



**STOREFRONT  
MASTERY**

**REPORTE DE LA ACELERADORA DEL DISTRITO**

**New Jersey Neighborhood Preservation Program,  
Seton Village, South Orange NJ  
Abril de 2022**



## TABLA DE CONTENIDOS

Contexto .....	3
Análisis de condiciones a nivel de calle .....	4
Estrategia de aceleración .....	5
Recomendaciones tácticas y de Placemaking .....	6
Recomendaciones específicas .....	7
Precedentes y ejemplos de implementación .....	9

Este reporte ha sido traducido del inglés original. Elaborado por Storefront Mastery para el programa de Preservación de Vecindarios de Seton Village. Los gráficos presentados en este reporte representan ideas a nivel conceptual. Los gráficos y textos contenidos en este documento son igualmente conceptuales y no constituyen un proyecto arquitectónico o de diseño, ni un plan terminado. No se incluyen detalles de productos o especificaciones técnicas o precios, y cualquier objeto, mueble o diseño presente en los gráficos deben ser utilizados como referencia, con propósito informativo únicamente. No constituyen patrocinio o promoción de ningún producto o marca.

Abril de 2022

Preguntas y seguimiento diríjelas a: [hello@storefrontmastery.com](mailto:hello@storefrontmastery.com)

Visita también [storefrontmastery.com](http://storefrontmastery.com) para obtener información, noticias y productos adicionales.



Storefront Mastery recognizes the skills and knowledge of the individual business owners and encourages them to find the inspiration to create their own epic storefront. The Storefront Mastery system is a 3-step program to help business owners translate their vision into a conceptual design. It is not a design service and the product herein does not constitute a finished project but a conceptual framework to start developing said finished project.



**CONTEXTO**



**CONTEXTO URBANO:**

El distrito Seton Village se ubica a lo largo del tramo de Irvington Avenue que va desde Riggs Avenue hasta College Pl., a diez minutos de caminata del centro de South Orange y la estación de trenes, y a 6 minutos de caminata del campus de la universidad Seton Hall.

La calle ha sido reparada en meses recientes. El proyecto no incluyó una intervención para la creación de hitos que definan la zona de Seton Village. La forma urbana se distingue del resto por ser más compacta y con una mayor densidad comercial. Por lo tanto, existe la oportunidad de intervenir con hitos y demarcación para generar un lenguaje visual y amplificar los esfuerzos de cada negocio local para contribuir al reconocimiento del lugar, especialmente pensando en los nuevos proyectos que se van a construir en la zona en mese y años siguientes.



**CONTEXTO INMEDIATO:**

La caminata a lo largo de Irvington Ave. es cómoda. La escala de los edificios, de los frentes comerciales y de la calle es pequeña y legible, lo cual crea un entorno urbano que motiva a caminar.

Las veredas ofrecen pocas oportunidades para acomodar mesas exteriores, pero son suficientemente holgadas para instalar extensiones de las tiendas en la franja más cercana a la fachada.



La zona tiene un sabor diverso, dado que muchos negocios de servicios y comida tienen una oferta única, lo cual puede inspirar la creación de una marca coherente.

El dosel es relativamente denso. Los colores de los edificios son sutiles y sirven como escenario para instalar y activar pequeños espacios públicos para visibilizar los negocios locales.







## ANÁLISIS DE CONDICIONES A NIVEL DE CALLE



### ÍNDICE DE BELLEZA

Seton Village presenta varias oportunidades alrededor de grupos de comercios en el distrito, donde es posible activar el espacio público y motivar el tráfico peatonal y la interacción con los espacios comerciales.

La escala, proporción ritmo y ancho de los frentes existentes y de los propuestos en los nuevos proyectos, tienen potencial para invitar el tráfico peatonal.

### ÍNDICE DE ECCENTRICIDAD

La eccentricidad se mide por la cantidad de espacios íntimos, pasajes y rincones con oportunidades para explorar, sentarse y ver arte urbano. Las vistas enmarcadas que resaltan esos elementos ayudan a descubrir la ciudad gracias al apoyo de bancas, pequeños jardines verticales u otros hitos. Seton Village no cuenta con muchos lugares excéntricos pero existen oportunidades para crearlos.

### CONEXIONES

Las veredas son continuas y suficientemente amplias para acomodar la caminata y permitir el uso de los frentes para pequeñas instalaciones. Las intersecciones pueden mejorarse con pintura en el asfalto para separar el tráfico automotriz del peatonal, permitir una mejor experiencia y dirigir la atención de los usuarios hacia los hitos del distrito.



