



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Escuela Técnica Superior de Ingeniería del Diseño

Tendencias en el diseño de escaparates. La marca  
Hermès.

Trabajo Fin de Máster

Máster Universitario en Ingeniería del Diseño

AUTOR/A: Suo, Yanan

Tutor/a: Torres Barchino, Ana María

Cotutor/a: Cortina Maruenda, Francisco Javier

CURSO ACADÉMICO: 2022/2023



## TENDENCIAS EN EL DISEÑO DE ESCAPARATES LA MARCA HERMÈS

Universitat Politècnica de València  
Campus de Vera  
Escuela Técnica Superior de Ingeniería del Diseño  
Línea: Ingeniería del Diseño  
Trabajo Final de Master (TFM)  
Curso Académico 2020 - 2021



**YANAN SUO**  
Autora  
Torres Barchino, Ana María  
Cortina Maruenda, Francisco Javier  
Tutores





## TENDENCIAS EN EL DISEÑO DE ESCAPARATES LA MARCA HERMÈS

### Universitat Politècnica de València

Campus de Vera

Escuela Técnica Superior de Ingeniería del Diseño

Línea: Ingeniería del Diseño

Trabajo Final de Master (TFM)

#### Autora:

YANAN SUO

#### Tutores:

Torres Barchino, Ana María

Cortina Maruenda, Francisco Javier



## AGRADECIMIENTOS

Gracias a mi Universitat Politècnica de València y Escuela Técnica Superior de Ingeniería del Diseño, por proporcionarme la plataforma para participar en el estudio.

Gracias a todos los profesores del programa de Ingeniería del Diseño por haberme beneficiado durante este año de estudio.

Estoy muy agradecida a mis tutores, Ana María y Francisco Javier, que han sido de gran ayuda en esta investigación, dándome diferentes perspectivas y ampliando mis conocimientos.

Ellos han sido muy responsables en ayudarme a completar este estudio sin importar mi progreso

**A todos, Gracias..**



## RESUMEN

En la actualidad, la globalización del comercio junto al crecimiento de las plataformas virtuales y la creciente economía de mercado genera un aumento de la presión a los pequeños comercios. Como resultado, los escaparates cobran una importancia especial. En este contexto, Hermès es una marca con gran influencia en el mundo de la moda y sus escaparates están diseñados con un estilo único estrechamente ligado a sus valores. Al mismo tiempo, Hermès trabaja con diferentes artistas anualmente para que sus escaparates sean un punto de encuentro del arte.

En este proyecto se analiza el diseño de los escaparates de Hermès. Como punto inicial, se revisan los componentes básicos de este tipo de espacios con una influencia comercial significativa, y consecuentemente se profundiza en las tendencias en el diseño de estos. Primeramente, se lleva a cabo una revisión de las características básicas de los productos junto a las necesidades comerciales de la marca y, en última instancia, se proponen otras alternativas de diseño como soluciones innovadoras para esta marca comercial tan extendida internacionalmente.

**Palabras clave:** escaparates, color, iluminación, tendencias, marca Hermès

## ABSTRACT

Nowadays, global trade with the support of virtual platforms and the growing market economy is putting pressure on small shops. As a result, shop windows play an important role.

The Hermès brand has a great influence in the fashion world and its shop windows are designed with a unique style that is closely linked to the brand values, while at the same time is working with different artists annually to make its shop windows a meeting point for art.

This project analyses the design of Hermès shop windows. As an initial point, the basic components of this type of spaces with a significant commercial influence are reviewed, and subsequently the trends in the design of these spaces are examined in depth. Firstly, a review of the basic characteristics of the products is carried out together with the commercial needs of the brand and, ultimately, other design alternatives are proposed as innovative solutions for this internationally widespread commercial brand.

**Keywords:** window design, color, lighting, trends, Hermès brand

## ÍNDICE

### INTRODUCCIÓN.....8

Definición de tema.....	9
Justificación.....	9
Objetivos.....	9
Metodología.....	10

### MARCO TEÓRICO.....12

## 1. HERMÈS ..... 13

### 1.1.Historia y desarrollo de Hermès .....13

1.1.1 Historia de los escaparates de Hermès.....	13
1.1.2 Estudio general del diseño interior de los escaparates de Hermès..	15
1.1.3 Línea de tiempo de la Marca Hermès.....	16

### 1.2.Lugares representativos.....17

1.2.1. París, Francia (1880).....	17
1.2.2. Nueva York, Estados Unidos (2000).....	17
1.2.3. Tokio, Japón (2001).....	18
1.2.4. Seúl, Corea del Sur(2006).....	19
1.2.5 Shanghái (2014).....	20

### 1.3.Diseñadores de Hermès.....21

1.3.1 Dirección de diseño de Hermès .....	21
1.3.2 Equipos de trabajo: diseñadores y colaboradores de Hermès -Annie Beaumel: (1927-1978) .....	21

### 1.4.Diseño: espacio y forma: clasificación.....30

1.4.1 Escaparates cerrados o escaparates caja.....	32
1.4.2 Escaparate Semicerrado.....	33
1.4.3 Escaparates sin fondo.....	34
1.4.4 Escaparate la ventana abierta.....	34
1.4.5 Escaparates de las tiendas de esquina.....	36

### 1.5.DISEÑO DEL ESPACIO COMERCIAL EN HERMÈS.....38

1.5.1 Tipología.....	38
1.5.1.1 Escaparates temáticos.....	38
1.5.1.2 Escaparates emocionales.....	39
1.5.2 Disposición del espacio.....	39
1.5.2.1 Estilo escena.....	39
1.5.2.2 Estilo serie.....	40
1.5.3 Luminotecnia .....	41
1.5.3.1. Iluminación de escaparates.....	41
1.5.3.2. En la iluminación de los escaparates de la tienda Hermès se encontró el siguiente patrón.....	41
1.5.4 Color.....	42
1.5.4.1 La paleta de colores del escaparate de Hermès.....	42
1.5.4.2 Colores del escaparate e imagen de marca de Hermès.....	46
1.5.5. Elementos estructurales .....	47
1.5.5.1. Naturales.....	47
1.5.5.2. Eco-diseño .....	47
1.5.6 Ornamentación .....	48
1.5.6.1. Atrezzo figurativo .....	48
1.5.6.2. Atrezzo decorativo .....	49
1.5.6.3. Atrezzo abstracto .....	50
1.5.7. Composición escenográfica.....	51
1.5.7.1 Escenario virtual.....	51
1.5.7.2. Nuevas tecnologías.....	51
1.5.7.3. Tecnología programada por ordenador.....	52

## 2. MAISON HERMÈS MADRID.....54

### 2.1.Introducción.....54

### 2.2.Temáticas: Escaparates de Hermès en Madrid 2021.....54

2.2.1.Primavera 2021 tema.....	55
2.2.2.Verano 2021 tema.....	56
2.2.3.Otoño 2021 tema.....	57
2.2.4.Invierno 2021 tema.....	58





## INTRODUCCIÓN

Actualmente, el proceso de ventas se ha desenvuelto de una forma compleja, debido a que el cliente, es el principal protagonista para conseguir grandiosos resultados en el ámbito comercial, con el fin de satisfacer las necesidades y deseos de los mismos. Un nuevo producto y un precio accesible, no son suficiente ventaja competitiva para las marcas, hoy día los clientes valoran que se presenten propuestas ingeniosas como respuestas a sus necesidades y exigencias. Se evidencia, desde el instante en que el cliente se aproxima a la tienda, el impacto visual que percibe al observar el escaparate lo lleva a tomar una decisión de realizar la compra.

Dentro de esta perspectiva, se refleja que los espacios comerciales han transformado el medio, unidos los cambios socioculturales de sus habitantes, quienes actúan siguiendo la moda o según sus necesidades de consumo, por tal motivo, es importante crear espacios diseñados para atraer al consumidor estimulando su capacidad de percepción a través de colores y luces que inciten el deseo de querer adquirir el producto que se muestra. En consecuencia, el escaparatismo es una técnica de venta avanzada que debe estar en unión con el momento sociocultural del país y con las tendencias artísticas y de moda, tradicionales y de vanguardia, manejando un equilibrio entre los diferentes aspectos que se presenten de acuerdo al público y al contexto donde se desarrollen.

En vista de esto, se realiza la presente investigación donde se estudian las tendencias en el diseño de escaparates de la marca Hermès. La misma está estructurada de la siguiente manera:

La primera parte de este Trabajo Fin de Máster, se dedicará a un estudio previo sobre la composición básica del diseño de escaparates y las características de las tendencias de la marca comercial Hermès, las formas, los colores, los elementos y otros componentes representativos del diseño interior y sus aspectos perceptivos en este tipo de espacios destinados a la venta.

La segunda parte consiste en tomar el diseño del escaparate de la marca comercial Hermès en Shanghái como marca principal de la investigación, combinando los principios estéticos y las teorías de diseño pertinentes, desde los símbolos de la marca, los rasgos narrativos, las formas de diseño y la percepción del color y otros aspectos de un análisis e investigación exhaustivos.

La última parte de este trabajo, consistirá en realizar una propuesta de diseño para la marca comercial Hermès ajustándose a las necesidades del producto y a las características esenciales de dicha marca.

<b>2.3. Escaparates de Hermès en Madrid.....</b>	<b>59</b>
2.3.1 Características históricas.....	59
2.3.2 Características temáticas.....	59
2.3 Escaparates de Hermès en Madrid.....	59
2.3.3 Características narrativa.....	60
2.3.4 Características de presentación y elementos de diseño: iluminación, color, materiales.....	60
2.3.5 Intervención del diseño gráfico.....	64
<b>2.4. Tendecia.....</b>	<b>65</b>
<b>3. DESARROLLO DEL PROYECTO.....</b>	<b>67</b>
<b>3.1. Introducción.....</b>	<b>67</b>
<b>3.2. Motivación.....</b>	<b>68</b>
<b>3.3. Ubicación.....</b>	<b>68</b>
<b>3.4. Bocetado.....</b>	<b>69</b>
<b>3.5. Propuesta de diseño.....</b>	<b>75</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>90</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES.....</b>	<b>91</b>

## Definición de tema

El escaparate es el contexto que limita la tienda y los transeúntes, diseñado especialmente para mostrar parte de los artículos que se ofrecen en el interior del comercio (Morgan, 2010). El escaparatismo proporciona un sello que identifica y hace única una tienda, es por ello que se considera el principal vendedor silencioso de una marca, debido al avance tecnológico, a las técnicas de marketing y a la creatividad de los artistas. En esta investigación, se pretende estudiar tendencias en el diseño de escaparates la marca Hermès a lo largo de la historia como reflejo de una sociedad que lo contempla. Asimismo, estudiará cómo ha pasado de ser un lugar con el objeto único de venta de un producto a convertirse, en escenarios donde arte y arquitectura adquieren una especial relevancia.

## Justificación

En la actualidad, con la venta por Internet, la existencia de tiendas virtuales y la pandemia del año 2019 afectó a todo el comercio online, lo que mantendría a los clientes es darles una percepción agradable que no pueden experimentar físicamente. Los escaparates son un importante puente entre las marcas y los clientes, pueden transmitir visualmente las ideas y los cambios de la marca a los clientes, y no necesitan ocupar una gran superficie en el diseño de los escaparates interiores, pero desempeñan un importante papel de atracción.

Aunque las empresas empiezan a dar importancia a la rentabilidad del diseño de los escaparates como un canal importante y una forma de promocionar sus marcas, la mayoría de los diseños de escaparates se quedan en el mismo modelo de distribución, la función de venta tradicional, incapaz de transmitir la cultura y el espíritu de la marca, y poco aprovechamiento de espacio útil del espacio. Como marca de lujo más importante del mundo, Hermès tiene una gran influencia en el círculo del diseño de moda, y su diseño de escaparate ha salido de sus características de estilo únicas. Su diseño de escaparate siempre ha sido uno de los puntos más enfocados para la marca, y ha sido su punto central de inspiración y guía para el diseño de escaparates y exposiciones de arte de la industria.

## Objetivos

Con el continuo desarrollo económico del mercado, niveles altos de competencia, no sólo la competencia entre las marcas, el desarrollo de las tiendas virtuales, y la rápida expansión de las tiendas online, etc. Todos ellos golpean constantemente el mercado. Antes de la venta de muchas mercancías, el uso de escaparates para crear una atmósfera para guiar el consumo de los clientes, para mostrar el encanto único de la marca, excelente diseño de la ventana, puede promover la renovación continua de los productos, en la comunidad empresarial para ganar más atención, un buen impacto para mejorar la conciencia de marca.

Están impactando constantemente en el mercado, sin embargo, los intereses de

los empresarios y la exigencia en el trabajo de para crear un buen uso de los escaparates son estrategias de venta útiles para atraer a los consumidores, fijar las preferencias de venta para atraer al máximo a los clientes, futuros compradores, e incluso establecer el marketing visual y experiencial se puede llevar a cabo directamente.

En este trabajo, a través del análisis de los conocimientos básicos de las características del escaparatismo y la naturaleza artística y creativa del diseño de la ventana, y la marca de diseño de la ventana en la nueva era de los temas pertinentes para el estudio en profundidad, el análisis y el resumen, el análisis de las tendencias actuales y cómo crear los escaparates diferentes de imagen de marca de acuerdo con los valores de ellos mismos, para ampliar la influencia de la marca en el mercado, para mejorar la reputación de la marca, a través de este. Este estudio abarca tres áreas principales

1. Conceptos básicos del diseño de escaparates, la composición y sus principios, las formas de presentación, la composición cromática, la iluminación, el uso de materiales, la percepción visual y una serie de otros conocimientos básicos de composición espacial.
2. Un análisis en profundidad de una serie de escaparates de Hermès a partir de los conocimientos y análisis básicos de la primera parte.
3. Crear un nuevo proyecto de diseño para un escaparate de Hermès acorde con la cultura de la marca y las tendencias más actuales

## Metodología

Este estudio consta de dos secciones principales: la primera, sobre las características del diseño de escaparates Hermès y los conocimientos básicos de su composición; la segunda, sobre la marca Hermès en Madrid como marca principal de análisis, en la que se ordenan y analizan los conceptos y teorías pertinentes; y la tercera, sobre el diseño.

Hay dos formas principales de investigar este tema: el método de la encuesta y el método del análisis de imágenes.

## Método de encuesta:

Sintetizar y analizar a través de las herramientas de búsqueda, así como de la biblioteca, accediendo a materiales y documentación bibliográfica más significativa y relevante, así como al estudio de otros materiales.

Visitas sobre el terreno a las tiendas de Hermès, fotografías y entrevistas para obtener información.



### Método de análisis de imágenes:

- A través de las imágenes recogidas, las analizaremos e interpretaremos, y discutiremos añadiendo sugerencias sobre el diseño de los escaparates de Hermès.
- A partir del análisis y el orden de la parte anterior, clasificaremos y resumiremos los aspectos más relevantes.
- Diseño final de una propuesta de escaparate de Hermès basado en los resultados de la investigación y el análisis



**HERMÈS**  
PARIS

**MARCO TEÓRICO**  
1 HERMÈS





# 1

## 1.1 Historia y desarrollo de Hermès

En 1837, el rey Luis Felipe reconstruyó el castillo de Versalles para exponer diversas esculturas y obras de arte. El arte parisino también comenzó a tomar el camino de la modernidad. Ese mismo año apareció en las avenidas de París una tienda de sillas de montar y arneses llamada Hermès, bajo el nombre de Thierry Hermès. En aquella época, los arneses Hermès estaban por todas partes, al igual que todo tipo de sillas de montar para carruajes, y Monsieur Hermès acogió a un gran número de clientes aristocráticos con su meticuloso trabajo artesanal, ya que siempre se ciñó a un único principio: la búsqueda de la perfección, y en 1867, Hermès recibió una medalla de plata en la Exposición Universal de París por su magnífico trabajo artesanal.

En 1880, el hijo de Thierry, Charles Emile Hermès, amplió el negocio trasladando la sede de Hermès al prestigioso número 24 de la rue de Fouborough de París, junto al Palacio Presidencial y más cerca de la aristocracia, lanzando a Hermès internacionalmente a Europa, Norteamérica y Rusia con una clientela de prestigio histórico: los reyes de España y Rumanía, los monarcas de Japón y Rusia. y reyes rumanos, monarcas japoneses y rusos, presidentes franceses y monarcas rusos, el Presidente de Francia, dignatarios peruanos y filipinos, etc. La marca Hermès se convirtió en la quintaesencia del lujo francés, creando un brillante comienzo del siglo XX y continuando activamente el desarrollo del negocio de los arneses finos. (Vogue, 2010)

### 1.1.1 Historia de los escaparates de Hermès

De 1837 a 1927

Hermès no tenía el concepto de diseño de escaparate en los primeros años, la marca seguía centrándose en pulir sus productos y abrir canales de venta, lo que también sentó unas bases sólidas para la marca Hermès.

De 1927 a 1977

Los escaparates de Hermès comenzaron en 1927, cuando Annie Beaumel, la primera directora de escaparates de Hermès, se ganó una reputación internacional por sus diseños atrevidos y fuera de lo común cada temporada. Sus escaparates no sólo ayudaron a Hermès a exhibir sus productos, sino que también dieron lugar a una mayor atención al merchandising en todo el mundo empresarial.

La primera diseñadora, Anne Beaumel, cuyos escaparates se conocían como "teatro callejero", diseñó escaparates de Hermès atrevidos e innovadores, incorporando la cultura de la marca al diseño del escaparate de una forma muy dramática. En esta etapa, no existía un uso sistemático del color y del diseño de iluminación, que era la etapa incipiente del diseño de escaparates de Hermès.

### De 1977 a 2012

La sucesora de Annie Beaumel, Leila Menchari, empezó a diseñar escaparates para Hermès en 1977, con un estilo claramente personal: ornamentación clásica, colores fantásticos y estética compleja.

En una fase temprana, también absorbió las técnicas de sus diseños anteriores, utilizando expresiones más gráficas y una paleta más monocromática y conservadora en los escaparates: una fase experimental.

En el periodo intermedio, añadió la belleza de la complejidad, el representante de los artículos de lujo - Hermès apareció en el diseño del escaparate, se puede ver la imagen del escaparate utilizando una gran cantidad de oro, hay una fuerte decoración, en esta etapa ha comenzado a utilizar colores llamativos, para la etapa de ruptura.

En el diseño de la ventana más tarde ha comenzado a mostrar la artesanía y la creatividad del artista, la aparición de la mezcla perfecta de decorativo, al nivel del arte. Como se puede ver en la figura, el diseño de la ventana se ha añadido a las técnicas de diseño de iluminación fuerte, el color también ha cambiado desde el diseño de la ventana a medio plazo de alta saturación a los colores de baja saturación y bajo brillo, los bienes han sido capaces de poner de relieve la ventana, la formación de una etapa de diseño de la ventana más científica.



Fig. 1. Los escaparates de Anne Beaumel  
Fuente: <https://zhuanlan.zhihu.com/p/588723323>



Fig. 2. Los escaparates de Anne Beaumel  
Fuente: <https://zhuanlan.zhihu.com/p/588723323>



Fig. 3. Los escaparates de Leila Menchari  
Fuente: <https://zhuanlan.zhihu.com/p/588723323>



Fig. 4. Los escaparates de Leila Menchari  
Fuente: <https://zhuanlan.zhihu.com/p/588723323>

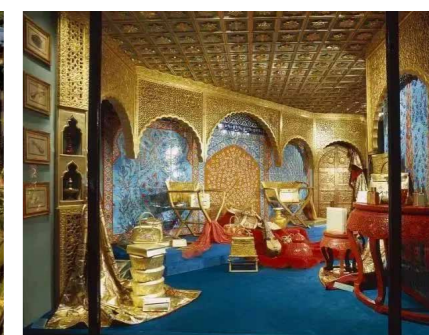


Fig. 5. Los escaparates de Leila Menchari  
Fuente: <https://zhuanlan.zhihu.com/p/588723323>

### De 2013 a la actualidad

Desde 2013, los escaparates de Hermès han evolucionado en mucho y han empezado a incorporar conceptos aclara y culturales para resaltar la cultura de la marca Hermès. Como se puede ver en las imágenes, el diseño de la iluminación se ha vuelto muy maduro en términos de diseño de color e iluminación primaria y secundaria. Cada escaparate de Hermès puede extraerse de una variedad de conceptos de diseño diferentes, y luego modificarse y embellecerse, utilizados en el diseño del escaparate, de modo que cada diseño de escaparate de Hermès proporciona a la gente una sensación refrescante.

