

Mercados Potenciales y Tendencias para el Sector de Artículos de Regalo y Decoración

Mg. Juan Carlos Prada

Especialista Sectorial de Manufacturas Diversas y Artesanías
Sub Dirección de Promoción Comercial



Al final de esta presentación...

Conocer los mercados potenciales para nuestros productos y a nuestros competidores.

Cuáles son las tendencias del diseño 2013

Identificar las características de nuestra empresa (identidad - producto)

Reconocer el segmento donde pertenecemos

Identificar un nicho de mercado para nuestros productos

Saber las bases de un plan de Marketing para nuestra empresa

Temas a tratar

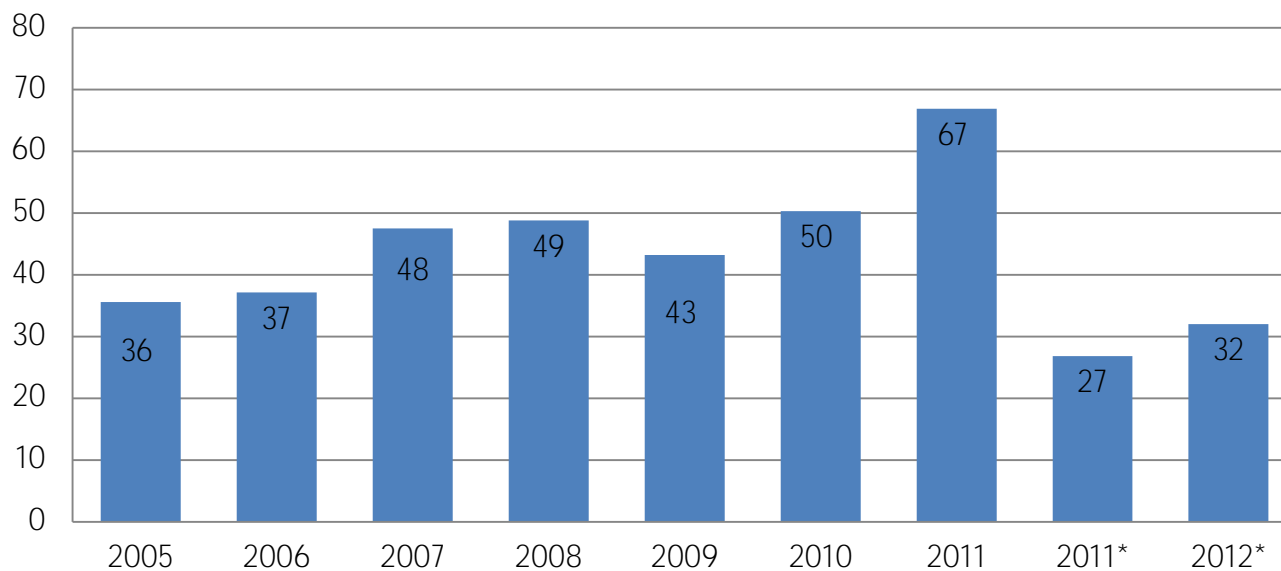
- Información de mercado (mercados potenciales)
- Categorías de productos en el mercado internacional.
- Tendencias de diseño
- Plan de marketing para la exportación



Las exportaciones peruanas

Evolución de las Exportaciones del Sector

Evolución de Exportaciones de ADR



Exportaciones de Peru por líneas de producto en el año 2012

N°	Línea de producto	Representatividad
1	Bisutería	44.88%
2	Artículos de peletería	13.46%
3	Textiles artesanales	11.58%
4	Cerámica	10.60%
5	Artículos de madera y vidrio pintado	5.51%
6	Muñequería	5.02%
7	Otros	3.98%
8	Instrumentos musicales	1.84%
9	Artículos de mate burilado	1.13%
10	Pinturas y dibujos	0.84%
11	Artículos tallados en piedra	0.49%
12	Cerería	0.36%
13	Artículos en fibra vegetal	0.30%
TOTAL		100.00%



El Mercado Internacional para nuestros productos

Importaciones de los productos y mercados de nuestro interés

Bordados en Algodón

• US\$ 148 millones
(Benín, Togo, E.E.U.U.)

Cerámica

• US\$ 1.2 billones
(E.E.U.U., Alemania e Italia)

Artesanía en materias vegetales

• US\$ 601 millones
(E.E.U.U., Alemania y Francia)

Bolsos de mano artesanales

• US\$ 7.7 billones
(China, E.E.U.U., Italia)

Peletería

• US\$ 140 millones
(E.E.U.U., Alemania y Australia)



¿Contra quiénes competimos?

Los principales exportadores de estos mercados

Bordados en Algodón

- US\$ 148 millones
- China, Austria, Tailandia
- PERU N°15 con 0.6% del total

Cerámica

- US\$ 1.2 billones
- China, Vietnam, Alemania
- PERU N° 20 con 0.5% del total

Artesanía en materias vegetales

- US\$ 601 millones
- Bélgica, E.E.U.U., Francia
- PERU N°26 con 0.3% del total)

Bolsos de mano artesanales

- US\$ 7.7 billones
- China, Hong Kong, Francia
- PERU N°38 con 0.03% del total

Peletería

- US\$ 140 millones
- China, Francia, Italia
- PERU N°6 con 1.6% del total



¿Cuáles son nuestras oportunidades
en el mercado?

Mercados Potenciales que no son atendidos por Perú

Los siguientes países ocupan los primeros lugares en montos de importaciones de las líneas mencionadas, Perú participa poco o no participa como proveedor en estos mercados.

