

ESCUELA DE DISEÑO DE INTERIORES

**DISEÑO INTERIOR DE UNA JOYERÍA A PARTIR DE
ESTRATEGIAS DE DISEÑO EXPERIENCIAL.
CASO: JOYERÍA CECILITA, CHORDELEG**

TRABAJO PREVIO A LA OBTENCIÓN DE
TÍTULO DE:
LICENCIADA EN DISEÑO DE INTERIORES

AUTORA:

Adriana Antonella García López

DIRECTORA:

Arq. Manuela Cordero Salcedo, Mgt.

CUENCA-ECUADOR
2026





**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

FACULTAD DE
DISEÑO Y ARTE

**ESCUELA DE
DISEÑO DE
INTERIORES**



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

FACULTAD DE DISEÑO Y ARTE

**ESCUELA DE DISEÑO DE
INTERIORES**

**DISEÑO INTERIOR DE UNA JOYERÍA A PARTIR DE
ESTRATEGIAS DE DISEÑO EXPERIENCIAL.
CASO: JOYERÍA CECILITA, CHORDELEG**

**TRABAJO PREVIO A LA OBTENCIÓN DE
TÍTULO DE:
LICENCIADA EN DISEÑO DE INTERIORES**

Autora:

Adriana Antonella García López

Directora:

Arq. Manuela Cordero Salcedo, Mgt.

Cuenca-Ecuador

2026

DEDICATORIA

A mis padres, Pedro y Adriana, gracias por estar siempre a mi lado y apoyarme en cada paso de este camino, nada de esto habría sido posible sin su sacrificio, esfuerzo y amor incondicional. Gracias por brindarme confianza y por guiarme con paciencia y sabiduría en cada etapa de mi vida.

A mis hermanos, Pedro y Amelia, ustedes son una de mis mayores inspiraciones y el motor que me impulsa a seguir adelante, gracias por ser mi fuerza en los momentos difíciles y por acompañarme durante este proceso, este logro también es de ustedes.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiar cada paso de mi camino y brindarme la fortaleza necesaria para alcanzar esta meta.

A mis padres, por su amor incondicional, apoyo constante y por acompañarme a lo largo de mi proceso de formación profesional, siendo siempre mi mayor inspiración y guía.

A mis hermanos, gracias por permanecer a mi lado en cada etapa de este camino, por su apoyo y cariño incondicional.

Quiero también dedicar un agradecimiento especial a todas aquellas personas que formaron parte de mi vida y que hoy ya no se encuentran aquí. A mis ángeles, que permanecen siempre en mi corazón y me acompañan en cada logro alcanzado.

De manera especial, expreso mi sincero agradecimiento a la Arq. Manuela Cordero, directora de tesis por su guía y acompañamiento durante el desarrollo de este proyecto.

Asimismo, agradezco a la Arq. Catalina Vintimilla y a la Diseñadora de Interiores Daniela Castillo por su apoyo durante este proceso.

Gracias a todos quienes hicieron posible este logro.

Antonella García.

RESUMEN

El presente proyecto se centra en el diseño interior de una joyería a partir de estrategias de diseño experiencial, con el propósito de contribuir a la permanencia, exploración, decisión de compra y percepción de seguridad del usuario dentro del espacio comercial.

La investigación surge de la necesidad de comprender cómo el diseño interior influye en la experiencia del cliente en establecimientos de joyería, considerando factores funcionales, sensoriales, estéticos y de seguridad.

La metodología se desarrolla mediante el análisis de referentes y el estudio de necesidades espaciales vinculadas al diseño comercial. A partir de ello, se plantean estrategias como la iluminación focalizada, el uso de materiales de alta calidad, la distribución espacial intuitiva y el diseño sensorial, orientados a generar una experiencia de compra confiable y atractiva.

Como resultado, se desarrollaron tres propuestas espaciales que buscan fortalecer la relación entre usuario y espacio, promoviendo seguridad y confort durante la experiencia de compra.

Palabras clave: Diseño experiencial, percepción de seguridad, Interiorismo comercial, experiencia de usuario, retail

ABSTRACT

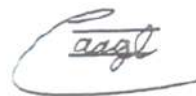
This project focuses on the interior design of a jewelry store through experiential design strategies, with the aim of contributing to customer stay, exploration, purchasing decisions, and the perception of security within the retail space.

The research stems from the need to understand how interior design influences the customer experience in jewelry establishments, considering functional, sensory, aesthetic, and security-related factors.

The methodology was developed through the analysis of case studies and the study of spatial needs related to retail design. Based on this, strategies such as focused lighting, the use of high-quality materials, intuitive spatial distribution, and sensory design were proposed in order to create a safe and engaging shopping experience.

As a result, three spatial proposals were developed to strengthen the relationship between the user and the space, promoting security and comfort throughout the purchasing experience.

Keywords: Experiential design, perception of security, commercial interior design, user experience, retail design.



Adriana Antonella García López
Autora del trabajo



Arq. Manuela Cordero Salcedo, Mgt.
Directora

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	10
01 EL USUARIO Y EL SITIO	
1.1 HISTORIA DE LA JOYERÍA CECILITA.....	16
1.2. DESCRIPCIÓN DEL CASO DE INTERVENCIÓN	20
1.3. ANÁLISIS URBANO Y ESTADO ACTUAL.....	21
1.4. MAPA DE ACTORES Y ANÁLISIS PESTEL	25
1.5. INFORMACIÓN PRIMARIA Y SECUNDARIA.....	27
1.6. PROYECTOS HOMÓLOGOS O REFERENTES	33
1.7. CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO	41
02 ESTRATEGIAS	
2.1 TIPOS DE JOYERÍA.....	45
2.2 INTRODUCCIÓN AL CAPÍTULO.....	47
2.3 DEFINICIÓN DE CRITERIOS DE DISEÑO	57
2.4 JOYERÍA ARTESANAL.....	59
2.5 FAST JEWELRY	63
2.6 JOYERÍA DE ALTA GAMA.....	67
2.7 CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO	71

03 PROYECTO Y FACTIBILIDAD

3.1 JOYERÍA DE AUTOR.....	75
3.2 FAST JEWELRY.....	101
3.3 ALTA JOYERÍA.....	127

04 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

4.1 POSICIONAMIENTO CONCEPTUAL DEL PROYECTO	156
4.2 CONCEPTOS CLAVE QUE ESTRUCTURAN EL PROYECTO	157
4.3 ESTRATEGIAS CONCEPTUALES	159
4.4 RELACIÓN ENTRE TEORÍA Y PROPUESTA ESPACIAL	163
4.5 CONCLUSIÓN.....	164
BIBLIOGRAFÍA.....	165

ANEXOS

Anexo 1. Entrevista a dueña	168
Anexo 2. Entrevista a empleada 1.....	169
Anexo 3. Entrevista a empleada 2.....	170
Anexo 4. Cliente frecuente 1.....	171
Anexo 5. Cliente frecuente 2.....	172
Anexo 6. Cliente frecuente 3	173
Anexo 7. Cliente frecuente 4.....	174
Anexo 8. Cliente frecuente 5	175

FIGURAS

Figura 1. Collage de la Joyería Cecilita a través del tiempo.....	16
Figura 2. Collar – Mod: c022.....	17
Figura 3. Anillos de Matrimonio Mod: 601a	17
Figura 4. Aretes – Mod: Monja.....	17
Figura 5. Mapa de emplazamiento	18
Figura 6. Chordeleg.....	18
Figura 7. Chordeleg Las artes brillan por sus calles	19
Figura 8. Vista interior de Joyería Cecilita	20
Figura 9. Vista interior de Joyería Cecilita	20
Figura 10.Ubicación de la Joyería Cecilita en Chordeleg.....	21
Figura 11. Escasez de espacio en área comercial.....	24
Figura 12. Interferencia entre vitrinas de exhibición.....	24
Figura 13. Saturación espacial y reducción del área útil.....	24
Figura 14. Mapa de actores de la Joyería Cecilita.....	25
Figura 15. Análisis PESTEL	26
Figura 16. Persona design. Propietaria.....	30
Figura 17.Persona design. Vendedora.....	31
Figura 18.Persona design.Cliente.....	32
Figura 19. Audrey experience.....	35
Figura 20. Collage.Tiffany & Co	36
Figura 21. CASATOUS estrena ‘flagship’ en Passeig de Gràcia	37
Figura 22. Collage.Tous flagship Barcelona.....	38
Figura 23.PDPAOLA.....	39
Figura 24. Collage.PDPAOLA.....	40
Esquema 1.Elaboración propia (2026)	46
Figura 25. Tabla de necesidades: Propietaria	48
Figura 26 .Tabla de necesidades: Clientes.....	48
Figura 27. Tabla de necesidades: Vendedoras.....	49
Figura 28.Tabla de necesidades: Marca.....	49
Esquema 2 . Elaboración propia (2026)	50
Esquema 3 . Elaboración propia (2026)	51
Esquema 4. Elaboración propia (2026).....	52
Esquema 5.Elaboración propia (2026).....	53
Esquema 6. Elaboración propia (2026)	54
Esquema 7. Elaboración propia (2026).....	55
Esquema 8. Elaboración propia (2026)	56
Esquema 9. Elaboración propia (2026).....	57
Esquema 10. Elaboración propia (2026).....	58
Figura 29. Joyería Artesanal.Material inspiration Board.....	59
Figura 30. Joyería Artesanal.Criterio experiencial.....	60
Figura 31. Joyería Artesanal.Criterio accesibilidad y seguridad	61
Figura 32. Joyería Artesanal. Look and Feel.....	62
Figura 33. Fast Jewelry. Material inspiration Board	63
Figura 34. Fast Jewelry .Criterio experiencial.....	64
Figura 35. Fast Jewelry.Criterio accesibilidad y seguridad.....	65
Figura 36. Fast Jewelry. Look and Feel	66
Figura 37. Joyería de alta gama. Material inspiration Board.....	67
Figura 38. Joyería de alta gama.Criterio experiencial.....	68
Figura 39. Joyería de alta gama.Criterio accesibilidad y seguridad.....	69
Figura 40. Joyería de alta gama. Look and Feel.....	70
Figura 41. Criterio experiencial. Elaboración propia (2026).....	160
Figura 42. Criterio de accesibilidad y seguridad. Elaboración propia (2026)	162

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto se centrará en el diseño interior de una joyería a partir de estrategias de diseño experiencial, aplicada a la Joyería Cecilita, ubicada en Chordeleg.

A continuación, se presentará la problemática relacionada con la necesidad de crear un espacio comercial que no solo cumpla funciones estéticas y funcionales, sino que también genere una experiencia significativa para el usuario.

El proyecto tiene como finalidad desarrollar una propuesta de diseño interior capaz de fortalecer la identidad de la joyería mediante la incorporación de elementos espaciales, sensoriales y comerciales que mejoren la interacción entre el cliente y el espacio. Para ello, se realizó un análisis del contexto, del usuario y de las necesidades del establecimiento, así como el estudio de referentes relacionados con diseño comercial y diseño experiencial.

Dentro del documento se abordarán temas como la conceptualización del proyecto, análisis de marca, distribución espacial, selección de materiales, iluminación, mobiliario, cromática y detalles constructivos, elementos que conforman la propuesta integral de diseño interior. Además, se explicará el proceso metodológico realizado durante el desarrollo del proyecto, desde la investigación inicial y levantamiento de información hasta la elaboración de planos, modelados y propuestas finales.

Como resultado, se desarrollan tres propuestas de diseño interior orientadas a transmitir elegancia, exclusividad y confort, mediante estrategias que fortalecen la exhibición de las piezas de joyería y enriquecen la experiencia del usuario. Las propuestas buscan aportar valor tanto a la imagen de la joyería como a su funcionamiento comercial dentro del contexto artesanal de Chordeleg.

PROBLEMÁTICA

Las joyerías son establecimientos dedicados a la creación, fabricación y comercialización de objetos de gran valor tanto material como simbólico. La orfebrería y el delicado trabajo manual de artistas y artesanos convierten a las joyerías en espacios de gran significado cultural y comercial. Debido al alto valor de las piezas que resguardan, estos lugares han sido concebidos como espacios donde la seguridad y la protección de las piezas han sido una prioridad.

En Chordeleg, un cantón de la provincia del Azuay, reconocido a nivel nacional por su tradición y herencia en el arte de la joyería, los negocios enfrentan un doble desafío. Por un lado, deben garantizar la seguridad frente a posibles robos, lo que a menudo resulta en espacios rígidos y con exceso de controles visibles, y por otro deben proporcionar una experiencia sensorial atractiva que invite al cliente a explorar el lugar y observar las piezas. En este sentido, las joyerías deben ofrecer un espacio seguro que no solo proteja las piezas, sino que también motive la compra a través de la experiencia que el diseño interior pueda ofrecer.

El reto consiste en encontrar un equilibrio entre la estética y la seguridad, de manera que el usuario perciba confort y confianza, sin que la presencia de mecanismos de protección restrinja la interacción con los productos o afecte la experiencia de compra.

Las joyerías en Chordeleg suelen priorizar soluciones funcionales y de seguridad por encima del diseño interior, lo que resulta en locales con una iluminación y organización espacial escasamente trabajadas, debido a que la mayoría de los locales surgieron como negocios familiares, donde el valor del objeto y del trabajo artesanal ha prevalecido sobre el valor del espacio.

Como resultado, muchas tiendas operan en espacios pequeños con sistemas de exhibición convencionales y una distribución que se centra principalmente en la protección del producto, lo que impide que el diseño interior transmita el valor del trabajo

artesanal y acompañe al cliente en un proceso consciente de observación y elección de la pieza.

De este modo, la prioridad hacia la funcionalidad y la seguridad en las joyerías de Chordeleg ha generado ambientes que, si bien satisfacen los requisitos esenciales, no siempre logran transmitir el valor cultural y artesanal de las piezas. Esta situación evidencia una discrepancia entre la riqueza del producto y su expresión a través del diseño interior, lo que restringe la experiencia del cliente y el potencial del espacio para apoyar el proceso de permanencia y decisión de compra.

Por lo tanto, el presente trabajo plantea los siguientes objetivos.

OBJETIVOS

Objetivo general

Diseñar una joyería a partir de estrategias de diseño experiencial para contribuir a la permanencia, exploración, decisión de compra y percepción de seguridad del usuario.

Objetivos específicos

1. Identificar las necesidades del espacio comercial y de los usuarios en una joyería, tomando en cuenta factores estéticos, funcionales, sensoriales y de seguridad que influyen en la experiencia de usuario.
2. Comprender los conceptos de diseño experiencial que puedan ser aplicados en el diseño interior de una joyería y su influencia en la permanencia y exploración del usuario.
3. Plantear estrategias de diseño experiencial orientadas a potenciar la permanencia, exploración y decisión de compra del usuario en un local de joyas y contribuyan a la percepción de la seguridad del usuario.



CAPÍTULO 01.
EL USUARIO Y EL SITIO

1.1	HISTORIA DE LA JOYERÍA CECILITA.....	16
1.2.	DESCRIPCIÓN DEL CASO DE INTERVENCIÓN	20
1.3.	ANÁLISIS URBANO Y ESTADO ACTUAL.....	21
1.4.	MAPA DE ACTORES Y ANÁLISIS PESTEL	25
1.5.	INFORMACIÓN PRIMARIA Y SECUNDARIA.....	27
1.6.	PROYECTOS HOMÓLOGOS O REFERENTES	33
1.7.	CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO	41

CAPÍTULO 01. EL USUARIO Y EL SITIO

El objetivo de este capítulo es realizar un análisis integral del caso de estudio de la joyería Cecilita, evaluando sus condiciones funcionales, expresivas y tecnológicas.

Para lo cual se analizan las condiciones actuales del espacio con el propósito de crear una base crítica y objetiva que apoye a la toma de decisiones en la propuesta de diseño interior.

El análisis se estructura a partir de la observación que se realizó en el espacio, a través del levantamiento arquitectónico, la zonificación y el diagnóstico del estado actual, lo que permite analizar aspectos relacionados a la exhibición de productos, circulación e interacción del usuario dentro del espacio. Estos factores sirven como base para identificar cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del espacio existente.

De igual manera, se realizó un mapa de actores que participan en la joyería como propietaria, empleados, artesanos, clientes, proveedores y el entorno urbano, para entender sus requerimientos, interés y grado de influencia en el funcionamiento del negocio y en la experiencia de compra que este ofrece.

Además, el capítulo incorpora el análisis de datos internos y externos que posibilitan identificar la esencia de la marca, caracterizar el público objetivo, identificar los procedimientos operativos y contextualizar la joyería dentro de las tendencias actuales del mercado, así como en el contexto social que la envuelve.

Para concluir, el análisis de proyectos homólogos tanto nacionales como internacionales, posibilita la identificación de criterios funcionales, expresivos y tecnológico que pueden ser utilizados en el caso de estudio.

Como resultado este capítulo define las pautas de análisis necesarias para guiar una propuesta de diseño coherente con la marca, las necesidades de los usuarios y las dinámicas dentro del espacio.

1.1 HISTORIA DE LA JOYERÍA CECILITA

Origen y trayectoria

Joyería Cecilita es una fábrica y joyería que inicio sus actividades hace aproximadamente 50 años en Chordeleg, cantón de la provincia del Azuay reconocido por su tradición orfebre y por la habilidad de sus artesanos. Nace como un emprendimiento familiar, desde sus inicios, su trabajo se ha basado en la elaboración artesanal de joyas y en la construcción de una relación cercana de confianza con sus clientes.

A inicios de los años 2000, la joyería amplió su alcance hacia la ciudad de Manta, donde mantuvo un espacio destinado a la entrega de joyas a clientes, sin funcionar como un local comercial

abierto al público. Esta etapa representó un importante momento de expansión y posicionamiento del negocio fuera de su lugar de origen

Posteriormente, esta actividad concluyó, concentrando nuevamente todas sus operaciones en Chordeleg, donde continúa desarrollando su labor hasta la actualidad. A lo largo de sus cinco décadas de trayectoria, Joyería Cecilita ha mantenido su identidad artesanal y su carácter familiar consolidándose a partir de valores como la tradición, la confianza y la dedicación al oficio.



Figura 1. Collage de la Joyería Cecilita a través del tiempo.

Fuente: Propietarios de la Joyería Cecilita. Elaboración propia (2026).

IDENTIDAD ARTESANAL



Figura 2. Collar – Mod: c022
Joyería Cecilita (2025)



Figura 3. Anillos de Matrimonio Mod: 601a
Joyería Cecilita (2025)



Figura 4. Aretes – Mod: Monja
Joyería Cecilita (2025)

Con el paso de los años, la joyería ha evolucionado desde un pequeño taller artesanal hasta consolidarse como un espacio donde se diseñan, elaboran y comercializan piezas únicas. Entre sus productos destacan anillos, aretes, pulseras, cadenas, prendedores, rosarios, pendientes y tobilleras, así como creaciones personalizadas que responden a los gustos y necesidades de cada cliente (ver figuras 2, 3 y 4).

Su sello distintivo radica en la elaboración de piezas personalizadas con acabados finos y un trabajo artesanal con alto nivel de detalle, lo que convierte que cada joya sea una pieza exclusiva que combina tradición y técnica.

Asimismo, Joyería Cecilita mantiene viva la tradición orfebre de Chordeleg, a través de la elaboración de piezas artesanales inspiradas en técnicas tradicionales como la filigrana, reconocida por su delicadeza, precisión y minucioso trabajo manual. Cada creación destaca por el cuidado en sus detalles, acabados y la dedicación en cada proceso de elaboración, lo que aporta autenticidad y exclusividad a cada joya.

UBICACIÓN Y ENTORNO

Ubicada en Chordeleg, en las calles 24 de Mayo y Juan Bautista Cobos, diagonal al Parque Central de Chordeleg, la joyería se encuentra en una zona muy concurrida y representativa del cantón, lo que le convierte en un punto estratégico y visible. Su ubicación privilegiada hace que reciba constantemente turistas que recorren Chordeleg en busca de piezas auténticas que reflejan el trabajo artesanal, la delicadeza en los detalles y la calidad que caracteriza a la joyería local.



Figura 5. Mapa de emplazamiento
Elaboración propia (2026)



Figura 6. Chordeleg
Points and travel (2020)

Su entorno se relaciona directamente con algunos de los espacios más representativos y emblemáticos de Chordeleg, lo que fortalece su presencia dentro del circuito comercial y turístico del cantón. A dos cuadras se encuentra la tradicional calle de las candongas, reconocida por su concentración de locales artesanales y joyerías, mientras que a una cuadra se ubica el parque central y la iglesia matriz de Chordeleg, puntos representativos de encuentro cultural y turístico. Esto permite que Joyería Cecilita forme parte de un recorrido activo de visitantes atraídos por la tradición orfebre.

LEGADO E IDENTIDAD



Figura 7. Chordeleg Las artes brillan por sus calles

Revista Vistal Sur(s.f.)

Esta cercanía con el entorno comercial, artesanal y turístico de Chordeleg ha permitido que la Joyería Cecilita se mantenga como un referente local vinculado a la tradición joyera del cantón. A lo largo de los años, su relación constante con clientes, turistas y artesanos ha fortalecido su presencia dentro de la comunidad, convirtiéndola en un espacio que va más allá de a venta de joyas, al representar parte de la identidad artesanal de la zona.

Con el paso del tiempo, Joyería Cecilita ha mantenido viva la esencia del trabajo manual y el valor de las técnicas artesanales, preservando un legado familiar que continúa transmitiéndose entre generaciones. Hoy ese recorrido se refleja en cada una de sus piezas, donde la dedicación, el detalle y la autenticidad siguen siendo parte fundamental de su identidad.

1.2. DESCRIPCIÓN DEL CASO DE INTERVENCIÓN

La Joyería Cecilita cuenta con un local de 54 m² con un diseño interior basado en vitrinas de exhibición a ambos lados del recorrido principal y un mostrador central al fondo, que concentra la atención del cliente y actúa como punto de venta principal. El ambiente se caracteriza por un alto nivel de iluminación, tanto general como puntual, con luminarias direccionales que resaltan las piezas exhibidas y un foco central decorativo que aporta sofisticación al entorno, tal como se aprecia en las Figuras 8 y 9.

Actualmente, el espacio presenta una disposición lineal que guía al usuario desde la entrada hasta el mostrador, pero carece de zonas específicas que inviten a la exploración sensorial y a la experiencia de compra. El piso de porcelanato claro, los muebles oscuros y la disposición ordenada de las vitrinas brindan un marco elegante y seguro.



Figura 8. Vista interior de Joyería Cecilita

Elaboración propia (2026)

A pesar de la organización clara del espacio, el recorrido interior se percibe principalmente como un trayecto directo hacia el punto de venta, lo que limita la permanencia del cliente dentro del local.

La ausencia de elementos que generen pausas visuales o momentos de contemplación hace que la interacción con las piezas exhibidas sea rápida y funcional, más que una experiencia de descubrimiento. Esto reduce el potencial del espacio para reforzar el carácter exclusivo y atractivo propio de una joyería.



Figura 9. Vista interior de Joyería Cecilita

Elaboración propia (2026)

1.3. ANÁLISIS URBANO Y ESTADO ACTUAL

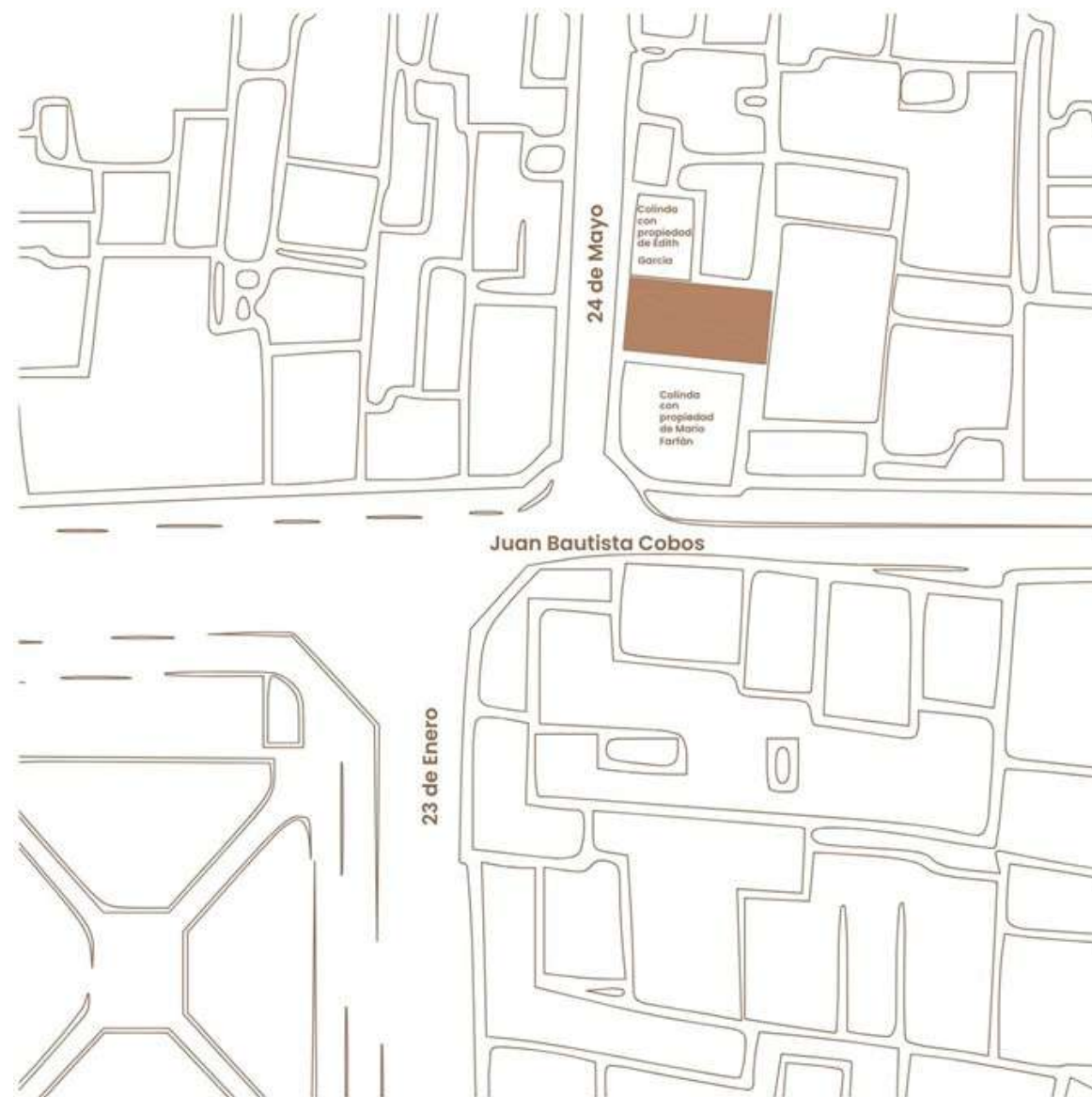


Figura 10. Ubicación de la Joyería Cecilita en Chordeleg

Elaboración propia (2026)

La ubicación del local (ver figura 10) permite comprender la relación directa que mantiene con su entorno, estableciendo una conexión constante con las calles que lo rodean y con los predios vecinos que forman parte de la dinámica cotidiana del sector.

Esto no solo define su integración dentro del contexto urbano, sino que también influye en aspectos como su visibilidad, la forma en que se percibe dentro de la zona y la interacción diaria que mantiene con su entorno.

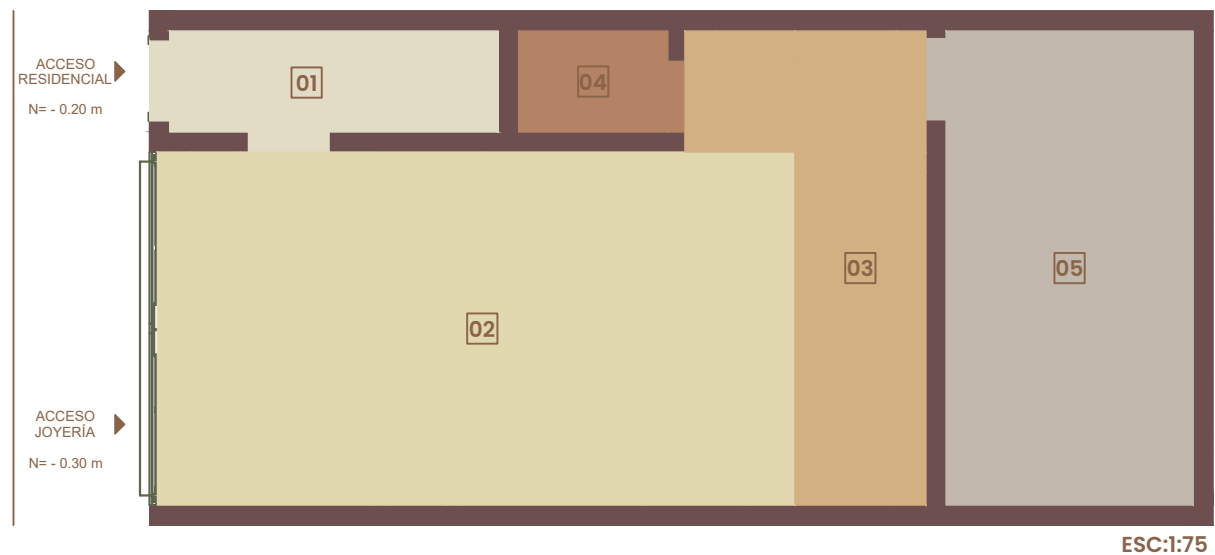
ESTADO ACTUAL

Zonificación

A partir del análisis espacial, se identifican las áreas funcionales que estructuran el funcionamiento interno de la joyería, diferenciando acceso a vivienda planta alta, zonas de exhibición, zona de almacenamiento, baño, oficina administrativa. Esta organización permite comprender la dinámica operativa del local y la manera en que el usuario

01 | ZONIFICACIÓN ESTADO ACTUAL

LISTADO DE ESPACIOS	
01	ACCESO A VIVIENDA PLANTA ALTA
02	ZONA DE EXHIBICIÓN
03	ZONA DE ALMACENAMIENTO
04	S.H
05	OFICINA ADMINISTRATIVA

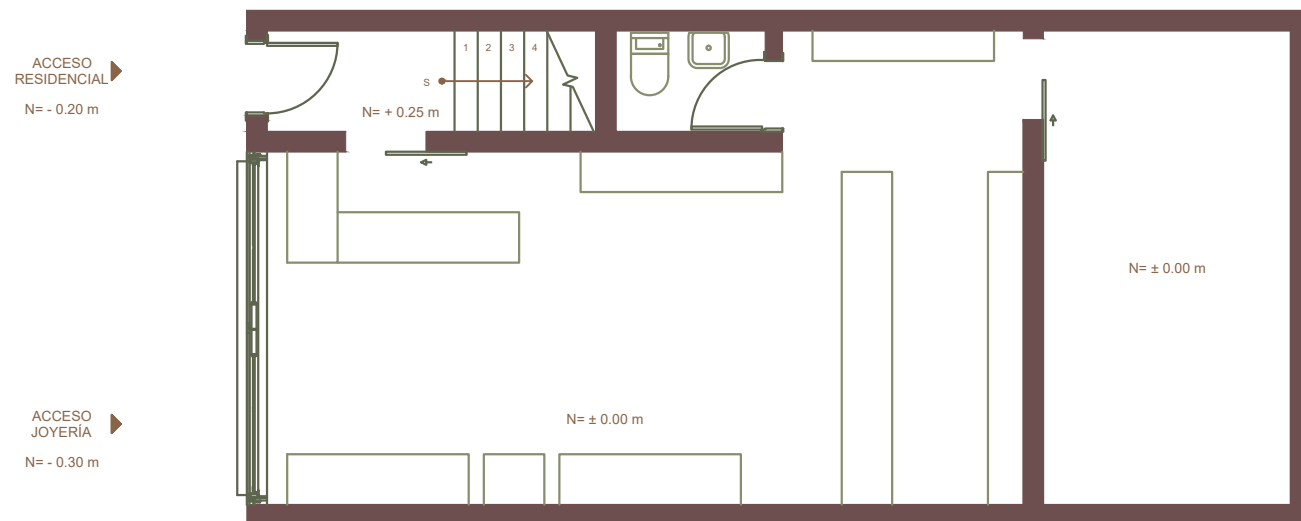


ESTADO ACTUAL

Levantamiento en estado actual

El análisis del estado actual permite reconocer las condiciones físicas, funcionales y espaciales del local, identificando tanto sus fortalezas como sus debilidades. Factores como la distribución del mobiliario, la circulación interior y la relación entre exhibición y atención comercial influyen directamente en la experiencia del usuario y en el funcionamiento general del espacio.

02 | LEVANTAMIENTO EN ESTADO ACTUAL



ESC:1:75

FOTOGRAFÍAS DE ESTADO ACTUAL

El espacio actual de la joyería presenta ciertos problemas en su organización, lo que ha generado poca eficiencia de mobiliario. En algunos puntos se evidencia escasez de espacio y proximidad entre vitrinas, provocando choques entre los elementos y dificultando el uso adecuado de las superficies de exhibición.

Esto limita la circulación y la manipulación de las joyas por parte del personal. Esto hace que el espacio pierda funcionalidad y la experiencia de atención y visualización de las piezas se ve afectada.

En el área destinada al grabado de anillos y almacenamiento de materiales (ver figura 11), se evidencia una limitada disponibilidad de espacio, lo que reduce la comodidad durante el uso diario y condiciona la correcta disposición del mobiliario.

La proximidad entre vitrinas y elementos de exhibición genera interferencias en su funcionamiento dificultando la apertura, el acceso a las piezas y la interacción del personal con las superficies de exposición (ver figura 12).

En ciertos puntos del área comercial (ver figura 13), se percibe una concentración excesiva de mobiliario, generando saturación visual y reduciendo la claridad espacial, lo que afecta directamente la circulación y la experiencia dentro del local.

Estas condiciones reflejan como la organización actual del espacio influye directamente en la dinámica diaria de la joyería, afectando tanto la forma en que se desarrolla el trabajo interno como la experiencia comercial dentro del local.

El análisis del estado actual permite comprender que cada elemento, desde la disposición del mobiliario hasta la atención y exhibición de las piezas, aporta a la manera en que el espacio funciona y es percibido por quienes lo visitan.

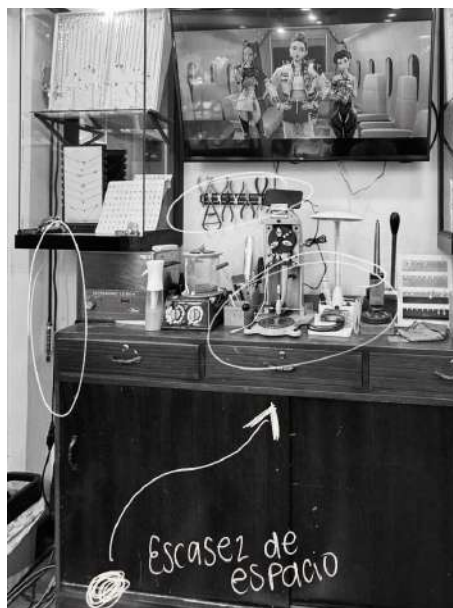


Figura 11. Escasez de espacio en área comercial
Elaboración propia (2026)



Figura 12. Interferencia entre vitrinas de exhibición
Elaboración propia (2026)

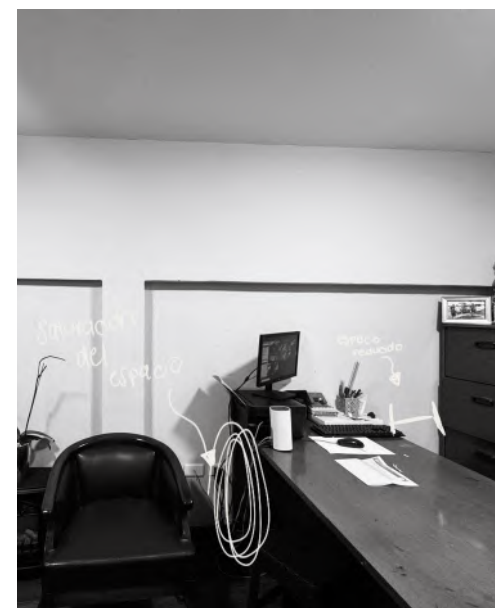


Figura 13. Saturación espacial y reducción del área útil
Elaboración propia (2026)

1.4. MAPA DE ACTORES Y ANÁLISIS PESTEL

Se trabaja mediante un mapa de actores y un análisis PESTEL, con el fin de analizar la dinámica interna del negocio y los factores externos que condicionan su desarrollo.

El mapa de actores facilita la identificación de los participantes claves involucrados en el funcionamiento del local, sus niveles de influencia y sus relaciones dentro del espacio comercial.

A su vez el análisis PESTEL examina factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales que condicionan el funcionamiento de la joyería. Estas herramientas constituyen una base estratégica para orientar decisiones funcionales, espaciales y experienciales en la propuesta de diseño interior

MAPA DE ACTORES



Mapa de actores

El mapa de actores representa a los distintos usuarios que intervienen directa e indirectamente en el funcionamiento de la Joyería Cecilita, así como su nivel de influencia e interés dentro del espacio. La organización concéntrica permite identificar jerarquías, relaciones y grados de participación en la dinámica diaria del local (ver figura 14).

El mapa de actores evidencia una estructura organizativa pequeña pero funcional, donde la interacción cercana entre propietaria, personal y clientes define la experiencia en el espacio. La presencia de grupos grandes de clientes en momentos puntuales resalta la importancia del diseño interior como herramienta para mejorar la circulación, la seguridad y la experiencia de compra.

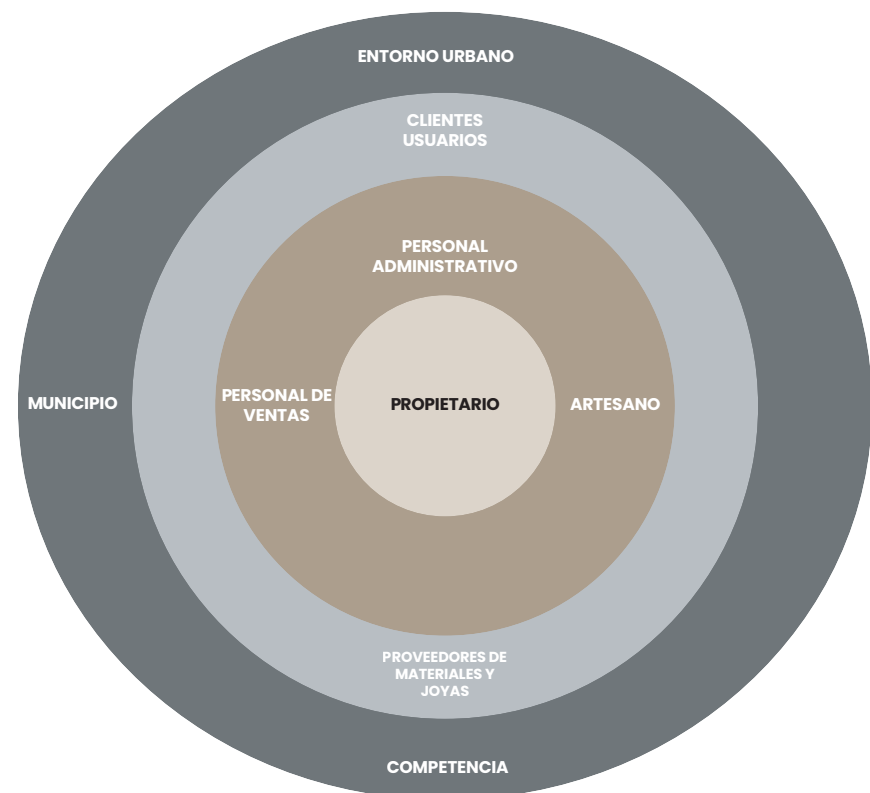


Figura 14. Mapa de actores de la Joyería Cecilita
Elaboración propia (2026)

El análisis PESTEL permite comprender el contexto externo en el que se encuentra la Joyería Cecilita y sirve como base para la toma de decisiones de diseño interior, especialmente en aspectos relacionados con seguridad, organización funcional, experiencia del usuario, imagen del espacio y sostenibilidad, asegurando que la propuesta responda no solo a criterios estéticos, sino también a condiciones reales del entorno. (ver figura 15)

El entorno de la joyería se ve influenciado por diversos factores: en el plano político, los controles gubernamentales sobre metales preciosos y los aranceles afectan tanto los costos como la seguridad del negocio. Desde el punto de vista económico, la fluctuación del precio del oro, la inflación y la competencia de productos más económicos impactan la demanda y determinan

la estrategia de diferenciación. Socialmente, se observa un creciente interés por joyas personalizadas y artesanales, así como la importancia de las celebraciones y la valoración de la tradición y autenticidad de la marca.

En el ámbito tecnológico, el uso de redes sociales, marketing digital y comercio electrónico amplía el alcance y la visibilidad de la joyería, influyendo también en la presentación del espacio físico. Por otra parte, el manejo responsable de empaques refuerza la imagen de compromiso ambiental del negocio. Finalmente, el cumplimiento de normativas contables, laborales, de seguridad industrial y de permisos de funcionamiento asegura una operación segura.

ANÁLISIS PESTEL

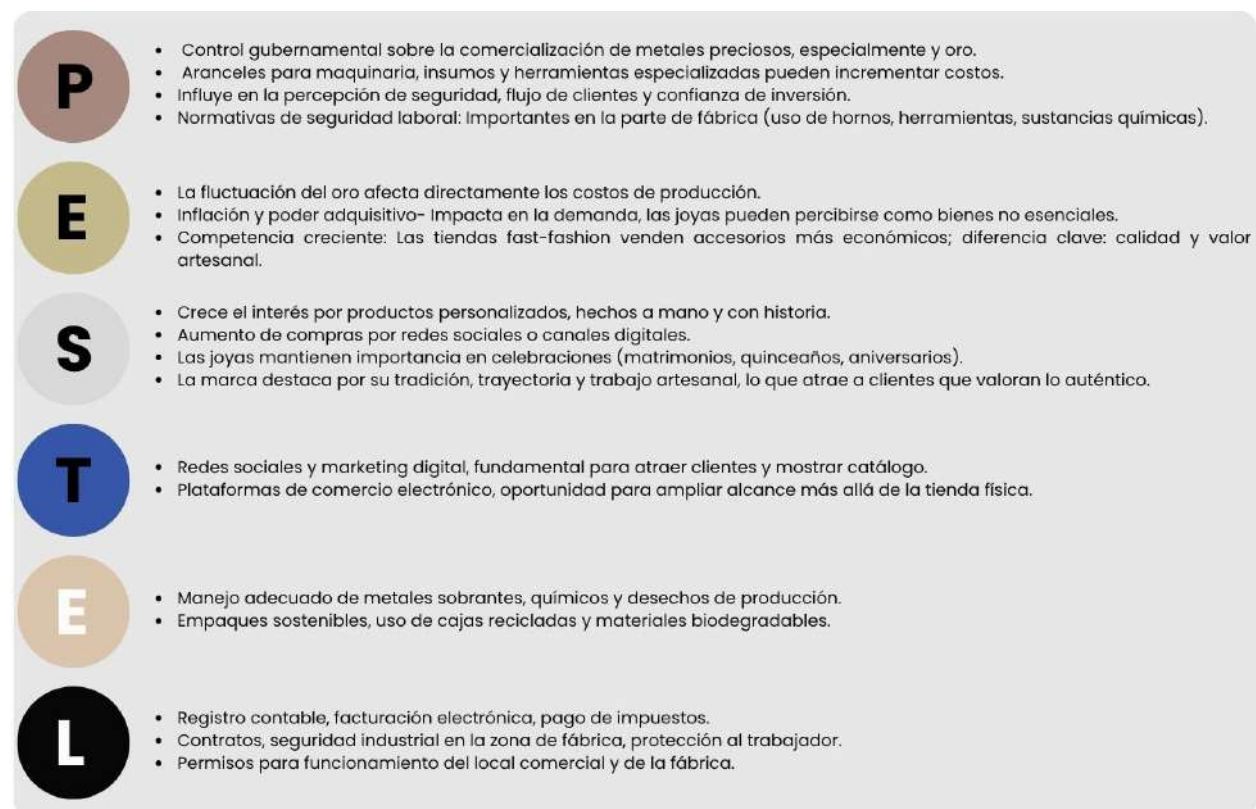


Figura 15. Análisis PESTEL

Elaboración propia (2026)

1.5. INFORMACIÓN PRIMARIA Y SECUNDARIA.

La investigación se desarrolló mediante información primaria y secundaria con el fin de comprender las necesidades funcionales, espaciales y operativas de la joyería.

La información primaria se obtuvo a través de entrevistas realizadas a la propietaria, empleadas y clientes de Joyería Cecilita, con el objetivo de identificar aspectos relacionados con el funcionamiento del local, la experiencia del usuario y las necesidades espaciales del establecimiento. La información secundaria se recopiló mediante fuentes bibliográficas y referentes relacionados con diseño comercial, diseño experiencial y espacios de retail.

Las entrevistas realizadas el 14 de noviembre de 2025 al personal de la joyería, indicaron aspectos claves relacionados con la identidad de la marca, su público objetivo, las necesidades funcionales del local y las expectativas frente a una propuesta de diseño interior. Las entrevistas completas se encuentran en los Anexos A.

Análisis de la entrevista a propietaria

La entrevista realizada a la propietaria, muestra que Joyería Cecilita tiene una identidad basada en la tradición, la calidad y la confianza, valores consolidados a lo largo de generaciones. El diseño interior debe transmitir exclusividad, profesionalismo y una experiencia memorable para el cliente.

El público objetivo es diverso, ya que la joyería comercializa productos elaborados en acero, plata y oro, con rangos de precios variables que permiten atender tanto a clientes que buscan piezas accesibles como a quienes adquieren joyería de mayor valor, por lo que debe ser un espacio versátil y coherente con distintos niveles de compra. La marca busca generar emociones positivas: comodidad, felicidad y una atención cálida que convierta la compra en un recuerdo significativo.

A nivel operativo, se identifica la necesidad de mayor espacio de exhibición, vitrinas renovadas y mejor circulación, especialmente cuando hay mayor afluencia. También se considera importante incorporar un área complementaria para acompañantes, necesidad que deberá evaluarse según la disponibilidad real del espacio y su viabilidad dentro de la propuesta.

