

Camilo Sánchez Cadavid

# DISEÑO y GESTIÓN de ESPACIOS

Libro blanco  
Guía metodológica

FACULTAD DE  
**DISEÑO**



**Universidad<sup>®</sup>  
de Medellín**  
Ciencia y Libertad



Camilo Sánchez Cadavid

# DISEÑO y GESTIÓN de ESPACIOS

Libro blanco  
Guía metodológica



*Diseño y gestión de espacios.*

*Libro blanco*

*Guía metodológica*

1ª edición: 2024

© Universidad de Medellín

© Camilo Sánchez Cadavid

SÁNCHEZ CADAVID, CAMILO

Diseño y gestión de espacios : libro blanco : guía metodológica / Camilo Sánchez Cadavid ; -- 1ª ed. -- Medellín: Universidad de Medellín ; Sello Editorial Universidad de Medellín, 2024.

104 p. ; 22 x 22 cm.

Incluye referencias bibliográficas

ISBN (impreso): 978-958-5180-69-7

ISBN (electrónico): 978-958-5180-70-3

1. UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN. FACULTAD DISEÑO. DISEÑO Y GESTIÓN DE ESPACIOS. 2. DISEÑO -- METODOLOGÍA -- MANUALES. 3. PLANIFICACIÓN CURRICULAR -- MANUALES. 4. DESARROLLO CURRICULAR -- MANUALES. 5. PLANES DE ESTUDIO UNIVERSITARIO. 1. Universidad de Medellín. Sello Editorial Universidad de Medellín.

CDD 375.001

Catalogación bibliográfica - Universidad de Medellín. Biblioteca Eduardo Fernández Botero.

Daissy Patricia Zea Mejía.

Sello Editorial Universidad de Medellín

selloeditorial@udemedellin.edu.co

Carrera 87 N.º 30-65

Teléfono: (+57+4) 590 45 00

Medellín, Colombia

*Coordinador del Sello Editorial*

Ricardo Gil Barrera

*Analista editorial*

Mayra Currea Enciso

*Corrección de estilo*

Robinson Quintero Ossa

*Ilustración de portada*

Estudio Agite

*Texto y fotografías*

Camilo Sánchez Cadavid

*Diseño y diagramación*

Leonardo Sánchez Perea

Todos los derechos reservados.

Esta publicación no puede ser reproducida total o parcialmente por ningún medio inventado o por inventarse, sin el permiso previo y por escrito de la Universidad de Medellín.

Hecho el depósito legal.

Se terminó de imprimir en 2024

en Xpress Estudio Gráfico y Digital

Tirada: 150 ejemplares

Para su elaboración se utilizó papel Esmaltado 150 g para interior

en páginas interiores y Propalcote 320 BD en carátula.

La fuente usada es Fira Sans a 11 puntos. para el texto, en los títulos Folio XBd BT

# Agradecimientos

Gracias a la Facultad de Diseño de la Universidad de Medellín.

A Lina María Agudelo Gutiérrez por apoyar este proceso.

A cada docente de las asignaturas proyectuales de diseño de espacios:  
Nathalie Marín Cadavid, Cecilia Reis Alves, Óscar Murillo Cerón,  
Pablo Mesa Restrepo y Jhon Eddison Arroyave Moncada,  
quienes fueron fundamentales para el levantamiento de la información  
y la construcción de esta guía.

A los estudiantes, docentes, colegas y equipo de trabajo.





# Contenido

<b>1. Presentación</b>	9	Equipo Docente. Estructura organizada en redes y conexiones	56
<b>2. Introducción</b>	13	<b>c. La promesa</b>	57
El espacio y el territorio	15	<b>d. La metodología</b>	59
El diseño y la gestión de Espacios	16	<b>i) Las etapas</b>	60
		Definición de las etapas	60
<b>3. Definiciones y términos</b>	19	Proceso de diseño y metodología	63
Terminología	20	<b>ii) Las actividades</b>	65
Espacios interiores	23	Definición de las actividades	66
Espacios comerciales	25	<b>iii) Las técnicas</b>	68
Espacios urbanos, públicos y lúdicos	27	Conocerse. Reflexión y autoconocimiento	69
Espacios escenográficos	29	Empatía	69
Espacios regenerativos	31	Introspección	70
Espacios efímeros	33	Prácticas éticas	70
		Descubrir. Indagación e investigación:	
<b>4. Metodología</b>	34	contexto, usuario y territorio	71
Metodología	35	Investigación de escritorio	71
<b>a. Los aspectos curriculares</b>	36	Mapa de experiencia del habitante	71
Diseño curricular. Construcción de la propuesta de la renovación curricular	38	Referenciación	72
Perfil de egreso	39	Etnografía	72
Resultados de aprendizaje	40	Factores humanos	73
Descripción de la malla curricular	43	Análisis del territorio	73
Enfoque del análisis	49	Análisis de usuarios líderes	74
<b>b. Las personas</b>	52	Análisis del presente	74
Mapa del conocimiento	54	Organizar. Síntesis de criterios	75
Metodología	54	Representaciones visuales	75
		Oportunidades de diseño	75
		Definición de usuarios	76

<i>Brief</i>	76	Planes de acción	88
Síntesis de la información	76	Montaje	88
Manifiesto de intención	77	Coordinar. Gestión	89
Cartografías	77	Planes de acción	89
<i>Insights</i>	78	<b>iv) Las herramientas - Los instrumentos</b>	90
Crear. Conceptualización y experimentación	79	Ficha técnica. Evaluación para ejercicios proyectuales	91
Representaciones visuales	79	Fichas técnicas. Tipos de evaluación.	92
Construcción de concepto	79	Evaluación	92
Generación de ideas	80	Ejemplo de criterios de evaluación. Criterios	93
Evaluación de alternativas	80	Ficha técnica. Entregables	93
Construcción de marca	81	<b>v) El esquema</b>	94
Referenciación	81	Esquemas metodológicos de referencia	95
Detallar. Diseño técnico y concreción	82	Esquema metodológico	96
Representaciones visuales	82	<b>Referencias</b>	98
Especificaciones de diseño	82	Referencias adicionales	99
Diseño de detalle	83		
Diseño por capas	83		
Representación 3D	83		
Plan logístico	84		
Validar. Prototipado	85		
Representaciones visuales	85		
Representación 3D	85		
Diseño por conversación	85		
Prototipado	86		
Montaje	86		
Comunicar. Discurso y expresión	87		
Representaciones visuales	87		
Construcción de narrativas	87		
Sustentación - socialización	88		



**1**

# **Presentación**



***El diseño consiste en el diseño  
de un diseño para producir diseño.***

**(Heskett, 2002)**

Esta guía metodológica para el aprendizaje nace de la necesidad de estudiantes, docentes y coordinadores de tener claridades y lineamientos sobre cómo se aborda el diseño como metodología en el programa de pregrado de Diseño y Gestión de Espacios de la Facultad de Diseño de la Universidad de Medellín.

La guía también recopila los aprendizajes obtenidos desde la apertura del programa en el año 2017 hasta la renovación curricular en 2023.

**2**

# **Introducción**

***El sujeto va viviendo el espacio por etapas, creando y recreando su espacio cotidiano o habitual en el cual se desenvuelve y realiza sus actividades.***

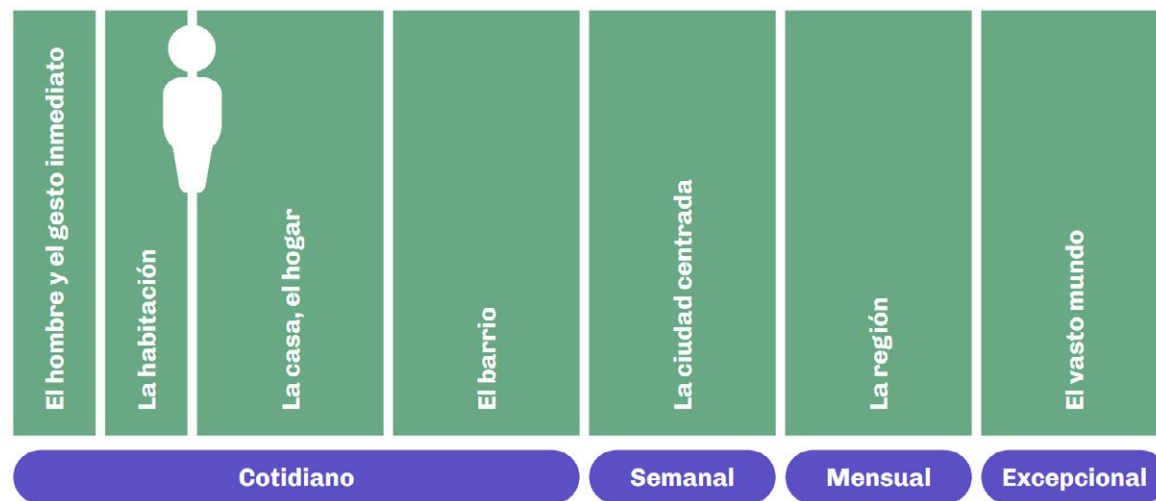
***Según Proust, citado por Bollnow, el espacio es “sentimiento de existencia” (1969:162), pues se trata de la vivencia y “existencialidad” del ser mismo lo que permite construir un medio o realidad de supervivencia, pero con libertad y comodidad (Rincón Gutiérrez, 2007).***

# El espacio y el territorio

Gilberto Giménez (1996) define que el territorio es el espacio apropiado y valorizado simbólicamente o instrumentalmente por los grupos humanos. El espacio tendría entonces una relación de anterioridad con respecto al territorio, se caracterizaría por su valor de uso y podría representarse como un “campo de posibles”, como “nuestra prisión originaria”. Correlativamente, el territorio sería el resultado de la apropiación y valorización del espacio mediante la representación y el trabajo.

En el programa de Diseño y Gestión de Espacios, se abordan diferentes nichos territoriales (Moles & Rohmer, 1972) (véase la figura 1) que van desde el espacio interior del ser hasta la región, del espacio como lugar físico hasta la apropiación de este convirtiéndolo en territorio.

**Figura 1.** Los nichos territoriales del hombre - Adaptación



Fuente: Elaboración propia, basado en Moles & Rohmer (1972).

# El diseño y la gestión de Espacios

---

Según los cuatro órdenes del diseño (Buchanan, 2021), el diseño de Espacios se encuentra en el último orden de complejidad por tener como objeto de estudio los entornos y por abarcar miradas complejas sistémicas donde ocurren el habitar, el trabajar, el jugar y el aprender; y donde el ser humano / ser vivo es indispensable para intervenir, organizar, adoptar y apropiarse de dichos entornos.

El diseño de Espacios no solo se centra en un objeto o producto material, sino que aborda lo intangible como las interacciones, las experiencias, la contemplación, el ambiente, las sensaciones, el clima, la atmósfera, el ámbito, la cercanía, el territorio, la identidad, la cultura, la inclusión, el bienestar, la dignificación, el encontrarse, los valores, los comportamientos y las costumbres de la sociedad y las personas.

Los seres humanos se relacionan con el espacio a través del *habitar* y en este concepto se concentran las necesidades de adaptación y adaptabilidad, entendiendo la primera como la capacidad para apropiarse de lo ya existente y la segunda como la iniciativa para modificar los entornos a fin de conceptualizar un sentido de propiedad sobre el lugar, de esta manera el espacio se convierte en experiencia y adquiere sentido.

Los Espacios son plataformas para la interacción del ser con los demás y consigo mismo; la cotidianidad en sus múltiples variables presenta necesidades que van desde lo funcional hasta lo estético, y con relación a los Espacios estas necesidades configuran un concepto de bienestar.

Por otro lado, el programa de Diseño y Gestión de Espacios no se centra en una única tipología de Espacios, sino que tiene una mirada amplia y abre el panorama al estudio de los Espacios comerciales, interiores, urbanos, lúdicos, escenográficos, efímeros, entre otros.

---

Los Espacios, como objeto de estudio, confieren a la labor formativa la tarea de procurar escenarios y metodologías donde se conjugue la creatividad y la ciencia para el desarrollo, en una constante observación social para la transformación positiva de los ambientes. La UdeMedellín considera al diseñador un profesional que, al crear para el uso y la experiencia, está inmerso en las dinámicas gerenciales, de un modo en que su experticia se convierte en la estrategia para la diferenciación y competitividad en los sistemas de posicionamiento y comercialización local y global; es importante en este punto señalar que la Universidad como entidad responsable de la formación en diferentes campos de conocimiento, asume la diferencia e importancia del rol que cumple en las instancias empresariales, industriales e investigativas, en los profesionales administrativos y creativos y del mismo modo comprende la importancia que significa el diálogo entre estos para el desarrollo y evolución de los mercados, el logro de metas investigativas y el alcance de la innovación y la calidad, metas claras de la sociedad contemporánea.

