

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN SHOWROOM DE INTERIORISMO Y ARQUITECTURA CONSCIENTE EN MORELIA MICHOACÁN”

Autor: García Ortega Roberto

**Tesina presentada para obtener el título de:
Licenciada en Diseño de Interiores y Ambientación**

**Nombre del asesor:
Móntes Esquivel Eduardo**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA
ESCUELA DE DISEÑO DE INTERIORES Y
AMBIENTACIÓN

TESINA

PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN
SHOWROOM DE INTERIORISMO Y
ARQUITECTURA CONSCIENTE EN MORELIA,
MICHOACÁN

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN DISEÑO DE INTERIORES Y
AMBIENTACIÓN**

PRESENTA:

ALEXA PAOLA MARÍN
SORIA

ASESOR:

DR. EDUARDO MÓNTES ESQUIVEL.

CLAVE: 16PSU0010U
R.V.O.E.: LIC121128

OCTUBRE 2025
MORELIA, MICH.

ÍNDICE

Agradecimientos.....	4
Resumen.....	5
Palabras clave.....	6
Introducción.....	7
1.0 Antecedentes.....	8
2.0 Planteamiento del problema.....	9
3.0 Preguntas de investigación.....	10
4.0 Objetivos.....	11
5.0 Justificación.....	12
6.0 Hipótesis o supuesto.....	13
7.0 Metodología.....	14
8.0 Marco Teórico.....	15-31
8.1 El diseño de interiores, la construcción y la sustentabilidad	15
8.1.1 Materiales sustentables dentro del diseño y construcción	16
8.1.1.2 Materiales Pétreos.....	16
8.1.1.3 Metales.....	17
8.1.1.4 Maderas.....	18
8.1.1.5 Iluminación.....	19
8.2 El showroom como nueva experiencia de compra en interiorismo	20-21
8.2.1 Elementos de interiorismo para un espacio de Showroom.....	22
8.2.2 Elementos a considerar para un showroom exitoso	23
8.2.3 Promocionar y utilizar el showroom en la era digital.....	24
8.2.4 Visual merchandising dentro de un showroom de interiorismo	25
8.3 Escaparatismo y diseño de espacios comerciales.....	26
8.3.1 Estudio y conocimiento del cliente.....	26
8.3.2 Distribución y marketing	26-27
8.3.3 El diseño de espacios comerciales y su influencia en el proceso de compra.....	27
8.3.4 Escaparatismo y visual merchandising	28-31

ÍNDICE

9.0 Marco contextual.....	32-34
9.1 Antecedentes.....	32
9.2 Perfil.....	33
9.3 Datos duros.....	34
10.0 Estudio de mercado.....	35-40
10.1 Proyección del mercado objetivo.....	35
10.1.1 Análisis de tendencias para la validación de rentabilidad del servicio.....	35-36
10.1.2 Estudio de competencia.....	37
10.1.3 Análisis de oferta de competencia.....	37-38
10.2 Criterios de segmentación de mercado.....	38-39
10.3 Definición del servicio en el estudio de mercado.....	39-40
11.0 Desarrollo de proceso proyectual.....	41-52
11.1 Lámina conceptual.....	41
11.2 Proceso de diseño.....	42
11.3 Paleta de colores.....	43
11.4 Paleta de acabados.....	44
11.5 Brief de marketing.....	45
11.6 Planta estado actual.....	46
11.7 Planta de propuesta de diseño.....	47
11.8 Planta sembrado de mobiliario.....	48
11.8 Planta sembrado de iluminación.....	49
11.9 Planta estrategias acústicas.....	50
11.11 Renders de proyecto.....	51-53
12.0 Modelo de negocio.....	54-55
13.0 Presupuesto.....	56
14.0 Conclusiones.....	57
Bibliografía.....	58
Índice de gráficos y tablas.....	59
Índice de imágenes.....	60

AGRADECIMIENTOS

A Dios por colmarme siempre de bendiciones y permitirme llegar hasta este momento.

A mi familia, por brindarme la oportunidad de estudiar una carrera y por apoyar siempre mis sueños. Especialmente a mi abuelito Filemón Soria Marín, quien en vida fue un ejemplo de resiliencia y dedicación; sin sus consejos y amor inmenso, no sería la persona que soy hoy.

A Edith Serrano y Ambienta por darme seguridad, creer en mí, abrirme las puertas para poder empezar a crecer profesionalmente y ser la inspiración principal para este proyecto.

A todos mis maestros, por compartir generosamente sus conocimientos y proporcionarme las herramientas intelectuales necesarias para alcanzar esta meta. Sin ustedes, nada de esto habría sido posible.

RESUMEN

El objetivo del presente proyecto de tesina es desarrollar una propuesta de negocio para la apertura de un showroom de arquitectura e interiorismo consciente, en colaboración con Ambiente Galería de Espacios como socio comercial.

La idea de este proyecto surge a partir de la detección de una problemática ambiental relacionada con la necesidad de promover construcciones y propuestas de interiorismo más conscientes y sustentables. Su finalidad es contribuir a la reducción de las emisiones de carbono y de la contaminación, al mismo tiempo que se genera un espacio exclusivo para los clientes, donde puedan interactuar con los productos disponibles para sus proyectos y conocer sus beneficios y propiedades mediante asesorías especializadas.

Los productos ofrecidos se distinguirán por su carácter sostenible, sus garantías extendidas y su exclusividad en la región.

Finalmente, una propuesta de interiorismo atractiva y funcional puede favorecer la captación de clientes, optimizar la logística del espacio y generar una mayor sensación de confort en los usuarios.



PALABRAS CLAVE

- Interiorismo sustentable
- Arquitectura consciente
- Showroom
- Sustentabilidad
- Propuesta de negocio
- Conciencia ambiental
- Diseño sostenible
- Asesoría especializada

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de tesina propone la creación de un showroom de interiorismo y arquitectura consciente en la ciudad de Morelia, Michoacán, con el objetivo de promover el diseño sostenible y generar conciencia sobre el impacto ambiental de la construcción y el uso de materiales. La iniciativa surge ante la necesidad de ofrecer soluciones que reduzcan la huella de carbono y fomenten prácticas más responsables primordialmente dentro del ámbito del diseño interior.

El showroom brindará a los clientes una experiencia interactiva y educativa, permitiéndoles conocer de primera mano los materiales ecológicos, crear combinaciones personalizadas y comprender los beneficios ambientales y sociales de sus especificaciones. Asimismo, se abordarán temas como visual merchandising, diseño de espacios comerciales, materiales sustentables, interiorismo responsable y estrategias publicitarias orientadas a la concientización.

Este proyecto busca inspirar y educar a las personas sobre la importancia de tomar decisiones conscientes en el diseño y la construcción de espacios, ofreciendo alternativas que combinen estética, funcionalidad y sostenibilidad.



CAPÍTULO 1

ANTECEDENTES

1. Antecedentes

Reflexiones sobre la arquitectura sustentable en México, Alejandra Dueñas del Río (2013). El artículo es una crítica y reflexión sobre el trabajo que se realiza en la industria de la construcción y la falta de interés en hacer Arquitectura sustentable, la aplicación de normatividades y la falta de incentivos para motivar la construcción de edificaciones ecológicas.

Propuesta ecotecnológica de una villa sustentable "Utuksi", Vanessa Castillo Guajardo, Alexa Paola Marín Soria, Claudia Denisse Amezcua Rodríguez, Mario Morales Máximo (2020). En los últimos años la sustentabilidad ha pasado de ser un término teórico a ser un término tangible y estudiado en diferentes disciplinas, caso de ello es el diseño de interiores, la sustentabilidad ha llegado a esta área de estudio. En la actualidad existen pocas propuestas que abarquen o introduzcan la sostenibilidad al diseño de interiores.



The background features a collection of abstract, organic shapes in muted tones of sage green, terracotta, and mustard yellow. These shapes are layered and overlap, creating a textured, bohemian feel. Interspersed among these shapes are delicate line drawings of various plants. In the top left, there's a vine with small, round leaves. In the top right, a branch with pointed leaves extends across the frame. In the bottom left, a plant with small, clustered flowers is visible. In the bottom right, a large, detailed leaf with prominent veins and small holes (possibly a Monstera) is shown. The overall aesthetic is modern and artistic.

CAPÍTULO 2

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2. Planteamiento del Problema

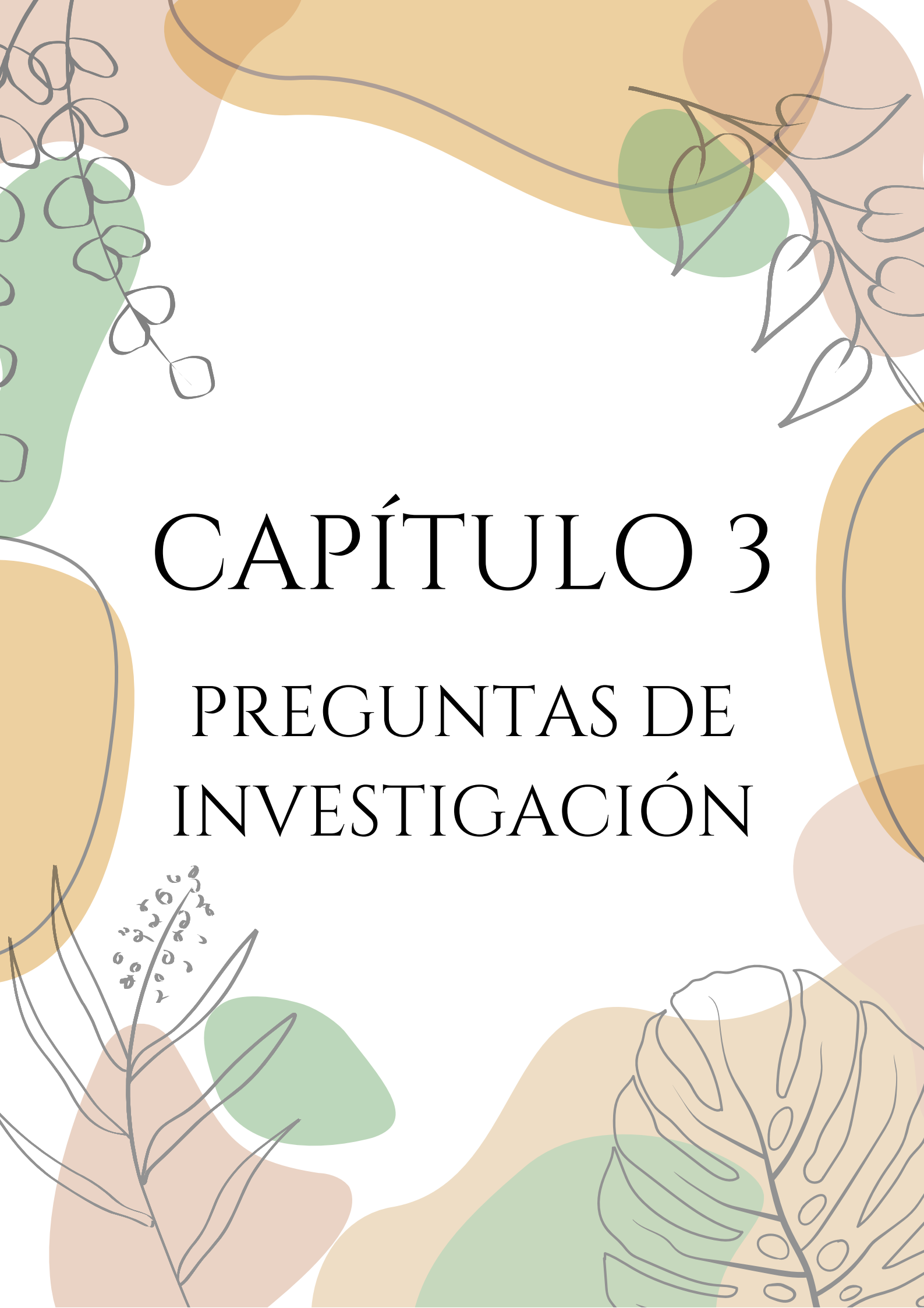
La problemática que aborda el presente proyecto a ejecutarse es el tema del desvío de recurso económico en las constructoras, la baja calidad de los productos que emplean para su elaboración y el poco interés por incluir materiales ecológicos y amigables con el medio ambiente.

Es un hecho que dentro de la industria de la construcción existe mucha corrupción a la hora de emplear el recurso económico para especificación de materiales, ya que algunos ingenieros civiles y arquitectos implementan materiales baratos que, a corto plazo, empiezan a generar problemas para con los usuarios finales, además de que muy pocas veces existe un interés real por implementar materiales constructivos sustentables, debido al incremento de construcciones y a la fuerte demanda por nuevos espacios residenciales, el tiempo de construcción ha sido reducido drásticamente en los últimos años en Morelia. Esto se ha prestado más a que los arquitectos opten por materiales más económicos y de baja calidad para poder terminar más rápido y en masa las construcciones para así mismo generar más ingresos vendiendo menos por más.

A la hora de especificar acabados arquitectónicos, este mismo fenómeno se ha ido presentando, incluso en residencias de las zonas más exclusivas de Morelia, lo cual a la larga genera un desprestigio del inmueble, además de problemas para el usuario, ya que los materiales podrían dañarse y requerir mantenimientos habituales que generan inconvenientes y gastos extra para los habitantes del espacio.

Es por ello que es importante contratar constructoras y estudios de interiorismo que cuenten con equipos de trabajo conscientes de las necesidades de los usuarios y creen espacios realmente habitables, conscientes y humanamente responsables.

Aunado a los problemas ya mencionados, se ha detectado que existe una falta de interés por construir con materiales amigables para el medio ambiente que además de reducir costos de manera consciente aporten positivamente al medio ambiente, y cuentan con beneficios adicionales a los habitantes de dichas viviendas que se construyan bajo esta premisa de viviendas ecológicas, sustentables y también con la visión de ser sostenibles.



CAPÍTULO 3

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

3. Preguntas de investigación

· Pregunta general de investigación

¿Cómo proponer una estrategia de posicionamiento para la creación de un showroom de arquitectura e interiorismo consciente con el medio ambiente a través de la implementación de materiales constructivos y acabados arquitectónicos ecológicos de buena calidad?