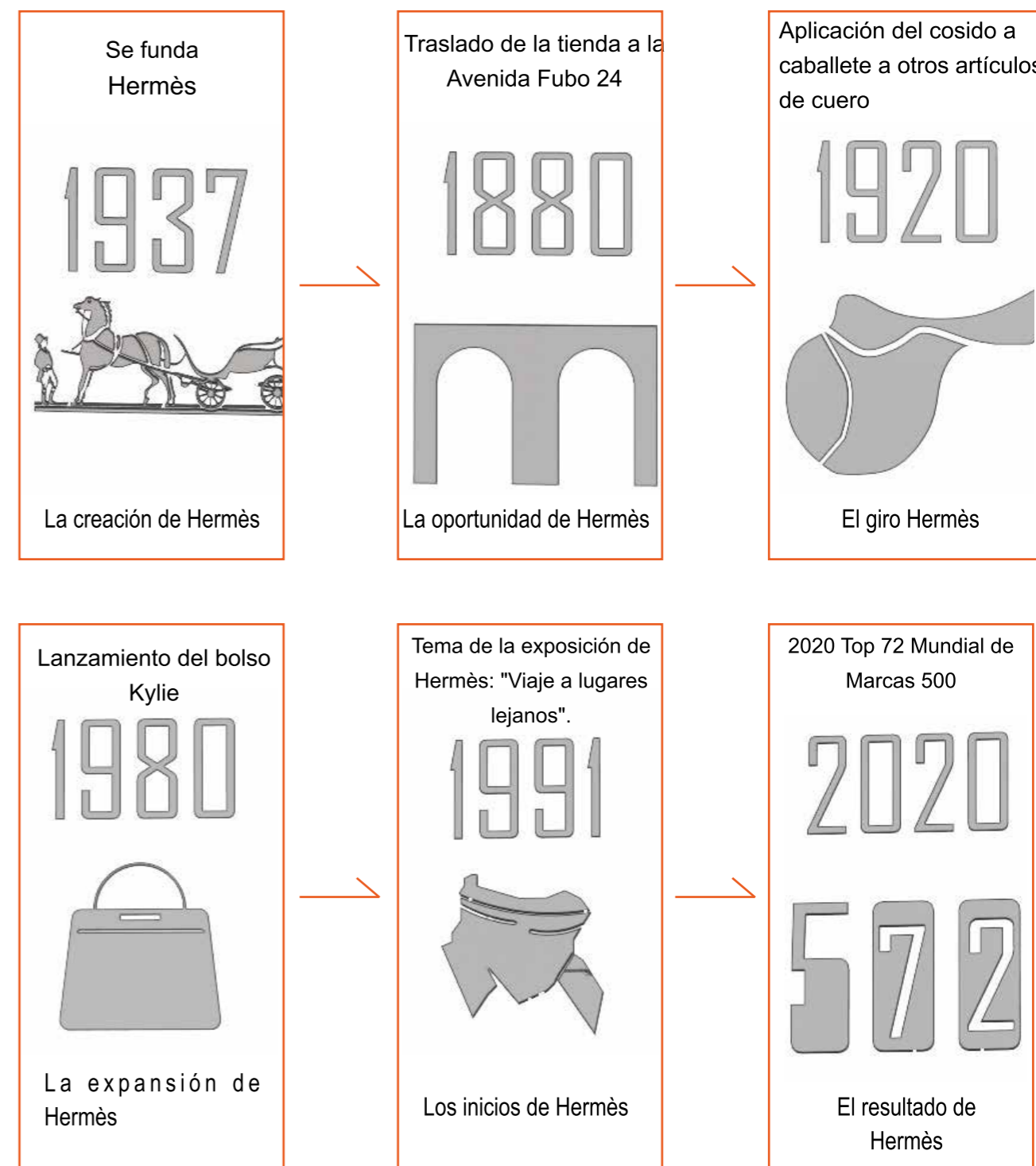
### 1.1.2 Estudio general del diseño interior de los escaparates de Hermès

*El diseño interior de los escaparates contempla la imagen o significado que la marca quiere mostrar a los espectadores, creando conceptos que logren tener comunicación con los mismos (Martínez, 2018).*

Dentro de esta perspectiva, el concepto de la exposición de productos en las tiendas tiene su historia en pocas pasadas, las exhibiciones se realizaban en las calles, para mostrar la mercancía que disponían. Posteriormente, en el siglo XIX, se originan los primeros escaparates, Hermès es uno de los pioneros que trabajó bajo este concepto denominado escaparatismo.

Desde los inicios de la marca, sus exhibiciones se centran en los agrados y simpatías del país donde se encuentren, para ello ha contratado equipos y colaboradores que han hecho de los escaparates Hermès diseños que narran historias, que con su composición de colores y figuras logran atraer la atención del público al cual se dirigen. Dentro de sus composiciones, los animales y los paisajes tienen un papel importante. Sin embargo, la característica que los destaca a cada uno de ellos, es la majestuosa belleza con que son realizados, convirtiéndolos en los escaparates con más popularidad en el mundo de la moda.

### 1.1.3 Línea de tiempo de la Marca Hermès







## 1.2. Lugares representativos

### 1.2.1. París, Francia (1880):

Siguiendo los pasos de su padre, Charles-Emile Hermès (1831-1916) trasladó su boutique al número 24 de la rue Saint-Honoré, junto al Palacio Presidencial, donde permanece hasta hoy. Esta tienda fue un punto de inflexión importante para Hermès, ya que se dirigió a la élite y consiguió convertir a Hermès en un icono de los bienes de consumo de lujo en Francia.



Fig. 6. Maison Paris, Francia

Fuente: <https://www.hermes.com/es/es/find-store/francia/paris/hermes-paris-faubourg-saint-honore-DDB38Q6R/>

### 1.2.2. Nueva York, Estados Unidos (2000):

La Maison Hermès de Madison Avenue, en Estados Unidos, hace referencia al diseño clásico del Palacio de Versalles del siglo XVIII como lugar de exposición de los productos. El techo redondeado, pintado con elementos religiosos de estilo renacentista, parece evocar la fusión de lo antiguo y lo nuevo en los productos de la marca Hermès, con el espacio y los productos reflejando la grandeza de una época en la que lo antiguo y lo nuevo se entrelazaban.



Fig. 7. Maison New York (2000)

Fuente: <https://www.hermes.com/us/en/story/306100-ievntstoremadison706en/>

### 1.2.3. Tokio, Japón (2001):

La Maison Hermès Ginza de Ginza, inaugurada en 2001 y reformada en 2006, fue diseñada por el arquitecto italiano Renaud Piano, autor del Centro Pompidou de París. El espacio de la tienda de Hermès Ginza es muy estrecho, por lo que los diseñadores convirtieron una desventaja en una ventaja al utilizar toda la fachada como escaparate visualmente impactante de Hermès para Tokio.



Fig. 8. Maison Tokyo (2001)

Fuente: <https://www.hermes.com/jp/ja/story/maison-ginza/>



#### 1.2.4. Seúl, Corea del Sur(2006):

La cuarta Casa de Hermès del mundo abrió sus puertas en noviembre de 2006 en Doosan Park, Seúl (Corea del Sur). Aunque la Casa de Hermès en Seúl tiene diez plantas, sólo la planta baja y la planta baja están dedicadas al comercio minorista, mientras que el resto de las plantas están dedicadas al arte y la cultura. Aquí puede apreciarse la transformación de la Casa de Hermès, que ha pasado de las tradicionales exposiciones visuales del pasado a exposiciones artísticas que muestran el núcleo corporativo de la marca Hermès de una forma más sutil.



Fig. 9. Maison Seul (2006)

Fuente:<https://www.hermes.com/es/es/find-store/corea-del-sur/seul/hermes-seul-maison-dosan-park-G16N38FW/>

#### 1.2.5 Shanghái (2014):

Ubicada en un edificio histórico de principios del siglo XX, La Maison Hermès de Shanghai ocupa 1.174 metros cuadrados repartidos en cuatro plantas. En la planta baja, un artista holandés ha diseñado un pequeño paisaje onírico con "caballos", mientras que en la cuarta planta hay un espacio museístico para eventos y exposiciones. En la cuarta planta se encuentra la primera exposición comisariada por Philippe Dumas, miembro de la quinta generación de la familia Hermès, titulada "El Caballo de Hermès", donde todas las piezas expuestas tienen como tema el caballo en honor del Año Chino del Caballo. Es evidente que la familia Hermès ha empezado a integrarse en la cultura local, vinculando sus productos a la cultura local y destacando el carácter integrador de la marca Hermès.



Fig. 10. Maison Shanghai (2014)

Fuente:<https://www.hermes.com/es/es/find-store/china/shanghai/hermes-shanghai-maison-GTXRBUSG/>



### 1.3. Diseñadores de Hermès

#### 1.3.1 Dirección de diseño de Hermès

Desde sus inicios hasta la actualidad, los escaparates de Hermès han contado con el apoyo de dos grandes diseñadoras, Annie Bomel como primera diseñadora de escaparates y Leila Menchari como segunda, a las que han seguido frecuentes colaboraciones con artistas y otros diseñadores para la publicidad artística.

#### 1.3.2 Equipos de trabajo: diseñadores y colaboradores de Hermès

##### -Annie Beaumel:(1927-1978)

En 1926, Annie Beaumel, la primera diseñadora de escaparates de Hermès, fue pionera en el arte de escaparates para Hermès y desempeñó un papel importante en el posicionamiento de la marca. Su obra es surrealista y ha sido calificada de "teatro callejero". Su presencia llevó a Hermès a un nuevo comienzo y abrió nuevas puertas para el diseño de escaparates. Desde entonces, el escaparate de Hermès forma parte de la memoria de los parisinos y del patrimonio cultural de París.



Fig. 11. Escaparate con escultura del Annie Beaumel en la tienda principal de 'Hermès' en París  
<http://www.lafrimeuse.com/wp-content/uploads/2018/03/image36.jpg>

##### -Leila Menchari:

Leila Menchari: de 1978 a 2013, esta artista dio un nuevo aspecto a los escaparates de Hermès, y desde entonces una imagen y una historia maravillosas aparecen en los escaparates de Hermès durante todo el año. Crea historias cotidianas creativas y originales. Su enfoque del diseño se caracteriza por la extravagancia y la fantasía, creando escenas insustituibles llenas de teatro y realidad onírica, y su temprano interés por la escenografía teatral se puede ver en cada escaparate que diseña, al igual que su admiración por Dalí y el movimiento surrealista. Sus vitrinas tienen un marcado estilo surrealista, con colores de seda, terciopelo y oro mezclados con cuero y madera.



Fig.12. Escaparate con escultura del Leila Menchari en la tienda principal de 'Hermès' en París  
Fuente: <https://www.revistaad.es/diseño/iconos/articulos/disenadora-leila-menchari-creo-suenos-escaparates-hermes/25771>

#### Colaboradores

Hermès colabora a menudo con diseñadores para restar importancia al aspecto comercial con una atmósfera artística, atraer la atención de la prensa y generar un efecto de prensa sensacional para lograr una campaña publicitaria.



### - Tokujin Yoshioka:

Su diseñador se basan en el tema de la naturaleza, reflejando su poder a través de una variedad de materiales diferentes, celebrando la exploración y la búsqueda de lo primitivo, que también encaja bien con la filosofía de Hermès, natural, original. 2009 le vio diseñar un escaparate para Hermès, mostrando a una mujer soplando un pañuelo y balanceándose suavemente en el aire. Una combinación de técnica, sugerencia, movimiento y emoción entrelazados en la composición. La limpia simplicidad de la imagen, en la que la exhalación de una mujer hace que un pañuelo de seda se balancee en el aire, inspira un universo visual idílico. Aunque se trata de un gesto inconsciente, está en perfecta sintonía con el producto Hermès. Causa una impresión duradera en quienes pasan por delante.

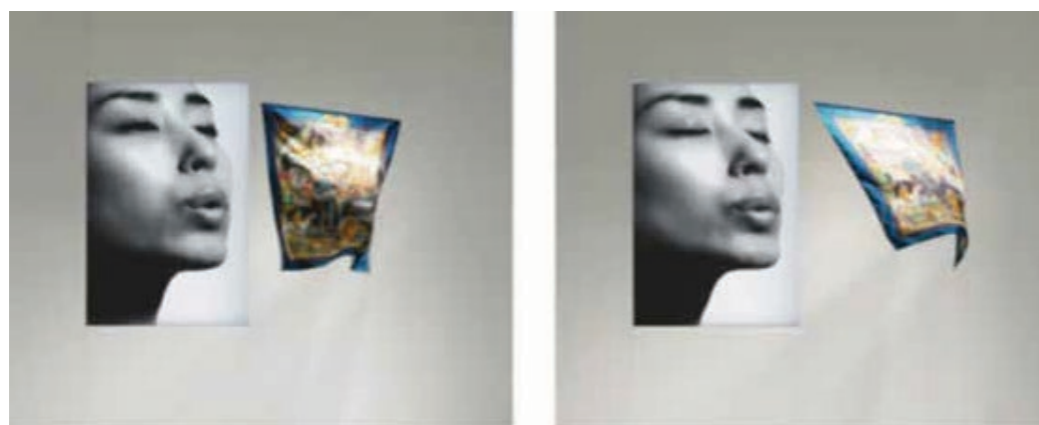


Fig.13. Escaparate de Maison Hermès de Tokio

Fuente: <https://lasblogenpunto.blogspot.com/2009/12/el-fascinante-arte-del-escaparatismo-en.html>

### -Chema Madoz:

Es un fotógrafo español conocido por sus fotografías surrealistas y poéticas. en el año 2013, para la decoración del escaparate de la maison en el Paseo de Gracia de Barcelona. El artista realizó un escaparate combinando tres elementos, las cabezas de caballo alusivas al origen de la marca, los estribos junto a las monturas representando el primer cliente de la firma. Para esta vitrina, el artista diseñó tres cabezas de caballo alimentándose directamente de los bolsos Picotín, simbolizando a los sacos de alimentos. Un efecto muy minimalista y nítido, que llamó la curiosidad por su simplicidad a la vez que por el uso que se le dio al bolso como elemento principal. Con este diseño el artista logró llevar a los espectadores a evocar los orígenes de la marca con un toque humor.

El diseño de su escaparate para Hermès continúa con su habitual estilo minimalista, con un punto focal que rompe el equilibrio. Provocar una reflexión más profunda.



Fig.14. Escaparate de Hermès Paseo Gracia Barcelona

Fuente: <https://lifestyle.tendencias.com/artistas/chema-madoz-para-hermes-cuando-los-escaparates-se-convierten-en-obras-de-arte>

### - Thibault Zimmermaan y Lucie Thomas:

ZIM & ZOU, Los diseñadores de estudio, han creado una amplia gama de obras de arte utilizando papel, cada una de las cuales está muy bien elaborada y se diferencia de otras obras de este tipo de material en que tienen una paleta de colores muy viva y rica que desafía la definición previa del producto.

En 2014, crearon una pantalla para el escaparate de Hermès sobre un zorro que utiliza todas sus pertenencias para construir su propia guarida y mostrar cómo vive. En el escaparate se puede ver un zorro hecho de material de cuero, todos los objetos personales son de papel y cartón y están pintados en el simbólico color naranja que es marca de la casa, y el fondo es de papel pintado en tonos azules, creando un contraste maravilloso. De este modo, la marca crea una nueva tendencia de utilización de materiales ecológicos.





Fig. 15. Escaparate de papel Hermès

Fuente: <https://fedrigoniclub.com/seleccion/surrealismo-de-papel-en-la-boutique-hermes-de-barcelona/>

#### - Eva Jospin:

Es un artista francés de París, sus obras se repiten esculturas de cartón de los bosques y paisajes, escenas y diferentes piezas de cartón para construir bosques y paisajes, el material es respetuoso del medio ambiente, el contenido de la relación entre el yo y la naturaleza como el tema, y la protección natural y ambiental Hermès del tema del concepto encaja.

En el año 2015, la artista realizó la obra *Déjeuner sur l'herbe*, para la boutique de la maison de San Marcos. El diseño, está inspirado en la temática de la naturaleza y los árboles, se instalará en las vitrinas de la maison, realizadas en cartón reciclado, la artista lo trabajó por capas, con técnicas de alto y bajo relieve, decoupage y perspectiva. El césped, fue realizado con un bosque vertical en el que ramas y hojas dibujan un escenario de cuento de hadas. La cooperación con Eva Jospin marca un nuevo paso en el camino que desde hace años conecta la Maison con el arte contemporáneo.

Su trabajo es más estratificado, finamente elaborado y delicadamente tallado, y dará un impacto visual muy poderoso



Fig. 16. Escaparate Hermès *Déjeuner sur l'herbe* (como la obra de Manet)  
Fuente: <https://revistacodigo.com/10-disenos-artisticos-de-escaparates-de-moda/>

#### - Xavier Mañosa:

Ceramista que colabora con la elaboración del escaparate 'Hermès Clock' en el año 2017, en la boutique de la maison en Paseo de Gracia en Barcelona. Diseñó una estructura de arcilla roja con doce secciones que marcan las horas del reloj, y colocando doce objetos de la vida cotidiana. Haciendo referencia de los ritmos de manufactura y de cómo surgen las cosas. Lo que, enlaza congruentemente con el estilo de Hermès, que protege una eurythmia adecuada para cada asunto, y adiestra en el arte de la esperanza, un arte que falta en la sociedad actual.



Fig. 17. Escaparate Hermès Clock Paseo de Gracia Barcelona  
Fuente: <https://www.revistavanitair.es/poder/articulos/la-leyenda-del-tiempo/26297>



- Agencia Holition, en el año 2017, la agencia ubicada en Londres colaboró con Hermès para crear escaparates bajo el concepto de pantallas interactivas denominadas Window Wonderland Mundial, logrando vincular la calle y la ciudad, como una campaña integral en:  
\*Londres: presentaron un escaparate denominado ¡A la luna y de regreso! Donde se usó reconocimiento facial, captado en una luna que mostraba los ojos y boca de los espectadores.



Fig.18. Escaparates globales de realidad aumentada  
Fuente: <https://holition.com/work/hermes-interactive-window-displays>

\*Milán: se mostró el juego físico de rayuela, un escaparate de arte pop escenificado por ciervos y petirrojos.

\*Barcelona: se realizó un paisaje de montaña, que activaban los espectadores haciendo girar unas ruedas de nieve.



Fig. 19. Escaparate de Hermès paisaje de montaña  
Fuente: <https://holition.com/work/hermes-interactive-window-displays>

\*Copenhague: se realizó un escaparate con la temática de cenicienta vestida con colores y texturas infundidas en el pañuelo Twilly, rodeada de hadas.

\*Seúl: se realizó un escaparate exhibiendo ficciones con flamencos bailando y cinturones con forma de pino. El ascensor era activado por los transeúntes quienes anonadados observaban el cambio de imágenes al aperturarse el ascensor.



Fig.20. Window wonderland Seúl  
Fuente: <https://holition.com/work/hermes-interactive-window-displays>

\*Beijing: el escaparate se colocó un cartel que invitaba a los espectadores a levantar la mano hacia el lector de palmas para que leyera su fortuna, usando poesía china para revelar tu futuro.



Fig.21. Escaparate Hermès Beijing  
Fuente: [Fuente: https://holition.com/work/hermes-interactive-window-displays](https://holition.com/work/hermes-interactive-window-displays)

\*New York: el escaparate llamado The Random Cinema se diseñó una entrada de interpretaciones cinematográficas de afamadas películas antiguas cuyas escenas contaban con bolsos y accesorios Hermès.



Fig.22. Escaparate Hermès New York  
Fuente: [Fuente: https://holition.com/work/hermes-interactive-window-displays](https://holition.com/work/hermes-interactive-window-displays)

Los colaboradores de Hermès mencionados anteriormente son artistas con sus propias innovaciones únicas en diversos campos como la cerámica, la escultura, las nuevas tecnologías, etc. A través del enfoque de diseño de los artistas, se transmite la filosofía de la marca Hermès, que transforma e innova respetando la naturaleza.

#### 1.4 Diseño: espacio y forma: clasificación

El escaparate es el área que se sitúa en la fachada de una tienda comercial, en forma de vitrina, usado como lugar para exhibir los artículos que ofrecen las marcas. Se considera uno de los espacios más significativos de una maison, debido a que es el contexto que se diseña para captar la curiosidad del viandante, e impulsarlo a entrar en la tienda (Anagnou, 2009)

La forma básica del exterior de los escaparates de Hermès está limitada por el tamaño de la tienda y el tipo de producto a exhibir. Según la ubicación de la maison, se puede diferenciar en dos grandes grupos:

- Maison con exteriores de grandes dimensiones, el escaparate está orientado al exterior de la tienda, complementándose e integrándose con el diseño arquitectónico de la misma, aprovechando el tamaño de la tienda y la amplitud de la vista para mostrar las características de la marca a los transeúntes, logrando atraer así la atención. Ejemplo de ello, lo establece la maison de Hermès Paris, Francia, donde a lo lejos se observan sus grandes ventanales que consiguen atraer a los viandantes de manera automática al transitar por las calles.





Fig. 23. Escaparate de Hermès Pieter Cornelisz Hooftstraat 94

Fuente: <https://www.archdaily.cn/cn/935381/jian-zhu-cheng-shi-dao-lan-a-mu-si-te-dan-bi-qu-jian-zhu-he-ji>

- Maison de escaparates interiores, se pueden observar en las maison de centros comerciales y aeropuertos, donde sus escaparates se extienden por ambos lados de la entrada a la tienda, también hay escaparates continuos que se ubican la esquina de la tienda. Este tipo de escaparates hace que la línea de visión del espectador sea baja, debido a que su contenido se presenta en capas más diferenciadas, transmitiendo de esta manera, una mayor sensación de cercanía. Como ejemplo se muestran el escaparate de Hermès Australis en el Centro comercial Pacific fair y el escaparate en el aeropuerto de Paris.