Muñequería

- Ucrania (1º)
- Indonesia (3º)
- Filipinas (4º)

Peletería

- Japón (2º)
- Alemania (3º)
- Italia (6º)

Cerámica

- Alemania (2º)
- Reino Unido (6º)
- Bélgica (7º)

Adornos en madera

- Japón (3º)
- Francia (4º)
- Holanda (5º)



Categorías de producto en el mercado internacional

Categorías de productos

- REGALOS
- MANTELERIA
- ACCESORIOS DECORATIVOS
- HOGAR, OFICINA Y PAPELERIA
- TEXTILES PARA EL HOGAR
- ARTICULOS PARA LA ESTACION
- ACCESORIOS PERSONALES
- GENERAL SOFT TOYS
- INSTRUMENTOS MUSICALES



Categorías de productos (2)

- MUEBLES
- JOYERIA
- ROPA DE CAMA
- FLORERIA Y JARDINERIA
- PRODUCTOS PARA MASCOTAS
- PRODUCTOS DE COCINA
- ROPA DE CAMA Y ACCESORIOS PARA NIÑOS
- ALFOMBRAS ARTICULOS DE BAÑO
- LAMPARAS





Tendencias de diseño del mercado

Tendencias de diseño aplicables al entorno comercial



Tendencias 2013

Red Jewel 11-C1-2	Neutral Sand 10-F1-2	Sea White 10-B1-2	Light Blue 11-D1-2
Green White 11-E1-2	Black Stone 11-G1-2	Blue Stone 11-I1-2	Neutral Blue 10-F1-2
Pleasant Hill 11-F1-1	Green Honey 12-C1-4	Telva Fudge 10-C1-4	Yellow Balm 10-A1-3
Light Reflective 10-A1-4	Responsible 14-C1-4	Black Board 17-E1-1	Light Blue 10-A1-2
Soft Lead 11-E1-4	Almond Shave 14-C1-2	Lighting 14-D1-2	Wink 17-C1-2
Octopus 14-E1-2	Dust of Day 16-E1-2	Blue Feet 05-C1-2	April Blue 10-C1-2
Red Red Wine 13-C1-2	Double White 14-C1-2	Occasions 06-C1-1	Perseus Light 14-A1-2
My Magnolia 14-C1-2	Larkin Red 13-B1-1	Salad Earth 14-B1-1	Forest Found 04-D1-2



Tendencias de diseño aplicables al entorno comercial



ARMONÍA & BALANCE

- Esta tendencia contemporánea es sobre el espacio, luz y relax.
- Se presenta a través de tonos de luz de colores neutros, creando una atmosfera, buena para relajarse y descansar.
- Los materiales naturales prevalecen como la madera, el corcho, materiales trenzados, fibras naturales, bambú, también pieles, cuero, etc.
- Para la textura. El blanco juega un papel importante. Es volver a lo básico, esencial, simple y puro.

Tendencias de diseño aplicables al entorno comercial



Tendencias 2013

ARMONÍA & BALANCE

- La artesanía se combina con la innovación. Productos con texturas ricas al tacto, son muy importantes. Eco-conciencia y sostenibilidad ganan cada vez más importancia.
- Los opuestos se atraen o los altos contrastes, como suave y duro, ligero y compacto, redondo y lineal, gráfico y voluminoso.
- Los patrones y motivos de la naturaleza también son populares, como lobos, plumas y búhos; a menudo en blanco y negro.
- Simplicidad se combina con el lujo; vemos el brillo metálico, pero también plata y oro, celofán, perlas y nácar.

Tendencias de diseño aplicables al entorno comercial



ARMONÍA & BALANCE

- Transparencia y ligereza son importantes, se oponen a la naturalidad cálida de la madera y llaman la atención, gran cantidad de textiles de punto grueso, aplicados por ejemplo para las sillas o para añadir texturas en fundas de almohada.
- Colores: En esta paleta de color, vemos una gama de colores neutros armoniosos que encajan perfectamente. El blanco es muy importante. Encontramos también beige, taupé, blanco, amarillo, rosado suave, gris, azul, marrón.
- Negro, gris y marrón oscuro se utilizan como acentos.

Tendencias de diseño aplicables al entorno comercial



Tendencias de diseño aplicables al entorno comercial



- **SENSUAL Y APASIONADO**

- En este tema vemos varios tonos de rosa, para un efecto muy femenino, romántico y refinado. El tema nos refiere a ideas francesas clásicas, pero un giro actualizado a través del color.

- Motivos con flores y encaje, efectos de color y naturaleza, pintados a mano con agua. Jacquard con frutas y motivos botánicos, materiales ligeros y translucidos como el lino, el algodón y el cáñamo.

- También ikat y patrones tinturados se aplican en esta tendencia. A veces se destacan motivos con puntos o rayas.

- Siguen siendo importantes los contrastes, como entre mate y brillo, oro y plata, usados como acento.

Tendencias de diseño aplicables al entorno comercial



•El blanco es un color importante para combinar, pero también vemos combinaciones con un beige claro para un efecto más nostálgico, alternando e Improvisando es una característica importante en esta tendencia. Rasgos vintage y productos de segunda mano son reparados y pintados. La imperfección se convierte en un valor positivo. Esta tendencia se aplica sobre todo a las mujeres jóvenes.

•COLORES: Los tonos de rosa dominan esta paleta. Encontramos además naranja suave, naranja, lila, rosa envejecido, frambuesa, fucsia y rojo vino. En su mayoría estos colores se combinan con el blanco, para un efecto fresco. También pueden combinarse con un color beige.

Tendencias de diseño aplicables al entorno comercial



EVOLUCIÓN NATURAL

•Este tema está influenciado por la sostenibilidad, lo natural o artificial de la evolución de la naturaleza. Podemos encontrarlo como medio de inspiración, flores, follaje, árboles y ramas, así como todo tipo de imágenes botánicas, basadas en los libros de historia natural de vegetales, animales, insectos, etc...

