

COMPARATIVA Y EVOLUCIÓN DEL EXTERIOR DE LOS ESTABLECIMIENTOS

Realizado por:
Alberto Durán Pascual
3º E.S.I.C.

INTRODUCCIÓN

A lo largo de este trabajo compararé, tanto la fachada como el escaparate, de una serie de establecimientos. Trataré tiendas de ropa para gente joven y farmacias.

Trataré de comparar como eran antes y como son ahora. Posteriormente, y teniendo en cuenta, tanto las farmacias como las tiendas de ropa, comentaré cual es la tendencia actual de los escaparates en España.

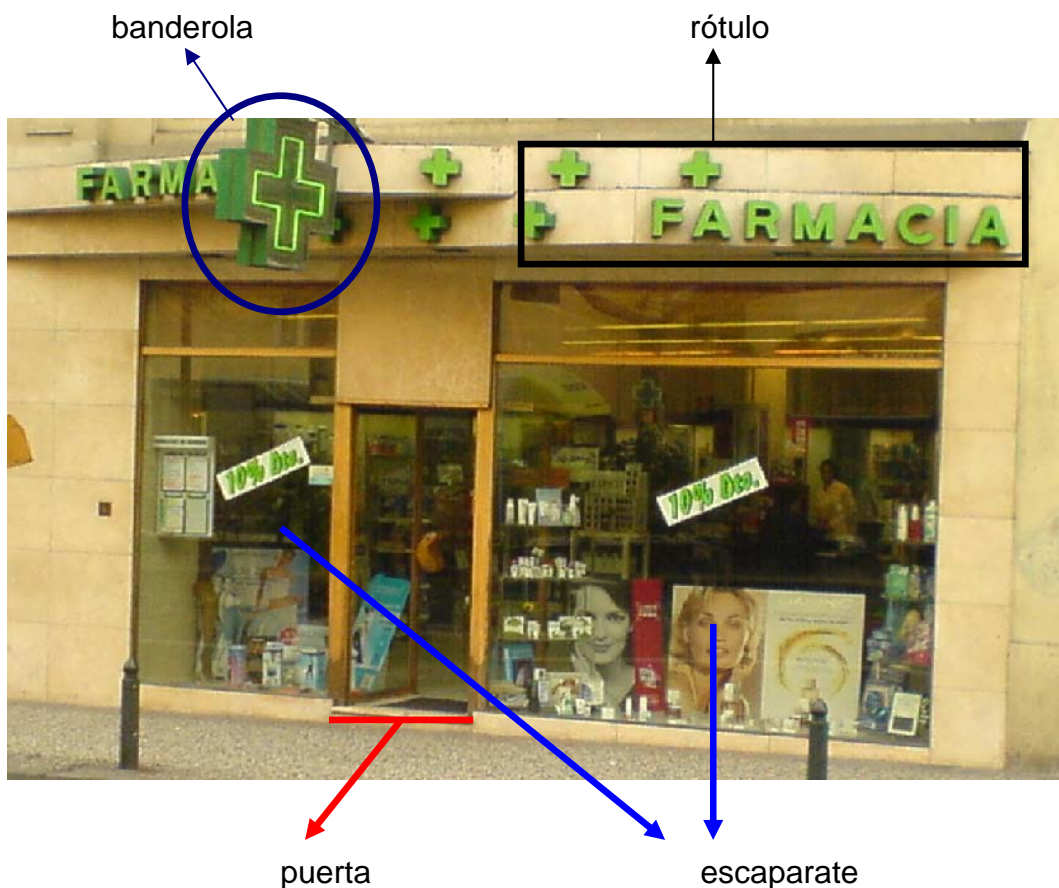
Para los casos de tiendas de ropa usaré en casi todo momento tiendas LEVIS, y para farmacias serán farmacias de Zaragoza.

PUNTOS A TRATAR

Antes de comenzar a explicar los ejemplos diré que elementos voy a tratar y también aquellos que no trataré, y el por qué.

Como ya he dicho antes este trabajo irá enfocado al exterior de las tiendas, por lo que los puntos a tratar serán:

- Rótulo, ya que es el instrumento que el consumidor utiliza para identificar establecimiento. Es el punto donde se ve el logotipo de la tienda. Normalmente puede ser uno de los puntos más importantes en los establecimientos de marcas con gran prestigio.
- Escaparate, que es la abertura en la fachada que permite los productos, buscando el atraer al consumidor.
- Puerta de entrada
- Banderola, que en mi caso solo lo veremos para farmacias.



No trataremos el toldo, ya que en ninguno de los ejemplos sale.

TIENDAS DE ROPA

Primero veremos una comparación de unas tiendas Levis actual y otra antigua.