Fig. 24 Escaparate de Hermès Australia el 2016-7

Fuente: <https://www.hermes.com/au/en/find-store/australia/broadbeach-qld-4218/hermes-pacific-fair-DTUCEV0Z/>



Fig. 25. Escaparate de Hermès Aeropuerto de Paris 2018-7

Fuente: <https://www.hermes.com/us/en/find-store/france/roissy-en-france/hermes-paris-roissy-cdg-airport-terminal-2e-gate-k-C1FIWZPB/>

#### 1.4.1 Escaparates cerrados o escaparates caja:

Son los escaparates donde se observa que la parte delantera es una gran área de vidrio, la parte trasera una pared sólida y por lo general hay una puerta trasera para entrar. El área de vidrio es el área principal de mayor presencia, este tipo de escaparates es común verlos en las grandes maison, donde los escaparates están en línea de calle. Esto permite que la atención del público se centre en el escaparate en sí, generando un gran impacto visual sin interferir en los otros espacios del interior del establecimiento, actuando de una forma independiente (Pérez, 2017)

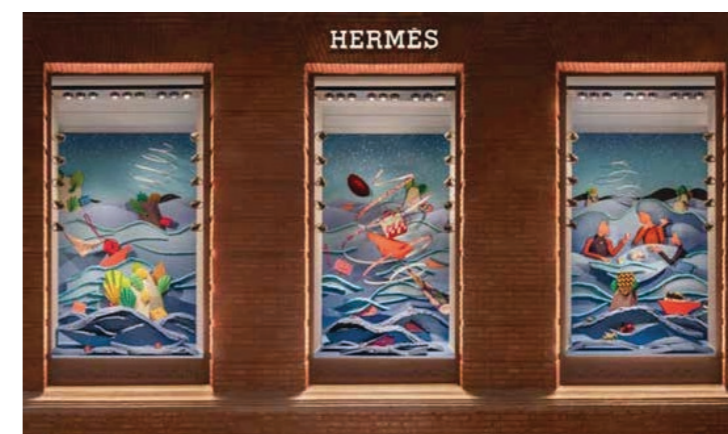


Fig. 26. Escaparate de Hermès Shanghai 2021

Fuente: <https://www.shine.cn/feature/art-culture/2109084715/>





Fig. 27. Escaparate de Hermès Tokio, Japón 2021

Fuente: <https://www.hermes.com/jp/ja/story/maison-ginza/window-display/210128/>

#### 1.4.2 Escaparate Semicerrado:

Son los que tienen en el frente una gran superficie de vidrio sin una pared sólida en la parte posterior, pero hay una partición de madera al fondo para bloquear parte de la luz del espacio interior (Pérez, 2017). La ventaja de estos escaparates es que permite ver el resto de la tienda y el espacio de diseño interior, el espectador puede apreciar el mobiliario interior, la iluminación, los colores, y sentirse atraído a entrar a la tienda. Esta es una de las formas más comunes en el escaparate de Hermès, permitiendo al público apreciar el escaparate sin bloquear la entrada de luz natural al establecimiento. Ejemplos: escaparates de Madrid y Barcelona.



Fig. 28. Escaparate de Hermès

Fuente: <https://www.designboom.com/design/maurizio-galante-tal-lancman-dreamscapes-window-display-hermes-hong-kong-10-24-2019/>

#### 1.4.3 Escaparates sin fondo:

Son los escaparates con grandes vidrios en el frente y sin paredes sólidas u obstrucciones detrás, que permiten al espectador ver la situación general de la tienda a través de las ventanas y los objetos. La principal fuente de luz proviene del espacio interior. Al estar conectado con el espacio interior, todos los elementos se presentan bien organizados y ordenados (Pérez, 2017). Este tipo de escaparates es utilizado para espacios pequeños. Por ejemplo, en la maison del aeropuerto de Roma, se observa un escaparate rectangular estrecho, sin fondo para dar sensación de amplitud en el espacio. Solo unas pocas tiendas de la marca Hermès presentan estas características.



Fig. 29. Escaparate de Hermès Aeropuerto de Roma

Fuente: <https://www.hermes.com/mo/en/find-store/italy/fiumicino/hermes-rome-fiumicino-airport-terminal-3-M477B9AR/>

#### 1.4.4 Escaparate la ventana abierta:

Se integra en el espacio interior y es suficientemente accesible para ver los productos exhibidos, no tienen vidrios, ni paredes sólidas, ni tabiques, y se colocan en los pasillos de la maison (Pérez, 2017). Este tipo de escaparates logran profundizar en los sentidos visuales del cliente al entrar en la tienda y están disponibles en las maisons grandes donde hay espacio suficiente para presentar este tipo de escaparate





Fig. 30. Escaparate de Hermès de Paseo Gracia Barcelona

Fuente: <http://experimentarycrear.blogspot.com/2012/09/instalacion-artistica-hermes-y-pamen.html>

#### 1.4.5 Escaparates de las tiendas de esquina:

Aquellos que se visualizan en las esquinas y ángulos de las tiendas. Estos tipos de escaparates tienen la particularidad que se pueden observar desde el exterior en dos direcciones, haciendo que su contenido pueda verse fácilmente tanto para un espectador que transita desde el otro lado de la calle, como en una bifurcación de un centro comercial (Pérez, 2017).



Fig. 31. Escaparate de Hermès Iguatemi, Solar machine, São Paulo, Brazil (2017)

Fuente: [https://www.zavenpare.com/C\\_10s.html](https://www.zavenpare.com/C_10s.html)

El espacio que conforma el escaparate de Hermès es tridimensional, en el que los productos expuestos logran un equilibrio estético que crea una composición justa cuando todos los tipos, formas, colores y orientaciones se combinan para formar un todo. Su rasgo distintivo es su simetría, que da la impresión de orden y quietud. El logotipo de Hermès es una serie de escaparates que sumergen al espectador en escenarios abstractos de significado personal, creando un espacio que transforma los productos Hermès de simples mercancías en obras de arte. Un ejemplo es el Hermèscope, diseñado por Óscar Díaz para la tienda de Ginza en 2014, que utiliza un efecto caleidoscópico para demostrar la simetría de los elementos naturales.





Fig. 32. Escaparate caleidoscopio de Hermès

Fuente: <https://diariodesign.com/2014/05/hermescope-oscar-diaz-crea-un-caleidoscopio-en-la-maison-hermes-ginza-japon/>

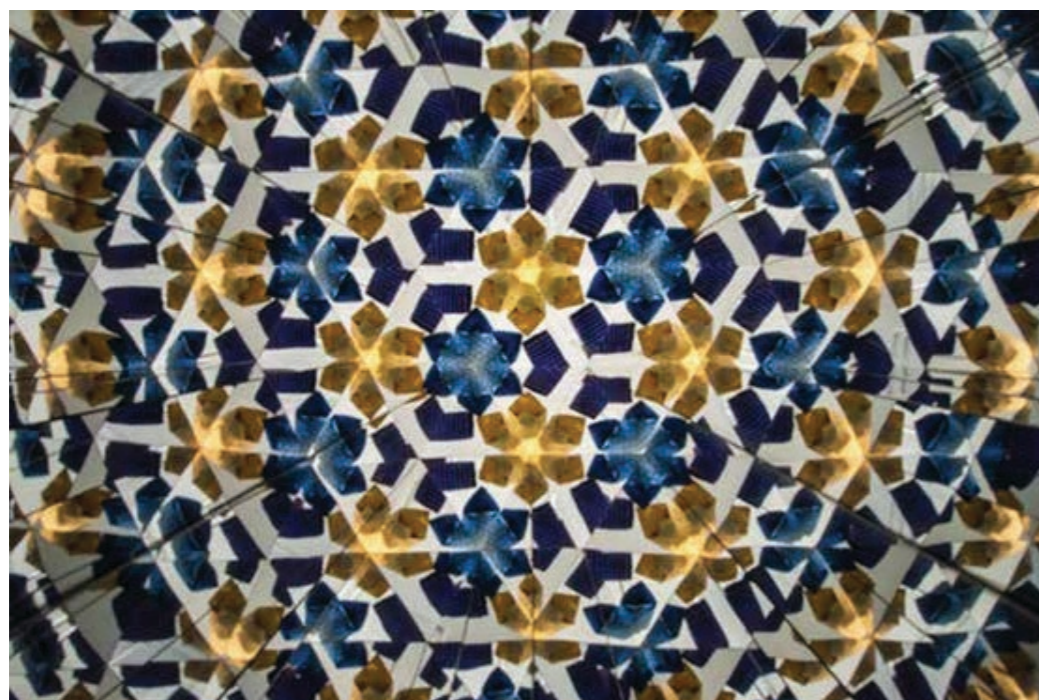


Fig. 33. Escaparate caleidoscopio de Hermès

Fuente: <https://diariodesign.com/2014/05/hermescope-oscar-diaz-crea-un-caleidoscopio-en-la-maison-hermes-ginza-japon/>

## 1.5. DISEÑO DEL ESPACIO COMERCIAL EN HERMÈS

### 1.5.1 Tipología

Los escaparates de Hermès no venden productos, sino la idea del lujo, que es lo que atrae a los clientes, así pues, según su contenido se clasifican en:

#### 1.5.1.1 Escaparates temáticos:

Este tipo de escaparates ha formado parte de la maison desde inicios de la marca Hermès al presentar diseños oníricos llenos de una exquisita narrativa creativa centrados en un tema de producto específico, que logran transmitir una idea o tema al público y por ende captar la atención del mismo. Un ejemplo es el escaparate de Navidad 2016 de Hermès, donde se observa que el color es el rojo de la Navidad al mostrar la mercancía y atrezos en rojo, arboles color blanco de musgos porosos como fondo, la escena es una insecto coccinlido volando en la naturaleza y mariquitas ocupadas en su trabajo, cada uno en una división de trabajo diferente, todo el escaparate es un acto como en la planificación de la Navidad, mostrando una escena insecto coccinlido.



Fig. 34. Escaparate de Hermès Barcelona

Fuente: <https://luxuryretail.co.uk/christmas-2016-hermes-spain/>



### 1.5.1.2 Escaparates emocionales:

En estos escaparates de tipo emocionales, los diseñadores utilizan técnicas psicológicas para crear con diferentes sentidos. En estos escaparates de tipo emocionales temas como la amistad, la familia y las emociones similares como elementos principales que influyen en la psicología del público, con el objetivo de lograr el efecto de promoción de la marca. Como ejemplo se observa un escaparate diseñado en una serie de ventanas donde, se utiliza el efecto dinámico de las gotas de agua navegando para llamar la atención de la gente, sobre el uso de los recursos hídricos, para lograr que evoquen los recursos hídricos que se consumen en la vida, incitando a la conservación del agua.



Fig. 35. Escaparate de Hermès Madrid 2016  
Fuente: [https://www.art-it.asia/en/u/maisonhermes\\_e/ncatzxwghdqmzw46orur](https://www.art-it.asia/en/u/maisonhermes_e/ncatzxwghdqmzw46orur)

## 1.5.2 Disposición del espacio

### 1.5.2.1 Estilo escena:

Este tipo de escaparate se observa cuando se usa una variedad de mercancías relacionadas para formar una escena específica, para atraer los ojos de los clientes. Un ejemplo es el escaparate de navidad 2017 donde se observa un conjunto de escenas de escalada en la montaña nevada, y las mercancías de Hermès fueron construidas fuera de la escena, el pañuelo de seda rojo construido en forma de tienda, atrayendo los ojos del cliente, pensando si finalmente pueden llegar al destino. Es una escena inolvidable para cualquier visitante, lo cual es suficiente para generar un alto nivel de interés en el cliente.



Fig. 36. Escaparate de Hermès España 2017  
Fuente: <https://luxuryretail.co.uk/hermes-christmas-2017-by-instore/>

### 1.5.2.2 Estilo serie:

Este modelo de escaparates es usado para exhibir en repetidas ocasiones una misma serie de productos, creando un efecto impositivo de la marca, a la vez permite al espectador comprender plenamente las funciones y características del producto. En el escaparate con temática de agua exhibido en la maison de Amsterdam se observa toda una serie de porcelana, con la salpicadura formada por el agua que brota del manantial, tiene el plato como salpicadura, mostrando el detalle de la porcelana, y de la tetera vertiendo el agua, mostrando plenamente la función y el uso de la misma.

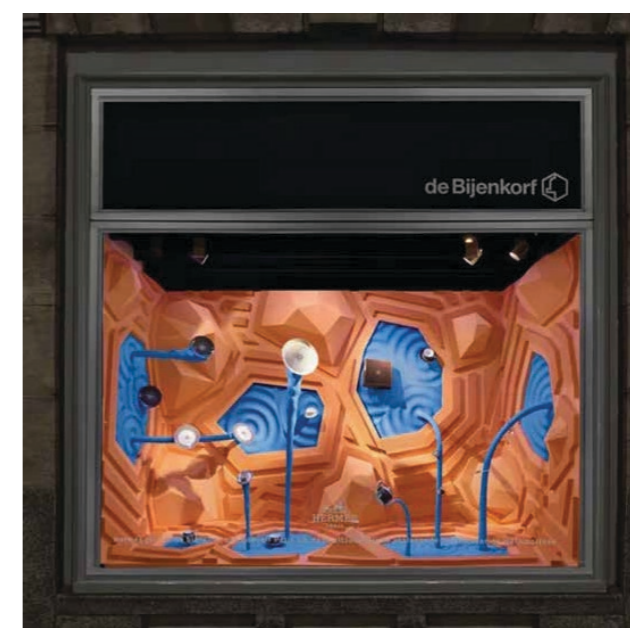


Fig. 37. Escaparate de Hermès  
Fuente: <https://www.itsnicethat.com/articles/bonsoir-paris-hermes>



### 1.5.3 Luminotecnia

*Es un elemento fundamental en el diseño de escaparates para llamar la atención de los clientes, si el escaparate no tiene una iluminación adecuada el producto se pierde de la vista del transeúnte (Jiménez, 2001).* Por ello es importante que se tenga conocimiento de los diferentes aspectos:

#### 1.5.3.1. Iluminación de escaparates

Una buena iluminación del escaparate, atrae al futuro cliente hacia el interior del establecimiento, ayudándole a dirigir la atención hacia el producto que se pretende enfatizar, es importante tener en cuenta, el tamaño del escaparate si son grandes necesitan mucha iluminación y si son de diferentes tamaños debe usarse diferente tipo de iluminación, los colores que se vayan a usar en el diseño los tonos oscuros absorben más luz lo que significa que necesitan mayor iluminación, las condiciones de luz natural o artificial que dominan el sitio donde esté el escaparate *se deben tener en cuenta antes de diseñar un escaparate y hay que evitar el contacto directo de los productos con la luz, para evitar el riesgo de deterioro de los productos o incendios en el escaparate (ERCO, 2002).*

El diseño de los escaparates de Hermès demanda exactitud en la iluminación, conectando las instalaciones de manera que exista un orden en los elementos. Mayormente, se elabora el escaparate con una vitrina contrapuesta en el frente de la tienda con iluminación incorporada. Lo que origina, una luminosidad resplandeciente que alumbra todo el espacio a la disposición, el uso de los reflejan la luz, haciendo del escaparate un lugar exuberante y de exquisito carácter visual.

#### 1.5.3.2. En la iluminación de los escaparates de la tienda Hermès se encontró el siguiente patrón:

En los inicios de la iluminación de los escaparates de Hermès, se utilizaban principios de diseño de iluminación más tradicionales: fuentes de luz puntuales, alta iluminancia, para resaltar los productos y atraer la atención de los transeúntes. Los productos de iluminación actuales tienen un índice de reproducción cromática del 99%, lo que permite ver los productos en sus colores originales.

En las etapas intermedia y tardía del diseño de la iluminación de escaparates de Hermès, Hermès intentó un enfoque más audaz, iluminando toda la fachada del edificio en su conjunto, con una iluminación más intensa de la zona del escaparate, una clara separación del contenido del escaparate en primario y secundario, y la adición de fuentes de luz de superficie y lineales, dejando de limitarse al enfoque inicial de diseño de fuente puntual, la iluminación se integró también en la estética del enfoque puntual, lineal y de superficie.

Hoy en día, la iluminación ha evolucionado mucho, en el futuro del diseño de escaparates Hermès, la iluminación no tendrá dificultades técnicas, sino cómo utilizar inteligentemente el diseño de iluminación para mostrar mejor los productos Hermès, aumentar el deseo de compra de la multitud que pasa, aumentar las ventas de los productos Hermès, y aumentar el precio premium de los productos.

### 1.5.4 Color

#### 1.5.4.1 La paleta de colores del escaparate de Hermès

El color de los escaparates es el principal elemento que debe tenerse en cuenta a la hora de diseñar una escena, uno o varios colores populares, los colores característicos de la marca, los colores que simbolizan el clima de las estaciones, el tema del escaparate, los colores de los productos y cualquier otro aspecto que el diseñador considere necesario destacar en su diseño. Victor Valencia Lopez, (2000)

El color es el principal elemento a tener en cuenta en el diseño de escaparates, ya que no sólo crea un mensaje visual, sino que también es crucial para generar una experiencia, avivar los sentidos y resaltar las cualidades del artículo. Por tanto, el color es una herramienta fundamental para crear una marca. En cualquier caso, no hay una combinación de colores correcta o incorrecta en el diseño de escaparates; la clave está en si el mobiliario del escaparate justifica su existencia.

Si elige los tonos en función de estos criterios, conseguirá excelentes combinaciones de colores y buenos contrastes. A la hora de diseñar un escaparate, es importante tener en cuenta la forma y el tamaño del mismo, el público al que va dirigido y la ubicación del escaparate para conseguir un efecto visual satisfactorio.

Los escaparates de Hermès utilizan colores básicos, neutros y diferentes gama de marrones y naranjas. Los diseñadores añaden más colores a la composición en función de la estación del año y de la ubicación del escaparate.

A lo largo de la dilatada historia de la marca, Hermès ha hecho del naranja un color famoso. Hoy en día, este color naranja suele denominarse "naranja Hermès" en distintos ámbitos del diseño, y siempre se utiliza como color dominante en los escaparates de Hermès de distintos países y temáticas, con el objetivo de reforzar la imagen de la marca de un tono distintivo. Además, el azul, el fondo contrasta con tonos azules. que contrasta con el naranja, también es una combinación de colores utilizada a menudo en los escaparates de Hermès. Por ejemplo, el escaparate de Hermès en Barcelona, inspirado en la película Ingeniería, de Wes Anderson, presenta zorros y diversos objetos en diferentes tonos de naranja. El fondo contrasta con tonos azules.





Fig.38. Escaparate de papel Hermès

Fuente: <https://fedrigonclub.com/seleccion/surrealismo-de-papel-en-la-boutique-hermes-de-barcelona/>

Los productos Hermès marcan las tendencias de la moda y el uso del color evoluciona constantemente con los nuevos temas de los productos. El escaparate de Hermès se diseñó en colaboración con el estudio de diseño japonés WE+ para la "Maison Hermès Shanghai", ofreciendo un análisis cromático de los últimos diseños de escaparates de Hermès.

En el diseño del escaparate masculino, se utiliza el esquema general de color azul, y en el mismo esquema de color, se utilizan cambios sutiles en el tono, la luminosidad y la saturación para expresar los conceptos que transmite el diseño del escaparate: la vida marina, la humanidad y la naturaleza en armonía. En la determinación del sistema de color, no sólo a través de la tonalidad, el brillo, la saturación de los tres elementos de color a una sola realización, pero también es necesario tener en cuenta la proporción de la colocación de color, de la imagen se puede ver en la ventana de la verde menos saturado, de alto brillo para la gran área de la base de color, el producto para la alta saturación, bajo brillo azul-verde, para formar una coordinada, en contraste muestra la ventana, es decir, destaca el producto, sino que también pone de relieve la ventana de la pulcra. El concepto de diseño del escaparate es pulcro.



Fig.39. Escaparate de papel Hermès

Fuente: <https://cn.fashionnetwork.com/news/te-xie-sheng-dan-jie-dao-le---kan-kan-zhe-ba-da-she-chi-pin-pai-ru-he-bu-zhi-sheng-dan-chu-chuang,1364576.html>



Como el color principal de la Navidad es el rojo, y al mismo tiempo verde (el tono se originó principalmente en el amor de los antiguos occidentales de acebo) como el color central. Su principio de diseño también se basa en elementos tricolores, el tema de la Navidad de rojo y verde es también una relación complementaria, todo el escaparate también añadió naranja y amarillo-verde como los colores intermedios, rojo y verde para la combinación, sino que también refleja la riqueza de los colores de Navidad, sino que también trae la diversidad de productos Hermès.

A partir de esto, podemos analizar que el núcleo del diseño de la ventana de Hermès no es el uso de "Hermès Orange", pero la elección de diferentes colores en torno al tema del diseño de la ventana y el uso del principio de color para hacer combinaciones estéticas, transmitiendo el concepto de diseño de productos de temporada de Hermès.



Fig.40. Escaparate de papel Hermès

Fuente: <https://cn.fashionnetwork.com/news/te-xie-sheng-dan-jie-dao-le---kan-kan-zhe-ba-da-she-chi-pin-pai-ru-he-bu-zhi-sheng-dan-chu-chuang,1364576.html>

En la elaboración del escaparate denominado Savanna, se puede observar como el diseñador intentaba jugar con los colores del atardecer usando para ello colores cálidos en tonos naranja, rojo oscuro, amarillo y marrones, que al ser percibidos por los espectadores producían sensación del calor típico de la sabana africana, también evocaban la caída de las hojas, típicas del otoño época en que fue realizado este escaparate.



Fig. 41. Escaparate de Hermès Savanna

Fuente: <https://www.instore.es/en/projects/hermes/>

#### 1.5.4.2 Colores del escaparate e imagen de marca de Hermès

*La función primordial de los escaparates es reflejar la imagen corporativa de la marca y seducir al consumidor con sus diseños llenos de creatividad, convirtiéndolos en intermediarios entre la marca y el cliente. Haciendo que el transeúnte al observar los escaparates se interese por sus productos. (Morgant, 2000)*

Los colores juegan un papel importante en este aspecto, debido a que los escaparates son la primera escena que visualiza el espectador, una puesta en escena con colores adecuados hará que el escaparate sea potencialmente llamativo para que los potenciales compradores se detengan a observar las vitrinas. Por consiguiente, el uso adecuado de las diferentes tonalidades del color proporciona un instrumento excelente de comunicación en el escaparate.

En relación a esto, cuando se utilizan colores saturados, logran provocar en el espectador el deseo de realizar compras compulsivas y cuando se usan colores fríos hacen que el espectador perciba la armonía del espacio, generando que el cliente entre a la tienda atraído por la tranquilidad y el placer percibidos a través del color de los escaparates.

Hacer referencia al significado del color, a su carácter semántico y expresivo; la percepción, logra que el espectador recuerde conceptos establecidos en su cerebro, aunque en su gran parte son significados absurdos o convenidos dan respuesta a factores de asociación con algún lugar o hecho vivenciado. Como ejemplo, tomamos la puesta en escena del escaparate de Hermès diseñado por la artista Leila Menchari, quien uso el color rojo y sus tonalidades para representar excitación y transmitir el exotismo oriental de la escena que se simboliza.





