

Columna

Los secretos de la marquesina

■ *Habitualmente la marquesina no se encuentra entre las prioridades a la hora de instalar un negocio. Sin embargo, es la que permite al transeúnte informarse sobre la existencia del negocio y los productos o servicios que allí puede encontrar.*

Quien instala un comercio siempre tiene en cuenta la ubicación del local y el armado de la vidriera, entre muchas otras variables. Pero habitualmente no considera que la marquesina es importante, y esto puede ser un error.

Estos letreros permiten al transeúnte informarse sobre la existencia del negocio y el tipo de productos o servicios que allí puede encontrar, de una manera simple y directa. Además, cumplen con la función de promover la marca y productos que se venden en el comercio.

Bien utilizada, la marquesina es un espacio permanente donde el comerciante puede hacer marketing de su negocio para atraer posibles clientes que, ade-

más, ya se encuentran en la zona de influencia del comercio.

¿Qué aspectos hay que tener en cuenta para aprovechar ese espacio, y sumarlo a las estrategias de venta? En primer lugar, debo señalar que hay distintos tipos de marquesinas, que muchas veces se utilizan combinadas:

- Las horizontales, que pueden ser planas y se instalan pegadas a la fachada o sobresalen del local.

- Las perpendiculares a la fachada, que resultan especialmente útiles cuando el objetivo es que se visualicen a distancia, ya sea desde un vehículo o caminando.

- Las verticales, a un costado del local, cuando por ejemplo éste se encuentra en la planta baja de un edificio y hay un balcón, el

cual no deja altura suficiente para instalarla en el frente y arriba.

Sobre su fabricación podemos señalar que se pueden utilizar distintos materiales. Para la realización de las letras se usa chapa, polifam (el recurso más económico), acrílico, entre otros.

"Lo más adecuado y que brinda mejores resultados comerciales es colocar la marca y el isotipo, quizá con el agregado de un texto breve que indique escuetamente el rubro."

Para los soportes se puede utilizar tela vinilizada, chapa, madera con tratamiento para exterior, o incluso el mismo frente del local.

La cartelería (forma, ubicación, material) puede ser determinada por el arquitecto del local, pero el comerciante también puede pedir asesoramiento a una empresa de cartelería y gráfica.

En el momento de diseñar la marquesina hay que pensar en su presencia diurna y nocturna, con lo cual resulta fundamental estudiar la iluminación. Una buena solución es colocar letras trans-iluminadas (con luz interior), y otra posibilidad es trans-iluminar el soporte completo (como una gran caja de luz donde se apoyan las letras). La tela vinilizada se puede trans-iluminar.

A veces el comerciante desea que la marquesina anuncie todos los productos y servicios que ofrece, o utilizarla para enumerar una lista de las marcas y productos que se venden en el negocio. Esto no resulta conveniente porque puede generar confusión en el transeúnte respecto del mensaje que se desea transmitir.

Lo más adecuado y que brinda mejores resultados comerciales es colocar la marca y el isotipo, quizá con el agregado de un texto breve que indique escuetamente el rubro del comercio, si es



Por Marcela Jacobo,
docente de Integral Instituto
de Diseño.

que sólo con la marca no queda claro. Por ejemplo: "Pérez & hermanos, libros de arte y turismo".

Por otro lado, no resulta conveniente colocar fotos, porque el letrero debe ofrecer una lectura rápida (pensemos en quien lo va a visualizar desde un auto o el colectivo) y resultar fácilmente identificable. En cuanto a la tipografía, conviene respetar la que se utiliza en la marca. **ISS**