### ATRATIVO AL CAMINAR

Una caminata es atractiva cuando las condiciones urbanas motivan al usuario a escoger caminar sobre otros modos de movilizarse. Edificios bien diseñados en veredas cómodas y con buena sombra, donde los espacios comerciales son diversos y transparentes, hacen a los lugares más atractivos. Lo que más salta a la vista en Seton Village es la ausencia de una cobertura arbórea densa.

### CALIDAD DEL ENTORNO

En términos generales, la calidad del entorno, la percepción de límites del distrito y la densidad de espacios comerciales proveen una sensación de confort, seguridad y vitalidad. Varias de esas condiciones de cumplen en Seton Village. Es posible reforzar, especialmente con el precedente de la utilización de elementos especiales como son las lámparas de gas que dan identidad a la ciudad.

### LEGIBILIDAD

Todo distrito necesita crear una historia que sea fácilmente legible y que guíe a la gente que se mueve al interior. Los hitos, la señalética y otros elementos mejoran la legibilidad. Las condiciones urbanas están presentes para introducir estos elementos, pero actualmente no se encuentran en Seton Village.







## ESTRATEGIA DE ACELERACIÓN

Seton Village goza de la ventaja de ser un punto intermedio entre dos nodos importantes de tráfico peatonal: el campus de la universidad Seton Hall y el centro de South Orange, que quedan a 5 y 10 minutos de caminata.

Los negocios ubicados a lo largo de Irvington Ave. conforman una atmósfera diversa y única. Es posible distinguir dos grupos de negocios: uno de comidas étnicas, donde destacan la comida salvadoreña, china, nicaragüense, jamaicana y africana; y un grupo de negocios de belleza, donde destacan salones de peluquería y uñas, al igual que tiendas de moda.

El reto es voltear las fachadas de estos negocios hacia fuera con el fin de activar la caminata a lo largo de Irvington Ave. y concertar sus esfuerzos en una estrategia de atracción de negocios y peatones a nivel distrito.

La estrategia de la Aceleradora del Distrito se asienta en la creación de una marca para Seton village, que muestre los rasgos de identidad de sus negocios y las historias detrás de la llegada de los distintos negocios al distrito.

En los siguientes párrafos se encontrarán varias ideas que pueden ser profundizadas y desarrolladas para crear intervenciones puntuales que amplifiquen el impacto de los pequeños esfuerzos individuales de cada negocio.

La IDEA #1 es crear un nodo de actividad en la placita de West Fairview Ave. Durante los meses cálidos, se puede ocupar mes a mes con uno de los negocios del distrito, quienes pueden ofrecer catas, espectáculos promocionados u otros eventos.

Durante los meses más fríos, puede transformarse en un kiosko de flores o café, una microtienda para expender bufandas y frazadas, o en una estación para montar cenas comunitarias.

La IDEA #2 es crear una serie de espacios temáticos a lo largo del distrito, relacionados con la placita en Fairview Ave., que se pueden activar con música, teatro u otras actividades para educar sobre el contexto cultural de cada negocio.

Para esto se propone utilizar dos tácticas: 1) sillas, bancas u otros elementos que inviten a sentarse, del mismo diseño de otros en el distrito pero con colores específicos para combinar con el negocio frente al cual se ubican. 2) una decoración que muestre elementos clave para recrear el contexto, aplicaciones y promociones que se accedan desde un código QR y una página web de inicio.

La IDEA #3 plantea frentes temporales, que den un mensaje de expectativa para novedades futuras. Para esto se realizan gráficos especiales, y se utilizan los frentes vacantes para organizar muestras artísticas, funciones de teatro o restaurantes temporales.







## RECOMENDACIONES TÁCTICAS Y DE PLACEMAKING



Sergio Fajardo, celebrado alcalde de Medellín, propuso el concepto de “Urbanismo Pedagógico”. Se trata de incorporar en cada intervención y proyecto que se hace en una ciudad, elementos educativos que inviten a locales y visitantes a reflexionar sobre la naturaleza de las estrategias y proyectos implementados, a formar nuevos y mejores hábitos y practicar la resiliencia, la conservación, el respeto por la historia, a construir identidad y orgullo y a dirigir la atención hacia temas importantes de la construcción colectiva de ciudad.

