

# SIENTO HOUSE

DISEÑANDO HOGARES PARA LA VIDA.

VALENCIA,  
SEPTIEMBRE DE 2015

**MÁSTER EN PRODUCCIÓN ARTÍSTICA**  
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA.  
FACULTAD DE BELLAS ARTES SAN CARLOS.

**SIENTO HOUSE /**  
**DISEÑANDO HOGARES PARA LA VIDA.**  
TIPOLOGÍA 4

**AUTORA:**  
SANDRA MONROY MOLINA

**DIRIGIDO POR:**  
RODRIGO PÉREZ GALINDO



UNIVERSIDAD  
POLITECNICA  
DE VALENCIA



FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES



MÁSTER OFICIAL  
EN PRODUCCIÓN  
ARTÍSTICA



MEMORIA TRABAJO FINAL DE MÁSTER  
TIPOLOGÍA 4

Queda prohibido la reproducción, distribución, comercialización, transformación, y en general, cualquier otra forma de explotación, por cualquier procedimiento, de todo o parte de los contenidos de esta obra sin autorización expresa y por escrito de sus autores.

Todas las imágenes son propiedad de sus respectivos dueños y han sido reproducidas con su consentimiento.

Impresión: Imprenta Ismael Miralles. Villarreal.

Sandra Monroy Molina, 2015 ©  
Housedoit. Innovative Research S.L., 2015 ©

“El diseño que tenemos más cerca del corazón, es el que tenemos en el hogar”.

Noelia Coll



## RESUMEN

*Hoy vivimos inmersos en una sociedad de consumo de masas donde se ha multiplicado la cantidad y la complejidad de estilos de vida. Encontrar la relación entre los hábitos de consumo y las nuevas formas de habitar nos proporciona las claves para poner el mercado al servicio de la sociedad.*

*Los interioristas son profesionales con información y conocimiento clave para este análisis. La ecuación completa del Entorno = Personas (espacio + productos) / tiempo; por eso, hemos querido conversar con ellos, y dar a conocer su trabajo, para resaltar la importancia del diseño en nuestras vidas.*

*Hoy, más que nunca, el estudio, diseño y configuración del espacio y los productos, debe ser tratado con especial cuidado y atención.*

## ABSTRACT

*Today, we are immersed in a society of mass consumption which has increased the number and complexity of lifestyles. Find the relationship between consumption patterns and new ways of living gives us the key to put the market at the service of society.*

*Interior designers are professionals with key information and knowledge for this analysis. The full equation Environment = Persons (space + products) / time; therefore, we wanted to talk to them, and publicize their work, to highlight the importance of design in our lives.*

*Today, more than ever, the study, design and configuration of the space and the products, should be treated with special care and attention.*

**Palabras clave:** Diseño, hogar, habitantes, estilos de vida.

**Keywords:** Design, Homes, people, lifestyles.



*A Philo & Sophy, por su compañía,  
a Christian, por su afecto,  
a todos mis profesores, por enriquecerme,  
a Rodrigo, por transmitirme tanto conocimiento y paz interior,  
a Housedoit, porque me hacéis sentir parte de algo extraordinario,  
a mi abuelito, por sentirte siempre a mi lado,  
a mi madre, por todo.*

# ÍNDICE

## PARTE

# 0



RESUMEN	7
AGRADECIMIENTOS	9
ÍNDICE	10

## PARTE

# 1



INTRODUCCIÓN	17
--------------	----

## PARTE

# 2

---

### CONCEPTUALIZACIÓN 25

2.1 LA CASA	27
2.2 HABITAR DESDE LA COMPLEJIDAD	28
2.3 HABITAR HOY	29
2.4 LOS INTERIORISTAS	31

## PARTE

# 3

---

### DESCRIPCIÓN TÉCNICA 35

3.1 FASES DEL ESTUDIO	36
3.2 PROBLEMA	36
3.3 ESTRATEGIA	36
3.4 CONDICIONES	37
3.5 EL EQUIPO	38
3.6 TRABAJO EN EQUIPO	38
3.7 ÁREA DE ANÁLISIS	39
3.8 PLANTILLA ENTREVISTAS	41
3.9 PLANTILLA PROYECTOS	42
3.10 GUIÓN ENTREVISTAS	44
3.11 ÍNDICE PUBLICACIÓN	48
3.12 DISEÑO DEL LIBRO	49
3.13 PRESUPUESTO	49
3.14 NUEVAS IDEAS	49
+ MUESTRAS	50
+ REFERENTES	52
+ DISEÑO	54
+ PROCESO	55
+ PORTADAS	56
+ ILUSTRACIONES	58
+ PORTADA + CONTENIDO	66
3.15 TIMING	68
3.16 REFLEXIÓN	70

# ÍNDICE

## PARTE

# 4



<b>RESULTADOS</b>	<b>73</b>
TEMAS ANALIZADOS	74
4.1 PROCESO CREATIVO Y RELACIÓN CON LOS CLIENTES	75
4.2 HABITANTES Y ESTILOS DE VIDA	79
4.3 INTERVENCIÓN	82
4.4 MOBILIARIO Y EQUIPAMIENTO	86
4.5 NUEVAS OPORTUNIDADES	88

## PARTE

# 5



<b>CONCLUSIONES</b>	<b>91</b>
---------------------	-----------

**PARTE**

# 6

---

**BIBLIOGRAFÍA**

**94**

**PARTE**

# 7

---

**LISTA DE FIGURAS**

**101**

# ÍNDICE

## PARTE

# 8

---

ANEXOS	105
CONVOCATORIA	108
PROPUESTAS DISEÑO	110
ENTREVISTAS ESTUDIOS	132
SOBRE HOUSEDOIT	184
ENTREVISTA A CARLA TOMÁS	186
ENTREVISTA A NOELIA COLL	190





**PARTE**

# 1

# INTRODUCCIÓN

## INTRODUCCIÓN

Nuestra investigación surge de la necesidad por conocer una disciplina profesional enmarcada dentro de la esfera del hábitat: el diseño de interiores. Una disciplina no siempre entendida.

En el presente estudio ahondamos en la práctica de esta especialidad para obtener información de todo aquello que interviene en la configuración del espacio habitado, poniendo en valor la labor de los interioristas, y destacando la importancia del interiorismo en nuestras vidas.

El interiorismo como arte y oficio involucrado en el proceso de formar la experiencia del espacio interior; que va más allá de lo meramente decorativo, ofrece funcionalidad y soluciones a necesidades relacionadas con el estilo de vida, circunstancias concretas y cambios vitales. Mejora la calidad de vida, aumenta la productividad y protege la salud, seguridad y bienestar del público. Sin embargo, en el marco nacional, el porcentaje de habitantes familiarizado e interesado por esta disciplina es muy bajo. Creemos que esto se debe a una falta de conocimiento. Es un oficio con el que no estamos muy familiarizados, por eso, hemos querido averiguar de primera mano, con esta investigación, en qué consiste el trabajo de los interioristas, cómo abordan las particularidades de cada proyecto, cuáles son sus necesidades, qué soluciones ofrecen, cómo es su relación con sus clientes y su compromiso con nuestra sociedad y entorno.

Para ello, ha sido necesario profundizar en el estudio de 3 áreas de conocimiento:

1. Estilos de vida, tipologías de viviendas y hábitos de las personas.
2. Identidad, función e impacto de los productos en el hogar.
3. Tendencias y pautas para nuevos desarrollos.

Así pues, el estudio se desarrolla con la finalidad de conocer la función del interiorista dentro de nuestra sociedad, y encontrar la relación entre los hábitos de consumo y las nuevas formas de habitar.

Nuestro Trabajo de Fin de Máster se inscribe dentro de la tipología 4, concretamente en el módulo de “Arte y tecnología”. Lo inicio desde mi interés por participar en un proyecto relacionado con mis intereses e inquietudes profesionales. Y lo llevo a cabo desde mi propia práctica profesional como miembro del equipo Housedoit, una empresa dedicada a

nuevas tecnologías para mejorar el proceso de trabajo de los profesionales creativos y potenciar el valor de sus ideas.

Liderada por Carla Tomás, Directora ejecutiva, y Noelia Coll junto a Carla Rego, Cofundadoras. Ellas me brindaron esta oportunidad de participar en este proyecto formando parte del equipo. Yo sola no hubiera podido llevar a cabo de la misma manera un proyecto de tal envergadura, y seguramente no hubiera sido tan enriquecedor.

En la presente memoria expongo el trabajo desarrollado que terminará siendo una publicación. Esta publicación en forma de libro responde a una serie de cuestiones planteadas inicialmente en el estudio. El libro nos ofrece una visión amplia, y al mismo tiempo detallada, de todo aquello que interviene en la configuración del espacio habitado, concretamente viviendas; de los habitantes y estilo de vida. Espacios. Tipos y distribución. Categorías. Mobiliario y equipamiento. Psicología ambiental. Arquitectura y diseño de producto. Tipologías de proyectos. Profesionales y oportunidades de negocio...

## **METODOLOGÍA**

La metodología utilizada puede dividirse en cuatro fases:

Planteamiento del estudio, búsqueda y recopilación de información cualitativa, análisis de los resultados e interpretación, recogida y explotación de datos, y finalmente presentación de resultados.

Para obtener información hemos desarrollado un estudio cualitativo aplicado, enmarcado en el sector del hábitat.

Como Los interioristas son profesionales con información y conocimiento clave para este análisis, nuestra primera iniciativa ha sido entrevistar a una muestra total de 17 estudios de interiorismo. Esto unido a todos los datos e información que nos aporta el Observatorio de Tendencias del Hábitat sobre las previsiones de futuro definidas por las macrotendencias en el hábitat, ha generado un conglomerado de información de interés, es por eso que surge la idea de usar esa información para escribir la publicación, donde compartimos las conclusiones obtenidas después de haber desgranado las coincidencias y diferencias entre una pequeña muestra de soluciones creadas por interioristas en proyectos de reforma

## INTRODUCCIÓN

integral de viviendas urbanas de similares características.

Desde nuestro punto de vista, la labor del interiorista es una profesión en auge en España que se encuentra ante nuevas oportunidades de negocio. La situación de parálisis económico financiera vivida y las nuevas tecnologías han propiciado nuevas formas de trabajar y nuevas formas de colaboración con profesionales de otras disciplinas como el marketing, la comunicación, la fotografía y el diseño gráfico. Nuevos horizontes que amplían y posicionan al interiorista en el mercado particular y empresarial como el perfil necesario para el diseño y composición de espacios adecuados al uso, estilo de vida y expectativas del cliente o usuario.

Por todo lo expuesto, nos gustaría reflejar los objetivos de nuestra investigación:

El estudio se ha planteado como un medio para obtener información sobre el hábitat y su evolución. Y para conocer mejor el perfil profesional del diseñador de interiores en la comunidad valenciana.

## OBJETIVOS

Para alcanzar nuestro propósito hemos establecido unos objetivos operativos:

- Analizar la actividad de diseñador de interiores en el ejercicio de su actividad en la Comunidad Valenciana.
- Identificar las tareas que desarrollan para detectar posibles necesidades.
- Ofrecer conocimiento y herramientas para optimizar su trabajo y acortar tiempos en la fase de búsqueda de productos.

**También nos gustaría señalar cuáles son los objetivos con un carácter más particular:**

- Pertenecer a un equipo de trabajo para poder llevar a cabo una investigación exhaustiva.
- Conocer el funcionamiento interno de una empresa.

- Aprender nuevas fórmulas y estrategias de trabajo en equipo.
- Ampliar mis conocimientos y conocer personas para enriquecerme.
- Iniciar así mi actividad de investigación y adquirir destrezas para poder iniciar una tesis doctoral.
- Obtener satisfacción por llevar a cabo un proyecto que satisface mis inquietudes y aspiraciones personales.

## JUSTIFICACIÓN

La finalidad del estudio es obtener información sobre la realidad profesional del diseñador de interiores, los arquitectos y decoradores en el entorno empresarial y social, para conocer las dificultades a las que se enfrentan en cada proyecto. De esta manera detectamos una barrera que tienen que superar para cada nuevo proyecto: la búsqueda y selección de los productos adecuados (un 50% del total de tiempo invertido en el proyecto). Este problema lo sufren a su vez los fabricantes ya que deben atender a las constantes solicitudes de sus prescriptores sin que esto necesariamente se traduzca en ventas. Y aunque internet se ha convertido en una nueva fuente de información e inspiración para ellos, para tomar decisiones necesitan información detallada y actualizada que no siempre consiguen fácilmente.

Para ofrecer una solución a este problema, Housedoit ha desarrollado una aplicación web que utilizan arquitectos, interioristas y decoradores que agiliza el proceso de búsqueda y selección de productos, automatiza la composición de dosieres y genera hojas de presupuesto.

Con este gestor y difusor de información multicanal ofrecemos una solución en la nube para fabricantes que les permite agilizar la gestión de toda la información vinculada a sus productos y que se conecta con Housedoit y con todos sus canales de venta y distribución de forma automatizada. Así, agilizamos todo el proceso que en cada proyecto deben seguir los profesionales.

Esta ha sido la finalidad concreta del estudio, usar la información recabada e implantarla en la plataforma, y paralelamente ir generando una colección de libros que aporten co-

## INTRODUCCIÓN

nocimiento a todos los profesionales del mundo del hábitat.

### En resumen queremos:

- Ser partícipes de la dinamización y evolución del sector del diseño.
- Acercar la profesión del interiorista a la sociedad en general, más allá del mundo empresa y las altas esferas.
- Suscitar la reflexión teórica sobre la práctica del diseño.
- Mejorar el proceso de trabajo de los profesionales creativos y potenciar el valor de sus ideas poniendo a su servicio las nuevas tecnologías.

### ¿Cómo?

Organizando talleres para el conocimiento a través de la experiencia, publicando libros de investigación cualitativa donde se refleja la actividad de los diseñadores y el estado del sector, ofreciendo herramientas online que optimizan el trabajo de los profesionales, y llevando a cabo encuentros entre profesionales para estrechar lazos y generar sinergias. Esta es la labor que llevamos a cabo en Housedoit. Mi motivación para formar parte de este equipo.

En este sentido, nuestro Trabajo Final de Máster cuyo título he querido que coincidiera con el del libro que hace alusión a Housedoit, es una manifestación de nuestro sentimiento por el trabajo que desarrollamos. Una labor que llevamos dentro, sentimos, y queremos que vosotros también sintáis; por eso os invitamos a la lectura de este trabajo y libro: “Siento house. Diseñando hogares para la vida”.





**PARTE**

# 2 CONCEPTUALIZACIÓN

### 2.1 EL HÁBITAT EN LA ARQUITECTURA Y EL DISEÑO.

Para entender la relación que existe entre los espacios que se crean, nuestra interacción con ellos y los productos que llenan de vida estos espacios, es indispensable conocer aquello que engloba y configura estas relaciones. Comprender todo aquello que configura el hábitat. Un campo complejo que recoge una amplia variedad de particularidades, y en el que actúan disciplinas como la sociología, la arquitectura, y por supuesto el diseño.

Desde sus orígenes, el ser humano ha querido tener el control de su entorno. Al darnos cuenta de que son multitud los factores que no podemos controlar, para no permanecer desamparados frente a ellos y poder desarrollar nuestras actividades bajo condiciones óptimas y seguras, surgió la arquitectura y el diseño.

El diseño de la vivienda a lo largo de la historia “refleja las diferentes soluciones adoptadas en cada período frente al problema de proveerse de un entorno pequeño y controlado, dentro del amplio espacio natural”<sup>1</sup>. Este espacio conquistado que tomamos como propio habitándolo e interactuando con él, es el diseño más próximo a nosotros. Por eso, si pensamos en la palabra hábitat, a muchos seguramente nos vendrá a la mente nuestra casa, porque es el espacio que identificamos como nuestro. Un refugio. Un lugar donde nos sentimos arropados y protegidos, donde las normas las establecemos nosotros. Bajo criterios estéticos y funcionales configuramos lo que es nuestro hogar.

Según el arquitecto Ignacio Arciniegas, “El hablar, entonces, de casa, presenta implícito un concepto de apropiación, de confianza y de interacción. A partir de ello es un poco más fácil empezar a enfrentarse al problema planteado por el hábitat como definición y como experiencia. [...] Si bien la casa no lo es todo, es necesario partir de ella para empezar a salir de su contexto, para lograr percibir en principio, por ejemplo, el barrio donde habitas”<sup>2</sup>.

Foucault señaló que “el espacio en el que vivimos, el lugar donde se desarrolla la erosión de nuestra vida, de nuestro tiempo y de nuestra historia es, en sí mismo, un espacio heterogéneo. En otras palabras, no vivimos en una especie de

1. OLGAY, Victor. “Arquitectura y clima. Manual de diseño bioclimático para arquitectos y urbanistas”. Barcelona (España). Editorial Gustavo Gili, S.A. 2015 (1a edición).

2. ARCINIEGAS, Ignacio. “Pensamientos sobre el hábitat, el habitáculo y el habitante”. Documento de Reflexión no derivado de investigación p. 101 a 118 Revista de Arquitectura El Cable N°5, 2006. [En línea], [Consulta: 20/06/15] <http://www.bdigital.unal.edu.co/13685/1/1253-6173-1-PB.pdf>

vacío, dentro del cual localizamos individuos y cosas. (...) vivimos dentro de una red de relaciones que delimitan lugares que son irreducibles unos a otros y absolutamente imposibles de superponer”<sup>3</sup>. Por eso, preguntarse por el hábitat nos obliga a preguntarnos también por esa red de relaciones cambiantes en el tiempo, producidas en función de las modificaciones históricas, hombre-espacio<sup>4</sup>, y tomar conciencia de los cambios que experimenta nuestra sociedad y hábitat en nuestro tiempo, para poder adaptarnos a ellos y proponer nuevas soluciones a nuevos problemas. Para ello, es necesario entender nuestra presencia en el mundo contemporáneo. Preguntarnos por el rasgo fundamental de los mortales, el habitar.

---

### **La casa, una colección de interiores-significados.**

Adolfo Vásquez

## **2.2 LA CASA**

En palabras del Doctor en teoría del arte Adolfo Vásquez, la vivienda y el hogar, son elementos decisivos que permiten al hombre desarrollar un sentido de su propio yo, en tanto que perteneciente a un lugar determinado:

“Todo espacio realmente habitado contiene la esencia del concepto de hogar, porque allí se unen la memoria y la imaginación, para intensificarse mutuamente. En el terreno de los valores forman una comunidad de memoria e imagen, de tal modo que la casa no sólo se experimenta a diario, al hilvanar una narración o al contar nuestra propia historia, sino que, a través de los sueños, los lugares que habitamos impregnan y conservan los tesoros del pasado. Así pues la casa representa una de las principales formas de integración de los pensamientos, los recuerdos y los sueños de la humanidad. Sin ella, el hombre sería un ser disperso”<sup>5</sup>.

“La casa, pues, es una extensión de la persona, una especie de segunda piel, un abrigo o caparazón, que exhibe y despliega tanto como esconde y protege. Casa, cuerpo y mente se encuentran en una continua interacción; la estructura física, el mobiliario, las convenciones sociales y las imágenes de la casa permiten, moldean, informan y reprimen al mismo tiempo las actividades y las ideas que se desarrollan dentro

3. FOUCAULT, M. “Espacios diferentes”, en Michel Foucault. Obras esenciales. Volumen III. Estética, ética y hermenéutica, Ángel Gabilondo (ed.), Op. Cit., p. 434.

4. RESTREPO MORENO, Sergio. (2000) Ensayos Forum15. Intervenciones en el Hábitat. Universidad Nacional de Colombia, Sede Medellín.

5. VÁSQUEZ, Adolfo. “Arquitectura, diseño y filosofía en Heidegger; Construir, habitar, pensar”. Arqchile.cl, 2001. [En línea], [Consulta: 20/06/15] [http://www.arqchile.cl/arquitectura\\_heidegger.htm](http://www.arqchile.cl/arquitectura_heidegger.htm)

## CONCEPTUALIZACIÓN

de sus paredes, un entorno creado y decorado como escenario de la habitabilidad. La casa y la habitación se convierten así en un agente de pensamiento y en un primer agente socializador, que moldea el carácter de los hijos, a partir de las primeras impresiones de la mirada. Al moverse en un espacio ordenado –diseñado-, el cuerpo “interpreta” la casa, que representa la memoria para una persona”<sup>6</sup>.

**La esencia del construir es el dejar habitar.**

M Heidegger

### 2.3 HABITAR DESDE LA COMPLEJIDAD

Foucault en el siglo pasado consideraba que estaban en “una época de simultaneidad, una época de yuxtaposición, la época de lo cerca y lo lejos”. [...] “El sitio es definido como relaciones de proximidad entre puntos o elementos [...] El problema del sitio, o del espacio vital para la humanidad no es solo el saber si va a haber suficiente espacio para el hombre en el mundo; es saber también cuáles son las relaciones de propinuidad, que tipo de almacenamiento, circulación, marcación, y clasificación de los elementos humanos deben ser adoptados en una situación determinada para lograr un fin determinado”<sup>7</sup>.

Hoy, en pleno siglo XXI, “la crisis ambiental es el signo de una nueva era histórica. Según el economista Enrique Leff, “esta crisis civilizatoria es ante todo una crisis del conocimiento. La degradación ambiental es resultado de las formas de conocimiento a través de las cuales la humanidad ha construido el mundo y lo ha destruido por su pretensión de universalidad, generalidad y totalidad; por su objetivación y cosificación del mundo”<sup>8</sup>.

Cada época está marcada por una crisis y diferentes problemáticas. Leff piensa que esta crisis surge por la falta de concienciación de los seres humanos con su entorno. Gran parte de la crisis enunciada, tiene como núcleo el escaso reconocimiento de la importancia que los procesos de significación cultural tienen en el habitar de los seres humanos y en su subvaloración frente a necesidades de orden cuantitativo.

6. VÁSQUEZ, Adolfo. “Arquitectura, diseño y filosofía en Heidegger; Construir, habitar, pensar”. Arqchile.cl, 2001. [En línea], [Consulta: 20/06/15] [http://www.arqchile.cl/arquitectura\\_heidegger.htm](http://www.arqchile.cl/arquitectura_heidegger.htm).

7. FOUCAULT, M. y Jay Miskowiec “Of Other Spaces” en *Diacritics*, Vol. 16, No. 1 (Spring, 1986), pp. 22-27.

8. LEFF, Enrique. “Complejidad, racionalidad ambiental y diálogo de saberes”. Ponencia presentada en el I Congreso internacional interdisciplinar de participación, animación e intervención socioeducativa, celebrado en Barcelona en noviembre de 2005. [En línea], [Consulta: 20/06/15] [http://www.magrama.gob.es/es/ceneam/articulos-de-opinion/2006\\_01leff\\_tcm7-53048.pdf](http://www.magrama.gob.es/es/ceneam/articulos-de-opinion/2006_01leff_tcm7-53048.pdf)

Leff, propone “construir un concepto de calidad de vida con énfasis en aspectos cualitativos de las condiciones de la existencia humana [...] considerando las condiciones de existencia y estilos de vida”<sup>9</sup>. Un pensamiento del habitar desde la complejidad que no considere dimensiones separadas a las personas y su medio, sino relaciones complejas entre ellos, una trama de “relaciones” o “tejido”.

En estos términos, habitar desde la complejidad implica reconocer la complejidad del habitar y la necesidad de un pensamiento crítico para pensar en el habitar.

Habitar no es solo ocupar o recorrer un espacio, se trata de una relación significativa con el espacio que se habita. Entrar en un espacio ya sea abierto o cerrado y entenderlo para hacer un buen uso de él. Y entender también las relaciones entre los seres humanos como “operaciones de tejido”, es decir, de establecimiento de nexos o relaciones con su entorno.

## 2.4 HABITAR HOY

“La denominada “tormenta económica perfecta” arrecia. Se recrudecen sus efectos en todos los ámbitos y, mientras continúa el diluvio, la preocupación general se incrementa ante la sucesión de acontecimientos generadores de un ambiente social que pivota entre la búsqueda de alternativas, apertura hacia nuevas posibilidades y nuevos mercados, o el estupor y el pesimismo ante el panorama social y económico global”<sup>10</sup>.

Hoy vivimos inmersos en este clima. En una sociedad de consumo de masas donde se ha multiplicado la cantidad y la complejidad de estilos de vida, y el horizonte de aspiraciones de gran parte de los colectivos integrados (y excluidos) de la producción mundial.

Ante este panorama, existen diferentes estrategias para enfrentar la crisis. Queda claro que para que se produzca un cambio debemos cambiar nuestro modo de habitar, estableciendo una relación sana con nuestro entorno. Según el sociólogo Luis Enrique Alonso “es necesario resituar en el

9. LEFF, Enrique.  
“Complejidad, racionalidad ambiental y diálogo de saberes”. Ponencia presentada en el I Congreso internacional interdisciplinar de participación, animación e intervención socioeducativa, celebrado en Barcelona en noviembre de 2005.

10. FELIU MINGARRO, Carlos; BLANES JULIÁ, Vicente; PÉREZ CAMPOS, Mariano.J. Carta de los directores en Monográfico OTH1 “Nuevas formas de habitar”. Observatorio de Tendencias del Hábitat. Abril, 2009.

## CONCEP- TUALIZACIÓN

centro del debate público la política, un proyecto que apunta hacia la construcción de una democracia radical, capaz de poner el mercado al servicio de la sociedad para salir del bloqueo civilizatorio que supone la sociedad al servicio del mercado”<sup>11</sup>.

Para poner el mercado al servicio de la sociedad es imprescindible observar, para comprender y satisfacer las necesidades cambiantes de los habitantes. Observando vemos que en las sociedades modernas surgen nuevos modelos de familia, que con el paso del tiempo van experimentando cambios, como también las unidades de convivencia, cada vez más variadas. Estos cambios y la emergencia de nuevos modelos, se explica por la evolución de determinados valores y por causa de diversos factores económicos. Nuestra forma de hacer las cosas y de habitar está en constante evolución. Analizar estos cambios nos permitirá conocer las nuevas necesidades en cuanto al hábitat, la casa, sus enseres y productos, y conseguir que nuestra forma de pensar, nuestros valores y los nuevos modelos de convivencia se vean reflejados en las casas y ciudades que habitamos. ¿Cómo? replanteando los modelos de ciudad y espacios de interiores. Creando modelos sostenibles coherentes con la situación medioambiental, creando ciudades más participativas y más inclusivas socialmente, porque la diversidad económica y cultural lo demanda.

Las tendencias, suponen un papel relevante, y deben servir a la empresa y diseñadores para generar nuevas propuestas. Conocer las tendencias de consumo y nuevos modelos de negocio, nos permitirá encontrar e incorporar nuevas soluciones a problemas. Crear nuevos productos con el uso de tecnologías emergentes que hagan partícipes a las personas, y contribuyan a mejorar y cuidar nuestro entorno. Por eso, en este estudio, “hemos trazado un mapa de evolución de la configuración del hábitat a lo largo de la historia, y hemos visto que, con el paso de las tendencias asumidas hasta el s.XX, las personas prefieren espacios flexibles que se adapten a las necesidades de cada momento, que estén vinculados con las nuevas tecnologías, que sean sostenibles y que integren servicios asociados, tanto en sus hogares como en los espacios públicos, de trabajo y colectividades. Esta demanda hace que el estudio, diseño y configuración del espacio y los productos deba ser tratado, más que nunca, con especial cuidado y atención”<sup>12</sup>.

11. ALONSO, Luís Enrique. “La era del consumo” 1ª edición. Madrid, editorial Siglo, 2005.

12. TOMÁS, Carla. Prólogo en “Siento House. Diseñando hogares para la vida”. Autoedición. Valencia, 2014.

**El construir le da apertura al ser, crea un mundo, un espacio habitable, y es en el propio habitar donde se percibe el sentido de este espacio”.**

Adolfo Vásquez

## 2.5 LOS INTERIORISTAS

Hemos visto que en estos últimos años han variado los modelos de familia y unidades de convivencia. Con este estudio queremos conocer qué alternativas presentan los profesionales del hábitat. Los interioristas.

Ellos son los que van a proyectar las ciudades donde viviremos en el futuro. Es muy importante, en palabras de Salvador Villalba, “comprometerse para hacer que el mundo sea más habitable, no sólo el espacio doméstico, sino que todo el espacio habitable sea un espacio mucho más utilizable y evidentemente más domesticado y por tanto más agradable de vivir”<sup>13</sup>.

Hoy en día, el peso de la figura del interiorista se puede ver en muchos estudios de arquitectura. La tendencia hoy es la emergencia de espacios multidisciplinarios en los que no podemos hablar de intrusismo, sino de sinergias que se establecen entre profesionales de diferentes disciplinas, que interactúan, trabajan en equipo y así enriquecen más los proyectos.

