

TRABAJO DE FIN DE GRADO

DISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA Y ELEMENTO EXPOSITIVO PARA TIENDA DE CALZADO

ANEXOS

Teresa Rina Valle

ÍNDICE

Fase previa

• Descripción del proyecto	4
----------------------------	---

Fase 1: Información, documentación y análisis

• Carisa: La empresa	6
• Carisa: Necesidades de aplicación	10
• Carisa: Redes sociales	12
• Carisa: Expositores y decoración	13
• Carisa: Necesidades de exposición	14
• Análisis funcional	15
• Análisis formal	31
• Análisis de materiales	40
• Paneles de influencias: escaparates	49
• Paneles de influencias: expositores de zapatos	58
• EDPs críticas	60
• Análisis de logotipos	61
• Análisis de tipos marcarios	68
• Análisis de logotipos: Conclusiones	72

Fase 2: Desarrollo y propuesta de conceptos

• Desarrollo del logotipo	74
• Selección del logotipo	81
• Desarrollo del concepto elegido	82
• Desarrollo de elemento expositivo	90
• Exploración formal	92
• Propuesta de conceptos	98

Fase 3: Prototipado

• Concepto elegido	102
• Evolución	103
• Elemento expositivo	112
• Escaparate	122

1. FASE PREVIA

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Este proyecto se enfoca en el desarrollo de la imagen e identidad gráfica corporativa de una zapatería real (Hipercalzado Carisa), así como en la creación de un elemento expositivo para su escaparate. El objetivo es estudiar el mercado existente y diferenciar y caracterizar la empresa dentro del sector. El trabajo se compone de diversas fases que permitirán alcanzar los objetivos planteados de manera efectiva:

Fase 0: Conversaciones con el cliente, necesidades detectadas y definición de brief.

Fase 1: Información, documentación y análisis.

Fase 2: Generación de conceptos y desarrollo de producto.

Fase 3: Prototipado, plantear las pautas a seguir de fabricación.

El proyecto se dividirá en dos partes claramente diferenciadas: la creación de la identidad gráfica corporativa y la elaboración del elemento expositivo para el escaparate. Con estas acciones se espera posicionar a la zapatería Carisa como una marca referente en el sector y lograr la fidelización de los clientes actuales y la captación de nuevos.

Por una parte, se elaborará el diseño de la imagen de marca. Es importante destacar que el proceso de creación de la identidad gráfica de la empresa no se limita solamente a su diseño. Es necesario establecer una guía clara de uso y aplicación de los elementos gráficos generados. Para ello, se elaborará un manual de marca que contenga información detallada sobre la utilización correcta de los diseños y sus diferentes variantes. Este documento recogerá todas las características y modos de uso de las aplicaciones gráficas, incluyendo aspectos como la tipografía, colores, tamaños, ubicación y disposición de los elementos gráficos. De esta manera se asegurará la correcta implementación de la nueva identidad visual de la empresa en diferentes soportes y aplicaciones.

En segundo lugar, se trabajará en el diseño y desarrollo de un elemento expositivo para el escaparate de la zapatería. Este elemento deberá ser atractivo y llamativo, capaz de captar la atención del público y transmitir la imagen y los valores de la marca. Se buscará crear un diseño innovador y creativo, que destaque entre la competencia y genere un impacto positivo en los clientes potenciales. El elemento expositivo deberá ser funcional y adaptarse al espacio disponible en el escaparate de la tienda, al mismo tiempo que se garantiza la seguridad de los productos expuestos.

OBJETIVOS

El objetivo de este proyecto es llevar a cabo un rediseño de la imagen corporativa para adaptarla a las necesidades y exigencias del mercado actual. Se realizará un estudio detallado de la competencia y de otros establecimientos similares, a fin de analizar los recursos gráficos que se están utilizando y de qué manera se podría diferenciar y destacar en un mercado tan competitivo.

Para llevar a cabo esta tarea, se realizará una propuesta de nuevas aplicaciones tanto offline como online, que permitan destacar frente a la competencia y llegar a un público más amplio y diverso. Además, también se propondrá un rediseño de algunos de los elementos expositivos actuales, con el fin de adaptarlos a las nuevas tendencias y necesidades del mercado.

MOTIVACIONES

Esta zapatería es una empresa familiar que ha estado en funcionamiento desde hace muchos años. A lo largo del tiempo, ha habido una falta de claridad en la identidad de la marca, con diferentes logotipos y elementos presentes en cada soporte, lo que ha llevado a una falta de cohesión en la imagen de la empresa. Como hija de la dueña de la zapatería y estudiante de Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Producto, siento una conexión con este negocio familiar y he decidido aportar mi experiencia y habilidades para ayudar a darle una nueva imagen. Teniendo un interés en el mundo del branding, siento que puedo contribuir significativamente a la creación de una identidad visual clara y coherente para la empresa. Además, como miembro de la familia, es importante para mí hacer una contribución significativa al negocio, ayudando a mi madre a alcanzar sus objetivos comerciales y asegurando la continuidad de la empresa en el futuro.

FASE 1: INFORMACIÓN, DOCUMENTACIÓN Y ANÁLISIS

CARISA: LA EMPRESA

HISTORIA

El establecimiento Hipercalzado Carisa se encuentra ubicado en Barbastro, una localidad de la provincia de Huesca. En dicho establecimiento, se ofrece una amplia variedad de calzado para mujer, hombre y niños, además de productos como bolsos, mochilas y plantillas.

La empresa fue fundada hace 37 años y su denominación es el resultado de la combinación de los nombres de la propietaria, Isabel, y su madre, Carmen. En su época de apertura, Hipercalzado Carisa supuso una novedad en el sector de la moda y calzado en Barbastro, ya que se diferenciaba de los comercios tradicionales al exponer sus productos al público y permitir su fácil acceso.



HIPERCALZADO CARISA



CARISA: LA EMPRESA

HISTORIA

En la imagen adjunta abajo a la izquierda se presenta el primer establecimiento donde se inició el negocio, caracterizado por no disponer de escaparate y tener dimensiones reducidas respecto a la actualidad.

En torno al año 2000, se llevó a cabo la reubicación en un nuevo local, tal y como se puede apreciar en las imágenes de la parte derecha. Esta decisión permitió una mayor exposición de productos, la implementación de escaparates y una mejora sustancial en la iluminación del establecimiento.



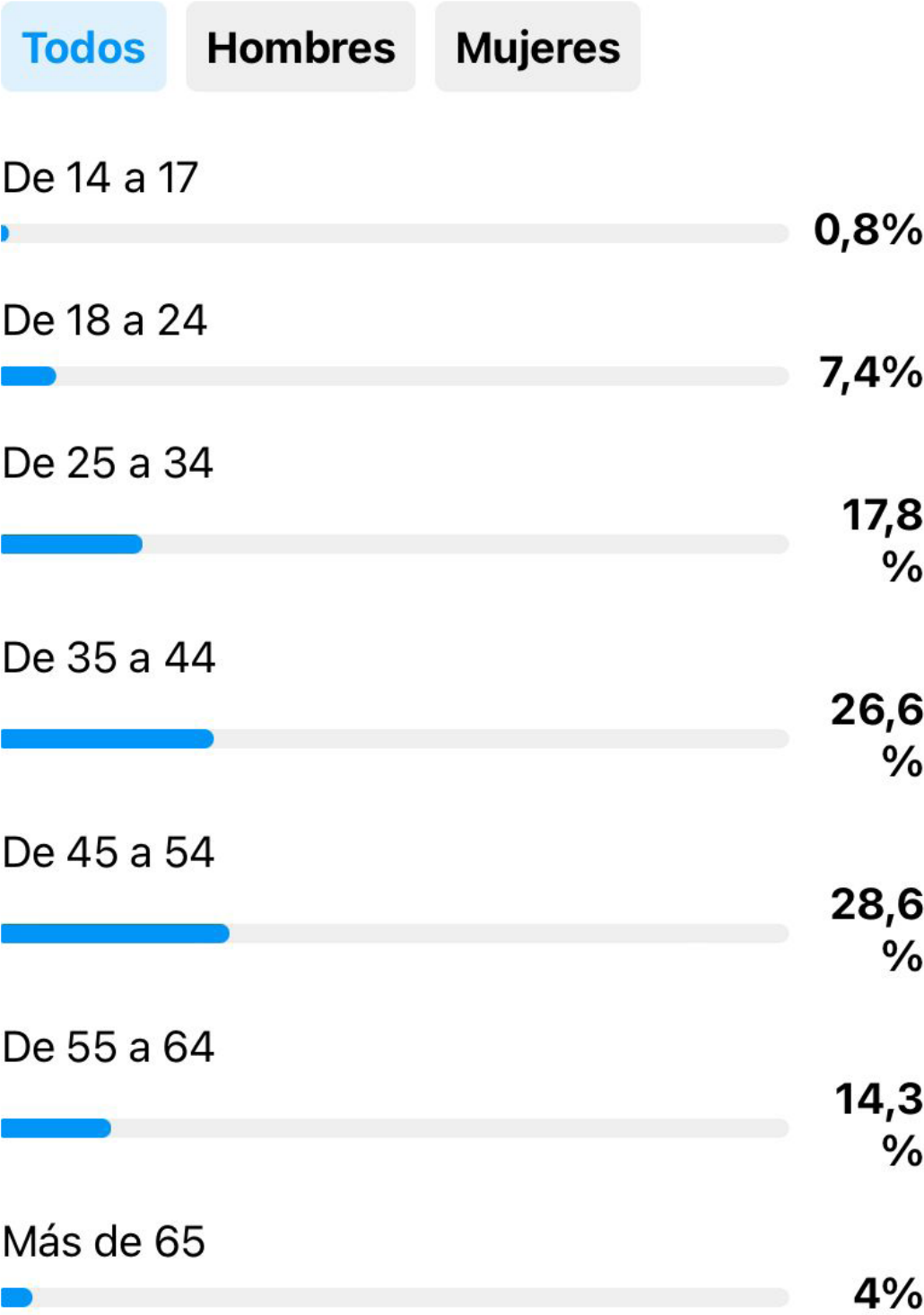
CARISA: LA EMPRESA

PÚBLICO

Entre las zapaterías de Barbastro es la que cuenta con mayor diversidad de producto pues otras están especializadas en calzado de mujer o de niño, también destaca por la venta de botas de montaña. En los últimos años Carisa se ha centrado en zapatos de mayor calidad y que también son los más vendidos, por encima de calzado más económico.

Debido a la venta por internet, la venta a personas más jóvenes se ha reducido, así como el calzado para niños, puesto que sus padres también forman parte de esta población más joven que compra por internet o en centros comerciales.

Por lo tanto, los compradores promedio en Hipercalzado Carisa son personas de mediana edad, tanto hombres como mujeres. Esto se refleja en su presencia en redes sociales, donde la franja de edad predominante es de 35 a 54 años.



CARISA: LA EMPRESA

PRODUCTOS

- Zapatos de hombre
- Zapatos de mujer
- Calzado infantil
- Zapatillas de deporte
- Zapatillas de estar por casa
- Botas de montaña
- Sandalias
- Plantillas
- Bolsos
- Bolsos de fiesta
- Mochilas



CARISA: NECESIDADES DE APLICACIÓN

RÓTULOS Y TARJETA

- Tipografía: En las dos primeras imágenes se ha utilizado una tipografía con serifa, lo que otorga una percepción más tradicional y clásica; en contraposición, en la última imagen se ha optado por una tipografía sin serifa, que posee un carácter más moderno y comercial. Es importante mencionar que se ha optado por emplear mayúsculas en todos los textos, lo cual incrementa el impacto visual, aunque puede dificultar la legibilidad.
- Símbolo: En la segunda imagen se ha incorporado la imagen de una bota, que se percibe como algo clásico. Mientras tanto, en la última imagen, se ha colocado el símbolo debajo del texto en un tamaño reducido, que consiste en la combinación de una 'c' y una 'i'. Este símbolo es curvado y parece escrito en cursiva.
- Colores: El color principal utilizado es el azul marino junto con un tono de azul más claro en la tarjeta, seguido del amarillo y del negro. El azul es uno de los colores más comunes en los logotipos y transmite estabilidad y profundidad, mientras que el amarillo se asocia más con la felicidad y el optimismo.
- Aspectos a mejorar: Se han detectado ciertos aspectos a mejorar en cuanto a la unidad del logotipo, ya que no se ha utilizado la misma tipografía, colores o colocación en todos los casos, además de deformar parte del texto. Asimismo, el símbolo no se integra de forma coherente con el resto del logotipo, ya que es pequeño, curvo y contrasta con las grandes letras y la rectitud del texto.



CARISA: NECESIDADES DE APLICACIÓN

BOLSAS

- **Tipografía:** Se pueden apreciar dos versiones diferentes en las bolsas presentadas. La primera bolsa muestra una combinación de los logos anteriores, que incluyen la tipografía con serifa y la tipografía Carisa con deformación, lo que aporta un aire clásico a la imagen de la marca. Mientras tanto, en la segunda bolsa se utiliza de nuevo la tipografía sin serifa en mayúsculas, destacando su rectitud.
- **Símbolo:** En esta ocasión se presenta en un mayor tamaño y se utiliza como aplicación gráfica en el lateral de la bolsa, lo que ayuda a que se integre de forma más natural con el texto.
- **Colores:** Esta vez se han empleado el granate y el color propio de la bolsa, invirtiéndose los colores en el lateral. Por otro lado, la segunda bolsa se ha diseñado utilizando únicamente los colores blanco y negro.
- **Aspectos a mejorar:** De nuevo se puede apreciar una falta de coherencia en la forma de aplicar el logotipo, lo que podría dificultar la identificación de la marca por parte del cliente. Asimismo, en la aplicación gráfica se confunde el logotipo con otros símbolos, lo que podría resultar confuso para el cliente. Finalmente, la bolsa con la pegatina parece tener una función más informativa que estética o de branding, por lo que se podría mejorar su diseño para contribuir a la imagen global de la marca.

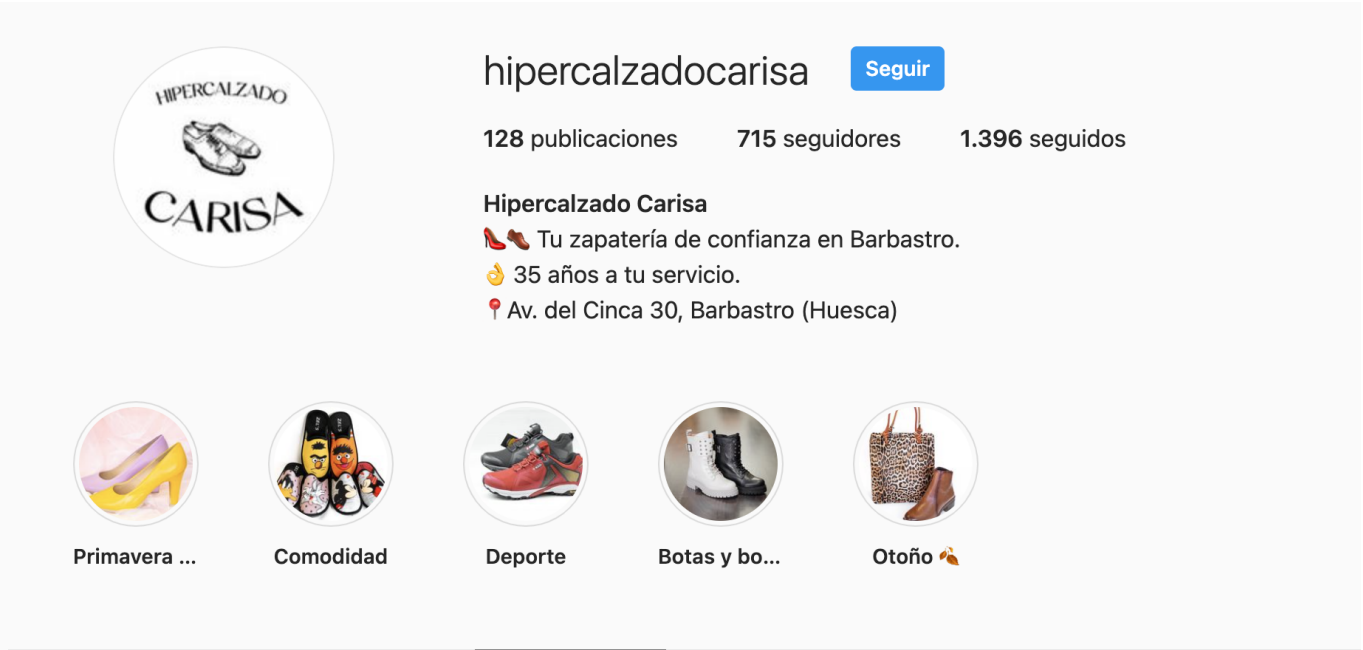


CARISA: REDES SOCIALES

INSTAGRAM Y FACEBOOK

Hace aproximadamente un par de años que este negocio ha incursionado en el mundo de las redes sociales. Para ello, se eligió un imagotipo que se alejaba totalmente de la imagen corporativa previa.

- Tipografía: En esta tipografía ha optado por una combinación de letras con y sin serifa, alternando grosores y alejándose de la homogeneidad y rectitud que se presentaba anteriormente.
- Símbolo: Consiste en unos zapatos con una apariencia antigua que no se relacionan con la oferta actual del negocio. Está colocado en el centro de las dos palabras y cuenta con demasiados detalles que dificultan su reproducción.
- Colores: Se ha optado por una elección minimalista con un diseño en negro sobre fondo blanco. Si bien esta elección cromática se encuentra en línea con las tendencias actuales, se corre el riesgo de carecer de personalidad y de no diferenciarse de la competencia.
- Aspectos a mejorar: Es necesario mejorar la coherencia entre los elementos del logotipo y que estos reflejen la esencia del negocio, así como buscar una paleta de colores que aporte personalidad y diferenciación en el mercado.



CARISA: EXPOSITORES Y DECORACIÓN

A continuación, se presentan algunos de los principales expositores en la primer fila de imágenes.

La primera imagen consiste en una plataforma de metacrilato colocada sobre dos soportes de metal que están fijados a la pared, esta es la que sirve para alojar más productos; después estantes transparentes de plástico de los que hay en distintos tamaños, que alojan menor objetos; y por último, se incorporan los ganchos destinados a suspender bolsos.

Los elementos decorativos son proporcionados por las marcas con el fin de ser utilizados como elementos ornamentales. Dichos elementos pueden variar en función del tipo de marca, su estilo y el público objetivo al que se dirigen. En ocasiones, estos elementos pueden incluir desde posters y gráficos hasta objetos físicos que se utilizan como elementos de decoración en los espacios comerciales o en los hogares de los clientes. Es común que estos elementos estén diseñados para transmitir la esencia de la marca y su imagen corporativa, con el objetivo de reforzar la presencia de la marca en el mercado y aumentar la afinidad del consumidor con la misma. Es importante destacar que estos elementos decorativos no solo contribuyen a la estética de los espacios donde se ubican, sino que también juegan un papel clave en la creación de una experiencia de marca memorable y diferenciada.



CARISA: NECESIDADES DE EXPOSICIÓN

Para lograr una presentación adecuada del producto en el escaparate, es necesario tener en cuenta algunas recomendaciones importantes:

- En primer lugar, es fundamental que los zapatos sean colocados de manera que se puedan apreciar de manera lateral, ya que esta es la perspectiva que permite visualizar mejor los detalles del calzado. Además, es importante que los zapatos sean destacados y resalten frente al fondo, evitando así la confusión visual y asegurando que el producto sea el centro de atención.
- Otro aspecto a considerar es la colocación de los zapatos de manera sencilla, permitiendo un fácil cambio del escaparate.
- Asimismo, se debe aprovechar al máximo el espacio disponible, cuidando que la disposición del producto no obstaculice el paso de los clientes y, al mismo tiempo, garantizando una exhibición atractiva y ordenada.



ANÁLISIS FUNCIONAL

ESCAPARATE

Este análisis se centra en examinar las funciones en términos de cómo se consiguen, sus responsables de desarrollo, sus interconexiones, así como en cómo se separan del entorno del usuario. Además, se consideran aspectos como el uso, la forma, la ergonomía, entre otros. Durante la fase de creación, es crucial integrar las conclusiones derivadas de este análisis con el conjunto general. En el presente caso, se realiza un análisis de la iluminación, el diseño, los elementos estructurales, los componentes decorativos, los materiales, los procedimientos de fabricación, el recuento de componentes y las nuevas tecnologías.

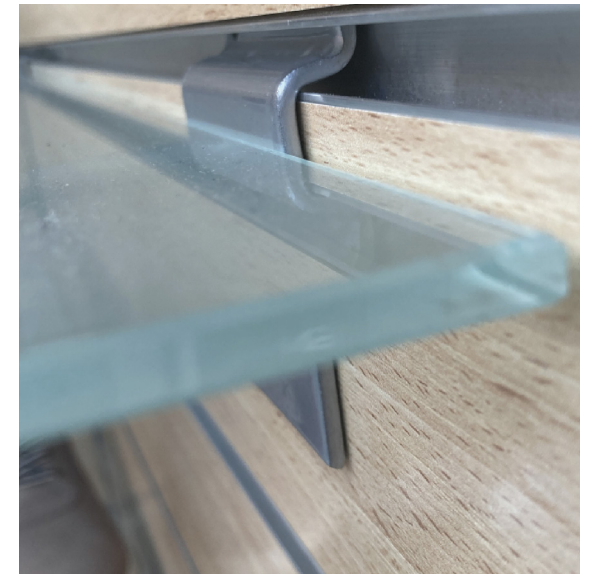
ANÁLISIS FUNCIONAL: CARISA

ESCAPARATE



ANÁLISIS FUNCIONAL: CARISA

ESCAPARATE



ANÁLISIS FUNCIONAL: CARISA

ESCAPARATE

En la primera diapositiva salen los escaparates principales, izquierda y derecha; y en la siguiente diapositiva está un escaparate que hay aparte en la derecha y un par de imágenes de detalle de ambas. Las imágenes están tomadas en la temporada de primavera.

- **Iluminación:** En los escaparates principales, se utilizan fuentes de luz natural y artificial procedente del techo. En general, los productos quedan bien iluminados, aunque puede haber sombras en las paredes o en los zapatos situados justo debajo. En el escaparate secundario, se utilizan algunos focos que apuntan hacia arriba, así como luces en la parte superior. Los productos que se ubican en la zona central y en la parte inferior reciben mejor iluminación, mientras que los situados en los laterales quedan más ocultos.
- **Diseño:** El calzado queda distribuido entre la base y estantes a distintas alturas, siendo las más altas en las que se colocan bolsos y mochilas; esto permite visualizar más productos sin tener que moverse del sitio. Mientras tanto los zapatos que están en la zona inferior pueden taparse unos a otros, pero si te colocas en el lateral puedes visualizarlos todos. El escaparate principal izquierdo se dedica a las zapatillas de estar por casa, el derecho para calzado de mujer y el secundario para calzado de hombre en su mayoría. Todos los zapatos apuntan hacia el interior de la tienda, invitando a entrar, así como reforzando la simetría; mientras que en el escaparate secundario apuntan al centro.
- **Elementos estructurales:** Se puede observar que en las paredes hay ranuras metálicas, estas sirven para colocar distintos soportes. En el caso de los escaparates se encuentran de dos tipos: los primeros son una única pieza de plástico transparente y se usa para un solo artículo o varios de poco peso; el segundo tipo consiste en dos barras metálicas sobre las que se coloca una plancha de cristal y sobre la que se pueden colocar más productos o de un largo mayor. Gracias a todos estantes se logra cubrir gran parte de la superficie. Además, en la base hay algunos soportes transparentes para elevar un poco algún zapato.

- **Elementos decorativos:** Como decoración podemos encontrar carteles o soportes que mandan las distintas marcas de zapatos y que están colocados distribuidos en la basa entre los zapatos o para colocar alguno encima.

- **Materiales:** Como materiales encontramos la madera en el suelo y la pared, en ella se pueden encontrar los raíles de metal donde se colocan soportes; como se ha mencionado antes estos pueden consistir en barras metálicas con una balda de cristal translúcido o soportes de metacrilato transparentes. Por otra parte los elementos decorativos son de cartoncillo o cartón con distintas impresiones de cada marca, de distintos colores y acabados mates y lisos.

- **Procesos de fabricación:** Podemos inferir que la madera utilizada en el suelo y pared ha pasado por un proceso de corte y lijado para poder adaptarse a las medidas y formas requeridas, haciendo los correspondientes cortes para las ranuras metálicas. En el caso de estas, probablemente han sido fabricadas mediante técnicas de corte y doblado de metal. Los soportes utilizados en el escaparate son variados, como barras metálicas, soportes de plástico y baldas de vidrio. Estos elementos pueden haber sido producidos en serie mediante técnicas de moldeo, inyección de plástico y corte de vidrio respectivamente.

- **Número de componentes:** Hablando de modelos expuestos, en la primera imagen hay unos 20 en el suelo y alrededor de 50 colocados verticalmente y en la otra imagen alrededor de 30 en el suelo, lo cual puede considerarse una gran cantidad teniendo en cuenta que tampoco hay gran separación entre unos y otros. En cuanto a elementos estructurales en el suelo hay un par de soportes de plástico en el suelo y en la pared hay soportes de distintos tamaños que albergan de 1 a 4 elementos.

- **Nuevos medios:** No se han incorporado nuevos medios o tecnologías para su diseño o exhibición, lo que sugiere que se ha optado por un enfoque bastante tradicional y quizás conservador en la presentación de los productos expuestos.

ANÁLISIS FUNCIONAL: ULANKA

ESCAPARATE



ANÁLISIS FUNCIONAL: ULANKA

ESCAPARATE

- **Iluminación:** La luz viene del techo, con varios focos apuntando hacia abajo. Esto ilumina la mayor parte del calzado, pero alguna queda a la sombra por estar debajo de estantes. Además, contamos con la iluminación del interior de la tienda que aporta algo de contraste.
- **Diseño:** El fondo del escaparate se compone de paneles rectangulares con rejillas de distintos tamaños y tonalidades pastel, en los que no se destaca en exceso el fondo sobre los productos expuestos. Uno de los paneles incluye estantes, conectando el escaparate con el interior de la tienda, donde el resto del calzado no está accesible. Las zapatillas se disponen en múltiples formas, inclinadas sobre diferentes objetos o sobre sí mismas. Hay estantes en cinco filas, con diferente cantidad de baldas en cada una, evitando la simetría. Las baldas de la mitad derecha son blancas, mientras que el resto tienen césped artificial, como el suelo. Las zapatillas ocupan la zona inferior hasta casi la parte superior, incorporándose las botas desde la mitad. Las rejillas permiten vislumbrar el interior de la tienda solo a corta distancia, dándole un aspecto de espacio independiente. Además, la amplia entrada del local permite visualizar su contenido desde el exterior.
- **Elementos estructurales:** Como ya se ha mencionado, el escaparate está delimitado por los paneles de rejillas de madera. A ellos están adheridos una serie de baldas del mismo tamaño, donde se coloca un máximo de dos zapatos. Por otra parte, la estantería es más larga y permite tener hasta cuatro.
- **Elementos decorativos:** En cuanto a decoración se encuentran dos ramos de flores en el suelo y hay algunos pequeños cubos de colores sobre los que se reclinan las zapatillas. El falso césped también podría considerarse parte de la ornamentación. Todos estos elementos juntos dan un aire primaveral. También hay cajas de distintas marcas distribuidas por las estantes, ya sea a modo decoración o como apoyo para algunas zapatillas.
- **Materiales:** La estructura del fondo con paneles y los estantes están hechos de madera y pintados de forma suave de forma que se puede entrever el color original. Por otra parte, está el césped que se utiliza en el suelo y en la superficie de algunas baldosas.
- **Procesos de fabricación:** La fabricación de los paneles de madera y las rejillas implica cortar y unir las tablas de madera para crear los paneles rectangulares y rejillas con distintos tamaños. Luego, se tratan con las tonalidades pastel seleccionadas. Las baldas de madera se crean de manera similar, cortando y uniendo las tablas para formar filas de estantes. También se tratan o pintan según las especificaciones de diseño. Finalmente, se instala el césped artificial en las baldas y el suelo del escaparate cortándolo y pegándolo en su lugar.
- **Número de componentes:** Hay alrededor de 50 modelos expuestos, sin generar demasiada carga visual pues hay espacio entre unos y otros. En cuanto a elementos decorativos hay dos ramos de flores en la zona inferior, una maceta y unas 10 cajas de zapatos que cumplen con función estética y de soporte para algunos zapatos. En cuanto a baldas hay unas 20 donde se colocan de 2 a 4 artículos en cada una.
- **Nuevos medios:** Aunque puede argumentarse que no se trata de un medio nuevo, el uso del césped artificial en el escaparate es ciertamente innovador, ya que transmite una sensación de frescura y primavera. Asimismo, la decoración con flores también contribuye a este ambiente primaveral y otorga un toque de elegancia y sofisticación al conjunto del escaparate.

ANÁLISIS FUNCIONAL: LÁZARO

ESCAPARATE



ANÁLISIS FUNCIONAL: LÁZARO

ESCAPARATE

- **Iluminación:** Hay una única lámpara en el interior arriba en el centro, así como luces en la parte superior de los estantes del interior, que sirven para iluminar el calzado que contienen, pero la combinación de estas fuentes de luz causa sombra en el escaparate y no destacan sus productos. La iluminación del escaparate depende de la luz natural, la cual no puede estar presente siempre.
- **Diseño:** Los expositores se conforman de formas cúbicas, todas ellas de color blanco. Los productos se colocan simplemente encima o debajo de estas estructuras que no permiten por su superficie la exposición de mucha cantidad. Hay algunos bolsos que se presentan colgados pero muy cerca de los zapatos por lo que no hay contraste entre uno y otro. Hay algunos zapatos que están colocados frontalmente en vez de lado, lo que disminuye su visibilidad a simple vista. La inexistencia de una barrera física o muro divisorio que separe el escaparate del espacio interior de la tienda, sumado al efecto oscurecido de la iluminación interna sobre el escaparate, junto con el hecho de que la mayoría de los zapatos exhibidos en el interior sean de color blanco mientras que los expuestos en el escaparate son predominantemente oscuros, contribuyen a relegar el escaparate a un segundo plano visual.
- **Elementos estructurales:** Como se ha mencionado antes la estructura consiste en cubos, ya sean sólidos o vacíos y en distintos tamaños. Probablemente sean de madera pintada de blanca. Al ser distintas piezas permite cierto grado de modularidad y versatilidad pudiendo colocarlos de distintas formas. Los ganchos tienen una pequeña base que se coloca en los anteriores expositores y que por el tamaño de los productos colgados no parecen muy estables.
- **Elementos decorativos:** Se ha optado por una estrategia minimalista centrada en los productos y la estructura. Se prescinde de elementos superfluos para evitar distraer la atención del cliente y se incluyen cartelitos con precios y descuentos para informar claramente. Esta estrategia minimalista puede transmitir orden y sofisticación, potenciando la percepción de calidad de los productos y la marca, sin necesidad de elementos decorativos adicionales.
- **Materiales:** La estructura está construida con madera pintada de blanco como único material. Esto puede reforzar la percepción de calidad de los productos expuestos al transmitir una sensación de cohesión y uniformidad visual. El hecho de que la madera haya sido pintada de blanco puede tener diferentes objetivos estéticos y de comunicación, como transmitir una sensación de limpieza y luminosidad, o estar relacionado con la imagen de marca de la empresa o una temática específica.
- **Procesos de fabricación:** Se llevaría a cabo el proceso de corte y ensamblado de las piezas de madera para dar forma a la estructura del escaparate. Después de la construcción, se aplicaría un proceso de pintura a la madera para lograr el acabado blanco deseado. Este proceso incluyó la preparación de la superficie de la madera, la aplicación de imprimación y la aplicación de varias capas de pintura blanca.
- **Número de componentes:** Entre los bolsos y zapatos expuestos en la superficie de exposición, se pueden contar aproximadamente 30 artículos. Esta cantidad es menor que la exhibida en nuestro escaparate, a pesar de que la superficie de exposición es también más reducida. Como resultado, los productos exhibidos dan la impresión de estar ubicados en un espacio muy próximo entre sí. En términos de la estructura del escaparate, se pueden identificar 7 elementos de diversas formas y tamaños cúbicos que albergan todos los productos expuestos.
- **Nuevos medios:** Al igual que en el caso previo, no se ha introducido ninguna tecnología o medio novedoso en el diseño o exhibición del escaparate, lo que indica que se ha seguido un enfoque bastante tradicional en la presentación de los productos expuestos.

ANÁLISIS FUNCIONAL: PRIMOR

ESCAPARATE



ANÁLISIS FUNCIONAL: PRIMOR

ESCAPARATE

- **Iluminación:** El fondo del escaparate se compone de una pared blanca y brillante, la cual refleja la luz de los flexos ubicados bajo algunos estantes, proporcionando una iluminación uniforme en todos los productos expuestos. Este efecto de brillo, aunque puede considerarse deslumbrante, destaca significativamente los productos en exhibición. Además, la buena iluminación en el interior del establecimiento y la pintura blanca en todo el local, incluyendo el rótulo, contribuyen a resaltar la tienda desde la calle.
- **Diseño:** Hay dos escaparates simétricos, uno a la izquierda y otro en la derecha, quedando la entrada en el centro. La distribución de los zapatos se percibe bastante desordenada. Esto se debe a que hay una cantidad excesiva de modelos expuestos sin ningún orden aparente, intentando colocar algunos por parejas o tríos pero están todos muy juntos entre sí e incluso amontonados. Todo esto provoca que la mirada no se fije en nada al percibirse como una masa. No existe una pared que actúe como fondo o barrera entre el escaparate y el resto de la tienda. Sin embargo, se ha colocado una pequeña valla a ambos lados para marcar una cierta distinción visual. Además, el escaparate se encuentra rodeado por cristales, lo que acentúa su singularidad y lo hace destacar. Asimismo, se ha creado un pasillo que permite el acceso al escaparate, lo que contribuye a su separación del resto de la tienda.
- **Elementos estructurales:** En la disposición de los escaparates, se puede apreciar la presencia de una estantería que se distingue del resto debido a su base más ancha. Esta característica permite una mayor superficie de exposición para los productos que se encuentran en ella. Las baldas restantes que se extienden hasta la parte superior del escaparate son todas de dimensiones similares y mucho más estrechas. Este diseño, además de permitir una exposición organizada y ordenada, también puede ayudar a guiar la mirada del espectador hacia los productos destacados en la estantería principal.
- **Elementos decorativos:** Existen diversos elementos de exposición de las marcas de calzado que pueden percibirse como repetitivos debido a que se utilizan de manera contigua en el espacio del escaparate. En el escaparate de la izquierda se pueden apreciar pequeñas plantas en cada

estante que proporcionan un toque de color adicional. Además, se pueden observar algunos carteles publicitarios en dicho escaparate.

- **Materiales:** El suelo presenta una superficie de madera clara que aporta una sensación cálida y acogedora al ambiente. Por otro lado, la estantería empleada para exponer los productos es de metal pintado de blanco, lo que le proporciona un aspecto moderno y minimalista.
- **Procesos de fabricación:** En cuanto a la fabricación del suelo de madera, es probable que se haya utilizado un proceso de carpintería para cortar y unir las tablas de madera en las dimensiones adecuadas para crear la superficie de suelo. Posteriormente, se habría aplicado un acabado para proteger y embellecer la madera. En el caso de la estantería de metal pintado de blanco, es posible que se haya utilizado una técnica de soldadura para unir los diferentes componentes de metal y crear la estructura de la estantería. Después, se habría aplicado una capa de pintura blanca sobre la superficie metálica para proporcionar la apariencia deseada.
- **Número de componentes:** La cantidad de elementos expuestos en los escaparates es considerablemente alta, llegando a albergar en uno de ellos alrededor de 100 artículos dispuestos en estrecha proximidad, algunos de ellos superpuestos, lo que puede ocasionar que algunos productos pasen inadvertidos. A su vez, en estos elementos expositivos se encuentran numerosos carteles publicitarios de las marcas de calzado presentes en el establecimiento.
- **Nuevos medios:** En este escaparate no se observa la inclusión de nuevos medios o tecnologías innovadoras en la exhibición de los productos. Al parecer, se ha optado por un enfoque más tradicional en la presentación de los artículos, tal vez buscando enfocarse en la calidad y el diseño de los productos por sí mismos.

ANÁLISIS FUNCIONAL: SIN CORDURA

ESCAPARATE



ANÁLISIS FUNCIONAL: SIN CORDURA

ESCAPARATE

- **Iluminación:** En el interior de la tienda, la fuente principal de iluminación son las lámparas que se encuentran en el techo, las cuales proporcionan una luz general y uniforme en todo el espacio. No se ha previsto una iluminación específica para los productos expuestos, lo que puede suponer una limitación en cuanto a la destacabilidad de ciertos elementos en la tienda. La elección de este tipo de iluminación puede estar relacionada con una intención de crear una atmósfera uniforme y sin contrastes en la tienda, lo que puede resultar en una experiencia de compra más relajante y cómoda para los clientes.
- **Diseño:** La zapatería no cuenta con un escaparate definido, ya que solo tiene grandes ventanales que permiten ver una estructura expositiva diseñada para el interior de la tienda, pero que se utiliza para exhibir algunos zapatos hacia el exterior. Debido a esto, los productos ofrecidos por la tienda no son visibles desde fuera y no destacan estéticamente. Los expositores tienen dos baldas, donde se coloca una caja de zapatos con un par de zapatos en la inferior, y en la superior se incluyen carteles, flores u otra decoración, junto con algún zapato suelto. A pesar de haber varios expositores, solo se muestra un modelo en cada uno, lo que impide apreciar gran parte de la oferta de la zapatería. Esta forma de exhibición es parte integrante de la tienda y de sus elementos expositivos interiores, sin diferenciación o separación con el escaparate, salvo lo visible a través de la ventana.
- **Elementos estructurales:** La estructura integral de la tienda consiste en una serie de expositores de formas geométricas idénticas, cada uno de ellos con dos baldas en las que se pueden exhibir productos tanto en la parte frontal como en la trasera. El espacio disponible en cada expositor es limitado, lo que permite la exhibición de un máximo de dos pares de zapatos.
- **Elementos decorativos:** La ornamentación en la tienda de zapatos es sencilla y minimalista, enfocándose exclusivamente en los estantes superiores. Además de las cajas que sostienen los zapatos, se pueden encontrar cestas con delicadas flores blancas y llamativos carteles publicitarios de las diferentes marcas de zapatos.
- **Materiales:** A simple vista, los expositores parecen estar fabricados con un material de metal, que ha sido sometido a un proceso de pintura para adquirir su apariencia blanca y brillante. Este tipo de material puede soportar el peso de los zapatos expuestos en los estantes sin deformarse. Además, el acabado en pintura blanca le brinda una apariencia moderna y elegante que se integra con el diseño minimalista del resto de la tienda.
- **Procesos de fabricación:** Se diseña el modelo y se cortan las piezas de metal con herramientas de corte especializadas. Luego, se sueldan las piezas para formar la estructura de la estantería, asegurando una unión resistente y duradera. Después, se realiza un proceso de tratamiento superficial, como la limpieza y el lijado, para preparar la superficie del metal para su pintado. Finalmente, se pinta la estructura de blanco.
- **Número de componentes:** Aparentemente, se pueden observar doce unidades de estanterías en las que se exhiben dos o más pares de zapatos, así como una caja de zapatos y uno o más adornos decorativos, tales como carteles publicitarios o plantas.
- **Nuevos medios:** En este escaparate no se observa la inclusión de nuevos medios o tecnologías innovadoras en la exhibición de los productos. Al parecer, se ha optado por un enfoque más tradicional en la presentación de los artículos, tal vez buscando enfocarse en la calidad y el diseño de los productos por sí mismos.

ANÁLISIS FUNCIONAL: TENA

ESCAPARATE



ANÁLISIS FUNCIONAL: TENA

ESCAPARATE

- **Iluminación:** La luz propia que proviene del techo y las numerosas luces en el interior de la tienda ayudan a crear una atmósfera acogedora y atractiva para los clientes, y están estratégicamente colocadas para resaltar ciertos productos y darles un mayor impacto visual. La elección del color blanco para el expositor no solo permite la reflexión de la luz, sino que también da una sensación de limpieza y orden. A pesar de que el rótulo exterior es oscuro, utiliza letras grandes y llamativas que atraen la atención de los transeúntes y facilitan la localización de la tienda.
- **Diseño:** La disposición del calzado en el escaparate se presenta de manera emparejada, lo cual no necesariamente es desfavorable, pero al desear mostrar una amplia variedad de productos, la exposición de un gran número de zapatos idénticos no favorece su distinción. Asimismo, se encuentran ubicados muy cercanos entre sí, y las botas de mayor longitud no parecen estar dispuestas de forma inclinada a propósito, sino caídas, sugiriendo la necesidad de exhibirlas de una forma diferente. En los laterales del escaparate se pueden observar algunos bolsos, quizá dispuestos muy próximos a la pared. A pesar de que no es evidente desde el exterior, existe un amplio espacio infrutilizado debajo del expositor, que puede acumular fácilmente suciedad. La utilización de un color blanco sólido favorece la resaltación del calzado expuesto, el cual en su mayoría presenta tonalidades oscuras. No existe una separación clara entre el escaparate y el resto de la tienda, aunque la altura de los escalones oculta parcialmente el resto de los zapatos expuestos detrás de ellos.
- **Elementos estructurales:** La estructura del escaparate es eficiente y permite exhibir una gran cantidad de productos en un espacio pequeño. La distribución escalonada de los productos permite destacar cada modelo y mostrar los detalles de manera más clara. La utilización de diferentes alturas para los escalones crea un sentido de profundidad en la exhibición y llama más la atención de los clientes. Además, la estructura tiene una doble función ya que no solo actúa como escaparate sino también como exhibidor para el interior de la tienda. Esto ahorra espacio y permite una exhibición más coherente e integrada. Al estar cada zapato en un escalón separado, se evita la sensación de amontonamiento y se permite una mejor visualización de cada modelo.

