



idat

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO

IDAT

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO DE INTERIORES

**PROYECTO DE DISEÑO DE INTERIORES ESPACIO COMERCIAL
INTEGRAL TIENDA “NÓRDICA”**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título profesional técnico en Diseño de
Interiores**

Estephany Juliana Garcia Rodriguez

Andrea Katherine Chavez Mora

LIMA – PERÚ

2024

Índice General

Pág.

Resumen Ejecutivo.....	5
Introducción.....	6
Capítulo I: Estrategia del Visual Merchandising	7
Investigación de marcas referentes.....	7
Elaboración de la semiótica.....	18
Justificación de la aplicación de la psicología del color	24
Identificación de la experiencia de compra	25
Capítulo II: Distribución del Espacio Comercial.....	27
Store Planing	27
<i>Brief de la Marca</i>	28
<i>Fachada</i>	29
Layout de la Tienda.....	31
<i>Acceso a la tienda</i>	32
<i>Puntos Caliente, fríos templados</i>	34
<i>Señaléticas</i>	35
Categorización de las superficies comerciales	37
Capítulo III: Estrategias para soluciones comerciales.....	39
Organigrama de los productos.....	39
<i>Niveles de visibilidad</i>	42
<i>Estructura de surtido de producto</i>	43
Planos Comerciales	45
<i>Zona fría – Zona Caliente – Zona Templada</i>	45

<i>Plano de Circulación: Flujo Alto, Medio y Bajo</i>	46
Aplicación de los criterios de la iluminación comercial.....	47
Integración de los planos normativos	48
<i>Documentación para la realización del proyecto</i>	48
<i>Presupuesto Total de Obra</i>	49
Planos técnicos	53
<i>Plano Zonificación</i>	53
<i>Plano Distribución</i>	54
<i>Plano INDECI</i>	58
<i>Plano de Corrientes débiles</i>	59
<i>Plano de FCR - A.A - Iluminación</i>	60
Capítulo IV: Evento Comercial y Diseño de Mobiliario.....	61
Evento Comercial	61
<i>Análisis del Plan de Marketing</i>	62
<i>Análisis del Plan Comercial</i>	63
<i>Desarrollo del Plan de Visual Merchandising</i>	65
Diseño de Mobiliario.....	66
Vistas 3D y Recorrido Virtual del Anteproyecto	71
<i>Fachada</i>	71
<i>Interior 1</i>	72
<i>Interior 2</i>	72
<i>Interior 3</i>	73
<i>Interior 4</i>	73
<i>Interior 5</i>	74
Conclusiones	75
Recomendaciones	76

Referencias Bibliográficas	77
---	-----------

Resumen Ejecutivo

El proyecto de investigación se centra en el diseño interior de la tienda comercial Nórdica, una empresa que busca definir su imagen de marca y mejorar la experiencia del cliente a través de un enfoque integral en su diseño. Este estudio examina las estrategias de diseño interior aplicadas para crear un ambiente cohesivo y atractivo que refleje los valores y la identidad de la marca Nórdica.

Para proporcionar un contexto sólido y un marco de referencia para el diseño de la tienda, en esta investigación se ha incluido un análisis exhaustivo de empresas similares.

Este análisis compara el diseño interior y la distribución de estas tiendas con el objetivo de identificar las mejores prácticas y tendencias actuales en el sector. Se analizan aspectos clave como la distribución del espacio, la selección de materiales y colores, la iluminación y la señalización, con el objetivo de optimizar la funcionalidad del espacio comercial y fortalecer la conexión emocional con los clientes.

Los resultados esperan ofrecer recomendaciones prácticas para mejorar la experiencia de compra y maximizar el impacto visual y funcional del espacio.