Los arquitectos proyectan edificios, mientras que los interioristas se ocupan por así decirlo de los detalles, son como “una especie de hada madrina que lo que hace es ordenar un espacio y sus elementos [...] organizar el deseo del otro”<sup>14</sup>. El primer reto al que se enfrentan “radica en tener una planificación muy clara del encargo, de aquello que desea la persona [...] y muy importante, por qué lo desea.”<sup>15</sup>.

Hay interioristas que prefieren caminar por espacios públicos, desarrollar proyectos *contract*<sup>16</sup> por ejemplo, y no lidiar

13. VILLALBA, Salvador en “El interiorista y el extraño caso del señor Ikea. Conversaciones entre interioristas, diseñadores y algún arquitecto”. de GÁMEZ, Carles; YUWANG, Xiqi. Valencia, 2010, p, 110.

14. VILLALBA, Salvador en “El interiorista y el extraño caso del señor Ikea. Conversaciones entre interioristas, diseñadores y algún arquitecto”. de GÁMEZ, Carles; YUWANG, Xiqi. Valencia, 2010. p, 112-113.

15. CATALÁ, Arturo en “El interiorista y el extraño caso del señor Ikea. Conversaciones entre interioristas, diseñadores y algún arquitecto”. de GÁMEZ, Carles; YUWANG, Xiqi. Valencia, 2010, p. 155.

16. *Contract* es el canal donde se integra una cadena de valor de productos y servicios, con ingeniería específica, al objeto de dar una respuesta global y especializada en la arquitectura, interiorismo y equipamiento (decoración) hotelero y otros espacios de uso colectivo. Resultado: Una buena gestión de esta cadena de valor aportará una mayor rentabilidad a la inversión (del promotor / operador) e incrementará el valor del establecimiento. [En línea], [Consulta: 10/08/15] <http://www.areacontract.com/html/es/info/glosary.html?PHPSESSID=hdabpofv>.

## CONCEPTUALIZACIÓN

con el cliente que quiere la casa de sus sueños; “el interiorismo doméstico despierta tanto pasiones como odios”<sup>17</sup>, “todo es más subjetivo, un decorador tiene que ser muy psicólogo”<sup>18</sup>, porque “el interiorista tiene que introducirse en la vida de otra familia, en sus necesidades, su filosofía o ideario que esa persona o familia tiene y quiere como sea su casa”<sup>19</sup>. Según Emilia Valls, “hay que hacer como un traje a medida, y eso te exige que tomes muy bien “las medidas” para que luego todo funcione”<sup>20</sup>.

Esto de otra manera también ocurre en el diseño de espacios públicos y comerciales, además, “todo espacio que tiene una función pública, comercial, tiene necesariamente que transformarse, porque ese espacio no solo depende del propietario [...] que dio unas indicaciones, sino que ese local tiene una proyección social, y por tanto se han de reflejar los cambios que se van produciendo, podría decirse que el interiorista tiene un compromiso social y estético”<sup>21</sup>. Y que, en cualquier caso, ambos tipos de diseño de interiores, son indispensables para la sociedad, porque la profesión no es ajena a esta, forma parte de ella.

17. GÁMEZ, Carles en “El interiorista y el extraño caso del señor Ikea. Conversaciones entre interioristas, diseñadores y algún arquitecto”. de GÁMEZ, Carles; YUWANG, Xiqi. Valencia, 2010, p, 170.

18. GUIJARRO, Alejandro en “El interiorista y el extraño caso del señor Ikea. Conversaciones entre interioristas, diseñadores y algún arquitecto”. de GÁMEZ, Carles; YUWANG, Xiqi. Valencia, 2010. p, 172.

19. VALLS, Emilia en “El interiorista y el extraño caso del señor Ikea. Conversaciones entre interioristas, diseñadores y algún arquitecto”. de GÁMEZ, Carles; YUWANG, Xiqi. Valencia, 2010, p. 182.

20. VALLS, Emilia en “El interiorista y el extraño caso del señor Ikea. Conversaciones entre interioristas, diseñadores y algún arquitecto”. de GÁMEZ, Carles; YUWANG, Xiqi. Valencia, 2010, p. 184.

21. CORRAL, Verónica en “El interiorista y el extraño caso del señor Ikea. Conversaciones entre interioristas, diseñadores y algún arquitecto”. de GÁMEZ, Carles; YUWANG, Xiqi. Valencia, 2010, p. 156.





**PARTE**

# 3 DESCRIPCIÓN TÉCNICA Y TECNOLÓGICA

## **DESCRIPCIÓN TÉCNICA**

En este apartado explicaremos cómo se ha llevado a cabo el desarrollo del trabajo y qué estrategias hemos adoptado para una correcta ejecución del mismo.

### **3.1 FASES DEL PROYECTO**

El proyecto se ha desarrollado en cinco fases definidas:

**FASE I BÚSQUEDA INFORMACIÓN**

**FASE II DISEÑO**

**FASE III PLANIFICACIÓN**

**FASE IV CONSTRUCCIÓN**

**FASE V EVALUACIÓN**

**FASE VI DISTRIBUCIÓN**

Primero llevamos a cabo la búsqueda de información, captación de datos y recopilación de material. En la fase dos diseñamos la estrategia para abordar el trabajo. En la fase tres nos organizamos para procesar e interpretar el material obtenido, para posteriormente llevar a cabo la construcción del objeto que hemos planificado, ajustándonos a los tiempos, los costes y los recursos previstos. Finalmente, analizamos todo el proceso seguido, buscando posibles mejoras para las futuras publicaciones. Revisamos el trabajo, y una vez verificado todo, enviamos el arte final a imprenta. A partir de ahí, nos encargamos de abrir vías de difusión de la publicación para dar a conocer el estudio (presentación de resultados), y compartir con los demás las conclusiones obtenidas, con el objetivo de que les sea de utilidad.

### **3.2 LOS INTERIORISTAS Y SU PROBLEMA**

El presente estudio surge de la necesidad de solucionar las complicaciones y problemas a las que se enfrentan los interioristas. Para ello ha sido necesario conocer y detectar las necesidades de estos profesionales. Así, surgió la idea de llevar a cabo este estudio cualitativo, que terminará siendo un libro, Siento House. Diseñando hogares para la vida.

### **3.3 ESTRATEGIA**

Como punto de partida establecemos cuál va a ser el objeto de análisis: el diseño de interiores de viviendas. Una vez

definido, generamos una lluvia de ideas para decidir cuál será el modo de captación de información. Nos ponemos en contacto con el Observatorio de Tendencias del Hábitat con el que establecemos equipo, pues tanto Pepa Casado como Vicente Sales nos ofrecen información y datos que necesitamos para el estudio; y finalmente, coincidimos en que el mejor método para conocer el trabajo de los interioristas es conversando con ellos mismos, por eso decidimos entrevistarlos. Esa ha sido nuestra estrategia.

### **3.4 CONDICIONES**

Decidimos entrevistar sólo a estudios ubicados en la Comunidad Valenciana, y analizar sólo proyectos de viviendas con un presupuesto medio, para obtener así una muestra más precisa y acotada.

Para la captación de participantes abrimos una convocatoria dirigida a arquitectos, diseñadores de interior y de producto, dónde les explicamos quiénes somos y en qué consiste el proyecto, para que participen si es de su interés.

#### **Los proyectos deben cumplir estos requisitos:**

- Viviendas particulares.
- Proyectos integrales (vivienda completa).
- Costes máximos 100.000€.

#### **Tipo de familia:**

1. Matrimonios con hijos pequeños, al menos uno de ellos menor de 6 años.
2. Pareja sin hijos.
3. Hombres y mujeres solteros de hasta 45 años.

#### **De cada proyecto se debe especificar:**

- Coste del proyecto y coste aproximado de la reforma.
- Ubicación aproximada (barrio, zona...).
- Tipo de vivienda: primera o segunda residencia, apartamento/chalet/duplex...
- Tipo de familia que habita en ella.

Los proyectos seleccionados aparecerán en una publicación de distribución nacional, junto con los datos del estudio o profesional responsable, sin ningún tipo de coste para el profesional. Tras el proceso de selección nos pondremos en contacto con los estudios seleccionados para una entrevista.

En el apartado de anexos podemos ver la convocatoria.

## DESCRIPCIÓN TÉCNICA

### 3.5 EL EQUIPO

Dentro de Housedoit, Carla Tomás se encarga de toda la coordinación del equipo y gestión empresarial. Carla Rego de todos los aspectos legales. Noelia Coll es quien lleva toda la parte de comunicación y gestión de workshops. Yo me encargo de la parte gráfica.

#### **Carla Tomás**

CEO Housedoit Innovative Research

[Consultar perfil de LinkedIn](#)

#### **Noelia Coll Badí**

Co-founder

Workshop Manager en Housedoit

[Consultar perfil de LinkedIn](#)

#### **Carla Rego Martínez**

Co-founder

Housedoit Innovative Research S.L.

[Consultar perfil de LinkedIn](#)

#### **Sandra Monroy Molina**

Professional Collaborator

Graphic Designer

[Consultar perfil de LinkedIn](#)

### 3.6 TRABAJO EN EQUIPO

Carla Tomás, nuestra directora ejecutiva se encarga de coordinar al equipo. Para coordinarnos hacemos reuniones mensuales en las que debemos estar todos los miembros del equipo si es posible. En cada reunión elaboramos actas para tener todo por escrito todo lo que se ha hablado.

Primero confeccionamos un plan de trabajo que recoge to-

das las tareas que han de desarrollarse, los tiempos y plazos estimados y, en caso de que corresponda, el presupuesto con el que contamos. Luego, asignamos las tareas a desarrollar entre los miembros del equipo, y confeccionamos un timing por semanas. Chequemos que todas las tareas del timing se han realizado y vamos actualizándolo por meses.

Todos los archivos tanto tablas de Excel organizativas, como el propio material que vamos recabando para la investigación, lo subimos a Drive para que todo el equipo tenga acceso a el y trabaje desde la plataforma de almacenamiento.

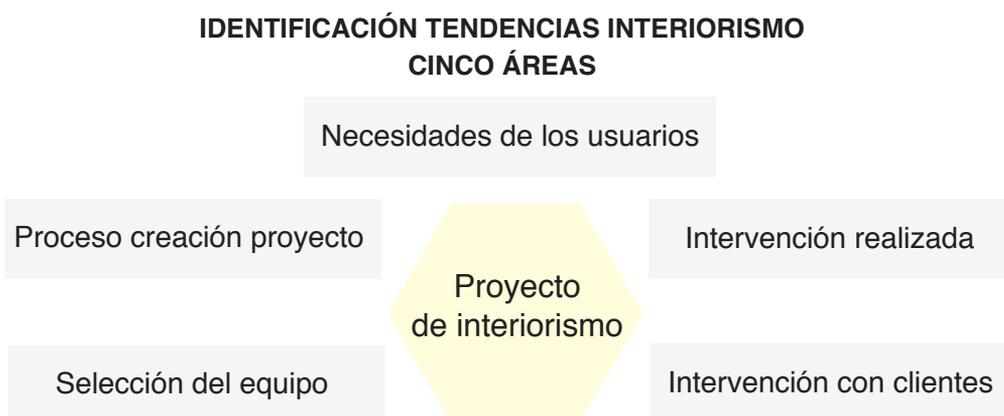
La planificación la revisamos en función de la evolución de los acontecimientos. Hacemos feedbacks con asiduidad para poner en común nuestras impresiones, reflexiones, etc... y valorar cómo llevamos el proceso de trabajo.

A las entrevistas hemos acudido dos o como máximo tres personas, no queríamos intimidar al entrevistado. Mientras una de nosotras entrevistaba, otra tomaba notas.

Entre todos hemos redactado los resúmenes de las entrevistas, a medida que escuchábamos todo el material. A la par, hemos ido completando las diapositivas del contenido del libro. Realizando anotaciones, correcciones, apuntando ideas y reflexiones, mientras consultábamos el archivo de correcciones dividido en sección, apartado, corrección o propuestas y persona.

En cuanto a tareas más técnicas y específicas nos hemos asignado el trabajo en función de nuestra formación.

### 3.7 ÁREA DE ANÁLISIS:



## ÁREA DE ANÁLISIS

### 1. PROCESO CREATIVO / RELACIÓN CON CLIENTE

VARIABLES

PERFIL FORMATIVO

INTERESES PROFESIONALES

PROCESO

FUENTES DE INFORMACIÓN / INFLUENCIAS

HERRAMIENTAS Y SOFTWARE

INTERACCIÓN CON CLIENTES/ CLIENTE IDEAL

RELACIÓN CON LOS OFICIOS

RELACIÓN CON PROVEEDORES

### 2. HABITANTES / ESTILO DE VIDA

DEMOGRAFÍA

PROFESIONES

AFICIONES E INTERESES

RELACIONES FAMILIARES Y SOCIALES

RELACIÓN CON EL HOGAR

MOTIVACIONES

### 3. INTERVENCIÓN / REFORMA

NECESIDADES Y USO DEL HOGAR

LISTA DE DESEOS Y EMOCIONES BUSCADAS

CONDICIONES

ESTANCIAS Y DISTRIBUCIÓN

### 4. MOBILIARIO / EQUIPAMIENTO

NECESIDADES QUE RESUELVEN

CRITERIOS DE PRODUCTOS

MARCAS

DISEÑOS AD HOC

MUEBLE HEREDADO

ESTÉTICAS (ESTILOS Y COLORES)

## CONCLUSIONES

Arquitectos superiores 4; Interiorista 6; Arquitectura técnica 2; Otros 3 (ingenieros, diseñador, autodidacta...)  
Funcionan los equipos interdisciplinares?.

Viviendas: 1) por la implicación emocional del usuario 2) proyectas para una persona.

1) Identificar necesidades 2) Alcance del proyecto 3) Ideación (brainstorming, propuestas del cliente...)  
4) Mostrar al cliente (proceso iterativo - 3-4) 5) Cierre del proyecto 6) Sistematizar el proyecto -planificar 7) Obra 8)  
Entrega del proyecto.

Evolución de plataformas en Internet (Pinterest, Houzz...), cada vez menos las revistas.

1. Manual (bocetos, rapidez) vs. renders (perfección).

2. El apoyo gráfico externo: uso de Internet y revistas.

1. Sumergirse en la vida del cliente antes de empezar el proyecto.  
2. Dificultad de transmitir la idea del interiorista al cliente (herramientas).  
3. El interiorista como gestor emocional del cliente durante el proyecto (le tranquiliza, le motiva, le anima...).  
4. Confianza del cliente en el interiorista: cliente que conoce sus necesidades y confía en las soluciones del interiorista.

1) Requisitos del interiorista (plazos, calidad, sensibilidad).  
2) Relación interiorista-oficio (la satisfacción e imagen del int. Depende del oficio / fidelidad cuando funcionan bien).

Idea central: los proveedores deben facilitar el trabajo a los interioristas (muestras, soluciones alternativas, plazos...)

Poner datos INE-Nuevas formas de habitar a título informativo. Reflexión: ¿Cambios que desatan la decisión de reformar?

Sensibilidad hacia el diseño y la creación artística.

1) Activos en el hogar 2) Aficiones culturales, cocina y deporte 3) Recibir amistades en casa.

Tipo de soluciones que aporta el interiorista para favorecer el uso social de la casa (cocina abierta, etc.).

Hogar refugio y lugar de reunión social.

¿Cómo ha cambiado la vivienda y se debe adaptar a la vida actual? El papel del interiorista.

1) Intrínsecas de la vivienda (refuerza, distribución...) 2) Cambio vital en la familia 3) Darle más valor a la vivienda (para alquiler, venta).

1) Mejora de la vivienda 2) Necesidades cotidianas 3) Espacios de ocio/trabajo asociados por el estilo de vida.

1) Funcionales 2) Emocionales 3) Aspiracionales/ caprichos.

Plazo - Presupuesto - Durabilidad - Instalaciones previas - Carácter histórico - Límites vecinales (elementos comunes).

1) Más espacio a la zona de día y luminosidad 2) Integrar cocina y salón 3) Reducir espacios de paso 4) Crear zona despacho/ estudio 5) Crear vestidor.

1) Almacenaje y orden 2) Comodidad y ergonomía.

1) Coexisten low cost y alta gama y media 2) Calidad mínima y durabilidad 3) Multifuncionalidad 4) Eficiencia energética.  
5) Sencillez y neutralidad del producto -el espacio es más protagonista.

(nombrar las marcas en cada proyecto). Reflexión: no diseñadores no de autor.

1) propuestas de los clientes 2) el interiorista diseña y busca quien lo fabrica

1) Rescatar lo que ya existe en la casa 2) El interiorista decide qué se rescata 3) Restauración que puede marcar la línea estética de la reforma.

Nórdico - Mediterráneo - Histórico - Ecléctico - Neutralidad de los colores.

## DESCRIPCIÓN TÉCNICA

### 3.8 PLANTILLA ANÁLISIS ENTREVISTAS

Qué tipo de contenido de tendencias podemos identificar en las entrevistas:

#### PROCESO DE CREACIÓN DEL PROYECTO:

- Fuentes de información del interiorista y los clientes
- Visión del proyecto (qué futuros proyectan)
- Herramientas electrónicas habituales
- Relación con proveedores y fabricantes

#### NECESIDADES DE LOS USUARIOS:

- Estilos de vida habituales (profesiones, actividades, intereses...).
- Relación de los habitantes con su hogar (tipo de actividades, etc.).
- Necesidades habituales/ comunes a los proyectos.
- Relación Necesidad vs. Capricho.

#### INTERVENCIÓN REALIZADA SOBRE LA VIVIENDA:

- Elementos que habitualmente se intervienen más.
- Modificación de estancias.
- Presupuestos medios.
- Plazos medios.

#### INTERACCIÓN CON LOS CLIENTES:

- Limitaciones e imposiciones durante el proyecto.
- Participación en el proceso de la reforma
- Tipo de interacción con el interiorista (colaborativa, participativa, delegación...).

#### SELECCIÓN DEL EQUIPAMIENTO:

- Criterios de selección de los productos.
- Tipo de productos seleccionados.
- Calidades y materiales.
- Funcionalidades más frecuentes.
- Emociones buscadas.

## **3.9 PLANTILLA PROYECTOS**

### **DATOS DE LA EMPRESA**

Nombre:  
Actividad:  
Año de inicio:  
Ubicación:  
Web:

### **SOBRE EL PROFESIONAL**

Nombre:  
Año de nacimiento:  
Formación:  
Qué te motivó a dedicarse a esta profesión... Influencias como interiorista...  
Principal virtud...  
Principal defecto...  
Un lema...  
Lo que más le gusta de la profesión...  
Lo que menos...  
Cómo te imaginas tu profesión dentro de 10 años...  
El cliente ideal...  
Un referente...  
Una fuente de inspiración...  
En qué otro país vivirías...  
La ciudad ideal...  
Zona preferida de la vivienda...

### **SOBRE LA FAMILIA QUE HABITA LA VIVIENDA**

### **SOBRE LA INTERVENCIÓN**

Año:  
Plazo:  
Presupuesto:  
El reto...  
Un estado de ánimo...  
Qué aspecto del resultado fue más satisfactorio...  
Qué asombró más a los habitantes tras la reforma...

### **SOBRE LOS PRODUCTOS**

## DESCRIPCIÓN TÉCNICA

### 3.10 GUIÓN ENTREVISTAS

Guión para entrevistar a los responsables de los proyectos de interiorismo seleccionados:

#### 1. Sobre el autor del proyecto de interiorismo.

- ¿Cómo se llama?
- ¿En qué año nació?
- ¿Qué modalidad define la empresa donde trabaja?
- Nombre completo de la empresa y dirección web.
- ¿Cuál es su perfil formativo?
- ¿Con qué otros perfil/es profesionales trabaja (arquitectos, diseñadores, etc.)?
- ¿Qué le motivó a dedicarse a esta profesión? ¿Se han cumplido sus expectativas?
- Año de inicio de la actividad como interiorista. ¿En qué año comenzó a ejecutar proyectos reales?
- ¿Cuál es su área de actuación habitual? (local, provincial, costa, interior, nacional, internacional...)
- Área de especialización. ¿Qué tipo de proyectos prefiere?
- ¿Prefiere este tipo de proyectos por algún motivo en especial?

#### 2. Sobre la forma de trabajar del interiorista entrevistado.

- ¿Cómo empieza los proyectos? ¿Cómo es su proceso creativo? ¿Cómo los planifica?
- ¿Cuáles son sus fuentes de información e inspiración? (Ejemplo: Pinterest...).
- ¿Con qué herramientas de diseño/ planificación trabaja? (ejemplos: ArchiCAD, 3D Studio, RoomStyler, HomeStyler...). ¿Para qué las emplea?
- ¿Con qué plataformas de información suele trabajar? (Ejemplo: Architonic...).
- ¿Cuáles suelen ser los problemas más habituales a los que se enfrenta en los proyectos de interiorismo?
- ¿Cuál es la duración aproximada entre que contacta con el cliente y termina un proyecto?
- ¿Qué fuentes utiliza para buscar a los proveedores para los proyectos de interiorismo?
- ¿Con qué tipo de proveedores trabaja?
- ¿Qué requisitos pide a sus proveedores?

Algunas preguntas para conocer mejor al entrevistado/a:

Cómo se ve a sí mismo...

- ¿Cuáles son sus influencias como interiorista?
- ¿Cuál es su principal virtud como profesional?
- ¿Y el principal defecto?
- ¿Tiene algún lema?
- ¿Qué es lo que más le gusta de su profesión?
- ¿Y lo que menos? ¿Qué le gustaría que le facilitasen?
- ¿Cómo se imagina trabajando en los próximos diez años?

Preguntas sobre lo que más le gusta...

- ¿Cómo es su cliente ideal?
- ¿Qué es lo que más aprecias en tus compañeros?
- ¿Admiras a algún profesional de tu sector?
- ¿Te inspira algún movimiento artístico en concreto?
- ¿En qué otro país vivirías?
- ¿Cómo es su ciudad ideal?
- ¿Cuál es su zona preferida en una vivienda?

### **3. Sobre la vivienda del proyecto seleccionado antes y después de la reforma.**

- ¿Qué tipo de vivienda es?
- ¿Cómo es el entorno de la vivienda? (Ubicación -población, provincia, código postal, zona o barrio-, clase social, ambiente del barrio, accesos, orientación, historia, detalles particulares...].
- ¿Cómo era la vivienda antes de la reforma? (metros cuadrados, número de habitaciones y tipo –dormitorios, salón, home-office...-, iluminación natural, altura de la vivienda (piso), antigüedad del edificio, necesidades específicas...).
- ¿Coste total aproximado del proyecto?
- Año de ejecución del proyecto.
- Plazo total aproximado de ejecución.
- ¿Cuál fue la intervención requerida? (Reforma, interiorismo, diseño de productos...).
- ¿Hubo algún cambio respecto a la propuesta inicial?
- ¿Qué aspectos singulares tenía este proyecto?
- ¿Cómo es la vivienda tras la reforma? (metros cuadrados disponibles, número de habitaciones y tipo –dormitorios, salón, home-office...-, iluminación...).

### **4. Sobre la familia que habita esta vivienda.**

- ¿Cómo es la familia que habita esta vivienda?
- ¿Qué edades tienen los habitantes de la vivienda?

## DESCRIPCIÓN TÉCNICA

- ¿Cuántos hombres?, ¿Edades? , ¿Cuántas mujeres?, ¿Edades?, y ¿Cuántos hijos?, ¿Edades?.
- ¿Mascotas?
- ¿Puedes contarnos algo más sobre esta familia?
- ¿Cómo se relacionan los miembros de la familia? (mucha/poca jerarquía, todos participan en las decisiones, momentos o actividades que comparten...).
- Aficiones dentro y fuera del hogar (si son caseros o salen mucho, si reciben visitas y amigos en casa, si organizan comidas/cenas en casa, etc.).
- Estilo de vida (intereses, actividades, opiniones...).

### 5. Sobre las necesidades y preferencias que plantearon los habitantes de la vivienda.

- ¿Cuál era el objetivo que le plantearon los propietarios de la vivienda? ¿Qué querían conseguir tras la reforma?
- ¿Planteaban los habitantes de esta vivienda alguna necesidad o limitación específica para el proyecto de interiorismo?
- ¿La familia tenía alguna previa sobre cómo quería la reforma o el interiorismo?  
¿Cuáles eran sus fuentes de inspiración o de información?
- ¿La familia planteó algún objetivo o resultado concreto?  
¿Algo fuera de lo habitual?
- ¿Cómo lo resolvió el interiorista?, ¿cómo influyó en el proceso creativo?
- ¿Hubo alguna incompatibilidad para compaginar las necesidades individuales y las necesidades familiares en la vivienda? ¿Cómo lo resolvió? ¿Supuso algún conflicto con la familia?
- ¿En qué estancia se invirtió más cuidado y atención? ¿Por qué motivo?
- Proporcionalmente, ¿en qué estancia se invirtieron más recursos? ¿A qué fue debido?
- ¿Qué tipo de problemas surgieron durante la ejecución del proyecto?  
(ejemplos: con proveedores, clientes, materiales, plazos, personal subcontratado...). ¿Cómo lo resolvió? ¿Afectó a los costes y plazos de la reforma?
  
- Escuche esta frase dicha por un interiorista: “El decorador o el diseñador tiene que ser consciente de que lo que están proyectando es un futuro”. ¿Esta de acuerdo? En el caso de esta vivienda, ¿qué visión quiso proyectar de la familia que habita esta vivienda para los próximos años? ¿A cuántos años proyectó el futuro de la familia?

-¿Existe la posibilidad de conocer las impresiones de los habitantes de la vivienda sobre los resultados del proyecto una vez ha pasado el tiempo? (qué les gusta más del proyecto, cómo han funcionado los productos en la vivienda, qué aspectos repetirían, qué estado de ánimo les produce la vivienda, etc.).

## **6. Sobre el mobiliario y otros elementos del equipamiento de la vivienda.**

-¿Los decidió el interiorista o la familia solicitó alguna estética concreta?

-¿Tenía en mente alguna tendencia o corriente a la hora de plantear el proyecto de interiorismo?

-¿Qué requisitos debían cumplir los productos?

-¿Qué funcionalidad requería a los productos?

-¿Qué tipo de productos buscó para esta familia?

-¿Pretendía algún tipo de emoción o sensación a través de los productos elegidos? ¿Cuál?

-¿Qué identidad adoptaron los productos una vez en la vivienda?

-¿Cuál destacaría de entre todos los productos empleados? ¿Qué lo hace tan especial?

-¿Qué grado de homogeneidad había entre los elementos de las diferentes estancias?

-¿Qué motivó o provocó este grado de homogeneidad?

## **Algunas preguntas sobre su visión de este proyecto de interiorismo:**

-¿Cuál fue el mayor reto del proyecto?

-¿Qué estado de ánimo buscó para esta vivienda?

-¿Con qué parte del proyecto disfrutó más?

-¿Con qué detalle del resultado está especialmente satisfecho?

-¿Qué asombró más a los habitantes de esta vivienda cuando la vieron terminada?

-¿Cómo ve a la familia que habita esta vivienda en los próximos años?

## **7. Sugerencias y comentarios.**

housedoit será una plataforma online para interioristas, ¿cómo cree que las nuevas tecnologías le pueden ayudar en el día de su profesión? ¿Cómo le gustaría que lo hiciesen?

Para finalizar, ¿qué le ha parecido esta entrevista? ¿Hay algún aspecto que no hemos contemplado o algún comentario o sugerencia que quiera realizar?

## DESCRIPCIÓN TÉCNICA

### 3.11 ÍNDICE PUBLICACIÓN

01

**Proceso de creación y relación con el cliente**

02

**Habitantes y estilo de vida**

03

**Intervención**

04

**Estudios y proyectos:**

Alberta Norweg

Arquitécnica Ruzafa

Bambalina

Carmen Baselga\_Taller de proyectos

Carol Pandora

Cota Cero Interiorismo

Diaz Cano Interior Design

Enblanc

Estudio Mudando

Hastial Taller

Interiorismo Sanchez y Delgado

Jaime Sanahuja Asociados

Laura Yerpes

Masquespacio

Minicube

Nogales Interiorismo

Pandora Interiorisme

Vanessa Cot

05

**Nuevas oportunidades para el interiorismo**

### 3.12 DISEÑO DEL LIBRO

El libro no debe superar las 200 páginas. El diseño de la maquetación debe tener un aspecto profesional pero al mismo tiempo desenfadado. Las ilustraciones un estilo gráfico parecido a la identidad visual de Solvia. Todas las publicaciones deben respetar este estilo para guardar una cohesión como colección.

Para el diseño se llevaron a cabo varias propuestas de maquetación e ilustraciones que podemos ver en las páginas contiguas a esta.

Además, en los anexos de este memoria adjunto las propuestas de Tatabi estudio, para visualizar los referentes en los que nos hemos inspiramos inicialmente para el diseño del libro.