Tendencias de diseño aplicables al entorno comercial



Tendencias 2013

EVOLUCIÓN NATURAL

- Esta tendencia habla de una búsqueda de comodidad y tranquilidad usando productos hogareños como mantas, almohadas con textura alfombras y todo tipo de textiles.
- Conceptos importantes, trueque, improvisar, reciclar y repensar, disfrutar haciendo productos uno mismo, como tejer, bricolaje, encontrar productos usados, cocinar y comer en familia.

Tendencias de diseño aplicables al entorno comercial



EVOLUCIÓN NATURAL

- La Jardinería urbana es ahora muy importante, como medio de cultivo de verduras, hierbas y hortalizas para el consumo propio. Jardinería vertical. Hay un montón de nuevos productos para cultivar plantas de interior, en bolsas, botellas y almohadas.
- La conciencia ecológica y la sostenibilidad son importantes. Productos usados, reciclados, reparados e improvisados dan un look casual.

Tendencias de diseño aplicables al entorno comercial



EVOLUCIÓN NATURAL

- A menudo, los colores son tonos de verde. Vemos en todas partes, componentes flexibles, pero también baldosas modulares y recubrimiento de paredes. Diferentes tonos de azules y verdes se combinan para recrear un tema natural y vivo
- COLORES: Esta gama de colores consta de diferentes tonos de verde a azul, verde hoja, verde oliva claro, verde musgo, verde mar, pavo real, verde azul profundo y azul noche. Estos colores son a menudo aplicados en forma de contrastes de luz / oscuridad. También pueden combinarse con blanco o beige.

Tendencias de diseño aplicables al entorno comercial



VIAJE A TRAVÉS DEL TIEMPO

- En este tema, vemos una mezcla de influencias retro, vintage, productos especialmente de los años sesenta y setenta, con madera patinada ligeramente descoloridas, como un efecto envejecido o afectados por el tiempo. A menudo vemos clásicos del diseño que se rescatan.
- El color natural de la madera es importante resaltarlo. Productos de la era Industrial hacen una reaparición, tales como lámparas industriales recicladas, letras grandes, viejos cajones de metales.

Tendencias de diseño aplicables al entorno comercial



Tendencias 2013

VIAJE A TRAVÉS DEL TIEMPO

- También vemos influencias étnicas de todo el mundo, de Arabia, África, Turkmenistán, los indios americanos, India y especialmente del Oriente. Es una combinación de lo tradicional, lo artesanal y lo hecho a mano, con el producto de origen industrial. Restaurar, reparar, reutilizar y adaptar productos son conceptos importantes para esta tendencia.
- Huellas del pasado, las imperfecciones y las irregularidades tales como oxidación, patchwork, y hand-crafted entre otros, dan a los productos identidad y carácter.
- Técnicas y artesanías tradicionales cobran valor, tales como el tejido de punto, ganchillo, teñido a mano, ikat, bordados, etc... Acabados, arrugados y rayados, materiales naturales y efectos de stone wash, están en boga.

¿Dónde puedo tener acceso a las tendencias?

Ferias referentes:



Revistas:

Architectural Digest (www.architecturaldigest.com)

Gifts & Decorative Accessories (www.giftanddec.com)

Elle Décor (www.elledecor.com)

Catálogos:

Crate & Barrel (www.crateandbarrel.com)

Pottery Barn (www.potterybarn.com)

Viva Terra (www.vivaterra.com)

Otros:

CBI, ICEX, etc.



¿Cómo estar listo para ingresar a un mercado?

Plan de Marketing para la exportación: 4 factores

- **IDENTIDAD Y BENEFICIOS**
- **ESTILO**
- **LUGAR EN EL MERCADO**
- **ESTRATEGIAS DE ACCESO
AL MERCADO**



Paso 1: Identidad y Beneficios

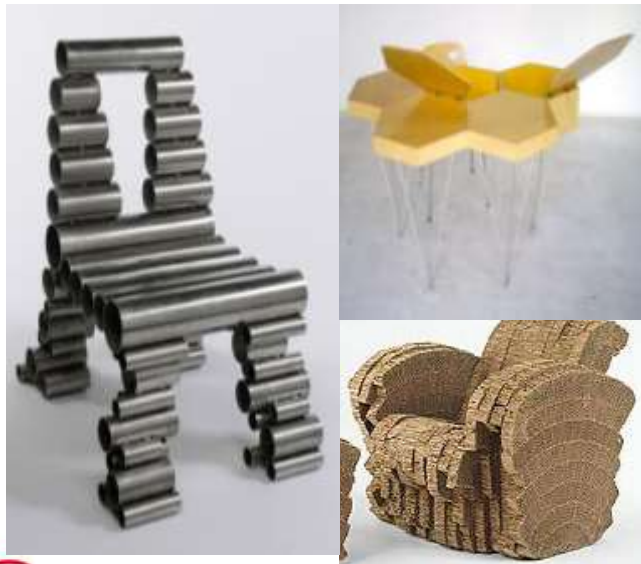
- **¿Quiénes somos?** (procedencia, historia , cultura)
- **¿Qué ofrezco?** (materiales, diseño, técnicas)
- Buscar **diferenciarnos**
- Buscar una **combinación** de factores
- Crear **valor** para el consumidor

Paso 1: Identidad y Beneficios (Ejemplo producto textil)



Paso 2: Estilo (definición)

