

Título: **Dint - Diplomado en Diseño de Interiores – (Metodología de Diseño Interior)**

Autor: **Mtro. y Arq. Alejandro Viramontes Muciño**

www.dint-uam.com

www.dint-magazine.com

www.viramontes-arq.com

Introducción.

Con esta metodología utilizada los alumnos conocen y aprenden como mejorar la calidad de vida de los usuarios.

Con esta metodología los alumnos conocieron y aprendieron las estrategias que permita el desarrollo de proyectos y obras sobre la especialidad en diseño de interiores. En ella se ofrece una metodología de diseño interdisciplinar con especialidades de las diversas áreas del diseño para mejorar su entendimiento y practicidad del conocimiento adquirido. Esta actividad profesional de diseño está orientada a procurar, como servicio de la sociedad, la más idónea resolución del entorno habitable del hombre, mediante la aplicación de determinados elementos y normas básicas de diseño, técnicas funcionales, estéticas, ambientales, psico-sociales, sensoriales, económicas y legales.

Metodología de Diseño Interior.

En esta metodología iniciaremos con determinar que es un socio, un asociado y trabajador, así como cliente y que es un usuario, en el caso del primero este puede tener los siguientes significados:

Socio:

- Socio (del latín *socius*: compañero, asociado; a menudo usado en francés: *partenaire*) es la persona que recibe cada una de las partes en un contrato de sociedad. Mediante ese contrato, cada uno de los socios se compromete a aportar un capital a una sociedad, normalmente con una finalidad empresarial con la capacidad de tener más capital. Las aportaciones de estos socios van desde capital hasta organizar y trabajar en la empresa.

Asociado:

- La empresa de trabajo asociado, es un modelo de empresa privada que tiene como función satisfacer las aspiraciones comunes establecidas por sus socios, donde estos son quienes a su vez deben colaborar en su realización.

Trabajador:

- Trabajador o trabajadora es la persona física que con la edad legal mínima presta sus servicios retribuidos subordinados a otra persona, a una empresa o institución.
- Estos servicios pueden ser prestados dentro del ámbito de una organización y bajo la dirección de otra persona física o persona jurídica, denominada empresario (si tiene ánimo de lucro) o empleador, normalmente institucional (si no lo tiene); o bien como trabajador independiente o autónomo, cuando éste tiene afán lucrativo, no mantiene relación contractual sino mercantil y realiza personalmente la actividad o el servicio.

Cliente:

1.- Antiguamente:

- En la antigua Roma, un cliente era alguien (generalmente un liberto) que dependía de un benefactor, lo cual resultaba necesario para quien no podía en

forma legal alcanzar la ciudadanía, un derecho reservado inicialmente a los Patricios.

2.- Actualmente:

- En el comercio y el marketing, un cliente es quien accede a un producto o servicio por medio de una transacción financiera (dinero) u otro medio de pago.

Usuario:

- Un usuario es la persona que utiliza o trabaja con algún objeto o que es destinataria de algún servicio público o privado, empresarial o profesional.
- Sin embargo, usuario según la RAE (Real Academia Española) es "*aquel que usa algo*".

Los proyectos y obras que desarrollen los diseños de interiores en el transcurso de su vida tienen una imagen muy importante que transmite a sus clientes y/o usuarios, teniendo diversos niveles de aceptación:

La IMAGEN es percepción; los estímulos son la causa de la IMAGEN; los estímulos que generan la percepción pueden ser verbales y no verbales y generalmente es mixta y comprende al mismo tiempo a las dos y por último; la reputación es una IMAGEN sostenida en el tiempo.

Los niveles son:

- 1.- Estímulo + Receptor = **PERCEPCIÓN**
- 2.- Percepción + Mente = **IMAGEN**
- 3.- Imagen + Opinión = **IDENTIDAD**
- 4.- Identidad + Tiempo = **REPUTACIÓN**

En resumen: "*En diseño de interiores; es aquel que satisface las necesidades del cliente o del usuario en el interior del inmueble*".