El flujo ideal requiere un espacio más amplio y ordenado que permita atender simultáneamente sin congestión. La única área a conservar es la zona posterior, que funciona adecuadamente. No existen restricciones presupuestarias fuertes, lo que permite plantear una intervención completa y funcional.

Conclusiones del análisis de la entrevista

- La joyería refleja tradición, calidad y confianza, y el diseño debe transmitir exclusividad y generar experiencias memorables.
- El espacio debe ser versátil e inclusivo, con mejor exhibición y circulación eficiente.
- No hay restricciones fuertes de presupuesto, lo que permite intervenciones funcionales y tecnológicas.
- La zona posterior se mantiene; el resto requiere una reorganización integral para atender clientes de manera cómoda y ordenada.

Análisis de entrevista a 2 empleadas

Las entrevistas realizadas a dos empleadas, revelan la deficiencia del trabajo principalmente en las áreas con acceso directo a las joyas, donde las piezas son visibles y fáciles de manipular. Sin embargo, ambas coinciden en que existen dificultades en zonas donde la visibilidad es limitada, especialmente en vitrinas cercanas a la calle, en exhibidores superpuestos o en espacios interiores donde las joyas quedan ocultas. Esto afecta la rapidez de atención y la fluidez operativa.

La iluminación no representa un problema; ambas empleadas reconocen que el local cuenta con luz suficiente y adecuada para mostrar las piezas. En cambio, consideran que ciertos puntos

del recorrido confunden al cliente, especialmente vitrinas de baja visibilidad o ubicadas dentro del mostrador, lo que dificulta apreciar los productos.

En cuanto a la experiencia del cliente, el ambiente general se percibe cómodo, aunque se mencionan zonas amplias poco organizadas, principalmente en las áreas de circulación y exhibición, debido a la falta de jerarquía espacial y organización del mobiliario, lo que podría generar incomodidad visual. Además, se menciona que la privacidad para la atención personalizada es limitada, debido a que no existe un espacio destinado exclusivamente para ello.

Ambas empleadas coinciden en que el área de almacenamiento es adecuada, pero señalan necesidades operativas importantes: mayor espacio en la zona posterior para evitar choques entre exhibidores, vitrinas más amplias y un área dedicada a actividades internas como limpieza de piezas, empaque y descansos. Aunque la seguridad física no interfiere en su labor, la falta de espacios específicos y la organización limitada sí afectan la eficiencia del trabajo diario.

Conclusiones del análisis de la entrevista a empleadas

- La eficiencia operativa depende de la visibilidad y accesibilidad de las joyas; vitrinas con baja visibilidad o superpuestas dificultan la atención.
- La iluminación es adecuada, pero algunas zonas del recorrido confunden al cliente y limitan la apreciación de las piezas.
- El ambiente es cómodo, aunque con espacios amplios y poco organizados, los cuales afectan la percepción visual y la fluidez del recorrido.

Análisis de entrevista a 5 clientes frecuentes

Se realizaron entrevistas semiestructuradas a cinco clientes frecuentes de la Joyería Cecilita, la muestra estuvo conformada por mujeres con un rango de edad entre 25 y 58 años con distintas ocupaciones. En cuanto a sus hábitos de compra, se identificó el consumo de piezas elaboradas en acero, plata y oro, incluyendo accesorios de uso cotidiano, regalos para ocasiones especiales y joyería fina de mayor valor adquisitivo. Esta diversidad de perfiles permitió obtener percepciones amplias sobre la experiencia, la exhibición de productos y el funcionamiento general del local.

A partir de estas entrevistas se identificaron patrones comunes relacionados a la iluminación, circulación, privacidad y percepción estética del espacio. Las entrevistas individuales realizadas a clientes frecuentes se encuentran desarrolladas en el apartado de anexos A, donde se detallan las respuestas obtenidas.

Visualización y acceso a las joyas

En general, los clientes encuentran las piezas con facilidad, pero mencionan problemas recurrentes: vitrinas demasiado bajas, falta de señalización y exceso de piezas en algunas exhibiciones. También se sugiere mejorar la organización por categorías o estilos.

Exhibición y visibilidad de las piezas

Aunque la mayoría considera que las vitrinas permiten ver bien las joyas, hay tres problemas constantes:

- Reflejos en el vidrio.
- Falta de contraste en los fondos de las vitrinas.
- Piezas pequeñas o especiales que no destacan lo suficiente.

1.5. INFORMACIÓN PRIMARIA Y SECUNDARIA.

Iluminación

La iluminación es percibida como agradable, pero con puntos a mejorar:

- Reflejos molestos.
- Luz insuficiente en algunas áreas.
- Falta de iluminación focal en piezas de alto valor.
- Preferencia por luz más blanca.

Circulación y congestión

Todas coinciden en que el espacio es cómodo para caminar, pero se congestiona cuando hay más clientes, especialmente:

- Cerca de la entrada.
- Zona de caja.
- Días festivos o fines de semana.

Privacidad

Hay una preocupación clara: la insuficiente privacidad al revisar piezas costosas.

Las clientes sugieren:

- Un salón o área privada.
- Espacios más discretos para asesoría personalizada.

Ambiente y estética

El ambiente general se percibe como agradable, elegante y ordenado, aunque algunas clientes lo consideran no sobresaliente. Se destaca la necesidad de:

- Mejor contraste visual.
- Mayor coherencia en iluminación y exhibición.

A partir de la información obtenida en las entrevistas realizadas a la propietaria, empleadas y clientes, se desarrollaron tres personas design con el fin de representar las características, necesidades, comportamientos y expectativas de los principales usuarios de la joyería.

Esta herramienta permitió comprender de manera más precisa la relación entre el usuario y el espacio comercial.

A continuación, se presentarán la persona design correspondiente a propietaria, empleada, cliente elaborados a partir de la información obtenida.

PERSONA DESIGN

PROPIETARIA



CECILIA GARCÍA

Edad: 50 años

Ocupación: Gerente administrativa de la joyería

Cecilia coordina todas las operaciones internas de la tienda, desde facturación hasta inventarios. Tiene experiencia en gestión de negocios y se enfoca en que la joyería funcione de manera eficiente y organizada.

Necesidades:

- Mayor espacio de exhibición.
- Circulación más fluida en horas de alta afluencia.
- Áreas funcionales para atención y organización.

Frustraciones:

- Espacio reducido.
- Congestión de clientes.
- Vitrinas limitadas para exhibir productos.

Intereses:

- Atención personalizada.
- Experiencias de compra memorables.
- Conservación de la identidad tradicional de la marca.

Figura 16. Persona design. Propietaria

Elaboración propia (2026)

VENDEDORA



CAMILA PAREDES

Edad: 25 años

Ocupación: Vendedora de joyería

Camila trabaja diariamente en la atención al cliente y manipulación de joyas. Valora un espacio organizado, cómodo y funcional que facilite el acceso a las piezas y permita brindar una atención eficiente.

Necesidades:

- Vitrinas más amplias y accesibles.
- Espacio destinado para limpieza y empaque.
- Mejor organización interna.

Frustraciones:

- Exhibidores muy juntos.
- Joyas poco visibles en ciertas áreas.
- Dificultad de movimiento en la zona posterior.

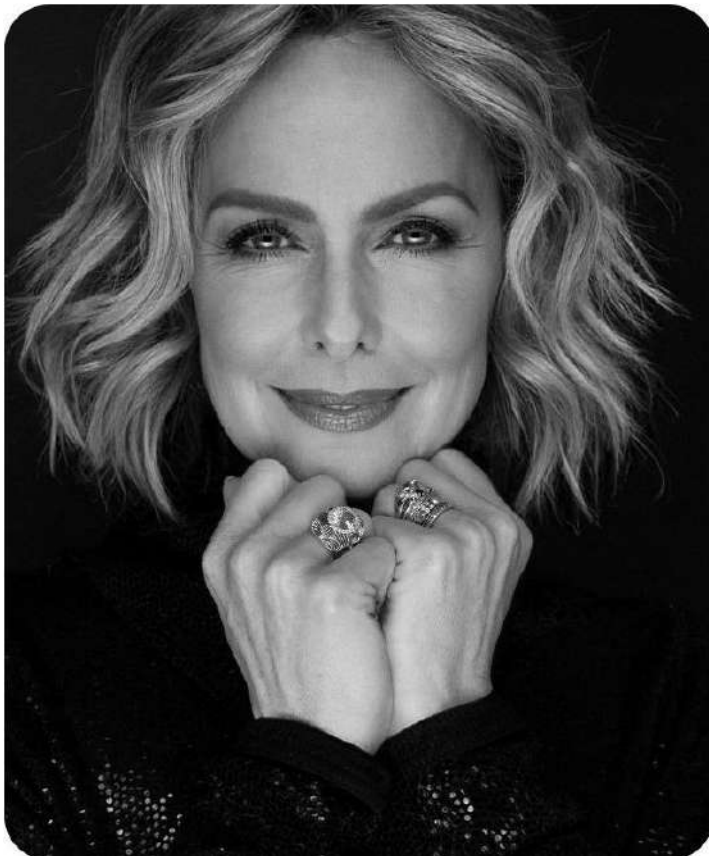
Intereses:

- Atención eficiente.
- Organización del espacio.
- Exhibición clara de productos.

Figura 17. Persona design. Vendedora

Elaboración propia (2026)

CLIENTE

**ALEJANDRA RAMÍREZ**

Edad: 52 años

Ocupación: Comerciante

Alejandra visita frecuentemente la joyería para adquirir regalos y accesorios personales. Busca un ambiente elegante y cómodo donde pueda observar las piezas con tranquilidad y recibir atención personalizada.

Necesidades:

- Mayor privacidad al observar joyas de valor.
- Mejor iluminación en vitrinas.
- Espacios cómodos para recorrer la tienda.

Frustraciones:

- Congestión cerca de la entrada.
- Reflejos en vitrinas.
- Sensación de poca discreción en ciertas áreas.

Intereses:

- Joyería para ocasiones especiales.
- Ambientes elegantes y organizados.
- Atención personalizada.

Figura 18. Persona design. Cliente

Elaboración propia (2026)

1.6. PROYECTOS HOMÓLOGOS O REFERENTES

Selección y análisis de homólogos o referentes de joyería

Como se especifica en el capítulo 2 de estrategias, el presente proyecto desarrolla tres propuestas de joyería: alta joyería, fast jewelry y joyería de autor, con base a esta clasificación se seleccionaron referentes internacionales pertenecientes a las tipologías identificadas, con el objetivo de analizar estrategias espaciales, comerciales y experienciales aplicables al proyecto. La selección consideró criterios como tipo de producto, nivel de exclusividad, perfil de cliente, propuesta experiencial y lenguaje espacial.

Para profundizar en la comprensión de estas tipologías, se realizó una investigación comparativa de establecimientos de joyerías, cada referente fue clasificado según la tipología que mejor representaba su modelo comercial, permitiendo identificar casos representativos para el análisis funcional, expresivo, conceptual y tecnológico aplicable a Joyería Cecilita.

Alta Joyería

Cartier – Flagship Fifth Avenue, Nueva York
Tiffany & Co. – The Landmark, Nueva York (2023)

Fast jewelry

Pandora – Concept Store, Shanghái
Tous – Flagship Barcelona

Joyería de autor

Pd Paola
YIN Fine Jewelry Boutique / odd

Posteriormente, se realizó un análisis comparativo de los referentes seleccionados con el fin de determinar su pertinencia como inspiración para la propuesta de diseño interior. Para ello, se establecieron cuatro criterios de evaluación: funcional, expresivo, conceptual y tecnológico.

A continuación, se presentan los referentes seleccionados y su correspondiente análisis.

Tras el análisis, se escogió una referencia clave por tipología, considerando su balance entre funcionalidad, expresión, concepto y tecnología.

La selección de estos referentes responde a la necesidad de identificar estrategias de diseño interior aplicables a joyería Cecilita, considerando su carácter dentro del sector joyero. A través de su análisis se busca reconocer aportes funcionales, expresivos, conceptuales y tecnológicos que permitan fortalecer la propuesta proyectual del local, integrando criterios de exclusividad y accesibilidad.

1.6. PROYECTOS HOMÓLOGOS O REFERENTES

PROYECTO: TIFFANY & CO. – LANDMARK NY

UBICACIÓN: NUEVA YORK, EE. UU.

ARQUITECTO / DISEÑADOR: JEAN-MICHEL WILMOTTE

La tienda The Landmark de la marca Tiffany & Co. se encuentra ubicada en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos. Este espacio corresponde a la sede insignia de la marca en dicho país y forma parte de su renovación más reciente dentro de su estrategia de expansión global.

El proyecto fue reabierto en el año 2023, tras una intervención integral del edificio histórico donde se emplaza, con el objetivo de modernizar la experiencia de la marca sin perder su identidad arquitectónica original.



FUNCIONAL

La disposición del espacio permite una circulación eficiente y natural entre áreas de exhibición y atención al cliente. Las vitrinas están integradas de manera estratégica para facilitar la visualización de piezas sin interferir con la movilidad. Además, cuenta con zonas privadas de atención para consultas personalizadas y compra de piezas exclusivas. La distribución apoya la comodidad del cliente y del personal, optimizando la experiencia de compra.

EXPRESIVO

Refleja sofisticación y elegancia a través del uso de materiales nobles como mármol, madera fina y metales pulidos. Los detalles cuidadosamente elaborados transmiten lujo y exclusividad, generando una atmósfera de prestigio. Cada elemento, desde la iluminación hasta el mobiliario, está diseñado para comunicar refinamiento y distinción.

CONCEPTUAL

La identidad del espacio, refuerza su carácter premium. La experiencia de compra se transforma en un momento exclusivo, donde cada interacción y recorrido refuerza la percepción de lujo y singularidad. El diseño se centra en la creación de un ambiente que conecte emocionalmente con los clientes, transmitiendo historia, valor y tradición de la marca.

TECNOLÓGICO

Incorpora pantallas inmersivas y sistemas de iluminación controlada que permiten destacar cada pieza de joyería según su diseño y material. La tecnología se integra de manera elegante, sin perder la calidez ni la exclusividad del ambiente, mejorando la experiencia sensorial del cliente.

Figura 19. Audrey experience

Tiffany & Co (s.f.)

A continuación, se presenta el collage correspondiente al referente seleccionado, el cual permite visualizar de manera sintetizada las características principales del proyecto analizado (ver figura 20).

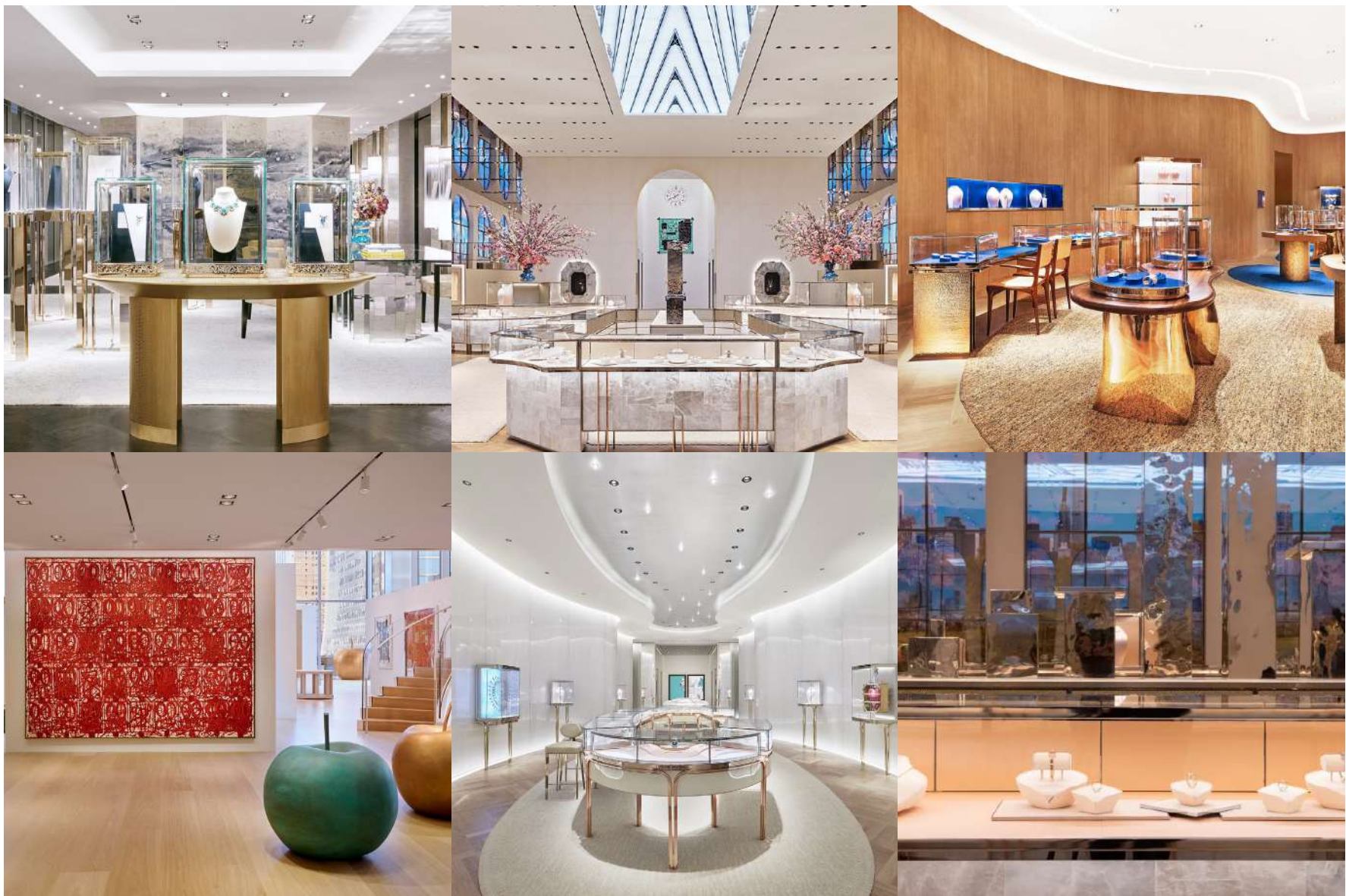


Figura 20. Collage.Tiffany & Co
Elaboración propia (2026)

PROYECTO: TOUS – FLAGSHIP BARCELONA

UBICACIÓN: BARCELONA, ESPAÑA

ARQUITECTO / DISEÑADOR: EQUIPO INTERNO DE DISEÑO TOUS

La tienda flagship de la marca TOUS se encuentra ubicada en la ciudad de Barcelona, España. Este proyecto representa uno de los espacios comerciales más representativos de la marca, diseñado para reflejar su identidad contemporánea.

El proyecto fue desarrollado por el equipo interno de diseño de TOUS, con el objetivo de crear una experiencia comercial memorable.



FUNCIONAL

El recorrido dentro de la tienda es claro, lineal y directo, facilitando que cualquier cliente encuentre productos sin dificultad. La disposición de vitrinas, estanterías y espacios abiertos asegura accesibilidad universal y comodidad durante la compra. La organización permite una rápida atención al cliente y visibilidad de todas las colecciones.

EXPRESIVO

El diseño transmite cercanía y simpatía mediante colores vivos y elementos gráficos que reflejan la identidad de la marca. Los materiales y acabados son amigables y acogedores, generando un ambiente cómodo y familiar que invita a explorar la tienda. Se busca que el cliente se sienta conectado con la marca desde el primer contacto visual.

CONCEPTUAL

Refuerza el carácter comercial y accesible del retail, consolidando la identidad de Tous como una marca cercana y reconocible, cada elemento del diseño comunica modernidad. El espacio no solo vende productos, sino que también fortalece la relación emocional con los clientes.

TECNOLÓGICO

Incluye iluminación uniforme que resalta productos y crea un ambiente agradable. La señalética facilita la orientación y navegación por la tienda, ofreciendo una experiencia cómoda sin ser intrusiva.

Figura 21. CASATOUS estrena 'flagship' en Passeig de Gràcia

Fever (s.f.)

A continuación, se presenta el collage correspondiente al referente seleccionado, el cual permite visualizar de manera sintetizada las características principales del proyecto analizado (ver figura 22).

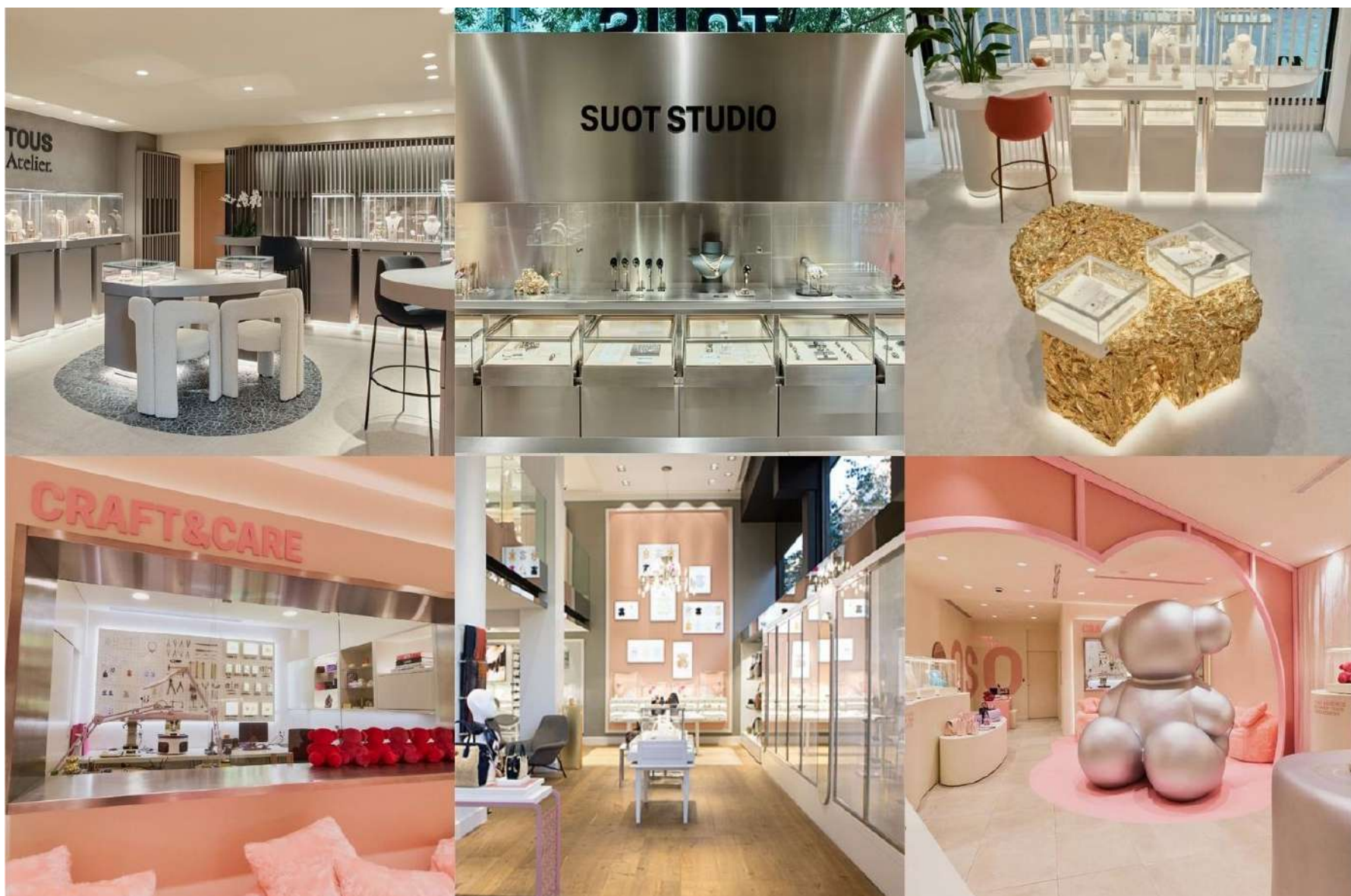


Figura 22. Collage.Tous flagship Barcelona

Elaboración propia (2026)

PROYECTO: PD PAOLA

UBICACIÓN: ESPAÑA

ARQUITECTO / DISEÑADOR: PD PAOLA STUDIO

El proyecto PD PAOLA corresponde a la marca de joyería contemporánea PD PAOLA, originaria de España, reconocida por su enfoque en el diseño moderno, femenino y minimalista dentro del sector de la joyería accesible de autor.

El proyecto ha sido desarrollado por el equipo interno de diseño, PD PAOLA Studio, encargado de traducir el lenguaje de la marca en un espacio comercial coherente, sofisticado y alineado con su estrategia global de retail.



FUNCIONAL

El espacio está diseñado para exhibir colecciones de manera dinámica y facilitar la interacción del cliente con las piezas. La distribución modular asegura que cada colección tenga su propio protagonismo, sin interferir con otras áreas, mejorando la experiencia de compra y exploración.

EXPRESIVO

Presenta una estética moderna y minimalista, con geometrías fluidas y elementos esculturales, genera impacto visual y sensorial, comunicando la visión contemporánea de la marca. Los materiales y acabados refuerzan la sofisticación y el carácter único del diseño.

CONCEPTUAL

Refleja la filosofía de la marca, donde cada pieza y cada espacio son una extensión de su identidad. La experiencia busca despertar emociones y generar conexión con el cliente, destacando la innovación y creatividad de la marca.

TECNOLÓGICO

La iluminación se utiliza para resaltar piezas clave. La tecnología de exhibición es básica, enfocándose en resaltar el diseño de las joyas sin distracciones digitales excesivas.

Figura 23.PDPAOLA

Modaes (2024)

A continuación, se presenta el collage correspondiente al referente seleccionado, el cual permite visualizar de manera sintetizada las características principales del proyecto analizado (ver figura 24).



Figura 24. Collage.PDPAOLA

Elaboración propia (2026)

1.7. CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO

En conclusión, la Joyería Cecilita cuenta con fortalezas vinculadas a su trayectoria comercial, la variedad de productos que ofrece, su componente artesanal y su capacidad de atender a distintos perfiles de clientes. Esto lo permite posicionarse como una joyería de carácter híbrido, donde conviven atributos de exclusividad, accesibilidad y valor simbólico en cada pieza. Sin embargo, también se evidencian limitaciones espaciales y funcionales, como la falta de espacio, interferencia entre vitrinas y áreas de circulación, una exhibición poco jerarquizada y la ausencia de una organización espacial definida según sus distintas líneas de productos.

Respecto a los actores involucrados, se identificó que cada uno cumple un papel clave dentro del funcionamiento de la joyería. La propietaria requiere un espacio funcional, seguro y alineado con la identidad de la marca, los empleados necesitan mejores condiciones para desarrollar sus actividades de atención y manipulación de piezas y los clientes valoran una experiencia de compra cómoda, ordenada y visualmente atractiva.

A partir de la información obtenida en las entrevistas realizadas a las clientes, se identifica un público conformado por usuarios con diferentes necesidades y comportamientos de compra, esto permitió reconocer un perfil de usuario amplio y diverso, conformado tanto por clientes que buscan piezas accesibles para uso cotidiano como por quienes adquieren joyas con mayor valor económico, simbólico o emocional. Esta diversidad plantea la necesidad de proyectar un espacio interior versátil, capaz de comunicar cercanía comercial sin perder la percepción de exclusividad que caracteriza a ciertas líneas de producto.

Por otra parte, a partir de la información obtenida en las entrevistas realizadas a las clientes, evidenció una clara inclinación hacia experiencias de compra más personalizadas, espacios cuidadosamente diseñados, exhibiciones claras, incorporación de tecnología de forma sutil y ambientes que generen una conexión

más significativa entre la marca, el producto y el usuario. En este contexto, el diseño interior deja de ser únicamente un recurso estético para convertirse en una herramienta estratégica dentro de la experiencia comercial.

Finalmente, el análisis de referentes permitió identificar estrategias de diseño vinculadas a la presentación del producto y la organización del espacio, las cuales sirven como base para Joyería Cecilita.

En conjunto, estos hallazgos evidencian la oportunidad de transformar Joyería Cecilita en un espacio más funcional, atractivo y coherente con su identidad, donde la experiencia de compra, la exhibición del producto y la operatividad interna se integren de manera armónica, respondiendo tanto a las necesidades del negocio como a las expectativas de sus usuarios.



CAPÍTULO 02.
ESTRATEGIAS

2.1 TIPOS DE JOYERÍA.....	45
2.2 INTRODUCCIÓN AL CAPÍTULO.....	47
2.3 DEFINICIÓN DE CRITERIOS DE DISEÑO	57
2.4 JOYERÍA ARTESANAL.....	59
2.5 FAST JEWELRY	63
2.6 JOYERÍA DE ALTA GAMA.....	67
2.7 CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO	71

2.1 TIPOS DE JOYERÍA

Tipologías de establecimientos de joyería

Para comprender las diferentes tipologías existentes dentro del sector joyero, se toma como referencia la clasificación planteada por Blanca Altube Calvo en el capítulo Visual merchandising en el sector de la joyería, incluido en la publicación La gestión profesional del merchandising, coordinada por Gloria Jiménez Marín (España, 2017).

La autora señala que las joyerías pueden diferenciarse en diversas categorías de acuerdo con el valor del producto, su nivel de exclusividad y el perfil de consumo, entre las que destacan la alta joyería, la bisutería y las propuestas diferenciadas vinculadas al diseño exclusivo, asociadas a la joyería de autor. Esta clasificación permite comprender distintos enfoques comerciales, experienciales y espaciales dentro del mercado joyero.

Alta joyería

Corresponde al segmento de mayor exclusividad dentro del mercado joyero, conformado por piezas elaboradas con materiales preciosos de alto valor, como oro, platino, diamantes y piedras preciosas. Su propuesta se centra en la excelencia, sofisticación y exclusividad desarrollándose en espacios diseñados para ofrecer una experiencia donde predomina la atención personalizada, y una ambientación elegante que refuerza la percepción de lujo, prestigio y permanencia

Bisutería o Fast Jewelry

Comprende establecimientos orientados a un público amplio, con piezas elaboradas en materiales como acero, plata o acabados con baño de oro, ofreciendo productos de distintos rangos de calidad y precios. Su enfoque se basa en la accesibilidad, la variedad y la rápida rotación de tendencias, priorizando

una experiencia de compra dinámica, funcional y versátil. El concepto de fast jewelry responde a un consumo más inmediato, influenciado por la moda, la renovación constante de colecciones y la disponibilidad rápida y asequible del producto.

Joyería de autor

Corresponde a establecimientos donde las piezas son creadas desde una propuesta creativa propia, generalmente desarrolladas por diseñadores o joyeros independientes, con colecciones limitadas, identidad estética definida y un fuerte componente conceptual. Se caracteriza por priorizar la singularidad y la innovación, donde cada pieza adquiere valor por su detalle y originalidad, generando así una experiencia más exclusiva para el usuario.

Clasificación de Joyería Cecilita dentro del sector joyero

A partir de la clasificación planteada, Joyería Cecilita se identifica como un establecimiento de tipología híbrida, ya que su oferta comercial integra características propias de la alta joyería y de la bisutería o fast jewelry, incorporando además un componente distintivo vinculado a la joyería de autor mediante piezas de carácter artesanal y valor simbólico.

Por una parte, la presencia de joyas elaboradas en oro con diamantes, esmeraldas, rubíes y otras piedras preciosas la acerca al segmento de alta joyería, donde predominan la exclusividad, el valor económico y la atención personalizada.

Al mismo tiempo, la comercialización de piezas en acero, plata y acabados con baño de oro, con rangos de precio más accesibles, la relaciona con la categoría de bisutería o fast jewelry, permitiéndole atender a un público amplio y diverso. Finalmente, su vínculo con la joyería artesanal y valor emocional asociado

a cada pieza incorporan atributos cercanos a la joyería de autor, donde la identidad, la singularidad y la conexión simbólica con el producto adquieren relevancia.

En este sentido, Joyería Cecilita puede definirse como una joyería comercial de carácter híbrido, con atributos de exclusividad, accesibilidad y valor artesanal, condición que determina la necesidad de un espacio interior versátil, elegante y funcional, capaz de responder a distintos perfiles de cliente.

Para el desarrollo del proyecto se analizaron diversas tipologías de establecimiento de joyería; sin embargo, se seleccionaron aquellas que presentan diferencias más claras y relevantes para el diseño espacial.

La elección de estas categorías responde a su capacidad de evidenciar contrastes significativos en los procesos productivos, la forma de comercialización y el tipo de experiencia ofrecida al usuario, aspectos que inciden directamente en la organización del espacio, los niveles de seguridad y el tipo de interacción con el producto. En este sentido, se identifican tres tipologías principales de joyería (ver esquema 1).

Esta clasificación permite definir criterios diferenciados de exhibición, iluminación y materialidad en función de los procesos productivos, la forma de comercialización y la experiencia del usuario, optimizando el desempeño del espacio y la experiencia de compra.

Cada una de estas tipologías responde a dinámicas comerciales y espaciales distintas, lo que permite identificar estrategias específicas de diseño interior aplicadas a la distribución, circulación y relación entre usuario y producto. A partir de este análisis se establecen criterios que contribuyen a generar espacios funcionales, seguros y acordes a la experiencia que cada establecimiento busca transmitir.

CLASIFICACIÓN DE TIPOS DE JOYERÍA

JOYERÍA DE AUTOR

- Valor cultural
- Trabajo manual

FAST JEWELRY

- Distribución masiva
- Producción en serie

ALTA JOYERÍA

- Alta seguridad
- Atención personalizada

Esquema 1. Elaboración propia (2026)

2.2 INTRODUCCIÓN AL CAPÍTULO

El presente capítulo tiene como finalidad establecer de manera clara las decisiones que guían el proyecto de diseño interior para la Joyería Cecilita, a partir del análisis de las necesidades identificadas en las distintas tablas realizadas a partir de entrevistas y del análisis de la marca.

Este capítulo organiza, clasifica y justifica los criterios funcionales, tecnológicos, expresivos, experienciales, de accesibilidad y de seguridad, los cuales servirán como base para el desarrollo del diseño interior. A partir de estas estrategias se estructurará la propuesta espacial, permitiendo una toma de decisiones coherente y fundamentada.

Tablas de necesidades

Las tablas de necesidades se elaboraron a partir de las entrevistas realizadas a la propietaria, a las vendedoras y a los clientes de la Joyería Cecilita, así como del análisis de la marca. Su objetivo es identificar los criterios funcionales, tecnológicos, expresivos, experienciales, de accesibilidad y de seguridad que el espacio debe resolver.

TABLA DE NECESIDADES: PROPIETARIA

Fuente	Perfil / Identidad	Necesita...	Porque...	¿Cómo podríamos...?	Estrategias tentativas	Tema o valor emergente		
Usuario 1	PROPIETARIA	A	Un espacio que represente la tradición y prestigio de la marca	La joyería se construye sobre historia, confianza y calidad	¿Cómo podríamos expresar la identidad de la marca en el espacio?	1	Elementos espaciales que refuercen la imagen de marca	Diseño experiencial
						2	Diseño interior sobrio y atemporal	Identidad de marca
						3	Uso de materiales nobles y acabados elegantes	Identidad de marca
		B	Una experiencia interior memorable y exclusiva	El cliente debe recordar la visita por su valor emocional	¿Cómo podríamos generar una experiencia de alta joyería?	1	Iluminación escenográfica que resalte las piezas	Diseño experiencial
						2	Ambientación que transmita exclusividad y profesionalismo	Diseño experiencial
						3	Secuencia espacial que acompañe la experiencia de compra	Diseño sensorial
		C	Mayor capacidad y orden en la exhibición	El espacio reducido dificulta la visualización del producto	¿Cómo podríamos optimizar la exhibición sin saturar?	1	Vitrinas con almacenamiento integrado	Almacenamiento
						2	Exhibición modular y organizada por categorías	Almacenamiento
						3	Uso de vitrinas verticales para optimizar espacio	Almacenamiento
		D	Circulación cómoda y segura	El alto flujo de clientes genera congestión	¿Cómo podríamos mejorar el flujo interno del local?	1	Distribución clara del mobiliario	Accesibilidad y seguridad
						2	Pasillos amplios y recorridos definidos	Accesibilidad y seguridad
						3	Zonas diferenciadas de atención y espera	Bienestar y confort
		E	Un espacio que genere comodidad para todos los usuarios	La experiencia debe ser grata y sin estrés	¿Cómo podríamos mejorar el confort del cliente?	1	Mobiliario ergonómico y confortable	Bienestar y confort
						2	Mobiliario pensado para todos	Bienestar y confort
						3	Tratamiento acústico y visual para mayor confort	Diseño sensorial

Figura 25. Tabla de necesidades: Propietaria

Elaboración propia (2026)

TABLA DE NECESIDADES: CLIENTES

Fuente	Perfil / Identidad	Necesita...	Porque...	¿Cómo podríamos...?	Estrategias tentativas	Tema o valor emergente		
Usuario 3	CLIENTES	A	Mejor visualización y acceso a las joyas	Algunas vitrinas son bajas y están saturadas	¿Cómo podríamos facilitar la lectura de las piezas?	1	Vitrinas a altura visual adecuada	Accesibilidad y seguridad
						2	Organización por categorías o estilos	Diseño experiencial
						3	Señalización discreta en exhibiciones	Bienestar y confort
		B	Mayor destaque de piezas especiales	Las joyas pequeñas o de alto valor pasan desapercibidas	¿Cómo podríamos resaltar las piezas más valiosas?	1	Fondos con mayor contraste visual	Diseño sensorial
						2	Vitrinas con jerarquía visual	Almacenamiento
						3	Eliminación de reflejos en vidrios	Diseño sensorial
		C	Iluminación precisa y controlada	Existen zonas con luz insuficiente o reflejos molestos	¿Cómo podríamos optimizar la iluminación del local?	1	Iluminación focal para piezas de alto valor	Diseño sensorial
						2	Uso de luz blanca controlada	Diseño sensorial
						3	Reducción de reflejos lumínicos	Bienestar y confort
		D	Circulación fluida en momentos de alta afluencia	Se generan congestiones en zonas clave	¿Cómo podríamos evitar acumulaciones de personas?	1	Reorganización del acceso principal	Accesibilidad y seguridad
						2	Redistribución de la zona de caja	Accesibilidad y seguridad
						3	Diseño de recorridos claros	Diseño experiencial
		E	Mayor privacidad en la atención	Las piezas costosas requieren espacios discretos	¿Cómo podríamos mejorar la atención personalizada?	1	Área privada para asesoría	Bienestar y confort
						2	Espacios semi-privados integrados al local	Bienestar y confort

Figura 26. Tabla de necesidades: Clientes

Elaboración propia (2026)

TABLA DE NECESIDADES: VENDEDORAS

Fuente	Perfil / Identidad	Necesita...	Porque...	¿Cómo podríamos...?	Estrategias tentativas	Tema o valor emergente		
Usuario 2	VENDEDORAS	A	Áreas de exhibición con alta visibilidad y fácil acceso	La eficiencia mejora cuando las joyas son visibles y manipulables	¿Cómo podríamos optimizar la visibilidad de las piezas?	1	Exhibición accesible que permita interacción directa durante la atención	Accesibilidad y seguridad
						2	Eliminación de exhibidores superpuestos	Accesibilidad y seguridad
						3	Reorganización de vitrinas	Accesibilidad y seguridad
		B	Recorridos claros para el cliente	Algunos puntos del local generan confusión visual	¿Cómo podríamos facilitar la lectura del recorrido?	1	Jerarquización visual de vitrinas principales	Almacenamiento
						2	Exhibición frontal sin obstáculos visuales	Almacenamiento
						3	Orden espacial que guíe al cliente	Bienestar y confort
		C	Espacios visualmente organizados	Zonas amplias desordenadas generan incomodidad	¿Cómo podríamos mejorar la percepción visual del espacio?	1	Organización clara del mobiliario	Bienestar y confort
						2	Reducción de elementos innecesarios en áreas amplias	Bienestar y confort
						3	Diseño limpio que evite saturación visual	Diseño experiencial
		D	Mayor eficiencia operativa en zonas de trabajo	La falta de espacio genera conflictos y falta de fluidez	¿Cómo podríamos optimizar el funcionamiento interno?	1	Ampliación del área operativa	Almacenamiento
						2	Vitrinas de mayor capacidad	Almacenamiento
						3	Zonas diferenciadas para limpieza y empaque	Almacenamiento
		E	Espacios específicos para actividades internas	La ausencia de áreas definidas afecta la eficiencia	¿Cómo podríamos ordenar las funciones internas?	1	Área exclusiva para procesos internos	Almacenamiento
						2	Separación entre área pública y operativa	Accesibilidad y seguridad
						3	Área de descanso integrada al espacio	Bienestar y confort

Figura 27. Tabla de necesidades: Vendedoras

Elaboración propia (2026)

TABLA DE NECESIDADES: IDENTIDAD DE MARCA

Fuente	Perfil / Identidad	Necesita...	Porque...	¿Cómo podríamos...?	Estrategias tentativas	Tema o valor emergente		
Marca	IDENTIDAD DE MARCA	A	Lenguaje gráfico propio	La marca compete en un entorno saturado y necesita reconocimiento inmediato	¿Cómo podríamos construir una imagen espacial reconocible?	1	Definir una paleta cromática base y aplicarla de forma constante en muros, mobiliario y vitrinas.	Identidad de marca
						2	Diseñar mobiliario a medida con un lenguaje formal propio de la marca.	Identidad de marca
						3	Integrar el logotipo de manera sutil en fachada, vitrinas o mostrador.	Identidad de marca
		B	Generar una experiencia	El cliente requiere confianza y tiempo para decidir una compra de alto valor	¿Cómo podríamos diseñar el espacio para favorecer una atención cercana?	1	Diseñar un recorrido claro que evite cruces innecesarios.	Bienestar y confort
						2	Utilizar mobiliario ergonómico que permita interacción cómoda.	Bienestar y confort
						3	Reducir la cantidad de piezas por vitrina para evitar saturación.	Bienestar y confort
		D	Transmitir seguridad y credibilidad	El cliente debe percibir calidad, autenticidad y respaldo	¿Cómo podríamos expresar profesionalismo sin crear un ambiente frío o distante?	1	Combinar iluminación técnica en vitrinas con luz ambiental cálida.	Diseño sensorial
						2	Integrar texturas perceptibles al tacto en superficies de contacto.	Diseño sensorial
						3	Mantener orden visual y formal en el diseño.	Diseño sensorial

Figura 28. Tabla de necesidades: Marca

Elaboración propia (2026)

A partir de la elaboración de las tablas de necesidades, se evidencian una serie de conceptos que se repiten de manera constante. Estos surgen a partir del análisis realizado en las distintas tablas, en las cuales se identificaron las necesidades detectadas, las causas que las generan, las posibles soluciones y las estrategias tentativas planteadas en cada caso. A través de esta comparación fue posible reconocer patrones y relaciones comunes

Esto ha generado que se encuentren 5 estrategias principales

1. Diseño experiencial
2. Accesibilidad y seguridad
3. Diseño sensorial
4. Almacenamiento
5. Bienestar y confort

A partir de estas estrategias identificadas, se realizó un proceso de síntesis y organización que permite agruparlas en dos grandes criterios de diseño, los cuales estructuran la lógica del proyecto y guían el desarrollo de las propuestas.

Por un lado, se establece el **criterio experiencial**, el cual integra las estrategias de diseño experiencial, diseño sensorial y bienestar y confort.

Por otro lado, se define el **criterio de accesibilidad y seguridad**, el cual integra las estrategias de almacenamiento, al igual que la de, accesibilidad y seguridad.

De esta manera, las estrategias identificadas se reorganizan en dos ejes principales que servirán como base para el desarrollo de las propuestas de diseño (ver esquema 2).



Esquema 2. Elaboración propia (2026)

Se desarrolló un esquema para cada estrategia, con el fin de analizar de manera más específica las necesidades presentes dentro del espacio comercial. Cada esquema se estructura a partir de los distintos actores involucrados, los cuales varían dependiendo de la estrategia abordada.

A continuación, se mostrarán los distintos esquemas realizados para cada una de las estrategias identificadas.



Esquema 3 . Elaboración propia (2026)

Se identifican puntos en común entre los distintos usuarios, principalmente la necesidad de un diseño ordenado, claro y coherente con la identidad de marca. Tanto la propietaria como las vendedoras y los clientes coinciden en la importancia de un

ambiente que evite la saturación visual, y facilite la lectura del producto, al igual que potencie la experiencia mediante recorridos claros e iluminación adecuada (ver esquema 3).

ACCESIBILIDAD Y SEGURIDAD



Esquema 4. Elaboración propia (2026)

Se identifican similitudes en torno a la organización espacial y funcional del local. Los tres actores priorizan una distribución clara del mobiliario, recorridos definidos y una exhibición ordenada que facilite la visualización y el acceso a los productos. Asimismo, la reorganización de vitrinas, la correcta ubicación de las mismas

y la diferenciación entre áreas públicas y operativas responden a la necesidad común de mejorar la experiencia del usuario, optimizar la atención y garantizar un funcionamiento eficiente del espacio (ver esquema 4).

IDENTIDAD DE MARCA



Esquema 5.Elaboración propia (2026)

Coinciden en la necesidad de consolidar una identidad visual clara, sobria y atemporal dentro del espacio interior. El uso de materiales nobles, acabados elegantes y una paleta cromática coherente se plantea como un recurso común para reforzar el

carácter de la marca. Asimismo, el diseño de mobiliario a medida y la integración sutil del logotipo de la marca, esto para reforzar el reconocimiento y posicionamiento de la misma (ver esquema 5).