Inventivo



Sensible



Expresivo



Estilo: Inventivo



Estilo: Sensible

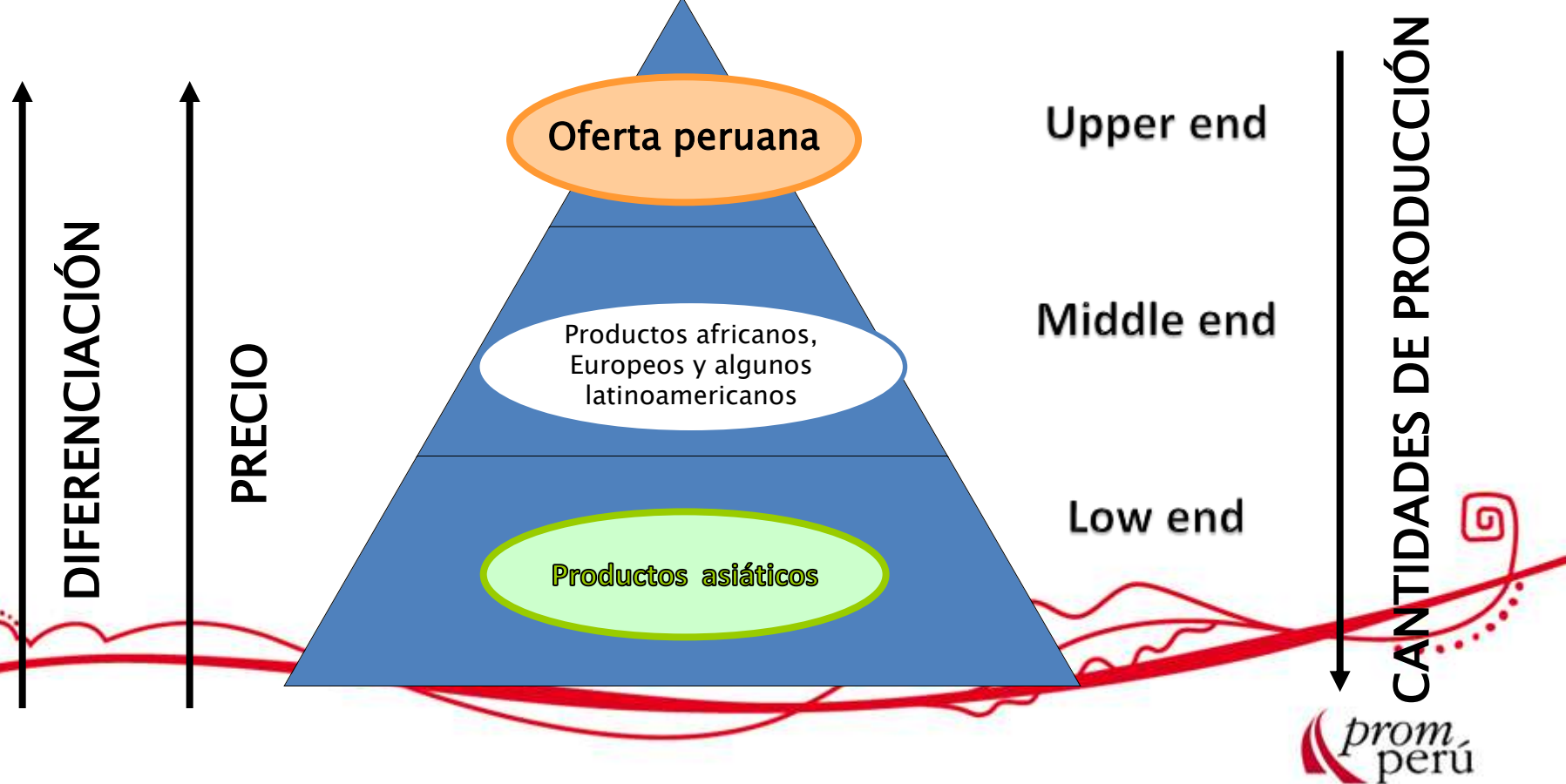


Estilo: Expresivo



Paso 3: Lugar en el mercado

PIRAMIDE DE UBICACIÓN DE LA ARTESANÍA EN EL MERCADO MUNDIAL
DE EXPORTADORES



Paso 3: Lugar en el mercado (grupo de producto)



Alto diseño
(Donna Wilson)



Muñecos en general
(General soft toys)



Institucionales



De lujo
(STEIFF)



Personajes conocidos
(TV, cine)