El espacio, además, representa para los seres humanos la materialización de conceptos ligados a la protección, la seguridad y el bienestar; habitar es relacionar el entorno con el ser a través de la transformación del ambiente, proceso que será siempre una traducción psíquica. Así entonces, los Espacios adquieren un concepto posesivo; cuando se habla de “mi casa, mi oficina, mi colegio...” no se alude a la existencia del lugar, sino a la existencia del ser en el lugar, donde el espacio como objeto de estudio requiere de una percepción vivencial del mismo entendido como la consolidación de imaginarios destinados a caracterizar el entorno en el que se da vida al ambiente y sentido al espacio.



**3**

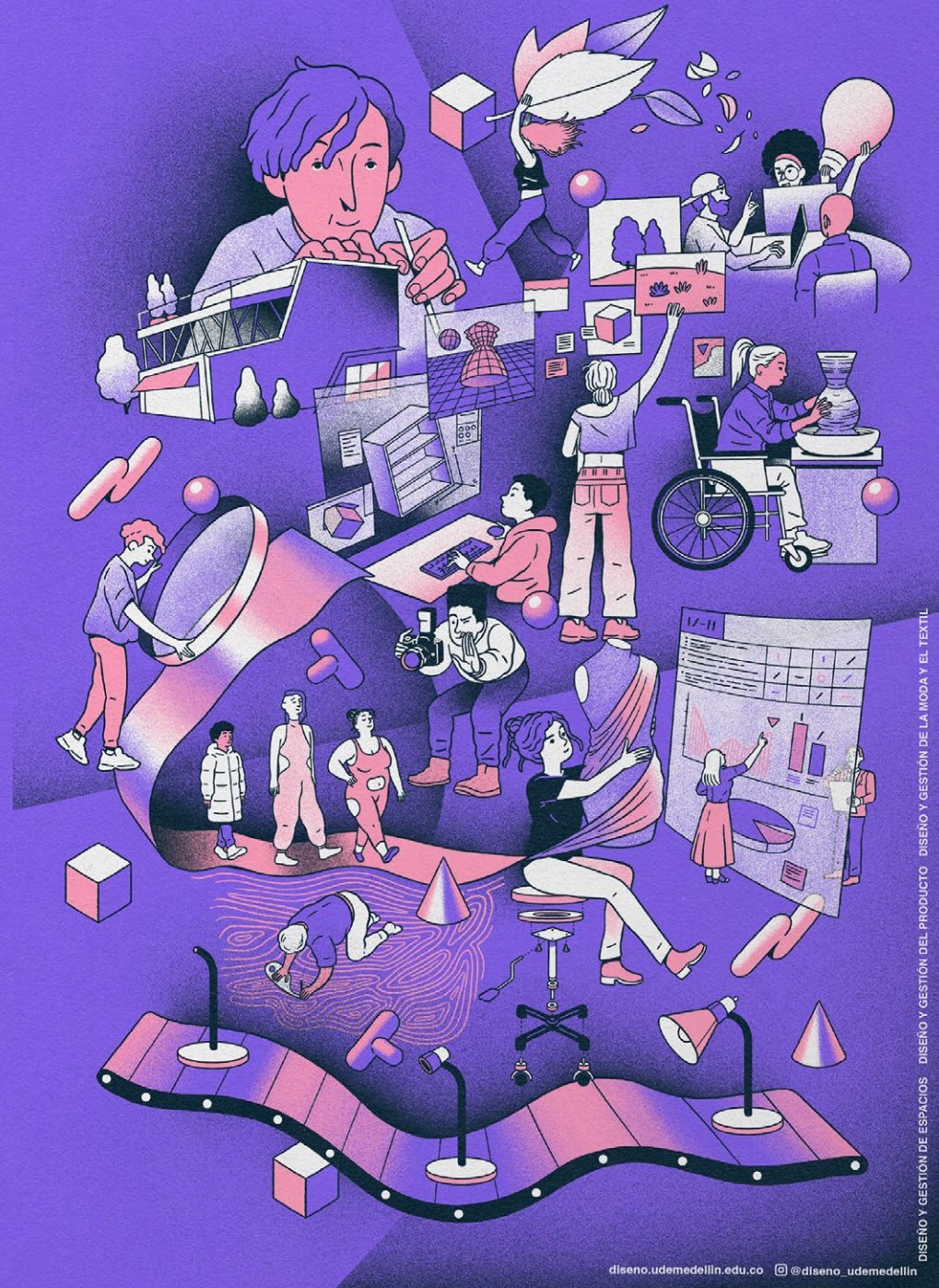
# **Definiciones y términos**

# Terminología

- **Ambiente / Atmósfera:** conjunto de características físicas, sensoriales, emocionales y psicológicas de un espacio que afectan la experiencia del usuario, transeúnte, habitante o cliente, influenciada por un conjunto de aspectos ambientales, naturales o físicos.
- **Prototipo:** modelo funcional de un diseño espacial o arquitectónico. Se utiliza para validar conceptos, funcionalidad y diseño antes de una construcción final. Los prototipos pueden ser físicos o digitales y ayudan a identificar el mejoramiento de una propuesta de diseño.
- **Maqueta de estudio:** representación tridimensional a escala reducida de un proyecto espacial arquitectónico. Sirve como herramienta de diseño y comunicación, permitiendo a los diseñadores explorar y visualizar el espacio, las proporciones y la estética del proyecto antes de su construcción. Las maquetas de estudio pueden ser detalladas o conceptuales, dependiendo de su propósito.
- **Machote:** modelo preliminar o borrador, generalmente menos detallado que una maqueta de estudio. Se utiliza para desarrollar ideas iniciales y probar conceptos de manera rápida y económica. Es un término más informal y puede referirse a esquemas, bocetos o prototipos iniciales.
- **Manifiesto:** declaración que expresa los principios, intenciones y filosofía de un proyecto de diseño. Los manifiestos pueden abordar aspectos teóricos, estéticos, éticos y sociales del diseño espacial, y a menudo buscan influir en la práctica profesional y el pensamiento crítico dentro de la disciplina.
- **Esquemas:** representaciones gráficas 2D o 3D de un espacio diseñado con fines comunicativos desde aspectos, entre otros, formales, volumétricos, de color, estructurales, de circulación, de seguridad y de interacción. Los esquemas pueden incluir planos, diagramas y bocetos que muestran la organización espacial, la relación entre diferentes áreas y los flujos de circulación dentro del diseño.
- **Diseño por capas:** actividad de diseño donde se descompone el proyecto desde varios puntos de vista, tales como: estético, funcional, espacial, experiencial, operativo, paisajístico, bioclimático, entre otros.

FACULTAD DE  
**DISEÑO**

 **Universidad  
de Medellín**  
Ciencia y Libertad



DISEÑO Y GESTIÓN DE ESPACIOS · DISEÑO Y GESTIÓN DEL PRODUCTO · DISEÑO Y GESTIÓN DE LA MODA Y EL TEXTIL

[diseño.udemedellin.edu.co](http://diseño.udemedellin.edu.co) @diseño\_udemedellin

verónica medellán



604-069

# Espacios interiores

---

Los espacios interiores son cualquier volumen tridimensional dentro de un edificio o estructura que está destinado a ser habitado o utilizado por seres vivos. Este concepto abarca la planificación y organización de estas áreas para optimizar su funcionalidad, confort y estética, asegurando que se adapten a las necesidades y deseos de los seres vivos que lo habitan, utilizando principios de ergonomía y accesibilidad.

Tienen en cuenta el cómo las personas interactúan con su entorno y buscan crear ambientes que mejoren la experiencia y el uso del espacio desde aspectos técnicos y estéticos, como la estructura, la iluminación, la acústica y la ventilación, así como la integración de elementos funcionales y decorativos.

Los espacios interiores tienen como objetivo el crear ambientes que sean visualmente atractivos y emocionalmente confortables, con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los habitantes y reflejar su personalidad y estilo a través del diseño detallado del espacio.



Muestra académica, 2024 – Laboratorio 05 Espacios efímeros.

# Espacios comerciales

---

Un espacio comercial es un lugar que refleja la identidad de una marca determinada y que se conecta con las personas, públicos, consumidores y/o clientes, a través de vivir una experiencia basada en una estrategia de comunicación.

Estos espacios tienen dos escalas para ser abordados:

- i) Desde los espacios o emplazamientos comerciales, tales como los grandes almacenes y superficies, centros, plazas o parques comerciales, tiendas por departamento, comercio a cielo abierto y demás.

Tienen relación con los sectores comerciales de la moda, la gastronomía, el hogar, la cultura, el ocio y el entretenimiento, entre otros.

Tienen una mirada sistémica y compleja al tener en cuenta al espacio, la atmósfera, la iluminación, la circulación, el mobiliario, el paisajismo, la ubicación, las diferentes zonas y áreas operativas y administrativas, la accesibilidad, el mantenimiento, las zonas comunes, la señalética, los baños, los parqueaderos, la atención al público, etcétera.

- ii) Hasta el punto de venta o local comercial: espacios físicos que comunican y representan la identidad de una marca determinada, donde los consumidores, clientes o usuarios esperan vivir una experiencia memorable positiva acorde a la expectativa que tienen respecto a la marca, y donde interactúan con los productos, bienes o servicios correspondientes a dicha marca.



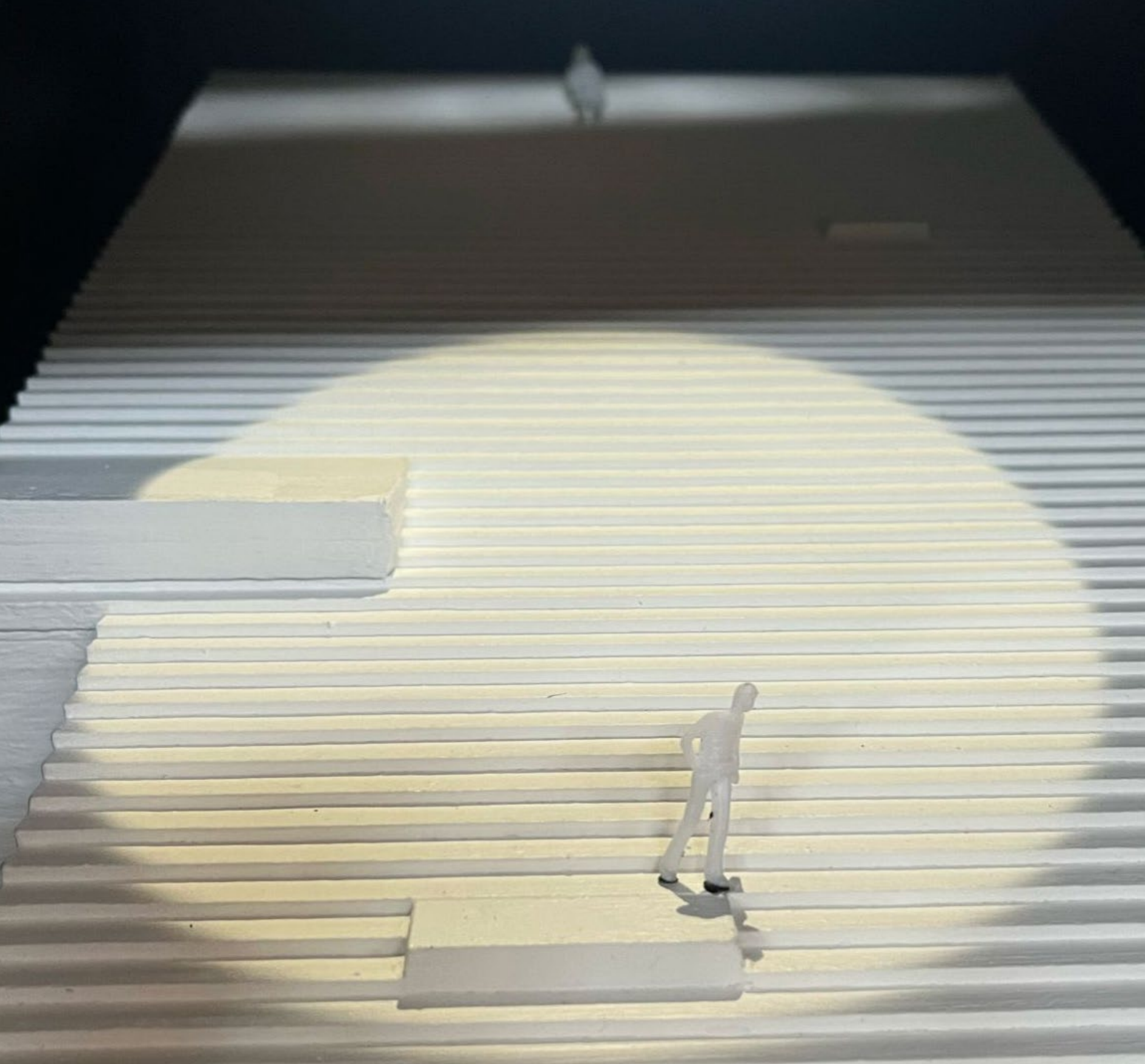
# Espacios urbanos, públicos y lúdicos

---

Son espacios exteriores, al aire libre, dentro de un entorno urbano que están diseñados para el uso y disfrute de la comunidad, tales como calles, plazas, parques, zonas deportivas, mercados y paseos peatonales y tienen en cuenta la circulación, la escala humana, el contexto, la funcionalidad, la accesibilidad y la estética buscando crear entornos que promuevan la interacción social, el bienestar y la movilidad sostenible.