Esquema 6. Elaboración propia (2026)

Se identifican coincidencias entre la propietaria, los clientes y la marca en la búsqueda de una experiencia de compra confortable y enfocada en la percepción del producto. La secuencia espacial junto con una iluminación cuidadosamente regulada, reducir

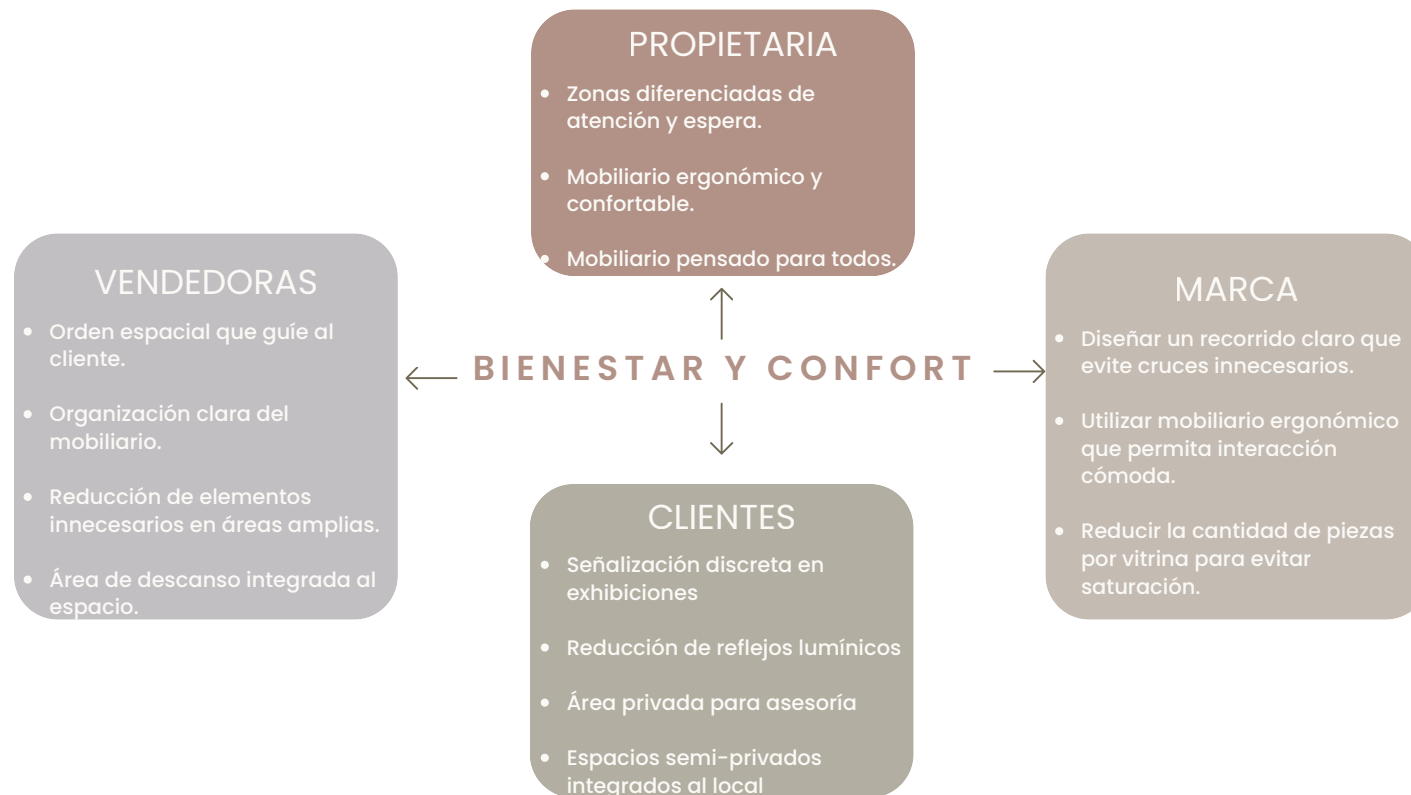
distracciones y resaltar las piezas de alto valor. Asimismo, la combinación de iluminación ambiental, el control de reflejos y el orden visual (ver esquema 6).



Esquema 7. Elaboración propia (2026)

Se evidencia coincidencias entre la propietaria, los clientes y las vendedoras en la necesidad de una exhibición organizada, clara y jerarquizada. El uso de vitrinas con almacenamiento integrado, mayor capacidad y disposición sin obstáculos que permita optimizar el espacio, facilitar la lectura visual del producto

y mejorar la atención al cliente. Asimismo, la diferenciación entre áreas de exhibición y zonas operativas que responda a la necesidad común de mantener orden, eficiencia y control en los procesos internos, garantizando un funcionamiento adecuado del espacio (ver esquema 7).



Esquema 8. Elaboración propia (2026)

Existen coincidencias entre la propietaria, las vendedoras, los clientes y la marca en la necesidad de un espacio ordenado y cómodo.

La correcta organización del mobiliario, el uso de mobiliario ergonómico y recorridos claros que permitan guiar al usuario de manera natural y reducir cruces innecesarios.

Asimismo, la creación de áreas diferenciadas públicas, semiprivadas y de apoyo junto con el control visual y lumínico (ver esquema 8).

2.3 DEFINICIÓN DE CRITERIOS DE DISEÑO

A partir del análisis realizado en los esquemas de cada estrategia, fue posible identificar relaciones y características comunes entre las necesidades de los distintos usuarios y el espacio comercial. Este proceso permitió consolidar los criterios de diseño como lineamientos generales que orientan el desarrollo de las propuestas, integrando aspectos funcionales, espaciales y perceptuales dentro del proyecto.

CRITERIO EXPERIENCIAL

BIENESTAR Y CONFORT

- Utilizar mobiliario ergonómico en zonas de atención, espera y asesoría, considerando distintos tipos de usuarios.
- Diseñar un recorrido claro y legible, apoyado por una señalización discreta en vitrinas y áreas clave.
- Reducir la cantidad de piezas por vitrina para evitar saturación visual y mejorar la experiencia de observación.
- Integrar espacios semi-privados para asesoría personalizada sin aislarlos completamente del área pública.
- Incorporar un área de descanso funcional para el personal, vinculada al espacio pero diferenciada del área de atención al cliente.

CRITERIO EXPERIENCIAL

DISEÑO EXPERIENCIAL

- Definir un recorrido principal continuo desde el acceso hasta la zona de caja, evitando cruces entre clientes y área operativa.
- Reorganizar el acceso principal para generar una primera lectura clara del espacio y de la identidad de la joyería.
- Distribuir el mobiliario en islas y vitrinas, manteniendo pasillos amplios que faciliten la circulación y permanencia.
- Establecer zonas diferenciadas de atención, espera y asesoría, integradas visualmente al local pero con mayor control de privacidad.
- Diseñar la experiencia de compra como una secuencia espacial progresiva, que acompañe al usuario desde la exploración hasta la decisión de compra.

DISEÑO SENSORIAL

- Implementar iluminación focal en vitrinas para resaltar piezas de alto valor, combinada con iluminación ambiental cálida en áreas de circulación.
- Controlar los reflejos en vidrios y vitrinas mediante fondos con mayor contraste visual y materiales antirreflexivos.
- Definir una secuencia lumínica que guíe el recorrido del cliente y jerarquice zonas principales del local.
- Incorporar texturas perceptibles al tacto en superficies de contacto como mostradores y áreas de apoyo.
- Mantener orden visual y control sensorial, evitando saturación de piezas, colores o estímulos innecesarios.

Esquema 9. Elaboración propia (2026)

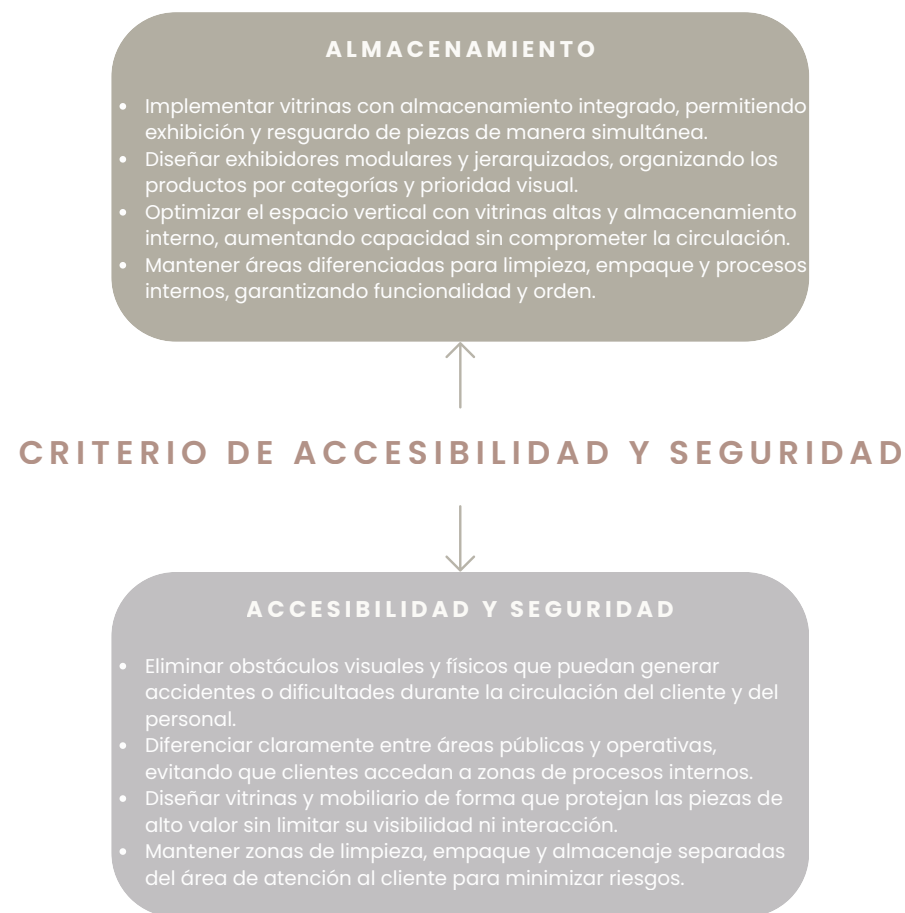
El criterio experiencial del proyecto se basará en generar una experiencia agradable y memorable para los clientes, donde el recorrido, la iluminación, los materiales y la disposición del mobiliario hagan que el espacio se sienta elegante, acogedor y exclusivo. Se buscará que los clientes puedan explorar la colección de manera cercana y disfrutar de cada pieza sin prisas, creando una conexión con la marca y sus valores.

De esta manera, los criterios de diseño sintetizan las estrategias previamente identificadas y establecen una base conceptual para la toma de decisiones proyectuales.

A continuación, se presentarán los esquemas correspondientes a los criterios de diseño definidos para el proyecto.

Para el personal, se priorizará que el espacio permita atender a los clientes de forma cómoda y ofrecer asesoría personalizada, sin que la circulación o la seguridad de las piezas se vea afectada. Desde la perspectiva de los propietarios, este criterio ayudará a reforzar la identidad de la marca, transmitiendo confianza, calidad y exclusividad, al mismo tiempo que invita a los clientes a disfrutar del espacio y a vivir una experiencia única al conocer las joyas (ver esquema 9).

CRITERIO DE ACCESIBILIDAD Y SEGURIDAD



Esquema 10. Elaboración propia (2026)

El criterio de accesibilidad y seguridad del proyecto se desarrollará pensando en cómo los clientes podrán acercarse a las piezas de manera segura y cómo el personal podrá manejar y resguardar las joyas sin riesgos. Para los clientes, se buscará que las vitrinas y exhibidores permitan ver y, cuando sea posible, interactuar con las piezas de forma controlada, cuidando siempre que no haya peligro de que se dañen o se pierdan.

Para el personal, se priorizará que el espacio y el mobiliario permitan manipular, almacenar y reponer las piezas de forma

cómoda y segura. Se incorporarán sistemas de seguridad discretos, como cerraduras o vitrinas reforzadas, que protejan las joyas dentro y fuera del horario de atención.

Desde la perspectiva de los propietarios, este criterio se enfocará en mantener las piezas protegidas mientras se muestra la exclusividad y elegancia de la marca, asegurando que todo el espacio funcione de manera ordenada y segura (ver esquema 10).

2.4 JOYERÍA ARTESANAL

Este tipo de joyería representa el origen, la tradición y el valor cultural asociado a la orfebrería de Chordeleg. Las piezas se vinculan directamente con el trabajo manual, el oficio y la memoria colectiva.

-Intención espacial: transmitir identidad, cercanía y autenticidad.

MATERIAL INSPIRATION MOODBOARD



Figura 29. Joyería Artesanal. Material inspiration Board

Elaboración propia (2026)

Se creó un Material Inspiration Moodboard, en el cual se plantea como inspiración el uso de materiales como paja, barro, yute y bronce artesanal, los cuales aportan textura, calidez y relación con los procesos manuales propios de la artesanía, reforzando así el carácter acogedor y auténtico del espacio.

CRITERIO EXPERIENCIAL



Figura 30. Joyería Artesanal. Criterio experiencial
Elaboración propia (2026)

El moodboard correspondiente al criterio experiencial muestra referencias enfocadas en generar una experiencia agradable, cercana y memorable para el usuario dentro de la joyería artesanal. Las imágenes evidencian el uso de materiales tradicionales y naturales, iluminación cálida y focalizada, exhibiciones cuidadas y espacios que permiten apreciar cada pieza con mayor detalle.

Además, se observa una composición espacial que busca transmitir comodidad, exclusividad y conexión con el producto artesanal. La propuesta de diseño podría generarse de tal manera que el recorrido y la ambientación permitan al cliente explorar las colecciones de forma tranquila y envolvente.

CRITERIO DE ACCESIBILIDAD Y SEGURIDAD



Figura 31. Joyería Artesanal. Criterio accesibilidad y seguridad

Elaboración propia (2026)

El moodboard relacionado con el criterio de accesibilidad y seguridad presenta referencias orientadas a generar espacios funcionales, cómodos y seguros tanto para clientes como para trabajadores. Las imágenes muestran circulaciones amplias y claras, mobiliario organizado, exhibidores accesibles, buena iluminación y elementos que favorecen la visibilidad y el control del espacio.

También se reflejan soluciones de almacenamiento integrado y vitrinas seguras que permiten proteger las piezas sin perder la estética del proyecto. La propuesta de diseño podría desarrollarse de manera que el usuario pueda desplazarse fácilmente dentro de la tienda, manteniendo una experiencia cómoda y segura durante todo el recorrido.

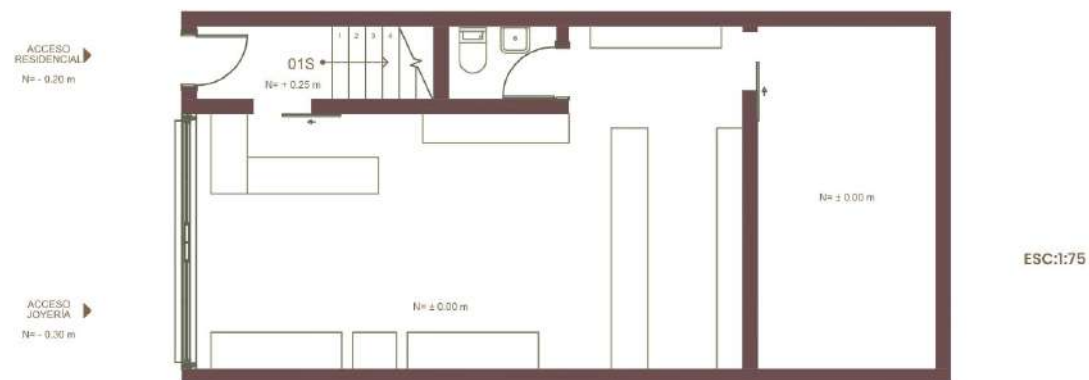
CIELO RASO



TEXTURAS PARED



LUMINARIA



VITRINAS



Figura 32. Joyería Artesanal. Look and Feel

Elaboración propia (2026)

El Look and Feel reúne referencias visuales que permiten comprender la atmósfera que se busca transmitir en la propuesta para Joyería Cecilita. A través de tonos cálidos, iluminación focal, materiales naturales y una composición espacial acogedora, se visualiza cómo las estrategias de diseño podrían trabajarse dentro de este tipo de joyería.

La propuesta de diseño podría generarse de tal manera que el espacio transmita una experiencia cercana y elegante, incorporando estrategias de diseño experiencial, diseño sensorial, accesibilidad y seguridad, y almacenamiento. Además, se toma como inspiración el posible uso de materiales como paja, barro, yute y bronce artesanal para reforzar el carácter artesanal y cálido del espacio.

2.5 FAST JEWELRY

Corresponde a piezas de uso cotidiano y mayor rotación, destinadas a un público amplio que requiere una exhibición clara, accesible y ordenada.

-Intención espacial: transmitir claridad, confianza y facilidad de uso.

MATERIAL INSPIRATION MOODBOARD



Figura 33. Fast Jewelry. Material inspiration Board

Elaboración propia (2026)

Se creó un Material Inspiration Moodboard, en el cual se plantea como inspiración el uso de materiales como revestimiento en yeso texturizado y melamínico en tonos roble, nogal claro o maple, los cuales aportan una imagen contemporánea, cálida y funcional al espacio.

CRITERIO EXPERIENCIAL



Figura 34. Fast Jewelry .Criterio experiencial

Elaboración propia (2026)

El moodboard correspondiente al criterio experiencial presenta referencias enfocadas en generar una experiencia dinámica, moderna y atractiva para el usuario. Las imágenes muestran espacios con exhibiciones llamativas, iluminación uniforme y una distribución que permite observar rápidamente una gran variedad de piezas.

Además, se busca transmitir una sensación de practicidad y movimiento, relacionada con el ritmo cotidiano y el consumo rápido característico del fast jewelry. La propuesta de diseño podría generarse de tal manera que el cliente tenga una experiencia ágil, visualmente atractiva y fácil de recorrer.

CRITERIO DE ACCESIBILIDAD Y SEGURIDAD



Figura 35. Fast Jewelry.Criterio accesibilidad y seguridad

Elaboración propia (2026)

El moodboard relacionado con el criterio de accesibilidad y seguridad presenta referencias orientadas a crear espacios funcionales, organizados y de fácil interacción. Las imágenes muestran circulaciones claras, mobiliario accesible y exhibidores que permiten visualizar y alcanzar los productos de manera sencilla.

También se busca mantener una distribución ordenada que facilite el flujo constante de usuarios y la rápida identificación de las colecciones. La propuesta de diseño podría desarrollarse de manera que el espacio resulte cómodo e intuitivo para el recorrido diario de los clientes.

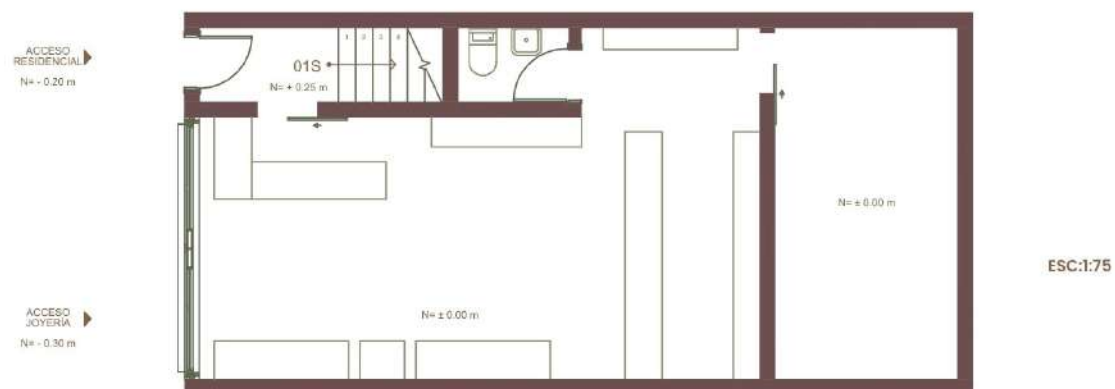
CIELO RASO



TEXTURAS PARED



LUMINARIA



VITRINAS



Figura 36. Fast Jewelry. Look and Feel

Elaboración propia (2026)

El Look and Feel reúne referencias visuales que permiten comprender lo que se busca transmitir en la propuesta de fast jewelry. Las imágenes muestran una estética contemporánea, dinámica y accesible, vinculada con piezas de uso cotidiano y de mayor rotación. Se observa el uso de iluminación uniforme, exhibiciones organizadas y elementos visuales modernos que generan un espacio práctico y atractivo para el usuario.

La propuesta de diseño podría generarse de tal manera que el espacio transmita dinamismo, claridad y facilidad de uso, incorporando estrategias de diseño experiencial, accesibilidad y seguridad, almacenamiento y diseño sensorial. Además, se plantea como inspiración el uso de revestimiento en yeso texturizado y melamínico en tonos roble, nogal claro o maple, materiales que aportan una imagen contemporánea y funcional al espacio.

2.6 JOYERÍA DE ALTA GAMA

Incluye piezas que requieren mayor control, atención personalizada y condiciones de seguridad específicas debido a su valor económico y simbólico.

-Intención espacial: transmitir elegancia, calidad y confianza.

MATERIAL INSPIRATION MOODBOARD

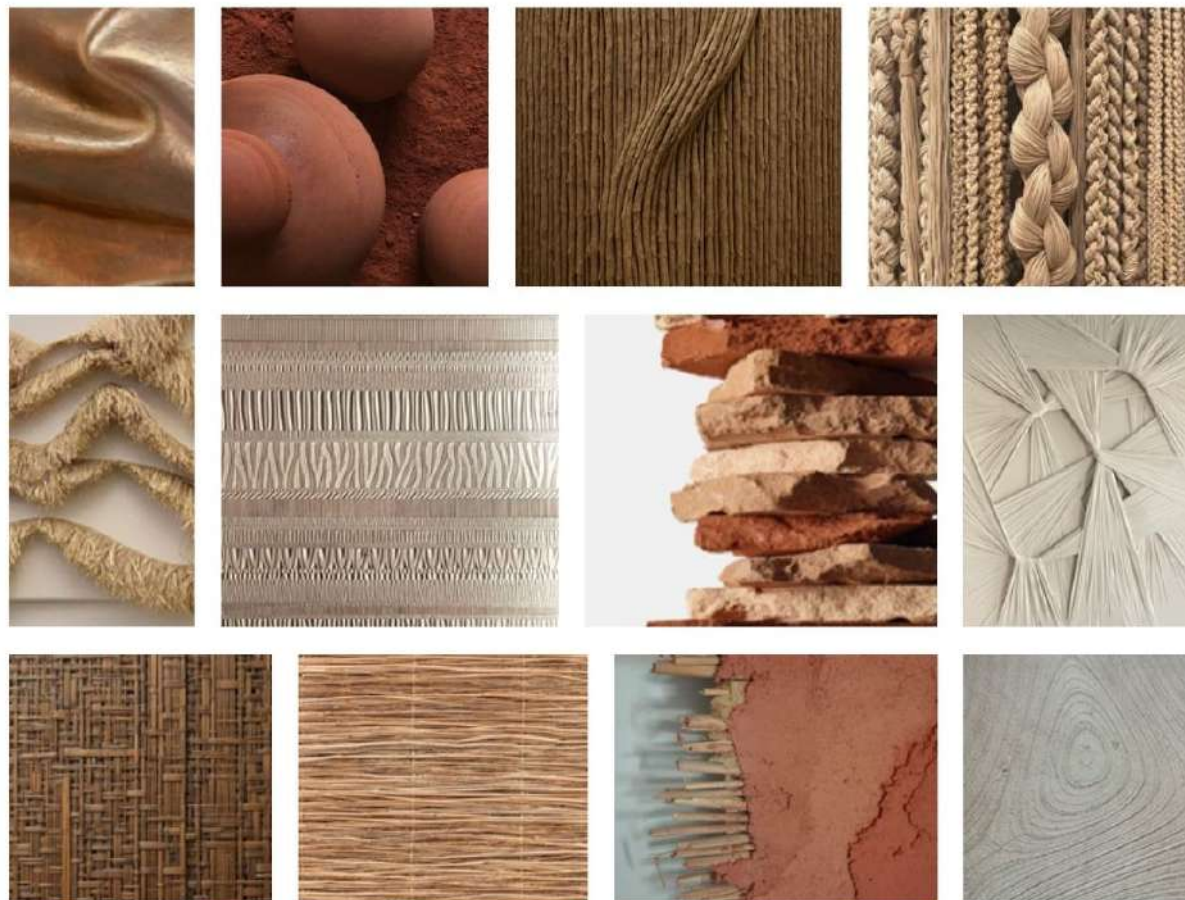


Figura 37. Joyería de alta gama. Material inspiration Board

Elaboración propia (2026)

Se creó un Material Inspiration Moodboard, en el cual se plantea como inspiración el uso de materiales como paneles texturizados en yeso artesanal y textiles. Estos materiales aportan elegancia, sofisticación y una percepción de calidad, reforzando la exclusividad y el carácter refinado del espacio.

CRITERIO EXPERIENCIAL

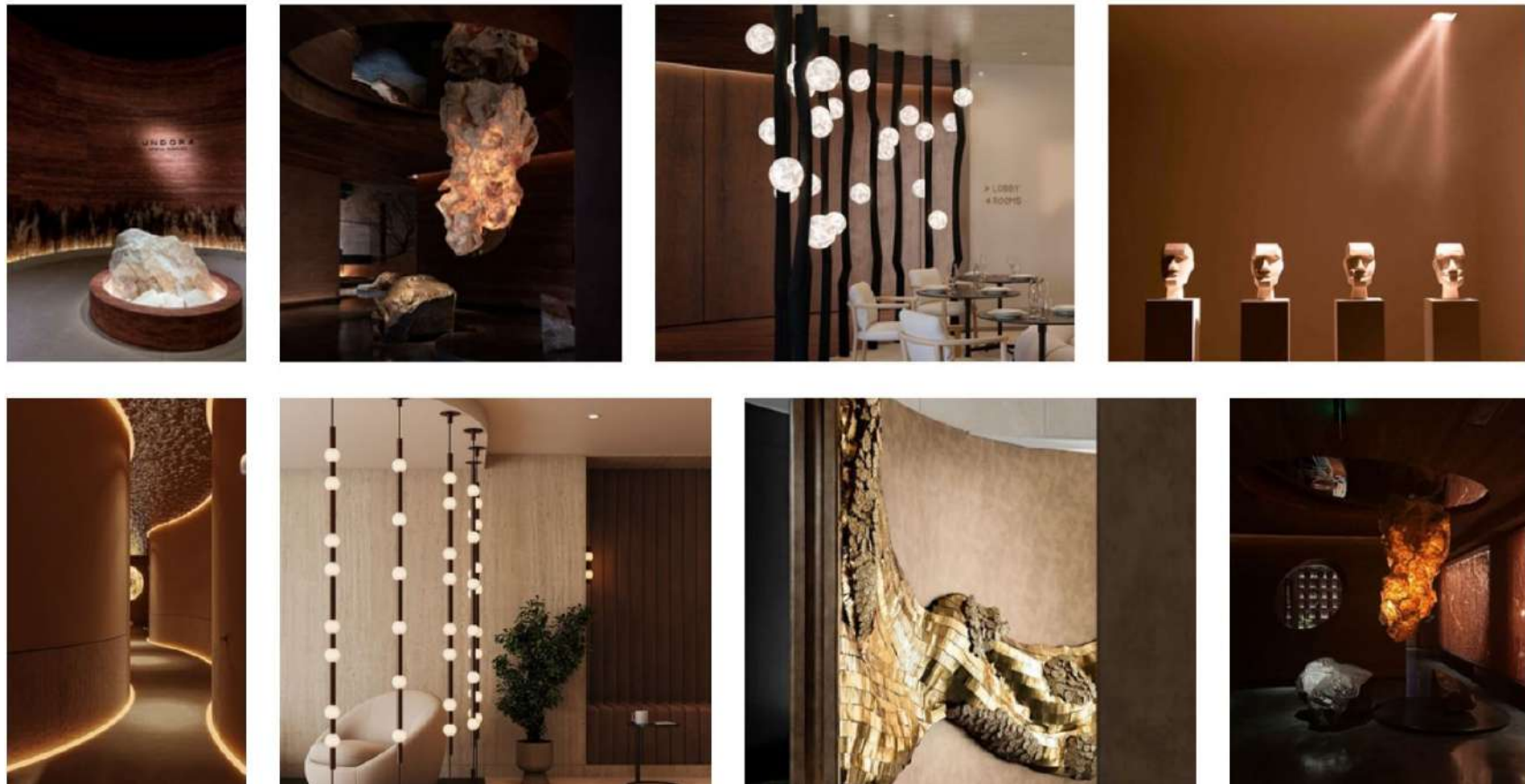


Figura 38. Joyería de alta gama.Criterio experiencial
Elaboración propia (2026)

El moodboard de criterio experiencial presenta referencias enfocadas en generar una experiencia exclusiva, elegante y personalizada para el usuario. Las imágenes muestran espacios con exhibiciones cuidadas y ambientes refinados que permiten apreciar cada pieza con mayor detalle.

Además, se busca transmitir una sensación de lujo y atención personalizada mediante una composición espacial más íntima y sofisticada. La propuesta de diseño podría generarse de tal manera que el cliente perciba una experiencia más privada, cómoda y enfocada en el valor de cada joya.

CRITERIO DE ACCESIBILIDAD Y SEGURIDAD

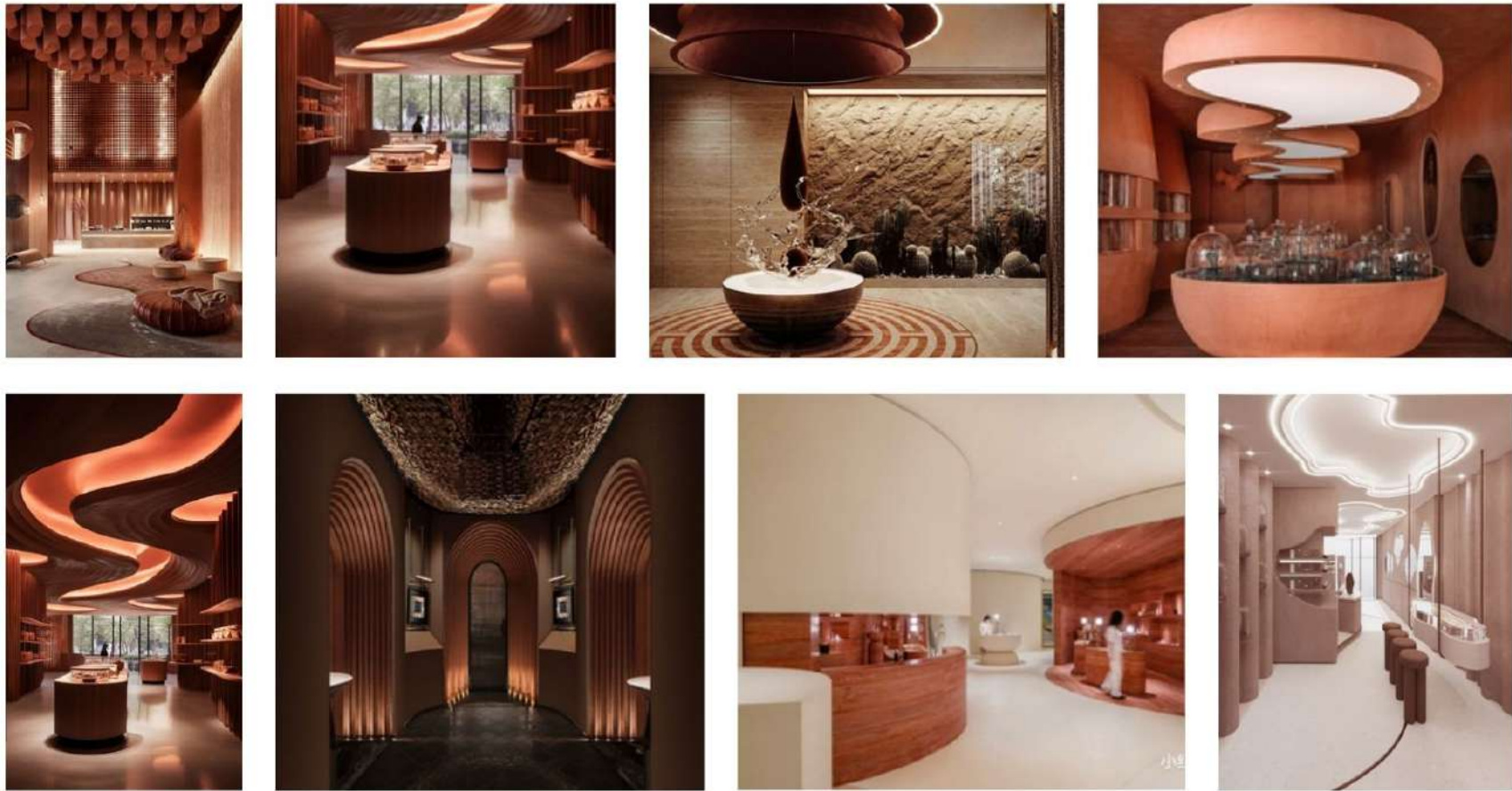


Figura 39. Joyería de alta gama. Criterio accesibilidad y seguridad

Elaboración propia (2026)

El moodboard de criterio de accesibilidad y seguridad presenta referencias orientadas a crear espacios organizados y de fácil control visual. Las imágenes muestran circulaciones claras, mobiliario elegante y sistemas de exhibición que permiten resguardar las piezas sin perder la estética del espacio.

También se observa una distribución que favorece la atención personalizada y el recorrido cómodo de los usuarios. La propuesta de diseño podría desarrollarse de manera que el espacio transmita confianza, seguridad y exclusividad durante toda la experiencia de compra.

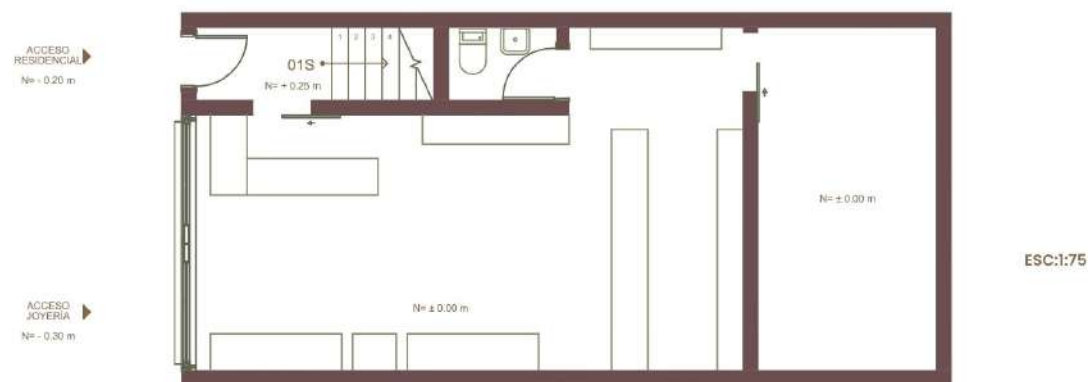
CIELO RASO



TEXTURAS PARED



LUMINARIA



VITRINAS



Figura 40. Joyería de alta gama. Look and Feel

Elaboración propia (2026)

El Look and Feel reúne referencias visuales que permiten comprender que se busca transmitir en la propuesta de joyería de alta gama. Las imágenes muestran una estética elegante y sofisticada. Se observa el uso de materiales refinados y exhibiciones cuidadas que resaltan la exclusividad de las joyas.

La propuesta de diseño podría generarse de tal manera que el espacio transmita elegancia, calidad y confianza, incorporando estrategias de diseño experiencial, accesibilidad y seguridad, almacenamiento y diseño sensorial. Además, se plantea como inspiración el uso de paneles texturizados en yeso artesanal y textiles materiales que aportan sofisticación y calidez al espacio.

2.7 CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO

El desarrollo del presente capítulo permitió conocer las tipologías de joyería que serán abordadas dentro del proyecto, de igual manera, organizar, analizar y sintetizar la información obtenida a partir de las entrevistas realizadas a la propietaria, vendedoras y clientes de la Joyería Cecilita.

Este proceso permitió identificar necesidades y problemáticas relacionadas con la exhibición de productos, la circulación, el almacenamiento, la experiencia del usuario y la seguridad del espacio, aspectos que sirvieron como base para el planteamiento de estrategias y criterios de diseño interior.

A partir del análisis comparativo de las tablas de estrategias, se reconocieron ejes comunes relacionados con diseño experiencial, accesibilidad y seguridad, diseño sensorial, almacenamiento, bienestar y confort.

Estos ejes permitieron estructurar los criterios de diseño, diferenciándolos en criterios experiencial y criterios de accesibilidad y seguridad, estableciendo así una guía clara para la toma de decisiones proyectuales.

La clasificación de las tipologías de joyería permitió comprender las diferentes necesidades espaciales y funcionales presentes dentro de la Joyería Cecilita.

La joyería artesanal requiere ambientes más cálidos y cercanos, relacionados con materiales naturales y una experiencia más sensorial, por otro lado, el fast jewelry requiere espacios dinámicos, organizados y accesibles que faciliten la visualización rápida de productos, mientras que la joyería de alta gama necesita ambientes más elegantes, controlados y seguros, asociados a una atención personalizada y a la exhibición de piezas de mayor valor. Estas diferencias evidencian la importancia de desarrollar estrategias espaciales específicas para cada tipología, considerando la iluminación, los materiales, el mobiliario y la organización del espacio.

Finalmente, la elaboración de los moodboards permitió traducir los criterios y estrategias planteadas en referencias visuales, facilitando la comprensión de cómo estos criterios podrían aplicarse en las propuestas de diseño de cada tipología. De esta manera, el capítulo establece una base conceptual y proyectual que permitirá desarrollar propuestas coherentes con las necesidades funcionales y estéticas de la Joyería Cecilita.



CAPÍTULO 03.
PROYECTO Y FACTIBILIDAD

3.1 JOYERÍA DE AUTOR.....	75
3.2 FAST JEWELRY.....	101
3.3 ALTA JOYERÍA.....	127

3.1 JOYERÍA DE AUTOR

Tipo de joyería

La propuesta corresponde a una joyería artesanal, enfocada en piezas elaboradas mediante procesos manuales y materiales tradicionales. Este tipo de joyería busca transmitir cercanía, autenticidad y valor artesanal a través de la experiencia espacial y la presentación del producto.

Estrategias aplicadas

En esta propuesta se aplican estrategias de diseño experiencial, diseño sensorial, accesibilidad y seguridad, almacenamiento, bienestar y confort. Se plantea el uso de materiales naturales, iluminación cálida y exhibiciones que permitan apreciar las piezas con mayor detalle. Asimismo, se considera una distribución más acogedora y cercana al usuario, favoreciendo una experiencia sensorial dentro del espacio.

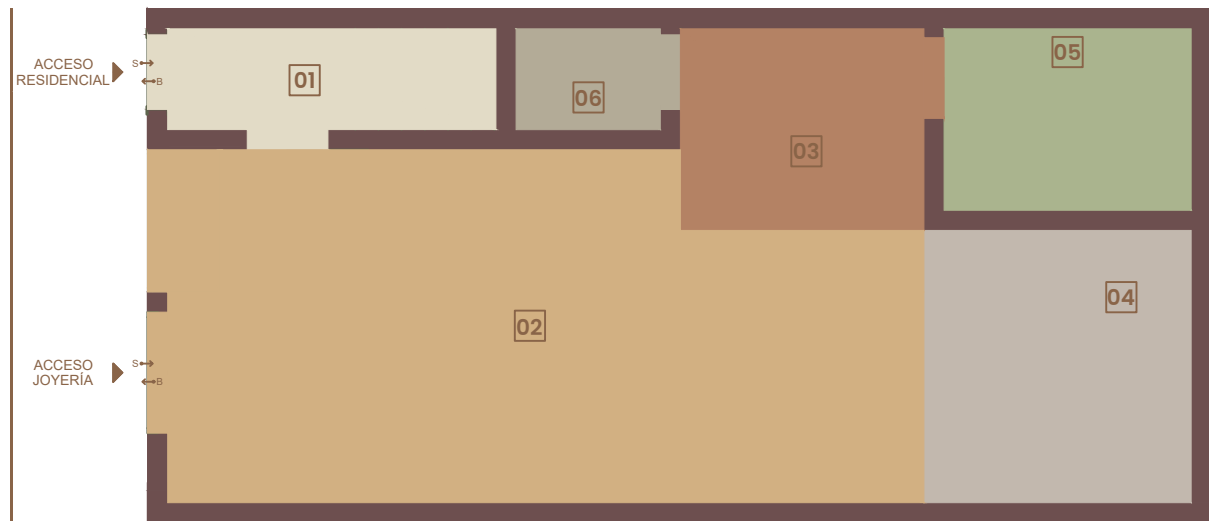
Memoria descriptiva

La propuesta busca generar un ambiente cálido, acogedor y auténtico, relacionado con los procesos manuales propios de la joyería artesanal. El diseño interior incorpora materiales inspirados en elementos naturales y texturas artesanales, acompañados de iluminación focal que resalta las piezas exhibidas. La distribución espacial permite un recorrido cómodo y una interacción más cercana con el producto, reforzando la sensación de exclusividad y conexión con la artesanía.

JOYERÍA DE AUTOR

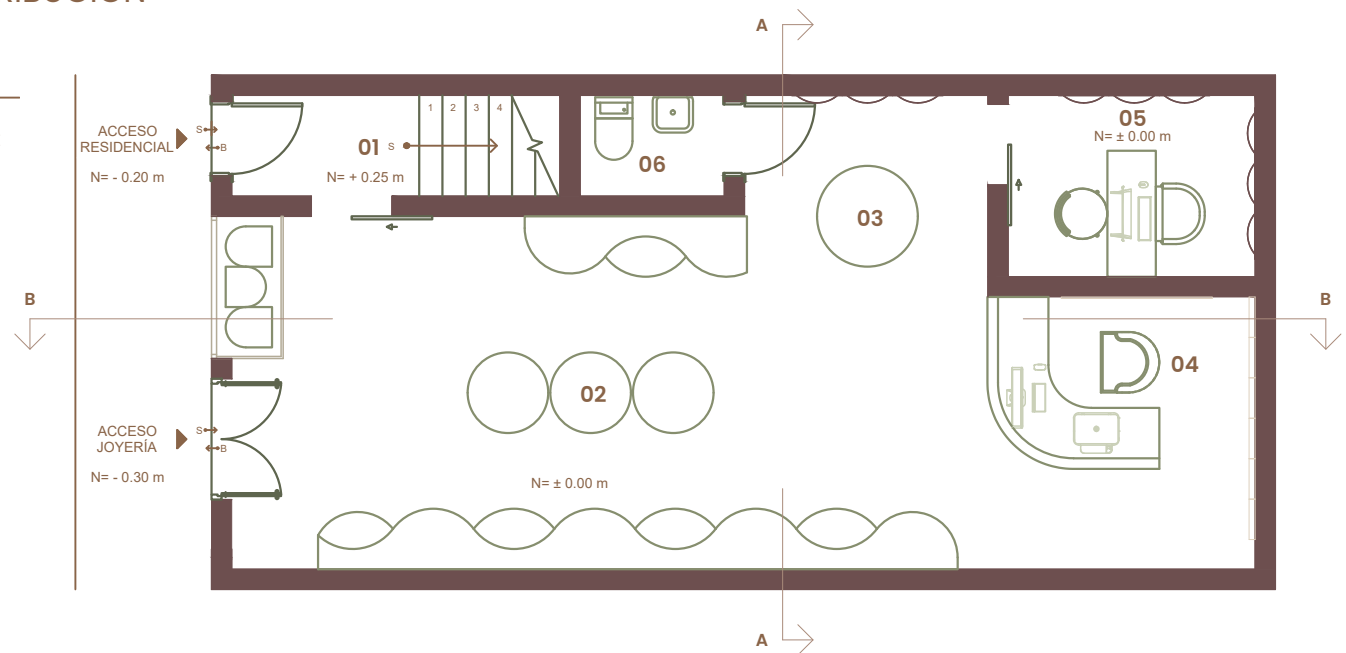
01 PLANTA DE ZONIFICACIÓN

LISTADO DE ESPACIOS	
01	ACCESO A VIVIENDA PLANTA ALTA
02	ZONA DE EXHIBICIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE
03	TOQUILLA LUXE SPOT
04	ZONA DE RECEPCIÓN
05	ZONA ADMINISTRATIVA
06	S.H.



02 PLANTA DE DISTRIBUCIÓN

LISTADO DE ESPACIOS	
01	ACCESO A VIVIENDA PLANTA ALTA
02	ZONA DE EXHIBICIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE
03	TOQUILLA LUXE SPOT
04	ZONA DE RECEPCIÓN
05	ZONA ADMINISTRATIVA
06	S.H.