ANTIGUA



ACTUAL

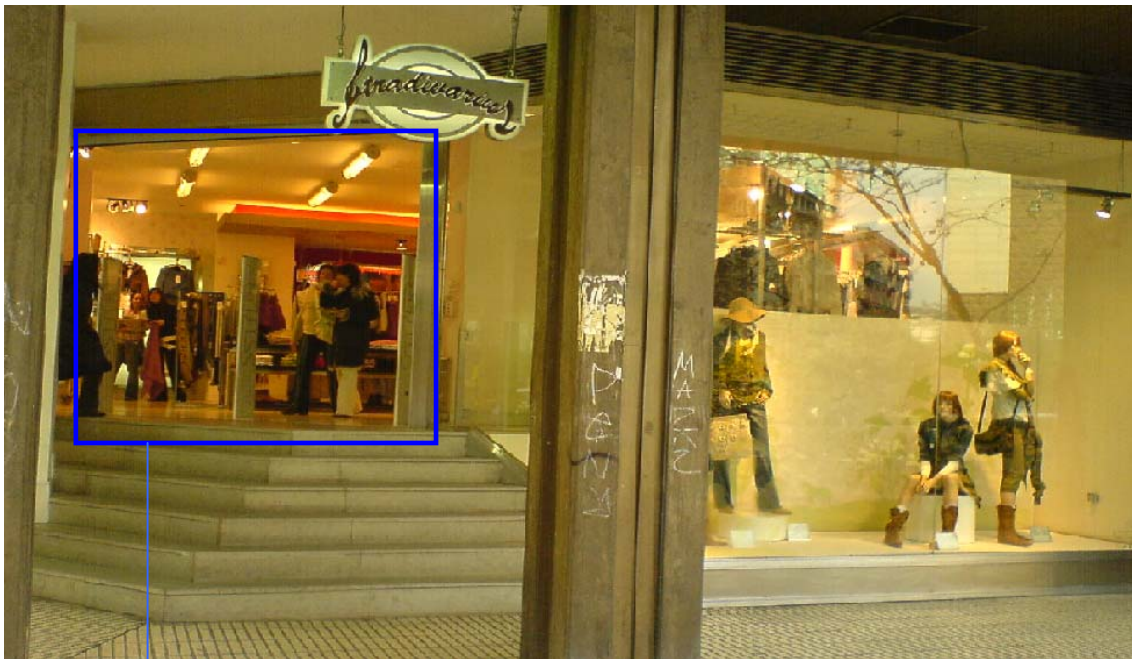


Una de las principales diferencias que se pueden ver a simple vista es el rótulo. Este cambio se debe, al cambio que Levi's a realizado en el logotipo. A pasado de tener unas letras en mayúsculas oscuras (LEVI'S STORE), las cuales están enfocadas por la noche con un foco para que se puedan ver (formando un rótulo paralelo), a tener un rótulo con letras blancas encima de un fondo rojo, con una forma entre cilindro y

rectángulo (en este caso no llegaría a ser un banderola, pero lo han situado de tal manera que pasando por la acera, paralelo a la tienda, veas el rótulo). Este rótulo por la noche no necesita iluminación de un foco, ya que se enciende una luz dentro del cilindro que la ilumina. Desde mi punto de vista, este rótulo es más adecuado ya que al utilizar el color blanco sobre el rojo llama la atención, y el rótulo tiene volumen por lo que llama más la atención. Además, hay que tener en cuenta que en el interior de las tiendas el color usado es el rojo (color corporativo de Levi's).

Respecto al escaparate vemos antes usaban un escaparate de fachada, con un fondo que no permite ver el interior de la tienda, y de cajón alto, lo que provoca que se desaproveche parte de la fachada. Actualmente se usa más el escaparate de fachada sin fondo y hasta el suelo, el cual nos permite ver todo el interior de la tienda y además usar mejor el espacio.

Respecto a la puerta de entrada, aquí se puede llegar a ver el mayor cambio de todos. Pasan de tener unas puertas manuales, a no tener puertas. Esto se está comenzando a dar en muchas tiendas de ropa para jóvenes como vemos en siguiente caso:



En este caso también podemos observar la ausencia de puertas, y el único control existente son unos detectores. Esto busca el que no haya ningún elemento físico que impida la entrada al establecimiento, y que el mismo establecimiento forme parte de la calle, facilitando al consumidor a dar el paso para entrar en la tienda.

La tendencia de Levi's, al igual que todas las tiendas de ropa juvenil, es hacer a la misma tienda más llamativa a los ojos del transeúnte, para poder conseguir su atención. Y el segundo punto, sería el hecho de hacerlas lo más familiares posibles, ya que si pasas por delante de un escaparate sin fondo 5 veces a la semana, dejándote ver el interior de la tienda, provoca que luego no exista el miedo al entrar por el qué habrá dentro.

En este caso Levi's no se le da ningún uso a la acera.

En las siguientes imágenes podemos ver dos "tipos" de tiendas Levi's (son las más comúnmente usadas por la franquicia, si el espacio lo permite).



Actualmente, Levi's suele tratar de abrir tiendas con esta forma, las cuales tienen unos escaparates sin fondo y hasta el suelo que te permiten ver el interior. Otro factor importante, es el tipo de rótulo que te obligan a poner. Viendo estos ejemplos de tienda, tenemos que tener en cuenta que al poder ver el interior de la tienda, no solo ves aquella ropa que te ponen en el escaparate, sino aquella que hay en el interior. Desde mi punto de vista, otro punto importante de poder ver el interior, sería el hecho de ver si en la tienda hay gente o no, ya que el consumidor normalmente prefiere entrar en lugares que haya gente.