### 3.13 PRESUPUESTO

#### Gastos del proyecto

Contratación OTH	4.000,00 €
Diseño gráfico y maquetación	1.300,00 €
Ilustración	350,00 €
Impresión digital 50 ejemplares	700,00 €
Impresión offset 300 ejemplares	3.000,00 €
<b>Total inversión</b>	<b>9.350,00 €</b>

### 3.14 NUEVAS IDEAS A IMPLEMENTAR EN LAS FUTURAS PUBLICACIONES

Grabación de video para incluir como soporte audiovisual en la publicación.

Posibilidad de contenido interactivo dentro del propio libro.

# + MUESTRAS. TABLAS Y EXCELS.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1	Listado entrevistados + contenidos														
2															
3		ENTREVISTA				IMÁGENES				PROVEEDORES				ESTUDIO	
4	NOMBRE	Audio	Guión	Resumen	Fichas	Antes	Durante	Después	Planos	Mobiliario	Textil	Equipamiento	Logo	Foto Equipo	Descripción
5	01 Enblanc	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI
6	02 Bambalina	SI	SI	SI	SI	NO	NO	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
7	03 Estudio Mudando	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
8	04 Diaz Cano	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	SI	SI	SI
9	05 Minicube	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	NO	NO	NO	SI	NO	SI	NO
10	06 Sanchez y Delgado	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
11	07 Cota Cero Interiorismo	SI	SI	SI	SI	NO	NO	SI	NO	SI	SI	NO	SI	SI	SI
12	08 Hastial taller	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
13	09 Arquitectica Ruzafa	SI	SI	SI	SI	NO	NO	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
14	10 Sanahuja	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI
15	11 Vanesa Cot	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	SI	SI	SI
16	12 Nogales Interiorismo	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI
17	13 Masquespacio	SI	SI	SI	SI	NO	NO	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI
18	14 Vahos	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
19	15 Carol Pandora	SI	SI	SI	SI	NO	NO	SI	NO	SI	SI	SI	NO	SI	NO
20	16 Carmen Baselga	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	NO	NO	NO	SI	SI	SI
21	17 Laura Yerpas	SI	SI	SI	SI	NO	NO	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI

FIG.1

Excel listado entrevistados + contenidos. Junio 2014.

SECCIÓN	APARTADO	CORRECCIÓN O PROPUESTA	PERSONA
1 PROCESO CREATIVO / RELACIÓN CON CLIENTE	Ejemplo: relación con los oficios  diapo1: Oportunidades de negocio  diapo 3: perfil formativo  diapo 4: intereses profesionales        diapo 5: proceso   diapo 7: herramientas y software diapo 8: interacción con clientes/cliente ideal   diapo 9: relación con oficios	Ejemplo: Incluir un listado de los oficios habituales en una reforma <del>Servicios de Aumento</del> Contactar con constructoras: se repite dos veces habitual en la misma frase la cabeza visible del estudio sea tenga Cambiar esta frase: Un aspecto que define importantes diferencias entre proyectos es si éstos están destinados a un uso privado o si, por el contrario, responden a un objetivo comercial. Por esta otra: Un aspecto importante, que define un proyecto es el uso privado por una familia, o por el contrario, responden a un objetivo comercial de una empresa.  Aunque cada estudio de interiorismo tiene AÑADIR UNA manera de  de que y más adelante de que en la frase un profesional del interiorismo debe tener una elevada sustituir debe tener por se debe caracterizar Añadir una coma después de contemporizar En la frase entender el gusto del proyecto	Vicente  Noelia Noelia Noelia

FIG.2

Excel corrección de textos. 1ª revisión mayo 2014.



**+ REFERENTES.  
COLECCIONES PORTADAS.**



FIG.5



FIG.6



FIG.7

**+ DISEÑO.  
PRIMERAS PROPUESTAS.**



**FIG.8**



**FIG.9**

**+ PROCESO.  
ESTILO DEFINITIVO DE ILUSTRACIONES.**



**FIG.10**



**FIG.11**

**+ PORTADAS.  
DIFERENTES PROPUESTAS.**

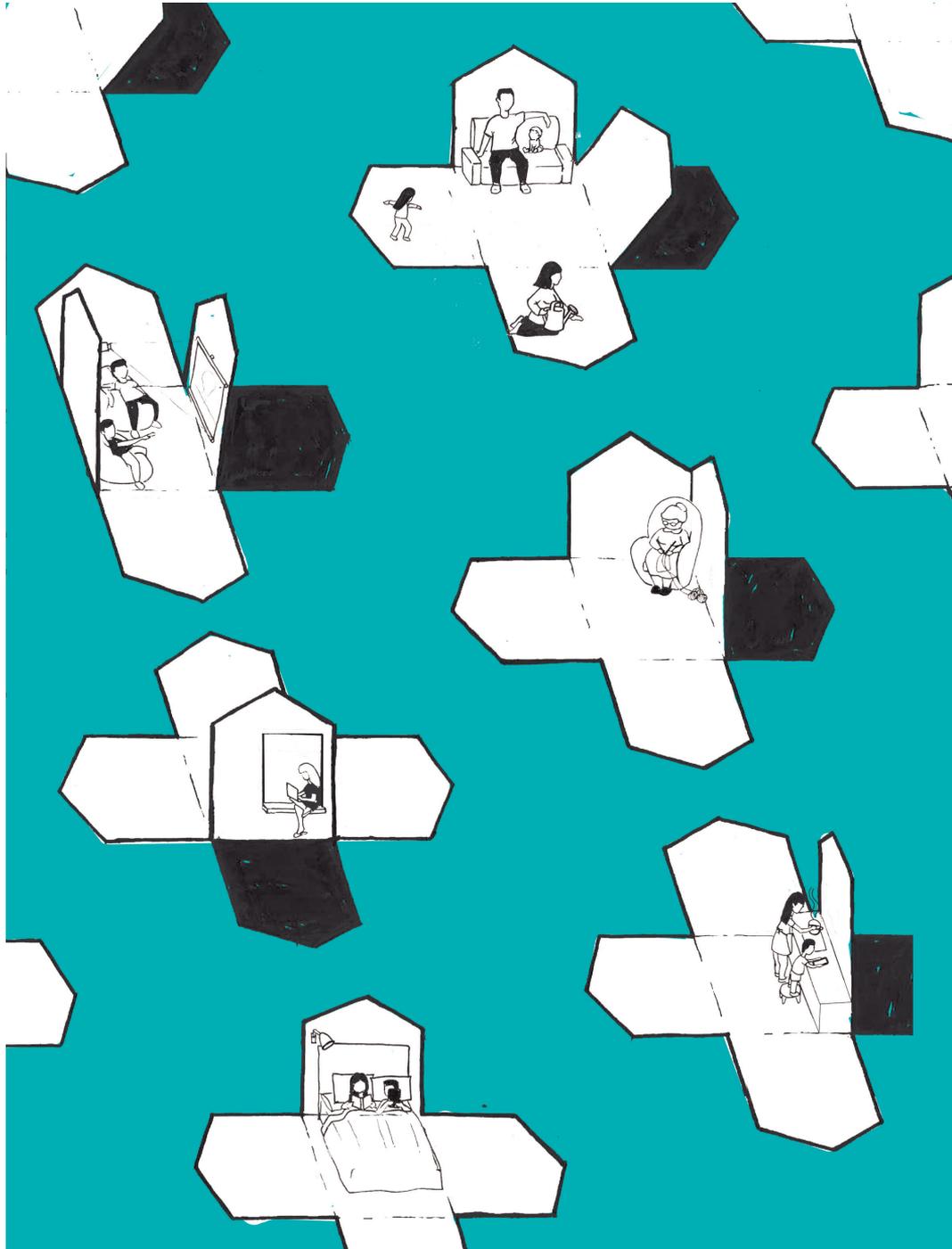


FIG.12

# Siento House

## Hogares diseñados para la vida

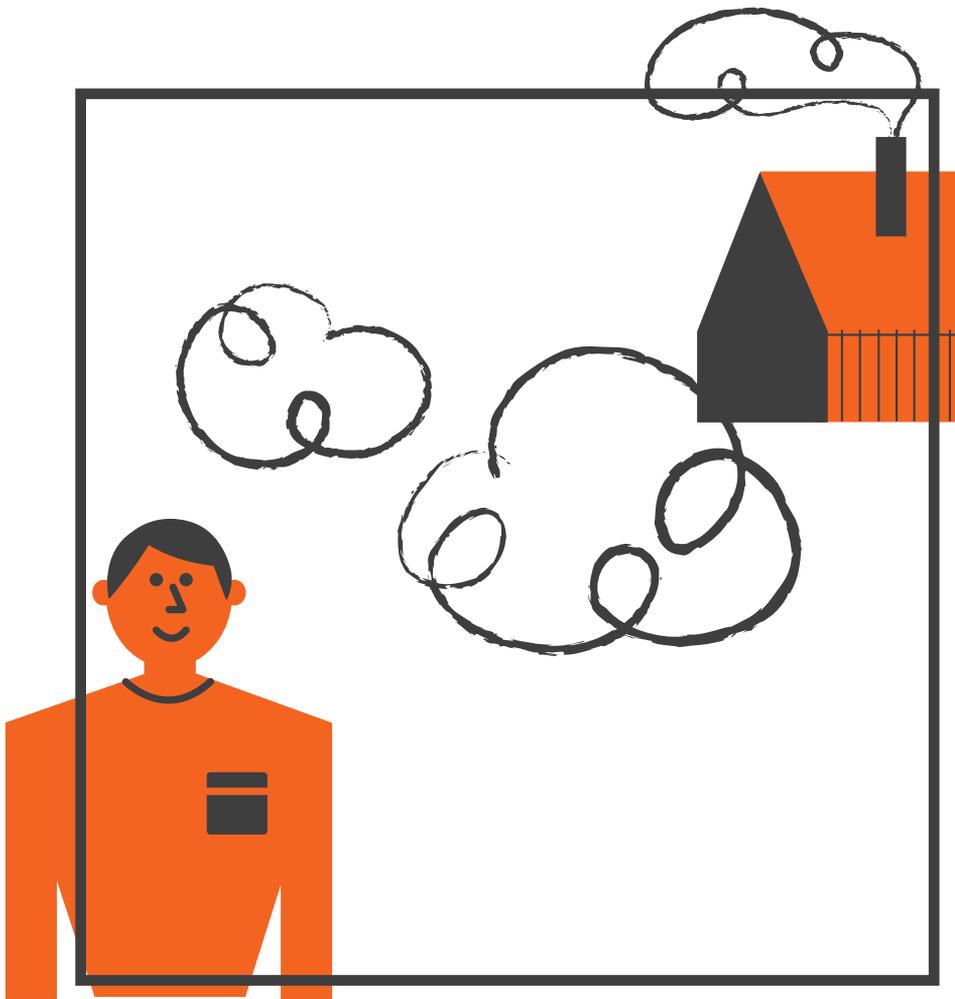


FIG.13

**+ ILUSTRACIONES.  
PRIMERA PROPUESTA ESTILO.**



FIG.14

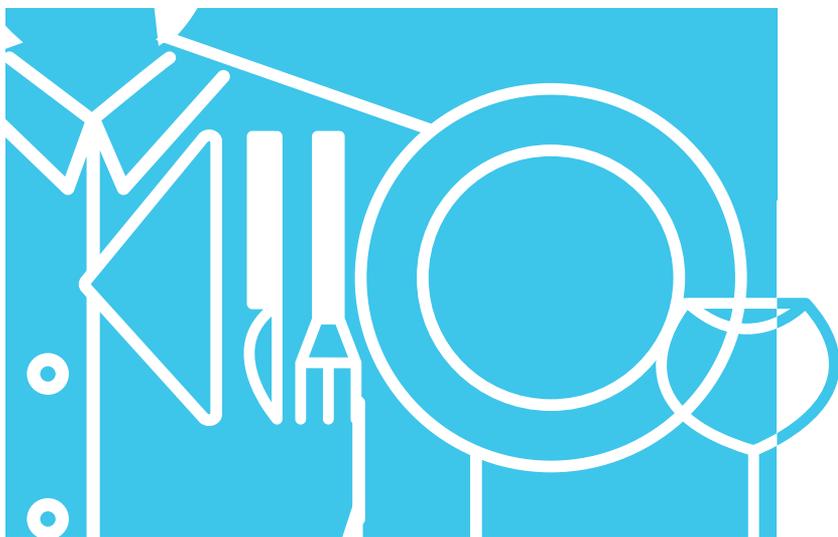


FIG.15

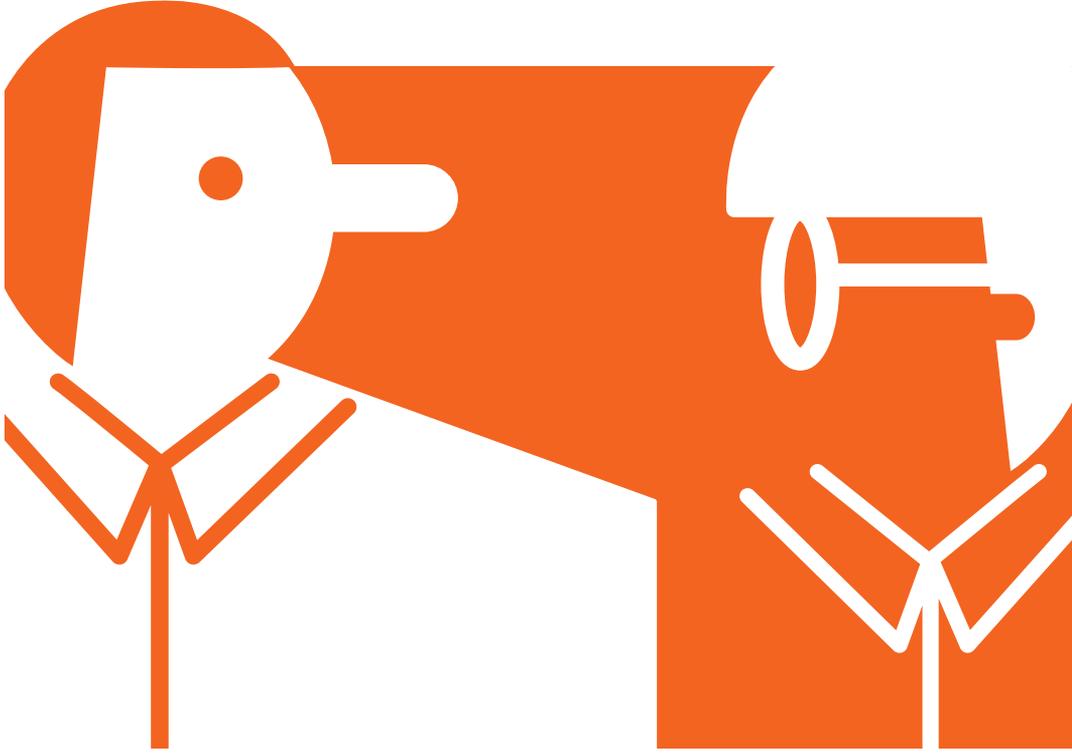
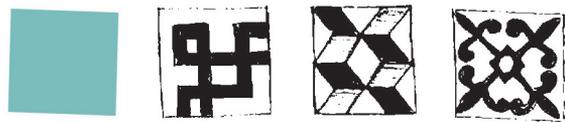


FIG.16

**+ ILUSTRACIONES.  
VARIACIONES ESTILO ELEGIDO.**



FIG.10



↪ tonos y suelo a elegir

FIG.17



**FIG.18**

**+ ILUSTRACIONES.  
VARIACIONES ESTILO ELEGIDO.**



**FIG.19**



FIG.20

**+ ILUSTRACIONES.  
VARIACIONES ESTILO ELEGIDO.**



FIG.21

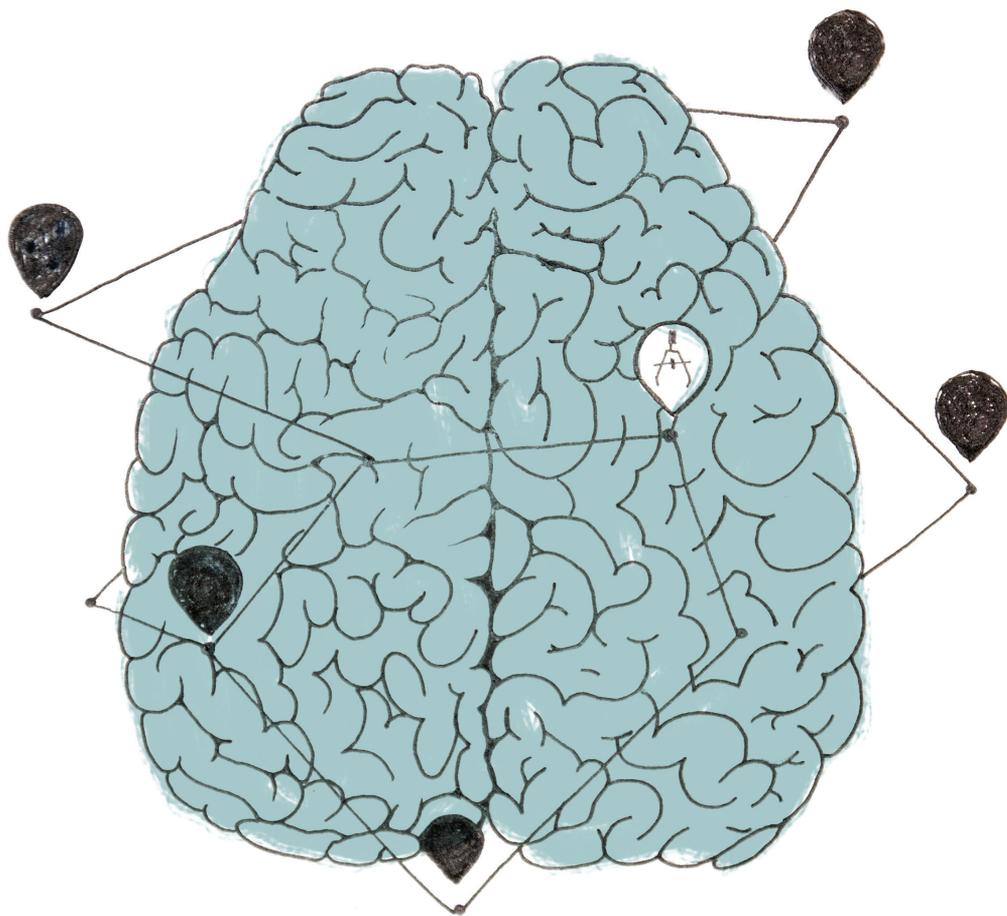


FIG.22

+ PORTADA DEL LIBRO + INTERIOR.

Siento House /  
Diseñando hogares  
para la vida

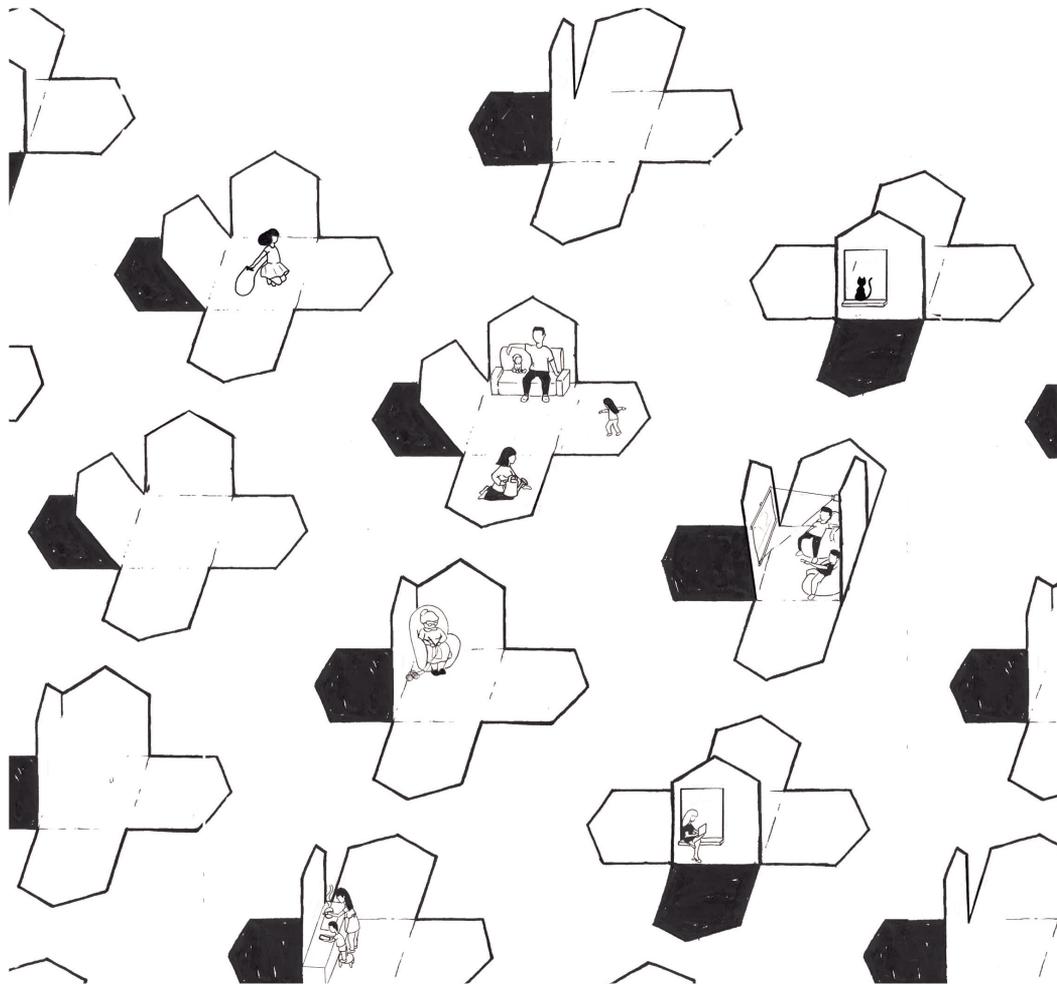


FIG.23



FIG.24

**Muestra del libro impreso.**

Maquetación: Sandra Monroy. Ilustraciones: Cristina Bonora. Infografías: Christian Cepeda.

## DESCRIPCIÓN TÉCNICA

### 3.15 TIMING

2014

#### Abril

Búsqueda de información, colaboradores y recursos.  
Captación de datos.  
Criterios de selección. Target.  
Planificación del trabajo.  
Abrir cuenta en Google Drive.  
Reunión del equipo para reparto y asignación de tareas.  
Redacción convocatoria para publicación: proyectos de interiorismo.  
Búsqueda de estudios y profesionales.  
Llamadas. Contactar con profesionales, citarlos y comenzar las entrevistas.

#### Mayo / Junio /

#### Inicio diseño arquitectura publicación

Elaboración plantilla de análisis para establecer el área de análisis.  
Elaboración del guión para las entrevistas.  
Elaboración base de datos de profesionales y estudios.  
Inicio trabajo de campo. Entrevistas.  
Recopilación y escucha del material grabado. Lectura de las anotaciones.  
Elaboración documento Excel compartido para correcciones de textos y propuestas.

#### Julio

Finalizar entrevistas.  
Volcar todo material en Drive.  
Inicio redacción resúmenes de las entrevistas.

#### Septiembre

Continuamos con los resúmenes.  
Reunión equipo, puesta en común, feedback de cómo va el proceso de trabajo. Consulta sobre cuestiones legales de imágenes.  
Consulta sobre costes de ISBN y depósito legal.  
Iniciar documento para tener una relación de interioristas y proyectos.

## **Octubre**

Elaboración plantilla powerpoint compartida entre todo el equipo (con los apartados que tendrá la publicación, para ir incluyendo información y datos).  
Contratación estudio encargado de la maquetación del libro.

## **Noviembre**

Elección del estilo gráfico de la publicación.  
Ir completando plantilla powerpoint.

## **Diciembre**

Reunión con el diseñador encargado de la maquetación del libro.  
Modificaciones en la plantilla contenido libro.

## **2015**

### **Enero**

Reunión con la ilustradora. Puesta en común de bocetos.  
Reunión con el diseñador para ver la primera propuesta de maquetación.

### **Febrero / Marzo**

Redacción de los resúmenes de las entrevistas que faltan.

### **Abril / Mayo**

Redacción prólogo  
Definir páginas pendientes  
Finalizar resúmenes proyectos  
Contactar con editoriales

### **Junio**

Contactar  
con posibles proveedores para la elección de la imprenta encargada de imprimir el libro.  
Revisión de contenidos.

## DESCRIPCIÓN TÉCNICA

### Julio

Reunión con la ilustradora, elección ilustraciones finales.  
Documento de modificaciones en el libro.  
Modificar textos y cambiar título.

### Agosto

Elección de la portada.  
Finalizar maquetación libro.  
Difusión mediante newsletter del lanzamiento del libro en septiembre.  
Generar arte final para mandar a imprenta.

### Septiembre

Impresión del libro, tirada corta de prueba.  
Revisión y verificación.  
Registro de la obra en la propiedad intelectual.  
Cálculo del PVP.  
Solicitud y obtención del ISBN y depósito legal para la incorporación del código de barras en la portada.  
Impresión de grande tirada.  
Lanzamiento, promoción y distribución.

## 3.16 REFLEXIÓN PROCESO DE TRABAJO

En el transcurso del proceso nos hemos encontrado con alguna que otra incidencia, y hemos tenido que adaptarnos a las circunstancias y acontecimientos inesperados. Sin embargo, debo destacar que la coordinación del equipo ha sido excelente, y todos hemos dado lo máximo de nosotros, porque es un proyecto que nos apasiona, y realizarlo ha sido un placer. Además de una experiencia muy enriquecedora.





**PARTE**

# 4 RESULTADOS

## RESULTADOS

## TEMAS ANALIZADOS

### 4.1. Proceso creativo y relación con el cliente.

- 4.1.1 Perfil formativo.
- 4.1.2 ¿Funcionan los equipos multidisciplinares en los estudios de interiorismo?.
- 1.3 Intereses profesionales.
- 1.4 Tipos de proyectos habituales.
- 1.5 Fuentes de información e inspiración.
- 1.6 Herramientas y Software.
- 1.7 Interacción con clientes-cliente ideal.
- 1.8 Relación con los oficios.
- 1.9 Relación con los proveedores.

### 4.2. Habitantes y estilos de vida.

- 4.2.1 Aspectos demográficos. Principales cambios 2001-2011.
- 4.2.2 ¿Qué cambios familiares desatan la decisión de reformar la vivienda?.
- 4.2.3 ¿Cómo ha evolucionado la vivienda en España?.
- 4.2.4 ¿Cuál es el papel del interiorista para adaptar la vivienda a la vida actual?.
- 4.2.5 ¿Cómo se relaciona la gente con su hogar?.

### 4.3. Intervención.

- 4.3.1 ¿Cuáles son los motivos que llevan a los clientes a tomar la decisión de comenzar una reforma en su vivienda?.
- 4.3.2 Necesidades.
- 4.3.3 Intervención: wish list.
- 4.3.4 Intervención: condicionantes.
- 4.3.5 Intervención: estancias y distribución

### 4.4. Mobiliario y equipamiento.

- 4.4.1 Necesidades que resuelven.
- 4.4.2 Criterios de elección.
- 4.4.3 Piezas singulares.
- 4.4.4 Estilos y colores.

### 4.5. Nuevas oportunidades para los interioristas

Estos son los ítems y conclusiones a las que hemos llegado después de realizar el estudio. Aquí aparece dividida por apartados la información que hemos generado y elaborado para la publicación.

## **4.1. PROCESO CREATIVO Y RELACIÓN CON EL CLIENTE**

### **4.1.1 PERFIL FORMATIVO**

#### **Interioristas**

- La mayoría de los estudios de interiorismo tienen este perfil.
- Con formación específica en escuelas de artesanos y, más recientemente, en diseños de interiores con titulación oficial.

#### **Arquitectos**

- Perfil muy presente en los proyectos de interiorismo.
- La mayoría son arquitectos superiores, pero también hay presencia de arquitectos técnicos.

#### **Otros perfiles**

- Ingenieros industriales vinculados al diseño de producto, pues algunos estudios diseñan piezas específicas para los proyectos de interiorismo.
- Diseñadores vinculados al diseño gráfico, sobre todo presentes en estudios que hacen proyectos de interiorismo comercial e imagen de marca.
- Procedentes de otros ámbitos profesionales (autodidactas): son una minoría.

## **1.2 ¿FUNCIONAN LOS EQUIPOS MULTIDISCIPLINARES EN LOS ESTUDIOS DE INTERIORISMO?**

Aunque la situación económica ha obligado a trabajar con equipos más reducidos, es habitual que los estudios de interiorismo compaginen varias disciplinas. Lo habitual es que la cabeza visible del estudio sea tenga un perfil de interiorista o de arquitectura. Además, en los equipos de trabajo suelen participar perfiles complementarios como arquitectos técnicos, diseñadores y especialistas en marketing. Aparte, cada estudio tiene su plantel de contratistas para la elaboración de los oficios en los proyectos (albañilería, fontanería, carpintería, etc.).

