

DIESEL

PROYECTO ESCAPARATE

Elia Fuentes Albero

proyecto escaparate

“DIESEL”

INDICE

Introducción al escaparatismo

Localización

Descripción de la tienda

⌚ **Historia de la marca "Diesel"**

Psicología del dueño

Análisis del producto de venta

⌚ **Público al que va dirigido**

Desarrollo de ideas

Desarrollo del proyecto

Presupuesto

Conclusión y opinión personal

1. INTRODUCCIÓN AL ESCAPARATISMO

Podemos definir “escaparatismo” como el arte de presentar de forma adecuada, combinando objetos y materiales, los artículos que tiene a la venta un establecimiento en su escaparate. Es un conjunto de técnicas aplicadas al diseño y montaje de los escaparates.

Parte del éxito comercial de una tienda depende de que la decoración de su escaparate sea apropiada y atractiva.

Podríamos decir que hay unas “reglas de oro” del escaparate que son:

- ⌚ No disminuir el espacio dedicado a la venta dentro del establecimiento
- ⌚ Estar siempre limpio y luminoso
- ⌚ Mostrarse atractivo y sugerente
- ⌚ Proponer una selección de artículos estratégica para el negocio
- ⌚ Parecer siempre nuevo. Se recomienda variar la exposición cada 15 o 20 días para mantener vivo su poder de atracción.

Todo este trabajo no se podría llevar a cabo sin un profesional ,escaparatista, que dedique su tiempo al “arte” del diseño de escaparate, para así de esta manera poder llegar al éxito de ventas de nuestro negocio.

2. LOCALIZACIÓN

Este local se encuentra en un centro comercial (cc arena) situado a las afueras de la ciudad de Valencia.

Aquí bajo un plano de ubicación de dicho centro:



Arena Multiespacio
C/ Santa Genoveva Torres, N°21, 46019
Valencia
Tel. 963 68 98 78
e-mail: info@arenamultiespacio.com

El centro se caracteriza por la ausencia de barreras arquitectónicas y es fácilmente accesible a cada una de sus áreas. En referencia a los accesos, los ciudadanos disponen de una amplia gama de posibilidades:

3. DESCRIPCIÓN DE LA TIENDA

Este local como ya he dicho anteriormente esta ubicado dentro del centro comercial arena, es una tienda pequeña pero su ubicación en la puerta principal del centro, sus paredes acristaladas(que hacen que toda la tienda sea un gran escaparate) y su decoración y estilo modernista hacen que esta tienda sea muy atractiva.

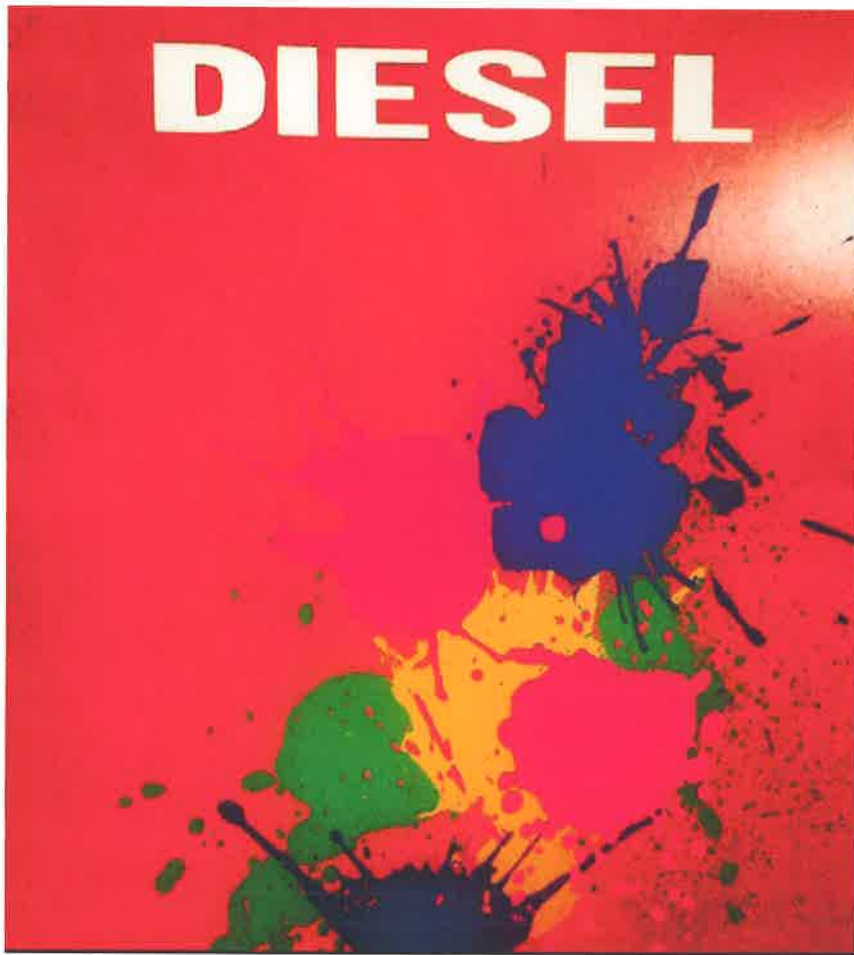
🕒 Historia de la marca “Diesel”