- **Elementos decorativos:** La decoración del escaparate es bastante limitada, se puede observar únicamente una planta en el escalón más alto y algunos pequeños carteles. Asimismo, es posible contar con los vinilos en las paredes del interior de la tienda y las pegatinas en el cristal, los cuales parecen ser utilizados de manera exclusiva para la temporada navideña.
- **Materiales:** El mueble sobre el que se exhiben los zapatos parece estar fabricado en madera y, posteriormente, ha sido pintado de blanco para aportar una mayor sensación de luminosidad y amplitud al espacio. La elección de este material para la estructura del expositor tiene varias ventajas, como su durabilidad y resistencia, además es un material versátil y fácil de trabajar, lo que permite que se puedan crear diseños personalizados y adaptados a las necesidades específicas del escaparate.
- **Procesos de fabricación:** Podría haberse utilizado madera maciza o aglomerada para la estructura del mueble. La madera se cortaría en piezas del tamaño y forma adecuados y se unirían con pegamento y/o clavos para crear la estructura del mueble. Después, se lijaría la superficie para asegurar que esté suave y libre de astillas o imperfecciones. A continuación, se aplicaría una capa de imprimación para sellar la madera y prepararla para la pintura. Una vez que la imprimación se haya secado, se aplicaría una o varias capas de pintura blanca sobre la superficie, permitiendo que cada capa se seque completamente antes de aplicar la siguiente.
- **Número de componentes:** En la parte que da a la calle podría haber alrededor de 50 artículos expuestos entre calzado y bolsos, bastante cercanos unos a otros, pero también separados por los escalones. En cuanto a estructura hay un único mueble que contiene todos los productos.
- **Nuevos medios:** El escaparate no parece usar nuevos medios o tecnologías innovadoras para promocionar sus productos.

ANÁLISIS FUNCIONAL: CONCLUSIONES

ESCAPARATE

- **Iluminación:** Una iluminación directa desde la parte superior de la tienda suele ser adecuada para iluminar los productos de manera efectiva, pero esta no debe estar demasiado alejada o colocada en una zona central de la tienda, ya que esto puede generar sombras y depender en gran medida de la luz natural para ser visible. Asimismo, es importante tener en cuenta que la luz ubicada en la zona superior puede crear sombras en los productos situados justo debajo de otros elementos. Para maximizar la iluminación, se recomienda que el fondo sobre el cual se colocan los productos sea blanco o de un tono claro. Esto contribuirá a amplificar la iluminación y a destacar los productos de manera más efectiva.

Para nuestro escaparate se podría considerar las siguientes opciones: utilizar luces LED en tonos cálidos o fríos para crear diferentes ambientes y resaltar los productos; incorporar iluminación focalizada en determinados puntos del escaparate para destacar productos específicos o crear efectos de luz dramáticos; explorar el uso de luces intermitentes o programadas para generar interés y atraer la atención de los transeúntes o también para ahorro energético y que se encienda solo cuando pasen los transeúntes cuando la tienda esté cerrada; e integrar iluminación en los estantes o en el suelo para crear efectos de luz indirecta y resaltar la textura de los productos.

- **Diseño:** Una disposición variada de los zapatos resulta adecuada, sin embargo, es necesario evitar que todos los modelos apunten en una dirección frontal hacia el exterior, especialmente si no se puede visualizar la totalidad del producto desde distintos ángulos, ya que su mejor apreciación se da de manera lateral. Es importante prestar atención a los extremos, ya que una cantidad insuficiente de productos expuestos hace que el escaparate luzca vacío, mientras que una gran cantidad crea la impresión de un amontonamiento, sin espacio ni distinción entre ellos. La elección del fondo dependerá del color del zapato o producto, a fin de lograr un contraste que permita su destacado.

Algunas líneas a seguir serían: experimentar con una disposición asimétrica de los zapatos para crear un efecto visual dinámico y atractivo; utilizar soportes y estructuras curvas en lugar de líneas rectas para agregar fluidez y

movimiento al escaparate; incorporar espejos estratégicamente ubicados para permitir una visualización completa de los zapatos desde diferentes ángulos; y crear una historia temática en el escaparate, por ejemplo, recrear una escena de una película o un entorno natural relacionado con los zapatos expuestos.

- **Elementos estructurales:** Las baldas individuales, estantes y estanterías son los recursos más utilizados para exhibir productos y maximizar el espacio vertical. No obstante, su disposición puede generar sombras entre los objetos expuestos. Para evitar este inconveniente, se pueden alternar la colocación de los estantes o disponerlos en escalera, en función del tipo de estantería utilizada.

Algunas opciones a seguir serían: diseñar estantes o estanterías ajustables en altura para adaptarse a diferentes tipos y tamaños de calzado; utilizar estructuras escalonadas para crear niveles de exhibición y aprovechar al máximo el espacio vertical; incorporar elementos suspendidos del techo para exhibir zapatos de manera innovadora y llamar la atención sobre ellos; e integrar sistemas de rotación automática para exhibir una variedad de productos en un espacio limitado.

- **Elementos decorativos:** Se suelen utilizar diversos elementos expositivos de las marcas de zapatos como ornamentos, son una opción adecuada, pero se debe evitar su colocación repetitiva en un espacio reducido. Además, dependiendo de su diseño, pueden servir como soporte para los zapatos expuestos. La decoración del escaparate también puede utilizarse para indicar cambios de temporada, mediante el uso de flores, pegatinas en los cristales, entre otros elementos decorativos.

Algunos elementos que se podrían usar: elementos temáticos relacionados con el calzado, como huellas de zapatos o siluetas de zapatos colgantes, para agregar un toque lúdico y llamativo; incorporar elementos naturales como plantas trepadoras o enredaderas para crear una sensación de frescura y conexión con la naturaleza; y utilizar objetos inesperados y creativos, como espejos deformantes o instalaciones artísticas relacionadas con los zapatos, para generar interés y sorpresa.

ANÁLISIS FUNCIONAL: CONCLUSIONES

ESCAPARATE

- **Materiales:** La madera es un material conocido por su durabilidad y resistencia, además de ser un material muy versátil que permite crear estructuras personalizadas y adaptadas a las necesidades específicas del escaparate. La pintura blanca que se ve en tantos ejemplos, utilizada en el mueble también aporta una mayor sensación de luminosidad y amplitud al espacio. Al ser un color claro y brillante, la pintura blanca refleja la luz y hace que el escaparate parezca más grande y abierto. Además, el blanco es un color neutral que se puede combinar fácilmente con otros colores y texturas para crear un aspecto atractivo y coherente. Por otra parte, el metal también tienen sus ventajas, es muy resistente y duradero y que puede soportar mucho peso. Además, las estructuras metálicas tienen su propio brillo y también pueden pintarse de diferentes colores. El plástico destaca por su brillo y transparencia, aunque también se puede encontrar en amplia gama de colores. Además, el plástico transparente es excelente para crear la ilusión de que los productos flotan en el aire.

Líneas a seguir para los materiales serían: probar con materiales inusuales como acrílico transparente o vidrio para crear exhibiciones modernas; utilizar materiales reciclados, como cajas de zapatos usadas o botellas de plástico recicladas, para construir elementos expositivos únicos y sostenibles; combinar diferentes texturas y acabados en los materiales, como madera natural con metal pulido o plástico brillante, para agregar contraste visual y crear un impacto visual más interesante.

- **Procesos de fabricación:** En general, se utilizan técnicas de corte y ensamblado para la madera y el metal, mientras que los elementos de plástico y vidrio son fabricados mediante técnicas de moldeo e inyección. Además, se aplican tratamientos superficiales como la imprimación y la pintura para proteger y embellecer las superficies de los materiales utilizados. Se puede inferir que cada material tiene sus ventajas y limitaciones en cuanto a resistencia, durabilidad, versatilidad y capacidad de personalización. En general, se busca lograr una apariencia atractiva y funcional para el escaparate, combinando elementos de diferentes materiales y colores. Técnicas de procesos de fabricación que se podrían usar en nuestro escaparate serían: explorar técnicas de corte láser para crear patrones intrincados y detalles decorativos en elementos de madera o metal; utilizar

técnicas de impresión 3D para diseñar elementos estructurales personalizados y únicos; o incorporar técnicas de serigrafía o grabado en vidrio para agregar detalles y diseños personalizados a los elementos decorativos.

- **Número de componentes:** La cantidad de componentes que se utilizan en cada escaparate varía significativamente en función del espacio disponible para su disposición. Para lograr un efecto visual óptimo, es recomendable evitar la sobrecarga de elementos en el escaparate, de manera que los productos exhibidos puedan ser apreciados adecuadamente.

- **Nuevos medios:** En general, no se observa la adopción de nuevas tecnologías en las tiendas, por lo que la incorporación de dichas tecnologías supondría una diferencia significativa en comparación con otros establecimientos. Por ejemplo, se podría: usar luces LED programables que cambien de color o intensidad para crear efectos de luz dinámicos en el escaparate; proyectar videos o imágenes de moda en una pantalla o superficie transparente en el escaparate; incorporar elementos de sonido o aroma en el escaparate para crear una experiencia sensorial envolvente.

ANÁLISIS FORMAL

ESCAPARATE

En el siguiente análisis se examinarán los escaparates desde su perspectiva formal, considerando su estructura, composición, forma, relación con la función y su papel como medio de comunicación. En términos de composición, se abordan aspectos como la geometría, la adición o sustracción de elementos, las transiciones entre componentes, la estructura general, el equilibrio y la proporción, incluyendo el tamaño; es decir, aquellos elementos que afectan la volumetría del objeto. Además, se considera la superficie o “piel” del producto, que engloba características como el material utilizado, el color, la textura y los acabados, y que brinda una aproximación táctil al producto. Otro punto crucial es la calidad visual, donde se evalúan la presentación, las soluciones técnicas empleadas, el nivel tecnológico incorporado y los procesos de fabricación utilizados, todos relacionados con la construcción y manufactura del producto. La percepción también es un aspecto esencial, y se estudia cómo la forma en sí misma, la simplicidad, la subdivisión de elementos, la semejanza, la simetría y otros factores impactan en la percepción del producto, acercándose a aspectos psicológicos, como los principios de la Gestalt.

ANÁLISIS FORMAL: CARISA Y PRIMOR

ESCAPARATE



ANÁLISIS FORMAL: CARISA Y PRIMOR

ESCAPARATE

EMPRESA	COMPOSICIÓN	SUPERFICIE	CALIDAD VISUAL	PERCEPCIÓN
CARISA	En los escaparates principales se puede ver cierta simetría siendo el centro la entrada. Quedaría mayor peso visual en lado derecho puesto que los estantes llegan hasta una mayor altura. El escaparate secundario sí que se distribuye de forma simétrica, causando armonía.	Casi todas las superficies son de madera con acabado mate, lo que aporta calidez y cercanía al producto, así como suaviza la superficie. Las ranuras metálicas son del color propio del material que se integra bien con la madera. Los estantes transparentes de plástico aportan brillo.	Los colores del fondo se complementan bien unificando como resaltando los distintos colores de los productos expuestos, centrando en ellos la atención.	El escaparate muestra una disposición equilibrada y simétrica, la cual contribuye a generar una sensación de armonía visual. Los artículos se encuentran colocados de manera sencilla, en líneas paralela. Las baldas transparentes sobre un fondo casi uniforme resulta resaltan la visión de los zapatos de manera prominente.
PRIMOR	Se compone de dos escaparates que siguen una estructura completamente simétrica en cuanto a estructura. La estantería que hay a un lado la hay igual al otro. Hay unas líneas horizontales muy marcadas que se rompen un poco con el aparente desorden de los zapatos.	La superficie de la estantería es blanca, metálica y si se mira de cerca tiene cierta textura lo que le da una apariencia menos atractiva. La pared de fondo es blanca, lisa y brillante.	A pesar de tener aparentemente una buena base de zapatos oscuros sobre fondo blanco y brillante que llama la atención sobre ellos, la calidad visual deja que desear, pues los zapatos están muy juntos y hay que hacer un esfuerzo en verlos todos.	El escaparate exhibe una alta luminosidad que genera un impacto visual inmediato. Sin embargo, la gran cantidad de modelos expuestos crea una sensación de sobrecarga, lo que resulta en un aspecto general caótico y ligeramente desorganizado.

ANÁLISIS FORMAL: ULANKA Y LÁZARO

ESCAPARATE



ANÁLISIS FORMAL: ULANKA Y LÁZARO

ESCAPARATE

EMPRESA	COMPOSICIÓN	SUPERFICIE	CALIDAD VISUAL	PERCEPCIÓN
ULANKA	De nuevo se encuentra una composición muy geométrica basada en líneas rectas. Predominan las líneas horizontales debido a las rejillas y los estantes. Los estantes se distribuyen de forma más o menos uniforme sin seguir ningún patrón o simetría.	Hay varios tipos de superficies. En primer lugar, esta la de los paneles que conforman el fondo, una madera de colores pasteles y de acabado mate. Por otra parte, las baldas son blancas, lisas y brillantes. Por último, está el falso césped verde brillante, que da un aspecto amable. La combinación de superficies le da un aspecto dinámico.	Los zapatos expuestos son claritos como el fondo por lo que no destacan. Además la luz del techo llama más la atención sobre el espacio encima de las baldas, que sobre los propios zapatos que quedan a la sombr. Al contrario, el verde del césped aporta un toque distinto y actúa como fondo de resalte.	El escaparate muestra una falta de contraste y un bajo nivel de atracción visual, lo que resulta en una dificultad para distinguir los productos del fondo. Se percibe como un espacio uniforme donde los elementos más destacados son el césped y la iluminación superior.
LÁZARO	La estructura es muy geométrica basada en cuadrados y rectángulos, estando situado en la parte central el más alto y a los lados dos significativamente más pequeños. Mientras que en el lado derecho se sigue una composición más simétrica con dos cubos al frente y una estantería detrás en el centro de ambos.	Excluyendo los productos, únicamente se observa la presencia del color blanco, el cual, gracias a su superficie lisa y brillante, otorga una apariencia moderna al conjunto en general.	La presencia de la monocromía ofrece unidad a todo el conjunto, así como las formas geométricas transmiten simplicidad.	Las estanterías acaparan la atención de manera desproporcionada en comparación con los zapatos y otros artículos expuestos, los cuales se diluyen y se confunden con el fondo. Como resultado, el escaparate proyecta una sensación de confusión y no logra resaltar adecuadamente los productos.

ANÁLISIS FORMAL: SIN CORDURA Y TENA

ESCAPARATE



ANÁLISIS FORMAL: SIN CORDURA Y TENA

ESCAPARATE

EMPRESA	COMPOSICIÓN	SUPERFICIE	CALIDAD VISUAL	PERCEPCIÓN
SIN CORDURA	Esta sería la composición más geométrica de todas, lo que se ve principalmente son dos filas de una sucesión de rectángulos del mismo tamaño, en los que en el centro o en su zona baja se sitúa el producto.	Dado que todos los muebles son iguales, todos presentan la misma superficie blanca, lisa y brillante ya observada anteriormente. Esto aporta modernidad y en general destaca los productos.	La calidad visual es algo pobre desde el exterior puesto que no se ve con claridad lo expuesto así como se causan muchos reflejos que dificultan aún más la visión.	El escaparate destaca por su enfoque geométrico y estética ordenada, pero la repetición del mismo elemento expositivo genera monotonía. Aunque las formas cuadradas y el color blanco llaman la atención hacia los artículos, no se considera su visibilidad desde la calle, limitando su capacidad de atraer a los transeúntes y generar interés en los productos.
TENA	El expositor consiste en una serie de escalones en pirámide del que podrían percibirse líneas horizontales de los mismos si no fuera porque la propia altura del calzado expuesto rompe con estas líneas. Se ve por lo tanto una composición ascendente.	De nuevo una superficie completamente blanca, lisa y brillante que esta ocasión contrasta bien con la oscuridad de los productos. Encuadrando el escaparate en el exterior hay una estructura metálica con el color propio del material.	A pesar de resaltar bien sobre un fondo blanco, hay una excesiva cantidad de producto expuesto o por lo menos sin suficiente distancia de diferenciación entre cada uno.	La distribución escalonada da un aspecto muy ordenado pero la acumulación excesiva de artículos en la zona del escaparate hace que también se perciba como algo sobrecargado.

ANÁLISIS FORMAL: CONCLUSIONES

ESCAPARATE

- **Composición:** Una parte de las tiendas analizadas tienen una entrada y a cada lado un escaparate, esto se aprovecha para jugar con las simetrías que hace que el conjunto se vea más equilibrado, pero no es algo completamente necesario. Priman las líneas rectas y estructuras geométricas que realmente es la forma más eficiente de exponer los productos puesto que formas curvas podrían dar más problemas de colocación. Se puede evitar que resulte monótono evitando la repetición de formas o elementos del mismo tamaño.

Para nuestro escaparate, se podrían implementar las siguientes ideas: jugar con la disposición de los productos en el escaparate formando figuras geométricas, como círculos, hexágonos o rombos, para crear un aspecto visualmente atractivo; crear una disposición escalonada de las plataformas o estantes para agregar dinamismo y dar la sensación de movimiento en el escaparate; y utilizar espejos estratégicamente colocados para generar simetría y dar la ilusión de un espacio más amplio.

- **Superficie:** Sin duda la superficie ganadora es blanca, lisa y brillante. Si bien tiene varios puntos positivos, ayuda a destacar determinados productos, refleja la luz aportando luminosidad, atrae la atención, etc; también atrae otros problemas, como no ser adecuado como fondo para productos más oscuros o llamar la atención más sobre sí mismo que lo expuesto. Realmente la superficie elegida dependerá de lo que se quiera exhibir, fondos más oscuros para productos más claros y viceversa. Los tonos madera reflejan calidez y cercanía, por lo que está bien tenerlos en consideración.

Para la superficie, algunas ideas a tener en cuenta serían: expe-

rimentar con superficies reflectantes, como paneles de espejo o acabados metálicos, para agregar un toque de modernidad; incorporar iluminación LED en la superficie del escaparate para crear efectos de luz y resaltar los productos de manera llamativa; utilizar superficies texturizadas, como paneles de madera tallada o revestimientos de piedra, para agregar interés visual y transmitir una sensación de lujo.

ANÁLISIS FORMAL: CONCLUSIONES

ESCAPARATE

- **Calidad visual:** Un fallo en el que caen algunos establecimientos es querer presentar una gran cantidad de productos sin contar con el espacio suficiente o aún teniéndolo llenarlo lo máximo posible. Hay que saber seleccionar que se quiere enseñar y que no y saber distribuirlo acorde al espacio con el que se cuenta. Cada producto debe tener suficiente espacio con el siguiente como para distinguirlo sin dificultad y a simple vista. Una gran cantidad de productos muy juntos puede provocar que se vean como una masa homogénea y no individualmente. Sin embargo, también hay que evitar una gran separación haciendo que queden aislados.

Para mejorar la calidad visual en nuestro escaparate: se podrían crear grupos temáticos de productos relacionados para contar una historia o transmitir una idea, como agrupar zapatos deportivos con accesorios deportivos para resaltar el estilo de vida activo; utilizar elementos de altura variable, como pedestales o escalones, para destacar productos específicos y crear un efecto de profundidad en el escaparate; o incorporar elementos de decoración inesperados, como plantas colgantes, arte enmarcado o esculturas, para agregar un toque artístico y captar la atención de los transeúntes.

- **Percepción:** La combinación de los aspectos anteriores hacen que el peso visual varíe de una forma u otra. Formas más grandes, colores más llamativos y contrastes llamarán más la atención. Relacionado con la superficie y los colores se cae en utilizar un solo color que causa monotonía, así como se hace repetitivo entre escaparates. Añadir toques de color en diversos lugares, ya sea con decoración o de otra forma ayuda a que la mirada vaya recorriendo todo el espacio en vez de centrarse solo en un ele-

mento.




Líneas a seguir para la percepción sería: crear puntos focales estratégicos en el escaparate utilizando colores brillantes o contrastantes para resaltar productos destacados, incorporar elementos de movimiento, como proyecciones dinámicas, para agregar interés y llamar la atención; utilizar juegos de luces y sombras para resaltar detalles y generar efectos visuales sorprendentes, como usar focos direccionales para crear sombras interesantes en la pared de fondo.

ANÁLISIS DE MATERIALES

Dentro del proceso de análisis de materiales, se llevará a cabo una exposición de las diversas características inherentes a una variedad de materiales. La importancia de este análisis radica en la búsqueda de la mejor manera de incorporar estos materiales en nuestro elemento expositivo. No solo se trata de seleccionar opciones que sean estéticamente atractivas, sino también de asegurar que sean adecuadas en términos de durabilidad, resistencia y viabilidad en el contexto específico del escaparate.




ANÁLISIS DE MATERIALES

PLÁSTICOS

MATERIAL	DESCRIPCIÓN
<div>PET (Tereftalato de Polietileno)</div> <div></div>	<ul style="list-style-type: none">El PET es el plástico más comúnmente utilizado en envases de alimentos, incluyendo agua embotellada, refrescos, aceites, entre otros. Además, el PET tiene la ventaja de ser reutilizable y reciclable para otros fines, lo que ayuda a disminuir el impacto ambiental de los residuos plásticos.Si se busca crear un escaparate que tenga un enfoque ecológico o sostenible, se podrían utilizar paneles de PET reciclado para crear estructuras o exhibidores.
<div>HDPE (Polietileno de alta densidad)</div> <div></div>	<ul style="list-style-type: none">Este tipo de plástico es el más utilizado debido a su bajo costo, dureza, flexibilidad y amplio rango de temperatura de uso. Este plástico se caracteriza por ser rígido y resistente tanto al calor como al frío, lo que lo hace bastante seguro. Además, es reciclable y reutilizable siempre que se sigan los estándares de higiene adecuados. Es un material transparente y casi opaco que puede ser fácilmente personalizado mediante técnicas de impresión, pintura y pegado.Este material podría no ser la elección más apropiada para un escaparate debido a que no es tan transparente ni estéticamente atractivo como otros materiales. No obstante, se podría utilizar de manera creativa para agregar texturas, formas o mensajes específicos al diseño.
<div>PVC (Polivinilo)</div> <div></div>	<ul style="list-style-type: none">El PVC es un plástico resistente, duradero y versátil que puede ser moldeado en diferentes formas y tamaños, y también puede ser transparente o de colores. En el caso de un escaparate que busque una imagen moderna y sofisticada, el PVC transparente puede ser una excelente opción para mostrar los productos de manera nítida y atractiva. Además, el PVC es fácil de cortar, pegar y ensamblar, lo que permite crear diseños personalizados. Sin embargo, el PVC no es un material biodegradable y puede tener un impacto ambiental negativo.

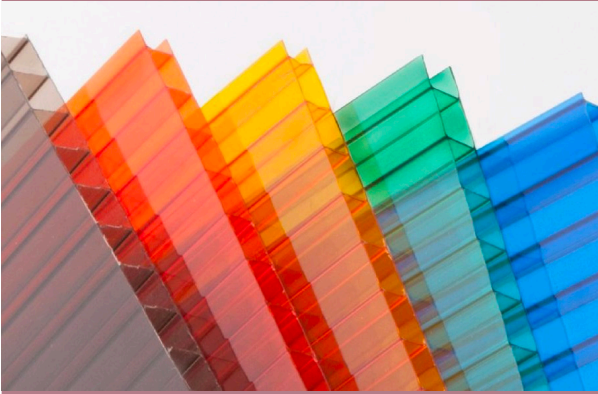

ANÁLISIS DE MATERIALES

PLÁSTICOS

MATERIAL	DESCRIPCIÓN
<div>LDPE (Polietileno de baja densidad)</div> <div></div>	<ul style="list-style-type: none">El LDPE es un plástico flexible y resistente que puede ser transparente o de colores y que se utiliza comúnmente en bolsas de plástico, envases de alimentos, botellas de detergente y juguetes.En términos de exhibición de productos, el LDPE transparente puede ser útil para mostrar productos con formas y texturas interesantes, aunque no es tan claro como otros materiales como el vidrio o el acrílico. Además, es fácil de cortar, pegar y moldear, lo que permite la creación de diseños personalizados.Sin embargo, no es un material tan resistente como otros plásticos y puede ser propenso a rasgarse o estirarse con el tiempo, lo que podría afectar su durabilidad a largo plazo.
<div>PP (Polipropileno)</div> <div></div>	<ul style="list-style-type: none">Este material es económico, liviano y no tiene sabor ni olor. Es comúnmente utilizado en la industria alimentaria y farmacéutica, así como en la fabricación de tuberías, envases, embalajes y productos textiles. Además, tiene facilidad para ser producido en forma de filamento, lo que lo hace útil en el sector textil.El PP es un material resistente y flexible que se puede moldear en diferentes formas y tamaños, lo que permite una gran variedad de opciones de diseño para el escaparate. Otra ventaja es su transparencia, lo que permite una buena visibilidad de los productos exhibidos. Además es resistente a la humedad y al agua, lo que lo convierte en una opción ideal para escaparates al aire libre o en zonas con alta humedad.
<div>PS (Poliestireno)</div> <div></div>	<ul style="list-style-type: none">Es un plástico que se obtiene fácilmente y ampliamente utilizado en diferentes sectores. Sin embargo, su reutilización no es recomendable debido a su alta contaminación ambiental. Además, el poliestireno expandido, conocido como EPS, es una de sus formas más comunes y se utiliza en los embalajes protectores de los aparatos electrónicos y otros productos frágiles.El poliestireno es un material relativamente frágil y puede quebrarse o astillarse fácilmente. Por lo tanto, no es la mejor opción para su uso en escaparates que puedan estar expuestos a posibles golpes o impactos, ya que esto podría causar daños en el material y comprometer su apariencia y funcionalidad.

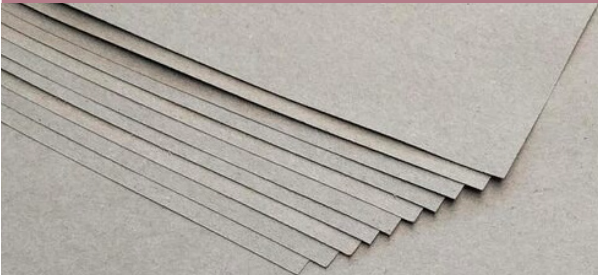
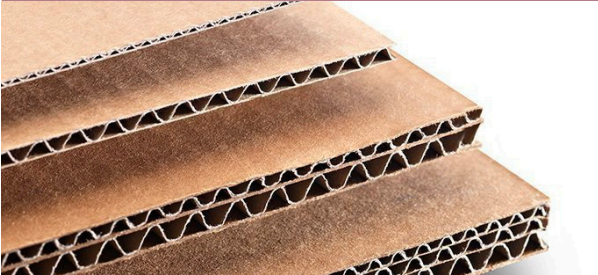
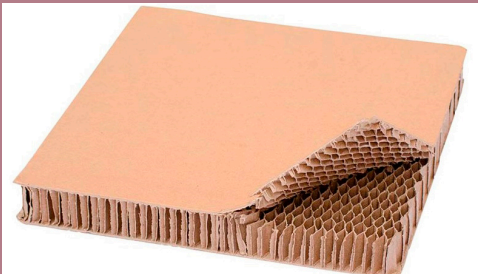
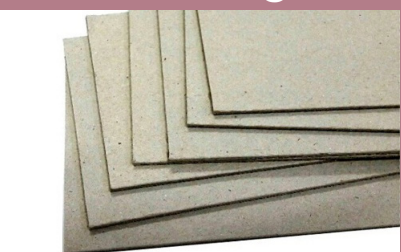
ANÁLISIS DE MATERIALES

PLÁSTICOS

MATERIAL	DESCRIPCIÓN
<div>PC (Policarbonato)</div> 	<ul style="list-style-type: none">• El policarbonato es un material muy resistente a los impactos y a la rotura, lo que lo hace ideal para aplicaciones que requieren alta resistencia y durabilidad. Además, es un material translúcido que permite la transmisión de la luz, lo que lo convierte en una opción adecuada para escaparates donde se quiera destacar la iluminación de los productos exhibidos.• El policarbonato también tiene propiedades de aislamiento térmico y acústico, lo que lo hace útil para aplicaciones en construcción, como cubiertas de invernaderos o ventanas. Sin embargo, también es más caro que otros materiales, como el vidrio o el acrílico, lo que puede limitar su uso en escaparates.
<div>PMMA (Metacrilato)</div> 	<ul style="list-style-type: none">• El metacrilato predomina en el sector de expositores permanentes. Utilizando metacrilatos y otros tipos de plásticos, puedes crear expositores de todas las formas, colores y tamaños.• Es duro, tenaz, resistente a la intemperie, así como de fácil moldeo y frágil.• También conocido como acrílico o plexiglás, es un material adecuado para un escaparate. Es un material transparente, resistente a los rayos UV y a la intemperie, lo que lo hace ideal para su uso en escaparates expuestos a la luz solar directa. También es más liviano y menos frágil que el vidrio, lo que lo hace más seguro y fácil de manejar.• El PMMA también se puede moldear en diferentes formas y tamaños, lo que lo hace muy versátil para el diseño de escaparates creativos. Además, es fácil de trabajar y se puede cortar, doblar y pegar para lograr diferentes efectos. También es un material resistente a los impactos y a los arañazos, lo que lo hace más duradero que el vidrio.




ANÁLISIS DE MATERIALES

PAPEL, CARTÓN Y MADERA

MATERIAL	DESCRIPCIÓN
<div>Cartoncillo</div> 	<ul style="list-style-type: none">• Es un tipo de cartón grueso y resistente, que puede ser cortado, plegado, formado en diferentes diseños y formas y con versatilidad, facilidad de impresión y bajo costo.• Además, el cartoncillo es un material amigable con el medio ambiente, ya que se puede reciclar y reutilizar varias veces. Si se desea crear un escaparate con un enfoque ecológico, el cartoncillo puede ser una excelente opción.
<div>Cartón ondulado</div> 	<ul style="list-style-type: none">• Es ligero pero fuerte, lo que lo hace ideal para la creación de estructuras para exhibir productos. Además, su textura y color natural pueden agregar un aspecto orgánico y sostenible al diseño del escaparate. El cartón ondulado también es reciclable y su uso puede ayudar a reducir la cantidad de residuos generados en la industria del retail. Por estas razones, es una opción popular para escaparates de temporada o promocionales.
<div>Cartón nido de abeja</div> 	<ul style="list-style-type: none">• Este tipo de cartón se compone de una serie de capas de papel unidas por un núcleo de hexágonos de papel que le dan una mayor resistencia a la compresión y al impacto. Es utilizado en la fabricación de embalajes, muebles y decoración, entre otros usos. En un escaparate, el cartón nido de abeja puede ser utilizado para crear estructuras de apoyo, exhibidores y elementos decorativos, ofreciendo una alternativa sostenible y económica a otros materiales más pesados y costosos.
<div>Cartón gris</div> 	<ul style="list-style-type: none">• Este tipo de cartón puede ser una opción atractiva para escaparates de estilo rústico o industrial, o para aquellos que buscan un material más sostenible y ecológico. Además, el cartón gris puede ser fácilmente moldeado y cortado para crear formas y diseños personalizados, y también puede ser impreso con diferentes gráficos y colores para lograr el efecto deseado en el escaparate.

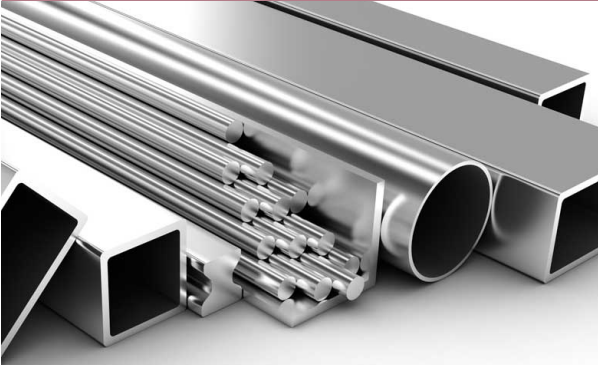

ANÁLISIS DE MATERIALES

PAPEL , CARTÓN Y MADERA

MATERIAL	DESCRIPCIÓN
<p>Cartón couche</p> 	<ul style="list-style-type: none">El cartón couche es un tipo de cartón recubierto con una capa de papel satinado que lo hace brillante y suave al tacto. Debido a su superficie lisa y uniforme, el cartón couche es ideal para imprimir imágenes y texto de alta calidad, lo que lo hace popular para su uso en envases y etiquetas de productos de alta gama.En un escaparate, el cartón couche puede utilizarse para mostrar productos de forma atractiva y sofisticada, especialmente aquellos que requieren una presentación visualmente impactante, como productos de belleza, joyería o artículos de moda. También es posible utilizar el cartón couche para crear estructuras y formas creativas que llamen la atención del público. Además, el cartón couche es un material respetuoso con el medio ambiente, ya que se puede reciclar y reutilizar en otros productos después de su uso.
<p>Madera</p> 	<ul style="list-style-type: none">Es un material natural, duradero y tiene una estética cálida y atractiva. También ofrece flexibilidad en términos de diseño, ya que se puede trabajar de diversas formas y tamaños. Sin embargo, es importante considerar que la madera es susceptible a la humedad y puede deformarse o deteriorarse si no se cuida adecuadamente. Además, su uso puede no ser apropiado en lugares donde hay una alta exposición a la humedad o cambios de temperatura extremos. En general, si se utiliza madera de buena calidad y se mantiene adecuadamente, puede ser una opción interesante y sostenible para un escaparate.
<p>Madera de bambú</p> 	<ul style="list-style-type: none">La madera de bambú podría ser un material adecuado para un escaparate. Es sostenible y renovable, ya que crece rápidamente y no requiere replantación después de la cosecha. Además, la madera de bambú es resistente y duradera, además de tener una apariencia estética única y se puede utilizar en diferentes acabados, desde natural hasta teñido. Además, puede ser cortado y modelado en diferentes formas y tamaños, lo que permite su uso en diseños creativos y personalizados para escaparates.Sin embargo, es importante considerar que la madera de bambú puede ser más costosa que otros materiales y requerir un mantenimiento adecuado para mantener su aspecto y durabilidad a lo largo del tiempo.

ANÁLISIS DE MATERIALES

Metal

MATERIAL	DESCRIPCIÓN
<div>Acero inoxidable</div> <div></div>	<ul style="list-style-type: none">El acero inoxidable es un material de alta calidad que tiene una apariencia elegante y moderna, lo que lo hace ideal para una variedad de aplicaciones de diseño. Además, el acero inoxidable es muy resistente y duradero, lo que significa que puede soportar el uso diario y el desgaste sin desgastarse o dañarse fácilmente; así como es resistente a la corrosión y a la oxidación, lo que lo hace especialmente adecuado para espacios que estén expuestos a la humedad o condiciones ambientales adversas. Por estas razones, el acero inoxidable es un material popular para escaparates en tiendas, restaurantes, museos y otros lugares públicos.
<div>Aluminio</div> <div></div>	<ul style="list-style-type: none">El aluminio destaca por su resistencia y ligereza, lo que lo hace fácil de manipular y dar forma. Además, es resistente a la corrosión y tiene una buena durabilidad, lo que lo convierte en una buena opción para su uso en exteriores. El aluminio también se puede reciclar fácilmente, lo que lo convierte en una opción sostenible y respetuosa con el medio ambiente.

ANÁLISIS DE MATERIALES

CONCLUSIONES

- En cuanto a los materiales plásticos, como el PVC, LDPE, PP, poliestireno y policarbonato, todos tienen propiedades similares, como la ligereza, la flexibilidad y la transparencia. Sin embargo, algunos, como el poliestireno, son menos resistentes y no son adecuados para aplicaciones en las que se requiere una mayor durabilidad. Otros, como el policarbonato, son más resistentes y adecuados para aplicaciones en las que se requiere una mayor seguridad o protección contra impactos.

Las propiedades flexibles del PVC se podrían aprovechar para crear elementos curvados y orgánicos en el escaparate, creando ondas o formas abstractas que agreguen dinamismo visual.

También se podría utilizar láminas de poliestireno expandido para crear paneles ligeros y fáciles de manipular y pintarlos o revestirlos para darle una apariencia más sofisticada y combinarlo con iluminación estratégica para resaltar los productos.

Por otra parte, se podría experimentar con materiales plásticos reciclados, como el PET, para crear elementos sostenibles en el escaparate, utilizando láminas de PET transparentes para exhibir productos de manera ecofriendly.

- El cartón ondulado y el cartón nido de abeja son materiales de cartón comúnmente utilizados en la construcción de escaparates debido a su bajo costo, ligereza y versatilidad. Sin embargo, no son tan resistentes como los materiales plásticos o metálicos, y no son adecuados para aplicaciones en las que se requiere una mayor seguridad o durabilidad.

Utilizando capas de cartón cortado y apilado se crearían efectos de profundidad, jugando con diferentes alturas y ángulos para resaltar productos específicos y crear un aspecto visualmente in-

teresante.

Con cartón troquelado se podrían crear formas y diseños únicos en el escaparate. Aprovechando la versatilidad del cartón troquelado para representar huellas de zapatos o siluetas.

ANÁLISIS DE MATERIALES

CONCLUSIONES

- La madera y la madera de bambú son materiales naturales que se utilizan comúnmente en la construcción de escaparates debido a su apariencia atractiva y su sensación cálida y natural. Sin embargo, la madera no es resistente a la humedad ni a la intemperie, por lo que puede requerir tratamientos especiales para prolongar su durabilidad.

Combinando diferentes tipos de madera, como madera contrachapada, tablones de madera maciza o MDF, se podrían crear texturas y contrastes visuales en el escaparate.

Con madera reciclada o recuperada se podría transmitir un mensaje de sostenibilidad y conciencia ambiental, dándole a la madera un aspecto envejecido o rústico para agregar calidez al escaparate.

Incorporando elementos de bambú entrelazados se crearían particiones o pantallas que agreguen fluidez al espacio del escaparate. El bambú también se puede utilizar para construir estructuras de estanterías ligeras y modernas.

- El acero inoxidable y el aluminio son metales comúnmente utilizados en la construcción de escaparates debido a su durabilidad y resistencia a la intemperie. Sin embargo, pueden ser más costosos que otros materiales y pueden requerir un proceso de instalación más complejo.

Para nuestro escaparate se podrían crear estructuras metálicas minimalistas y elegantes utilizando perfiles de acero inoxidable. Estas estructuras pueden servir como soportes para exhibir productos o como elementos arquitectónicos que enmarquen el escaparate.

También integrar elementos de acero inoxidable o aluminio en la iluminación del escaparate y utilizar perfiles o tiras de estos mate-

riales para enmarcar las luces LED.

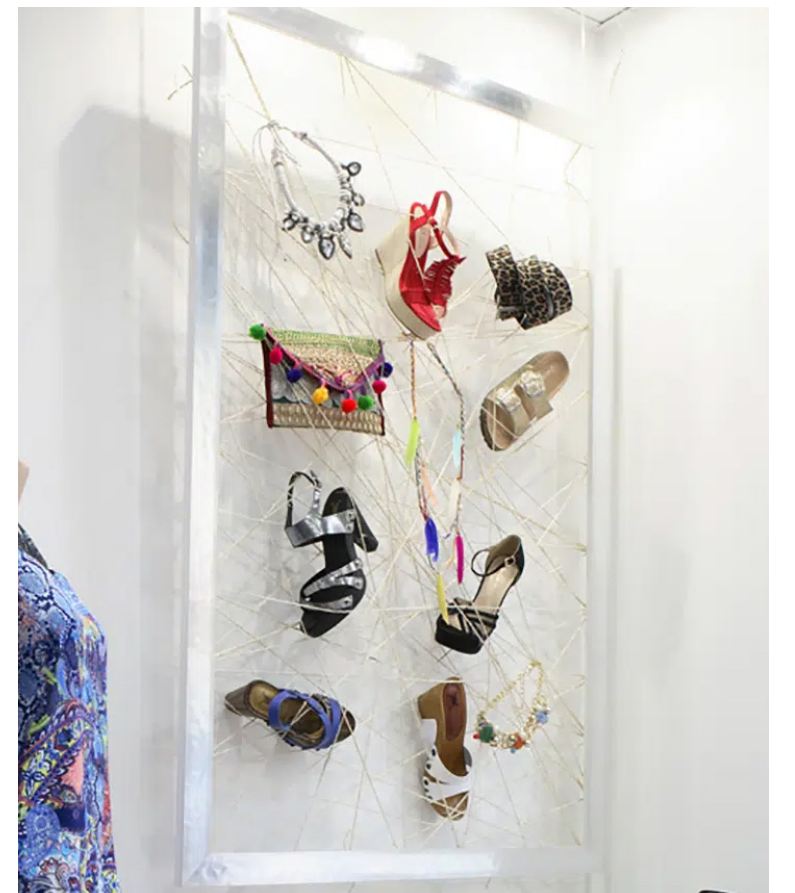
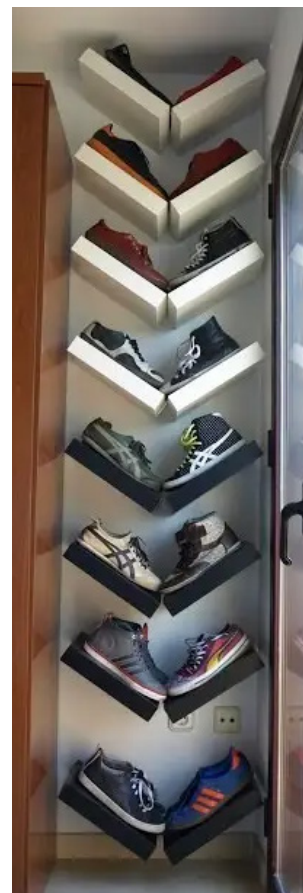
Por otra parte, utilizar perfiles de aluminio extruido para crear estructuras modulares y versátiles en el escaparate. Estos perfiles permiten el ensamblaje fácil y rápido, así como la posibilidad de añadir accesorios y componentes adicionales.