En las páginas siguientes se encuentran recomendaciones estratégicas para potenciar los esfuerzos individuales de los comerciantes de la zona, y para mejorar el alcance, legibilidad y atractivo de Seton Village.

En la gráfica superior, se muestra una vista aérea de la localización propuesta de espacios temáticos y elementos urbanos que pueden contribuir a visibilizar las historias que hacen Seton Village.

### INTERVENCIONES FÍSICAS

- 1 Estación temática (kiosko) que muestre la marca y ponga el tono del lenguaje visual del distrito
- 2 Diseñar hitos para colocar en cada extremo del distrito, con una propuesta educativa visible
- 3 Incorporar componentes educativos al diseño del parque infantil para apoyar la imagen y la legibilidad
- 4 Posible instalación de un micro espacio público con elementos repetitivos que celebre la diversidad del área
- 5 Posible instalación de un micro espacio público con elementos repetitivos que celebre la diversidad del área
- 6 Posible instalación de un micro espacio público con elementos repetitivos que celebre la diversidad del área
- 7 Posible instalación de un micro espacio público con elementos repetitivos que celebre la diversidad del área
- 8 Posible instalación de un micro espacio público en el centro comunitario, con los mismos elementos repetitivos

### ACTIVACIÓN E INTERACCIÓN

- Micro festivales mensuales, acceso a los componentes educativos, una lista de correos y una página de inicio
- Soporte visual a la marca, por ejemplo con portavasos o servilletas que se repitan en todos los restaurantes del área
- Componentes educativos, lista de correos y página web del distrito. Crear correspondencia con la placita de Fairview Ave.
- Micro escenario con los eventos del espacio principal replicados en menor escala: galerías, teatro, música, cenas
- Micro escenario con los eventos del espacio principal replicados en menor escala: galerías, teatro, música, cenas
- Micro escenario con los eventos del espacio principal replicados en menor escala: galerías, teatro, música, cenas
- Micro escenario con los eventos del espacio principal replicados en menor escala: galerías, teatro, música, cenas
- Festivales temáticos más grandes, con facilidad de acceso a los componentes educativos, lista de correos y página web







## RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS



- ① Kiosko de flores que funciona con “especial del mes”
- ② Elemento educativo-informativo
- ③ Macetas u otros elementos en colores de la marca
- ④ Banderines que muestren el “especial del mes”
- ⑤ Silla u otro elemento replicable igual al de las fachadas de negocios individuales

El espacio existente en el distrito que es actualmente más visible es la placita en West Fairview Ave. La propuesta consiste en un kiosko multiuso que recibe un negocio cada mes para resaltar su comida y su cultura. Funciona como un festival de comida étnica continuo.

El componente educacional presenta de manera interactiva información sobre la comida y cultura del sitio que ocupa el kiosko, además de códigos QR que llevan al usuario al sitio web del Seton Village, donde pueden aprender más sobre el festival, sobre el distrito y suscribirse a la lista de correos. Puede incluir un directorio de negocios del distrito.

Un espacio dentro de la placita con sillas o mobiliario rotativo, a propósito de cada “especial del mes”.

El diseño de la placita debe replicarse en el resto de micro espacios públicos frente a los negocios individuales participantes, al igual que en el jardín frontal del centro comunitario.

Además de la ocupación del sitio por parte de cada negocio “especial del mes”, se puede activar la placita con festivales de invierno, cenas comunitarias, galerías exteriores de arte público y funciones de teatro o presentaciones de música.

*\* Antes de diseñar y producir los elementos definitivos, se debe revisar las regulaciones locales para confirmar que todos los elementos cumplen la normativa vigente*

*\*\* Colores y gráficos de marca a ser determinados fuera del alcance de este reporte*







## RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS

El diseño e implementación de los micro espacios públicos se basa en el concepto de “más básico, más rápido y más barato”, con pocos elementos que amplifiquen la oferta diversa del distrito. Cada negocio participante puede crear un micro espacio público o varios negocios pueden unirse y hacer uno grupal.

Cada espacio debe tener un tema que guíe el diseño y ofrecer un componente educacional para realzar la contribución del negocio o grupo de negocios a la diversidad del distrito.

Los colores en este ejemplo son referenciales. Pueden variar de acuerdo a cada tema, pero los elementos se repiten en distintos colores y en diferentes áreas del distrito.

