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

PROYECTO DE DISEÑO INTERIOR PARA ALTIVO: DISEÑO DE EXPERIENCIA EN RETAIL DE MODA SUSTENTABLE

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

JOSEPH LAURA MEZA

(0009-0007-6074-6356)

Lima – Perú

2026

Dedicatoria

A mi familia, especialmente a mi madre, por su paciencia, apoyo y motivación constante durante todos estos años y los que vienen por delante. Asimismo, dedico este esfuerzo a todas aquellas personas que depositaron su confianza en mí.

También, quisiera hacer una pausa para agradecer a mi yo del pasado, quien inicio con cierta desconfianza, sin saber lo que podría encontrar en él. Gracias por haber dado ese primer paso pese a todas las dudas y dificultades, por continuar cuando el camino parecía incierto y permitir que cada aprendizaje y desafío se convierta en parte del crecimiento que hoy hace posible llegar a este momento.

Índice General

Resumen ejecutivo **9**
Introducción **10**
Capítulo I: Estrategia del Visual Merchandising **11**
Investigación de Marcas Referentes **11**
Elaboración de la Semiótica **27**
Justificación de la Experiencia de Compra **36**
Capítulo II: Distribución del Centro Comercial **37**
Store Planning **37**
Brief de la Marca *37*
Fachada *37*
Layout de Tienda **39**
Acceso a la Tienda *39*
Puntos Fríos, Calientes y Templados *40*
Señaléticas *41*
Categorización de las Superficies Comerciales **42**
Capítulo III: Estrategias Para Soluciones Comerciales **45**
Organigrama de los Productos **45**
Niveles de Visibilidad *45*
Estructura de Surtido de Productos *48*
Disposición de los Productos *45*
Forma de Malla *45*
Planos Comerciales **49**
Zona Fría- Zona Caliente- Zona Templada *50*
Flujo Alto- Medio- Alto *50*
Aplicación de los Criterios de la Iluminación Comercial **51**
Integración de los Planos Normativos **51**
Documentación para la Realización del Proyecto *51*
Presupuesto Total De Obra *53*
Planos Técnicos **54**
Plano de Zonificación *54*

Planos de Distribución *54*
Planos INDECI *55*
Planos de Corrientes Débiles y Domótica *55*
Planos de FCR-A.A – Iluminación *56*
Capítulo IV: Evento Comercial y Diseño de Mobiliario **57**
Evento Comercial **57**
Análisis de Plan de Marketing *57*
Análisis de Plan Comercial *59*
Desarrollo del Plan de Visual Merchandising *59*
Diseño de Mobiliario **61**
Vistas 3D y Recorrido Virtual del Anteproyecto **63**
Conclusiones y Recomendaciones **70**
Referencias Bibliográficas **72**
Anexos **73**

Índice de Figuras

Figura 1 *Ubicación de la tienda Adidas* 12
Figura 2 *Moodboard de la tienda Adidas* 14
Figura 3 *Layout de la tienda Adidas* *14*
Figura 4 *Iluminación comercial de la tienda Adidas* 16
Figura 5 *Brand board de la tienda Adidas* 16
Figura 6 *Ubicación de la tienda Pionier* 18
Figura 7 *Moodboard de la tienda Pionier* 20
Figura 8 *Layout de la tienda Pionier* 20
Figura 9 *Iluminación de la tienda Pionier* 21
Figura 10 *Brand board de la tienda Pionier* 22
Figura 11 *Ubicación de la tienda Gzuck* 24
Figura 12 *Moodboard de la tienda Gzuck* 25
Figura 13 *Layout de la tienda Gzuck* 26
Figura 14 *Iluminación de la tienda Gzuck* 27
Figura 15 *Brand board de la tienda Gzuck* 27
Figura 16 *Marketing mix* 32
Figura 17 *Key Items de la marca creada* 32
Figura 18 *Logotipo y tipografía de la marca creada* 32
Figura 19 *Propuesta de colores corporativos de la semiótica* 33
Figura 20 *Propuesta de colores corporativos de la marca creada* 33
Figura 21 *Branding de la marca creada* 34
Figura 22 *Semiótica de la marca creada* 34
Figura 23 *Justificación del slogan de la marca creada* 35
Figura 24 *Brand board de la marca creada* 35
Figura 25 *Brainstorming de la marca creada* 36
Figura 26 *Plano de Store Planning de la marca Altivo* 38
Figura 27 *Fachada de la tienda comercial Altivo* 38