PANELES DE INFLUENCIAS

En las páginas que siguen, se llevará a cabo la presentación y análisis de una serie de paneles de influencias extraídos de una variedad de escaparates, y elementos expositivos. Estos ejemplos han sido seleccionados con el propósito de ilustrar la diversidad de enfoques y técnicas utilizados en la creación de estas composiciones visuales.

El recorrido comienza con ejemplos de paneles que se caracterizan por su simplicidad y viabilidad. Estos escaparates han sido concebidos de manera accesible y práctica, destacando ideas que pueden ser fácilmente implementadas. Posteriormente, el análisis se adentrará en ejemplos más creativos y vibrantes, donde se explora el uso audaz del color y la originalidad en el diseño. Estos casos representan un nivel superior de complejidad y despliegan un enfoque más innovador en la presentación de productos y conceptos. A través de esta exploración, se busca inspirar nuevas ideas y fomentar la comprensión de cómo los elementos visuales pueden influir en la percepción y recepción de un escaparate.

PANELES DE INFLUENCIAS: ESCAPARATES



PANELES DE INFLUENCIAS: ESCAPARATES

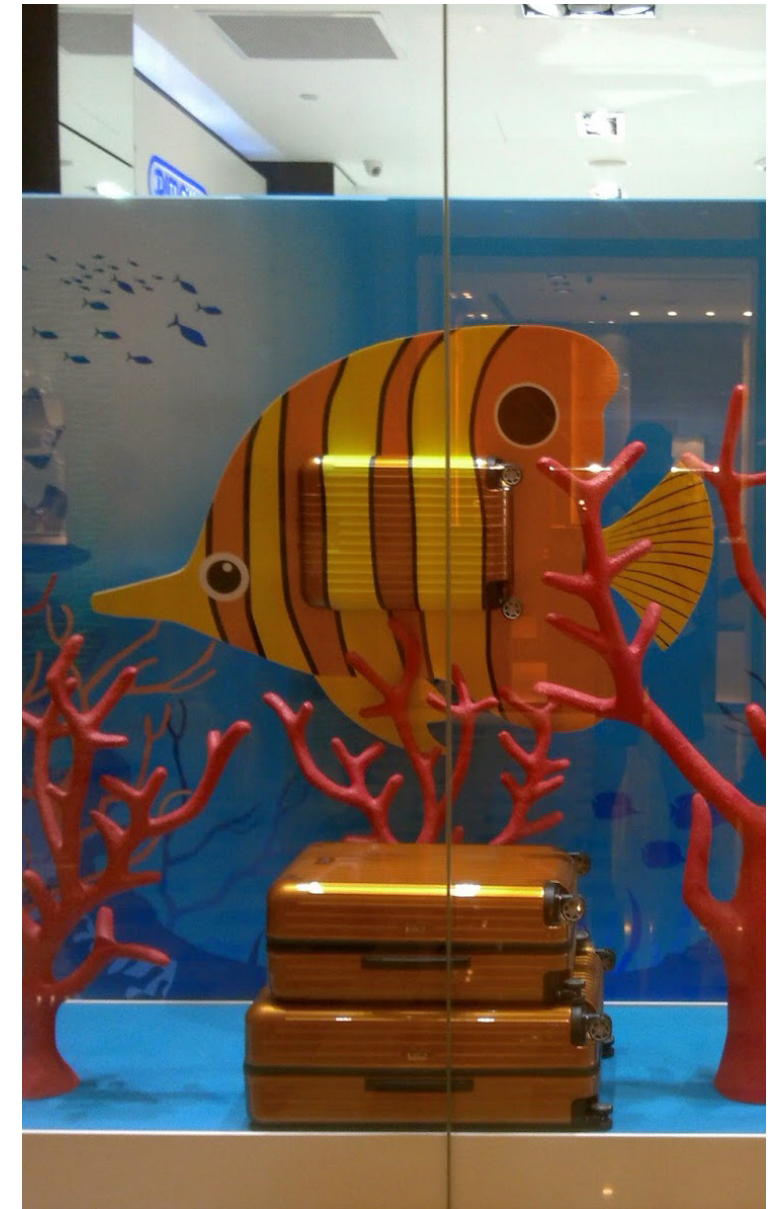
CONCLUSIONES

Este panel de influencias contiene imágenes de escaparates más fáciles de lograr por los elementos que utilizan.

- Además de lo mencionado, es importante destacar que el uso de formas cúbicas y otros elementos expositivos permite una mayor versatilidad en la colocación de los productos. Esto permite al escaparatista jugar con las alturas, el espacio y las perspectivas para crear una composición atractiva y única.
- La elección de la madera como material para los elementos expositivos también se puede entender como una forma de crear un ambiente más cálido y acogedor en la tienda. Este tipo de material se asocia con la naturaleza y la artesanía, lo que puede ayudar a generar una sensación de confianza y calidad en los productos expuestos.
- En cuanto al uso de cubos transparentes, además de su atractivo estético, permiten una visibilidad completa de los productos, lo que puede ser muy útil en una tienda de zapatos donde es importante que los clientes puedan ver los detalles y las características de los productos antes de comprarlos.
- Por último, la forma en que se exhiben los productos, como el ejemplo de los zapatos “enredados” en cuerdas, puede ser una forma creativa y efectiva de llamar la atención del cliente. Este tipo de exhibición fuera de lo convencional puede atraer la mirada y generar curiosidad, lo que puede llevar a los clientes a entrar en la tienda y explorar los productos.

En general, las formas, materiales y aprovechamiento del espacio son factores clave para llamar la atención del público y presentar los productos de una manera atractiva y agradable a la vista.

PANELES DE INFLUENCIAS: ESCAPARATES



PANELES DE INFLUENCIAS: ESCAPARATES

CONCLUSIONES

En este panel de influencias se reúnen escaparates de otras temáticas aparte de zapaterías.

- En este análisis se puede observar que en los escaparates de temáticas diferentes a las de zapaterías se utilizan mucho los colores vivos y en contraste lo cual resalta mucho, como azul y naranja/amarillo, rosa y verde; así como los colores análogos que producen una armonía en el conjunto. La temática general se inclina hacia lo primaveral, con flores y referencias a la naturaleza.
- Los elementos decorativos son de formas orgánicas, como los cartones o materiales similares, en los que se crean formas que recuerdan a nubes, paisajes y animales. Otra forma de llamar la atención es a través de la creación de paisajes y la introducción de los productos en ellos, lo que crea un efecto visual atractivo y llamativo para el público.
- Se puede observar que algunos escaparates están llenos de productos, mientras que en otros se exhiben pocos, lo que genera un efecto positivo de focalización, pero también una posible limitación para mostrar más productos. En general, la creatividad y la originalidad en la presentación son elementos clave para lograr un escaparate exitoso, y es importante tener en cuenta cómo se utiliza el espacio disponible y la cantidad de productos que se desean exponer.
- En conclusión, este análisis muestra que la utilización de elementos decorativos con formas orgánicas, colores vivos y contrastantes, así como la creación de paisajes y la inclusión de los productos en ellos, son estrategias efectivas para lograr un escaparate llamativo y atractivo para el público.

PANELES DE INFLUENCIAS: ESCAPARATES



PANELES DE INFLUENCIAS: ESCAPARATES

CONCLUSIONES

Estos escaparates de zapatos se han escogido por su colorido y también por ser más estéticos que funcionales, en el sentido de que se prima llamar la atención antes de que se perciba bien el producto.

- En cuanto al uso del color, se pueden apreciar dos enfoques diferentes. Por un lado, el uso de colores vivos y brillantes para llamar la atención y hacer que el escaparate destaque. Por otro lado, el uso de colores similares o del mismo tono que el decorado para crear una sensación de armonía y uniformidad en el escaparate
- Se puede ver desde el uso de zapatos del mismo color o pintados para ello para fundirse con el decorado, por una parte, lo podemos ver con el grifo del que brota el “chorro” de zapatos azules y por otra en los botes de pintura de distintos colores del que salen los zapatos salpicados, cada uno con su color correspondiente.
- Por otra parte se encuentran integrados dentro de un tema. Están las formas de edificios arábigos que tiene fondos de distinto color, donde se colocan zapatos de colores distintos para resaltar. Con zapatos oscuros se colocan en los huecos de una gran sandía simulando que son las pepitas. Y por otra parte en un cuadro estilo Mondrian se colocan en distintas posiciones un par en distintos cuadros actuando este de fondo de resalte.
- Por otro lado, se pueden apreciar algunos elementos más funcionales, como las cuerdas o las rampas, que permiten exhibir los zapatos de forma clara y visible. Estos elementos funcionales permiten que los zapatos se vean bien, pero también pueden integrarse en la estética general del escaparate para hacerlo más atractivo.

- En resumen, estos escaparates de zapatos parecen estar diseñados con un enfoque más estético que funcional, y utilizan técnicas como el uso del color, la integración en un tema o decorado, y la utilización de elementos funcionales para llamar la atención sobre los zapatos y hacer que destaquen en el escaparate.

PANELES DE INFLUENCIAS: ESCAPARATES



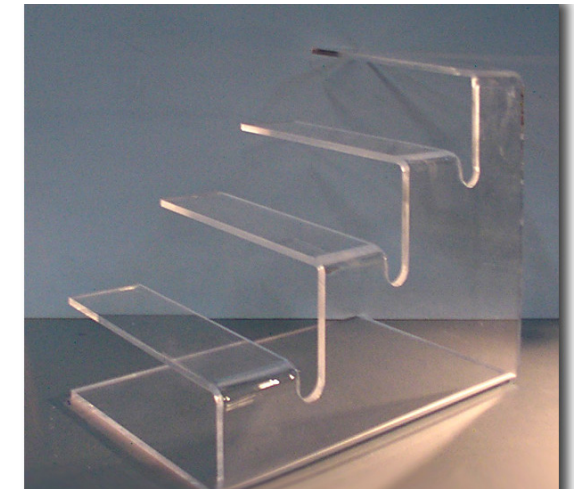
PANELES DE INFLUENCIAS: ESCAPARATES

CONCLUSIONES

Estos escaparates se han escogido por su complejidad o lo llamativos que son, también más complicados de llevar a cabo.

- En cuanto al uso del color, se destaca un enfoque más sobrio, en el que los colores neutros se utilizan para resaltar los productos, ya sea por su propio color o por el uso de un color de resalte, como el cielo azul en el paisaje nevado o el verde de fondo en la tetera y las tazas. Se prima destacar por la composición más que por el uso de colores llamativos.
- La naturaleza y la temática doméstica son dos de los temas más recurrentes en los escaparates, lo que puede sugerir una preferencia por los productos relacionados con estos temas o una intención de crear una sensación de familiaridad y cercanía en los consumidores. Además, algunos escaparates se centran en destacar los zapatos como objeto principal, utilizando técnicas de iluminación y composición para llamar la atención. Por una parte, están los zapatos que son las “flores” que salen de las macetas, los carritoillos llevando plantas y botas o el paisaje de esquí. Y en la temática más doméstica, bolsos y zapatos que simulan ser los dulces de una caja de bombones o la escena del té, donde los zapatos están colocados entre terrones y tazas.
- Otros escaparates focalizan toda la atención en los zapatos como los que están colgados y reciben toda la iluminación o las lámparas de las que salen las piernas con las botas.
- En conclusión, la elección de colores, temas y técnicas de composición puede tener un impacto significativo en la efectividad de los escaparates para atraer y retener la atención del público.

PANELES DE INFLUENCIAS: EXPOSITORES DE ZAPATOS



PANELES DE INFLUENCIAS: EXPOSITORES DE ZAPATOS

CONCLUSIONES

- La mayor parte de los expositores mostrados son verticales, ocupando así menos espacio en la base, pero permitiendo la exposición de varios productos.
- Los principales materiales usados son el cartón, el plástico, la madera y el metal; ordenados de menos a más durabilidad. Dependiendo de la cantidad de uso que se le quiera dar es más recomendable un material sobre otro.
- Las baldas salientes es la base principal sobre la que se apoyan los zapatos. Como diferencia a esto estarían los cubos, los triángulos y las pirámides, llamando más la atención sobre el producto.
- El cartón y la madera puede verse tanto solo en su color propio del material, como todo pintado. Por su parte el metal solo tiene las letras de la marca en un color distinto del propio. El plástico por su parte solo se presenta en transparente.
- Se puede ver que los expositores de los triángulos permiten la modularidad por lo que se puede construir el espacio expositivo de distintas formas. La parte negativa de estos triángulos es que ensombrecen lo que haya en su interior, a diferencia del resto de expositores que no les queda nada por encima.
- Uno de los expositores tiene ruedas, lo cual facilita su movilidad si no va a ser un elemento que permanezca siempre en el mismo sitio.
- El expositor rojo llama la atención tanto por su color como por las formas que tienen, el único problema es que por la temática de estas formas, solo puede tener un uso estacional.

EDPs

ELEMENTO EXPOSITIVO

Materiales

Críticas:

- Resistente en proporción al uso que se le vaya a dar.
- Rígido, capaz de soportar el peso de zapatos y/o bolsos, entre 0,5-1 kg.
- Resistente al calor, que no se deforme o pierda color, a temperaturas máximas en verano de 30°

Deseables:

- Preferentemente de apariencia brillante
- Resistencia al rozamiento y al desgaste
- Colores claros preferentes sobre oscuros
- Considerar materiales reciclados o de origen sostenible para reducir el impacto ambiental.

Funcionalidad

Críticas:

- Capaz de llamar la atención
- Debe poder mostrar el producto con propiedad, que el calzado se pueda ver de lado donde se ve mejor y los bolsos/mochilas de frente
- Capaz de ser multifuncional, servir para mostrar más de una tipología de producto

Deseables:

- Primar el uso para cualquier época del año sobre estacional
- Aprovechar el espacio disponible
- La disposición de los productos debe ser coherente y estética para fomentar la compra
- Versátil y adaptable a diferentes tipos de calzado, bolsos u otros accesorios
- Modular para distintas combinaciones

Ergonomía

Críticas:

- De fácil montaje y ensamblaje, intuitivo y rápido para agilizar el proceso de renovación del escaparate
- Limpieza simple y rápida

Deseables:

- No debe entorpecer el proceso de cambio de escaparate

Sostenibilidad

Críticas:

- No producir deshechos durante el uso del producto
- Evitar materiales especiales o poco comunes

Deseables:

- Evitar el uso de varios materiales
- Diseñar una separación fácil de los componentes
- Evitar el uso de materiales que generen residuos y buscar alternativas que puedan reutilizarse o reciclarse al final de su vida útil
- Duradero y resistente para evitar su reemplazo frecuente

ANÁLISIS DE LOGOTIPOS

En este proceso de análisis se han seleccionados de marcas de calzado, tiendas especializadas en calzado y empresas situadas en la misma región que nuestra propia tienda. El objetivo es identificar los patrones visuales compartidos por cada sector y comprender cómo estos elementos se comunican visualmente. Al mismo tiempo, se buscará incorporar estos hallazgos en nuestro propio logotipo, manteniendo nuestra singularidad y distinción en el proceso.

ANÁLISIS DE LOGOTIPOS

MARCAS DE ZAPATOS



ANÁLISIS DE LOGOTIPOS

MARCAS DE ZAPATOS

- **Tipografía:** En todos los casos se usa una tipografía de palo seco, más relacionada con la modernidad y caracterizada por ser más legible. Destacan los trazos más gruesos que dan fuerza y llaman la atención, mientras que los más finos son más elegantes y minimalistas. En cuanto al uso de mayúsculas y minúsculas no hay predominancia de una sobre la otra. Parte de los logos tienen letras más redondeadas que le da un carácter amable y cercano.
- **Símbolo:** Predominan los logotipos con símbolo y en menor medida los logotipos con fondo, los logotipos puros y los símbolos solos. La mayor parte de los símbolos son la letra inicial del nombre de la marca, algunos relacionados con animales y por último otras temáticas. Los símbolos están colocados sobre todo encima y centrados del logotipo, algo bastante clásico.
- **Colores:** Se puede observar que los colores predominantes son el rojo/granate y el negro; habiendo algunas excepciones como azul clarito, ocre y verde. El rojo es un color que tiene mucha fuerza y destaca sobre otros, transmite calidez y comodidad; mientras que el negro, aunque es moderno, también es repetido en toda clase de logotipos.

ANÁLISIS DE LOGOTIPOS

TIENDAS DE ZAPATOS



ANÁLISIS DE LOGOTIPOS

TIENDAS DE ZAPATOS

- **Tipografía:** Predominan los trazos finos más elegantes, pero también encontramos ejemplos de letras gruesas, estando en logos de nombres más cortos. Destaca la tipografía más caligráfica, imitando la escritura a mano, esto junto con sus formas redondeadas transmitirían más cercanía, amabilidad y productos de calidad. En ciertos logos aparece el identificador de calzados o zapatería como aclaración al comercio que se dedican.
- **Símbolo:** El símbolo utilizado está relacionado mayoritariamente con los pies o con el calzado, además, su colocación está contenida entre medias del logotipo, se encuentra integrado. Predominan los logotipos puros seguidos de logotipos con accesorio o símbolo y por último los que están sobre fondo, teniendo todas formas rectangulares.
- **Colores:** En estos logos se observa una variedad de colores, verdes, azules, naranjas, rojo, pero sobre todo negro, visto como un símbolo de profesionalismo y seriedad, así como de modernidad. Los verdes evocan la tranquilidad y la naturaleza, mientras que los azules inspiran calma, aunque también pueden resultar fríos y distantes.

ANÁLISIS DE LOGOTIPOS

COMERCIOS Y ORGANIZACIONES DEL SOMONTANO



ANÁLISIS DE LOGOTIPOS

COMERCIOS Y ORGANIZACIONES DEL SOMONTANO

- **Tipografía:** La mayor parte de los logos son de palo seco, siendo los que tienen serifa relacionados con el vino y la miel y buscan un carácter más clásico y serio, también hay un ejemplo más escrito a mano. Parte de los logos tienen formas redondeadas, aportando este carácter amable. La mayor parte están en todo mayúsculas, llama más la atención y también hay logos en todo minúsculas, que tiene mayor legibilidad, cercanía y un carácter más desenfadado. Se observa que la mayor parte de los logotipos contienen un identificador debajo que identifica la actividad a la que se dedican (ayuntamiento, bodega, etc).
- **Símbolo:** Hay un mayor número de logotipos con símbolo, siendo el resto logotipos puros. Estos símbolos son de temáticas variadas, se encuentran animales, edificios, distintas combinaciones de formas geométricas o juegan con inicial del nombre; por otra parte, se encuentran colocados en el lado izquierdo del logotipo. En la mayoría el símbolo es a color si tiene el texto en negro o de un color distinto, lo que lo diferencia más.
- **Colores:** Los colores ocres y verdes son los que más abundan, seguidos de algún rosa, rojo y azul. Esto se puede relacionar con la cercanía a la tierra o al campo. Algunos de los logotipos son bicolores, con dos colores que contrastan entre sí; mientras que otros son multicolores.

ANÁLISIS DE TIPOS MARCARIOS

La herramienta de análisis de tipos marcarios, que se presentó durante las clases de la asignatura de Imagen Corporativa, ha sido de gran utilidad para obtener una conclusión sobre cuál es el tipo marcario más adecuado para la marca. Esta tabla recoge una serie de factores que tienen un impacto significativo en el desarrollo de la imagen de una marca.

Esta herramienta se emplea para llegar a una conclusión fundamentada acerca del tipo marcario que mejor se ajusta a la marca que estamos creando. Se basa en una tabla que expone una serie de factores críticos que influyen en la construcción de la imagen de una marca. Se evalúa cada tipo marcario en función de cómo responde a cada factor estudiado, buscando una optimización en la elección.

Al utilizar esta herramienta, si un tipo marcario logra responder de manera óptima al factor en cuestión es calificado como “adecuado”. Si un tipo marcario podría ser adecuado, pero no de forma óptima, se le asigna la calificación de “posible”. En cambio, si se determina que un tipo marcario no es adecuado para responder a un factor específico, se deja la celda correspondiente en blanco.

Hipercalzado Carisa

Factores que intervien:

- Nombre largo
- Poca calidad del nombre
- Sector: logotipos con símbolo, logotipos con fondo
- Pocos soportes de aplicación
- Sin refuerzo cromático
- Entorno complejo: aplicación sobre materiales y colores diversos, convivencia con otros logotipos

ANÁLISIS DE TIPOS MARCARIOS

	LOGOTIPO	LOGOTIPO CON FONDO	LOGOTIPO CON SÍMBOLO	LOGOTIPO CON ACCESORIO	LOGO-SÍMBOLO
Nombre corto	Adecuado	Adecuado		Posible	Posible
Nombre largo			Adecuado	Posible	Posible
Poca calidad del nombre			Adecuado		Posible
Buena calidad del nombre	Adecuado	Adecuado		Posible	Posible
Arquitectura simple	Adecuado	Adecuado	Adecuado	Adecuado	Adecuado
Arquitectura compleja			Adecuado		

ANÁLISIS DE TIPOS MARCARIOS

	LOGOTIPO	LOGOTIPO CON FONDO	LOGOTIPO CON SÍMBOLO	LOGOTIPO CON ACCESORIO	LOGO-SÍMBOLO
Predominio en el sector	Adecuado	Adecuado	Adecuado	Adecuado	Adecuado
Necesidad de lectura rápida	Posible		Adecuado	Posible	Adecuado
Lectura larga distancia			Adecuado	Posible	Posible
Muchos soportes	Adecuado	Adecuado		Posible	Posible
Pocos soportes	Adecuado	Adecuado	Adecuado	Adecuado	Adecuado
Alfabetos o idiomas			Adecuado		Posible

ANÁLISIS DE TIPOS MARCARIOS

	LOGOTIPO	LOGOTIPO CON FONDO	LOGOTIPO CON SÍMBOLO	LOGOTIPO CON ACCESORIO	LOGO-SÍMBOLO
Funcionalidad práctica		Adecuado	Posible		Adecuado
Refuerzo cromático		Adecuado			Posible
Sin refuerzo cromático	Adecuado	Adecuado	Adecuado	Adecuado	Adecuado
Entorno complejo	Posible	Adecuado			Posible

El resultado de esta herramienta concluye que el logotipo con símbolo es el más recomendable y el que se ajusta a las necesidades de nuestra empresa, seguido del logotipo con fondo y el logotipo puro, por lo que estas serán las opciones que se explorarán.

ANÁLISIS DE LOGOTIPOS

CONCLUSIONES

Tras el análisis de logotipos en distintos ámbitos, así como el análisis del tipo marcario, se ha llegado a una serie de conclusiones que pueden ayudar con la creación de un logotipo nuevo para la empresa. Los valores que se quieren transmitir son calidad, comodidad, cercanía y confianza. Para ello se ha considerado lo siguiente:

- Se considera importante que sea un logotipo con símbolo, no solo por la predominancia de ello en los sectores, sino además por el resultado del análisis anterior. Por otra parte, llama más la atención y tienen mayor pregnancia. También permite el uso de estos elementos de forma independiente.
- La tipografía utilizada será preferiblemente de palo seco puesto que transmite más modernidad y facilita su lectura.
- Se tiene interés en seleccionar un ícono que se relacione con el calzado o el sector, sin caer en la representación literal de un zapato en sí.
- Se considerará el uso de dos colores, tanto para una mejor identificación y más posibilidades de reproducción; como para encajar en el ámbito en el que se encuentra.
- Se sugiere evitar la utilización de colores fríos, como los azules o verdes, los cuales suelen asociarse más comúnmente con ámbitos relacionados a la salud. En cambio, se recomienda optar por colores más cálidos y cercanos, como los tonos rojos, granates, ocre, entre otros. Estos colores pueden transmitir una sensación de proximidad y calidez.

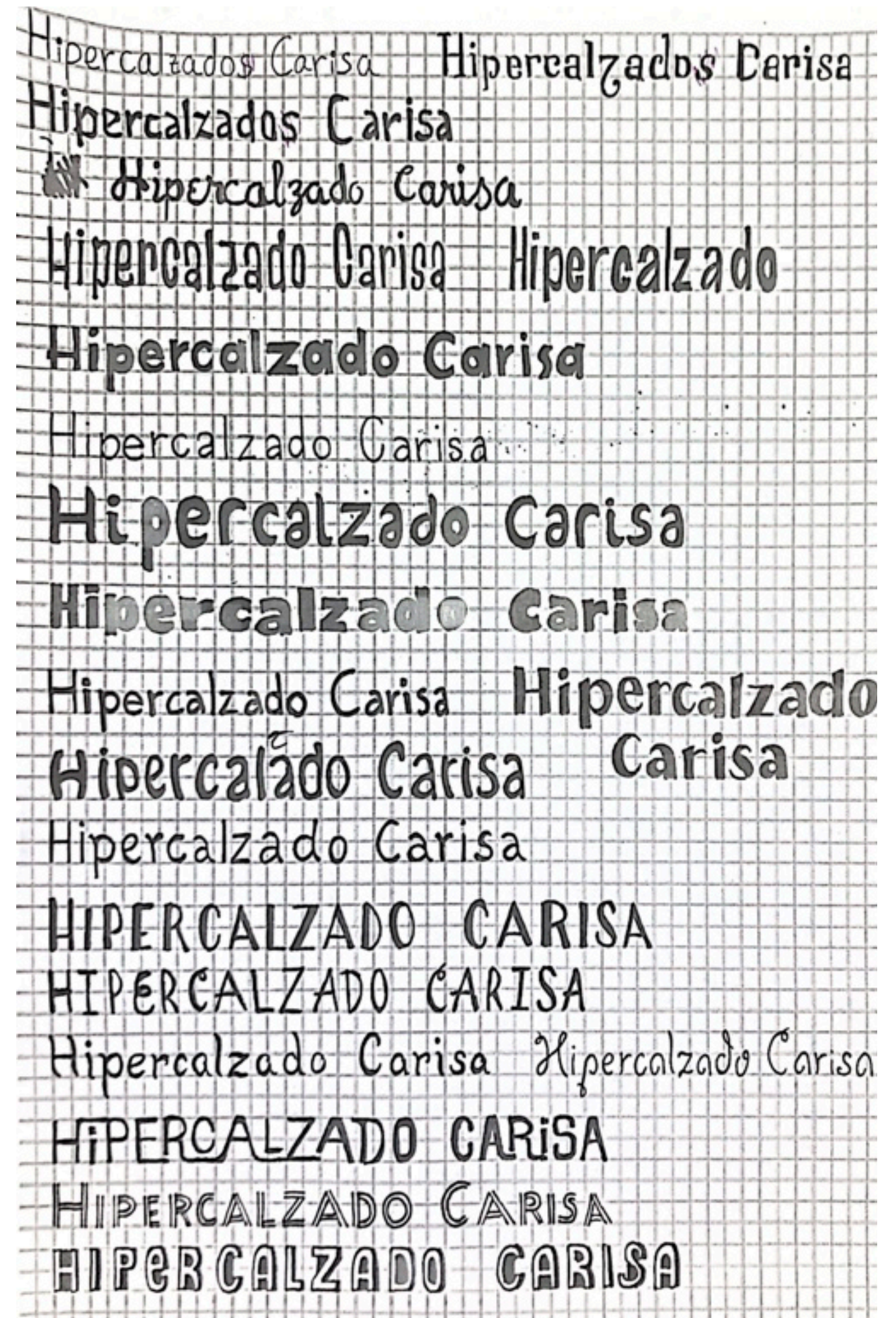
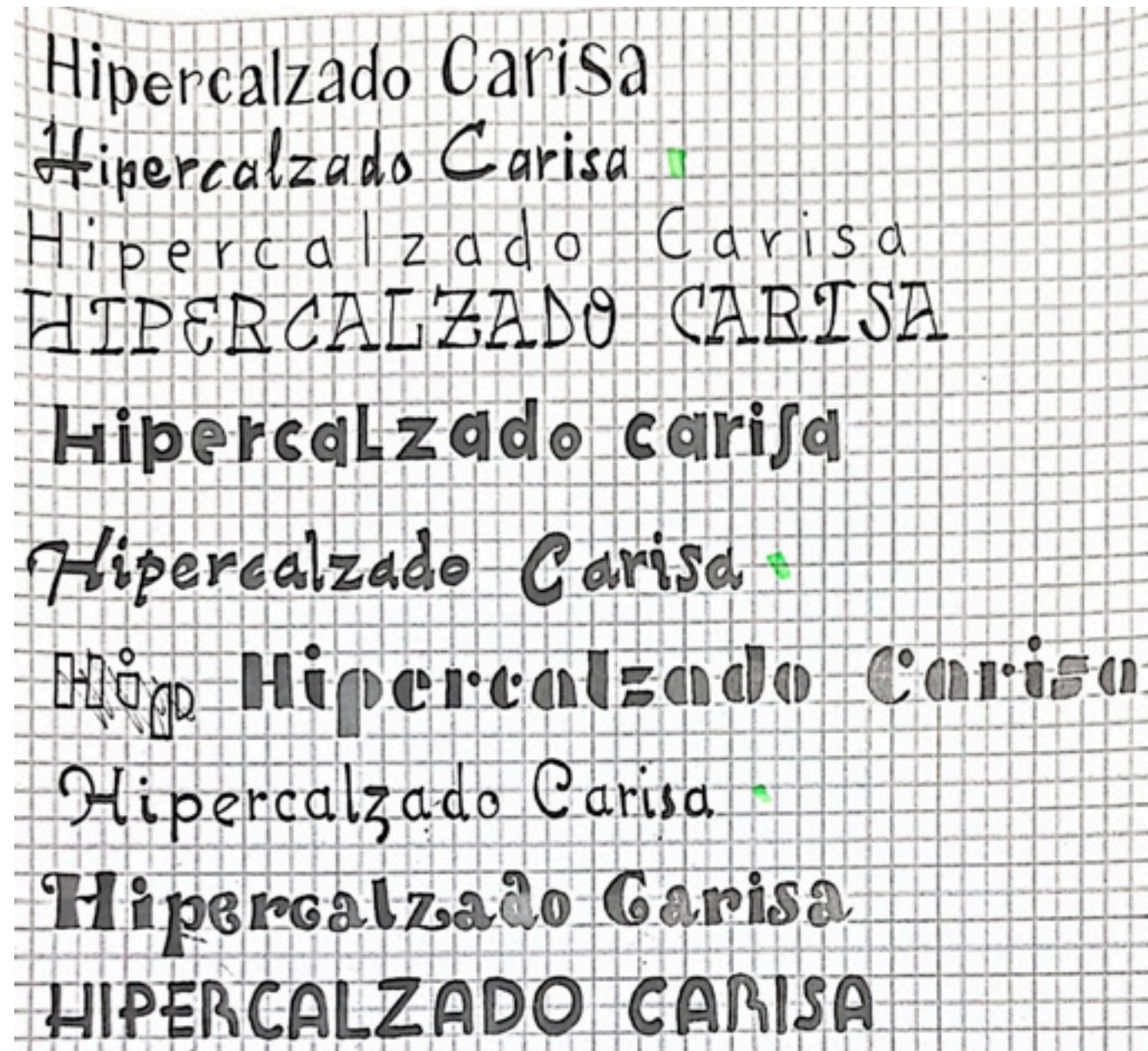
- Considerar formas curvas que se asocian más con un carácter amable.
- Es recomendable evitar deformaciones o inclinaciones en el logotipo que carezcan de aporte significativo a su mensaje o propósito.
- Considerar la combinación de mayúsculas y minúsculas para una mayor legibilidad y más desenfadado.

FASE 2: DESARROLLO Y PROPUESTA DE CONCEPTOS

DESARROLLO DE LOGOTIPO

EXPLORACIÓN

Se inició la exploración de tipografías variadas para crear un logotipo exclusivo, priorizando aquellas que tuvieran cierto atractivo visual y que al mismo tiempo fueran capaces de transmitir los mensajes deseados.



DESARROLLO DE LOGOTIPO

EXPLORACIÓN

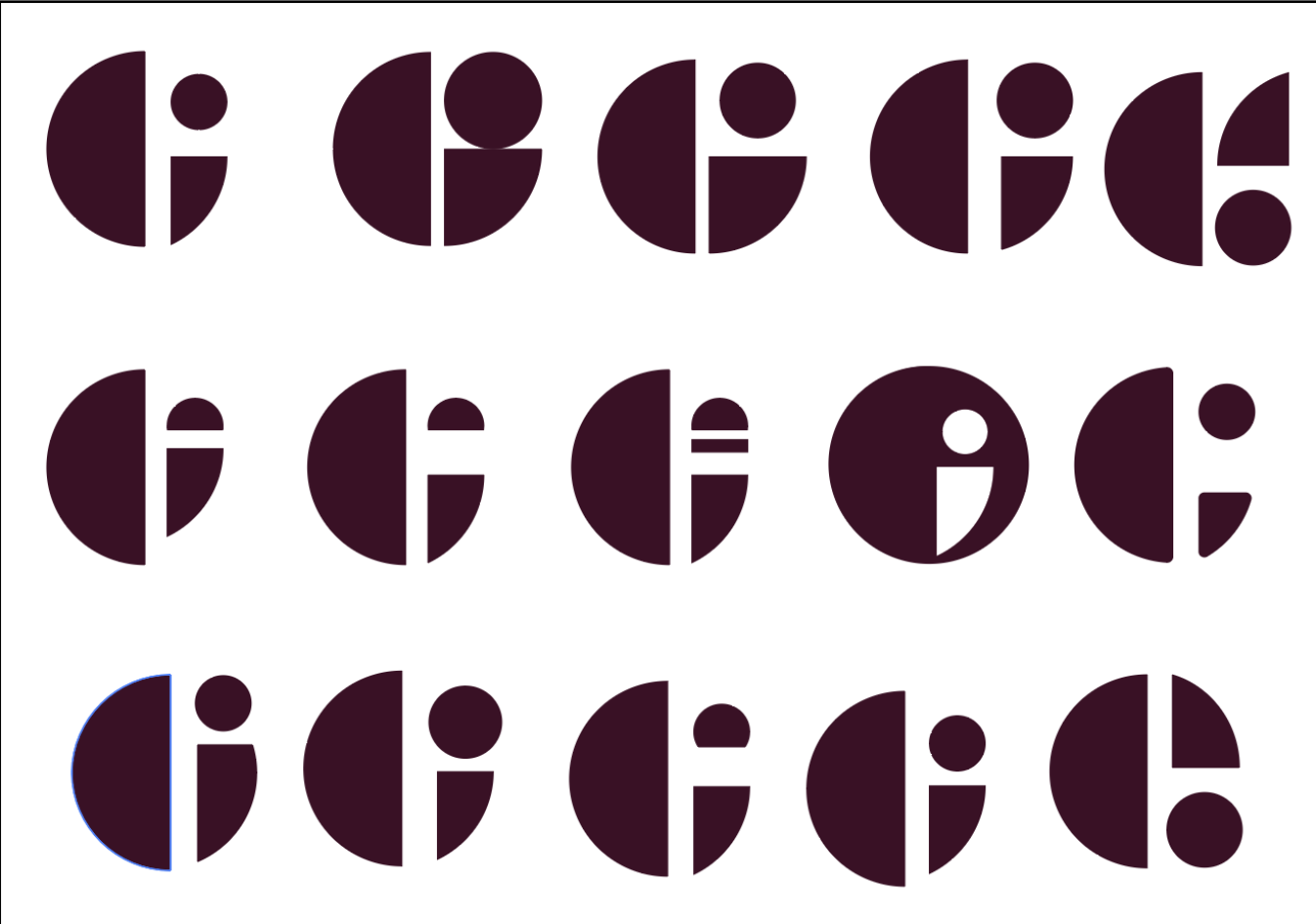
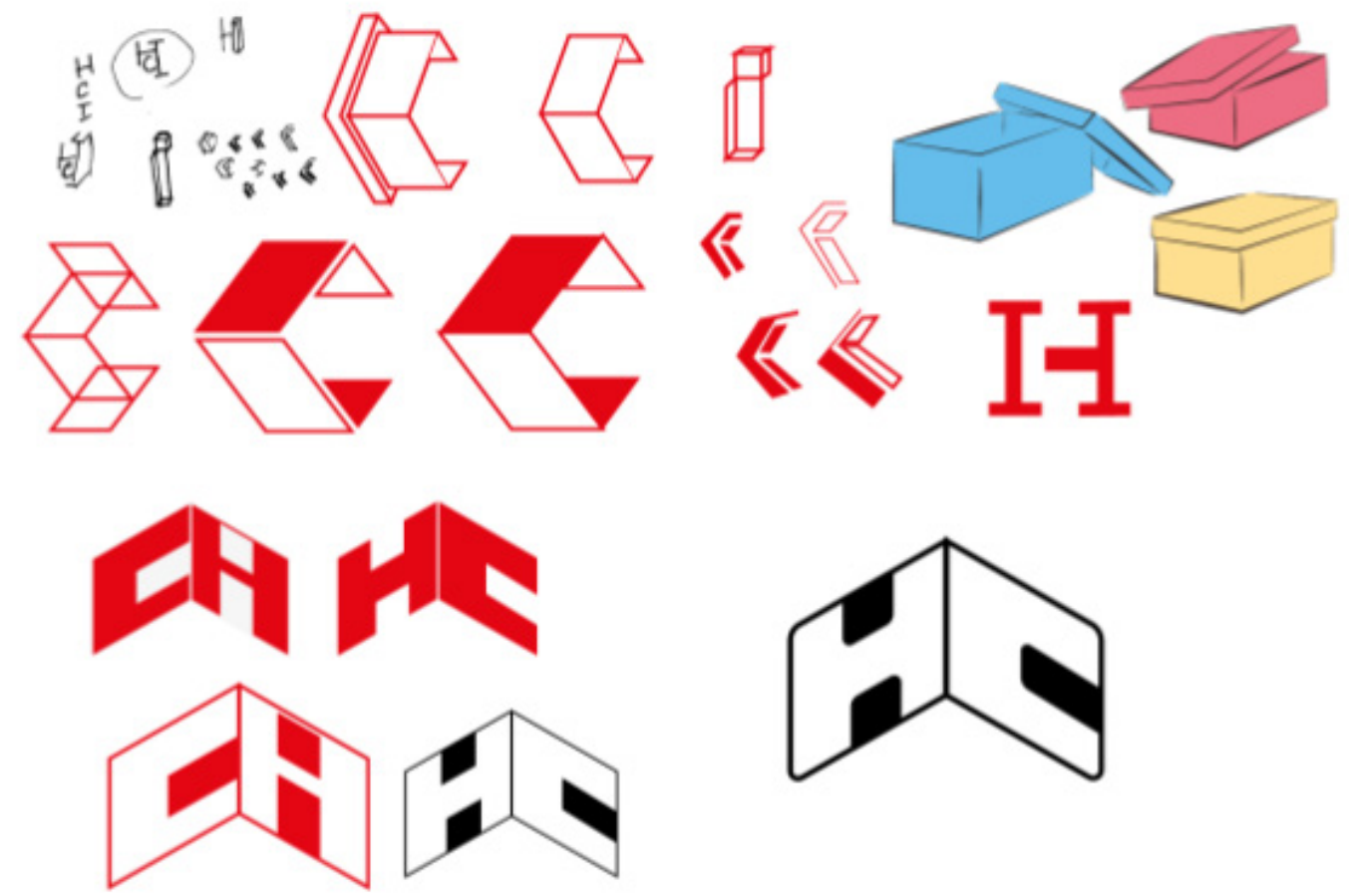
Por otra parte se exploró entorno a logotipos con fondo usando distintas formas en la imagen de la izquierda y logotipos con símbolo, así como otras pruebas en la derecha.