Renzo Rosso nace en 1955 en Padua al noreste de Italia. A temprana edad se confecciono un par de extravagantes pantalones acampanados en la máquina de coser de su madre. Cuando se los puso, todos sus amigos lo envidiaron y desearon tener un par también. Así es como nació un pionero en la moda. En 1975 comenzó a producir su propia línea. En 1978 unió fuerzas con varios fabricantes de la región, a los cuales llamaron “the genius group”. De este grupo se desprendieron un número significativo de marcas que continúan siendo famosas hoy en día, incluyendo Katherina Hamnett, replay y por supuesto Diesel.

En 1985 Rosso toma el control absoluto de la marca y se rodeó de diseñadores que compartían su opinión de la moda. Con la visión de crear inusuales prendas para clientes muy individualistas. Conducido por la singular imagen de la marca y sus bizarras y llamativas campañas publicitarias, Diesel es hoy por hoy un nombre de culto, que ha acuñado a lo largo de los años una enorme cantidad de premios y reconocimientos. En 2005 Renzo celebro sus 50 años de vida con un best seller llamado “Fifty: part biography, part history and part vision of the future”.

Actualmente su energía no ha disminuido y continua guiando la marca a través de la evolución de un pionero de los jeans a proveedor líder de ropa casual de lujo.

La frase mas conocida de Renzo es: “Diesel no es una compañía, es mi vida”.



4. PSICOLOGÍA DEL DUEÑO

Es una persona que le importa mucho el estilismo y eso lo quiere transmitir a su negocio sacando el máximo beneficio posible, con vitalidad y alegría envidiable que traslada a la dinámica de su comercio.

Se preocupa por el aspecto de su tienda en particular de la imagen al exterior, es decir el escaparate como reflejo de la tienda.

Ha sido un cliente receptivo y ha tomado en consideración mis puntos de vista como escaparatista. Lo que ha hecho que pudiéramos compartir nuestros puntos de vista

5. ANÁLISIS DEL PRODUCTO DE VENTA

🕒 Público al que va dirigido

Para determinar el público al que va dirigido, fue necesario realizar un análisis basado en características como modelos de compra, perfiles sociales...

Este centro comercial está situado en un barrio donde el estatus económico de las familias es de un nivel medio-bajo, de ahí que la elección de la imagen exterior a transmitir sea sencilla, accesible y bastante adaptada a las diferentes clases de público.

