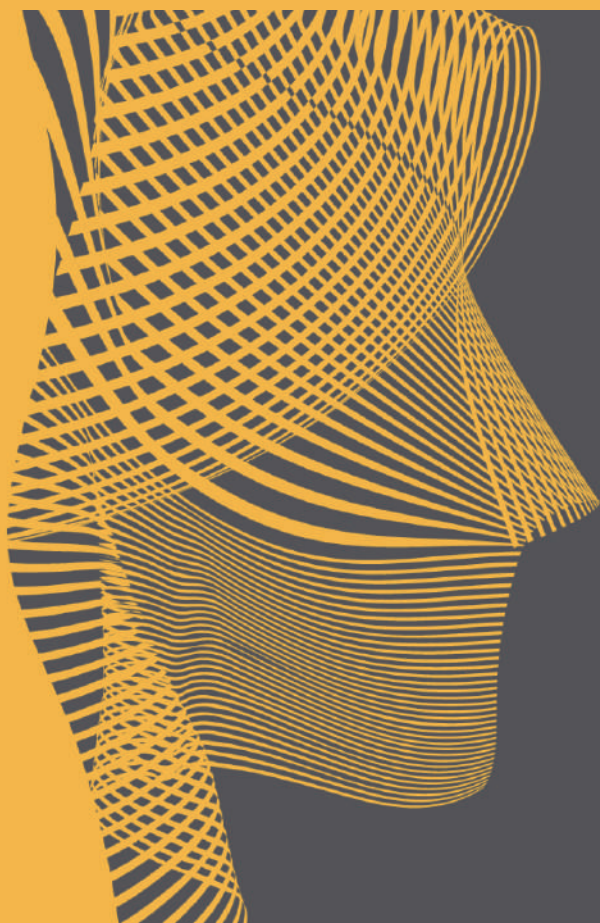




IV COLOQUIO PERFIL  
ORIGINAL

**Isabela Pino Vélez**  
7mo SEMESTRE

DISEÑO PROYECTO FINAL  
2020-1

problem

ME

solution

WE

Humanizando  
fronteras





DIRECCIÓN CREATIVA  
EN PRO DE HUMANIZAR  
MARCAS.



## PROBLEMÁTICA:

¿De qué manera se pueden generar vínculos y lazos de conexión reales, entre consumidores y marcas?

## OPORTUNIDAD:

Cambio de mentalidad de los consumidores:  
Comportamiento ético, responsable y moderado.

## JUSTIFICACIÓN:

Generar sentimientos positivos en un cliente o consumidor potencial fideliza a largo plazo y activa su lealtad hacia la marca.

# PROPUESTA DE PROYECTO.

1

Generar estrategias de humanización que buscan parcialmente promover, facilitar y fomentar el bienestar de los usuarios, en función de valores éticos y políticos de sus comportamientos y procedimientos.

3

Nuestro ideal de bienestar está enfocado en buscar soluciones asertivas y positivas en situaciones problemáticas reales.

2

Promover estrategias de consumo apoyadas sobre las bases de autenticidad y la empatía; bajo unas normas éticas y responsabilidad.



# ACERCAMIENTO FORMAL.

# HOLA



Humanizando  
Fronteras

CREEMOS

Que estas listo para recibir el  
alimento de marca para el  
alma.

Síguenos 

# EQUIPO



## Nuestro proceso

01

Brief, somos  
HUMANIZANDO  
FRONTERAS

Humanizando fronteras  
nace gracias a Isabela  
Pino, diseñadora de mod...

Análisis de marca

Este primer proceso  
consta de realizar un filtro  
primeramente nosotros c...

02

Dirección de arte  
Diseño de metodología

El amor comienza en casa:  
el compromiso es la  
conexión emocional del ...

03

Producto o solución

Se presentará un proceso  
desde la perspectiva del  
trabajo con, por y para las...

04

Transporte de producto

Se trata principalmente de  
cambiar ciertos hábitos y  
adquirir otros mucho mas...