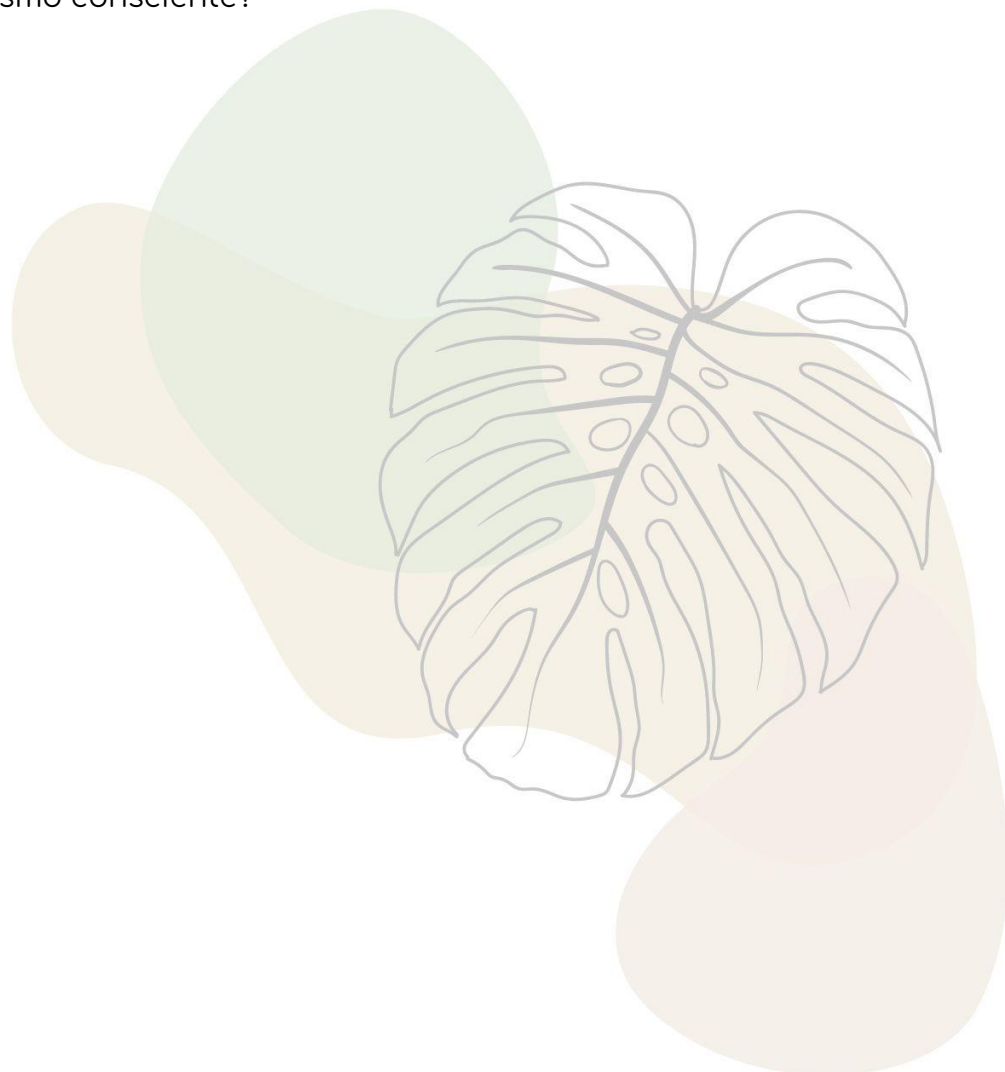
· Preguntas secundarias de investigación

¿Cómo generar propuestas de estrategias de marketing?

¿Cómo determinar las características fundamentales para el diseño de la imagen del showroom de arquitectura e interiorismo consciente?

¿Cómo estructurar el modelo de negocio idóneo para el showroom de arquitectura e interiorismo consciente?

¿Cómo determinar las características de diseño de espacios comerciales acordes con la filosofía del showroom de arquitectura e interiorismo consciente?





CAPÍTULO 4

OBJETIVOS

4. Objetivos

· Objetivo General

Proponer una estrategia de posicionamiento para la creación de un showroom de arquitectura e interiorismo consciente con el medio ambiente que funcione como un espacio integral donde se promuevan, exhiban y comercialicen materiales y acabados arquitectónicos ecológicos, además de ofrecer servicios de diseño y desarrollo de proyectos sustentables.

· Objetivos Secundarios

- Elaborar propuestas de estrategias de marketing que fortalezcan el posicionamiento del showroom como un referente regional en arquitectura e interiorismo consciente.
- Determinar las características fundamentales para el diseño de la imagen del estudio de arquitectura e interiorismo consciente.
- Estructurar el modelo de negocio idóneo para el estudio de arquitectura e interiorismo consciente.
- Determinar las características de diseño de espacios comerciales acordes con la filosofía del estudio de arquitectura e interiorismo consciente.
- Determinar los elementos necesarios para contar con una estructura de comunicación para el showroom de arquitectura e interiorismo consciente.





CAPÍTULO 5

JUSTIFICACIÓN

5. Justificación

La creación de un showroom de arquitectura e interiorismo consciente es importante por varias razones. En primer lugar, un enfoque consciente en la arquitectura y el interiorismo puede ayudar a reducir el impacto ambiental de un edificio o espacio, ya sea a través de la utilización de materiales sostenibles o la maximización de la eficiencia energética, además de cuidar el recurso económico sin tomar ventaja de él a la par que se aprovecha beneficiosamente dentro del proyecto. En segundo lugar, puede ayudar a mejorar la salud y el bienestar de los usuarios del edificio o espacio, ya sea a través de la incorporación de luz natural o la creación de espacios que promuevan la actividad física. Finalmente, un enfoque consciente en la arquitectura y el interiorismo puede contribuir a la creación de comunidades más fuertes y más conectadas a través de la creación de espacios que fomenten la interacción social donde arquitectos y diseñadores puedan invitar a sus clientes potenciales a conocer los productos idóneos para especificar en sus proyectos, de la mano de expertos dentro de un ambiente exclusivo y confortable.





CAPÍTULO 6

HIPÓTESIS O SUPUESTO

6. Hipótesis o supuesto

Al momento de contar con la creación de un showroom de arquitectura e interiorismo consciente, la arquitectura y el diseño de interiores pueden y deben ser utilizados para mejorar la calidad de vida de las personas y del medio ambiente, mediante el uso sostenible de recursos y la incorporación de principios de accesibilidad y bienestar. Esto puede lograrse mediante la utilización de materiales y técnicas sostenibles, además de la maximización del recurso económico para implementar materiales constructivos con relación calidad-precio que aporten beneficios al usuario final.





CAPÍTULO 7

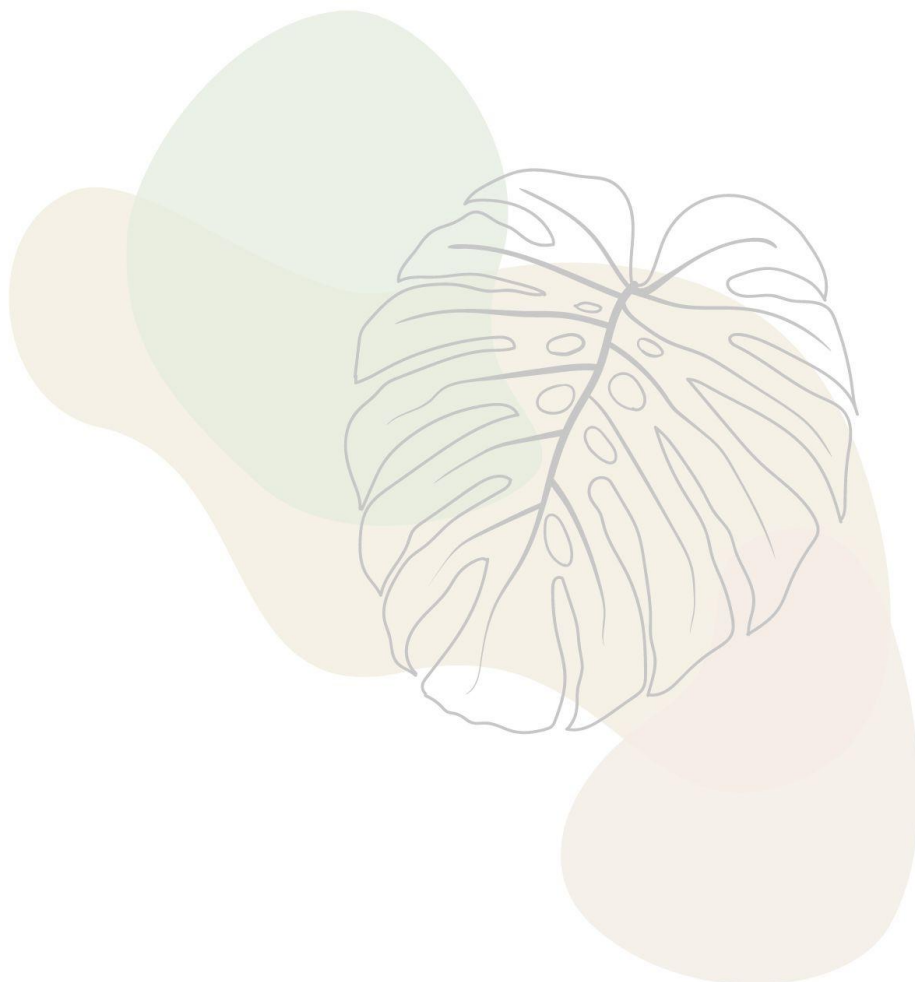
METODOLOGÍA

7. Metodología.

El siguiente proyecto de tesina se elabora por su finalidad a través de una **investigación aplicada** ya que busca fundamentar una propuesta para la creación de un showroom de arquitectura y diseño consciente que base sus proyectos en la sustentabilidad y el mejoramiento de la calidad de vida de sus clientes.

Aunado a esto se implementará una estrategia **descriptiva** aplicable a la creación de un diseño interior para la funcionalidad del mismo showroom que ayude a incentivar la confiabilidad del despacho a través del diseño interior. Por la naturaleza del proyecto se aplicará una **investigación cualitativa** ya que se buscará crear propuestas aplicables a la funcionalidad, estética y sustentabilidad para con los usuarios finales.

Para tener en cuenta las necesidades específicas de los usuarios y la manera correcta de implementar la sustentabilidad en las viviendas se requiere que la investigación sea de campo para conocer más a fondo las carencias reales dentro de los diseños residenciales actuales respecto a la aplicación de materiales sustentables y eco tecnologías, además de las deficiencias estructurales y funcionales que se generan al implementar materiales de baja calidad.





CAPÍTULO 8

MARCO
TEÓRICO

8. Marco Teórico

8.1 El diseño de interiores, la construcción y la sustentabilidad.

En el siguiente apartado se realiza una investigación acerca de la sustentabilidad dentro del diseño de interiores y la construcción y de cómo estos se relacionan también con el confort del usuario final.

El diseño de interiores sustentable es una práctica que busca crear espacios funcionales, estéticos y respetuosos con el medio ambiente.

Según Gómez, A. (2014), el diseño interior sustentable tiene como objetivo garantizar un adecuado confort para los habitantes, combinándolo con sistemas bioclimáticos y conceptos sustentables que permiten aprovechar todos los recursos disponibles con la menor afectación al medio ambiente y así brindar una calidad ambiental adecuada. Por lo cual se entiende que el interiorismo sustentable no se limita solo a la colaboración de una construcción amigable con el medio ambiente si no también se relaciona con el bienestar de sus usuarios satisfaciendo sus necesidades mediante la funcionalidad, habitabilidad y estética del espacio, es en sí un equilibrio entre el proyecto, los usuarios y el ambiente.

A Continuación se presentan algunos principios clave para lograr una construcción y diseño sustentable en base a los conocimientos adquiridos durante la licenciatura de diseño de interiores y ambientación.

- Selección de materiales ecológicos: se deben utilizar materiales renovables, reciclados o biodegradables, como maderas certificadas, productos locales en su mayoría para reducir la huella de carbono en su transporte, pinturas y barnices naturales, aditivos de concreto para su impermeabilización, alfombras y telas orgánicas, etc.
- Uso de energías renovables: se debe aprovechar la energía solar o eólica para reducir la dependencia de la energía proveniente de combustibles fósiles.
- Cuidado del agua: se debe considerar la eficiencia del agua en el diseño, como la instalación de monomandos, llaves y cabezales de ducha de bajo flujo, así como la selección de inodoros y electrodomésticos ahorrativos de agua.
- Reducción de residuos: se debe considerar el ciclo de vida de los productos y materiales utilizados, incluyendo su desecho o reutilización.
- Maximización de la luz natural y selección de luminaria: se debe aprovechar la luz natural para reducir el uso de electricidad y mejorar la

calidad del ambiente interior, así como también la selección de focos ahorrativos que necesiten poca energía.

8.1.1 Materiales sustentables dentro del diseño de interiores y construcción.

Al hablar de un diseño y construcción sustentable nos referimos en su gran mayoría a la utilización de elementos anteriormente mencionados, como el aprovechamiento máximo de la luz natural, selección de textiles orgánicos, selección de materiales locales, etc. Pero dentro del ramo de la construcción también existen materiales y alternativas sustentables.

El término construcción sustentable se puede definir como aquella que tiene respeto y compromiso con el medio ambiente, involucra el “uso eficiente de la energía, el agua y los recursos, optimiza la gestión de proyectos en todas sus fases, con un alto componente de innovación tecnológica y la integración del objeto con su entorno” (Sielfeld, 2006)

Se debe tener en cuenta también el ciclo de vida de los materiales aplicados a la construcción para así mismo contemplar el impacto ambiental que generan los mismos, el transporte de materias primas para su elaboración y colocación en obra debe ser con la menor huella de carbono posible para considerarlo amigable con el medio ambiente.



Imagen 1.0 Ciclo de vida de los materiales de construcción, materiales de construcción, 2023

8.1.1.2 Materiales pétreos.

El principal impacto radica en su fase de extracción, debido a que se altera el terreno, se modifican los ecosistemas y el paisaje. El transporte de estos requiere de consumo de energía elevado, por lo tanto se recomienda el empleo de materiales locales. (Vidal, Segel 2013).

8.1.1.3 Metales.

Según la publicación de “Los Tesoros del Agua” emitida para la Exposición Universal de Zaragoza de 2008, en la fabricación del acero se necesitan 95.000 litros de agua por tonelada de producto.