- 1) Mobiliario temático que se repite, con el mismo diseño del mobiliario de la placita de West Fairview Ave.
- 2) Aprovechar las ventanas para stickers, las paredes para placas o utilizar objetos autoportantes que incuyan los componentes educacionales
- 3) El uso del color para destacar cada micro espacio público puede ir desde elementos pequeños como stickers hasta una intervención mucho más completa, que incluya color o stickers en el piso, como en el ejemplo.



Las paredes en pasajes entre edificios pueden ser un soporte útil para elementos de diseño que den el mensaje educacional propuesto. Al ser espacios menos utilizados, pero que mantienen un componente de descubrimiento, pueden mejorar la seguridad y ayudar a contar historias que despierten el interés por visitar el distrito.

Contar con estos espacios contribuye a elevar el “Índice de eccentricidad” con la creación de rincones y lugares divertidos que eleven la atractividad del sector.

- 1) Un diseño atractivo y destacado de placas con texto que cuenten historias de los residentes locales, de manera similar to “Humans of New York”
- 2) Utilización creativa de color para crear un lugar íntimo donde se pueda contar una historia con componente humano y crear de paso una estación de apoyo a la marca.







## PRECEDENTES Y EJEMPLOS DE IMPLEMENTACIÓN

### STICKERS DE EXPECTATIVA

Los espacios comerciales vacantes ofrecen una buena oportunidad para construir expectativa de buenas cosas que llegan al barrio. Si el mensaje es consistente, es más fácil que pegue.

El mensaje complementa los gráficos de la marca, crea expectativa e informa sobre proyectos futuros.



### POSTES Y TRONCOS

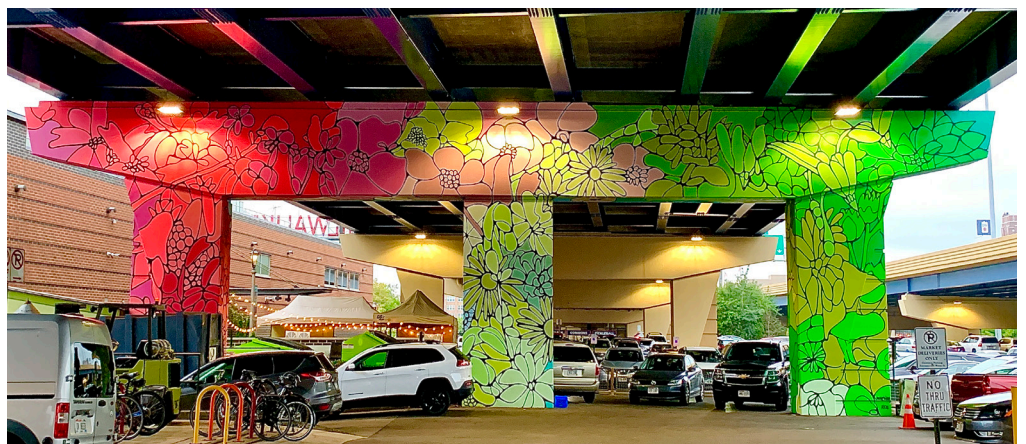
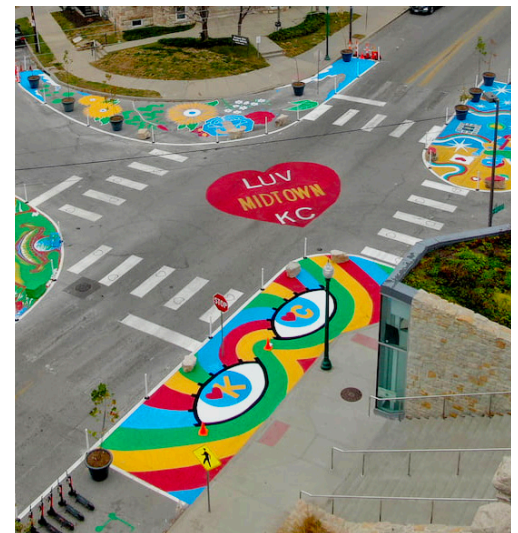
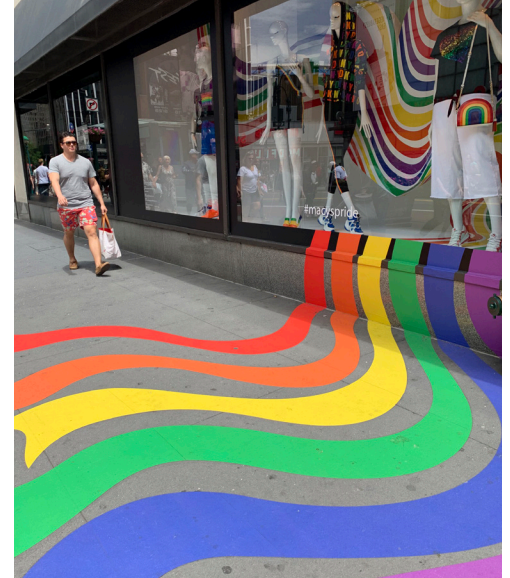
Las "bombas de lana" son coberturas de color alrededor de postes y troncos de árbol, que se hacen de lana. Otras alternativas como coberturas impresas en 3D cumplen el mismo objetivo: introducir color en elementos tradicionalmente neutros como postes de luz.