Fig. 42. Escaparate Hermès

Fuente: <https://trendland.com/leila-menchari-behind-hermes-windows/>

### 1.5.5. Elementos estructurales

#### 1.5.5.1. Naturales

Los escaparates Hermès hacen uso de elementos naturales sin caer en la exageración, la flora sirve de cuadro para que los artículos situados de manera estratégica resplandezcan como si se tratara de una fantasía, abren un mundo de lugares vivos, donde el transeúnte se concentra admirando el diseño, olvidando el contexto que lo rodea.

#### 1.5.5.2. Eco-diseño

Los nuevos materiales utilizados en el diseño de escaparates Hermès apuestan al uso de materiales ecológicos que puedan reusarse o que en su desecho sean de beneficio para el ambiente. La visión de sostenibilidad, reciclaje y la recuperación de elementos originarios de la naturaleza y de reutilización, se utiliza con el propósito de crear conciencia en los espectadores, aunando que generan un ambiente saludable. El diseñador Xavier Mañosa utilizó arcilla roja para realizar el busto de un caballo para evocar el color naranja que caracteriza la marca Hermès y para el diseño del reloj utilizó la madera que es uno de los materiales utilizados actualmente en el diseño de escaparates.



Fig. 43 Escaparate Hermès Clock Paseo de Gracia Barcelona

Fuente: <https://www.revistavanityfair.es/poder/articulos/la-leyenda-del-tiempo/26297>

### 1.5.6 Ornamentación

La puesta en escena de los elementos en el escaparate debe ser un complemento, que forma parte del todo sin dejar en segundo plano los artículos que se quieren vender. *Para su uso es importante calcular de manera efectiva que cantidad de artículos se van a utilizar, debido a que, si se colocan muchos elementos la exposición se verá sobrecargada lo que reducirá su atractivo. Si por el contrario se colocan muy pocos darán sensación de vacío (José Amador, 2010).*

#### 1.5.6.1. Atrezzo figurativo

En el diseño de escaparates Hermès hace uso de un sinfín de elementos figurativos (animales, maniqués, objetos), los cuales no requieren que los espectadores hagan algún esfuerzo para comprender sus exposiciones, se colocan de forma tan sencilla que hacen que el público capte inmediatamente la idea que transmite el diseñador. Ejemplo de ello es el escaparate que se diseñó para la maison del Paseo de Gracia de Barcelona, donde se colocaron tres cabezas de caballo que representan estar alimentándose de flores colocadas en bolsos de la marca.



### 1.5.6.2. Atrezzo decorativo

Los elementos de la decoración en los escaparates Hermès son utilizados como apoyo visual del producto que se muestra, usando aquellos que puedan transmitir curiosidad, utopía, sátira o admiración en los espectadores, quienes en escasos segundos puedan percibir el mensaje que transmiten logrando incentivarlos a entrar en la tienda y realizar una compra. En el diseño del escaparate que se toma como ejemplo, se muestra el fondo del océano utilizando diferentes materiales para elaborar las medusas, colocando bolas de navidad transparente como elemento decorativo que semejan burbujas de aire. Galante y Lancmam, diseñaron escaparates extraordinarios utilizando objetos de uso cotidiano (botones, cucharas, lápices) como elementos decorativos, despertando la ilusión del espectador.



Fig. 44. Escaparate Hermès Sea creatures  
Fuente: <https://daniellepippin.com/visual-merchandising-trends>

### 1.5.6.3. Atrezzo abstracto

Hermès se distingue hacer innovaciones constantemente en los escaparates de todas sus tiendas. Saliendo siempre de la rutina, usa elementos abstractos en sus composiciones, donde logran dar una perspectiva diferente a elementos básicos. Ejemplo de ello, es la transformación hecha a las columnas griegas, al deformar su forma. Y fueron expuestas en un fondo degradado para dar una apariencia clásica y única.



Fig. 45. Escaparate Hermès columnas griegas  
Fuente: <https://www.paredro.com/formas-clasicas-y-deformes-el-nuevo-estilo-de-los-escaparates-de-hermes/>



### 1.5.7. Composición escenográfica

La escenografía de los escaparates Hermès, es uno de los aspectos más importantes debido a que los diseñadores elaboran puestas en escenas literarias que permiten el acercamiento de los espectadores. Bajo el método de storytelling, se crean diseños llenos de magia, basados en escenarios teatrales que logran atraer a los espectadores, quienes los han definido como obras de arte. Como ejemplo se muestran los escaparates escenográficos de Leila Merchari y el escaparate de Ginza Tokio, diseñado por Isabelle Daeron, donde se observa la inspiración de ambas artistas al diseñar en sus escaparates historias de narración, seductoras y provocativas, que muestran el producto de una manera tan espectacular que incita al cliente a adquirir el artículo. Como se explicó anteriormente, Hermès se destaca por hacer de sus escaparates únicos en su iluminación y colores haciendo de ellos una obra de arte.



Fig. 46 Escaparate Hermès Leila Merchari  
Fuente: <https://www.doitinparis.com/en/hermes-leila-menchari-grand-palais-22762>

#### 1.5.7.1 Escenario virtual

Actualmente, nuevas tendencias están estampando cambios en el diseño del escaparate, convirtiéndolos, en un área de decoración artística con la participación de diversos diseñadores, quienes elaboran escaparates novedosos, originales, llenos de fantasía, con el propósito de cautivar y atrapar a los viandantes (Rodríguez, 2016).

#### 1.5.7.2. Nuevas tecnologías

En el año 2017, Hermès contrata la Agencia Holition, quienes elaboraron escaparates con el concepto de pantallas interactivas, donde se usó reconocimiento facial y un lector de palmas para que los transeúntes interactuaran con los escaparates.



Fig.47. Escaparate Hermès Beijing  
Fuente: <https://holition.com/work/hermes-interactive-window-displays>

#### 1.5.7.3. Tecnología programada por ordenador

Retail & Digital 2.0, es una de las start-up más novedosas de la tecnología en el diseño de los escaparates de lujos, al brindar al consumidor la posibilidad de interactuar con la pantalla, obteniendo información sobre su posición con la marca. Hermès, utilizó este tipo de tecnología para saber la cantidad de individuos que transitaban por al frente de su escaparate inteligente, permitiéndole hacer una estimación de cuantas personas ingresaron a la tienda posterior a ver la puesta en escena y cuantos realizaron compras.



Fig.48 Escaparate de Maison Hermès de Tokio  
Fuente: <https://www.hermes.com/jp/ja/story/maison-ginza/window-display/091119/>





## 2. MAISON HERMÈS MADRID

### 2.1. Introducción

En la comunidad madrileña hay dos tiendas Hermès, la primera se encuentra ubicada en C. de José Ortega y Gasset, 12, 28006. Maison con más de 450 metros cuadrados donde se exhiben todos los productos de la firma fundada en 1837.

La segunda maison Hermès inaugurada en octubre 2020, se encuentra ubicada en la Galería Canalejas de Madrid, en un edificio que ha sido declarado como parte del patrimonio cultural, al respetar la fachada, paredes y estructura interna en su renovación, donde se han colocado elementos decorativos propios de la marca como estampados icónicos, un colorido mural hecho de seda y la figura del caballo que es el símbolo que distingue la firma desde sus inicios. Debido a que las ventanas del edificio están protegidas por rejas de hierro forjado, esta maison no tiene escaparates exteriores, sino que presenta sus productos en escaparates abiertos integrados dentro de la tienda.

### 2.2. Temáticas: Escaparates de Hermès en Madrid 2021

En esta sección del trabajo se centra en el análisis de los escaparates de Hermès Madrid del año 2021, de las distintas temporadas. Mediante esta análisis se pretende hacer una predicción de la tendencia de diseño de sus escaparates para el próximo año.

### 2.2.1. Primavera 2021 tema

En el tema primaveral, el color general es brillante y sigue el planteamiento de diseño de combinar arte y productos para formar un escenario natural, y las imágenes son todas curvas para dar sensación de comodidad y equilibrio.

#### Análisis cromático

Los colores básicos son el rojo, el amarillo, el azul y el verde, con los mismos colores de fondo y de producto. En la imagen, la proporción de distribución de cada color es diferente, el tono cálido se refleja en los ojos, el amarillo y el rojo son los colores principales. El azul como color secundario, la distribución punteada del verde, el conjunto da una sensación brillante, para que el producto y el fondo tengan un buen sentido de la jerarquía.

#### Análisis del material

El material es madera virgen, al que Hermès está acostumbrado, y es respetuoso con el medio ambiente y sostenible.

#### Análisis de elementos

Todo el escaparate se presenta con elementos naturales: el mar, el velero y otros elementos de modelado. Los diversos elementos del producto muestran, más integrado en todo el entorno, dando a la gente un estado cómodo y armonioso.



Fig.49 Escaparate de Hermès de Madrid  
Fuente: <https://www.hermes.com/jp/ja/story/maison-ginza/window-display/091119/>

### 2.2.2. Verano 2021 tema

El decorado era muy minimalista, sólo las curvas de los tableros encerraban un remolino. El diseñador se centró sólo en el producto central, destacando principalmente la singularidad del producto, las variaciones y la elección de los colores lo hacían visualmente impactante.

#### Análisis cromático

Los colores están dominados por el rojo, utilizando el monocromo, empleando matices de brillo para producir también cambios de niveles. Se añade algo de beige para debilitar la saturación de todo el espacio.

#### Análisis de materiales

El uso de diferentes colores de material de tablero de madera crea una imagen de erosión natural.

#### Análisis de los elementos

Los elementos generales son muy sencillos, con sólo la curva de los tableros rodeando un remolino, destacando principalmente la singularidad del producto.



Fig.50 Escaparate de Hermès de Madrid  
Fuente: <https://www.luxuryretail.es/hermes-galop/>



### 2.2.3. Otoño 2021 tema

Una casa de ensueño llena de fantasía y magia. El deseo de Hermès.

#### Análisis del color

El color general está diseñado en torno al color del producto, con colores vivos en las secciones de niños y niñas. En la de niños predomina el azul-morado, y en la de niñas el rojo-rosa, que es monocromático en esta variación cromática. Todos los colores de fondo combinan con los colores de los productos, el brillo de los colores no es elevado, por lo que el conjunto presenta una sensación mágica y de ensueño.

#### Análisis de materiales

Este conjunto de madera y cristal se complementa con el hecho de que el producto es un perfume y su material es el cristal. La textura del cristal alegra el espacio cuando la luminosidad de los colores no es tan brillante, no tan apagado.

#### Análisis elemental

El diseño antropomórfico de la casa muestra el hogar de la tierra y el producto se integra en él.

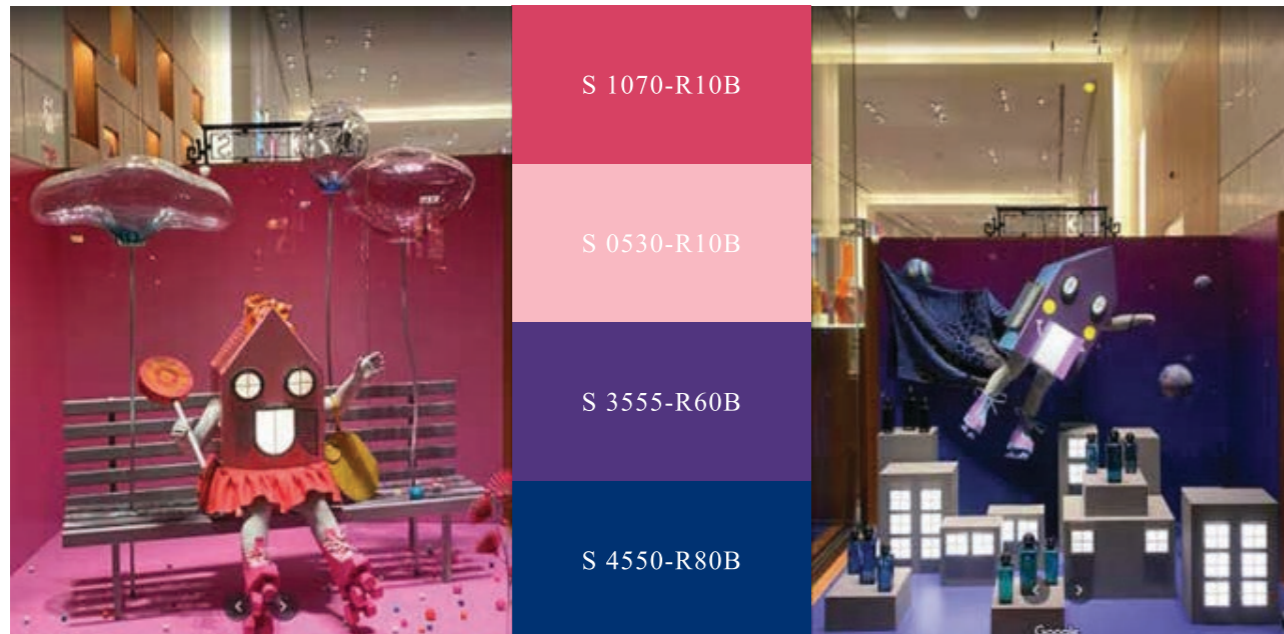


Fig.51 Escaparate de Hermès de Madrid  
Fuente: <https://www.luxuryretail.es/hermes-galop/>

Fig.52 Escaparate de Hermès de Madrid  
Fuente: <https://www.luxuryretail.es/hermes-galop/>

### 2.2.4. Invierno 2021 tema

El tema del invierno de 2021 es la Odisea Humana. El diseño del escaparate cuenta la historia de un viajero que utiliza diferentes medios de transporte para viajar a diferentes lugares, encontrando e interactuando con diferentes productos Hermès en cada lugar. El escaparate muestra cómo el viajero está abierto a aprender cosas nuevas y cómo supera los riesgos en cada viaje.

#### Análisis del color

El azul y el amarillo, presentados por colores contrastados, con una saturación de color relativamente alta, combinados con su tema, tienen un sentido de inocencia infantil en el juego de la vida.

#### Análisis de materiales

La madera es el principal material utilizado en todo el espacio y es uno de los principales materiales utilizados por Hermès.

#### Análisis de los elementos

Las diferentes escenas creadas por varios medios de transporte, junto con los pequeños muñecos, tienen un sentido de experiencia vital.



Fig. 53. Escaparate Hermès Madrid invierno 2021  
Fuente: [https://www.studioastolfi.pt/projects/hermes-madrid-barcelona-marbella-winter-2021\\_139](https://www.studioastolfi.pt/projects/hermes-madrid-barcelona-marbella-winter-2021_139)

## 2.3 Escaparates de Hermès en Madrid

### 2.3.1 Características históricas

Los escaparates son historias contadas a través de un tema específico como si se tratara de una obra de teatro. En el diseño de exhibiciones de Hermès Madrid se ha observado la exposición de elementos que evocan una época y cultura en paisajes extraordinarios elaborados con materiales diferentes a los de otras firmas. Haciendo de ellos maravillosas exposiciones consideradas como obras de arte ante el ojo de los espectadores. Ejemplo de ello, es el diseño del escaparate donde se realizó un montaje para semejar un escenario Daliniano.



Fig. 54. Escaparate Hermès columnas griegas

Fuente: <https://www.paredro.com/formas-clasicas-y-deformes-el-nuevo-estilo-de-los-escaparates-de-hermes/>

### 2.3.2 Características temáticas

Las temáticas de los escaparates Hermès en Madrid es variada, sin embargo, se ha observado que los elementos figurativos animales y naturaleza han formado parte del diseño en diferentes situaciones y estaciones del año.

En navidad 2016, los diseñadores kiki & Joost diseñaron una vitrina donde se observa un grupo de insectos decorando el ambiente con motivos navideños.



Fig. 55. Escaparate Hermès Christmas 2016

Fuente: <https://mitmeblog.com/escaparates-de-navidad/hermes-escaparates-mitmeblog-03/>

### 2.3.3 Características narrativa

Los escaparates de la Casa de Hermès están diseñados siguiendo las estaciones del año, donde se utilizan diferentes elementos para captar la atención del espectador y se ambientan escenas para narrar una historia o una leyenda mediante imágenes que despiertan la creatividad, la imaginación y el interés del espectador con sólo mirarlos.

### 2.3.4 Características de presentación y elementos de diseño: iluminación, color, materiales

#### Iluminación Y color

El diseño de los escaparates Hermès Madrid, se observa que se usan diferentes tipos de luminarias según la posición de los productos y los colores utilizados en los elementos. Las luminarias y los focos son colocados de manera cruzada donde enfocan diferentes direcciones, están ubicadas en el piso, techo y lateral. Se usa esta combinación de luces por el tamaño del escaparate.

Los colores de los productos Hermès se presentan en azul lago. Marrón Beige y otros colores clásicos, creando un efecto cromático discreto y lujoso. Además, también





crea su propio color naranja Hermès, exclusivo de la marca.

En primer lugar, en términos de cromaticidad, los colores de los escaparates de Hermès en Madrid se concentran principalmente en las dos zonas de tonos amarillo-rojo y rojo-azul, mientras que hay menos tonos azul-verde/verde-amarillo. Reflejando el uso del color en el uso de tonos cálidos, así como el uso de Hermès naranja es más frecuente, el contraste azul-naranja y la colocación azul-amarillo, el contraste es obvio, el impacto visual es fuerte, con el papel de atraer la atención de los consumidores. Desde el brillo y la oscuridad, el brillo del color más alto, la oscuridad de fondo, el brillo dará a la gente una luz, efecto visual brillante. Luego está la mezcla de colores cálidos y fríos. Busca despertar el interés del espectador a través de la percepción del uso de cada color. Los colores fríos se utilizan para representar el agua y el hielo. Los colores cálidos se utilizan para representar la sensación cálida del sol e indicar temperaturas cálidas. Un buen ejemplo es el escaparate diseñado por Kiki Van Eijk. En este escaparate, las diferentes familias de colores crean un mundo de fantasía que recrea la imaginación infantil sobre los objetos, y las coloridas flores y el verdor del césped hacen del escaparate un soplo de aire fresco.



Fig. 56. Escaparate Hermès Verano  
Fuente: <https://luxuryretail.co.uk/hermes-tinkering-by-instore/>



#### Elemento

Se utilizan diferentes formas geométricas para cada temática diseñada. podrá observar formas planas, tridimensionales, bidimensionales y abstractas que harán que el diseño se convierta en una maravillosa obra de arte. Ejemplo de esto, fue el escaparate diseñado por Noa Verhofstad quien fue el encargado del elaborar los escaparates de la temporada de verano en España, realizando una extraordinaria composición de seis escenarios que semejaban los espacios comunes de una casa, cocina, habitación, jardín entre otros, semejando ser plegables, usando diferentes dimensiones de las formas geométricas.



Fig.57 Escaparate Hermès salas plegables  
Fuente: <https://luxuryretail.co.uk/foldable-life-hermes-spain-summer-2020/>

#### Material

En el diseño de escaparates Hermès Madrid se utilizan diferentes materiales naturales y artificiales, dentro de los que se pueden nombrar: papel, cartón, flores, plantas, madera, cuero, vinilos impresos, metal, plástico. Tratando siempre de reusar los materiales en cada montaje. Se muestra como ejemplo, la elaboración de escaparates de la temporada primavera 2020, donde la parte trasera fue cubierta con vinilos impresos y tubos amarillos para crear un espacio astral.



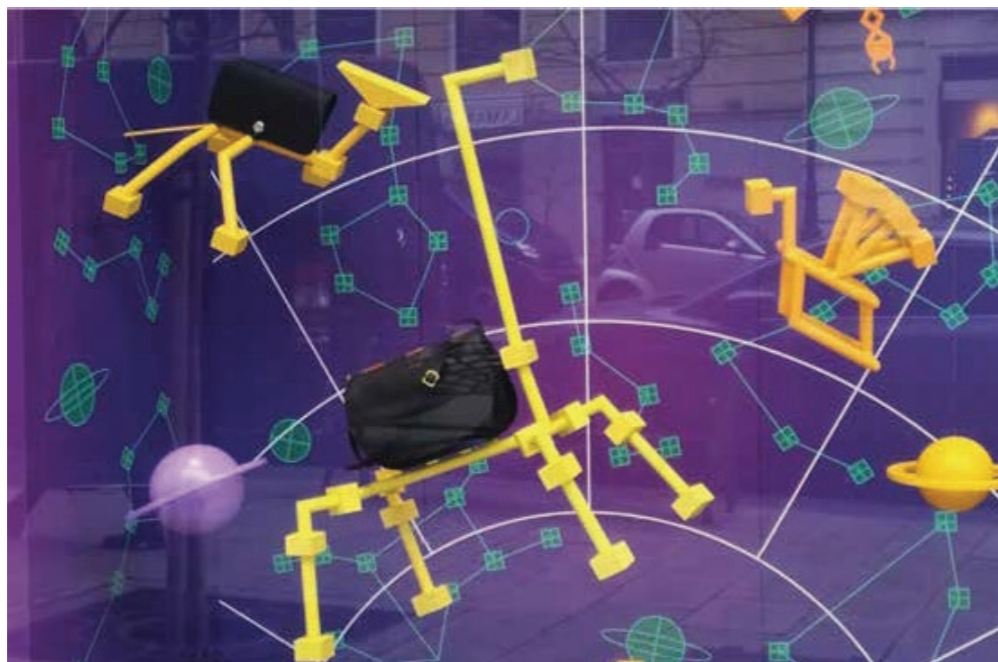


Fig.58. Escaparate Hermès primavera 2020

Fuente: <https://www.luxuryretail.es/from-inspiration-to-innovation-concept-de-kiki-van-eijk-para-hermes-spain/>

La mayor parte de los elementos extraídos del esquema de diseño proceden de la percepción y la comprensión que el diseñador tiene de la cultura de la marca y los productos.

se pueden extraer tres elementos conceptuales de la marca: la forma, el color y la calidad.

**Forma:** El diseño del escaparate de Hermès debe reflejar el núcleo de la marca, es la primera impresión del cliente, para tener una fuerte indicación, por lo que la forma se puede extraer de los elementos del caballo de Hermès LOGO, la H inicial del nombre, a través de las técnicas de diseño gráfico para aplicar al diseño del escaparate.