Buscan, además, fomentar la inclusividad, la seguridad y el uso versátil del espacio, creando ambientes que sirvan a una diversidad de usuarios y actividades.

Al ser lúdicos, son áreas diseñadas específicamente para el ocio y la recreación, destinados a ofrecer educación, diversión y entretenimiento, y se abordan los temas de la seguridad, la creatividad y la interactividad proporcionando entornos estimulantes y atractivos para usuarios de todas las edades.



# Espacios escenográficos

---

El diseño de espacios escenográficos se centra en generar escenarios para las artes escénicas (teatro, ópera, danza, espectáculos musicales, performance, circo, etc.), el cine y la televisión, eventos y exposiciones, conciertos y música en directo, pasarelas de moda, entre otros.

Son espacios complejos que integran el diseño, el arte, la cultura, la tecnología y el cuerpo humano para transmitir emociones y experiencias inmersivas que transporten al público a un universo real, imaginario o simbólico.



Proyecto COIL, 2022 – Diseño escenografía / pasarela.

# Espacios regenerativos

---

Son espacios cuyo diseño está centrado en los seres vivos y en la concepción y creación de espacios revolucionarios que puedan revitalizar y restaurar nuestra relación con la naturaleza.

Tienen como objetivo equilibrar la relación humanos-naturaleza mediante procesos restaurativos en la búsqueda de reparar o regenerar ecosistemas y los espacios dañados por la humanidad.

Estos espacios se centran en:

- i) crear sistemas que sean capaces de regenerar sus fuentes de energía y de recursos;
- ii) buscar soluciones radicales a los problemas ambientales;
- iii) integrar diversas disciplinas para concebir nuevos materiales híbridos que van más allá de las categorías habituales de “ser vivo” o “artificial”;
- iv) Dar cabida a nuevos términos inspiradores que denotan colaboración, esperanza, participación e inclusión.
- v) Generar una nueva forma de pensar.
- vi) Tener en cuenta los procesos y ciclos naturales específicos del territorio.
- vii) Diseñar espacios que tengan en cuenta las necesidades humanas y la integridad ecológica, y promuevan la colaboración, el compromiso y la participación inclusiva.

*En el futuro, seremos capaces de construir una arquitectura de forma colaborativa entre personas, robots y plantas, que se autorepare, crezca por sí misma y sea adaptable.*

**Mary Katherine Heinrich**



Muestra académica, 2023 – Técnicas compositivas.

# Espacios efímeros

---

Son aquellos espacios creados para eventos específicos, como exposiciones, ferias, *pop-up stores* (tiendas temporales), instalaciones artísticas y eventos públicos y que tienen una vida temporal —no permanente—, con un alto nivel estético para poder ser impactantes y memorables, captando la atención del público y ofreciendo una experiencia única en el tiempo limitado en que existen.

Son espacios centrados en la creatividad, la innovación, la sostenibilidad, la seguridad, la adaptabilidad y la funcionalidad, a menudo utilizando materiales ligeros y modulares que permiten una rápida construcción, montaje y desmontaje.

4

# Metodología

# Metodología

---

La metodología del diseño de espacios del programa, que está en continua construcción y la cual es el motivo de esta guía, consta de los siguientes elementos (Ronda León, 2013):

**Etapas:** responden al tiempo cronológico y a las fases globales de la metodología y marcan hitos significativos en el progreso de un proyecto o proceso. Cada etapa representa un conjunto de objetivos que deben alcanzarse antes de pasar a la siguiente fase. Se conecta con la pregunta: ¿cuándo?

**Actividades:** responden al proceso dentro de cada etapa. Son tareas específicas que deben realizarse dentro de cada etapa para alcanzar los objetivos establecidos. Son acciones concretas que contribuyen al progreso y éxito del proyecto. Se conecta con la pregunta: ¿qué?

**Técnicas:** responden a todo aquello que se emplea para alcanzar y cumplir con los procesos. Son métodos o procedimientos específicos utilizados para llevar a cabo las actividades. Pueden usarse en cualquier momento del proyecto. Se conecta con la pregunta: ¿cómo?

**Herramientas:** responden a qué se usa para poder aplicar las técnicas. Son recursos o instrumentos utilizados para ejecutar técnicas y actividades. Pueden ser tanto físicos (*hardware*) como digitales (*software*) y facilitan el trabajo en las etapas del proyecto. Se conecta con la pregunta: ¿con qué?

# **a. Los aspectos curriculares**

**¿Cuál es la naturaleza de una disciplina que reúne conocimientos de tantas otras disciplinas y los integra para la creación de productos exitosos que impactan la vida humana y sirven al ser humano en el logro de sus metas individuales y colectivas?**

**(Buchanan, *Wicked Problems in Design Thinking*, 1992)**

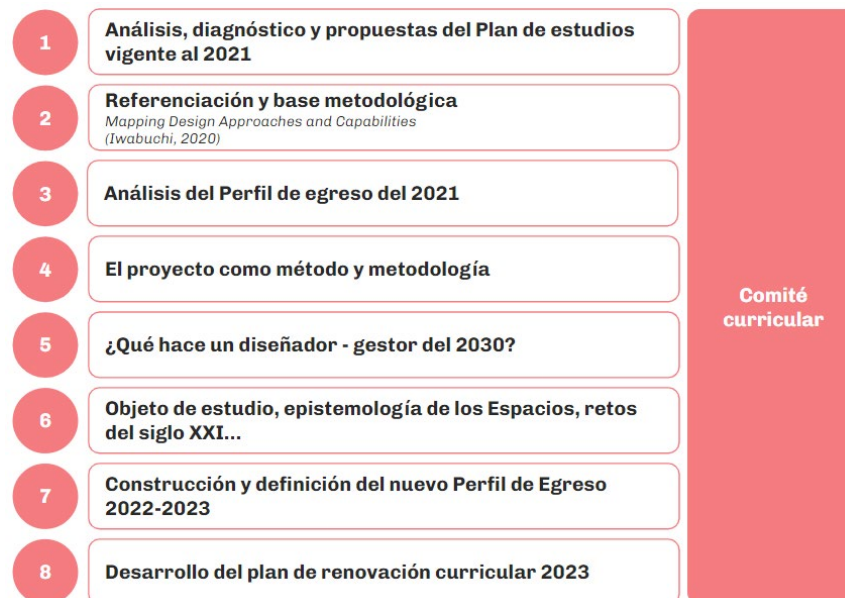
# Diseño curricular.

## Construcción de la propuesta de la renovación curricular

Esta guía está inscrita en el marco de la renovación del plan de estudios del programa, la cual tuvo un proceso de desarrollo curricular en reuniones de la Facultad y del Programa donde se analizó el programa actual del 2016-2023, sus fortalezas y debilidades diagnosticadas durante el tiempo que estuvo en funcionamiento.

Posteriormente, se investigó una base metodológica de trabajo, se construyó el perfil de egreso, se indagó por el método de aprendizaje del diseño, el quehacer prospectivo del diseñador gestor, se definió y caracterizó el objeto de estudio del programa y se desarrolló la propuesta para el plan de renovación curricular.

**Figura 2.** Metodología para la renovación curricular del programa.



*Fuente: elaboración propia.*

# Perfil de egreso

---

El profesional en Diseño y Gestión de espacios de la UdeMedellín crea a partir de la definición de problemáticas y la generación de soluciones para la transformación de la sociedad, basado en el estudio del pensamiento diseñístico, la gestión estratégica de proyectos y los diferentes métodos del quehacer proyectual de la disciplina.

Genera experiencias de interacción en ambientes domésticos, laborales, comerciales, escenográficos, recreativos, urbanos y didácticos, centradas en las problemáticas y necesidades del habitar para el bienestar del ser vivo.

Integra conceptos teórico-prácticos por medio de la virtualización y digitalización de los espacios y su relación con el uso cotidiano.

Interpreta la relación del contexto y las distintas tipologías del espacio a través de la caracterización y el análisis de las variables presentes en el hábitat humano.

Investiga y establece comunicaciones interculturales con comunidades locales de manera flexible, empática y ágil a través del intercambio académico y cultural, desarrollando habilidades para la internacionalización desde una perspectiva global y sostenible.

Gestiona proyectos basados en atmósferas a partir del análisis e integración de elementos: funcionales, estéticos, tecnológicos, sostenibles, psicosociales, sensoriales y legales, de manera creativa e innovadora para la toma de decisiones asertiva.

Adapta los fundamentos de ciencia y libertad desde su quehacer, en pro de su desarrollo continuo como ciudadano desde el pensamiento libre y crítico, la diversidad e inclusión y la innovación social.

# Resultados de aprendizaje

---

**RA\_1 Creación:** creo a partir de la definición de problemáticas y la generación de soluciones para la transformación de la sociedad, basado en el estudio del pensamiento diseñístico, la gestión estratégica de proyectos y los diferentes métodos del quehacer proyectual de la disciplina.

**RA\_2 Construcción de experiencias:** genero experiencias de interacción en ambientes domésticos, laborales, comerciales, escenográficos, recreativos, urbanos y didácticos, centradas en las problemáticas y necesidades del habitar para el bienestar del ser vivo.

**RA\_3 Integración de métodos y herramientas:** integro conceptos teórico-prácticos por medio de la virtualización y digitalización de los espacios y su relación con el uso cotidiano.

**RA\_4 Interpretación del entorno:** interpreto la relación del contexto y las distintas tipologías del espacio a través de la caracterización y el análisis de las variables presentes en el hábitat humano.

**RA\_5 Investigación intercultural:** investigo y establezco comunicaciones interculturales con comunidades locales de manera flexible, empática y ágil a través del intercambio académico y cultural, desarrollando habilidades para la internacionalización desde una perspectiva global y sostenible.

**RA\_6 Gestión de proyectos de diseño:** gestiono proyectos basados en atmósferas a partir del análisis e integración de elementos: funcionales, estéticos, tecnológicos, sostenibles, psicosociales, sensoriales y legales, de manera creativa e innovadora para la toma de decisiones asertiva.

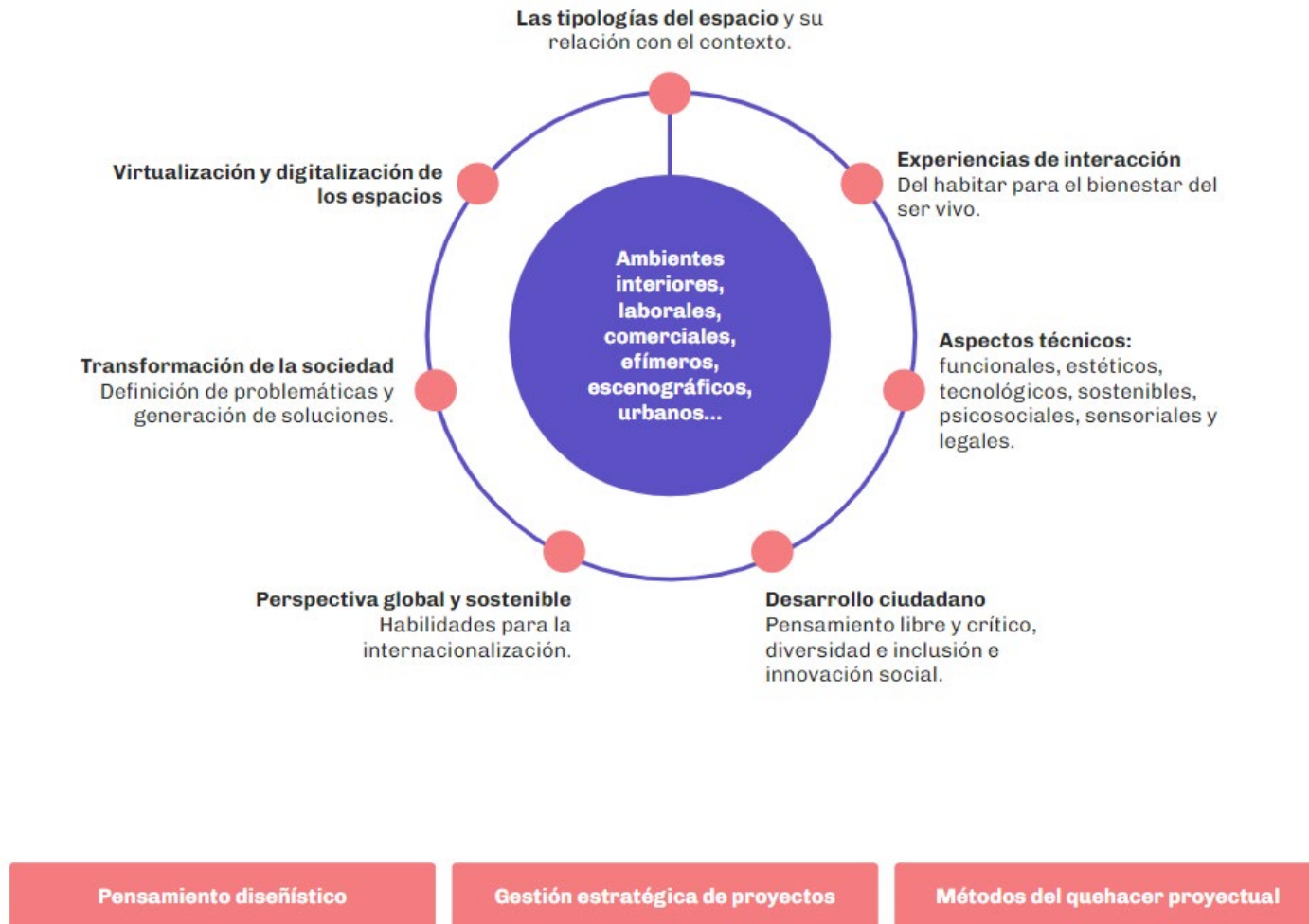
**RA\_7 Formación ciudadana:** adapto los fundamentos de ciencia y libertad desde su quehacer, en pro de su desarrollo continuo como ciudadano desde el pensamiento libre y crítico, la diversidad e inclusión y la innovación social.