Además de ser un material que requiere una gran cantidad del recurso del agua para su elaboración representa un gasto económico importante dentro de la obra, es por ello que se han buscado alternativas para poderlo sustituir, tal es el caso de las macrofibras sintéticas, las cuales cuentan con características rugosas que permiten mejor adhesión al concreto, que las fibras comunes. Dentro de sus beneficios se encuentran:

- Crear un refuerzo tridimensional donde los esfuerzos de tensión se distribuyen entre las fibras, evitando rupturas (la malla electro soldada solo refuerza donde se fijó, ya que es un refuerzo bidimensional).
- Tiene excelentes propiedades químicas, lo que hace que NO se oxide o corroa con el tiempo por el ambiente húmedo, ácido y alcalino al que pueda estar expuesto (las fibras y mallas de acero si se ven afectadas por este ambiente).
- No sueltan ningún tipo de sustancia, como el óxido, por lo cual no contaminan los mantos acuíferos.
- Su almacenamiento y movimientos no requiere montacargas o varias personas, las dosificaciones vienen en cajas de fácil manejo.



Imágen 2.0 Macrofibras en concreto, Mafipso, 2021

8.1.1.4 Maderas.

La madera es un material popular y versátil en el diseño de interiores, pero su uso puede contribuir a la deforestación y a la degradación de los ecosistemas forestales.

Aquí hay algunas opciones de maderas sustentables que se pueden utilizar en el diseño de interiores:

- **Maderas certificadas:** La certificación de la madera es un proceso mediante el cual se verifica que la madera se ha obtenido de manera sostenible. Algunas de las organizaciones más conocidas son el Forest Stewardship Council (FSC) y el Programme for the Endorsement of Forest Certification (PEFC). Estas organizaciones tienen criterios para garantizar que la madera se cosecha de manera sostenible y responsable, lo que incluye la gestión de los bosques y la protección de la biodiversidad.
- **Maderas recuperadas:** Las maderas recuperadas son aquellas que se han obtenido de materiales existentes, como edificios viejos, barcos, postes de teléfono, entre otros. El uso de maderas recuperadas reduce la necesidad de talar árboles y ayuda a reducir la cantidad de residuos en los vertederos.
- **Maderas rápidamente renovables:** Estas son maderas de árboles que crecen rápidamente y se pueden cosechar de manera sostenible. Ejemplos de maderas rápidamente renovables incluyen bambú, abeto de Douglas, y árboles frutales.
- **Maderas locales:** El uso de maderas locales reduce el impacto ambiental del transporte de la madera a largas distancias. También puede ayudar a apoyar a los productores locales y fomentar la economía local.



Imágen 3.0 Maderas sustentables, Las cañadas, 2023.

8.1.1.5 Iluminación.

La iluminación natural es un factor clave en el diseño de interiores ya que puede tener un gran impacto en la apariencia y el ambiente de una habitación y también es un punto clave para generar espacios amigables con el medio ambiente a través del mayor aprovechamiento de luz natural e implementación de focos ahorrativos con poco consumo energético.

La iluminación natural es la luz que proviene del sol y entra en una habitación a través de ventanas, tragaluces o aberturas similares.

A continuación, se presentan algunas consideraciones importantes para el diseño de interiores con iluminación natural:

- Orientación de la habitación: La orientación de la habitación es importante para maximizar la cantidad de luz natural que entra. Por ejemplo, una habitación orientada hacia el sur recibirá luz directa del sol durante la mayor parte del día.
- Tamaño y ubicación de las ventanas: Las ventanas deben ser lo suficientemente grandes para permitir que entre suficiente luz natural. Además, la ubicación de las ventanas es importante para aprovechar al máximo la luz natural. Las ventanas ubicadas en el lado norte de una habitación proporcionarán una luz más suave y uniforme, mientras que las ventanas ubicadas en el lado sur proporcionarán luz más intensa.

- **Uso de materiales y colores:** El uso de materiales y colores adecuados puede ayudar a maximizar la cantidad de luz natural en una habitación. Los colores claros y los materiales reflectantes como el vidrio y los espejos pueden ayudar a difundir la luz natural en toda la habitación.
- **Control de la luz:** Aunque la luz natural es deseable, también es importante tener la opción de controlar la cantidad de luz que entra en una habitación. Las cortinas y persianas pueden ayudar a controlar la cantidad de luz natural que entra en una habitación y también pueden ser utilizadas para crear diferentes efectos de iluminación.
- **Integración con la iluminación artificial:** Es importante que la iluminación natural y artificial se integren de manera efectiva. Las lámparas de pie y de mesa pueden ser utilizadas para complementar la iluminación natural y crear un ambiente agradable en la habitación.

8.2 El showroom como nueva experiencia de compra en el interiorismo y la arquitectura.

Un showroom de arquitectura e interiorismo es un espacio donde los arquitectos, diseñadores de interiores y otros profesionales del diseño pueden mostrar su trabajo y sus productos a posibles clientes y visitantes. En un showroom de arquitectura e interiorismo, los visitantes pueden ver muestras de materiales, diseños de interiores, diseños arquitectónicos y otros productos relacionados con el diseño.

Los showrooms son espacios de exposición que provienen inicialmente del ámbito de la moda y son donde una marca o diseñador de interiores presentan su catálogo de productos. Según Baunik (2022), estos espacios son "más selectos" que una tienda común y se enfocan en mostrar los productos y servicios desde el punto de vista de la empresa. En estos lugares se brinda atención personalizada para llevar a cabo proyectos de diseño de interiores o arquitectura.

Además, al tratarse de un espacio cuidadosamente ambientado y diseñado, no solo representan una fuente de inspiración para otros profesionales y clientes, sino una muestra de la creatividad e innovación de la empresa. De acuerdo con Almeida (2015), la buena o mala decoración de un

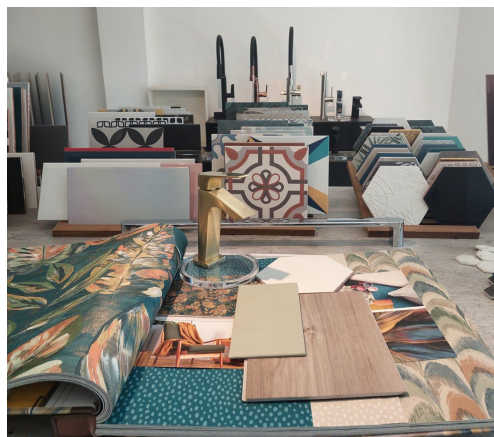
showroom incide en su éxito o fracaso, puesto que, si no despierta el interés del público, debe repensar su forma de distribuir sus productos.

En el área comercial, un showroom o sala de exhibición es una nueva forma de hacer marketing. Según Rodríguez (2006) estos son “uno de los principales puntos de venta en la actualidad, al exhibir los productos en escenarios más reales y profesionales”.



Imágen 4.0 Exhibición de producto en Ambianta Galería de Espacios, autoría propia, 2024

Los clientes tienen estilos y gustos exigentes, por esta razón, el objetivo principal de los showrooms consiste en brindarles la oportunidad de experimentar con los productos de manera más cercana a la realidad, además de proporcionarles una mejor atención personalizada y enfocada a sus proyectos en el caso del interiorismo y la arquitectura.



Imágen 5.0 Mesa de trabajo en Ambianta Galería de Espacios, autoría propia, 2024

Los showrooms también pueden ser utilizados por los profesionales del diseño como un lugar para reunirse con clientes y discutir proyectos, o para organizar eventos relacionados con el diseño, como exposiciones, charlas,

talleres y conferencias, es decir son espacios dinámicos que pueden cumplir varias funcionalidades dependiendo de las necesidades de los usuarios.

8.2.1 Elementos de interiorismo para un espacio de showroom.

Los elementos de interiorismo para un showroom son esenciales para crear un espacio que muestre el trabajo de los diseñadores de manera efectiva que atraiga a los visitantes y les permita experimentar el espacio de una manera atractiva y dinámica. Algunos de los elementos de interiorismo más importantes de un showroom incluyen:

- **Iluminación:** La iluminación es uno de los elementos de diseño más importantes dentro de este tipo de espacios, ya que puede afectar la percepción del espacio y cómo lucen los materiales y texturas en exhibición. Es importante tener una iluminación adecuada para destacar los detalles de los diseños y materiales para de esta manera, asegurar que los visitantes puedan ver el espacio de manera efectiva.
- **Distribución:** La distribución de los productos y los diseños en el espacio es importante para asegurar que los visitantes puedan experimentar el espacio de manera efectiva. La disposición de los productos y muestras debe ser coherente y cohesiva para permitir que los visitantes vean todo el espacio.
- **Muebles y accesorios:** Los muebles y accesorios son esenciales para cualquier showroom de interiorismo, ya que permiten que los visitantes experimenten el espacio y se imaginen cómo se verían los diseños en sus propios hogares. Es importante elegir muebles y accesorios que complementen el estilo y la estética de los diseños expuestos.
- **Colores y materiales:** Los colores y materiales utilizados en el espacio pueden afectar la percepción del diseño y pueden crear una atmósfera determinada. Es importante elegir colores y materiales que complementen los diseños expuestos y ayuden a crear la atmósfera deseada.

En resumen, un showroom de interiorismo efectivo debe tener una iluminación adecuada, una distribución efectiva, muebles y accesorios complementarios, una selección cuidadosa de colores y materiales y una exhibición de materiales y productos llamativa. Todos estos elementos de diseño trabajan juntos para crear un espacio efectivo que muestre el trabajo de los diseñadores de interiores de manera efectiva y atractiva.

8.2.2 Elementos a considerar para un showroom exitoso.

La implementación de un modelo de showroom para exhibición de productos y servicios es una gran ventaja para tener una mayor cercanía con el cliente y generar un espacio exclusivo, por lo cual existen métodos y elementos que se pueden implementar para garantizar la efectividad de estos espacios. A continuación se presenta un listado de estrategias que según SBT (2020) son las principales para garantizar el éxito de un showroom.

- Necesidades del cliente potencial: debemos tener en cuenta las necesidades de nuestros clientes para poder cubrirlas y destacarnos de nuestra competencia, por ejemplo, nuestro caso de estudio es un showroom de interiorismo, por lo cual tenemos claras las necesidades de nuestros clientes potenciales, generar espacios confortables que generen confort y armonía, por tanto, nuestros elementos exhibidos deben evocar sensaciones similares a las que nuestros clientes potenciales quieren lograr con sus proyectos.
- Experiencias y sentidos: más allá de intentar vender algún producto o servicio es importante generar experiencias confortables con el cliente potencial para que este quede tan satisfecho con la visita que quiera volver y además le nazca recomendar el sitio, para esto debemos tener en cuenta elementos pequeños que marquen la diferencia, como ofrecer alguna bebida al cliente en cuanto entre al espacio de showroom, tener siempre música ambiental agradable, implementar marketing olfativo, mantener siempre una atención personalizada y dejarlo transitar libremente por el espacio.
- Eventos exclusivos: Otro elemento que se puede implementar para ganar popularidad y darse a conocer es crear eventos que inviten a clientes potenciales del rubro de nuestro negocio a participar en eventos especiales que se organicen por parte de la empresa, en el caso de un showroom de interiorismo los eventos que se podrían llevar a cabo serían alguna charla con un experto en mobiliario sustentable, un taller práctico para fabricar un tapete o textil, etc. Este tipo de eventos ayudan a popularizar el nombre del showroom y lo hacen ver más interesante y único.

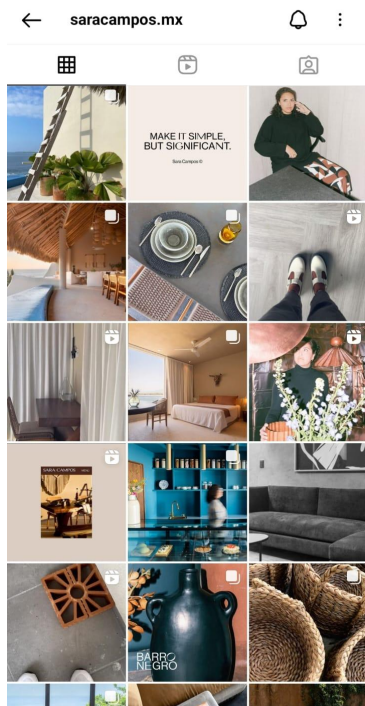
8.2.3 Promocionar y utilizar el showroom en la era digital.

En la industria de la arquitectura y el diseño, los showrooms son una importante herramienta de exhibición y publicidad. Aunque pueden generar ventas por sí mismos, su función hoy en día va mucho más allá de la comercial (Fernández, 2021).

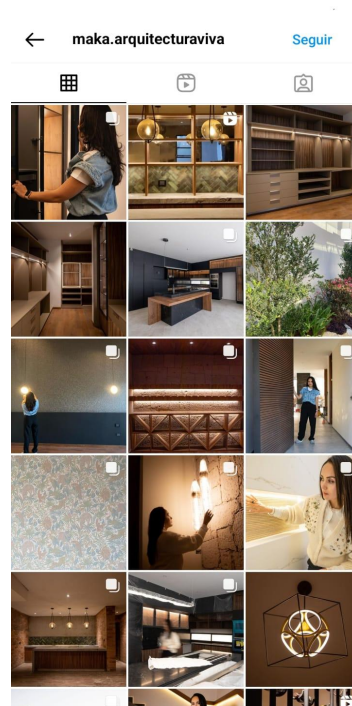
Actualmente, la investigación acerca de arquitectura e interiorismo, comienza en internet, tanto para arquitectos y diseñadores como para consumidores finales. Es por ello que, cuando surge la necesidad de nuestros productos o servicios, es necesario estar presente e interactuar con los clientes potenciales. Esto significa campañas de promoción digitales, no solo acerca de los productos y servicios, sino también para invitar a los usuarios a que los vean en persona. Fernández (2021).

Las redes sociales se han abierto camino durante la última década en cuanto a marketing se refiere, son un elemento fundamental para vender y promocionar productos o servicios en la actualidad y a raíz de la pandemia covid-19 este fenómeno se incrementó por lo que las marcas se han visto en la necesidad de abrir sus redes sociales para promocionar sus productos y servicios, tal es el caso de instagram, la red social de marketing por excelencia, al ser una red meramente visual es muy fácil llegar a los clientes potenciales de manera asertiva.

Si los parámetros de targeting y las audiencias se diseñan correctamente pueden atraer visitantes calificados al showroom. El papel de las campañas sociales debe ser intrigar e inspirar, atrayendo suficiente atención visual para lograr que se unan a nuestra comunidad de seguidores o se interesen en nuestros servicios, esto se genera de manera muy rápida al lograr darle una buena imagen a nuestros perfiles de instagram por medio de crear contenido visualmente atractivo. A continuación se presentan dos ejemplos de marcas de interiorismo y arquitectura locales reconocidas con perfiles de instagram exitosos y atractivos.