## RESULTADOS

### 4.1.3 INTERESES PROFESIONALES

Los intereses profesionales de los estudios de interiorismo abarcan diferentes tipos de proyectos. Un aspecto que define importantes diferencias entre proyectos es si éstos están destinados a un uso privado o si, por el contrario, responden a un objetivo comercial. En los primeros casos, los proyectos serán disfrutados en el ámbito doméstico, por lo que el objetivo principal es la comodidad y emocionalidad de los habitantes de la vivienda. En los proyectos comerciales, en cambio, el proyecto debe estar alineado con los objetivos y estrategia del contratante.

### 4.1.4 TIPOS DE PROYECTOS HABITUALES

#### VIVIENDAS

- Uso particular.
- Mayor implicación emocional del usuario.
- Proyección de la vida de las personas.

#### COMERCIOS/ PROFESIONALES

Enfoque integral que suele combinar interiorismo, diseño de producto e imagen corporativa.

#### EFÍMEROS

Proyectos con fines comerciales o de comunicación, como stands para ferias, museos, exposiciones temporales, etc.

Aunque cada estudio de interiorismo tiene manera de trabajar, los proyectos suelen contemplar las siguientes fases:

- 1) Identificar las necesidades del cliente.
- 2) Definir el alcance del proyecto.
- 3) Idear el proyecto.
- 4) Visualizar el proyecto para el cliente.
- 5) Validar el proyecto con el cliente.
- 6) Planificar el proyecto.
- 7) Realizar la obra.
- 8) Entregar el proyecto.

#### **4.1.5 FUENTES DE INFORMACIÓN E INSPIRACIÓN:**

En los últimos años se ha producido un cambio en las fuentes que consultan los estudios de interiorismo a la hora de documentar proyectos o buscar información y ejemplos inspiradores. Cada vez se consultan menos revistas y publicaciones, en su lugar crece el uso de plataformas online especializadas que aportan rapidez y variedad de ejemplos.

Entre las plataformas existentes en Internet, destacan los buscadores de oferta profesional y las comunidades de usuarios que permiten compartir material gráfico de viviendas proyectadas o reales.

#### **4.1.6 HERRAMIENTAS Y SOFTWARE:**

Los profesionales del interiorismo trabajan con recursos manuales e informáticos para proyectar las reformas. La visualización del proyecto antes de que comience es esencial para transmitir al cliente las ideas que el profesional tiene en mente. Una visualización oportuna convence al cliente de que la propuesta del interiorista es la adecuada.

A la hora de proyectar una reforma para una vivienda, los interioristas trabajan a menudo de forma manual mediante bocetos hechos a mano. Los bocetos a mano permiten trabajar con rapidez y flexibilidad, ofreciendo una primera visualización del proyecto.

Por otra parte, existen programas informáticos que permiten realizar imágenes 3D de gran realismo. Aunque es un recurso que suele resultar espectacular para el cliente, los profesionales suelen utilizarlo de forma limitada, dado que no son rápidos de preparar, conllevan más horas de trabajo y restan flexibilidad ante cualquier modificación solicitada por el cliente.

#### **4.1.7 INTERACCIÓN CON CLIENTES-CLIENTE IDEAL**

Además de conocimiento sobre arquitectura y diseño de interiores, un profesional del interiorismo debe tener una elevada capacidad personal para gestionar adecuadamente las relaciones con las personas que intervienen en cada proyecto, ya

## RESULTADOS

entre el interiorista y el cliente sufre diversos altibajos, donde la clave siempre va a ser la capacidad que tiene el profesional para ganarse y mantener la confianza de su cliente.

### 4.1.8 RELACIÓN CON LOS OFICIOS

#### ¿Qué requisitos pide el interiorista a los oficios?

- Compromiso con los plazos del proyecto: el retraso de un oficio genera retrasos en el resto de tareas programadas y puede afectar al plazo de entrega final del proyecto.
- Calidad en la ejecución, el interiorista no puede permitir errores técnicos o acabados semiprofesionales.
- Sensibilidad a la hora de ejecutar lo proyectado: cuidar el detalle y entender el gusto del proyecto.

#### ¿Cómo es la relación entre el interiorista y el contratista?

- El interiorista depende del buen hacer de los oficios: si éstos fallan, la imagen del interiorista ante su cliente se resiente y la satisfacción es menor.
- El interiorista procura trabajar con equipos estables de contratistas: cuando el profesional funciona correctamente, el interiorista cuenta con él para futuros proyectos.

### 4.1.9 RELACIÓN CON LOS PROVEEDORES

#### ¿Qué requisitos pide el interiorista a los proveedores de producto?

Además de los requisitos habituales en cualquier compra (precio, diseño, funcionalidad, calidad...) los interioristas tienden a trabajar con aquellos proveedores que les facilitan el trabajo a la hora de realizar un proyecto de interiorismo. En este sentido, no solo se trata de encontrar los productos adecuados para cada proyecto, sino de trabajar con una calidad de servicio óptima.

Para ello, los interioristas prefieren proveedores proactivos a la hora de aportar muestras de producto, facilidades para acortar plazos de entrega y soluciones alternativas cuando el presupuesto o los plazos imponen decisiones urgentes.

## **4.2. HABITANTES Y ESTILOS DE VIDA**

### **2.1 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS. PRINCIPALES CAMBIOS 2001-2011**

- Crecimiento intenso del número de hogares hasta 18.083.692 hogares (+27,5%).
- Reducción del número de miembros por hogar: 2,58 personas por hogar (-10,0%).
- Crecimiento intenso de hogares unipersonales hasta 4.193.319 hogares (+45,8%).
- Crecimiento de parejas sin hijos hasta 4.413.304 (+45.1%).
- Impulso de las parejas de hecho (x3) y familias reconstituidas (x2).
- Disminución de familias numerosas (>3 miembros): 631.186 (-36,5%).

### **4.2.2 ¿QUÉ CAMBIOS FAMILIARES DESATAN LA DECISIÓN DE REFORMAR LA VIVIENDA?**

- Emancipación.
- Vida en pareja.
- Nacimiento de hijos.
- Divorcio/separación.
- Reajuntamiento.
- Nido vacío.
- Cuidado ancianos.

#### **Profesionales**

- Suelen trabajar fuera de casa, pero en la ciudad.
- Profesiones vinculadas a perfiles formativos medio-altos.
- En mayor o menor grado sus actividades profesionales guardan relación con la creación artística, por lo que demuestran cierta sensibilidad hacia el diseño. No son expertos, pero lo valoran y quieren entenderlo.

#### **Aficiones e intereses**

#### **Activos en el hogar**

- Los propietarios que reforman la casa suelen corresponderse con un perfil de usuario que realiza muchas actividades

## RESULTADOS

dentro del hogar.

- Las actividades ganan en diversidad cuanto más gente y variedad de edades convive en la casa.

### Principales aficiones

- Culturales: lectura, música, cine, pintura...
- Cocina (hablar del boom de la cocina creativa en casa: cup-cakes, cocina de vanguardia, fabricación de cerveza, repostaría...)
- Deporte: solos o con un entrenador personal que acude al hogar à dificultad de disponer de un espacio exclusivo para practicar deporte en casa.

### Recibir amistades en casa

- Familiares
- Amigos: cenas, comidas

### Relaciones familiares y sociales

- Soluciones del interiorista para favorecer el uso social de la vivienda
- Reducir el número de habitaciones para ganar más espacio de día en la casa.
- Eliminar tabiques para ampliar espacios (tipo loft).
- Integrar cocina y salón (concepto abierto).
- Conectar espacios mediante cerramientos de cristal.
- Acondicionar espacios en terrazas o patios interiores.

### Relación con el hogar

## 4.2.3 ¿CÓMO HA EVOLUCIONADO LA VIVIENDA EN ESPAÑA?

Principales cambios últimos 30 años:

- Viviendas más pequeñas.
- Integración cocina y comedor (concepto abierto).
- Amueblamiento progresivo (ya no se compra el piso completo), incluso dentro de una misma estancia.
- Compras iniciales: sofá, TV, electrodomésticos, mesa, cama.

- Desaparece la salita y el salón de los domingos: ahora solo hay una sala de estar.
- Muebles que tienden a desaparecer o pierden presencia: recibidores, vitrinas de cristal, mueble de televisor, tocador...
- Viviendas multiactividad: huertos urbanos, home-office, deporte...

#### **4.2.4 ¿CUÁL ES EL PAPEL DEL INTERIORISTA PARA ADAPTAR LA VIVIENDA A LA VIDA ACTUAL?**

- Creación y adaptación de espacios (almacenaje, vestidor, laundry...).
- Incorporación de nuevas actividades en el hogar (vida social, aficiones, home cinema, videojuegos, relax en el baño, home office...).
- Cubrir necesidades y expectativas de la vida en familia (habitaciones para niños, adecuación de la vivienda para personas dependientes...).

##### **Teniendo en cuenta los:**

- Espacios
- Actividades
- Expectativas

#### **4.2.5 ¿CÓMO SE RELACIONA LA GENTE CON SU HOGAR?**

Según los estilos de vida en el hogar, existen determinadas actitudes hacia este y se realizan distintas actividades.

##### **¿Qué hace la gente por cuidar su hogar?**

###### **Grupo 1:**

Gusto y hábito de gasto para la casa. 35,7%

###### **Grupo 2:**

Aspiracionales: gusto por la casa pero sin hábito de gasto. 29,5%

###### **Grupo 3:**

Apatía por el hogar. 34,8%

## RESULTADOS

### ¿Qué hace la gente en casa para sí misma?

#### Grupo 1:

- Muy activos en el hogar. 49,5%
- Apasionados por el hogar. 22,1%
- La casa activa. 15%
- Centrados en su desarrollo personal. 12,5%

#### Grupo 2:

- Conexión online en casa. 32,3%
- Hogares conectados. 9,8%
- Conectados con lo básico. 10,5%
- Centrados en su ocio personal. 11,8%

#### Grupo 3:

- Pasividad en el hogar. 18,2%
- Mantenedores de hogar. 4%
- Aspiración por el hogar. 4,1%
- Apáticos. 10,2%

## 4.3 INTERVENCIÓN

### 4.3.1 ¿CUÁLES SON LOS MOTIVOS QUE LLEVAN A LOS CLIENTES A TOMAR LA DECISIÓN DE COMENZAR UNA REFORMA EN SU VIVIENDA?

#### Intrínsecas a la vivienda:

- Refuerzo estructural.
- Eliminar la distribución en peine.
- Falta de luz natural.
- Inversión de las zonas privadas y públicas.

#### Cambios vitales en la unidad familiar:

- Aumento o reducción los miembros de la familia.
- Cambian los estilos de vida de las personas y, por tanto, las necesidades de estos y los usos de los espacios.

#### Intención de aumentar el valor de la vivienda:

- Estrategia orientada al alquiler de la vivienda.
- Pensando en la venta futura de la vivienda.

## 4.3.2 NECESIDADES

### Pragmatismo –

#### Necesidades del día a día en la vivienda:

- Zonas de limpieza y lavandería no proyectadas en la vivienda con anterioridad
- Cambio de bañera por ducha
- Crear espacio de almacenamiento
- Facilidad de limpieza

#### Necesidades relacionadas con el estilo de vida dentro del hogar:

- Creación de una zona de trabajo
- Zonas de lectura
- Espacios comunes para diferentes necesidades sociales
- Refugio

## 4.3.3 INTERVENCIÓN: WISH LIST

### Deseos como motor detrás de la intervención. “La casa de mis sueños”.

#### 1. Funcionales:

- . Puertas correderas para dividir espacio.
- . Lugar de trabajo.
- . Cocina amplia (uso intensivo).
- . Confort térmico.
- . Luz natural en la casa.

#### 2. Emocionales:

- . Relación directa con un objeto o espacio real o evocado.
- . Ej: ambientación inglesa, piso heredado en el que se busca mantener sus características intrínsecas, diseños propios usados en el espacio.

## RESULTADOS

### 3. Aspiracionales:

- . El cine en casa.
- . Armario-vestidor 'walk in'.
- . Objetos, mobiliario y equipamiento de alta gama que se compra por capricho personal.
- . Casa-museo: que alberga arte.

### 4. Emociones evocadas:

- . Calidez.
- . Espacio-refugio: tranquilidad, paz, hogareño.
- . Bienestar.
- . Frescura.
- . Armonía.

#### 4.3.4 INTERVENCIÓN: CONDICIONANTES

Los principales condicionantes en la realización de una intervención son en primera instancia restricciones relacionadas con los recursos, tanto económicos como temporales. Más allá de estas cuestiones evidentes, otras cuestiones que condicionan el proyecto pueden ser la intención de mantener el carácter histórico de una vivienda o las instalaciones, que cada vez suponen un porcentaje más alto del presupuesto debido a la integración de las nuevas tecnologías.

- Plazo.
- Presupuesto.
- Durabilidad.
- Instalaciones: cada vez suponen un porcentaje más alto del presupuesto.
- Vecinos.
- Carácter histórico del edificio.

#### El Internet de las cosas

Los últimos avances en sistemas domóticos integrados en los objetos del hogar, obligan a los interioristas a proyectar viviendas adaptadas a estas tecnologías. Así, las instalaciones son

cada vez más complejas, con la salvedad del desarrollo de las tecnologías wireless, que permiten una mayor flexibilidad de los objetos en el espacio.

#### **4.3.5 INTERVENCIÓN: ESTANCIAS Y DISTRIBUCIÓN**

**Cómo han cambiado las estancias del hogar:**

**Reducción de número de habitaciones:**

- Menos dormitorios.
- Aprovechamiento para espacios comunes.  
Cocina y salón integrados, divididos o conectados.
- Abrir espacios para aprovechar luz.
- La cocina como un espacio social, conceptos antiguos de cocina.
- Aumenta el gusto por la cocina.

**Reducción de espacios de paso:**

- Uso de espacios intermedios para espacios comunes.
- Dotar de otras funciones a los espacios intermedios.

**Luz:**

- Re-distribución como una estrategia para llevar luz a todas las estancias comunes.

**Salón y comedor:**

- Zona más amplia de la casa, todavía se amplía más  
Espacios funcionales:
- Rincones en otros espacios para alojar espacios de ocio, trabajo, estudio...

**Habitaciones-vestidores:**

- Nuevos útiles
- Se les añaden laundrys.
- Tecnologías wireless, que permiten una mayor flexibilidad de los objetos en el espacio.

## RESULTADOS

### 4.4 MOBILIARIO Y EQUIPAMIENTO

#### 4.4.1 NECESIDADES QUE RESUELVEN

**¿Qué piden los interioristas y usuarios al equipamiento en un proyecto de interiorismo?**

##### **Almacenaje**

- Reducción del tamaño de las viviendas?? No ha habido variación entre 2001-2011, habrá en otras décadas. 75-90 m2.
- Cada vez tenemos más cosas: equipamiento, decoración, tecnología, ropa, zapatos... y no hay espacio de almacenaje.

##### **Ergonomía y bienestar**

- Sobretudo en el equipamiento de asiento y descanso: sillas (el interiorista), sofá, colchón...

##### **Adaptabilidad del equipamiento**

- El interiorista amuebla y equipa con lo básico, se busca no recargar.
- Flexibilidad a través de puertas correderas y sistemas modulares.

##### **Multifuncionalidad**

- Equipamiento capaz de asumir diferentes funciones (esconder un uso como lavandería, añadir un uso de almacenaje, mesas extensibles...).

#### 4.4.2 CRITERIOS DE ELECCIÓN

##### **Mezcla de diferentes calidades**

- Para adaptarse a presupuestos se mezclan gamas media-alta, media y baja (se exigen unos mínimos de calidad).
- Mezcla de marcas tradicionales con marcas low cost.

##### **Ergonomía y bienestar**

- Sobretudo en el equipamiento de asiento y descanso: sillas (el interiorista), sofá, colchón...

### **Calidades mínimas aceptables**

- El interiorista responde por las calidades finales de los equipamientos, por lo que requiere unos estándares mínimos altos.

### **Sencillez y neutralidad**

- No se buscan cosas demasiado sofisticadas.
- Carácter sencillo y neutro que de el protagonismo al espacio.
- En el equipamiento se busca funcionalidad más que estética.
- Estéticas neutras que faciliten la combinación de materiales.

## **4.4.3 PIEZAS SINGULARES**

### **Ad hoc**

- Mobiliario que se diseña por el propio estudio para adaptarse a un espacio concreto.
- En ocasiones es el cliente el que aporta dicha pieza Herencia Emocional.
- Existe un vínculo emocional con el objeto: herencia familiar, vivencia con el objeto, valor histórico o artístico..
- Herencia pragmática.
- Uso de mobiliario o equipamiento preexistente en la medida de lo posible.
- Algunas piezas responden a un deseo del cliente de poseer un tipo determinado de pieza de diseño. Piezas capricho.

## **4.4.4 ESTILOS Y COLORES**

- Homogeneidad.
- Protagonismo del espacio.
- El producto adquiere la identidad de la vivienda.

### **Estilos**

- Eclecticismo.
- Nórdico.
- Mediterráneo.
- Histórico, tradicional.

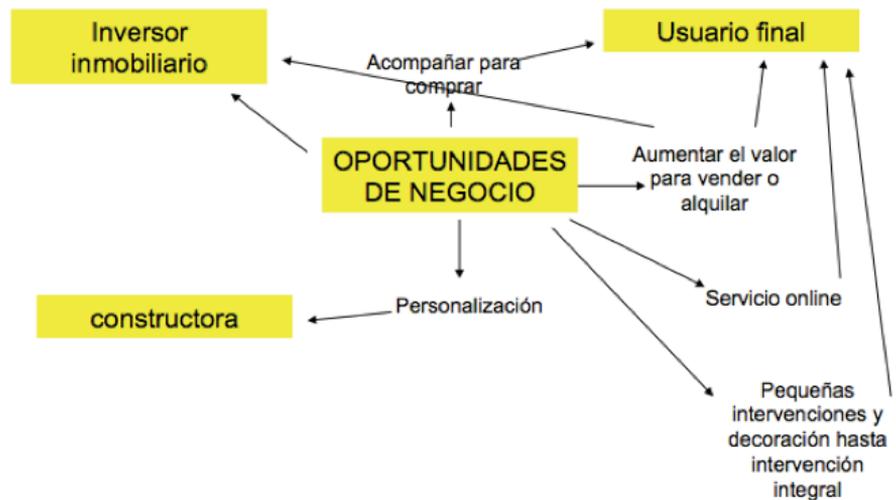
### **Colores**

- Tonos neutro.
- Puntos de color en la decoración, textiles o auxiliares.

## RESULTADOS

### 4.5 NUEVAS OPORTUNIDADES PARA LOS INTERIORISTAS

- Acompañar al cliente en la compra de una vivienda (posibilidades de la vivienda, pero también estado de las instalaciones y estructura, calidad espacial, confort térmico, distribución, luz natural...).
- Servicios de aumento del valor de la vivienda para la venta o alquiler.
- Constructora: vivienda en vacío y el cliente es quien decide la distribución con el interiorista.
- Nuevas herramientas y plataformas online para diseño de planos de reforma y pequeñas intervenciones.







**PARTE**

# 5 CONCLUSIONES

## CONCLUSIONES

Nuestro estudio sobre las nuevas formas de habitar el hogar y la práctica del interiorista dentro del marco nacional, nos revela los cambios que ha experimentado la sociedad en cuanto a estilos de vida, tipologías de familia, preferencias..., y cómo estos cambios afectan a la configuración del espacio, y a su planteamiento.

La información obtenida por medio de las entrevistas nos ha permitido conocer de cerca la profesión del interiorista. Su día a día, la realidad del diseñador en el entorno social y empresarial. Ellos nos han ofrecido conocimiento e información clave para este estudio.

Gracias a este estudio adquirimos una visión amplia de todo aquello que interviene en la configuración del espacio habitado. Averiguamos qué cosas preocupan a los interioristas, y a qué problemas se enfrentan en cada proyecto. De esta manera podemos desarrollar herramientas que faciliten su proceso de trabajo, y contribuir de este modo a optimizarlo: uno de nuestros objetivos en desarrollo.

Además, la investigación nos ha abierto la puerta a generar una serie de publicaciones donde plasmar la información obtenida y nuestras conclusiones, para aportar de este modo conocimiento a todo aquel que este interesado en esta práctica.

Este ha sido el primer libro de una futura colección. Queremos llevar a cabo otros estudios similares. El próximo libro tendrá una estructura similar pero enfocado a entornos fuera del hogar, como puedan ser cualquier clase de franquicia, oficinas, o espacios públicos como por ejemplo bibliotecas o museos.

Buscamos promover el trabajo de los interioristas, darlo a conocer al máximo número de personas. Pensamos que llevan a cabo una labor muy importante. La configuración del espacio interviene en nuestra percepción del mundo que nos rodea. Todos queremos vivir en un entorno seguro, agradable, bonito y en sintonía con nuestra filosofía e ideas; que contribuya a mejorar nuestra calidad de vida.

Después de trazar un mapa de evolución de la configuración del hábitat a lo largo de la historia, hemos visto que ahora, las personas prefieren espacios flexibles que se adapten a las necesidades de cada momento, que sean sostenibles y estén vinculados a las nuevas tecnologías; y que integren

servicios asociados, tanto en sus hogares como en los espacios públicos, de trabajo y colectividades. Esta demanda hace que el estudio, diseño y configuración de espacios, sea tratado, más que nunca, con especial cuidado.

Con el estudio también hemos observado que existe una tendencia al trabajo colectivo y multidisciplinar. Hoy en día existen cada vez menos fronteras entre disciplinas; al contrario, estas se retroalimentan. El diseño de interiores interactúa con el gráfico, con el diseño de productos, con el arte... Arquitectos e interioristas trabajan en equipo, se establecen sinergias que enriquecen la práctica, también con otros profesionales.

Los cambios sociales, políticos y económicos que se desarrollan provocan otros cambios que favorecen la emergencia de espacios colaborativos, prácticas emergentes de transformación social, participación ciudadana...; promueven avances tecnológicos, soluciones a nuevas necesidades, y fomentan valores como el respeto y cuidado del medio que habitamos.

Queremos ser partícipes de la dinamización y evolución del sector del diseño, y contribuir con nuestra actividad al impulso y desarrollo de este sector que nos apasiona.

Participar en este proyecto ha sido altamente enriquecedor. Haber realizado la memoria me ha servido para reflexionar sobre el proceso de trabajo; ha sido de gran utilidad.

Por último, quiero destacar mi gratitud por todos los conocimientos y habilidades adquiridas en el Máster. Por satisfacer mis intereses, por despertar en mi curiosidad, por impulsarme a la práctica, por promover mi capacidad crítica, por motivarme e inspirarme.



**PARTE**

# 6 BIBLIOGRAFÍA

## BIBLIOGRAFÍA

### LIBROS

GÁMEZ, Carles; YUWANG, Xiqi. El interiorista y el extraño caso del señor Ikea. Conversaciones entre interioristas, diseñadores y algún arquitecto. Valencia, Colegio Oficial de Diseñadores y Decoradores de la Comunidad Valenciana (CDICV) y Escola d'Art superior de Disseny de Valencia (EASD Valencia), 2010.

OLGYAY, Victor. "Arquitectura y clima. Manual de diseño bioclimático para arquitectos y urbanistas". Barcelona (España). Editorial Gustavo Gili, S.A. 2015 (1a edición).

ALONSO, Luís Enrique. La era del consumo. Editorial Siglo XXI de España, 2005.

### MONOGRÁFICOS

Monográfico OTH/1. Nuevas formas de habitar. Comunidad Valenciana: Observatorio de Tendencias del Hábitat. Abril, 2009.

Monográfico OTH/2. Cómo aplicar tendencias: casos de empresa. Comunidad Valenciana: Observatorio de Tendencias del Hábitat. Septiembre, 2011.

### CUADERNOS DE TENDENCIAS

Cuaderno de Tendencias de Hábitat 2008/2009. Comunidad Valenciana: Observatorio de Tendencias del Hábitat. Agosto, 2007.

Cuaderno de Tendencias de Hábitat 2010/2011. Comunidad Valenciana: Observatorio de Tendencias del Hábitat. Mayo, 2010.

Cuaderno de Tendencias de Hábitat 2013/2015. Comunidad Valenciana: Observatorio de Tendencias del Hábitat. Marzo, 2013.

## WEBS CONSULTADAS

Observatorio de Tendencias del Hábitat (OTH).  
tendenciashabitat.es ¿Qué es el OTH? [En línea], [Consulta:  
15/6/15]<http://www.tendenciashabitat.es/>

Asociación Diseñadores de la Comunidad Valenciana. adcv.  
com. Tendencias del diseño en el sector del hábitat. [En  
línea], [Consulta: 15/6/15] <http://adcv.com/tendencias-del-diseño-en-el-sector-del-habitat/>

Unión de científicos comprometidos con la sociedad www.  
uccs.mx. Enrique Leff Zimmerman Coordinador del grupo de  
Sustentabilidad de la UCCS. [En línea], [Consulta:20/6/15]  
<http://www.uccs.mx/expertos/sustentabilidad/enrique-leff-zimmerman.html>

Oficina de estadística de Valencia.  
www.valencia.es. [En línea], [Consulta: 15/6/15] <http://www.valencia.es/ayuntamiento/catalogo.nsf/vDocumentosTituloAux/Estadistica%20Por%20territorio?opendocument&lang=1&nivel=3&bdOrigen=ayuntamiento/estadistica.nsf&idApoyo=58FB3C7A3D56E414C1257DD40057EB6C>

Housedoit.  
Housedoit.es. Siento House. Diseñando hogares para la  
vida. [En línea], [Consulta: 10/8/15] <http://www.housedoit.com/libros/>

## WEBS ESTUDIOS

**Alberta Norweg**  
albertanorweg.es [En línea], [Consulta: 20/7/15]  
<http://www.albertanorweg.es/>

**Arquitectura Ruzafa**  
arquitectnicaruzafa.com [En línea], [Consulta: 20/7/15]  
<http://www.arquitectnicaruzafa.com/>

**Bambalina**  
bambalina.com [En línea], [Consulta: 20/7/15]  
<http://www.bambalina.com/>

## BIBLIOGRAFÍA

### **Estudio Baselga**

estudiobaselga.com [En línea], [Consulta: 20/7/15]  
<http://www.estudiocbaselga.co.uk/estudio/news>

### **Cotacero Interiorismo**

cotacerointeriorismo.com [En línea], [Consulta: 20/7/15]  
<http://www.cotacerointeriorismo.com/>

### **Diaz Cano**

Diazcano.es [En línea], [Consulta: 20/7/15]  
<http://www.diazcano.es/>

### **Estudio Mudando**

estudiomudando.com [En línea], [Consulta: 20/7/15]  
<http://estudiomudando.com/>

### **Estudio enblanc**

Estudioenblanc.com [En línea], [Consulta: 20/7/15]  
<http://www.estudioenblanc.com/>

### **Sanchez y Delgado**

sanchezydelgado.com [En línea], [Consulta: 20/7/15]  
<http://www.sanchezydelgado.com/>

### **Laura yerpes**

laurayerpes.es [En línea], [Consulta: 20/7/15]  
<http://laurayerpes.es/>

### **Sanahuja Partners**

sanahujapartners.com [En línea], [Consulta: 20/7/15]  
<http://www.sanahujapartners.com/>

### **Masqueespacio**

masqueespacio.com [En línea], [Consulta: 20/7/15]  
<http://masqueespacio.com/>

### **Minicube**

minicube.es [En línea], [Consulta: 20/7/15]  
<http://www.minicube.es/>

### **Nogales Interiorismo**

nogalesinteriorismo.com [En línea], [Consulta: 20/7/15]  
<http://nogalesinteriorismo.com/>

### **Vanessa Cot Interiores**

cot-interiores.com [En línea], [Consulta: 20/7/15]  
<http://www.cot-interiores.com/>

## ARTÍCULOS ON-LINE

VÁSQUEZ, Adolfo. “Arquitectura, diseño y filosofía en Heidegger; Construir, habitar, pensar”. Arqchile.cl, 2001. [En línea], [Consulta: 20/6/15] [http://www.arqchile.cl/arquitectura\\_heidegger.htm](http://www.arqchile.cl/arquitectura_heidegger.htm)

LEFF, Enrique. “Complejidad, racionalidad ambiental y diálogos de saberes”. Enero, 2006. [En línea], [Consulta: 20/6/15] [http://www.magrama.gob.es/es/ceneam/articulos-de-opinion/2006\\_01leff\\_tcm7-53048.pdf](http://www.magrama.gob.es/es/ceneam/articulos-de-opinion/2006_01leff_tcm7-53048.pdf)

## INFORMES DE TENDENCIAS ON-LINE

Solvia. [www.magazine.solvia.es](http://www.magazine.solvia.es)  
Tendencias de futuro entorno a la vivienda. Informe ejecutivo. Tendencias de futuro en torno a la vivienda. Solviainnova. Julio, 2014. [En línea], [Consulta: 15/6/15] <http://magazine.solvia.es/solvia-tendencias/>

SEPE. Observatorio de tendencias. [www.sepe.es](http://www.sepe.es)  
Informes y estudios sobre tendencias del mercado de trabajo. [En línea], [Consulta: 15/6/15] [https://www.sepe.es/contenidos/que\\_es\\_el\\_sepe/observatorio/tendencias/tendencias.html](https://www.sepe.es/contenidos/que_es_el_sepe/observatorio/tendencias/tendencias.html)

SAREB. [www.sareb.es](http://www.sareb.es)  
Informe anual 2014 Sareb. [En línea], [Consulta: 15/6/15] <https://www.sareb.es/es-es/accionistas-e-inversores/Documents/Informe%20Anual%202014%20v2.pdf>



**PARTE**

# 7 LISTA DE FIGURAS

## FIGURAS

FIG.1 / 2	50
<b>Excel listado entrevistados + contenidos.</b> Junio 2014. <b>Excel corrección de textos.</b> 1ª revisión mayo 2014.	
FIG.3 / 4	51
<b>Mapa de conceptos</b> con posits sobre cristal. En el estudio. Las Naves de valencia. Junio, 2014.	
FIG.5	52
<b>Referente colección portadas para libro.</b> Palette book by Victio-nary. [en línea], [consulta: 15/07/15] <a href="http://www.creativebloq.com/print-design/why-flourescent-colours-are-favourite-10134748">http://www.creativebloq.com/print-design/why-flourescent-colours-are-favourite-10134748</a>	
FIG.6	52
<b>Referente colección portadas para libro.</b> Autor no especifica-do. [en línea], [consulta: 15/07/15] <a href="http://designspiration.net/image/2233606292892/">http://designspiration.net/image/2233606292892/</a>	
FIG.7	53
<b>Referente colección portadas para libro.</b> Autor Andren [en línea], [consulta: 15/07/15] <a href="http://www.andren.tumblr.com">http://www.andren.tumblr.com</a> .	
FIG.8	54
<b>Propuesta de portada para libro.</b> Ilustración de Cristina Bonora. Junio, 2015.	
FIG.9	54
<b>Propuesta de portada para libro.</b> Ilustración de Sandra Navarro. Diciembre, 2014.	
FIG.10	55
<b>Imagen del proceso de creación de las ilustraciones.</b> Ilustración alusiva a pinterest, de Cristina Bonora. Julio, 2015.	
FIG.11	55
<b>Imagen del proceso de creación de las ilustraciones.</b> Ilustracio-nes para la portada, de Cristina Bonora. Julio, 2015.	
FIG.12	56
<b>Imagen para propuesta de portada para libro.</b> Ilustración de Cristi-na Bonora. Julio, 2015.	
FIG.13	57
<b>Imagen propuestas de portada libro.</b> Ilustración de Sandra Nava-rrro. Enero, 2015.	

