INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO "IDAT"
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO DE INTERIORES

PROYECTO DISEÑO INTERIOR DE UN ESPACIO COMERCIAL PARA LA MARCA MOIXX

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

BEATRIZ LOAYZA ALBURQUEQUE
0009-0005-1158-3277
KATYA PAOLA RISCO SALAZAR
0009-0008-2707-4292

Lima – Perú
2026

Dedicatoria

A Dios por darme la fuerza y no permitir que me rinda, a mis padres por seguirme apoyando y a quienes confiaron en mí.

Katya Paola Risco Salazar.

A Dios que nunca soltó mi mano, a mi pareja Fernando que siempre me apoyo en todo momento, a mis padres a quienes amo, a mi hijo, mi nieto y a mi querida amiga Patricia Risco.

Beatriz Loayza Alburqueque.

Índice General

Resumen Ejecutivo **12**
Introducción **13**
Capítulo I. Estrategia del Visual Merchandising **14**
Investigación de Marcas Referentes **14**
Análisis de la marca Brujha's *15*
Análisis de la marca Mentha & Chocolate *20*
Análisis de la marca EXIT *25*
Análisis de la marca MOIXX **30**
Key Item **32**
Innovación de la marca MOIXX **33**
Evolución de logotipo e isotipo de MOIXX *34*
Elaboración de la Semiótica **36**
Naming *36*
Público Objetivo *36*
Buyer persona *38*
Marketing Mix *42*
FODA (Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) *44*
Identidad Visual y Brandboard *45*
Justificación de la aplicación de la psicología del color **46**
Identificación de la Experiencia de Compra **48**
Brainstorming *48*
Marketing sensorial *49*
Propuestas tecnológicas de la experiencia de compra *51*
Capítulo II. Distribución del Centro Comercial **54**
Store Planning **54**
Brief de la Marca *56*
Fachada *57*
Layout de Tienda **58**
Acceso a la Tienda *59*
Puntos Fríos, Calientes y Templados *60*
Señaléticas *62*

Categorización de las Superficies Comerciales 63
Capítulo III. Estrategias para Soluciones Comerciales 71
Organigrama de los Productos 71
Planos Comerciales 91
Zona Fría - Zona Caliente - Zona Templada 91
Flujo Bajo - Medio - Alto 92
Aplicación de los Criterios de la Iluminación Comercial 93
Integración de los Planos Normativos 96
Documentación para la Realización del Proyecto 96
Presupuesto Total De Obra 97
Planos Técnicos 98
Plano de zonificación 98
Plano de distribución 99
Planos INDECI 100
Planos de Corrientes Débiles y Domótica 102
Plano de FCR-A.A – Iluminación 104
Capítulo IV. Evento Comercial y Diseño de Mobiliario 106
Evento Comercial 106
Análisis de Plan de Marketing 107
Análisis de Plan Comercial 108
Desarrollo del Plan de Visual Merchandising 109
Diseño de Mobiliario 110
***Mobiliario de counter* 110**
***Mobiliario exhibidor de accesorios* 111**
***Mobiliario perimetral* 112**
***Mobiliario central* 113**
***Mobiliario co-branding* 114**
Vistas 3D y Recorrido Virtual del Anteproyecto 116
Vista exterior 117
Escaparate interior 117
Vista interior 1 118
Vista interior 2 118

Vista interior 3 ..... *119*
Vista interior 4 ..... *119*
Conclusiones y Recomendaciones **120**
Referencias Bibliográficas **123**

Índice de Tablas

Tabla 1 15

Tabla 2 19

Tabla 3 24

Tabla 4 29

Tabla 5 31

Tabla 6 33

Tabla 7 36

Tabla 8 37

Tabla 9 42

Tabla 10 47

Tabla 11 50

Tabla 12 54

Tabla 13 57

Tabla 14 62

Tabla 15 64

Tabla 16 70

Tabla 17 71

Tabla 18 72

Tabla 19 73

Tabla 20 75

Tabla 21 76

Tabla 22 78

Tabla 23 79

Tabla 24 81

Tabla 25 82

Tabla 26 84

Tabla 27 85

Tabla 28 87

Tabla 29 88

Tabla 30 90

Tabla 31 94

Tabla 32 103

Tabla 33 106

Tabla 34 115

Índice de Figuras

Figura 1 14

Figura 2 15

Figura 3 16

Figura 4 16

Figura 5 17

Figura 6 18

Figura 7 19

Figura 8 20

Figura 9 21

Figura 10 21

Figura 11 22

Figura 12 23

Figura 13 24

Figura 14 25

Figura 15 26

Figura 16 26

Figura 17 27

Figura 18 28

Figura 19 29

Figura 20 30

Figura 21 31

Figura 22 32

Figura 23 33

Figura 24 35

Figura 25 37

Figura 26 38

Figura 27 39

Figura 28 39

Figura 29 40

Figura 30 41

Figura 31 42

Figura 32 44

Figura 33 45

Figura 34 46

Figura 35 46

Figura 36 47

Figura 37 48

Figura 38 49

Figura 39 50

Figura 40 51

Figura 41 52

Figura 42 56

Figura 43 56

Figura 44 58

Figura 45 59

Figura 46 60

Figura 47 61

Figura 48 62

Figura 49 63

Figura 50 65

Figura 51 66

Figura 52 67

Figura 53 68

Figura 54 69

Figura 55 73

Figura 56 74

Figura 57 76

Figura 58 77

Figura 59 79

Figura 60 80

Figura 61 82

Figura 62 83

Figura 63 85

Figura 64 86

Figura 65 88

Figura 66 89

Figura 67 91

Figura 68 92

Figura 69 93

Figura 70 94
Figura 71 96
Figura 72 96
Figura 73 96
Figura 74 97
Figura 75 97
Figura 76 97
Figura 77 99
Figura 78 100
Figura 79 101
Figura 80 102
Figura 81 103
Figura 82 104
Figura 83 105
Figura 84 106
Figura 85 110
Figura 86 111
Figura 87 112
Figura 88 113
Figura 89 114
Figura 90 116

Resumen Ejecutivo

Este proyecto redefine la experiencia en MOIXX, mediante la estrategia de Visual Merchandising que integra el análisis de marcas referentes, la semiótica y la psicología del color. Se contempló crear un espacio contemporáneo, sensorial e innovador, donde prevalezca la esencia de la marca y transmita identidad, feminidad y empoderamiento.

Con un layout estratégico en el Store Planning, se facilita el acceso y la circulación del cliente. Para maximizar la exposición del producto y fomentar la compra se gestionaron puntos fríos, calientes y templados. Con señaléticas que guían al cliente y con la categorización de superficies comerciales, se optimiza el marketing y atrae a los compradores adecuados.

Se centraron las estrategias para soluciones comerciales efectivas, un organigrama de productos definido y planos clave; además de iluminación que ayude a realzar los productos y el atractivo visual; mientras que la integración de planos normativos y técnicos aseguran cumplimiento y funcionalidad.

Para el evento de las marcas se realizó un Plan Comercial, de Marketing y de Visual Merchandising ajustando estrategias de impacto que se centren en la creación de un mobiliario co-branding de diseño innovador y generando una compra atractiva. Finalmente, con el recorrido virtual del anteproyecto se podrá ajustar el diseño antes de su implementación y alinearse con los objetivos comerciales.

Palabras claves: Diseño, visual merchandising, semiótica, experiencia de compra, público objetivo, layout, estrategia comercial.