Imágen 6.0 Feed de instagram
Sara campos, Instagram, 2024



Imágen 7.0 Feed de instagram
Maka arquitectura, Instagram, 2024

8.2.4 Visual Merchandising dentro de un showroom de interiorismo.

El visual merchandising es también conocido como marketing en el punto de venta. Se compone de diferentes elementos que incitan al comprador a entrar a la tienda o showroom para comprar y permanecer ahí, también actúa como estrategia para promover la venta de productos o servicios mediante exhibiciones atractivas que rentabilicen los espacios. (Utrilla, 2014)

Se trata de un conjunto de estrategias que se enfocan en la presentación visual de los productos y la tienda en general, con el objetivo de crear una experiencia de compra atractiva y coherente con la imagen de la marca. El visual merchandising en un showroom de interiorismo es una herramienta esencial para crear una experiencia única de compra además de atraer y cautivar la atención de los clientes potenciales.

Las técnicas de visual merchandising incluyen la disposición de los productos en las estanterías, la utilización de elementos decorativos y temáticos, la iluminación, la utilización de colores y materiales, la creación de ambientes y la utilización de elementos audiovisuales. Todo esto se realiza con la intención de captar la atención del cliente, mejorar la percepción de la marca y aumentar las ventas.

8.3 Escaparatismo y diseño de espacios comerciales.

El escaparatismo y el diseño de espacios comerciales son dos elementos fundamentales en la creación de una experiencia de compra atractiva y efectiva. Ambos aspectos están relacionados con la forma en que los productos se presentan y se venden a los clientes.

La implantación, distribución y organización de un espacio comercial empieza por un análisis detallado del público objetivo al que va destinado. El estudio y conocimiento del cliente permite recoger información útil a la hora de satisfacer las necesidades del cliente, no solo con una oferta adecuada del bien o servicio, sino con un punto de venta comercial acorde a las expectativas del consumidor, con el objetivo de conseguir que el espacio comercial se convierta en una experiencia de compra (Marín, 2016)

8.3.1 Estudio y conocimiento del cliente.

El estudio y conocimiento del cliente tiene como principal objetivo captar al consumidor. Es importante diferenciar los conceptos consumidor y cliente ya que a pesar de tener definiciones similares en realidad son elementos diferentes.

Consumidor: persona que necesita satisfacer una necesidad a través de la compra de un bien o servicio pero no asegura la compra en el establecimiento. Este concepto requiere un análisis a la hora de estudiar la distribución y organización de un espacio comercial, ya que el consumidor debe encontrar una satisfacción en el proceso de compra para pasar a ser un cliente (Marín, 2016).

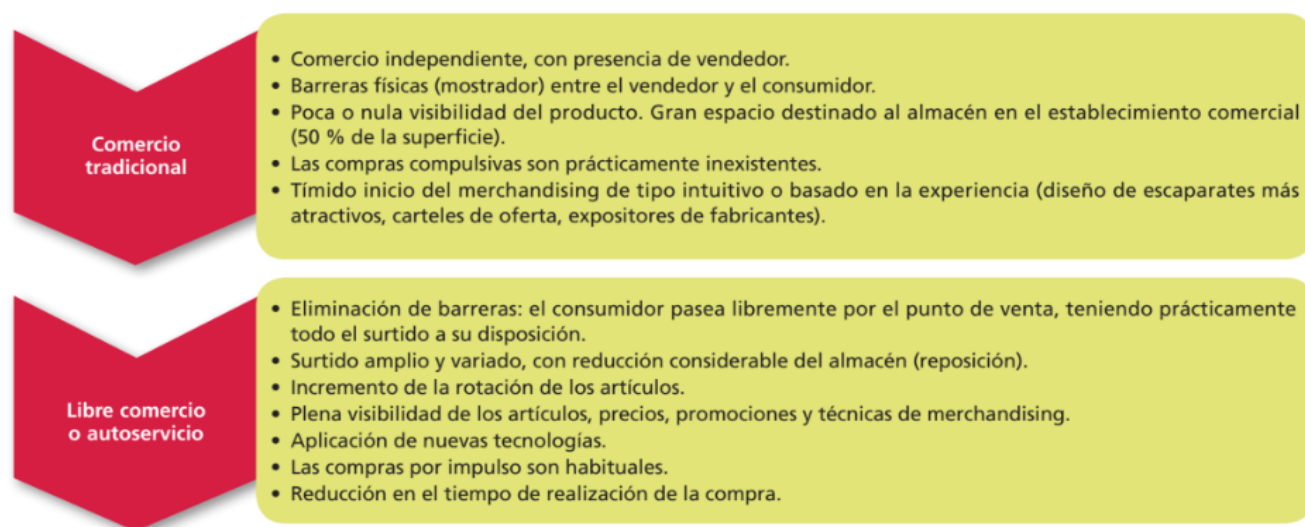
Cliente: persona que adquiere un producto o servicio para satisfacer una necesidad en una empresa concreta. Un cliente se relaciona directamente con el espacio comercial en el que adquiere un bien o servicio objeto del proceso de compra. El objetivo que persigue un empresario consiste en que los consumidores de un bien o servicio que oferta su punto de venta pasen a ser sus clientes (Marín, 2016).

8.3.2 Distribución y marketing.

El comportamiento del consumidor, así como la evolución de los mercados, ha provocado una transformación en la distribución comercial de las empresas, considerándolo un elemento estratégico de las mismas.

La distribución comercial se define como el conjunto de tareas destinadas a organizar el intercambio entre la oferta (productos) y la demanda (consumidores).

La distribución es uno de los componentes del marketing, relacionado directamente con la logística comercial y ha ido evolucionando a través de las nuevas estrategias de marketing que se han ido implementando en el mercado, a continuación se presenta un gráfico con la evolución en la distribución del comercio tradicional al libre comercio y autoservicio.



Imágen 8.0 Evolución de la distribución comercial, escaparatismo y diseño de espacios comerciales, 2016

8.3.3 El diseño de espacios comerciales y su influencia en el proceso de compra.

El objetivo principal del diseño de interiores comerciales es crear un ambiente atractivo y funcional que atraiga a los clientes y mejore la experiencia de compra.

El diseño de interiores comerciales es solo una parte del diseño de espacios interiores, que también incluye aspectos como el diseño de la fachada, la señalización, la iluminación exterior, la disposición del mobiliario, la decoración y el paisajismo, por lo cual podemos afirmar que el diseño de un espacio comercial juega un papel importante en el éxito de cualquier negocio.

Uno de los objetivos del diseño de espacios comerciales es transmitir ideas a los clientes. En otras palabras, los colores de un local comercial, su mobiliario, el modo en que éste está organizado y la luz, entre otros elementos, transmiten ideas a los clientes acerca de ese lugar y esa marca en

concreto. Por este motivo, el diseño de espacios comerciales puede ser considerado un elemento de branding y de marketing. (González, 2018)

Gracias al diseño de espacios comerciales, es posible diferenciarse de la competencia de una forma mucho más creativa y eficaz. Durante el proceso de compra, el producto no es el único elemento que influye en la decisión del cliente. En el caso de los restaurantes o bares, por ejemplo, contar con un espacio comercial diferente hará que éstos llamen la atención del público desde un primer momento. (González, 2018)

8.3.4 Escaparatismo y visual merchandising.

El escaparatismo y visual merchandising son un conjunto de técnicas comerciales que las tiendas físicas adoptan para presentar de forma atractiva sus productos. Estas estrategias de marketing van más allá de elegir qué productos se presentarán en el escaparate o cuáles van a tener una posición privilegiada. Para conseguir que sea efectivo, hay que realizar un estudio más minucioso (Sánchez, 2023).

El escaparatismo se refiere a la creación y diseño de escaparates, que son las ventanas que dan a la calle de una tienda y que sirven para atraer la atención de los transeúntes. El objetivo del escaparatismo es crear un ambiente atractivo que invite al público a entrar en la tienda y a comprar sus productos o servicios.

El diseño de escaparatismo es una técnica que requiere creatividad, imaginación y conocimiento de las últimas tendencias en diseño y moda. Para diseñar un escaparate atractivo y efectivo, es importante seguir algunos pasos clave:

- Definir el objetivo del escaparate: Antes de comenzar a diseñar se debe tener claro cuál es el objetivo del escaparate. ¿Se quiere presentar una nueva colección de ropa, promocionar una oferta o simplemente atraer la atención de los transeúntes? Definir el objetivo ayudará considerablemente a enfocar mejor el diseño y los elementos que se utilizarán
- Seleccionar un tema o concepto: Una vez que se tenga claro el objetivo del escaparate, se debe elegir un tema o concepto que se adapte a ese objetivo. Por ejemplo, si se requiere presentar una nueva colección de verano, se puede crear un escaparate con temática de playa o de vacaciones.

- **Seleccionar los productos:** Una vez definido el tema o concepto, se deben seleccionar los productos que se quieren destacar en el escaparate. Es importante elegir productos que sean relevantes para el tema o concepto y que llamen la atención de los clientes.
- **Diseñar la disposición:** El diseño de la disposición es clave para atraer la atención de los clientes. Debemos considerar la altura y la profundidad del escaparate, así como la ubicación de los productos y los elementos decorativos.
- **Elementos decorativos:** Los elementos decorativos, como las plantas, los maniquíes y los objetos temáticos, pueden agregar interés y atractivo al escaparate. Sin embargo, es importante no sobrecargar el escaparate y asegurarse de que los elementos decorativos complementen la disposición y los productos.
- **En resumen,** el diseño de escaparatismo es una técnica creativa y estratégica que requiere planificación y atención al detalle. Siguiendo estos pasos clave, puedes crear un escaparate atractivo y efectivo que ayude a promocionar tus productos y atraer a los clientes.
- **Espacio disponible en el escaparate.** El espacio del escaparate debe ser aprovechado al máximo y concentrar en pocos metros lo que más capte la atención.
- **La iluminación y los colores** empleados influyen en la capacidad de seducción y atracción del espectador. Unos colores más vivos sobre un fondo negro, generarán una mayor impresión que aquel que no ha jugado con la escala cromática del color.
- **Recursos para la presentación de los artículos.** Maniquíes, expositores, soportes específicos o displays que hay que seleccionar teniendo en cuenta los anteriores puntos y la propia naturaleza del artículo.



Imagen 9.0 escaparate Gucci, google imágenes, 2023



Imagen 10.0 escaparate Bottega Veneta, google imágenes, 2023

Según Sánchez, Pereira (2016) el Visual Merchandising es una técnica que se utiliza para presentar los productos en una tienda de manera atractiva, organizada y eficiente, con el objetivo de maximizar las ventas y mejorar la experiencia de compra del cliente. Para hacerlo, se utilizan técnicas de diseño, marketing y psicología del consumidor. Algunos de los aspectos clave del visual merchandising son:

- **Diseño de la disposición de los productos:** La disposición de los productos en una tienda es esencial para maximizar las ventas. Se deben utilizar técnicas como la agrupación de productos por categoría, la disposición en diagonal para guiar la vista del cliente a través de la tienda y la disposición de los productos por colores y texturas.
- **Iluminación:** La iluminación es importante para destacar los productos y crear un ambiente acogedor en la tienda. Debe ser adecuada para el tipo de productos que se venden y para la atmósfera que se quiere crear.
- **Decoración:** La decoración puede ayudar a crear una atmósfera temática que se adapte al tipo de productos que se venden y atraiga a

los clientes. Se pueden utilizar elementos decorativos como plantas, obras de arte y otros accesorios temáticos.

- Señalización: La señalización es importante para ayudar a los clientes a encontrar los productos que buscan y para promocionar ofertas y promociones. Las señales deben ser claras y llamativas, pero no deben interferir con el ambiente general de la tienda.
- Diseño de escaparates: El diseño de escaparates es una parte importante del visual merchandising, ya que los escaparates son una herramienta clave para atraer la atención de los clientes. Los escaparates deben ser creativos, temáticos y destacar los productos que se quieren promocionar.

En resumen, el visual merchandising es una técnica esencial para maximizar las ventas en una tienda y mejorar la experiencia de compra del cliente. La disposición de los productos, la iluminación, la decoración, la señalización y el diseño de escaparates son algunos de los aspectos clave que se deben tener en cuenta al implementar el visual merchandising.



The background features a series of overlapping, organic shapes in muted colors: light green, tan, and beige. Interspersed among these shapes are delicate line drawings of various plants, including a vine with small leaves in the top left, a branch with heart-shaped leaves in the top right, a sprig of small flowers in the bottom left, and a large, detailed monstera leaf in the bottom right.

CAPÍTULO 9

MARCO CONTEXTUAL

9. Marco Contextual

9.1. Antecedentes

La sostenibilidad en el diseño de interiores es una preocupación relativamente reciente en la historia del diseño. Sin embargo, hay algunas tendencias y movimientos históricos que pueden considerarse antecedentes de la sustentabilidad en el diseño de interiores.

Una de las primeras tendencias en este sentido fue el movimiento Arts and Crafts, que surgió a finales del siglo XIX en Gran Bretaña. Este movimiento abogaba por el uso de materiales naturales y técnicas artesanales en la fabricación de muebles y objetos de decoración. Los defensores de este movimiento consideraban que el diseño y la fabricación debían ser responsables y respetuosos con el medio ambiente.

Otro movimiento relevante en este sentido fue el modernismo, que se desarrolló a principios del siglo XX en Europa y América del Norte. El modernismo abogaba por la simplicidad, la funcionalidad y el uso de materiales industriales en el diseño de interiores. El movimiento también se centró en la optimización del espacio y la eliminación de elementos innecesarios en el diseño. Friedman, A. (2014)

En la década de 1960, surgió el movimiento ecologista y la preocupación por la conservación del medio ambiente. Esto llevó a un aumento de la conciencia ambiental en la sociedad y a la aparición de iniciativas como la creación de programas de reciclaje y la promoción de la energía renovable. El diseño de interiores comenzó a reflejar esta preocupación a través del uso de materiales reciclados y de la adopción de estrategias para reducir el consumo de energía a través de la creación de ecotecnias.

En las últimas décadas, la preocupación por la sostenibilidad en el diseño de interiores ha aumentado significativamente, y actualmente es una de las principales preocupaciones en la industria del diseño y la construcción. Se están desarrollando nuevos materiales y técnicas de diseño que tienen en cuenta la sostenibilidad, y se están adoptando prácticas más responsables y conscientes en la fabricación y diseño de muebles y objetos de decoración.

A raíz de esta nueva preocupación por preservar el medio ambiente y generar cambios que ayuden a contribuir con esta causa, ha habido un aumento en la conciencia ambiental y la sostenibilidad en todos los aspectos de la vida, incluyendo el diseño de interiores y la arquitectura. Los

diseñadores de interiores y arquitectos han empezado a considerar no solo la estética y la funcionalidad de los espacios que crean, sino también su impacto ambiental y la salud de los usuarios.