Paso 4: Estrategias de acceso al mercado

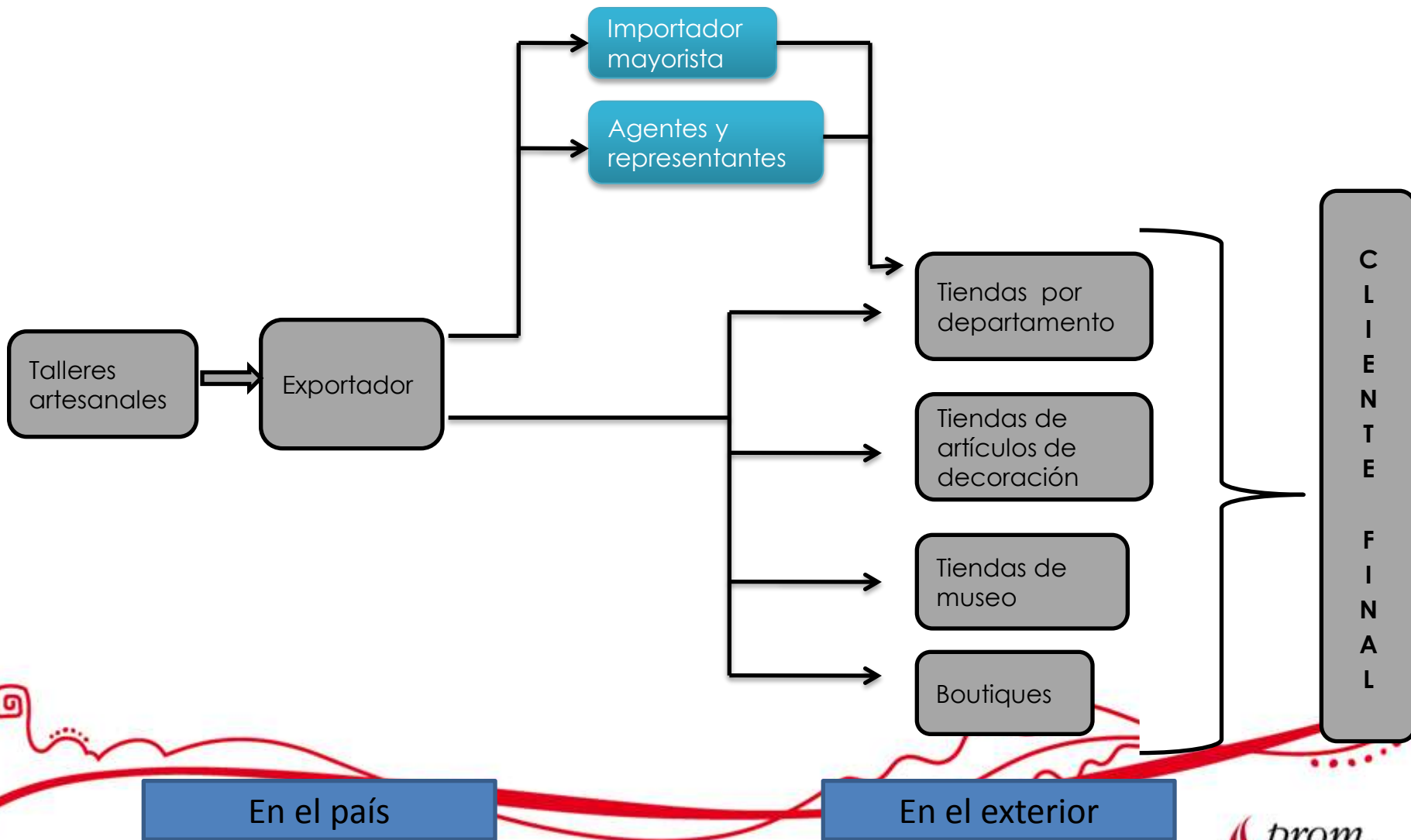
- Enfoque de mercado (nichos)
- Cadenas de comercialización
- Elementos para mejorar el modelo de negocio

Comercio Justo

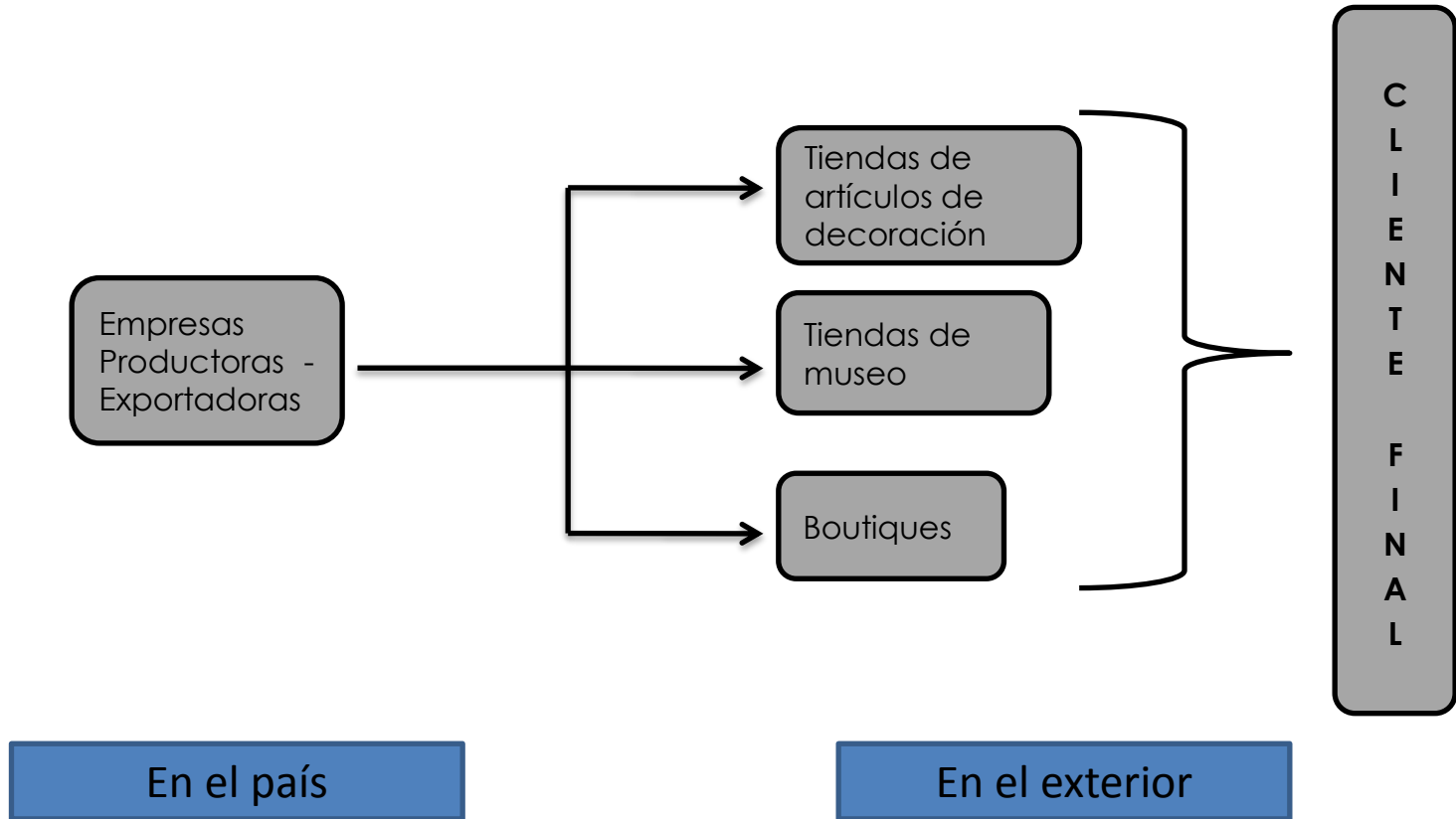


- Asegurar el precio justo para los pequeños productores de los países en vías de desarrollo.
- Apoyo en la mejora del desarrollo de productos, educación, desarrollo de habilidades y marketing.