DESARROLLO DE LOGOTIPO

CONCEPTOS

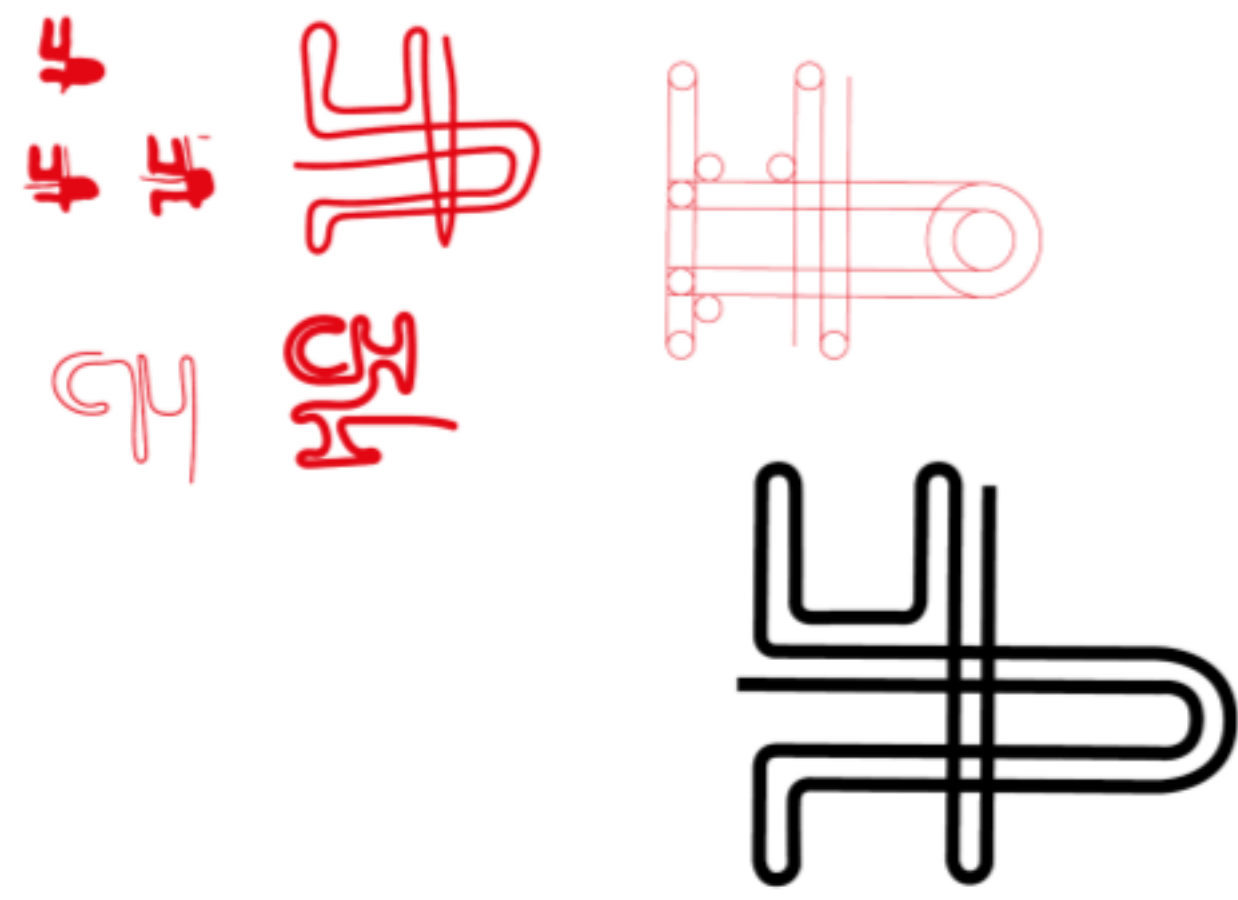
Para el símbolo se exploró con las iniciales que conforman el nombre ('c' e 'i' por Carmen e Isabel que hacen Carisa); por una parte entorno a formas cúbicas que recuerden a cajas de zapatos. Por otra parte se creó un símbolo que representara estas iniciales y al mismo tiempo la 'i' fuera una huella de zapato, así como los espacios en blanco dejaran entrever una 'H' de hipercalzado. Estas opciones se descartaron al no ser las iniciales representación de la actividad de la tienda.



DESARROLLO DE LOGOTIPO

CONCEPTOS

Otra de las opciones trabajadas ha sido entorno a los cordones. En primer lugar integrarlo en la letra 'R' puesto que es la que parece que hace un nudo y se ve más dinámica, como si estuviera corriendo. En el lado derecho se probó de forma más conceptual los cordones como líneas entrelazadas, pero al igual que en la página anterior, se descartó por ser solo la representación de unas iniciales.



DESARROLLO DE LOGOTIPO

CONCEPTOS

Se continuó con el concepto de los cordones incorporándolo a una tipografía más acorde pero también acabó descartándose puesto que la 'R' no es representativa.
Entorno a la idea del cordón se probó con un símbolo distinto en forma de corazón, que también puede entorse en parte como una pequeá bota o bolso.

R R R R R R R R R R

HipeRcalzado Carisa

HipeRcalzado Carisa

HipeRcalzado
Carisa

HipeRcalzado
Carisa

HipeRcalzado Carisa

HipeRcalzado Carisa

R

 Hipercalzado Carisa

 Hipercalzado
Carisa

 Hipercalzado
Carisa

 Hipercalzado
Carisa

 Hipercalzado
Carisa

DESARROLLO DE LOGOTIPO

CONCEPTOS

En cuanto a los logotipos puros se intentó crearlos en 2 líneas para que no se hiciera tan largo y de esta forma enlazar las dos palabras de forma que quede también centrado. Esta forma de enlace se hizo entre la 'p' y la 'C'. También se utilizaron tipografías que fueran reconocibles y más llamativas, al no contar con un símbolo distintivo.

Hipercalzado Carisa
Hipercalzado Carisa
Hipercalzado
Carisa

Hipercalzado Carisa

Hipercalzado Carisa

Hipercalzado
Carisa

Hipercalzado
Carisa

Hipercalzado
Carisa

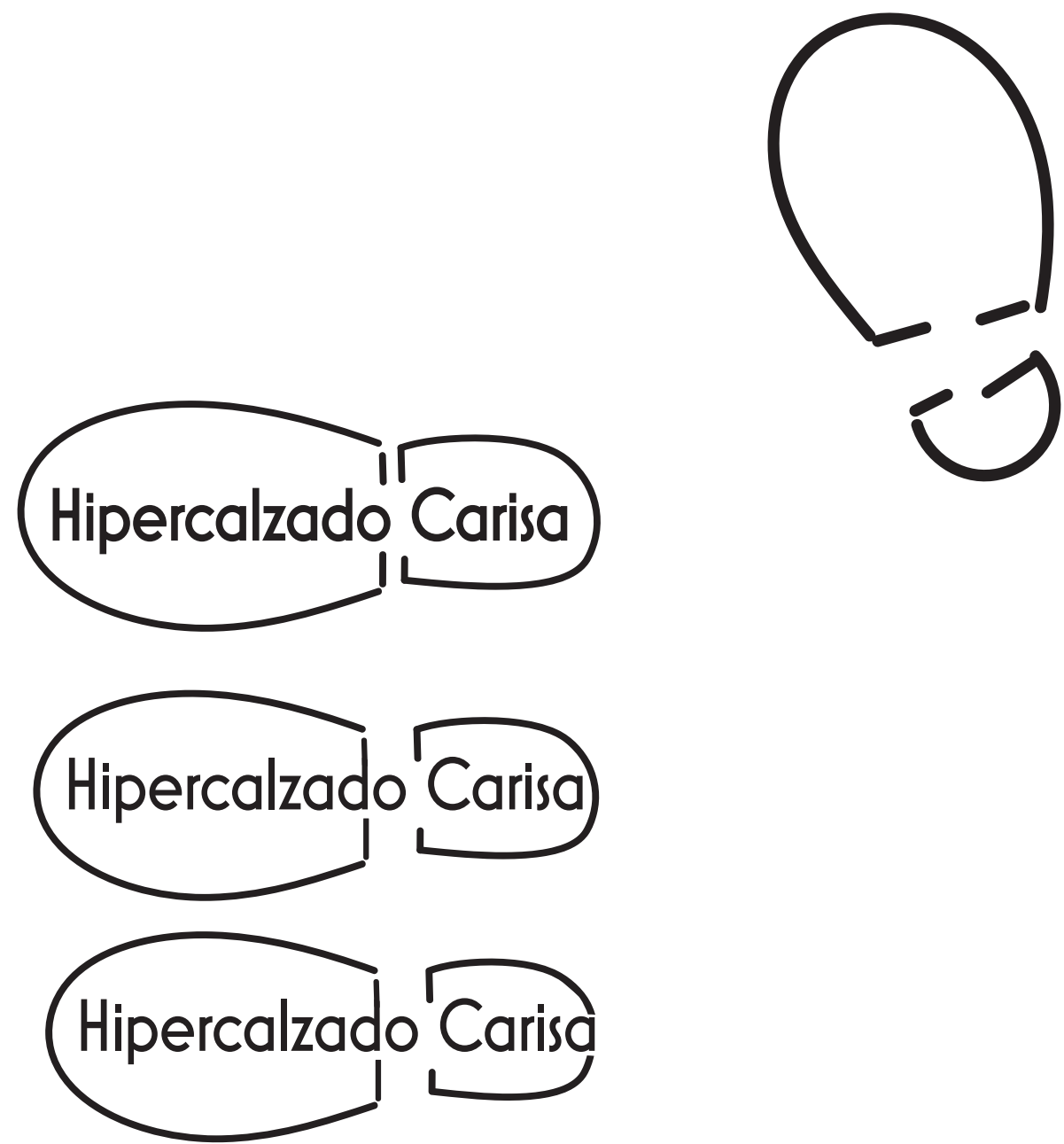
Hipercalzado Carisa

Hipercalzado
Carisa

DESARROLLO DE LOGOTIPO

CONCEPTOS

Para los logotipos con fondo se usaron los logotipos ya creados anteriormente aplicandoles distintas formas. También metiendo ambas palabras en la forma de un zapato. Pero no se apreció ventajas en estos conceptos sobre el logotipo puro.



SELECCIÓN DEL LOGOTIPO

CONCEPTOS

Finalmente, se tomó la decisión de elegir el logotipo con símbolo debido a las numerosas ventajas que presentaba en comparación con las demás opciones. Entre estas ventajas se encuentran su alto potencial para transmitir la identidad y mensaje, su facilidad de reproducción en diversos medios y formatos, su capacidad para quedarse grabado en la memoria del público y su concordancia con el sector al que pertenecemos, generando una conexión sólida con nuestra audiencia objetivo.

A partir de este concepto se continuará su desarrollo hasta llegar a su forma final.

Hipercalzado
Carisa

Hipercalzado
Carisa

Hipercalzado
Carisa

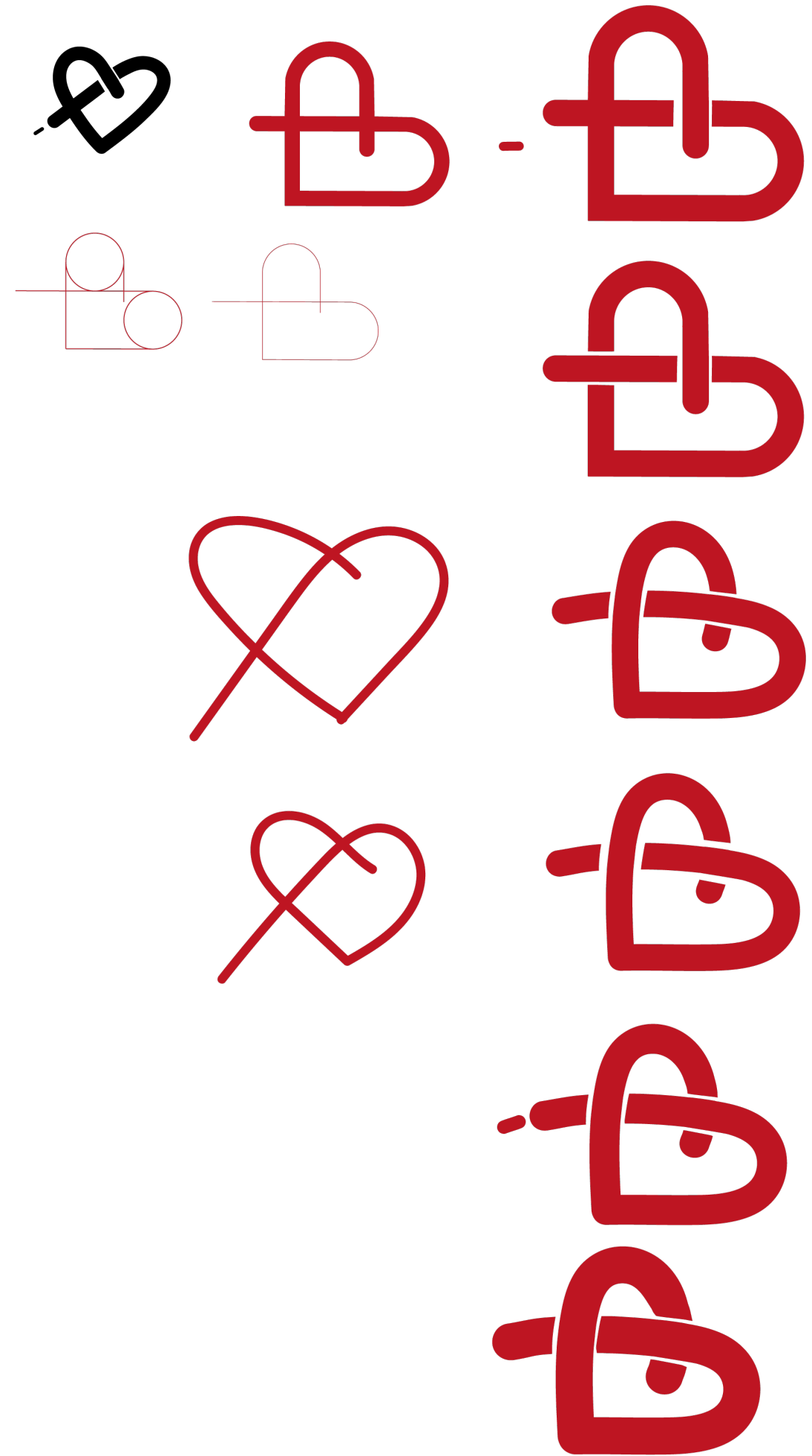
Hipercalzado Carisa

 Hipercalzado
Carisa

DESARROLLO DEL CONCEPTO ELEGIDO

SÍMBOLO

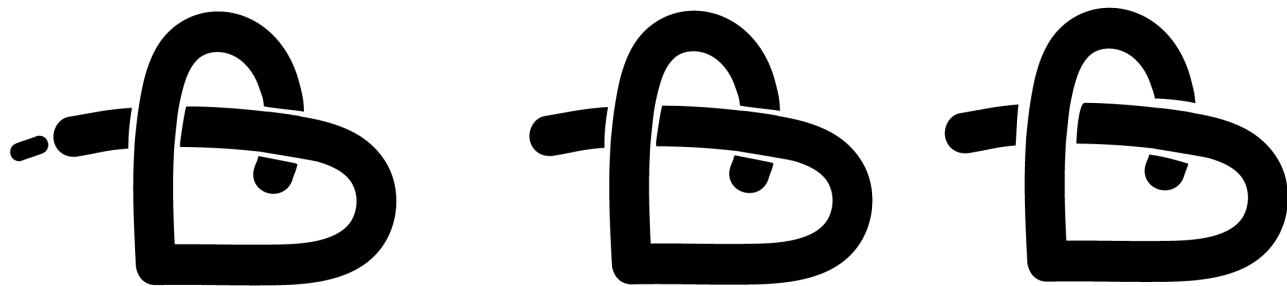
Estudiando el concepto elegido, se exploraron diversas formas y espesores para el corazón del logotipo. Se experimentó con líneas rectas, pero esto afectaba la esencia deseada, lo que llevó a retomar el trazo a mano alzada hasta alcanzar una forma más apropiada y cercana. En última instancia, se optó por excluir el herrete del cordón, ya que en tamaños reducidos podría resultar poco visible y comprensible.



DESARROLLO DEL CONCEPTO ELEGIDO

TIPOGRAFÍA

Luego, se procedió a seleccionar una tipografía que armonizara con el símbolo. La tipografía buscada debía ser de formas redondeadas, tener un grosor similar al del corazón y mantener un perfil discreto para no resaltar por encima del símbolo. Después de considerar varias opciones, se optó por la fuente “BC Alphapipe” en su estilo “Bold”.



 **Hipercalzado**
Carisa

 **Hipercalzado**
Carisa

 **Hipercalzado**
Carisa

 **Hipercalzado**
Carisa

 **Hipercalzado**
Carisa

 **HIPERCALZADO**
CARISA

 **HIPERCALZADO**
CARISA

 **Hipercalzado**
Carisa

 **Hipercalzado**
Carisa

 **HIPERCALZADO**
CARISA

 **Hipercalzado**
Carisa

 **Hipercalzado**
Carisa







DESARROLLO DEL CONCEPTO ELEGIDO

DISPOSICIÓN

Luego, llegaba el momento de determinar la disposición de las diferentes componentes del nombre y del logotipo, definiendo los espacios, tamaños y alineaciones correspondientes.

Se optó por organizar el nombre en dos filas, evitando así un logotipo demasiado extenso. Para lograr este diseño, se eligió asignar un mayor tamaño a "Carisa", ubicándolo en la fila inferior. Complementariamente, el símbolo se posicionó a la izquierda del nombre, equilibrando la composición visual de manera armoniosa.

Esta disposición final se tomó con el objetivo de maximizar la legibilidad y la estética del logotipo, asegurando que cada componente ocupara el espacio adecuado y lograra un efecto visual atractivo en su conjunto.



DESARROLLO DEL CONCEPTO ELEGIDO

COLORES

Se realizaron pruebas con una variedad de colores, como granates, rosados, morados y algunos tonos de azul, así como otros colores cálidos que a menudo evocan emociones de calidez, amistad y cercanía.

Los tonos morados, especialmente en sus variantes más oscuras, son comúnmente percibidos como elegantes. Al incorporar estos colores en el logotipo, se logra transmitir una sensación de calidad en los productos y servicios que ofrece la zapatería.

La elección de colores menos convencionales, como el granate y el morado, resulta esencial para destacar en un mercado saturado. Esto es especialmente importante dado que muchas marcas de calzado suelen recurrir a los tonos rojos y negros, mientras que las tiendas de calzado a menudo optan por el negro, y las empresas en la zona frecuentemente utilizan una combinación de verde y negro.

La decisión de emplear dos colores en el logotipo fue motivada por ser común en los sectores relacionados. La combinación de dos colores permite que el logotipo destaque y sea fácilmente reconocible, lo que contribuye a su impacto visual.



DESARROLLO DEL CONCEPTO ELEGIDO

PALETA DE COLORES

Finalmente, esta es la selección de colores que seleccionados para representar la marca. Los tonos 590C y 7420C son los que conforman el logotipo, mientras que los demás colores se reservan para complementar el uso de la marca en diferentes contextos.



CMYK: 0 29 27 31
RGB: 177 125 130
HTML: B17D82



CMYK: 22 40 0 53
RGB: 93 71 119
HTML: 5D4777



CMYK: 0 66 35 61
RGB: 99 34 64
HTML: 632240



CMYK: 0 78 59 38
RGB: 159 35 65
HTML: 9F2341



CMYK: 7 14 0 10
RGB: 184 172 214
HTML: B8ACD6



CMYK: 0 21 19 20
RGB: 204 161 166
HTML: CCA1A6

DESARROLLO DEL CONCEPTO ELEGIDO

DISEÑO DE PATRÓN

Se han desarrollado las siguientes representaciones gráficas de calzado, bolsos y mochilas que capturan la esencia de la gama de productos. Estas ilustraciones son adaptables y se pueden emplear tanto de manera individual como para crear patrones similares a los que se ilustran abajo. Estos diseños son versátiles y pueden ser implementados en un solo color o en combinaciones que reflejen nuestra paleta corporativa.



DESARROLLO DEL CONCEPTO ELEGIDO

BANDEROLA

Para la banderola se utiliza el logotipo con símbolo en un lado y el símbolo con fondo de color en el opuesto.
Tiene unas medidas de 97x63cm.



Hipercalzado
-B Carisa



DESARROLLO DEL CONCEPTO ELEGIDO

RÓTULO

En cuanto al rótulo se usará esta versión de forma excepcional debido a la longitud del mismo y porque la banderola que contendrá el ícono se encuentra junto con él.
Tiene unas medidas de 64x551cm.



Hipercalzado Carisa

DESARROLLO DE ELEMENTO EXPOSITIVO

CONCEPTOS

Antes de iniciar el desarrollo, es importante resumir las conclusiones obtenidas para definir las líneas principales que guiarán nuestro proyecto. Las principales conclusiones son las siguientes:

- **Verticales y modulares:** Optar por elementos expositivos verticales permitirá aprovechar el espacio en altura, ocupando menos espacio en la base y facilitando la exposición de varios productos. Además, la modularidad permitirá construir el espacio expositivo de distintas formas, brindando versatilidad y flexibilidad.
- **Materiales adecuados:** La elección del material adecuado dependerá del uso previsto y la durabilidad deseada. Considerar el cartón, plástico, madera y metal, ordenados de menos a más durabilidad. El cartón y la madera pueden ofrecer una estética cálida, mientras que el metal proporcionará una apariencia más moderna y elegante.
- **Formas llamativas:** Utilizar formas y estructuras diferentes, como cubos, triángulos y pirámides, para llamar la atención sobre el producto y generar interés en el escaparate.
- **Uso del color:** Enfocarse en colores sobrios y neutros para resaltar los productos, agregando toques de color en diversos lugares del escaparate, mediante decoración u otros elementos, para guiar la mirada del público y hacer que recorra todo el espacio. También se pueden utilizar colores análogos para crear armonía en el conjunto.
- **Integración en un tema:** Asociar los productos expuestos con una temática o decorado, creando paisajes o escenas que atraigan visualmente al público.
- **Creatividad y originalidad:** Buscar soluciones creativas y originales para destacar el escaparate y captar la atención del público.
- **Sostenibilidad:** Considerar el uso de materiales reciclados o sostenibles, como madera recuperada o plásticos reciclados.
- **Iluminación estratégica:** Utilizar la iluminación de manera estratégica para resaltar los productos y crear efectos visuales llamativos.
- **Estética y funcionalidad:** Encontrar un equilibrio entre el aspecto estético y la funcionalidad del elemento expositivo, asegurándose de que atraiga la atención del público mientras muestra los productos de manera efectiva.
- **Selección y distribución adecuada de productos:** Evitar la sobrecarga de productos en el escaparate y seleccionar los que se quieran exhibir de manera destacada. Distribuirlos de forma equilibrada para evitar que se vean como una masa homogénea o queden aislados.
- **Altura variable:** Utilizar elementos de altura variable, como pedestales o escalones, para destacar productos específicos y generar un efecto de profundidad en el escaparate.
- **Disposición creativa:** Jugar con la disposición de los productos en el escaparate para crear formas geométricas o diseños asimétricos que aporten dinamismo y originalidad o utilizar espejos estratégicamente ubicados para permitir una visualización completa de los zapatos desde diferentes ángulos.
- **Superficies adecuadas:** Considerar la elección del fondo según el color de los zapatos o productos para crear contraste y destacar los elementos expuestos.

DESARROLLO DE ELEMENTO EXPOSITIVO

CONCEPTOS

El escaparate designado para la ubicación del elemento expositivo es el situado en el lado derecho cuando se observa desde el exterior, ya que presenta un área más amplia y, por lo tanto, brinda mayores posibilidades de presentación. La imagen adjunta proporciona la referencia visual de la perspectiva desde la cual se visualizará el escaparate para la elaboración de los bocetos subsiguientes.

Este particular escaparate está destinado a la exhibición de calzado femenino, bolsos y otros accesorios.



Vista desde el
interior de la tienda

Vista desde el exterior

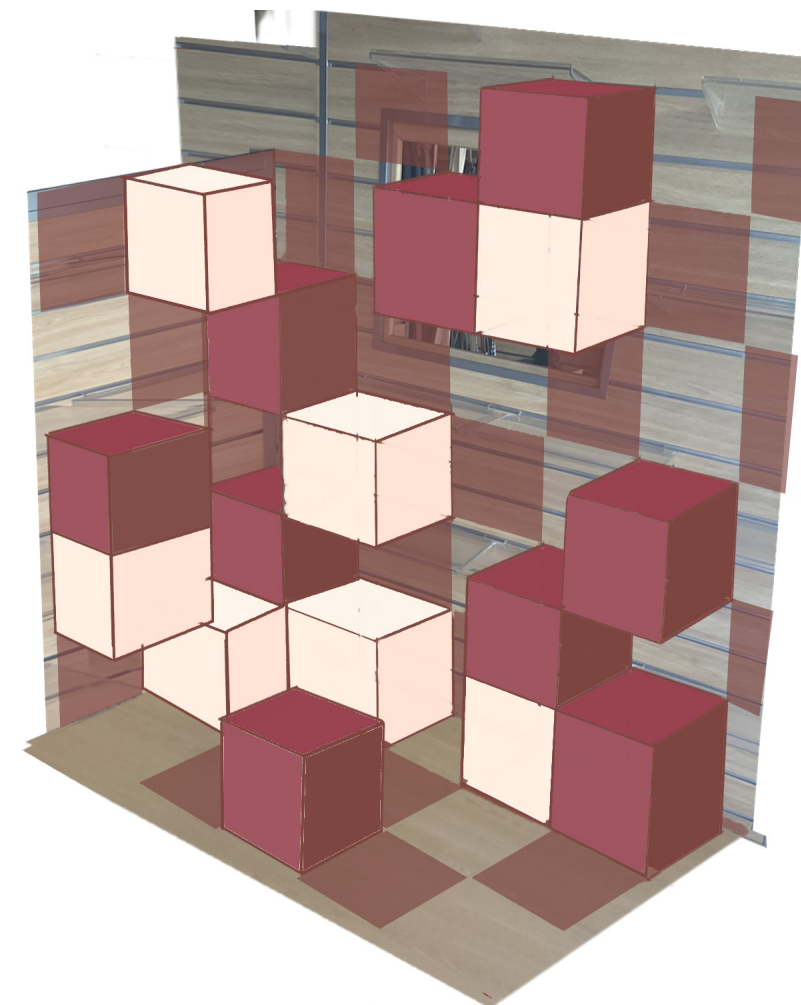
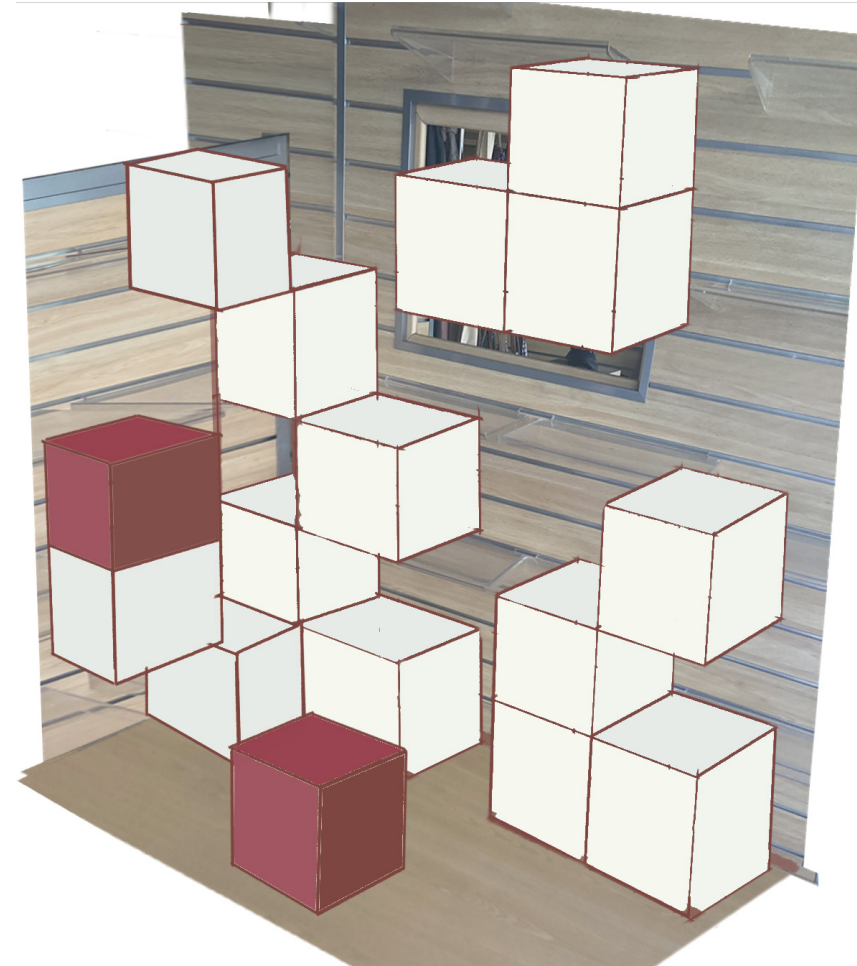
EXPLORACIÓN FORMAL

PROPUESTAS

El sistema de cubos se ha concebido con la idea de modularidad, permitiendo que el mismo elemento se repita y se distribuya de distintas formas en el escaparate. Esto brinda versatilidad y flexibilidad para adaptar la disposición de los productos según las necesidades y la temática del escaparate. Además, se ha contemplado que los cubos tengan alturas variables, lo que agrega dinamismo al diseño y permite destacar productos específicos mediante una disposición escalonada.

Para lograr una apariencia visualmente atractiva y cohesionada, se ha propuesto que las paredes y el suelo del escaparate tengan un fondo de cuadrícula, creando así un mismo concepto que unifica el espacio. Esta cuadrícula puede seguir una temática o patrón que resalte los productos expuestos con algunos cubos de distinto color, creando una experiencia armónica para los transeúntes.

Sin embargo, al considerar el uso de cubos en el diseño, es fundamental pensar cuidadosamente en su distribución para evitar que tapen los productos que se desean resaltar. Se debe buscar un equilibrio entre la estética y la funcionalidad, asegurándose de que cada producto tenga suficiente espacio y visibilidad para ser apreciado por los clientes.



EXPLORACIÓN FORMAL

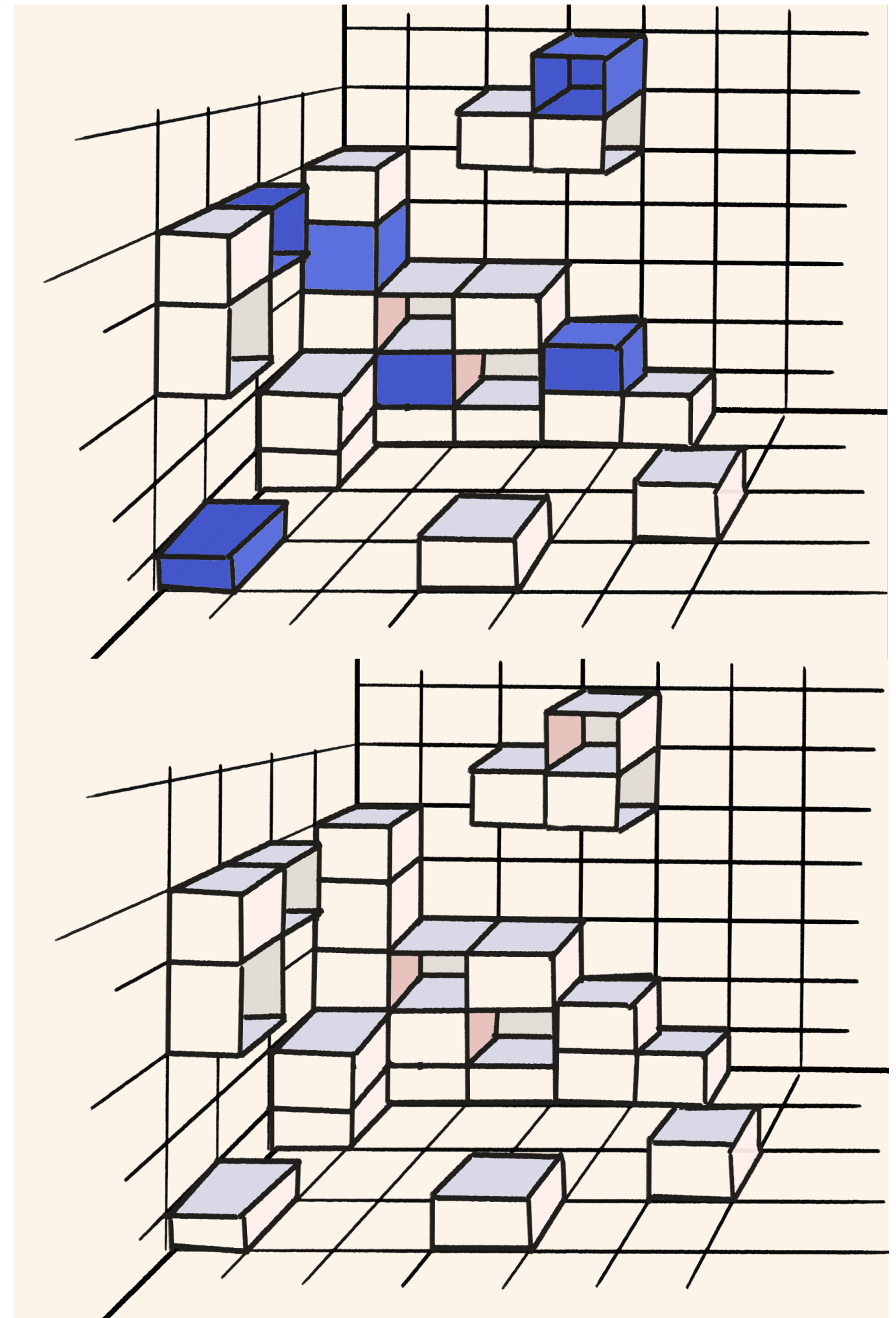
PROPUESTAS

La propuesta del sistema de cubos para el escaparate se asemeja a la anterior en cuanto a su modularidad y disposición de alturas variables, pero en esta se incluyen cubos tanto cerrados como abiertos dispuestos en diversas orientaciones. Esta mejora permite aprovechar aún más el espacio disponible y brinda la posibilidad de crear una mayor variedad de combinaciones y diseños.

La inclusión de cubos cerrados proporciona áreas de almacenamiento ocultas que permiten mantener el orden y la limpieza en el escaparate, mientras que los cubos abiertos son ideales para exhibir productos destacados de manera más accesible y visible para los clientes. Esta combinación de cubos cerrados y abiertos aporta una estética equilibrada y funcional al escaparate.

Además, se ha considerado agregar algunos cubos con colores de resalte estratégicamente ubicados para crear un recorrido visual atractivo y guiar la mirada del público a través del escaparate. Siguiendo las conclusiones obtenidas sobre la selección y distribución adecuada de productos, esta propuesta garantiza que cada elemento expuesto tenga suficiente espacio para ser apreciado sin dificultad.

A pesar de las ventajas mencionadas, la propuesta de utilizar un sistema de cubos para el escaparate también presenta algunas desventajas tales como una posible saturación visual que dificulte la apreciación individual de los productos, dificultad en la limpieza y mantenimiento: La disposición de múltiples cubos, tanto cerrados como abiertos, puede dificultar la limpieza y el mantenimiento del escaparate o limitación en la exposición de productos de gran tamaño.



EXPLORACIÓN FORMAL

PROPUESTAS

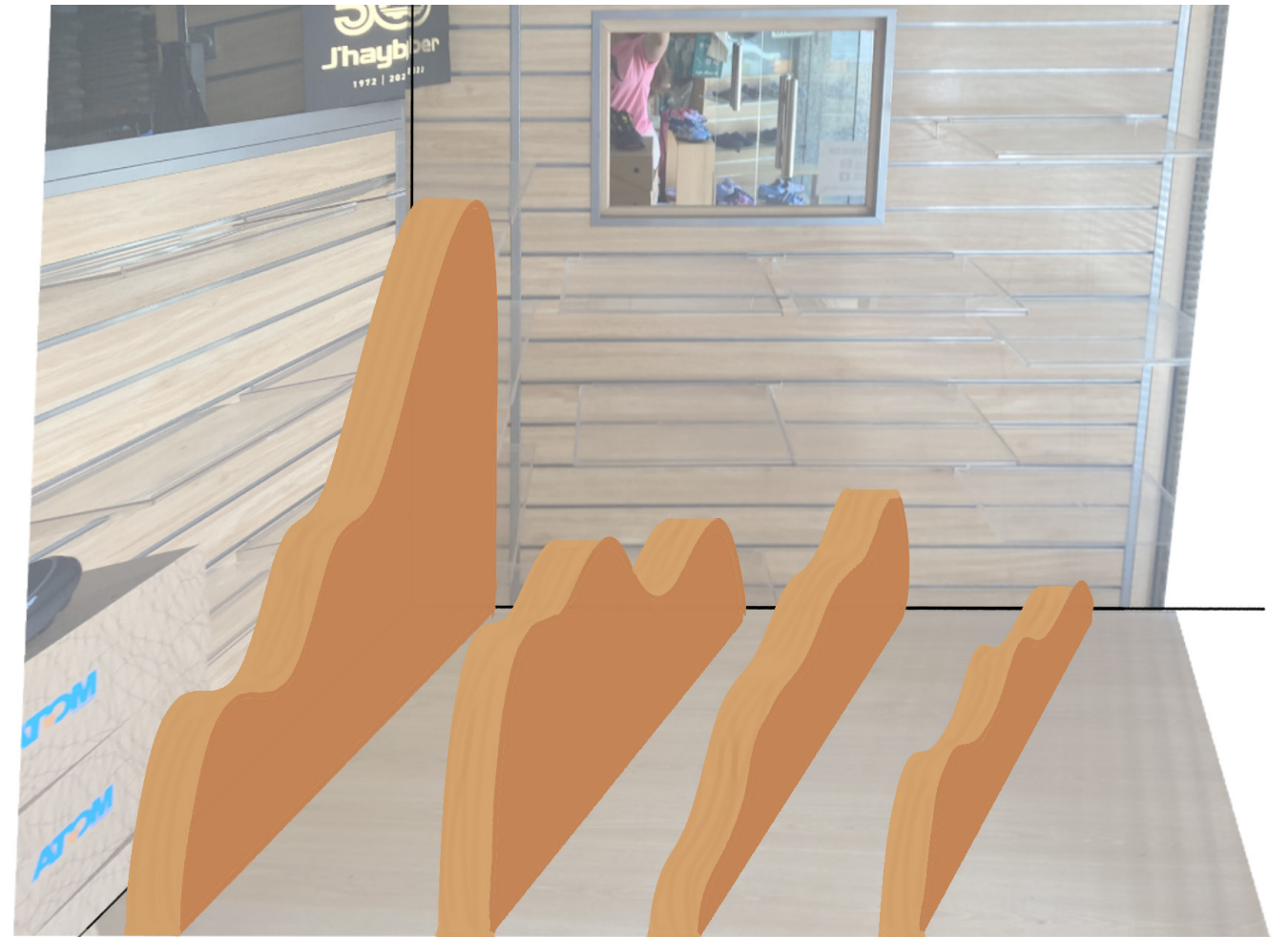
En esta propuesta se plantean piezas con formas curvas y de distintos tamaños que viéndose desde la calle se vean como una especie de paisaje donde los zapatos, bolsos y demás productos irían colocados por encima.

La disposición de piezas con formas curvas y variados tamaños puede destacar el escaparate entre otros establecimientos y atraer la curiosidad de los clientes potenciales. Esta originalidad puede marcar la diferencia y crear una experiencia de compra más memorable. Sin embargo, también es fundamental asegurar que la presentación de los productos sea clara y efectiva, lo que podría ser un desafío con superficies curvas y disposiciones poco estructuradas.

En cuanto a aprovechamiento del espacio, una desventaja de esta propuesta es que puede desaprovechar espacio en altura, lo que podría afectar la cantidad de productos que se pueden exhibir y limitar la eficiencia del escaparate.

La colocación de zapatos y otros productos sobre superficies curvas puede dificultar una disposición uniforme y eficaz. Al no tener una alineación consistente, algunos productos podrían quedar ocultos o con una visualización poco óptima, lo que afectaría su percepción por parte de los clientes.

En conclusión, la propuesta de un escaparate con piezas curvas y de distintos tamaños tiene el potencial de llamar la atención y destacar entre la competencia. Sin embargo, también presenta desafíos en cuanto a la eficiencia del espacio, la visualización de los productos y la distribución adecuada de los mismos. Es fundamental equilibrar la originalidad y el atractivo visual con la funcionalidad y la calidad visual para lograr un escaparate que no solo sea llamativo, sino también efectivo en la presentación de los productos y en la captación del interés de los clientes.