FIG.14	58
<b>Propuesta inicial ilustraciones libro.</b> Ilustración amarilla de Sandra Navarro. Diciembre, 2014.	
FIG.15	58
<b>Propuesta inicial ilustraciones libro.</b> Ilustración tono azul de Sandra Navarro. Diciembre, 2014.	
FIG.16	59
<b>Propuesta inicial ilustraciones libro.</b> Ilustración naranja de Sandra Navarro. Diciembre, 2014.	
FIG.17	60
<b>Prueba de color ilustración seleccionada.</b> Ilustración alusiva a pinterest blanco sobre azul de Christina bonora. Mayo, 2015.	
FIG.18	61
<b>Prueba de color ilustración seleccionada.</b> Ilustración alusiva a pinterest blanco sobre azul de Christina bonora. Mayo, 2015.	
FIG.19	62
<b>Prueba de color ilustración seleccionada.</b> Ilustración alusiva a pinterest negro sobre azul de Christina bonora. Mayo, 2015.	
FIG.20	63
<b>Prueba de color ilustración seleccionada.</b> Ilustración alusiva a pinterest negro sobre rojo de Christina bonora. Mayo, 2015.	
2014.	
FIG.21	64
<b>Ilustración seleccionada para proceso de trabajo de los interioristas.</b> Tubería. Ilustración de Christina bonora. Mayo, 2015.	
FIG.22	65
<b>Ilustración seleccionada para interior libro.</b> Cerebro. Ilustración de Christina bonora. Mayo, 2015.	
FIG.23	66
<b>Portada libro.</b> Ilustración de Cristina Bonora. Agosto, 2015.	
FIG.24	67
<b>Mockup interior del libro.</b> Diseño y maquetación Sandra Monroy. Agosto, 2015.	



**PARTE**

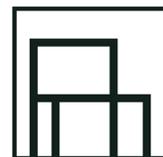
# 8 ANEXOS

## ANEXOS



# MUESTRA CONVOCATORIA PROYECTOS INTERIORISMO

## Convocatoria abierta para publicación: proyectos de interiorismo



housedoit®

Housedoit es una plataforma online dirigida a profesionales del hábitat que estudiará y aportará conocimiento sobre tres áreas:

- Estilos de vida y hábitos de uso de las personas a través de los proyectos de interiorismo profesionales realizados en viviendas.
- Identidad y función adquirida e impacto en el mercado de los productos ubicados en las viviendas.
- Tendencias detectadas y pautas para nuevos desarrollos.

Actualmente estamos poniendo en marcha una publicación, dirigida a arquitectos, diseñadores de interior y diseñadores de producto, que será muestra física del estudio y conocimiento que generará la plataforma.

Para ello estamos haciendo una convocatoria abierta en la que pueden participar profesionales del interiorismo y la arquitectura interior, aportando sus propios proyectos. Los requisitos de los proyectos son los siguientes:

- Viviendas particulares
- Proyectos integrales (vivienda completa)
- Costes máximos 100.000€
- Tipo de familia:
  1. matrimonios con hijos pequeños, al menos uno de ellos menor de 6 años
  2. pareja sin hijos
  3. hombres y mujeres solteros de hasta 45 años

De cada proyecto debes especificar:

- Coste del proyecto
- Ubicación aproximada (barrio, zona...)
- Tipo de vivienda: primera o segunda residencia, apartamento/chalet/duplex...
- Ciudad
- Coste aproximado de la reforma
- Tipo de familia que habita en ella

Los proyectos seleccionados aparecerán en una publicación de distribución nacional, junto con los datos del estudio o profesional responsable, sin ningún tipo de

coste para el profesional. Tras el proceso de selección nos pondremos en contacto contigo para una entrevista.

Si quieres participar envíanos tus datos y tantos proyectos como quieras hasta el **30 de abril**.

Colaboran:

 **AIDIMA**  
INSTITUTO TECNOLÓGICO  
MUEBLE, MADERA, ENROLAJE Y AFINES

 **jtc**  
Instituto de  
Tecnología Cerámica

## **REFERENTES PROPUESTAS DISEÑO TATABI ESTUDIO**

---

# Siento Casa

---

Propuestas estilos

TATABI  
STUDIO

# 01

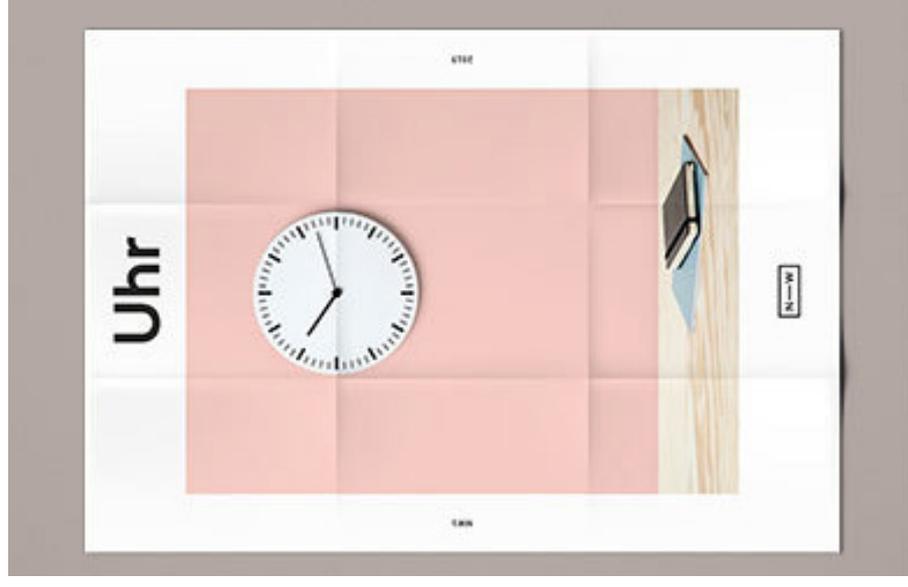
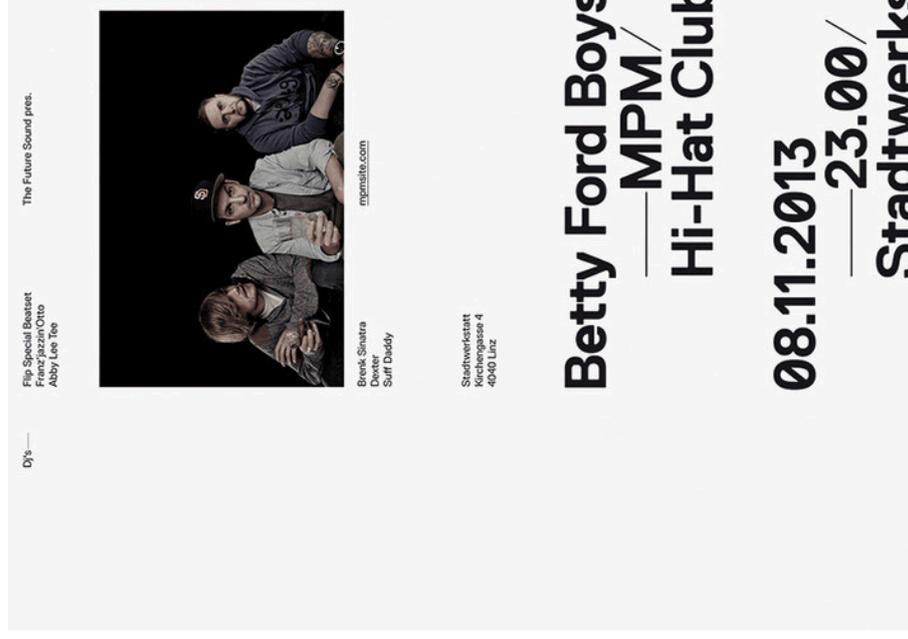
---

## Propuesta 01: Maquetación - Lay-out

---

TATABI  
STUDIO

Para la primera línea gráfica, proponemos una maquetación moderna y limpia. Para darle dinamismo y energía (muy enfocado a un público joven) romperemos el esquema “clásico” de disposición de elementos. Algunos titulares (cortos) estarán en vertical, algunos textos se saldrán de la página, habrá márgenes más anchos que otros, ...



---

SIENTO CASA propuestas estilos

---

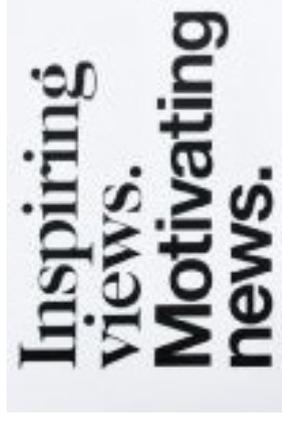
---

## Propuesta 01: tipografías

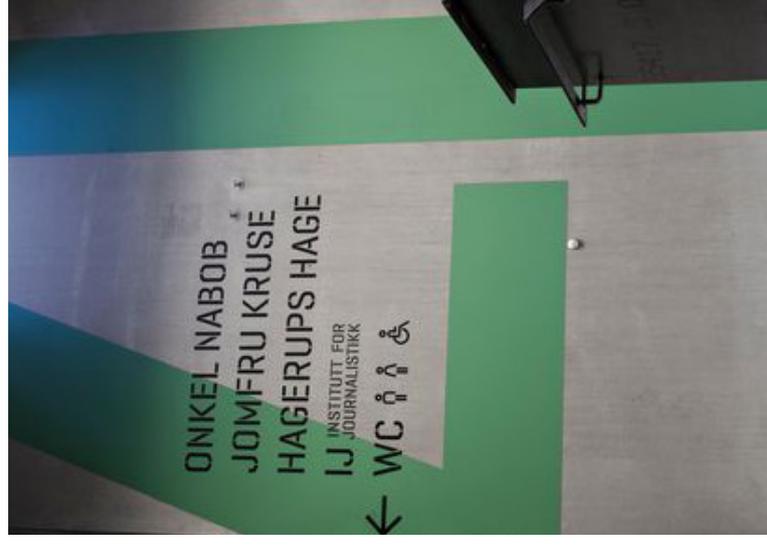
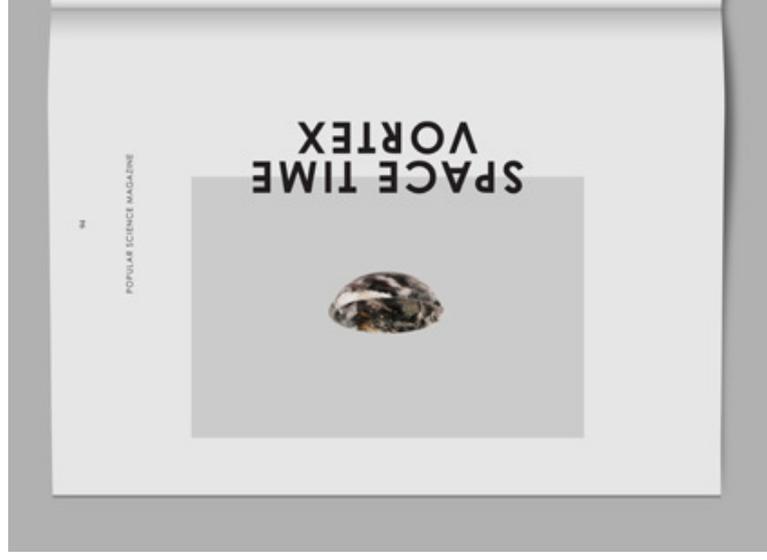
---

Combinaremos 3 tipografías:

1. PALO SECO para titulares (una letra bold, sencilla pero muy potente)
2. SERIFA para pequeños titulares, números, ....
3. PALO SECO para cuerpos de texto. Será prioritario que tenga una buena legibilidad y que ocupe poco espacio.



Los textos se superpondrán (a veces) encima de las imágenes o manchas de color.



---

## Propuesta 01: tratamiento de fotografías

---

Combinaremos fotografías en blanco y negro con fotografías en color, ligeramente desaturadas.

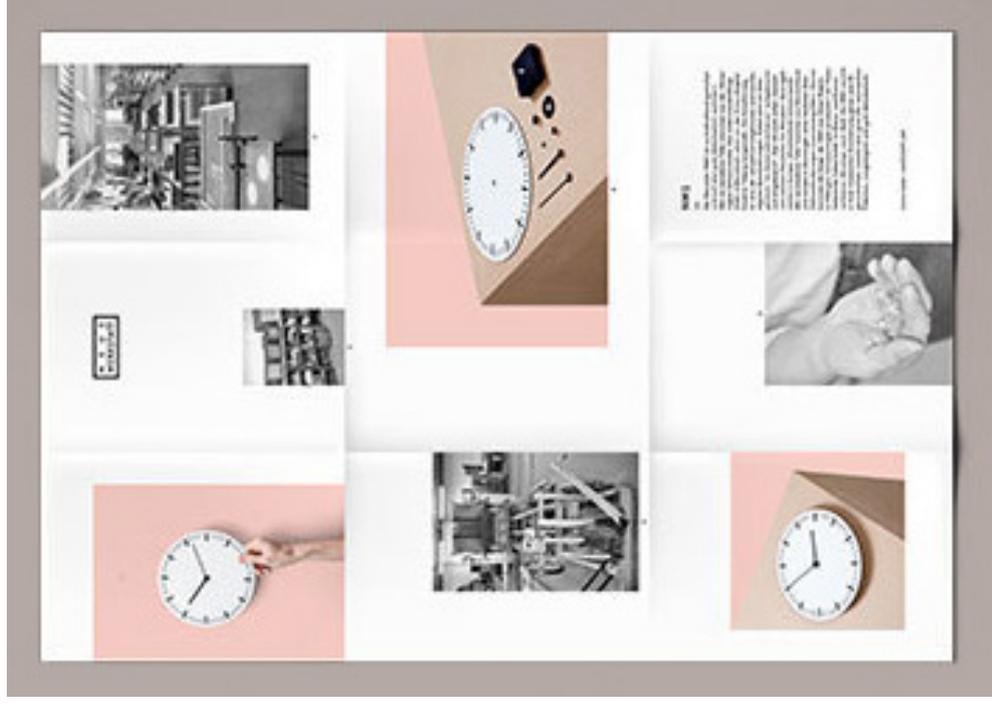
TATABI  
STUDIO



---

SIENTO CASA propuestas estilos

---



•b

---

## Propuesta 01: Colores

---

Para que resulte atractivo y divertido pero al mismo tiempo no sea muy infantil, usaremos 2 colores + negro + blanco. El degradado (usando esos 2 colores) en algunas zonas (por ejemplo en separatas) puede resultar muy interesante y moderno (ahora se lleva un montón). Además, pensando a futuro, cada volumen puede tener 2 colores diferentes.



---

## Propuesta 01: Ilustraciones

---

Usaremos ilustraciones de trazo manual. Con muy pocos colores (negro y como mucho detalles en 1 color) y volúmenes (para que no se queden muy planas) Queremos que sean elegantes, limpias y aunque sean divertidas no sean infantiles.

TATABI  
STUDIO



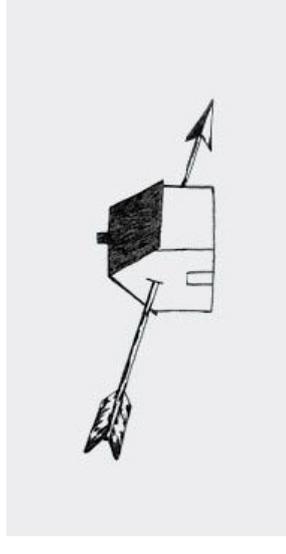
Detrás de una gran casa siempre hay un gran asesor personal.

**Solvía.es**  
Innovación en servicios inmobiliarios  
asesores personales.



Información estadística disponible  
en el 900 20 22 1 2 1 y en las oficinas  
del grupo Banco Sabadell.

**Solvía B S**  
La Inmobiliaria  
de Banco Sabadell



---

SIENTO CASA propuestas estilos

---

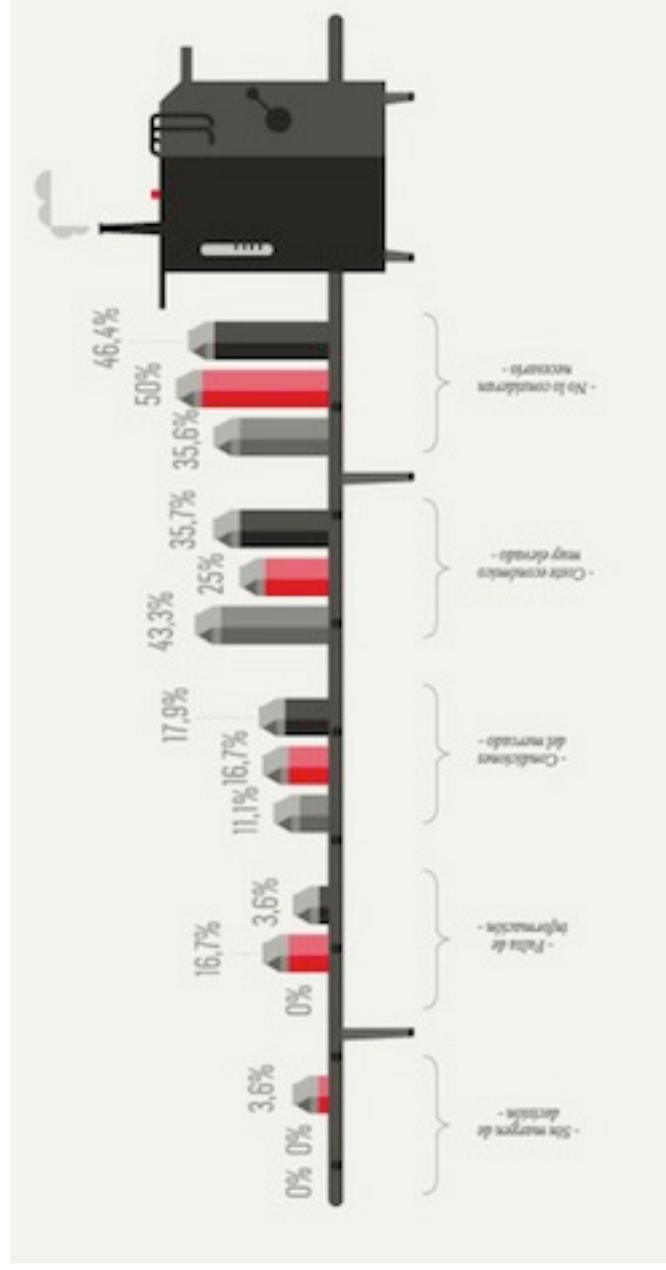
---

## Propuesta 01: Infografías

---

TATABI  
STUDIO

Para las infografías usaremos el estilo de las ilustraciones ya descritas.  
Serán infografías divertidas, donde aprovecharemos la ilustración para contar de forma sencilla la información.



---

## Propuesta 01: Materiales

---

Papeles Offset, blanco roto.



---

SIENTO CASA propuestas estilos

---

# 02

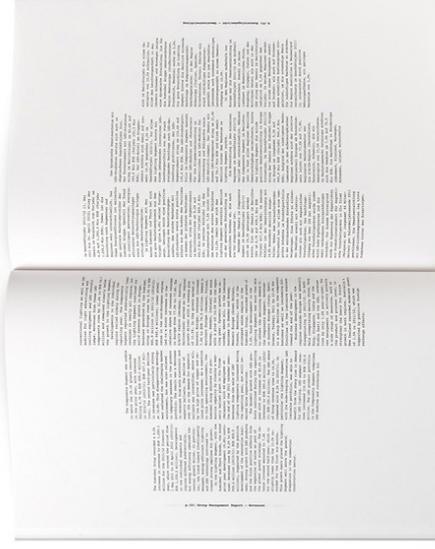
---

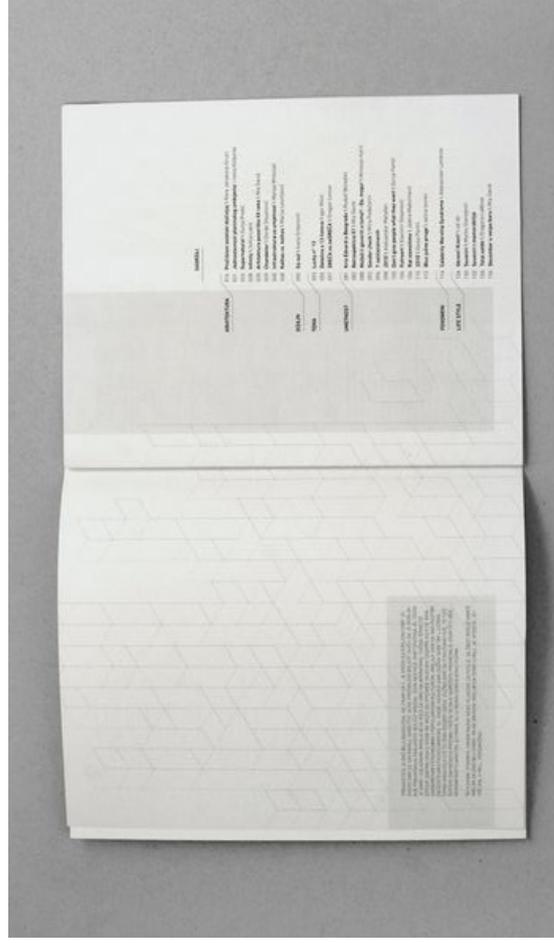
## Propuesta 02: Maquetación - Lay-out

---

TATABI  
STUDIO

Para la segunda línea gráfica, proponemos una maquetación más ordenada y racional, pero sin ser demasiado aburrida o monótona. Para ello proponemos mantener la horizontalidad en textos largos, sin romper demasiado la retícula, pero aportando detalles formales. Esto no impide jugar en algunos casos con titulares, detalles o ilustraciones que se superponen levemente a los textos.





---

## Propuesta 02: tipografías

---

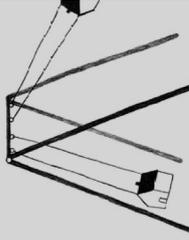
TATABI  
STUDIO

OPCIONES: Cualquiera de las dos es válida

1. SERIFA para titulares y citas (Georgia Pro, Bodoni, Caslon) y PALO SECO RACIONALISTA para cuerpos de texto (Din, Oficina Sans, Meta Sans...) Será prioritario que tenga una buena legibilidad y que ocupe poco espacio.

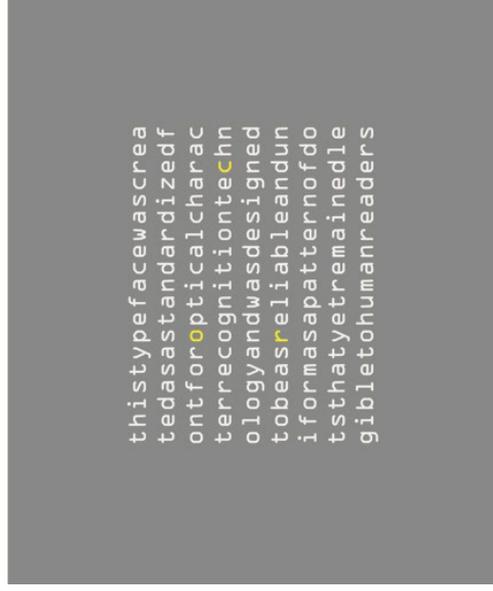
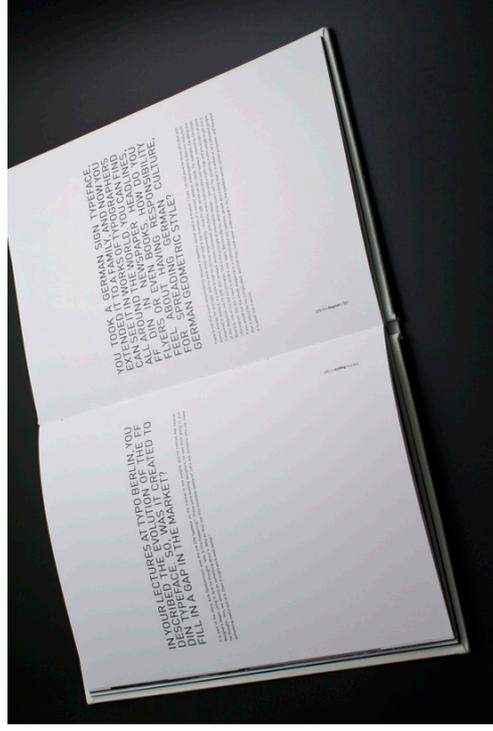
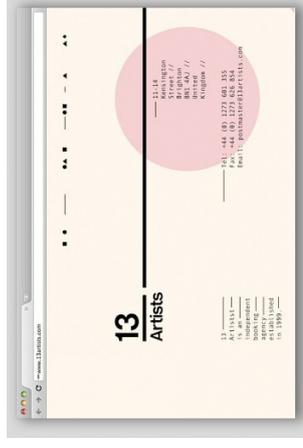
2. PALO SECO PARA TITULARES (Helvetica Neue, Futura, Gotham) y TIPOGRAFÍAS ESTILO MECANOGRAFÍA para cuerpos de texto American Typewriter, OCR A)

Una casa puede ser una gran oportunidad.  
O una oportunidad perdida.



"I have spent most of my life and all of my career with type and typography. As a result, I'm often asked about my favorite typeface. Almost always, I dodge the question. Truth be known, I don't have a favorite. There are a few typefaces, however, I have a great fondness for. One of those faces is **ITC American Typewriter.**"

- Allan Haley, Director of Words & Letters



---

SIENTO CASA propuestas estilos

---

---

## Propuesta 02: tratamiento de fotografías

---

TATABI  
STUDIO

Predominancia de fotografías bitono, pudiendo combinarlas con fotografías monocromo bn.