La Metodología se basa en un Principio Básico:

- *Los Empleados Primero, los Clientes Después y por último la Empresa.*
- Este traslado de poder y de responsabilidad a los empleados (asociados y trabajadores) se traduce en lo que se denominó como "ideapreneurship". Se trata de una cultura innovadora única, en la que la gente tiene la oportunidad de idear, y las ideas de cada día establecen un nuevo paradigma de negocios. Es una instalación laboral de innovación sostenida y autoinspirada que hace que las Empresas y los Despachos de Interiores avance de una forma sostenida.
- Al poner a los clientes después, no es que no sea importantes en la ecuación para sostener la Empresa o Despacho de Interiores sino porque es primero tener empleados (asociados y trabajadores) y después buscar a los clientes ya que estos pueden llegar por diversas formas (concursos públicos y privados, invitación restringida a colaborar, asignación directa o por recomendación de otro cliente, promoción de la propia empresa, etc.), en todos estos casos hay que tener primero empleados para poder realizar estos compromisos.
- La Empresa esta hasta el final hay igual que los Socios (capital), ya que si no se tiene Empleados quien realice las encomiendas del trabajo y no existe un Cliente que solicite los servicios y pague los mismos, la Empresa o Despacho de Interiores no existirían porque los Socios y el Capital de los mismo es siempre finito.

En base a lo anterior proponemos lo que denominamos el Decálogo de la Empresa:

- A continuación planteo el que es considerado el decálogo de la Empresa o Despacho de Interiores, cumpliendo a cabalidad con él se pueden lograr altos estándares de calidad en el servicio de los empleados y al cliente:

1.- Los Empleados Primero:

Este es el símil del primero de los diez mandamientos, en este caso es el empleado (asociados y trabajadores) a quien debemos tener presente antes que nada.

2.- Los Cliente Después pero por encima de todo lo demás:

En este caso es el cliente también lo tenemos que tener presente inmediatamente después de los empleados pero antes que la propia empresa.

3.- No hay nada imposible cuando se quiere:

A pesar que muchas veces los clientes solicitan cosas casi imposibles, con un poco de esfuerzo y ganas de atenderlo muy bien, se puede conseguir lo que él desea.

4.- Cumple todo lo que prometas:

Este sí que se incumple, son muchos los despachos que tratan, a partir de engaños, de efectuar ventas o retener clientes, pero ¿qué pasa cuando el cliente se da cuenta?

5.- Solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle más de lo que espera:

Es lógico, yo como cliente me siento satisfecho cuando recibo más de lo que esperaba. ¿Cómo lograrlo? Conociendo muy bien a nuestros clientes y enfocándonos en sus necesidades y deseos.

6.- Para el cliente, tú marcas la diferencia:

Los diseñadores que tenemos contacto directo con los clientes tenemos una gran responsabilidad, pueden hacer que un cliente regrese o que jamás quiera volver, ellos hacen la diferencia. Puede que todo “detrás de bambalinas” funcione a las mil maravillas pero si un subcontratista falla, que pasa si fallamos en el tiempo de entrega, si un material llega averiado o si en el momento de supervisar nos equivocamos y autorizamos su pago a un proveedor, todo se va al piso; probablemente la imagen que el cliente se lleve de todo el negocio será deficiente. Las experiencias y conocimientos que tiene ahora los clientes deben ser totalmente satisfactorias.

7.- Un asociado o empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos:

Los asociados o empleados propios son lo que llamamos “el primer cliente” de un Empresa o Despacho de Interiores, si no se les satisface a ellos, cómo pretender satisfacer a los clientes externos, por ello las políticas de recursos humanos y de nuestros colaboradores o trabajadores deben ir de la mano de las estrategias de marketing de toda la empresa.

8.- El Juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente:

Aunque existan indicadores de gestión elaborados dentro de las empresas para medir la calidad del servicio, la única verdad es que son los clientes quienes, en su mente y su sentir, quienes lo califican, si es bueno vuelven y no regresan si no lo es.

9.- Por muy bueno que sea un servicio, siempre se puede mejorar:

Aunque se haya alcanzado las metas propuestas de servicio y satisfacción del consumidor (cliente), es necesario plantear nuevos objetivos, “la competencia no da tregua”, nunca descansa porque, nosotros sí.

10.- Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo:

Los equipos de trabajo no sólo deben funcionar para detectar fallas o para plantear soluciones y estrategias, cuando así se requiera, todas las personas de la Empresa o Despacho de interiores deben estar dispuestas a trabajar en pro de la satisfacción del cliente, trátase de un queja, de una petición o de cualquier otro asunto.

