

Unidad Didáctica 2

Rótulos y decoración



Contenido

1. Introducción
2. La rotulación
3. Los maniqués
4. Decoración del espacio
5. Resumen

1. Introducción

Una parte fundamental para el propietario de un negocio, es informar a los clientes de la clase de artículos que hay expuestos y que se venden en la tienda. Para ello se utiliza todo tipo de carteles publicitarios expuestos por toda la tienda, los cuales pueden ser fijos o móviles, luminosos o no, planos o con relieve, esto ya dependerá del producto y la importancia que deseemos darle.

El logotipo de la tienda, es también una parte fundamental para dar a conocer el negocio y para atraer al cliente.

Lo más cómodo para conseguir esto, es que el cliente lea, sin ninguna dificultad el letrero, el cual ha de estar colocado en la fachada en un lugar apreciable a simple vista.

Los maniquís son igual de importantes, puesto que dependiendo de la estructura que tengan, dirán más o menos el tipo de tienda que es. Éstos son los que van a presentar el producto que queramos vender, por ello no hemos de quitarle importancia al artículo colocando un maniquí muy exuberante, sino todo lo contrario, cuanto más sencillos más elegantes y más importancia se le dará al artículo.

2. La rotulación

2.1. Los rótulos

Los rótulos de una tienda suelen encontrarse ubicados en la parte superior de los escaparates. Deben ser fácilmente legibles. Se debe elegir el rótulo adecuado de modo que pueda leerse también desde un ángulo de división oblicuo e incluso tener en cuenta el ancho de las calles, en un determinado momento, ya que éstas si son demasiado estrechas dificultarían mucho la lectura de éstos.

Los membretes y rótulos de la empresa, deben ser armónicos entre sí, si son unitarios, hemos de hacer una muy precisa elección del tipo y estilo de letra, para así mantener su validez en vistas al futuro. Las bandas con rótulos pueden

disponerse tanto de forma vertical, como horizontal y pueden tener diferentes tamaños, tipos y colores, éstos suelen ser luminosos y las letras que forman el rótulo pueden ser tanto planas como en relieve. Los colores, la luz y los sonidos pueden ser permanentes o temporales, y así conservan su efecto tanto de día como de noche.

Los costes de este tipo de instalaciones son muy elevados, por ello deberían amortizarse a largo plazo. Se utilizan para el logotipo y para el letrero comercial. Los tamaños y colores de las letras pueden ser muy variados, reflejando en el nombre la personalidad, ya sea por el tipo de letra, tamaño o color.



Recuerde

Los rótulos de una tienda presentan las siguientes normas:

- Tienen que estar ubicado en la parte superior del escaparate.
- Deben ser fácilmente legible, desde diferentes ángulos de la calle.
- Hay que tener en cuenta el ancho de la calle.



2.2. Los rótulos publicitarios

Los rótulos publicitarios han de obedecer a cierta normativa impartida por los ayuntamientos para proteger la imagen y evitar el deterioro de los edificios, calles, plazas e incluso de áreas enteras. Estas normativas a parte de referirse a los elementos estructurales, también se refiere a los colores y materiales empleados.

Existen una serie de reglas donde deben designarse claramente los elementos a proteger. Los rótulos publicitarios están regulados en sus formas, dimensiones, iluminación y señalización, mostrando así más limitaciones que prohibiciones.

2.3. La publicidad por pantalla

La publicidad por pantalla cada día se utiliza más, y la imagen móvil, es cada vez más importante.

La publicidad mediante imágenes con fotografías es importante para enseñar la mercancía.

En los escaparates, se pueden realizar proyecciones, e incluso en algunas ocasiones en la acera.

Hoy en día cada vez más crece la compra por Internet, aunque difícilmente superará a la compra en una tienda, donde cada persona puede tocar, ver y oler, cada producto.

El logotipo de la tienda podemos colocarlo en diferentes posiciones, en los vidrios del escaparate, de forma plana, en relieve, uno o dos laterales, en el escaparate, en la marquesina, en la fachada.