9.2 Perfil

En la actualidad, el mundo del diseño y la decoración de interiores ha experimentado un auge significativo en términos de demanda. La gente está cada vez más interesada en tener espacios únicos, personalizados y atractivos en sus hogares y lugares de trabajo. A medida que esta demanda ha ido en aumento, también lo ha hecho la competencia en el mercado de decoración de interiores, lo que ha llevado a la necesidad de crear una experiencia de compra más atractiva y personalizada para los clientes.

Es en este contexto donde surge la idea de un showroom de interiorismo como alianza estratégica de la ya actualmente operativa empresa Ambienta Galería de Espacios, la cuál es una tienda boutique que cuenta con acabados arquitectónicos, grifería y tecnologías constructivas todas exclusivas en el estado de Michoacán.

Este showroom sería un espacio diseñado para que los clientes puedan ver, sentir y experimentar de primera mano los productos y además conocer los servicios de diseño de interiores que se ofrecen de la mano con Ambienta Galería de Espacios. Lo cual se convierte en una herramienta importante para los diseñadores de interiores y las empresas del sector para presentar sus productos de una manera más atractiva y personalizada.

Además, con la llegada de la era digital y la creciente importancia de las redes sociales, el showroom se convierte en un espacio ideal para la creación de contenido visual y la generación de interacción en línea, lo que puede aumentar la visibilidad y el alcance de la marca en el mercado.

En resumen, el contexto actual del mercado de diseño y decoración de interiores, la competencia creciente y la necesidad de crear una experiencia de compra más personalizada para los clientes, son factores clave que impulsan la creación de un showroom de interiorismo en Morelia, Michoacán como una herramienta efectiva de marketing y ventas.

9.3 Datos duros.

La localización geográfica contemplada para la propuesta de showroom sería en la actual locación de la tienda Ambianta Galería de Espacios, ubicada en Blvd. García de León 201, esquina con Colegio Militar, Chapultepec Sur, 58260 Morelia, Mich.



Imagen 11. Microlocalización Ambianta Galería de Espacios, google maps, 2025

La localización se caracteriza por ser un área altamente comercial ya que el Blvd. García de León está conformado principalmente por negocios, restaurantes y tiendas de conveniencia, dentro de estos negocios, la propuesta de showroom sería en único negocio de su especie en toda el área.



CAPÍTULO 10

ESTUDIO DE MERCADO

10. Estudio de Mercado.

Un showroom de interiorismo y arquitectura consciente podría ofrecer una variedad de servicios relacionados con el diseño de interiores y la construcción a través de un enfoque en la sostenibilidad y la conciencia ambiental.

El espacio que se propone destinar para el showroom sería en alianza estratégica con la ya funcional empresa Ambienta Galería de Espacios, la cual patrocinará las muestras que se exhiben para crear el espacio de showroom, tales como formatos de piso, recubrimientos, mosaicos, grifos, tapices, etc.

10.1 Proyección del mercado objetivo.

10.1.1 Análisis de tendencias para la validación de rentabilidad del servicio.

En base a los datos obtenidos a través de la captación de clientes reales de la tienda Ambienta galería de espacios durante los años 2024-2025, podemos analizar las tendencias de construcciones y remodelaciones en el segmento de mercado meta para el showroom, mismas que se presentan en el siguiente gráfico.

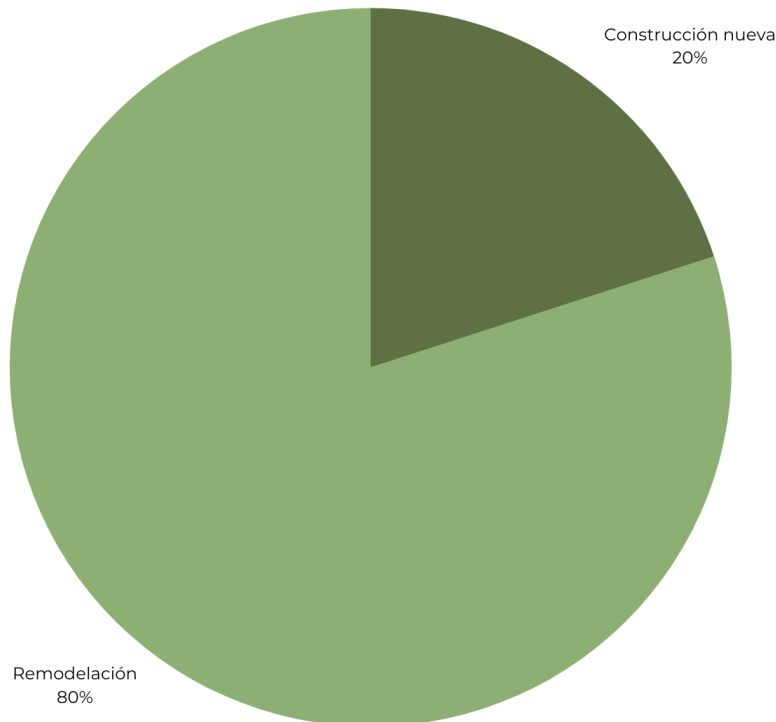


Gráfico 1. Porcentaje remodelación/obra nueva, Registro del proceso de ventas Ambienta 2024/2025.

Dentro de este porcentaje de obras nuevas y remodelaciones existen clasificaciones que se presentan a continuación.

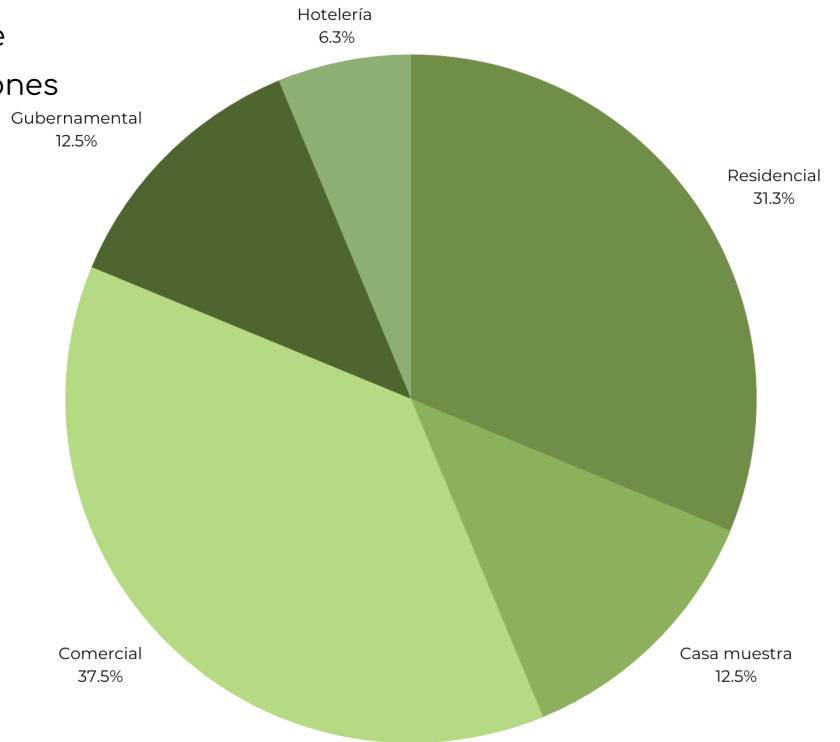


Gráfico 2. Porcentaje de tipo de obra, proceso de registro del proceso de ventas 2024/2025

También podemos analizar preferencias de estilo de diseño en base a los productos más vendidos durante los años 2024-2025.

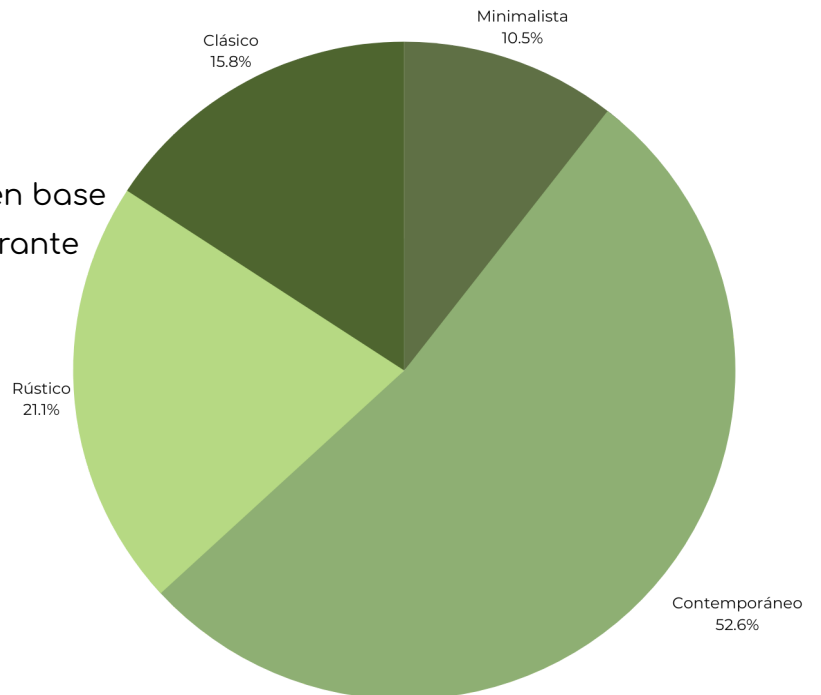


Gráfico 3. Tendencias de diseño, registro del proceso de ventas 2024/2025.

10.1.2 Estudio de competencia.

Para realizar un acertado estudio de competencia es necesario primeramente identificar a nuestra competencia directa más fuerte, en este caso se deben buscar todos los showrooms, tiendas de acabados, estudios o despachos de interiorismo y arquitectura que se encuentren cerca de la zona geográfica, los cuales se presentan a continuación.

- Eurocasa Interiorismo, Av Solidaridad 308, Electricistas, 58020 Morelia, Mich.
- Decoraciones Oligar, Av Solidaridad 992, Camelinas, 58290 Morelia, Mich.
- Decorissimo, Av Lázaro Cárdenas 1390A, Ventura Puente, 58020 Morelia, Mich.
- Interiori, Av Lázaro Cárdenas 1395, Cuauhtémoc, 58020 Morelia, Mich.
- Interceramic, Av Lázaro Cárdenas 1401, Cuauhtémoc, 58020 Morelia, Mich.
- Remodela, Perif. Paseo de la República 1434, La Loma, 58290 Morelia, Mich.
- Grupo Arfi, Perif. Paseo de la República 1812, Bosque Camelinas, 58297 Morelia, Mich.

10.1.3 Análisis de oferta de productos y servicios de competencia.

Para analizar la oferta de la competencia de un showroom de interiorismo, se deben considerar factores como la variedad de productos, el diseño personalizado y la calidad de los productos que se ofrecen. Al evaluar estos factores, nuestra propuesta de negocio puede mejorar su oferta de productos y servicios para mantenerse competitivo en el mercado.

En la siguiente tabla se realizará una comparativa de los productos y servicios que la competencia ofrece con los que la propuesta de showroom planea ofertar.

Negocio	Servicio/ productos	Diseños exclusivos	Productos exclusivos en la región.	Productos ecológicos y sustentables.	Asesoría y diseño integral.
Gayatri	Interiorismo y arquitectura consciente, productos de decoración y construcción exclusivos en michoacán y opciones sustentables	✓	✓	✓	✓
Decoraciones Oligar	Persianas, papel tápiz, pisos laminados, alfombras.	✓	✗	✗	✓
Decorissimo	Alfombras, cortinas y tapices.	✓	✗	✗	✗
Interiori	Pisos, azulejos, muebles de baño, grifería.	✓	✗	✓	✓
Interceramic	Pisos, azulejos, muebles de baño, grifería.	✗	✓	✗	✗
Remodela	Porcelanatos, Pisos, Azulejos, pegapisos, grifería, etc.	✗	✓	✓	✗
Grupo Arfi	Porcelanatos, Pisos, Azulejos, pegapisos, grifería, etc.	✗	✓	✓	✓

Tabla 1. Comparativa de servicios de competencia, realización propia, 2025.

10.2 Criterios de segmentación de mercado.

En base a la selección del target podemos empezar a segmentar el mercado en base a diferentes criterios, tales como:

- **Criterio demográfico:** Por medio del perfil de buyer persona podemos deducir que el showroom está enfocado primeramente a personas jóvenes o de mediana edad, principalmente mujeres que busquen

remodelar su hogar o su espacio de trabajo, con ingresos medios-altos y altos, casadas o aún solteras, con escolaridad profesional.

- **Criterio geográfico:** A partir de la localización de la propuesta de showroom se estima que nuestros potenciales clientes se encuentren situados en zonas residenciales de nivel socioeconómico medio-alto y alto, tales como Tres marías, Las américas, altozano y Santa maría, ya que al estar en un área céntrica para estas áreas es fácil para los potenciales clientes desplazarse al showroom.
- **Criterio psicográfico:** la calidad y el estilo de vida de nuestros potenciales clientes se tienen previsualizadas llenas de confort y lujos, que les interese el cuidado del medio ambiente y que constantemente están buscando renovarse y mantenerse a la vanguardia con las

tendencias.

- **Criterio de comportamiento:** dentro de este criterio podemos definir que nuestro cliente meta querrá utilizar nuestros productos y servicios en el momento que necesite alguna asesoría de interiorismo y arquitectura para remodelar o construir su casa o negocio pero que además esté buscando una propuesta nueva e innovadora que involucre materiales sustentables, ahorrativos y exclusivos en la región de Michoacán para lograr generar esa sensación de lujo y plusvalía en sus espacios.

10.3 Definición del servicio fundamentado en el estudio de mercado.

En base a lo anteriormente visto respecto a la rentabilidad de un showroom de interiorismo y arquitectura consciente podemos concluir que los servicios y productos que se ofrezcan deben diferenciarse de la competencia para garantizar que seremos los únicos en el mercado de Morelia, Michoacán que los ofrezca.

Algunos de los servicios que pueden diferenciarse entre la competencia podrían incluir:

- **Consultoría de diseño:** un equipo de diseñadores y arquitectos podrían ayudar a los clientes a crear diseños personalizados para sus espacios, teniendo en cuenta la sostenibilidad y la eficiencia energética.
- **Selección de materiales:** el showroom podría ofrecer una amplia

podrían estar disponibles para permitir a los usuarios jugar con las muestras y crear moodboards para visualizar mejor la selección de acabados reales que se propondrán en el diseño.