En resumen de este primera parte de la Metodología de Diseño de Interiores:

- *“Para la Empresa o Despacho de Interiores, sus empleados (Asociados y Trabajadores) son su carta de presentación y sus proyectos u obras concluidas son su carta de recomendación con los Clientes y trabajo continuo en el tiempo son su currículum empresarial y el crecimiento de la Empresa y de los Socios así como de su Capital”.*

Metodología de Diseño interior 2ª. Parte:

En esta etapa es el inicio de la investigación y recopilación de información para obtener la hipótesis escrita de lo que será el concepto de diseño en una etapa posterior de esta metodología.

Estudios preliminares y/o antecedentes:

- En la etapa de investigación y recopilación de información con el fin de establecer criterios y referencias acerca del proyecto.
- El cual se divide en cuatro partes:
 - 1.- Programa de necesidades,
 - 2.- Filosofía de operación,
 - 3.- Análisis de sitio,
 - 4.- Estudio de tipologías análogas.

1.- Programa de necesidades:

- El Programa de Necesidades es el resultado de la investigación sistemática y documentada, que permite el planteamiento preciso y lógico del conjunto de necesidades del usuario de acuerdo con los criterios vertidos por el *cliente*, mismas que deberán ser satisfechas en la solución del diseño interior.
- Deberá incluir los requerimientos de instalación eléctrica, hidrosanitaria, telefónica, de aire, de gas, de cómputo, de seguridad y las especiales; las condiciones de higiene, y las de confort tales como: iluminación natural y artificial, temperatura, orientación, ventilación y las necesidades de equipo, mobiliario y los aspectos generales del uso de los espacios.
- Este estudio deberá ser firmado de conformidad por el usuario y aprobado por el *cliente*, y autorizado, para después pasar a realizar la siguiente etapa.

2.- Filosofía de Operación:

- En el proceso de análisis para sintetizar los aspectos más sobresalientes para tener conocimiento de los distintos elementos involucrados en el concepto de diseño.
- El cual se puede desglosar en los siguientes puntos:
 - 1.- Ubicación del proyecto, (dirección),
 - 2.- Nombre del propietario,
 - 3.- Tipo de operación, (qué es),
 - 4.- Nombre del proyectista,
 - 5.- Tipo de clientela o usuario o destinatario, (quien lo va a utilizar),
 - 6.- Servicios, (objetos y subdivisión de áreas a proyectar),
 - 7.- Conceptos de diseño exterior e interior,
 - 8.- Proyectos necesarios,

- 9.- Asesores requeridos, (para la elaboración o supervisión del proyecto junto con su proceso constructivo),
 - 10.- Programación del proyecto y presentación del mismo,
 - 11.- Programación de obra,
 - 12.- Estimado de costo o presupuesto base, (para proyecto, para obra y para honorarios de obra),
 - 13.- Requerimientos para la realización¹.
- Esta clasificación no es limitativa la cual puede variar según el tipo de proyecto a realizar.

3.- Análisis de Sitio:

- Es el estudio que se realiza para saber todos los posibles elementos que influyen en la realización de un proyecto específico. Se divide en dos etapas que son:
 - El levantamiento físico (ya sea con croquis, planos o fotos),
 - Levantamiento gráfico (los requerimientos y las condicionantes).
- El levantamiento físico a su vez se subdivide en la macrolocalización que incluye:
 - 1.- Estudio del contexto,
 - 2.- Estudio del entorno,
 - 3.- Integración con el proyecto.
- Y la microlocalización que incluye levantamiento del sitio:
 - 1.- Ubicación y características predio elegido,
 - 2.- Levantamiento topográfico,
 - 3.- Vegetación existente,
 - 4.- Orientación, relación circunvecina: física y visual,
 - 5.- Accesos (principal y secundario), vialidades y flujos,
 - 6.- Infraestructura (servicios),
 - 7.- Morfología (niveles, áreas, superficie, altura),
 - 8.- Microclima: contaminación ambiental y requerimientos, de confort (asoleamiento, vientos dominantes, lluvia, ruido, vistas, etc.),
 - 9.- Vistas (exteriores) y encuadres (interiores),
 - 10.- Estudio de las colindancias,
 - 11.- Levantamiento fotográfico².