2.4. La publicidad en relieve

Este tipo de publicidad suele colocarse alrededor de los escaparates y de la puerta de entrada, pudiendo ser ésta fija o móvil, plana o plástica, temporal o permanente, gráfica, pictórica, estridente o moderada.

2.5. Información por pantalla

La información por pantalla puede encontrarse situada en la tienda o en el escaparate, la cual puede estar ubicada en un solo aparato o en una batería, cubriendo incluso una pared.

La información lo es todo en este tipo de negocios y puede ser escrita o mediante imágenes, fija o móvil, en blanco y negro o en color. Hoy día los ordenadores están prácticamente en todos los comercios pequeños o grandes.

3. Los maniqués

Los maniqués en los escaparates crean un buen efecto comercial. Actualmente están muy de moda los maniqués sin cabeza, dándole de esta forma toda la importancia a la mercancía que se expone en él o en ella.

Los propietarios de pequeñas comercios, tienen por costumbre decorar ellos mismos sus negocios, sin tener la necesidad de pedirle ayuda a un decorador, ya que éstos en ocasiones imponen sus propios maniqués, todo lo contrario ocurre en los grandes almacenes.

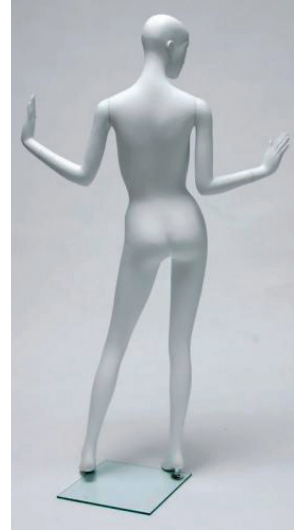
Las cadenas de franquicias llegan a fijar el lugar de colocación de los maniqués, en sus filiales.

La vida media de un maniquí suele ser aproximadamente unos ocho años. Éstos se distinguen por su sexo, edad, color de la piel, tipo de cliente, seriedad o comicidad. El cabello está modelado parcialmente y las pelucas se cambian de acuerdo con la temporada y la mercancía.

La exposición con los maniqués, se puede hacer de dos formas, aislada o en grupos y series. En tiendas pequeñas se suelen colocar cinco maniqués por cada 100 m², todo lo contrario ocurre en los grandes almacenes, ya que la proporción es mucho más elevada.

3.1. Distintos diseños exclusivos de maniqués

- Los maniqués de ébano.
- Mujer estilizada.
- Maniquí cromado.
- Chica joven.
- Talla especial.
- Maniquí para lencería.
- Busto especial.
- Maniquí informal.
- Bustos de malla metálica.
- Retro y bisutería.