**Figura 3.** Resultados de aprendizaje.

Resultados de Aprendizaje -RA- del Perfil de Egreso
RA _1 CREACIÓN DE AMBIENTES
RA _2 CONSTRUCCIÓN DE EXPERIENCIAS
RA _3 INTEGRACIÓN DE MÉTODOS Y HERRAMIENTAS
RA _4 INTERPRETACIÓN DEL ENTORNO
RA _5 INVESTIGACIÓN INTERCULTURAL
RA _6 GESTIÓN DE PROYECTOS DE DISEÑO
RA _7 FORMACIÓN CIUDADANA

## Proyectos Diseño y Gestión de Espacios

**Figura 4.** Representación visual de los resultados de aprendizaje del perfil de egreso.



*Fuente: elaboración propia.*

# Descripción de la malla curricular

---

**Introducción del plan de estudios:** el plan de estudios del programa de Diseño y Gestión de Espacios está conformado por ocho semestres y dos ciclos de formación: ciclo de formación disciplinar, que abarca los semestres del primero al cuarto, y ciclo de formación profesional que abarca del semestre quinto al octavo (véase la figura 5), los cuales caracterizan los niveles que el estudiante debe cursar para lograr los resultados de aprendizaje declarados en el perfil de egreso.

Cada nivel del plan de formación se divide en ocho líneas de conocimiento que caracterizan las habilidades del diseñador-gestor y responde a la formación de resultados de aprendizajes basados en competencias, las cuales son:

Línea proyectual, línea de gestión, línea técnica, línea de expresión y comunicación, línea de investigación, línea de fundamentación, línea de énfasis y línea institucional.

**Base epistemológica del plan de estudios:** el plan de estudios busca dar respuesta a los nuevos retos de los diseñadores y gestores para el siglo XXI, y por esta razón está fundamentado en los nuevos enfoques del diseño (Iwabuchi, 2020), como el diseño para la transición, el diseño especulativo, el diseño crítico, el diseño estratégico, el diseño discursivo, entre otros, los cuales permiten visualizar al diseñador como actor transformador de la sociedad.

Para el abordaje de estos nuevos enfoques, el diseñador se formará en capacidades y competencias que mezclen las habilidades blandas y duras, en torno al reconocimiento de problemáticas y propuestas de características generativas, las cuales requieren de acercamiento a través del desarrollo de capacidades como el pensamiento crítico y complejo que permitan diseñar sistemas de interacción y ecosistemas.

Está compuesta por cuatro agrupaciones de los nuevos enfoques del diseño, los cuales son:

**Pensamiento del diseño:** se refiere a los enfoques que caracterizan el pensamiento de diseño como el eje fundamental de la disciplina, el cual estudia las maneras particulares de observar los objetos de estudio y permite entender el proyecto como la manera en la que los diseñadores transforman la sociedad y la cultura. Además, se caracteriza por una capacidad de alternancia entre el pensamiento divergente y convergente, los cuales permiten transformar la sociedad desde la lectura de fenómenos que reposan en la cultura material e inmaterial.

**Estudio del diseño:** es el campo de conocimiento que se encarga de estudiar la disciplina del diseño, su crítica y analizar los efectos que este campo tiene en la sociedad, la cultura y el medio ambiente, estudiando así la relación desde dos perspectivas principales: la investigación en diseño y la historia del diseño.

Además, los estudios del diseño también abordan los diferentes objetos de estudios disciplinares desde las múltiples especialidades que contempla la disciplina.

**Pensamiento estratégico:** comprende los enfoques del diseño que sitúan al diseñador como un estratega creador de actividades e interacciones para las actividades humanas a través de servicios, experiencias, interfaces y gestión de la información. También explora campos de acción donde se pone a las redes de intercambio de valor como principal objeto de estudio.

**Estudios prospectivos:** comprenden los enfoques del diseño que se vinculan a los escenarios de acción prospectiva para el diseñador. El estudio de futuros y la especulación en diseño permiten visualizar transformaciones de la sociedad que aún no son tangibles, pero que finalmente representan una lectura analítica del presente en transformación.

La descripción de la malla curricular está compuesta por dos ciclos de formación:

**Ciclo de formación disciplinar:** comprende los primeros cuatro semestres, en los cuales se estudian los principios de las disciplinas del diseño y la gestión. El ciclo tiene como propósito generar competencias fundamentales. Las temáticas problematizadoras son el pensamiento de diseño y los estudios del diseño como campo de conocimiento.

**Ciclo de formación profesional:** estos cuatro semestres están proyectados hacia los campos de acción del profesional en el diseño y la gestión de Espacios. Las temáticas problematizadoras son el pensamiento estratégico y los estudios prospectivos.

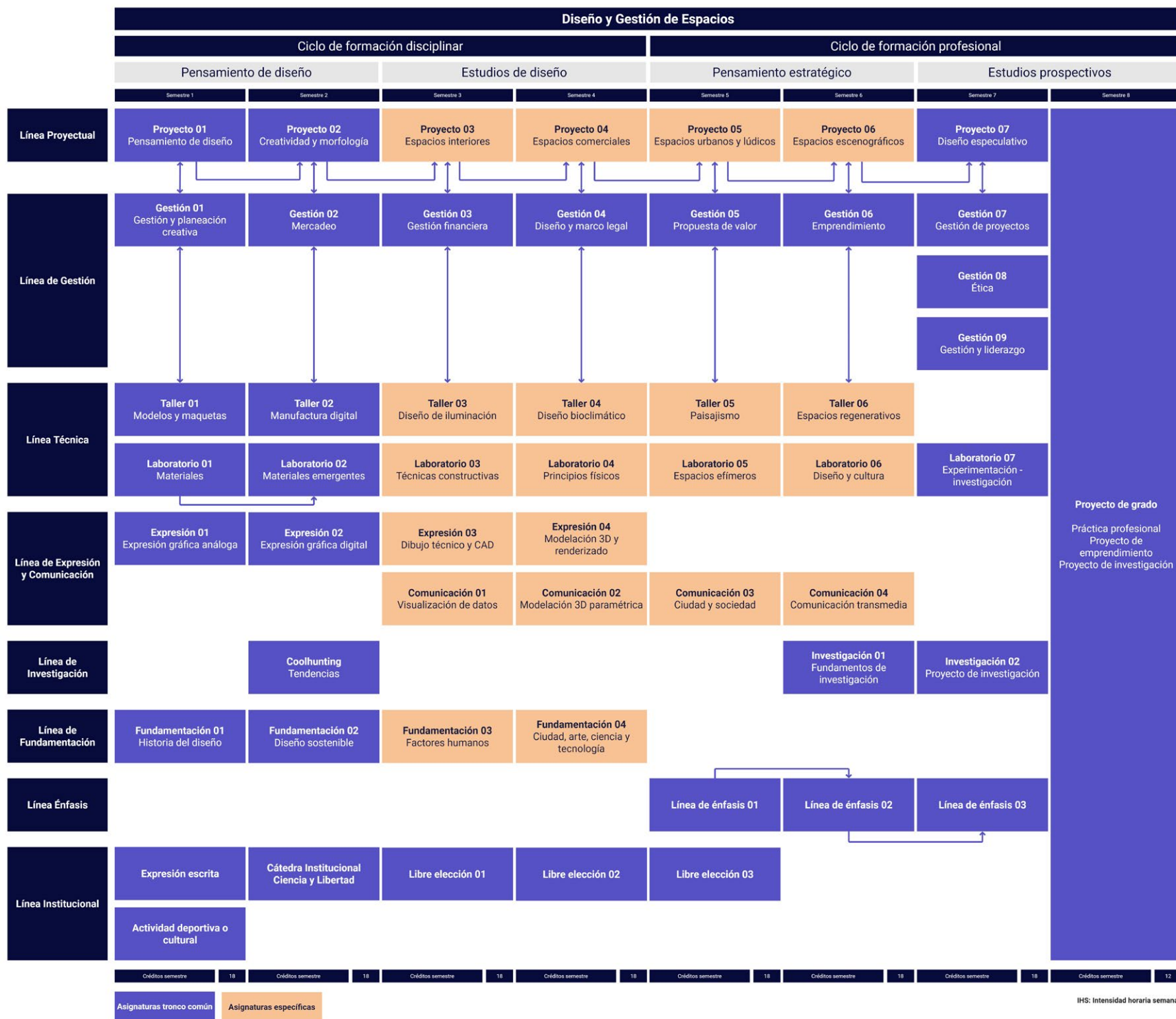
Estos dos ciclos tienen transversalmente ocho líneas, cuyo propósito es generar habilidades blandas y disciplinares en el estudiante:

- i) Línea proyectual:** esta línea tiene como objetivo desarrollar la capacidad proyectual del estudiante a partir de la problematización del objeto de estudio de la disciplina, lo que implica que el proyecto se convierta en un eje integrador de las competencias, tanto específicas como genéricas, del quehacer del diseñador, generando el desarrollo de un pensamiento proyectual, crítico e integrador que permita desarrollar un proyecto de diseño que involucre la investigación, la creación y la gestión.
- ii) Línea de gestión:** esta línea tiene como objeto de estudio la gestión. Por esto es la encargada de desarrollar en el estudiante el pensamiento estratégico y relacional a partir de vincular la innovación, la gestión eficiente de procesos, el desarrollo de sistemas, las cadenas de valor y el proyecto de diseño. Permite generar un puente entre el diseñador y el ecosistema organizacional enfocado a la optimización de procesos y la generación de valor.
- iii) Línea técnica:** esta línea tiene como enfoque temático el pensamiento productivo y técnico del diseñador y gestor a partir de desarrollar habilidades respecto a los procesos de transformación, materialización, producción y manufactura. Se compone por asignaturas de Laboratorios y asignaturas de Talleres.
- iv) Línea de expresión y comunicación:** la línea de expresión y comunicación aborda la representación como un problema fundamental del diseño. De esta manera, aborda la expresión como una problemática técnico-simbólica que permite desarrollar habilidades desde la estética y la plástica en el estudiante. Involucra lógicas de pensamiento análogo, digital y paramétrico.

Aborda la comunicación como una habilidad clave en el quehacer proyectual del diseño, entendiendo que el diseño en sí mismo es un problema comunicativo, donde se aborda la narración de historias como el objeto de estudio principal y punto de partida para la problematización desde el diseño.

- v) **Línea de investigación:** esta línea tiene como propósito formar al estudiante como investigador, comprendiendo el papel del diseñador y gestor en la investigación científica y la generación de nuevo conocimiento, a la vez que construye aportes conceptuales y metodológicos para la disciplina del diseño y la gestión, entendiendo la naturaleza propia de la investigación creación, la investigación en gestión y el reconocimiento de la investigación desde, para y a través del diseño.
- vi) **Línea de fundamentación:** esta línea tiene como propósito construir en el estudiante una fundamentación conceptual alrededor del diseño y los campos del conocimiento que aportan a la construcción de la disciplina de manera interdisciplinar y transdisciplinar con una perspectiva crítica y de pensamiento complejo, abordando temáticas políticas, sociales, históricas, medio ambientales y tecnológicas.
- vii) **Línea de énfasis:** esta línea ofrece diferentes trayectorias de formación a los estudiantes, con estudios electivos dentro de la especialidad. El estudiante puede elegir asignaturas, dentro de ciertos límites, de acuerdo con su propia trayectoria de formación.
- viii) **Línea institucional:** la oferta de la línea institucional comprende asignaturas orientadas al desarrollo de las potencialidades intelectuales, emocionales, éticas y estéticas del estudiante, que orientan y estimulan su formación como persona, ciudadano y profesional.