# USABILIDAD

## 1er ETAPA

La cartilla web posee una ficha previa en el Análisi de marca con el fin de realizar primeramente un filtro en el que se seleccionan las marcas acordes a nuestras estrategias



|                                      |                                 |                                               |
|--------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------------------|
| Humanizando fronteras                |                                 | MARCA<br><input type="text"/>                 |
|                                      |                                 | FECHA<br><input type="text"/>                 |
| Producto actual:                     |                                 |                                               |
| Lenguaje de marca                    | Experiencia de marca            |                                               |
| Análisis de servicio al cliente      | Distribución y comercialización |                                               |
| Retroalimentación aspectos puntuales |                                 |                                               |
|                                      |                                 | problem<br><b>ME</b><br>solution<br><b>WE</b> |



# DISEÑO DE METODOLOGÍA

## 2da ETAPA

Disfrute      Confianza      Afecto  
Empatía  
Diversión  
Vivacidad  
Orgullo

***SENSIBILIZACIÓN  
DEL DISEÑADOR***



Acercamiento de consumidor/es en territorio de diseñadores



Experiencia de tipo social: Actividad de interacción entre consumidores y diseñadores.



Acercamiento en espacio más íntimo del consumidor como lo es su hogar.

PRODUCTO /  
SOLUCIÓN

## 3ra ETAPA



---

### LENGUAJE ETIQUETA

Por medio de las etiquetas  
RFID se propone:

- . Prevenir reproducciones falsas.
- . Reconocer información muchas veces ocultas para nuestros clientes.
- . Uso del lenguaje Braille.



---

### EMPAQUE

- . Responder a los autocuidados con materiales naturales, tonalidades suaves y amables a la vista.
- . Dedicar esfuerzos a diseños pensados para la segunda vida.
- . Generar contenido por medio de poderosas historias.

## PRODUCTO / SOLUCIÓN



### MARQUILLAS

- . Uso de materiales sustentables y ecoamigables.
- . Manejo de lenguaje Braille.
- . Generar un espacio magnificado para imagenes o textos pequeños que estas contienen.

RE  
USE

Our Vision

# THE FUTURE IN OUR HANDS.

Graphic designers are faced with the challenge of communicating ideas, visually, in various forms of media. Materials play a huge role on the aesthetic value of a design, however when the design has been forgotten about and tossed away do we acknowledge how green or sustainable these pieces of design are, and the impact they have on our environment. It is important that sustainable practices are understood, and how designers can put these methods to use, both in the sourcing and production of materials and designs. By doing so, our carbon footprint can be reduced, we can be recognised as "green designers", and have an immediate, positive effect on the environment.

Reuse aims to inform designers how to use different media effectively, sustainably and not just once, but a number of times. Imagine that bag of recycling you have in your home. Could some of that packaging possibly be used in your next creative project? Think about that the next time. Our future is changing as designers with technology continuing its rapid advancement. While that is certainly exciting, we need to make sure we maintain sight of that is here right now, what problems are to be addressed at this moment, and as graphic designers, what we can do to help.

Order a stamp package from your local Post Office today

### PRODUCT INFO

Lorem ipsum dolor sit  
amet, consectetur adip-  
iscing elit, sed diam  
nonummy nibh euismod  
tincidunt ut laoreet

[www.brandurthere.com](http://www.brandurthere.com)

### THANK YOU!

Your purchase made my day



I hope this package  
brightens yours!

## TRANSPORTE PRODUCTO

### 4ta ETAPA



. Uso de vehículos más eficientes y respetuosos con el medio ambiente.



. Previamente a la entrega de producto: asesoría formal.



. Probadores virtuales como medio efectivo de envío de producto.



# EXHIBICIÓN

## 5ta ETAPA

Alentar las relaciones  
sociales

Cuidar el bienestar  
del organismo

Incrementar flujo de  
experiencia

Fluir

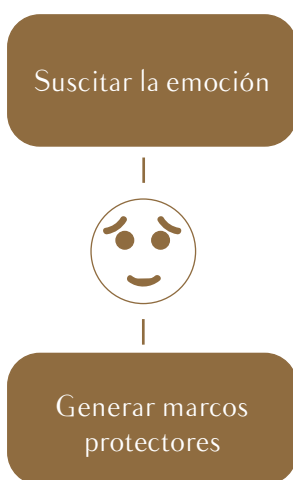
Actividades  
para la  
felicidad

- . Maniquies mas cercanos;  
ruptura a paradigmas.
- . Bioseguridad un tema que  
nos compete a todos
- . Convertir nuestro espacio,  
más que en una tienda; un  
local de ocio.



## ATENCIÓN

# 5ta ETAPA



. Atención especializada y personalizada.