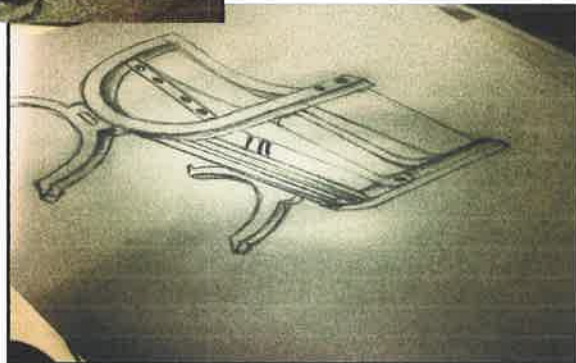
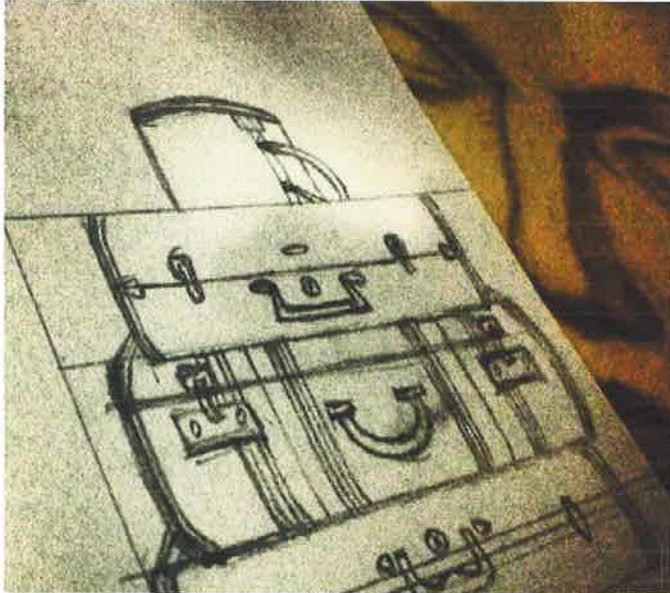
Como ya hemos dicho anteriormente, Diesel es una marca casual de lujo.

Esta tienda esta especializada en calzado, tiene productos destinados al hombre, mujer y niño.

Esta dentro de compra por impulso ya que es una marca de "lujo", no todos los transeúntes pueden permitirse este tipo de marcas por lo que podríamos decir que es un impulso, capricho, en ningún momento lo definiríamos como necesidad.



6. DESARROLLO DE IDEAS (Bocetos)



Boceto n.1

El boceto numero 1 son cajas de madera vieja las cuales algunas nuevas y otras rotas (dejando caer partes de ella por el suelo) se esparcirán por todo el escaparate dejando ver un aspecto destartalado pero moderno y campestre a la vez.

Boceto n.2

En el boceto numero 2 utilizaremos botellas de cristal (las cuales pintaremos cada una de un color diferente) colocándolas a diferentes alturas solo en un lado del escaparate.

Boceto n.3

El boceto número 3 son tarros de cocina de cristal de diferentes tamaños en los cuales colocaremos bombillas que pintaremos de colores llamativos.

Estos tarros se extenderán por el suelo del escaparate formando así diferentes alturas y colores.

Boceto n.4

El boceto número 4 es un tronco el cual colocaremos con unas arandelas al techo del establecimiento, colocando previamente alrededor del tronco unas cuerdas para aguantar su peso. De ahí haremos que caigan las zapatillas a diferentes alturas.

Boceto n.5 y n.6

En el boceto número 5 he decidido hacer otro estilo mas retro/vintage con maletas antiguas de diferentes tamaños pero en la misma gama de tonos tierra, colocadas de forma piramidal a un extremo del escaparate.

Incluiremos también aquí el boceto número 6 el cual consta de una silla antigua de madera de roble y asiento d piel, la cual colocaremos al otro extremo.

De esta manera crearemos un espacio muy vintage. La colocación del calzado ira en grupos, dejándolos caer por encima de la silla, por los escalones que crearan las diferentes alturas de las maletas...