**Figura 5.** Plan de estudios del programa de pregrado Diseño y Gestión de Espacios.

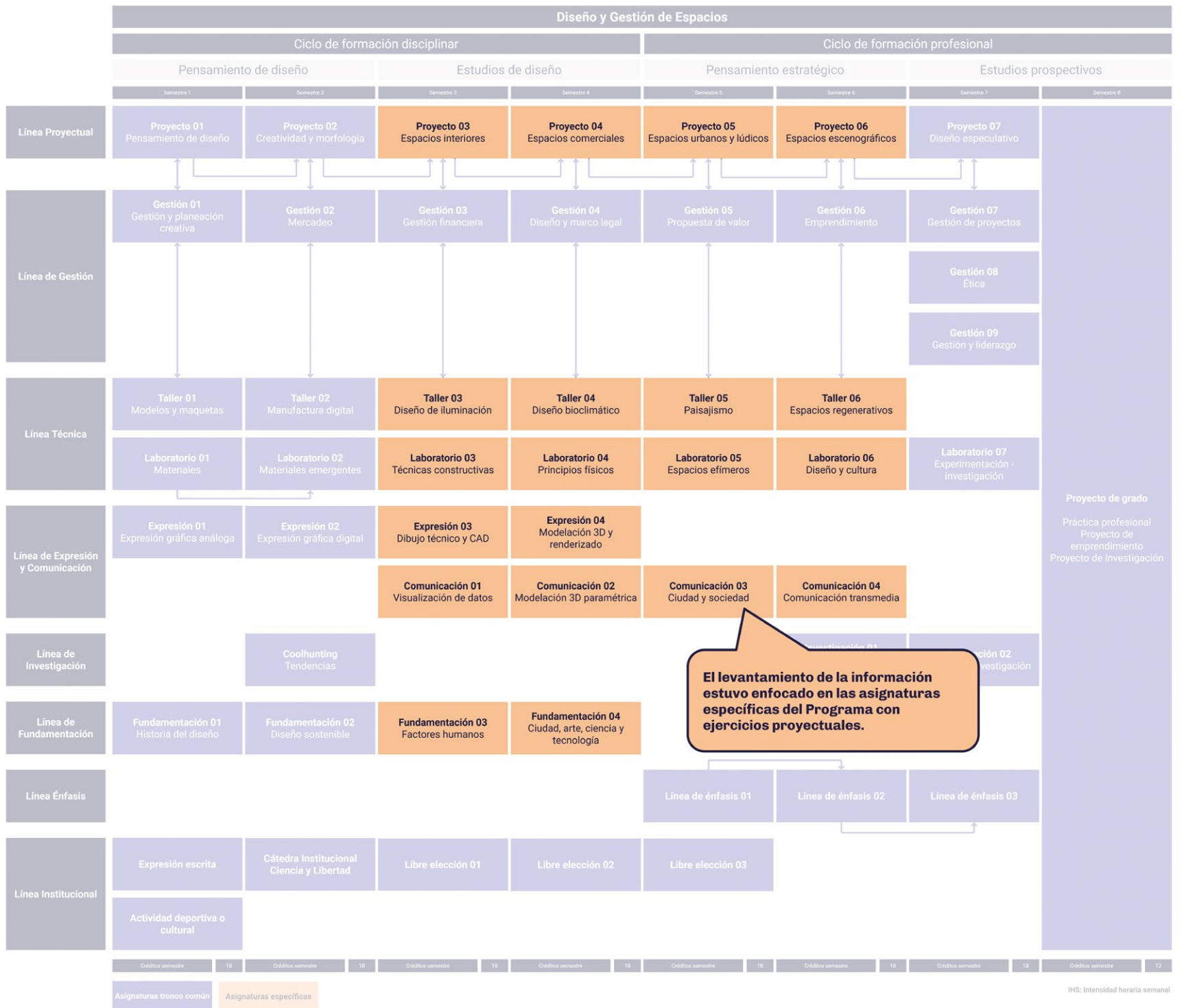


Proyecto de grado  
Práctica profesional  
Proyecto de emprendimiento  
Proyecto de investigación

IHS: Intensidad horaria semanal

Fuente: elaboración propia.

**Figura 6.** Asignaturas específicas en diseño de espacios del programa.



# Enfoque del análisis

---

Como se observa en la figura 6, “Asignaturas específicas en diseño de espacios del programa”, la metodología de diseño y gestión de espacios se construyó a partir de reflexiones y conversaciones alrededor de las asignaturas específicas del programa con ejercicios proyectuales:

Proyecto 03: Diseño de espacios interiores

Proyecto 04: Diseño de espacios comerciales

Proyecto 05: Diseño de espacios urbanos y lúdicos

Proyecto 06: Diseño de espacios escenográficos

Taller 03: Diseño de iluminación

Taller 04: Diseño bioclimático

Taller 05: Paisajismo

Taller 06: Espacios regenerativos

Laboratorio 03: Técnicas constructivas

Laboratorio 04: Principios físicos

Laboratorio 05: Espacios efímeros

Laboratorio 06: Diseño y cultura

Expresión 03: Dibujo técnico CAD

Expresión 04: Modelación 3D y renderizado

Comunicación 01: Factores humanos

Comunicación 02: Modelación 3D paramétrica

Comunicación 03: Ciudad y sociedad

Comunicación 04: Comunicación transmedia

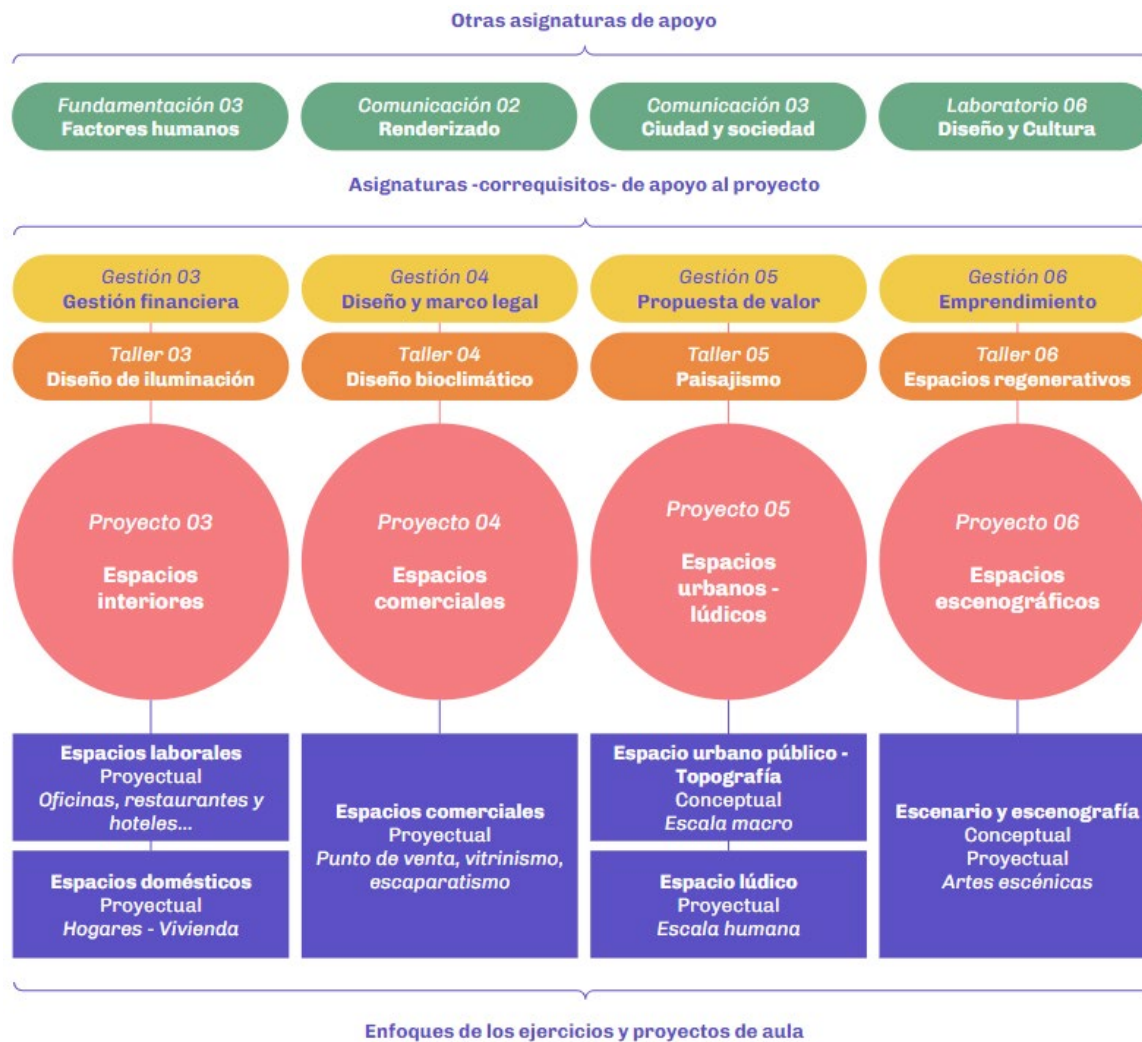
Fundamentación 03: Factores humanos

Fundamentación 04: Ciudad, arte, ciencia y tecnología

En la figura 7 se puede comprender la correlación de las asignaturas proyectuales con las asignaturas de Gestión, Taller y Comunicación, que trabajan integradas para abordar un mismo ejercicio de clase por medio del Aprendizaje Basado en Proyectos.

Proyectos. Asignaturas de apoyo —correquisitos—. Ejercicios

**Figura 7.** Correlación de las asignaturas proyectuales con asignaturas de Gestión, Taller y Comunicación.



Fuente: elaboración propia.

# **Aprendizaje desde, para y a través del Diseño...**

## **b. Las personas**



Fuente: propia (2023) de izquierda a derecha, arriba: Mauricio Vásquez Rendón, Julie Waldron Toro, Jhon Eddison Arroyave Moncada. Abajo: Carolina Marroquín Sierra, Edwin Arredondo, Camilo Sánchez Cadavid.

# Mapa del conocimiento

---

El programa educativo fue construido por personas y profesores de la Universidad de Medellín, y responde a su visión y criterio.

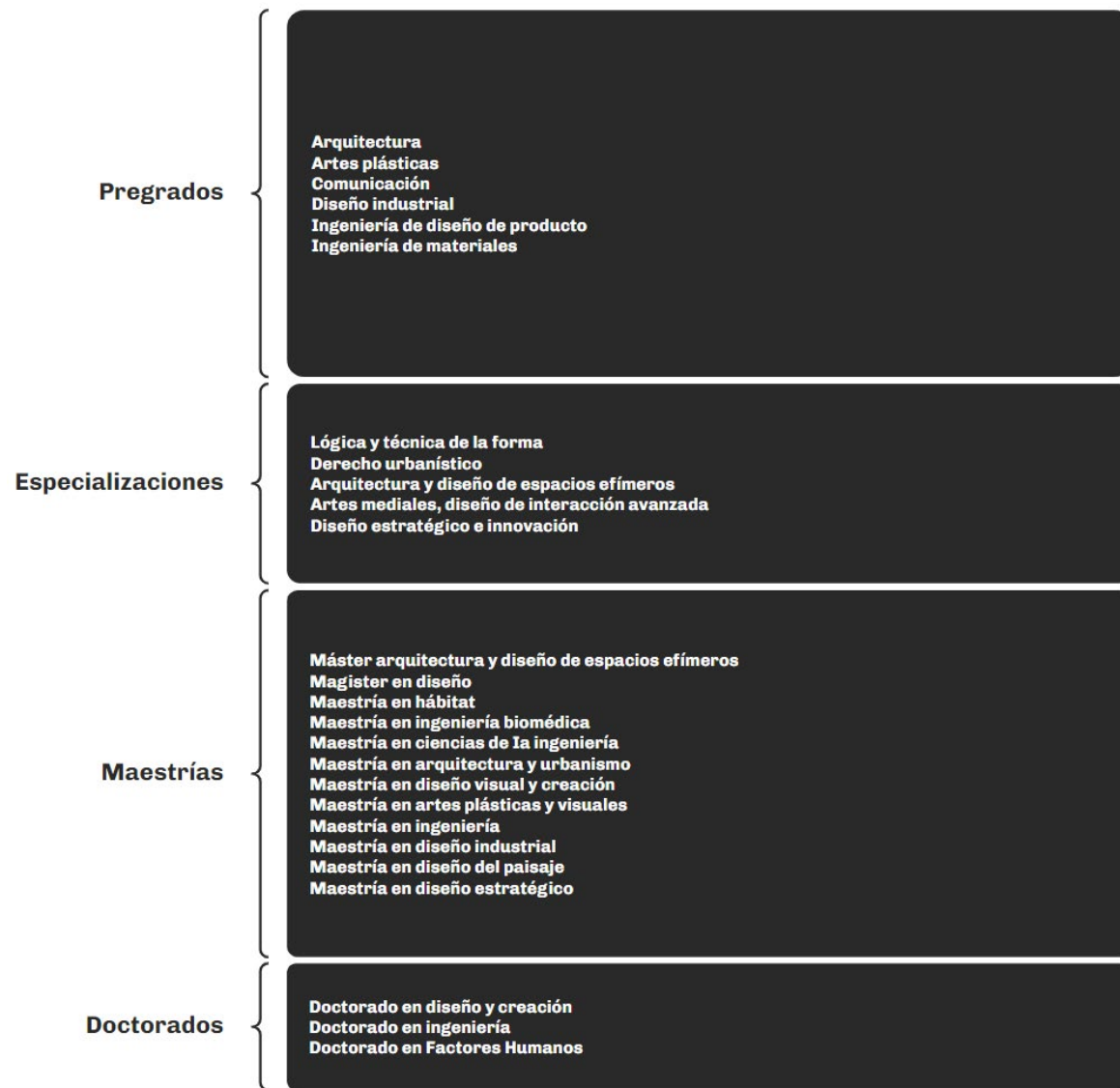
Para la renovación curricular se realizó un mapa de conocimiento con todos los profesores de la Facultad, con el fin gestionar la información sobre las capacidades, direcciones y fortalezas que tenemos como equipo de trabajo, con el fin de:

- Concretar estrategias de transferencia de conocimiento entre nosotros.
- Programar y visualizar la relación entre el nuevo plan de estudio y los docentes.
- Pensar en formación de alto nivel.
- Mapear los intereses en Investigación.
- Ubicar posibles programas de extensión.

