



CURSO DE DISEÑO INTERIOR Y ESTRATEGIAS DE NEUROARQUITECTURA PARA RESTAURANTES Y BARES

¿Qué es la neuroarquitectura y cómo nos puede ayudar a mejorar la experiencia de diseño interior en bares y restaurantes?

La neuroarquitectura se define como una ciencia que combina factores de investigación neurocientífica junto con la arquitectura para comprender como funciona la estimulación sensorial en las personas y el ambiente construido. Una buena arquitectura aborda en su totalidad una amplitud sensorial. Existen estrategias de neuroarquitectura que nos pueden ayudar a lograr que las experiencias humanas sean mejores y memorables. La neuroarquitectura nos ayuda a evaluar la percepción y lo que conlleva la utilización de elementos arquitectónicos como estrategias de diseño para la estimulación sensorial, sus efectos en el comportamiento humano y la creación de la experiencia.

OBJETIVO GENERAL:

En este curso se analizan los diferentes elementos de la arquitectura y del diseño para crear experiencias sensoriales memorables en los usuarios de restaurantes y bares, así como de una planeación adecuada para la rentabilidad de estos negocios. El objetivo del curso es desarrollar un aprendizaje específico y aplicar las estrategias en tus proyectos de diseño interior para restaurantes y bares. El curso está dirigido a diseñadores, arquitectos, chefs e inversionistas, así como público general que tenga un interés en la industria gastronómica y administración de restaurantes y bares.

DESARROLLO:

El curso sirve de apoyo para desarrollar de manera asertiva estrategias para mejorar experiencia del comensal en restaurantes, así como de sensibilización espacial, análisis de funciones, propuesta de marca y su posicionamiento a través del diseño interior y su modelo de negocios.

Nos basaremos en el uso de la metodología de estudio de casos de restaurantes exitosos y teorías de neurociencia y arquitectura aplicadas al diseño. Desarrollaremos un análisis de restaurantes y bares como parte de la aplicación de los conceptos y actividades vistas durante el curso.

ESTRUCTURA DEL CURSO

El curso tiene una duración de 10hrs impartidas en cuatro días. Los módulos está conformados de una estructura teórica, análisis y discusión, así como ejercicios prácticos y presentaciones.

DÍA 1

1.- El Lenguaje del Diseño Interior

En este módulo se revisan los conceptos generales sobre el diseño interior e historia, así como la definición de metodologías básicas del interiorismo vs. decoración e iconografía del diseño en la industria gastronómica.

2.- Lo temático y el Entretenimiento

A través de este módulo hacemos una revisión de los conceptos rectores del diseño interior. Analizamos la temática y la narrativa como punto de partida para la creación de historias que nos cuenta el diseño interior de bares y restaurantes a través del tiempo y como existe una evolución de la experiencia de acuerdo al mercado de consumo de alimentos en la actualidad.

DÍA 2

3- El Espacio y el Evento (Cinco Aspectos del Modelo de Comida)

En el módulo se hace un análisis profundo sobre las teorías que definen el espacio, la comprensión del concepto de evento y performance; así como de la importancia de los Cinco Aspectos del Modelo de Comida. Al mismo tiempo que analizamos la Teoría del nivel óptimo de excitación.

4.- Estrategias Sensoriales

En este módulo revisamos las diferentes estrategias de diseño y percepción espacial a través de los cinco sentidos, y como los estímulos externos junto con la arquitectura y diseño interior afectan el comportamiento de las personas en los ambientes construidos.

DÍA 3

5.- Arquitectura Cognitiva

A través de este módulo se hace un análisis sobre estrategias sensoriales, neuroarquitectura y de la construcción visual de los espacios, la escala, la composición, la psicología del color y la semiótica en el diseño.

6.- Selección de Materiales

El módulo busca debatir las tendencias del diseño y lograr generar entre los estudiantes los conceptos que regirán sus diseños a través de mood boards y selección adecuada de materiales, texturas, colores y respuestas al diseño.

DÍA 4

7.- Creación de Marca y Diseño Interior

En este módulo se analizan conceptos de creación de marca como un todo regulador del proyecto, desde el diseño gráfico, la creación de concepto, el menú y la comida, el consumidor y cliente al que se dirige un proyecto, así como la creación y fortalecimiento de una marca en relación al interiorismo.

8- Del Concepto a la Implementación

En el módulo se analizan estudios de casos de éxitos y la generación de conceptos que fortalecen y definen el diseño interior. Se discuten y debaten ideas sobre temáticas, casos históricos, soluciones funcionales y escenografía.

INSTRUCTOR

Luis Othón Villegas Solís

Arquitecto | MDesS

Luis Othón Villegas Solís es director de LVS-Architecture y creador de **Design, Belly & Brain**, un laboratorio de ideas especializado en diseño de experiencias y neuroarquitectura. Obtuvo una maestría en Estudios de Diseño de la Universidad de Harvard, Cambridge EE.UU. (2003) y una licenciatura en arquitectura por la Universidad Autónoma de Guadalajara (1997). Ha sido conferencista invitado para NewSchool of Architecture and Design de San Diego y ha participado en el Symposium de Neurociencia y Arquitectura del Instituto Salk en San Diego para ANFA Academy of Neuroscience for Architecture.

En 2003 se unió a TEN Arquitectos en Nueva York y colaboró en proyectos como The Free Library of Philadelphia, Harlem Park & Hotel Marriot. Participó con Enrique Norton y Lawrence Weiner en el Snow Show 2004 en Finlandia. Colaboró con Rockwellgroup Nueva York, uno de los despachos de diseño mas importantes a nivel internacional. Luis participó en proyectos como Restaurante NOBU 57, Meadowlands Xanadu Nueva Jersey, Chambers Hotel en Minneapolis y Siam Paragon Shopping Mall en Bangkok.

Luis Othón fue director de la Escuela de Arquitectura y Arquitectura de Interiores en CEDIM. Estuvo a cargo de la supervisión de contenidos académicos y la coordinación de equipos multidisciplinarios de estudiantes en proyectos emprendedores con el sector privado y las instituciones gubernamentales. Ha sido profesor de cátedra de Teoría de Arquitectura y Metodologías del Diseño en el Tec de Monterrey ITESM campus Guadalajara. Ha impartido cursos de estrategias de diseño para bares y restaurantes para CANIRAC 2013 (Cámara Nacional de la Industria Restaurantera) UNICO de la Universidad Autónoma de Guadalajara, y el LaSalle College International (LCI) en Monterrey Nuevo Leon. Clientes asistentes al taller han sido: Las Alitas, Wings Army, Black Coffee Gallery, HEB Supermercados, Los Adobes de Tlaquepaque, Victoria Plascencia, entre otros.

Entre sus clientes y proyectos relevantes está la nueva imagen de HEB Market Prime, Black Coffee Gallery, CEDIS Omnilife, Tienda Chivas; Deguzman Restaurante, El Festín del Portal Restaurante, La Cantinetta di Paolo Restaurante, Primer Piso Bar, ZEED Night Club, BRYPP, Piso Dos Bar, Hotel Hacienda Labor de Rivera, Patan Ale House, HEB Market Place, Santa Maria Colima, ATOM Burger, entre otros.