- Servicios de construcción: el showroom podría ofrecer servicios de construcción sostenible, utilizando materiales de alta calidad y técnicas de construcción amigables con el medio ambiente, además de eficientar el recurso económico de obra.
- Talleres y eventos: el showroom podría organizar talleres y eventos para capacitar a los clientes y usuarios finales sobre la construcción y el diseño consciente, así como para promocionar nuevos productos tales como materiales sostenibles, nuevas colecciones de pisos, recubrimientos y acabados arquitectónicos en general.
- Asesoramiento sobre eficiencia energética: el showroom podría ofrecer asesoramiento sobre cómo mejorar la eficiencia energética de los espacios y las construcciones, con el fin de reducir el consumo de energía y la huella de carbono.

The background features a soft, artistic design with overlapping organic shapes in muted tones of sage green, terracotta, and warm beige. Delicate black line art of various plants, including ferns, monstera leaves, and small sprigs, is scattered around the central text, creating a natural and elegant feel.

CAPÍTULO 11

DESARROLLO DE PROCESO PROYECTUAL

CONCEPTO DE DISEÑO

MADRE TIERRA

GAYATRI: “GAYATRA” QUIERE DECIR HIMNO Y “GAYATRĪ” ES SU FORMA FEMENINA. SE PUEDE TRADUCIR COMO UN HIMNO A LA MADRE NATURALEZA O MADRE DIVINA.

GAYATRI

INTERIORISMO Y ARQUITECTURA CONSCIENTE

EL CONCEPTO POR SI MISMO SE EXPLICA EN EL NOMBRE PROPIO DEL SHOWROOM PERO SE FUNDAMENTA TAMBIÉN EN EL **DISEÑO** DEL LOGO Y LA PROPUESTA DE **INTERIORISMO**.

EL **LOGO** CUENTA CON LA **DUALIDAD** DE LA **LUNA** Y EL **SOL**, LA LUNA ESTÁ REPRESENTADA EN COLOR VERDE PARA TAMBIÉN HACER ALUSIÓN AL PLANETA TIERRA.



PROCESO DE

DISEÑO

**IDEA DE CREAR
UN SOCIO
COMERCIAL PARA
LA EMPRESA
AMBIENTA
GALERÍA DE
ESPACIOS**

**ANÁLISIS DE
MERCADO**

**ANÁLISIS
DEL PERFIL
DEL USUARIO
O CLIENTE
META.**

**CREACIÓN
DE LOGO E
IMAGEN DE
MARCA**

**EJECUCIÓN DE
PALETA DE
COLORES,
MATERIALES Y
TEXTURAS,
ADEMÁS DE
CONCEPTO DE
DISEÑO.**

**EJECUCIÓN DE
PROYECTO DE
INTERIORISMO
CON RENDERS Y
PLANOS.**

PALETA DE COLORES

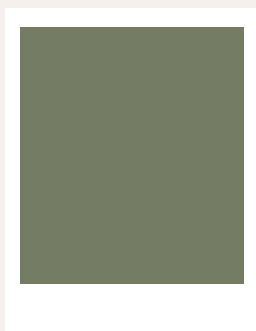


G A Y A T R I

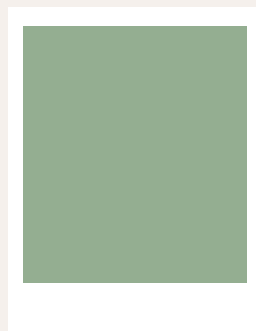
INTERIORISMO Y ARQUITECTURA CONSCIENTE



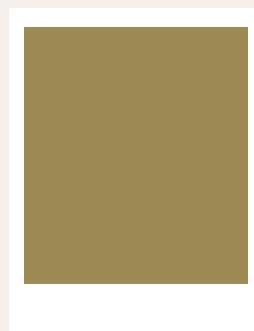
5 0 5 4 4 6



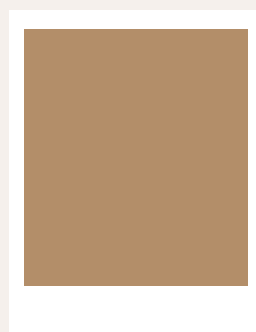
7 4 7 D 6 3



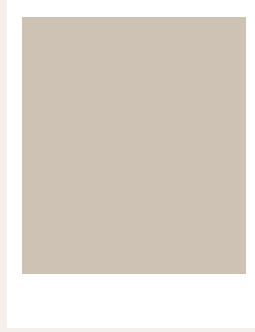
9 4 A E 9 1



9 E 8 A 5 4



B 3 8 E 6 9



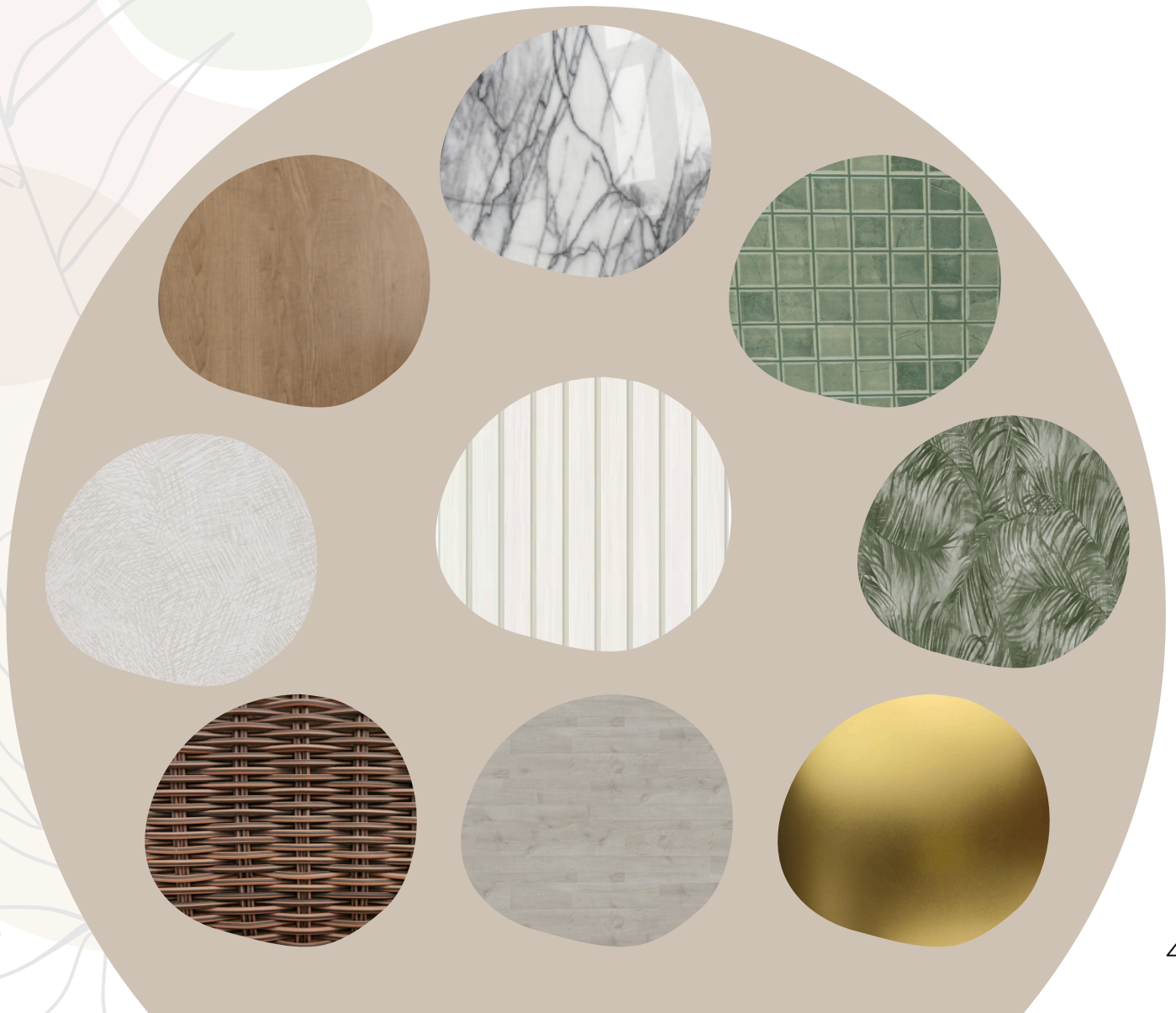
C E C 2 B 5

PALETA DE TEXTURAS Y
ACABADOS



G A Y A T R I

INTERIORISMO Y ARQUITECTURA CONSCIENTE



A B S T R A C T :

Gayatri showroom es una empresa Moreliana integral de proyección, diseño de interiores/construcción que utiliza sistemas constructivos y materiales sustentables, capaces de generar bienestar físico y emocional a sus habitantes, a la par que puedan experimentarlos de primera mano en un ambiente exclusivo y vanguardista.

Empresa filial de Ambienta Galería de Espacios.

O B J E T I V O S :

Dar a conocer la empresa como una nueva alternativa en el desarrollo de construcción y diseño de vivienda consciente. Posicionarla para generar credibilidad y prestigio dentro del mercado de bienes inmobiliarios en Morelia y el estado de Michoacán, a través de crear publicidad en redes sociales además de colocar espectaculares en puntos estratégicos de la ciudad.

T A R G E T :

Personas entre 30 a 45 años de edad con ingresos medio-alto y alto, con una mentalidad de responsabilidad ambiental que deseen espacios confortables que ayuden a hacerlos sentir tranquilos y seguros, con bajos costos de mantenimiento y servicios.

R E S T R I C C I O N E S :

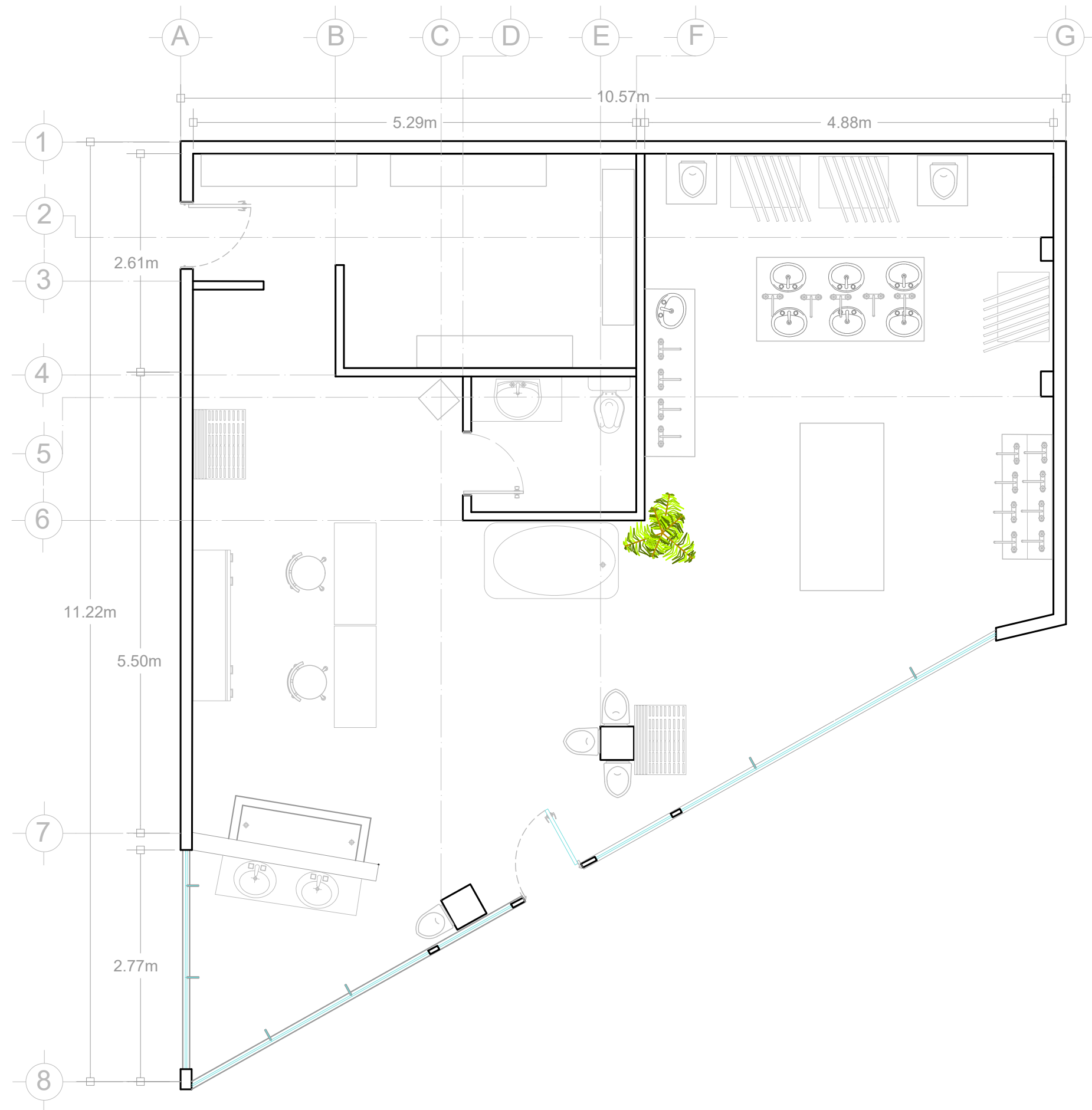
Gayatri showroom se limitará a compartir información sobre los beneficios y las ventajas de sus viviendas e información relevante a la arquitectura y el diseño de interiores; no compartirá información de carácter político, religioso ni polémica a menos que estas tengan que ver con el rubro al que vamos dirigidos.

P R E S U P U E S T O :

El presupuesto destinado para esta primera campaña de marketing es de \$30,000.00 para poder empezar a pagar publicidad en redes sociales y espectaculares en zonas estratégicas de la ciudad.

T E M P O R A L I D A D :

La duración de la campaña se estima de 4 a 6 meses ya que al ser un negocio fijo y con fines de posicionamiento es importante mantenernos presentes en el ojo de nuestros potenciales clientes, iniciando tentativamente en el mes de Junio 2023 y finalizando en noviembre de ese mismo año



PROYECTO:

Propuesta para la creación de un showroom de interiorismo y arquitectura consciente en Morelia, Michoacán.



GAYATRI
INTERIORISMO CONSCIENTE

PROYECTISTA:

Alexa Paola Marín Soria.

Diplomado desarrollo estratégico de proyectos.

Planta arquitectónica estado actual.

PL-PLAC-01

Escala 1:25

OCT. 2025



PROYECTO:

Propuesta para la creación de un showroom de interiorismo y arquitectura consciente en Morelia, Michoacán.



GAYATRI
INTERIORISMO CONSCIENTE

PROYECTISTA:

Alexa Paola Marín Soria.