Boceto n.7

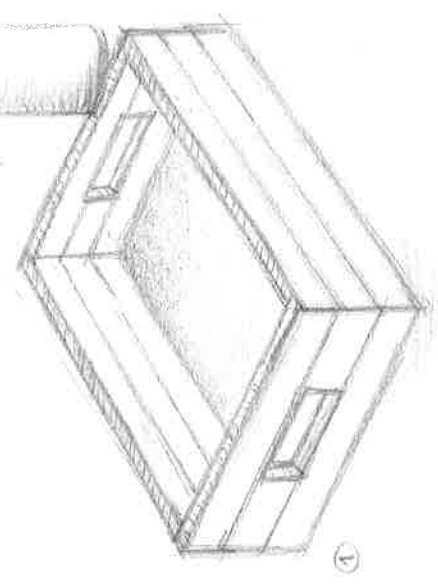
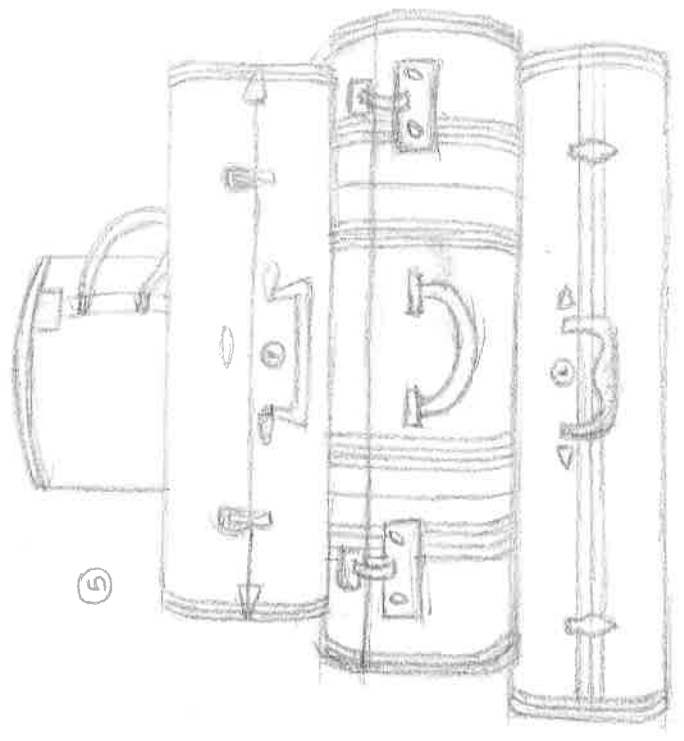
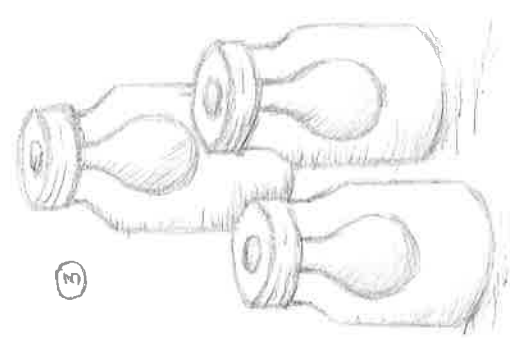
Este boceto ha sido elegido para el proyecto final de nuestro escaparate.

Consta de hilos de pescar y bolas de corcho pintadas de una manera degradada de negro a blanco pasando por una gama de grises.