**Color:** El color también juega un papel muy importante en el diseño de los escaparates, complementando la forma. El color no se extrae del color temático de la marca, sino de los productos, y se actualiza e interacción constantemente junto con los productos de temporada de Hermès. Así, los colores pueden extraerse de los productos de Hermès y aplicarse al diseño del escaparate utilizando las proporciones estéticas de los colores.

**Calidad:** el material no es una textura de producto única para el diseño del escaparate, sino la calidad del producto para resaltar las cualidades de la marca en las que insiste Hermès, la libertad de creación, la búsqueda de materiales nobles y la exquisita artesanía.

### 2.3.5 Intervención del diseño gráfico

El diseño gráfico como elemento decorativo en los escaparates, forma parte importante del mismo debido a que son impresiones que hacen que los espectadores observen detenidamente la exhibición, aportando valor a la marca, reforzando el protagonismo de la misma.

Es un elemento innovador que facilita el montaje del escaparate, en el cual se combinan elementos como: vinilos decorativos, impresiones digitales, cortinas, revestimientos decorativos, jardines verticales, entre otros. Logrando crear espacios originales, dando una nueva visión, moderna y equilibrada al escaparate.

La mayoría de los escaparates Hermès hacen uso de vinilos decorativos como fondo de sus diseños, ejemplo de ello es el escaparate de la temporada primavera 2020, donde la parte trasera de las vitrinas fue cubierta con vinilos impresos.



Fig.59. Escaparate Hermès primavera 2020

Fuente: <https://www.luxuryretail.es/from-inspiration-to-innovation-concept-de-kiki-van-eijk-para-hermes-spain/>





## 2.4.Tendencia

Tras el análisis y el resumen del diseño de escaparates de Hermès, se observa que la temática de cada número de Hermès es versátil, con el producto/la filosofía corporativa/la actualidad y otros temas como punto de partida, y ampliada en forma de historias gráficas, para que la gente tenga una imaginación ilimitada del escaparate. Su temática es destacada, creativa e innovadora, de fina producción, colorista. Bolsos, zapatos, bufandas, carteras o productos de cerámica son los protagonistas de cada espacio. El producto ya no es simplemente un producto, sino parte de una obra de arte con la que se integra. Esta es la técnica de diseño más clásica de los escaparates de Hermès, siempre vanguardista y que marca las tendencias del futuro. Incluye la combinación de la cultura de la marca y la inspiración en el producto, la innovación constante de las nuevas tecnologías de la época, la herencia del espíritu de la marca y, al mismo tiempo, muestra que Hermès es una marca de lujo que sigue el ritmo de los tiempos y se atreve a innovar.



**HERMÈS**  
PARIS

## 3.DESARROLLO DEL PROYECTO



### 3.1 Introducción

Mediante el análisis de las tendencias en los escaparates de Hermès, los aprendizajes consolidaron los conocimientos adquiridos durante el Máster y pusieron en práctica los fundamentos del diseño de escaparates en cuanto a conceptos básicos, composición y sus principios, formas de expresión, composición tonal, iluminación, uso de materiales, percepción visual y composición espacial. Esta consolidación de conocimientos fue seguida de un análisis en profundidad de una serie de escaparates de Hermès, destacando la originalidad y creatividad de los escaparates de la marca y haciendo hincapié en su elaborado enfoque surrealista, cuyo objetivo es influir en el espectador e inspirarle para que entre en la tienda a comprar los productos expuestos, ampliando al mismo tiempo el alcance de la marca.



### 3.2 Motivación

El presente proyecto expone una propuesta de diseño modelo de escaparate para la maison de la ciudad Madrid, usando como referencia los diseños de la marca Hermès por su originalidad y versatilidad que han sido inspiración para la realización de otras vitrinas a nivel mundial, utilizando iconografías surrealistas y colores cálidos y fríos, esto con el propósito de exponer nuevas ideas para los propietarios de la tienda y los espectadores.

Cuando los escaparates suelen tener diseños similares en diferentes tiendas, se tornan rutinarios para los viandantes y no producen ese efecto llamativo para el cual se elabora, debido a esto, los empresarios buscan innovar y mantener originalidad en cada diseño elaborado. Y es que las exhibiciones están pensadas especialmente en destacar el artículo al máximo y convertirlo en el protagonista de la exposición.

Por lo tanto, es necesario cortar con el procedimiento tradicional y enfrentar el análisis desde una apariencia nueva. El propósito de este proyecto, es dejar a un lado las ideologías habituales y presentar un trabajo con una orientación fundamentada en los saberes adquiridos, se imprecisen los límites y se bosquejen métodos de indagación adecuados al desarrollo del proyecto.



### 3.3. Ubicación

Dirección :C. de José Ortega y Gasset, 12 ·

Esta es una vista real del escaparate de Hermès en Madrid. Se compone de dos ventanas, con la entrada en el centro, y la ventana está diseñada para ser semi-oculta, lo que permite una vista del espacio interior.



Elaboración propia  
Fotos del sitio

### 3.4 BOCETADO

Se diseñaron cuatro direcciones a lo largo del proceso de investigación y los siguientes son los conceptos de diseño para las cuatro direcciones, de las cuatro opciones de diseño, se eligió el último entendimiento de diseño para diseñarlo en profundidad.

#### ● Esperanza. Amor

Después de la epidemia, todo empieza a funcionar poco a poco, personas que han fallecido, personas que ahora están en el buen camino, queriendo evocar una reflexión sobre la vida o una especie de espejo roto, creciendo a través de las grietas y recuperándose poco a poco, amando a los demás y compartiendo el amor que tienen por ellos mismos.

El escaparate presenta una colección de poemas de famosos poetas españoles y americanos, Juan Ramón Jiménez, Emily Dickinson.



Fortos del Citio  
La primavera no mostrará al mundo que es un árbol puro de amor eterno.



### ● Noche de Navidad en Pegasus

*Voy a cabalgar a lomos de Pegaso Para atrapar un rayo de sol dorado. (Theresa Heine 2017)*

Este poema de Theresa Heine nos transportará instantáneamente a la infancia, cuando anhelábamos todas las aventuras, todas las tierras de fantasía, todas las ciudades en el cielo, todas las costas ventosas, todas las leyendas del universo, y todo ello nacía del anhelo de lugares lejanos. Cuanto más lejos, mejor, cuanto más lejos.

Y Anhelo de lugares lejanos, porque la distancia misma alarga la duración de la vida. Anhelo de lugares futuros a los que ir, anhelo de historias coloridas, la vida es como un hilo que une el momento presente con expectativas lejanas, de aquí a allí, de la tierra a las estrellas, tarde o temprano, un día iré más allá, tan lejos y tan largo.

Navidad, la luz iluminará el camino, el amor guiará el camino, los corazones pequeños y las desdichas dispersas se hacen tan cercanas en este momento, de aquí para allá.

La Navidad es una fiesta importante en España y está tematizada en torno al poema de Theresa Heine, mostrando un ambiente festivo alegre con un toque infantil y en los colores clásicos de la Navidad, el rojo y el verde, con el morado y el amarillo como colores de acento.



Elaboración propia

### ● El respeto a la naturaleza, el renacimiento del mar

El concepto de diseño se centra en incorporar la belleza natural de las tres regiones polares de la Tierra (la Antártida, el Polo Norte y el Ecuador) al escaparate de Hermès, extrayendo elementos de diseño (colores, materiales) de las tres regiones polares y combinándolos con las técnicas de diseño de escaparates de Hermès (iluminación, estructura, colores) investigadas en la tesis.

(iluminación, estructura, color), el escaparate de Hermès sirve de escaparate para transmitir la belleza de la naturaleza, haciendo un llamamiento a la gente para que proteja la ecología marina y la belleza polar que la naturaleza ha creado en la Tierra. Esto es lo que la marca Hermès persigue desde hace mucho tiempo.

#### Estado del mar

Los océanos cubren aproximadamente el 71% de la superficie de la Tierra, más del doble que los continentes, pero hasta la fecha la humanidad sólo ha explorado el 5% del fondo oceánico, cuyo 95% sigue siendo desconocido.

Hasta la fecha, la humanidad sólo ha explorado el 5% del fondo oceánico, cuyo 95% sigue siendo desconocido.

Al mismo tiempo, las actividades humanas han alterado el equilibrio ecológico de los océanos: el cambio climático ha aumentado la temperatura de la superficie de los océanos y ha incrementado su vulnerabilidad al cambio climático.

El cambio climático ha provocado la subida del nivel del mar, la muerte de los arrecifes de coral, el calentamiento del Ártico y el deshielo de los glaciares de la Antártida.

La sobrepesca, que ha dejado improductivos varios antiguos caladeros y extinguido un gran número de especies.

La contaminación marina, con residuos plásticos que destruyen la ecología prístina de los océanos, y la gran mayoría de los océanos están contaminados con plástico.

Se ha detectado contaminación por plásticos en la mayoría de los océanos.

#### Justificación

Por primera vez, los tres polos de la Tierra se integraron en el diseño de los escaparates de Hermès, permitiendo al público apreciar la belleza de la naturaleza.

Educar al público sobre el estado de los océanos y responder al llamamiento de la ONU a participar en la conservación marina.

En el espíritu de los grandes pioneros de la exploración, los participantes en estos tres viajes de descubrimiento exploraron sistemáticamente estos mundos marinos y terrestres inaccesibles de forma científica y artística.

En el espíritu de los grandes pioneros de la exploración, los participantes en estas tres expediciones polares exploraron sistemáticamente estos mundos marinos y terrestres inaccesibles de forma científica y artística, y compartieron sus descubrimientos e inspiraciones con personas de todo el mundo.



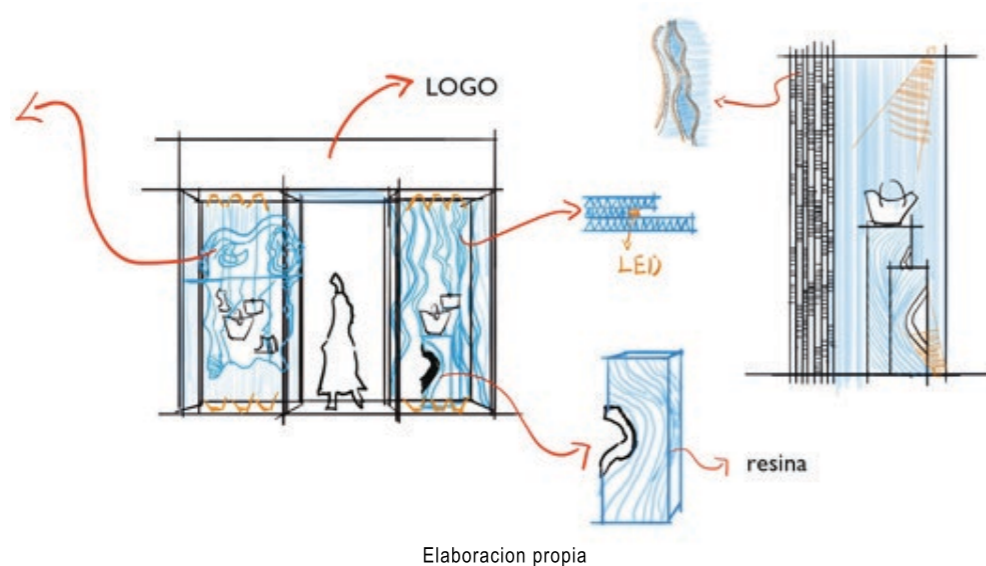


Fig.60. Chanel 2010 Fall Winter show, photo via Getty Images  
Fuente: <https://www.heavenraven.com/2019/10/12/why-paris-fashion-week-important-and-show-expense/>



Fig.61 .The Glacier Collector  
Fuente: <https://zhuanlan.zhihu.com/p/410580890>

● La acumulación de tiempo

El concepto, basado en el diseño de los nuevos relojes Hermès, utiliza la noción de tiempo (movimiento eterno de la materia, continuidad del cambio, expresión secuencial) para esbozar el núcleo de la empresa que ha mantenido Hermès desde su creación en 1837, implantando implícitamente la línea cronológica de Hermès en los escaparates.

La exposición de los productos Hermès, constantemente renovados e innovadores, está dotada del concepto de acumulación del tiempo, independiente de la evolución de la empresa Hermès y de la creación de sus productos, todos ellos de primeras marcas y creados a lo largo del tiempo.

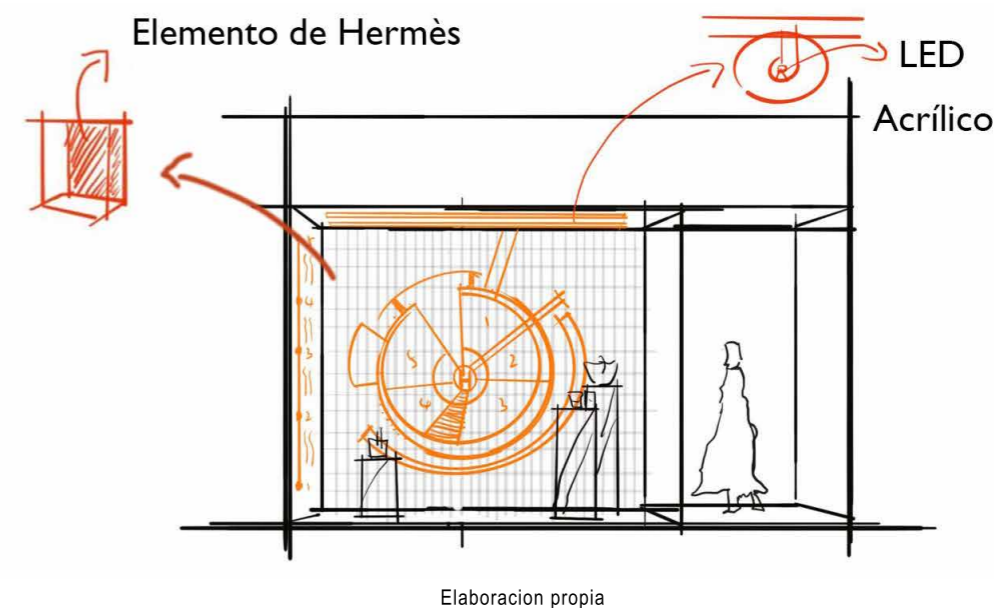


Fig.62. Caja de Hermès.  
Fuente: <https://chasingrainbowsforever.tumblr.com/post/136572495541/hermes>



Fig.63. Centro Guangzhou Yue Life Experience  
Fuente: [https://mp.weixin.qq.com/s/rU-DiMhba\\_mOxYISL9X2lg](https://mp.weixin.qq.com/s/rU-DiMhba_mOxYISL9X2lg)



Fig.64. Centro Guangzhou Yue Life Experience  
Fuente: [https://mp.weixin.qq.com/s/rU-DiMhba\\_mOxYISL9X2lg](https://mp.weixin.qq.com/s/rU-DiMhba_mOxYISL9X2lg)

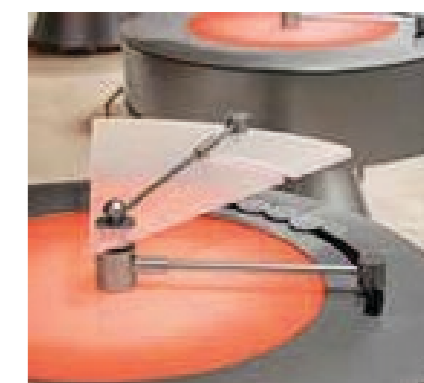


Fig.65. Reloj  
Fuente: <https://www.hermes.com/es/es/product/reloj-arceau-le-temps-voyageur-38mm-W057343WW00/>

### 3.5. Propuesta de diseño

#### CONCEPTO

Por primera vez, el concepto del tiempo se ha integrado en el diseño de los escaparates de Hermès.

La historia de la marca Hermès y su filosofía corporativa se transmiten al público a través de los escaparates.

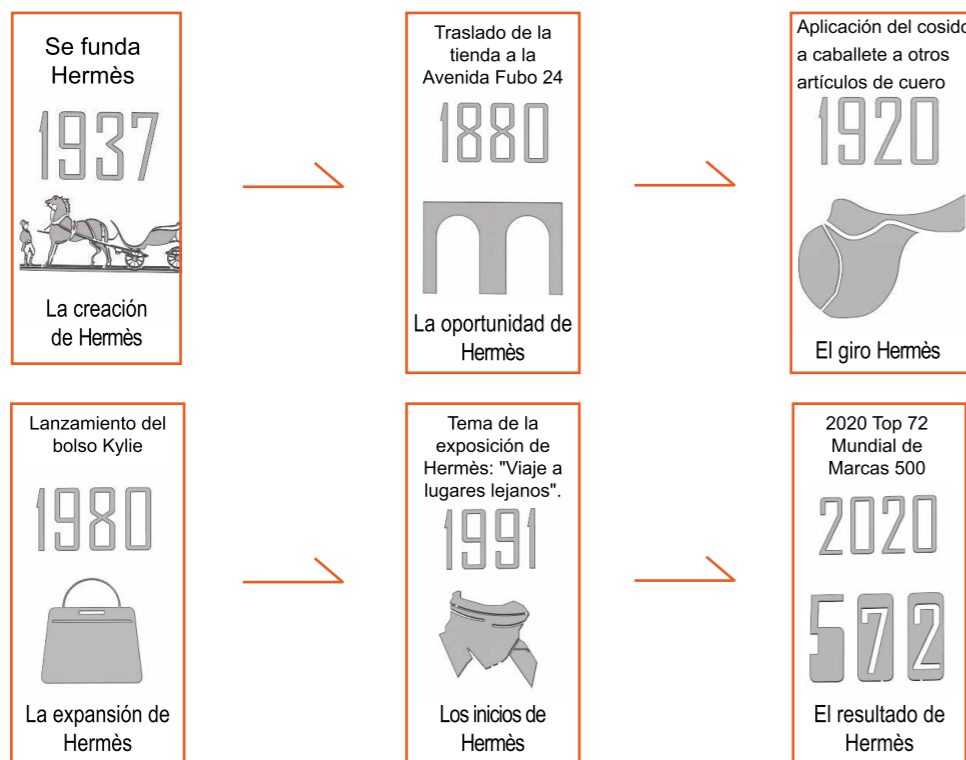
Esta es la tendencia futura del diseño de escaparates, que ya no destaca los productos con un único tema, sino que lleva la filosofía central de la marca para transmitir cuánto trabajo se ha invertido en la creación de cada nuevo producto.

#### LÍNEA DE TIEMPO DE LA MARCA HERMÈS

La cronología del crecimiento del escaparate de Hermès se utilizó en el diseño del escaparate para extraer los puntos clave en el tiempo durante el desarrollo de la marca Hermès e incorporarlos al diseño del escaparate de Hermès como elemento central de comunicación del diseño del escaparate, con la acumulación de tiempo como tema.

Honrar a los clásicos, mirar al futuro.

Añadir nuevos elementos a los clásicos es tanto una tendencia como una forma de transmitir las tradiciones clásicas y difundir la cultura central de la marca principal.



#### LA ESTRUCTURA ORIGINAL Y ACTUAL DEL ESCAPARATE

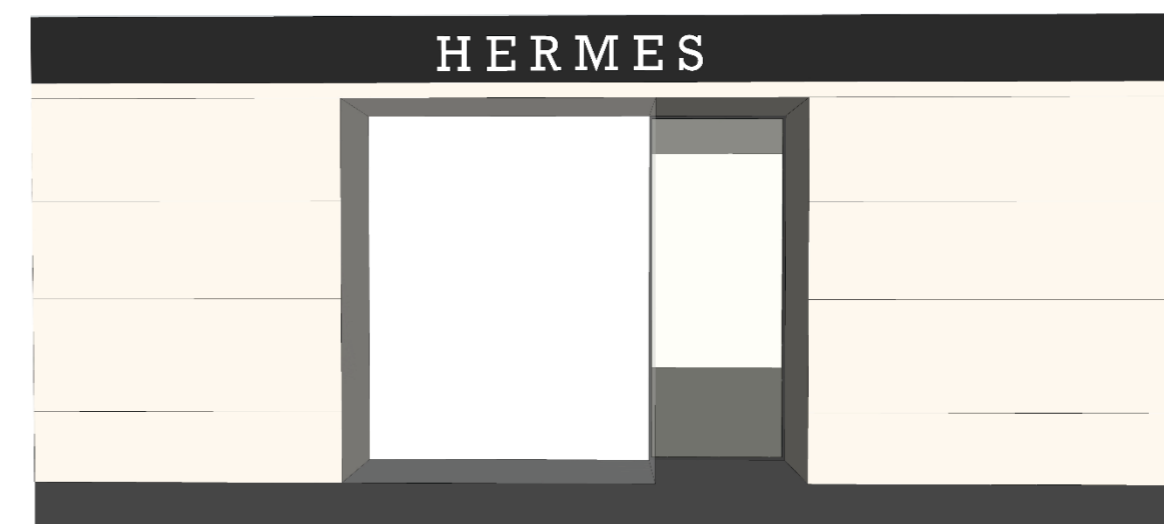
Las dos ventanas pequeñas originales se han sustituido por una ventana grande, y la puerta del centro se ha desplazado hacia la izquierda, dando a los transeúntes un mayor impacto visual y demostrando el poder del paso del tiempo.