---

## Propuesta 02: Colores

---

Tinta flúor + gris oscuro (+ uso del fondo blanco como tercer color)

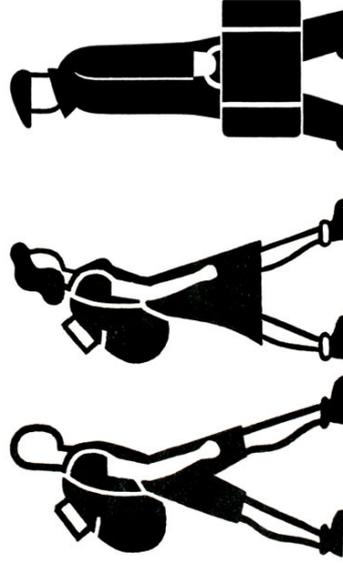


---

## SIENTO CASA propuestas estilos

---

Ilustraciones vectoriales (estilo pictograma) con un poco de textura.

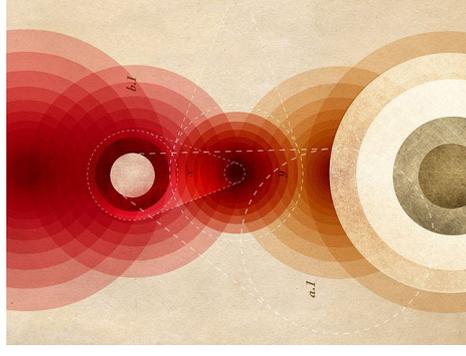
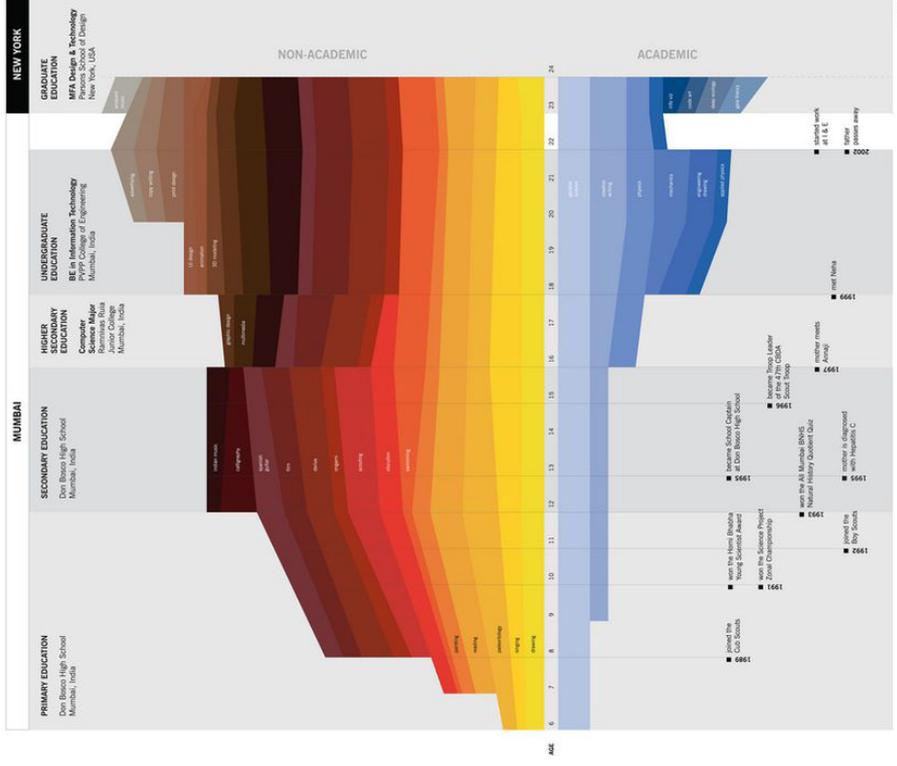


## Propuesta 02: Infografías

TATABI  
STUDIO

Infografías ilustradas un poco más abstractas, más geométricas, sin perder facilidad de comprensión. Con cierta textura al igual que las ilustraciones.

### LifeMap <sup>1.1</sup>



SIENTO CASA propuestas estilos



---

## Propuesta 02: Materiales

---

Papeles Offset, blanco roto. Tapas carton grueso

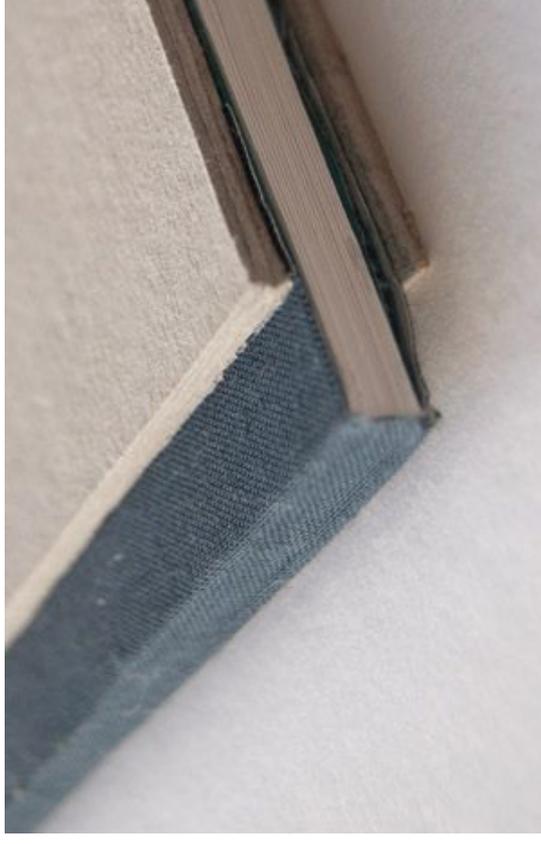


---

SIENTO CASA propuestas estilos

---

TATABI  
STUDIO

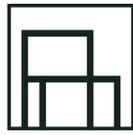


**TATABI  
STUDIO**

TATABI STUDIO  
Avenida Barón de Cárcer 47  
46001 Valencia. Spain  
hello@tatabistudio.com  
+34 637 25 19 27  
www.tatabistudio.com

TATABI  
STUDIO

# RESÚMENES ENTREVISTAS ESTUDIOS



housedoit

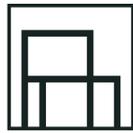
---

## 1. DATOS DE LA EMPRESA

- **Nombre:** Alberta Norweg
- **Actividad:** arquitectura e ingeniería
- **Año de inicio:** 2008
- **Ubicación:** Valencia
- **Web:** [www.albertanorweg.es](http://www.albertanorweg.es)

## 2. SOBRE EL PROFESIONAL

- **Nombre:** Santiago de Taranco Carvajal
- **Año de nacimiento:** 1974
- **Formación:** arquitecto, perito judicial, tasador, auditor Iso9001, auditor ISO14001, Project management, máster consultoría de estructuras, máster instalaciones, máster en patologías constructivas.
- **Qué te motivó a dedicarse a esta profesión...** me apasiona el desarrollo personal orientado hacia las humanidades. La profesión actualmente dista mucho de ser solamente un arquitecto.
- **Principal virtud...** capacidad productiva.
- **Principal defecto...** exceso de tenacidad.
- **Un lema...** no hay límites.
- **Lo que más le gusta de la profesión...** alcanzar los objetivos desde la épica profesional.
- **Lo que menos...** que agentes exógenos a la profesión frenen la posibilidad de éxito de algunos trabajos.
- **Cómo te imaginas tu profesión dentro de 10 años...** ultratecnológica; con un grado de profesionalidad muy superior al actual; con exigencias en la eficacia del proceso y del producto que hagan de nuestra profesión un arte incuestionable (e insuperable).
- **El cliente ideal...** uno es tan bueno como el cliente le deja ser: el cliente ideal es el que optimiza tus esfuerzos.
- **Un referente...** las grandes empresas de consultoría, ingeniería y arquitectura como ARUP Company.



housedoit

---

- **Una fuente de inspiración...** la vida, en toda su plenitud.
- **En qué otro lugar vivirías...** no viviría en otro país. No tenemos la historia de Roma ni de Grecia. No tenemos la tecnología de Tokio o de Silicon Valley. Pero tenemos la pasión.
- **La ciudad ideal...** la que de verdad nazca ajustada para la diversidad social.
- **Zona preferida de la vivienda...** la biblioteca.

### 3. SOBRE LA FAMILIA QUE HABITA LA VIVIENDA

Los promotores de este proyecto son un matrimonio con tres hijos menores de 8 años y un perro. Se caracterizan por exigir en todo un nivel de detalle y finura en el acabado muy superior a lo habitual.

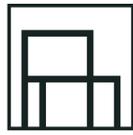
Amantes del silencio y la limpieza, viven su casa como un entorno estrictamente privado y totalmente aislado del ruido y el entorno exterior.

Es una familia muy acostumbrada a viajar y a alojarse en hoteles de todo el mundo, situación que les ha servido de inspiración para el diseño de su hogar.

Con este proyecto querían crear la casa de sus sueños y fueron muy partícipes en la toma de decisiones y elección de cada uno de los productos y materiales que se han empleado, buscando siempre la perfección y cumplimiento de sus elevadas expectativas.

### 4. SOBRE LA INTERVENCIÓN

- **Año:** 2014
- **Plazo:** 1 año
- **Presupuesto:** 200.000€
- **El reto...** organización, comunicación entre la zona de día y de noche, y el alcance de la luz a todo el programa.
- **Un estado de ánimo...** control, elegancia, tecnología y sofisticación.
- **Qué aspecto del resultado fue más satisfactorio...** la sensación de amplitud.



housedoit

---

- **Qué asombró más a los habitantes tras la reforma...** las nuevas formas de comunicación con la vivienda.

Se trata de un edificio construido en la década de los 80 y el objetivo era unificar las dos viviendas de un mismo rellano en una única, de distribución abierta, de estilo contemporáneo y que fuera reflejo de la familia que la habita.

De todos los proyectos representados en esta publicación, este es sin duda el más complejo tanto por su elevada y avanzada implantación tecnológica como por el ideal que perseguían sus propietarios.

Se unificaron las dos viviendas de un mismo rellano sumando en total unos 300m<sup>2</sup> que se rehabilitaron por completo. El concepto espacial sigue una línea que divide la zona de día de la zona de noche y que señala como final del eje el dormitorio principal.

Dicho eje comunica visualmente la entrada con el dormitorio principal y, sin nada que esconder, desde la puerta de la calle se puede ver el interior de la ducha de los padres.

Este juego directo de visuales se manipula con una serie de puertas inteligentes que responden a acciones previamente programadas a través de una aplicación para dispositivos móviles.

Esta vivienda es un producto de diseño tecnológico por delante de la línea contemporánea sin llegar al futurismo de diseños prototípicos de Zaha Hadid ni de Bernard Cywinski.

## 5. SOBRE LOS PRODUCTOS

Tal y como hemos descrito anteriormente, la vivienda se caracteriza por un alto carácter tecnológico e instalaciones complejas que requieren de un mantenimiento profesional continuado.

Los materiales empleados responden a una demanda de asepsia extrema requerida por los propietarios.

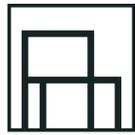


housedoit

---

La carpintería de la vivienda ha sido diseñada a medida: puertas que van de suelo a techo, ventanas, armarios, vestidores, librerías...

El estudio destaca el sistema de suelo radiante y refrescante que se instaló en la vivienda. El producto de revestimiento del sistema empleado ha sido una resina proyectada a excepción de los dormitorios que están revestidos con moqueta.



housedoit

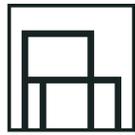
---

## 1. DATOS DE LA EMPRESA

- **Nombre:** Arquitécnica Ruzafa
- **Actividad:** arquitectura e interiorismo
- **Año de inicio:** 2005
- **Ubicación:** Valencia
- **Web:** [www.arquitecnicaruzafa.com](http://www.arquitecnicaruzafa.com)

## 2. SOBRE EL PROFESIONAL

- **Nombre:** Marta Torres
- **Año de nacimiento:** 1980
- **Formación:** arquitectura
- **Qué te motivó a dedicarte a esta profesión...** siempre me ha gustado dibujar y tengo muchos referentes familiares
- **Principal virtud...** cumplo con lo que digo
- **Principal defecto...** quiero abarcar más de lo que puedo
- **Un lema...** ninguno
- **Lo que más te gusta de la profesión...** ver como se transforman los espacios
- **Lo que menos...** la poca seriedad del sector
- **Cómo te imaginas tu profesión dentro de 10 años...** que irá a mejor, se filtraran las empresas y se quedaran las serias
- **El cliente ideal...** el que tenga claro lo que quiere
- **Un referente...** Ramón Esteve
- **Una fuente de inspiración...** revistas especializadas e internet
- **En qué otro lugar vivirías...** Alemania
- **La ciudad ideal...** con buen clima y de tamaño reducido
- **Zona preferida de la vivienda...** la cocina



housedoit

---

### 3. SOBRE LA FAMILIA QUE HABITA LA VIVIENDA

La vivienda pertenece a una pareja de unos 35 años con previsión de tener hijos. Ambos se dedican al sector sanitario con turnos rodados de mañana, tarde y noche lo que hace que a veces sea difícil que coincidan en el hogar.

No tienen por costumbre reunirse en casa con familiares y amigos. Viven su hogar como un lugar de descanso y relajación.

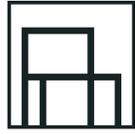
### 4. SOBRE LA INTERVENCIÓN

- **Año:** 2013
- **Plazo:** 6 meses
- **Presupuesto:** 90.000€
- **El reto...** el plazo
- **Un estado de ánimo...** tranquilidad y paz
- **Qué aspecto del resultado fue más satisfactorio...** la cocina
- **Qué asombró más a los habitantes tras la reforma...** los suelos de madera

Los propietarios estaban decididos a comprar una vivienda que poseyera carácter e identidad histórica y que tuviera el máximo potencial para reformarla y adaptarla a las necesidades presentes y futuras de la familia. Tanto fue así que contrataron los servicios del estudio de arquitectura ya desde el inicio de la búsqueda del inmueble.

La pareja adquirió una vivienda ubicada en un edificio histórico protegido, construido en 1925, con una superficie total de 150m<sup>2</sup> con suelos de madera y baldosa hidráulica y carpintería artesanal original de la época. El alto interés por el valor histórico hizo con se dedicara una parte importante del presupuesto a la restauración de todos los elementos inmuebles originales de la vivienda, incluidos algunos sanitarios.

La superficie del espacio es de forma longitudinal y su distribución original hacía con que los dormitorios principales fueran recayentes a la calle y el salón, cocina y estancias secundarias tuvieran salida al patio de manzana. Tras la intervención, las zonas comunes quedaron expuestas a la fachada exterior y los dormitorios al interior.



housedoit

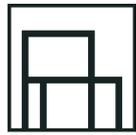
---

El objetivo principal de la intervención fue lograr la máxima luminosidad y amplitud en los espacios. Se logró reduciendo el número de dormitorios de cinco a tres, más un despacho, y siguiendo la línea de espacios abiertos y continuos en toda la casa.

## **5. SOBRE LOS PRODUCTOS**

Las mayores partidas económicas en la ejecución de este proyecto se encuentran en el refuerzo estructural que necesitó la vivienda y el equipamiento de la cocina que se proyectó con especial atención a los detalles y se eligieron productos de alta gama.

Se amuebló el salón y el dormitorio principal con un estilo muy cálido y personal, buscando que las estancias estuvieran despejadas y dándole protagonismo a las maderas.



housedoit

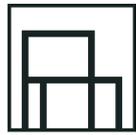
---

## 1. DATOS DE LA EMPRESA

- **Nombre:** Bambalina
- **Actividad:** Interiorismo y decoración
- **Año de inicio:** 1999
- **Web:** [www.bambalina.com](http://www.bambalina.com)

## 2. SOBRE EL PROFESIONAL

- **Nombre:** Jordi Font de Mora
- **Año de nacimiento:** 1966
- **Formación:** Ingeniería industrial
- **Qué te motivó a dedicarte a esta profesión...** mis orígenes profesionales están vinculados con la publicidad y el desarrollo de stands para ferias. El buen trato y confianza que ofrecíamos a nuestros clientes hizo con que fueran pidiéndonos consejo y encargos para sus propios hogares. Con los años acabamos separando esta actividad de la empresa original y nació Bambalina especializada en proyectos de interiorismo.
- **Principal virtud...** seriedad.
- **Principal defecto...** ser excesivamente transparente.
- **Un lema...** ir con la verdad por delante.
- **Lo que más te gusta de la profesión...** los retos.
- **Lo que menos...** que no se valora la profesión.
- **Cómo te imaginas tu profesión dentro de 10 años...** deseo que se considere una profesión como la que es y que se pague como tal.
- **El cliente ideal...** el que va al 50% conmigo.
- **Un referente...** Joaquín Torres
- **Una fuente de inspiración...** mucha lectura, mucho internet y viajar lo máximo posible.
- **En qué otro lugar vivirías...** en Italia o Berlín que me encanta.
- **La ciudad ideal...** la que cumpla dos requisitos, sol y mar.
- **Zona preferida de la vivienda...** mi sofá.



housedoit

---

### 3. SOBRE LA FAMILIA QUE HABITA LA VIVIENDA

La propietaria es una mujer soltera de 45 años, sin hijos, entregada por completo a su carrera profesional, empresaria y coleccionista de arte.

### 4. SOBRE LA INTERVENCIÓN

- **Año:** 2010
- **Plazo:** 6 meses
- **Presupuesto:** 90.000€
- **El reto...** hacerlo para una amiga
- **Un estado de ánimo...** sobriedad
- **Qué aspecto del resultado fue más satisfactorio...** la mesa del comedor.
- **Qué asombró más al propietario tras la reforma...** todo y nada al mismo tiempo.

El proyecto de diseño de interior lo ideó Jean Paul Aznar y se realizó previamente a la construcción del edificio donde se ubica. El arquitecto trabajó sobre los planos de la constructora modificando la distribución por completo.

Se trata de un piso de 110m<sup>2</sup> que fueron diseñados para cumplir el sueño de su propietaria de tener una casa casi escultórica donde reunirse con sus amistades. No se pretendió crear un hogar acogedor, el ideal perseguido era un espacio para lucir y compartir aun a sabiendas de lo costoso y complejo que resulta de mantener. Se solicitó como requisitos luminosidad y amplitud de espacios para sus reuniones por lo que se proyectó un salón/comedor de 50m<sup>2</sup> junto a la cocina semintegrada.

La vivienda posee un dormitorio tipo suite con vestidor y una segunda estancia auxiliar con plancha y cama para visitas puntuales.

### 5. SOBRE LOS PRODUCTOS

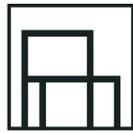
La paleta cromática y estética de todos los elementos que conforman y equipan la vivienda siguen el estilo marcado por el pintor Paolo Veronese, y más concretamente la de su obra *La Alacena de las Ideas* que incluso llegó a imprimirse sobre el vidrio de la mesa del comedor.



housedoit

---

Todos los productos pertenecen a firmas de alta gama y debían ser de formas básicas y líneas rectas para que lo destacable de cada pieza fuese el color y la textura acordes siempre con el cuadro del Veronese.



housedoit

---

## 1. DATOS DE LA EMPRESA

- **Nombre:** Carmen Baselga\_Taller de Proyectos
- **Actividad:** arquitectura, interiorismo y producto
- **Año de inicio:** 1985
- **Ubicación:** Valencia
- **Web:** [www.estudiocbaselga.com](http://www.estudiocbaselga.com)

## 2. SOBRE EL PROFESIONAL

- **Nombre:** Carmen Baselga Fuster
- **Año de nacimiento:** 1962
- **Formación:** interiorismo y psicología
- **Qué te motivó a dedicarte a esta profesión...** siempre he tenido tendencia hacia lo artístico y creativo en lo referente a mi entorno, ha sido totalmente vocacional
- **Principal virtud...** no dejarme achantar por las dificultades
- **Principal defecto...** dejarme llevar a pesar de las consecuencias
- **Un lema...** pasión, sinceridad y respeto
- **Lo que más le gusta de la profesión...** la parte inicial, cuando se está gestando el proyecto
- **Lo que menos...** pasar de la ficción que te creas cuando proyectas a la realidad, es un proceso duro
- **Cómo te imaginas tu profesión dentro de 10 años...** espero que esté más reconocida de lo que está, todavía no hay un reconocimiento justo a la profesión del interiorista. Me gustaría que llegase a más áreas como hospitales y escuelas, que no se nos asocie simplemente con la decoración.
- **El cliente ideal...** el que confía en ti como profesional y te deja hacer poniendo sus requisitos y objetivos.
- **Un referente...** Dani Freixes
- **Una fuente de inspiración...** viajes, internet, libros y revistas.
- **En qué otro lugar vivirías...** en Italia, la cuna del arte.
- **La ciudad ideal...** una donde los barrios tengan tanta importancia como la ciudad en si.



housedoit

---

- **Zona preferida de la vivienda...** las zonas comunes, donde se comparte.

### 3. SOBRE LA FAMILIA QUE HABITA LA VIVIENDA

La familia residente en esta vivienda se compone por un matrimonio de unos 45 años con un hijo menor de 6 y un gato. La pareja se caracteriza por su afición a la música, la lectura y les gusta compartir su hogar con sus familiares y amigos.

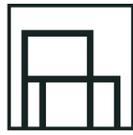
Son diferentes en cuanto a ocupación laboral, ella trabaja por cuenta ajena y él por cuenta propia desarrollando parte de su actividad en el propio hogar.

### 4. SOBRE LA INTERVENCIÓN

- **Año:** 2011
- **Plazo:** 1 año
- **Presupuesto:** 110.000€
- **El reto...** la insonorización
- **Un estado de ánimo...** serenidad mediterránea
- **Qué aspecto del resultado fue más satisfactorio...** los acabados del constructor
- **Qué asombró más a los habitantes tras la reforma...** darse cuenta de cómo se puede manipular el espacio

Después de vivir durante 10 años en este ático, los propietarios decidieron invertir en su calidad de vida y se plantearon realizar unas pequeñas mejoras en su hogar. Les gustaba vivir cerca de la playa pero no encontraban un piso mejor en la zona y eran conscientes de que el suyo tampoco llegaba a cumplir sus necesidades de uso y espacio. Tras dos meses de idas y venidas, asesorados por la interiorista, se dieron cuenta de que la distribución clásica y compartimentada de su vivienda les hacía desaprovechar los escasos 80m<sup>2</sup> que poseían. Finalmente se decidieron por remodelarla por completo, optimizar al máximo el espacio, adaptarlo a su estilo de vida y obtener una vivienda singular con identidad propia.

Los objetivos principales de la intervención fueron conseguir espacios amplios y luminosos, disponer de un segundo cuarto de baño y aislar la vivienda térmica y acústicamente.



housedoit

---

Se unificaron las zonas de día y se vincularon con la terraza del ático, no solo visualmente con cristalerías sino también con el uso, la cocina hace de eje de unión y comparte el área de cocción con el exterior, de este modo se puede cocinar desde dentro o desde fuera de la casa. La cocina se convierte en el núcleo del hogar.

Más allá de la cocina, el resto de la zona de día es un área polivalente de estar, comer y trabajar que incluso llega a fusionarse con el antiguo pasillo ahora convertido en un lugar intermedio amplio y luminoso, con librerías a medida, mesa de banco corrido y con posibilidad de aislarse con puertas correderas.

En cuanto a la zona de noche, ambos dormitorios se equiparon con cuarto de baño propio. El dormitorio del niño se encuentra en la zona intermedia de la vivienda, ganando con esto modularidad del espacio con zona de ocio y trabajo. El concepto global del proyecto es la fusión y continuidad entre los espacios modulables en cada momento por puertas corredoras a lo largo de toda la vivienda, excepto por el dormitorio del matrimonio que es la única estancia independiente con puerta batiente.

## **5. SOBRE LOS PRODUCTOS**

Los productos elegidos para conformar y equipar la vivienda debían cumplir ciertos requisitos de calidad que permitiesen su buen envejecer. Se quiso controlar el presupuesto aprovechando los muebles que estaban en buen estado y reutilizando la estructura del toldo ubicado en la terraza, renovando únicamente la lona.

Los propietarios se implicaron con ilusión en la búsqueda y selección de los nuevos productos, buscaban líneas contemporáneas, con alto grado funcional y versátil.

El producto destacado del proyecto es el pavimento porcelánico continuo incluso en el exterior. Se quiso recuperar la baldosa cerámica como elemento mediterráneo, producto con altas prestaciones técnicas, de fácil limpieza, larga duración, frescura natural apropiada para el lugar donde se ubica la vivienda y cualidades estéticas adecuadas para el proyecto.

También se cuidó especialmente la luz, tanto la natural como la artificial. Se colocaron cortinas y estores de alta calidad para tamizar de forma adecuada la luz natural y se buscó un efecto escenográfico de la luz artificial aproximándola a las zonas que debían verse iluminadas



housedoit

---

durante la noche. Las luminarias están integradas en las paredes o son de pie o pinzas auxiliares colocadas en puntos determinados.

La paleta cromática y materiales empleados son neutros en todos los espacios buscando crear base homogénea sin pretensiones y así poder aceptar los productos singulares que la familia vaya introduciendo a lo largo del tiempo.



housedoit

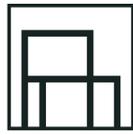
---

## 1. DATOS DE LA EMPRESA

- **Nombre:** Cota Cero Interiorismo
- **Actividad:** interiorismo y decoración
- **Año de inicio:** 1996
- **Ubicación:** Valencia
- **Web:** [www.cotacerointeriorismo.com](http://www.cotacerointeriorismo.com)

## 2. SOBRE EL PROFESIONAL

- **Nombre:** Diana Artíguez
- **Año de nacimiento:** 1972
- **Formación:** Artes y Oficios
- **Qué te motivó a dedicarte a esta profesión...** siempre me han gustado las artes en general y en especial la restauración y la rehabilitación.
- **Principal virtud...** la honradez.
- **Principal defecto...** estoy demasiado encima de la gente, sobretodo de los proveedores.
- **Un lema...** intentar cada día hacer las cosas bien.
- **Lo que más le gusta de la profesión...** todo, me encanta.
- **Lo que menos...** no tener un sueldo garantizado cada mes.
- **Cómo te imaginas tu profesión dentro de 10 años...** me imagino que variará bastante, desaparecerán las tiendas y será todo online y con showrooms itinerantes.
- **El cliente ideal...** el que tiene las ideas claras y se deja aconsejar, que necesite de la ayuda de un profesional pero que no sea variante.
- **Un referente...** Nacho Moscardó
- **Una fuente de inspiración...** hoy en día es muy fácil inspirarse a través de internet, la información está viva y la tenemos al alcance de la mano en cualquier momento y lugar.
- **En qué otro lugar vivirías...** en cualquiera aunque tengo bastante nexo de unión con Inglaterra.
- **La ciudad ideal...** Valencia se aproxima bastante.



housedoit

---

- **Zona preferida de la vivienda...** el salón.

### 3. SOBRE LA FAMILIA QUE HABITA LA VIVIENDA

Los propietarios son un matrimonio joven, de unos 32 años, sin hijos ni mascotas. Trabajan en su hogar con cierta asiduidad por lo que requerían de una zona de despacho ligada al salón que es para ellos el núcleo principal de la vivienda. Tienen invitados con frecuencia y les gusta mucho viajar. Desean crear un hogar que se adapte a su estilo de vida.

### 4. SOBRE LA INTERVENCIÓN

- **Año:** 2014
- **Plazo:** 4 meses
- **Presupuesto:** 50.000€
- **El reto...** satisfacer al cliente.
- **Un estado de ánimo...** crear hogar.
- **Qué aspecto del resultado fue más satisfactorio...** los revestimientos.
- **Qué asombró más a los habitantes tras la reforma...** que se transformase en realidad todo lo proyectado.

La vivienda, ubicada en un edificio histórico modernista de principios del s.XX, fue adquirida por los propietarios a una constructora durante el proceso de rehabilitación del edificio donde solo se mantuvo en pie la fachada principal. Los compradores podían decidir sobre la distribución que deseaban y, por este motivo, el matrimonio decidió contratar los servicios del estudio que se ocupó de realizar el plano de distribución y vestir toda la vivienda de unos 200m<sup>2</sup>.

La zona de uso principal y mayor actividad es el salón/comedor que se ubicó justo a la entrada de la vivienda y se integró con la cocina y el despacho mediante grandes puertas correderas. De este modo, cuando así se desease, podía lograrse mayor amplitud y la zona de día de la vivienda quedaba completamente unificada. El resto de la vivienda se componía de tres dormitorios dobles y dos cuartos de baño completos. El dormitorio principal se proyectó tipo suite con un gran vestidor y cuarto de baño propio.



housedoit

---

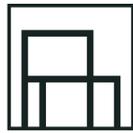
El objetivo principal del matrimonio fue crear un hogar acogedor que recogiese su necesidad de zona de trabajo, amplitud para sus reuniones con amigos y gran capacidad de almacenaje tanto en los dormitorios como en la cocina y zona de lavado integrada en esta.

## **5. SOBRE LOS PRODUCTOS**

Los productos y materiales seleccionados para esta vivienda debían cumplir los requisitos de tener buena relación calidad/precio, ser altamente funcionales, cómodos y que en conjunto quedasen en sintonía a pesar de ser de diferentes estilos cada uno.