. La hora sigilosa: pequeños detalles que enamoran.

. Foto escaner: eficiencia en la atención prestada.

## ¿Sabias que nuestra tienda cuenta con la hora sigilosa?

### ¿ Qué es?

Es una hora que disponemos para brindar un ambiente de compra mas agradable para personas con alguna condición física o mental o simplemente bajo ánimo.

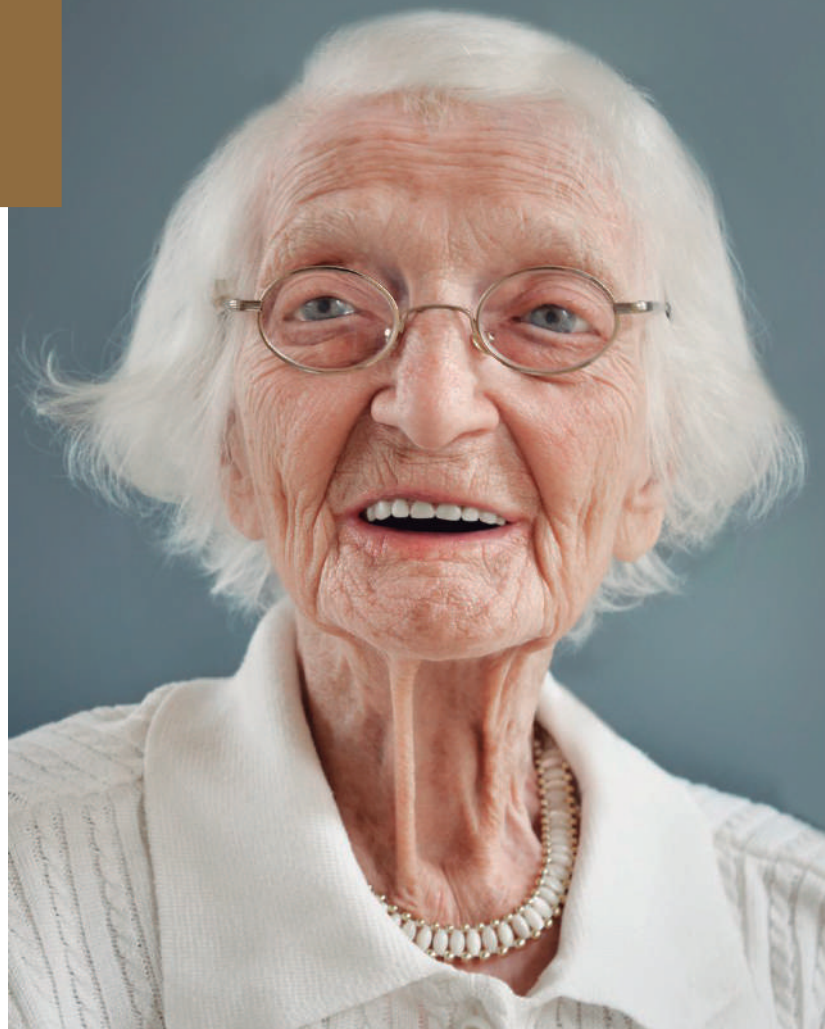
### ¿ Cuándo ?

Los **jueves** de 3 - 4pm

### ¿ En qué consiste ?

- La tienda contará con atención especializada para quien lo requiera.
- Luces bajas
- Música relajante
- Con televisores y otros dispositivos electrónicos sin sonido
- Pasillos despejados

**TE ESPERAMOS!!**  
marrone



## COMPRA

### 6ta ETAPA



. Demostrar garantías firmes, aseguran plena confianza en el cliente.



. Tiempo de pago con tonalidad mucho mas amable.



. Servimos por el placer de servir, no por la propina.



# COMPONENTES DEL PROYECTO.



Humanizando  
Fronteras

Marketing responsable para empresas responsables.  
A continuación se presentarán diferentes elementos evaluados  
previos a nuestro plan de actuar.

|                            |
|----------------------------|
| Recorrido de la marca:     |
| Evaluación en tema social: |
| Lo ambiental:              |
| Lo creativo:               |
| Lo económico:              |



Humanizando  
Fronteras

Somos creadores de  
experiencias para  
progresar como humanos  
y construir un desarrollo  
ético, justo y sostenible;  
basados en la  
comunicación,  
transparencia y fidelidad.

N