



idat

INSTITUTO DE EDUCACION SUPERIOR PRIVADO

“IDAT”

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO DE INTERIOR

**PROPUESTA DE DISEÑO DE INTERIORES PARA LA MARCA H&M
EN EL JOCKEY PLAZA, LIMA - PERÚ**

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

**ROSARIO CELESTE CCAYRA OLIVARES
(0009-0001-6789-5051))**

**ALLISON ARIANA HUAMAN HÉRNANDEZ
(0009-0005-8600-2094)**

Lima-Perú

2025

Dedicatoria

*Agradecer a nuestras familias, por el constante
apoyo que nos han brindado a lo largo
de nuestras carreras y no dejarnos solas.*

INDICE

Resumen Ejecutivo	8
Introducción.....	9
Capítulo I: Estrategia del Visual Merchandising	10
Investigación de Marcas Referentes.....	10
Figura 1 Ubicación de la galería Zara	11
Elaboración de la Semiótica.....	31
Justificación de la aplicación de la psicología del color	36
Justificación de la Experiencia de Compra	39
Capitulo II: Distribución del Centro Comercial	40
Store Planning.....	40
<i>Brief de la Marca</i>	42
<i>Fachada</i>	44
<i>Layout de tienda</i>	45
<i>Acceso a la tienda</i>	46
<i>Puntos Fríos, Calientes y Templados.</i>	47
<i>Señaléticas.</i>	48
Categorización de las Superficies Comerciales.....	50
Capitulo III: Estrategias Para Soluciones Comerciales.....	51
<i>Niveles de visibilidad</i>	52
<i>Disposición de los Productos</i>	54
<i>Forma de Malla</i>	54
Planos comerciales	58
<i>Zona fría, Zona caliente y Zona templada.</i>	58
<i>Flujo Alto – Medio – Bajo</i>	59
Aplicación de los Criterios de la Iluminación Comercial.....	60
Integración de los planos normativo	61
<i>Documento para la realización del proyecto</i>	61
<i>Presupuesto Total de la Obra</i>	65
Planos técnicos	68
Plano de Zonificación	68
Plano de distribución.....	68
Plano de Indeci.....	69
Esquema de corriente débiles y domótica	69
Plano de Fcr- A.A- Iluminación	70

	4
CAPITULO IV: Evento Comercial y Diseño de Mobiliario	70
Evento Comercial	70
<i>Análisis de Plan de Marketing.....</i>	<i>70</i>
<i>Análisis de Plan comercial.....</i>	<i>72</i>
<i>Desarrollo del Plan de Visual Merchandising</i>	<i>73</i>
Vistas 3D y Recorrido Virtual del Anteproyecto.....	77
Conclusiones y Recomendaciones	82
Referencias Bibliográficas	84
Anexos	85

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ubicación de la galería Zara.....	11
Figura 2 Layout referencial de la galería (Layout libre) tienda Zara	12
Figura 3 Interior de la tienda Zara.....	12
Figura 4 Recopilación Interior de la tienda Zara.....	13
Figura 5 Recopilación de disposición de productos en tienda Zara.....	14
Figura 6 Iluminación escaparate en tienda Zara.....	15
Figura 8 Atención al cliente en tienda Zara.....	16
Figura 9 Moodboard de la tienda Zara	16
Figura 10 Brandboard de la tienda Zara	18
Figura 11 Ubicación de la galería Stradivarius	19
Figura 12 Layout referencial de la galería (Layout libre) tienda Stradivarius.....	20
Figura 13 Recopilación del interior de la tienda Stradivarius	21
Figura 14 Recopilación de disposición de productos interior en tienda Stradivarius.....	22
Figura 15 Iluminación en la tienda Stradivarius.....	23
Figura 16 Recopilación de la atención al cliente en la tienda Stradivarius.....	24
Figura 17 Moodboard de la tienda Stradivarius	25
Figura 18 Brandboard de la tienda Stradivarius	26
Figura 19 Ubicación de la galería de la tienda H&m.....	27
Figura 20 Interior de la tienda H&m	28
Figura 21 Recopilación de la disposición de los productos en la tienda H&M.....	28
Figura 22 Recopilación de iluminación en la tienda H&M	29
Figura 23 Recopilación de atención al cliente de la tienda H&M.....	30
Figura 24 Moodboard de la tienda H&m.....	30
Figura 25 Nombre de la marca.....	31
Figura 26 Marketing Mi.....	34
Figura 27 FODA H&m	34
Figura 28 Brandboard de la tienda H&m.....	35
Figura 29: Paleta de colores con análisis.....	36
Figura 30 Brainstorming de experiencia de compra.....	39
Figura 31 Store Planning de tienda	41
Figura 32 Brief de la tienda H&M.....	42
Figura 33 Fachada de tienda	44
Figura 34 Layout de tienda	45