#### Estructura original de la ventana



Elaboracion propia

#### Reestructuración de la ventana

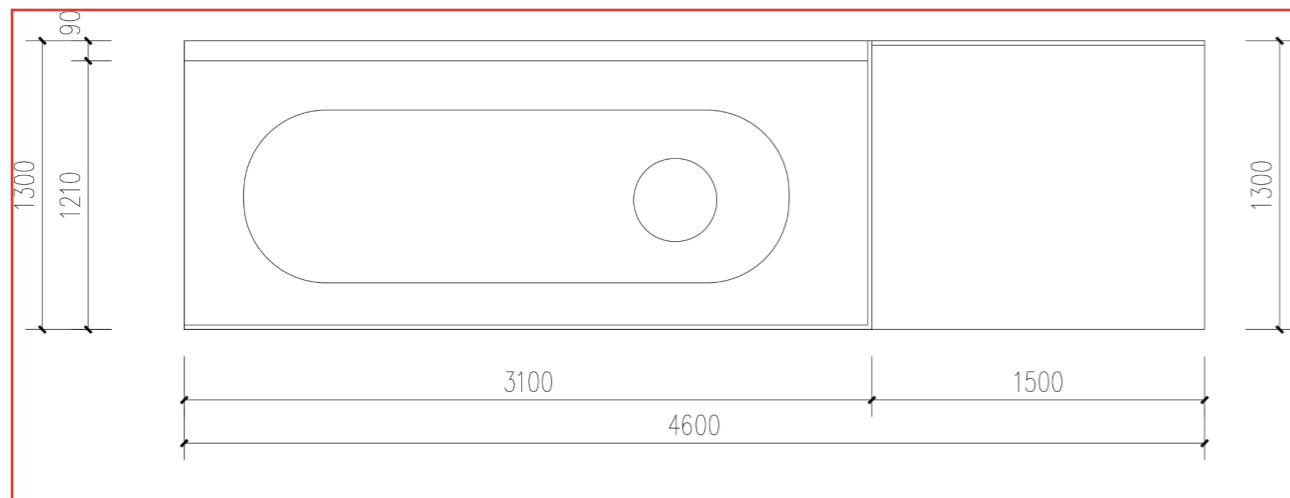


Elaboracion propia



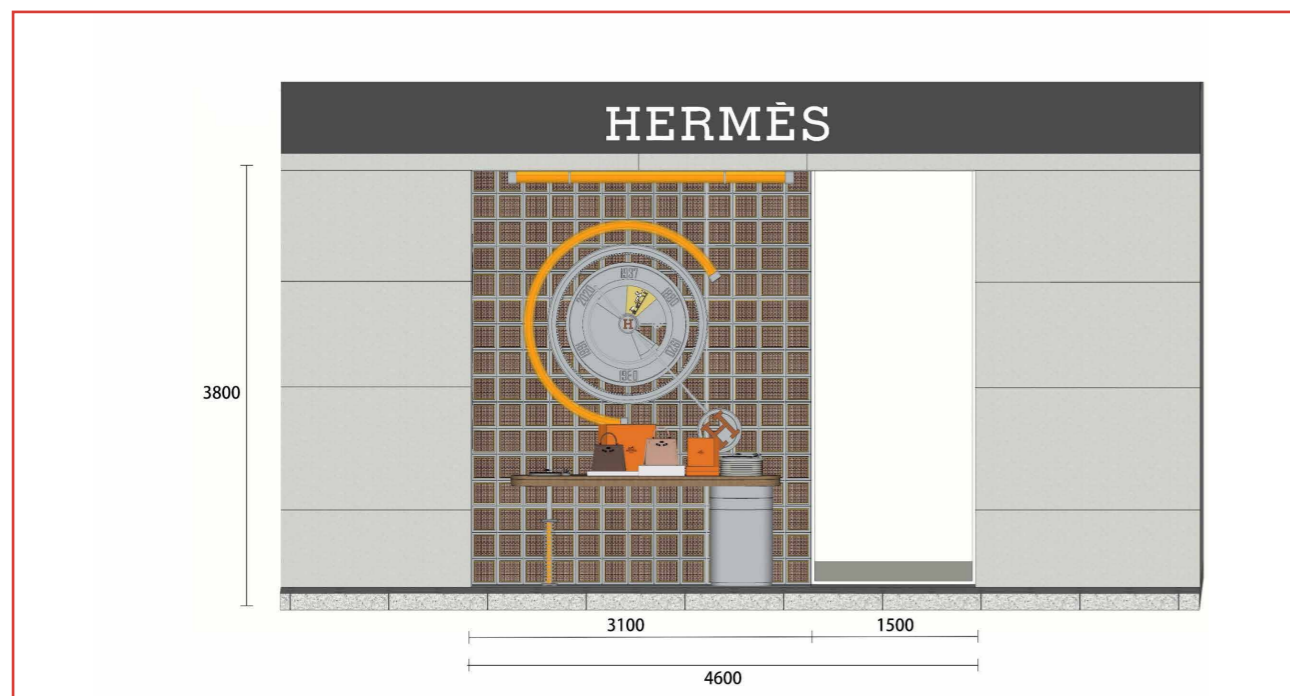


### PLANO



Elaboracion propia

### FACHADA



Elaboracion propia

### COLOR

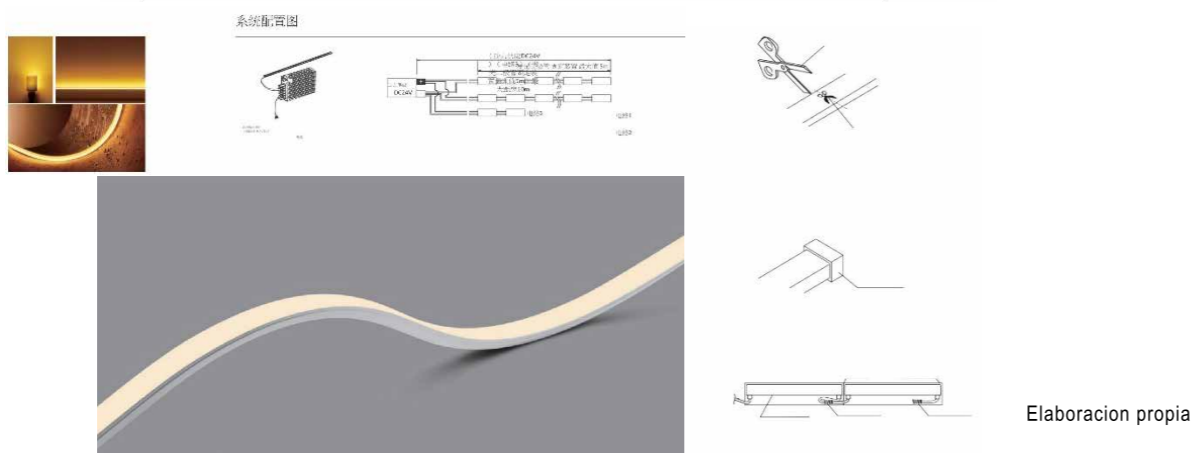
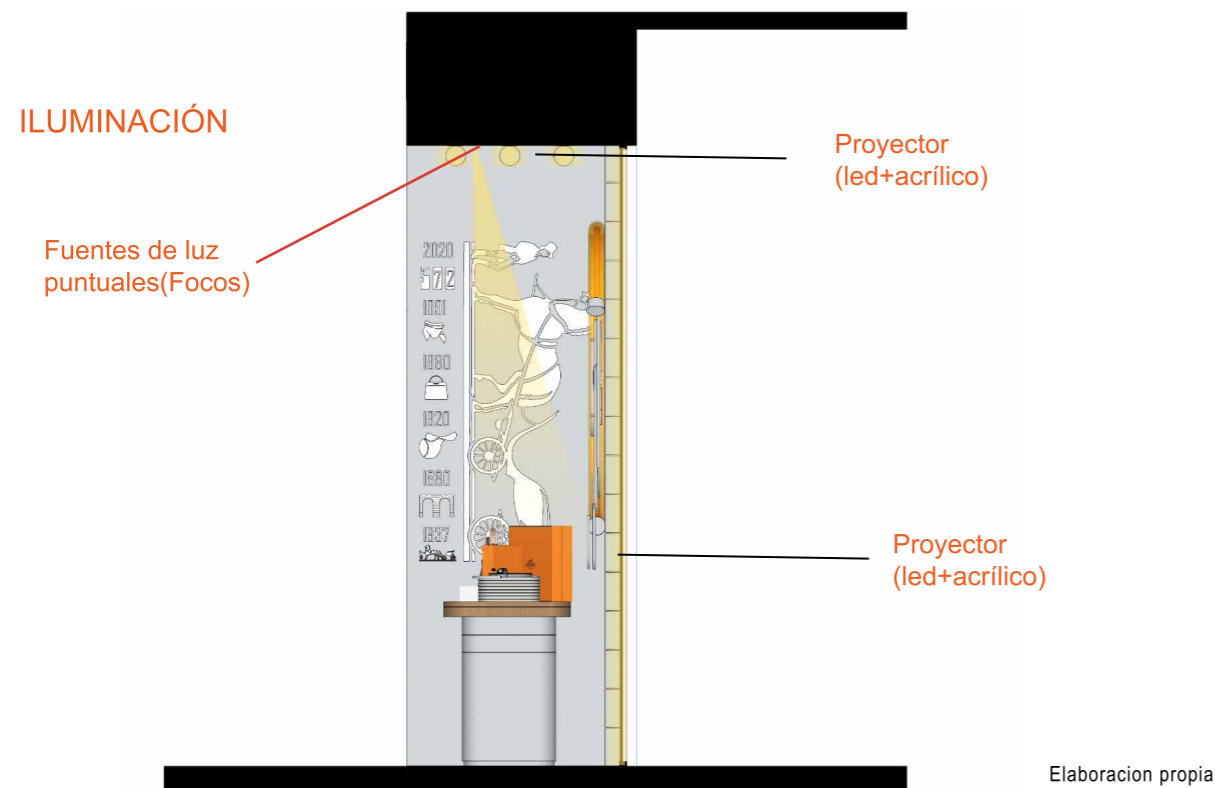
El esquema cromático de todo el escaparate de Hermès se basa en el color temático de Hermès, el naranja Hermès, como color principal del espacio. Se abandonaron los colores vivos de los escaparates anteriores con la esperanza de que la nueva generación de escaparatistas fuera capaz de identificar la marca expuesta en el escaparate a través de los colores.

Toda la ventana a gris metálico como el tono, en la naranja Hermès rendimiento de color diferente: cuero, LED, acrílico como la expresión de color naranja Hermès, de todo el diseño de la ventana tiene diferentes niveles de color, y el color de la naranja Hermès se puede tirar más lejos de la relación de color del producto, decoración de la ventana utilizando bajo brillo, baja saturación, gris naranja Hermès intercalados con el principio de color, puede resaltar el producto de la Tendencias de alto color, alto brillo, alto brillo para tirar aparte de la relación jerárquica, con los principios de color para resaltar los productos expuestos.

Elaboracion propia







Tira flexible de baja tensión/  
tabla de corte/3000k

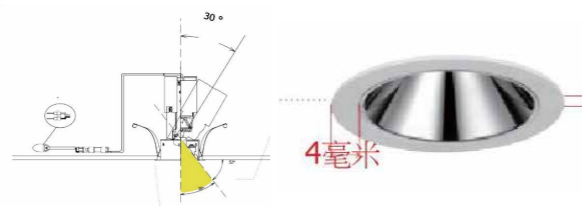
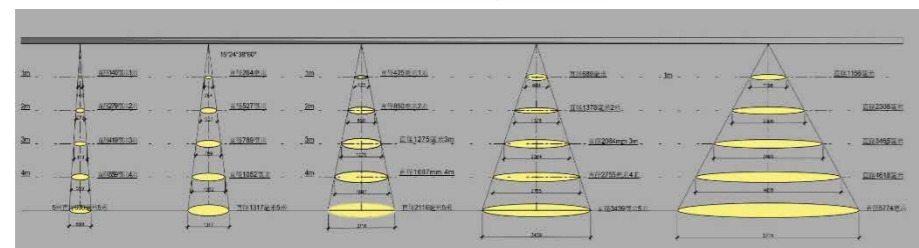


Fig.66. Luz de LED  
Fuente: [https://www.ledyinhe.com/industry\\_news/588.html](https://www.ledyinhe.com/industry_news/588.html)



Foco de bisel ultraestricho / antideslumbrante / ve la luz sin luz / ángulo de haz de 30 grados



Fig.68. Plexiglás (PMMA)  
Fuente: <https://www.indiamart.com/proddetail/fluorescent-colored-acrylic-sheets-19297092148.html>

**Plexiglás (PMMA)**

Es un material de poliéster orgánico con un alto contenido en polímeros, reciclable y respetuoso con el medio ambiente.

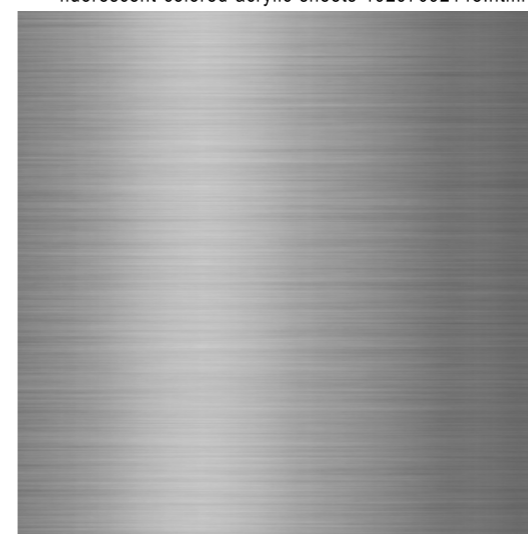


Fig.69. Acero inoxidable cepillado  
Fuente: <https://es.bradleycorp.com/chip/brushed-stainless>

**Acero inoxidable cepillado**

Excelente respeto al medio ambiente, resistencia a la corrosión mate, estética, durabilidad, etc.



Fig.70. Desperdicios de cuero  
Fuente: [https://www.viaempresa.cat/es/territorio/economia-circular-piel\\_2148388\\_102.html](https://www.viaempresa.cat/es/territorio/economia-circular-piel_2148388_102.html)

**Desperdicios de cuero**

La utilización de los recursos naturales y la prolongación del ciclo de vida de los productos responden a la filosofía medioambiental de Hermès.



### RELOJ

En el centro visual del escaparate de Hermès, se perfila la forma del nuevo reloj Hermès, tanto en consonancia con el concepto de línea de tiempo como sugiriendo un punto importante en el desarrollo de Hermès, una metáfora de la creciente influencia de la marca en los artículos de lujo a medida que el tiempo se asienta.

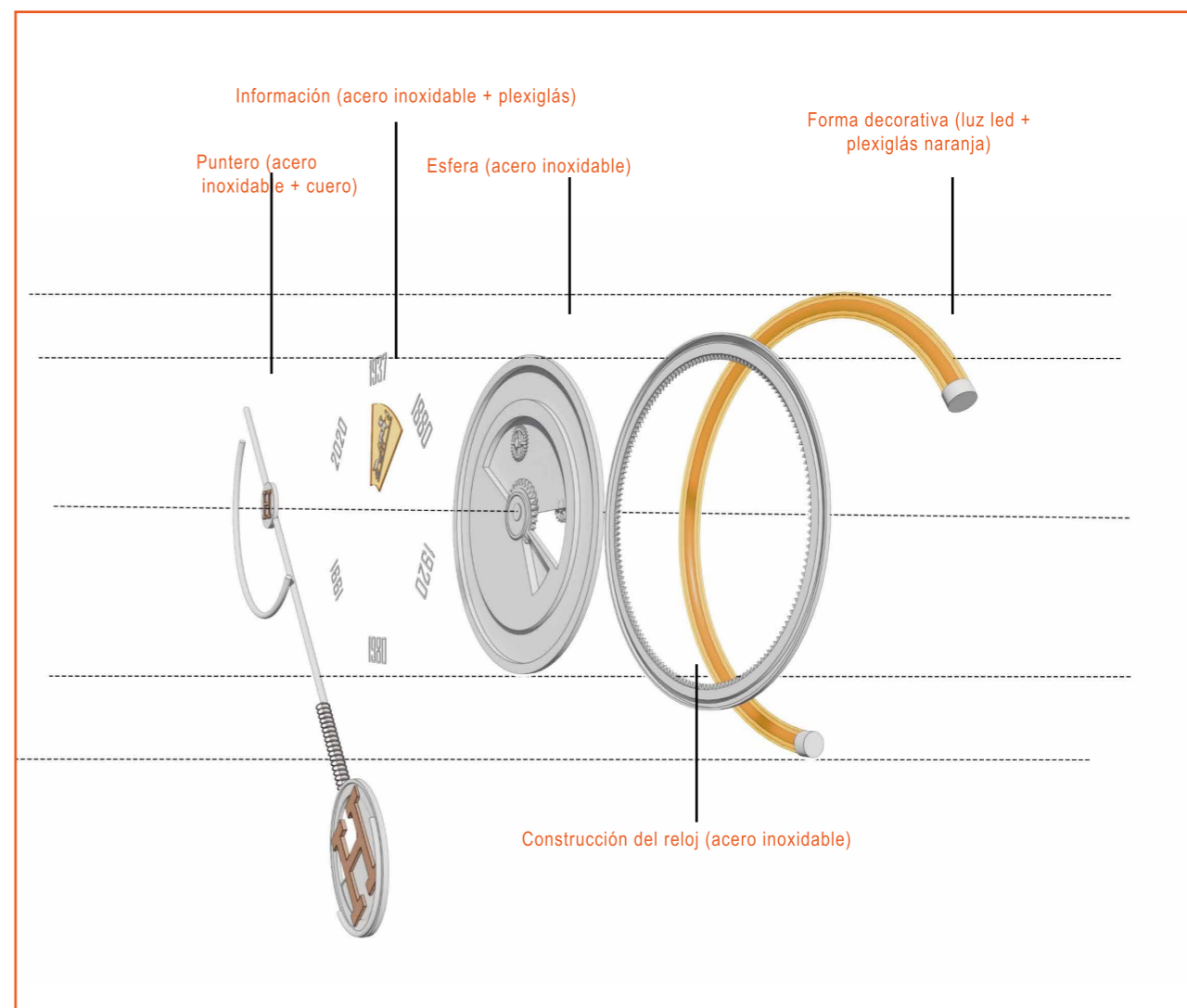
Engranajes estilizados, círculos, agujas y muelles se utilizan como elementos para transmitir el tiempo.



Elaboracion propia

### ESTRUCTURA DEL RELOJ

La forma del reloj se compone de una combinación de cinco capas principales de estructura, que pueden dividirse en formas decorativas, estructuras de reloj, esferas, mensajes y agujas.



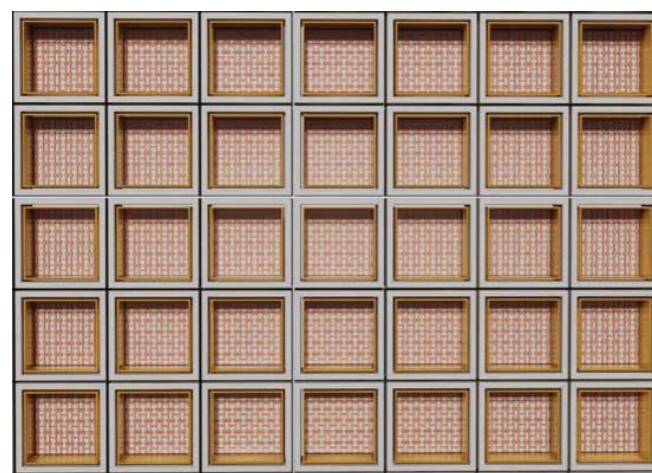
Elaboracion propia



### FONDO

El fondo del escaparate adopta la forma de un reloj rectangular y circular, que encaja con la estructura del espacio, mientras que la combinación de cuadrado y círculo crea un efecto dramático.

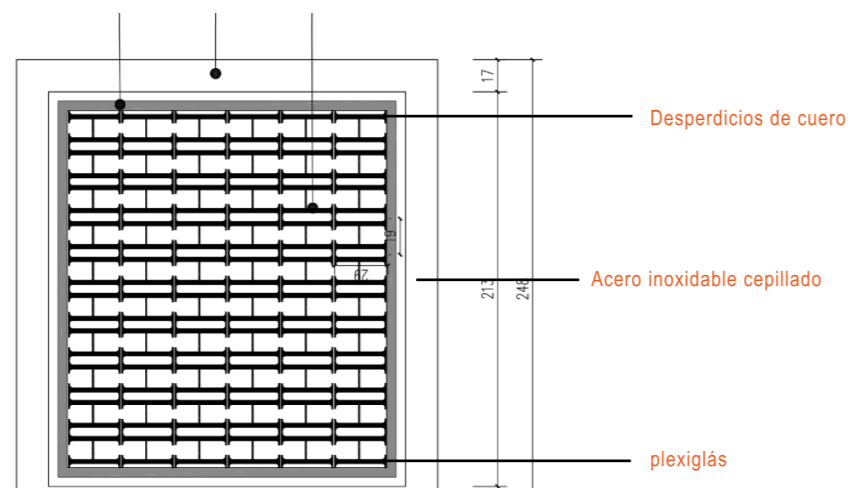
Las iniciales del logotipo de Hermès también se extraen de las formas y se disponen para que todo el fondo del escaparate destaque al tiempo que se resalta la marca Hermès.