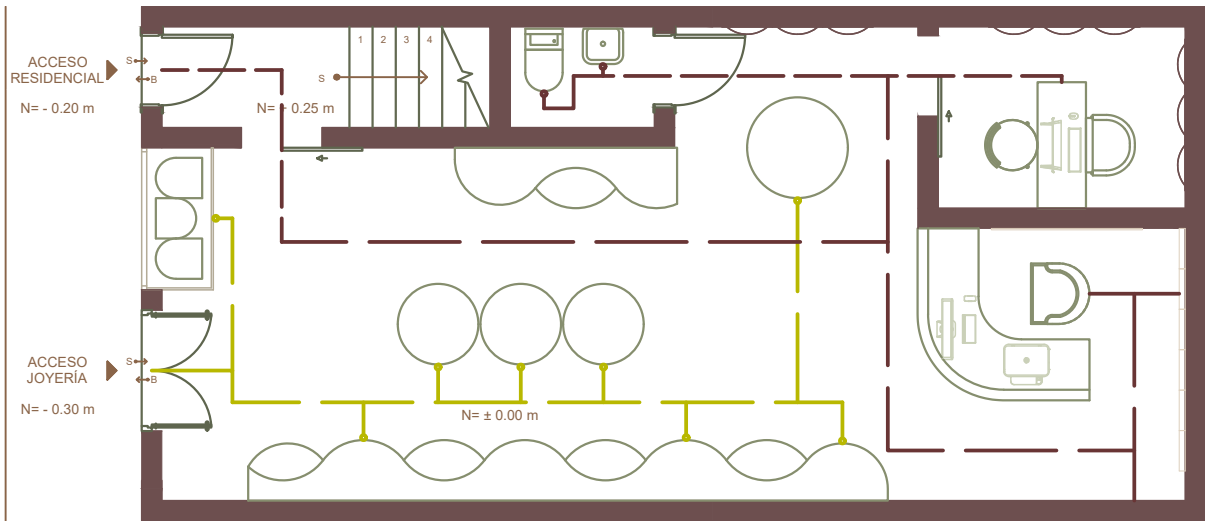
CONTIENE: 01. ZONIFICACIÓN
02. PLANO DE DISTRIBUCIÓN

ESCALA 1:75
LÁMINA L - 01

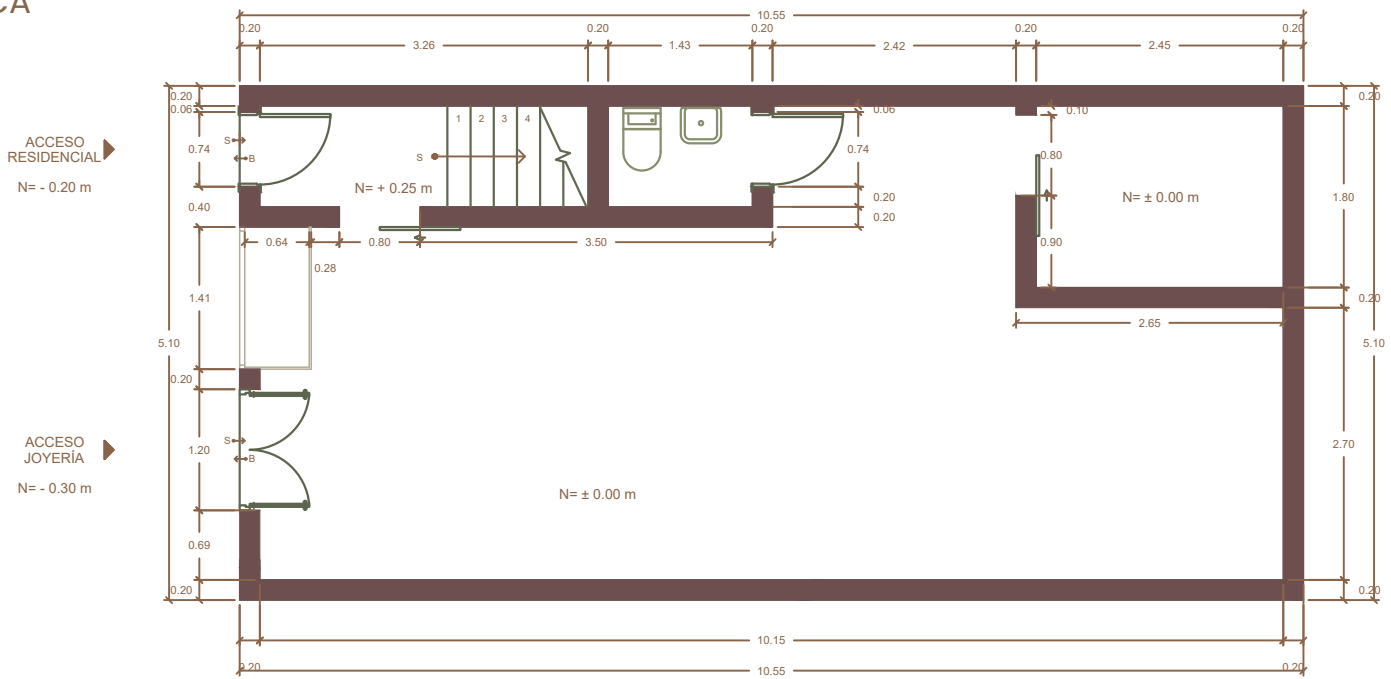
JOYERÍA DE AUTOR

03 | PLANTA DE CIRCULACIÓN

- SIMBOLOGÍA**
- CIRCULACIÓN ADMINISTRATIVA
 - CIRCULACIÓN DE CLIENTES



04 | PLANTA ÚNICA






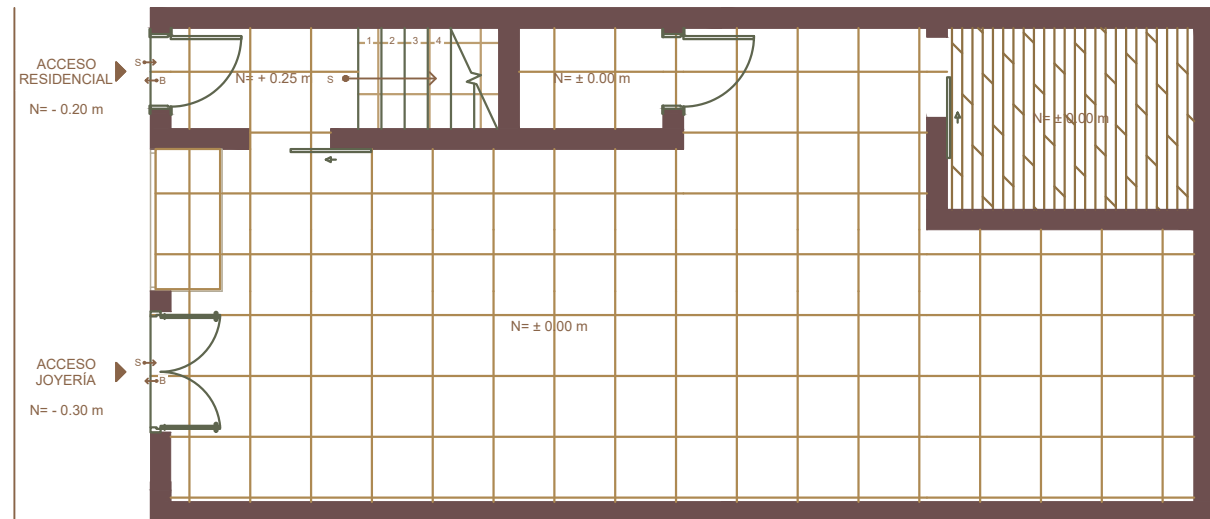
CONTIENE: 03. PLANTA DE CIRCULACIÓN
04. PLANTA ÚNICA

ESCALA 1:75
LÁMINA L - 02


JOYERÍA DE AUTOR

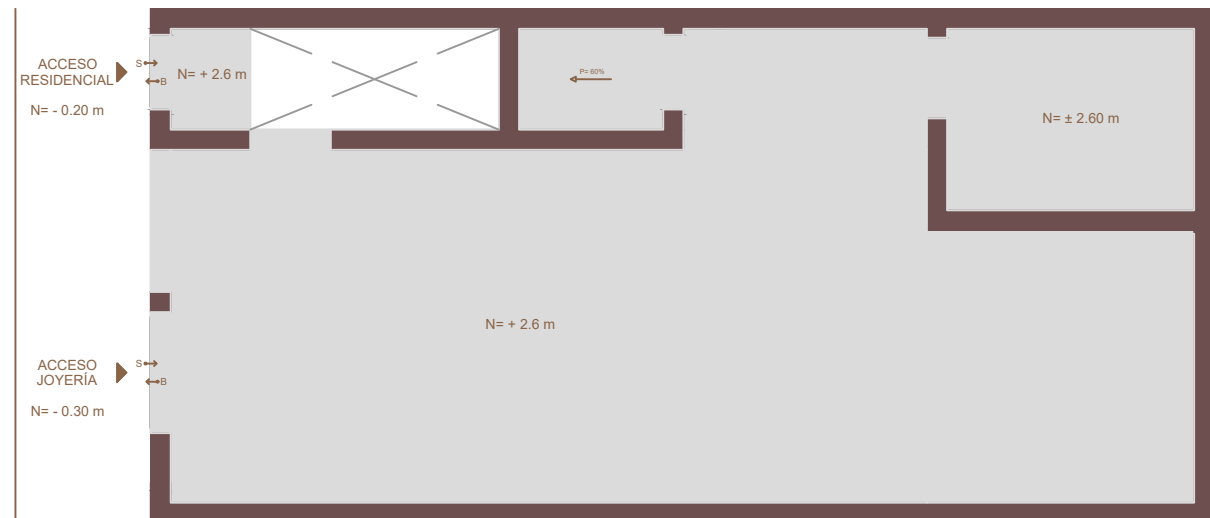
05 | PLANO DE PISOS

SIMBOLOGÍA	
	PORCELANATO GRAIMAN: URBAN-WASHED FORMATO: 60x60 CM CÓDIGO: 67ER1984E
	PISO FLOTANTE GRAIMAN: BOREAL FORMATO: 1220x197 CM CÓDIGO: LAM088100-2
	CERÁMICA GRAIMAN: PROJECT-BEIGE FORMATO: 45x45 CM CÓDIGO: 858062E



06 | PLANO DE CIELO RASO

SIMBOLOGÍA	
	PLANCHAS DE GYPSUM-CIELO RASO SUSPENDIDO FORMATO: 1.22 X 2.44 M ESPESOR: 12.7 MM

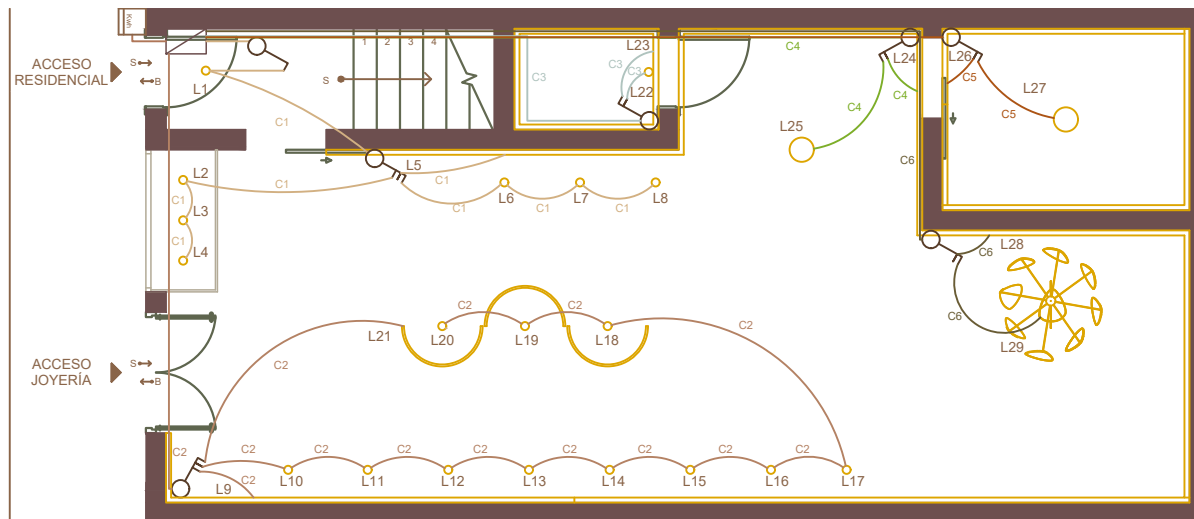


CONTIENE: 05. PLANO DE PISOS
06. PLANO DE CIELO RASO

ESCALA 1:75 | LÁMINA L-03

JOYERÍA DE AUTOR

07 | PLANTA DE INSTALACIONES ELÉCTRICAS-PUNTOS DE LUZ



SIMBOLOGÍA	
	TABLERO DE DISTRIBUCIÓN(120 V)
	CONTADOR DE ENERGÍA
	TIRA LED 15 W - 5000K
	LED HI SPOT 20 W - 5000K
	PANEL LED CIRCULAR 18 W - 5000K
	LÁMP.-CANNAGE SCREEN - 60W
	INTERRUPTOR SIMPLE
	INTERRUPTOR DOBLE
	INTERRUPTOR TRIPLE
	CIRCUITO 1
	CIRCUITO 2
	CIRCUITO 3
	CIRCUITO 4
	CIRCUITO 5
	CIRCUITO 6

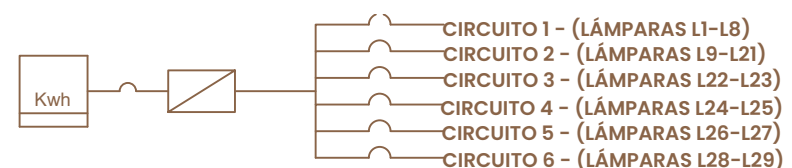
CUADRO DE POTENCIAS

NOTA. EL CUADRO DE POTENCIAS PERMITE IDENTIFICAR LA DEMANDA ENERGÉTICA ESTIMADA DE CADA CIRCUITO, FACILITANDO LA DISTRIBUCIÓN EQUILIBRADA DE CARGAS Y LA CORRECTA SELECCIÓN DE PROTECCIONES ELÉCTRICAS

CUADRO DE POTENCIAS					
CIRCUITOS	N.º	POTENCIA	CALIBRE	TUBERÍA	PROTECCIÓN
ILUMINACIÓN	C1	174 W	2-3 X 12 AWG	1/2" - 3/4"	15A
ILUMINACIÓN	C2	452 W	2-3 X 12 AWG	1/2" - 3/4"	15A
ILUMINACIÓN	C3	87 W	2-3 X 12 AWG	1/2" - 3/4"	15A
ILUMINACIÓN	C4	71 W	2-3 X 12 AWG	1/2" - 3/4"	15A
ILUMINACIÓN	C5	134 W	2-3 X 12 AWG	1/2" - 3/4"	15A
ILUMINACIÓN	C6	139 W	2-3 X 12 AWG	1/2" - 3/4"	15A
TOMACORRIENTES	C1	1200 W	2 X 10 AWG	3/4"	20A
POTENCIA TOTAL:		2257 W			

DIAGRAMA UNIFILAR





NOTA. EL DIAGRAMA UNIFILAR REPRESENTA DE FORMA ESQUEMÁTICA, LA CONEXIÓN ENTRE TABLERO, CIRCUITO Y ELEMENTOS TERMINALES, SIMPLIFICANDO LA LECTURA TÉCNICA DE LA INSTALACIÓN Y GARANTIZANDO UNA COMPRENSIÓN INTEGRAL DEL SISTEMA PROYECTADO

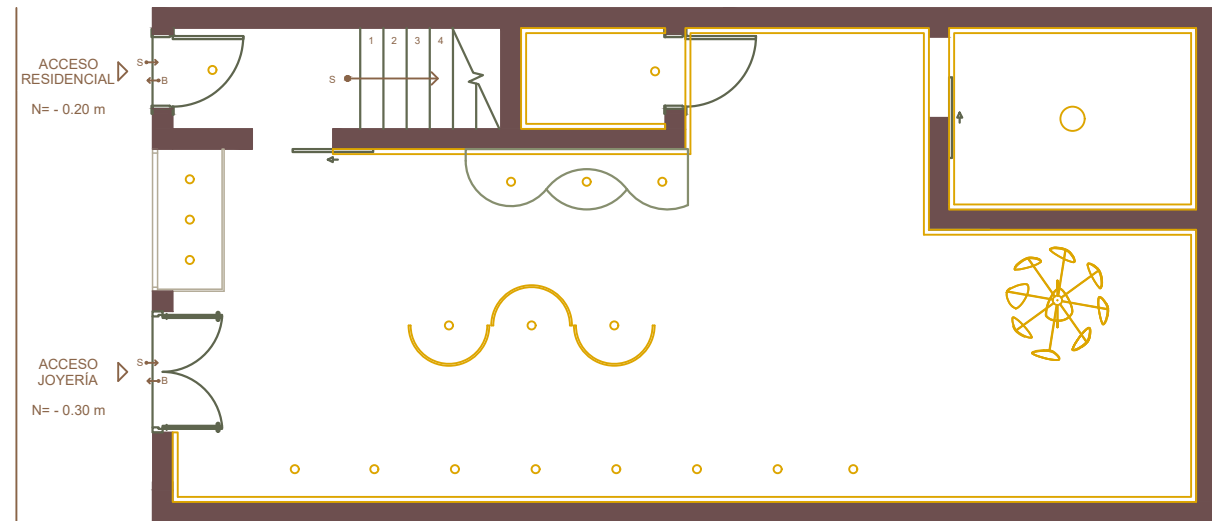


CONTIENE: 07. PLANTA DE INSTALACIONES ELÉCTRICAS PUNTOS DE LUZ | ESCALA: 1:75 | LÁMINA: L - 04





JOYERÍA DE AUTOR

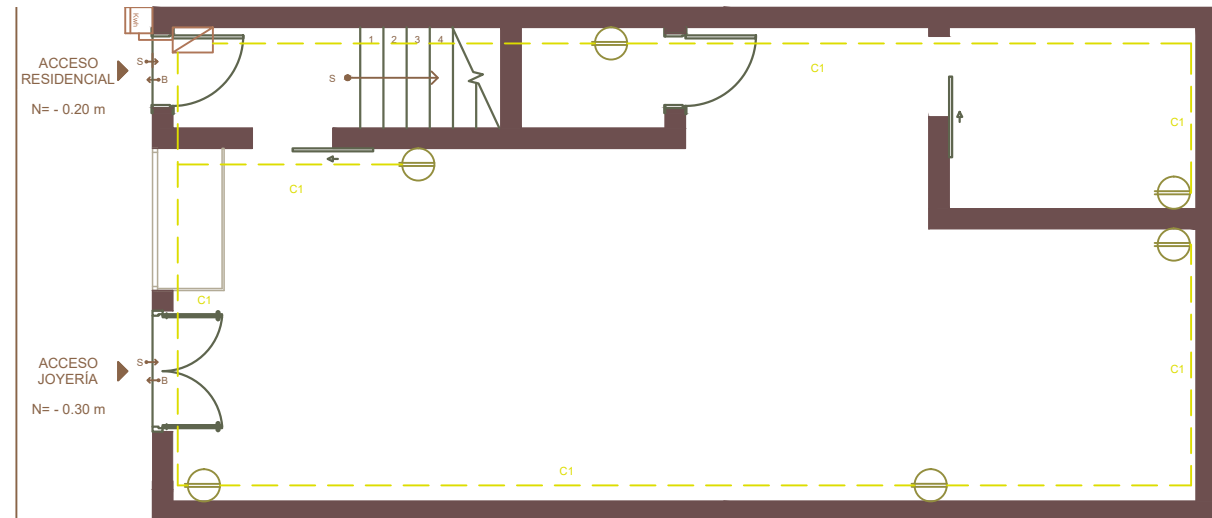
08 PLANTA DE INSTALACIONES ELÉCTRICAS-LUMINARIAS

SIMBOLOGÍA	
	TIRA LED 15 W - 5000K
	LED HI SPOT 20 W - 5000K
	PANEL LED CIRCULAR 18 W - 5000K
	LÁMP.-CANNAGE SCREEN - 60W



09 PLANTA DE INSTALACIONES ELÉCTRICAS- TOMA CORRIENTES

SIMBOLOGÍA	
	TABLERO DE DISTRIBUCIÓN(120 V)
	TOMACORRIENTE MONOFASICO 200W
	CIRCUITO 1
	CONTADOR DE ENERGÍA



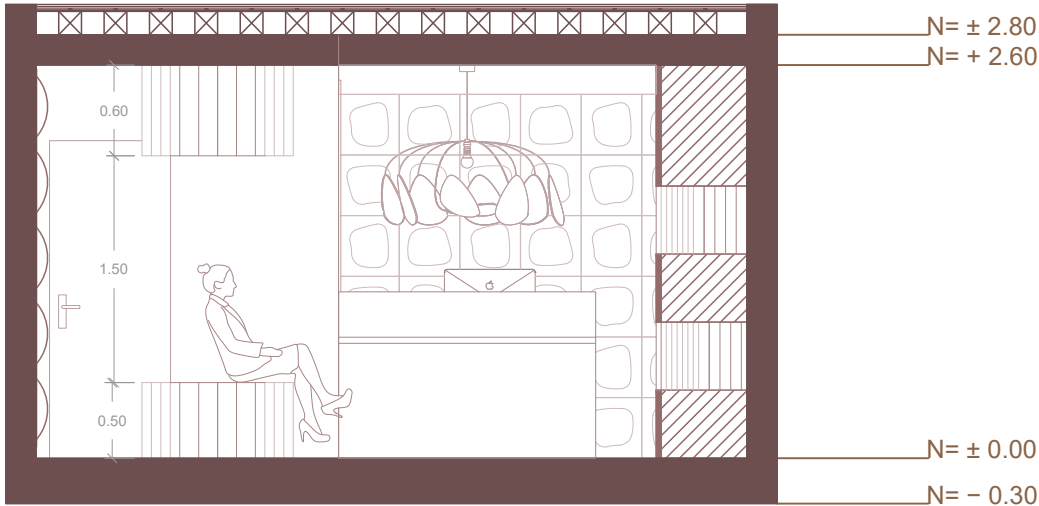
CONTIENE: 08. PLANTA DE LUMINARIAS
09. PLANTA DE TOMACORRIENTES

ESCALA
1:75

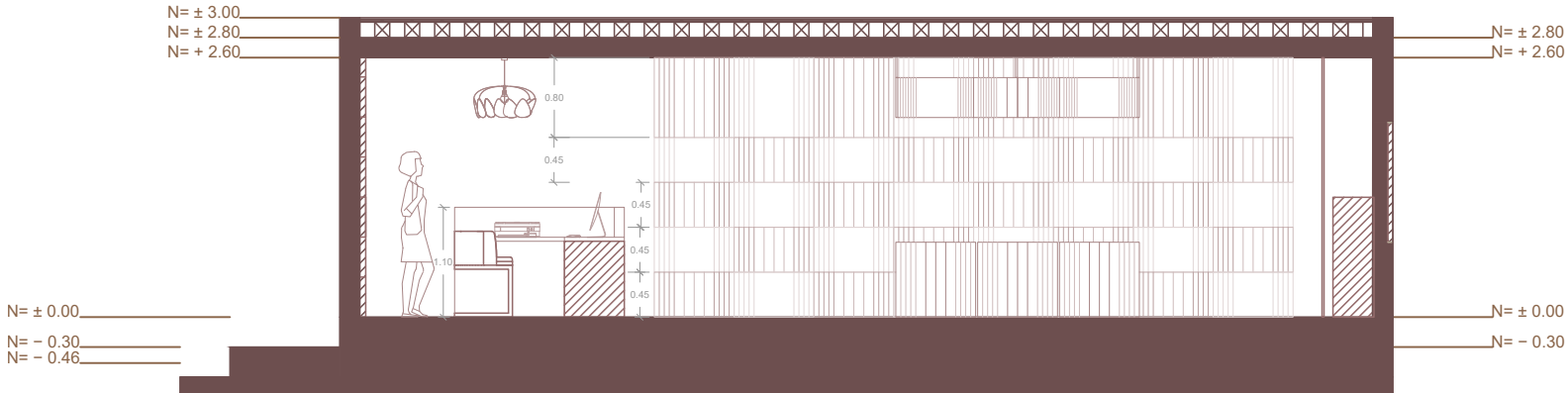
LÁMINA
L - 05

JOYERÍA DE AUTOR

10 | CORTE A-A



11 | CORTE B-B

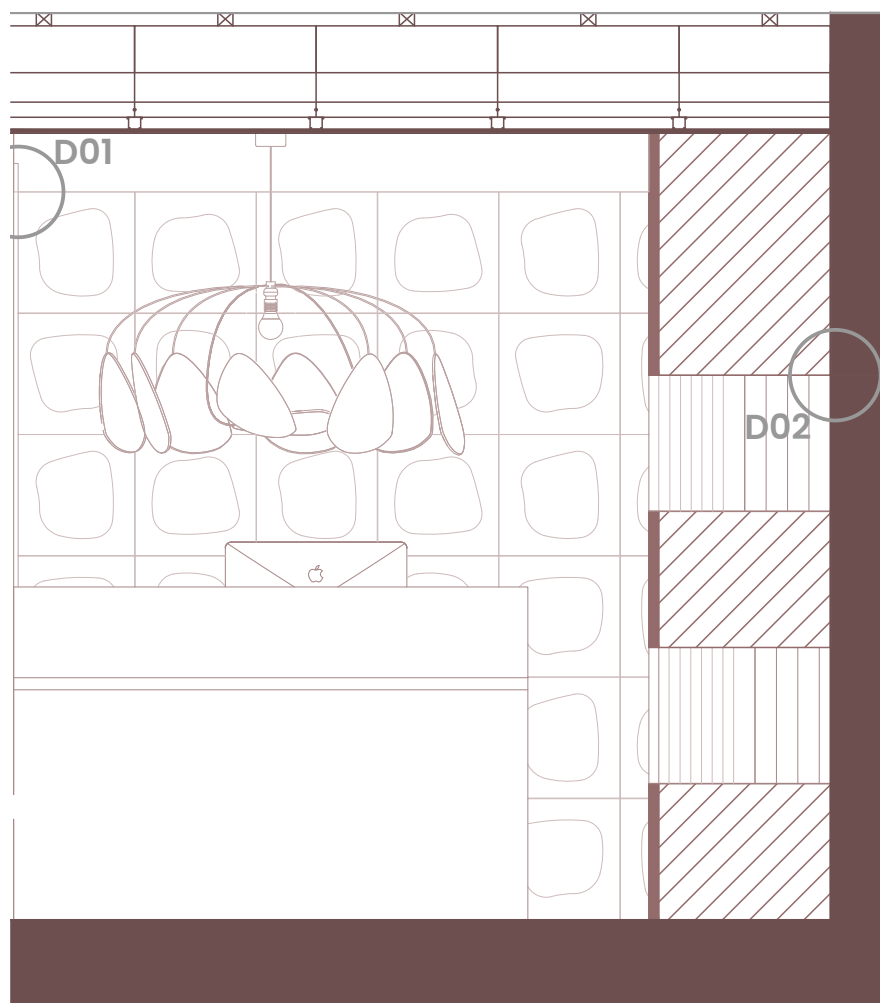


CONTIENE: 10. CORTE A-A
11. CORTE B-B

ESCALA: 1:50 | LÁMINA
1:75 | L - 06

JOYERÍA DE AUTOR

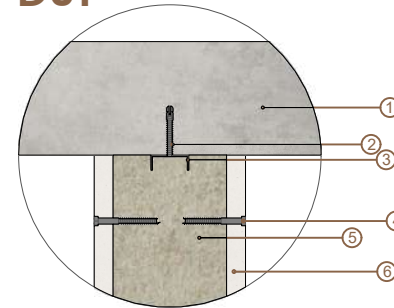
12 | SECCIÓN 01-DETALLES CONSTRUCTIVOS



SECCIÓN 01.ZONA DE RECEPCIÓN

ESC:1:25

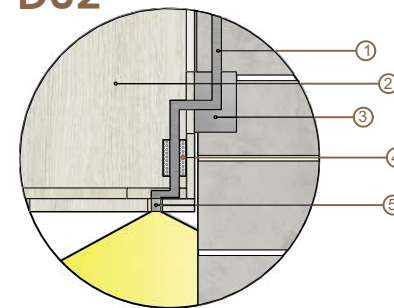
D01



ESPECIFICACIÓN CONSTRUCTIVA SISTEMA DE ANCLAJE PARA DRYWALL

1. LOSA DE HORMIGÓN ARMADO
2. TORNILLO DE ACERO GALVANIZADO 1 1/2 CON TACO PLASTICO
3. PERFIL METÁLICO C DE ANCLAJE 4CMX10CM E 4 MM
4. TORNILLO AUTOPERFORANTE GALVANIZADO CABEZA PLANA 2
5. AISLANTE TÉRMICO ACÚSTICO
6. PANEL DE YESO HIGH FLEX 1.22X2.44 E 16 MM

D02



ESPECIFICACIÓN CONSTRUCTIVA ILUMINACIÓN LED EMPOTRADA

1. TUBERÍA CONDUIT PVC RÍGIDO Ø 1/2" EMPOTRADO
2. TABLERO MDF/MDP 18 MM CON ACABADO EN MELAMINA
3. CAJA ELÉCTRICA EMPOTRADA CON TAPA DE REGISTRO
4. FUENTE PARA TIRA LED: DRIVER 110V-12V/24V
5. TIRA LED FLEXIBLE CON PERFILES DE ALUMINIO Y DIFUSOR ACRÍLICO

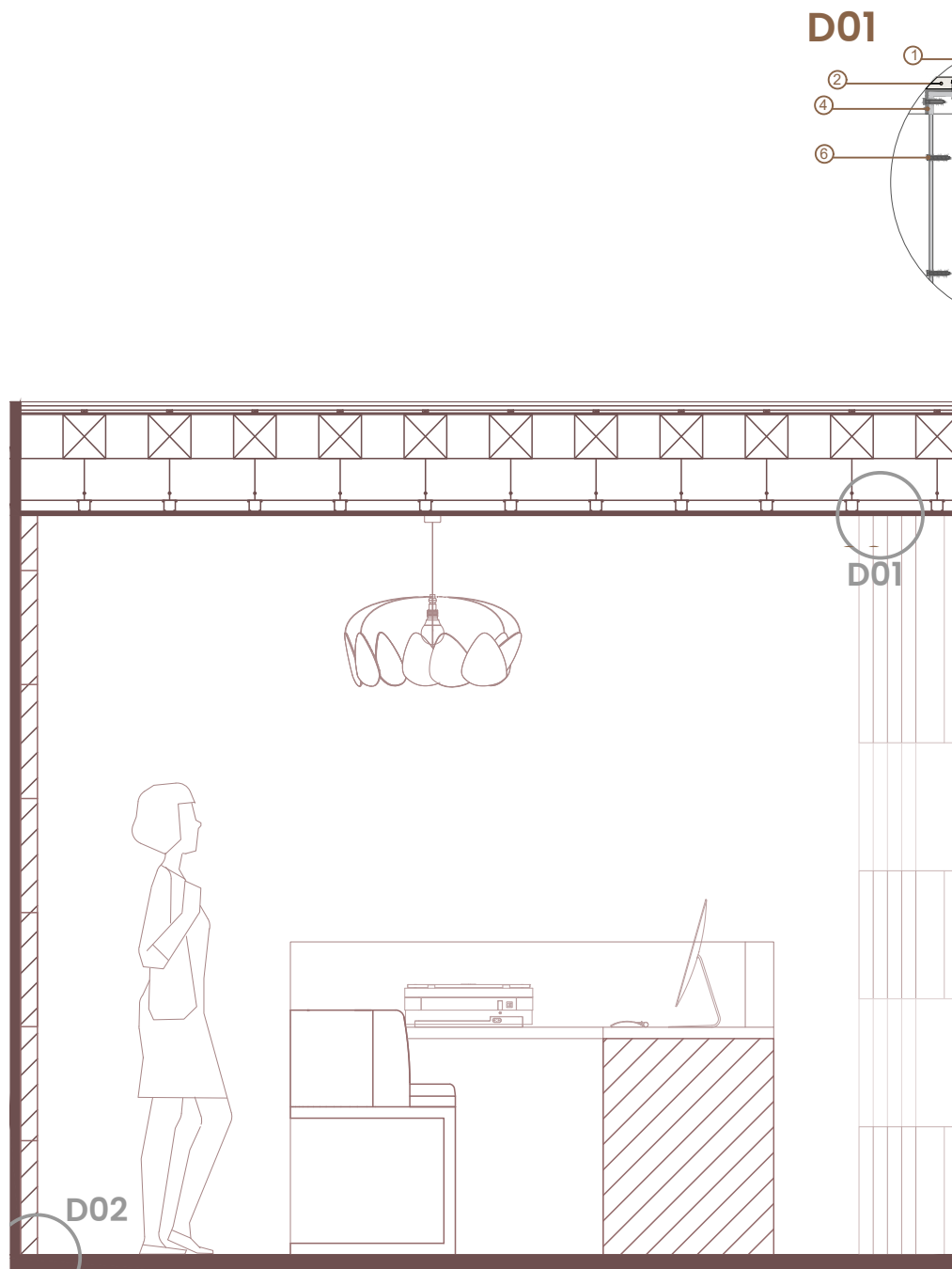
ESC:1:20

CONTIENE: 12. SECCIÓN 01
DETALLES CONSTRUCTIVOS

LÁMINA
L - 07

JOYERÍA DE AUTOR

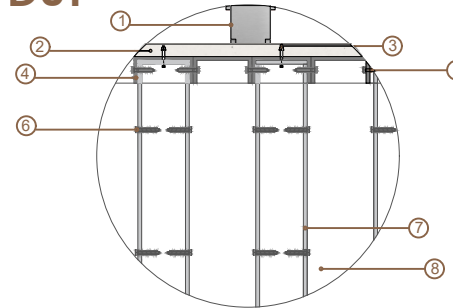
13 | SECCIÓN 02- DETALLES CONSTRUCTIVOS



SECCIÓN 02.ZONA DE RECEPCIÓN

ESC:1:25

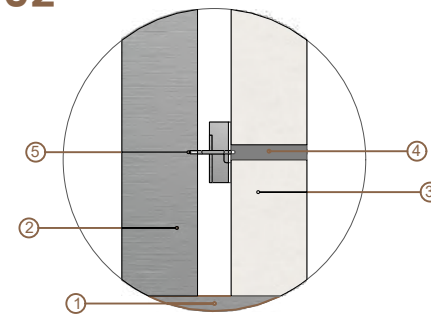
D01



ESPECIFICACIÓN CONSTRUCTIVA ELEMENTO CURVO EN DRYWALL

1. PERFIL SECUNDARIO TIPO OMEGA GALVANIZADO
2. PLANCHAS DE GYPSUM 1.22 X 2.44 M ESPESOR 12.7 MM
3. PERNO DE EXPANSIÓN Ø 1/4 X 2
4. MONTANTE FLEXIBLE CONCAVEX 60 X 27 MM
5. TORNILLO PUNTA FINA 6 X 1
6. TORNILLO PUNTA BROCA 1/2X8
7. SOLERAS ARTICULADAS METÁLICAS GALVANIZADAS 60 X 27 MM
8. PLACAS EXTRA CURVA DURLOCK ESPESOR 6 MM

D02



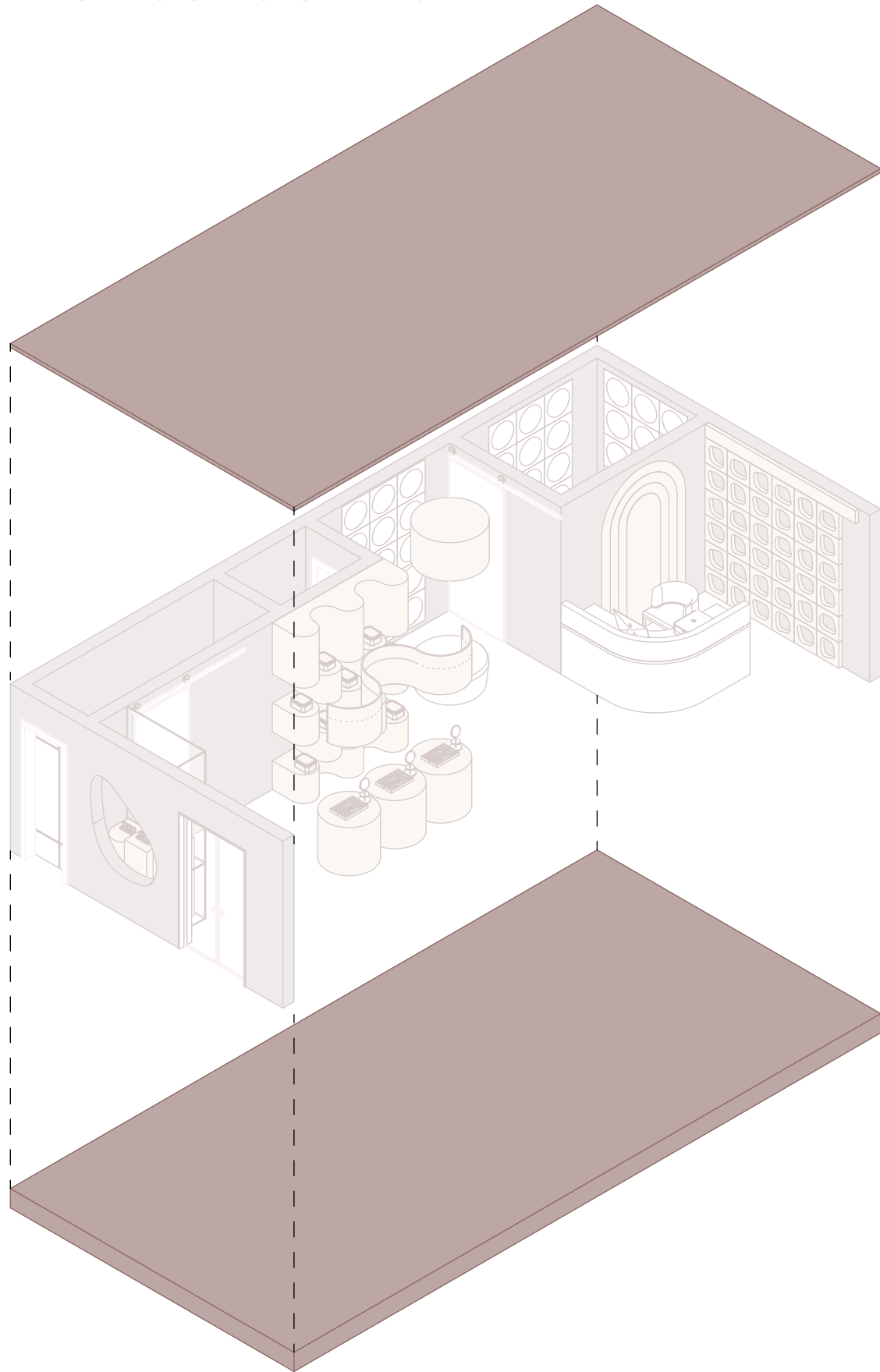
ESC:1:20

ESPECIFICACIÓN CONSTRUCTIVA CELOSÍA CERÁMICA

1. PALASTRO INFERIOR DE ACERO 250 X 10 MM
2. TUBO ESTRUCTURAL METÁLICO 100 X 40 X 4 MM SOLDADO A PLACAS SUPERIOR E INFERIOR
3. CELOSÍA CERÁMICA 260 X 350 X 50 MM
4. JUNTA DE MORTERO CEMENTO-ARENA
5. REFUERZO HORIZONTAL MURFOR ANC

CONTIENE: 13. SECCIÓN 02
DETALLES CONSTRUCTIVOS

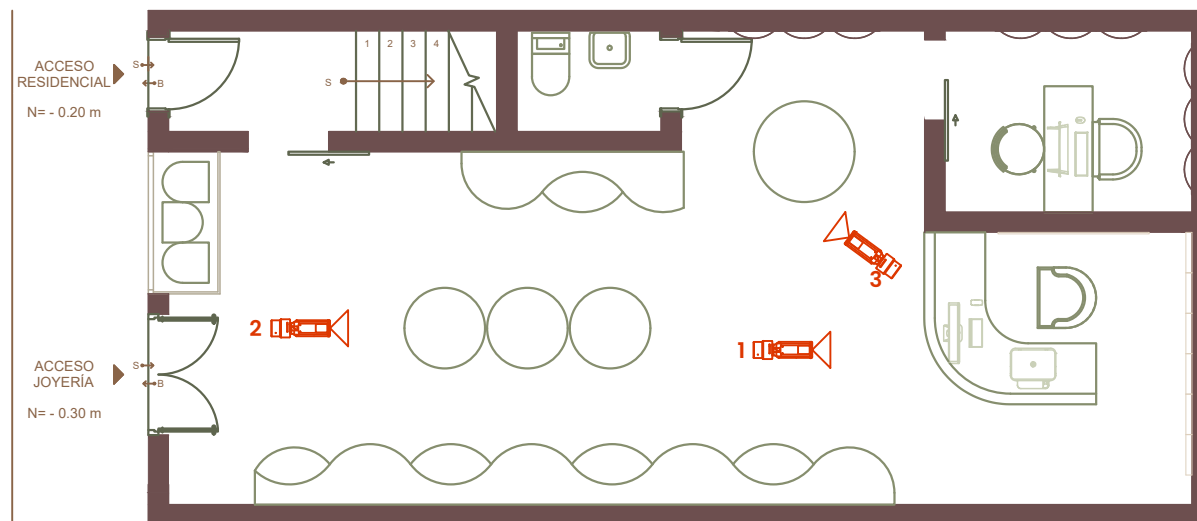
LÁMINA
L - 08



AXONOMETRÍA

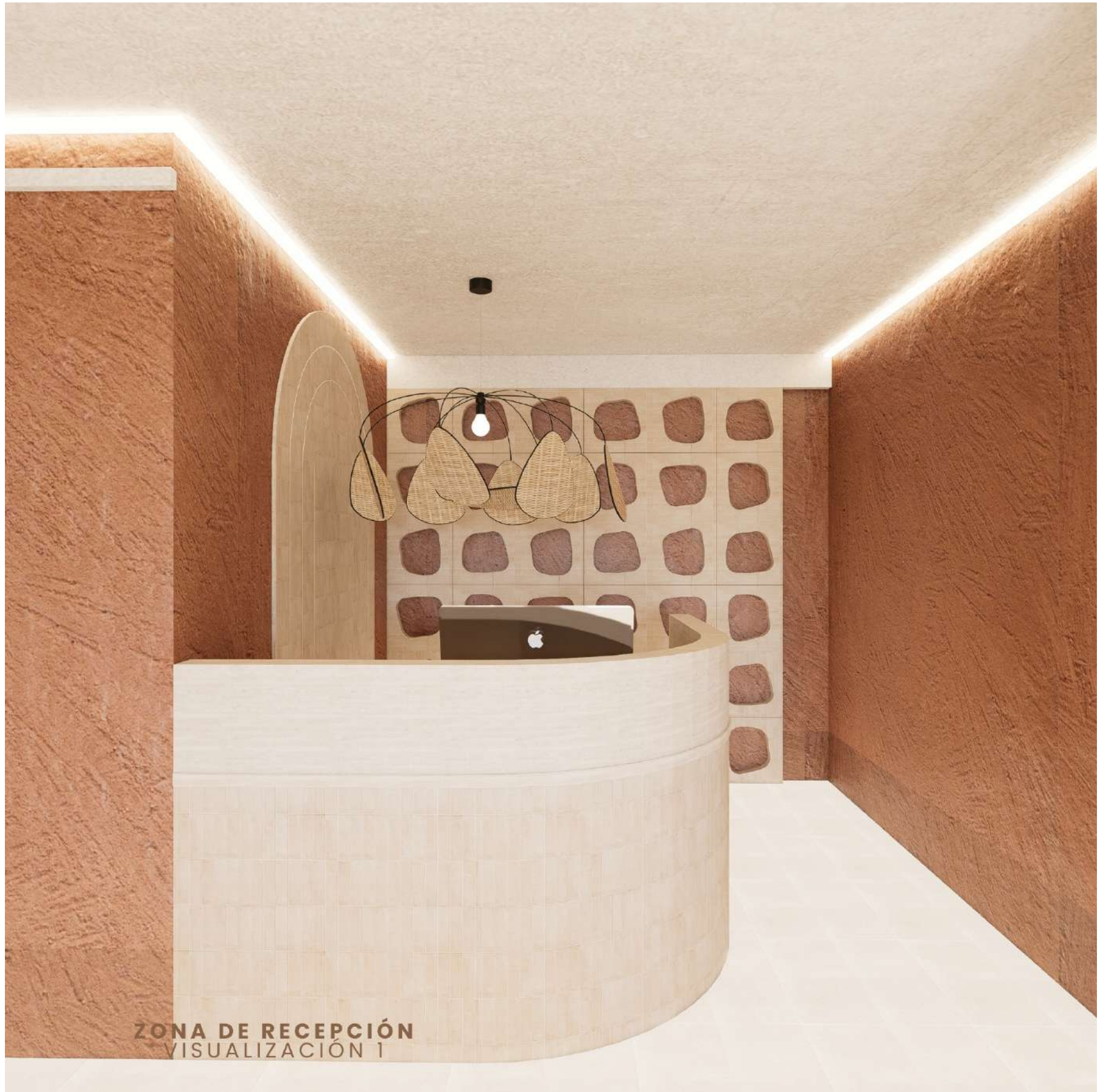
A continuación, se presentan los renders del proyecto, los cuales permiten visualizar la propuesta espacial, la distribución del mobiliario, la materialidad y la atmósfera planteada para Joyería Cecilita. Estas visualizaciones ayudan a comprender la intención estética y funcional del diseño interior.

Para la elaboración de los renders, se desarrolló previamente un mapa de cámaras, realizado para definir los puntos de vista de los renders del proyecto.