4.- Estudio de tipologías análogas:

- Es el estudio comparativo con la semejanza de un proyecto, con el de nosotros antes de comenzar; ya que este nos permite desarrollar más la capacidad de asimilación para encontrar una solución más adecuada. Tomando en cuenta las siguientes actividades:
 - 1.- Reconocimiento visual (características y limitaciones),
 - 2.- Localización (macro y micro),
 - 3.- Ambientación,
 - 4.- Vistas (macroclima),
 - 5.- Sistema constructivo,
 - 6.- Accesos, recorridos, usos de suelo, etc.,
 - 7.- Diagrama de funcionamiento.
 - 8.- Fotografías,

¹ Viramontes Muciño, Alejandro, El proyecto ejecutivo en el diseño de espacios interiores, editorial UAM - Azc, diciembre, 1995, México, D. F. Pp. 17 y 18.

² Viramontes Muciño, Alejandro, El proyecto ejecutivo en el diseño de espacios interiores, editorial UAM - Azc, diciembre, 1995, México, D. F. Pp. 19

- 9.- Planos,
- 10.- Artículos, entre otros³,
- Esta información se requerirá dependiendo de la complejidad y características de la obra.

Metodología de Diseño interior 3ª. Parte:

En esta tercer etapa se considera toda la investigación y recopilación de información ya recopilada y se empieza a elaborar la hipótesis escrita de lo que será el concepto de diseño.

1.- Programa arquitectónico para el diseño interior:

- Es la traducción de los estudios preliminares expresados en datos, especificaciones y criterios de diseño, de acuerdo con el programa de necesidades. La información mínima que deberá contener el programa arquitectónico es la siguiente:
 - 1.- Diagramas de relaciones,
 - 2.- Organigramas de funcionamiento,
 - 3.- Fichas técnicas por área,
 - 4.- Cuadro de datos generales.
- El programa arquitectónico para el diseño interior deberá ser firmado de conformidad por el usuario y aprobado por el *cliente*, y autorizado, para después pasar a realizar la siguiente etapa.

2.- Anteproyecto:

- Es la etapa de desarrollo y análisis de alternativas conceptuales de diseño. El cual se divide en tres partes:
 - a) Bases de diseño,
 - b) Diseño preliminar,
 - c) Definición de criterios.

a) Bases de diseño:

- Toma los aspectos más sobresalientes e importantes en lo investigado en los antecedentes, que son:
- Síntesis:
 - 1.- Criterio de operación,
 - 2.- Normas y especificaciones,
 - 3.- Características del sitio.
- Determinación del concepto general de diseño:
 - 1.- Concepto general,
 - 2.- Conceptos específicos.

b) Diseño preliminar:

- Es el primer estudio ya gráfico, el cual parte de lo investigado y de los requerimientos para empezar a dar una solución al proyecto.
 - 1.- Desarrollo de alternativas de diseño,
 - 2.- Criterio de diseño exterior,
 - 3.- Criterio de diseño interior,
 - 4.- Ambientación General,
 - 5.- Desarrollo de detalles específicos y/o detalles innovativos,
 - 6.- Croquis o bocetos.

³ Viramontes Muciño, Alejandro, El proyecto ejecutivo en el diseño de espacios interiores, editorial UAM - Azc, diciembre, 1995, México, D. F. Pp. 19 y 20.

c) Definición de criterios:

- Es la última etapa a realizar dentro del anteproyecto antes de ser presentado al cliente, como una alternativa final a sus requerimientos de diseño para poder comenzar el proyecto.
 - 1.- Selección de alternativas más viables,
 - 2.- Definición de criterios generales para materiales y acabados: (albañilería y detalles, definición de muros, pisos, etc.),
 - 3.- Definición de criterios generales para instalaciones generales y especiales: (hidráulica, sanitaria, eléctrica, aire acondicionado, teléfono, sonido, etc.),
 - 4.- Iluminación: (criterios de iluminación natural y artificial, definición de plafones, componentes, etc.),
 - 5.- Mobiliario y equipo: (definición de amueblado, lista de elementos componentes, accesorios, definición cromática, etc.)⁴.

Metodología de Diseño interior 4ª. Parte:

En esta cuarta y última etapa una vez desarrollado el anteproyecto en sus tres etapas que son bases de diseño, bases de diseño, diseño preliminar y definición de criterios y aprobados y autorizados por el *cliente*, se continúa con la etapa de proyecto ejecutivo y presentación del proyecto.

