



Color

# 2

## MANEJO DEL COLOR



Los colores son un reflejo de la personalidad y es fundamental en cada detalle de la vida, genera sensaciones y emociones, por todo esto es importante hacer un buen uso de ellos.

[WWW.VITRINACREATIVA.CO](http://WWW.VITRINACREATIVA.CO)





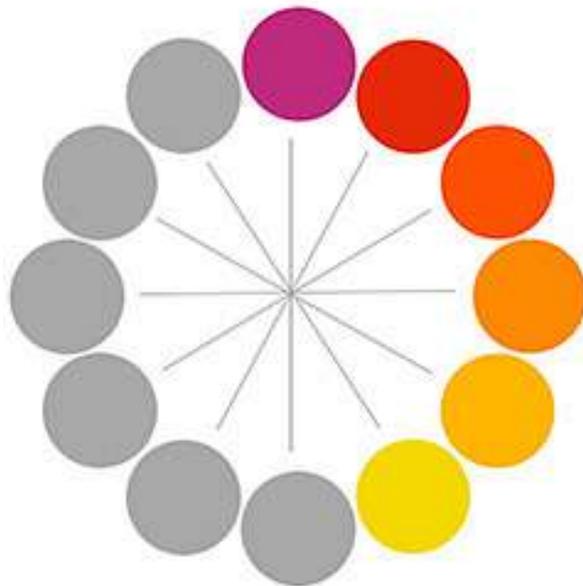
Puede llegar a incrementar la recordación de marca en un 80%, aumenta en un 40% el número de lectores y determina hasta en un 85% la decisión de compra, es por esto que es importante ser muy cuidadoso desde los colores de marca hasta los del escaparate y es en estos en donde se puede jugar con los colores según la temporada y fechas especiales logrando impactar a los transeúntes consiguiendo el objetivo según la estrategia que se tenga. Esto no tiene que ser con los escaparates más elaborados se empieza con el detalle más mínimo de decoración o desde como se vistan los maniqués.

El color es un lenguaje universal y hay asociaciones genéricas que se han dado a nivel cultural pero también hay unas más personales que se asocian a un recuerdo o sentimiento. A pesar de esto no hay que limitarse o predisponerse, el escaparate es un lienzo en blanco donde se plasmar toda la creatividad y originalidad de acuerdo a cada marca y lo que se quiera mostrar.

Los Colores se dividen en cálidos y fríos: los cálidos son el amarillo, el rojo, el naranja dan sensación de actividad, de alegría, de dinamismo, de confianza y amistad.

Los colores fríos son el azul, el verde, cian, y a veces el celeste da sensación de tranquilidad, de seriedad, de distanciamiento.

### COLORES CÁLDIDOS



### COLORES FRÍOS



# Azul

El color de la pureza, calma y estabilidad, asociado con el océano el cielo y la tranquilidad. Un color para dejar volar la imaginación y realizar un escaparate llamativo, creando un espacio mágico.

Cuando hablamos de azul oscuro lo asociamos más con elegancia y éxito, el azul claro refleja más la frescura y juventud



# Rojo

Asociado a la pasión, el poder, el peligro y la ambición. es uno de los colores más vistosos que se asocia al amor, el dinamismo y el calor.

El color más usado en San Valentín y Navidad y por supuesto preciso en época de sale, tan llamativo que se vuelve irresistible no entrar a un escaparate en descuento, el rojo crea una irresistible fascinación. Es el color más usado en marketing.



# Naranja

Un color alegre, creativo, energético que motiva a la innovación y juventud muy usado en productos deportivos, bebidas energéticas y vitaminas.



# Amarillo

El color del verano, vibrante logra captar la mirada del transeúnte rápidamente, el color de la felicidad y la luz, por ser un color tan fuerte puede llegar a causar sobreestimulación de acuerdo a lo que se quiera mostrar en el escaparate es aconsejable usarlo como acento o punto focal. Muy usado en marcas infantiles.

Al vestir un maniquí en estos tonos, siendo el principal de la vitrina hará que aumente la entrada de compradores aún si prefieren llevar la misma prenda en tonos más neutros.



# 2

## Verde

Verde el color de naturaleza, transporta a un espacio más tranquilo, se asocia a la salud, fresca, paz y es muy usado últimamente para reavivar la conexión con la naturaleza en este mundo digital, refresca y hace pensar que es en un planeta más verde.

