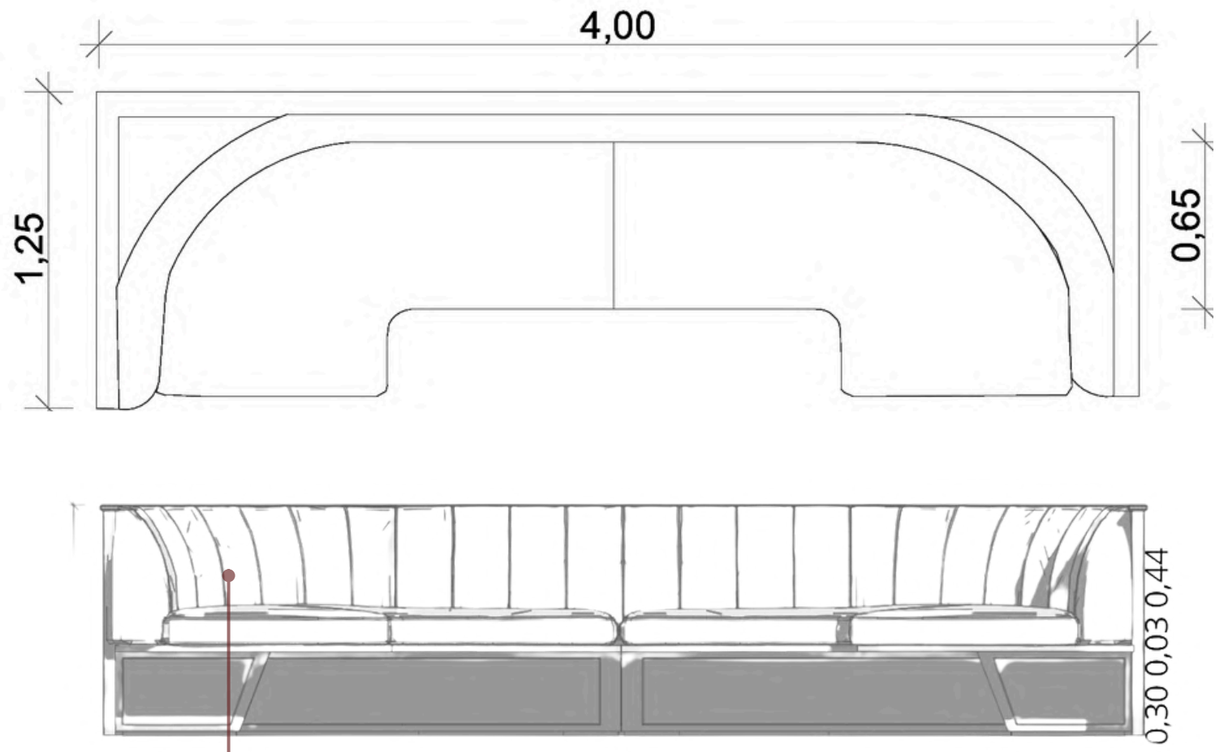
Mesas Grupales - Planta Baja

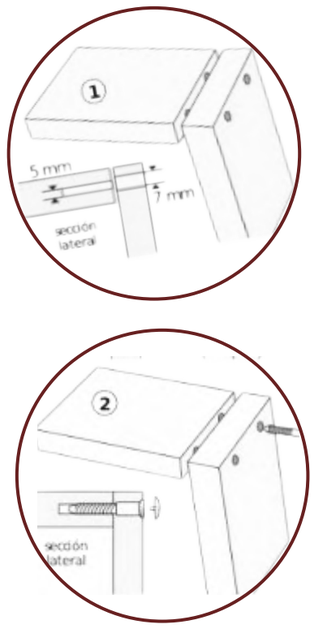
Lisa Larrosa - TFC 2025

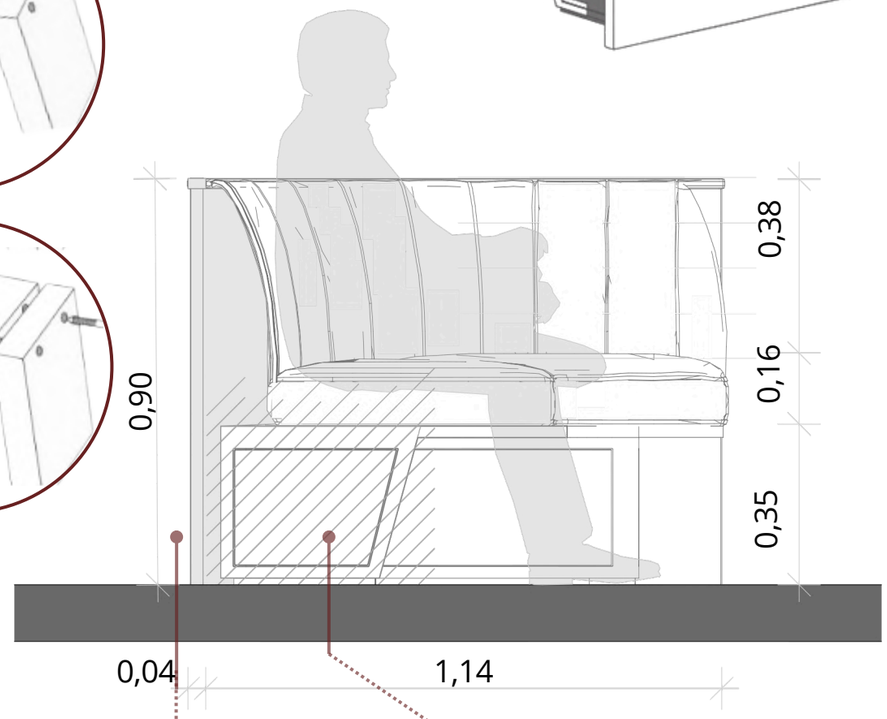
SILLÓN PLANTA ALTA

Sector confort en Planta alta. La estructura del sillón será de madera maciza y MDF. Tapizado en lino. El respaldo y asiento estarán reforzados con soportes internos en madera. El tapizado se fijará con grampado y costuras reforzadas para garantizar durabilidad.









Tela de lino color bordó.

Tiene una alta resistencia a la tracción, composición natural que permite una adecuada regulación térmica, reduciendo la acumulación de humedad.

Estructura: Tablas y listones de madera maciza.