MAPA DE CAMARAS

DISEÑO INTERIOR DE UNA JOYERÍA A PARTIR DE ESTRATEGIAS DE DISEÑO EXPERIENCIAL



ZONA DE RECEPCIÓN
VISUALIZACIÓN 1

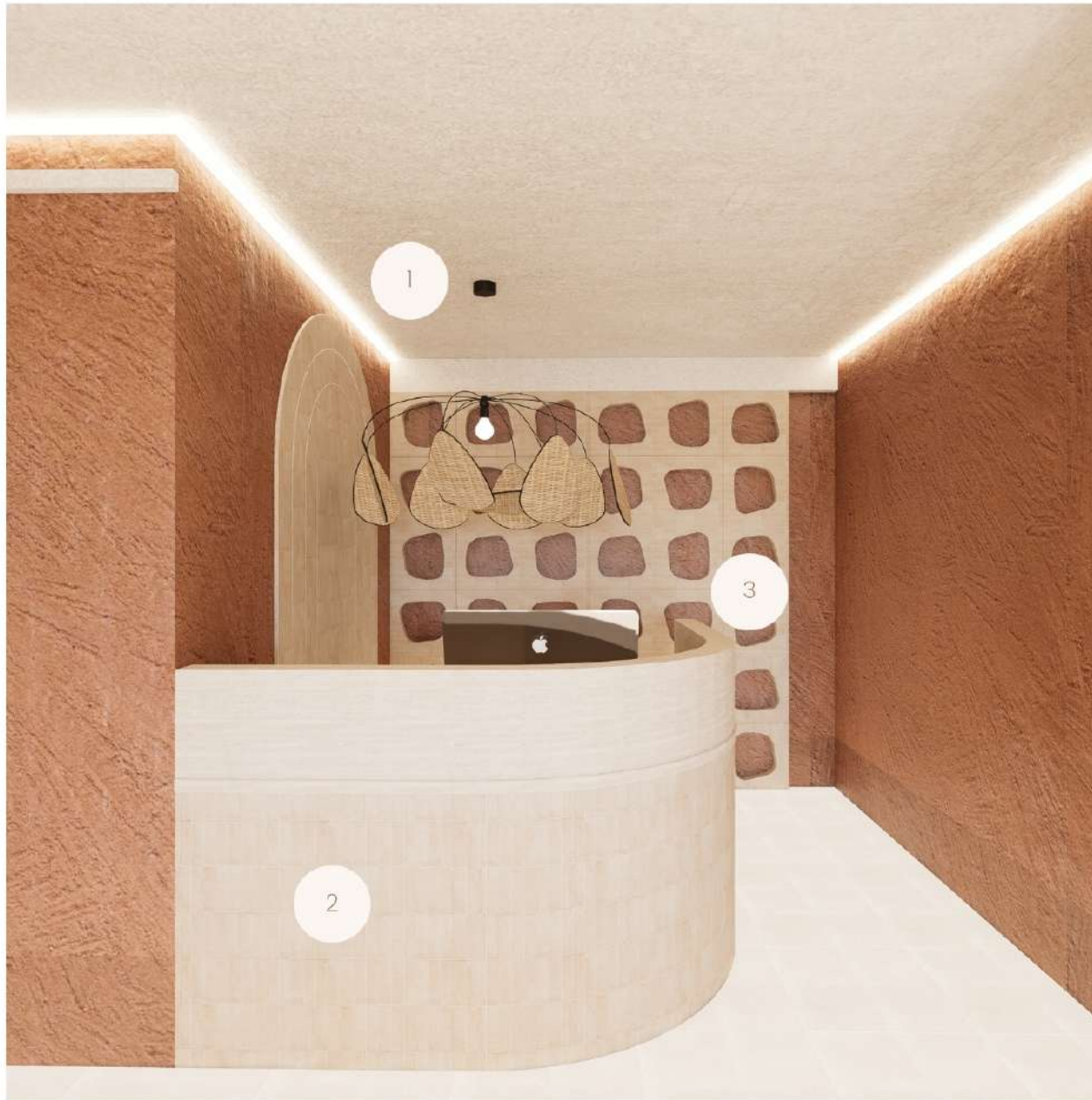


ZONA DE EXHIBICIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE
VISUALIZACIÓN 2



TOQUILLA LUXE SPOT
VISUALIZACIÓN 3

INFOGRAFÍA 1



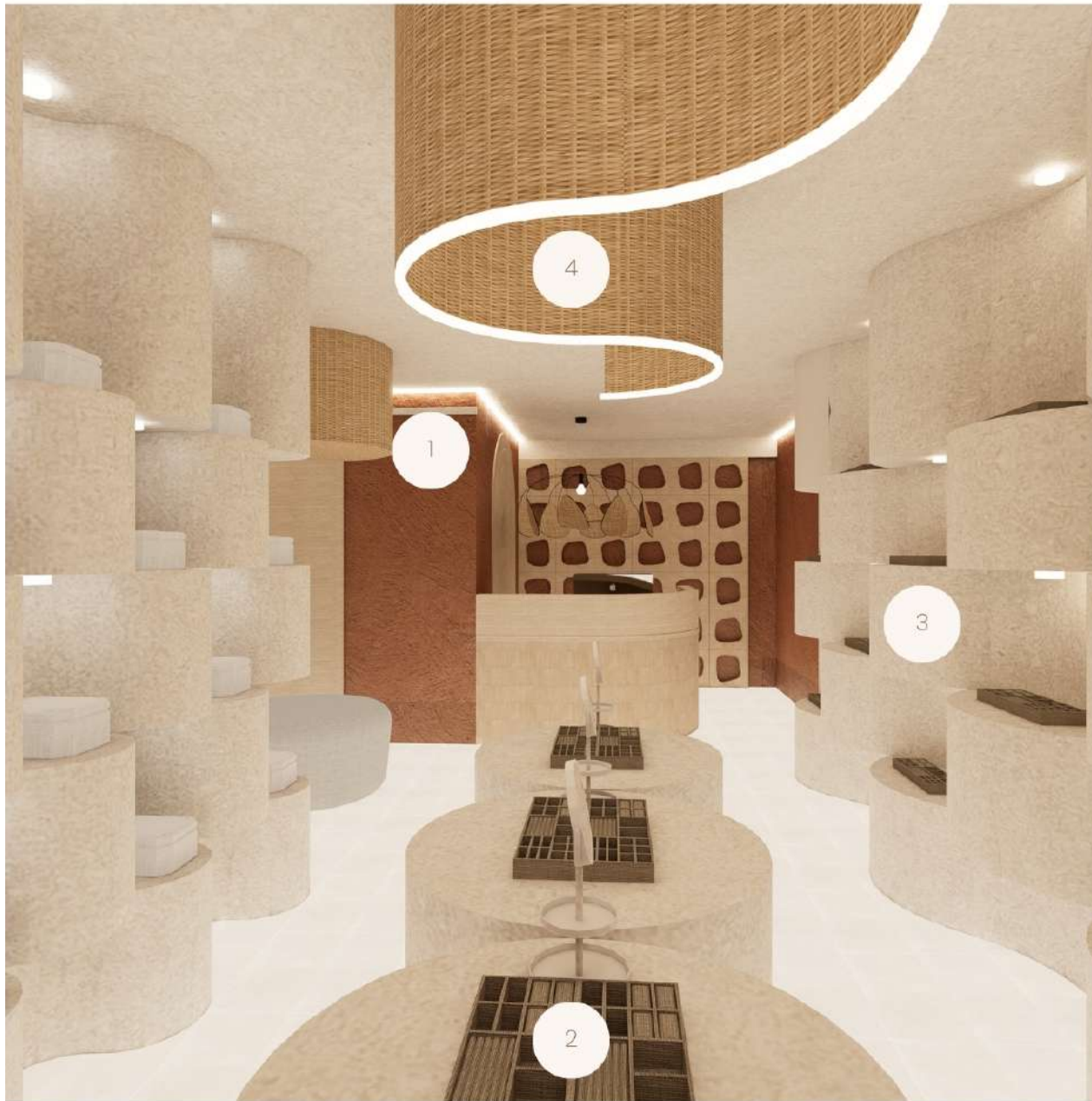
CRITERIO DE ACCESIBILIDAD Y SEGURIDAD

1. Iluminación LED que genera luz homogénea y reduce sombras en el área de atención, la lámpara central complementa la ambientación focal del mostrador
2. Mostrador curvo de atención que optimiza el contacto frontal con el usuario y mejora la circulación lateral

CRITERIO EXPERIENCIAL

3. Uso de tonos neutros, madera natural y revestimiento cerámico que transmiten calidez y sofisticación

INFOGRAFÍA 2



CRITERIO DE ACCESIBILIDAD Y SEGURIDAD

1. La iluminación LED permite una distribución uniforme de luz que resalta las joyas exhibidas en los módulos centrales
2. La disposición de exhibidores centrales y laterales organiza el recorrido del usuario y facilita la visualización de las piezas desde diferentes ángulos

CRITERIO EXPERIENCIAL

3. Las formas curvas y la luminaria generan un lenguaje formal dinámico que aporta movimiento y coherencia al diseño interior
4. Los exhibidores abiertos permiten que las joyas se encuentren accesibles para su observación y prueba directa por parte del cliente. Este sistema se plantea dentro de un entorno controlado y supervisado que garantiza seguridad mientras mantiene una experiencia de compra más cercana e interactiva

INFOGRAFÍA 3



CRITERIO EXPERIENCIAL

- 1.El mobiliario central funciona como área de espera y pausa dentro del recorrido de la tienda permitiendo que los clientes permanezcan cómodamente mientras son atendidos
- 2.El uso de fibras naturales, texturas tejidas y tonos cálidos transmite una estética orgánica y artesanal que refuerza el carácter natural del diseño
- 3.Se utiliza un espejo compuesto por círculos superpuestos que aporta dinamismo visual y refuerza la ambientación acogedora del espacio.

DISEÑO INTERIOR DE UNA JOYERÍA A PARTIR DE ESTRATEGIAS DE DISEÑO EXPERIENCIAL

PRESUPUESTO DE OBRA					
JOYERÍA DE AUTOR					
CONTACTO: 0979382869					
OFERENTE:	Antonella García				
UBICACIÓN DE LA OBRA: 24 de mayo y Juan Bautista Cobos, Chordeleg Ecuador					
CLIENTE:	Alejandrina Farfán				
FECHA:	26/03/2026				
RUBRO	DESCRIPCION	UNIDAD	PRECIOS UNITARIOS	CANTIDAD	PRECIO / RUBRO
1	OBRAS PRELIMINARES				259,85
	Limpieza de terreno	m2	5,55	54,00	299,70
	Replanteo y nivelación del área de intervención	m2	3,00	38,00	114,00
	Protección de mobiliario y superficies existentes	Global	120,00	1,00	120,00
	Derrocamientos de paredes, elementos varios dentro del espacio a intervenir.	m2	5,50	4,70	25,85
2	CIELO RASO				1.652,40
	Cielo raso tipo Armstrong, plano, color blanco + Gypsum de acuerdo a diseño existente	m2	30,60	54,00	1.652,40
3	PISO				2.042,82
	Retiro de porcelanato existente	m2	4,50	34,00	153,00
	Retiro de piso flotante existente	m2	3,50	12,00	42,00
	PORCELANATO GRAIMAN: URBAN-WASHED FORMATO: 60x60 CM INCLUYE SUMINISTRO E INSTALACION	m2	37,50	34,00	1.275,00
	PISO FLOTANTE GRAIMAN: BOREAL FORMATO: 1220x197 CM INCLUYE SUMINISTRO E INSTALACION	m2	29,50	12,00	354,00
	Zócalo MDF	Ml	7,00	31,26	218,82
4	REVESTIMIENTOS DE PARED				558,40
	Preparación superficie paredes	m2	1,50	84,00	126,00
	Pintura limewash 2 manos	m2	3,30	84,00	277,20
	Mampostería de bloque de 20cm - (Relleno de espacios donde se retiran puertas y ventanas)	m2	32,00	4,85	155,20
5	ILUMINACION				2.383,66
	TIRA LED 15 W - 5000K	ml	15,53	9,00	139,77
	LED HI SPOT 20 W - 5000K	u	1,53	19,00	29,07
	PANEL LED CIRCULAR 18 W - 5000K	u	12,00	1,00	12,00

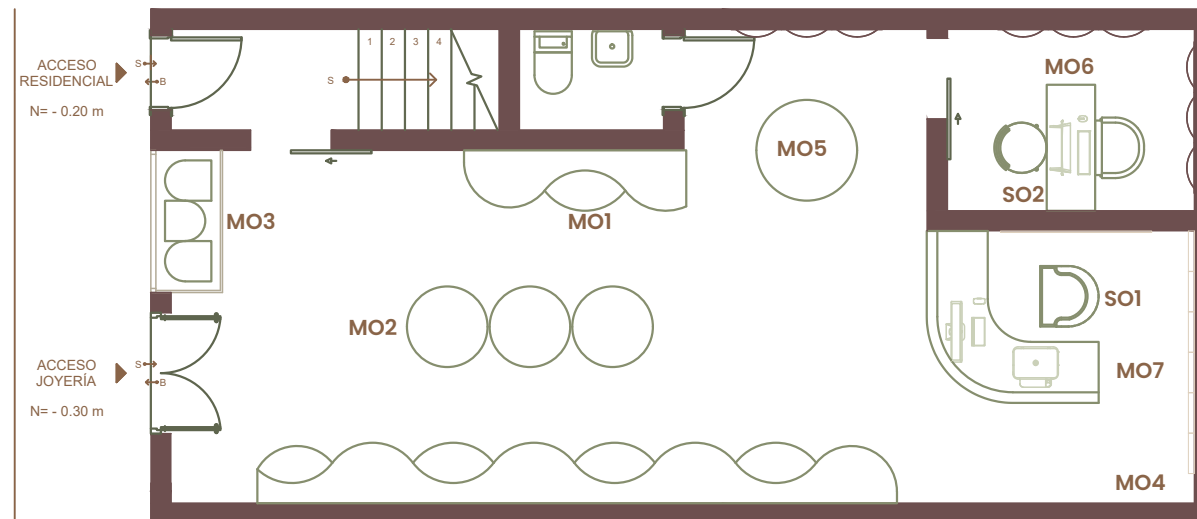
CAPÍTULO 03. PROYECTO Y FACTIBILIDAD

	LÁMP.-CANNAGE SCREEN - 60W	u	160,00	1,00	160,00
6	INSTALACIONES ELECTRICAS				482,80
	Puntos de Tomacorriente 110v incluye placa	pto	32,01	5,00	160,05
	Puntos de Tomacorriente 220v incluye placa	pto	47,50	2,00	95,00
	Puntos de mando eléctrico incluye placa	pto	31,90	1,00	31,90
	Puntos de Red, incluye placa	pto	69,85	1,00	69,85
7	ACABADOS				552,00
	Griferia para lavamanos	u	260,00	1,00	260,00
	Lavamanos	u	95,00	1,00	95,00
	SumInistro de Inodoro	u	197,00	1,00	197,00
8	CARPINTERIA DE MADERA				540,00
	Puerta de baño	u	220,00	1,00	220,00
	Puerta corrediza		320,00	1,00	320,00
9	MOBILIARIO(ver presupuesto de mobiliario)				4.720,00
	Presupuesto de mobiliario				4.720,00
10	OBRAS COMPLEMENTARIAS				129,60
	Limpieza final de la obra	m2	2,40	54,00	129,60
			SUBTOTAL		13321,53
			IVA 15%		1.998,23
			TOTAL		15.319,76

NOTA. Los valores presentados corresponden únicamente a costos directos, sin considerar imprevistos ni margen de utilidad

DISEÑO INTERIOR DE UNA JOYERÍA A PARTIR DE ESTRATEGIAS DE DISEÑO EXPERIENCIAL

PRESUPUESTO DE MOBILIARIO					
JOYERÍA DE AUTOR					
CONTACTO: 0979382869					
OFERENTE:	Antonella García				
UBICACIÓN DE LA OBRA: 24 de mayo y Juan Bautista Cobos, Chordeleg Ecuador					
CLIENTE:	Alejandrina Farfán				
FECHA:	26/03/2026				
RUBRO	DESCRIPCION	UNIDAD	PRECIOS UNITARIOS	CANTIDAD	PRECIO / RUBRO
1	MO1 – Mueble de almacenamiento				1.800,00
	MDF enchapado + Drywall+ LED puntual	Unidad	900,00	2,00	1.800,00
2	MO2 – Exhibidor de almacenamiento				570,00
	MDF + divisiones internas + acabado estándar	Unidad	190,00	3,00	570,00
3	MO3 – Exhibidor pequeño joyería (Escaparate)				270,00
	MDF enchapado + acabado	Unidad	90,00	3,00	270,00
4	MO4 – Pared con repisas				600,00
	MDF + acabado + LED integrado	Unidad	150,00	4,00	600,00
5	MO5 – Sofa circular				300,00
	MDF + curvatura	Unidad	300,00	1,00	300,00
7	MTO2 – Mesa	Unidad	150,00	1,00	150,00
	MDF lacado				
8	MTO1– Counter	Unidad	700,00	1,00	700,00
	MDF + acabado				
9	SO1 – Silla	Unidad	120,00	2,00	240,00
10	SO2 – Silla	Unidad	90,00	1,00	90,00
			TOTAL		4.720,00
NOTA:	1. No incluye rubros no especificados en este presupuesto.				



PLANTA DE UBICACIÓN DE MOBILIARIO

Como parte del desarrollo del proyecto, se realizó el presupuesto general de obra y el presupuesto de mobiliario, con el fin de estimar los costos correspondientes a la ejecución de la propuesta interior y a la fabricación de los elementos diseñados para Joyería Cecilita.

Se realizó un plano con los códigos del mobiliario, con el objetivo de identificar las piezas de mejor manera dentro del proyecto.

Posteriormente, se presentan las fichas de mobiliario y los renders correspondientes, donde se detallan las características, materialidad y propuesta estética de cada pieza diseñada.

COUNTER 01

CÓDIGO:MT-01

DESCRIPCIÓN

MÓDULO DE RECEPCIÓN, SU GEOMETRÍA ENFATIZA LA ACCESIBILIDAD Y LA ORGANIZACIÓN DEL ÁREA DE ATENCIÓN. INTEGRA SUPERFICIES DE TRABAJO Y ALMACENAMIENTO INTERNO, COMBINANDO FUNCIONALIDAD CON UNA PRESENCIA VISUAL SOBRIA



FICHA DE MOBILIARIO

AXONOMETRÍA EXPLOTADA

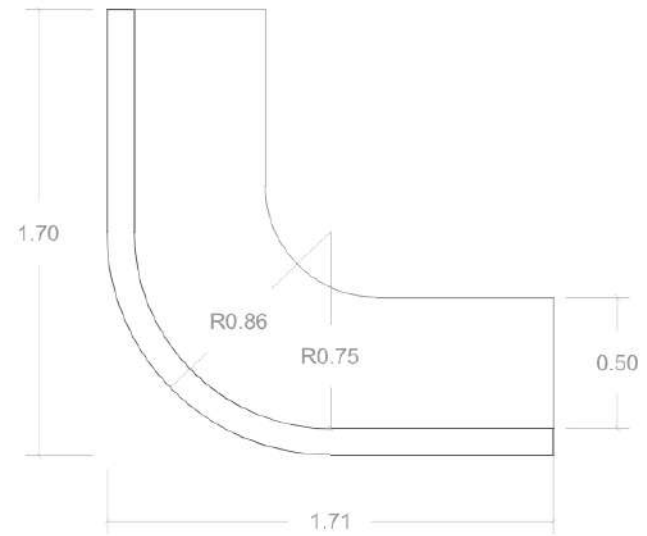


ROL	
<input checked="" type="checkbox"/>	ORGANIZA
<input type="checkbox"/>	OCUPA
<input type="checkbox"/>	DECORA

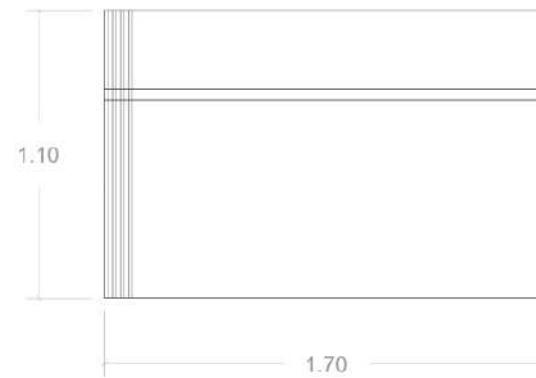
MEDIDAS	
<input type="checkbox"/>	ALTO: 1.10 CM
<input type="checkbox"/>	LARGO: 1.70 CM
<input type="checkbox"/>	PROFUNDIDAD: 1.70 CM

FORMA	
<input type="checkbox"/>	RECTA
<input checked="" type="checkbox"/>	CURVA
<input type="checkbox"/>	MIXTA

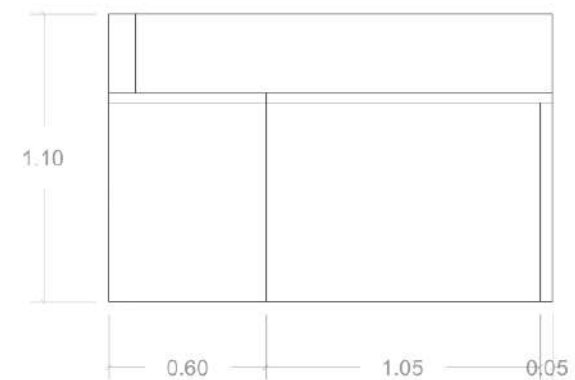
MATERIALIDAD	
M. PRINCIPAL	MELAMÍNICO RH 18MM-MACADAMIA PELIKANO
M. SECUNDARIO	AZULEJO CERAMICO 7.5X15 CM



VISTA SUPERIOR



VISTA FRONTAL



VISTA LATERAL

STUDIO DESK

CÓDIGO:MT-02

DESCRIPCIÓN

ESCRITORIO DE TRABAJO DISEÑADO PARA ACTIVIDADES OPERATIVAS Y CREATIVAS. SU SUPERFICIE AMPLIA PERMITE UNA ORGANIZACIÓN EFICIENTE, PROPORCIONANDO UN ESPACIO CÓMODO Y FUNCIONAL PARA EL DESARROLLO DE TAREAS



FICHA DE MOBILIARIO

AXONOMETRÍA EXPLOTADA



ROL

ORGANIZA

OCUPA

DECORA

MEDIDAS

ALTO: 0.80 CM

LARGO: 1.25 CM

PROFUNDIDAD: 0.48 CM

FORMA

RECTA

CURVA

MIXTA

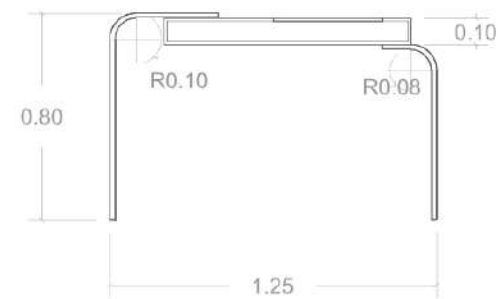
MATERIALIDAD

M. PRINCIPAL MELAMÍNICO RH 18MM-ESPRESSO PELIKANO

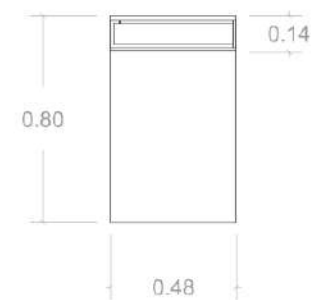
M. SECUNDARIO MELAMÍNICO RH 18MM-MACADAMIA PELIKANO



VISTA SUPERIOR



VISTA FRONTAL



VISTA LATERAL

3.2 FAST JEWELRY

Tipo de joyería

La propuesta corresponde a una línea de fast jewelry, destinada a piezas de uso cotidiano y de mayor rotación. Este tipo de joyería requiere espacios dinámicos, organizados y accesibles que permitan una visualización rápida y práctica de los productos.

Estrategias aplicadas

En esta propuesta se aplican estrategias de accesibilidad y seguridad, diseño experiencial, diseño sensorial, almacenamiento, bienestar y confort. Se plantea una distribución clara, recorridos fluidos y exhibidores organizados que faciliten la identificación rápida de las colecciones. Además, se considera una iluminación uniforme y materiales contemporáneos que aporten dinamismo y funcionalidad al espacio.

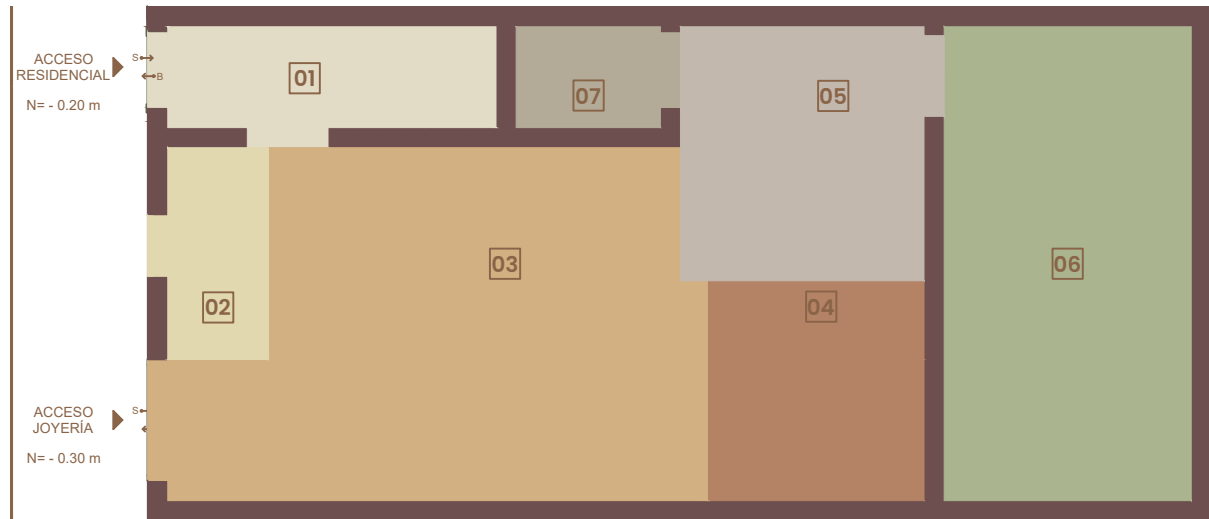
Memoria descriptiva

La propuesta busca generar un ambiente moderno, dinámico y funcional, relacionado con el ritmo cotidiano del fast jewelry. El espacio incorpora una organización clara y exhibiciones accesibles que permiten una experiencia de compra ágil y cómoda. Se utilizan materiales contemporáneos y tonos cálidos que aportan equilibrio entre funcionalidad y estética, mientras que la iluminación y la disposición del mobiliario favorecen la circulación y la visualización rápida de los productos.

FAST JEWELRY

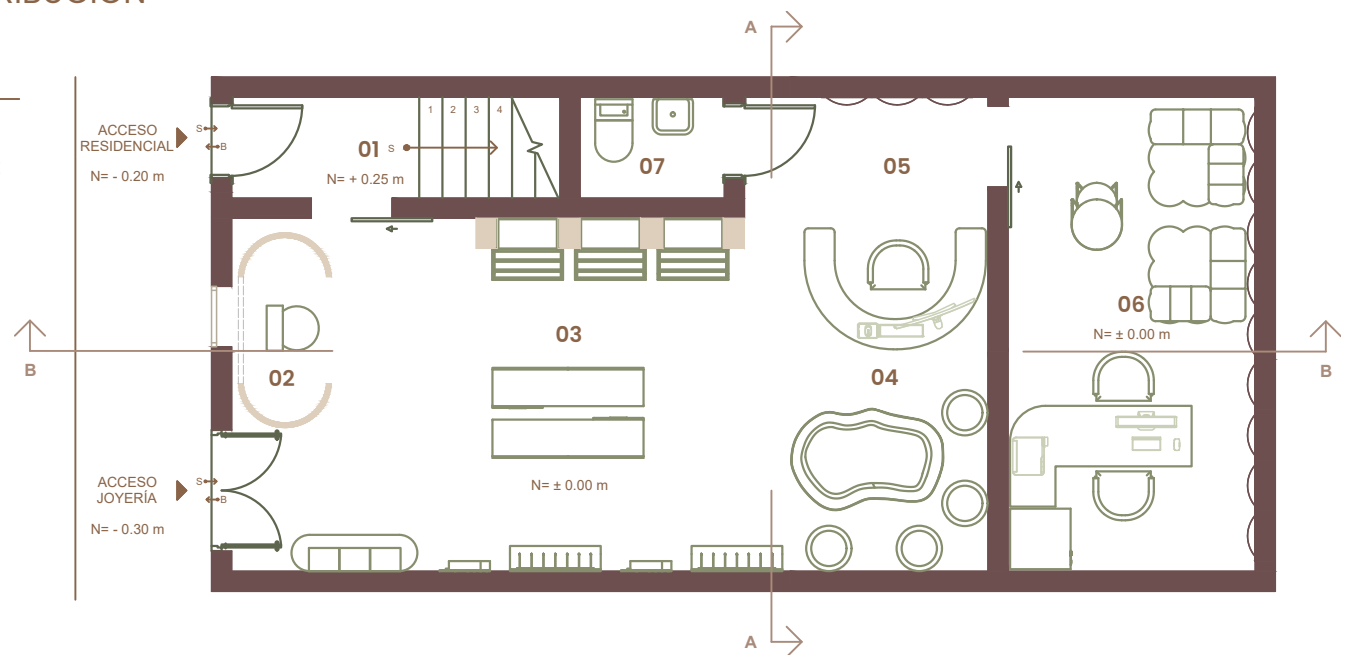
01 PLANTA DE ZONIFICACIÓN

LISTADO DE ESPACIOS	
01	ACCESO A VIVIENDA PLANTA ALTA
02	PIERCING LAB
03	ZONA DE EXHIBICIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE
04	DROP CENTRAL
05	ZONA DE RECEPCIÓN
06	ZONA ADMINISTRATIVA
07	S.H.



02 PLANTA DE DISTRIBUCIÓN

LISTADO DE ESPACIOS	
01	ACCESO A VIVIENDA PLANTA ALTA
02	PIERCING LAB
03	ZONA DE EXHIBICIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE
04	DROP CENTRAL
05	ZONA DE RECEPCIÓN
06	ZONA ADMINISTRATIVA
07	S.H.





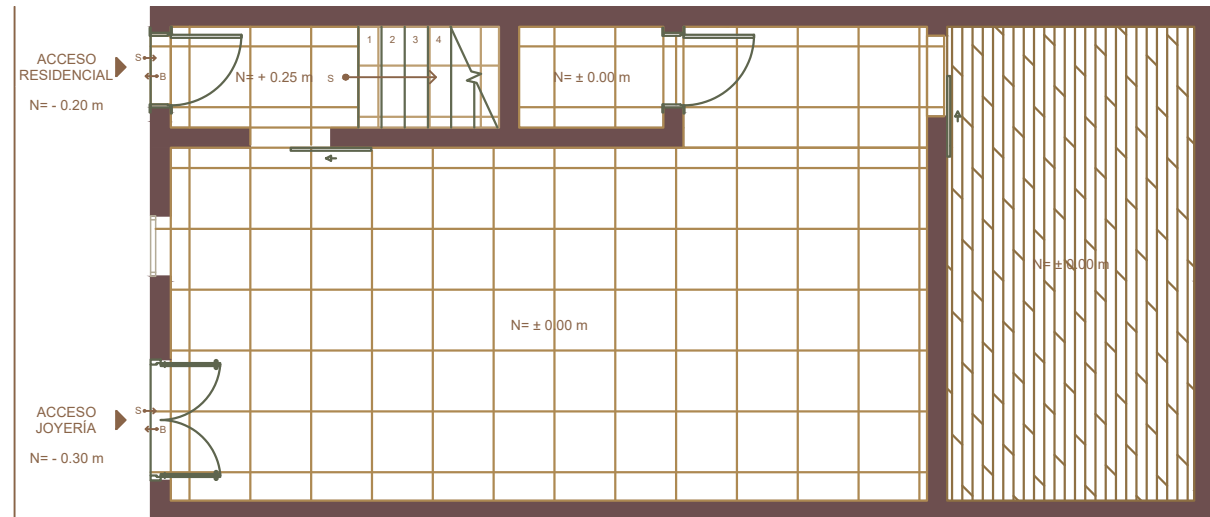
CONTIENE: 01. ZONIFICACIÓN
02. PLANO DE DISTRIBUCIÓN

ESCALA 1:75
LÁMINA L - 01


FAST JEWELRY

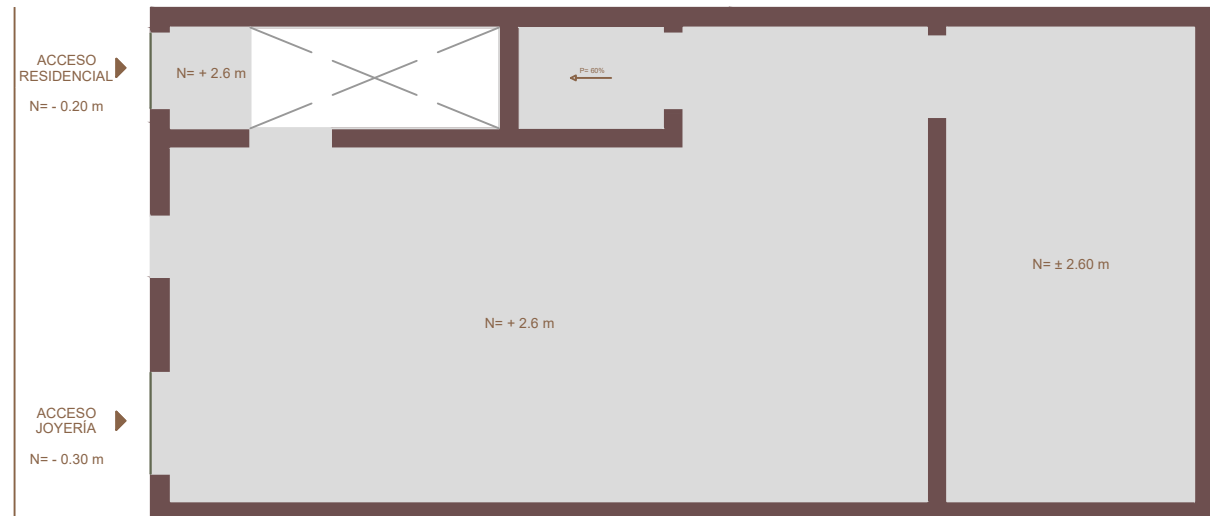
05 | PLANO DE PISOS

- SIMBOLOGÍA**
-  PORCELANATO GRAIMAN: URBAN-WASHED
FORMATO: 60x60 CM
CÓDIGO: 67ER1984E
 -  PISO FLOTANTE GRAIMAN: BOREAL
FORMATO: 1220x197 CM
CÓDIGO: LAM088100-2
 -  CERÁMICA GRAIMAN: PROJECT-BEIGE
FORMATO: 45x45 CM
CÓDIGO: 858062E



06 | PLANO DE CIELO RASO

- SIMBOLOGÍA**
-  PLANCHAS DE GYPSUM-CIELO RASO SUSPENDIDO
FORMATO: 1.22 X 2.44 M
ESPESOR: 12.7 MM

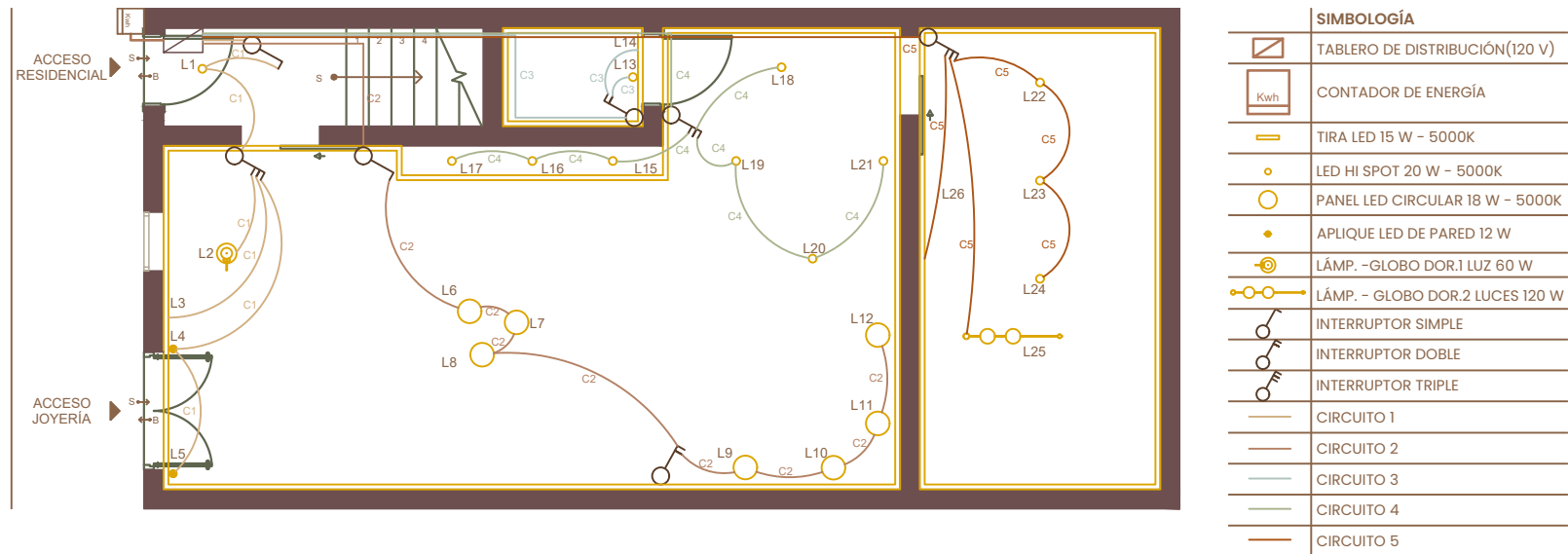


CONTIENE: 05. PLANO DE PISOS
06. PLANO DE CIELO RASO

ESCALA | **LÁMINA**
1:75 | L - 03

FAST JEWELRY

07 | PLANTA DE INSTALACIONES ELÉCTRICAS-PUNTOS DE LUZ



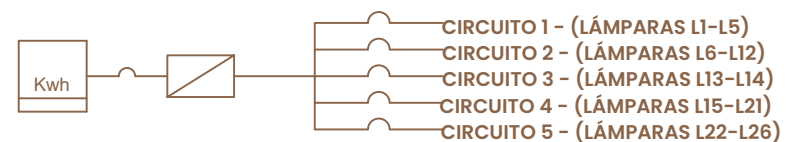
CUADRO DE POTENCIAS

NOTA. EL CUADRO DE POTENCIAS PERMITE IDENTIFICAR LA DEMANDA ENERGÉTICA ESTIMADA DE CADA CIRCUITO, FACILITANDO LA DISTRIBUCIÓN EQUILIBRADA DE CARGAS Y LA CORRECTA SELECCIÓN DE PROTECCIONES ELÉCTRICAS

CUADRO DE POTENCIAS					
CIRCUITOS	N.º	POTENCIA	CALIBRE	TUBERÍA	PROTECCIÓN
ILUMINACIÓN	C1	104 W	2-3 X 12 AWG	1/2" - 3/4"	15A
ILUMINACIÓN	C2	491 W	2-3 X 12 AWG	1/2" - 3/4"	15A
ILUMINACIÓN	C3	87 W	2-3 X 12 AWG	1/2" - 3/4"	15A
ILUMINACIÓN	C4	140 W	2-3 X 12 AWG	1/2" - 3/4"	15A
ILUMINACIÓN	C5	389 W	2-3 X 12 AWG	1/2" - 3/4"	15A
TOMACORRIENTES	C1	1200 W	2 X 10 AWG	3/4"	20A
POTENCIA TOTAL:		2411 W			

DIAGRAMA UNIFILAR

NOTA. EL DIAGRAMA UNIFILAR REPRESENTA DE FORMA ESQUEMÁTICA, LA CONEXIÓN ENTRE TABLERO, CIRCUITO Y ELEMENTOS TERMINALES, SIMPLIFICANDO LA LECTURA TÉCNICA DE LA INSTALACIÓN Y GARANTIZANDO UNA COMPRESIÓN INTEGRAL DEL SISTEMA PROYECTADO

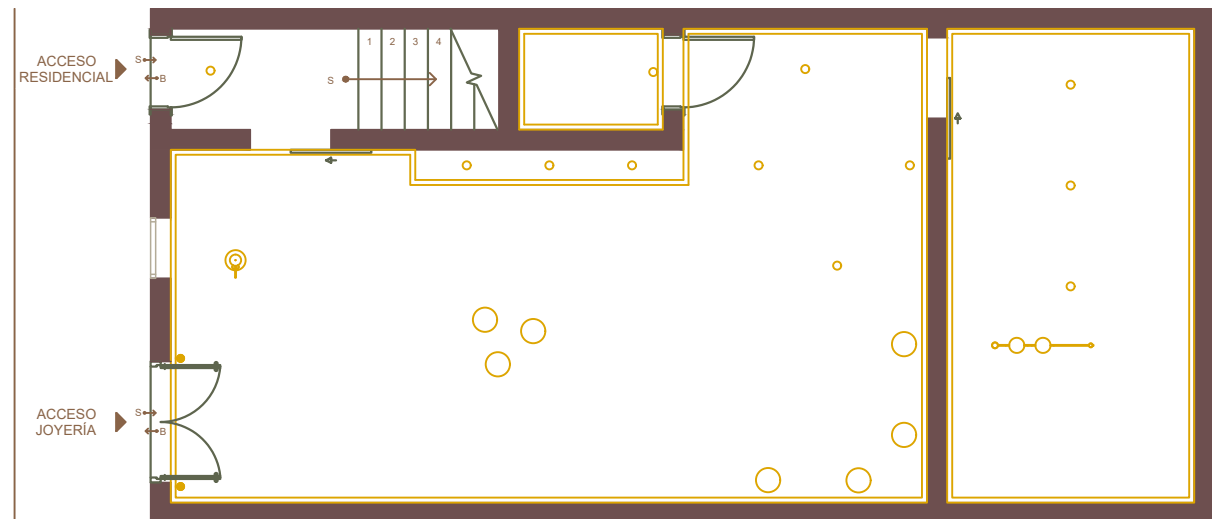


CONTIENE: 07. PLANTA DE INSTALACIONES ELÉCTRICAS PUNTOS DE LUZ | ESCALA: 1:75 | LÁMINA: L - 04





FAST JEWELRY

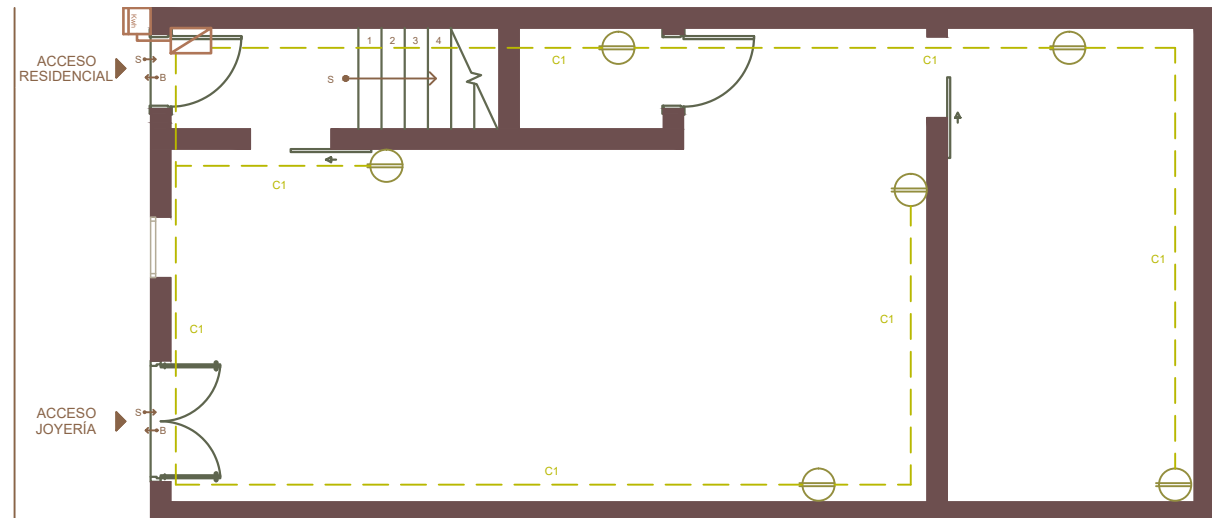
08 PLANTA DE INSTALACIONES ELÉCTRICAS-LUMINARIAS

SIMBOLOGÍA	
	TIRA LED 15 W - 5000K
	LED HI SPOT 20 W - 5000K
	PANEL LED CIRCULAR 18 W - 5000K
	APLIQUE LED DE PARED 12 W
	LÁMP. -GLOBO DOR.1 LUZ 60 W
	LÁMP. - GLOBO DOR.2 LUCES 120 W



09 PLANTA DE INSTALACIONES ELÉCTRICAS- TOMA CORRIENTES

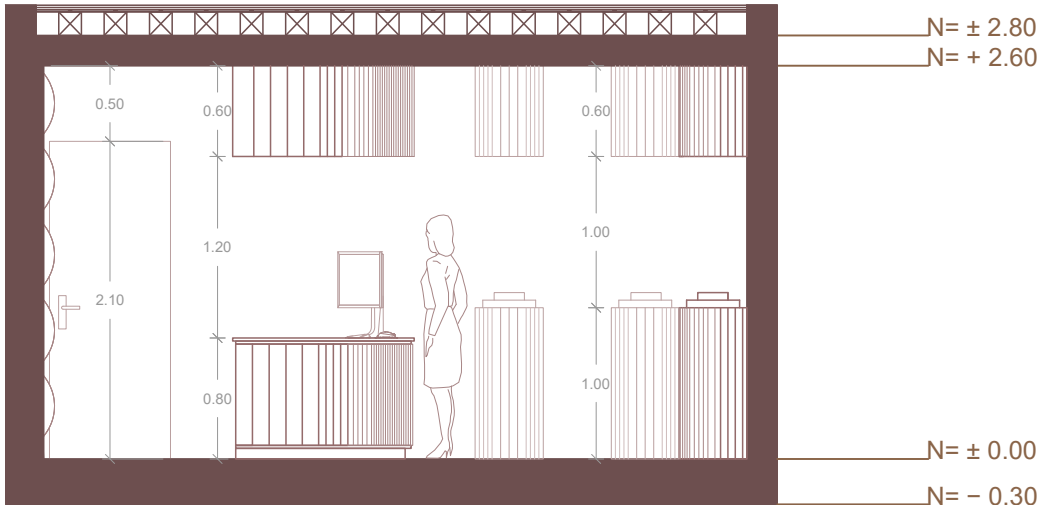
SIMBOLOGÍA	
	TABLERO DE DISTRIBUCIÓN(120 V)
	TOMACORRIENTE MONOFASICO 200W
	CIRCUITO 1
	CONTADOR DE ENERGÍA



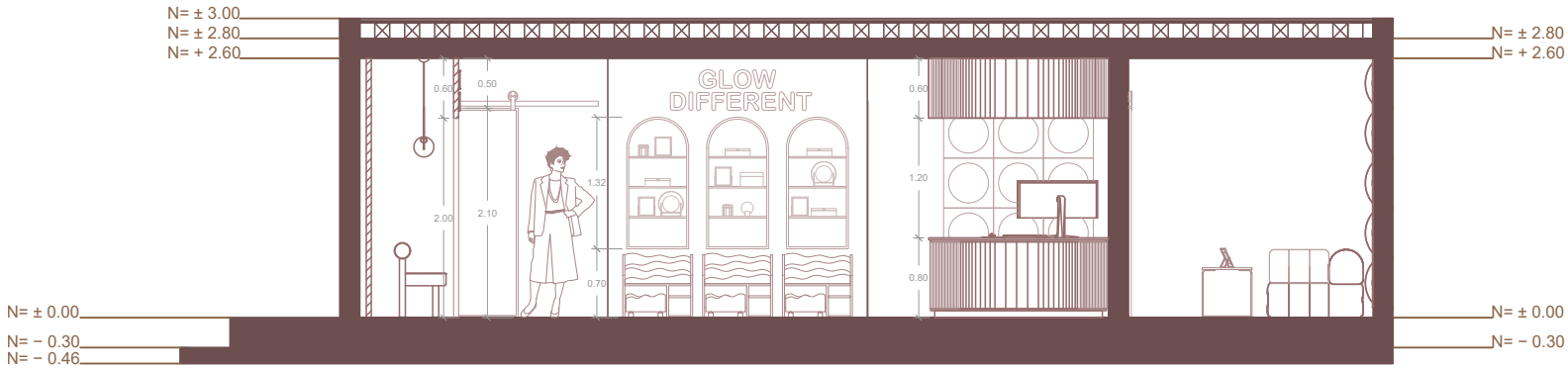
CONTIENE: 08. PLANTA DE LUMINARIAS | ESCALA | LÁMINA
 09. PLANTA DE TOMACORRIENTES | 1:75 | L - 05

