

PROYECTO FINAL

VOLVER AL ORIGEN

EQUILIBRIO - BIENESTAR- ARMONÍA

Sara Valentina Marquez Vanegas







PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo diseñar una experiencia que combine la escenografía con espacios comerciales para que impacte en la psicología del consumidor?

ORIGEN



O. GENERAL


Diseñar una experiencia que combine la escenografía con espacios comerciales para impactar en la psicología del consumidor.

OBJETIVO GENERAL & ESPECÍFICOS

0. ESPECÍFICOS

1. Comprender a través de la teoría, la influencia del diseño escenográfico en los espacios comerciales y su impacto en la decisión de compra de producto o servicio por parte del consumidor.
2. Ejecutar las herramientas encontradas, aplicándolas con la teoría del consumidor actual para comprender su comportamiento.
3. Diseñar un espacio para una marca, en el cual se combine escenografía y espacio comercial para experimentar el impacto en la psicología del consumidor.





CONTENIDO



FASE INVESTIGATIVA

DESARROLLO CARTOGRÁFICO

MOODBOARD

PROPUESTA

DESARROLLO DE PROYECTO

JUSTIFICACIÓN

Valor de marca



Conexión cliente - marca

El diseño escenográfico en espacios comerciales nos permite convertir un concepto en arte, transmitir ideas, mensajes y emociones de manera visual en un instante, tal como se refiere Julian Prieto, director creativo de EDT eventos en su blog de escenografías:

“La escenografía debe ser el reflejo del mensaje y del concepto paraguas que pretende dar el cliente. Y aunque se suele interpretar que la escenografía atañe solo al escenario, la realidad es que va mucho más allá. Todo debe partir de un concepto y una idea. Se trata de crear un universo en el que sumergir al asistente para lograr los objetivos que tiene la marca.”

Por medio de estímulos generados a partir de impactos visuales y sensibles que se pueden desarrollar en la escenografía comercial se pueden realizar, además diversos análisis que permitan que identifiquemos los diferentes tipos de consumidores, su mentalidad y sus decisiones. De esta manera se podría generar una conexión cliente- marca de manera personalizada, generando valor para ambas partes.



TRIADA



Espacio comercial
Espacio escenográfico
Psicología - Iluminación

El comportamiento del consumidor se refiere a la observación y estudio de los procesos mentales y psicológicos que suceden en la mente de un comprador cuando éste elige un producto, con la finalidad de comprender el motivo por el que sucede de esa manera.

La intención de mi propuesta de diseño, es intervenir el espacio físico por medio de una marca, generando que se le de un giro a la experiencia usuario - producto y de esta manera influir en sus decisiones y acciones como consumidor.

La propuesta consta de unir el espacio comercial desde la activación y experiencia de marcas.

El espacio escenográfico como elemento fundamental para dar visibilidad a las mismas y mostrar como estas marcas se viven, como es su mundo e interacción.

La iluminación desde la psicología y cómo esta influye en cualquier tipo de escenario actitudinalmente.



ESTILO DE VIDA

CULTURA

HÁBITOS



El mundo hoy tiene nuevos retos!

La psicología del consumidor ha cambiado debido a los procesos que como humanidad hemos venido afrontando en los últimos años.

Los pensamientos de compra ahora son más conscientes, no van dirigidos por completo a obtener el producto sino cómo por medio del mismo, podemos acceder a un ESTILO DE VIDA.



MARCA: Healthy Bienestar y recuperación

“En HEALTHY Recuperación y Bienestar somos expertos en sueroterapias alemanas biorreguladoras que favorecen el aumento de energía corporal, protección contra el envejecimiento celular, mejoría de las defensas del organismo, mejoría de la circulación sanguínea, efectos antioxidantes, mejoría de la calidad de la piel, mejoría de la calidad de vida de personas con diferentes patologías de manera natural, por medio de la administración intravenosa de una combinación de vitaminas, minerales y oligoelementos con el fin de optimizar las funciones enzimáticas de las células y favorecer la autocuración de nuestro organismo.”

Equilibrio para
cuerpo y mente.

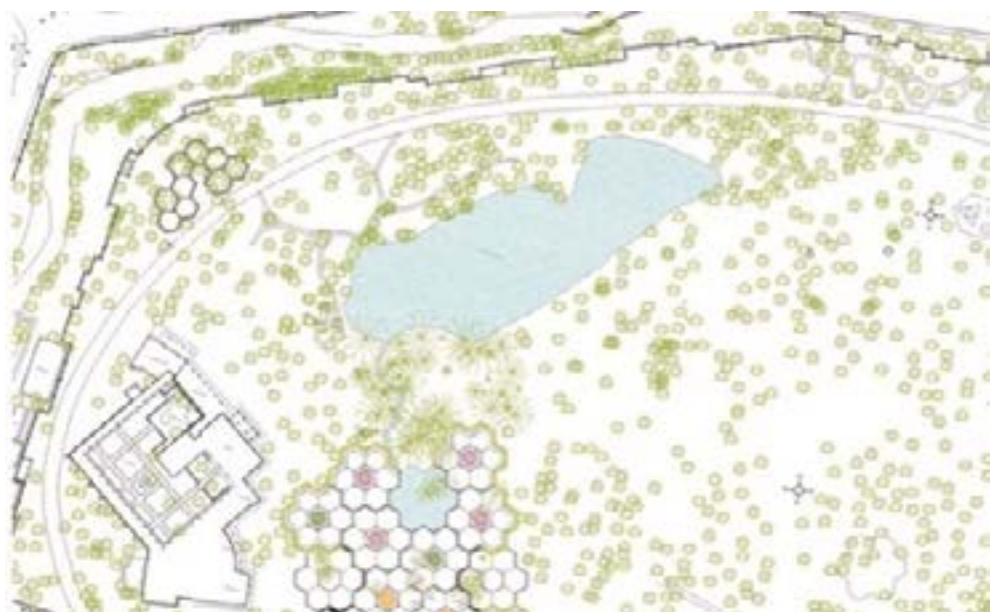
BIENESTAR

CONTEXTO

—

ORQUIDEORAMA





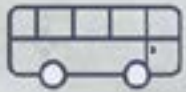
JARDIN BOTANICO- MEDELLÍN

Cartografía

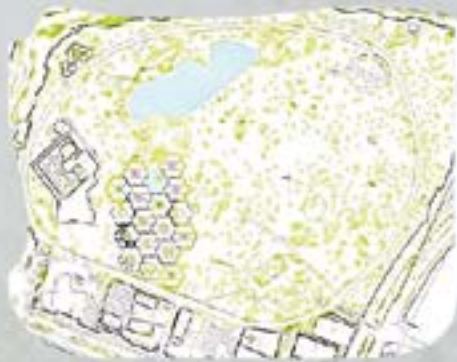


medio del CAOS

Enclavado en la ciudad



COTIDIANIDAD



ma urbano

ZONAS DE APRENDIZAJE



MORAVIA

VOLVER AL ORIGEN

Volver al origen es volver a lo natural, volver a la conexión con la tierra, volver a la esencia y entendernos como un todo.

La metodología de investigación contribuyó a observar detenidamente a las personas, analizarlas y por medio del ejercicio cartográfico identificar diferentes hallazgos en las prácticas habitacionales en este espacio determinado.

Métodos de investigación

1. Inmersión en el contexto
2. Análisis por medio de fotografías
3. Documentación web

HALLAZGOS

Movimiento

En un mundo de caos, un mundo que se mueve tan rápido, lo más revolucionario es parar, volver a la esencia, volver al origen.

Se observaba personas de edades muy variadas, caminando en silencio, lento, detallando pequeñas cosas, analizando.