EXPLORACIÓN FORMAL

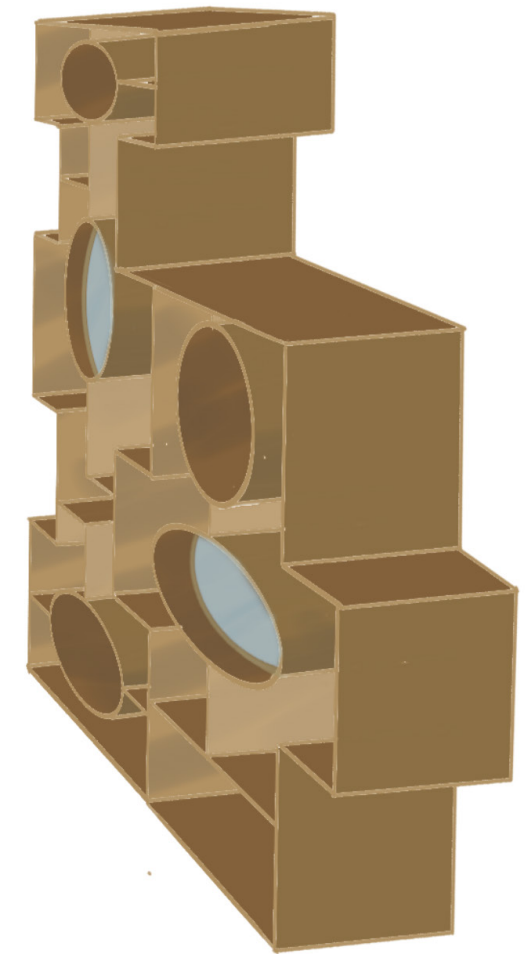
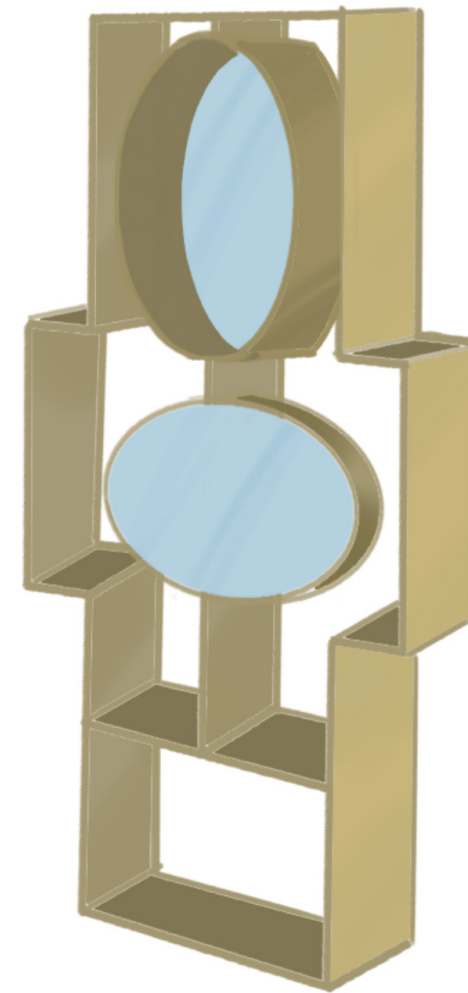
PROPUESTAS

En esta propuesta, se plantea una pieza de escaparate que combina formas geométricas rectas con círculos que contienen espejos. Esta estructura permitiría colocar los productos tanto en los espacios entre las formas geométricas como en los círculos con espejos para reflejar diferentes perspectivas de los productos.

La combinación de formas geométricas con círculos y espejos puede generar un diseño llamativo y único que captará la atención de los transeúntes. El uso de espejos para reflejar los productos desde distintas perspectivas también puede crear un efecto visual interesante.

La eficiencia del espacio dependerá en gran medida de la forma final y la disposición de la pieza en el escaparate. Si se logra una distribución adecuada, se puede optimizar el espacio y exhibir una variedad de productos. Una de las desventajas es que esta propuesta puede ser menos versátil al ser una única pieza. Si se desea cambiar la disposición o el diseño del escaparate, podría ser más complicado con una estructura fija. Es por esto que la disposición de los productos en esta pieza requerirá una planificación cuidadosa para garantizar que se vean adecuadamente desde diferentes ángulos y que la estructura no obstaculice la visión de los productos.

En resumen, es crucial planificar cuidadosamente la distribución de los productos y la forma de la pieza para optimizar el espacio y permitir una buena visualización desde diferentes perspectivas. Aunque la falta de versatilidad puede ser una limitación, con una disposición adecuada, esta propuesta puede ofrecer un escaparate original y visualmente atractivo.



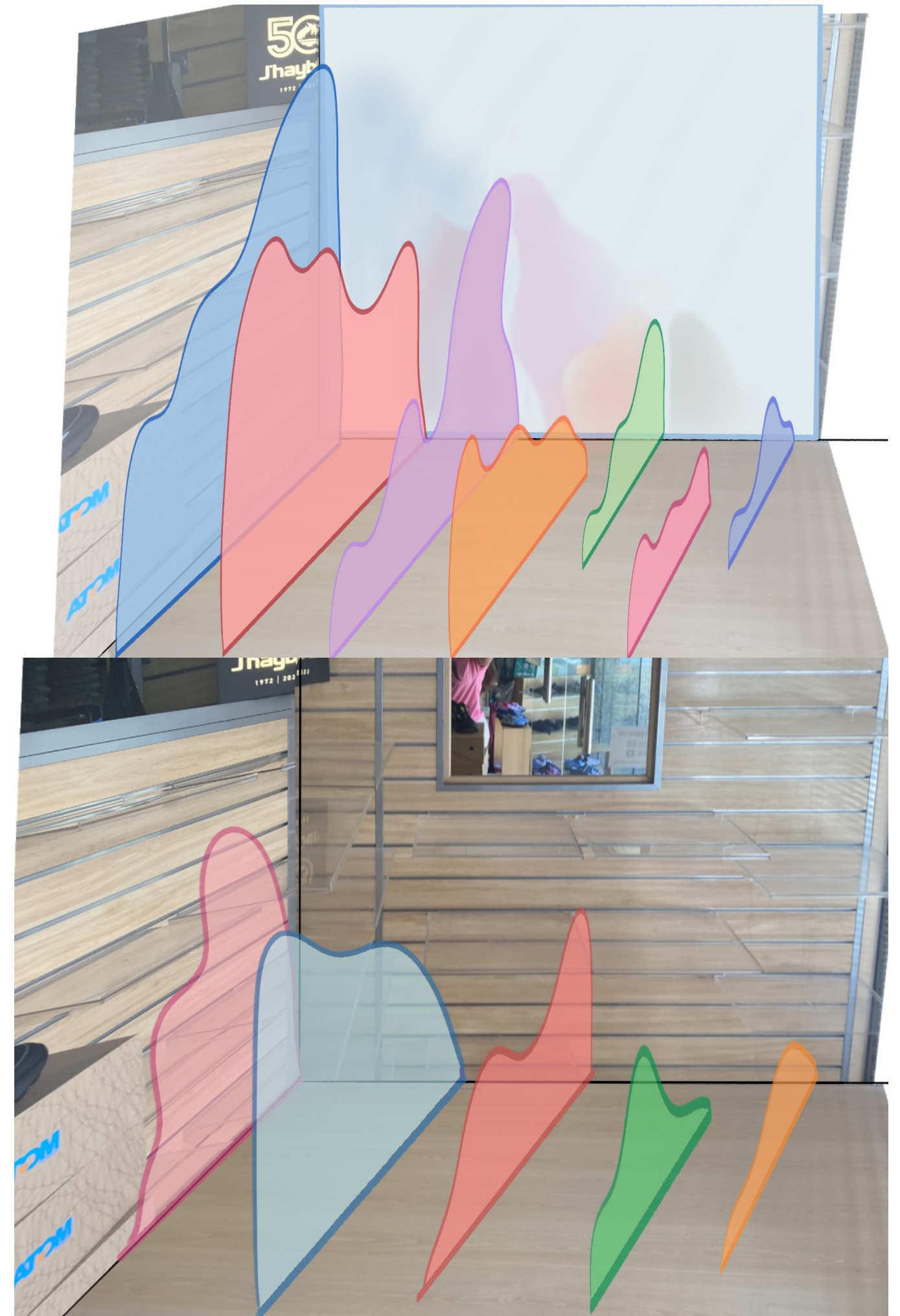
EXPLORACIÓN FORMAL

PROPUESTAS

En esta ocasión, la propuesta consiste en utilizar paneles de metacrilato de colores para crear un llamativo paisaje en el escaparate. Estos paneles estarían dispuestos en tamaños decrecientes desde la zona más cercana a la calle hasta la pared opuesta, lo que daría la sensación de profundidad y amplitud en el espacio. Además, la colocación de un espejo en la pared perpendicular ampliaría visualmente el espacio y añadiría un efecto de mayor tamaño al escaparate.

Los paneles de colores y la disposición en forma de paisaje llamarían la atención de los transeúntes y destacarían el escaparate entre otros establecimientos. Los paneles de colores crearían sombras de colores cuando la luz solar incida en ellos, lo que agregaría un atractivo adicional y efectos visuales sorprendentes. Estas piezas permitirían también una disposición creativa y flexible de los productos, lo que facilitaría cambios estacionales o de temática en el escaparate.

Sin embargo, también se deben considerar algunos aspectos negativos de esta propuesta. Es necesario planificar con detalle la disposición de los productos entre los paneles y en el suelo para evitar que se vean amontonados o que ciertos productos queden ocultos a la vista del público. Al estar colgados del techo con hilos y entre los paneles, algunos productos podrían no estar a la altura de los ojos de los clientes, lo que podría dificultar su apreciación y examinación. Por otra parte estaría la limitación del espacio pues la disposición en forma de paisaje podría ocupar una parte significativa del escaparate, lo que dificultaría exhibir otros elementos o productos.



EXPLORACIÓN FORMAL

CONCEPTOS

En esta propuesta, se plantea utilizar una estructura principal vertical compuesta por formas geométricas como cuadrados, rectángulos y círculos para crear distintos espacios de diversos tamaños donde exhibir los productos. Además, se incluirían piezas adicionales con formas simples de la estructura principal, colocadas tanto en la pared adyacente como en el suelo, para lograr una composición cohesionada.

La estructura principal con diferentes espacios y las piezas adicionales permitirían una distribución creativa de los productos, aprovechando el espacio. Además a combinación de formas geométricas y las posibilidades de composición ofrecerían un escaparate visualmente atractivo y versátil, permitiendo cambios estacionales o temáticos de manera sencilla.

Es necesario pensar cuidadosamente en la distribución de los productos en los distintos espacios para evitar que se vean sobrecargados o que algunos queden poco visibles y para lograr una presentación equilibrada y estéticamente agradable. Aunque se aprovecharía mejor el espacio que otros conceptos, la presencia de la estructura y las piezas adicionales podría reducir el área disponible para otros elementos o productos en el escaparate.

Esta propuesta tiene el potencial de ser atractiva, versátil y aprovechar el espacio de manera eficiente. Sin embargo, se deben considerar la distribución planificada de los productos, el espacio ocupado y los desafíos de complejidad y mantenimiento. Con un diseño cuidadoso y creativo, esta propuesta puede ofrecer un escaparate visualmente llamativo y funcional.



PROPUESTA DE CONCEPTOS

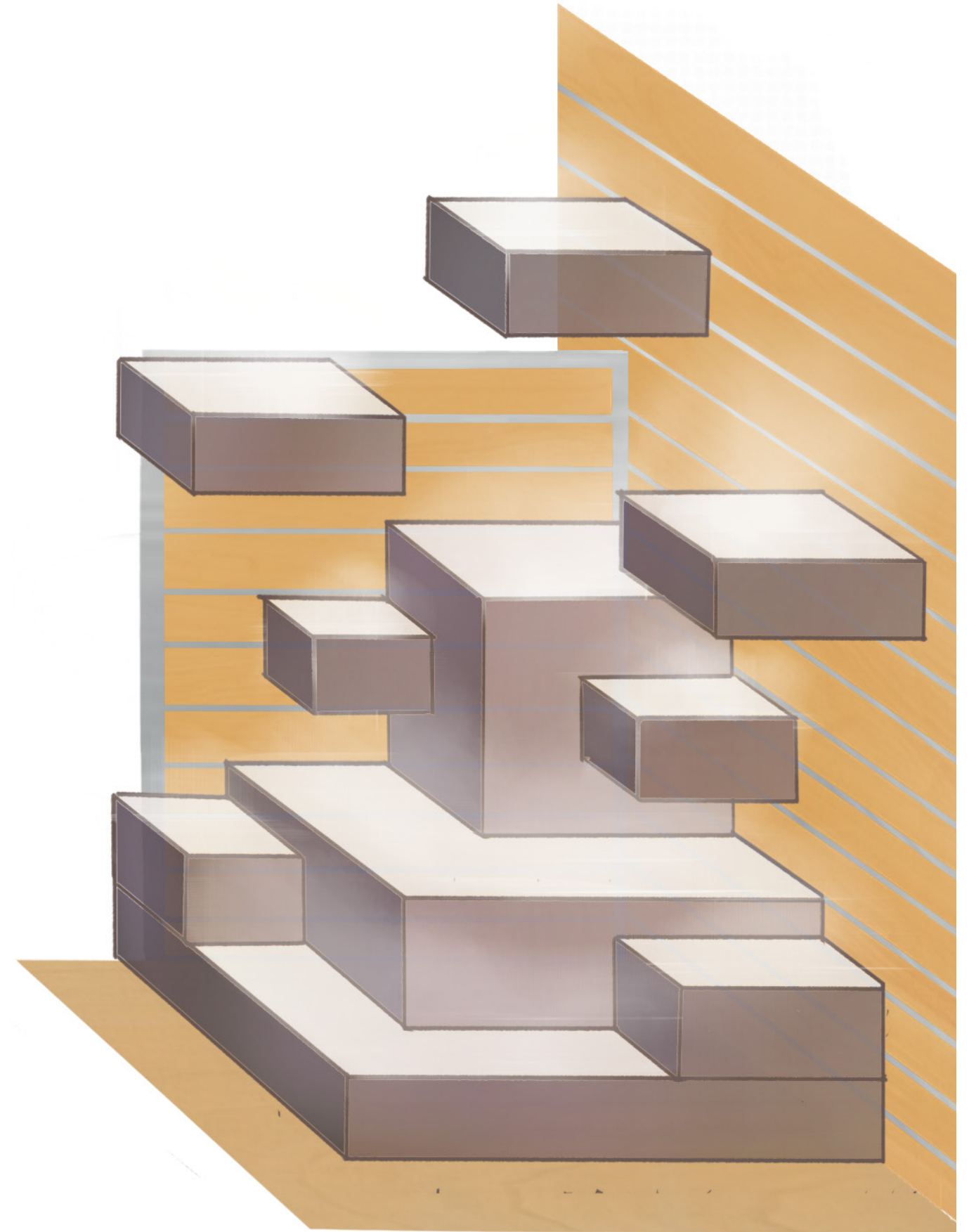
CONCEPTOS

Este concepto expositivo se fundamenta en una composición de cubos de distintos tamaños, partiendo de la forma de los cubos para crear una estructura vertical y modular. La decisión de utilizar cubos de mayor tamaño en la base y disminuyendo su tamaño hacia arriba obedece a la necesidad de aprovechar el espacio en altura y encajar con el principio de altura variable mencionado en las conclusiones previas. Esta disposición estratégica no solo optimiza el espacio en la base, sino que también crea una sensación de profundidad y movimiento en el escaparate, captando la atención del público. Además, para satisfacer la necesidad de ser multifuncional, algunos cubos laterales podrían diseñarse de manera que sean fácilmente desmontables y movibles, permitiendo mostrar diferentes tipos de productos según el enfoque deseado.

La elección de los cubos como forma principal está en consonancia con las conclusiones previas sobre formas llamativas, con su simplicidad geométrica y su capacidad para formar composiciones visuales atractivas. Además, al jugar con distintas alturas y disposiciones asimétricas, se cumple con la idea de generar dinamismo y originalidad en el diseño, como se sugiere en las conclusiones.

Para cumplir con las especificaciones de diseño, se opta por construir los cubos utilizando materiales adecuados que cumplan con los requisitos de resistencia y durabilidad. Dada la preferencia por materiales brillantes y resistentes al desgaste, se elegiría un material como el plástico reforzado o el metal pintado con acabado brillante. Estos materiales no solo brindan la apariencia deseada, sino que también aseguran que los cubos sean capaces de soportar el peso de los productos sin deformarse.

En línea con la necesidad de llamar la atención y mostrar los productos adecuadamente, cada cubo estaría equipado con una luz interior estratégicamente ubicada. Los efectos de luz pueden generar contrastes y realzar los productos exhibidos, guiando la mirada del público a través del escaparate.



PROPUESTA DE CONCEPTOS

CONCEPTOS

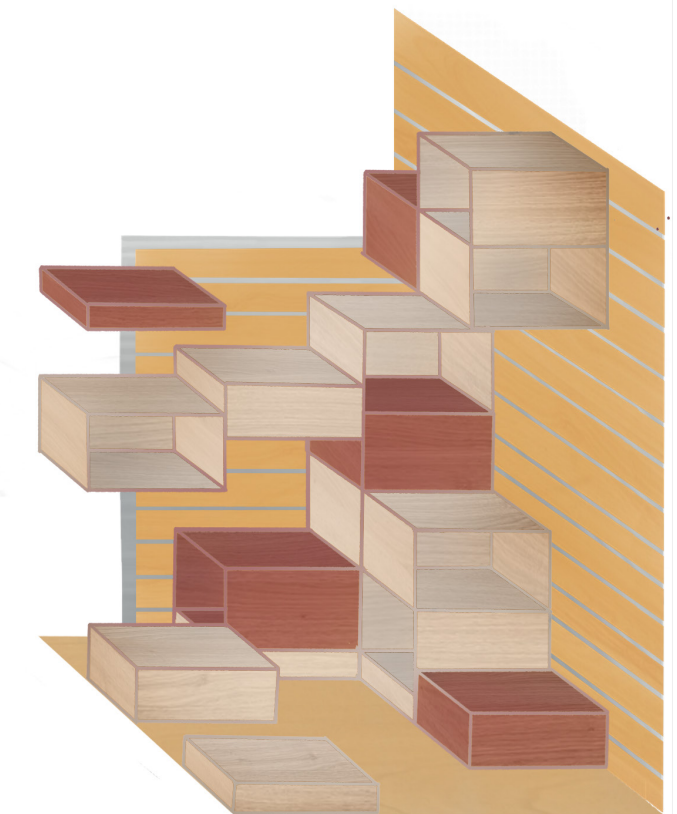
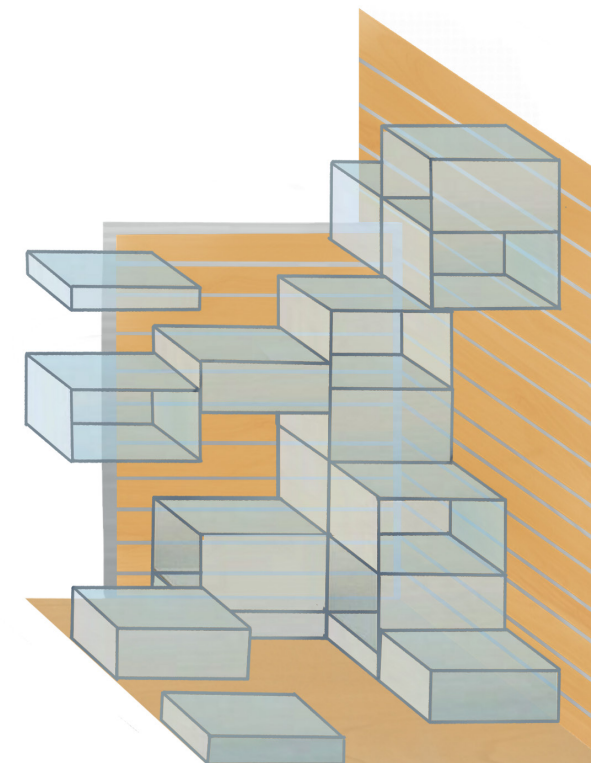
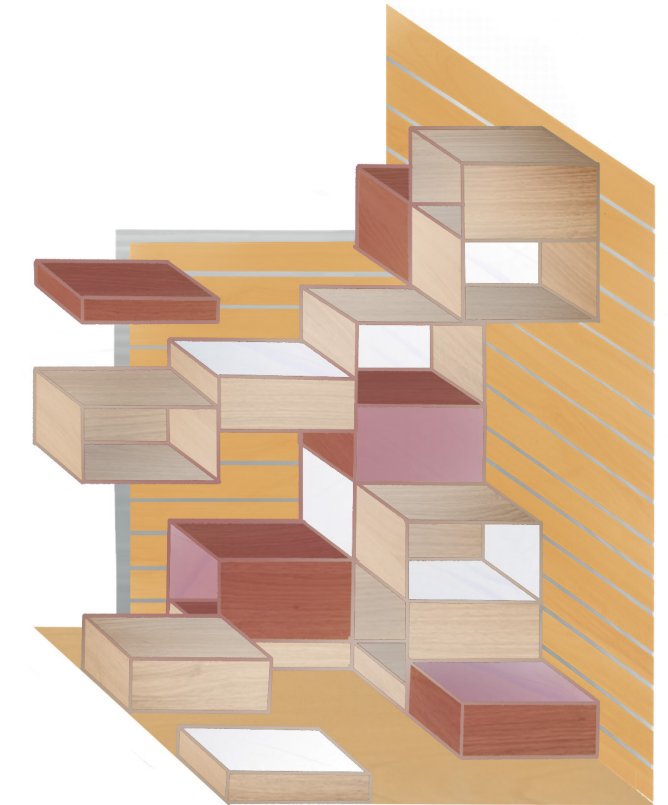
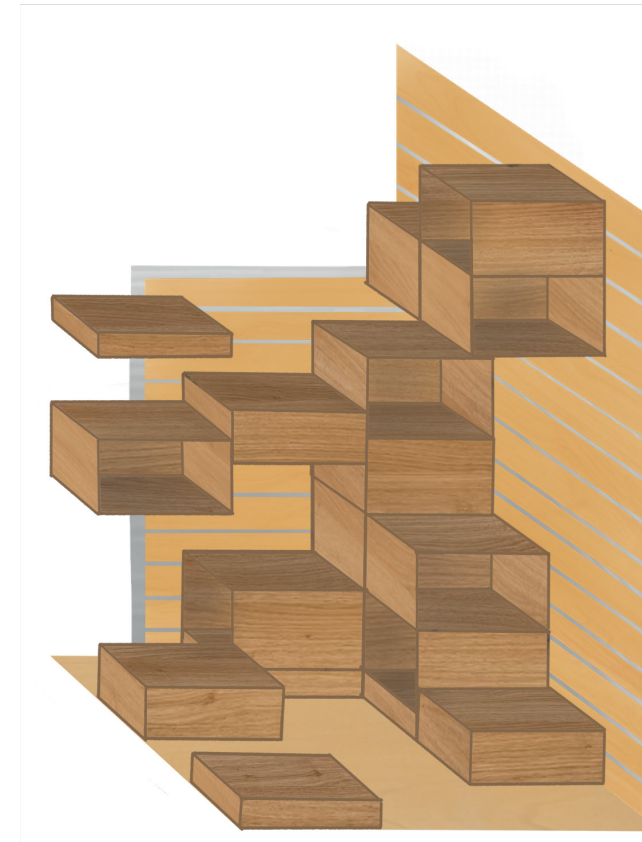
El diseño de este concepto expositivo se inspira en la idea de utilizar cubos de madera tanto cerrados como abiertos para crear una composición expositiva dinámica y versátil en la zapatería. La elección de cubos modulares se alinea perfectamente con las conclusiones previas sobre la importancia de los elementos expositivos verticales y modulares. Estos cubos permiten optimizar el espacio en altura, facilitando la exposición de varios productos y adaptándose a diferentes tipos de calzado, bolsos y accesorios. Se utilizan espejos en algunos cubos permitiendo una visualización completa de los productos desde diferentes ángulos, a la vez que crean una sensación de amplitud en el espacio expositivo.

Se elige la madera como material principal por la versatilidad que ofrece. La madera proporciona una estética cálida y natural, al mismo tiempo que es resistente y puede cumplir con las especificaciones de resistencia y durabilidad establecidas.

La variabilidad de los colores de los cubos, con algunos de ellos pintados en el color de la marca, se alinea con la estrategia de uso del color para destacar productos específicos y guiar la mirada del público a lo largo del escaparate. Esta decisión también cumple con la necesidad de llamar la atención dentro del escaparate.

La modularidad de los cubos asegura su versatilidad y adaptabilidad, cumpliendo con la necesidad de ser multifuncionales y capaces de mostrar diferentes tipologías de productos. La disposición de los cubos se ajustaría fácilmente para primar el uso durante todo el año, aprovechando el espacio disponible y manteniendo una distribución equilibrada.

En cuanto a la facilidad de montaje y limpieza, los cubos se diseñarían de manera intuitiva y simple, asegurando que el proceso de renovación del escaparate sea eficiente y no entorpezca la exhibición.



PROPUESTA DE CONCEPTOS

CONCEPTOS

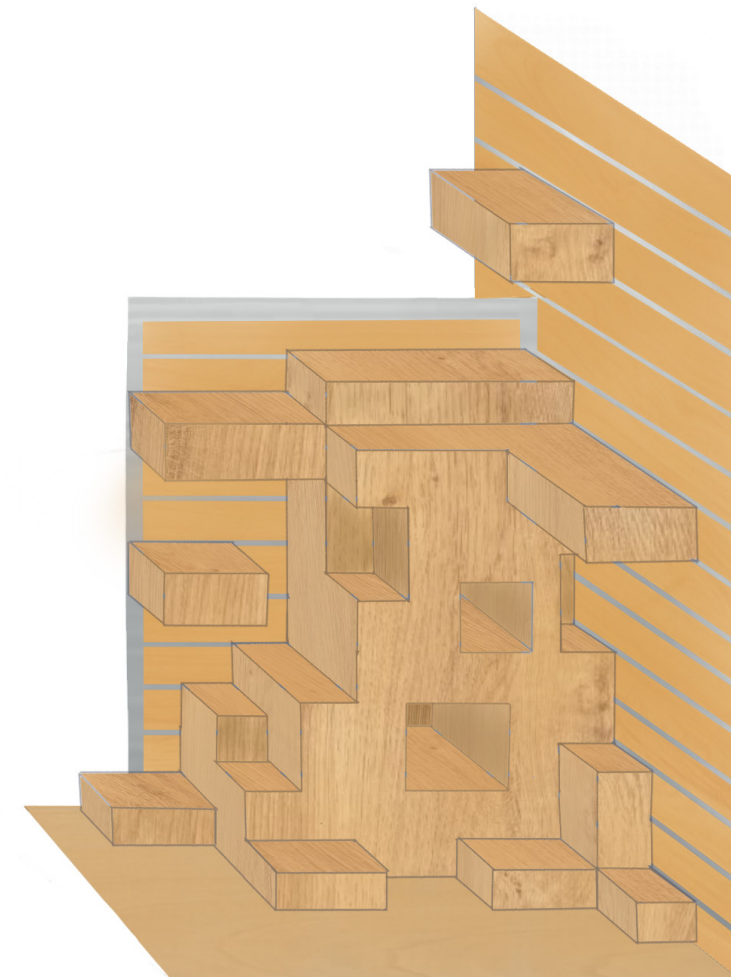
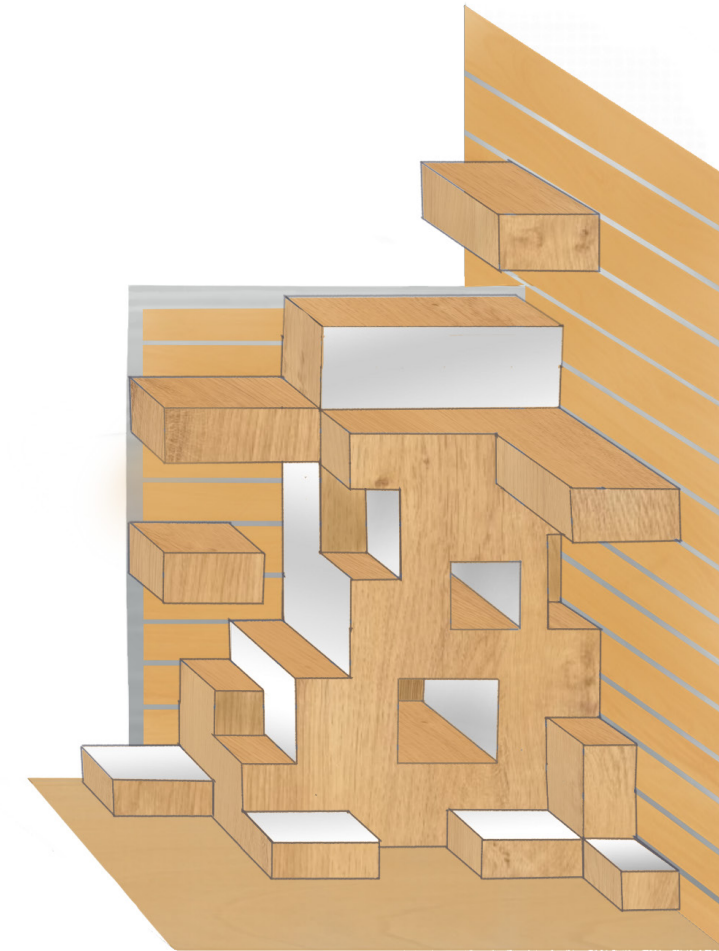
El siguiente enfoque propone una única escultura expositiva compuesta por una serie de formas cúbicas interconectadas, las cuales presentan distintos huecos y recovecos que permiten la disposición de productos tanto dentro como sobre ellas. Esta estructura será diseñada de manera que se ajuste perfectamente al espacio existente en el escaparate, lo cual limitaría otras colocaciones. La elección de mantener una sola pieza responde a la idea de crear un elemento expositivo de impacto visual y estético que se integre de manera coherente en el espacio disponible.

Siguiendo las conclusiones previas, esta escultura expositiva se adapta a la orientación vertical, aprovechando el espacio en altura y destacando la diversidad de productos.

La incorporación de espejos en distintos laterales de las formas cúbicas no solo enriquecen la visualización de los productos, sino que también contribuyen a una experiencia visual atractiva y dinámica.

La elección de la madera como material principal no solo proporciona una estética cálida y acogedora, sino que también es capaz de cumplir con las especificaciones de resistencia, rigidez y durabilidad establecidas. El diseño de la escultura de cubos se alinea con la necesidad de formas llamativas y estructuras geométricas que llamen la atención sobre los productos expuestos. La disposición de las formas cúbicas encajadas en la estructura no solo responde a la estética, sino que también garantiza la funcionalidad y la visibilidad adecuada de los productos.

Aunque esta escultura no es modular en sí misma, su diseño único y bien integrado sigue respondiendo a la necesidad de versatilidad y adaptabilidad a diferentes tipos de productos.



FASE 3: PROTOTIPADO

CONCEPTO ELEGIDO

JUSTIFICACIÓN

Se tomó decisión de seleccionar el segundo concepto.

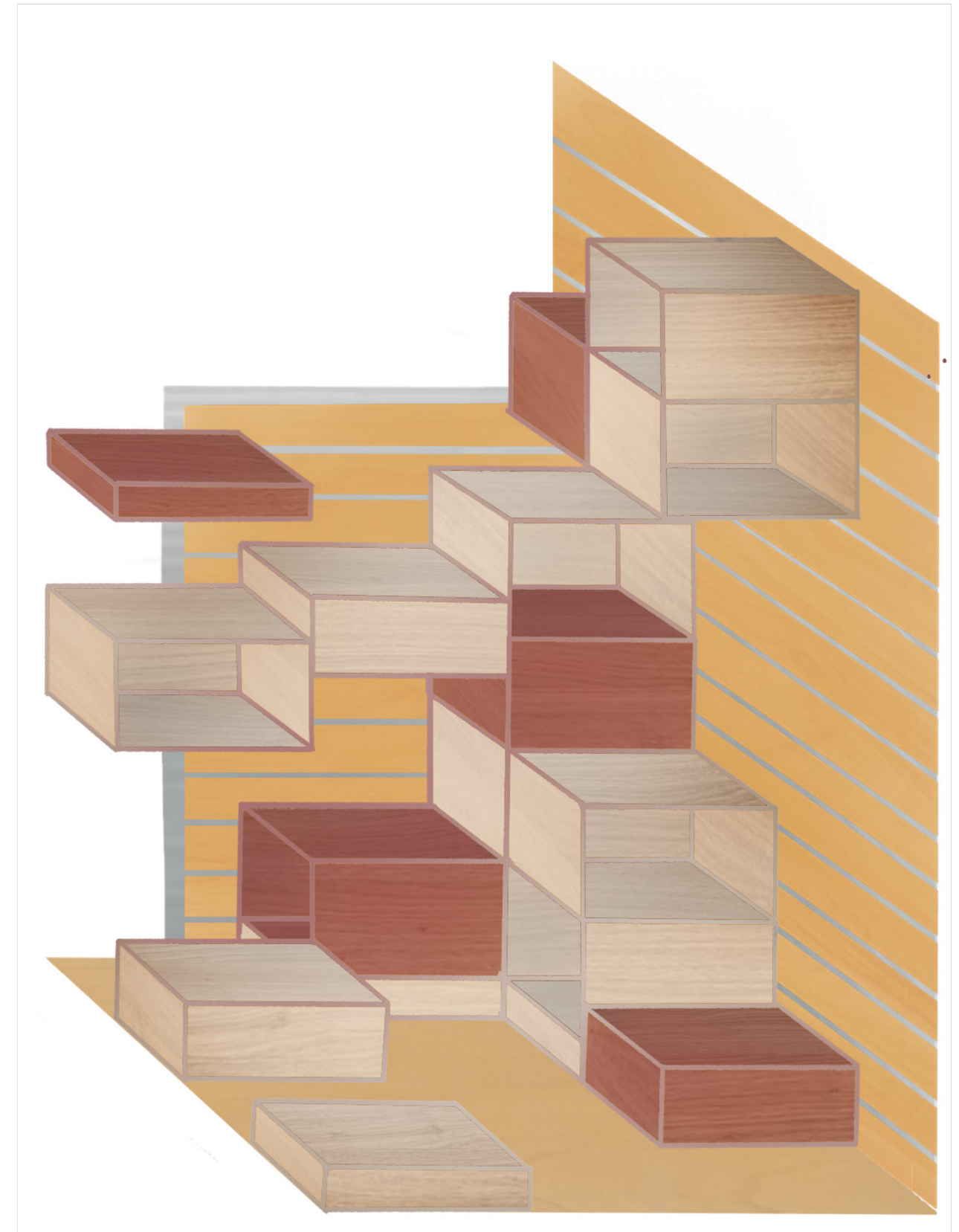
En primer lugar, por la mayor versatilidad que ofrece este concepto. Los cubos permiten una variedad de configuraciones y disposiciones, lo que otorga la flexibilidad necesaria para adaptarse a diferentes tipos de calzado, bolsos y accesorios. Esta versatilidad posibilita la presentación eficaz de una amplia gama de productos, optimizando el espacio de exposición disponible.

Además, la versatilidad intrínseca de los cubos modulares es un aspecto esencial. Su diseño adaptable permite una reconfiguración rápida y sencilla de la disposición del escaparate, lo que se traduce en la capacidad de destacar diferentes productos o promociones según las temporadas, tendencias o enfoques específicos de la marca. Esta flexibilidad es una herramienta valiosa para mantener el interés constante de los clientes y para reflejar la evolución de la oferta de productos.

En cuanto al aspecto estético, la madera es reconocida por su calidez y versatilidad estética, lo que la convierte en un recurso idóneo para transmitir una sensación de autenticidad y naturaleza en el entorno de compra. W Esta armonía visual ayuda a enfocar la atención de los clientes en los zapatos y accesorios. Además van en concordancia con las paredes del local también de este material. La elección de la madera como material refuerza la conexión con elementos naturales y resalta la calidad y elegancia de los productos expuestos.

La simplicidad también se traduce en practicidad. Los cubos modulares son fáciles de fabricar y ensamblar, lo que optimiza el proceso de producción y permite una reconfiguración ágil del escaparate según las necesidades cambiantes. Esto ahorra tiempo y recursos, permitiendo que el personal de la tienda mantenga el escaparate fresco y actualizado con relativa facilidad.

Otra ventaja clave de los cubos modulares es su capacidad para crear una sensación de organización y estructura en el escaparate. Los elementos cuidadosamente dispuestos en los cubos transmiten una imagen ordenada, lo que facilita a los clientes la identificación de diferentes categorías de productos y la navegación dentro del espacio de exhibición.

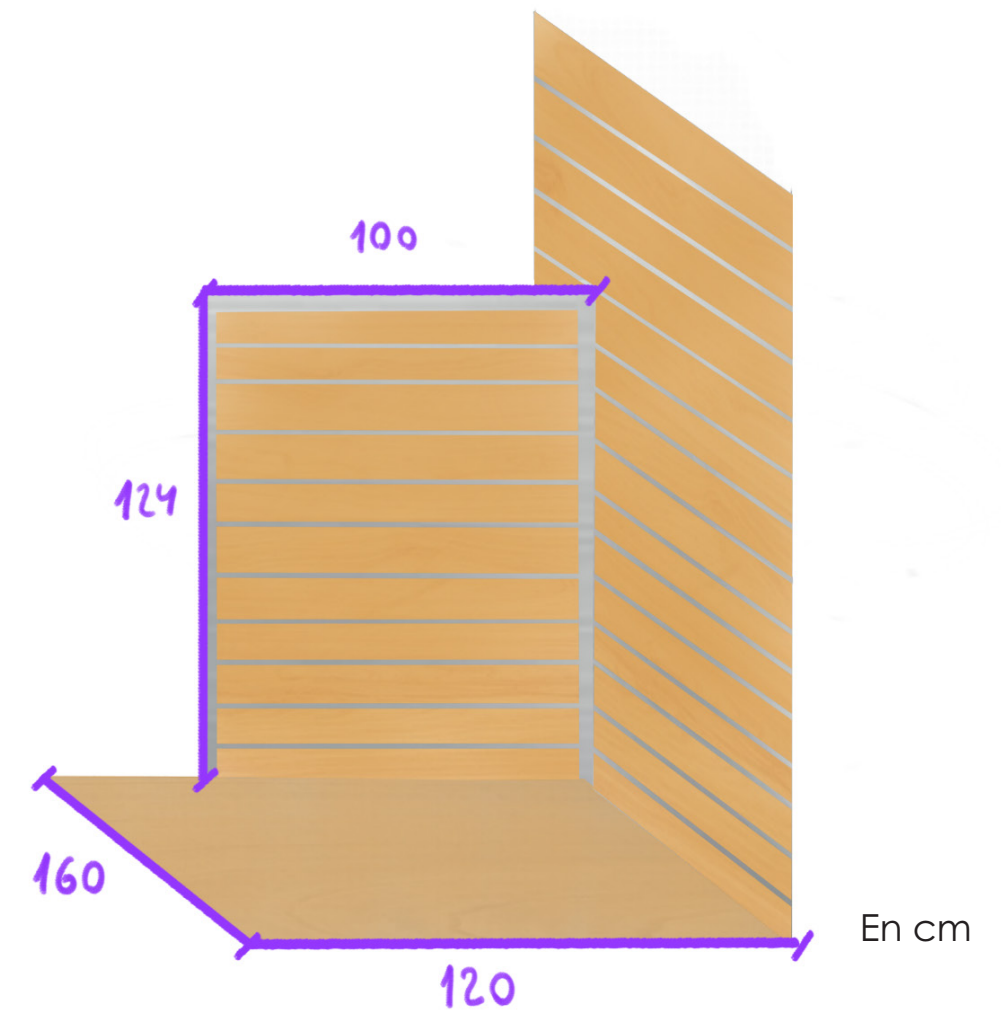


EVOLUCIÓN

ESCAPARATE

Para empezar a desarrollar el concepto se toman las medidas del escaparate. La base del escaparate tiene unas medidas de 160x120 cm y una pequeña pared con unas medidas de 124x100 cm.

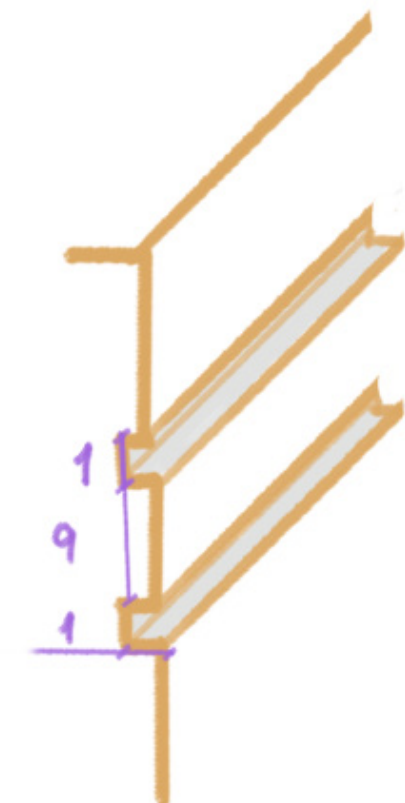
La pared contigua cuenta con un espejo de 47x60 cm y se sitúa verticalmente a 103 cm de la base del escaparate y a 40 cm de la pared, como se puede ver en la imagen.



EVOLUCIÓN

RANURAS

Las pared se componen de paneles de lamas. Desde el suelo hasta el techo consta de un total hay 28 ranuras, de las cuales se coloca el estante más alto en la número 17 contando desde abajo. En la pared contigua hay 11 ranuras disponibles. Las ranuras tienen una profundidad de 1 cm y un alto de 1 cm, además entre cada ranura hay 9 cm.