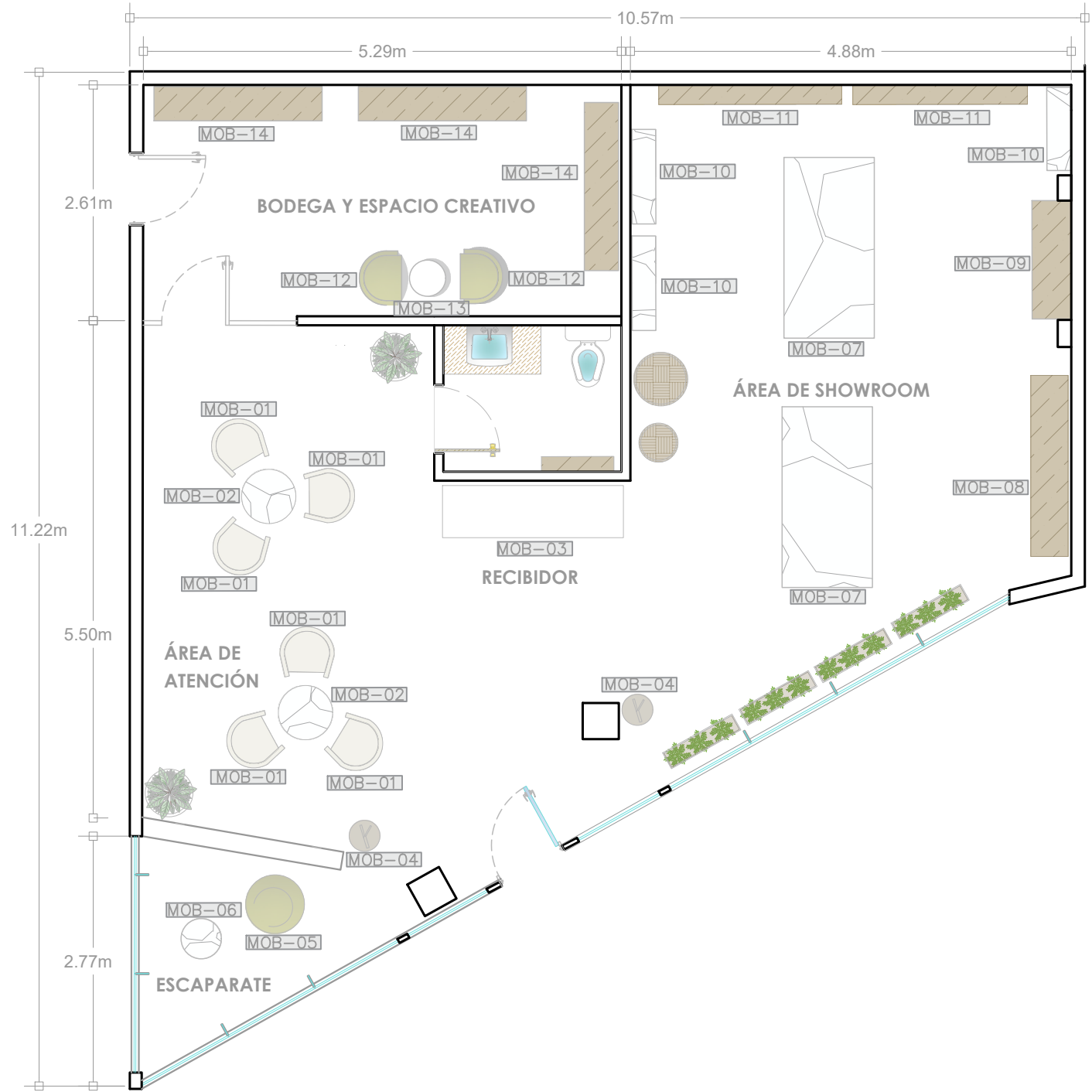
Diplomado desarrollo estratégico de proyectos.

Planta arquitectónica propuesta de diseño.

PL-PRO-02

Escala 1:25

OCT. 2025



Especificaciones de mobiliario														
Nomenclatura	MOB-01	MOB-02	MOB-03	MOB-04	MOB-05	MOB-06	MOB-07	MOB-08	MOB-09	MOB-10	MOB-11	MOB-12	MOB-13	MOB-14
Imagen														
Marca	Zanati	BoConcept.	SAN-PAL.	TAITY	BoConcept.	West Elm.	BoConcept.	Kenay.	BOCONCEPT.	Habitissimo.	ZANATI.	KARIM RASHID.	BoConcept.	ZANATI
Modelo	Neos	Ambrose	Jasper.	Bent.	VOLIERA.	Stone top.	Chelsea.	Farm.	ADELAIDE.	KRUPCE.	RUBI.	OTAWA.	Batavia	Shelf
Dimensión	0.62m x 0.75m.	0.80m x 0.75m.	2.19m x 0.92m.	0.40m x 1.57m.	0.71m x 0.70m.	0.35m x 0.50m.	2.19m x 0.74m.	2.20m x 0.74m.	1.44m x 2.80m.	1.15m x 0.75m.	2.12m x 2.74m.	0.55m x 0.83m.	0.50m x 0.73m.	2.05m x 2.20m.
Color	Taupe y Madera natural.	Blanco y dorado.	Blanco y dorado.	Café y dorado.	Verde olivo, negro y dorado.	Blanco y dorado.	Blanco y negro.	Madera natural	Madera natural.	Blanco y negro.	Negro y madera natural.	Verde olivo y madera clara natural.	Madera tipo roble.	Madera natural y negro.
CANTIDAD	6.	2.	1.	2.	1.	1.	2.	1.	1	3.	2.	2.	1.	3.
Material	Tela Bouclé, madera tipo nogal.	Mármol blanco y acero inoxidable con acabado dorado.	Madera lacada en blanco y acero inoxidable con acabado dorado.	Madera tipo nogal y aluminio con acabado dorado	Tela tipo satín, perfiles de metal y aluminio en acabdo dorado.	Mármol y perfiles de aluminio en acabado dorado.	Mármol blanco y base de metal con acabado negro mate.	Madera enchapada tipo roble.	Madera enchapada tipo roble.	Mármol y perfiles de acero inoxidable en acabado negro mate.	Perfiles de acero inoxidable y madera enchapada tipo roble.	Madera de pino y tela de lino en tono verde olivo.	Madera de pino entintada tipo roble.	Madera y perfiles de acero inoxidable en acabado negro mate.

PROYECTO:

Propuesta para la creación de un showroom de interiorismo y arquitectura consciente en Morelia, Michoacán.



GAYATRI

INTERIORISMO CONSCIENTE

PROYECTISTA:

Alexa Paola Marín Soria.

Diplomado desarrollo estratégico de proyectos.

Distribución y especificaciones de mobiliario.

PL-MOB-03

Escala 1:18

OCT. 2025



SIMBOLOGÍA.	
	RIEL CON SPOTS DIRIGIBLES.
	SPOT DE TECHO.
	SPOT DIRIGIBLE.
	LÁMPARA DE PISO.
	LÁMPARA ARBOTANTE.
	APAGADOR.
	CONTACTO.

ESPECIFICACIONES DE LUMINARIAS.					
Nomenclatura	L001	L002	L003	L004	L005
Imagen					
Marca	Estevez.	Estevez.	Estevez.	Calux.	B.Lux.
Modelo	Kepper.	Era.	Shower.	Tong.	MELLY.
Dimensión	Ø54.5*90*65*118mm	Ø55*70*165mm	Ø380*55mm	20x40cm	245x188x31cm
TEMPERATURA	3,500k.	3,500k.	3,000k.	4,000k.	4,000k.
WATTS	12W.	8W.	30W.	6W.	70W.
CANTIDAD	10.	4	13	3	1
Material	Acero.	Aluminio.	Policarbonato.	Acero níquelado y acrílico.	Acero níquelado y concreto.

PROYECTO:

Propuesta para la creación de un showroom de interiorismo y arquitectura consciente en Morelia, Michoacán.



GAYATRI
INTERIORISMO CONSCIENTE

PROYECTISTA:

Alexa Paola Marín Soria.

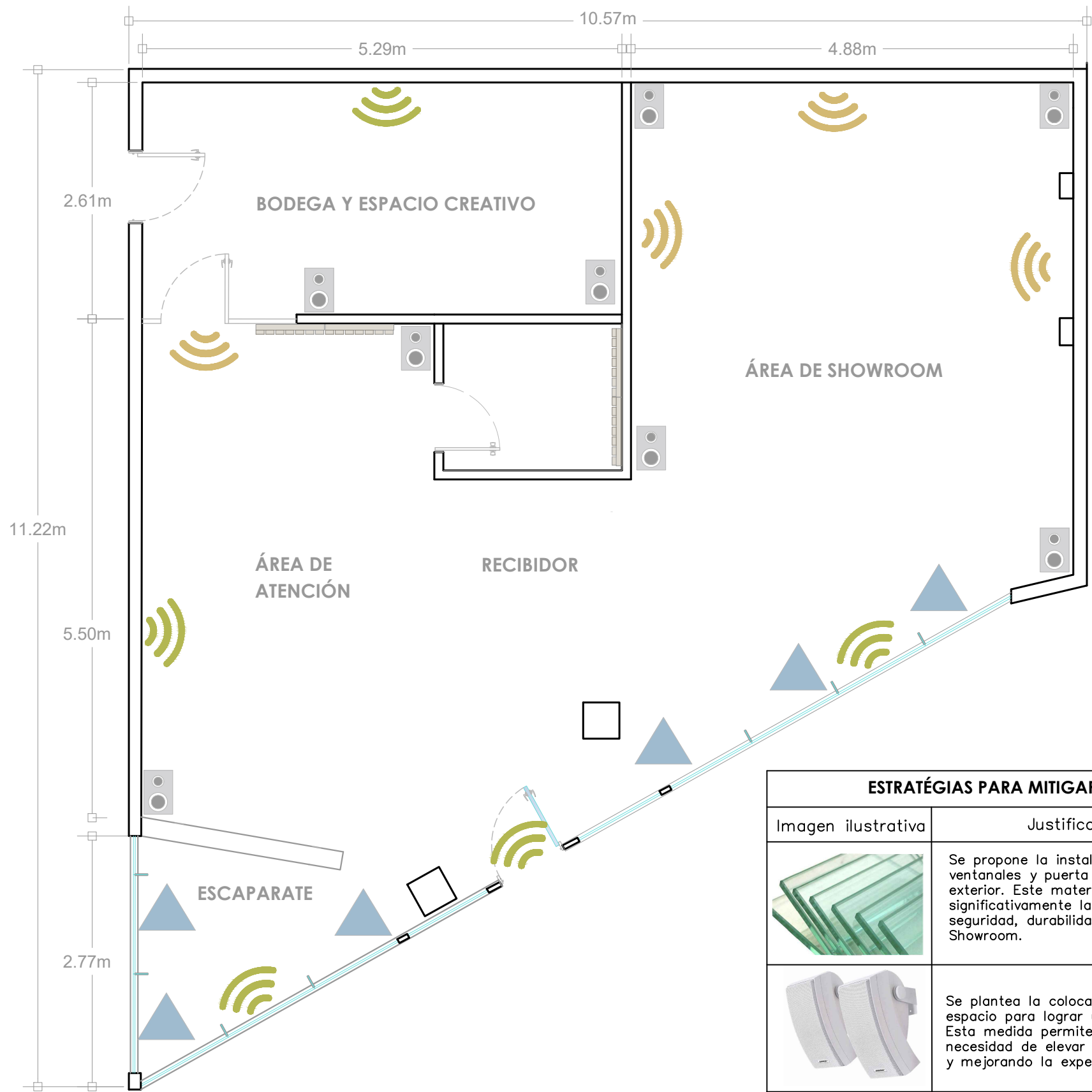
Diplomado desarrollo estratégico de proyectos.

Planta de distribución y especificaciones de luminaria.

PL-PLUM-04

Escala 1:25

OCT. 2025



SIMBOLOGÍA.	
	RUIDO ESTRUCTURAL.
	RUIDO AÉREO.
	CRISTAL TEMPLADO 10mm.
	BOCINA.
	PANEL INSONORIZANTE.

ESTRATÉGIAS PARA MITIGAR CONTAMINACIÓN ACÚSTICA.	
Imagen ilustrativa	Justificación de efectividad.
	Se propone la instalación de vidrio templado de 10 mm en ventanales y puerta principal para mitigar la contaminación acústica exterior. Este material ofrece alta densidad y resistencia, reduciendo significativamente la transmisión del ruido, además de aportar seguridad, durabilidad y una apariencia estética acorde al diseño del Showroom.
	Se plantea la colocación de bocinas en puntos estratégicos del espacio para lograr una distribución uniforme del sonido ambiental. Esta medida permite mantener un nivel acústico equilibrado sin necesidad de elevar el volumen, reduciendo la contaminación sonora y mejorando la experiencia auditiva de los usuarios.
	Se propone el uso de paneles insonorizantes de WPC (Wood Plastic Composite) en las paredes del baño y acceso de bodega para mejorar el aislamiento acústico en estas áreas. Este material combina fibras de madera y polímeros, lo que le otorga propiedades fonoabsorbentes, resistencia a la humedad y fácil mantenimiento. Además, su acabado decorativo aporta calidez y estética al diseño interior.

PROYECTO:

Propuesta para la creación de un showroom de interiorismo y arquitectura consciente en Morelia, Michoacán.



G A Y A T R I
INTERIORISMO CONSCIENTE

PROYECTISTA:

Alexa Paola Marín Soria.

Diplomado desarrollo estratégico de proyectos.

Planta de estrategias acústicas.

PL-ACUS-05

Escala 1:25

OCT. 2025

RENDERS DE PROYECTO



VISTA FRONTAL ÁREA DE ATENCIÓN.



VISTA DESDE ACCESO ÁREA DE ATENCIÓN Y RECEPCIÓN

RENDERS DE PROYECTO



VISTA LATERAL IZQUIERDA ÁREA DE ATENCIÓN Y RECEPCIÓN.



VISTA FRONTAL ÁREA DE SHOWROOM.

RENDERS DE PROYECTO



VISTA LATERAL DERECHA ÁREA DE SHOWROOM.



VISTA POSTERIOR IZQUIERDA
ÁREA DE SHOWROOM.

The background features a mix of soft, overlapping organic shapes in muted tones of sage green, terracotta, and mustard yellow. Interspersed among these shapes are delicate line-art illustrations of various plants, including a vine with small round leaves in the top left, a branch with heart-shaped leaves in the top right, a sprig of tiny flowers in the bottom left, and a large monstera leaf in the bottom right.