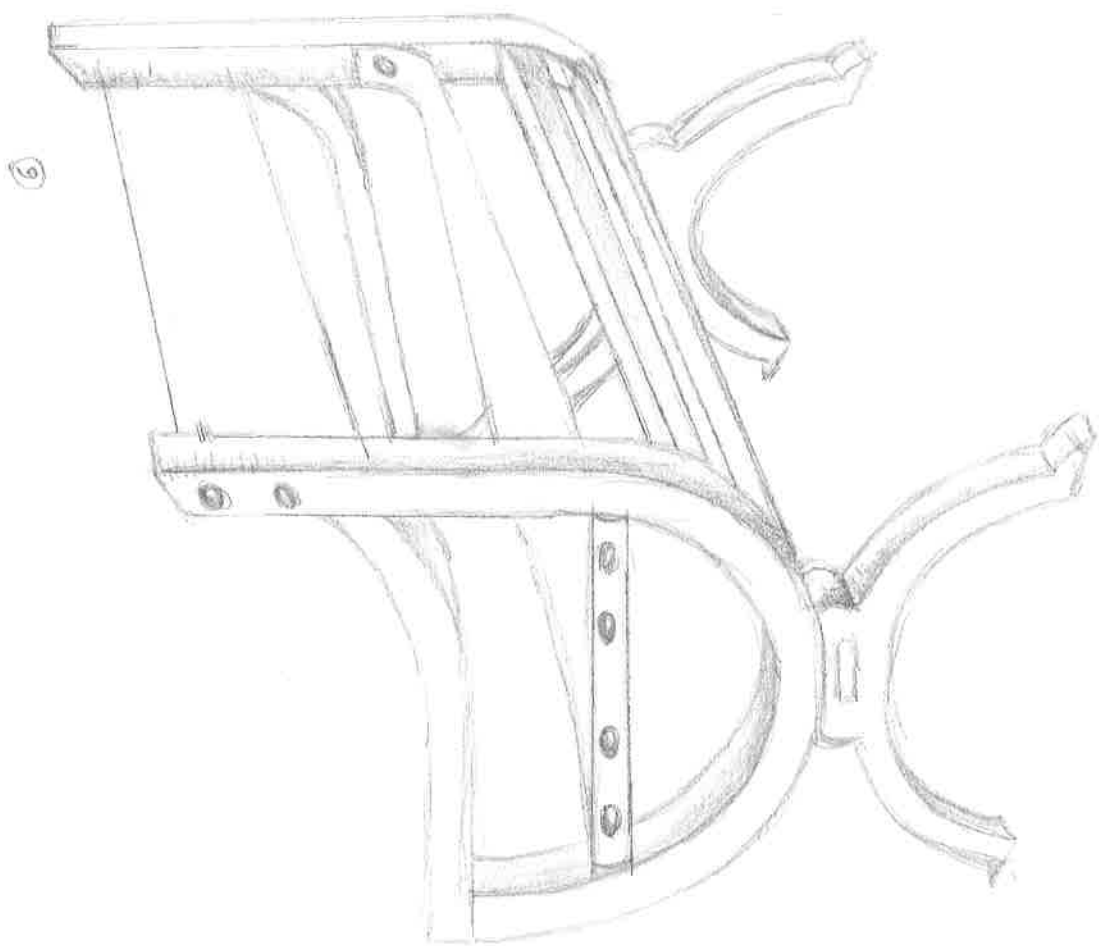
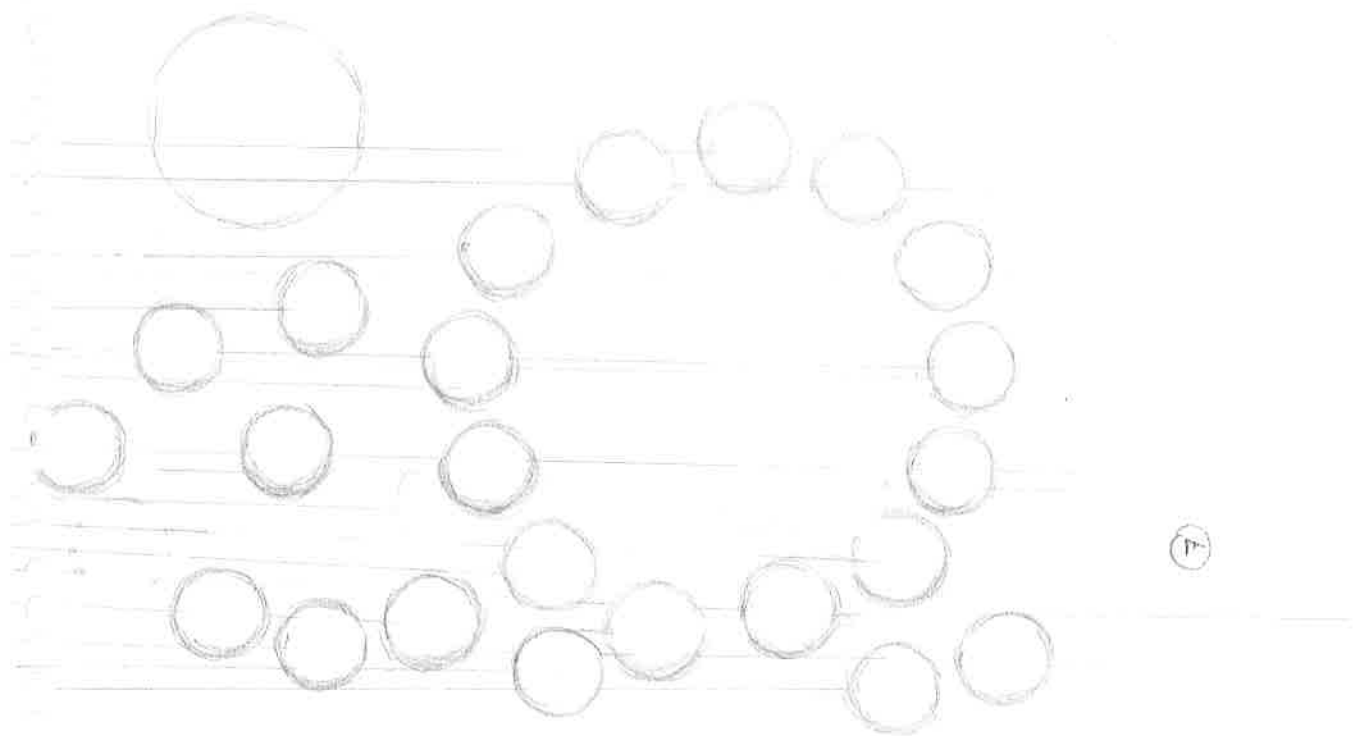
Las colocaremos desde el techo con diferentes arandelas dejándolas caer a diferentes alturas creando a su vez círculos dentro de los cuales colocaremos (también sujetos con hilos) diferentes zapatillas.