Canal de comercialización 1



Canal de comercialización 2



Plan de mejora

Things to Improve

example strategy



Plan de marketing - Resumen

**IDENTIDAD Y
BENEFICIOS**

Textil bordado

Hecho en Perú

Divertido y
abundante

Hecho a mano

Cálido, divertido y
hecho para la casa

Personal y
exclusivo

ESTILO

EXPRESIVO

**LUGAR EN EL
MERCADO**

HIGH END + Institucional

**ESTRATEGIAS
DE ACCESO AL
MERCADO**



**Cadena 1 + Plan de mejora
(corta)**



Paso 4: Estrategias de acceso al mercado

- Enfoque de mercado (nichos)
- Cadenas de comercialización
- Elementos para mejorar el modelo de negocio

MUCHAS GRACIAS

Datos de contacto:



jcprada@promperu.gob.pe



616 7400 anexo 2210



PERU HOME 2013
Matriz de Diseño Interior

Definición del concepto de diseño general y conceptos satélites para cada espacio componente de la casa



¿QUÉ ES PERU HOME?

- Perú Home es una vitrina totalmente actual y audaz, que busca presentar nuestras artesanías diversas en un marco con lenguaje universal y contemporáneo.
- Nuestros productos deben ser capaces de adaptarse al exigente juego de la decoración y funcionalidad internacionales vigentes hoy en día, gracias a sus cualidades intrínsecas de diseño y elaboración.



¿QUÉ ES PERU HOME?

- Nuestros ambientes de la casa, deben realzar esa posibilidad a través de un marco propio, creado y recreado en conceptos únicos para ese fin.



QUÉ ES PERU HOME?



Inspiraciones

•Esta versión de Perú Home 2013, nos traerá inspiraciones basadas en los productos creados por la tecnología ancestral del pasado precolombino.

Tecnología que permitió crear sistemáticamente colores y texturas tanto para la arquitectura, como para el vestir y la alfarería, pasando incluso por el arte plasmado en la piedra a través de petroglifos pintados y tallados a lo largo de todo nuestro territorio.



Paleta de colores

- La paleta de colores que hemos seleccionado para apoyar cada uno de los conceptos internos de las distintas habitaciones de la casa, guardan una curiosa relación entre el cromatismo logrado con los tintes naturales de nuestras culturas precolombinas y la propuesta para la Temporada Primavera 2013 de Pantone, marca líder en tendencias de color a nivel internacional. Es una paleta de colores que transmite serenidad y vitalidad al mismo tiempo, sensaciones propias de los insumos vegetales, animales y minerales al teñir fibras naturales.



Protección al medio ambiente

- La preocupación actual del cuidado del medio ambiente así como la obtención de los recursos de consumo humano , donde se promueve la capacidad de respetar los procesos mismos de la naturaleza sin permitir la intervención de máquinas y de productos químicos agresivos; coincide con la tecnología utilizada por nuestros referentes peruanos ancestrales, que obtenían sus insumos sin dañar al medio ambiente y aprovechaban de manera ilimitada la obtención de variadas gamas de colores, de las piedras, animales y vegetales de su entorno. Al ser ésta una de las exigencias en los productos de exportación, la consideramos como uno de los pilares de nuestros referentes de inspiración y desarrollo en el proyecto.



Resultado final

- Es así como logramos una fina línea de paralelismo entre el pasado y el presente, que buscaremos plasmar en los conceptos de cada uno de los ambientes de esta versión de Perú Home 2013, así como en su concepto general.



Concepto General Perú Home 2013

- El concepto general de la casa de este año es la PLURICULTURALIDAD en el Perú.
- La capacidad histórica y social de un país como el nuestro, de confluir culturas distintas en superposición de tiempos, con manifestaciones ideológicas, estéticas, sociales y religiosas diferentes, es rescatada y puesta de manifiesto como una inspiración general y particular en cada ambiente de la casa. De tal modo que la frase marketera “HAY UN PERÚ PARA CADA QUIÉN”, cobre un sentido estético visual, basado en nuestra propia historia y sus elementos artísticos, gráficos, iconográficos y de color, relacionado directamente con las tendencias de consumo de arte, artesanía, industrias creativas y decoración global.



Concepto General Perú Home 2013

- La fusión cultural y el manejo de color de nuestras culturas prehispánicas, logrados con técnicas totalmente naturales y rudimentarias, serán el referente principal de inspiración de nuestros conceptos ambientales.