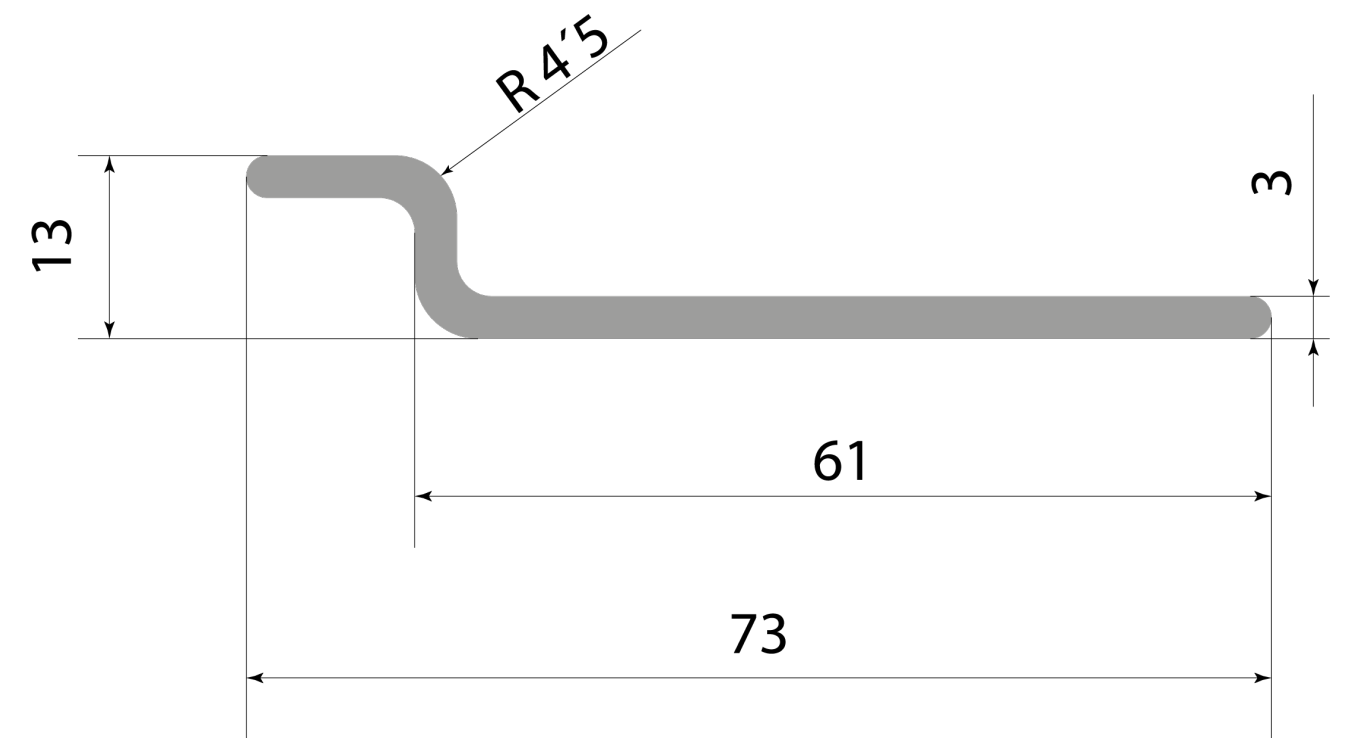
En cm

EVOLUCIÓN

SOPORTE

En las imágenes superiores se observan los soportes usados en las baldas de la estantería.

En la imagen inferior se detallan las dimensiones de uno de los soportes destinados a las estanterías. Los restantes soportes son similares tanto en su espesor como en la configuración y proporciones de la porción que se inserta en la pared, el largo es variable en función de la forma del estante.

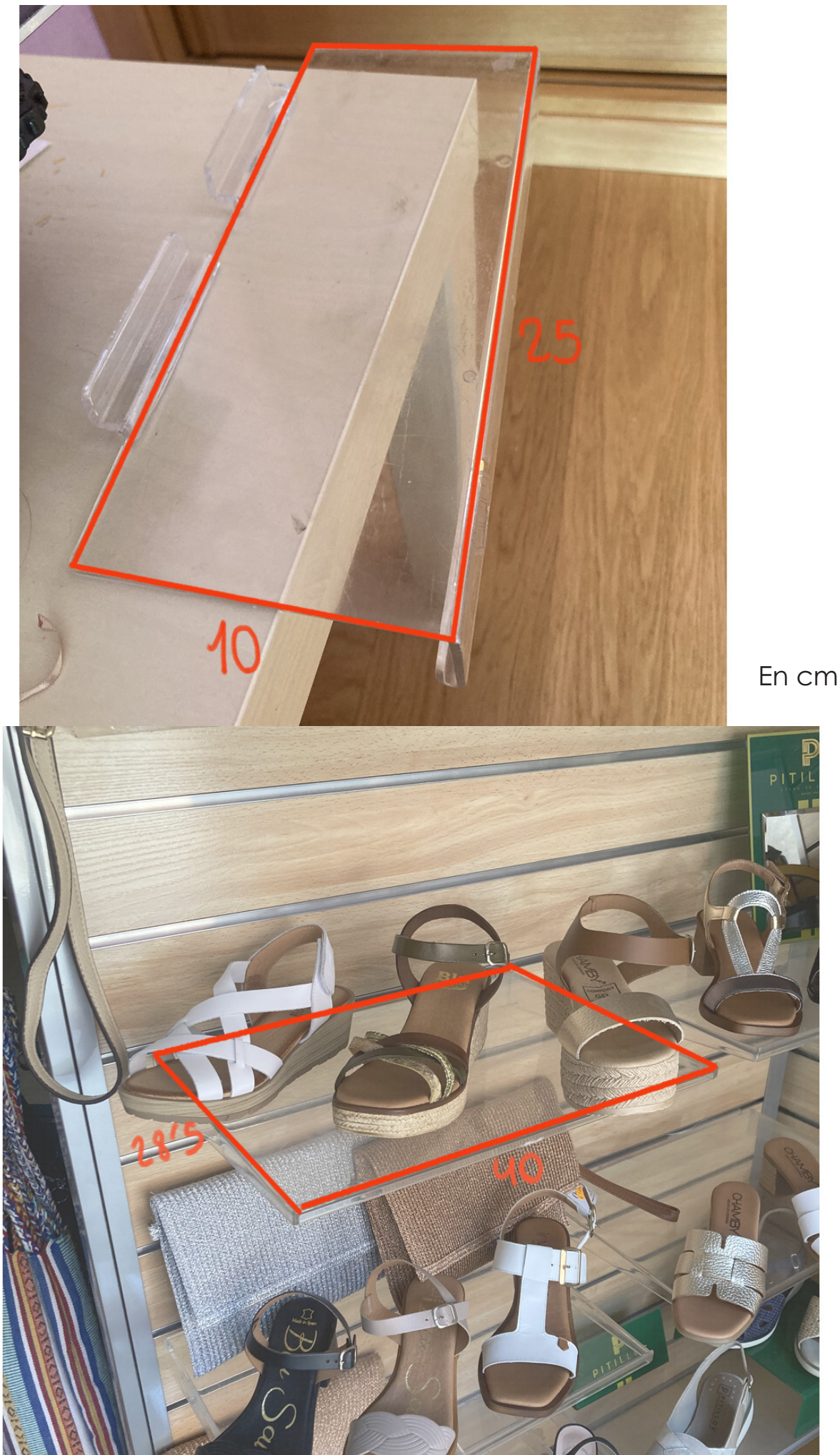


En mm

EVOLUCIÓN

MEDIDAS

Para establecer las dimensiones de los cubos, se toman como punto de partida las medidas de las estanterías de exhibición principales. En la parte superior de la imagen se observa una repisa diseñada para acomodar un único zapato con dimensiones de 10x25 cm. En la parte inferior, se muestra otra repisa que tiene la capacidad de albergar hasta tres zapatos o bolsos, dependiendo de su tamaño, y sus medidas son de 28,5x40 cm.



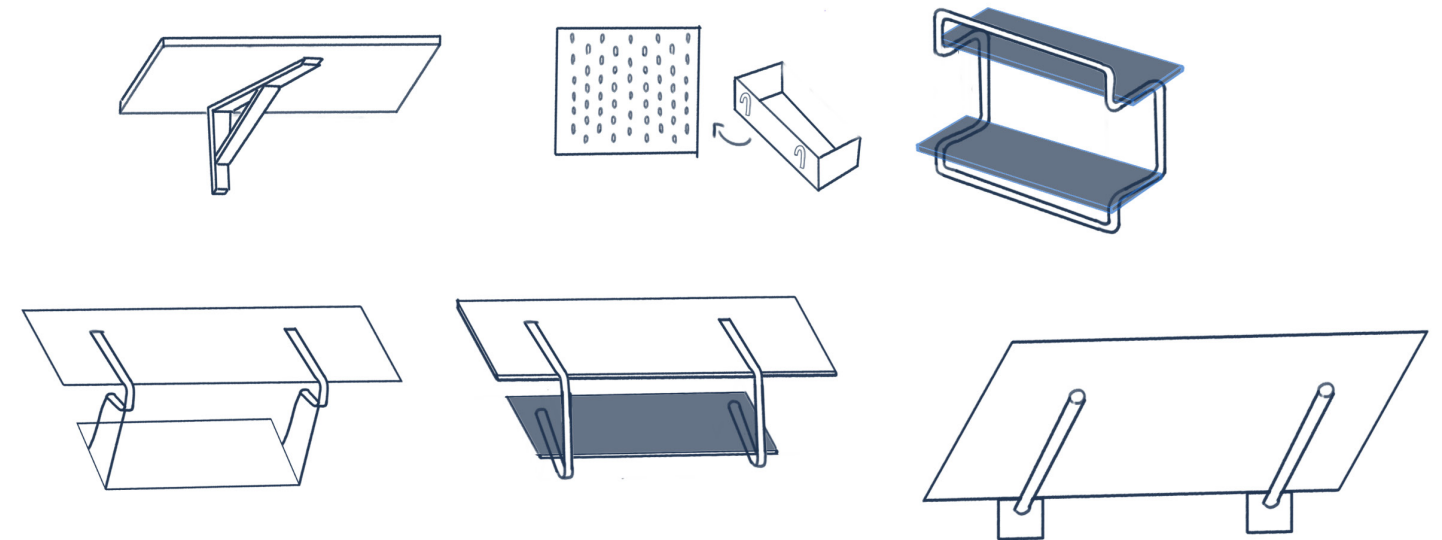
EVOLUCIÓN

SOPORTES

Se llevaron a cabo exploraciones en relación a las alternativas de fijación a la pared, con el propósito de determinar la opción más adecuada para la sujeción de los cubos. Estas investigaciones permitieron adquirir una comprensión de las distintas posibilidades y, a su vez, inspiraron la generación de nuevas ideas en este contexto.

Sin embargo, se llegó a la determinación de que la solución más óptima consiste en aprovechar los paneles de lamas existentes y emplear las ranuras como medio de anclaje.

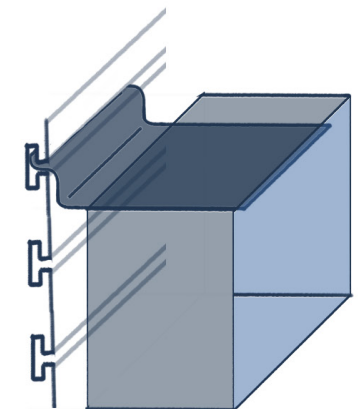
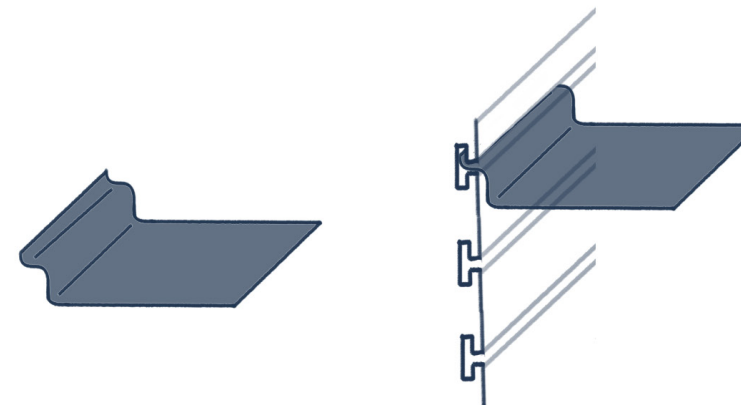
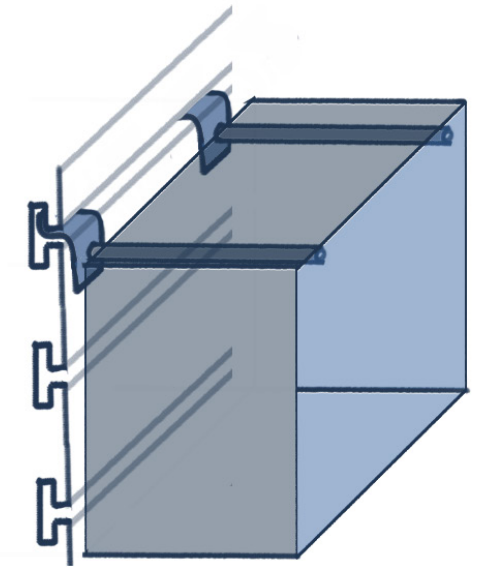
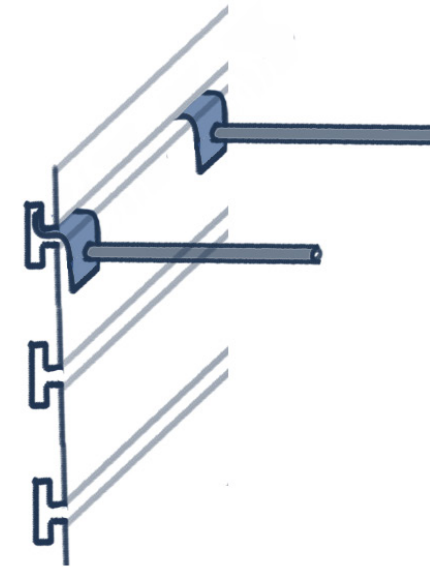
Esta resolución no solo simplifica el proceso de instalación al utilizar elementos ya existentes, sino que también contribuye a mantener una apariencia visualmente fluida y uniforme en la disposición general.



EVOLUCIÓN

SOPORTES

Alguna de las formas que se probaron fueron las siguientes. En la imagen superior, el cubo se caracteriza por carecer tanto de pared frontal como posterior, encontrándose sostenido por medio de barras similares a las empleadas en las baldas de la tienda. En la imagen inferior, el diseño del cubo se mantiene sin cambios, si bien la fijación se logra mediante una lámina con el propósito de lograr una integración discreta y casi imperceptible en el conjunto.

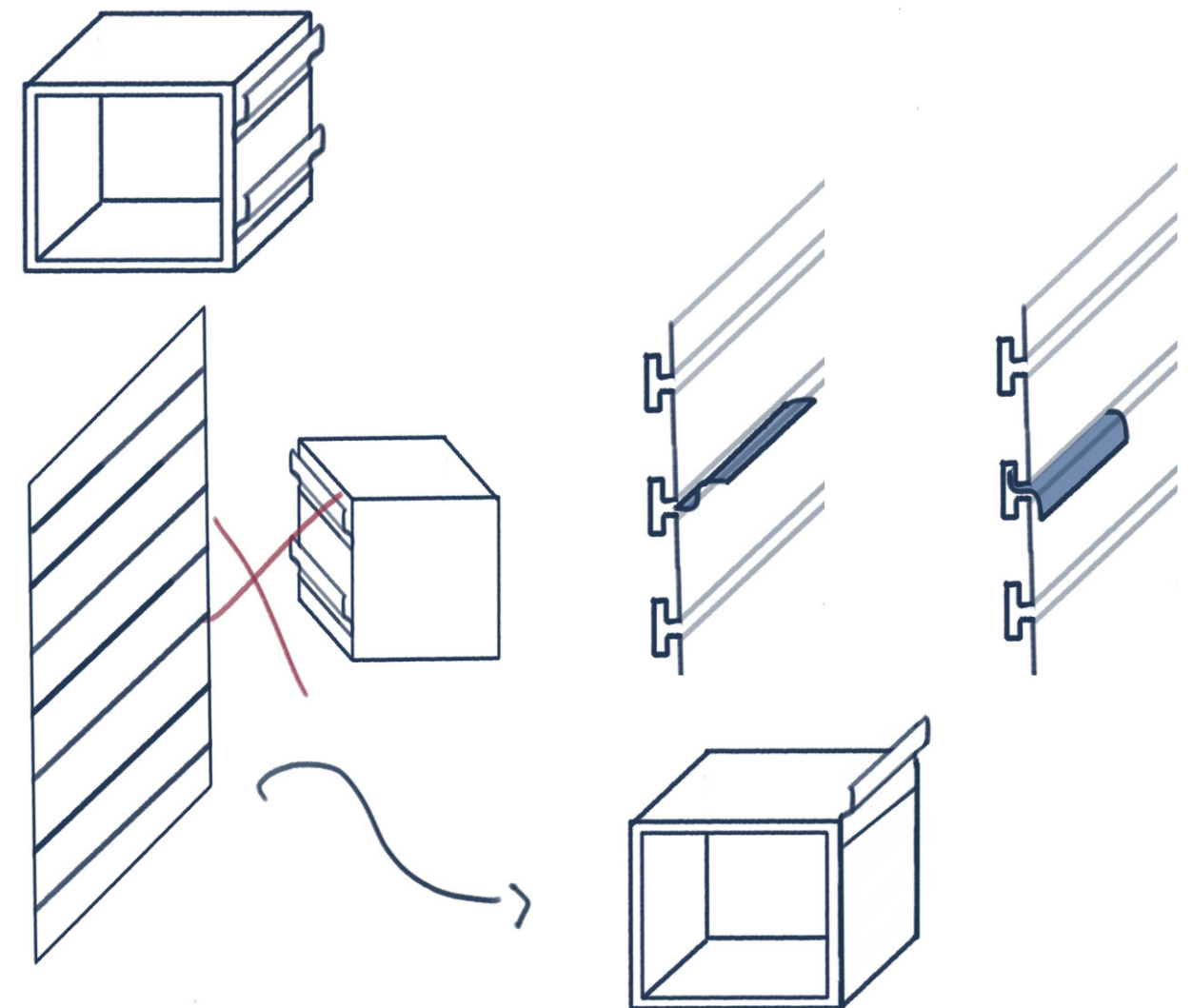


EVOLUCIÓN

SOPORTES

Dado que se le daba relevancia a la presentación de productos con una superficie trasera uniforme, se opta por la selección de un cubo de configuración abierta únicamente en su parte frontal.

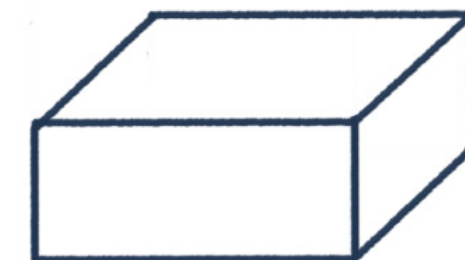
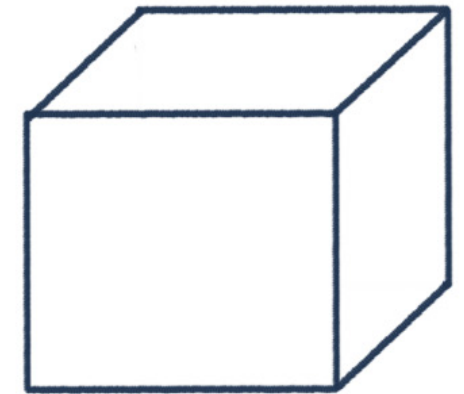
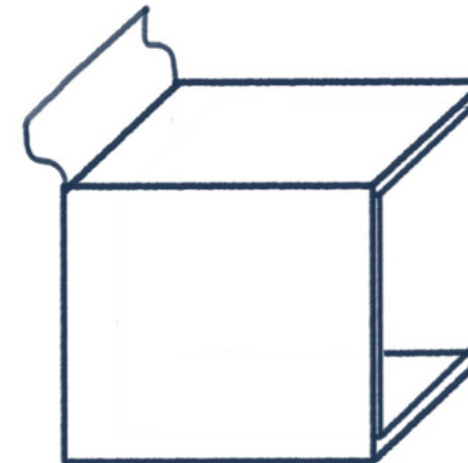
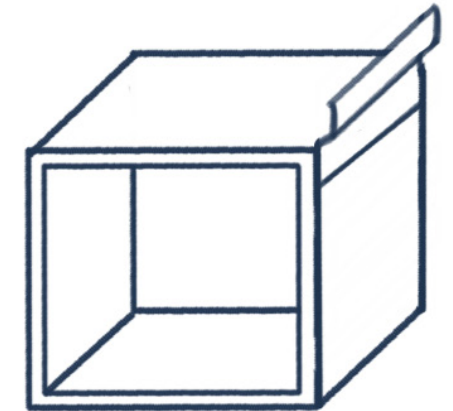
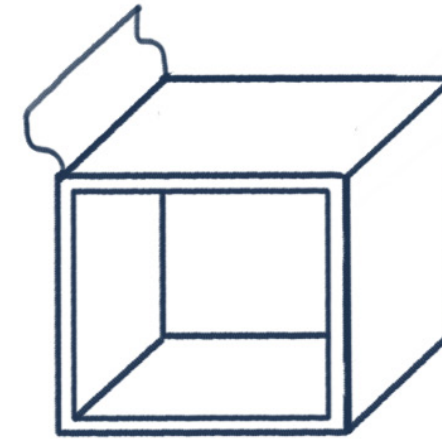
Se contempló inicialmente la instalación de dos soportes en la pared del cubo; no obstante, esta disposición se mostró inviable debido a las consideraciones geométricas. En vista de ello, se propone una alternativa donde la sujeción sobresaldría por la parte superior del cubo, permitiendo así una correcta inserción en la ranura correspondiente.



EVOLUCIÓN

CUBOS

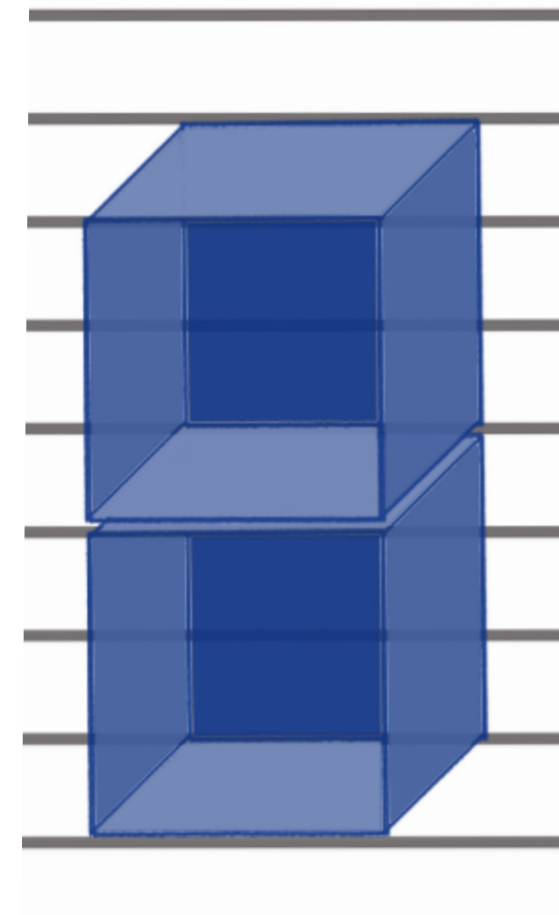
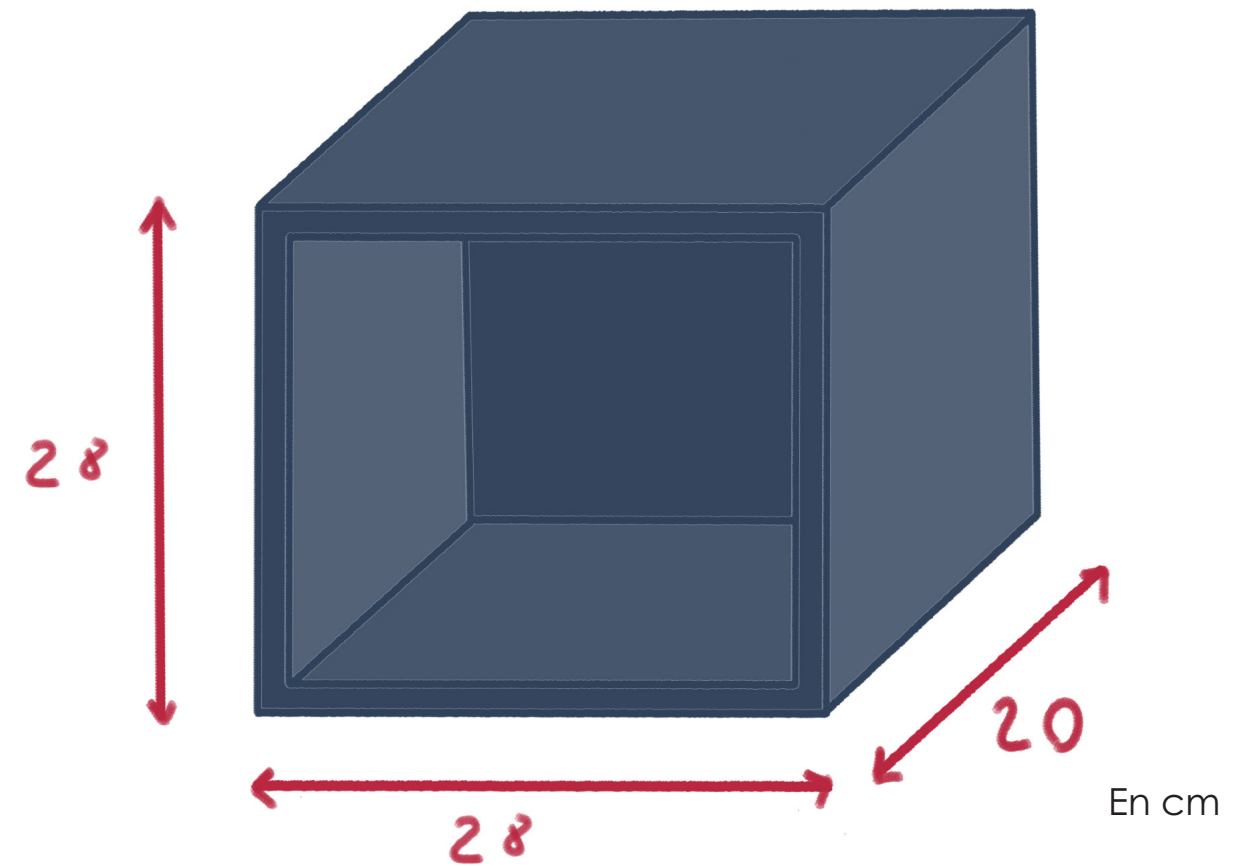
Se contemplan cinco variantes de cubos, cada una con características distintivas. Tres de estos presentarán un diseño abierto, caracterizado por sujeciones en cada una de las paredes, brindando la posibilidad de orientarse hacia el interior o el exterior de la tienda, lo que facilita su disposición en cualquiera de las dos paredes. Adicionalmente, se incluirá un cubo cerrado, así como otro de dimensiones reducidas, con una altura equivalente a la mitad de los demás.



EVOLUCIÓN

MEDIDAS

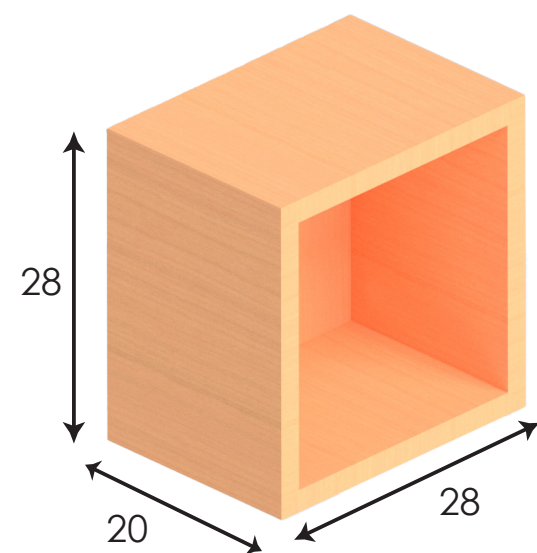
Las dimensiones propuestas para cada cubo son de 28 centímetros de altura, 28 centímetros de ancho y 20 centímetros de profundidad, con un grosor de 2 centímetros. Estas medidas han sido seleccionadas tomando en consideración las dimensiones de las baldas existentes. Se ha garantizado un espacio suficiente para acomodar dos zapatos en su interior, permitiendo una óptima disposición del producto. La altura de 28 centímetros ha sido elegida para acomodar la mayoría de los productos. Las botas y bolsos de mayor tamaño, los cuales serían ubicados en la parte superior de los cubos, aprovechando el espacio disponible de manera eficiente. Esta medida también asegura una adecuada alineación cuando se apilan los cubos, manteniendo un margen de 2 cm, pues si midiera 30 cm taparía la siguiente ranura.



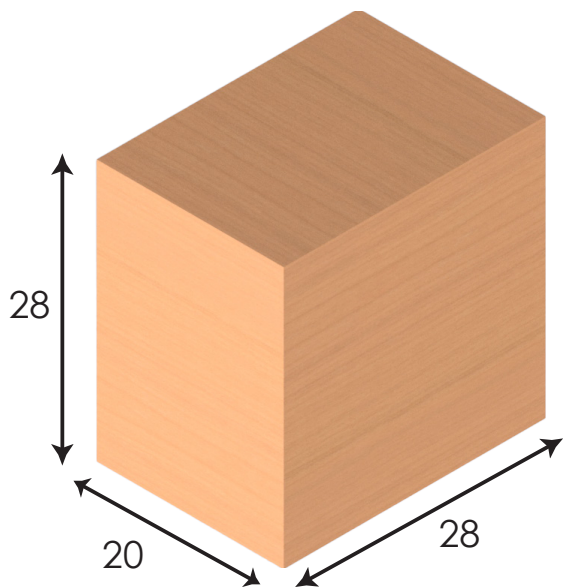
ELEMENTO EXPOSITIVO

TIPOS

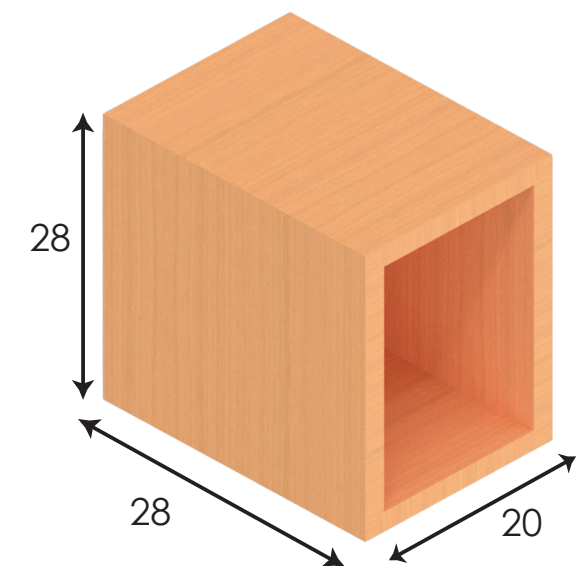
A continuación se muestran los distintos tipos de cubos.



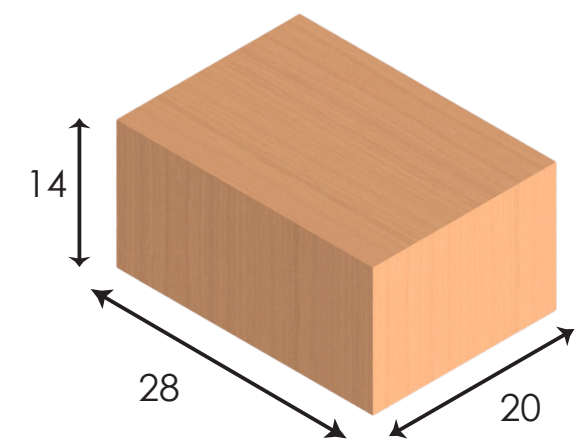
El modelo principal consiste en un cubo abierto de 28 cm de alto, 28 cm de ancho y 20 cm de profundidad, con un grosor en las paredes de 2cm.



Este sería el cubo cerrado, con las mismas medidas que el principal, 28 cm de alto, 28 cm de ancho y 20 cm de profundidad, con un grosor en las paredes de 2cm.



Este modelo tendría las mismas medidas que el principal pero la abertura estaría en uno de sus lados estrechos, siendo las medidas 28 cm de alto, 20 cm de ancho y 28 cm de profundidad, con un grosor en las paredes de 2cm.

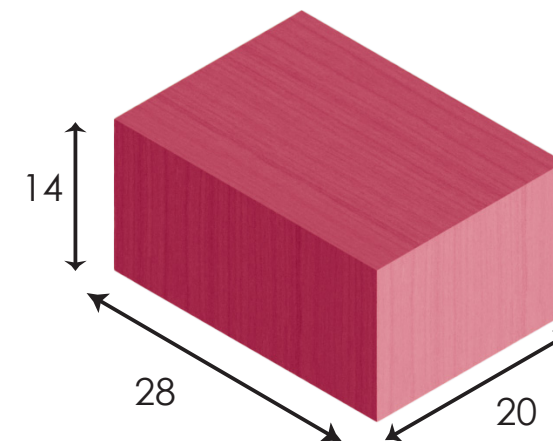
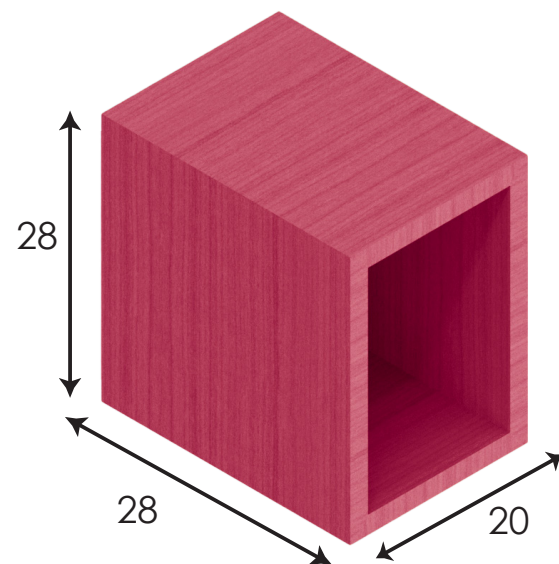
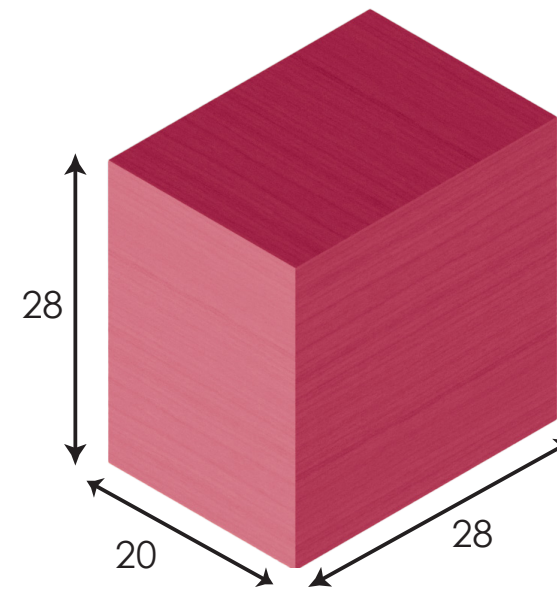
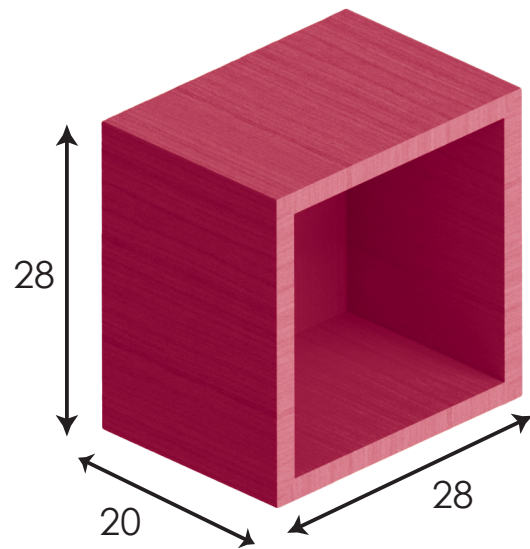


Este sería el cubo cerrado de menor tamaño, teniendo la mitad de altura, siendo las medidas 14 cm de alto, 20 cm de ancho y 28 cm de profundidad, con un grosor en las paredes de 2cm.

ELEMENTO EXPOSITIVO

TIPOS

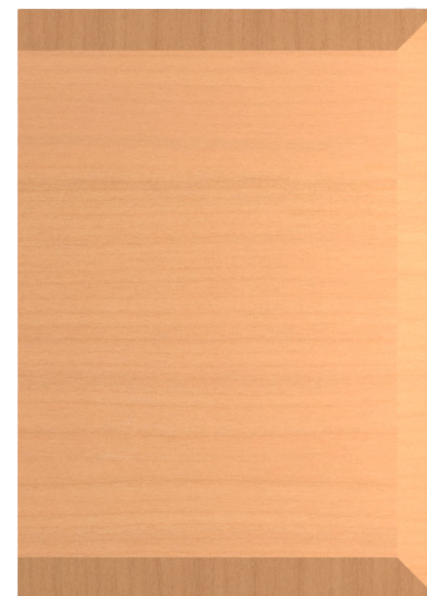
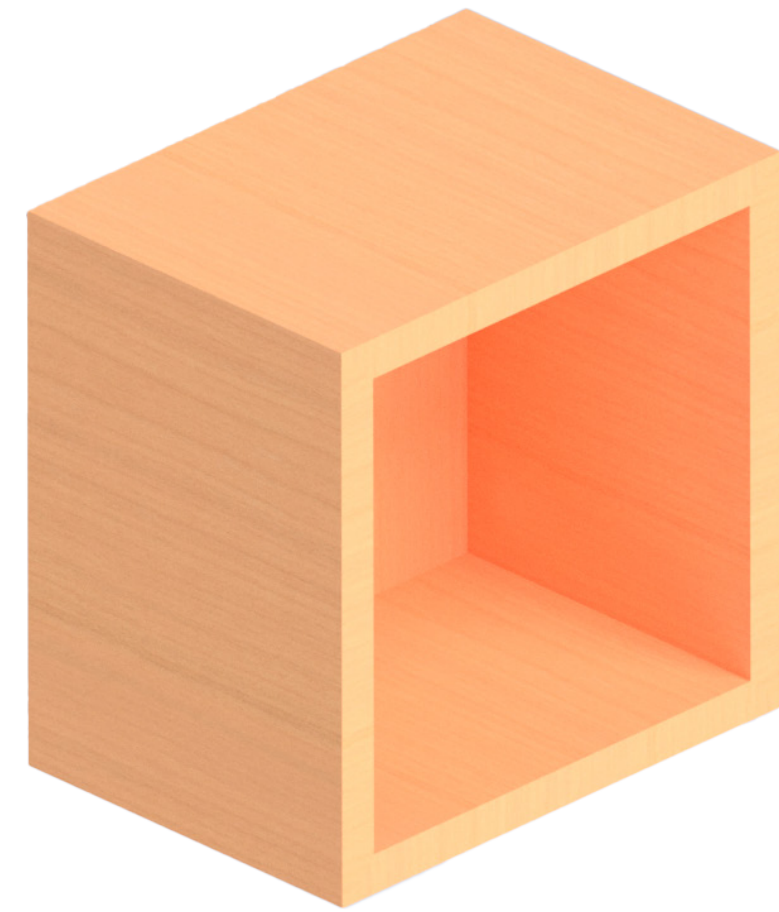
Los mismos modelos existen pintados en un color similar al principal de la marca.