Figura 28 *Plano de layout de la tienda comercial Altivo* 39
Figura 29 *Plano de acceso y circulación de la tienda comercial Altivo* 39
Figura 30 *Plano de puntos fríos, calientes y templados de la tienda comercial Altivo* 40
Figura 31 *Recorrido de 3 buyer persona en la tienda Altivo* 40
Figura 32 *Mapa de calor en la tienda Altivo* 41
Figura 33 *Plano de señaléticas de la tienda comercial Altivo* 41
Figura 34 *Plano de superficie comercial 1* 42
Figura 35 *Plano de superficie comercial 2* 42
Figura 36 *Plano de superficie comercial 3* 43
Figura 37 *Plano de superficie comercial 4* 43
Figura 38 *Plano de superficie comercial 5* 44
Figura 39 *Organigrama sector chompas* 45
Figura 40 *Organigrama sector pantalón* 45
Figura 41 *Organigrama sector poleras* 45
Figura 42 *Organigrama sector polos* 46
Figura 43 *Organigrama sector shorts* 46
Figura 44 *Organigrama sector calzado* 46
Figura 45 *Organigrama sector casacas* 47
Figura 46 *Organigrama sector chompas central* 47
Figura 47 *Organigrama sector casacas central* 47
Figura 48 *Organigrama sector polos central* 48
Figura 49 *Organigrama sector shorts central* 48
Figura 50 *Planograma sector pantalones central* 48
Figura 51 *Planograma sector pantalones central 2* 49
Figura 52 *Planograma sector polos central* 49
Figura 53 *Plano de zona fría, caliente y templada de la tienda Altivo* 50
Figura 54 *Plano de flujo alto, medio y bajo de la tienda Altivo* 50
Figura 55 *Plano de Iluminación comercial de la tienda Altivo* 51

Figura 56 *Plano de catastro de la ubicación de la tienda Altivo* 51
Figura 57 *Presupuesto total de obra para la tienda Altivo* 53
Figura 58 *Plano de zonificación de la tienda Altivo* 54
Figura 59 *Plano de distribución de la tienda Altivo* 54
Figura 60 *Plano de INDECI de la tienda Altivo* 55
Figura 61 *Plano de corrientes débiles y domótica de la tienda Altivo* 55
Figura 62 *Plano de FCR-A.A-Iluminación de la tienda Altivo* 56
Figura 63 *Descripción de campaña y calendario* 57
Figura 64 *Plan de Marketing de marzo y abril para la campaña de Altivo* 57
Figura 65 *Plan de Marketing de mayo para la campaña Altivo* 58
Figura 66 *Descripción de los KPI* 58
Figura 67 *Descripción de plan comercial* 59
Figura 68 *Plano del Plan de Visual Merchandising* 59
Figura 69 *Plan de Visual Merchandising en escaparates* 60
Figura 70 *Vista 1 de la propuesta del evento comercial* 60
Figura 71 *Vista 2 de la propuesta del evento comercial* 61
Figura 72 *Plano de mobiliario perimetral de pantalones* 61
Figura 73 *Plano de mobiliario central de chompas* 62
Figura 74 *Plano de mobiliario central de pantalones* 62
Figura 75 *Vista 3D de fachada* 63
Figura 76 *Vista 3D de ingreso* 63
Figura 77 *Vista 3D interior 1 de la tienda Altivo* 64
Figura 78 *Vista 3D interior 2 de la tienda Altivo* 64
Figura 79 *Vista 3D interior 3 de la tienda Altivo* 65
Figura 80 *Vista 3D interior 4 de la tienda Altivo* 65
Figura 81 *Vista 3D interior 5 de la tienda Altivo* 66
Figura 82 *Vista 3D interior 6 de la tienda Altivo* 66
Figura 83 *Vista 3D interior 7 de la tienda Altivo* 67

Figura 84 Vista 3D interior 8 de la tienda Altivo 67
Figura 85 Vista 3D interior 9 de la tienda Altivo 68
Figura 86 Vista 3D interior 10 de la tienda Altivo 68
Figura 87 Vista 3D interior 11 de la tienda Altivo 69

Resumen Ejecutivo

El diseño interior de la tienda Altivo plantea un espacio comercial contemporáneo orientado a la moda casual deportiva exclusiva para varones, donde se integran la comodidad, la versatilidad y la identidad personal. La propuesta busca transmitir una imagen de confianza, actitud y autenticidad, posicionando a Altivo como una marca que representa un estilo de vida dinámico y consciente. La investigación parte del análisis de marcas referentes dentro del rubro comercial de la moda, como Adidas, Pionier y Gzuck, lo que permitió definir el ADN de Altivo como una marca que promueve la expresión personal a través de prendas funcionales y con estilo. Asimismo, se incorporan criterios de sostenibilidad mediante el uso de materiales responsables y procesos de producción que refuerzan la conexión cultural con el país. Estos valores se traducen en el diseño del espacio comercial, donde la distribución, los puntos estratégicos de iluminación, el Visual Merchandising, los materiales y la atmósfera del ambiente buscan reforzar la identidad de marca y generar una experiencia de compra única, cómoda y memorable para el usuario. De esta manera, Altivo no solo ofrece prendas versátiles para el uso cotidiano, sino también una propuesta que conecta al consumidor con un estilo de vida auténtico y consciente.

Palabras clave: [Altivo; sostenibilidad; moda; conexión; Visual Merchandising]