He utilizado esta gama de colores porque son tonos neutros los cuales llaman la atención pero sin dejar detrás el calzado llamativo de Diesel. Porque hay que recordar que por muy llamativo que sea el escaparate la atención tiene que ir directa al producto pues nuestro fin es vender.

(MATERIALES)



Materiales
Caja



7. DESARROLLO DEL PROYECTO

A continuación veremos el desarrollo del escaparate.

Primero expondremos el escaparate inicial formado por unas cajas de "Diesel" rojas colocadas de forma piramidal. Consta de 5 cajas colocadas encima de un módulo gris de hormigón propio de la misma tienda.

La iluminación de este establecimiento es de bajo consumo, consta de 4 halógenos en el techo. Tiene suficiente iluminación para que los productos llamen la atención pero no deslumbre al espectador.

Para el nuevo escaparate voy a dejar dichos halógenos pues me parece una buena iluminación, lo único que direccionaré éstos a los puntos que yo crea conveniente para que los productos llamen la atención.



Proyecto final escaparate

He decidido utilizar los materiales del boceto número 7 porque es algo neutro, que no entra dentro de ningún público en concreto, y ya que nuestra tienda esta situada dentro de un centro comercial donde el paso de gente es muy diversa creo que es un acierto.

Los colores utilizados además de ser colores muy neutros (negro, gris y blanco) entran dentro de los colores de la marca. Podríamos incluir también el rojo, pero a mi parecer creo que ya que lo que queremos resaltar son las zapatillas estos tres colores son suficientes para llamar la atención del espectador sin dejar de lado nuestro llamativo calzado.

Las dimensiones de nuestro espacio escaparate es de **2 x 2.50m** se trata de una tienda "pecera", tienda "escaparate" la cual es toda acristalada por lo que no nos marcaran nuestra profundidad de escaparate, de ahí que solo marque el largo y alto de éste.

Consta de:

Hilos de pescar

Bolas de corcho (aproximadamente 100 unidades)

Arandelas

3 botes de pintura especial para corcho

El coste de nuestro escaparate no incrementa por los materiales, ya que éstos son económicos, pero es un trabajo muy costoso de montar y el trabajo de realización en el establecimiento y el realizado en casa hará que éste sea un poco mas costoso económicamente hablando.

Como ya hemos explicado anteriormente en el apartado "boceto n.7":

"Nuestro proyecto final consta de hilos de pescar y bolas de corcho pintadas de una manera degradada de negro a blanco pasando por una gama de grises."