Conexión

Activando los sentidos y buscando generar el bien - estar.

Personas reales en un mundo real.
Afuera, ruido, desorden, caos.
Adentro, tranquilidad, armonía, claridad.

Así es , no solo en la ciudad sino también con nosotros mismos.

Como factor denominador, las personas estaban habitando un espacio rodeado de naturaleza y buscando hacer compras de productos naturales en un mercado saludable de temporada en el lugar.

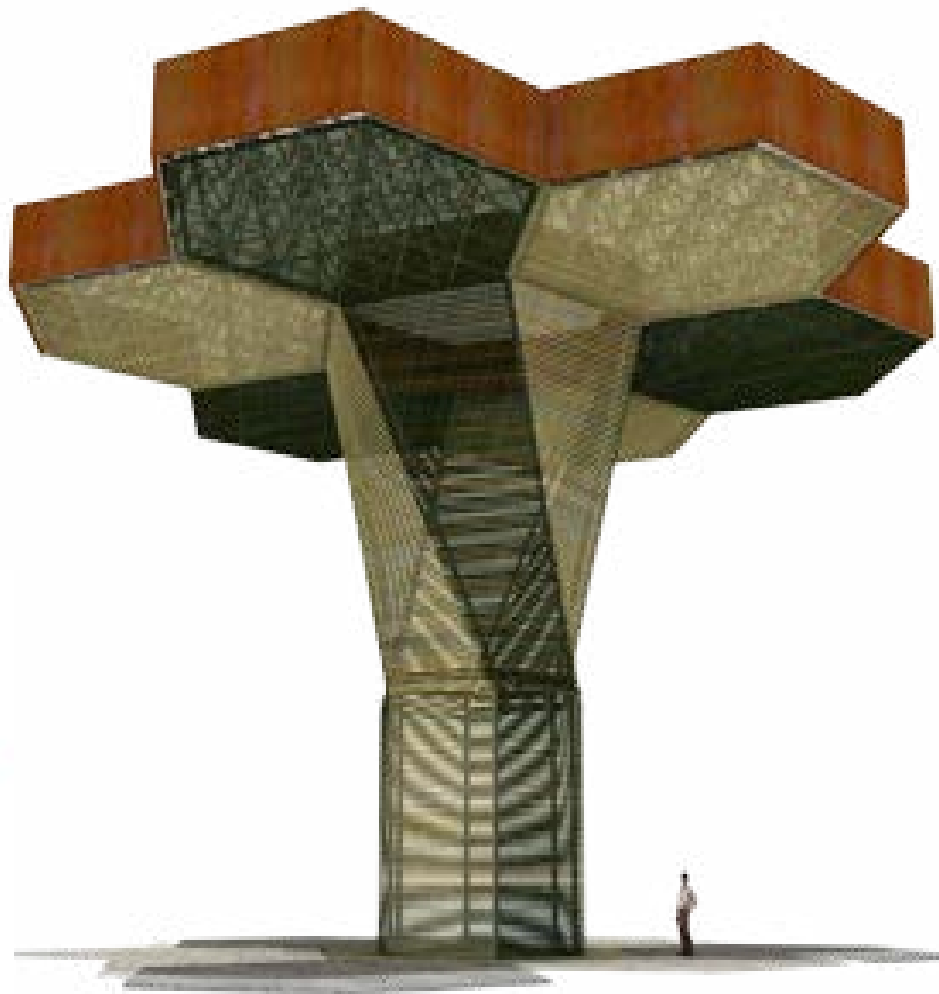
Unos hacían yoga, otros meditación.

CONCLUSIÓN

Por medio del ejercicio cartográfico y a través de las personas observadas en el contexto natural, se evidenciaron aspectos importantes que moldearon la investigación.

Se evidenció que conectar con la naturaleza es un comportamiento y un sentimiento innato en el ser humano, una necesidad vital para la salud física y mental. Esto nos permite entendernos como un TODO.

De una u otra forma las personas en medio del caos de la rutina, buscan el bienestar por medio de diferentes alternativas.



MACRO TENDENCIA

—

La era de la ansiedad
Inspiración de mercadeo

Crea espacios tranquilos tipo “spa”
libres de distracciones innecesarias para
calmar los sentidos.

Estos lugares tranquilos de calma dan tanto al comprador como al producto
espacio para respirar, fomentando un ritmo más lento.

Los diseños incoloros eliminan el ruido visual y mantienen el enfoque
exclusivamente en el producto.

Los accesorios y formas suaves y
amplios recuerdan a las ondas suaves y onduladas, mientras que la
iluminación difusa crea un ambiente etéreo.

La luz puede ser una herramienta poderosa para alterar las emociones y el
estado de ánimo.

La luz natural que fluye por todo el espacio o los efectos de la luz solar
moteada pueden ser calmantes y armoniosos.

La iluminación tenue en la instalación de luz inspirada en la Wneurociencia de
Shiseido fomenta la relación cliente - productos
(compras) tranquilas y lentas.





