



**idat**

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO**

**“IDAT”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO DE INTERIORES**

**PROPUESTA DE DISEÑO DE INTERIOR PARA LA MARCA SEPHORA  
EN EL CENTRO COMERCIAL MALL AVENTURA CHICLAYO**

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

**ANA CAROLINA TÁVARA IPARRAGUIRRE**

**0009-0003-6031-9769**

**Chiclayo – Perú**

**2025**

## **Dedicatoria**

*A mis padres, esposo e hijos por su apoyo.*

## Índice General

Resumen Ejecutivo .....	7
Introducción .....	8
Capítulo I: .....	9
Estrategia del Visual Merchandising .....	9
Investigación de Marcas Referentes .....	9
<i>MAC Cosmetics</i> .....	9
<i>ESIKA</i> .....	16
Elaboración de la Semiótica.....	20
Justificación de la aplicación de la psicología del color .....	23
Identificación de la experiencia de compra .....	26
Capítulo II: Distribución del Centro Comercial .....	28
Store Planning.....	28
<i>Identidad de marca</i> .....	28
<i>Objetivo</i> .....	31
<i>Valores</i> .....	31
<i>Mision</i> .....	31
<i>Visión</i> .....	32
<i>Fachada</i> .....	32
Layout de Tienda .....	33
<i>Puntos Fríos, Calientes y Templados</i> .....	35
Señaléticas .....	36
Categorización de las superficies comerciales .....	39
<i>Mall Aventura Chiclayo</i> .....	39
<i>Centro comercial Real Plaza Chiclayo</i> .....	39
<i>Centro Comercial Boulevard</i> .....	39
<i>Plaza Bolognesi</i> .....	39
<i>Open Plaza</i> .....	40
<i>Suma Strip Mall</i> .....	40
Capítulo III: Estrategias Para Soluciones Comerciales .....	41
Organigrama de los Productos.....	41
<i>Niveles de Visibilidad</i> .....	41

<i>Estructura de Surtido de Productos</i> .....	41
Disposición de los Productos .....	43
Planos Comerciales .....	49
Zona Fría- Zona Caliente- Zona Templada.....	49
Flujo Alto- Medio- Alto.....	50
Aplicación de los Criterios de la Iluminación Comercial .....	51
Integración de los Planos Normativos.....	53
Documentación para la Realización del Proyecto .....	53
Presupuesto Total De Obra .....	53
Planos Técnicos.....	56
Plano de Zonificación .....	56
Planos INDECI .....	57
Planos de Corrientes Débiles y Domótica .....	58
Planos de FCR-A.A – Iluminación.....	60
Capítulo IV: Evento Comercial y Diseño de Mobiliario .....	63
Evento Comercial.....	63
Análisis de Plan de Marketing .....	64
Análisis de Plan Comercial .....	64
Desarrollo del Plan de Visual Merchandising .....	65
Diseño de Mobiliario.....	67
Mobiliario de tocador .....	67
Mobiliario temático de labios .....	68
Vistas 3D y Recorrido Virtual del Anteproyecto .....	69
Conclusiones y Recomendaciones .....	70
Conclusión 1 .....	70
Recomendación 1 .....	70
Conclusión 2 .....	70
Recomendación 2 .....	70
Conclusión 3 .....	70
Recomendación 3 .....	71
Referencias Bibliográficas .....	72
Anexos .....	73

## Índice de Figura

<b>Figura 1</b> Mapa de ubicación tienda MAC centro comercial Plaza Norte .....	10
<b>Figura 2</b> Moodboard marca Mac .....	11
<b>Figura 3</b> Layout estilo cuadrícula tienda MAC .....	12
<b>Figura 4</b> Brand board marca Mac .....	15
<b>Figura 5</b> Plano ubicación tienda esika en centro comercial Plaza Norte .....	17
<b>Figura 6</b> Moodboard marca Esika .....	17
<b>Figura 7</b> Layout estilo rejilla tienda Esika .....	18
<b>Figura 8</b> Brand board marca Esika .....	19
<b>Figura 9</b> Buyer persona .....	21
<b>Figura 10</b> Branding .....	21
<b>Figura 11</b> Brand board marca Sephora .....	22
<b>Figura 12</b> Análisis FODA .....	23
<b>Figura 13</b> Colorimetría .....	24
<b>Figura 14</b> Aplicación de los colores en la tienda .....	25
<b>Figura 15</b> Experiencia de compra .....	27
<b>Figura 16</b> Moodboard Sephora .....	31
<b>Figura 17</b> Fachada .....	33
<b>Figura 18</b> Vista 3D fachada .....	33
<b>Figura 19</b> Layout tipo rejilla .....	34
<b>Figura 20</b> Señaléticas corte A-A .....	37
<b>Figura 21</b> Señaléticas corte B-B .....	38
<b>Figura 22</b> Señaléticas corte C-C .....	38
<b>Figura 23</b> Disposición de productos .....	43
<b>Figura 24</b> Modulo Make up .....	44
<b>Figura 25</b> Modulo Skin Care .....	45
<b>Figura 26</b> Modulo cabello .....	46
<b>Figura 27</b> Modulo Perfumería .....	47
<b>Figura 28</b> Modulo Accesorios .....	48
<b>Figura 29</b> Zona Experiencia .....	49

<b>Figura 30</b>	Plano puntos fríos, calientes y templados .....	50
<b>Figura 31</b>	Plano Flujo Alto- Medio- Alto.....	51
<b>Figura 32</b>	Plano Luminarias .....	52
<b>Figura 33</b>	Plano Zonificación .....	57
<b>Figura 34</b>	Plano INDECI.....	58
<b>Figura 35</b>	Plano Corrientes Débiles.....	60
<b>Figura 36</b>	Plano Falso cielo raso.....	61
<b>Figura 37</b>	Plano FCR - detalle.....	62
<b>Figura 38</b>	Flayer Evento Comercial .....	63
<b>Figura 39</b>	Packaging y localización en el local comercial.....	65
<b>Figura 40</b>	Modulo principal para evento, ubicado en el ingreso a la tienda.....	66
<b>Figura 41</b>	Mobiliario zona experiencia.....	68

## Resumen Ejecutivo

Sephora, una marca conocida en todo el mundo por su enfoque original en la venta de productos de belleza y cuidado, tiene la intención de abrir una tienda en el Mall Aventura de la ciudad de Chiclayo. El objetivo de este proyecto es adaptar la esencia de la marca, que se caracteriza por su compromiso con la calidad y la excelencia en la experiencia del cliente, a un nuevo entorno comercial, buscando crear un espacio en el cual se integre estética, funcionalidad y el branding siempre alineado a la cultura de la marca, pero logrando adaptarlo al contexto local.

La tienda busca ofrecer una experiencia de compra que refleje la diversidad y la innovación. El proyecto aborda todos los elementos requeridos para garantizar que no solo se cumplan con los altos estándares de la marca, sino que también logre convertirse en un referente en la región. Se ha considerado utilizar un layout funcional en el cual la circulación y la interacción del cliente con los productos sea óptima, además con ayuda de señaléticas y mobiliario acorde a la ergonomía del cliente priorizan una experiencia clásica de la marca.

Cabe resaltar que la propuesta de diseño de interior busca demostrar cómo está puede ayudar en cumplir con el posicionamiento de una marca como Sephora, que no solo busca vender un producto sino darle una experiencia al momento de la compra al cliente.

**Palabras clave:** *Sephora Chiclayo, diseño comercial, experiencia del cliente, esencia de la marca.*