.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 35 Acceso de tienda	46
.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 36 Puntos fríos, calientes y templados	47
Figura 37 Plano de señalética	49
Figura 38 Recopilación en collage de centro comercial de H&M en el Larcomar	50
Figura 39 Recopilación en collage de centro comercial de H&M en el Mall del sur	50
Figura 40 Recopilación en collage de centro comercial de H&M en el Jockey Plaza.	51
Figura 41 Planograma de tienda	52
Figura 42 Estructura de surtidos de Productos	53
Figura 43 Fotograma de Vestidos	54
Figura 44 Fotograma de Sacos	54
Figura 45 Planograma de Blusas	55
Figura 46 Planograma de conjuntos (casaca y vestido)	55
Figura 48 Planograma de Jeans	56
Figura 49 Planograma de Producto estrella	57
Figura 50 Planograma de Joggers	57
Figura 51 Plano Zona fría, Zona caliente y Zona templada	58
Figura 52 Flujo Alto-Medio-Bajo	59
Figura 53 Plano de Criterios de la iluminación Comercial	60
.....	61
Figura 54 Plano de catastro del distrito de Santiago de Surco	61
Figura 55 Observación a la Norma A.070 Artículo 8.1 del Reglamento Nacional de Edificaciones	62
Figura 56 Observación a la Norma A.070 Artículo 9 del Reglamento Nacional de Edificaciones	62
Figura 57 Observación a la Norma A.070 Artículo 14 del Reglamento Nacional de Edificaciones	62
Figura 58 Observación a la Norma A.120 Artículo 6 del Reglamento Nacional de Edificaciones	62
Figura 59 Observación a la Norma A.120 Artículo 12 del Reglamento Nacional de Edificaciones	63
Figura 60 Observación a la Norma A.120 Artículo 8 del Reglamento Nacional de Edificaciones	63
Figura 61 Observación a la Norma A.120 Artículo 12 del Reglamento Nacional de Edificaciones	63

Figura 62 Observación a la Norma A.130 Artículo 37 y 38 del Reglamento Nacional de Edificaciones	64
Figura 63 Observación a la Norma A.130 Artículo 89 del Reglamento Nacional de Edificaciones	64
Figura 64 Presupuesto Total de la Obra	65
Figura 65 Presupuesto Total de la Obra	66
Figura 66 Presupuesto Total de la Obra	67
Figura 67 Presupuesto Total de la Obra.....	67
Figura 68 Plano de Zonificación	68
Figura 69 Plano de distribución	68
Figura 70 Plano de Indeci	69
Figura 71 Esquema de corrientes débiles y domótica	69
Figura 72 Plano de FCR-A. A-ILUMINACION.....	70
Figura 73 Plan de marketing	71
.....	71
Figura 74 Cronograma de Actividades.....	71
Figura 75 Plan Comercial.....	72
Figura 76 Elemento de apoyo para campaña	73
Figura 77 Renders Campaña 1	73
Figura 78 Renders Campaña 2.....	74
Figura 79 Plano ubicación de mobiliario	74
Figura 80 Plano de mobiliario caunter 1	75
Figura 81 Plano de mobiliario de Vestidos – Blusas 2.....	76
Figura 82 Plano de mobiliario de producto estrella (short y camisas) 3.....	76
Figura 83 Plano de mobiliario de tops 4	77
Figura 84 Fachada	77
Figura 85 Escaparate	78
Figura 86 Ingreso	79
Figura 87 Interior 1.....	79
Figura 88 Interior 2	80
Figura 89 Interior 3	80
Figura 90 Interior 4	81
Figura 91 Interior 5	81

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto presenta el diseño interior de una nueva tienda de H&M, ubicada en el centro comercial Jockey Plaza en la Av. Javier Prado. Lima-Perú. Es una zona comercial más emblemática de Perú, dirigido a un público joven, adultos y seguidor de tendencias.

Nuestro objetivo de este proyecto es lograr y desarrollar un lugar que represente la imagen de la tienda H&M, con un estilo contemporáneo y minimalista, obteniendo lo exclusivo y que esté conectado a lo urbano.

El diseño no solo busca cubrir las expectativas de los clientes, si no atraer a nuestros compradores y se sientan atraídos por el diseño de la marca así ofreciéndoles satisfacer sus necesidades y una buena experiencia de compra.

El diseño por exponer se basa en la idea del minimalismo contemporáneo, generando una sensación de relajación y garantizando que los clientes disfruten de un entorno agradable y de que cada espacio tenga un objetivo definido para los consumidores.