ELEMENTO EXPOSITIVO

TIPOS

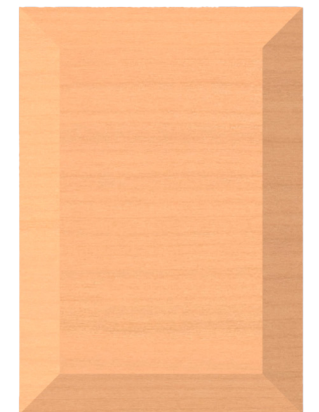
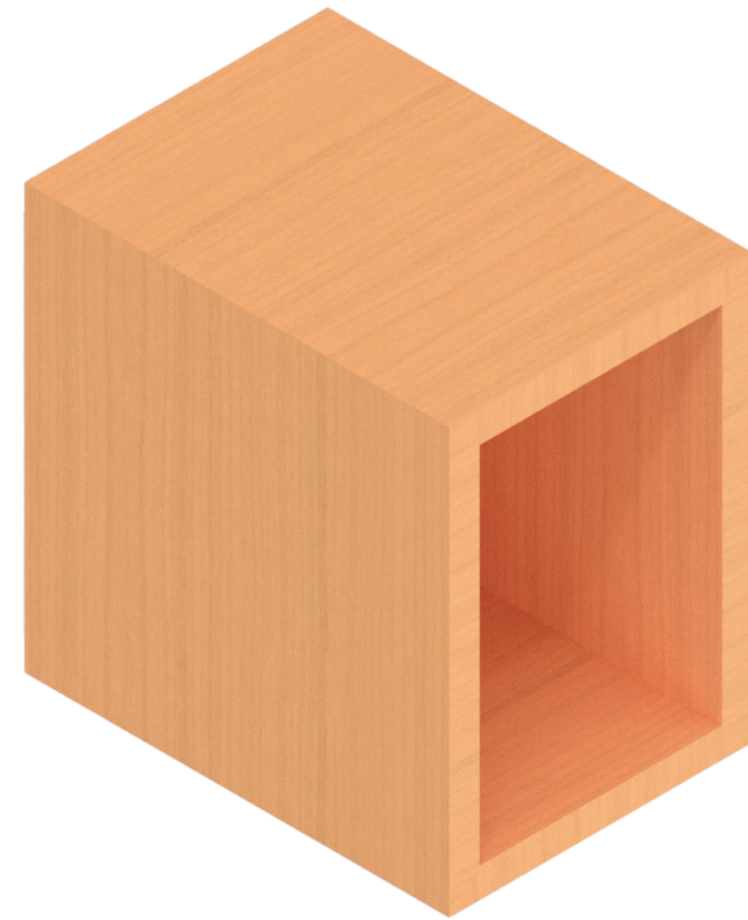
El cubo abierto está conformado por 4 piezas laterales iguales con 3 de sus 4 bordes biselados y una pieza trasera con todos sus bordes biselados.



ELEMENTO EXPOSITIVO

TIPOS

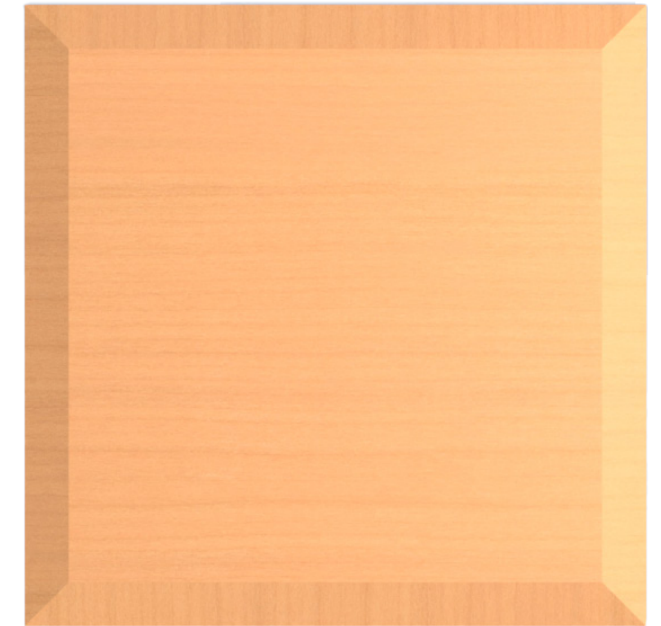
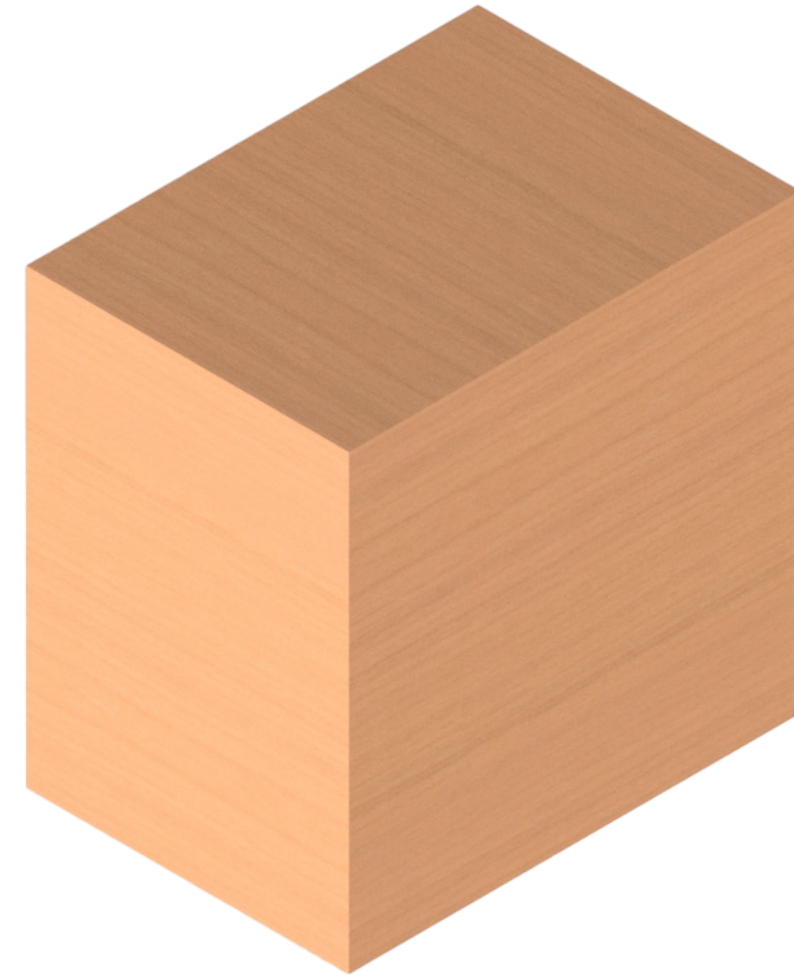
La segunda versión del cubo abierto se conforma de dos piezas cuadradas con 3 bordes biselados, dos piezas rectangulares con sus 3 bordes biselados y una trasera con todos los bordes biselados.



ELEMENTO EXPOSITIVO

TIPOS

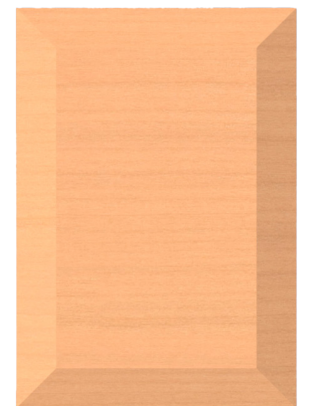
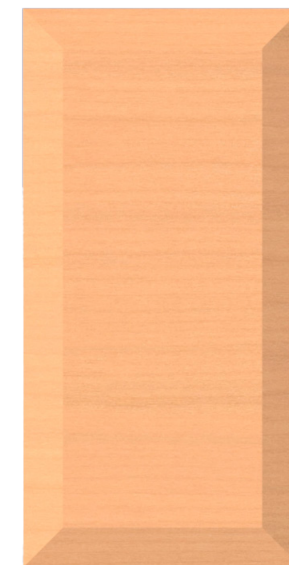
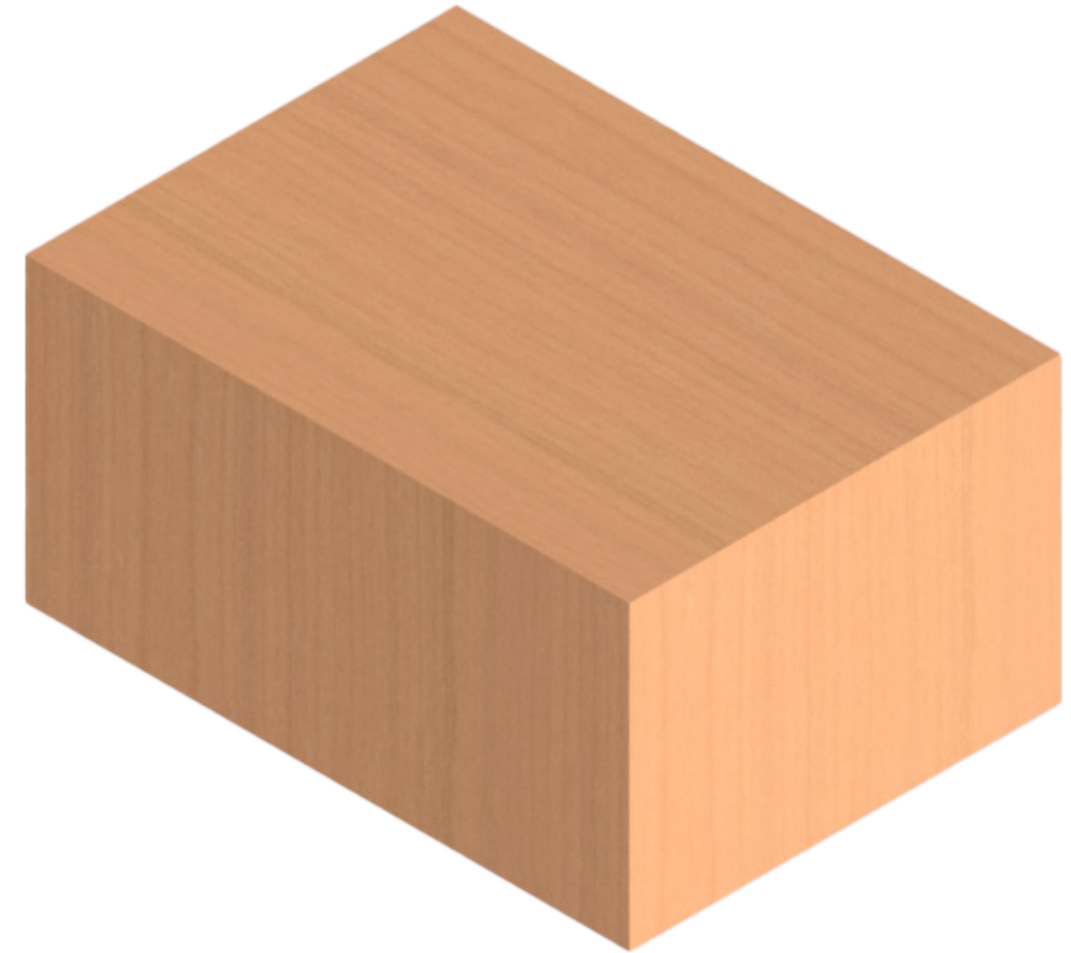
El cubo cerrado esta conformado por 4 piezas rectangulares con todos sus bordes biselados y dos piezas cuadradas con todos sus bordes biselados.



ELEMENTO EXPOSITIVO

TIPOS

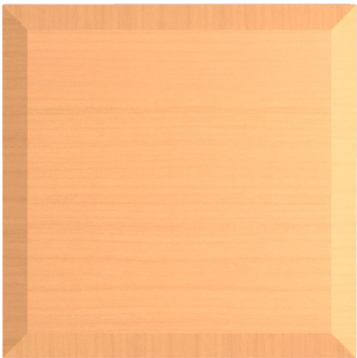
El cubo cerrado de menor tamaño se conforma de 3 tipos de piezas, contando con 2 de cada una, con todos sus bordes bise- lados.





ELEMENTO EXPOSITIVO

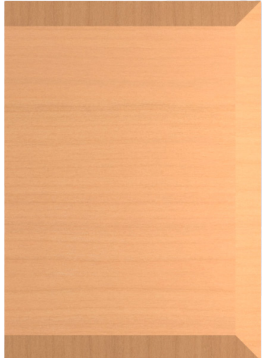
TIPOS

A continuación se presenta un desglose de las piezas compartidas por cada uno de los cubos, acompañado de una miniatura representativa y la cantidad correspondiente de dichas piezas.



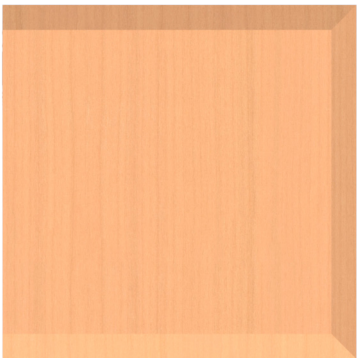
Pared de 28x28 cm con todos los bordes biselados

- 1 pieza 
- 2 piezas 



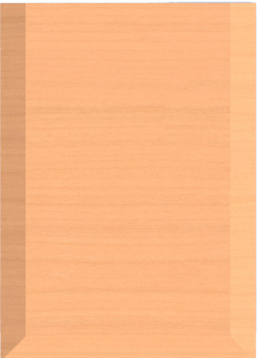
Pared de 28x20 cm con 3 bordes biselados

- 4 piezas 



Pared de 28x28 cm con 3 bordes biselados

- 2 piezas 






Pared de 28x20 cm con 3 bordes biselados

- 2 piezas 



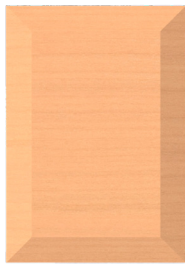
Pared de 28x20 cm con todos los bordes biselados

- 4 piezas 
- 2 piezas 
- 1 pieza 



Pared de 28x14 cm con todos los bordes biselados

- 2 piezas 



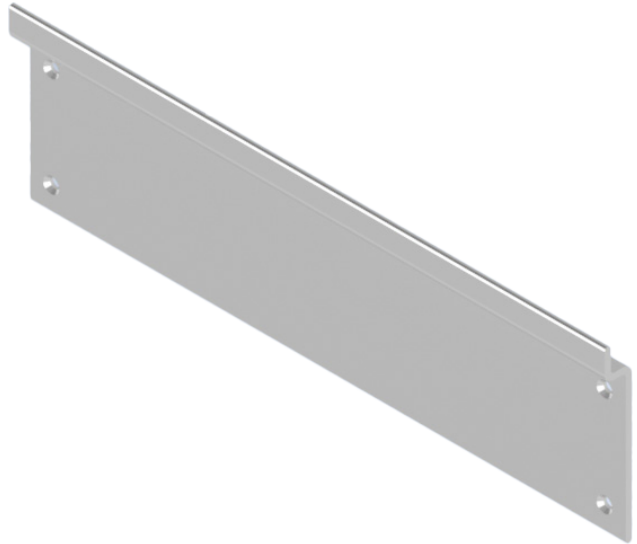
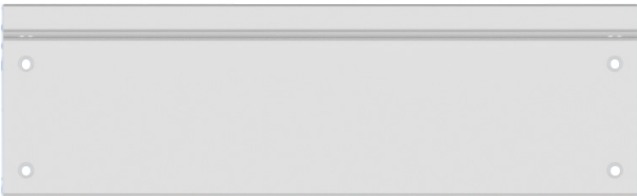
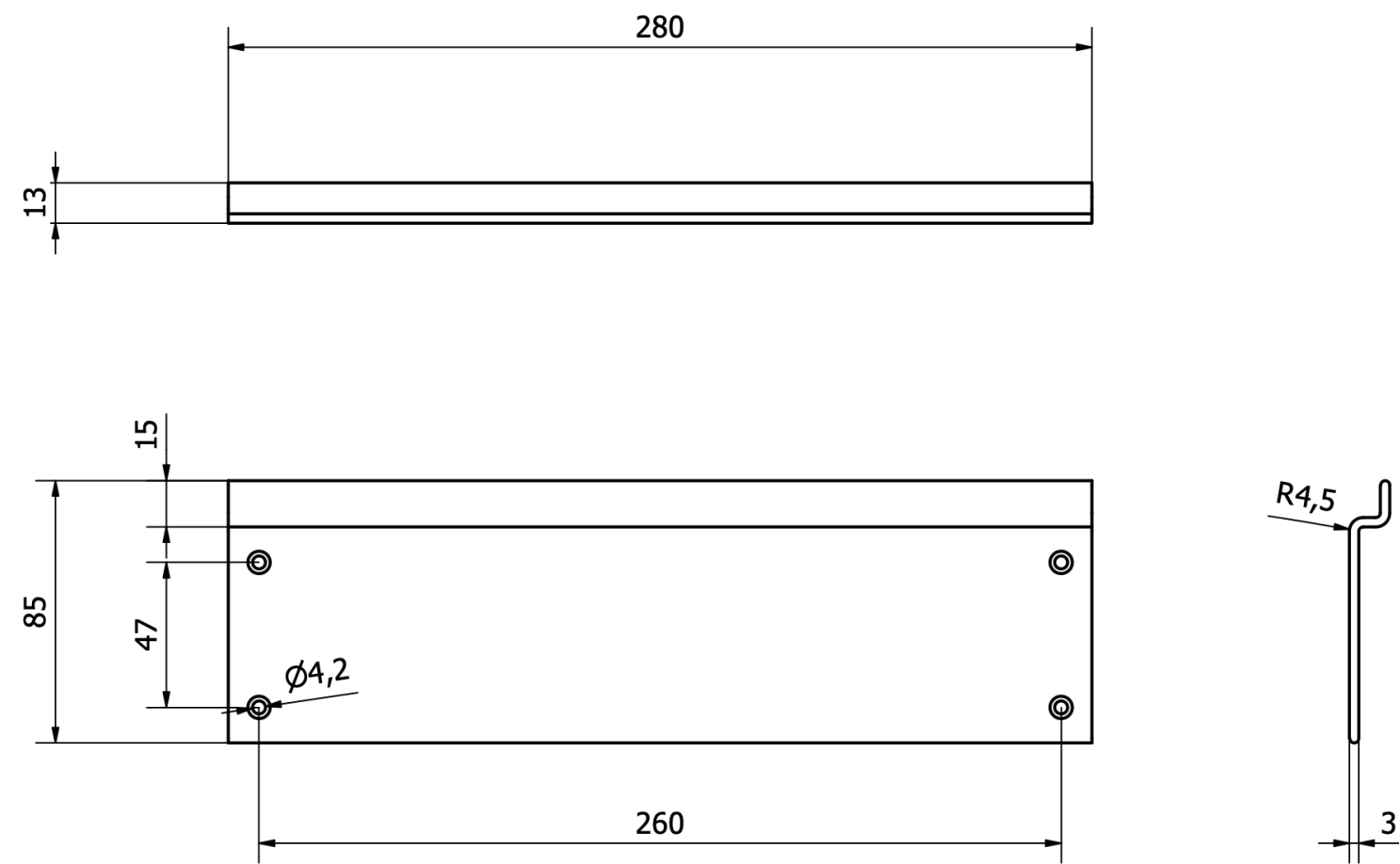
Pared de 20x14 cm con todos los bordes biselados

- 2 piezas 

ELEMENTO EXPOSITIVO

SOPORTE

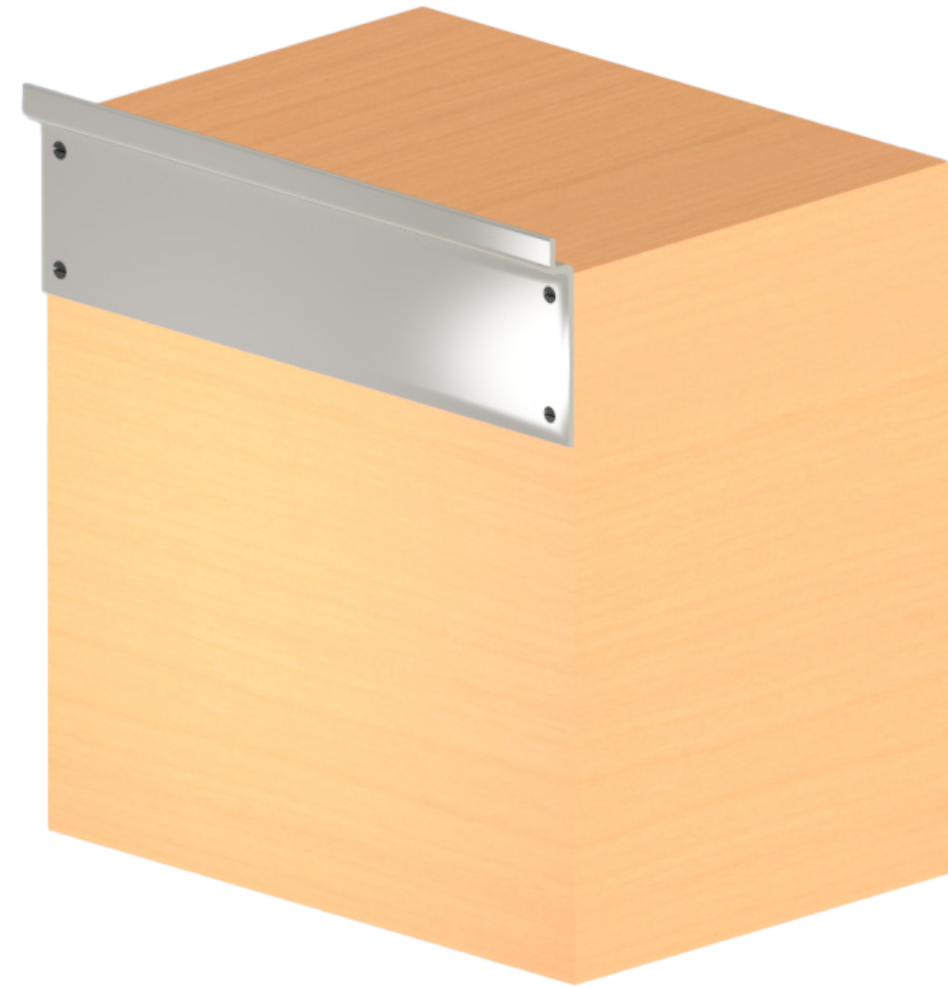
Esta es la pieza de sujección. Cuenta con cuatro agujeros para la fijación al cubo.
Tiene 28 cm de largo por lo que iría situada en la parte trasera del cubo principal, en uno de los laterales de la segunda versión abierta, en uno de los lados de 28x28 cm del cubo cerrado y en uno de los dos lados de 28x14 cm del cubo pequeño.



ELEMENTO EXPOSITIVO

CONJUNTO

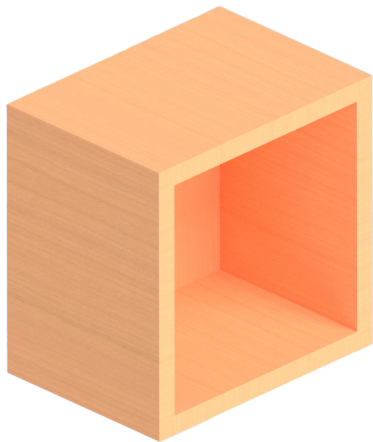
Este sería el resultado final que se obtendría al ensamblar todas las piezas, asegurando la unión mediante el proceso de pegado, y terminando con la fijación de la pieza de sujeción al cubo mediante el uso de tornillos.



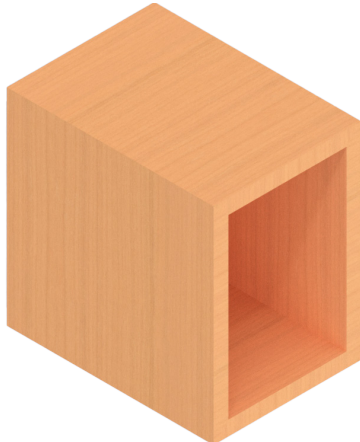
ELEMENTO EXPOSITIVO

CANTIDADES

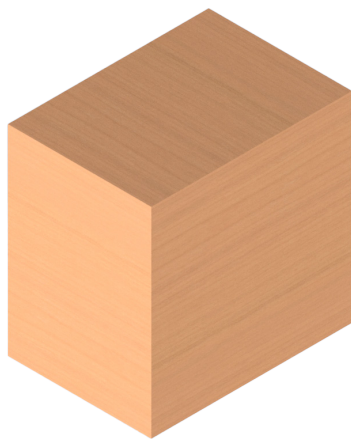
Las siguientes cifras representan la disponibilidad de cubos en cada variante de tipo y color, destinadas para la creación y montaje de los escaparates.



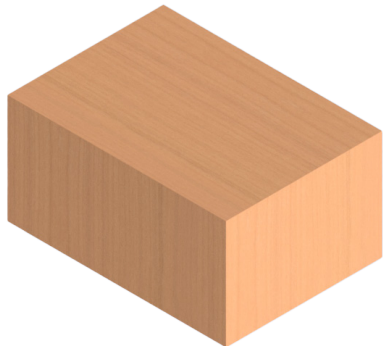
8 unidades



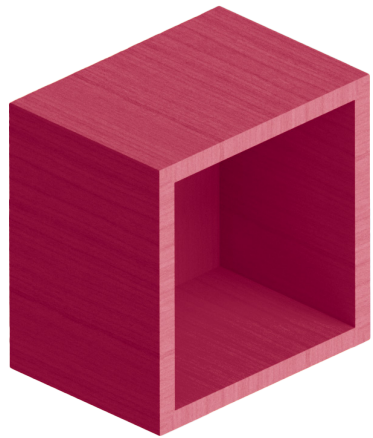
3 unidades



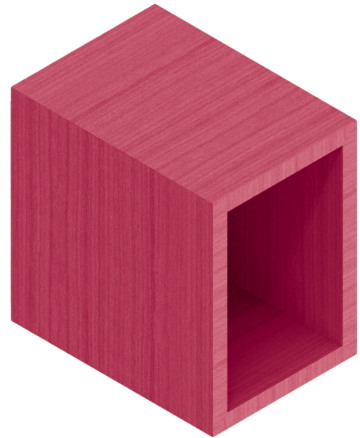
3 unidades



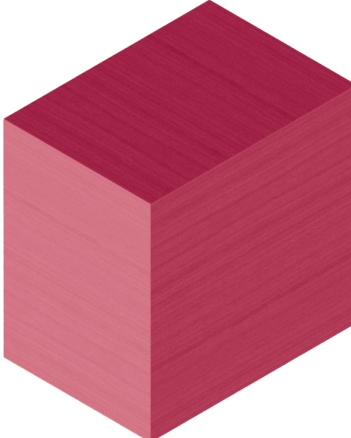
3 unidades



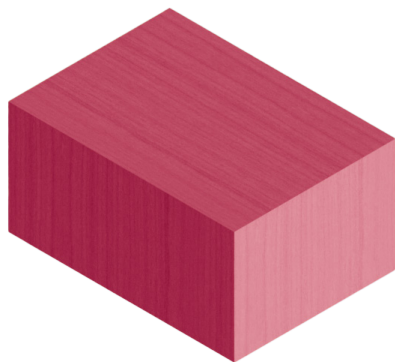
7 unidades



2 unidades



2 unidades

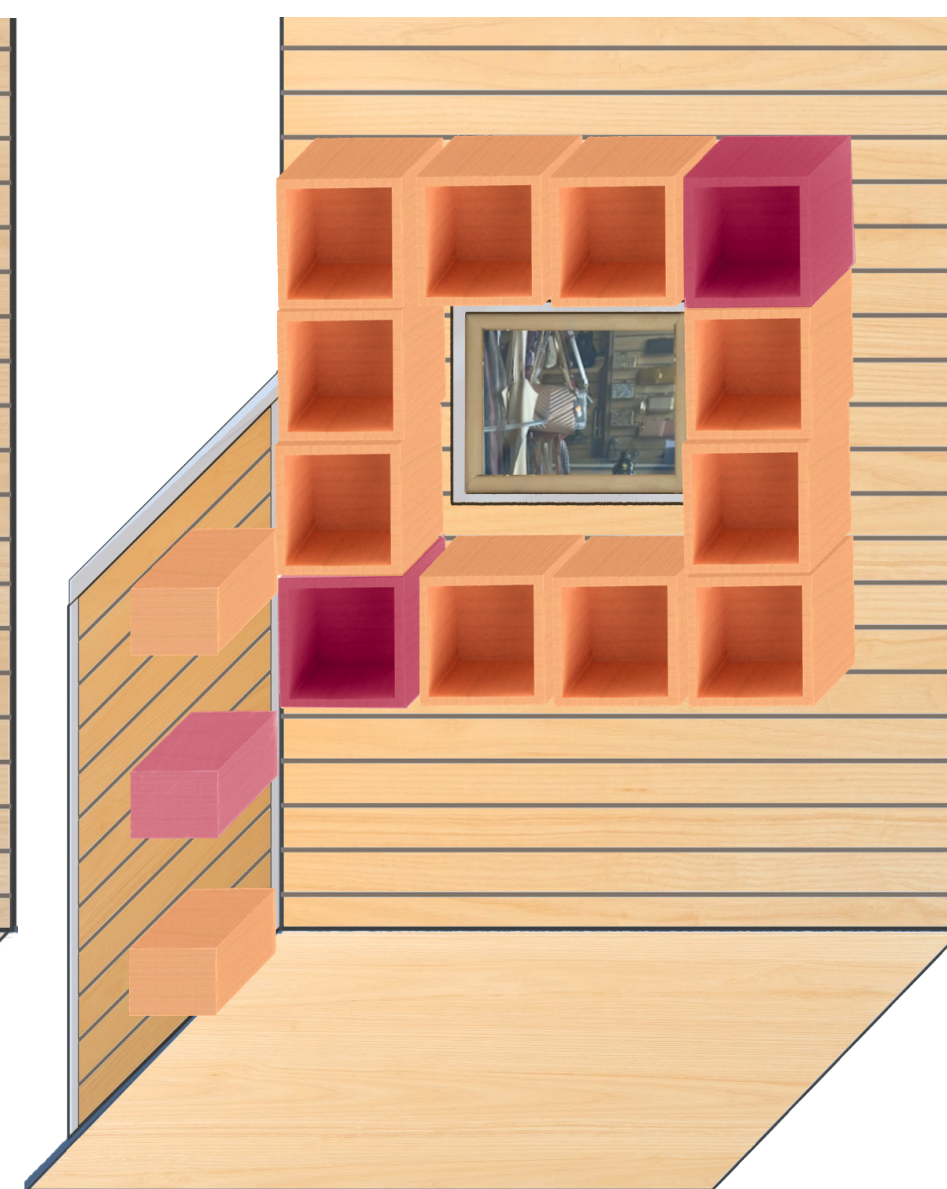
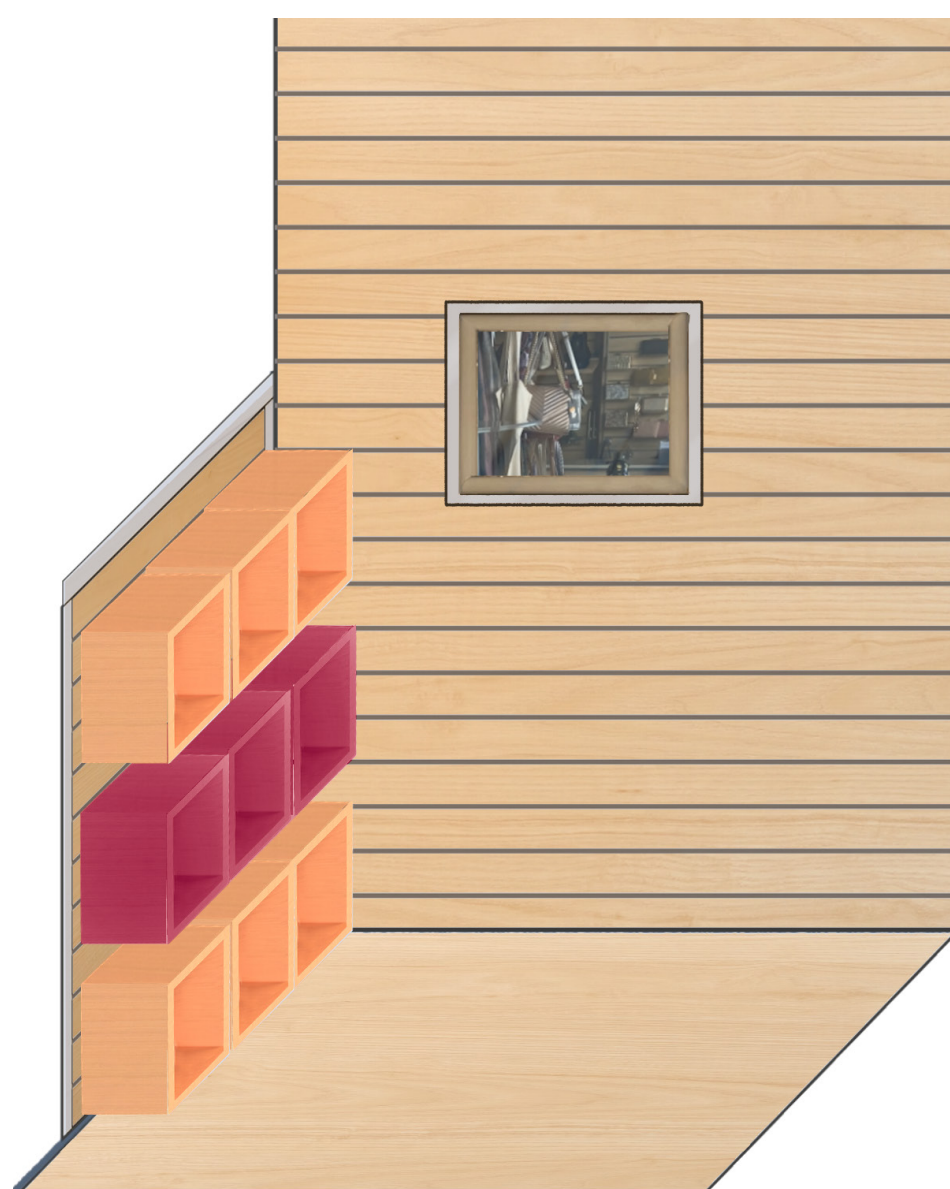
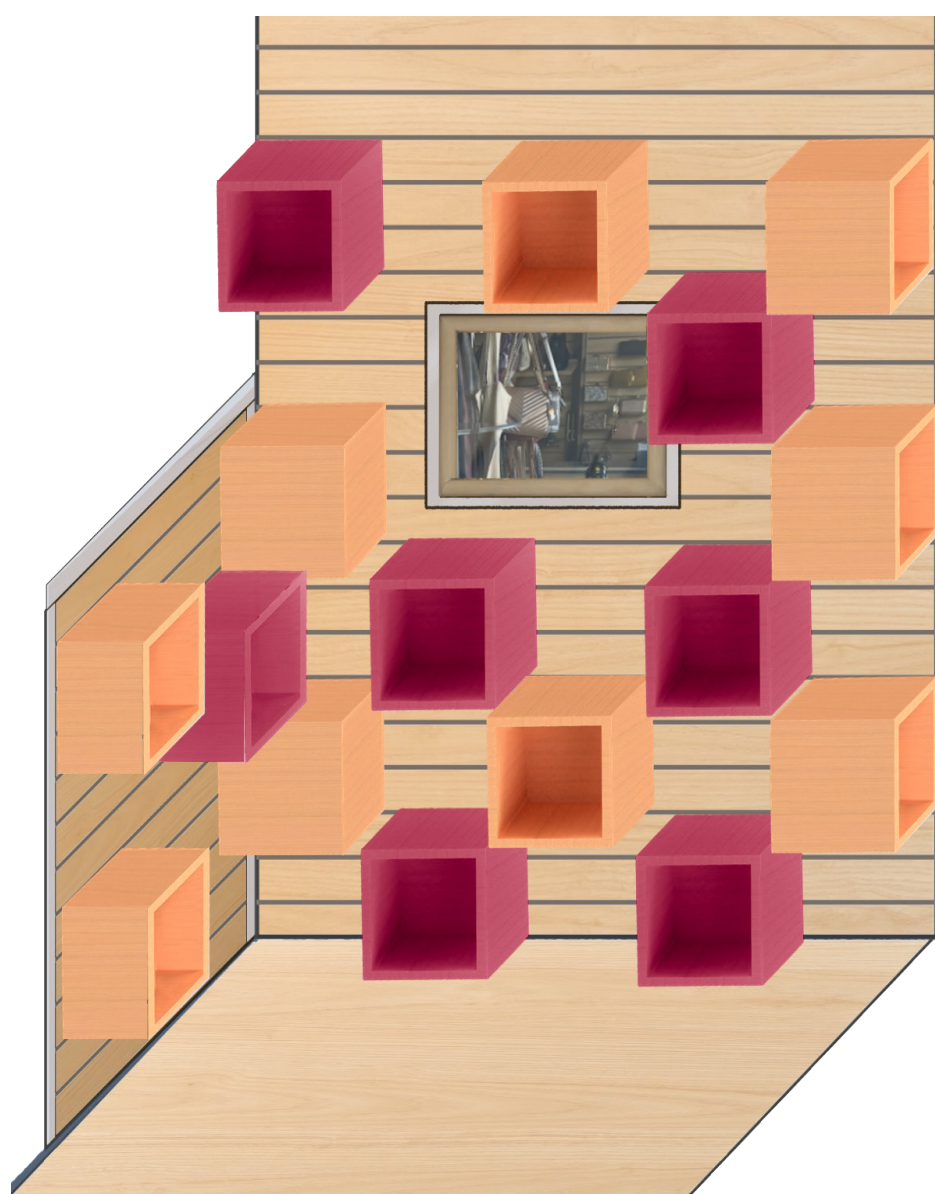


2 unidades

ESCAPARATE

CONFIGURACIONES

Estas serían algunas de las posibles configuraciones de los distintos cubos.



ESCAPARATE

CONFIGURACIONES

En esta sección, se presentan diversas opciones adicionales de configuraciones para el escaparate, las cuales integran artículos como calzado y bolsos. Estas configuraciones están diseñadas para acomodar un rango variable de artículos, que puede oscilar entre 50 y 70 productos, dependiendo de sus respectivos tamaños y dimensiones.



ANEXO: MANUAL DE MARCA

DISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA Y ELEMENTO EXPOSITIVO PARA TIENDA DE CALZADO

Hipercalzado
 Carisa

ÍNDICE

Simbología básica

- Logotipo con símbolo 4
- Símbolo 5
- Logotipo sin símbolo 6
- Marca gráfica 7
- Construcción gráfica 9
- Tamaño mínimo 10
- Área de respeto 11
- Colores corporativos 13
- Tipografía corporativa 16
- Iconografía 18

Normas de buen uso

- Versiones correctas 20
- Usos confondos 22
- Expresión textual de la marca 24

Usos incorrectos

- Aplicaciones incorrectas 26
- Fondos incorrectos 28

Aplicaciones de marca

- Tarjeta corporativa 30
- Bolsas 32
- Bolsa regalo 34
- Redes sociales: Facebook 35
- Redes sociales: Instagram 36
- Tarjeta regalo 37
- Banderola 38
- Rótulo 39
- Pegatinas 40
- Tazas 41

1. SIMBOLOGÍA BÁSICA

1.1 LOGOTIPO CON SÍMBOLO

Símbología básica

Es el identificador de la marca de uso común en todas las aplicaciones.

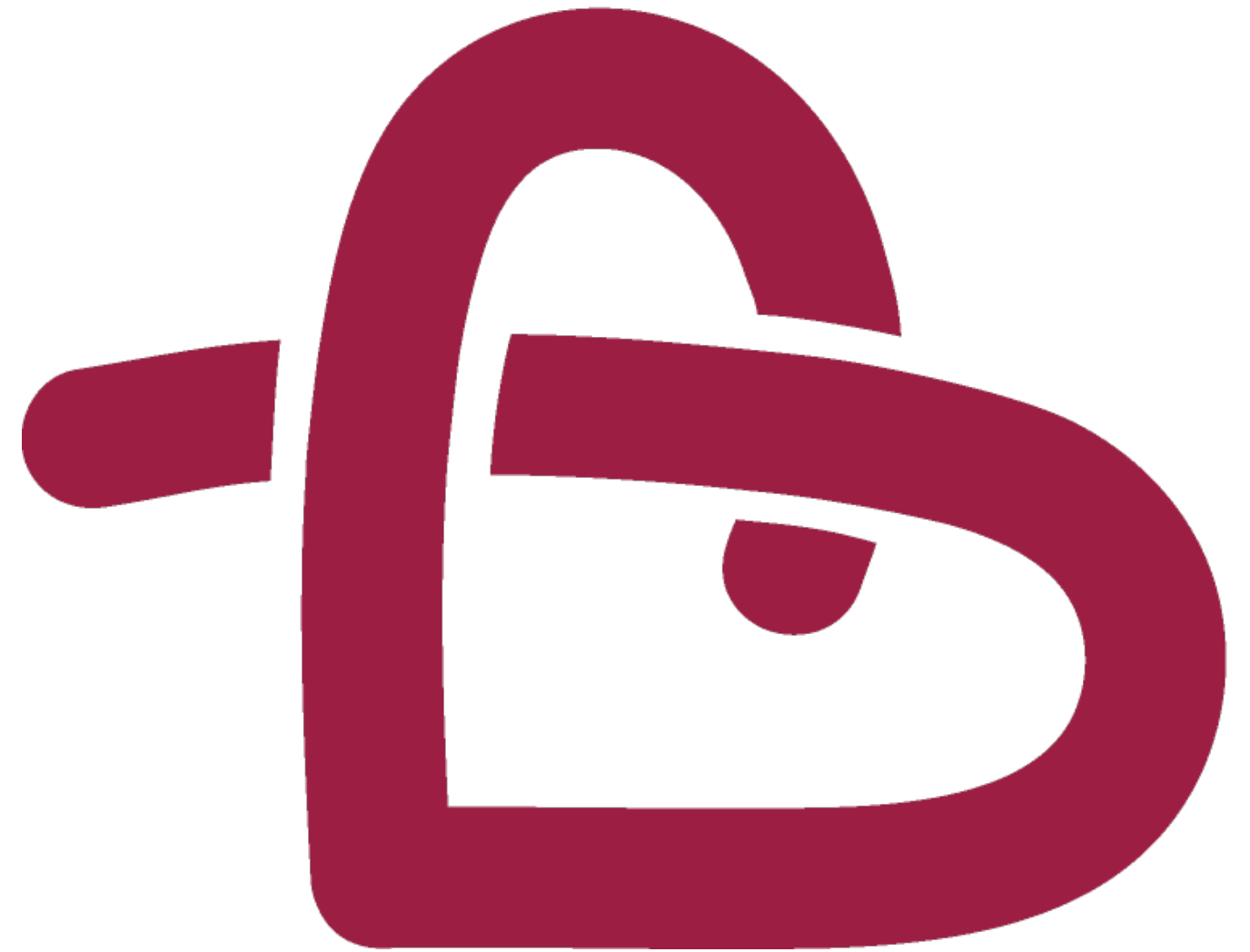
Hipercalzado Carisa está construido a base de un logotipo, un símbolo y unos colores corporativos.