Elaboracion propia



### MATERIAL Y TAMAÑO

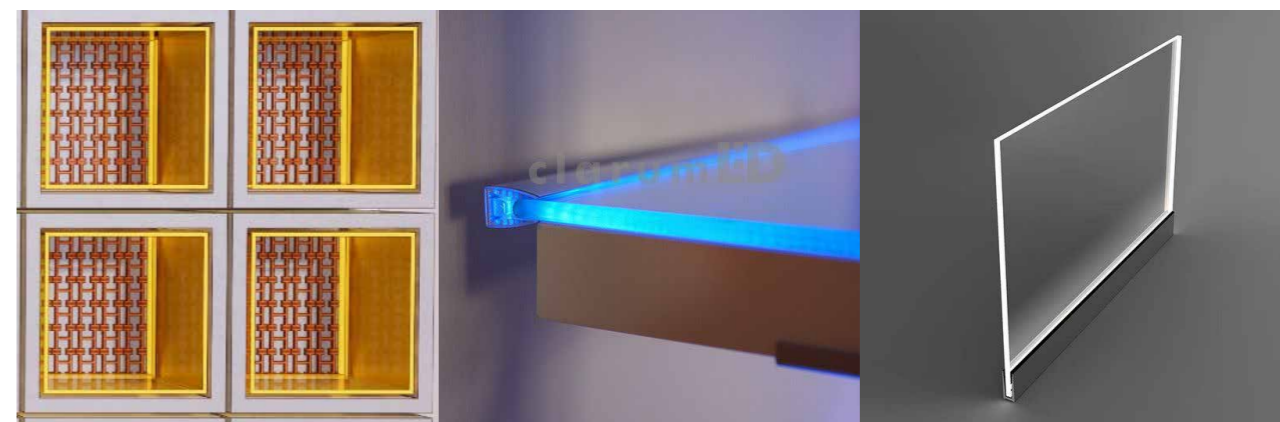


Elaboracion propia

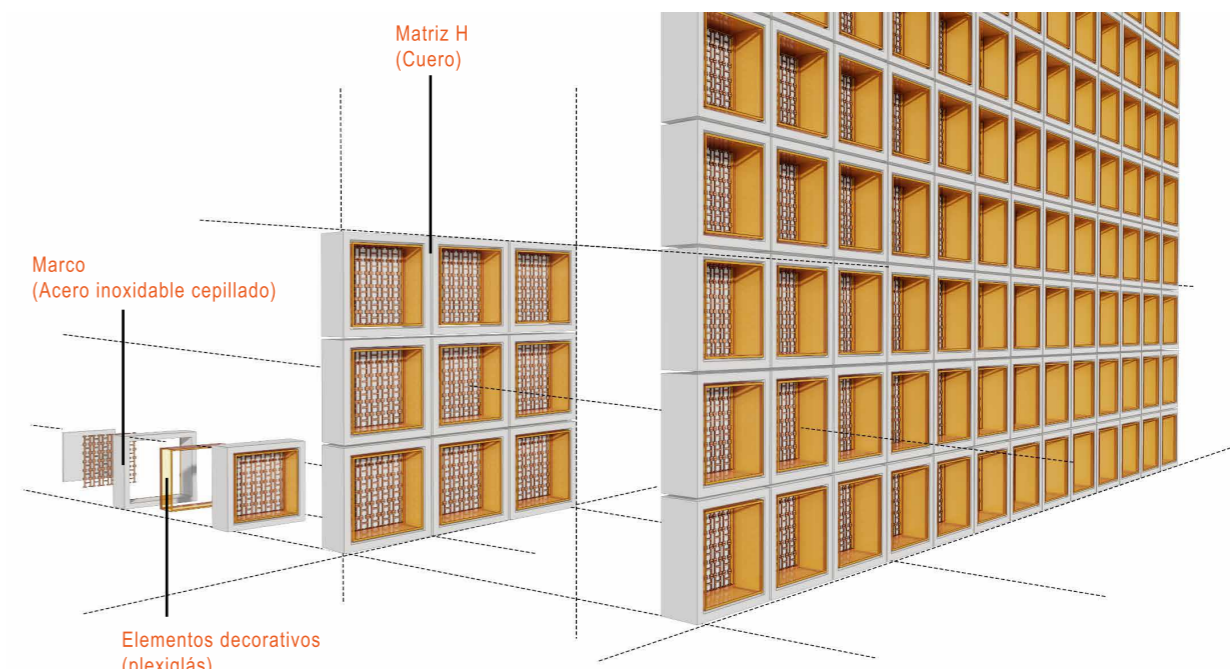


### H

Las 60 iniciales H de Hermès están dispuestas en 29\*19 de cuero marrón alto, rellenando cada secuencia por turnos.



### ESTRUCTURA DEL FONDO



Elaboracion propia





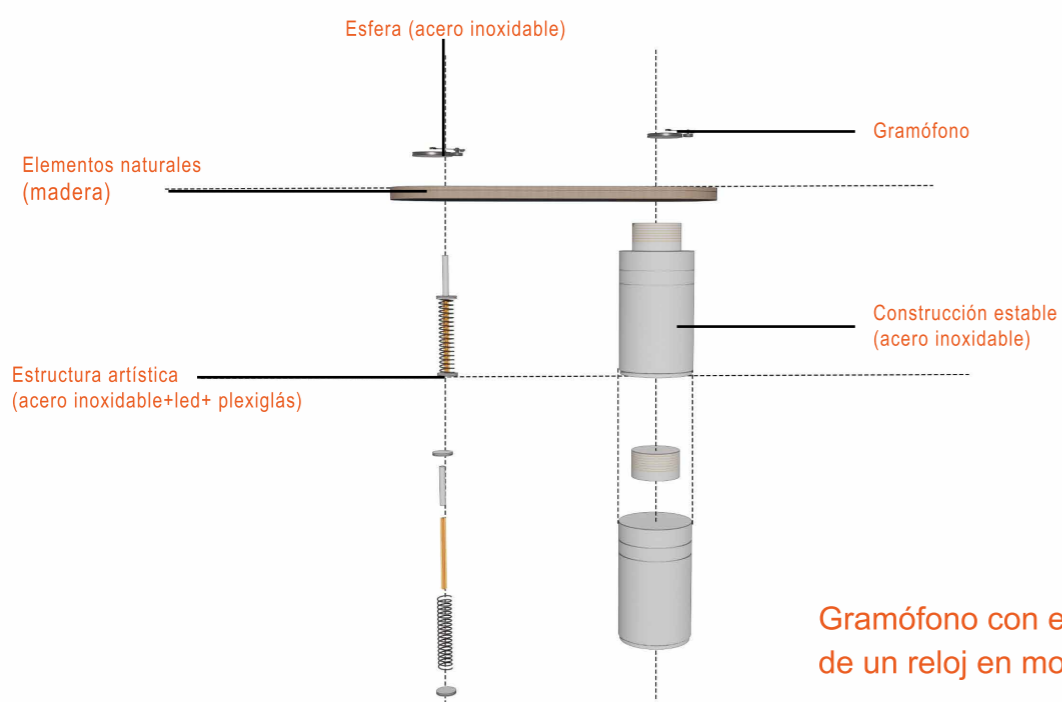
### STAND

El stand es a la vez una estructura de soporte para el producto y parte del elemento central del diseño del escaparate, que da una sensación relajada y acogedora, contrastando el ajeteo con la sencillez.



Elaboracion propia

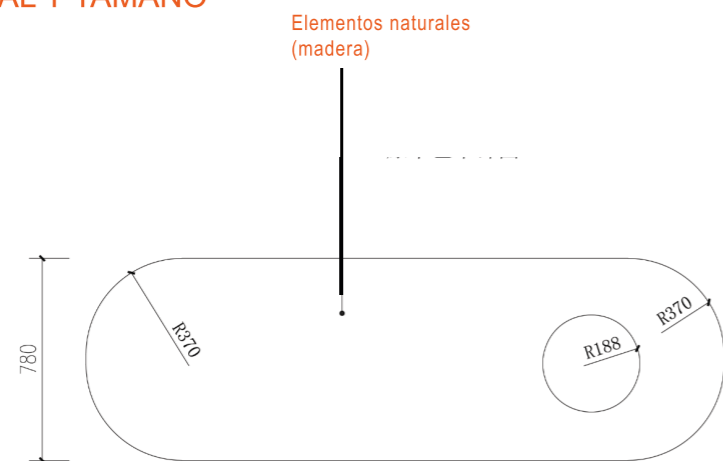
### ESTRUCTURA DEL STAND



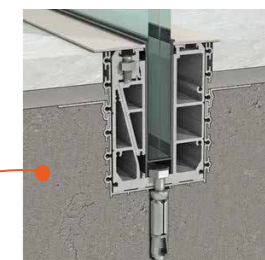
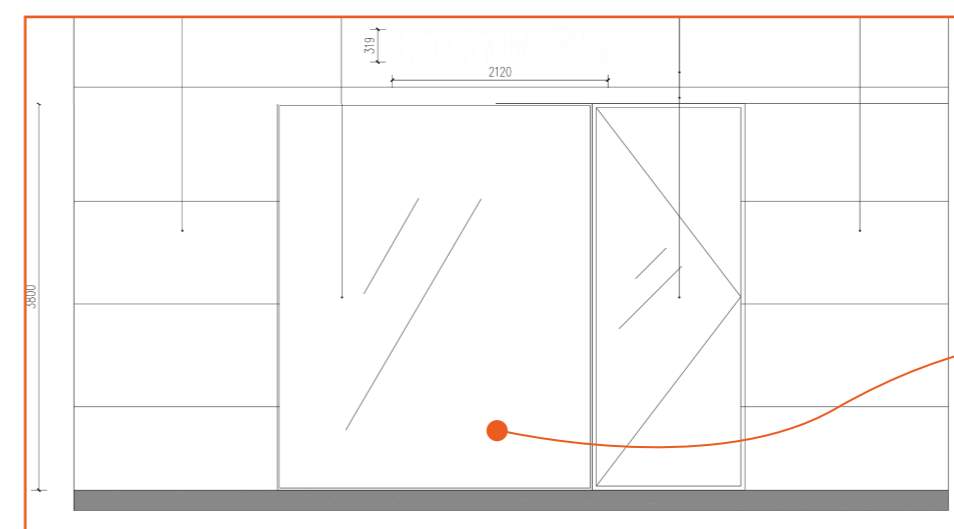
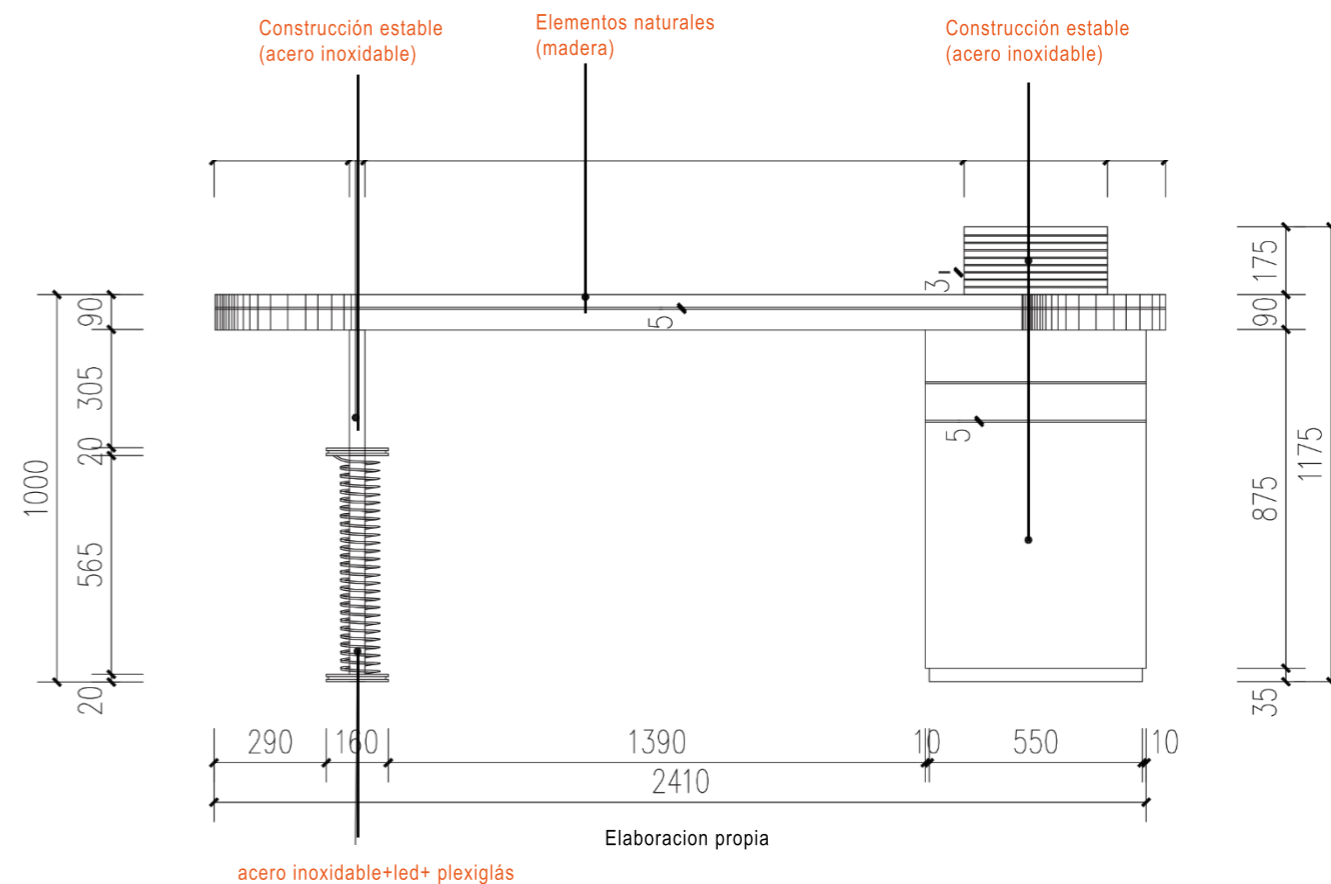
Elaboracion propia