Aunque no se ha podido observar en las fotos, la mayoría de estos establecimientos tienen unos cierres (concha o tijera), que permiten ver el interior de la tienda aún cuando está cerrada.

A continuación vamos a ver una serie de ejemplos de tiendas pero dentro de centro comerciales:





Aquí podemos ver una serie de ejemplos de establecimientos en el interior de Centros Comerciales. Como podemos ver, en este caso de tiendas se parecen mucho al caso de las tiendas Levi's.

En los tres casos vemos como se busca iluminar el rótulo, consiguiéndolo de manera más efectiva en el caso de Carlings. En este caso, al ser un centro comercial el único cambio significativo, sería la acera que tiene que cumplir las reglas del Centro Comercial. Respecto a la entrada, vemos que tampoco tiene puerta, e incluso en este caso es más efectivo que cuando están en la calle, ya que esto provoca que parezca todo la "calle" del Centro Comercial. Respecto al escaparate usan el mismo tipo que en el caso que he explicado de Levi's.

FARMACIAS

Ahora veremos una comparación del exterior de las farmacias antes y actuales (o más bien la tendencia que se tiene hoy en día).

ANTIGUA



ACTUAL

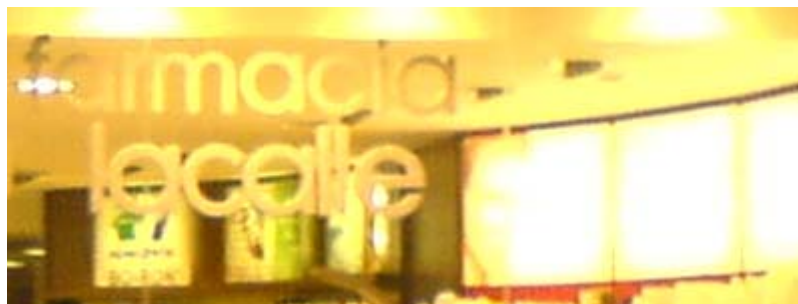


Como podemos ver, ambas tienen una banderola que es obligatoria. Esta banderola se enciende si la farmacia está abierta, por lo que su función principal sería informar que la farmacia está abierta, además de comunicar que en ese punto hay una farmacia.

Además, como vemos en el siguiente ejemplo, esta banderola tiene otra función más, que es publicitar productos. Esto lo podemos ver en una de las banderolas que tiene una de las farmacias que hay en Paseo Independencia.



Además, poseen otro rótulo paralelo que varía dependiendo de la farmacia. La farmacia antigua tiene un rótulo en blanco sin ningún tipo de volumen, mientras que la farmacia más actual tiene un rótulo con volumen, rodeado de "cruces de farmacia" en color verde. Respecto a los rótulos no se puede decir que las farmacias estén cambiando hacia un estilo determinado porque como se va a ver en las siguientes fotos hay todo tipo de rótulos.



En el caso de las farmacias, las entradas siguen teniendo puertas. Al contrario que en las tiendas de ropa, no les interesa el que la tienda parezca una continuación de la calle, ya que el concepto de farmacia es que entras a un sitio diferente, donde la salud es lo primero, por lo que tiene que dar un aspecto de un lugar limpio, y donde la salud es lo más importante.

La diferencia más importante se ve en el escaparate, ya que se pasan de escaparates de fachada con fondo, donde solo se pueden ver los productos que publicitan, a escaparates sin fondo donde se ven tanto los productos como el interior de la tienda. Además, actualmente también se usan para comunicar las rebajas.

En la siguiente foto (farmacia situada en la C\ Santa Teresa de Zaragoza), vemos otro ejemplo de una tienda que ha sido renovada hace 3 meses vemos que sigue la misma tendencia que la farmacia actual que hemos comentado antes. La única diferencia notable sería el hecho de que la entrada es una puerta automática.



Por último, hay que tener en cuenta que las farmacias por cuestión de seguridad (al igual que otros establecimientos como joyerías), tienen una serie de cierres. En muchos casos estos cierres suelen ser de concha o tijera.



CONCLUSIÓN

En mi opinión, todos los tipos de establecimientos, teniendo en cuenta las leyes que tienen que cumplir, o una serie de características específicas, están tendiendo a una misma situación:

1. Buscan el llamar la atención con rótulos llamativos, o si la marca tiene prestigio, mediante un logotipo que facilite el conocer a que se dedica el establecimiento y que facilite el recordar donde se encuentra.
2. También mediante escaparates más llamativos que hasta hora, tratan de atraer al consumidor, y a su vez (algo que antes no se hacía) permiten ver el interior de la tienda para facilitar dar el paso de entrar. Estos se consiguen con los escaparates de fachada hasta el suelo y sin fondo, como ya hemos visto antes.
3. Y por último, sobre todo en tiendas de ropa siguiendo la tendencia que se creó en los centros comerciales, tratan de evitar que exista una frontera física para entrar en la tienda, y buscan que el consumidor al entrar en la tienda, crea que está en el mismo centro comercial o la calle caminando.