NATURALEZA

S
E
R

EQUILIBRIO

ESENCIA

CONEXIÓN

ORIGEN

CUERPO

CONCIENCIA

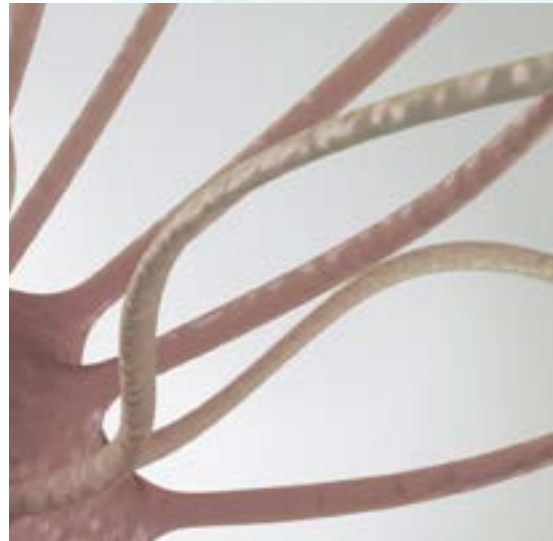
MENTE

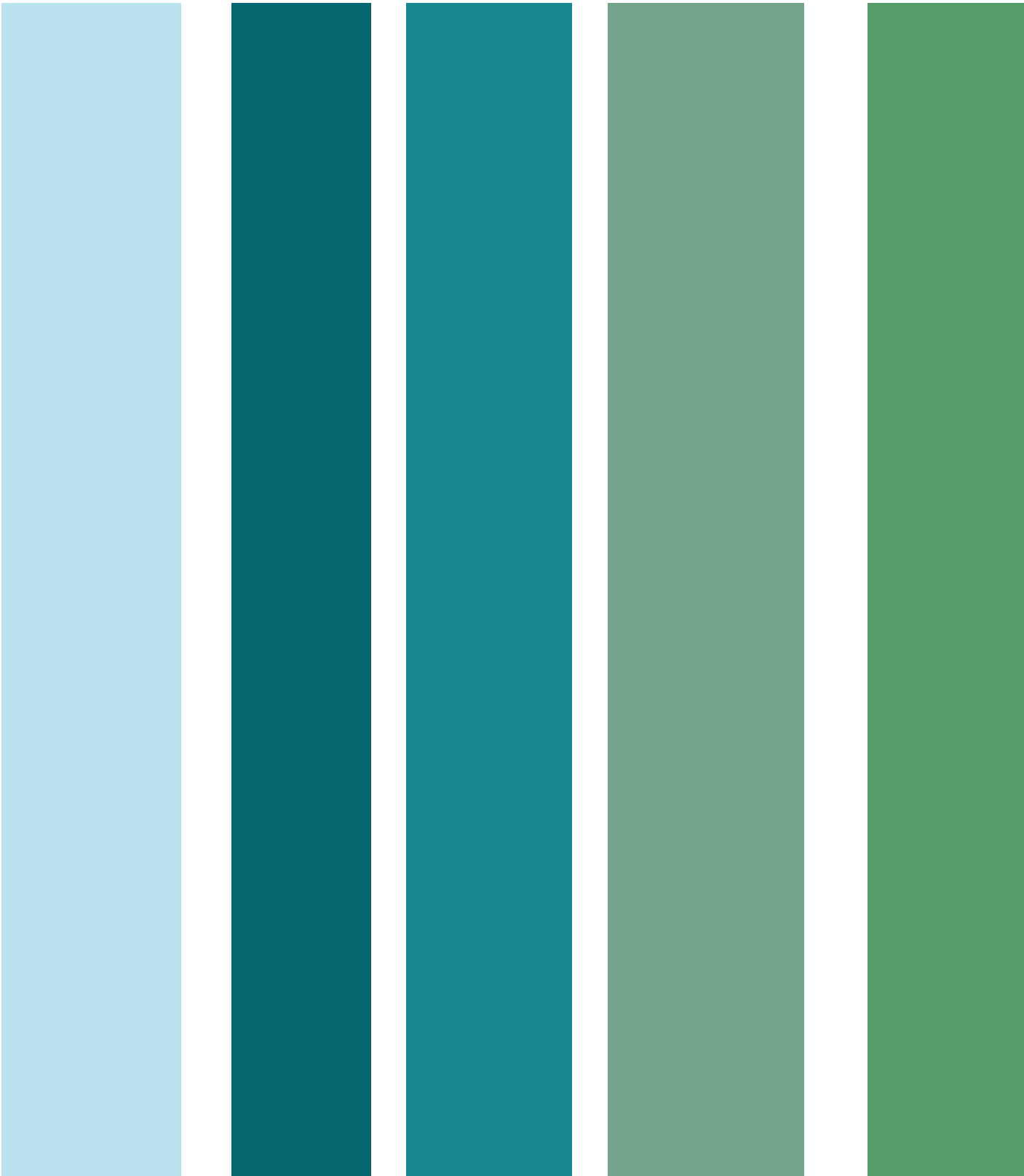


FORMAS

Que por medio del espacio físico, generan un escenario para darle valor a la marca, desde la inspiración en la naturaleza, en su similitud con el cuerpo humano, en su perfección orgánica y en movimientos sutiles que generan conexión con la vida misma.