Conceptos satélites Perú Home 2013

Cada uno de los ambientes manejará un eje de 3 elementos relacionados a su propio concepto:

*Producto líder

*Patrón gráfico de acento

* Color acento



Conceptos satélites Perú Home 2013



Conceptos satélites Perú Home 2013



Conceptos satélites Perú Home 2013

- Jardín Exterior

Patrón grafico: floral (inspirado en bordados de Ayacucho o formas de Pucara)

Color acento: amarillo

Productos Principales: materas y mobiliario exteriores en madera

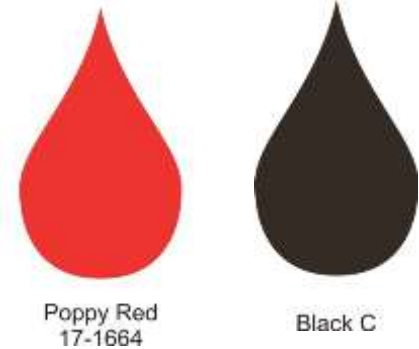


Lemon Zest
13-0756



Conceptos satélites Perú Home 2013

- Hall de ingreso
Patrón grafico: geométrico yine yane
Color acento: Rojo / negro
Productos Principales: consola y espejos



Conceptos satélites Perú Home 2013

- Sala

Patrón grafico: dibujos orgánicos

Color acento: naranja

Productos Principales: cojines, puff, mobiliario auxiliar



Nectarine
16-1360



Conceptos satélites Perú Home 2013

- Comedor
Patrón grafico: clásico /floral
Color acento: Jade
Productos Principales: comedor y vajilla



Grayed Jade
14-6011

Conceptos satélites Perú Home 2013

- Patio

Patrón grafico: orgánico

Color acento: verde frio

Productos Principales: mobiliario, tapetes y cojines de piso



Tender Shoots
14-0446



Conceptos satélites Perú Home 2013

- Estudio

Patrón grafico: geométrico - chan chan

Color acento: rojo

Productos Principales: escritorio, sillas, puff y perchero



Poppy Red
17-1664



Conceptos satélites Perú Home 2013

- Cocina, bar

Patrón grafico: Natural Orgánico – Paracas

Color acento: Esmeralda

Productos Principales: Menaje de cocina, barra



Emerald
17.584



Conceptos satélites Perú Home 2013

- Cuarto infantil

Patrón grafico: Cuchimilcos

Color acento: amarillo

Productos Principales: juguetes diversos y huacos de tela gigantes como sillas o cojines



Lemon Zest
13-0756



Conceptos satélites Perú Home 2013

- Master Bedroom

Patrón grafico: Floral – romántico vintage

Color acento: linen

Productos Principales: cabecera y ropa de cama



Linen
12-1008



Conceptos satélites Perú Home 2013

- Baño Principal con walking closet

Patrón grafico: líneas onduladas

Color acento: Azul Mónaco - verde

Productos Principales: ovalín y separador de ambiente de vitrofusión



Mónaco Blue
19-3964



Tender Shoots
14-0446



Propuesta de exhibición

- La propuesta de este año para el desarrollo de las colecciones integrantes de cada ambiente de la casa será más exigente y específica.
- El objetivo es mostrar con claridad el tipo de productos de las empresas participantes con las cualidades de materiales y formatos que desean ofrecer como productos exportables, para lo cual queremos trabajar el diseño y desarrollo de las colecciones de cada una de estas empresas desde el primer momento de la concepción de la casa, y hacer coincidir la variedad de productos con los lineamientos de exhibición y vitrinismo actuales.



Propuesta de exhibición

- Los productos y accesorios de las colecciones de cada ambiente, deberán responder al concepto planteado para cada uno, de tal forma que la propuesta de objetos y materiales sea coherente con éstos.



Propuesta de exhibición

•El desarrollo de la arquitectura con el aporte de altura de paredes, nichos horizontales y verticales, repisas, alturas de paredes y techos, e iluminación dirigida a puntos focales, será el principal colaborador para la puesta en valor de los productos exhibidos.



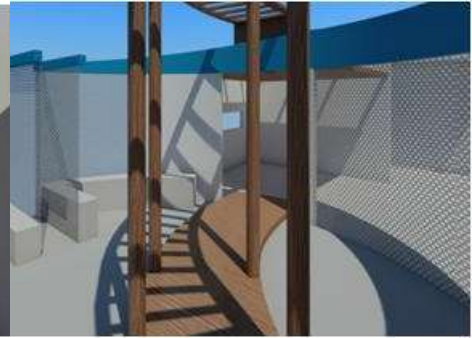
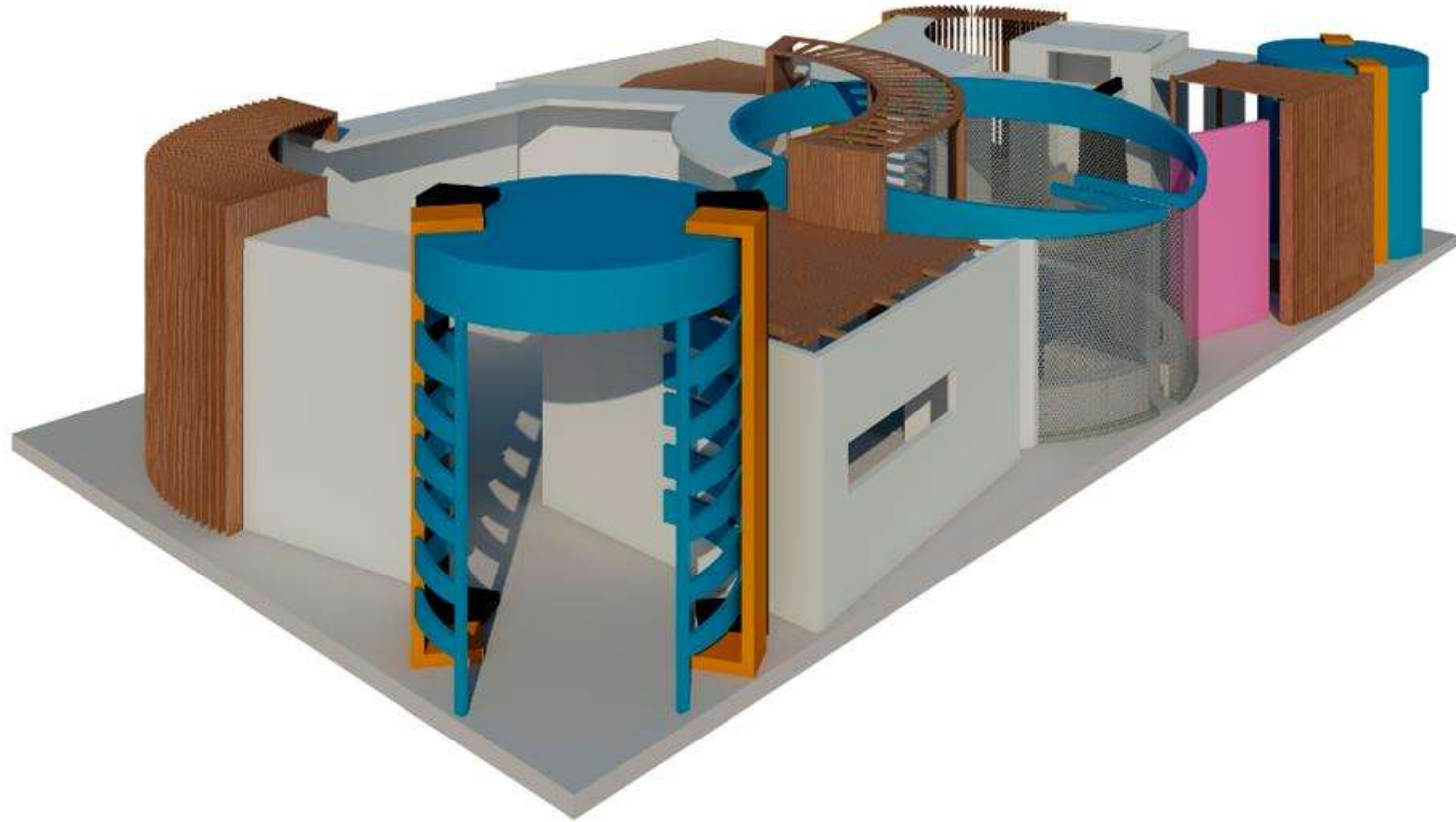
Colecciones y materiales por ambiente Perú Home 2013