CAPÍTULO 12

MODELO DE NEGOCIO

12. Modelo de Negocio.

En el siguiente apartado se realizará una planeación de negocio de un showroom de diseño y arquitectura sustentable exclusivo basándonos en el modelo canvas de Alex Osterwalder y Yves Pigneur.

Segmento de mercado:

Nuestro segmento de mercado es un perfil de cliente muy exclusivo, ya que nuestros servicios serán personalizados y vanguardistas, el perfil de nuestros usuarios es emprendedor, con capital para invertir en negocios y residencias de alta plusvalía, con un gusto sofisticado por calidad y lujo además de un interés por el cuidado del medio ambiente y la optimización del recurso económico en obra.

Propuesta de valor:

Lo que nos diferencia de otros showrooms de diseño es que nosotros trabajamos con marcas exclusivas en la región, además de contar con distribuciones de acabados arquitectónicos y tecnologías constructivas amigables con el ambiente que son innovadoras en Michoacán.

Nuestros colaboradores están enteramente comprometidos con nuestros clientes para brindar atención personalizada y conocer cada proyecto a fondo para así mismo atender las necesidades que se requieran en cada uno de ellos, además de estar a la vanguardia con las tendencias arquitectónicas y de decoración de interiores.

Canal:

Nuestro canal principal será por medio de redes sociales en específico instagram, pero también la recomendación entre los mismos clientes y los resultados finales de trabajos atraerá a los clientes que estén interesados en nuestros servicios.

Relación con el cliente:

Nuestra atención es especializada y personalizada dependiendo el giro del diseño se hace una evaluación de proyecto para conocer las necesidades de cada cliente y se realizan de una a tres propuestas de valor que le garanticen al cliente que su diseño ha sido evaluado y analizado de manera eficaz dándole también a él la oportunidad de seleccionar la propuesta que mejor le parezca o hacer una fusión entre todas para satisfacer completamente sus gustos y necesidades, la ejecución de proyecto se hará codo a codo con todos nuestros instaladores y colaboradores de obra y una vez entregado el proyecto se darán al menos 6 meses de garantía para darle seguimiento al

proyecto y corregir alguna imperfección que se dé dentro del periodo de garantía.

Fuente de ingresos:

Los ingresos se darán principalmente con los honorarios de cada proyecto de diseño pero también habrá oportunidad de utilidades dentro de los productos que se especifiquen en cada proyecto, como los azulejos, las tecnologías de construcción, la grifería, etc. Al ser un giro de negocio muy exclusivo los ingresos netos de la empresa se estiman arriba del promedio general de un showroom de diseño y arquitectura convencional.

Actividades clave:

Nuestras actividades principales serán asesoramiento de construcción y diseño de despachos comerciales además de casas residenciales de lujo, departamentos, etc. Dentro de estas actividades estarán la proyección de diseños, selección de acabados y materiales, cotización de material, venta de estos mismos y ejecución propia de la obra.

Elementos clave:

Nuestros recursos fundamentales serán los recursos humanos para tener colaboradores que tengan amplio conocimiento en el ramo de la arquitectura y el diseño y cuenten con ideas innovadoras para ofrecerle al cliente propuestas de valor para sus negocios y viviendas, además de los recursos financieros que serán clave para reinvertir en productos de construcción y acabados, así como buenos equipos de cómputo y vehículos para traslado de personal y material.

Socios clave:

Los socios clave que nuestra empresa necesitaría son excelentes instaladores, albañiles y mano de obra calificada para instalar nuestros productos de la manera correcta y recomendada por las fichas técnicas, además de nuestros proveedores que surtirán producto de manera inmediata y con precios competitivos para nosotros como distribuidores.

Estructuras de costes:

Las actividades más caras que realizaremos serán surtir materiales para tener en bodega y absorber los costos de fletes especiales de productos internacionales.

The background features a series of overlapping, organic shapes in muted colors: light green, beige, and a soft tan. Interspersed among these shapes are delicate line drawings of various plants. In the top left, there's a vine with small, round leaves. In the top right, a branch with pointed leaves extends across the frame. The bottom left shows a plant with long, narrow leaves and a small cluster of tiny flowers. The bottom right is dominated by a large, detailed drawing of a monstera leaf with its characteristic splits. The overall aesthetic is clean, modern, and nature-inspired.

CAPÍTULO 13

COSTOS DE PROYECTO/ PRESUPUESTO.



PRESUPUESTO GENERAL

Fecha de expedición:

9 de octubre de 2025

Morelia, Mich

Proyecto: Gayatri Showroom

Dirección: Morelia, Mich.

PRESUPUESTO						
No	Descripción	Unid	Cant	Precio Unit	Importe	
1	Campaña de marketing en redes sociales por 6 meses.	Act.	1.00	\$ 10,000.00	\$	10,000.00
2	Diseño de marca. (Logo, imagen de marca, redes sociales)	Act.	1.00	\$ 20,000.00	\$	20,000.00
3	Campaña de marketing en espectacular estratégico por 1 mes antes inauguración.	Act.	1.00	\$ 30,000.00	\$	30,000.00
4	Remodelación y adaptación de negocio para showroom.	Act.	1.00	\$ 300,000.00	\$	300,000.00
5	Compra de productos para exhibición en showroom	Act.	1.00	\$ 150,000.00	\$	150,000.00
6	Catering para apertura de showroom.	Act.	1.00	\$ 25,000.00	\$	25,000.00
7	Gastos fijos 1 mes. (Agua, luz, internet, renta)	Act.	1.00	\$ 35,000.00	\$	35,000.00
TOTAL \$						570,000.00

(Quinientos setenta mil pesos 00/100 M.N)

El presente presupuesto es de carácter informativo, los costos son fijos durante el proceso de ejecución del proyecto apegados a los conceptos señalados se espera una variación normal entre el 15-20% después de la fecha en la que se realiza este presupuesto de proyecto.



CAPÍTULO 14

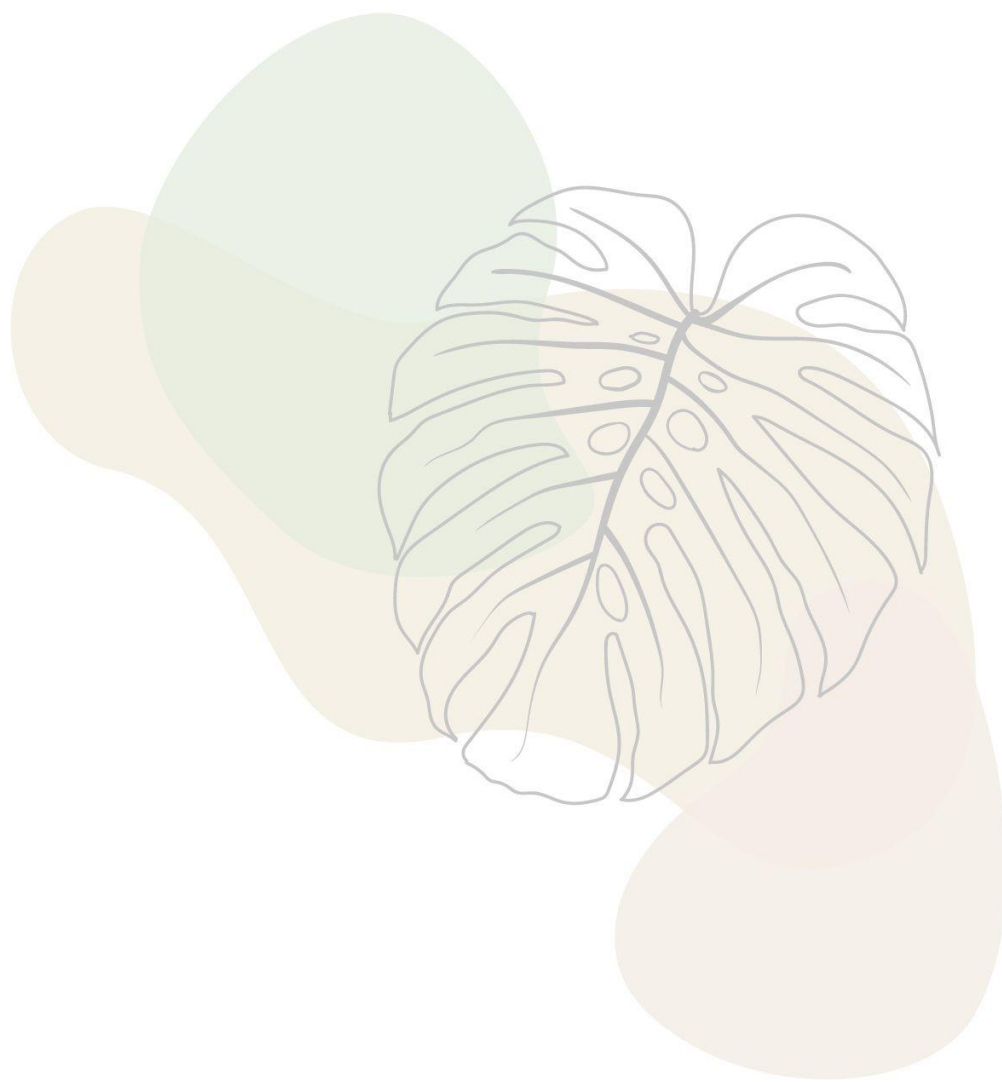
CONCLUSIONES.

14. Conclusiones

En conclusión este proyecto de propuesta para la creación de un showroom de arquitectura e interiorismo consciente en Morelia, Michoacán surge con la necesidad de crear un socio comercial para la empresa Ambiente Galería de Espacios para generar más clientes, además de fundar una empresa consciente con el medio ambiente y contribuir a la construcción verde en Morelia.

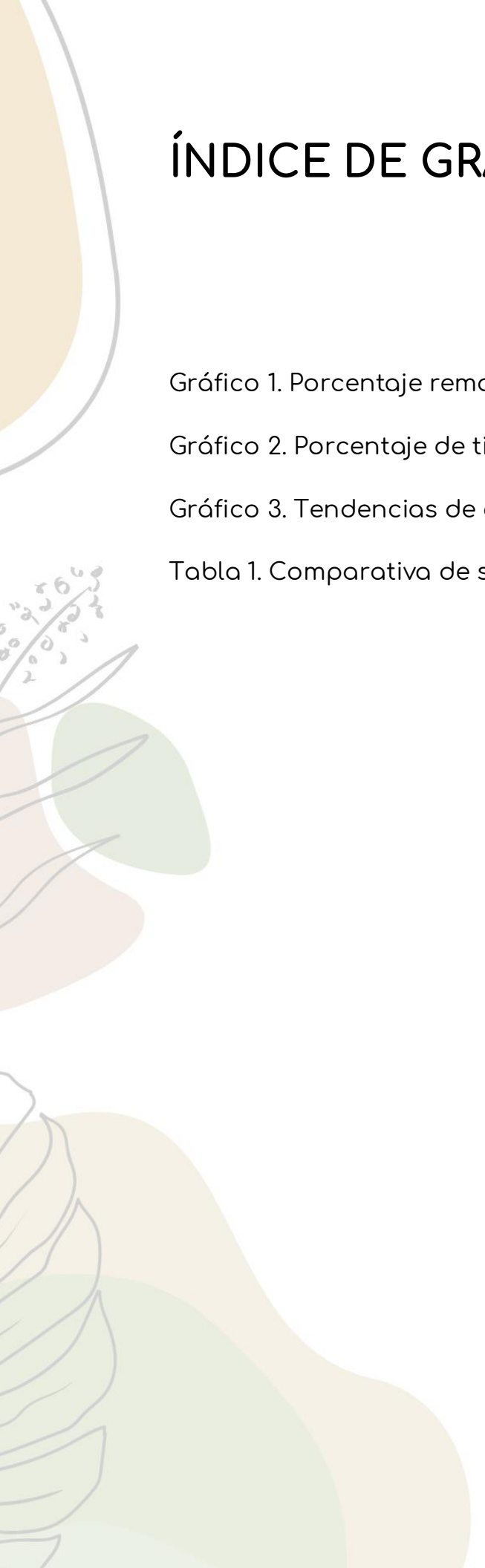
Es viable económicamente ya que en Morelia no existe un concepto igual, sería innovador además de revolucionario para el mercado de la arquitectura y la construcción en Morelia, Mich.

Además de que una propuesta de interiorismo atractiva puede contribuir positivamente a la captación de clientes y a la imagen misma de la marca.



BIBLIOGRAFÍA

- Winchip, S. M. (2017). Sustainable design for interior environments (2nd ed.). Fairchild Books.
- Brownell, B. (2012). Material strategies: Innovative applications in architecture. John Wiley & Sons.
- Frick, T. (2016). Designing for sustainability: A guide to building greener digital products and services. O'Reilly Media.
- Evans, P., & Vasey, A. (2016). The complete guide to eco-friendly design. RotoVision.
- Kwok, A. G., & Grondzik, W. T. (2011). The green studio handbook: Environmental strategies for schematic design. Routledge.
- Calkins, M., & Penn, A. (2012). The sustainable sites handbook: A complete guide to the principles, strategies, and best practices for sustainable landscapes. John Wiley & Sons.
- S. (2020, 22 junio). 4 formas de hacer un showroom exitoso para tu marca. SBT. <https://www.sb-tec.com/showroom-exitoso/>
- Martinez, M., & Begoña, M. (2016). Escaparatismo y diseño de espacios comerciales. Ediciones Paraninfo.
- Martinez, M., & Begoña, M. (2016). Escaparatismo y diseño de espacios comerciales. Ediciones Paraninfo.



ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS.

Gráfico 1. Porcentaje remodelación/obra nueva.....	35
Gráfico 2. Porcentaje de tipo de obra.....	36
Gráfico 3. Tendencias de diseño.....	36
Tabla 1. Comparativa de servicios de competencia.....	38

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1.0 Ciclo de vida de los materiales de construcción.....	16
Imagen 2.0 Macrofibras en concreto.....	17
Imagen 3.0 Maderas sustentables.....	19
Imagen 4.0 Exhibición de producto en Ambienta.....	21
Imagen 5.0 Mesa de trabajo en Ambienta Galería de Espacios.....	21
Imagen 6.0 Feed de instagram Sara Campos.....	25
Imagen 7.0 Feed de instagram MAKKA Arquitectura.....	25
Imagen 8.0 Evolución de la distribución comercial, escaparatismo y diseño de espacios comerciales.....	27
Imagen 9.0 Escaparate Gucci.....	30
Imagen 10.0 Escaparate Bottega Veneta.....	30
Imagen 11.0 Microlocalización Ambienta Galería de Espacios.....	34