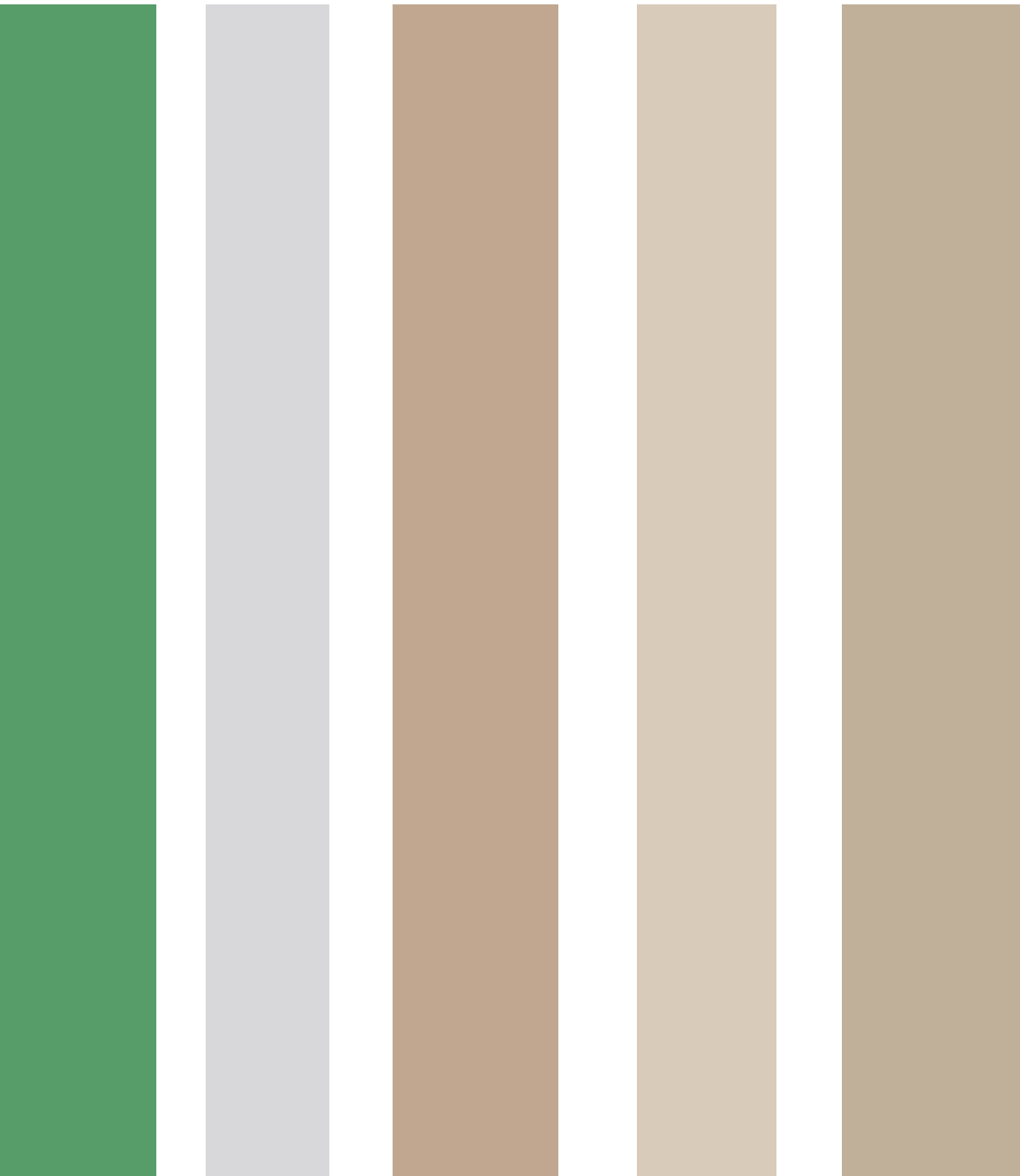






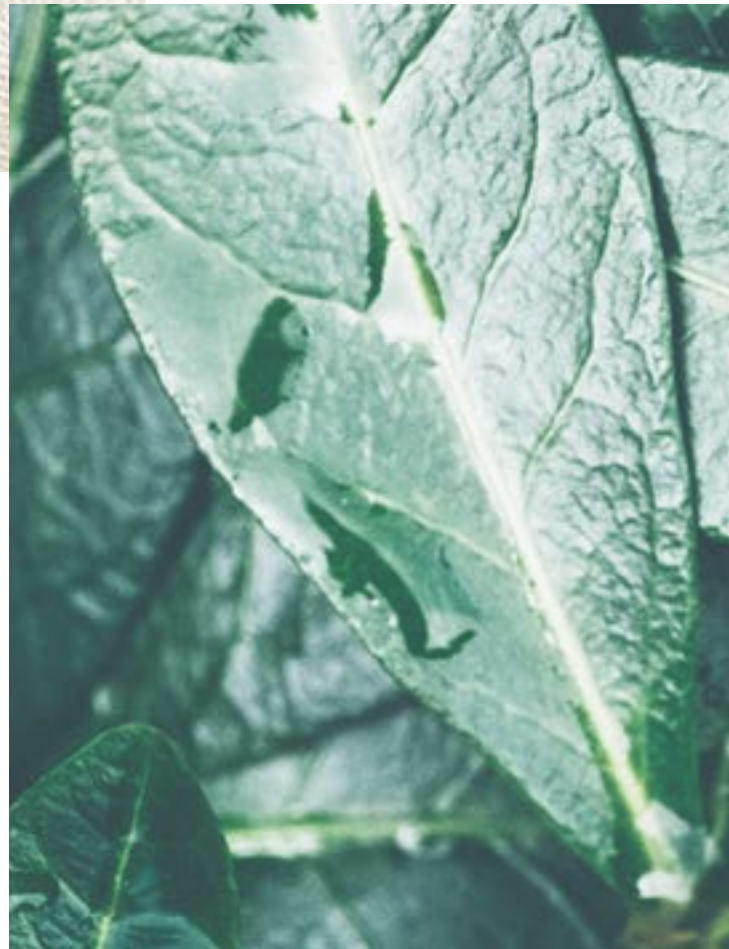
COLORES

Que permiten la experimentación de tranquilidad y armonía, que evocan el origen a partir de los elementos de la naturaleza.

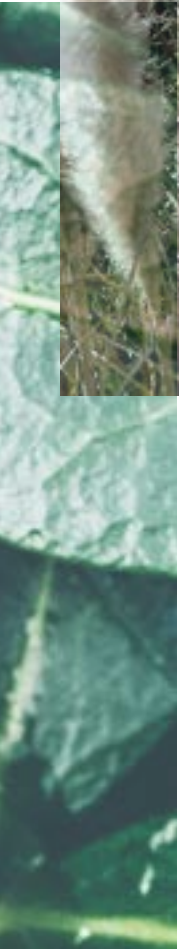


Colores que interaccionan entre ellos, generando contrastes bastante interesantes para lograr los objetivos del espacio físico escenografico y por medio de este llevarlo a la fotografía y el video.

Texturas



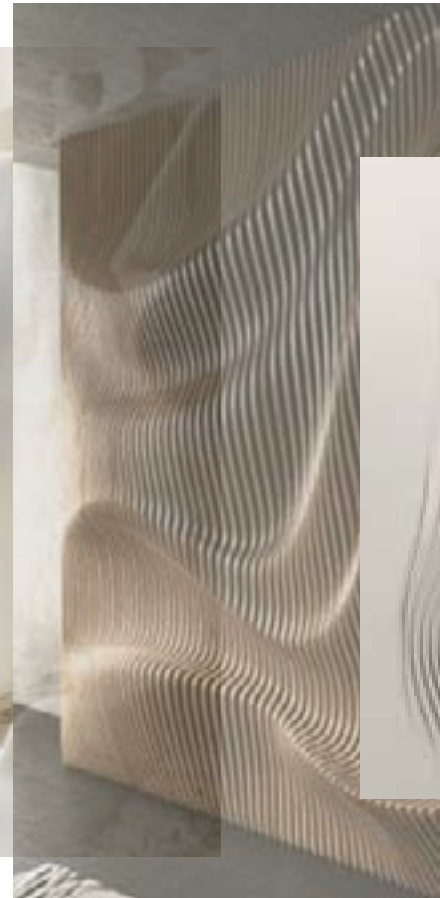
Que transmiten
frescura, armonía, equilibrio.



Se perciban suaves,
frescas y con movimiento.

Arte

Elocuencia



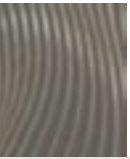
Movimiento

Le aporta a mi proyecto inspiración de formas fluidas

Claridad
Naturalidad

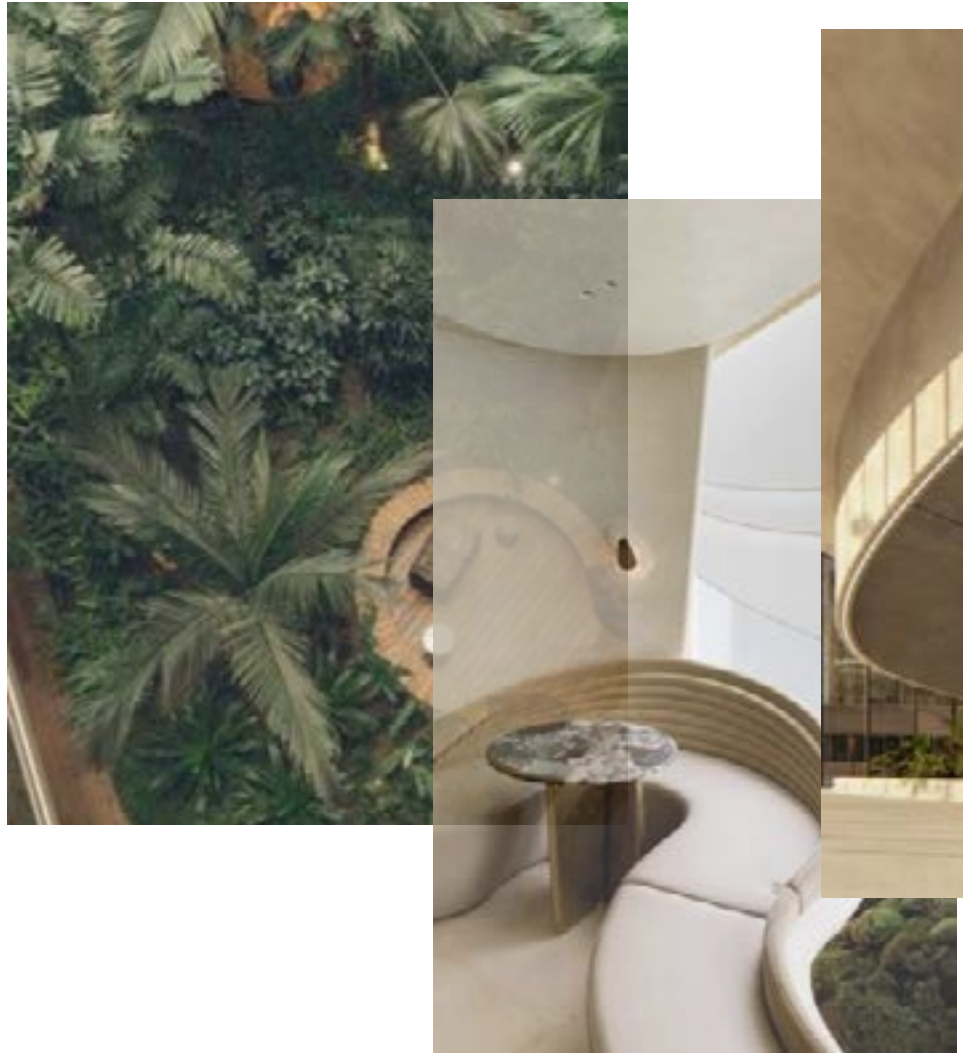
3D Wall-Art

Origen en las
observaciones de la
naturaleza



Fluidez

Hotel Yakarta
Un hotel de inspiración
indonesia en Ámsterdam con una
jungla subtropical cubierta.



Recarga de energías
por NC Design +
Architecture Ltd

Re inventar la experiencia del
espacio a partir de conexiones
significativas.