## Metodología

- i) Análisis de las hojas de vida.
- ii) Recolección de los históricos al 2022 de la programación.
- iii) Realización de una encuesta a todos los profesores.
- iv) Sistematización.

**Figura 8.** Conocimiento de los docentes del programa.



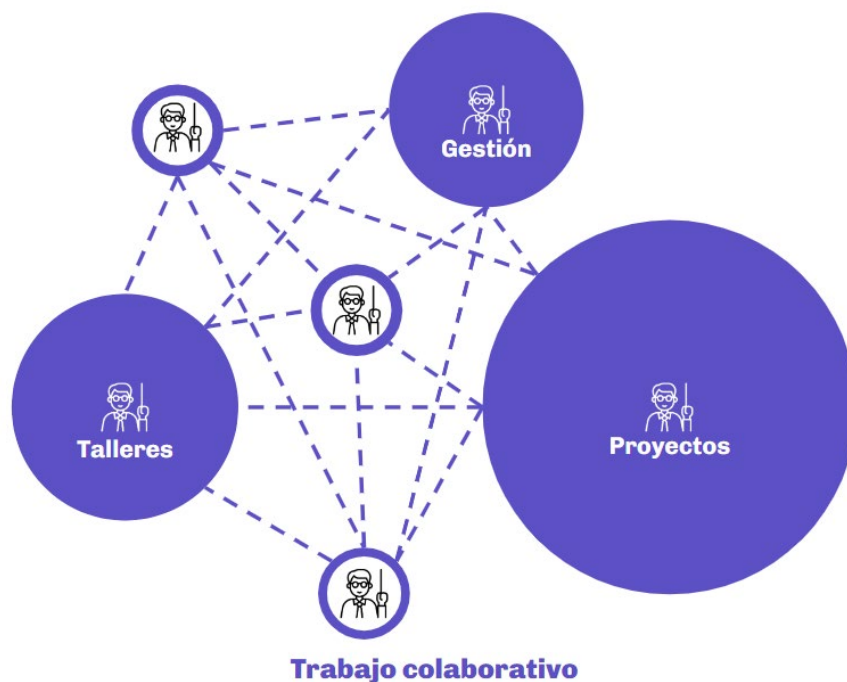
# Equipo Docente.

## Estructura organizada en redes y conexiones

Como estrategia pedagógica, hay riqueza metodológica cuando los docentes de dos o más asignaturas trabajan en conjunto en un ejercicio o actividad.

Por esto, la malla curricular presenta correquisitos entre las asignaturas de Proyecto, Taller y Gestión.

**Figura 9.** Diagrama de trabajo colaborativo entre asignaturas.



*Fuente: elaboración propia.*

## **c. La promesa**

# Diseño y Gestión de Espacios

Basado en el perfil de egreso:

**TEÓRICO-PRÁCTICO  
CREATIVO  
SISTÉMICO  
EXPERIENCIAL  
GESTOR  
CONTEXTUAL  
TRANSFORMADOR  
SOCIAL  
INTERCULTURAL  
EMPÁTICO  
CRÍTICO  
INCLUSIVO**

## **d. La metodología**

# i) Las etapas

---

## Definición de las etapas

Para la definición de las etapas del proceso de diseño —metodología— del programa se realizaron reuniones entre los docentes de las asignaturas de talleres de diseño de espacios donde cada uno presentó cómo abordaba los ejercicios proyectuales, clase a clase, además de referenciar otras metodologías de otros autores.

En la figura 11, “Metodología vs. otras metodologías”, se relacionan las metodologías de referencia con la definida para el programa.

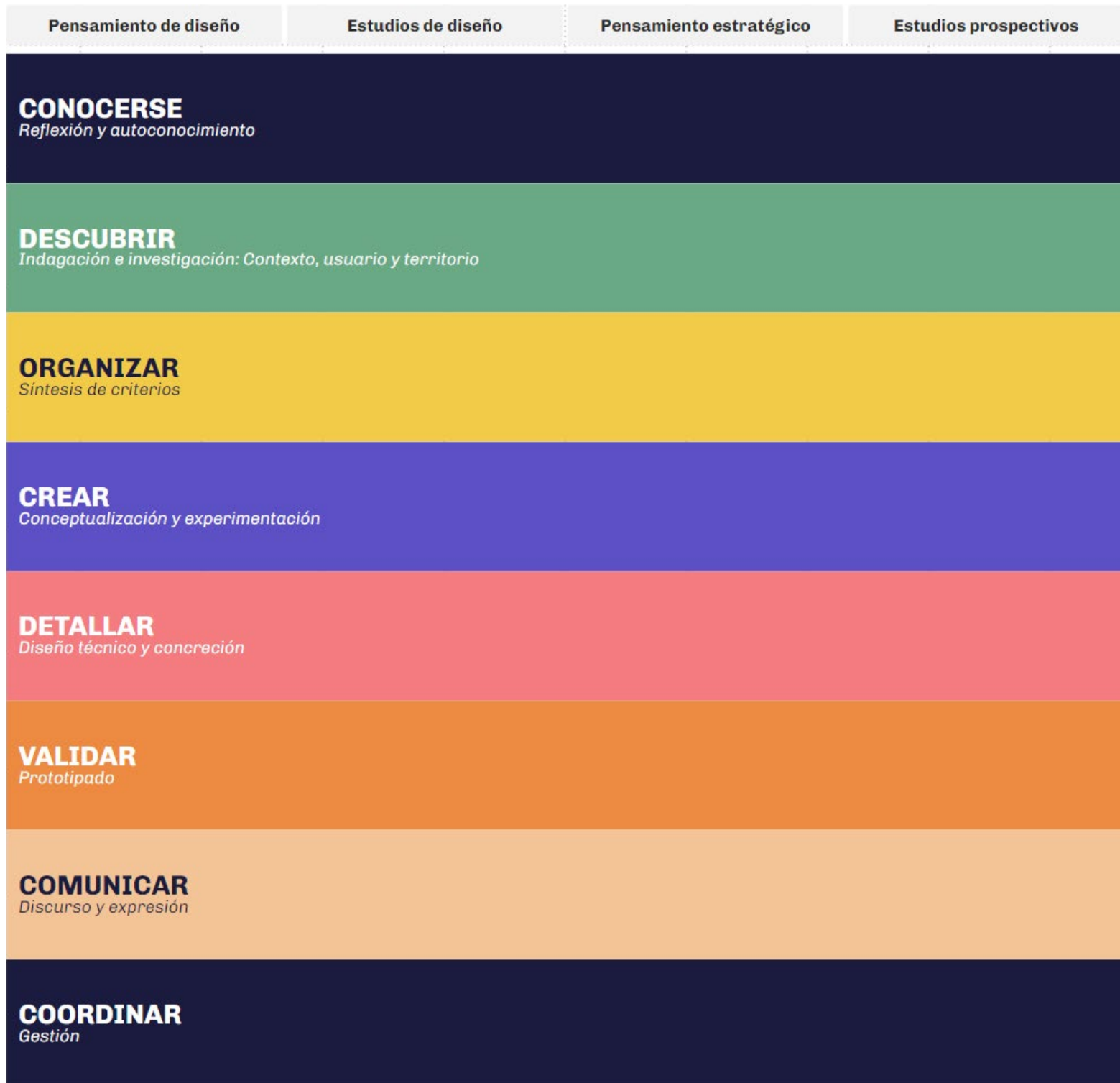
Este diseño metodológico por conversaciones evidenció que en el diseño de espacios comerciales, interiores, urbanos y escenográficos había momentos y etapas en común que conformaban nuestro proceso de diseño, y logramos categorizar etapas principales e hitos importantes.

El proceso de diseño de espacios quedó compuesto entonces por cinco etapas: DESCUBRIR, CREAR, DETALLAR, COMUNICAR Y COORDINAR; y por tres hitos: CONOCERSE, ORGANIZAR Y VALIDAR (véase la figura 10).

Y hay que tener en cuenta que cada etapa tiene un comportamiento que varía en relación con el nivel de formación dentro del plan de estudios del programa.

Los resultados de aprendizaje alcanzados van aumentando y complementándose a medida que el estudiante avanza dentro de su plan de estudios, afianzando su apropiación del proceso de diseño.

**Figura 10.** Etapas del proceso de Diseño y Gestión de Espacios



Fuente: elaboración propia.

Figura 11. Metodología vs. otras metodologías

Diseño y gestión de Espacios	Niguel Cross	French	Milton y Rodgers	Lieras, S. Agudelo, N.
<b>CONOCERSE</b> <i>Reflexión y autoconocimiento</i>				
<b>DESCUBRIR</b> <i>Indagación e investigación: Contexto, usuario y territorio</i>	Exploración	Planteamiento del problema	Observar	Descubrir
		Análisis del problema	Entender	
		Necesidad		
<b>ORGANIZAR</b> <i>Síntesis de criterios</i>				Organizar
<b>CREAR</b> <i>Conceptualización y experimentación</i>	Generación	Diseño conceptual	Visualizar	Delimitar
	Evaluación			
Desarrollo de detalles				
Representación de los esquemas				
Esquemas seleccionados				
<b>DETALLAR</b> <i>Diseño técnico y concreción</i>	Evaluación	Esquemas seleccionados	Revisar	
<b>VALIDAR</b> <i>Prototipado</i>				
<b>COMUNICAR</b> <i>Discurso y expresión</i>	Comunicación			
<b>COORDINAR</b> <i>Gestión</i>				

Fuente: elaboración propia.

# Proceso de diseño y metodología

---

Las etapas de la metodología del Diseño y Gestión de Espacios se conectan con el perfil de egreso y los resultados de aprendizaje como se visualiza en la figura 12.

**Etapa conocerse:** el proceso comienza con reflexionar y reconocerse. En esta etapa cada persona se pregunta: ¿qué diseñador gestor/diseñadora gestora soy yo? Es una etapa de autoconocimiento *desde el ser al ser con otros*.

**Etapa descubrir:** diseñar significa investigar: lo diseñado es obra de la reflexión (Vilchis, 2016).

**Etapa de indagación e investigación:** en esta fase se problematiza alrededor del contexto, el usuario, el territorio, la empresa, la sociedad, entre otros asuntos.

**Etapa organizar:** momento de síntesis. Desde el punto de vista de la gestión y las buenas prácticas pedagógicas, es necesario un momento para sintetizar la información recogida de las etapas anteriores antes de la etapa de creación.

**Etapa crear:** etapa divergente y convergente de generación y evaluación de ideas o alternativas. En esta etapa se conceptualiza y se experimenta para encontrar una propuesta de solución.

**Etapa detallar:** etapa para concretar la idea y detallarla técnicamente cumpliendo con características ambientales, estéticas, funcionales, ergonómicas, constructivas, productivas, experienciales y sensoriales.

Acá también se construyen las herramientas de representación y comunicación de cada proyecto.

**Etapa validar:** momento para validar, verificar, itinerar, socializar y testear la propuesta de solución. Este proceso puede ser por medios físicos o digitales.

**Etapa comunicar:** etapa para presentar y socializar la propuesta de diseño y sus características a un público o personas de interés.

**Etapa coordinar:** es una etapa que tiene dos miradas: i) como etapa transversal a todo el proceso de diseño desde la gestión del proyecto espacial, la autogestión y el trabajo en equipo, y ii) como actividades y planes de acción necesarios para la implementación y desarrollo constructivo del proyecto espacial.

