



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE

MAESTRÍA EN DISEÑO DE INTERIORES

**FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO EN SUPERMERCADOS. UN
ANÁLISIS DESDE EL VISUAL MERCHANDISING Y LA
OPERATORIA DE LA ARQUITECTURA Y EL DISEÑO.**

TRABAJO PREVIO A LA OBTENCIÓN DE TÍTULO DE:

MAGISTER EN DISEÑO DE INTERIORES

AUTOR:

María Eugenia Cajas Parra

DIRECTOR:

Dis. Giovanni Delgado Banegas, Mgst.

2022 - 2023

AGRADECIMIENTOS

A Dios por ser el motor y eje de mi vida.

A mi familia por el apoyo incondicional a cada decisión que he tomado, a mi madre por alentarme a seguir adelante siempre, a mi esposo e hijos por apoyarme, tenerme paciencia y ayudarme a culminar esta etapa.

A mi director de tesis Giovanni Delgado, por compartir su conocimiento invaluable que ha sido guía primordial en el desarrollo de este trabajo, su tiempo y palabras que correctamente han llegado a mi persona. Gracias.

A cada profesional y experto que fue parte del proceso de este trabajo, brindándome entrevistas y conocimiento, gracias a cada persona que me brindó su tiempo, que es lo más valioso en la vida.

Infinitas gracias.

Resumen

La investigación se centra en encontrar cuáles son los factores críticos de éxito mirados a través del visual merchandising que se supone aplicar en los locales comerciales y cuál es su relación con la composición interior del espacio de supermercados mediante la revisión bibliográfica, posteriormente se propondrá una matriz de análisis que vincula los factores de visual merchandising con las variables de configuración espacial, de percepción visual y sensorial; éste instrumento propicia conocer cómo estos elementos hacen parte en la relación cliente – espacio que es ordenada a través del diseño y que inciden en el éxito de un supermercado.

Palabras clave

Factores críticos de éxito, supermercado, diseño interior, visual merchandising, configuración espacial, percepción.

Abstract of the project

Title of the project Critical success factors in supermarkets. An analysis from visual merchandising, architecture and design operations.

Project subtitle

Summary: This investigation seeks to find the critical success factors detected through visual merchandising that are supposed to be applied in commercial premises and what its relationship is with the interior composition of the supermarket space, all of it through a bibliographic review. After, a matrix of analysis was proposed to connect the factors of visual merchandising with the variables of spatial configuration, visual and sensory perception. This instrument promotes knowing how these elements are part of the customer-space relationship that is ordered through design and that affect the success of a supermarket.

Keywords Critical factors of success, supermarket, interior design, visual merchandising, spatial configuration, perception.

Student CAJAS PARRA MARIA EUGENIA

C.I. 0302087036

mail: mcajasdim@es.uazuay.edu.ec

Director Dis. Giovanni Delgado, Mgt.

Codirector:

Para uso del Departamento de Idiomas >>>

Revisor:



ENTIDAD DEL
AZUAY
Dpto. Idiomas

Nº. Cédula Identidad

0102603453