Gramófono con el sonido de un reloj en movimiento

### MATERIAL Y TAMAÑO



Elaboracion propia

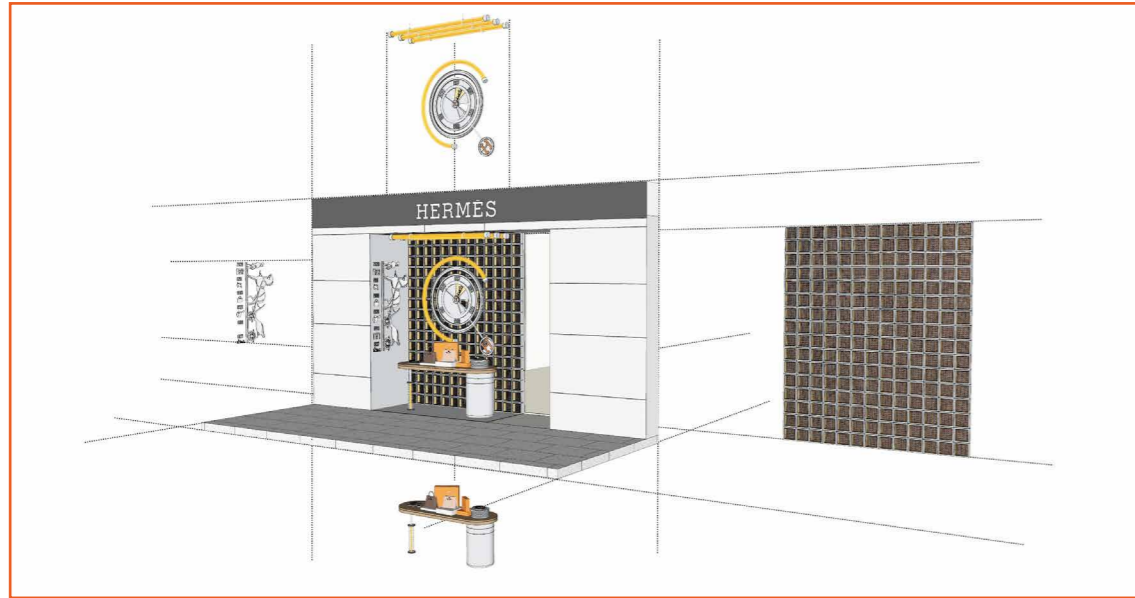


Acero inoxidable serie 75 + vidrio templado de doble acristalamiento de 6 mm

Elaboracion propia



ACABADOS



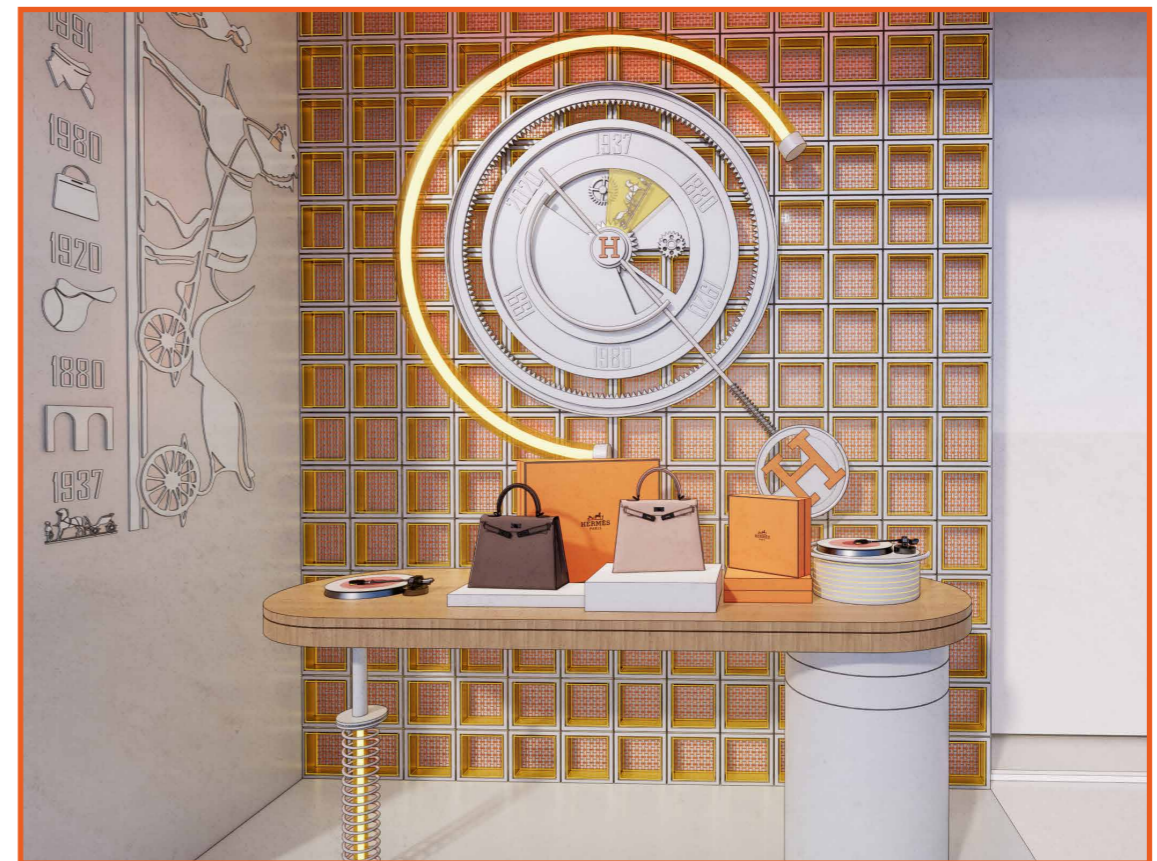
Elaboracion propia



Elaboracion propia

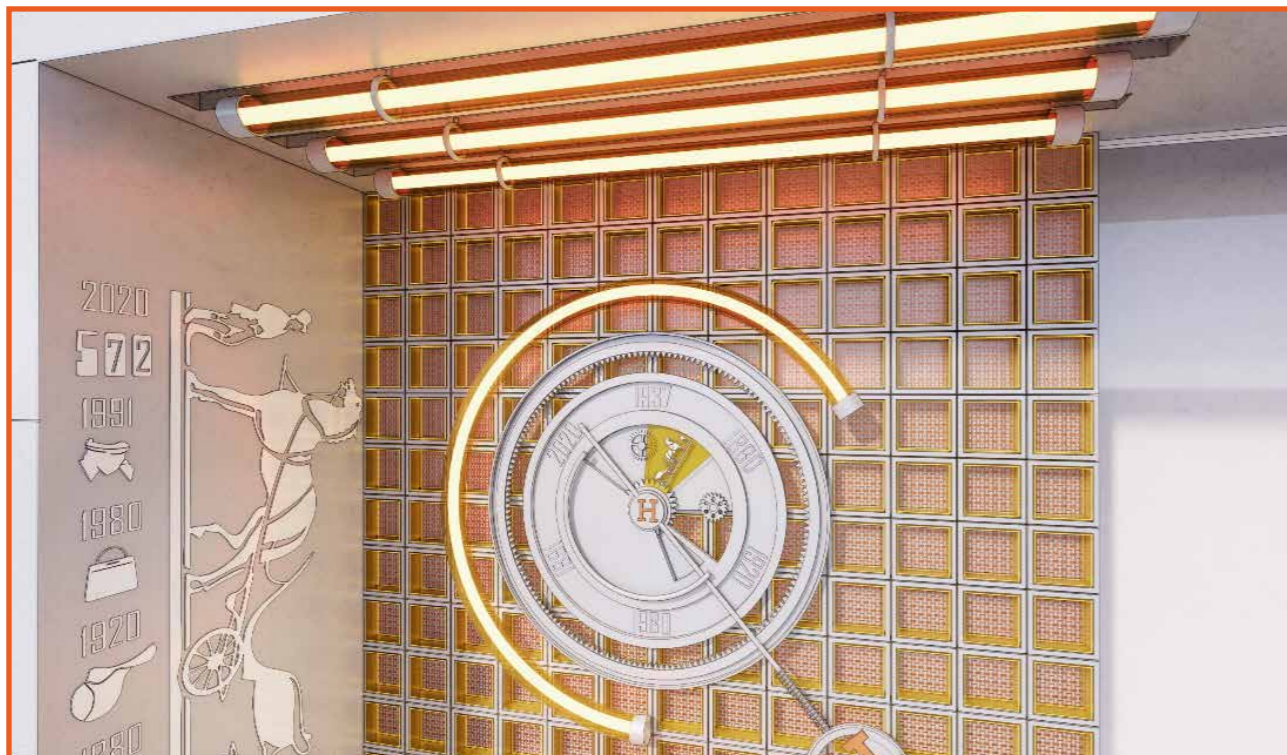


Elaboracion propia

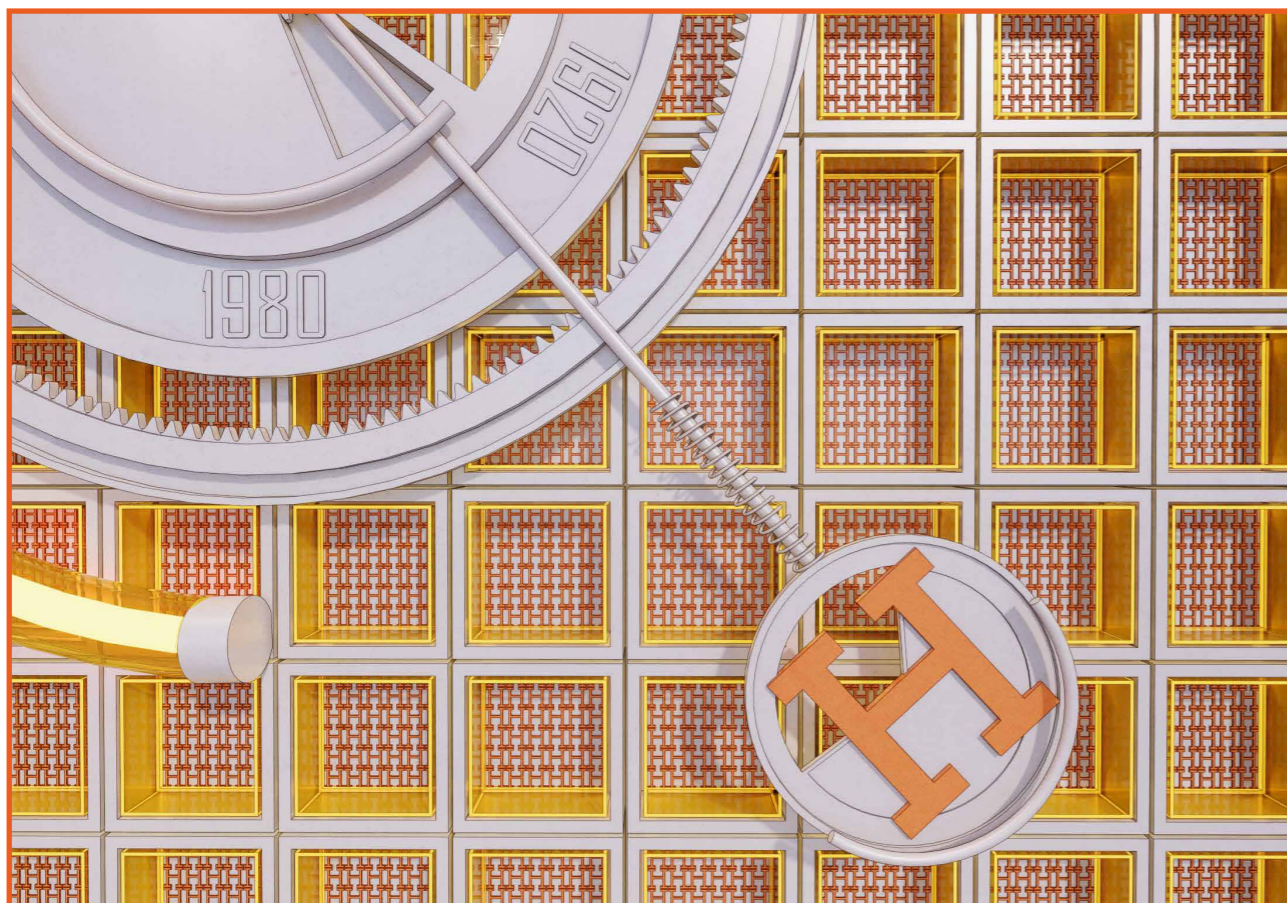


Elaboracion propia





Elaboracion propia



Elaboracion propia

## CONCLUSIONES

Para los diseñadores y colaboradores que participan en la producción de los escaparates de Hermès, la creación de escenarios que se asemejan a obras e historias despierta la curiosidad de un amplio abanico de espectadores, sea cual sea su edad. Esta interacción ininterrumpida entre arte, creatividad y diseño, hábitat y tecnología, espectadores y compradores, se consigue observando y creando el diseño de los escaparates. Además de los colores, las luces, los materiales, el atrezzo y los diversos elementos que componen los escaparates de Hermès, estos también desafían e informan a los nuevos diseñadores, ya que están repletos de técnicas técnicas y creativas que mantienen a la marca un paso por delante del vanguardista y volátil mundo del marketing. Al igual que la imaginación artística no está limitada por el espacio, el escaparate, aparentemente pequeño, se expande infinitamente con la imaginación del artista. La tendencia futura en el diseño de escaparates debe ser combinar la cultura de la marca y las inspiraciones de los productos con la era de las nuevas innovaciones tecnológicas, transmitiendo el espíritu de la marca y demostrando al mismo tiempo que Hermès es una marca de lujo que avanza con los tiempos y se atreve a innovar.



## BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

Albornoz, C (2000). "La saga del lujo" Vogue España.

Anagnou, E (2009). Los Escaparates como Escenas Lumínicas: la luz. Tesina de máster. Barcelona: Universidad Politécnica de Catalunya., p. 20, 32.

Cabrera, D. (2011) Manual de diseño y decoración para tiendas Gamarra. (Documento www) Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/56545621/28/ESCAPARATESO-VITRINAS>

Casa Agustench, E. y Planell Tolós, R (coord.: Torres Velasco, D.) (2017). Aparadorisme i disseny d'espais comercials. Generalitat de Catalunya: Institut Obert de Catalunya. p. 201.

Drake, N. (2020). ¿Cuántas civilizaciones alienígenas existen? Un nuevo estudio galáctico ofrece una pista. <https://www.nationalgeographic.es/espacio/2020/11/cuantas-civilizaciones-alienigenas-existen-nuevo-estudio-galactico-ofrece-pista>

ERCO. (2020) Proyectos de iluminación orientados a la percepción.

Martínez Cruz. (2018). Diseño de escaparates y Escaparatismo, ¿sinónimos o conceptos distintos? <https://www.informabtl.com/disenio-escaparates-y-escaparatismo/>

Morgan, T. (2010). Visual merchandising: escaparates e interiores comerciales. Barcelona: Gustavo Gili

Pérez Blanco, E (2017). El escaparate y la incorporación de las nuevas tecnologías: casos de estudio Roca y Loewe. Proyecto Fin de Grado. Madrid: Universidad Politécnica de Madrid.

Rodríguez Delgado, P. (2016). Escaparatismo: historia del comercio y del escaparate. Málaga: RU Books.

Sempere, M. 2018. La historia de Hermès: del diseño de arneses de caballo a la lista de espera por los bolsos Birkin. <https://www.economista.es/status/noticias/8924908/02/18/La-historia-de-Herms-del-diseno-de-arneses-de-caballo-a-la-lista-de-espera-por-los-bolsos-Birkin.html>

Soto, P (2002). Escaparatismo. Barcelona: LOFT Publications. p. 98.

Torre Ruiz, E. (2016). Aplicaciones didácticas del lenguaje visual en la enseñanza del escaparatismo en la asignatura "Animación del punto de venta" (Ciclo Formativo de Grado Medio). Tesis. Madrid: Universidad Complutense de Madrid

Turner, J (2000). Diseño con luz en centros comerciales. Soluciones de iluminación para tiendas, centros comerciales y mercados. México: McGraw-Hill / Interamericana de México, p. 29.

Victor Valencia Lopez, (2000). Escaparatismo e imagen comercial. Madrid: ESIC Editorial (Vestiaire Collective, 2017). Historia de la marca: Hermès <https://es.vestiairecollective.com/journal/historia-de-la-marca-hermes/>

Vértice (2011) Diseño de escaparates. Málaga, España. Publicaciones Vértice

José Amador, S.(2010). Tendencias, estilos y tipos de escaparates [https://books.google.es/books?hl=zh-CN&lr=&id=G4aF7xvTa5oC&oi=fnd&pg=PP2&dq=La+puesta+en+escena+de+los+elementos+en+el+escaparate+debe+ser+un+complemento,+que+forma+parte+del+todo+sin+dejar+en+segundo+plano+los+art%C3%ADculos+que+s+e+quieran+vender.+Para+su+uso+es+importante+calcular+de+manera+efectiva+que+cantidad+de+art%C3%ADculos+se+van&ots=J7rf5UOzVA&sig=QP\\_A2FqStGsm0RxDrRa61-cQWc#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?hl=zh-CN&lr=&id=G4aF7xvTa5oC&oi=fnd&pg=PP2&dq=La+puesta+en+escena+de+los+elementos+en+el+escaparate+debe+ser+un+complemento,+que+forma+parte+del+todo+sin+dejar+en+segundo+plano+los+art%C3%ADculos+que+s+e+quieran+vender.+Para+su+uso+es+importante+calcular+de+manera+efectiva+que+cantidad+de+art%C3%ADculos+se+van&ots=J7rf5UOzVA&sig=QP_A2FqStGsm0RxDrRa61-cQWc#v=onepage&q&f=false)

Vogue España, junio, 2010 Hermès <https://www.vogue.es/moda/modapedia/marcas/hermes/140>

Theresa Heine, 2017. Chandra's Magic Light a Story in Nepal. [https://www.ximalaya.com/sound/480441540?source=m\\_jump](https://www.ximalaya.com/sound/480441540?source=m_jump)

Torres;Delcampo;Serra(2018).Estrategias de diseño en espacios comerciales a través del color.

<https://riunet.upv.es/handle/10251/104300>

Torres;Serra;Delcampo (2018).Diseño para un escaparate comercial\_ forma y color <https://riunet.upv.es/handle/10251/104297>



Fig. 1. Los escaparates de Anne Beaumel

Fuente: <https://zhuanlan.zhihu.com/p/588723323>

Fig. 2. Los escaparates de Anne Beaumel

Fuente: <https://zhuanlan.zhihu.com/p/588723323>

Fig. 3. Los escaparates de Leila Menchari

Fuente: <https://zhuanlan.zhihu.com/p/588723323>

Fig. 4 Los escaparates de Leila Menchari

Fuente: <https://zhuanlan.zhihu.com/p/588723323>

Fig. 5 Los escaparates de Leila Menchari

Fuente: <https://zhuanlan.zhihu.com/p/588723323>

Fig. 6. Maison Paris, Francia

Fuente: <https://www.hermes.com/es/es/find-store/francia/paris/hermes-paris-faubourg-saint-honore-DDB38Q6R/>

Fig. 7. Maison New York (2000)

Fuente: <https://www.hermes.com/us/en/story/306100-ievntstoremadison706en/>

Fig. 8. Maison Tokyo (2001)

Fuente: <https://www.hermes.com/jp/ja/story/maison-ginza/>

Fig. 9. Maison Seul (2006)

Fuente: <https://www.hermes.com/es/es/find-store/corea-del-sur/seul/hermes-seul-maison-dosan-park-G16N38FW/>

Fig. 10. Maison Shanghai (2014)

Fuente: <https://www.hermes.com/es/es/find-store/china/shanghai/hermes-shanghai-maison-GTXRBUSG/>

Fig. 11. Escaparate con escultura del artista Christian Renonciat en la tienda principal de 'Hermès' en París

Fuente: <http://www.lafrimeuse.com/wp-content/uploads/2018/03/image36.jpg>

Fig. 12. Escaparate con escultura del artista Christian Renonciat en la tienda principal de 'Hermès' en París

Fuente: <https://www.revistaad.es/disenio/iconos/articulos/disenadora-leila-menchari-creo-suenos-escaparates-hermes/25771>

Fig. 13. Escaparate de Maison Hermès de Tokio

Fuente: <https://lasblogenpunto.blogspot.com/2009/12/el-fascinante-arte-del-escaparatismo-en.html>

Fig. 14. Escaparate de Hermès Paseo Gracia Barcelona

Fuente: <https://lifestyle.trendencias.com/artistas/chema-madoz-para-hermes-cuando-los-escaparates-se-convierten-en-obras-de-arte>

Fig. 15. Escaparate de papel Hermès

Fuente: <https://fedrigonclub.com/seleccion/surrealismo-de-papel-en-la-boutique-hermes-de-barcelona/>

Fig. 16. Escaparate Hermès Déjeuner sur l'herbe (como la obra de Manet)

Fuente: <https://revistacodigo.com/10-disenos-artisticos-de-escaparates-de-moda/>

Fig. 17. Escaparate Hermès Clock Paseo de Gracia Barcelona

Fuente: <https://www.revistavanityfair.es/poder/articulos/la-leyenda-del-tiempo/26297>

Fig. 18. Escaparates globales de realidad aumentada

Fuente: <https://holition.com/work/hermes-interactive-window-displays>

Fig. 19. Escaparate de Hermès paisaje de montaña

Fuente: <https://holition.com/work/hermes-interactive-window-displays>

Fig. 20. Window wonderland Seúl

Fuente: <https://holition.com/work/hermes-interactive-window-displays>

Fig. 21. Escaparate Hermès Beijing

Fuente: <https://holition.com/work/hermes-interactive-window-displays>

Fig. 22. Escaparate Hermès New York

Fuente: <https://holition.com/work/hermes-interactive-window-displays>

Fig. 23. Escaparate de Hermès París, Francia el 2019-3

Fuente: <https://www.archdaily.cn/cn/935381/jian-zhu-cheng-shi-dao-lan-a-mu-si-te-dan-bi-qu-jian-zhu-he-ji>

Fig. 24 Escaparate de Hermès Australia el 2016-7

Fuente: <https://www.hermes.com/au/en/find-store/australia/broadbeach-qld-4218/hermes-pacific-fair-DTUCEV0Z/>

Fig. 25. Escaparate de Hermès Aeropuerto de París 2018-7

Fuente: <https://www.hermes.com/us/en/find-store/france/roissy-en-france/hermes-paris-roissy-cdg-airport-terminal-2e-gate-k-C1FIWZPB/>

Fig. 26. Escaparate de Hermès Shanghái 2021

Fuente: <https://www.shine.cn/feature/art-culture/2109084715/>

Fig. 27. Escaparate de Hermès Tokio, Japón 2021

Fuente: <https://www.hermes.com/jp/ja/story/maison-ginza/window-display/210128/>

Fig. 28. Escaparate de Hermès

Fuente: <https://www.designboom.com/design/maurizio-galante-tal-lancman-dreamscapes-window-display-hermes-hong-kong-10-24-2019/>

Fig. 29. Escaparate de Hermès Aeropuerto de Roma

Fuente: <https://www.hermes.com/mo/en/find-store/italy/fiumicino/hermes-rome-fiumicino-airport-terminal-3-M477B9AR/>

Fig. 30. Escaparate de Hermès de Paseo Gracia Barcelona

Fuente: <http://experimentarycrear.blogspot.com/2012/09/instalacion-artistica-hermes-y-pamen.html>

Fig. 31. Escaparate de Hermès Iguatemi, Solar machine, São Paulo, Brazil (2017)

Fuente: [https://www.zavenpare.com/C\\_10s.html](https://www.zavenpare.com/C_10s.html)

Fig.32. Escaparate caleidoscopio de Hermès

Fuente: <https://diariodesign.com/2014/05/hermescope-oscar-diaz-crea-un-caleidoscopio-en-la-maison-hermes-ginza-japon/>

Fig.33. Escaparate caleidoscopio de Hermès

Fuente: <https://diariodesign.com/2014/05/hermescope-oscar-diaz-crea-un-caleidoscopio-en-la-maison-hermes-ginza-japon/>

Fig. 34. Escaparate de Hermès Barcelona

Fuente: <https://luxuryretail.co.uk/christmas-2016-hermes-spain/>

Fig. 35. Escaparate de Hermès Japonés 2016

Fuente: [https://www.art-it.asia/en/u/maisonhermes\\_e/ncatzxwghdqmzw46orur](https://www.art-it.asia/en/u/maisonhermes_e/ncatzxwghdqmzw46orur)

Fig. 36. Escaparate de Hermès España 2017

Fuente: <https://luxuryretail.co.uk/hermes-christmas-2017-by-instore/>

Fig. 37. Escaparate de Hermès

Fuente: <https://www.itsnicethat.com/articles/bonsoir-paris-hermes>

Fig.38. Escaparate de papel Hermès

Fuente: <https://fedrigoniclub.com/seleccion/surrealismo-de-papel-en-la-boutique-hermes-de-barcelona/>

Fig.39. Escaparate de papel Hermès

Fuente: <https://cn.fashionnetwork.com/news/te-xie-sheng-dan-jie-dao-le---kan-kan-zhe-ba-da-she-chi-pin-pai-ru-he-bu-zhi-sheng-dan-chu-chuang,1364576.html>

Fig.40. Escaparate de papel Hermès

Fuente: <https://cn.fashionnetwork.com/news/te-xie-sheng-dan-jie-dao-le---kan-kan-zhe-ba-da-she-chi-pin-pai-ru-he-bu-zhi-sheng-dan-chu-chuang,1364576.html>

Fig. 41. Escaparate de Hermès Savanna

Fuente: <https://www.instore.es/en/projects/hermes/>

Fig. 42. Escaparate Hermès

Fuente: <https://trendland.com/leila-menchari-behind-hermes-windows/>

Fig. 43 Escaparate Hermès Clock Paseo de Gracia Barcelona

Fuente: <https://www.revistavanityfair.es/poder/articulos/la-leyenda-del-tiempo/26297>

Fig. 44. Escaparate Hermès Sea creatures

Fuente: <https://daniellepippin.com/visual-merchandising-trends>

Fig. 45. Escaparate Hermès columnas griegas

Fuente: <https://www.paredro.com/formas-clasicas-y-deformes-el-nuevo-estilo-de-los-escaparates-de-hermes/>

Fig. 46 Escaparate Hermès Leila Merchari

Fuente: <https://www.doitinparis.com/en/hermes-leila-menchari-grand-palais-22762>

Fig.47. Escaparate Hermès Beijing

Fuente: <https://holition.com/work/hermes-interactive-window-displays>

Fig.48 Escaparate de Maison Hermès de Tokio

Fuente: <https://www.hermes.com/jp/ja/story/maison-ginza/window-display/091119/>

Fig.49 Escaparate de Hermès de Madrid

Fuente: <https://www.hermes.com/jp/ja/story/maison-ginza/window-display/091119/>

Fig.50 Escaparate de Hermès de Madrid



Fuente: <https://www.luxuryretail.es/hermes-galop/>

Fig.51 Escaparate de Hermès de Madrid

Fuente: <https://www.luxuryretail.es/hermes-galop/>

Fig.52 Escaparate de Hermès de Madrid

Fuente: <https://www.luxuryretail.es/hermes-galop/>

Fig. 53. Escaparate Hermès Madrid invierno 2021

Fuente: [https://www.studioastolfi.pt/projects/hermes-madrid-barcelona-marbella-winter-2021\\_139](https://www.studioastolfi.pt/projects/hermes-madrid-barcelona-marbella-winter-2021_139)

Fig. 54. Escaparate Hermès columnas griegas

Fuente: <https://www.paredro.com/formas-clasicas-y-deformes-el-nuevo-estilo-de-los-escaparates-de-hermes/>

Fig. 55. Escaparate Hermès Christmas 2016

Fuente: <https://mitmeblog.com/escaparates-de-navidad/hermes-escaparates-mitmeblog-03/>

Fig. 56. Escaparate Hermès Verano

Fuente: <https://luxuryretail.co.uk/hermes-tinkering-by-instore/>

Fig.57 Escaparate Hermès salas plegables

Fuente: <https://luxuryretail.co.uk/foldable-life-hermes-spain-summer-2020/>

Fig.58. Escaparate Hermès primavera 2020

Fuente: <https://www.luxuryretail.es/from-inspiration-to-innovation-concept-de-kiki-van-eijk-para-hermes-spain/>

Fig.59. Escaparate Hermès primavera 2020

Fuente: <https://www.luxuryretail.es/from-inspiration-to-innovation-concept-de-kiki-van-eijk-para-hermes-spain/>

Fig.60. Chanel 2010 Fall Winter show, photo via Getty Images

Fuente: <https://www.heavenraven.com/2019/10/12/why-paris-fashion-week-important-and-show-expense/>

Fig.61. The Glacier Collector

Fuente: <https://zhuanlan.zhihu.com/p/410580890>

Fig.62. Caja de Hermès.

Fuente: <https://chasingrainbowsforever.tumblr.com/post/136572495541/hermes>

Fig.63. Centro Guangzhou Yue Life Experience

Fuente: [https://mp.weixin.qq.com/s/rU-DiMhba\\_mOxYISL9X2lg](https://mp.weixin.qq.com/s/rU-DiMhba_mOxYISL9X2lg)

Fig.64. Centro Guangzhou Yue Life Experience

Fuente: [https://mp.weixin.qq.com/s/rU-DiMhba\\_mOxYISL9X2lg](https://mp.weixin.qq.com/s/rU-DiMhba_mOxYISL9X2lg)

Fig.65. Reloj

Fuente: <https://www.hermes.com/es/es/product/reloj-arceau-le-temps-voyageur-38mm-W057343WW00/>

Fig.66. Luz de LED

Fuente: [https://www.ledyinhe.com/industry\\_news/588.html](https://www.ledyinhe.com/industry_news/588.html)

Fig.67. iluminación

Fuente: <http://www.huxled.com/020702.php?language=espanol>

Fig.68. Plexiglás (PMMA)

Fuente: <https://www.indiamart.com/proddetail/fluorescent-colored-acrylic-sheets-19297092148.html>

Fig.69. Acero inoxidable cepillado

Fuente: <https://es.bradleycorp.com/chip/brushed-stainless>

Fig.70. Desperdicios de cuero

Fuente: [https://www.viaempresa.cat/es/territorio/economia-circular-piel\\_2148388\\_102.html](https://www.viaempresa.cat/es/territorio/economia-circular-piel_2148388_102.html)

**TENDENCIAS EN EL DISEÑO DE ESCAPARATES  
LA MARCA HERMÈS**