FAST JEWELRY

10 | CORTE A-A



11 | CORTE B-B

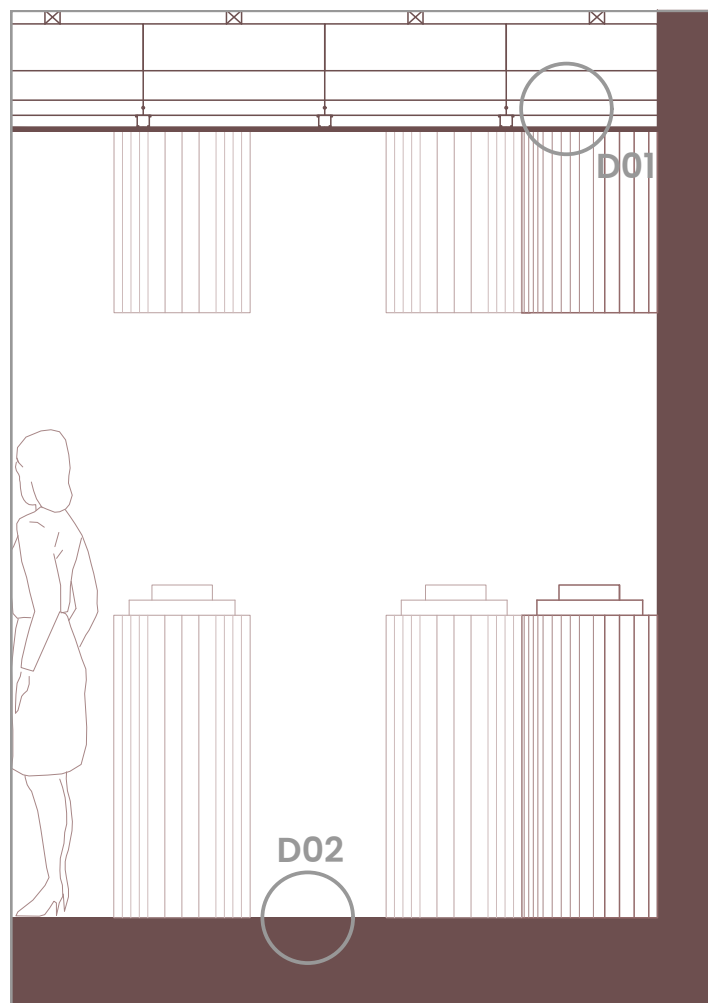


CONTIENE: 10. CORTE A-A
11. CORTE B-B

ESCALA: 1:50 | LÁMINA
1:75 | L - 06

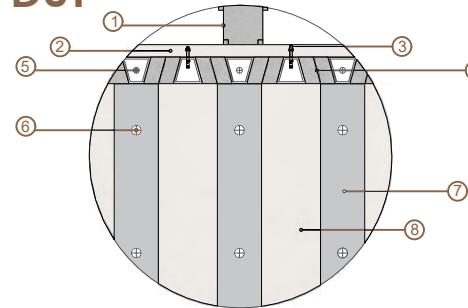
FAST JEWELRY

12 | SECCIÓN 01-DETALLES CONSTRUCTIVOS



SECCIÓN 01. DROP CENTRAL

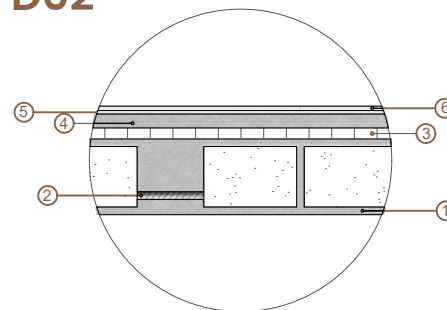
D01



ESPECIFICACIÓN CONSTRUCTIVA SISTEMA DE ANCLAJE PARA DRYWALL

1. PERFIL SECUNDARIO TIPO OMEGA GALVANIZADO
2. PLANCHAS DE GYPSUM 1.22 X 2.44 M ESPESOR 12.7 MM
3. PERNO DE EXPANSIÓN Ø 1/4 X 2
4. MONTANTE FLEXIBLE CONCAVEX 60 X 27 MM
5. TORNILLO PUNTA FINA 6 X 1
6. TORNILLO PUNTA BROCA 1/2X8
7. SOLERAS ARTICULADAS METÁLICAS GALVANIZADAS 60 X 27 MM
8. PLACAS EXTRA CURVA DURLOCK ESPESOR 6 MM

D02



ESPECIFICACIÓN CONSTRUCTIVA PISO DE PORCELANATO

1. BLOQUE DE PÓMEZ 15 x 20 x 40 CM
2. VARILLA DE HIERRO CORRUGADA Ø12 MM
3. MALLA ELECTROSOLDADA R84
4. HORMIGÓN SIMPLE 1:2:3
5. MORTERO ADHESIVO PARA PORCELANATO
6. PORCELANATO 60 x 60 CM, ESPESOR 7-10 MM

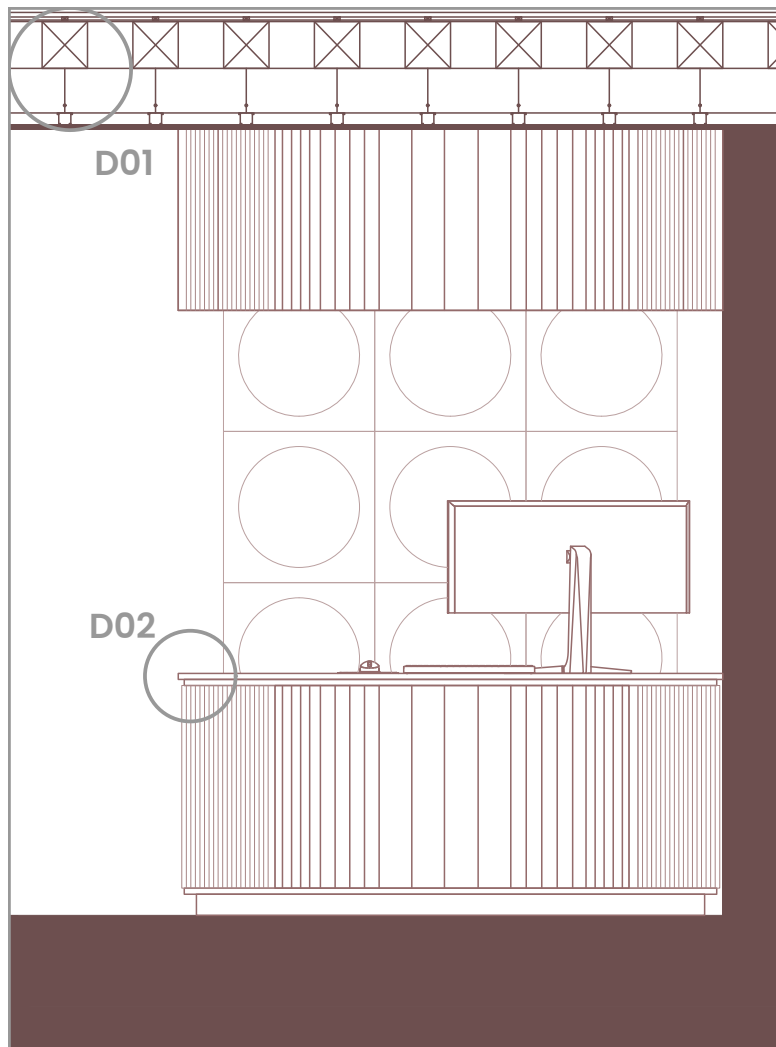
ESC:1:20

CONTIENE: 12. SECCIÓN 01
DETALLES CONSTRUCTIVOS

LÁMINA
L - 07

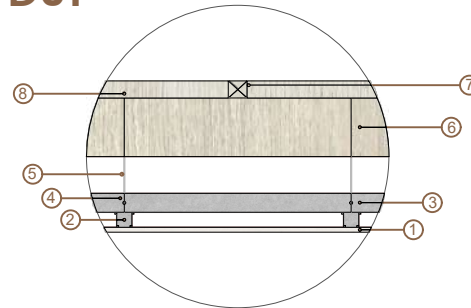
FAST JEWELRY

13 | SECCIÓN 02- DETALLES CONSTRUCTIVOS



SECCIÓN 02. ZONA DE RECEPCIÓN

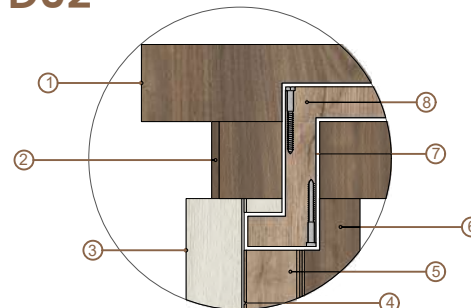
D01



ESPECIFICACIÓN CONSTRUCTIVA ENTREPISO DE MADERA

1. PLANCHAS DE GYPSUM 1.22 × 2.44 M - ESPESOR 12.7 MM
2. PERFIL SECUNDARIO TIPO OMEGA GALVANIZADO
3. PERFIL ÁNGULO PERIMETRAL
4. CANAL DE CARGA 20 × 25 × 0.5 MM
5. ALAMBRE DE AMARRE Nº18
6. VIGAS DE EUCALIPTO 14 × 16 CM
7. TIRA DE EUCALIPTO 4 × 5 CM
8. DUELA DE MADERA

D02



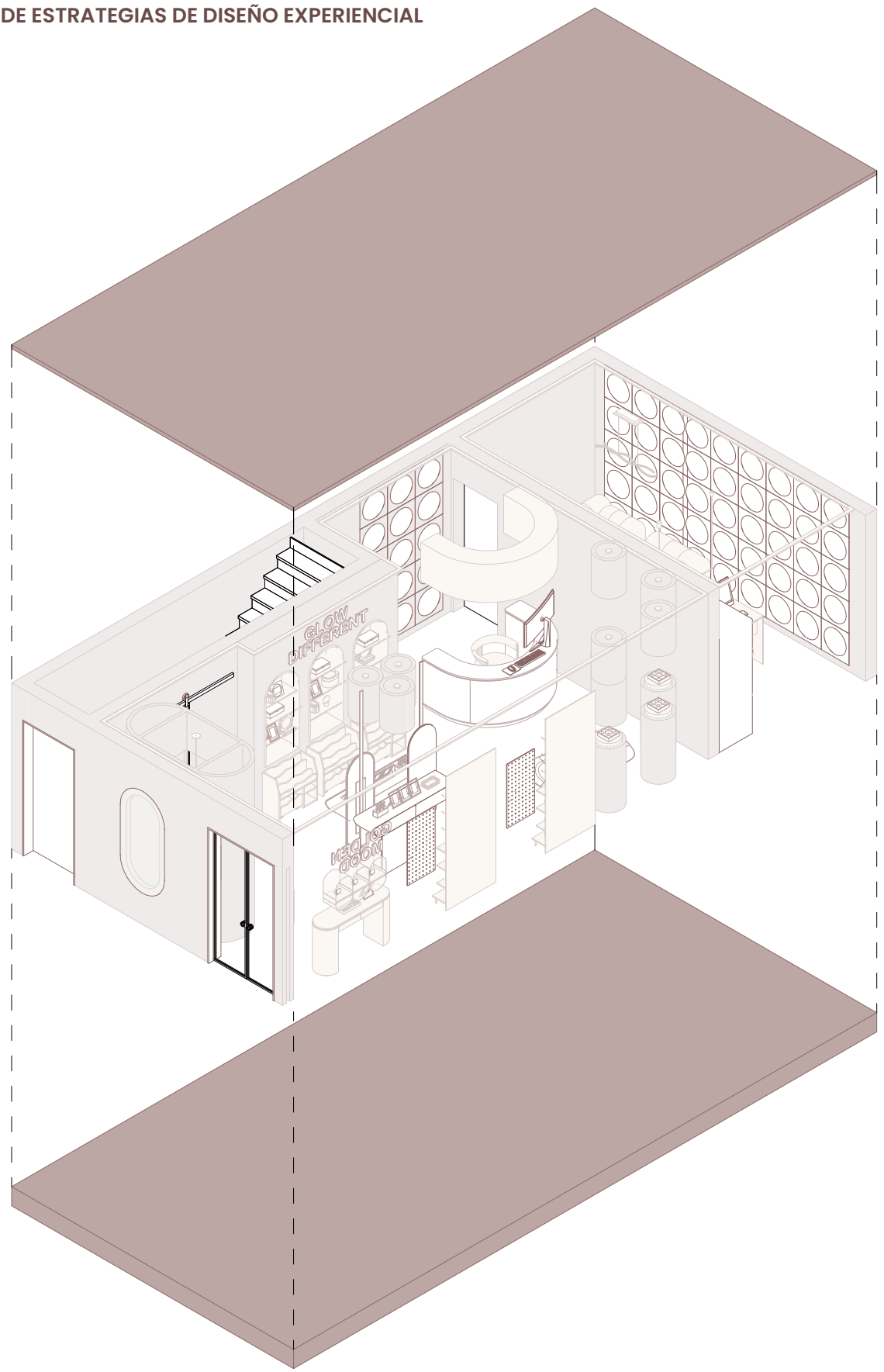
ESPECIFICACIÓN CONSTRUCTIVA DETALLE DE COUNTER

1. ENCIMERA EN TABLERO MDF ESP. 18 MM-ACABADO MELAMINA PELIKANO COLOR ESPRESSO
2. CANTO DE PVC
3. ACABADO EXTERIOR EN MELAMINA PELIKANO COLOR MACADAMIA
4. ADHESIVO PVA
5. REVESTIMIENTO CURVO EN MDF FLEXIBLE MDF ESP. 19MM
6. REFUERZOS VERTICALES EN TABLERO MDF ESP. 18 MM
7. TORNILLO MADERA 2X12 RG
8. PERFORACIÓN AVELLANADA PARA TORNILLO

ESC:1:20

CONTIENE: 13. SECCIÓN 02
DETALLES CONSTRUCTIVOS

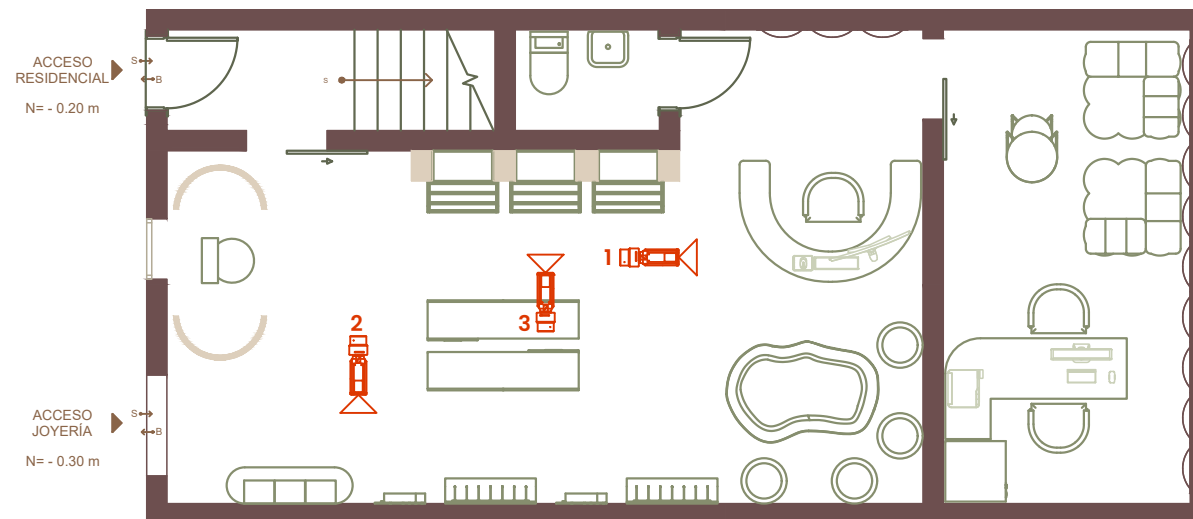
LÁMINA
L - 08



AXONOMETRÍA

A continuación, se presentan los renders del proyecto, los cuales permiten visualizar la propuesta espacial, la distribución del mobiliario, la materialidad y la atmósfera planteada para Joyería Cecilita. Estas visualizaciones ayudan a comprender la intención estética y funcional del diseño interior.

Para la elaboración de los renders, se desarrolló previamente un mapa de cámaras, realizado para definir los puntos de vista de los renders del proyecto.



MAPA DE CAMARAS



ZONA DE EXHIBICIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE
VISUALIZACIÓN 1



ZONA DE RECEPCIÓN
VISUALIZACIÓN 2



INFOGRAFÍA 1



CRITERIO DE ACCESIBILIDAD Y SEGURIDAD

1. Spots direccionados en vitrinas que resaltan el brillo, color y detalles de las joyas, la luz focal mejora la percepción del producto sin saturar el ambiente

2. Panel perforado modular y repisas permiten flexibilidad para reorganizar colecciones según temporadas.

CRITERIO EXPERIENCIAL

3. Mobiliario de formas curvas con acabados en madera que aporta una estética sofisticada, el contraste entre luces y sombras genera mayor profundidad y realce visual en el espacio

INFOGRAFÍA 2



CRITERIO DE ACCESIBILIDAD Y SEGURIDAD

1. Los sistemas de exhibición integran soluciones técnicas que optimizan la organización y control de los productos, facilitando su gestión y reposición dentro del espacio comercial
2. El recorrido entre vitrinas y mostradores permite descubrir las piezas de forma progresiva a medida que el usuario avanza por el espacio

CRITERIO EXPERIENCIAL

3. El diseño incorpora curvas y volúmenes cilíndricos suspendidos, combinados con materiales nobles que construyen una imagen contemporánea y refinada. La paleta cromática cálida refuerza la percepción de elegancia y sofisticación del espacio

INFOGRAFÍA 3



CRITERIO DE ACCESIBILIDAD Y SEGURIDAD

1. Iluminación LED que destaca productos y genera jerarquía visual, el sistema aporta eficiencia energética y control lumínico puntual

2. Módulos destinados a la exhibición de piezas, organizados de forma lineal para facilitar la visualización clara de los productos, esto permite una lectura ordenada de la colección y optimiza la accesibilidad tanto para el cliente como para el personal durante la atención

CRITERIO EXPERIENCIAL

3. La secuencia de nichos invita a recorrer visualmente cada pieza de forma gradual

DISEÑO INTERIOR DE UNA JOYERÍA A PARTIR DE ESTRATEGIAS DE DISEÑO EXPERIENCIAL

PRESUPUESTO DE OBRA					
FASTJEWELRY					
CONTACTO: 0979382869					
OFERENTE:	Antonella García				
UBICACIÓN DE LA OBRA: 24 de mayo y Juan Bautista Cobos, Chordeleg Ecuador					
CLIENTE:	Alejandrina Farfán				
FECHA:	26/03/2026				
RUBRO	DESCRIPCION	UNIDAD	PRECIOS UNITARIOS	CANTIDAD	PRECIO / RUBRO
1	OBRAS PRELIMINARES				282,00
	Replanteo y nivelación del área de intervención	m2	3,00	54,00	162,00
	Protección de mobiliario y superficies existentes	Global	120,00	1,00	120,00
2	CIELO RASO				1.652,40
	Planchas de gypsum Formato: 1.22 x 2.44 m Espesor: 12.7 mm	m2	30,60	54,00	1.652,40
3	PISO				2.042,82
	Retiro de porcelanato existente	m2	4,50	34,00	153,00
	Retiro de piso flotante existente	m2	3,50	12,00	42,00
	PORCELANATO GRAIMAN: URBAN-WASHED FORMATO: 60x60 CM INCLUYE SUMINISTRO E INSTALACION	m2	37,50	34,00	1.275,00
	PISO FLOTANTE GRAIMAN: BOREAL FORMATO: 1220x197 CM INCLUYE SUMINISTRO E INSTALACION	m2	29,50	12,00	354,00
	Zócalo MDF	MI	7,00	31,26	218,82
4	REVESTIMIENTOS DE PARED				630,00
	Preparación superficie paredes	m2	1,50	84,00	126,00
	Pintura limewash 2 manos	m2	6,00	84,00	504,00
5	ILUMINACION				2.472,99
	TIRA LED 15 W - 5000K	ml	18,63	9,00	167,67
	LED HI SPOT 20 W - 5000K	u	2,00	11,00	22,00
	PANEL LED CIRCULAR 18 W - 5000K	u	6,00	7,00	42,00
	APLIQUE LED DE PARED	u	55,00	2,00	110,00
	LÁMP.COLG - GLOBO DOR.1 LUZ	u	80,40	1,00	80,40

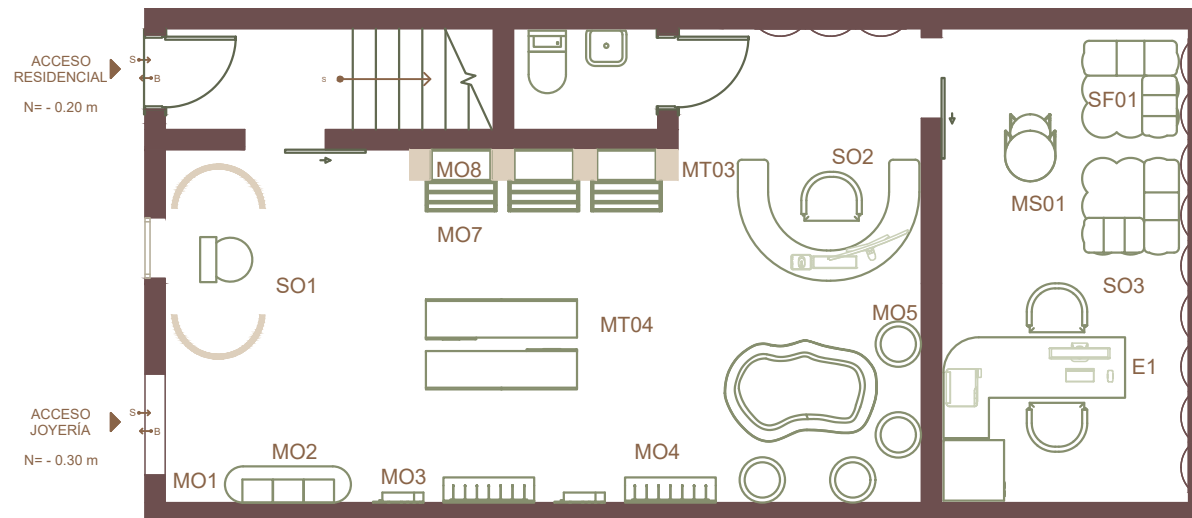
CAPÍTULO 03. PROYECTO Y FACTIBILIDAD

	LÁMP.COLGANTE-GLOBO DOR.2 LUCES	u	88,50	1,00	88,50
6	INSTALACIONES ELECTRICAS				356,80
	Puntos de Tomacorriente 110v incluye placa	pto	32,01	5,00	160,05
	Puntos de Tomacorriente 220v incluye placa	pto	47,50	2,00	95,00
	Puntos de mando eléctrico incluye placa	pto	31,90	1,00	31,90
	Puntos de Red, incluye placa	pto	69,85	1,00	69,85
7	ACABADOS				591,40
	Griferia para lavamanos	u	260,00	1,00	260,00
	Lavamanos	u	95,00	1,00	95,00
	Suministro e instalación de Inodoro	u	236,40	1,00	236,40
8	CARPINTERIA DE MADERA				920,00
	Puerta de baño 70x210	u	220,00	1,00	220,00
	Puerta de corrediza 80x210	u	350,00	2,00	700,00
9	MOBILIARIO				5.692,80
	presupuesto de mobiliario				5.692,80
10	OBRAS COMPLEMENTARIAS				129,60
	Limpieza final de la obra	m2	2,40	54,00	129,60
			SUBTOTAL		14414,01
			IVA 15%		2.162,10
			TOTAL		16.576,11

NOTA. Los valores presentados corresponden únicamente a costos directos, sin considerar imprevistos ni margen de utilidad

DISEÑO INTERIOR DE UNA JOYERÍA A PARTIR DE ESTRATEGIAS DE DISEÑO EXPERIENCIAL

PRESUPUESTO DE MOBILIARIO					
FASTJEWELRY					
CONTACTO: 0979382869					
OFERENTE:	Antonella García				
UBICACIÓN DE LA OBRA: 24 de mayo y Juan Bautista Cobos, Chordeleg Ecuador					
CLIENTE:	Alejandrina Farfán				
FECHA:	26/03/2026				
RUBRO	DESCRIPCION	UNIDAD	PRECIOS UNITARIOS	CANTIDAD	PRECIO / RUBRO
1	MO1 – Nichos redondos pequeños				162,00
	MDF enchapado + corte curvo + LED puntual	Unidad	54,00	3,00	162,00
2	MO2 – Mesa de almacenamiento				240,00
	MDF + divisiones internas + acabado estándar	Unidad	240,00	1,00	240,00
3	MO3 – Exhibidor pequeño joyería				336,00
	MDF enchapado + acabado fino comercial	Unidad	168,00	2,00	336,00
4	MO4 – Exhibidor grande joyería				420,00
	MDF reforzado + mayor tamaño	Unidad	210,00	2,00	420,00
5	MO5 – Mueble piso-cielo raso				900,00
	MDF + estructura fija	Unidad	180,00	5,00	900,00
6	MT04 – Mesas centrales con espejo				420,00
	MDF enchapado + curvatura + espejo incluido		210,00	2,00	420,00
7	MO7 – Mueble bajo	Unidad	93,60	3,00	280,80
	MDF lacado + curvas (esto sube costo)				
8	MO8 – Pared con nichos + iluminación	Unidad	900,00	1,00	900,00
	MDF + acabado + LED integrado				
9	MT03 – Counter curvo	Unidad	780,00	1,00	780,00
	MDF + enchape + diseño especial				
10	SO1 – Silla	Unidad	84,00	1,00	84,00
11	SO2 – Silla	Unidad	102,00	1,00	102,00
12	SO3 – Silla	Unidad	132,00	1,00	132,00
13	MS01 – Mesa de centro	Unidad	168,00	1,00	168,00
14	SF01 – Sofá	Unidad	264,00	2,00	528,00
15	E1 – Escritorio	Unidad	240,00	1,00	240,00
			TOTAL		5.692,80



PLANTA DE UBICACIÓN DE MOBILIARIO

Como parte del desarrollo del proyecto, se realizó el presupuesto general de obra y el presupuesto de mobiliario, con el fin de estimar los costos correspondientes a la ejecución de la propuesta interior y a la fabricación de los elementos diseñados para Joyería Cecilita.

Se realizó un plano con los códigos del mobiliario, con el objetivo de identificar las piezas de mejor manera dentro del proyecto.

Posteriormente, se presentan las fichas de mobiliario y los renders correspondientes, donde se detallan las características, materialidad y propuesta estética de cada pieza diseñada.

GLOW VANITY

CÓDIGO:MT-03

DESCRIPCIÓN

ELEMENTO MULTIFUNCIONAL QUE COMBINA ÁREA DE TOCADOR CON SISTEMA DE ALMACENAMIENTO INTEGRADO. EL DISEÑO ORGANIZA COMPARTIMENTOS Y SUPERFICIES PARA MANTENER LOS OBJETOS PERSONALES ACCESIBLES Y ORDENADOS, APORTANDO ADEMÁS UN CARÁCTER ELEGANTE Y PRÁCTICO AL ESPACIO INTERIOR.



FICHA DE MOBILIARIO

AXONOMETRÍA EXPLOTADA



ROL

- ORGANIZA
- OCUPA
- DECORA

MEDIDAS

- ALTO: 2.60 CM
- LARGO: 1.50 CM
- PROFUNDIDAD: 0.42 CM

FORMA

- RECTA
- CURVA
- MIXTA

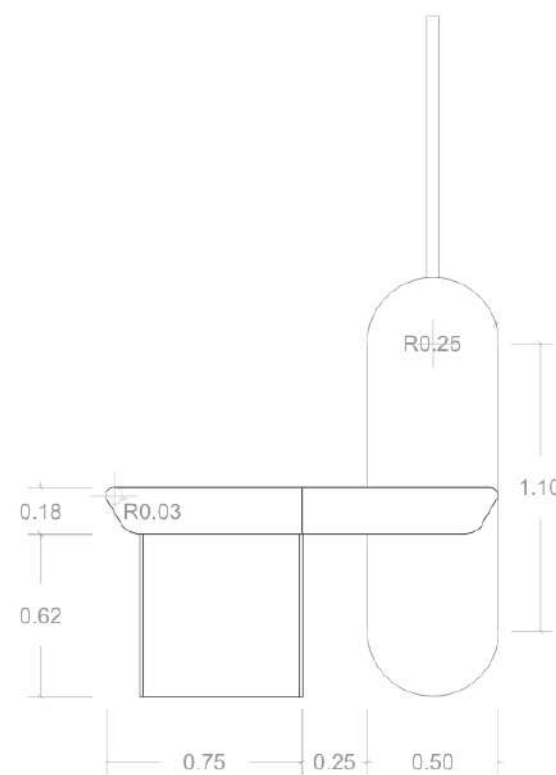
MATERIALIDAD

M. PRINCIPAL MELAMÍNICO RH 18MM-MACADAMIA PELIKANO

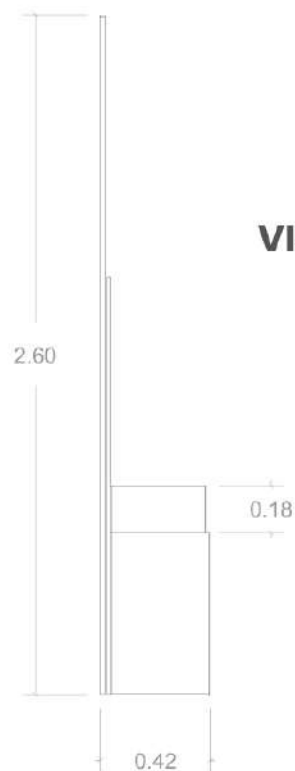
M. SECUNDARIO ESPEJO 3MM



VISTA SUPERIOR



VISTA FRONTAL



VISTA LATERAL

COUNTER 02

CÓDIGO:MT-04

DESCRIPCIÓN

MUEBLE DE APOYO DE GEOMETRÍA SEMICIRCULAR DISEÑADO PARA ACTIVIDADES DE ATENCIÓN. SU ESTRUCTURA INTEGRA ALMACENAMIENTO INTERIOR QUE FACILITA EL USO FUNCIONAL Y LA ORGANIZACIÓN DEL ESPACIO



FICHA DE MOBILIARIO

AXONOMETRÍA EXPLOTADA



ROL

- ORGANIZA
- OCUPA
- DECORA

MEDIDAS

- ALTO: 0.80 CM
- LARGO: 1.68 CM
- PROFUNDIDAD: 1.20 CM

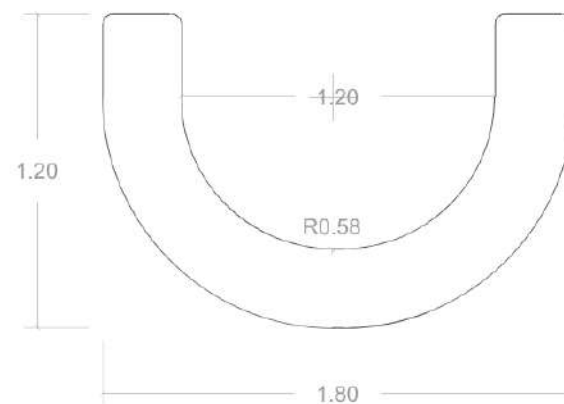
FORMA

- RECTA
- CURVA
- MIXTA

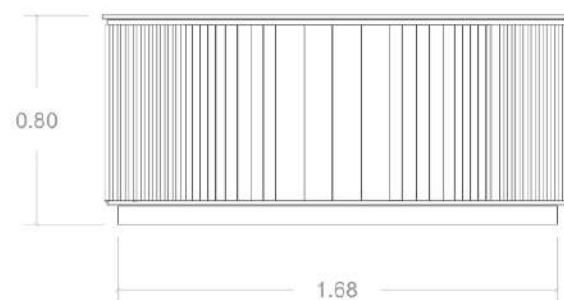
MATERIALIDAD

M. PRINCIPAL MELAMÍNICO RH 18MM-ESPRESSO PELIKANO

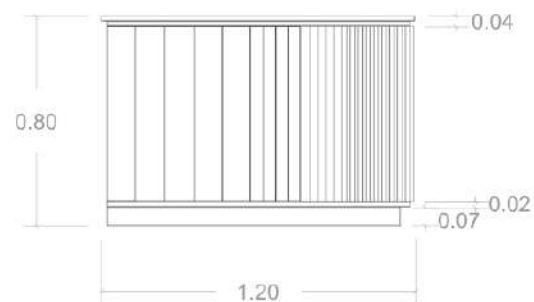
M. SECUNDARIO MELAMÍNICO RH 18MM-MACADAMIA PELIKANO



VISTA SUPERIOR



VISTA FRONTAL



VISTA LATERAL

3.3 ALTA JOYERÍA

Tipo de joyería

La propuesta corresponde a alta joyería, enfocada en piezas de mayor valor económico y simbólico. Este tipo de joyería requiere espacios más exclusivos, controlados y seguros, asociados a una atención personalizada y una experiencia más privada.

Estrategias aplicadas

En esta propuesta se aplican estrategias de diseño experiencial, accesibilidad y seguridad, diseño sensorial, almacenamiento, bienestar y confort. Se plantea el uso de iluminación focal, exhibiciones controladas y materiales sofisticados que permitan resaltar el valor de las piezas. Asimismo, se considera una distribución espacial más privada y organizada, que favorezca la atención personalizada y la seguridad del espacio.

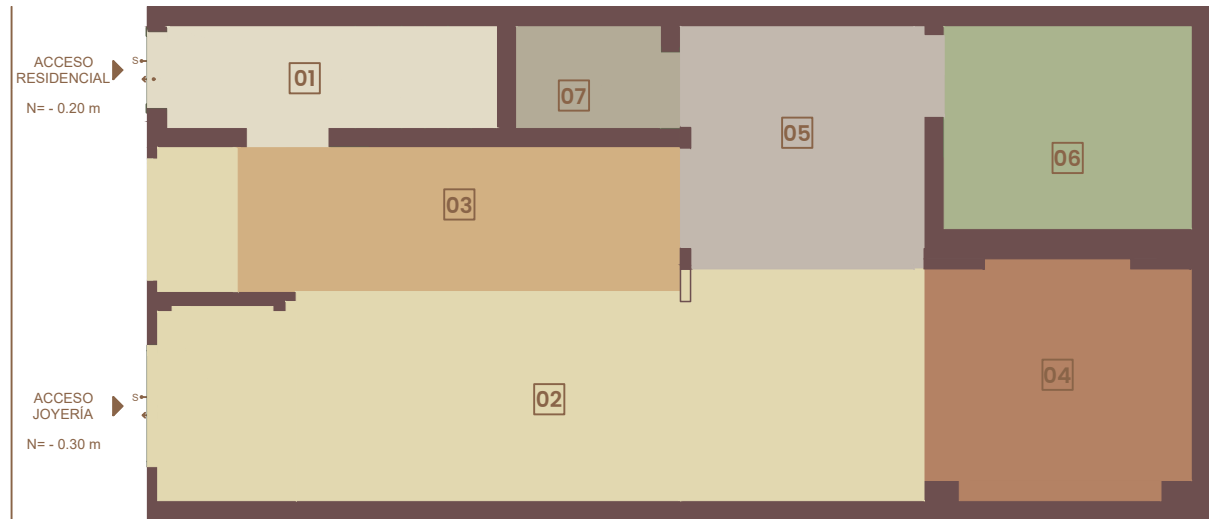
Memoria descriptiva

La propuesta busca generar un ambiente elegante, sofisticado y exclusivo, relacionado con la exhibición de piezas de alta joyería. El diseño interior incorpora materiales como paneles texturizados acompañados de iluminación focal y mobiliario cuidadosamente diseñado para destacar cada pieza y transmitir una sensación de lujo y confianza. La organización espacial prioriza el confort, la seguridad y la atención personalizada, creando una experiencia más íntima y exclusiva para el usuario.

ALTA JOYERÍA

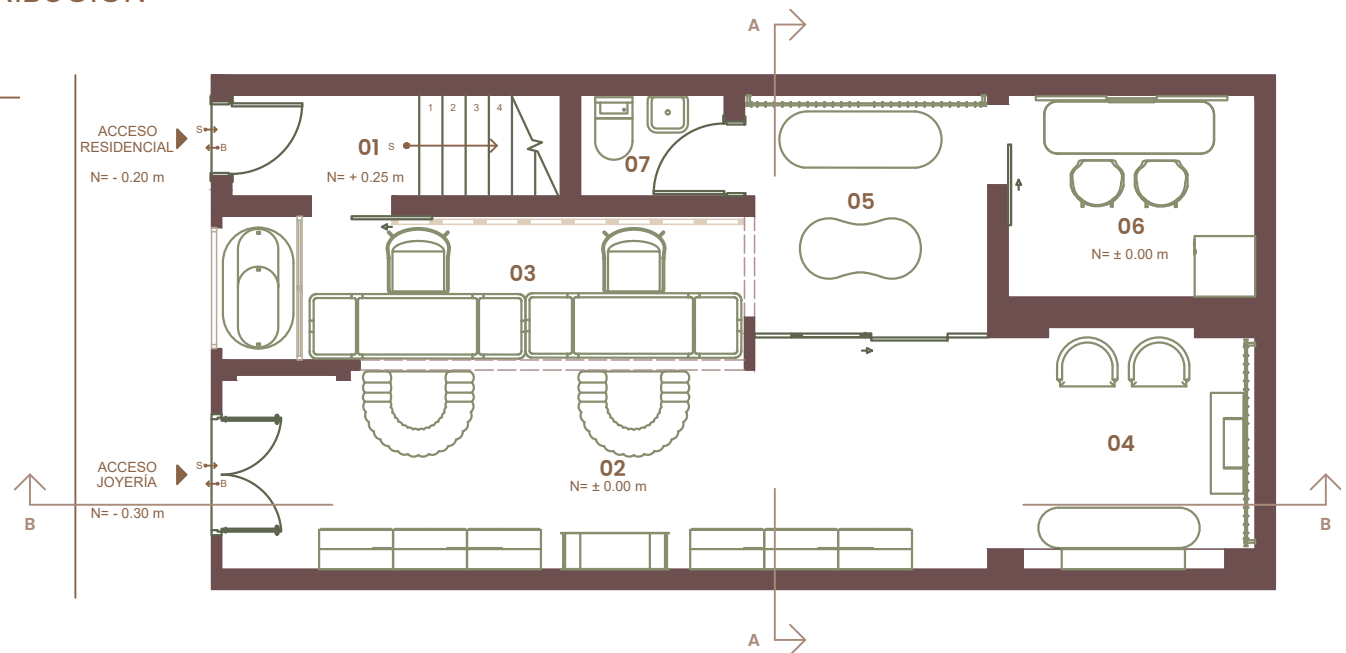
01 | PLANTA DE ZONIFICACIÓN

LISTADO DE ESPACIOS	
01	ACCESO A VIVIENDA PLANTA ALTA
02	ZONA DE EXHIBICIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE
03	ZONA DE RECEPCIÓN
04	ATELIER DE PERSONALIZACIÓN
05	ATELIER PRIVADO DE ALTA JOYERÍA
06	ZONA ADMINISTRATIVA
07	S.H.



02 | PLANTA DE DISTRIBUCIÓN

LISTADO DE ESPACIOS	
01	ACCESO A VIVIENDA PLANTA ALTA
02	ZONA DE EXHIBICIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE
03	ZONA DE RECEPCIÓN
04	ATELIER DE PERSONALIZACIÓN
05	ATELIER PRIVADO DE ALTA JOYERÍA
06	ZONA ADMINISTRATIVA
07	S.H.



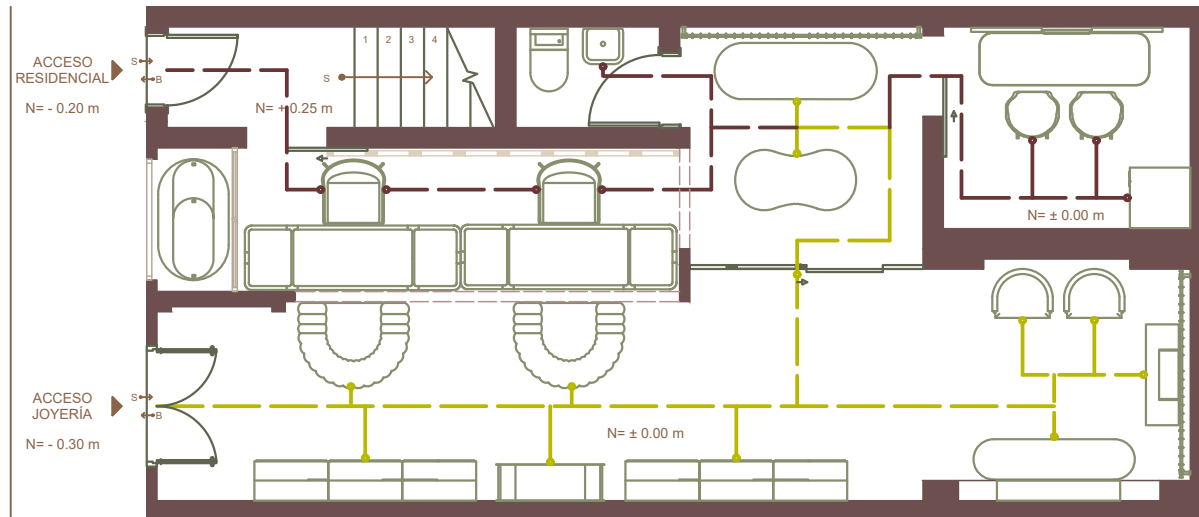
CONTIENE: 01. ZONIFICACIÓN
02. PLANO DE DISTRIBUCIÓN

ESCALA 1:75
LÁMINA L - 01

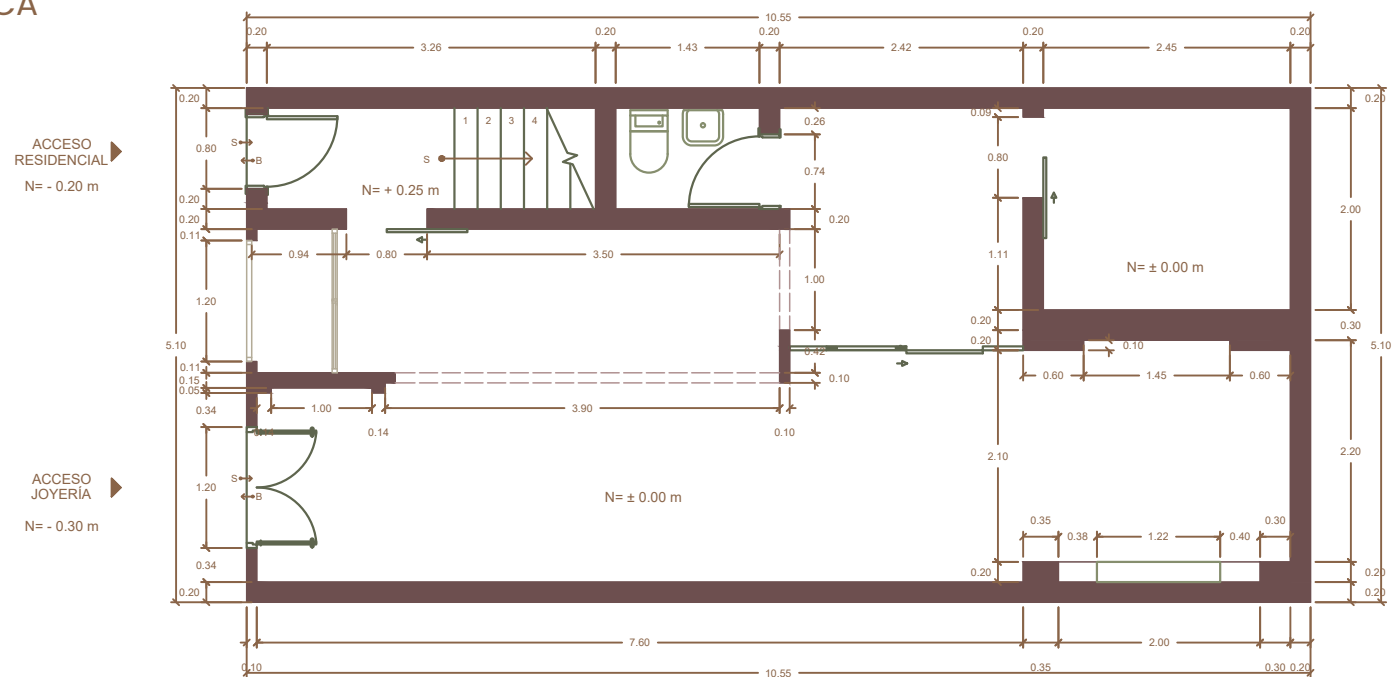
ALTA JOYERÍA

03 | PLANTA DE CIRCULACIÓN

SIMBOLOGÍA
 — CIRCULACIÓN ADMINISTRATIVA
 — CIRCULACIÓN DE CLIENTES



04 | PLANTA ÚNICA






CONTIENE: 03. PLANTA DE CIRCULACIÓN
 04. PLANTA ÚNICA

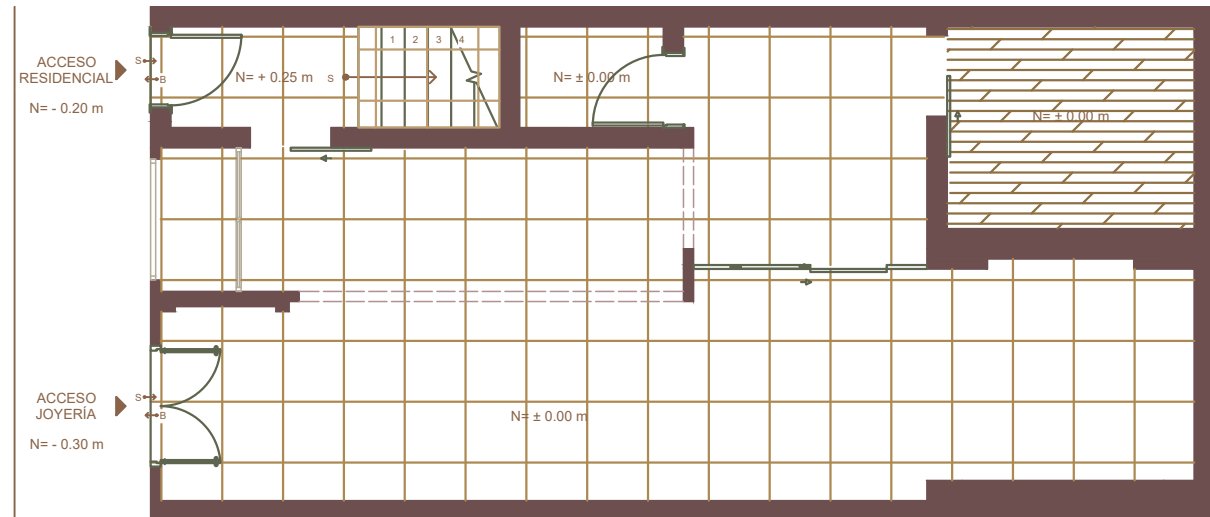
ESCALA
 1:75

LÁMINA
 L - 02


ALTA JOYERÍA

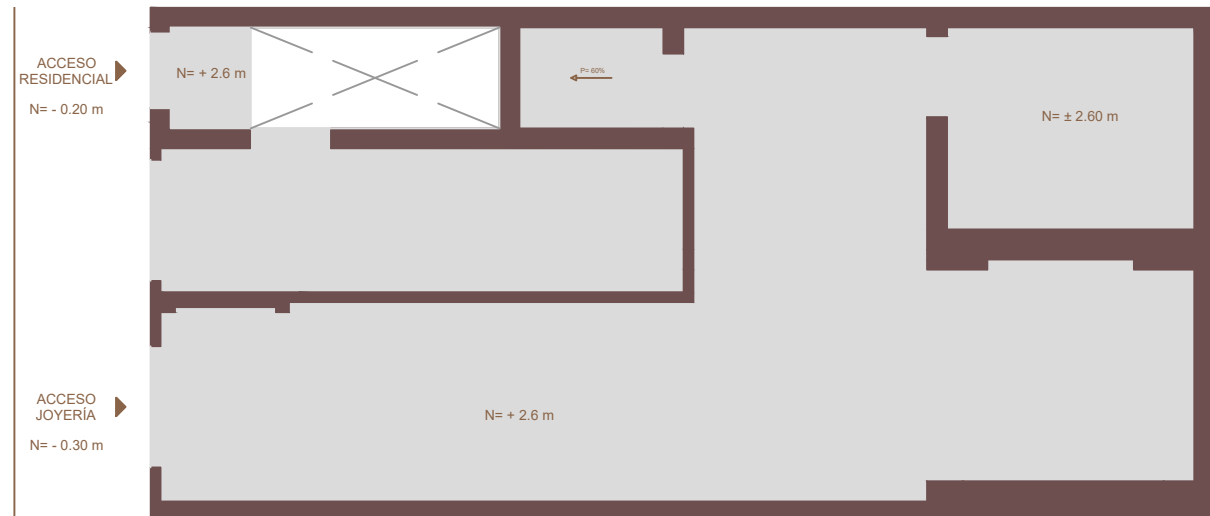
05 | PLANO DE PISOS

SIMBOLOGÍA	
	PORCELANATO GRAIMAN: URBAN-WASHED FORMATO: 60x60 CM CÓDIGO: 67ER1984E
	PISO FLOTANTE GRAIMAN: BOREAL FORMATO: 1220x197 CM CÓDIGO: LAM088100-2
	CERÁMICA GRAIMAN: PROJECT-BEIGE FORMATO: 45x45 CM CÓDIGO: 858062E