3.2. Diferentes tipos de bustos



Los de confección



Los retro



Olimpo



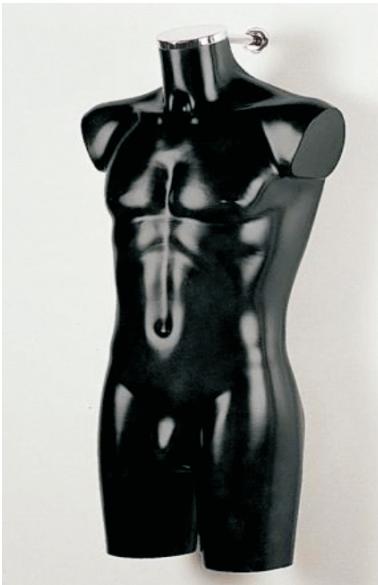
Torsos Sky



Bustos especiales



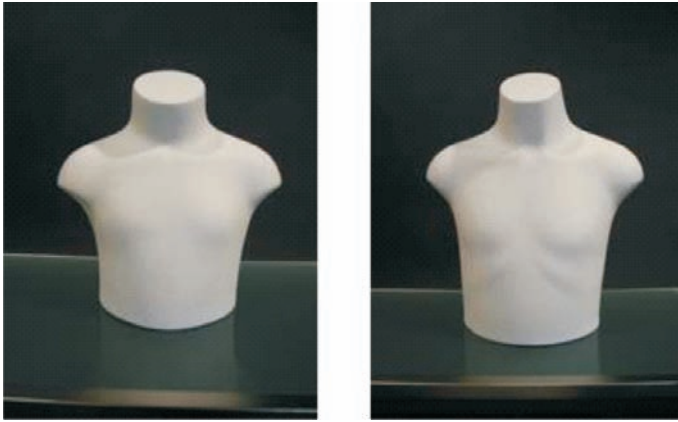
Bustos cortos



Bustos anatómicos



Bustos de lencería



Bustos infantiles

Existe una gran variedad de complementos con los que podemos adaptar los maniqués al tipo de tienda, o al gusto del diseñador o del propietario de la tienda, dependiendo de si es franquicia o un negocio particular.

4. Decoración del espacio

La decoración de la tienda puede diseñarse para un tiempo determinado, dependiendo la temporada del año que sea, por ejemplo, en Navidad la decoración puede ocultar todo el equipamiento de la tienda, formando una escenografía conjunta.

Anteriormente se establecía un contraste entre la breve presentación de los escaparates y la instalación del interior, la cual era más sólida y estable. Todo lo contrario ocurre en la actualidad, ya que el valor artístico del mobiliario de la tienda ha disminuido en favor de una mejor decoración.

En la actualidad destacan los techos y decorados, los cuales con el tiempo han ganado colorido.

Se utilizan columnas de cartón, bóvedas construidas con mallazo metálico, con adornos de flores artificiales. Una gran escenificación da un gran efecto,

pero el problema es que es de corta duración, aunque esté presente buenas limitaciones.

El efecto de una decoración es mayor cuanto más se limite y acentúe lo esencial y se concentre en pocas piezas, de este modo el cliente tendrá una percepción rápida tanto de los artículos como del interior de la tienda, si el panel posterior de los escaparates sólo está cerrado parcialmente y es transparente.

La decoración, está regida por el marketing el cual se encarga de proponer los temas a exponer y la duración de éstos, para así lograr incitar al cliente a entrar en la tienda y a realizar una compra segura.

Los escaparatistas deben despertar el interés, informar, entusiasmar, enfatizar y comunicar lemas, conectar con el espíritu de la época y sugerir al cliente que los productos están allí para él.

El decorador ha de ser creativo, ofrecer un mensaje y causar impresión. Para crear un clima concreto, el objetivo es conseguir determinadas sensaciones.

Para ilustrar el entorno del producto, recurriremos a escenificaciones, incluyendo los escaparates. Es frecuente que las escenificaciones hagan referencia a las estaciones del año.

Es importante cambiar a menudo el género expuesto, para que el cliente siempre vea cosas nuevas.

Los maniqués móviles llaman más la atención que los estáticos. Actualmente han mejorado su diseño; el cuerpo de éstos es de gomaespuma y su duración es considerable.

5. Resumen

Es esencial en una tienda conocer los tipos de rótulos que podemos colocar, e incluso dónde colocarlos y cuál es el modelo más adecuado para cada tipo de negocio.

Los rótulos publicitarios colocados en las fachadas de las tiendas han de cumplir una serie de requisitos impartidos por los ayuntamientos. Dependiendo del lugar donde esté situada la tienda, ya sea en un barrio o en un edificio antiguo. Nos regiremos al entorno de éste para la colocación de cualquier tipo de rótulo.

Los rótulos son una parte muy importante de la tienda y sobretodo de la fachada, ya que es una de las primeras cosas que vemos, y dependiendo del tipo de rótulo que tenga la tienda dirá más o menos de ella, es decir, con un sólo golpe de vista, hemos de saber de qué tipo de negocio se trata.

Existen distintos tipos de publicidad, como puede ser los rótulos por pantalla.

Al igual que los rótulos, los maniquís son otra parte muy importante de la tienda, éstos han de mostrarnos lo mismo que nos vamos a encontrar en el interior. En el mercado podemos encontrar una gran variedad de maniquís, pero cuanto más sencillo más elegantes, ya que de lo que se trata es de darle toda la importancia a la ropa que muestren cada uno.