INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO “IDAT”

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO DE INTERIORES

PROYECTO DE DISEÑO INTERIOR DE UN ESPACIO COMERCIAL PARA LA MARCA "LUNARA"

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

GUERRA NANFUÑAY KEVIN ROBINSON

(0009-0004-5830-0388)

PERRIGO ÑIQUEN CRISTHIAN BRYAN

(0009-0001-3006-4684)

Chiclayo – Perú

2026

Dedicatoria

A mi familia y a las personas que siempre confiaron en mí, en especial a mi abuela la cual fue parte de mi formación como persona y como futuro profesional, fue mi inspiración a dedicarle mucho esfuerzo y trabajo a este proyecto final.

Guerra Nanfuñay Kevin Robinson

Dedicatoria

A mi familia, por ser mi fortaleza, por acompañarme en cada paso de mí carrera, dedicarle este trabajo a mi ciudad de Chiclayo, junto al legado de la cultura Mochica, por la inspiración en este proyecto de esta manera sea apreciada y reconocida.

Perrigo Ñiquen Cristhian Bryan

Índice General

Resumen Ejecutivo **8**
Introducción **9**
Capítulo I: Estrategia del Visual Merchandising **10**
Investigación de Marcas Referentes **10**
Elaboración de la Semiótica **26**
Justificación de la Experiencia de Compra **31**
Capítulo II: Distribución del Centro Comercial **33**
Store Planning **33**
Brief de la Marca *34*
Fachada *34*
Layout de Tienda **38**
Acceso a la Tienda *38*
Puntos Fríos, Calientes y Templados *38*
Señaléticas *43*
Categorización de las Superficies Comerciales **44**
Capítulo III: Estrategias Para Soluciones Comerciales **44**
Organigrama de los Productos **44**
Niveles de Visibilidad *44*
Estructura de Surtido de Productos *44*
Disposición de los Productos *45*
Forma de Malla *45*
Planos Comerciales **50**
Zona Fría- Zona Caliente- Zona Templada *50*
Flujo Alto- Medio- Alto *51*
Aplicación de los Criterios de la Iluminación Comercial **54**
Integración de los Planos Normativos **55**
Planos Técnicos **55**
Plano de Zonificación *55*
Planos de Distribución *55*

Planos INDECI *56*
Planos de Corrientes Débiles y Domótica *57*
Planos de FCR-A.A – Iluminación *59*
Capítulo IV: Evento Comercial y Diseño de Mobiliario **60**
Evento Comercial **60**
Análisis de Plan de Marketing *60*
Análisis de Plan Comercial *61*
Desarrollo del Plan de Visual Merchandising *61*
Diseño de Mobiliario **62**
Vistas 3D y Recorrido Virtual del Anteproyecto **66**
Conclusiones y Recomendaciones **70**
Referencias Bibliográficas **72**
Anexos **73**

Índice de Tablas

Tabla 1 Psicología del color …….**29**

Tabla 2 Brieff de la marca ……....**35**

Tabla 3 Cuadro de sectores……....**36**

Tabla 4 Superficies Comerciales……...**42**

Tabla 5 Análisis de implementación de estrategia de productos ……..**49**

Tabla 6 Cuadro de luminarias……**58**

Tabla 7 Análisis de Estrategias……..**61**

Índice de Figuras

Figura 1 Collage Marca Crepier …….**11**

Figura 2 Tienda Crepier ……**12**

Figura 3 Collage Renzo Costa ……**15**

Figura 4 Tienda Renzo Costa ……**17**

Figura 5 Collage Lizaraso ……..**18**

Figura 6 Tienda Lizarazo……**21**

Figura 7 Key items (collage) del público objetivo Lunara ……**23**

Figura 8 Logo Lunara…… ……...**26**

Figura 9 Imagotipo 1……..**27**

Figura 10 Imagotipo 2 ……...**27**

Figura 11 Cromática ……..**31**

Figura 12 Experiencia de Compra 1 ……..**31**

Figura 13 Experiencia de Compra 2……...**32**

Figura 14 Diagrama de conceptos ……**34**

Figura 15 Boceto de fachada ……**37**

Figura 16 Zona de ediciones limitadas……..**46**

Figura 17 Zona de atracción premium ……..**46**

Figura 18 Zona de impacto visual……..**47**

Figura 19 Zona de experiencia y tacto……...**47**

Figura 20 Zona de venta ……**48**

Figura 21 Plano Layout ……**50**

Figura 22 Plano Zona fría, templada - Zona caliente……**51**

Figura 23 Plano Flujo alto-medio-bajo ……**52**

Figura 24 Plano Señalética ……... **53**

Figura 25 Luminarias ……**54**

Figura 26 Plano Zonificación …….. **55**

Figura 27 Plano Distribución ……...**56**

Figura 28 Plano Indeci ……**57**

Figura 29 Plano Corrientes debiles ……..**58**

Figura 30 Plano FCR-A.A – Iluminación ……**59**

Figura 32 Diseño mobiliario Tarima de Exhibición ……**62**

Figura 34 Diseño mobiliario Caunter de Atención ……..**63**

Figura 36 Diseño mobiliario Estantería Empotrada ……**64**

Figura 36 Diseño mobiliario Tarima Digital……...……**65**

Figura 37 Fachada ……**66**

Figura 43 Escaparate …… **66**

Figura 44 Interior 1 ……...**67**

Figura 45 Interior 2 …….. **67**

Figura 46 Interior 3 ……...**68**

Figura 47 Interior 4 …….. **68**

Figura 48 Interior 5 …… ……..**69**

Figura 49 Interior 6 …… ……..**69**

Resumen Ejecutivo

El proyecto de diseño interior para la marca de carteras de lujo Lunara propone un espacio comercial que va más allá de lo funcional: una tienda concebida como un templo contemporáneo donde se entrelazan el lujo, la espiritualidad y el legado cultural de la civilización Sicán. La propuesta apunta a transmitir elegancia, identidad y una conexión bien marcada con lo cultural, buscando que Lunara se vea como una marca con propósito y raíces. Todo empezó analizando marcas como Crepier, Renzo Costa. lo que ayudó a entender cómo manejan la distribución, la iluminación y la experiencia dentro de tienda.

A partir de eso se fue armando el ADN de Lunara: una propuesta de lujo más consciente y artesanal, inspirada en técnicas ancestrales y pensada para mujeres seguras de sí mismas, que valoran lo auténtico y lo exclusivo. El diseño del espacio está planteado como un recorrido que se siente, donde hay zonas clave como el impacto visual, lo premium, las ediciones limitadas y la parte más táctil, donde puedes interactuar con los productos.

Como valor agregado, el proyecto incorpora la Semana de la Moda Lunara, un evento comercial respaldado por un plan de marketing y experiencias en tienda que fortalecen el vínculo emocional con la marca. En conjunto, Lunara ofrece una experiencia de compra íntima, exclusiva y culturalmente significativa, donde tradición y modernidad conviven en armonía.

Palabras clave: Diseño interior; Cultura Sicán; lujo consciente; experiencia de compra.