Tablas de MDF 3mm

Sector Confort - Planta Alta

Lisa Larrosa - TFC 2025



Sector comedor - Planta Baja

Lisa Larrosa - TFC 2025



Sector comedor y barra

Lisa Larrosa - TFC 2025



Sector Confort y comedor - Planta Baja

Lisa Larrosa - TFC 2025





Sector Confort - Planta Alta

Lisa Larrosa - TFC 2025





Fachada

Lisa Larrosa - TFC 2025



Fachada

Lisa Larrosa - TFC 2025



Fachada

Lisa Larrosa - TFC 2025

PROYECTO
MANHATTAN CLUB



CORTE A-A

Corte A-A Perspectivado



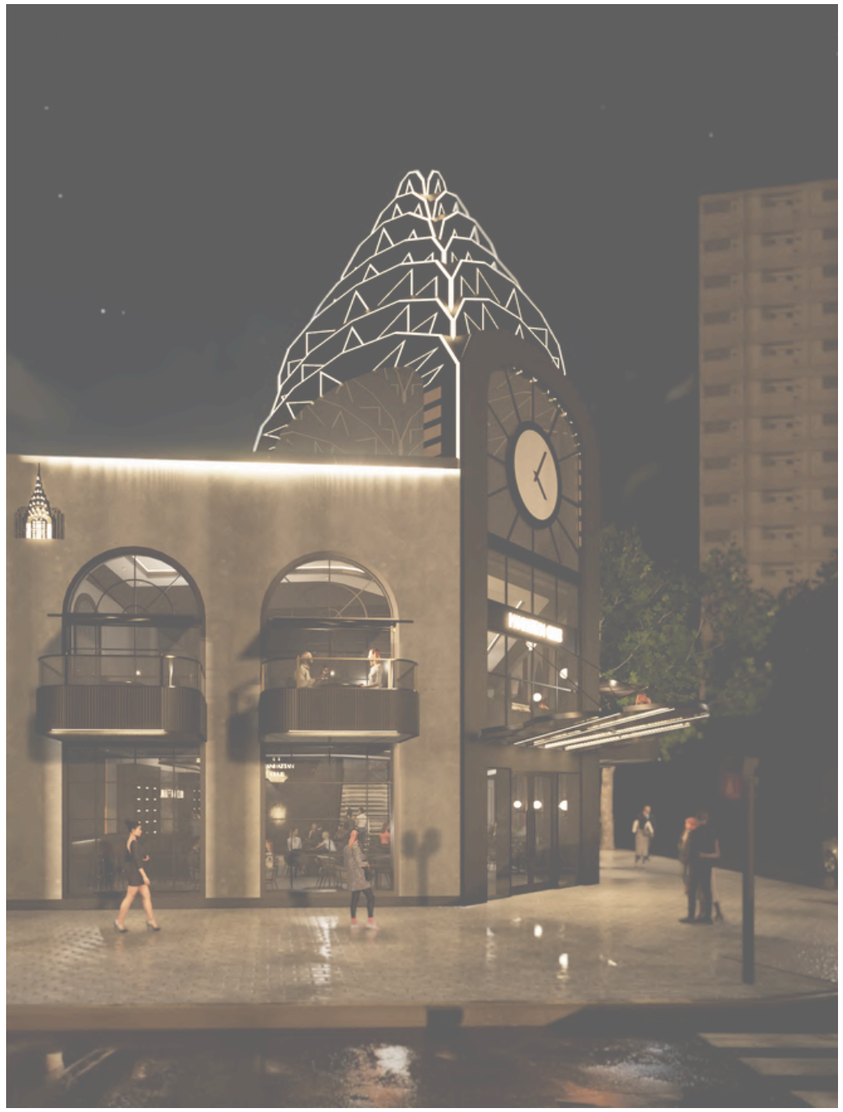
CORTE B-B

Corte B-B Perspectivado

Conclusión final

El Manhattan Club Grand Café, un espacio emblemático de Buenos Aires, sufrió un deterioro progresivo debido a su falta de adaptación a los cambios en los hábitos de consumo. La ausencia de renovación estética, la falta de respuesta a las nuevas tendencias gastronómicas y la falta de integración tecnológica lo dejaron obsoleto en un contexto donde los consumidores buscan experiencias más dinámicas y funcionales. Su declive presentó una pérdida comercial y un impacto en la identidad urbana del barrio de Belgrano.

La intervención propuesta busca revitalizar el espacio a través de un diseño que combina la esencia del Art Deco con un enfoque contemporáneo, optimizando la funcionalidad y la experiencia del usuario. Se incorporan sectores diferenciados, mobiliario ergonómico, iluminación estratégica y tecnología integrada, permitiendo que el restaurante se adapte a diversas dinámicas de uso. Así, el Manhattan Club no solo recupera su atractivo visual y operativo, sino que se convierte en un espacio versátil, preparado para las nuevas exigencias del mercado gastronómico.