Le proporciona a “Volver al origen” esa forma singular de conectar con la naturaleza

Escalera Tropical



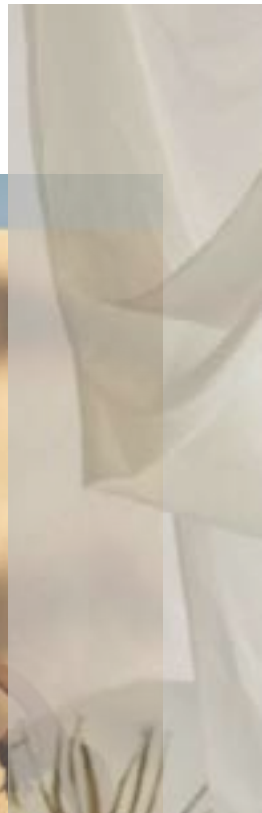
Formas para que las personas interactuen con su mundo y entre si.

Javier Valero
2020

Arquitectura



Océano



Yinyogamats
Australia
Encontrando la paz a través del
movimiento

Fotografía



Luz del sol

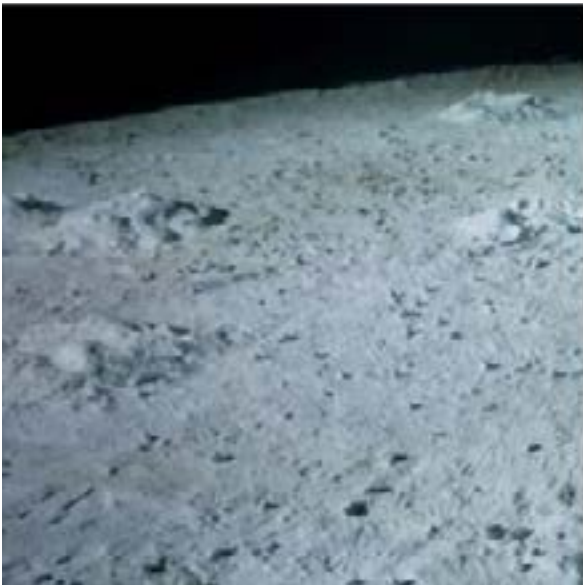


Frescura

En cuanto a combinación de tonalidades, texturas y formas podría ser un gran referente con mi objetivo de proyecto.

ARTX ESCENOGRAFÍA

Activación de marca para PUNTO BLANCO por medio de una experiencia que combina escenografía comercial con fotografía y video.





Hómologo 1

Producto que se muestra a través del estilo de vida, de un escenario que cuenta una historia.



Hómologo 2

36 GRADOS

Experiencia tipo estilo de vida

Diseño y producción de escenografía para fotografía y video, valor de marca HATSU.

Aporta a mi proyecto inspiración a partir de diseño pensado en tendencias modernas y llamativas



IDEA DE MATERIALIZACIÓN

Volver al origen es una experiencia y activación de marca efímera, que podría ser aplicada en ferias, eventos y convenciones enfocadas en el bienestar integral del ser humano. Una experiencia donde el espacio físico escenográfico, se conecta directamente con el espacio comercial y llega directamente al consumidor con mensajes que le dan un giro a la experiencia que tienen del producto.

Siendo así, el espacio físico cumple un rol fundamental por medio de su intervención:

1. Activación de marca por medio de experiencia que incentiva a un estilo de vida en equilibrio y saludable, teniendo como inspiración la naturaleza que conforma los sistemas como un TODO.

Teniendo en cuenta en el diseño del espacio, las similitudes de la naturaleza con nuestro cuerpo humano y de esta manera generar un vínculo y una conexión con la madre tierra y sus beneficios.

Tu cuerpo y mente
en sincronía





El espacio natural fue intervenido a partir de telas suaves y velas.

Al ingreso de la experiencia se recolectan los celulares y se colocan todos en silencio.

Se vivió en manera de meditación, parando, escuchando el propio cuerpo, conectando con la naturaleza y dejando fluir el momento presente.

Finalmente se hace entrega de una tarjeta con un Qr para acceder al portafolio de productos que apoyarán al usuario a conectar con su bienestar.



Primera propuesta
Acercamiento
de proyecto

VOLVER AL ORIGEN



Es volver a lo natural, volver a la conexión con la tierra, volver a la esencia y entendernos como un todo.

El proyecto inicialmente se había planteado para realizarlo en un lugar cerrado, puntualmente en estudio fotografico, teniendo en cuenta una iluminación que resultara acogedora y armoniosa. Sin embargo, durante la investigación y gracias a los hallazgos obtenidos a partir del ejercicio cartográfico, se ha llegado a la conclusión que el ser humano de una u otra forma en medio del de la rutina, en algun momento busca el bienestar por medio de diferentes alternativas. Una de ellas y cómo sentimiento innato, es conectar con la naturaleza.

Es por ello, que ahora el proyecto basado en argumentos sustentados, migra del espacio cerrado al espacio físico de la naturaleza, pasando de la iluminación artificial a la natural, teniendo en cuenta además la estimulación de todos los sentidos y generando una experiencia REAL con personas REALES.





“Crea espacios tranquilos tipo “spa” libres de distracciones innecesarias para calmar los sentidos.”

La era de la ansiedad

Teniendo en cuenta la macrotendencia, el proyecto “Vovler al origen” nos permite generar esos espacios tranquilos por medio del trabajo con una marca al aire libre y contribuir con un aporte a la solución de la ansiedad que abarca hoy en día nuestra sociedad.

Este proyecto invita al usuario a realizar una pausa y a calmar sus sentidos por medio de la estimulación de los mismos.

USUARIO

El usuario que hace parte de “Volver al origen” es una persona joven, entre los 25 y 60 años de edad, la cual esta iniciando y terminando sus ciclos académicos, laborales y unos cuantos procesos de vida que generan inestabilidad emocional.

Esta persona es de un estatus social medio - alto y le da prioridad además a su “sentirse”. Le gustan las alternativas naturales, cuidar de si mismo y tomar pausas que le permitan restablecerse para continuar en su vida diaria.

Para llevar a cabo este proyecto y cómo guía para otros proyectos de marca, se ha construido un camino.

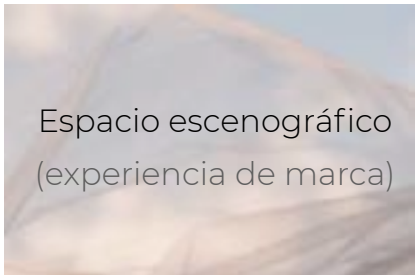


RUTA DE NAVEGACIÓN

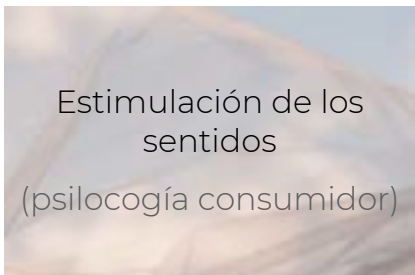




Marca
(selección)



Espacio escenográfico
(experiencia de marca)



Estimulación de los
sentidos
(psilocogía consumidor)

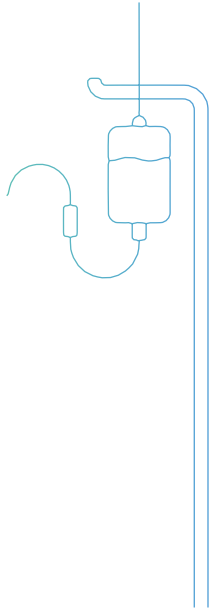


Persona Real



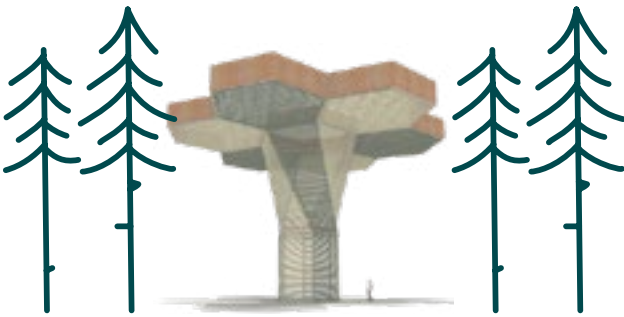
Estilo de vida
(medios digitales)





Healthy Bienestar y Recuperación.