1.- Proyecto Ejecutivo:

- Es la etapa de síntesis y de desarrollo a nivel de planos ejecutivos de la opción seleccionada. El cual está también subdividido en tres partes:
 - a) Normas generales,
 - b) Tipos de planos a elaborar.

a) Normas Generales:

- Es la metodología para facilitar la exacta interpretación del proyecto por parte de todos los colaboradores del diseñador de interiores. Las normas generales del dibujo son:
- **Material y dimensión de planos:**
 - 1.- Todos los planos serán dibujados sobre papel transparente,
 - 2.- La dimensión de los planos podrá ser variable según las necesidades para cada proyecto pero siempre deberán ser en múltiplos de tamaño carta (28.1 x 21.4 cm.).
- **Escalas de dibujos:**
 - 1.- Las escalas a utilizar será de 1:50 para plantas, fachadas y cortes y 1:20 para detalles quedando abierta la posibilidad de utilizar alguna otra escala de ser necesario en algún caso especial; (1:500; 1:200; 1:100; 1:75 y 1:25).
- **Localización y nomenclatura de ejes:**
 - 1.- La nomenclatura de los ejes será la correspondiente al abecedario para los horizontales y números arábigos para los verticales referidos sobre los márgenes izquierdo y superior respectivamente y a 4.5 cm. del límite del papel y 5 cm. del dibujo.
- **Acotaciones:**
 - 1.- Todas las acotaciones deberán hacerse en centímetros sobre líneas de cotas ubicadas preferentemente fuera del dibujo sobre los márgenes izquierdo y superior.

⁴ Viramontes Muciño, Alejandro, El proyecto ejecutivo en el diseño de espacios interiores, editorial UAM - Azc, diciembre, 1995, México, D. F. Pp. 22, 23 y 24.

- **Localización del norte:**
En todas las plantas se indicará el norte correspondiente y será ubicado en el ángulo inferior izquierdo o en el ángulo superior derecho del plano.
 - **Contenido y localización del sello:**
Contenido en planos principales:
a) nombre del propietario, b) proyecto, c) obra, d) localización, e) descripción, f) clave del plano, g) fecha, h) plano número, i) escala, j) acotación, k) espacios para firmas de revisión del proyectista y aprobación del perito. El sello irá colocado en el ángulo inferior derecho del plano.
Contenido en planos de detalles:
a) obra, b) descripción, c) detalle número, e) hoja número o plano número, f) espacio para firmas del proyectista, g) fecha, h) acotación, i) escala, j) localización, k) espacio para referir al plano principal. Este sello irá colocado en el ángulo inferior derecho de la hoja de detalle⁵.
- b) Tipos de planos a elaborar.**
- Los planos elaborar y sus correspondientes claves de planos:

LEV	Levantamiento,
AP	Anteproyecto,
TP	Trabajo preliminares,
DEM	Demoliciones,
A	Arquitectónicos,
AD	Arquitectónicos de detalle,
CIM	Cimentación,
EST	Estructura,
ALB	Albañilería,
ACA	Acabados,
ME	Mobiliario y equipo,
CAR	Carpintería
HE	Herrería,
Al	Aluminio,
PT	Puertas,
CE	Cerrajería,
IH	Instalación hidráulica,
IS	Instalación sanitaria,
IE	Instalación eléctrica,
IT	Instalación telefónica,
ISON	Instalación sonorización,
IAA	Instalación aire acondicionado,
IES	Instalación especial,
ILU	Iluminación,
GM	Guías mecánicas,
OE	Obras exteriores,
DET	Detalles,
J	Jardinería.
 - Los planos a elaborar se van desarrollándose alternadamente empezando con los del proyecto arquitectónico principalmente se elaboran los siguientes puntos:
 - En la etapa de retroalimentación:
 - 1.- Elaboración de planos base (arquitectónicos),
 - 2.- Amueblado,

⁵ Viramontes Muciño, Alejandro, El proyecto ejecutivo en el diseño de espacios interiores, editorial UAM - Azc, diciembre, 1995, México, D. F. Pp. 27, 28, 29 y 30.