Muy usado en los temas de salud y al ser verde oscuro se asocia al dinero



## Dorado

El color del oro, transmite elegancia, exclusividad; un color llamativo que no se puede dejar de ver, su uso es principalmente en marcas de lujo.

Representa abundancia, poder apertura espiritual y referente a la realeza



## Rosa

No hay color más femenino e inocente que el rosa, perfecto para dar un aire de delicadeza, perfección, muy usado por las marcas que te llevan a otro mundo, muy chic y femenino, donde las niñas y adolescentes se sientan identificadas. Muy usado en marcas de juguetería, lencería o maquillaje



## Morado

Hay que tener en cuenta que el color del año es Ultra Violet, un color lleno de misterio como toda esta gama. El color morado no es un color fácil, esta muy ligado a la espiritualidad, al misterio a la realeza. Se usa en perfumería, productos que te introducen a la fantasía y superación.

El blanco y el negro al igual que el Yin Yang se necesitan y se complementan, el blanco siendo tan limpio, minimalista representando pureza y el negro elegante asociado con el poder y el misterio.

## Negro

Una fuerza misteriosa. Está asociado con el poder, la elegancia, el secreto y el misterio. Un color versátil, autoritario usado en joyería o productos sofisticados.



## Bianco

El color de la pureza. Un color elegante que nos llena de paz nos transmite pureza, bondad y perfección, se usa para campañas minimalistas



# ILUMINACIÓN



Es un factor decisivo para llamar la atención, se puede tener el escaparate perfecto pero si no está bien iluminado se va a perder todo el trabajo, es una inversión necesaria y más con la cantidad de oferta que hay en luminaria.

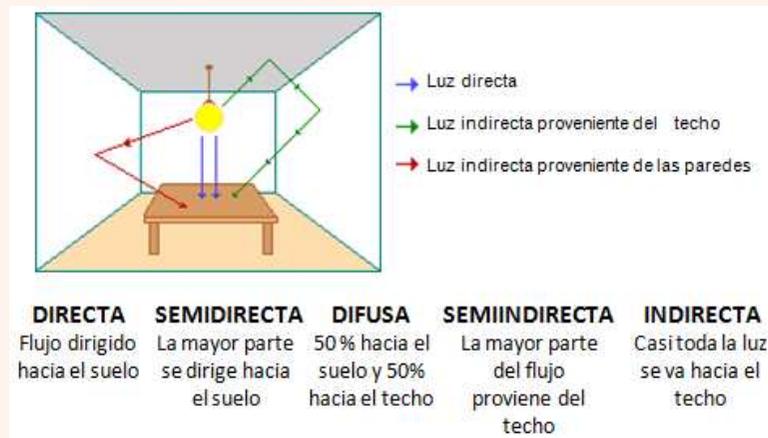
Es importante ver qué tipo de luz necesitamos:

Indirecta: La luz que en su gran mayoría se tiene, no se concentra en ningún objeto, es la luz proveniente del techo

Semidirecta: La luz viene en mayor parte del suelo y el resto del techo

Directa: Son los focos móviles con los que se puede apuntar directamente a los productos, a tener en cuenta que lo más importante en toda la vitrina independiente de la ambientación es el producto, es lo que se va a resaltar

Difusa: Deslumbramiento bajo, no hay sombra





De acuerdo a lo que se quiera transmitir se realiza el uso de una o varias de estas clases de luz. Es importante que si tenemos un escaparate abierto (se ve el interior de la tienda hay que tener bien iluminado el interior de la tienda ya sea para resaltar el ambiente o los productos.

Para saber cómo iluminar el interior es muy importante tener en cuenta el espacio a trabajar, el perfil del cliente y el ambiente que se quiera dar.

La luz cálida (la más amarilla) para crear un ambiente más acogedor, más íntimo y la luz fría (luz blanca) mejorar las condiciones de visibilidad, hace ver los colores reales.

Hay que ser cuidadoso con la luz de ambiente o luz general, ya sea cálida o fría, al ser uniforme no llama la atención, no resalta el producto. Es aconsejable potenciar con luz directa, sobre el producto o sobre los artículos más interesantes.

También es muy útil guiar al cliente por medio de las luces creando un recorrido, es muy importante que todo el local comercial esté bien iluminado, las esquinas, si se tiene sótano y lo más importante la caja o punto de pago para hacer sentir mayor seguridad al cliente.