Marca enfocada en terapias alternativas y en lo natural.



Orquideorama de Medellín por su arquitectura, por la conexión que la misma genera con la naturaleza y por su ubicación dentro del pulmón verde del caos de la ciudad.



Generar que el usuario de le un giro a su perspectiva de "compra". Y que desde su psicología comprenda que no está accediendo a un producto o servicio sino a un ESTILO DE VIDA.









Marca
Healthy bienestar y recuperación.
(Sueroterapia homeopática)

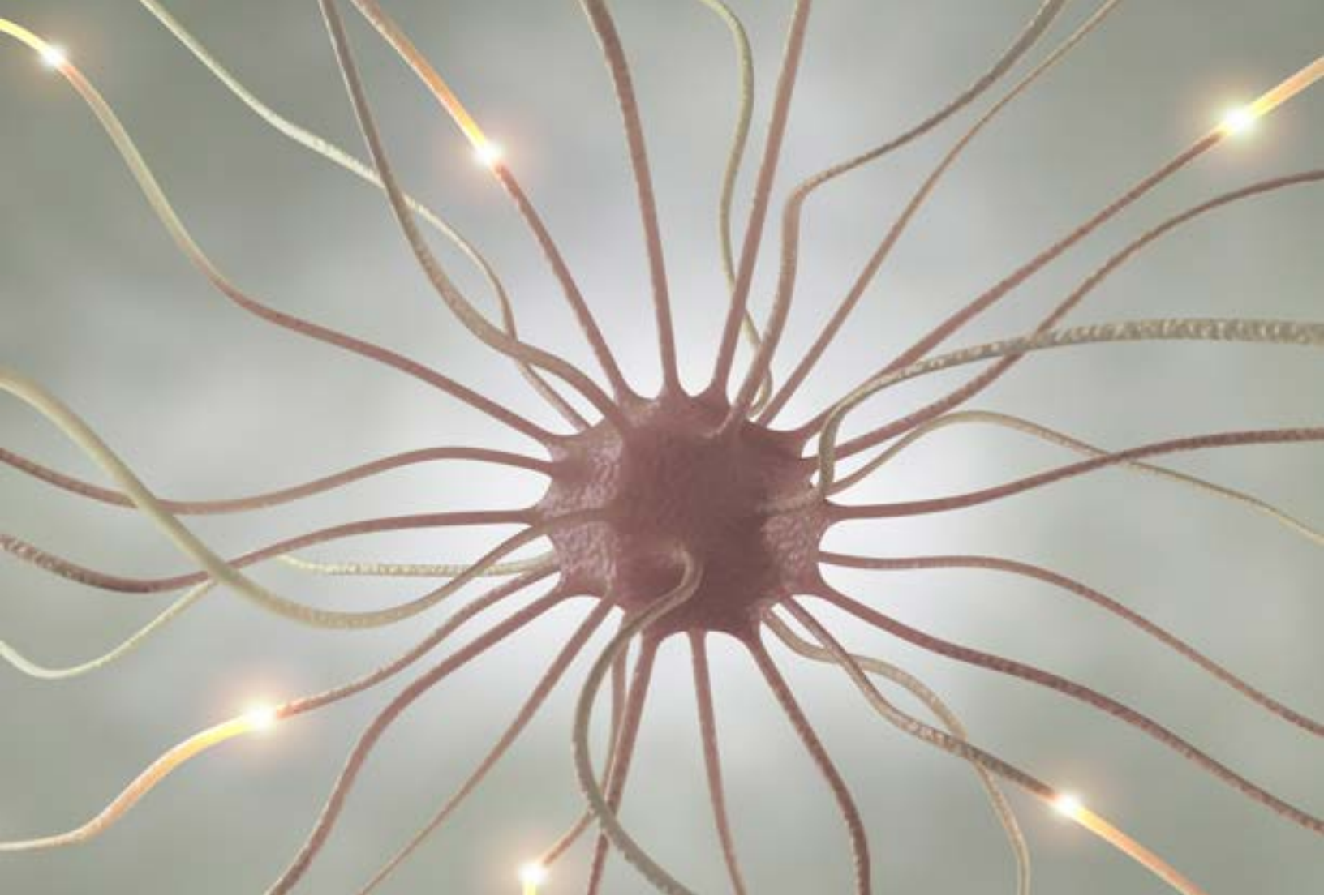
En esta experiencia de marca se vivirán momentos de bienestar y equilibrio por medio de estímulos sensoriales. Como principal estímulo, la comodidad del cuerpo físico, a partir de una banca diseñada ergonómicamente para prepararse para la comodidad de la mente y el ser.

Esta banca además de su diseño, cuenta con iluminación cálida y tenue que permite que el momento se viva mucho más acogedor, adicional en su interior cuenta con difusores de aromas armoniosos que permiten estimular el sentido olfativo y generar recordación.

Hay un centro donde contarás con atención personalizada, te entregarán una bebida refrescante en un recipiente con la forma de un suero, que te hará sentir vital y en equilibrio. Allí también podrás obtener información acerca de los productos que maneja la marca y podrás solicitarlos para ser aplicados allí, mientras vives la experiencia del origen, en la cuál podrás realizar actividades como lectura, pintura, meditación activa, audiolibros, entre otros.

