INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO “IDAT”
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO DE INTERIORES

PROYECTO DE DISEÑO INTERIOR DE UN ESPACIO COMERCIAL PARA LA MARCA PANDORA

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

LEDESMA BARRA BEATRIZ LUZ

AT75613687

Lima – Perú

Año 2026

Dedico este logro a mi madre y a mis hermanos. Gracias por estar siempre presentes, por sostenerme en los momentos difíciles y por celebrar conmigo cada alegría. Son mi mayor fortaleza.

Índice General

Resumen Ejecutivo.....**7**
Introducción.....**8**
Capítulo I: Estrategia del Visual Merchandising.....**9**
Investigación de Marcas Referentes.....**9**
Elaboración de la Semiótica.....**13**
Justificación de la Experiencia de Compra.....**15**
Capítulo II: Distribución del Centro Comercial.....**16**
Store Planning.....**16**
Brief de la Marca.....*16*
Fachada.....*18*
Layout de Tienda.....**19**
Acceso a la Tienda.....*20*
Puntos Fríos, Calientes y Templados.....*20*
Señaléticas.....*22*
Categorización de las Superficies Comerciales.....*23*
Capítulo III: Estrategias Para Soluciones Comerciales.....**24**
Organigrama de los Productos.....**24**
Niveles de Visibilidad.....*25*
Estructura de Surtido de Productos.....*26*
Disposición de los Productos.....*27*
Forma de Malla.....*28*
Planos Comerciales.....**28**
Zona Fría- Zona Caliente- Zona Templada.....*29*
Flujo Alto- Medio- Alto.....*30*
Aplicación de los Criterios de la Iluminación Comercial.....**32**
Integración de los Planos Normativos.....**33**
Documentación para la Realización del Proyecto.....*34*
Presupuesto Total De Obra.....*35*
Planos Técnicos.....**37**
Plano de Zonificación.....*38*
Planos de Distribución.....*39*
Planos INDECI.....*40*
Planos de Corrientes Débiles y Domótica.....*41*
Planos de FCR-A.A – Iluminación.....*41*
Capítulo IV: Evento Comercial y Diseño de Mobiliario.....**44**

Evento Comercial.....44
Análisis de Plan de Marketing.....44
Análisis de Plan Comercial.....46
Desarrollo del Plan de Visual Merchandising.....47
Diseño de Mobiliario.....49
Vistas 3D y Recorrido Virtual del Anteproyecto.....57
Conclusiones y Recomendaciones.....62
Referencias Bibliográficas.....64
Anexos.....66

Índice de Tablas

Tabla 1 *Organigrama de pandora* *25*

Tabla 2 *Luminarias de pandora* 33

Tabla 3 *Presupuesto de pandora* *36*

Índice de Figuras

Figura 1 *Brand board de la marca Tiffany & Co.* *10*

Figura 2 *Brand board de la marca Tiffany & Co.* *12*

Figura 3 *Brand board de la marca Pandora* *15*

Figura 4 *Fachada de la marca Pandora* *19*

Figura 5 M*apa térmico de mayor tránsito de la tienda Pandora* *21*

Figura 6 M*apa térmico de menor tránsito de la tienda Pandora* *30*

Figura 7 *Flujo de la marca* *31*

Figura 8 *Zonificación de la marca Pandora* *38*

Figura 9 *Distribución de la marca Pandora* *40*

Figura 10 *Falso cielo raso de la marca Pandora* *43*

Figura 11 *Moodboard del evento* *48*

Figura 12 *Mobiliario de diseño 01* *51*

Figura 13 *Mobiliario de diseño 0*2 *54*

Figura 14 *Mobiliario de diseño 0*3 *57*

Resumen Ejecutivo

Este proyecto de diseño tiene como objetivo renovar la experiencia de compra en las tiendas físicas de la marca Pandora, alineando su imagen comercial con las expectativas actuales del consumidor y los valores fundamentales de la marca: elegancia, personalización y conexión emocional. La propuesta se centra en el rediseño integral del espacio interior de la tienda, incluyendo la disposición del mobiliario, la iluminación, los materiales y la señalética, con un enfoque en la creación de una atmósfera cálida, moderna y acogedora que inspire a los clientes a explorar y contar sus propias historias a través de las joyas.

La propuesta de diseño que se plantea busca estimular los sentidos y mantener coherencia visual con el cliente, donde las colecciones destacan. La paleta de colores que presenta son colores pasteles, con propuestas minimalistas utilizando materiales eco amigables, reflejando elegancia y cercanía. La marca genera un compromiso con la tecnología e innovación buscando tener una mejor experiencia con sus clientes.

Palabras clave: Pandora; diseño; elegancia; joyería; sostenibilidad; innovación.