**Figura 12.** Relación de las etapas de diseño con respecto a los resultados de aprendizaje del programa / perfil de egreso

Etapas de la metodología del proceso de Diseño y Gestión de Espacios	Resultados de Aprendizaje -RA- del Perfil de Egreso						
	RA_1 CREACIÓN DE AMBIENTES	RA_2 CONSTRUCCIÓN DE EXPERIENCIAS	RA_3 INTEGRACIÓN DE MÉTODOS Y HERRAMIENTAS	RA_4 INTERPRETACIÓN DEL ENTORNO	RA_5 INVESTIGACIÓN INTERCULTURAL	RA_6 GESTIÓN DE PROYECTOS DE DISEÑO	RA_7 FORMACIÓN CIUDADANA
<b>CONOCERSE</b> <i>Reflexión y autoconocimiento</i>							●
<b>DESCUBRIR</b> <i>Indagación e investigación: Contexto, usuario y territorio</i>				●	●		●
<b>ORGANIZAR</b> <i>Síntesis de criterios</i>	●	●	●	●	●	●	
<b>CREAR</b> <i>Conceptualización y experimentación</i>	●	●	●	●			
<b>DETALLAR</b> <i>Diseño técnico y concreción</i>	●	●	●				
<b>VALIDAR</b> <i>Prototipado</i>		●			●		●
<b>COMUNICAR</b> <i>Discurso y expresión</i>			●				●
<b>COORDINAR</b> <i>Gestión</i>						●	●

Fuente: elaboración propia.

## **ii) Las actividades**

# Definición de las actividades

---

Dependiendo del proyecto de diseño y la tipología de espacio, se usan unas u otras. Aquí se presentan, de manera general, la batería de actividades empleadas en el programa de Diseño y Gestión de Espacios.

En la figura 13 se visualizan las actividades que responden a qué se hace dentro de cada etapa para cumplir el objetivo.

Figura 13. Actividades aplicadas en cada etapa del proceso.

<b>CONOCERSE</b> <i>Reflexión y autoconocimiento</i>			Empatía	Introspección	Prácticas éticas
<b>DESCUBRIR</b> <i>Indagación e investigación: Contexto, usuario y territorio</i>		Investigación de escritorio	Mapa de experiencia del habitante	Análisis del territorio	Análisis del presente
		Análisis de usuarios líderes	Factores humanos	Referenciación	Etnografía
<b>ORGANIZAR</b> <i>Síntesis de criterios</i>		Definición de usuarios	Insights	Gestión de la información	Manifiesto de intención
		Oportunidades de diseño	Cartografías	Brief	
<b>CREAR</b> <i>Conceptualización y experimentación</i>		Referenciación	Construcción de marca	Construcción de CONCEPTO	Representaciones visuales
			Generación de ideas	Evaluación de alternativas	
<b>DETALLAR</b> <i>Diseño técnico y concreción</i>		Diseño por capas	Diseño de detalle	Plan logístico	
				Especificaciones de diseño	
<b>VALIDAR</b> <i>Prototipado</i>	Diseño por conversación	Prototipado	Representación 3D	Montaje	
<b>COMUNICAR</b> <i>Discurso y expresión</i>			Construcción de narrativas		
			Ajustes	Comunicación	
<b>COORDINAR</b> <i>Gestión</i>		Presupuesto - Costeo	Propuesta de valor	Planes de acción	Cronograma
		Trabajo en equipo	Mercadeo - Marca	Logística y operación	Análisis de proveedores

Fuente: elaboración propia.

### **iii) Las técnicas**

# Conocerse.

## Reflexión y autoconocimiento

---

### Empatía

Actividad enfocada en la proyección del individuo que diseña, en la que refleja sus experiencias, emociones, valores, conocimientos y perspectivas. Esta idea implica que el proceso de diseño no es simplemente una actividad técnica, sino también una expresión personal y una manifestación del diseñador como ser humano.

Es una actividad necesaria, teniendo en cuenta que, en etapas posteriores, será necesario ponerse en el lugar del usuario, proyectar sus perspectivas, sentimientos y experiencias en las propuestas de diseño.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Diario de reflexión**

**Meditación y *mindfulness***

***Role-playing* o juegos de rol**

**Lectura y reflexión de literatura**

**Ejercicios de visualización**

**Práctica de la gratitud**

***Feedback* constructivo**

## **Introspección**

Desde la premisa que cada elección creativa es una manifestación del mundo interior de quien diseña, no solo crean soluciones para problemas externos, sino que también explora y expresa sus propias experiencias, valores, emociones y perspectivas.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Autoexpresión creativa**

**Reflexión crítica**

**Diálogos internos**

## **Prácticas éticas**

El autoconocimiento es un componente esencial para llevar a cabo un proceso de diseño ético.

Esta es una actividad en la que se tienen presente las implicaciones al tomar decisiones que consideren el bienestar de todos los seres vivos involucrados en un proyecto de diseño, incluyendo usuarios finales, comunidades afectadas y el medio ambiente.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

***Journaling* y reflexión personal**

**Meditación y *mindfulness***

**Evaluaciones y cuestionarios de valores**

**Entrevistas y diálogos Internos**

**Talleres de reflexión y co-creación**

**Proyectos de diseño personal**

**Exploración artística y creativa**

# Descubrir.

## Indagación e investigación: contexto, usuario y territorio

### Investigación de escritorio

También conocida como investigación secundaria, es una actividad que implica la recopilación y el análisis de información existente que se encuentra disponible en diversas fuentes y documentos.

Esta etapa proporciona una base sólida de conocimiento que ayuda a comprender el contexto del diseño, identificar tendencias, evaluar la competencia y generar ideas informadas.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Revisión bibliográfica**

**Análisis de informes de mercado**

**Revisión de publicaciones digitales y medios sociales**

**Exploración de bases de datos**

**Revisión de patentes**

**Análisis de casos de estudio**

### Mapa de experiencia del habitante

Se refiere a la percepción, emociones e interacciones que una persona experimenta al habitar un espacio. Es un concepto integral que abarca tanto los aspectos físicos del espacio como las respuestas psicológicas y emocionales del individuo que lo habita.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

***Customer journey map***

**Reconocimiento del territorio**

**Mapas mentales**

**Análisis de datos**

## Referenciación

Se refiere a la actividad de utilizar referencias para inspirarse, informarse y validar las decisiones de diseño. Este proceso implica varias etapas, que suelen incluir la investigación, la recopilación de referencias relevantes, la síntesis de información y la aplicación de *insights* derivados de estas referencias en el proyecto de diseño.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Análisis de casos**

**Estado del arte**

**Según tipologías de espacios: explorar referentes desde los espacios: interiores, comerciales, escenográficos, urbanos y lúdicos, efímeros, regenerativos.**

**Análisis de tendencias**

## Etnografía

Actividad empática donde hay una observación del usuario en el ambiente natural como fuente de investigación para entender las normas culturales y las prácticas desde la perspectiva de los participantes, e identificar puntos de dolor.

Es una actividad que se recomienda cuando se tiene un usuario bien definido, cuando la experiencia de uso es compleja y difícil de articular y el uso está dentro de una situación y contexto definido.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Observación participante**

**Entrevistas a profundidad**

**Diarios de usuario**

**Sombras (*shadowing*)**

**Grupos focales**

**Mapeo cultural**

## **Factores humanos**

Se recomienda cuando se enfrenta a interacciones con el espacio poco familiares, complejas o incómodas y, los segmentos de usuarios son diversos y sus perfiles poco entendidos.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Modelos y simulaciones**

**Estudios de usabilidad, hábitos y comportamientos**

**Análisis antropométricos, biomecánicos y/o cognitivos**

**Análisis de errores humanos**

**Pruebas de prototipos**

**Análisis de contexto de uso**

**Personas y escenarios**

## **Análisis del territorio**

Actividad integral que implica la evaluación y comprensión del espacio físico, social, cultural y económico de un área específica con el objetivo de desarrollar proyectos de diseño que sean relevantes, sostenibles y que respondan a las necesidades y características del contexto local.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Reconocimiento del territorio**

**Análisis y visualización de datos**

**Cartografías y mapas**

**Observación y trabajo de campo**

**Estudios de caso**

**Modelos y simulaciones**

## **Análisis de usuarios líderes**

Se recomienda cuando existen segmentos de consumidores sofisticados, que están a la vanguardia de las tendencias, con necesidades emergentes e innovadores.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Identificación de usuarios líderes**

**Entrevistas en profundidad y conversaciones**

**Observación**

**Diarios y documentación**

**Identificación de patrones**

**Generación de *insights***

**Pruebas de usuario e iteración**

## **Análisis del presente**

Actividad crucial para asegurar que las soluciones propuestas sean relevantes, efectivas y adecuadas al contexto actual.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Técnicas propias del diseño especulativo o diseño crítico**

**Análisis de tendencias**

**Análisis social, tecnológico, político, económico, cultural, ambiental**

**Investigación documental**

**Análisis y visualización de datos**

**Encuestas o entrevistas.**

***Focus groups.***

# Organizar.

## Síntesis de criterios

---

### Representaciones visuales

Actividad que permite sintetizar y comunicar ideas, conceptos y soluciones de manera clara y efectiva. Estas herramientas ayudan a explorar y desarrollar las ideas, así como a comunicar sus propuestas a diferentes *stakeholders* (clientes, usuarios, equipos de desarrollo, etcétera).

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Infografía, cartel, póster, plancha...**

**Presentaciones**

**Esquemas o diagramas**

***Moodboards***

***Storyboards***

***Customer Journey Maps* (Mapas de experiencia del usuario)**

### Oportunidades de diseño

Son momentos o áreas identificadas dentro del proceso de diseño donde existe un potencial significativo para la innovación, mejora o creación de soluciones que responden a necesidades no satisfechas, problemas identificados o deseos emergentes de los usuarios.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Investigación de usuarios**

**Análisis de mercado**

**Mapeo de experiencia del usuario**

**Evaluación de tecnologías**

**Estudios de contexto**

## Definición de usuarios

Actividad que identifica, describe y comprende a las personas/*stakeholders* que habitarán un espacio.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Identificación de usuarios**

**Construcción de arquetipos**

**Personas - Perfil de usuario**

***Customer Journey Maps* (Mapas de experiencia del usuario)**

**Análisis de comportamientos y contextos de uso**

## Brief

Documento que proporciona una descripción detallada del proyecto, definiendo los objetivos, el alcance, las expectativas y las restricciones. Este documento sirve como guía para los diseñadores y otros *stakeholders* involucrados, asegurando que todos tengan una comprensión clara y coherente del proyecto desde el inicio (ING, 2020).

## Síntesis de la información

Es una actividad crucial que implica recopilar, organizar, analizar y destilar los datos y hallazgos obtenidos durante la fase de investigación.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Documentación**

**Mapas mentales**

**Lista de atributos o requerimientos**

**Análisis y visualización de datos**

**Esquemas o diagramas**

## Manifiesto de intención

Documento que expresa el propósito, principios, valores, objetivos y aspiraciones que guían el proyecto de diseño. Este manifiesto se utiliza para comunicar y alinear a todos los involucrados en el proyecto, estableciendo una visión compartida de la experiencia de quien habite el espacio.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Mapa de experiencia del usuario/habitante**

**Mapa de empatía**

***Storytelling***

**Mapa sensorial y de emociones**

**Construcción crítica y discursiva**

## Cartografías

Actividad del tipo de representaciones visuales y espaciales que se utilizan para mapear y comprender diversos aspectos de un problema, situación o sistema. Estas representaciones pueden tomar diferentes formas, desde mapas geográficos tradicionales hasta diagramas conceptuales o visualizaciones interactivas.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Mapas de experiencia del usuario**

**Mapas de empatía**

**Mapas de flujo**

**Mapas de calor**

**Mapas sonoros**

**Diagramas de redes o conexiones**

# Insights

Percepciones profundas y significativas que surgen del análisis y la síntesis de la información recopilada sobre usuarios, contextos y problemas. Estos *insights* proporcionan una comprensión profunda de las necesidades, deseos, motivaciones y comportamientos de los usuarios, lo que guía y alimenta el proceso de diseño.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Investigación de usuarios**

**Análisis de datos**

**Empatía y observación**

**Colaboración interdisciplinaria**

# Crear.

## Conceptualización y experimentación

### Representaciones visuales

Actividad que permite sintetizar y comunicar ideas, conceptos y soluciones de manera clara y efectiva. Estas herramientas ayudan a explorar y desarrollar las ideas, así como a comunicar sus propuestas a diferentes *stakeholders*.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Infografía, cartel, póster, plancha...**

**Presentaciones**

**Esquemas o diagramas**

***Moodboards***

### Construcción de concepto

Idea central o visión creativa que guía el desarrollo del proyecto espacial. Es la expresión fundamental de la solución propuesta, capturando la esencia de lo que se está diseñando y proporcionando una dirección clara para el trabajo creativo y el desarrollo.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Mapas mentales**

**Valor positivo, jerarquía y filosofía**

**Análisis funcional o formal**

**Analogías (técnica de creatividad)**

**Biomímesis**

## Generación de ideas

Actividad enfocada a generar una amplia variedad de propuestas que aborden el problema o la necesidad específica del proyecto. Se fomenta la exploración, la experimentación e innovación para encontrar la mejor solución posible.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Técnicas creativas:** lluvias de ideas (*brainstorming*), mapas mentales (*mind mapping*), bocetos rápidos (*sketching*), prototipado rápido (*rapid prototyping*), analogías y metáforas, entre otras.