### TRATAMIENTO DE COLOR



El color ha sido usado por siglos para resaltar la identidad y añadir vitalidad a las calles. Explosiones de color mejoran el humor de los usuarios y mejoran la calidad de la experiencia. Igual si es arte en el asfalto o murales en pasos elevados o frentes comerciales regados en la vereda, el color ayuda a dar un mensaje.







PRECEDENTES Y EJEMPLOS DE IMPLEMENTACIÓN

ELEMENTOS DE LA MARCA



Bancas, sillas o asientos de cualquier tipo sirven dos propósitos: permiten pausas en lugares clave y aprovechan la atención de la gente en pausa para dar un mensaje. Usar estos elementos de manera repetitiva permite crear varios puntos de contacto con la marca. Importante notar que los muros y otros elementos sirven igual como asiento y cumplen igual función.



OBJETOS REPETITIVOS



Los objetos recurrentes son una excelente opción para crear un reconocimiento fácil del distrito, resaltar hitos y enmarcar vistas. Los elementos recurrentes pueden ser personajes, pero pueden ser mobiliario tal como bancas o sillas, o los postes de gas de South Orange.



LEGIBILIDAD



Mapas, placas con texto y otros elementos que adhieran al lenguaje visual del distrito apoyan la narrativa. Las placas con historias escritas son muy atractivas y generan largas pausas cuando la historia está bien contada. El diseño de estos elementos puede crear espacios muy atractivos. Es importante igual que se lean y comprendan muy fácilmente.



Storefront Mastery recognizes the skills and knowledge of the individual business owners and encourages them to find the inspiration to create their own epic storefront. The Storefront Mastery system is a 3-step program to help business owners translate their vision into a conceptual design. It is not a design service and the product herein does not constitute a finished project but a conceptual framework to start developing said finished project.



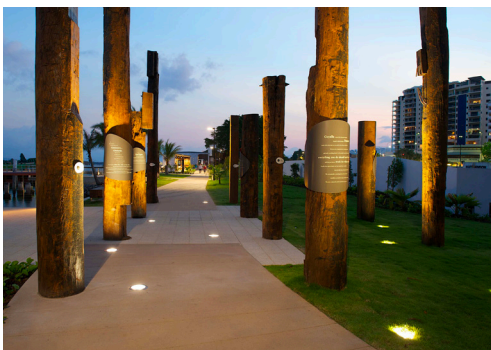


## PRECEDENTES Y EJEMPLOS DE IMPLEMENTACIÓN

### CONTAR LA HISTORIA



El distrito puede servir como un libro donde se cuentan las historias que lo hacen vivo. Puede ser mediante stickers en ventanas vacantes o con elementos reconocibles que se replican en otras partes del distrito. La coherencia y atraktividad del sistema visual son aspectos críticos de la forma en que se apoya la narrativa. Los espacios más grandes como la placita en West Fairview Ave. o el parque infantil en College Pl. pueden acoger versiones más grandes de elementos modulares que se repiten en escala más chica en otras partes del distrito.



### ARREGLOS FLORALES

Un kiosco flexible que permita acomodar varios usos diversos y distintos, pero igual tenga un uso principal, puede ser determinante en asegurar la personalidad e identidad del distrito.

Si el caso es un kiosco de flores, se puede implementar otros más chicos e iguales a lo largo de Irvington Ave. para delimitar el distrito.



Alternativas para kioscos de flores pueden ser cafeterías, micro tiendas de souvenirs, venta de revistas o incluso una tienda de la universidad.



Los arreglos con flores realzan mucho la calidad del entorno, igualmente si se instalan en frentes comerciales o como elementos separados.