06 | PLANO DE CIELO RASO

SIMBOLOGÍA	
	PLANCHAS DE GYPSUM-CIELO RASO SUSPENDIDO FORMATO: 1.22 X 2.44 M ESPESOR: 12.7 MM

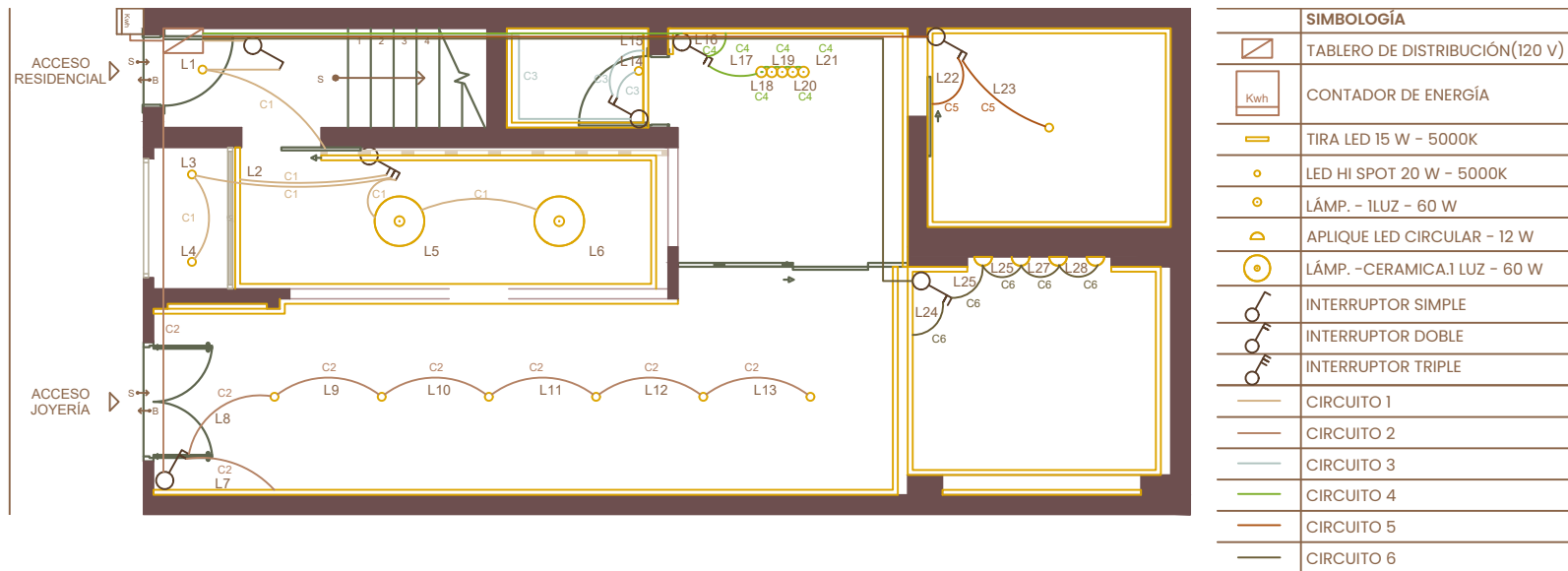


CONTIENE: 05. PLANO DE PISOS
06. PLANO DE CIELO RASO

ESCALA 1:75 | LÁMINA L - 03

ALTA JOYERÍA

07 | PLANTA DE INSTALACIONES ELÉCTRICAS-PUNTOS DE LUZ



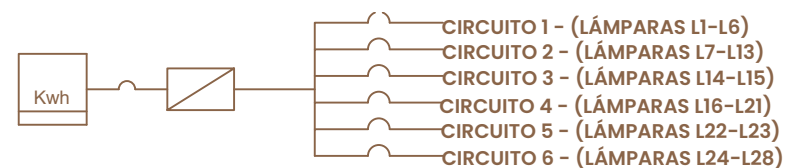
CUADRO DE POTENCIAS

NOTA. EL CUADRO DE POTENCIAS PERMITE IDENTIFICAR LA DEMANDA ENERGÉTICA ESTIMADA DE CADA CIRCUITO, FACILITANDO LA DISTRIBUCIÓN EQUILIBRADA DE CARGAS Y LA CORRECTA SELECCIÓN DE PROTECCIONES ELÉCTRICAS

CUADRO DE POTENCIAS					
CIRCUITOS	N.º	POTENCIA	CALIBRE	TUBERÍA	PROTECCIÓN
ILUMINACIÓN	C1	327 W	2-3 X 12 AWG	1/2" - 3/4"	15A
ILUMINACIÓN	C2	341 W	2-3 X 12 AWG	1/2" - 3/4"	15A
ILUMINACIÓN	C3	87 W	2-3 X 12 AWG	1/2" - 3/4"	15A
ILUMINACIÓN	C4	370 W	2-3 X 12 AWG	1/2" - 3/4"	15A
ILUMINACIÓN	C5	148 W	2-3 X 12 AWG	1/2" - 3/4"	15A
ILUMINACIÓN	C6	325 W	2-3 X 12 AWG	1/2" - 3/4"	15A
TOMACORRIENTES	C1	1200 W	2 X 10 AWG	3/4"	20A
POTENCIA TOTAL:		2798 W			

DIAGRAMA UNIFILAR

NOTA. EL DIAGRAMA UNIFILAR REPRESENTA DE FORMA ESQUEMÁTICA, LA CONEXIÓN ENTRE TABLERO, CIRCUITO Y ELEMENTOS TERMINALES, SIMPLIFICANDO LA LECTURA TÉCNICA DE LA INSTALACIÓN Y GARANTIZANDO UNA COMPRENSIÓN INTEGRAL DEL SISTEMA PROYECTADO

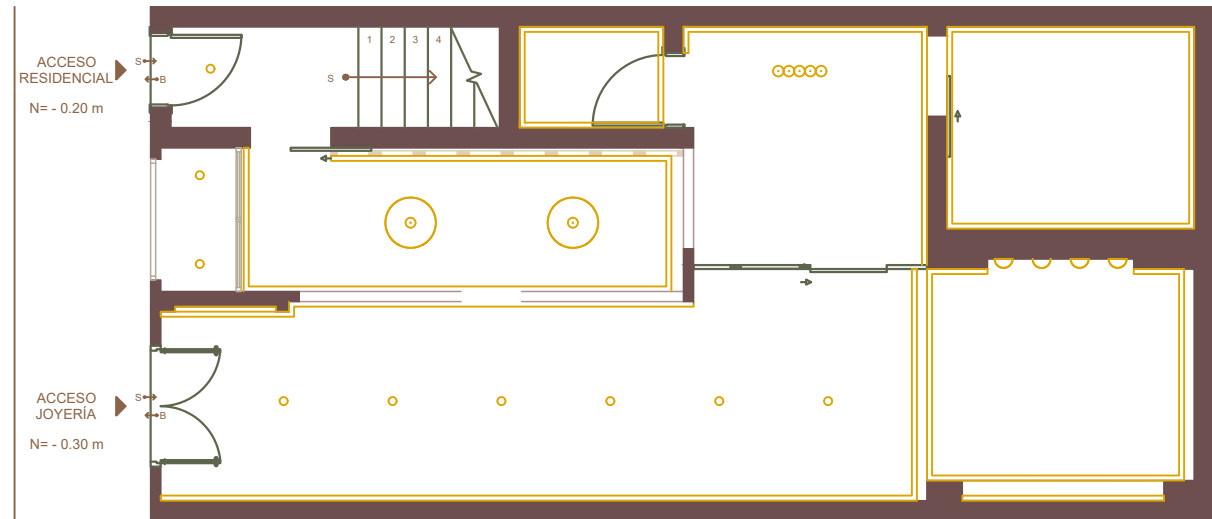


CONTIENE: 07. PLANTA DE INSTALACIONES ELÉCTRICAS PUNTOS DE LUZ | ESCALA 1:75 | LÁMINA L - 04





ALTA JOYERÍA

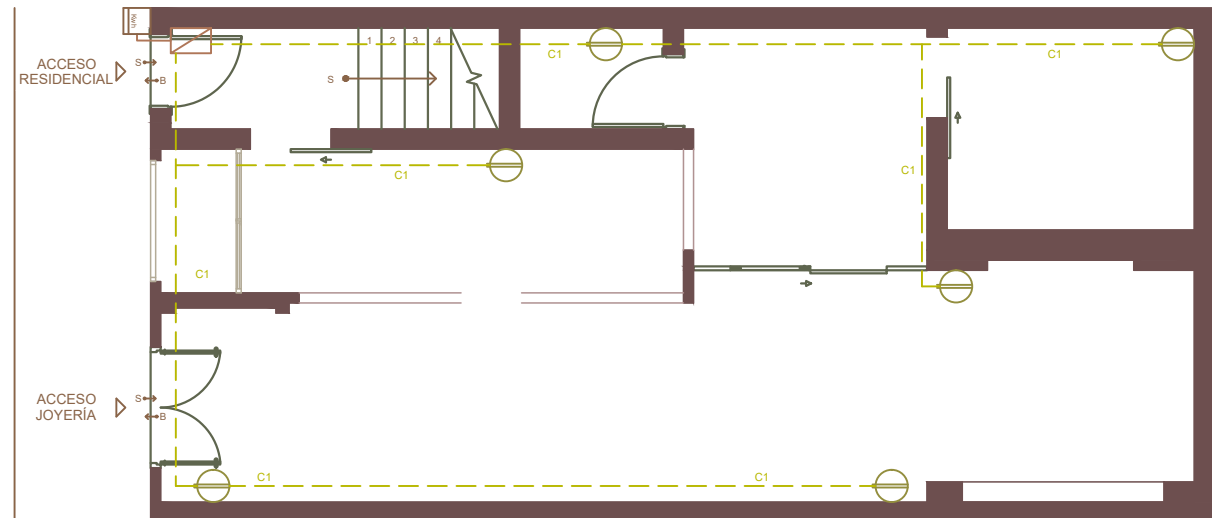
08 PLANTA DE INSTALACIONES ELÉCTRICAS-LUMINARIAS

SIMBOLOGÍA	
	TIRA LED 15 W - 5000K
	LED HI SPOT 20 W - 5000K
	LÁMP. - ILUZ - 60 W
	APLIQUE LED CIRCULAR - 12 W
	LÁMP. - CERAMICA.1 LUZ - 60 W



09 PLANTA DE INSTALACIONES ELÉCTRICAS- TOMA CORRIENTES

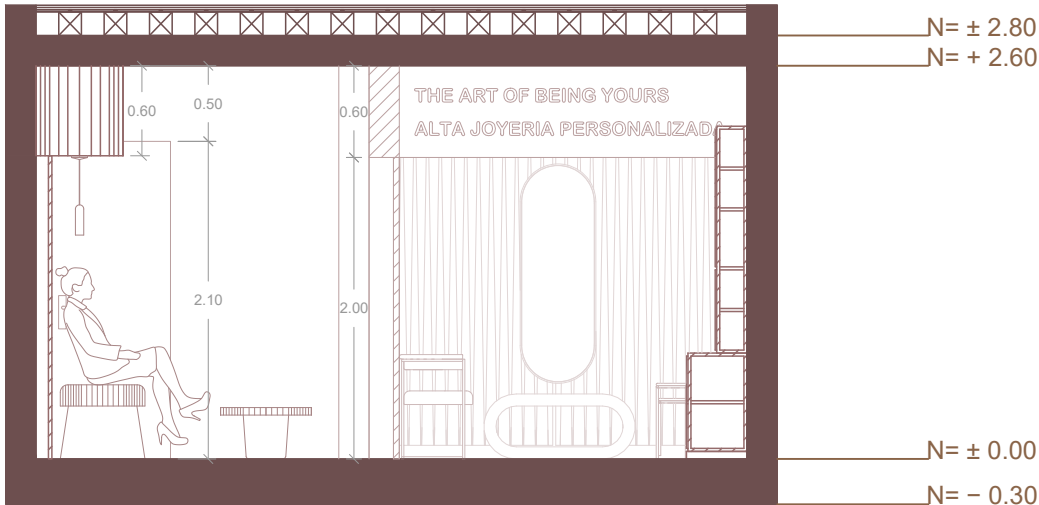
SIMBOLOGÍA	
	TABLERO DE DISTRIBUCIÓN(120 V)
	TOMACORRIENTE MONOFASICO 200W
	CIRCUITO 1
	CONTADOR DE ENERGÍA



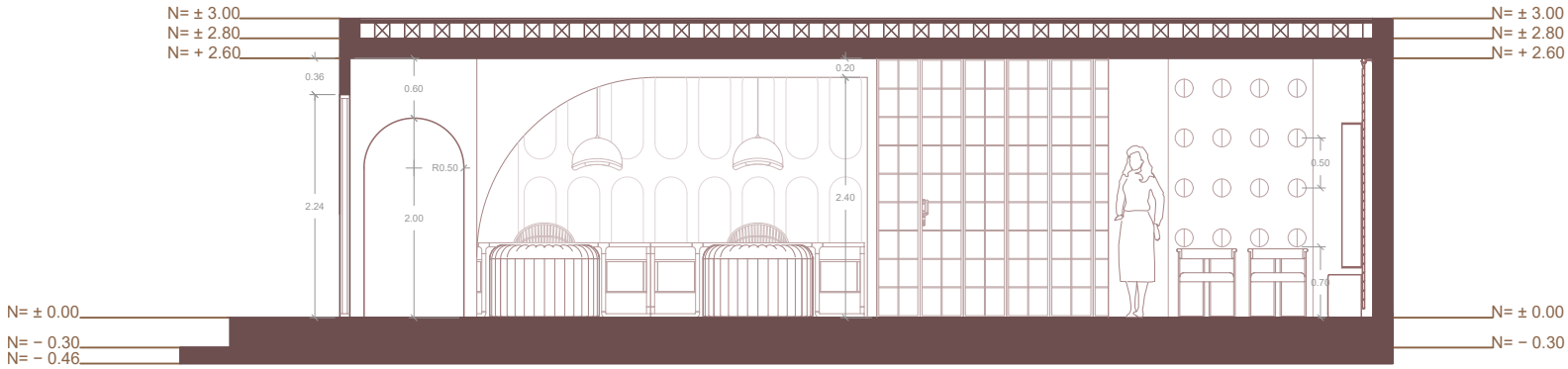
CONTIENE: 08. PLANTA DE LUMINARIAS
09. PLANTA DE TOMACORRIENTES | ESCALA 1:75 | LÁMINA L - 05

ALTA JOYERÍA

10 | CORTE A-A



11 | CORTE B-B

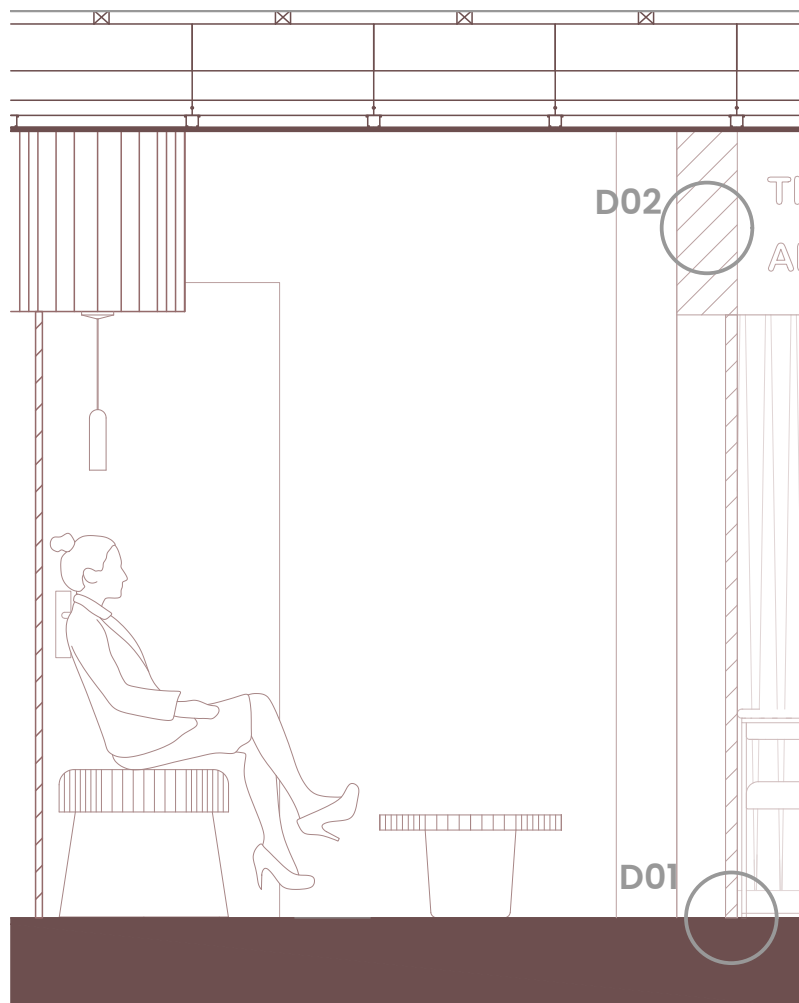


CONTIENE: 10. CORTE A-A
11. CORTE B-B

ESCALA: 1:50 | LÁMINA
1:75 | L - 06

ALTA JOYERÍA

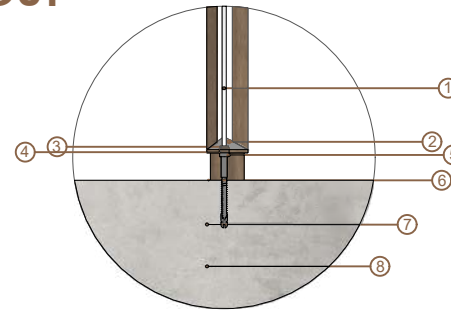
12 | SECCIÓN 01-DETALLES CONSTRUCTIVOS



SECCIÓN 01. ATELIER PRIVADO

ESC:1:25

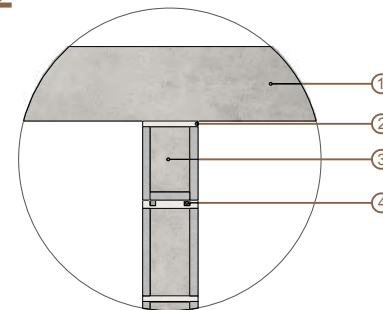
D01



ESPECIFICACIÓN CONSTRUCTIVA PUERTA DE VIDRIO CON MARCO DE MADERA

1. VIDRIO ESPESOR 6 MM
2. JUNTA ELÁSTICA DE GOMA
3. JUNQUILLO DE MADERA 1,6 CM X 2 CM X 2,3 M
4. SEPARADORES DE MADERA 0,7 CM X 1 CM X 2,3 M
5. CLAVOS DE ¾
6. CERCO DE MADERA 5 CM X 6 CM X 2,4 M
7. TIRAFONDOS PARA MADERA 4 CON TACO PLÁSTICO
8. LOSA DE HORMIGÓN ARMADO

D02



ESPECIFICACIÓN CONSTRUCTIVA PARED DE BLOQUE DE HORMIGÓN

1. LOSA DE HORMIGÓN ARMADO
2. JUNTAS DE MORTERO CEMENTO-ARENA 1:3 E = 15 MM
3. BLOQUE DE HORMIGÓN 15 x 20 x 50 CM
4. REFUERZO SOBRE VANO: 2 VARILLAS Ø12 MM

ESC:1:20

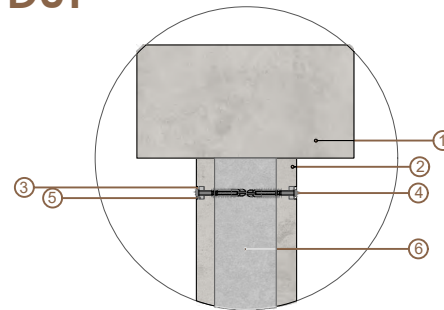
CONTIENE: 12. SECCIÓN 01
DETALLES CONSTRUCTIVOS

LÁMINA
L - 07

ALTA JOYERÍA

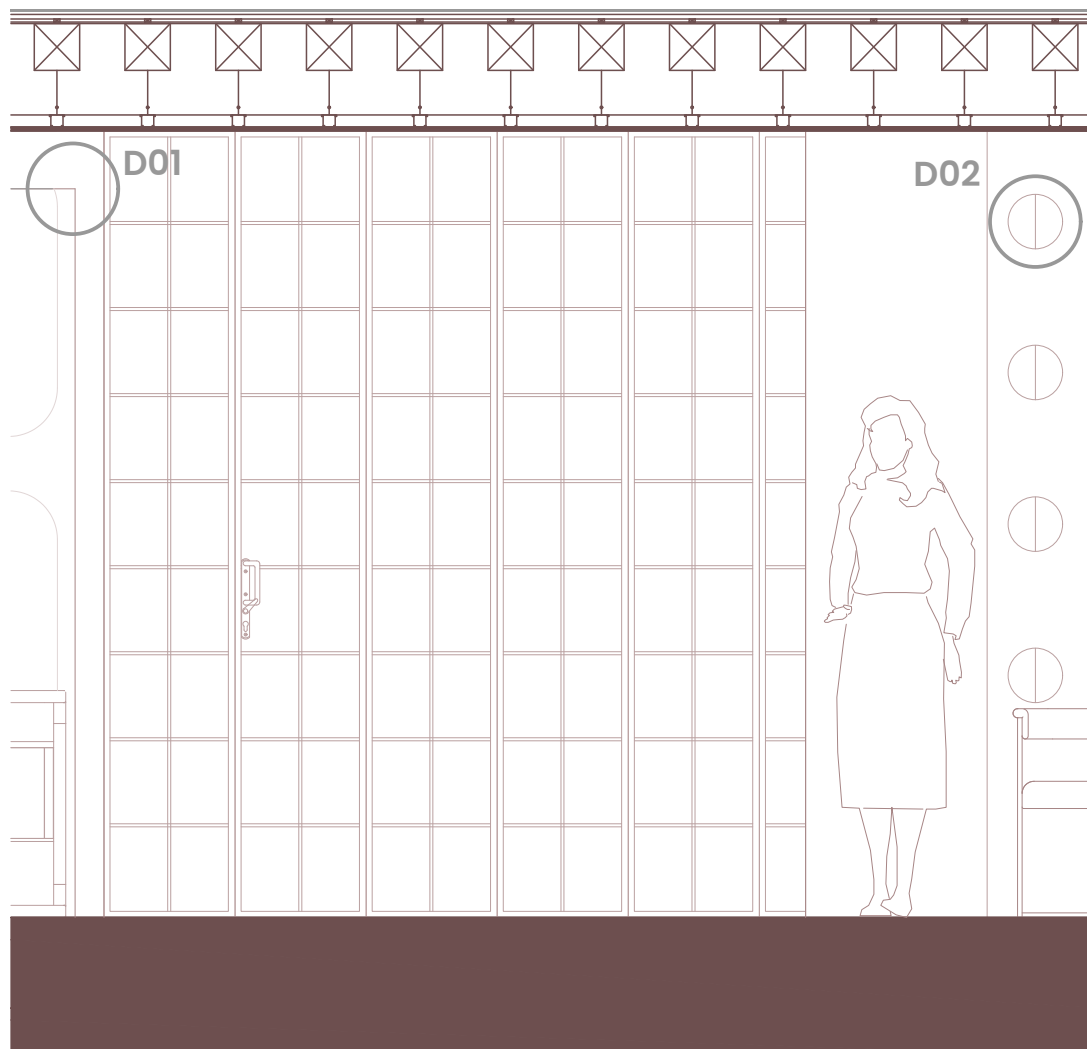
13 | SECCIÓN 02- DETALLES CONSTRUCTIVOS

D01

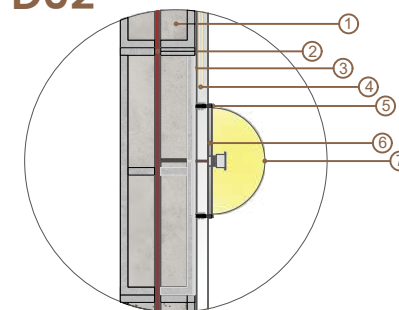


ESPECIFICACIÓN CONSTRUCTIVA REVESTIMIENTOS DE PANELES

1. LOSA DE HORMIGÓN ARMADO
2. PANELES DE HORMIGÓN ARMADO ALIVIANADO 3 CM X 30 CM X 1.2 M
3. PERFORACIONES A 70 MM DE LAS ESQUINAS
4. TORNILLO TRIPLEPATO 2 CON TACO PLÁSTICO
5. ARANDELA METÁLICA
6. ESTRUCTURA DE HORMIGÓN ARMADO



D02



ESPECIFICACIÓN CONSTRUCTIVA DETALLE DE LUMINARIA

1. BLOQUE DE HORMIGÓN 15 x 20 x 50 CM
2. CABLE THHN 2X14 AWG EN TUBO CONDUIT PVC Ø20 MM
3. SILICONA NEUTRA TIPO SIKA MIRRORFIX
4. ESPEJO - ESPESOR 5 MM
5. TORNILLO TIRAFONDO 1/4" X 2"
6. PLATINA SOPORTE ESP. 3 MM
7. APLIQUE LED DE PARED CIRCULAR

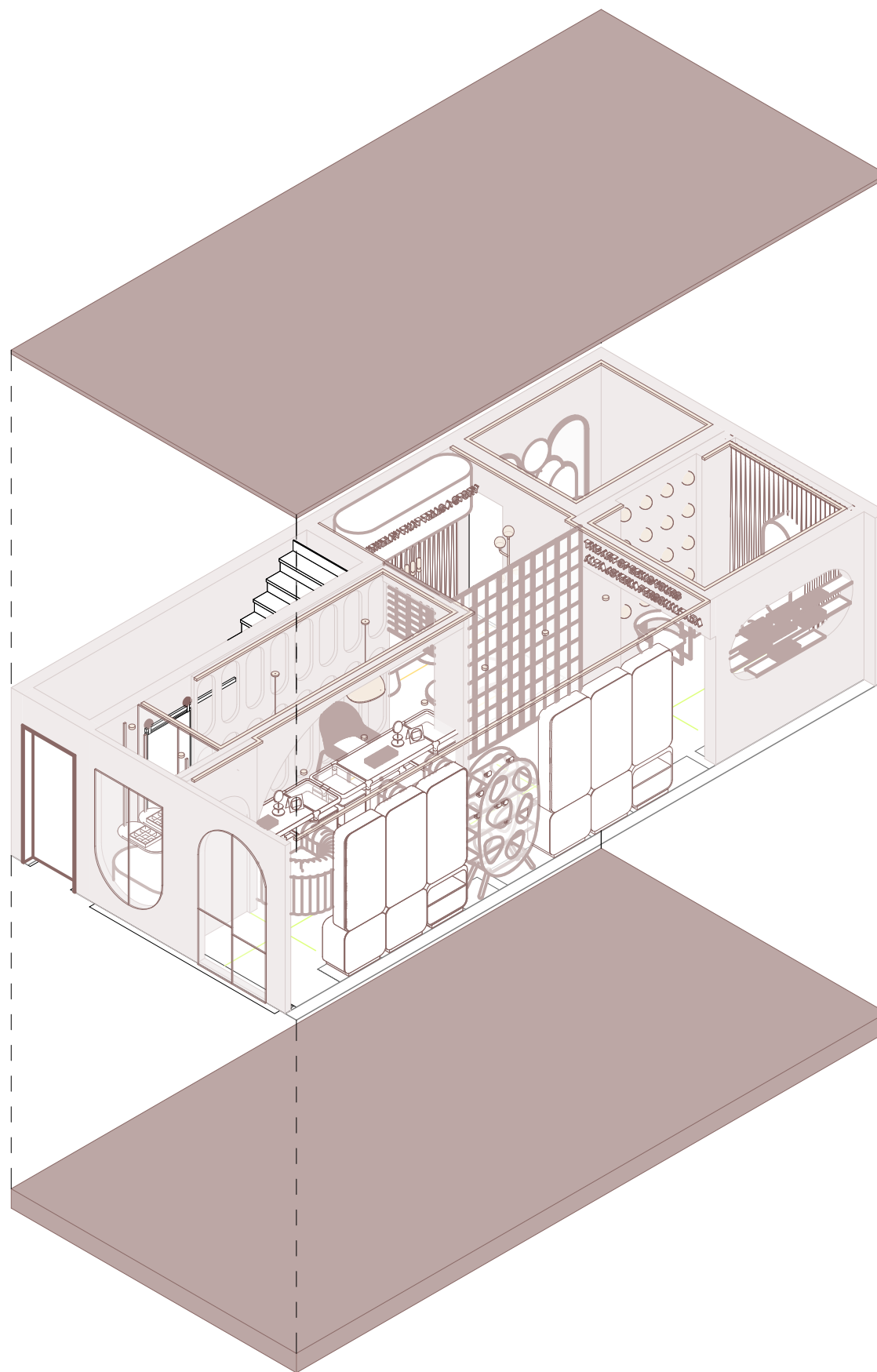
ESC:1:20

SECCIÓN 02. ATELIER PRIVADO

ESC:1:25

CONTIENE: 13. SECCIÓN 02
DETALLES CONSTRUCTIVOS

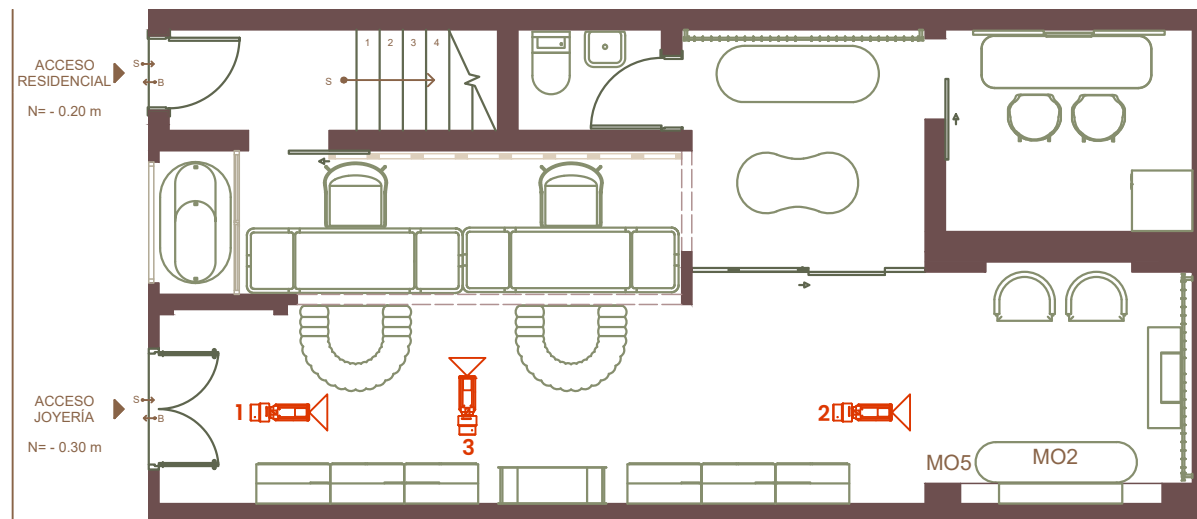
LÁMINA
L - 08



AXONOMETRÍA

A continuación, se presentan los renders del proyecto, los cuales permiten visualizar la propuesta espacial, la distribución del mobiliario, la materialidad y la atmósfera planteada para Joyería Cecilita. Estas visualizaciones ayudan a comprender la intención estética y funcional del diseño interior.

Para la elaboración de los renders, se desarrolló previamente un mapa de cámaras, realizado para definir los puntos de vista de los renders del proyecto.



MAPA DE CAMARAS



ZONA DE EXHIBICIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE
VISUALIZACIÓN 1



ATELIER DE PERSONALIZACIÓ
VISUALIZACIÓ 2



ZONA DE EXHIBICIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE
VISUALIZACIÓN 3

INFOGRAFÍA 1



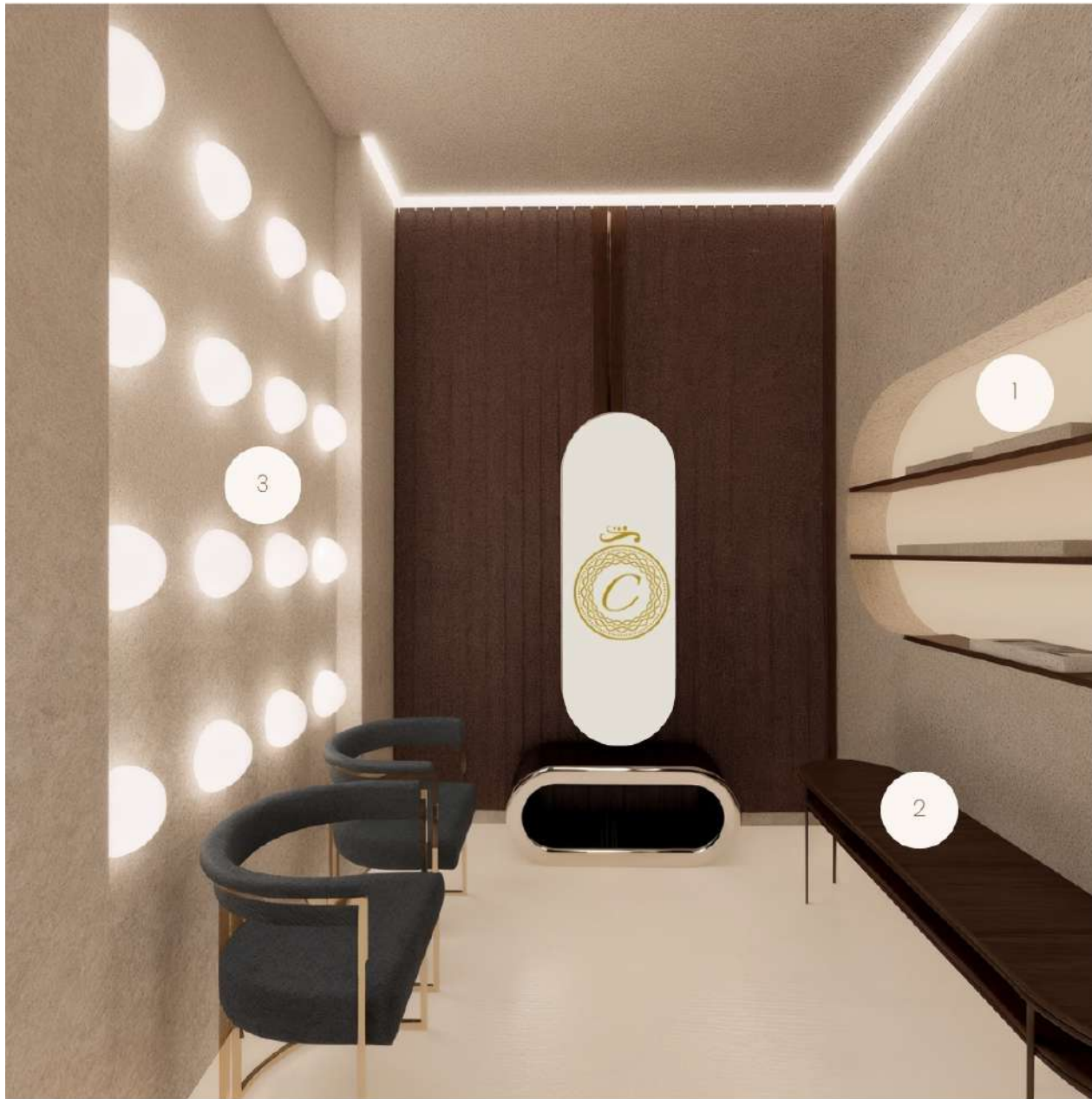
CRITERIO DE ACCESIBILIDAD Y SEGURIDAD

1. Se incorporan sistemas de iluminación LED lineal y focal integrados en cielo raso y vitrinas para resaltar las joyas y optimizar el consumo energético
2. La distribución longitudinal organiza la circulación central y ubica las vitrinas a los laterales, permitiendo un recorrido claro

CRITERIO EXPERIENCIAL

3. El recorrido permite descubrir las piezas, generando una experiencia envolvente y de contemplación del producto en cada zona

INFOGRAFÍA 2



CRITERIO DE ACCESIBILIDAD Y SEGURIDAD

1. La iluminación puntual en el muro permite una correcta visualización del reflejo y de los detalles de las joyas durante la prueba

2. El espacio integra mobiliario y superficies de apoyo que facilitan la prueba cómoda de las piezas y la interacción con el cliente

CRITERIO EXPERIENCIAL

3. Las luminarias y las formas del mobiliario aportan un lenguaje visual elegante

INFOGRAFÍA 3



CRITERIO DE ACCESIBILIDAD Y SEGURIDAD

1. El sistema de iluminación empotrada y colgante proporciona luz uniforme y focalizada para resaltar las piezas exhibidas sobre el mostrador
2. Los sillones curvos, la textura de los muros y los tonos cálidos de madera generan un ambiente sofisticado y coherente con el concepto del espacio

CRITERIO EXPERIENCIAL

3. El mostrador organiza la atención directa entre cliente y vendedor, facilitando la exhibición, manipulación y venta de las joyas

DISEÑO INTERIOR DE UNA JOYERÍA A PARTIR DE ESTRATEGIAS DE DISEÑO EXPERIENCIAL

PRESUPUESTO DE OBRA					
ALTA JOYERÍA					
CONTACTO: 0979382869					
OFERENTE:	Antonella García				
UBICACIÓN DE LA OBRA: 24 de mayo y Juan Bautista Cobos, Chordeleg Ecuador					
CLIENTE:	Sra.Alejandrina Farfán				
FECHA:	26/03/2026				
RUBRO	DESCRIPCION	UNIDAD	PRECIOS UNITARIOS	CANTIDAD	PRECIO / RUBRO
1	OBRAS PRELIMINARES				282,00
	Replanteo y nivelación del área de intervención	m2	3,00	54,00	162,00
	Protección de mobiliario y superficies existentes	Global	120,00	1,00	120,00
2	CIELO RASO				1.652,40
	Planchas de gypsum Formato: 1.22 x 2.44 m Espesor: 12.7 mm	m2	30,60	54,00	1.652,40
3	PISO				2.042,82
	Retiro de porcelanato existente	m2	4,50	34,00	153,00
	Retiro de piso flotante existente	m2	3,50	12,00	42,00
	PORCELANATO GRAIMAN: URBAN-WASHED FORMATO: 60x60 CM INCLUYE SUMINISTRO E INSTALACION	m2	37,50	34,00	1.275,00
	PISO FLOTANTE GRAIMAN: BOREAL FORMATO: 1220x197 CM INCLUYE SUMINISTRO E INSTALACION	m2	29,50	12,00	354,00
	Zócalo MDF	MI	7,00	31,26	218,82
4	REVESTIMIENTOS DE PARED				630,00
	Preparación superficie paredes	m2	1,50	84,00	126,00
	Pintura limewash 2 manos	m2	6,00	84,00	504,00
5	ILUMINACION				3.449,49
	TIRA LED 15 W - 5000K	ml	18,63	9,00	167,67
	LED HI SPOT 20 W - 5000K	u	2,00	11,00	22,00
	LÁMP. - 1LUZ - 60 W	u	160,00	1,00	160,00
	APLIQUE LED CIRCULAR - 12 W	u	55,00	16,00	880,00
	LÁMP. -CERAMICA.1 LUZ - 60 W	u	88,50	2,00	177,00

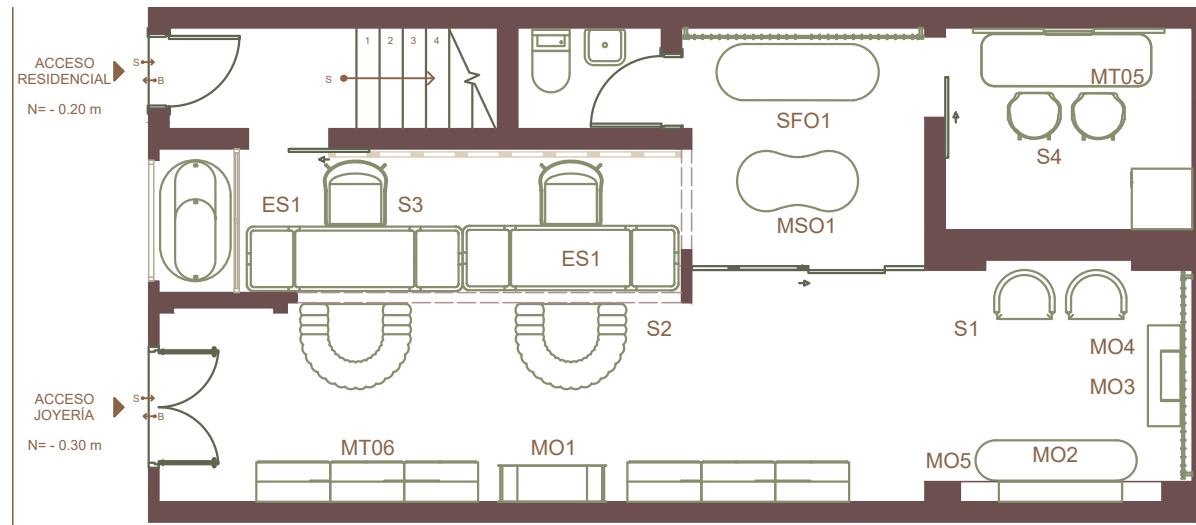
CAPÍTULO 03. PROYECTO Y FACTIBILIDAD

6	INSTALACIONES ELECTRICAS				356,80
	Puntos de Tomacorriente 110v incluye placa	pto	32,01	5,00	160,05
	Puntos de Tomacorriente 220v incluye placa	pto	47,50	2,00	95,00
	Puntos de mando eléctrico incluye placa	pto	31,90	1,00	31,90
	Puntos de Red, incluye placa	pto	69,85	1,00	69,85
7	ACABADOS				552,00
	Griferia para lavamanos	u	260,00	1,00	260,00
	Lavamanos	u	95,00	1,00	95,00
	Sumnitro de Inodoro	u	197,00	1,00	197,00
8	CARPINTERIA DE MADERA				920,00
	Puerta de baño 70x210	u	220,00	1,00	220,00
	Puerta corrediza 80x210	u	350,00	2,00	700,00
9	MOBILIARIO				5.632,00
	presupuesto de mobiliario				5.632,00
10	OBRAS COMPLEMENTARIAS				129,60
	Limpieza final de la obra	m2	2,40	54,00	129,60
			SUBTOTAL		15290,31
			IVA 15%		2.293,55
			TOTAL		17.583,86

NOTA. Los valores presentados corresponden únicamente a costos directos, sin considerar imprevistos ni margen de utilidad

DISEÑO INTERIOR DE UNA JOYERÍA A PARTIR DE ESTRATEGIAS DE DISEÑO EXPERIENCIAL

PRESUPUESTO					
ALTA JOYERÍA					
CONTACTO: 0979382869					
OFERENTE:	Antonella García				
UBICACIÓN DE LA OBRA: 24 de mayo y Juan Bautista Cobos, Chordeleg Ecuador					
CLIENTE:	Sra.Alejandrina Farfán				
FECHA:	26/03/2026				
RUBRO	DESCRIPCION	UNIDAD	PRECIOS UNITARIOS	CANTIDAD	PRECIO / RUBRO
1	MO1 – Mueble de Almacentamiento				400,00
	MDF enchapado + corte curvo + LED puntual	Unidad	400,00	1,00	400,00
2	MTO6 – Mueble de almacenamiento				560,00
	MDF + divisiones internas + acabado estándar	Unidad	280,00	2,00	560,00
3	MO2 – Exhibidor pequeño joyería				180,00
	MDF enchapado + acabado fino comercial	Unidad	180,00	1,00	180,00
6	MO3 – Mesas centrales con espejo				500,00
	MDF enchapado + curvatura + espejo incluido	Unidad	500,00	1,00	500,00
7	MO4 – Mueble bajo	Unidad	300,00	1,00	300,00
	MDF lacado + curvas (esto sube costo)				
8	MO5 – Pared con nichos + iluminación	Unidad	1.200,00	1,00	1.200,00
	MDF + acabado + LED integrado				
9	SO1 – Silla	Unidad	120,00	2,00	240,00
10	SO2 – Silla	Unidad	170,00	2,00	340,00
11	SO3 – Silla	Unidad	120,00	2,00	240,00
12	SO4 – Silla	Unidad	132,00	2,00	264,00
13	MS01 – Mesa de centro	Unidad	168,00	1,00	168,00
14	SF01 – Sofá	Unidad	340,00	1,00	340,00
15	ES1	Unidad	240,00	2,00	480,00
16	ESC1	Unidad	500,00	1,00	500,00
16	MTO5- Escritorio	Unidad	160,00	1,00	160,00
			TOTAL		5.632,00



PLANTA DE UBICACIÓN DE MOBILIARIO

Como parte del desarrollo del proyecto, se realizó el presupuesto general de obra y el presupuesto de mobiliario, con el fin de estimar los costos correspondientes a la ejecución de la propuesta interior y a la fabricación de los elementos diseñados para Joyería Cecilita.