Se cuidó especialmente la iluminación y los revestimientos, además se diseñó a medida y elaboró artesanalmente la celosía que separa el recibidor del salón. El material predominante fue la madera en tonos oscuros que se combinó con tonos ocres y azules por solicitud de los propietarios.

Los propietarios mostraron su interés por representar de alguna manera el estilo y cultura inglesa a través de los productos y materiales seleccionados, deseo que fue satisfecho por el empleo del material textil en ropa del hogar, cortinajes, alfombras y el uso de maderas oscuras en revestimientos y mobiliario.



housedoit

---

## 1. DATOS DE LA EMPRESA

- **Nombre:** Diaz Cano Interior Design
- **Actividad:** interiorismo
- **Año de inicio:** 1989
- **Ubicación:** Valencia
- **Web:** www.diazcano.es

## 2. SOBRE EL PROFESIONAL

- **Nombre:** Carlos Díaz Cano
- **Año de nacimiento:** 1981
- **Formación:** diseño de interior
- **Qué te motivó a dedicarse a esta profesión...** me ha gustado desde que era pequeño.
- **Principal virtud...** no sabría decir.
- **Principal defecto...** analizo demasiado.
- **Un lema...** hay que hacer las cosas bien.
- **Lo que más le gusta de la profesión...** soñar y crear lo que no existe.
- **Lo que menos...** los presupuestos.
- **Cómo te imaginas tu profesión dentro de 10 años...** seguro que será diferente a como es hoy, algo se está sembrando.
- **El cliente ideal...** el que quiere participar del proyecto pero que a su vez se deje llevar.
- **Un referente...** mi padre.
- **Una fuente de inspiración...** antes compraba muchas revistas, hoy en día mi fuente principal es internet y viajar, cada viaje es una experiencia.
- **En qué otro lugar vivirías...** en Italia o Bélgica.
- **La ciudad ideal...** peatonal y con mucho espacio verde integrado y accesible.
- **Zona preferida de la vivienda...** la zona de estudio y relajación.



housedoit

---

### 3. SOBRE LA FAMILIA QUE HABITA LA VIVIENDA

Pareja sin hijos ni mascotas 35 años, empresarios, compartir su casa con su entorno, gusto por la tecnología y la moda

La vivienda pertenece a una pareja adulta sin hijos. Los dos son empresarios. Llevan un estilo de vida urbanita, les gusta compartir su casa con amigos y recibir gente. Amantes de las nuevas tecnologías, siguen la moda y tendencias, siendo su nivel de formación elevado. Esto es palpable en la vivienda, por su elevada implantación tecnológica.

Después de diez años residiendo en la vivienda, no sentían que la casa reflejaba su vida y decidieron reformarla para sentirse identificados con su hogar.

### 4. SOBRE LA INTERVENCIÓN

- **Año:** 2013
- **Plazo:** 4 meses
- **Presupuesto:** 150.000€
- **El reto...** la geometría del espacio y el plazo de entrega.
- **Un estado de ánimo...** tranquilidad.
- **Qué aspecto del resultado fue más satisfactorio...** el salón.
- **Qué asombró más a los habitantes tras la reforma...** el salón y el baño del dormitorio principal.

De 4 dormitorios pasa a uno principal + despacho con camas plegadas para invitados.

Televisiones en todas las estancias + pantalla de cine.

Buscan un espacio que refleje su estilo de vida y lo que les apasiona.

Comedor y cocina núcleo principal.

Sacar un lavadero de donde no había.

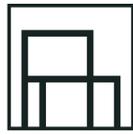
Donde más se invirtió fue en la cocina por los electrodomésticos.

Dormitorio principal con vestidor + baño integrado se cuidó mucho.

La finca no tiene persianas.

Mucho trabajo de detalle y afinar cada rincón.

Los propietarios buscaban una casa con espacios diáfanos, de líneas limpias y despejadas. Para eso era necesario llevar a cabo una intervención completa. Se derribó la vivienda original y se



housedoit

---

reconstruyeron de nuevo todos los espacios. Habitación-suite con vestidor y baño, despacho que puede servir de habitación de invitados eventualmente, comedor-cocina y baños.

En la intervención destaca el espacio diáfano creado donde conviven el comedor y la cocina, y la singularidad del pasillo, con un recorrido no lineal iluminado con focos que crean manchas localizadas de luz.

Toda la distribución original cambia, el espacio ya no está determinado por la geometría de la vivienda en forma de cuña, y la distribución esta ideada aprovechando las características de la vivienda, para disfrutar de las espectaculares vistas que ofrece, y optimizar el espacio al máximo.

El dormitorio principal, el vestidor y el cuarto de baño integrado en la habitación, son las estancias donde más atención se prestó durante la reforma, con el objetivo de conseguir mayor funcionalidad.

La tabiquería de pladur es de doble placa y fibra interior, para un mejor aislamiento. Los cables de los televisores se instalaron por dentro de los tabiques, y las pantallas de los tv están integradas a ras de la pared. Un sistema centralizado remoto conecta dispositivos móviles a los aparatos y electrodomésticos de la vivienda, para ofrecer un manejo más accesible y cómodo.

## **5. SOBRE LOS PRODUCTOS**

Buena relación calidad precio.

Multifuncional y versátil.

Optimizar el espacio con almacenaje, limpieza visual, elementos integrados, el protagonista es el espacio y no los productos.

Tonalidad cromática que unifica los espacios.

Los productos buscados eran multifuncionales y versátiles (tabiques que ocultan cables y son parte de un armario, literas integradas que se pliegan, campana de la cocina que no oculta la visión, etc.). Todos los productos tienen sus particularidades. Se han realizado incluso diseños exclusivos y personalizados, adaptados al espacio (como el mueble espejo del baño).



housedoit

---

La selección de los productos se realizó por un criterio de relación calidad-precio. Cromaticamente, se combinaron blancos, negros y grises en la vivienda. Y textiles con predominancia de tonalidades marrones.

Se puso televisión integrada en todas las estancias, incluida una pantalla de cine en el comedor, y se creó un lavadero que no existía en la vivienda original.

Los suelos son vinílicos con aspecto de parquet, un producto resistente y de fácil colocación, mientras que para el suelo del dormitorio se decidió usar moqueta, para ofrecer un entorno cálido y dar un aspecto de suite.

En el presupuesto general, los electrodomésticos y la cocina se llevaron la mayor parte.



housedoit

---

## 1. DATOS DE LA EMPRESA

- **Nombre:** Enblanc
- **Actividad:** Estudio de diseño de interiorismo, producto y gráfico
- **Año de inicio:** 2007
- **Ubicación:** Valencia **Web:** [www.estudioenblanc.com](http://www.estudioenblanc.com)

## 2. SOBRE EL PROFESIONAL

- **Nombre:** Paula Aloy Fortea
- **Año de nacimiento:** 83
- **Formación:** Ingeniería en Diseño Industrial

**Qué te motivó a dedicarte a esta profesión...** la grata sensación que produce un producto o espacio bien pensado y diseñado.

- **Principal virtud...** la capacidad de entender las necesidades del cliente
- **Principal defecto...** en ocasiones la impaciencia
- **Un lema...** crear calor de hogar para el cliente
- **Lo que más le gusta de la profesión...** poder mejorar un espacio
- **Lo que menos...** ... papeleos y licencias
- **Cómo te imaginas tu profesión dentro de 10 años...** con mayores recompensas que las actuales, con más confianza en nosotros como profesionales, en el sentido de tener más libertad a la hora de desarrollar el proyecto.
- **El cliente ideal...** aquel que confía en ti y sabe que estás
- **Un referente...** Isabel López Vilalta
- **Una fuente de inspiración...** tendencias del diseño de producto
- **En qué otro lugar vivirías...** soy muy de la terreta, pero si tuviera que decir alguno sería Vancouver, una ciudad donde se mezclan las oportunidades y servicios de una gran ciudad con el sosiego y el vínculo con la naturaleza.
- **La ciudad ideal...** Valencia
- **Zona preferida de la vivienda...** la cocina



housedoit

---

### 3. SOBRE LA FAMILIA QUE HABITA LA VIVIENDA

El propietario es un chico soltero de 30 años que piensa en la posibilidad de llegar a convivir en pareja y tener hijos. Comparte su espacio con dos mascotas: un erizo y un gato. Trabajador por cuenta ajena, su profesión está directamente relacionada con la industria creativa visual y quizá esta pasión también caracteriza su preocupación por una estética muy cuidada en su hogar. También le gusta cocinar, el deporte y reunirse en casa con sus familiares y amigos.

### 4. SOBRE LA INTERVENCIÓN

- **Año:** 2013
- **Plazo:** 3 meses
- **Presupuesto:** 40.000€ **El reto...** obtener un espacio habitable contemporáneo, cumpliendo con las necesidades de vivienda marcadas por el cliente.
- **Un estado de ánimo...** enérgico
- **Qué aspecto del resultado fue más satisfactorio...** El conjunto final
- **Qué asombró más a los habitantes tras la reforma...** el resultado final y sobre todo el espacio vinculado del salón con la cocina.

El edificio fue construido a finales de los años 60 y la vivienda de 120m<sup>2</sup> se encontraba en estado de origen. La distribución era la característica de la época, en peine, con un largo pasillo y muchas estancias de dimensiones reducidas.

El propietario adquirió la vivienda en estado de origen con el propósito de reformarla para adaptarla por completo a sus necesidades y preferencias. El resultado debía cumplir una serie de requisitos funcionales y también unos requisitos que respondieran a caprichos estéticos y de calidad.

Como el cliente tenía muy claras sus prioridades, proporcionó al estudio sus propias referencias de ambientes y productos que le gustaban. Se buscó en todo momento limpieza visual, orden y sencillez. Y se planteó un cambio total en la distribución de la vivienda. Fusionar cocina y salón, cambiar los dos cuartos de



housedoit

---

baño y hacerlos más grandes, y crear un espacio de trabajo. Para ello se incorporaron armarios empotrados y se redujo de tres a dos los dormitorios. Todo con el fin de ampliar las dimensiones de las estancias unificando las que son de día con las que son de noche, ampliar y organizar el espacio de almacenamiento y dotar de más luminosidad natural a la vivienda en general.

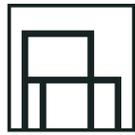
Dado que el propietario tiene afición por la cocina, y le gusta reunirse con sus familiares y amigos en la casa, se dedicaron más atención y recursos al diseño de la zona de día para conseguir que la distribución y el equipamiento de esta parte de la casa cumplieran totalmente con las expectativas del cliente.

## **5. SOBRE LOS PRODUCTOS**

En cuanto los productos que el estudio eligió para esta vivienda destacan uno en concreto: la puerta corredera sincronizada de dos hojas de cristal, de la firma Klein, que separa la cocina del salón. Este producto fue petición inamovible del cliente, que se llevó casi el 8% del presupuesto total, pero que respondía claramente a un requisito estético y de calidad.

Siguiendo con este mismo requisito, en la cocina, los productos estrella fueron la bancada de cristal templado y la placa de fogones de gas. En el salón se instaló un proyector que queda oculto en el techo mientras que no está siendo utilizado. El resto de equipamiento, textil, mobiliario e iluminación debía cumplir únicamente el requisito de la estética en sacrificio de la calidad por limitaciones del presupuesto. Como por ejemplo las sillas del comedor, réplicas de un gran clásico del diseño.

La gama cromática, texturas y formas elegidas responden a una estética aséptica y masculina, de líneas rectas y muy contrastadas con blancos y grises.



housedoit

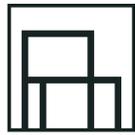
---

## 1. DATOS DE LA EMPRESA

- **Nombre:** Estudio Mudando
- **Actividad:** interiorismo
- **Año de inicio:** 2013
- **Ubicación:** Valencia
- **Web:** [www.estudiomudando.com](http://www.estudiomudando.com)

## 2. SOBRE EL PROFESIONAL

- **Nombre:** Eva Ballesteros
- **Año de nacimiento:** 1976
- **Formación:** Ingeniería en Diseño Industrial
- **Qué te motivó a dedicarte a esta profesión...** estaba dentro del sector, en la parte más técnica... pero necesitaba desarrollar mi lado creativo
- **Principal virtud...** la intuición
- **Principal defecto...** la auto exigencia
- **Un lema...** menos es más
- **Lo que más le gusta de la profesión...** ver cómo los espacios se van llenando poco a poco...
- **Lo que menos...** que en ocasiones resulta duro el arranque de los proyectos
- **Cómo te imaginas tu profesión dentro de 10 años...** más imprescindible para las personas
- **El cliente ideal...** el que delega y confía en tu trabajo
- **Un referente...** Rebecca Robenson
- **Una fuente de inspiración...** la moda, la danza, la estética de las cosas, todo lo que me rodea
- **En qué otro lugar vivirías...** en París, Estambul...
- **La ciudad ideal...** con mucho movimiento
- **Zona preferida de la vivienda...** el salón



housedoit

---

### 3. SOBRE LA FAMILIA QUE HABITA LA VIVIENDA

El particular promotor de esta intervención no fue el propietario del inmueble sino su inquilino. Se trata de un empresario del norte de Europa, de unos 45 años, con negocios en Valencia y que, cansado de dormir en hoteles impersonales, decidió realizar esta pequeña inversión para poder disponer y disfrutar de su propio espacio durante sus continuas estancias en este país.

### 4. SOBRE LA INTERVENCIÓN

- **Año:** 2014
- **Plazo:** 3 meses
- **Presupuesto:** 16.000€
- **El reto...** adaptarme al presupuesto
- **Un estado de ánimo...** bienestar y comodidad
- **Qué aspecto del resultado fue más satisfactorio...** los detalles del final
- **Qué asombró más al propietario tras la reforma...** los resultados obtenidos con la inversión realizada

La intervención se realizó sobre el ático de un edificio construido a mediados del s.XX con cierto valor histórico, principalmente por su fachada exterior y los mosaicos del pavimento que se encontraban en perfecto estado de conservación.

El objetivo de la intervención era renovar y actualizar el espacio respetando y potenciando la identidad original de la vivienda que dispone de una superficie de 90m<sup>2</sup> distribuidos de forma longitudinal y dividida en pequeñas estancias. Se unificaron dos habitaciones cercanas a la cocina y recayentes a la fachada exterior para darles uso de salón/comedor donde se proyectó también un espacio de trabajo y otro de lectura para facilitar al inquilino su rutina empresarial.

En la vivienda se encontraba una estancia carente de ventana, algo habitual en la época de construcción, se aprovechó este espacio para crear un gran vestidor que resultaba de mucha utilidad al inquilino debido a su trasiego de maletas en cada viaje.



housedoit

---

## **5. SOBRE LOS PRODUCTOS**

La diseñadora del espacio decidió conservar algunos de los productos que ya se encontraban en la vivienda y que fueron los que marcaron el estilo global de la decoración por su personalidad, en especial la mesa que acompaña a los sofás en el salón con sobre de cobre y estructura de madera.

Los productos nuevos que fueron adquiridos mantenían un buen equilibrio entre la calidad, la estética y el precio, a excepción de las sillas y el sofá donde la calidad y ergonomía demandada primaban sobre el requisito de precio mínimo.



housedoit

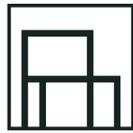
---

## 1. DATOS DE LA EMPRESA

- **Nombre:** CARLOS MARTÍN, BALMA MARTÍN Y CANDELA MARTÍN
- **Actividad:** Estudio de arquitectura e interiorismo
- **Ubicación:** Castellón
- **Web:** [www.hastial.com](http://www.hastial.com)

## 2. SOBRE EL PROFESIONAL

- **Nombre:** Carlos Martín
- **Año de nacimiento:** 1953
- **Formación:** Arquitecto
- **Qué te motivó a dedicarte a esta profesión...** desde pequeño ya me fascinaban los edificios, las estructuras, siempre he llamado la atención.
- **Principal virtud...** escucho
- **Principal defecto...** me gustaría ser más rápido
- **Un lema...** que el cliente quede satisfecho
- **Lo que más le gusta de la profesión...** todo.
- **Lo que menos...** las negociaciones con los industriales.
- **Cómo te imaginas tu profesión dentro de 10 años...** se tenderá cada vez más a la prefabricación y eso hará la obra más sencilla y limpia.
- **El cliente ideal...** que sea receptivo
- **Un referente...** nadie en especial, pero me gustan muchas obras puntuales de otros profesionales.
- **Una fuente de inspiración...** el movimiento moderno y la arquitectura y el diseño escandinavo porque lo veo muy humano y ofrece grandes resultados con pocos medios.
- **En qué otro lugar vivirías...** me gusta España
- **La ciudad ideal...** una ciudad en la que las personas sean lo importante.
- **Zona preferida de la vivienda...** La cocina, representa el núcleo familiar, donde se reúne la familia, donde se pasa mucho rato. Es el espacio central de la casa.



housedoit

---

### 3. SOBRE LA FAMILIA QUE HABITA LA VIVIENDA

La propietaria de la vivienda es una mujer de alrededor de 50 años, madre de dos hijas, que se han ido ya de la casa familiar. Esta circunstancia provoca que ahora cuente con más espacio y necesite crear un hogar pensado para sus nuevas necesidades. Un entono en el que relajarse y autorrealizarse. Y un espacio donde reunirse con la familia, ya que las reuniones familiares son una parte importante de su vida.

### 4. SOBRE LA INTERVENCIÓN

- **Año:** 2013
- **Plazo:** 6 meses
- **Presupuesto:** 90.000€
- **El reto...** hacer que la luz natural llegara a todas las estancias.
- **Un estado de ánimo...** sosiego.
- **Qué aspecto del resultado fue más satisfactorio...** la carpintería y la madera en general.
- **Qué asombró más a los habitantes tras la reforma...** Como se había aprovechado la luz natural para que penetrara a sitios en los que antes no había.

A través de la intervención se ha eliminado un dormitorio para crear una habitación suite de gran tamaño, con un baño incorporado. En los baños se ha optado por una ducha pensando en el futuro uso de la vivienda por una persona de edad avanzada. A través de la nueva distribución, cerramientos y aclimatación se ha conseguido llevar luz natural a todas las estancias de la casa. Y el salón se ha proyectado con un gran comedor capaz de alojar a invitados y familiares.



housedoit

---

## **5. SOBRE LOS PRODUCTOS**

En general se ha buscado crear un espacio acogedor para generar sensación de hogar, por eso, aunque se han elegido muebles neutros, con un equilibrio y homogeneidad entre ellos, se ha buscado que fueran cálidos. Para resaltar esa condición, se han usado alfombras y una iluminación indirecta. La hija de la propietaria que es diseñadora industrial diseñó el cabecero y pies de la cama del dormitorio principal.



housedoit

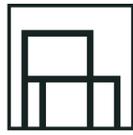
---

## 1. DATOS DE LA EMPRESA

- **Nombre:** Sánchez y Delgado
- **Actividad:** diseño de interiores integral
- **Año de inicio:** 2005
- **Ubicación:** Valencia
- **Web:** [www.sanchezydelgado.com](http://www.sanchezydelgado.com)

## 2. SOBRE EL PROFESIONAL

- **Nombre:** Miguel Sánchez Delgado
- **Año de nacimiento:** 1980
- **Formación:** ciclo en diseño de interiores y Diplomatura en diseño de interiores en la Escuela Superior de Diseño de Valencia
- **Qué te motivó a dedicarte a esta profesión...** lo tenía claro desde siempre, una vocación absoluta.
- **Principal virtud...** saber escuchar
- **Principal defecto...** saber escuchar
- **Un lema...** la belleza está en el interior
- **Lo que más le gusta de la profesión...** conocer muchos clientes interesantes, que me ofrecen visiones distintas
- **Lo que menos...** que estuviera más reglada y estandarizada la profesión, menos intrusismo
- **Cómo te imaginas tu profesión dentro de 10 años...** trabajando a nivel internacional
- **El cliente ideal...** ... el que valora tu trabajo
- **Un referente...** Frank Lloyd Wright
- **Una fuente de inspiración...** El s.XX movimiento moderno, las vanguardias de la arquitectura
- **En qué otro lugar vivirías...** En NY
- **La ciudad ideal...** ... muy grande y con muchos contrastes
- **Zona preferida de la vivienda...** la cocina



housedoit

---

### 3. SOBRE LA FAMILIA QUE HABITA LA VIVIENDA

Son un matrimonio de edad media con tres hijos adolescentes (3 chicos y una chica). No tienen mascotas. Son médicos y el padre además es profesor en la universidad. Se preocupan mucho por la formación de los hijos. Por eso su prioridad es optimizar la zona de estudio del dormitorio de los hijos. Como les gusta mucho cocinar, invitar a amigos a cenar y los fines de semana cocinan todos juntos, quieren una amplia zona de bancada en la cocina, y un espacio amplio en el salón para practicar deporte con un entrenador personal y recibir gente.

### 4. SOBRE LA INTERVENCIÓN

- **Año:** 2013
- **Plazo:** 6 meses
- **Presupuesto:**
- **El reto...** 125.000 €
- **Un estado de ánimo...** hacerle entender al cliente que tenía un problema de uso en los espacios. Y por otra parte, con un presupuesto limitado, sin salirse, obtener los resultados deseados.
- **Qué aspecto del resultado fue más satisfactorio...** con la iluminación del pasillo.
- **Qué asombró más a los habitantes tras la reforma...** que les cabía todo. el pasillo, su distribución y aspecto.

La familia buscaba estética y comodidad. Tenían como referente la casa de un amigo, intervenida también por el mismo interiorista. No obstante, tanto funcionalmente como estéticamente, el resultado fue totalmente distinto, ya que la intervención está adaptada a las necesidades de la familia y acorde con su forma de vivir. Como los padres dan mucha importancia a la formación de sus hijos, cada dormitorio de 1 piso, debía tener una zona de estudio, con escritorio y bien iluminado. Y como les preocupaba mucho que todo estuviera en orden para crear un



housedoit

---

ambiente propicio para el estudio, ha sido fundamental proveer a la vivienda de zonas de almacenaje.

Aunque en un principio la idea era reformar sólo cocina y baños, y poner suelo de parquet, al final se distribuyó toda la vivienda, y se añadió un baño nuevo y un lavadero, quedando cuatro habitaciones, tres baños, el pasillo reducido a la mitad y un salón con cocina integrada, siendo este, la estancia donde se procuró más atención, por ser este el espacio donde más vida en común hace la familia y fomentar así el núcleo familiar común hasta que los hijos se emancipen.

## **5. SOBRE LOS PRODUCTOS**

La gran mayoría de los productos y mobiliario eran de la familia, y fueron respetados no por su funcionalidad sino por su valor emocional. Los clientes, aunque no tenían en mente ninguna tendencia ni línea estética, querían espacios neutros que irradian armonía y quietud. Los productos tenían que responder a esa misma característica, y como requisito a cumplir, una buena relación calidad precio para poder llegar al presupuesto marcado. Los productos son facilitadores e intuitivos, y mantienen la sensación de paz y armonía que los clientes querían. Los elementos decorativos y el mobiliario, dentro de un ese entorno más sobrio adquirían presencia, y dotaban de identidad al espacio. No hubo desequilibrio entre elementos, el grado de homogeneidad entre ellos era notable. Fue la zona de día a la que se prestó más atención, por ser esta el núcleo de convivencia de la familia.



housedoit

---

## 1. DATOS DE LA EMPRESA

- **Nombre:** Laura Yerpes
- **Actividad:** Estudio de diseño de interiores.
- **Año de inicio:** 2005
- **Ubicación:** Valencia
- **Web:** [www.laurayerpes.es](http://www.laurayerpes.es)

## 2. SOBRE EL PROFESIONAL

- **Nombre:** Laura Yerpes
- **Año de nacimiento:** 1974
- **Formación:** Diseño de Interior en Peris Torres.
- **Qué te motivó a dedicarte a esta profesión...** lo llevaba en la sangre, desde pequeña.
- **Principal virtud...** Sinceridad, acercamiento con el cliente.
- **Principal defecto...** muy exigente.
- **Un lema...** Hay un proyecto para cada persona.
- **Lo que más le gusta de la profesión...** Desarrollar el proyecto.
- **Lo que menos...** Dirección de obra.
- **Cómo te imaginas tu profesión dentro de 10 años...** Con un estudio en Madrid y con una pequeña exposición de producto.
- **El cliente ideal...** El que confía en ella.
- **Un referente...** Le Corbusier.
- **Una fuente de inspiración...** Arquitectura moderna del s. XX
- **En qué otro lugar vivirías...** Londres
- **La ciudad ideal...** Londres o París.
- **Zona preferida de la vivienda...** Cocina.



housedoit

---

### 3. SOBRE LA FAMILIA QUE HABITA LA VIVIENDA

El propietario es un hombre soltero, empresario de una empresa del sector textil. Viaja constantemente, por lo que comparte el hogar con su madre y su hermana que son quienes la habitan

### 4. SOBRE LA INTERVENCIÓN

- **Año:** 2013
- **Plazo:** 3 meses.
- **Presupuesto:** 120.000€
- **El reto...** El poco plazo que tenían.
- **Un estado de ánimo...** Comodidad, fresca.
- **Qué aspecto del resultado fue más satisfactorio...** Las puertas.
- **Qué asombró más a los habitantes tras la reforma...** Todo en general.

Piso de 80 metros cuadrados donde se respetaron suelo y techos, salvo alguna moldura de los techos. También se mantuvo la distribución original de la vivienda. pero se sustituyó el tabique que separaba cocina y salón por una puerta corredera para unificar y ampliar la estancia. Además, para obtener más espacio y unidades de almacenaje, se amuebló toda la casa, se reformaron los baños, y se añadieron armarios a medida para almacenaje.

### 5. SOBRE LOS PRODUCTOS

Se amuebló toda la vivienda, el mobiliario lo eligió la interiorista con la aprobación del cliente, que buscaba calidad y diseño. Se diseñó a medida el mobiliario para los baños buscando el máximo aprovechamiento del espacio para ganar capacidad de almacenaje. Las griferías son de gama alta. Se buscaba un ambiente mediterráneo, fresco y cómodo.



housedoit

---

## 1. DATOS DE LA EMPRESA

- **Nombre:** Masquespacio
- **Actividad:** interiorismo y comunicación
- **Año de inicio:** 2010
- **Ubicación:** Valencia
- **Web:** [www.masquespacio.com](http://www.masquespacio.com)

## 2. SOBRE EL PROFESIONAL

- **Nombre:** Ana Milena Hernández Palacios
- **Año de nacimiento:** 1982
- **Formación:** Diseñadora de Interiores
- **Qué te motivó a dedicarse a esta profesión...** nací para esto, no me imagino haciendo otra cosa, además tengo referentes familiares.
- **Principal virtud...** la creatividad.
- **Principal defecto...** la falta de organización, aunque lo estoy mejorando.
- **Un lema...**trabajo por pasión.
- **Lo que más te gusta de tu profesión...** la culminación de un trabajo y que queda como se plantea.
- **Lo que menos...** es muy duro saber que el cliente te deja su proyecto de vida en tus manos.
- **Cómo te imaginas tu profesión dentro de 10 años...** muy valorada, todavía se considera un arte menor, aunque los clientes se van dando cuenta de su valor
- **El cliente ideal...** el que confía en nosotros
- **Un referente...** Torafu y Anagrama
- **Una fuente de inspiración...** plataformas como The Cool Hunter o Designboom, blogs de todo tipo, la fotografía...
- **En qué otro lugar vivirías...** Nueva York
- **La ciudad ideal...** como Valencia pero con más diseño
- **Zona preferida de la vivienda...** el salón



housedoit

---

### 3. SOBRE LA FAMILIA QUE HABITA LA VIVIENDA

El propietario de la vivienda es un chico soltero de 32 años, empresario, muy sofisticado aunque nada ostentoso, amante de la vanguardia y muy cosmopolita.

Le gusta disfrutar de su casa, la cuida y presta mucha atención a los detalles que le hacen sentir su hogar como un espacio cómodo y cálido.

### 4. SOBRE LA INTERVENCIÓN

- **Año:** 2011
- **Plazo:** 1 año
- **Presupuesto:** 30.000€
- **El reto...** guiar bien al cliente desde nuestra corta experiencia en ese momento
- **Un estado de ánimo...** energía
- **Qué aspecto del resultado fue más satisfactorio...** la composición del dormitorio
- **Qué asombró más a los habitantes tras la reforma...** la calidez obtenida por la combinación de colores

La vivienda de 125m<sup>2</sup> pertenece a un edificio construido a finales de los años 90 frente a la Ciudad de las Artes y de las Ciencias de Valencia. Tanto por el emplazamiento del edificio como por el diseño de la construcción, la vivienda se caracteriza por disponer de mucha luminosidad natural unida a unas vistas sin igual en el resto de la ciudad. Estas cualidades son las más valoradas y las que más se quiere potenciar con la renovación.