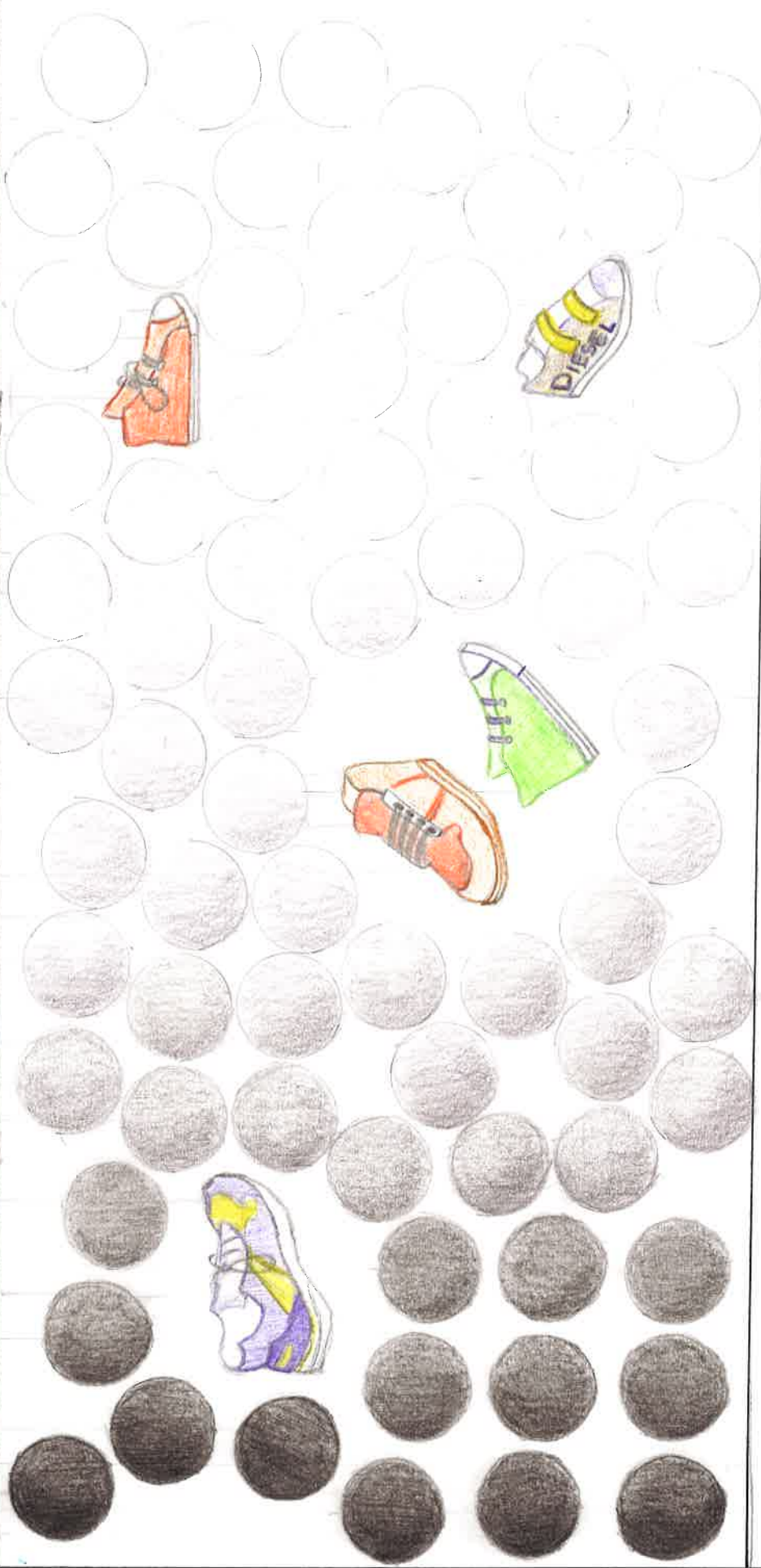
"Las colocaremos desde el techo con diferentes arandelas dejándolas caer a diferentes alturas creando a su vez círculos dentro de los cuales colocaremos (también sujetos con hilos) diferentes zapatillas."

A continuación expondré el boceto final del llamativo proyecto escaparate.

He acabado contenta con éste proyecto pues éste me parece original, algo diferente que llama la atención lo cual hará que los transeúntes se acerquen a él.

Colocaremos diseños llamativos dentro de los círculos, ésto hará que nuestro espacio, llame la atención como escaparate y a la vez por sus colores neutros no dejen de lado estos increíbles diseños de calzado porque como llevamos repitiendo durante todo nuestro curso y repetiremos a lo largo de nuestra trayectoria profesional: **“El fin de un escaparate es VENDER”**

DIESEL



8. PRESUPUESTO

MATERIAL ESCAPARATE	EUROS	
Arandelas		10 euros
Bolas de corcho (100 unidades)	1 (e/u)	100euros
Pintura especial para corcho (3 colores)		36 euros
TOTAL		146euros

	EUROS	
TIEMPO DE COMPRA MATERIAL	1hora	15euros
IDEA DE REALIZACIÓN		150euros
TIEMPO DE REALIZACIÓN DE ESCAPARATE	4horas	40 euros
TIEMPO UTILIZADO EN CASA	4horas	40euros
TOTAL		245 euros

TOTAL PRESUPUESTO ESCAPARATE	391 euros
-------------------------------------	------------------

9. CONCLUSIÓN Y OPINIÓN PERSONAL

El haber realizado este trabajo, me ha ofrecido conocimientos para reflejarlos en cualquier establecimiento comercial, y puesto en práctica todo mi aprendizaje impartido en la academia.

He sido capaz de demostrar que los escaparates ayudan a incrementar las ventas si son atractivos e innovadores además de una satisfacción personal y un reto.

