



**INSTITUTO DE EDUCACION SUPERIOR PRIVADA**  
**PROGRAMA DE ESTUDIOS DE DISEÑO DE INTERIORES**

**ELEGANCE DIVINE**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el instituto  
profesional en Diseño de Interiores**

**ANYOLINE MILAGROS CHAVEZ POLANCO**

**0009-0005-8021-2832**

**Lima – Perú**

**2024**

Modelo N° 3: Índice general

Índice General	Pág.
<b>Resumen Ejecutivo</b> .....	6
<b>Introducción</b> .....	6
Capítulo I: Estrategia del Visual Merchandising.....	7
Investigación de marcas referentes.....	7
Elaboración de la semiótica .....	11
Justificación de la aplicación de la psicología del color .....	13
Identificación de la experiencia de compra .....	15
Capítulo II: Distribución del Espacio Comercial .....	15
Store Planing .....	16
<i>Brief de la Marca</i> .....	18
<i>Fachada</i> .....	19
Layout de la Tienda .....	20
<i>Acceso a la tienda</i> .....	20
<i>Puntos Caliente, fríos y templados</i> .....	21
<i>Señaléticas</i> .....	23
Categorización de las superficies comerciales.....	24
Capítulo III: Estrategias para soluciones comerciales .....	25
Organigrama de los productos .....	25
<i>Niveles de visibilidad</i> .....	29
<i>Estructura de surtido de producto</i> .....	30
<i>Disposición de los productos</i> .....	31
<i>Forma de malla</i> .....	32

Planos Comerciales.....	34
<i>Zona fría – Zona Caliente – Zona Templada</i> .....	18
<i>Plano de Circulación: Flujo Alto, Medio y Bajo</i> .....	18
Aplicación de los criterios de la iluminación comercial .....	19
Integración de los planos normativos .....	20
<i>Presupuesto Total de Obra</i> .....	20
Planos técnicos .....	39
<i>Plano Zonificación</i> .....	38
<i>Plano Distribución</i> .....	39
<i>Plano Flujo</i> .....	40
<i>Plano INDECI</i> .....	41
<i>Plano de Corrientes débiles</i> .....	42
<i>Plano de FCR - A.A - Iluminación</i> .....	43
<i>Plano Tomacorrientes</i> .....	45
Cortes .....	46
Cortes 1 .....	46
Cortes 2 .....	46

Capítulo IV: Evento Comercial y Diseño de Mobiliario.....	48
Evento Comercial .....	49
<i>Zona fría – Zona Caliente – Zona Templada</i> .....	49
<i>Análisis del Plan de Marketing</i> .....	49
<i>Análisis del Plan Comercial</i> .....	49
Desarrollo del Plan de Visual Merchandising .....	49
Diseño de Mobiliario .....	51
Vistas 3D y Recorrido Virtual del Anteproyecto.....	54
Ingreso.....	54
Interior 1.....	55
Interior 2.....	56
<i>Fachada</i> .....	59
Conclusiones .....	61
Recomendaciones.....	61
Anexos .....	62
Bibliográficas .....	62

***Dedicatoria:***

*Ala memoria de mi querido padre cuya presencia sigue viva  
cuya presencia sigue viva en cada uno de mis logros. Aunque no estés físicamente a mi lado,  
tu amor, tus enseñanzas y el ejemplo de tu fortaleza han sido la inspiración para  
guiar mi camino con luz, incluso en la distancia*

## **Resumen Ejecutivo**

### **Introducción**

En el siguiente proyecto a presentar hemos realizado una propuesta sobre la marca Elegance Divine donde en el transcurso del documento veremos estrategias de Merchandising para aumentar la rentabilidad en el punto de venta. Aquí, los clientes pueden disfrutar de una experiencia de compra agradable y personalizada, enfocada en moda y asesoramiento de estilo.

Como adicional se presentarán, planos, imágenes del interior y exterior de la tienda Elegance Divine, así como la creación de la Marca.