

Diseño detrás del cristal

El escaparate es el vehículo fundamental de comunicación entre el comercio y los clientes potenciales, sintetizando y reflejando el estilo de la tienda, lo que es y lo que vende. Hoy día, en una sociedad en la que la imagen prevalece sobre el producto, el escaparatista es el encargado de manejar los recursos visuales con eficacia para la moderna distribución comercial.

Firma: M. S.

ESTÁ demostrado que un escaparate bien realizado es el que realmente vende el producto, ya que del grado de atracción que ejerza sobre el comprador, dependerá que éste entre en el establecimiento y efectúe la compra.

Cuando se consigue que el cliente se detenga a observar el escaparate lo hace por un breve espacio de tiempo. En estos segundos hay que convencerle de los beneficios de la tienda y de los productos que hay en ella. El escaparate ha de tener un orden y no muchos productos, para

que en escasos segundos obtenga una información clara que le dará una idea de lo que se encontrará dentro, consiguiendo que resulte atractivo.

El escaparate tiene que ser diferente, pero no se puede pensar en la comunicación del diseño exterior aisladamente, como si fuese la única empresa que existe, siempre hay que pensar que se forma parte de conjunto de escaparates con diferentes mensajes y de un conjunto de tiendas que van a ofrecer productos iguales o sustitutivos.



El escaparate debe atraer la atención del futuro cliente.

UN BUEN ESCAPARATE

1. Transmisión de la información.

Con el escaparate se transmite una información que hará que el consumidor catalogue el establecimiento.

2. Atracción del público objetivo.

Primero se debe saber cuál es el público objetivo, para después adaptar el escaparate a ese público, con el fin de llamar su atención.

3. Persuasión del consumidor.

El escaparate es un elemento vendedor, incluso fuera del horario comercial.

4. Originalidad.

Un escaparate con un diseño original llama más la atención.

5. Adecuación al entorno.

El escaparate se integrará en el marco que le rodea, por un lado con la fachada y los establecimientos cercanos, y por otro con la arquitectura en la que se enmarca.

6. Exposición clara del precio.

Según la legislación vigente, todos los artículos expuestos deben llevar los precios claramente indicados, salvo excepciones.

7. Renovación.

Se debe calcular la media de impactos que se quieren realizar, y saber que una vez impactado un cliente potencial un número de veces, se pierde eficacia.

8. Planificación.

Al realizar la renovación hay que tener en cuenta el calendario festivo y los diferentes eventos.

9. Correcta colocación.

La comunicación debe ser con un mensaje claro y sencillo. La limpieza y el orden son requisitos imprescindibles.

10. Comunicar servicios adicionales.

El escaparate también puede informar sobre servicios adicionales.

11. No cerrar el escaparate.

Nunca se debe cerrar o disminuir la visibilidad del escaparate. En la medida de lo posible, no deben cerrarse por la noche ni taparse por el sol.

PLAN DE ESTUDIOS

- **Duración**
- – 1.950 horas (2 años).
-
- **Plan de estudios**
- Se compone de catorce módulos profesionales teóricos, uno práctico y proyecto final:
 - Historia de la arquitectura y de su entorno ambiental.
 - Historia del escaparatismo.
 - Teoría del escaparatismo.
 - Dibujo y color (I y II).
 - Expresión volumétrica.
 - Dibujo técnico.
 - Matemáticas.
 - Diseño asistido por ordenador (I y II).
 - Audiovisuales.
 - Idioma extranjero.
 - Mediciones, presupuestos y planificación de obras.
 - Proyectos (I y II).
 - Tecnología y sistemas constructivos (I y II).
 - Formación y orientación laboral.
 - Proyecto final.
 - Fase de prácticas.

Escaparatismo

El escaparatismo es un arte efímero, el arte de presentación de un producto cuyo principal fin es vender este producto de la manera más efectiva y atractiva, con una argumentación y unos elementos conjugados, tales como la luz, el color, el diseño y la creatividad. De ahí que de la capacidad y el gusto que tenga el escaparatista, dependerá, a menudo, que un viandante entre en el comercio y se interese por los productos en venta. Una labor de imagen, una forma de comunicar fundamental hoy día en la sociedad de consumo en la que nos movemos.

El objeto y la finalidad del ciclo de Técnico Superior en Escaparatismo, es formar profesionales del Escaparatismo con capacidad y autonomía para insertarse en el mundo laboral, tanto de forma

Más información

- **Familia Profesional:** Diseño de Interiores.
- **Título:** Técnico Superior en Escaparatismo.
- **Otros títulos de la familia: De Grado Superior:** T. S. en Amueblamiento; T. S. en Arquitectura Efímera; T. S. en Elementos de Jardín; T. S. de Proyección y Dirección de Obras de Decoración.
- **Acceso desde:** Bachillerato en Artes; Graduado en Artes Plásticas y Diseño, en especialidades del ámbito del Diseño de Interiores, y Técnico Superior correspondiente a otro ciclo formativo de la misma familia profesional. Desde otros Bachilleratos con prueba de acceso específica.
- **Dónde se imparte:** Barcelona; Cantabria; Madrid.

autónoma como integrado en equipos de grandes firmas comerciales.

El primer curso tiene un carácter generalista, donde el alumno adquiere conocimientos y destrezas instrumentales básicas que todo artista y técnico ha de conocer y dominar, como son el dibujo artístico y técnico, y el dominio de los programas informáticos y conocimientos plástico, a la vez que se le introduce en la elaboración de proyectos.

El segundo curso tiene un carácter especialista, en el que se profundiza en los conocimientos que un profesional del Escaparatismo ha de dominar, como es la elaboración para su ejecución de Proyectos de Escaparatismo. Estos ya no se restringen al escaparate tradicional como todos podemos entender, sino que se extienden hacia el interior del local para diseñarlo en su totalidad o restringirlo a puntos de especial ambientación o dar respuestas a promociones de un producto concreto durante un período de tiempo generalmente corto.

El escaparatista es diseñador de interiores, pero también

ejecutor, creador de nuevos espacios. Por eso, la creatividad, el instinto comercial, la técnica y el buen gusto y sentido estético son algunas de las características de estos profesionales. El crecimiento de las cadenas de moda y de los establecimientos comerciales de todo tipo, hacen que estos titulados sean muy demandados últimamente en este tipo de grandes almacenes y franquicias. ✱



Se trata de un arte efímero que debe ser impactante y diferente.