Hipercalzado
 **Carisa**

1.2 SÍMBOLO

Símbología básica

El símbolo representa una forma de corazón, elaborado con un cordón anudado. Esta representación también puede evocar la imagen de un bolso con asa o incluso una pequeña bota.



1.3 LOGOTIPO SIN SÍMBOLO

Símbología básica

De forma excepcional se usará esta versión para el rótulo de la tienda.

Hipercazalzado Carisa

1.4 MARCA GRÁFICA

Símbología básica

Aquí se puede ver la marca en sus colores corporativos, tanto en su versión positiva como negativa; así como se incluye la forma en la que se deberá representar en los casos de reproducir la imagen corporativa en blanco y negro.



Versión negativa



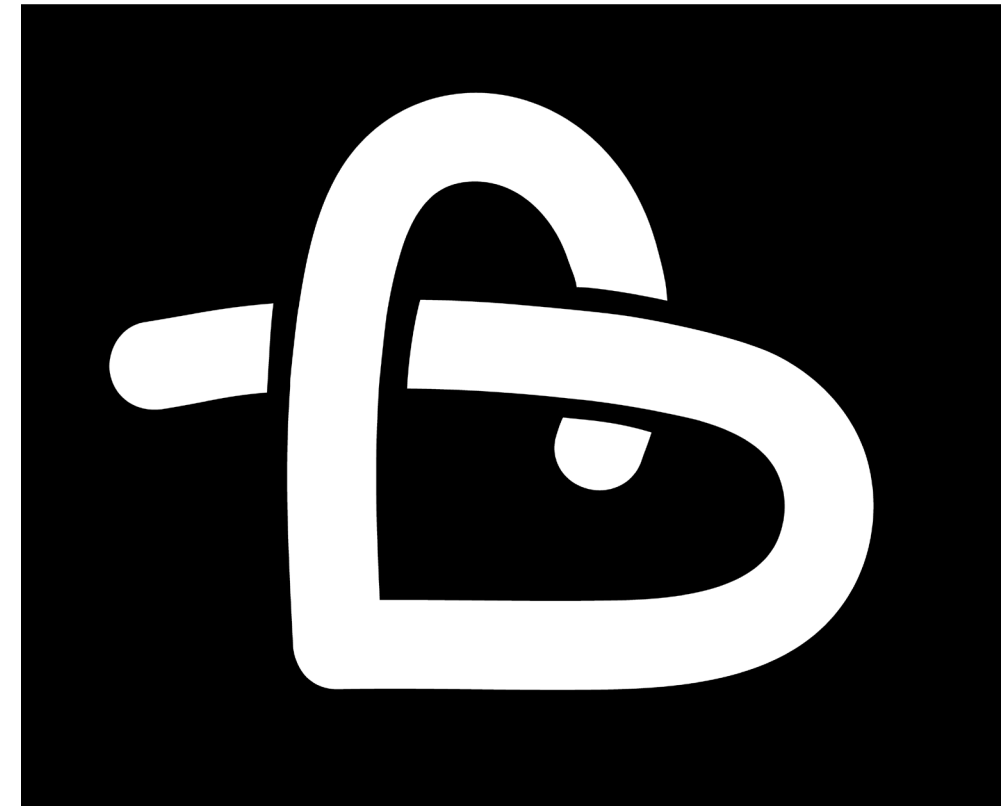
Versión positiva



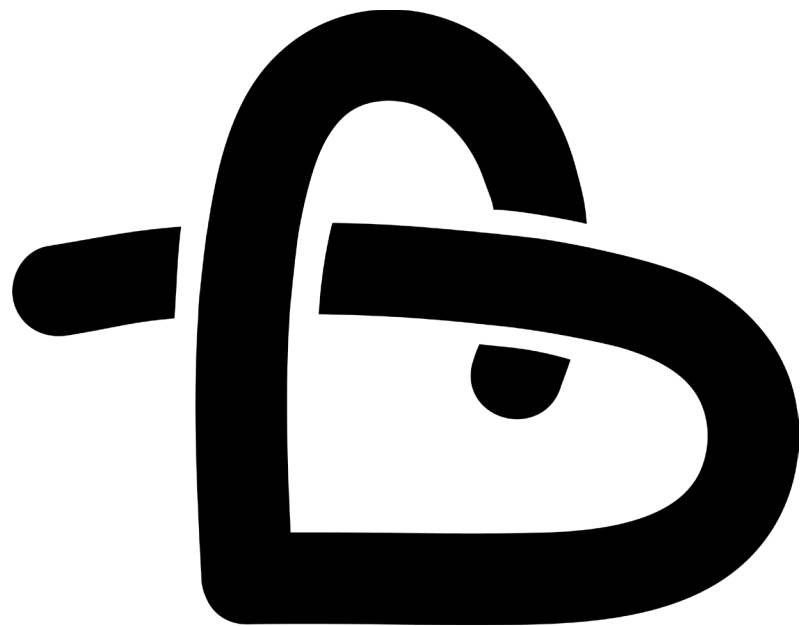
1.4 MARCA GRÁFICA

Símbología básica

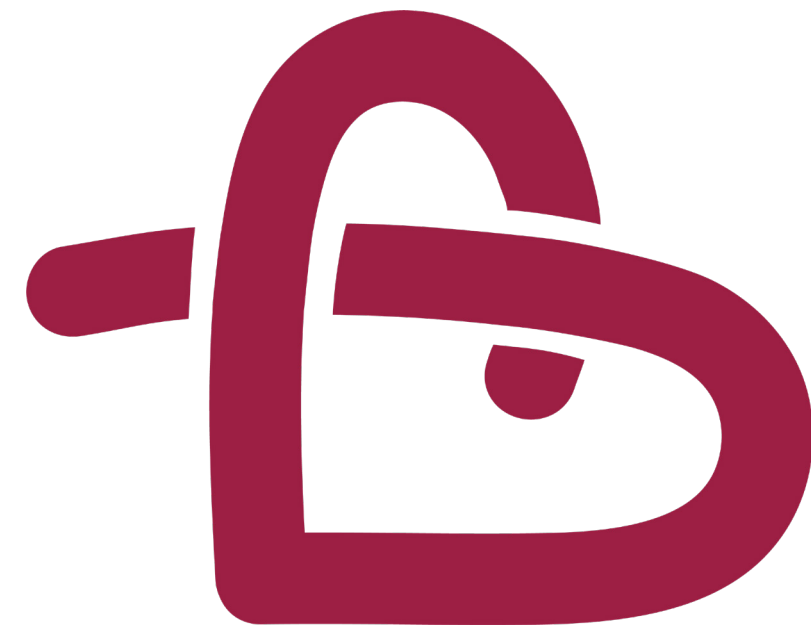
Por otra parte esta será la representación del símbolo tanto en su versión principal como en negativo y en blanco y negro.



Versión negativa



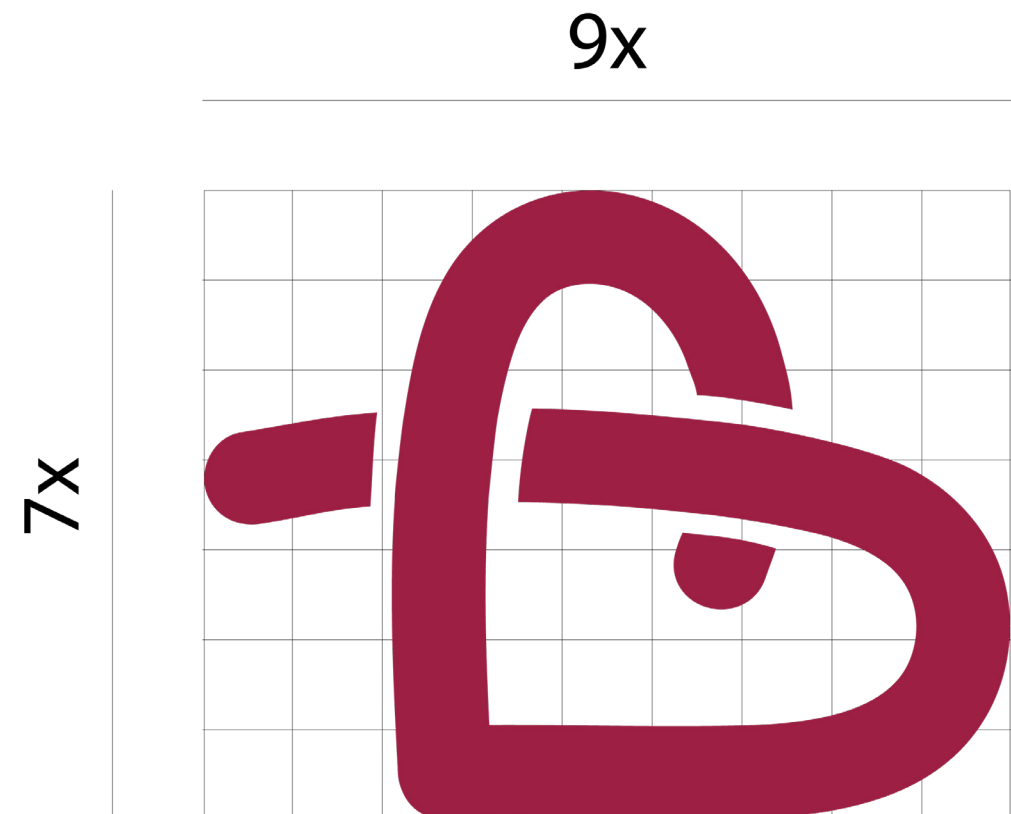
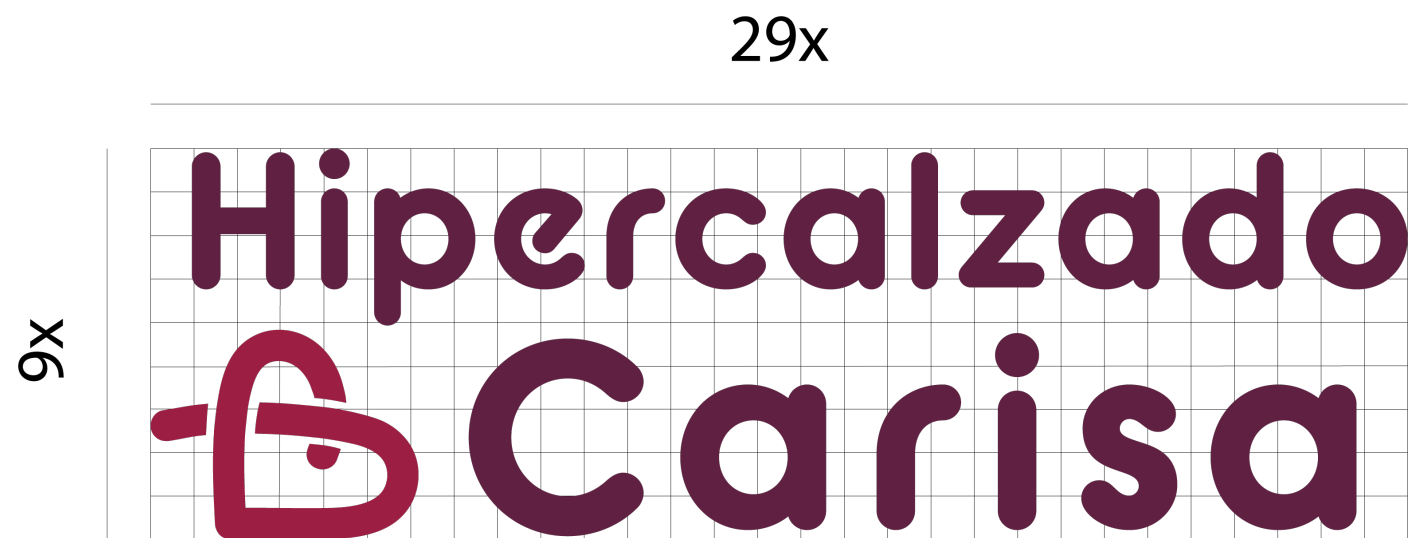
Versión positiva



1.5 CONSTRUCCIÓN GRÁFICA

Símbología básica

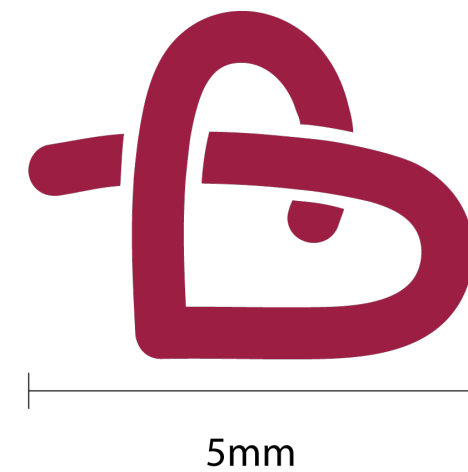
Se construye una retícula modular proporcional al valor X, utilizado como unidad de medida que se usará para comprobar la correcta proporción de la marca para cualquier soporte o medida.



1.6 TAMAÑO MÍNIMO

Símbología básica

Para asegurar que el logotipo con símbolo tenga una correcta comprensión y lectura se establecen unas medidas mínimas en el formato tanto digital como impreso.



1.7 ÁREA DE RESPETO

Símbología básica

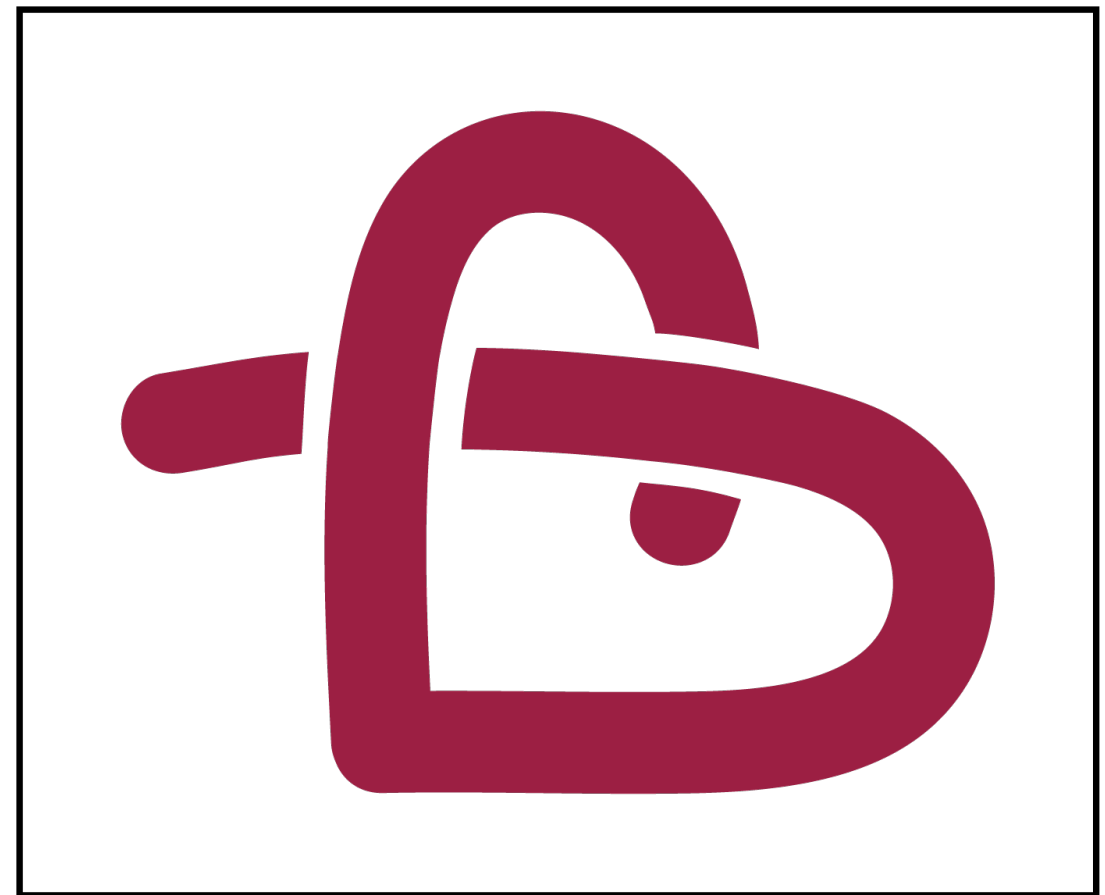
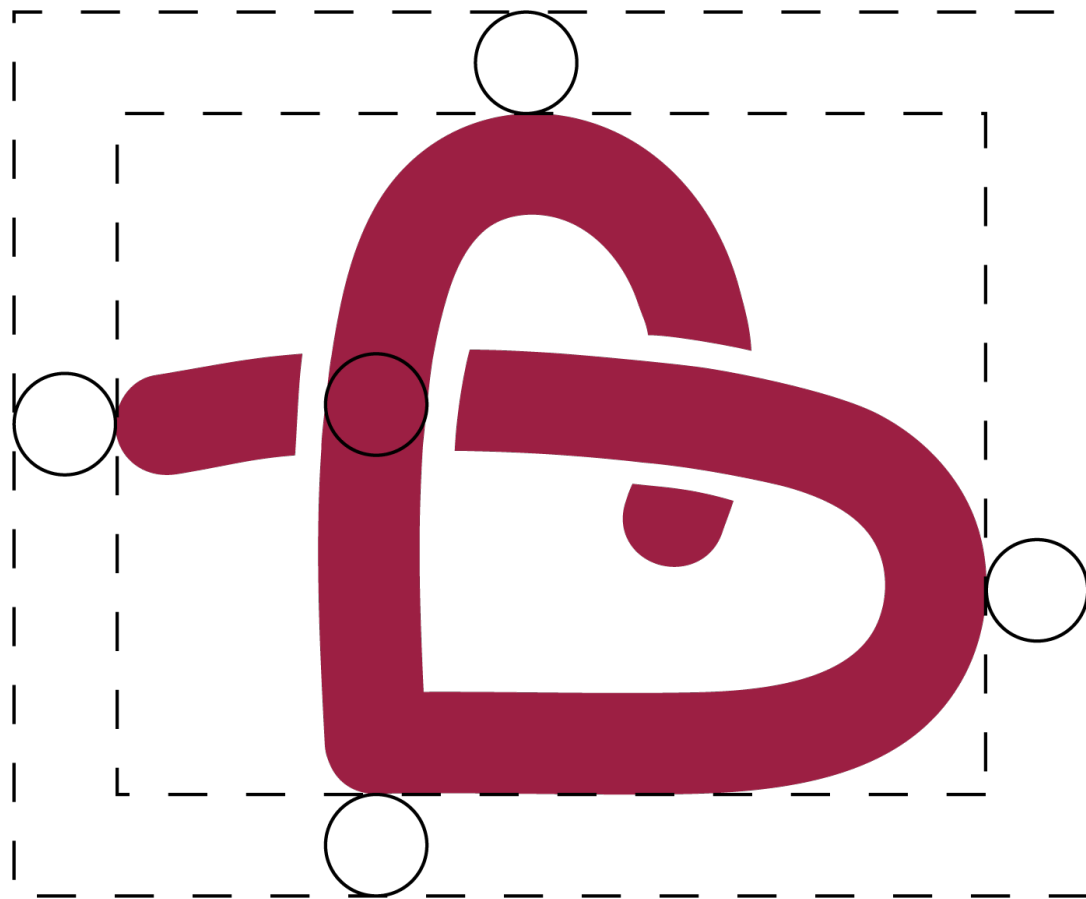
Para asegurar la óptima percepción del logotipo con símbolo en cualquier tipo de soportes y formatos se ha determinado un área de respeto alrededor de este en el que no deberán aparecer texto u otros elementos. Esta área de respeto corresponde a un espacio equivalente al de la letra 'o' de Hipercalzado.



1.7 ÁREA DE RESPETO

Símbología básica

Para asegurar la óptima percepción del logotipo con símbolo en cualquier tipo de soporte y formato se ha determinado un área de respeto alrededor de este en el que no deberán aparecer texto u otros elementos. Esta vez el área de respeto corresponde al grosor de la línea con la que se forma el símbolo.



1.8 COLORES CORPORATIVOS

Símbología básica

Este es el color principal de la marca y el que debe predominar, en esta página se especifican sus referencias. Si las condiciones de impresión no permiten el uso de éste, el logotipo podrá ser impreso en cuatricromía, o en negro.

PANTONE

590C

CMYK: 0 66 35 61

RGB: 99 34 64

HTML: 632240

1.8 COLORES CORPORATIVOS

Símbología básica

Este color forma parte de la identidad de la marca, su uso es secundario.

PANTONE

7420C

CMYK: 0 78 59 38

RGB: 159 35 65

HTML: 9F2341

1.8 COLORES CORPORATIVOS

Símbología básica

Estos serían el resto de colores que forman la paleta de colores de la marca.



CMYK: 0 29 27 31
RGB: 177 125 130
HTML: B17D82



CMYK: 22 40 0 53
RGB: 93 71 119
HTML: 5D4777



CMYK: 7 14 0 10
RGB: 184 172 214
HTML: B8ACD6



CMYK: 0 21 19 20
RGB: 204 161 166
HTML: CCA1A6

1.9 TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

Símbología básica

La tipografía corporativa es la Century Gothic en sus versiones Regular, Bold, Italic y Bold Italic.

Century Gothic Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.:,&%€)

Century Gothic Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.:,&%€)

Century Gothic Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.:,&%€)

Century Gothic Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.:,&%€)

1.9 TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

Símbología básica

La tipografía secundaria es Bebas Neue y se usará en títulos y para remarcar mensajes importantes.

BEBAS NEUE

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 [.:,:&%€]**

1.10 ICONOGRAFÍA

Símbología básica

Se han creado las siguientes ilustraciones de calzado, bolsos y mochilas representativos de la oferta de la tienda. Estas ilustraciones son versátiles y pueden utilizarse tanto de manera individual como para la creación de patrones similares a los que se muestran en las imágenes inferiores. Los diseños pueden aplicarse en un único color o en combinaciones de varios colores corporativos.



2. NORMAS DE BUEN USO DE LA MARCA

2.1 VERSIONES CORRECTAS

Normas de buen uso de la marca

Siempre que sea posible se aplicará la marca en su versión principal. En el caso de no ser posible por razones técnicas se utilizará la versión en blanco y negro.

Hipercalzado
-B Carisa

Versión principal

Hipercalzado
-B Carisa

Versión principal negativo

Hipercalzado
-B Carisa

Versión blanco y negro

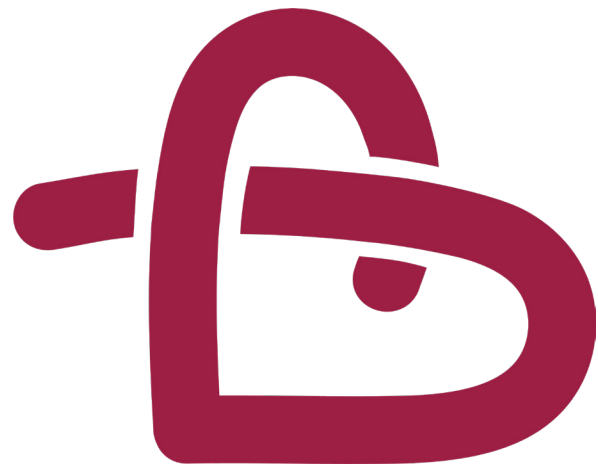
Hipercalzado
-B Carisa

Versión blanco y negro negativo

2.1 VERSIONES CORRECTAS

Normas de buen uso de la marca

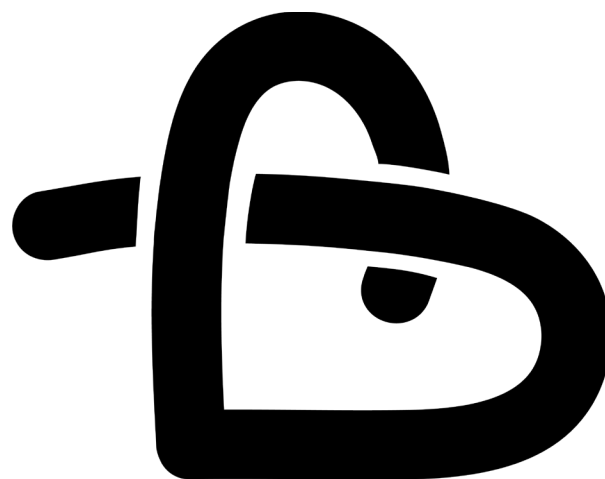
En casos que no sea necesario o no haya espacio para poder poner el logotipo con símbolo se representará la marca sólo con el símbolo.



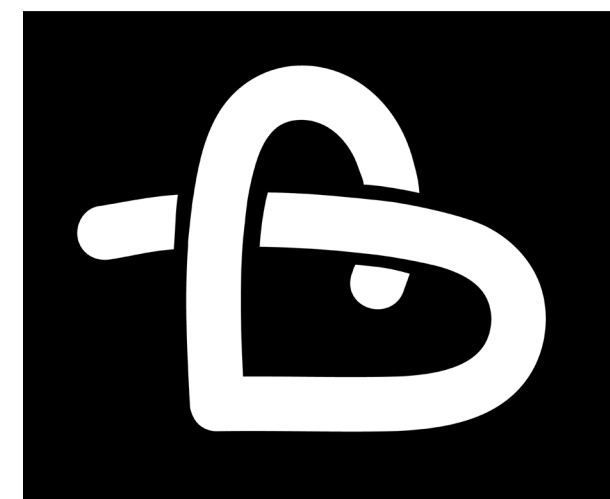
Versión principal



Versión principal negativo



Versión blanco y negro



Versión blanco y negro negativo

2.2 USOS CON FONDOS

Normas de buen uso de la marca

El logotipo a color se podrá usar sobre fondos con los siguientes colores que forman parte de la paleta de la marca.

Pantone 5005C



Hipercalzado
Carisa

Pantone 505C



Hipercalzado
Carisa

Pantone 2092C



Hipercalzado
Carisa

2.2 USOS CON FONDOS

Normas de buen uso de la marca

La máxima visibilidad, legibilidad y contraste se tienen que asegurar en todas sus aplicaciones. Si el logotipo con símbolo se tiene que aplicar sobre fondos no corporativos o fotografías, debe aplicarse en blanco o negro, en función de la luminosidad del fondo.



Uso en fondos con colores claros



Uso en fondos con colores oscuros



Uso en fondos con imágenes claras



Uso en fondos con imágenes oscuras

2.3 EXPRESIÓN TEXTUAL DE LA MARCA

Normas de buen uso de la marca

Cuando la marca Hipercalzado Carisa esté mecanografiada se escribirá tal y como se muestra en el ejemplo.

Escritura correcta

Ejemplo de cómo se escribe Hipercalzado Carisa.

Escritura incorrecta

Ejemplo de cómo **no** se escribe hipercalzado carisa

Escritura incorrecta

Ejemplo de cómo **no** se escribe HIPERCALZADO CARISA

Escritura incorrecta

Ejemplo de cómo **no** se escribe hipercalzado Carisa

3. USOS INCORRECTOS

3.1 APLICACIONES INCORRECTAS

Usos incorrectos

En las siguientes páginas se muestran algunas aplicaciones incorrectas de la marca. El mal uso desvirtúa y perjudica a la misma, por lo que se deberán evitar en todos los casos.

El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad.

Hipercalzado
-B Carisa

Distorsión horizontal

Hipercalzado
-B Carisa

Aplicación incorrecta de color

Hipercalzado
-B Carisa

Distorsión vertical

3.1 APLICACIONES INCORRECTAS

Usos incorrectos

Hipercalzado
Carisa -B

Cambio en la posición de los elementos

Hipercalzado
-B Carisa

Baja resolución

Hipercalzado
-B Carisa

Espaciado incorrecto

Hipercalzado
-B Carisa

Omisión de parte de los elementos

HIPERCALZADO
-B CARISA

Cambios en la tipografía

3.2 FONDOS INCORRECTOS

Usos incorrectos

En las siguientes páginas se muestran algunas aplicaciones incorrectas de la marca. El mal uso desvirtúa y perjudica a la misma. Estas recomendaciones acompañan a todas las versiones de la marca y se deberán evitar en todos los casos.



Uso en fondos con colores claros



Uso en fondos con colores oscuros



Uso en fondos con imágenes claras



Uso en fondos con imágenes oscuras

4. APLICACIONES DE LA MARCA

4.1 TARJETA CORPORATIVA

Aplicaciones de la marca

La tarjeta tiene un tamaño de 85x55mm.

Para la parte frontal hay dos versiones, una con nombre y otro sin.

El nombre se escribe con Century Gothic Bold de tamaño 12 y la información en Century Gothic Regular de tamaño 7.

En la parte frontal se encuentra el logotipo con símbolo y en la posterior el símbolo.

Hipercalzado
 Carisa

Isabel Valle Gerhold

Avda. del Cinca, 30
22300 Barbastro (Huesca)
974315316
calzadoscarisa@gmail.com
@hipercalzado carisa

Hipercalzado
 Carisa

Avda. del Cinca, 30
22300 Barbastro (Huesca)
974315316
calzadoscarisa@gmail.com
@hipercalzado carisa



4.1 TARJETA CORPORATIVA

Aplicaciones de la marca

Ejemplos de aplicación



4.2 BOLSAS

Aplicaciones de la marca

Hay tres tamaños de bolsa, las verticales son de 23x11x31 y 29x12x41 cm, mientras que la horizontal es de 41x12x34 cm. En la parte frontal y posterior irá incluido el logotipo, mientras que en los laterales se incluirá el patrón que se ve en las imágenes.



4.2 BOLSAS

Aplicaciones de la marca

Ejemplo de aplicación en bolsas.



4.3 BOLSA REGALO

Aplicaciones de la marca

Para esta bolsa se usa el modelo horizontal, con el patrón de zapatos en la zona frontal y posterior y el logotipo en los laterales.



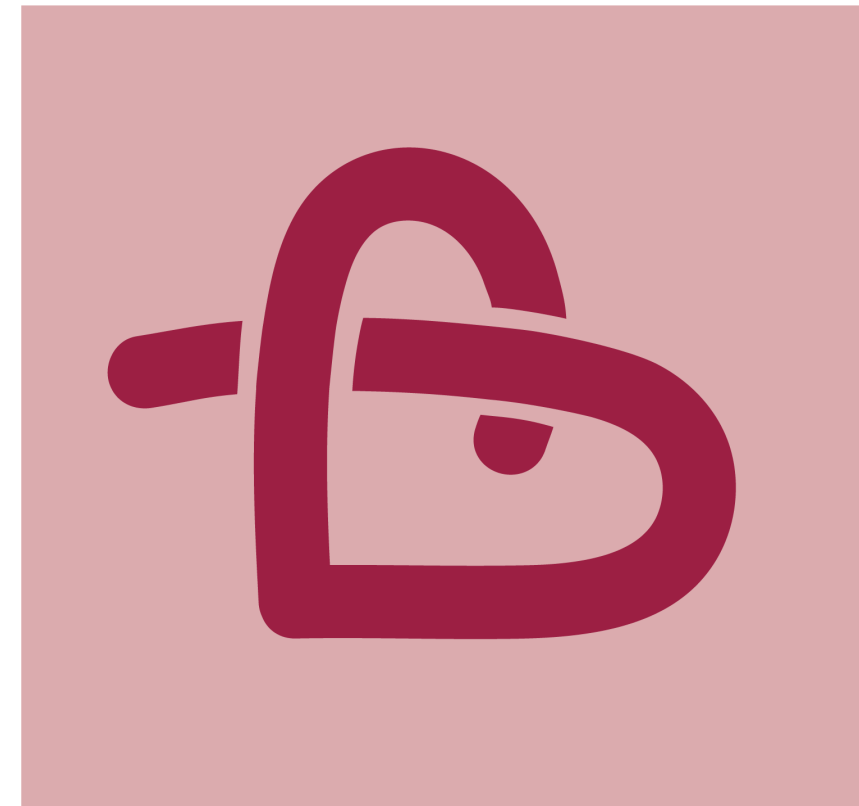
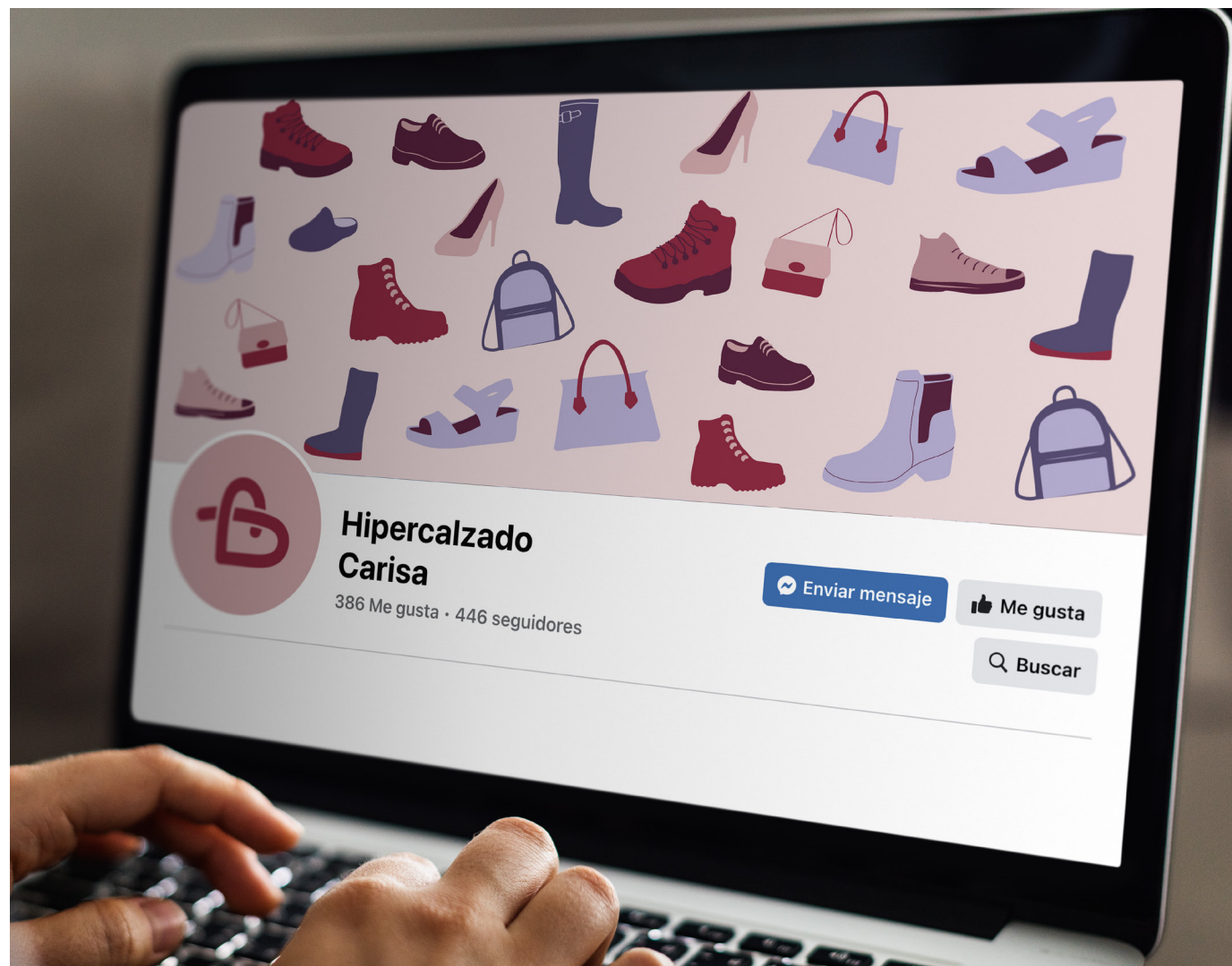
Hipercalzado
-Carisa



4.4 REDES SOCIALES: FACEBOOK

Aplicaciones de la marca

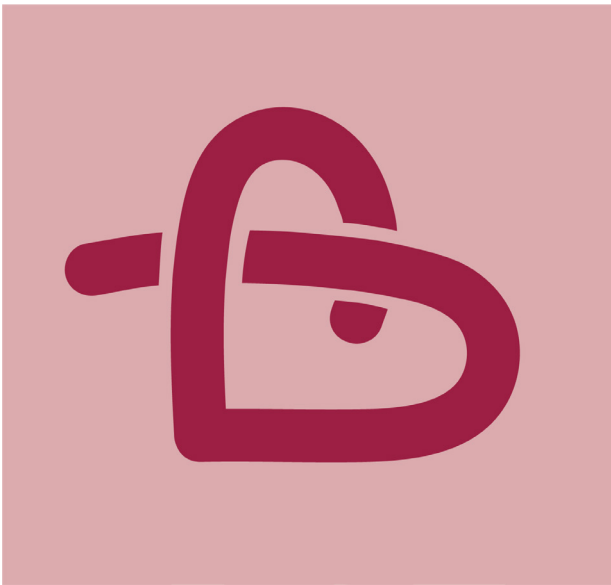
Para la imagen de portada se usa el patrón y el icono para la foto de perfil.



4.5 REDES SOCIALES: INSTAGRAM

Aplicaciones de la marca

Para la foto de perfil se utiliza el icono y como portada de las historias destacadas las distintas ilustraciones de calzado creadas.



4.6 TARJETA REGALO

Aplicaciones de la marca

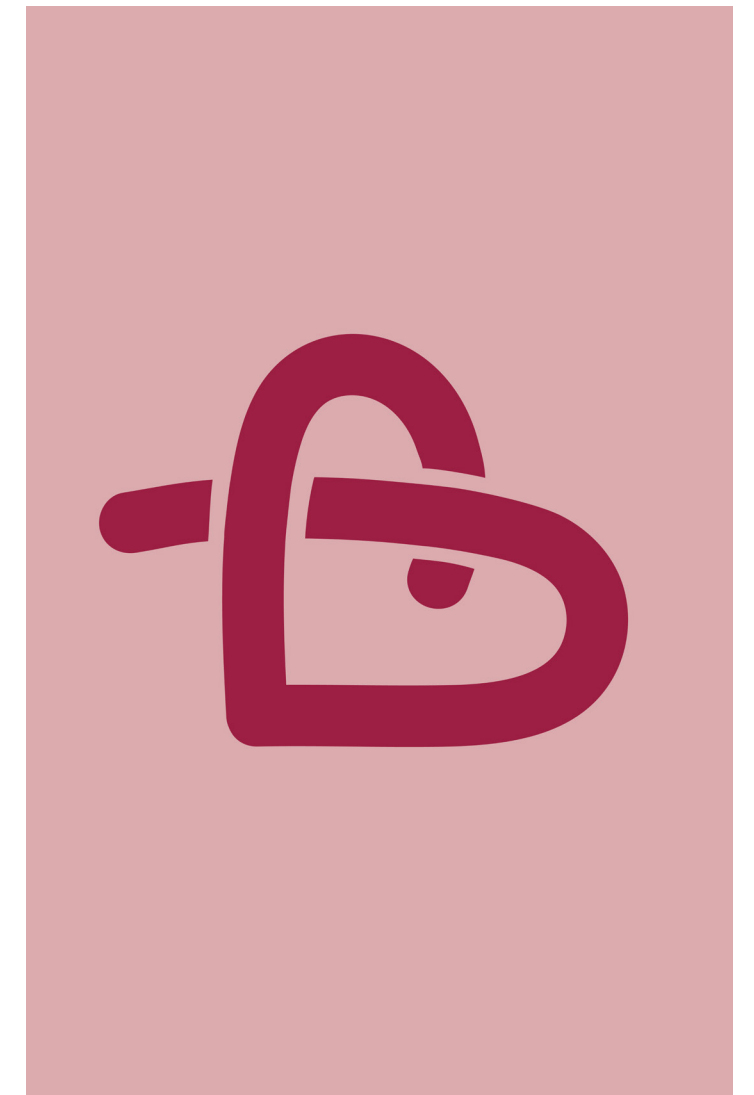
Esta sería la tarjeta regalo, en el recuadro de la derecha se podrá indicar la cantidad.



4.7 BANDEROLA

Aplicaciones de la marca

Para la banderola se utiliza el logotipo con símbolo en un lado y el símbolo con fondo de color en el opuesto. Tiene unas medidas de 97x63cm.



4.8 RÓTULO

Aplicaciones de la marca

En el rótulo se utiliza el logotipo sin símbolo como excepción, debido a su longitud.

Tiene unas medidas de 64x551cm.



Hipercalzado Carisa

4.9 PEGATINAS

Aplicaciones de la marca

Aplicación a pegatinas.



4.10 TAZAS

Aplicaciones de la marca

Aplicación del logo y patrón a tazas.