- 3.- Plafones e iluminación,
- 4.- Instalaciones,
- 5.- Detalles construidos,
- 6.- Acabados (pisos y muros),
- 7.- Albañilería y trazo.
- En la etapa de elementos fijos:
 - 8.- Carpintería fija,
 - 9.- Cancelería,
 - 10.- Herrería,
 - 11.- Equipos,
 - 12.- Encortinados.
- En la etapa de mobiliario:
 - 13.- Diseño y selección de mobiliario.
- En la etapa de accesorios:
 - 14.- Diseño y selección de accesorios,
 - 15.- Diseño de esquema de colores, etc.
- Aunque se pueden integrar cualquiera de los planos que se mencionan en la clave de planos ya que dependerá de la complejidad del proyecto arquitectónico a diseñar⁶.
- Dicho proyecto deberá autorizarse antes de iniciar la obra.
- De acuerdo con la complejidad y magnitud de la obra a realizar deberá contar con la firma de los corresponsables necesarios y, en su caso, con la del Director Responsable de Obras.

Una vez iniciada la obra, el proyecto ejecutivo podrá ser modificado; solo por razones técnicas justificadas y documentadas ampliamente.

2.- Presentación:

- Es la etapa donde se resume todo lo elaborado en las anteriores etapas para la exposición de trabajos. Lo cual se divide en diferentes elementos de presentación que son:
 - **Planos ejecutivos:**
 - Integración de planos ejecutivos, y memorias de cálculo.
 - **Representación tridimensional:**
 - Perspectivas 3D, y/o Recorridos Virtuales en 3D, y/o maquetas en corte laser o por computador de control numérico.
 - **Muestras físicas (moon board):**
 - Muestrario de materiales y catálogo de mobiliario, equipo y accesorios.
 - **Montaje:**
 - Montaje de algunos trabajos seleccionados y carpeta de especificaciones⁷.

Conclusiones:

Esta metodología es una abstracción que se sintetiza en este artículo, sin embargo hay que recordar que esta metodología se debe realizar de forma interdisciplinar con especialidades de las diversas áreas del diseño para mejorar su entendimiento y practicidad del conocimiento adquirido y debe estar orientada a procurar, como servicio de la sociedad, la más idónea resolución del entorno habitable del hombre, mediante la aplicación de determinados elementos y normas básicas de diseño,

⁶ Viramontes Muciño, Alejandro, El proyecto ejecutivo en el diseño de espacios interiores, editorial UAM - Azc, diciembre, 1995, México, D. F. Pp. 30, 31 y 32.

⁷ Viramontes Muciño, Alejandro, El proyecto ejecutivo en el diseño de espacios interiores, editorial UAM - Azc, diciembre, 1995, México, D. F. Pp. 41.

técnicas funcionales, estéticas, ambientales, psico-sociales, sensoriales, económicas y legales y con ella “Mejorar la Calidad de Vida de los Usuarios”.

Ejemplo de Proyecto aplicando la metodología de diseño interior:



Foto 1. Vivienda Rural Sustentable – Fachada Principal
Viramontes Arquitectos Asociados



Foto 2. Vivienda Rural Sustentable – Fachada Posterior
Viramontes Arquitectos Asociados



Foto 3. Vivienda Rural Sustentable – Sala y Cocina
Viramontes Arquitectos Asociados



Foto 4. Vivienda Rural Sustentable – Recamara
Viramontes Arquitectos Asociados

Bibliografía:

- 1) Grimley, Chris and Love, Mimi, Color, espacio y estilo, editorial Gustavo Gili S. A., ISBN: 978 – 84 – 252 – 2308 – 2, año 2010, Barcelona, España.
- 2) Coles, John and House, Naomi, Fundamentos de arquitectura de interiores, editorial Promopress – Promotora de Prensa Internacional S.A., ISBN: 13 978 – 84 – 935881 – 2 – 0, año 2008, Barcelona, España.
- 3) Gibbs, Jenny, Diseño de interiores – Guía útil para estudiantes y profesionales, editorial Gustavo Gili S. A., ISBN: 84 – 252 – 2070 – x, año 2006, Barcelona, España.
- 4) Viramontes Muciño, Alejandro, El proyecto ejecutivo en el diseño de espacios interiores, editorial UAM – Azc, CyAD, Departamento de procesos y técnicas de realización, año diciembre 1995, México, D. F.