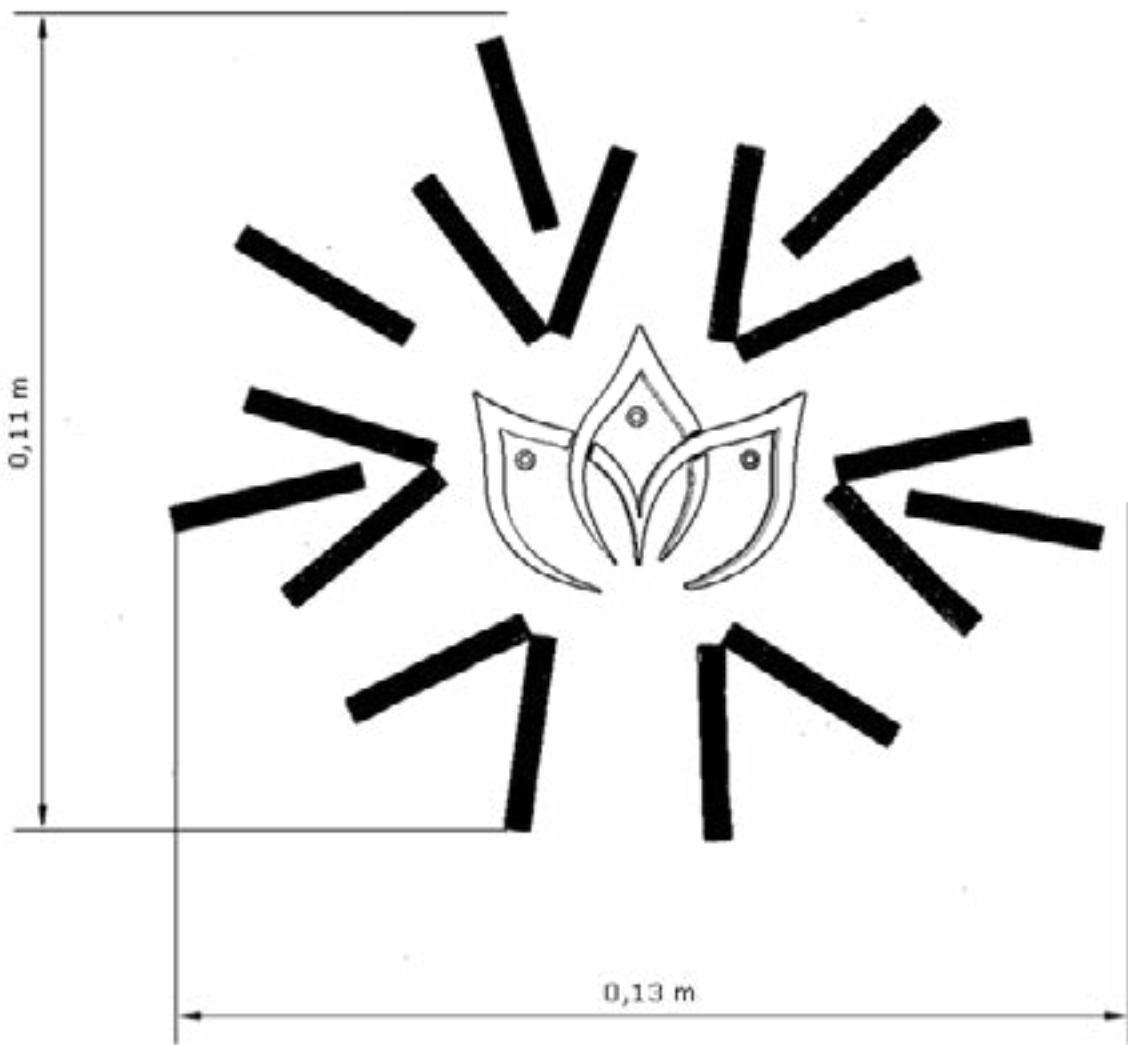


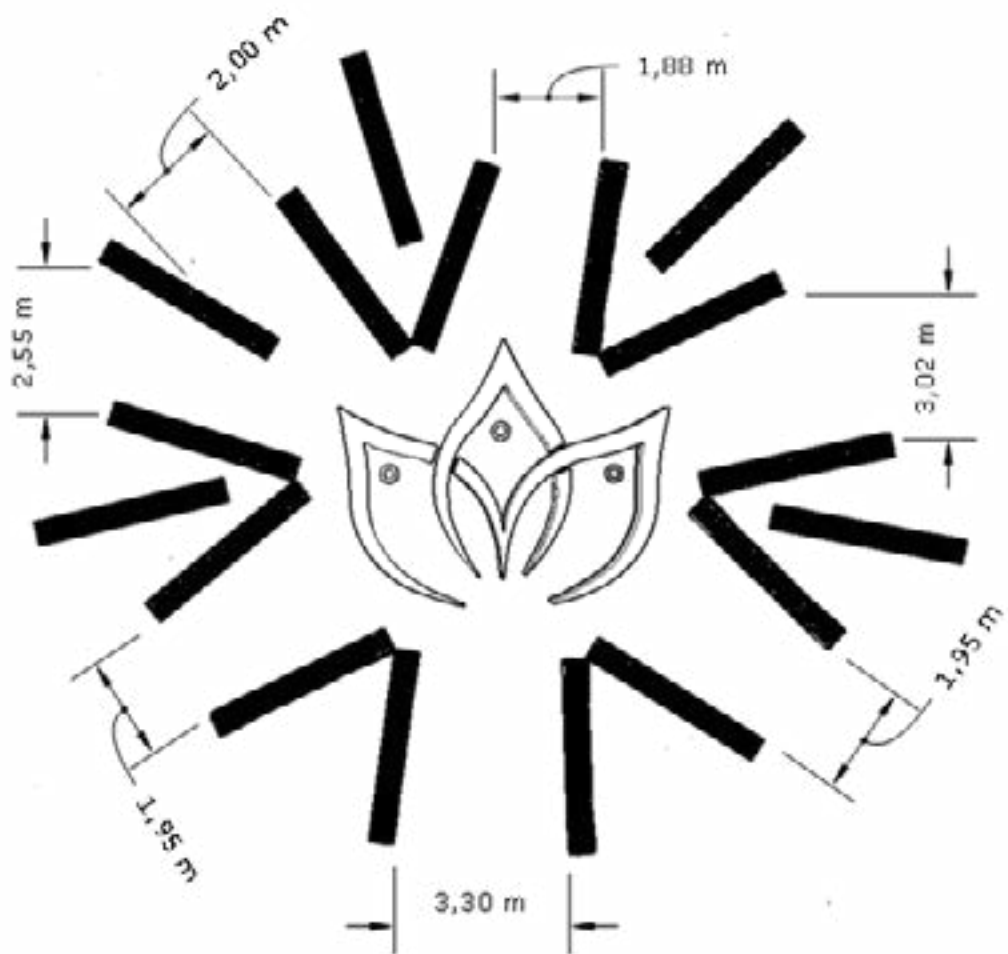
Nace a partir de la inspiración en la naturaleza, en su similitud con el cuerpo humano, en su perfección orgánica y en movimientos sutiles que generan conexión con la vida misma.