Jardín exterior	Hall de ingreso	Sala	Comedor	Patio
Bancas de madera	Mesa o consola de entrada	Mesa de centro y auxiliares	Mesa de comedor	Mobiliario
Macetas variadas con flores	Alfombras	Alfombras	Sillas	Cojines de piso
Mates pajareras	Cerámica	Cerámica decorativa y utilitaria	Alfombras	Tapetes de fibras vegetales
Mesita de centro	Lámpara	Lámparas de piso y de techo	Cerámica de mesa	Objetos decorativos de cerámica y piedra
Mesas laterales	Candelabros	Candelabros	Vajilla	Piso de piedra o porcelanato
Braquetes de cerámica	Floreros	Fuentes de mesa	Fruteros	
Objetos decorativos de madera	Silla	Floreros	Lámparas de piso y de techo	
Objetos decorativos de cestería	Piso de piedra o porcelanato	Sofá y sillones	Candelabros	
Gravilla		Puff	Floreros	

Colecciones y materiales por ambiente Perú Home 2013

Estudio	Cocina bar	Dormitorio infantil	Master bedroom	Baño y walking closet
Mesa escritorio	Barra	Ropa de cama	Cama 2 plazas	Ovalín en vitrofusión
Sillas y puff	Vajillas de sushi de vitrofusión	Cama doble altura con escritorio	Cabecera	Separador de ambiente en vitrofusión
Espejo y portarretratos de plata	Vajillas de té de cerámica de gres	Mesa de noche	Ropa de cama	Mesa y espejo de baño
Lámpara de mesa	Ollas de barro	Móvil de techo	Almohadones y cojines	Grifería
Lámpara de pie	Fuentes de cerámica de quinua y pucará	Puffs gigantes	Tapetes pies de cama	Tina o ducha, water
Lámpara de techo	Bandejas de vidrio pintado	Sillas	Mesas de noche	Baldosas artesanales de pared de pucará
Estante	Banquetas altas y bajas	Lámpara de mesa	Tocador	Artículos de baño de cerámica
Candelabros	Cestas diversas	Baúl pie de cama	Gran espejo	Toallas y batas
Cerámicas	Lámparas de techo de mates burilados	Cortina, cojines, alfombra	Banqueta pie de cama	Tapetes
Artículos de escritorio	Camino de mesa	Portarretratos	Perchero	Tocador, espejo y banqueta
Alfombra	Barra alta	Juguetes	Alfombra	Estanterías para colecciones de ropa y accesorios
Floreros	Mesa aérea lateral	Braquetes de pared	Pisos de madera	Pisos de porcelanato

Casa PERU HOME 2013





2012

“Interpretación moderna contemporánea de la etnicidad peruana”

NOT
LOUSE
NAL
TREC
PROFESIONALES
CON ALMA DE ARTISTA

prom
perú



- **738 mil dólares de operaciones concretadas en la feria gracias a la presentación de Peru Home**
- **33% de las negociaciones de los importadores fueron motivadas por Peru Home**

- **Directores Creativos:**
Rocío del Barco
Alejandro Rincón

- **22 empresas participantes**

- **200 mts cuadrados**

- **10 áreas implementadas:**

- ✓ Sala
- ✓ Hall de ingreso
- ✓ Comedor /Bar
- ✓ Habitación principal con walking closet
- ✓ Habitación infantil
- ✓ Cocina
- ✓ Patio
- ✓ Estudio
- ✓ Baño principal con tina
- ✓ Fachada

- **Diseño de Arquitectura Efímera:**
Instituto Toulouse Lautrec