Fuentes Consultadas

- Historia de Belgrano.
https://x.com/belgranohisto

- Foursquare, Manhattan Club.
https://es.foursquare.com/v/manhattan-club-grand-cafe/4c2bec34b34ad13ac2a0eace

- INFOBAE (2017). Cómo evolucionó la gastronomía en la era de los cambios de hábitos
https://www.infobae.com/tendencias/nutriglam/2017/01/21/como-evoluciono-la-gastronomia-en-la-era-de-los-cambios-de-habitos/

- Ámbito (2024). Restaurantes: dura caída del consumo y aumento de costos golpea al sector gastronómico.
https://www.ambito.com/economia/restaurantes-dura-caida-del-consumo-y-aumento-costos-golpea-al-sector-gastronomico-n6014180

- Barcelona Culinary Hub (2023) Nuevos hábitos de consumo en el sector gastronómico.
https://www.barcelonaculinaryhub.com/blog/nuevos-habitos-de-consumo-sector-gastronomico

- Comuna 13 Online (2024)
https://www.comuna13online.com.ar/?p=18308



Fuentes Consultadas

- ArchDaily. McDonald's Chicago / Ross Barney Architects.

https://www.archdaily.cl/cl/948892/mcdonalds-chicago-ross-barney-architects

- Arquitectura Interior. ¿Qué conceptos ha manejado Starbucks para llamar la atención desde la neuroarquitectura?

https://arquitecturainterior.com.co/que-conceptos-ha-manejado-starbucks-para-llamar-la-atencion-desde-la-neuroarquitectura-aplicalo-a-tu-local-comercial/

- Clarín ARQ. La nueva YPF Echeverría: de Estudios RDR Arquitectos y Emmer + Bulla.

https://www.clarin.com/arq/nueva-ypf-echeverria-estudios-rdr-arquitectos-emmer-bulla_0_HNxVMF2MMQ.html