Se realizó un plano con los códigos del mobiliario, con el objetivo de identificar las piezas de mejor manera dentro del proyecto.

Posteriormente, se presentan las fichas de mobiliario y los renders correspondientes, donde se detallan las características, materialidad y propuesta estética de cada pieza diseñada.

EXECUTIVE DESK

CÓDIGO:MT-05

DESCRIPCIÓN

ESTACIÓN DE TRABAJO DESTINADA A FUNCIONES ADMINISTRATIVAS QUE REQUIEREN ORDEN Y AMPLITUD. SU DISEÑO INTEGRA SUPERFICIE OPERATIVA Y ESPACIOS DE ALMACENAMIENTO QUE FAVORECEN LA ORGANIZACIÓN DEL ÁREA DE TRABAJO



FICHA DE MOBILIARIO

AXONOMETRÍA EXPLOTADA



ROL

- ORGANIZA
- OCUPA
- DECORA

MEDIDAS

- ALTO: 0.75 CM
- LARGO: 2.14 CM
- PROFUNDIDAD: 0.64 CM

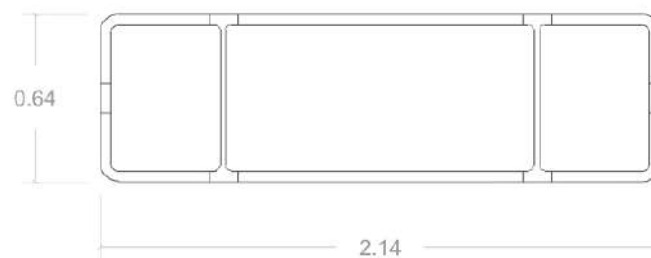
FORMA

- RECTA
- CURVA
- MIXTA

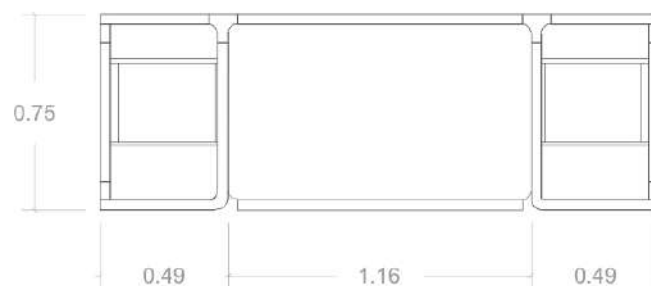
MATERIALIDAD

M. PRINCIPAL MELAMÍNICO RH 18MM-ESPRESSO PELIKANO

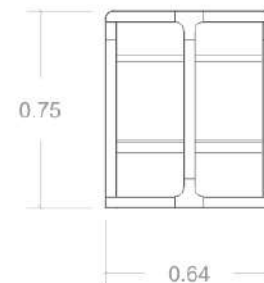
M. SECUNDARIO MELAMÍNICO RH 18MM-MACADAMIA PELIKANO



VISTA SUPERIOR



VISTA FRONTAL



VISTA LATERAL

GALLERY VITRINE

CÓDIGO:MT-06

DESCRIPCIÓN

VITRINA DE MADERA PENSADA PARA LA EXHIBICIÓN DE OBJETOS O PRODUCTOS. SU DISEÑO DESTACA EL CARÁCTER EXPOSITIVO DEL MUEBLE, COMBINANDO ALMACENAMIENTO CON UNA PRESENTACIÓN VISUAL CLARA Y ELEGANTE



FICHA DE MOBILIARIO

AXONOMETRÍA EXPLOTADA



ROL

- ORGANIZA
- OCUPA
- DECORA

MEDIDAS

- ALTO: 2.20 CM
- LARGO: 2.19 CM
- PROFUNDIDAD: 0.40 CM

FORMA

- RECTA
- CURVA
- MIXTA

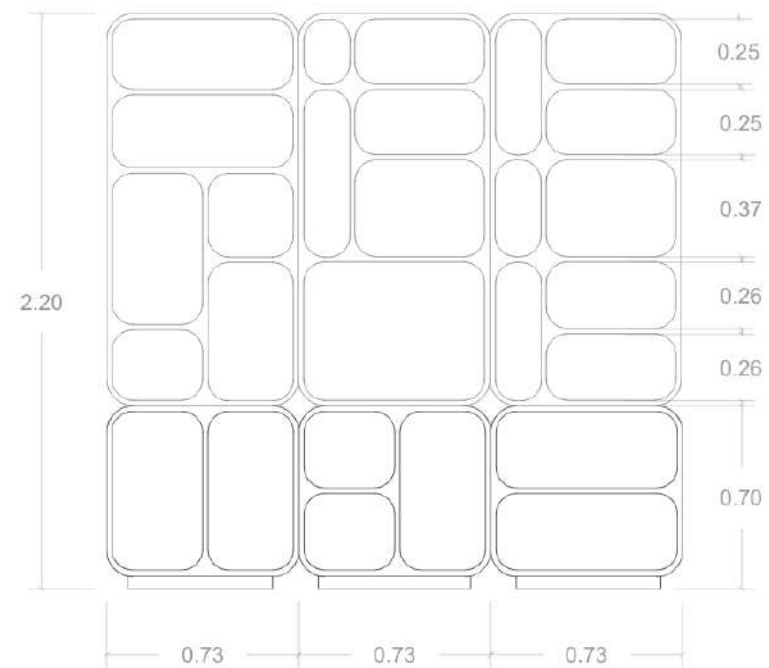
MATERIALIDAD

M. PRINCIPAL MELAMÍNICO RH 18MM-ESPRESSO PELIKANO

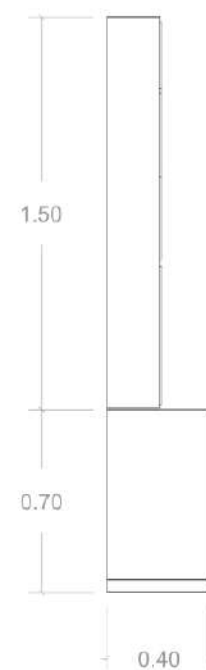
M. SECUNDARIO MELAMÍNICO RH 18MM-MACADAMIA PELIKANO



VISTA SUPERIOR



VISTA FRONTAL



VISTA LATERAL



CAPÍTULO 04.
JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

4.1 POSICIONAMIENTO CONCEPTUAL DEL PROYECTO	156
4.2 CONCEPTOS CLAVE QUE ESTRUCTURAN EL PROYECTO	157
4.3 ESTRATEGIAS CONCEPTUALES	159
4.4 RELACIÓN ENTRE TEORÍA Y PROPUESTA ESPACIAL	163
4.5 CONCLUSIÓN.....	164

CAPÍTULO 4. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

El presente proyecto plantea el rediseño interior de Joyería Cecilita como una oportunidad para reinterpretar el espacio comercial desde una visión contemporánea, sin perder la esencia artesanal y cultural que define su identidad. Las diferentes propuestas entienden al espacio comercial como una herramienta capaz de construir experiencias, comunicar valores de marca y fortalecer el vínculo emocional entre el usuario, el producto y el espacio.

Desde esta perspectiva, la justificación teórica resulta necesaria porque permite sustentar conceptualmente las decisiones de diseño adoptadas dentro de la propuesta, para ello, se desarrollan tres propuestas orientadas a distintos tipos de joyería, explorando diversas formas de exhibición, interacción y experiencia espacial dentro del espacio comercial.

En este sentido, las estrategias de diseño experiencial, accesibilidad y seguridad, diseño sensorial, almacenamiento, y bienestar y confort constituyen los principales lineamientos que orientan el proyecto, permitiendo fundamentar las decisiones espaciales, funcionales y comerciales aplicadas en cada propuesta.

Asimismo, los criterios rectores de accesibilidad y seguridad, y criterio experiencial, permiten justificar cómo el espacio responde tanto a la protección y correcta exhibición de las piezas de joyería, como a la generación de recorridos, atmósferas e interacciones que fortalecen la experiencia del usuario y la identidad del espacio comercial.

4.1 POSICIONAMIENTO CONCEPTUAL DEL PROYECTO

Este proyecto entiende a las tiendas de joyería como un espacio capaz de comunicar confianza, lujo, exclusividad y valor artesanal. El cliente deja de ser visto únicamente como comprador para convertirse en un usuario que vive una experiencia dentro del espacio, donde la forma de recorrerlo, contemplarlo e interactuar con las piezas influye directamente en la percepción que construye sobre la marca y sus productos.

Bajo este enfoque, el diseño interior se comprende como una herramienta estratégica que comunica identidad, genera emociones y fortalece la relación entre el usuario y el producto además de generar una propuesta estética. En este sentido, la iluminación, la exhibición de las piezas, la materialidad, la organización del recorrido y la incorporación de espacios de interacción se convierten en elementos fundamentales para construir una experiencia coherente con el concepto de cada propuesta.

Las tres propuestas planteadas responden a diferentes públicos objetivos y manejan lenguajes espaciales distintos: una orientada hacia una experiencia más artesanal y tradicional vinculada a la identidad cultural de la joyería; otra enfocada en una estética contemporánea y tecnológica dirigida a un público más joven; y una tercera centrada en la personalización y atención cercana, priorizando la interacción y experiencia del usuario dentro del espacio comercial.

Sin embargo, todas coinciden en una misma postura basada en el criterio experiencial y el criterio de accesibilidad y seguridad, entendidos como ejes principales del proyecto.

Desde esta perspectiva, el espacio comercial debe integrar funcionalidad, protección y confort, sin dejar de generar experiencias sensoriales y emocionales para el usuario, Heras (2021) señala que el diseño experiencial busca construir

atmósferas capaces de influir en la percepción, permanencia y relación emocional del usuario con el espacio comercial.

La propuesta de Joyería de autor, busca transmitir una experiencia ligada a la tradición, autenticidad y el valor artesanal, para ello incorpora materiales locales como acabados inspirados en el adobe y elementos como la paja toquilla, recursos que aportan calidez y arraigo cultural al espacio. En esta propuesta, la exhibición de las piezas se plantea desde una experiencia más contemplativa, sin perder el criterio de accesibilidad y seguridad, resaltando la joya como un objeto único y permitiendo al usuario apreciarla con mayor detenimiento y cercanía.

La propuesta de Fast jewelry, construye una identidad espacial más cercana, dinámica e interactiva. Su sistema de exhibición permite una mejor organización de productos y favorece una relación más directa con el cliente. Dentro de esta propuesta el diseño experiencial se fortalece mediante la incorporación de un piercing lab, entendido como un espacio de servicio e interacción que amplía la experiencia de compra y genera mayor permanencia del usuario dentro del local.

Finalmente, la propuesta de alta joyería, plantea una experiencia centrada en la exclusividad y personalización, aunque su recorrido es más lineal y controlado, el énfasis se encuentra en la atención personalizada y en la posibilidad de intervenir en el proceso creativo mediante un espacio donde el usuario puede personalizar sus piezas, convirtiendo la compra en una experiencia única y significativa

4.2 CONCEPTOS CLAVE QUE ESTRUCTURAN EL PROYECTO

Los conceptos y estrategias desarrollados dentro del proyecto surgen a partir del análisis de las tablas de necesidades elaboradas en el capítulo 2, donde se evidencian requerimientos y conceptos que se repiten de manera constante dentro del espacio comercial. A partir de este análisis, se identifican aspectos relacionados con diseño experiencial, diseño sensorial, accesibilidad y seguridad, almacenamiento, y bienestar y confort.

Asimismo, los criterios rectores de accesibilidad y seguridad, y criterio experiencial, aparecen como ejes principales debido a la necesidad de equilibrar la protección y correcta exhibición de las piezas con la construcción de experiencias espaciales más cercanas, cómodas y memorables para el usuario. Desde esta perspectiva, las estrategias planteadas permiten responder tanto a requerimientos funcionales y comerciales como a aspectos perceptivos, emocionales y sensoriales dentro del espacio interior comercial.

Diseño experiencial

El diseño experiencial entiende el espacio comercial como una herramienta capaz de generar emociones, construir vínculos y producir experiencias memorables entre el usuario, el producto y la marca.

Huppatz (2025) plantea que el retail contemporáneo ya no se limita únicamente a vender productos, sino que busca construir experiencias integrales capaces de conectar emocionalmente con el usuario.

Dentro del proyecto, este concepto se interpreta como la necesidad de transformar la joyería en una experiencia activa y no únicamente contemplativa. Por ello, las propuestas incorporan diferentes formas de interacción y relación con el espacio según el tipo de joyería y el perfil del usuario. En la propuesta de fast jewelry, la experiencia se fortalece mediante un piercing lab

que amplía la permanencia y genera una interacción más dinámica; mientras que en la alta joyería se prioriza la atención personalizada y la participación del usuario en la personalización de piezas, convirtiendo la compra en una experiencia más íntima y significativa.

Estas decisiones se traducen en recorridos diferenciados, espacios de interacción, zonas de espera confortables y ambientes que favorecen la exploración y permanencia del usuario dentro del local.

Asimismo, Khan et al. (2022) destaca cómo la ambientación y organización espacial influyen directamente en las decisiones y comportamiento del consumidor, ya que aspectos como la distribución, iluminación, exhibición de productos, circulación y atmósfera comercial condicionan la percepción del espacio, el tiempo de permanencia y la relación emocional que el usuario establece con el entorno y la marca.

Diseño sensorial

El diseño sensorial plantea que la experiencia espacial puede construirse mediante estímulos visuales, materiales y ambientales capaces de influir en la percepción y comportamiento del usuario, Freire (2020) explica que la estimulación sensorial fortalece la relación usuario, objeto y entorno, lo cual genera conexiones emocionales dentro del espacio comercial.

Por otro lado, Romero (2021) sostiene que elementos como la iluminación, la materialidad, el color y la distribución funcionan como mecanismos de comunicación espacial que fortalecen la experiencia del usuario.

Dentro del proyecto, el diseño sensorial se interpreta como una herramienta para reforzar la percepción de exclusividad, autenticidad y cercanía dentro de la joyería. Por ello, las

decisiones de diseño incorporan iluminación estratégica, texturas cálidas, materiales naturales y diferentes espacios que permiten potenciar la experiencia de compra.

La iluminación adquiere un rol fundamental dentro de esta estrategia, ya que no solo cumple una función técnica, sino también perceptiva y experiencial dentro del espacio comercial. Tešić et al. (2022) demuestra que la iluminación modifica la percepción de calidad del producto, mientras que Baasanjav et al. (2024) evidencia cómo la iluminación influye directamente en las decisiones de compra y en la intención de permanencia dentro del espacio.

Del mismo modo, Ahmed (2020) plantea que la iluminación comercial debe responder tanto a objetivos funcionales como experienciales, dirigiendo la atención hacia elementos específicos sin generar incomodidad visual.

Desde esta perspectiva, la iluminación dentro del proyecto se utiliza como un recurso capaz de reforzar la percepción de exclusividad, destacar las piezas exhibidas y construir atmósferas acordes a cada propuesta espacial.

Accesibilidad y seguridad

La accesibilidad y seguridad se entienden como un criterio fundamental dentro del diseño interior comercial, ya que garantizan protección, claridad espacial y confort durante la experiencia de compra. Desde esta visión, la seguridad deja de concebirse únicamente como un elemento aislado y pasa a integrarse como parte de la experiencia espacial y perceptiva del usuario.

Dentro del proyecto, este concepto se interpreta como la necesidad de equilibrar protección, circulación y experiencia sin afectar la percepción estética ni la interacción dentro del espacio. Por ello, las propuestas incorporan recorridos claros, visuales controladas y sistemas de exhibición organizados que permiten garantizar tanto la protección de las piezas como la comodidad y confianza del usuario durante su permanencia en el local.

Desde esta perspectiva, la accesibilidad y seguridad no se entienden únicamente como requerimientos funcionales, sino como elementos capaces de influir en la percepción espacial, la permanencia y la experiencia del usuario dentro del entorno comercial.

4.3 ESTRATEGIAS CONCEPTUALES

La propuesta interior de Joyería Cecilita se desarrolla a partir de criterios de diseño que estructuran la experiencia y guían las decisiones de diseño desde una base conceptual clara. Estos criterios permiten interpretar los principios del diseño dentro de propuestas espaciales concretas, donde el Diseño experiencial y la Accesibilidad y seguridad se convierten en ejes fundamentales dentro de la configuración del espacio.

Criterio experiencial

El criterio experiencial parte de la idea de que el espacio influye directamente en la manera en que el usuario vive el proceso de compra. Heras (2021) sostiene que “el diseño de experiencias juega un papel sumamente importante al momento de incentivar la toma de decisión por parte de un cliente ante un espacio comercial”, señalando que la percepción, los estados de ánimo y las emociones forman parte activa dentro de la experiencia comercial. Esta postura se complementa con Romero (2021) quien explica que el diseño interior comercial puede “potenciar la relación entre el espacio y el sujeto mediante la comunicación espacial”, entendiendo el entorno como un lenguaje que guía y conecta emocionalmente con el usuario.

Desde una visión más contemporánea, Huppatz (2025) expone que las marcas más exitosas han dejado de diseñar únicamente tiendas para vender productos y han comenzado a “diseñar experiencias que involucran a los clientes”, convirtiendo la experiencia en el principal diferenciador del retail actual.

Bajo esto, las propuestas para Joyería Cecilita plantean un recorrido interior que favorezca la contemplación y la interacción pausada con las piezas, así como la permanencia dentro del espacio. La organización del espacio incorpora momentos de pausa visual, áreas de atención y una circulación clara que transforma la visita en una experiencia más íntima, significativa y coherente con el valor emocional que implica adquirir una joya (ver figura 41).

En la propuesta de joyería de autor, el diseño experiencial se aplica mediante una experiencia más contemplativa y cercana al valor artesanal de las piezas. La organización espacial busca generar un recorrido pausado que permita apreciar la joyería como un objeto único, reforzando la percepción de autenticidad y exclusividad.

En la propuesta de fast jewelry, la experiencia se plantea de manera más dinámica e interactiva. La incorporación del piercing lab y la organización flexible de exhibición buscan generar mayor interacción, permanencia y cercanía con el usuario.

En la propuesta de alta joyería, el diseño experiencial se centra en la exclusividad y atención personalizada. El espacio incorpora áreas destinadas a la personalización de piezas y una circulación más controlada, generando una experiencia más privada y especializada.



Figura 41. Criterio experiencial. Elaboración propia (2026)

Criterio de accesibilidad y seguridad

El criterio de accesibilidad y seguridad parte de la idea de que el espacio comercial debe garantizar recorridos claros, confortables y seguros, sin afectar la experiencia del usuario. Dentro del diseño interior comercial contemporáneo, la seguridad deja de entenderse únicamente como un algo aislado y pasa a integrarse como parte de la experiencia espacial, influyendo en la comodidad y permanencia del usuario dentro del local.

Rampal et al. (2022) señalan que elementos como la correcta distribución espacial, la organización de vitrinas y la circulación influyen directamente en la percepción de confort y funcionalidad dentro de las joyerías, permitiendo construir espacios más accesibles y visualmente equilibrados.

Bajo esta perspectiva, las propuestas para Joyería Cecilita buscan equilibrar protección, organización y experiencia comercial mediante recorridos claros, visuales controladas y sistemas de exhibición que permitan garantizar tanto la seguridad de las piezas como la comodidad del usuario durante su permanencia dentro del local. Asimismo, la organización espacial busca facilitar el desplazamiento, mejorar la lectura del espacio y generar una experiencia más cómoda y segura (ver figura 42).

En la propuesta de joyería de autor, el criterio de accesibilidad y seguridad se aplica mediante una circulación más pausada y organizada que favorece la contemplación de las piezas sin generar saturación visual. La disposición de exhibidores permite mantener un recorrido claro y controlado, reforzando tanto la protección de las piezas como la cercanía con el usuario.

En la propuesta de fast jewelry, este criterio se desarrolla a través de una organización más dinámica y flexible que facilita la circulación y el acceso a los productos. La distribución busca responder a un mayor flujo de usuarios, permitiendo recorridos más ágiles y una interacción más directa con las exhibiciones sin perder control espacial ni claridad visual.

Finalmente, en la propuesta de alta joyería, la accesibilidad y seguridad se enfocan en generar una experiencia más privada y controlada. La organización espacial prioriza la atención personalizada, recorridos más delimitados y exhibiciones selectivas que permiten reforzar la percepción de exclusividad, protección y confianza dentro del espacio comercial.



Figura 42. Criterio de accesibilidad y seguridad. Elaboración propia (2026)

4.4 RELACIÓN ENTRE TEORÍA Y PROPUESTA ESPACIAL

La propuesta espacial para Joyería Cecilita toma como base los conceptos desarrollados previamente, traduciéndolos en decisiones espaciales, materiales y funcionales que responden a distintas formas de entender la experiencia comercial dentro de una joyería. A partir de ello, cada propuesta desarrolla una lógica proyectual particular relacionada con el tipo de usuario, la forma de exhibición y el tipo de interacción planteada dentro del espacio.

En la propuesta de joyería de autor, la lógica espacial se orienta hacia una experiencia más contemplativa y artesanal. La organización del recorrido busca generar una relación más pausada entre el usuario y las piezas exhibidas, priorizando la apreciación visual y el valor simbólico de la joyería. En este caso, la experiencia se construye mediante atmósferas cálidas, materiales vinculados a la tradición artesanal y exhibiciones que permiten percibir cada pieza como un objeto único.

Por otro lado, la propuesta de fast jewelry desarrolla una lógica espacial más dinámica e interactiva. La distribución del espacio favorece recorridos más ágiles y una interacción más directa con los productos y servicios. La incorporación del piercing lab y de sistemas de exhibición más flexibles busca ampliar la permanencia

del usuario dentro del local y generar una experiencia comercial más activa y contemporánea.

Finalmente, la propuesta de alta joyería plantea una lógica espacial centrada en la exclusividad y la atención personalizada. El recorrido se vuelve más controlado y selectivo, incorporando espacios destinados a la personalización de piezas y atención individual. En este caso, la experiencia busca transmitir privacidad, detalle y cercanía mediante ambientes más sobrios y una relación más directa entre usuario y producto.

Desde esta perspectiva, conceptos como diseño experiencial, diseño sensorial, accesibilidad y seguridad, almacenamiento, y bienestar y confort funcionan como herramientas que orientan las decisiones proyectuales dentro de cada propuesta. Asimismo, aspectos como la iluminación, la materialidad, la organización espacial y la exhibición de las piezas permiten construir distintas atmósferas comerciales acordes al tipo de experiencia planteada en cada caso.

4.5 CONCLUSIÓN

El diseño interior de Joyería Cecilita demuestra que el espacio comercial puede trascender su función expositiva para convertirse en una herramienta estratégica capaz de construir identidad, generar experiencias significativas y fortalecer el vínculo entre el usuario, el producto y la marca.

A partir de una propuesta que integra criterios experienciales, tecnológicos, expresivos y conceptuales, el proyecto consolida una visión del interiorismo comercial donde cada decisión espacial responde a una intención clara, vinculando funcionalidad, percepción y valor simbólico dentro de una misma narrativa proyectual.

La coherencia de la propuesta radica en la capacidad del proyecto para desarrollar tres respuestas espaciales diferenciadas, cada una orientada a dinámicas comerciales, perfiles de usuario y experiencias de compra diferentes, sin perder una base conceptual sustentada en el diseño experiencial y la construcción de identidad, mediante estrategias relacionadas con el diseño sensorial, la accesibilidad y seguridad, el almacenamiento, el bienestar y confort, y la organización de experiencias diferenciadas dentro del espacio comercial.

Esta diversidad proyectual demuestra que el diseño interior comercial no responde a soluciones únicas, sino a estrategias capaces de adaptarse a distintas formas de consumo, percepción y relación entre usuario, producto y espacio.

En este sentido, el proyecto aporta una visión amplia sobre el diseño interior aplicado al sector joyero, al demostrar que el espacio comercial puede responder a distintos perfiles de usuario y lógicas de consumo sin perder solidez conceptual.

Desde esta perspectiva, el interiorismo comercial se reafirma como una disciplina capaz de reinterpretar la identidad local mediante propuestas diversas, donde la experiencia, la percepción y la construcción de valor se convierten en elementos centrales del diseño, consolidando al espacio interior como un medio capaz de comunicar identidad, generar significado y transformar la relación entre las personas y los espacios que habitan.

BIBLIOGRAFÍA

1. Gloria, J. M. (2017). La gestión profesional del «merchandising». Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=708043>
2. Heras, G. F. (2021). Diseño experiencial en el ámbito del interiorismo comercial a través de las estrategias del marketing experiencial. <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/11452>
3. Romero Macas, S. C. (2021). Diseño interior comercial como potenciador de la comunicación espacial. Una la mirada desde el Visual Merchandising. <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/11443>
4. Huppatz, D. J. (2025). Diseñando la experiencia comercial en el siglo XXI. Researchgate. https://www.researchgate.net/publication/389202419_Designing_Retail_Experience_in_the_21st_Century
5. Vintimilla, N. V. (2025). Escaparates transformables y modulares en locales comerciales de joyería. <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/15539>
6. Mohamed Shohdy Ahmed, M. S. (2020). A proposed lighting design strategy for retail stores. EKB Journal Management System. https://journals.ekb.eg/article_280803_93491d2bc3d5e272c2e42010b6d58ab0.pdf
7. Freire, D. E. (2020). Diseño sensorial aplicado en escaparates de comercio popular. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO. <https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/606556e1-06ac-4038-b5bf-dda0adb1c66b/content>
8. Rampal, T., Sahoo, P., Chawra, B., & Sharma, N. (2022). Display design elements of a jewellery Store: a review. Asian School Of Knowledge. https://www.archi-texts.com/pdf/e-Journal_1-01/Archi-Texts-ej_01.01.04.pdf
9. Khan, M. A., Vivek, Minhaj, S. M., Saifi, M. A., Alam, S., & Hasan, A. (2022). Impact of Store Design and Atmosphere on Shoppers' Purchase Decisions: An Empirical Study with Special Reference to Delhi-NCR. Sustainability, 15(1), 95. <https://doi.org/10.3390/su15010095>
10. Tešić, D., Bogetić, Z., & Petković, G. (2022). The influence of retail facility lighting on shoppers' product perception. Strategic Management, 27(4), 41-54. <https://doi.org/10.5937/straman2200014t>
11. Baasanjav, M., Buyantur, O., & Tumurchudur, S. (2024). Impact of Store Lighting on Purchase Decisions Among Younger Mongolian Consumers. International Journal Of Science And Business, 41(1), 69-83. <https://doi.org/10.58970/ijsb.2465>

FUENTE DE LAS IMÁGENES

Figura 1. Collage de la Joyería Cecilita a través del tiempo. Fuente: Propietarios de la joyería Cecilita. Elaboración propia (2026).

Figura 2. Collar – Mod: c022. Joyería Cecilita (2025)

Figura 3. Anillos de Matrimonio Mod: 601ª. Joyería Cecilita (2025)

Figura 4. Aretes – Mod: Monja. Joyería Cecilita (2025)

Figura 5. Mapa de emplazamiento. Elaboración propia (2026)

Figura 6. Chordeleg. Points and travel (2020)

Figura 7. Chordeleg Las artes brillan por sus calles. Revista Vistal Sur (s.f.)

Figura 8. Vista interior de Joyería Cecilita. Elaboración propia (2026)

Figura 9. Vista interior de Joyería Cecilita. Elaboración propia (2026)

Figura 10. Ubicación de la Joyería Cecilita en Chordeleg. Elaboración propia (2026)

Figura 11. Escasez de espacio en área comercial. Elaboración propia (2026)

Figura 12. Interferencia entre vitrinas de exhibición. Elaboración propia (2026)

Figura 13. Saturación espacial y reducción del área útil. Elaboración propia (2026)

Figura 14. Mapa de actores de la Joyería Cecilita. Elaboración propia (2026)

Figura 15. Análisis PESTEL. Elaboración propia (2026)

Figura 16. Persona design. Propietaria. Elaboración propia (2026)

Figura 17. Persona design. Vendedora. Elaboración propia (2026)

Figura 18. Persona design. Cliente. Elaboración propia (2026)

Figura 19. Audrey experience. Tiffany & Co (s.f.)

Figura 20. Collage. Tiffany & Co. Elaboración propia (2026)

Figura 21. CASATOUS estrena ‘flagship’ en Passeig de Gràcia. Fever (s.f.)

Figura 22. Collage. Tous flagship Barcelona. Elaboración propia (2026)

Figura 23. PDPAOLA. Modaes (2024)

Figura 24. Collage. PDPAOLA. Elaboración propia (2026)

Esquema 1. Elaboración propia (2026)

Figura 25. Tabla de necesidades: Propietaria. Elaboración propia (2026)

Figura 26. Tabla de necesidades: Clientes. Elaboración propia (2026)

Figura 27. Tabla de necesidades: Vendedoras. Elaboración propia (2026)

Figura 28. Tabla de necesidades: Marca. Elaboración propia (2026)

Esquema 2. Elaboración propia (2026)

Esquema 3. Elaboración propia (2026)

Esquema 4. Elaboración propia (2026)

Esquema 5. Elaboración propia (2026)

Esquema 6. Elaboración propia (2026)

Esquema 7. Elaboración propia (2026)

Esquema 8. Elaboración propia (2026)

FUENTE DE LAS IMÁGENES

Esquema 9. Elaboración propia (2026)

Esquema 10. Elaboración propia (2026)

Figura 29. Joyería Artesanal. Material inspiration Board. Elaboración propia (2026)

Figura 30. Joyería Artesanal. Criterio experiencial. Elaboración propia (2026)

Figura 31. Joyería Artesanal. Criterio accesibilidad y seguridad. Elaboración propia (2026)

Figura 32. Joyería Artesanal. Look and Feel. Elaboración propia (2026)

Figura 33. Fast Jewelry. Material inspiration Board. Elaboración propia (2026)

Figura 34. Fast Jewelry. Criterio experiencial. Elaboración propia (2026)

Figura 35. Fast Jewelry. Criterio accesibilidad y seguridad. Elaboración propia (2026)

Figura 36. Fast Jewelry. Look and Feel. Elaboración propia (2026)

Figura 37. Joyería de alta gama. Material inspiration Board. Elaboración propia (2026)

Figura 38. Joyería de alta gama. Criterio experiencial. Elaboración propia (2026)

Figura 39. Joyería de alta gama. Criterio accesibilidad y seguridad. Elaboración propia (2026)

Figura 40. Joyería de alta gama. Look and Feel. Elaboración propia (2026)

Figura 41. Criterio experiencial. Elaboración propia (2026)

Figura 42. Criterio de accesibilidad y seguridad. Elaboración propia (2026)

ANEXOS

Anexo 1. Entrevista a dueña

- ¿Cómo describiría la identidad y personalidad de su marca?

La marca Joyería Cecilita posee una identidad sólida construida a lo largo de varias generaciones. Su personalidad se caracteriza por la tradición, la calidad y la garantía, valores que han acompañado a la marca desde sus inicios y que siguen definiendo su prestigio en el mercado.

- ¿Qué valores desea transmitir a través del diseño interior?

A través del diseño interior se busca transmitir una experiencia inolvidable de alta joyería, donde el cliente perciba exclusividad, confianza y profesionalismo. Se desea que las personas recuerden la visita por la calidad de la atención, el valor emocional de las piezas y la satisfacción de haber encontrado exactamente lo que buscaban.

- ¿Cuál es el público objetivo principal de la tienda?

El público objetivo es amplio y diverso: desde personas con recursos limitados hasta clientes de alto poder adquisitivo. La joyería ofrece productos que van desde piezas con baño de oro hasta joyas elaboradas en oro con diamantes, esmeraldas y rubíes, por lo que está dirigida a todo tipo de clientes.

- ¿Qué emociones desea generar en el cliente durante su experiencia?

Se busca generar una experiencia grata y memorable, donde el cliente se sienta feliz, cómodo y bien atendido. El objetivo es que cada persona encuentre la joya que necesita y que esta se convierta en un recuerdo duradero y significativo.

- ¿Cuáles son las principales necesidades operativas del día a día?

Una de las principales necesidades es contar con mayor espacio para exhibir de manera más clara y ordenada la mercadería disponible. Esto facilitaría tanto la operación diaria como la visualización adecuada de las joyas.

- ¿Qué problemas actuales presenta el espacio (circulación, seguridad, exhibición, almacenamiento, etc.)?

El espacio actual es reducido, lo que afecta la circulación, especialmente cuando hay un alto flujo de clientes. Las vitrinas requieren remodelación, ya que su tamaño limita la cantidad de piezas que pueden exhibirse. Esto afecta tanto la presentación del producto como la organización general.

- ¿Existen áreas que considere insuficientes o que falten?

Sí. Hace falta un espacio dedicado para niños, ya que muchas clientas llegan acompañadas de ellos y se requiere un área donde puedan entretenerse sin interrumpir la atención a sus padres.

- ¿Cuál es el flujo ideal de atención al cliente y cómo se relaciona con el espacio?

En momentos de poca afluencia, el flujo funciona adecuadamente. Sin embargo, cuando aumenta la cantidad de clientes, el espacio se vuelve insuficiente, lo que afecta la comodidad y la calidad de la atención. El flujo ideal sería uno donde la circulación sea fluida y permita atender simultáneamente a varios clientes sin congestión.

- ¿Qué elementos del diseño actual desea conservar?

Se desea conservar el espacio ubicado en la parte posterior, que actualmente funciona como un área amplia y cómoda para uso operativo.

- ¿Qué presupuesto o limitaciones técnicas existen para intervenir?

No existen limitaciones presupuestarias estrictas; la intención es realizar una remodelación que garantice resultados satisfactorios y permita brindar una atención óptima a la clientela.

Anexo 2. Entrevista a empleada 1

- ¿Qué áreas resultan más eficientes para trabajar y cuáles generan dificultades?
Las áreas más eficientes son las de acceso directo a las joyas, ya que permiten visualizar y retirar las piezas con facilidad. En contraste, las zonas cercanas a la calle presentan dificultades porque las vitrinas exteriores no permiten una adecuada visualización de las piezas cuando los clientes las solicitan. Además, extraer joyas de ciertas vitrinas es complicado debido a que hay varios exhibidores superpuestos que obstaculizan el acceso.
- ¿Los exhibidores actuales facilitan mostrar y manipular las piezas?

Sí, los exhibidores actuales son de fácil acceso y permiten manipular y mostrar las joyas sin mayor dificultad.
- ¿Hay problemas con la iluminación al momento de enseñar joyas a los clientes?
No, la iluminación es adecuada. El local cuenta con luz suficiente y con focos instalados sobre las vitrinas, lo que facilita la visualización tanto para el cliente como para el personal.
- ¿Qué parte del recorrido suele confundir o detener al cliente?
La zona de las vitrinas ubicadas dentro del mostrador tiende a detener o confundir al cliente, ya que la visibilidad desde su perspectiva es limitada y dificulta apreciar correctamente las piezas.
- ¿Considera que existe suficiente privacidad para la atención personalizada?
Existe atención personalizada, pero no un espacio específicamente destinado para una atención completamente privada.
- ¿En qué zonas del local siente que el cliente se siente más cómodo o incómodo?
En general, el cliente se siente cómodo, ya que el ambiente es agradable. No se identifican zonas específicas de incomodidad por parte del usuario.
- ¿El área de almacenamiento/paquetería es suficiente y accesible?
Sí, el área de almacenamiento y paquetería es amplia, accesible y adecuada para el trabajo diario.
- ¿Qué mejoras le facilitarían su labor diaria?
Sería beneficioso contar con mayor espacio en la zona posterior donde se encuentran los exhibidores, ya que actualmente se chocan entre ellos y dificultan el movimiento. También se requiere un área dedicada para la limpieza de piezas.
- ¿La seguridad física (puertas, vitrinas, recorridos) interfiere con su trabajo?
No se mencionaron interferencias directas, aunque se reconoce la necesidad de un espacio más organizado, especialmente para actividades internas como empaque y limpieza, que requieren un área específica.

Anexo 3. Entrevista a empleada 2

- ¿Qué áreas resultan más eficientes para trabajar y cuáles generan dificultades?

El área frontal del local es la más eficiente, ya que permite trabajar con comodidad y atender al cliente de manera directa. La zona que genera mayor dificultad es la parte interior, donde existen joyas ocultas que no son fácilmente visibles, lo cual complica el trabajo y el acceso a las piezas.

- ¿Los exhibidores actuales facilitan mostrar y manipular las piezas?

Sí, los exhibidores actuales son cómodos y permiten mostrar las joyas de manera adecuada.

- ¿Hay problemas con la iluminación al momento de enseñar joyas a los clientes?
No, no existen problemas con la iluminación. El local cuenta con suficiente luz que realza adecuadamente las piezas.
- ¿Qué parte del recorrido suele confundir o detener al cliente?
Los clientes suelen detenerse o confundirse porque no logran visualizar bien las joyas desde ciertos puntos del recorrido.
- ¿Considera que existe suficiente privacidad para la atención personalizada?

Sí, considera que existe suficiente privacidad, ya que el espacio cuenta con varias áreas que permiten mostrar las piezas con comodidad.

- ¿En qué zonas del local siente que el cliente se siente más cómodo o incómodo?

Algunos clientes pueden sentirse incómodos debido a que existen zonas amplias que no están organizadas de forma clara, lo que puede afectar la percepción del espacio.

- ¿El área de almacenamiento/paquetería es suficiente y accesible?
Sí, el área de almacenamiento y paquetería es suficiente y accesible para las tareas diarias.
- ¿Qué mejoras le facilitarían su labor diaria?
Sería útil contar con vitrinas un poco más grandes, lo que permitiría exhibir las joyas de una manera más cómoda y eficiente.
- ¿La seguridad física (puertas, vitrinas, recorridos) interfiere con su trabajo?

No, la seguridad física no interfiere con sus labores.

- ¿Hay actividades internas que necesitan un espacio dedicado a empaque, limpieza de piezas, descansos?
Sí, se necesita un espacio específico para actividades como el empaque, la limpieza de joyas y los momentos de descanso del personal.

Anexo 4. Cliente frecuente 1

- ¿Le resulta fácil visualizar y encontrar las joyas que busca en la tienda?
Sí, me resulta fácil encontrarlas, pero algunas vitrinas quedan un poco bajas.
- ¿Las vitrinas actuales permiten apreciar bien los detalles de las piezas?
En general sí, pero en las vitrinas del fondo los detalles se pierden un poco.
- ¿Cómo percibe la iluminación del local al momento de observar las joyas?
La luz es buena, aunque en ciertos ángulos genera reflejos.
- ¿Le resulta cómodo desplazarse dentro del espacio?
Me siento cómoda, puedo caminar tranquila.
- ¿Ha sentido congestión o falta de espacio cuando hay varios clientes?
Cuando hay más gente sí se siente apretado, sobre todo cerca de la entrada.
- ¿Se siente cómodo en todas las áreas del local? Si no, ¿en cuáles no?
La zona cercana a la puerta porque todos pasan por ahí.
- ¿Siente que tiene suficiente privacidad cuando le muestran joyas de mayor valor?
No siempre; cuando veo anillos caros siento que todos miran.
- ¿El ambiente general (colores, decoración, orden) le resulta agradable?
Muy agradable, limpio y elegante.
- ¿Qué elemento del espacio actual considera que debería mejorarse o cambiarse?
Iluminación más directa sin tantos reflejos.
- Si pudiera añadir un espacio o función al local, ¿cuál sería?
Un pequeño espacio de asesoría privada para piezas especiales.

Anexo 5. Cliente frecuente 2

- ¿Le resulta fácil visualizar y encontrar las joyas que busca en la tienda?
A veces me cuesta ubicar ciertos modelos porque no están señalizados.
- ¿Las vitrinas actuales permiten apreciar bien los detalles de las piezas?
Algunas piezas no se ven tan claras; el vidrio refleja bastante.
- ¿Cómo percibe la iluminación del local al momento de observar las joyas?
Un poco tenue para mi gusto, preferiría más luz blanca.
- ¿Le resulta cómodo desplazarse dentro del espacio?
En general bien.
- ¿Ha sentido congestión o falta de espacio cuando hay varios clientes?
Sí, especialmente los fines de semana.
- ¿Se siente cómodo en todas las áreas del local? Si no, ¿en cuáles no?
No, ninguna.
- ¿Siente que tiene suficiente privacidad cuando le muestran joyas de mayor valor?
Más o menos; siento que debería existir un espacio más separado.
- ¿El ambiente general (colores, decoración, orden) le resulta agradable?
Está bien, moderno, pero no sobresaliente.
- ¿Qué elemento del espacio actual considera que debería mejorarse o cambiarse?
Mejor señalización o clasificación por estilos.
- Si pudiera añadir un espacio o función al local, ¿cuál sería?
Un módulo de autoservicio digital para ver inventario sin esperar.

Anexo 6. Cliente frecuente 3

- ¿Le resulta fácil visualizar y encontrar las joyas que busca en la tienda?
Sí, se entiende la distribución.
- ¿Las vitrinas actuales permiten apreciar bien los detalles de las piezas?
Bonitas, pero algunas piezas pequeñas no resaltan.
- ¿Cómo percibe la iluminación del local al momento de observar las joyas?
Cálida, me gusta.
- ¿Le resulta cómodo desplazarse dentro del espacio?
Sí, es cómodo y fluido.
- ¿Ha sentido congestión o falta de espacio cuando hay varios clientes?
Un poco, especialmente en días festivos.
- ¿Se siente cómodo en todas las áreas del local? Si no, ¿en cuáles no?
La zona de la calle porque se siente expuesta.
- ¿Siente que tiene suficiente privacidad cuando le muestran joyas de mayor valor?
Podría mejorarse.
- ¿El ambiente general (colores, decoración, orden) le resulta agradable?
Muy lindo, los colores y decoración se sienten coherentes.
- ¿Qué elemento del espacio actual considera que debería mejorarse o cambiarse?
Más contraste en fondos de vitrinas para resaltar la joya.
- Si pudiera añadir un espacio o función al local, ¿cuál sería?
Un espacio para ver cómo se hacen las piezas.

Anexo 7. Cliente frecuente 4

- ¿Le resulta fácil visualizar y encontrar las joyas que busca en la tienda?
Sí, pero prefiero vitrinas más altas y cercanas.
- ¿Las vitrinas actuales permiten apreciar bien los detalles de las piezas?
Bien organizadas, pero algunas están muy llenas.
- ¿Cómo percibe la iluminación del local al momento de observar las joyas?
Adecuada, aunque falta iluminación focal en piezas especiales.
- ¿Le resulta cómodo desplazarse dentro del espacio?
Sí, sin obstáculos.
- ¿Ha sentido congestión o falta de espacio cuando hay varios clientes?
Sí, a veces siento que el espacio se vuelve estrecho.
- ¿Se siente cómodo en todas las áreas del local? Si no, ¿en cuáles no?
Sí, me siento cómoda en todas las áreas.
- ¿Siente que tiene suficiente privacidad cuando le muestran joyas de mayor valor?
No lo suficiente para ver piezas caras; me gustaría más discreción
- ¿El ambiente general (colores, decoración, orden) le resulta agradable?
Agradable y formal.
- ¿Qué elemento del espacio actual considera que debería mejorarse o cambiarse?
Mostrar las piezas de valor en un área más exclusiva.
- Si pudiera añadir un espacio o función al local, ¿cuál sería?
Un salón privado para ver joyas de alta gama.

Anexo 8. Cliente frecuente 5

- ¿Le resulta fácil visualizar y encontrar las joyas que busca en la tienda?
Sí, aunque a veces no encuentro rápido el tipo de joya que busco.
- ¿Las vitrinas actuales permiten apreciar bien los detalles de las piezas?
Algunas piezas brillan demasiado por la iluminación, otras se ven opacas
- ¿Cómo percibe la iluminación del local al momento de observar las joyas?
Agradable, aunque un poco cálida para observar las piedras.
- ¿Le resulta cómodo desplazarse dentro del espacio?
Cómodo, no me siento apretada la mayoría del tiempo.
- ¿Ha sentido congestión o falta de espacio cuando hay varios clientes?
Sí, en fechas importantes se llena y es difícil ver bien.
- ¿Se siente cómodo en todas las áreas del local? Si no, ¿en cuáles no?
La parte junto a la caja, porque se junta mucha gente.
- ¿Siente que tiene suficiente privacidad cuando le muestran joyas de mayor valor?
Me gustaría más privacidad cuando pido anillos o collares finos.
- ¿El ambiente general (colores, decoración, orden) le resulta agradable?
Muy bonito, da sensación de confianza.
- ¿Qué elemento del espacio actual considera que debería mejorarse o cambiarse?
Un sistema para organizar mejor la espera o más vendedoras.
- Si pudiera añadir un espacio o función al local, ¿cuál sería?
Una zona para probarse joyas con buena iluminación frente al espejo.



UNIVERSIDAD
DEL AZUAY

FACULTAD DE
DISEÑO Y ARTE