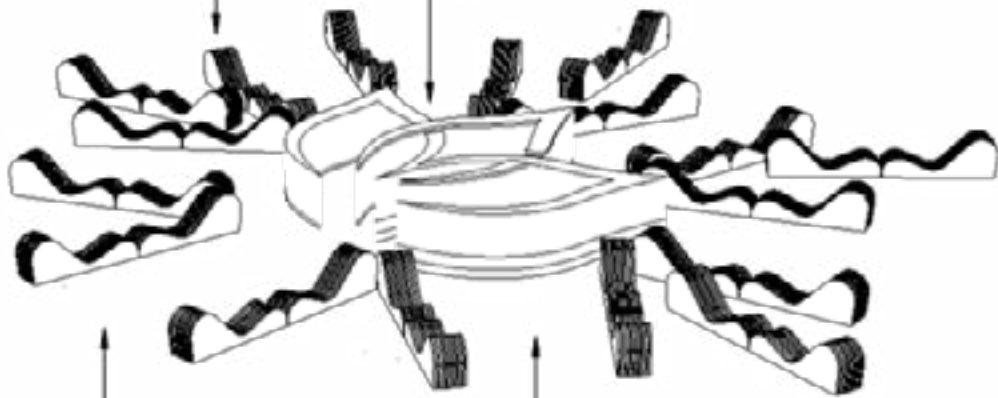






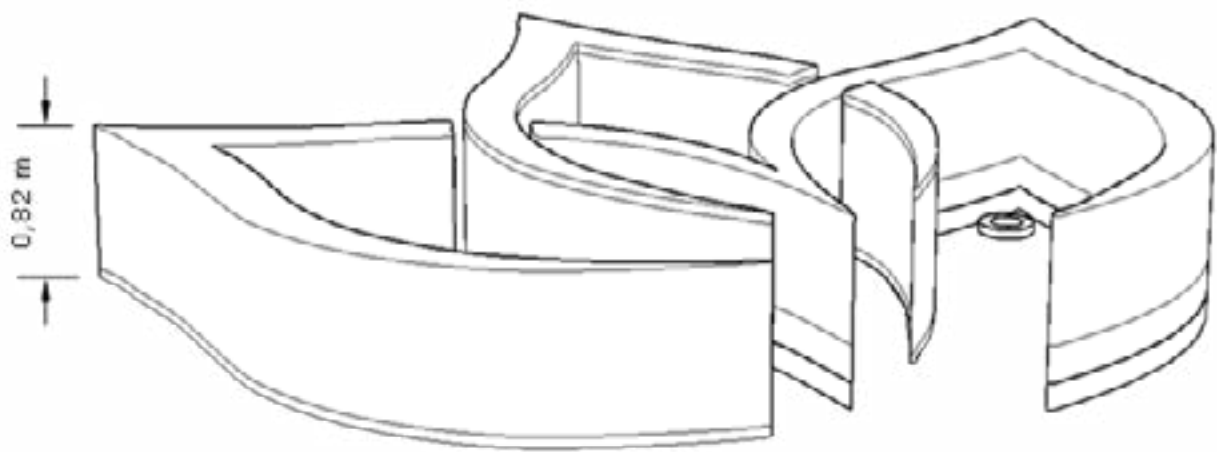
Bancas ergonómicas para experiencias

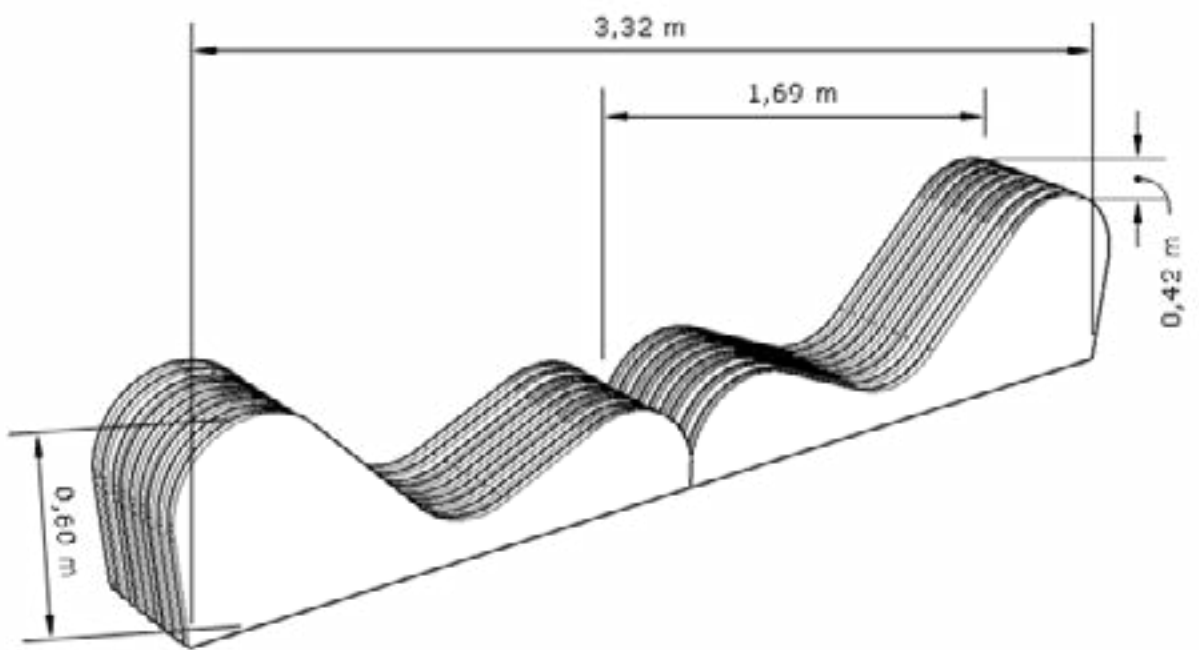
Entrega de bebida refrescante y elección de experiencia.

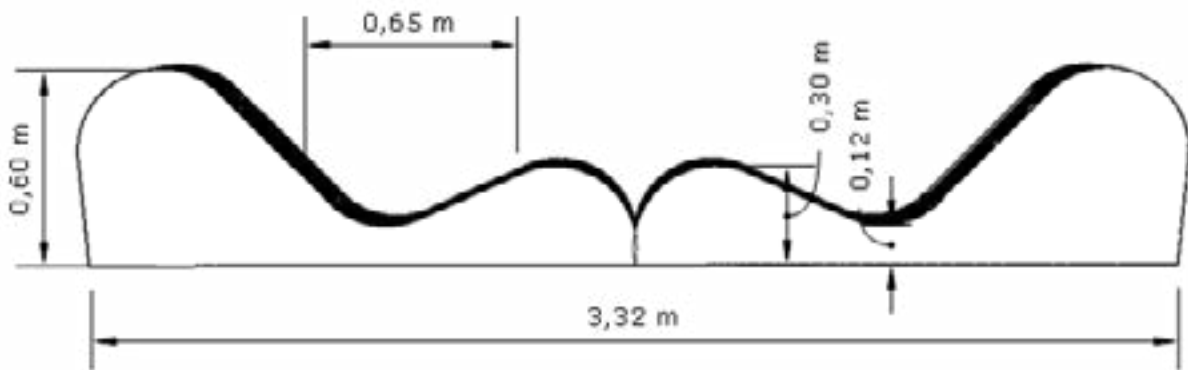
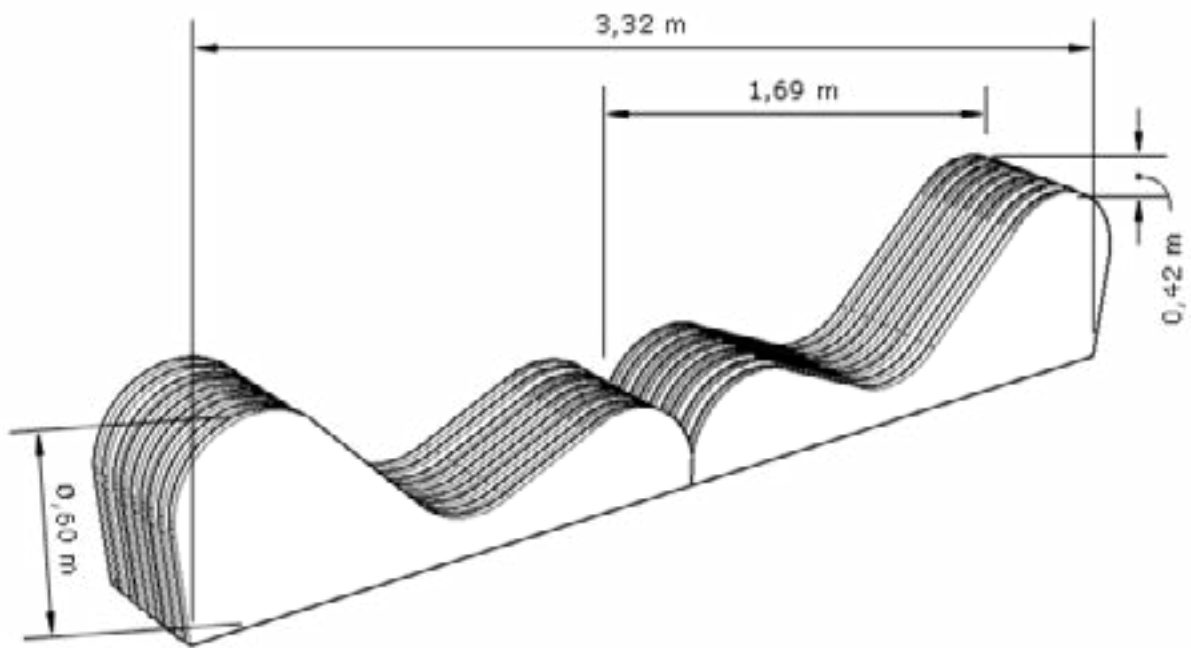


Ingreso principal

Recorridos secundarios









COLEGIATURA COLOMBIANA

DISEÑO DE ESPACIOS / ESCENARIOS