El propietario es un hombre enérgico, ambicioso, en continua evolución y quiere que su hogar sea reflejo de su estilo de vida. Tanto es así que la intervención realizada se diseñó para una durabilidad máxima de tres años. Este sentido tan efímero por parte del cliente responde claramente a la necesidad de renovación constante y de búsqueda de rodearse de lo más vanguardista del momento.

La intervención realizada apenas afectó a la distribución original de la vivienda. Se alisaron las paredes, se renovó uno de los dos baños y se redujo de tres a dos dormitorios, ganando



housedoit

---

metros el salón y dotándole de más amplitud para mayor uso y disfrute, además lograr el objetivo de potenciar la zona más atractiva de la casa.

A pesar de ser una construcción distinta a lo habitual en la época, mantiene el tipo en peine de distribución tradicional del s.XX donde la vivienda se compartimenta a lo largo de un pasillo. Puesto que no se disponía de un presupuesto que permitiera alterar por completo esta situación, el estudio resolvió darle utilidad a dicha zona de paso convirtiéndola en un espacio de exposición fotográfica que el propietario podía renovar constantemente.

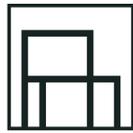
## **5. SOBRE LOS PRODUCTOS**

Cada uno de los productos elegidos para esta vivienda refleja calidez y masculinidad.

El salón, por sus dimensiones y diversidad de uso, fue la estancia donde se destinó mayor partida económica. El espacio está presidido por una lámpara roja y de notables dimensiones de la firma Lucente.

La vivienda se amuebló nueva por completo y para ello se emplearon algunos objetos de alta gama que dotaron de carácter y personalidad a la casa y que fueron acompañados por otros básicos y simplemente correctos y acordes a las necesidades de funcionalidad y estética del conjunto.

Anteriormente, el propietario, ya había reformado la cocina eligiendo el color rojo para el mobiliario y que finalmente no le gustó. Con esta intervención se cubrieron los frentes con vinilo blanco obteniendo un resultado espectacular sin apenas inversión.



housedoit

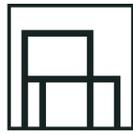
---

## 1. DATOS DE LA EMPRESA

- **Nombre:** MINICUBE
- **Actividad:** Estudio colaborativo
- **Año de inicio:** 2001.
- **Ubicación:** Valencia
- **Web:** [www.minicube.es](http://www.minicube.es)

## 2. SOBRE EL PROFESIONAL

- **Nombre:** Enrique Ruiz Canorea
- **Año de nacimiento:** 1978
- **Formación:** Arquitectura técnica.
- **Qué te motivó a dedicarte a esta profesión...** la pasión por la construcción.
- **Principal virtud...** el compromiso.
- **Principal defecto...** la exigencia.
- **Un lema...** siempre hay que ir hacia adelante.
- **Lo que más le gusta de la profesión...** crear algo que luego se puede materializar.
- **Lo que menos...** la dificultad de mostrar al cliente lo que estás pensando para su proyecto.
- **Cómo te imaginas tu profesión dentro de 10 años...** diseñando, creando y disfrutando de la aceptación de los clientes.
- **El cliente ideal...** es el que se compromete y participa durante el proceso del proyecto, que tenga las cosas claras y no haga cambios a posteriori.
- **Un referente...** Luis de Garrido.
- **Una fuente de inspiración...** el estilo *vintage*.
- **En qué otro lugar vivirías...** en Reino Unido.
- **La ciudad ideal...** es aquella donde puedes pasear a gusto por la calle, con zonas verdes y sin tráfico.
- **Zona preferida de la vivienda...** la cocina, sobre todo si está integrada con la zona de estar.



housedoit

---

### 3. SOBRE LA FAMILIA QUE HABITA LA VIVIENDA

El propietario de la vivienda es un hombre maduro que vive solo y habitualmente fuera de España. La vivienda es una segunda residencia para realizar escapadas a la montaña y recibir amigos. Concedida para él como su refugio donde aislarse y practicar su afición favorita: la pintura, la vivienda no debía tener más de 40 metros cuadrados.

### 4. SOBRE LA INTERVENCIÓN

- **Año:** 2013-2014
- **Plazo:** Tres meses.
- **Presupuesto:** 40.000 € (incluido acondicionamiento del terreno).
- **El reto...** cumplir con los compromisos y con la logística del proyecto, transportar la vivienda prefabricada desde el taller hasta el solar donde se ubicó.
- **Un estado de ánimo...** serenidad.
- **Qué aspecto del resultado fue más satisfactorio...** la estabilidad estructural de la vivienda, sobre todo que no sufriera durante el transporte.
- **Qué asombró más a los habitantes tras la reforma...** esperaba una cabaña de madera y se encontró con una vivienda de lujo en la montaña.

Se trata de una vivienda de nueva construcción, unifamiliar, en un entorno rural con vistas a la naturaleza y con el mar en la línea del horizonte. Se buscó la orientación este-oeste a petición del propietario, para obtener las vistas deseadas.

La vivienda tiene como particularidad una estructura modular de madera compacta y sólida, construida en un taller y luego transportada en camión hasta la ubicación final.



housedoit

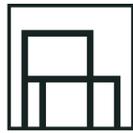
---

55 metros cuadrados construidos, 40 metros cuadrados habitables. Un bloque aislado de madera, elevado del suelo, para obtener un entorno con eficiencia energética alta que necesite poca calefacción y refrigeración.

En cuanto a la distribución, ideada para separar la zona de día (salón-comedor y cocina) de la zona de noche (dos dormitorios con un pequeño distribuidor), la luz y la altura hacen que el espacio parezca más grande. Y aunque en un principio no se quería sobrepasar los 40 metros cuadrados construidos, una vez instalada la vivienda, el propietario decidió ampliar el porche.

## 5. SOBRE LOS PRODUCTOS

La vivienda en general sigue una línea de productos minimalista y actual. Es muy luminosa y predominan los colores claros en el interior. El baño es la estancia con más detalles, aunque sea la más pequeña. Combina materiales de alta calidad, con piedra natural, vidrio y pladur, y acabó siendo una pieza importante que dota de personalidad a la vivienda. En la cocina también se usaron materiales de alta gama (por ejemplo, encimera Neolith de alta calidad, resistencia y con mucho valor estético). La distribución de la vivienda permite adaptar en el futuro las estancias con flexibilidad. Para el exterior, el propietario escogió un color oscuro de madera, un material que adquiere protagonismo tanto en la estructura como en las soluciones a la vista.



housedoit

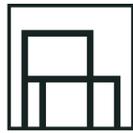
---

## 1. DATOS DE LA EMPRESA

- **Nombre:** NOGALES PROYECTOS DE INTERIOR
- **Actividad:** Estudio de diseño de interiores
- **Año de inicio:** 2004
- **Ubicación:** Valencia
- **Web:** [www.nogalesinteriorismo.com](http://www.nogalesinteriorismo.com)

## 2. SOBRE EL PROFESIONAL

- **Nombre:** Beatriz Fernández Nogales
- **Año de nacimiento:** 1970
- **Formación:** Diseño de interiores (Escuela de Artes Aplicadas).
- **Qué te motivó a dedicarte a esta profesión...** siempre me interesó la pintura y la psicología. El interiorismo me permite trabajar con espacios, modelos, jugar con los objetos y la luz, conocer a las personas.
- **Principal virtud...** la diversidad.
- **Principal defecto...** soy demasiado impulsiva.
- **Un lema...** la humildad.
- **Lo que más le gusta de la profesión...** la parte creativa.
- **Lo que menos...** la parte económica.
- **Cómo te imaginas tu profesión dentro de 10 años...** mejor, el cliente entenderá mejor la profesión.
- **El cliente ideal...** una persona sin etiquetas.
- **Un referente...** Antonio López (pintor) y Enric Miralles (arquitecto).
- **Una fuente de inspiración...** El siglo XX
- **En qué otro lugar vivirías...** Italia y España.
- **La ciudad ideal...** es habitable, humana, con espacios culturales y de esparcimiento.
- **Zona preferida de la vivienda...** la cocina.



housedoit

---

### 3. SOBRE LA FAMILIA QUE HABITA LA VIVIENDA

Los propietarios de la vivienda son una pareja en la treintena, con un bebé. Ambos tienen estudios y trabajan fuera de casa. Tienen gusto por la decoración y la arquitectura. Y hacen bastante vida social en la vivienda.

### 4. SOBRE LA INTERVENCIÓN

- **Año:** 2012
- **Plazo:** 6 meses desde el primer contacto. (3 meses de ejecución de obra)
- **Presupuesto:** 100.000€.
- **El reto...** Abrir los espacios y vivir la casa en su totalidad, sin espacios residuales.
- **Un estado de ánimo...** Paz
- **Qué aspecto del resultado fue más satisfactorio...** Haber conseguido una zona común amplia y particular.
- **Qué asombró más a los habitantes tras la reforma...** ... Que las visitas no quieren marcharse de la casa (de lo a gusto que están).

La reforma ha sido integral, y también el amueblamiento de la vivienda. Un cuarto piso de 150 metros cuadrados donde se redistribuyeron por completo los espacios de la vivienda, aportando luz desde la fachada hasta las estancias interiores. Y se abrió una zona pública, para conectar la cocina con la zona privada (habitaciones). Con la zona pública se ganó espacio para hacer vida familiar y recibir visitas. A cambio, se redujo el espacio de las zonas privadas, reduciendo el número de habitaciones a dos, pero de gran amplitud.

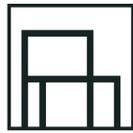


housedoit

---

## 5. SOBRE LOS PRODUCTOS

El acabado final sigue un aire industrial con amplios espacios y acabados *vintage*. Se construyó un cerramiento en hierro para la cocina, transparente y que funciona como elemento vertebrador de la zona pública. La carpintería interior fue diseñada a medida: grandes puertas de paso molduradas, muebles de baño ajustados a las necesidades de almacenamiento y armarios de vestidor de gran capacidad, aprovechando la altura máxima de la vivienda. En general, en el mobiliario se utilizó una estética inspirada en el diseño nórdico, con piezas de mobiliario realizado a medida y piezas singulares. Finalmente, cabe destacar la singularidad de algunas piezas que están realizadas a partir de materiales de derribo y elementos recuperados.



housedoit

---

## 1. DATOS DE LA EMPRESA

- **Nombre:** Pandora Interiorismo
- **Actividad:** interiorismo
- **Año de inicio:** 2006
- **Ubicación:** Valencia
- **Web:**

## 2. SOBRE EL PROFESIONAL

- **Nombre:** Carolina Almiñana Lledó
- **Año de nacimiento:** 1976
- **Formación:** Abogada de Familia y Autodidacta del Interiorismo
- **Qué te motivó a dedicarte a esta profesión...** realmente siempre he tenido vocación por esta profesión pero me formé en derecho y ejercí como abogada durante varios años porque “era lo que había que hacer” aunque finalmente pudo mi pasión por este oficio.
- **Principal virtud...** la empatía
- **Principal defecto...** el exceso de confianza
- **Un lema...** hay que ponerse en la piel del cliente
- **Lo que más le gusta de la profesión...** me gusta crear casas donde la gente se sienta a gusto.
- **Lo que menos...** el aspecto económico, que todo tenga que tener un precio
- **Cómo te imaginas tu profesión dentro de 10 años...** me encantaría que se le diera más importancia incluso desde la educación infantil, parece como si resultara banal el entorno que habitamos.
- **El cliente ideal...** el que confía en mí.
- **Un referente...** Joaquín Torres, Zaha Hadid y Norman Foster
- **Una fuente de inspiración...** revistas, libros y sobre todo el propio espacio sobre el que voy a proyectar
- **En qué otro lugar vivirías...** Nueva York
- **La ciudad ideal...** Valencia es una ciudad muy ideal, con posibilidades, cultura, mar...



housedoit

---

- **Zona preferida de la vivienda...** el salón

### 3. SOBRE LA FAMILIA QUE HABITA LA VIVIENDA

Los propietarios de la vivienda son un matrimonio joven de unos 30 años sin hijos, aunque planean tenerlos, ni mascotas. Ambos trabajan fuera de casa y viajan asiduamente tanto por negocios como por placer. Les gusta disfrutar de la vida, la gastronomía y recibir a familiares y amigos en su casa.

### 4. SOBRE LA INTERVENCIÓN

- **Año:** 2006
- **Plazo:** 5 meses
- **Presupuesto:** 125.000€
- **El reto...** unificar los oficios y que el resultado de cada uno quedará en sintonía con el del resto
- **Un estado de ánimo...** ilusión
- **Qué aspecto del resultado fue más satisfactorio...** la mezcla e integración de lo antiguo con lo nuevo
- **Qué asombró más a los habitantes tras la reforma...** que todo casara como un puzzle

La vivienda data de los años 60 y no había sido intervenida en ninguna ocasión. Perteneció a los abuelos de uno de los cónyuges que la recibió en herencia y decidieron invertir en ella y reformarla por completo. Se trata de un piso de 160m<sup>2</sup> con distribución típica de la época, es decir, múltiples estancias muy pequeñas y un salón muy grande ubicado al final del largo y estrecho pasillo.

Los objetivos principales de la pareja eran ganar amplitud y luminosidad en las estancias, conseguir un ambiente de calidez y conservar en la medida de lo posible el mobiliario heredado tanto por su valor sentimental como por su calidad artesanal.

La interiorista propuso mantener el salón/comedor al final de la vivienda, ya que este área de la casa recaía sobre la fachada principal del edificio y haciendo chaflán. De este modo, esta estancia siguió siendo la más amplia de la vivienda, con 70m<sup>2</sup>, pero adquirió el uso



housedoit

---

actual de punto de encuentro y recogimiento a diferencia de costumbres anteriores cuando el salón se mantenía siempre cerrado y solo se disfrutaba durante las ocasiones especiales.

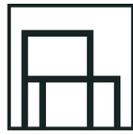
La cocina se mantuvo independiente del salón/comedor aunque se encuentra contigua a este y con amplias puertas correderas con la intención de mantenerlas abiertas mientras que la familia convive en ambas estancias.

Se crearon tres dormitorios muy amplios y dos cuartos de baño, uno reservado para el matrimonio con bañera y otro de cortesía con ducha.

## **5. SOBRE LOS PRODUCTOS**

El equipamiento básico de la vivienda como pavimento, puertas, ventanas, paredes y cortinado se eligieron con tonos y texturas neutras y sencillas con el fin de dar cabida al eclecticismo generado de integrar el mobiliario heredado, como una silla Thonet original, con elementos nuevos de carácter altamente vanguardista y junto con los productos que el matrimonio adquiriría en cada uno de sus viajes por el mundo.

Los nuevos productos se compraron de alta gama y carácter propio buscando su perdurabilidad en el tiempo, por encima de las modas, del mismo modo que los heredados.



housedoit

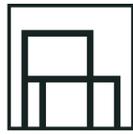
---

## 1. DATOS DE LA EMPRESA

- **Nombre:** Cot by Cot SLU
- **Actividad:** interiorismo
- **Año de inicio:** 1999
- **Ubicación:** Valencia
- **Web:** [www.cot-interiores.com](http://www.cot-interiores.com)

## 2. SOBRE EL PROFESIONAL

- **Nombre:** Vanesa Cot Díaz
- **Año de nacimiento:** 1973
- **Formación:** Graduada en Artes y Oficios con especialidad en Decoración
- **Qué te motivó a dedicarte a esta profesión...** mi padre
- **Principal virtud...** El nivel de profundidad en el detalle y el conocimiento del oficio
- **Principal defecto...** No ponerme límites por miedo a perder el cliente. También me considero desordenada en la gestión del estudio... soy interiorista, no empresaria
- **Un lema...** Los problemas siempre están pero en la capacidad de resolverlos es donde se acuerdan de ti
- **Lo que más te gusta de la profesión...** Ver como las ideas pasan del papel a la realidad y se resuelven los objetivos marcados
- **Lo que menos...** El intrusismo y el desconocimiento general de la sociedad sobre nuestra profesión
- **Cómo te imaginas tu profesión dentro de 10 años...** Me gustaría que llegara a ser una profesión claramente reconocida y profesionalizada
- **El cliente ideal...** El que confía y forma parte del equipo
- **Un referente...** Vicente Navarro, Pepe Cosín, Carmen Baselga, Isabel López Vilalta, Francesc Rifé, Sandra Tarruella, Vicente Montañana...
- **Una fuente de inspiración...** publicaciones especializadas, movimientos culturales de asociacionismo y disciplinas que van más allá del interiorismo como la arquitectura, el paisajismo, el urbanismo e incluso el diseño gráfico
- **En qué otro lugar vivirías...** Nueva York



housedoit

---

- **Tu ciudad ideal...** Una que tuviera espacios comunes para la convivencia dentro de los propios edificios
- **Zona preferida de la vivienda...** las áreas de descanso y sobre todo las zonas comunes, me gusta promover la convivencia

### 3. SOBRE LA FAMILIA QUE HABITA LA VIVIENDA

Los propietarios son un matrimonio de 65 años con hijos mayores que ya no conviven en el hogar. Les gusta viajar y disfrutan de la gastronomía y los pequeños placeres de la vida.

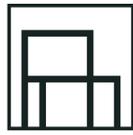
Tras la reforma han comenzado a reunirse en su hogar con sus familiares y amigos de toda la vida para compartir gustosas veladas infinitas.

### 4. SOBRE LA INTERVENCIÓN

- **Año:** 2011
- **Plazo:** 3 meses
- **Presupuesto:** 90.000€
- **El reto...** Eliminar prejuicios y hábitos de toda una vida en la casa
- **Un estado de ánimo...** Ilusión
- **Qué aspecto del resultado fue más satisfactorio...** La luminosidad
- **Qué asombró más a los habitantes tras la reforma...** La amplitud

Se trataba de un piso de 100m<sup>2</sup> con 4 dormitorios en un edificio construido en los años 70. Excesivamente compartimentado y con las estancias distribuidas a lo largo de un pasillo estrecho. La última intervención realizada había sido 40 años atrás, por lo que el aspecto de la vivienda era anticuado y el estado deteriorado.

Estos motivos, sumados al hecho de que los hijos ya no convivían con el matrimonio en el hogar, fue lo que motivó a los propietarios a renovar el espacio por completo con los objetivos



housedoit

---

principales de luminosidad, limpieza, amplitud, funcionalidad y capacidad de almacenaje para ordenar toda una vida de la familia.

No se realizaron grandes cambios en la distribución de la vivienda, lo más destacable fue la reducción de 4 dormitorios a 2, uno para ellos y otro para el nieto. De los otros dos dormitorios, uno se eliminó dando más espacio a otras estancias y el otro pasó a convertirse en despacho.

Con intención de ganar metros y luminosidad a la vivienda se integraron los balcones al interior, se colocaron tabiques de cristal y puertas correderas en toda la zona de día. También se igualó la altura del techo de toda la vivienda. De este modo daba la sensación de recorrer una única estancia.

## **5. SOBRE LOS PRODUCTOS**

La mayor partida económica se la llevaron la cocina y el vestidor del dormitorio principal debido a las armariadas y detalles empleados para la optimización máxima de los compartimentos.

El matrimonio había adquirido a lo largo de su vida algunas piezas de diseño de autor que seguían en perfecto estado y se mantuvieron en la vivienda. Se crearon librerías a medida en el salón y zonas de paso para aprovechar al máximo el espacio. El resto de mobiliario y elementos fueron comprados nuevos y para su elección primó la funcionalidad, facilidad de uso y limpieza y relación calidad-precio frente a la estética.

La gama de colores que se eligió fue radicalmente opuesta a la que estaba. El matrimonio demandó blancos, grises y negros en contraposición a los marrones y beige que impregnaban anteriormente toda la vivienda.

Acompañando a la gama cromática de tonalidades frías y contrastadas, se eligieron también así los materiales de los productos: cristal, metal, porcelánico y hormigón en los pilares.



## **SOBRE HOUSEDOIT**

www.housedoit.com

## **HOUSEDOIT, NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA EL INTERIORISMO.**

Housedoit nace para mejorar el proceso de trabajo de los profesionales creativos y potenciar el valor de sus ideas poniendo a su servicio las nuevas tecnologías.

Nos dirigimos a diseñadores de espacios y de producto mediante las siguientes actividades:

**+ Talleres y eventos especializados.**

**+ Publicaciones sobre el habitat y su evolución.**

**+ Aplicaciones online e inteligencia competitiva.**

Organizamos talleres para el conocimiento a través de la experiencia, publicamos libros de investigación cualitativa donde se refleja la actividad de los diseñadores y el estado del sector y llevamos a cabo encuentros entre profesionales para estrechar lazos y generar sinergias.

Nuestro objetivo es ser partícipes de la dinamización y evolución del sector del diseño.



### **Recorrido**

#### **2011**

Housedoit nace como idea ganadora del evento para emprendedores resetWeekend Castellón.

#### **2012**

Retomamos la idea inicial y generamos un modelo viable que nos lleva a conseguir dos primeros premios por modelo de negocio enmarcados en el Día de la Persona Emprendedora de la Comunidad Valenciana.

#### **2013**

Adquirimos formación empresarial básica pasando por Operación Emprende de AJEV e Itinerario Emprendedor-Valencia Emprende promovido por el Ayuntamiento de Valencia.

Este año nos sirve también para madurar el modelo mientras establecemos contacto con clientes y vamos perfilando la propuesta de valor, productos y servicios.

## **2014**

Housedoit Innovative Research, SL se constituye el 7 de abril de 2014. Nos dirigimos a diseñadores de interior y de producto mediante las siguientes actividades:

- + Formación y eventos especializados.
- + Libros de investigación cualitativa de carácter comercial donde se refleje el estado del arte del sector.
- + Plataforma online para difusión inteligente y acceso a herramientas útiles para los profesionales.

## **2015**

Entramos a formar parte como socio tecnológico en VALENCIALAB, laboratorio de innovación y emprendimiento promovido por Florida Universitaria en colaboración con la Confederación Empresarial Valenciana.

## **ENTREVISTAS**

**NOMBRE:** CARLA TOMÁS

**EMPRESA:** HOUSEDOT INNOVATIVE RESEARCH S.L

**PUESTO:** FOUNDER & CEO

## **1.\_ Entre tu y housedoit, ¿ Por qué lo elegiste, por qué crees que te eligió Housedoit a ti?**

Después de casi 4 años desde el nacimiento de la idea Housedoit, me doy cuenta de que está relacionada con todo lo que apasiona, desde la observación del entorno hasta su composición y diseño. Imagino que no ha sido casualidad que nos eligiéramos, en realidad nos hemos ido conformando la una a la otra.

## **2.\_ ¿Cómo definirías a Housedoit?**

Housedoit, como empresa, está en un estado todavía muy temprano. De la idea pasamos al proyecto empresarial y de ahí a la empresa donde llevamos un recorrido de 16 meses. Aun así, este periodo, de apenas año y medio, ha sido intenso y ha dado para que la empresa vaya cogiendo identidad y carácter propio bien definido. Housedoit es dinamismo constante, la razón de existir de esta empresa es agilizar y mejorar procesos por lo que está directamente ligada con la creatividad, la innovación y la tecnología.

El nombre de la empresa está inspirado por la expresión que puso de moda Nike lanzando el slogan Just Do It en una de sus campañas donde se hacía alusión a vencer las barreras y ponerte en marcha para lograr tus metas. Desde la empresa hemos querido llevar ese concepto a nuestra propia identidad ya que con las herramientas tecnológicas de Housedoit los interioristas podrán desarrollar sus proyectos reduciendo

al máximo las barreras con las que habitualmente se encuentran.

## **3.\_ ¿Por qué surge la idea de crear una colección de libros?. Siento House ha sido el primero, por qué. ¿Cuál va a ser el próximo?**

Como empresa que quiere desarrollar un producto de éxito en el mercado al que se dirige, es fundamental conocer bien a los que van a ser tus clientes por lo que necesariamente teníamos que entrar en contacto con profesionales del interiorismo y averiguar todo lo que pudiéramos sobre su día a día y los principales problemas a los que se enfrentan. Este iba a ser un trabajo intenso que, además de muchas pistas para un buen desarrollo, nos iba a portar conocimiento sobre el sector y nos brindaba la posibilidad de abrir una ventana por donde pudiera asomarse todo aquel que estuviera interesado en conocer mejor a estos profesionales. Esa ventana se materializa en la colección de libros que estamos desarrollando. Con estos libros queremos poner en valor la profesión del interiorista y crear un producto que pueda servir de inspiración a los jóvenes que quieren desarrollar esta labor.

Siento House, Diseñando Hogares para la Vida, ha sido el primero porque trata de la vivienda, de cómo se compone, de la relación que sus habitantes tienen con ella y, especialmente, de porque las cosas son así, cuáles son las motivaciones y necesidades de las personas y como un interiorista consigue que su entorno, su hogar, cumpla con sus expectativas.

## ENTREVISTAS

El siguiente libro tendrá una estructura similar pero enfocado a entornos fuera del hogar, como puedan ser oficinas, hospitales, escuelas, hoteles, restaurantes... está pendiente de concretar.

### **4.\_ Escribir un libro de esta tipología lleva un proceso largo ¿ qué destacarías?**

La reflexión. Cuando decidimos materializar el análisis sobre el sector que necesitábamos hacer en un libro de venta al público, asumimos el compromiso de reflexionar profundamente sobre nuestras conclusiones.

### **5.\_ ¿Cómo ha sido la experiencia de llevar a cabo este proyecto?**

Lenta, como debe ser según mi perspectiva, por ser el primero. Estamos satisfechas con el resultado y hemos aprendido sobre todo el proceso. A partir de aquí, nos atrevemos con todos los nuevos libros que queramos crear.

### **6.\_ ¿Qué papel tiene Housedoit en el universo del hábitat y el diseño?**

Actualmente es un papel muy pequeño, de hecho todavía está en bambalinas y aún no ha salido a escena. Pero estamos preparándonos para salir y convertirnos en el portal donde acuden los interioristas para localizar rápidamente los productos más adecuados para sus proyectos de diseño.

### **7.\_ Para finalizar. Expresa con una palabra cómo te hace sentir Housedoit.**

Viva.



## ENTREVISTAS

**NOMBRE:** NOELIA COLL

**EMPRESA:** HOUSEDOIT INNOVATIVE RESEARCH S.L

**PUESTO:** CO-FOUNDER & WORKSHOP MANAGER

### **1.\_ Entre tu y housedoit, ¿ Por qué lo elegiste, por qué crees que te eligió Housedoit a ti?**

En un evento emprendedor llamado ResetWeekend participé en el nacimiento de Housedoit. Empezó gateando para luego aprender a caminar, y fue entonces, cuando las vicisitudes del destino me llevaron a Valencia, justo en el momento en el que Housedoit estaba comenzando a caminar como empresa. No sé quién eligió a quién, quiero pensar que las cosas no pasan por casualidad.

### **2.\_ ¿Cómo definirías a Housedoit?**

Housedoit es pasión, ilusión y aprendizaje. Son algunas de los adjetivos que definen a las tres socias y que, en consecuencia, definen a Housedoit.

### **3.\_ ¿Por qué surge la idea de crear una colección de libros?. Siento House ha sido el primero, por qué. ¿Cuál va a ser el próximo?**

Desde Housedoit, entendemos que los libros son como una fotografía de la realidad de un momento concreto. Una instantánea que recoge un conjunto de items para ser analizados por el lector bajo unas hipótesis concretas. Un libro como Siento House, recoge un conjunto de proyectos dónde, entre otras cosas, se analiza la adaptación de las familias a sus hogares llevado de la mano del interiorista.

El lugar donde habitan los seres humanos es muy amplio y diverso: en los hogares, en el trabajo, en las segundas residencias, en los espa-

res, un segundo libro parece lógico que trate de las nuevas formas de interactuar en el espacio de trabajo, que es el lugar donde pasamos más horas de nuestra vida.

### **4.\_ Escribir un libro de esta tipología lleva un proceso largo ¿ qué destacarías?**

En un libro de investigación cualitativa como Housedoit han participado muchas personas: los interioristas, las entrevistadoras, los técnicos del observatorio de tendencias, una ilustradora, un maquetador, una directora de arte, los revisores, la imprenta... Durante todo el proceso destacaría precisamente el hecho de propiciar estos encuentros con todos estos profesionales, de los cuales hemos ido aprendiendo. En definitiva, destacaría el aprendizaje personal y profesional.

### **5.\_ ¿Cómo ha sido la experiencia de llevar a cabo este proyecto?**

Como todos los proyectos en los que se embarca Housedoit: gratificantes.

### **6.\_ ¿Qué papel tiene Housedoit en el universo del hábitat y el diseño?**

Housedoit es la plaza donde se encuentra los diseñadores de interior con los diseñadores y fabricantes de productos del hábitat.

### **7.\_ Para finalizar. Expresa con una palabra cómo te hace sentir Housedoit.**

Motivación





SIENTO HOUSE.  
DISEÑANDO HOGARES PARA LA VIDA.