**Co-creación.**

***Design thinking***

## Evaluación de alternativas

Actividad que analiza y valora las ideas generadas durante la actividad de generación de ideas para determinar su viabilidad, eficacia y adecuación para abordar el problema o satisfacer la necesidad específica del proyecto.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Análisis de pro y contra**

**Matrices de criterios de evaluación**

**Cadáver exquisito**

**6 sombreros**

**Votación**

**Análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas, oportunidades)**

**Prototipado y pruebas de concepto**

**Entrevistas y *focus groups***

## Construcción de marca

Actividad que desarrolla estratégicamente y creativamente de la identidad de una marca, que incluye elementos visuales, verbales y emocionales destinados a comunicar su personalidad, valores y promesas al público objetivo.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Caracterización de marca**

**Lluvia de ideas**

**Análisis formal**

**Taller de *naming***

**Manual de marca**

**Identidad visual**

**Mensaje, experiencia y narrativa de marca**

## Referenciación

Se refiere a la actividad de utilizar referencias para generar o validar ideas o conceptos.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Análisis de casos**

**Estado del arte**

**Según tipologías de espacios: explorar referentes desde los espacios: interiores, comerciales, escenográficos, urbanos y lúdicos, efímeros, regenerativos...**

**Análisis de tendencias**

# Detallar.

## Diseño técnico y concreción

### Representaciones visuales

Actividad que permite comunicar ideas, conceptos y soluciones de manera clara, detallada y efectiva.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Infografía, cartel, póster, plancha...**

**Presentaciones**

**Esquemas o diagramas**

**Bitácora**

### Especificaciones de diseño

Consideraciones detalladas que describen los requisitos técnicos, funcionales y estéticos de un espacio, servicio o proyecto. Estas especificaciones proporcionan una guía clara y precisa para el desarrollo y la implementación del diseño, asegurando que se cumplan los estándares de calidad y que se alcancen los objetivos establecidos.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Listas de atributos o lista de chequeo**

**sds (Spatial Design Specification), o Especificaciones de Diseño del Espacio**

*Descripción general*

*Requisitos funcionales*

*Requisitos estéticos*

*Requisitos ergonómicos*

*Requisitos de seguridad y normativa*

*Requisitos de montaje y fabricación*

*Requisitos de mantenimiento y soporte*

*Requisitos ambientales*

*Requisitos de costo y plazo*

## **Diseño de detalle**

Actividad que se centra en refinar y definir completamente el diseño para su producción o implementación.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Modelación 3D**

**Planimetría**

**Posproducción de vistas**

**Detalles constructivos**

**Prototipos**

## **Diseño por capas**

Actividad que organiza la información en capas o niveles jerárquicos. Cada capa representa un conjunto específico de aspectos o componentes del diseño, y se aborda de manera sistemática y secuencial.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Esquemas y/o diagramas**

## **Representación 3D**

Actividad de creación de modelos tridimensionales que simulan la apariencia y funcionalidad de un espacio, entorno, edificio u otro objeto.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Modelación 3D**

**Renderizado**

**Posproducción de imágenes**

## Plan logístico

Documento de planeación y coordinación detallada de todas las actividades necesarias para llevar a cabo el desarrollo, producción y distribución de un espacio. Este plan asegura que todos los recursos, materiales, equipos y personal estén disponibles en el momento y lugar adecuados, y que los procesos fluyan de manera eficiente desde la concepción hasta la entrega final.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Gestión de materiales y suministros**

**Planeación de la producción**

**Gestión de recursos humanos**

**Logística de prototipado y pruebas**

**Distribución y entrega**

**Gestión de riesgos**

**Comunicación y coordinación**

# Validar. Prototipado

## Representaciones visuales

Actividad que permite validar soluciones de manera clara, detallada y efectiva.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Infografía, cartel, póster, plancha...**

**Presentaciones**

**Esquemas o diagramas**

## Representación 3D

Actividad de validación por parte de los usuarios basada en los modelos tridimensionales para revisar la funcionalidad y apariencia de una propuesta de solución.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Modelación 3D**

**Renderizado**

**Posproducción de imágenes**

**Prototipos de validación**

## Diseño por conversación

Conversaciones interactivas diseñadores y *stakeholders*, incluyendo usuarios, clientes, expertos y otros miembros del equipo de proyecto. Se basa en la idea de que el conocimiento, las ideas y las soluciones emergen y se refinan a través de la conversación y la colaboración continua.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Conversaciones y retroalimentación**

**Ajustes a la propuesta**

## Prototipado

Es la creación de modelos del espacio o sistema para probar los conceptos y obtener así *feedback* antes de la producción y el montaje final. El objetivo principal es validar y refinar el diseño, identificar posibles problemas y mejorar la experiencia del usuario.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

### Prototipos de baja fidelidad

*Bocetos y Wireframes*

*Machotes o maquetas de papel o cartón*

*Mockups digitales*

### Prototipos de alta fidelidad

*Prototipos interactivos y/o funcionales*

*Modelos 3D*

*Maquetas de detalle y con acabados*

## Montaje

Actividad en la que se ensamblan y configuran todos los elementos físicos del diseño en el espacio real. Esta fase implica la instalación y ubicación del mobiliario, accesorios, elementos decorativos, sistemas técnicos y otros componentes según el plan de diseño previamente desarrollado.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Preparación del espacio**

**Recepción y verificación de materiales**

**Instalación de elementos**

**Ajustes y finalización**

**Pruebas y validación**

# Comunicar.

## Discurso y expresión

---

### Representaciones visuales

Actividad que permite comunicar la propuesta de diseño de manera clara, detallada y efectiva.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Infografía, cartel, póster, plancha...**

**Presentaciones**

**Esquemas o diagramas**

**Manuales e instructivos**

### Construcción de narrativas

Se refiere a la creación de una historia o concepto coherente y evocador que guía y da sentido al diseño del entorno físico. Esta narrativa sirve como marco conceptual que conecta todos los elementos del diseño, desde la disposición del mobiliario hasta la elección de colores, materiales y elementos decorativos. El objetivo es crear una experiencia inmersiva y significativa para los usuarios del espacio, transmitiendo mensajes específicos y evocando emociones deseadas.

## **Sustentación - socialización**

Se refiere a cómo los diseñadores articulan, presentan y defienden sus ideas y conceptos de diseño a diferentes audiencias, incluyendo clientes, equipos de trabajo y *stakeholders*.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Guiones**

**Discursos**

**Oratoria**

## **Planes de acción**

Son todas aquellas estrategias detalladas que guían la ejecución del diseño desde diferentes puntos de vista. Estos planes definen los pasos específicos, los recursos necesarios, los plazos y las responsabilidades de cada miembro del equipo para asegurar que el proyecto se complete de manera eficiente y efectiva.

## **Montaje**

Actividad enfocada en la experiencia del usuario en el montaje del espacio, donde se analiza la manera en que las personas interactúan y perciben el entorno físico. Abarca todas las sensaciones, emociones y reacciones que los usuarios tienen cuando utilizan un espacio determinado.

# Coordinar. Gestión

---

## Planes de acción

Son todas las estrategias que intervienen para gestionar un proyecto de diseño de espacios. Estos planes definen los pasos específicos, los recursos necesarios, los plazos y las responsabilidades de cada miembro del equipo para asegurar que el proyecto se complete de manera eficiente y efectiva.

Las técnicas para llevar a cabo esta actividad pueden ser:

**Trabajo en equipo**

**Propuesta de valor**

**Mercadeo - Marca**

**Cronograma**

**Presupuesto - Costeo**

**Logística y operación**

**Análisis de proveedores**

**iv) Las herramientas**  
**- Los instrumentos**

# Ficha técnica.

## Evaluación para ejercicios proyectuales

La estructura, que se socializa con cada estudiante en el momento de enunciar cada momento evaluativo, de cada ejercicio proyectual para el diseño de espacios se compone de:

**Figura 14.** Guía de ficha técnica para evaluar proyectos de diseño de espacios.

1	Unidad temática - Resultado de aprendizaje esperado	
2	Título del ejercicio	
3	Descripción del ejercicio	
4	Tipo de la evaluación Heteroevaluación, Autoevaluación o Coevaluación	
5	Fecha de entrega	
6	Porcentaje evaluativo	
7	<b>Criterios de evaluación - Rúbrica</b> (se evalúa con los mismos criterios presentados al enunciar el ejercicio)	!!!
8	Entregables	*

Fuente: elaboración propia.

# Fichas técnicas.

## Tipos de evaluación.

### Evaluación

Dependiendo del nivel de formación dentro del plan de estudios, la evaluación se enriquece bajo la aplicación de varias tipologías de evaluación para cada ejercicio: el docente puede ponderar los porcentajes según su consideración.

**Autoevaluación**

**Heteroevaluación**

**Coevaluación**

**Figura 15.** Cuadro para autoevaluación, heteroevaluación y coevaluación.

	Estudiante 01	Estudiante 02	Estudiante 03	...
Criterio 01				
Criterio 02				
Criterio 03				
Criterio 04				
...				
Total				
Concepto docente				
Autoevaluación				

*Fuente: elaboración propia.*

## **Ejemplo de criterios de evaluación.**

### **Criterios**

Se analiza con los estudiantes cuándo se anuncia el ejercicio, antes de que ellos empiecen a desarrollarlo.

**Concepto general:** efecto WOW. Es coherente con la investigación.

**Conceptos estéticos:** forma, color, volúmenes, proporciones...

**Conceptos funcionales:** estructura, materiales, seguridad...

**Conceptos espaciales:** relación con el contexto.

**Experiencia de usuario:** coherencia con el manifiesto.

**Impacto social o ambiental.**

**Presentación de la propuesta:** elementos gráficos y comunicativos - Expresión y visualización.

**Calidad:** de las imágenes, ortografía, redacción, detalle...

**Sustentación de la propuesta.**

## **Ficha técnica. Entregables**

Se socializan con los estudiantes cuándo se enuncia el ejercicio, antes de que ellos empiecen a desarrollarlo.

En cada proyecto específico del programa, se deberán pedir los siguientes entregables:

**Bitácora y/o infografía**

**Especificaciones de diseño**

**Fichas técnicas**

**Materiales definidos**

**Planos técnicos: generales, detalles, secciones, especificaciones...**

**Manifiesto**

**Maquetas, modelos y prototipos (según el proyecto)**

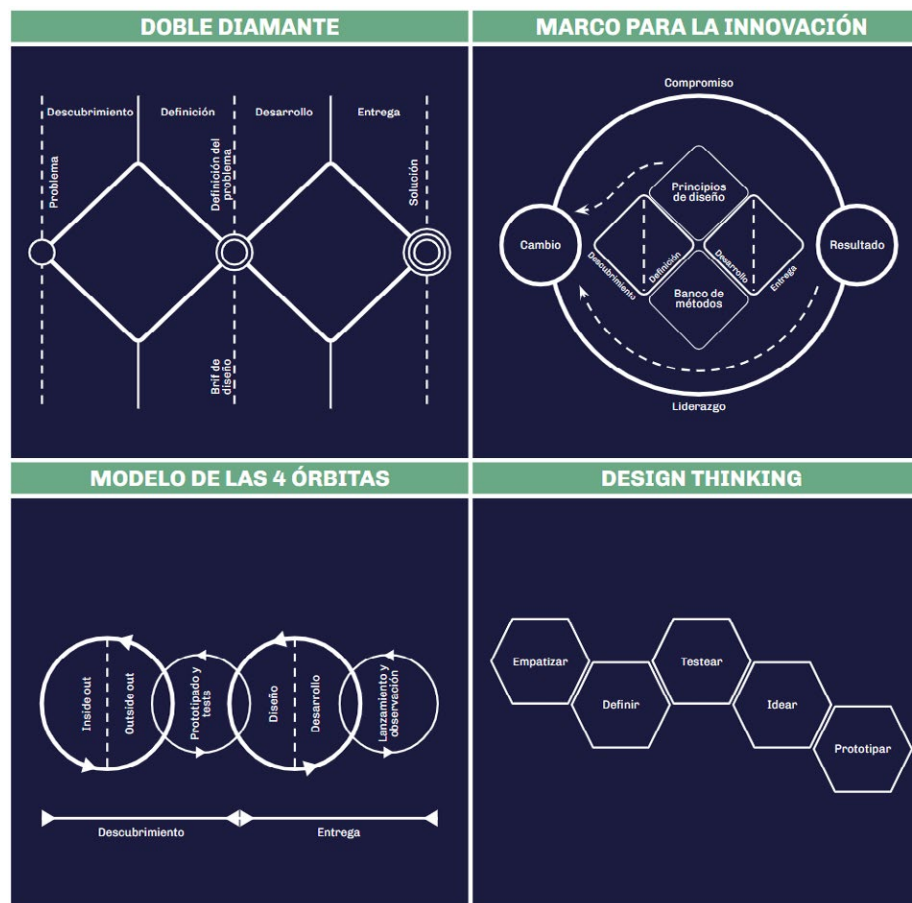
## **v) El esquema**

# Esquemas metodológicos de referencia

En el estudio de casos, se tomaron cuatro esquemas de métodos de diseño de referencia (véase la figura 16), los cuales son:

- Doble diamante**
- Marco para la innovación**
- Modelo de las 4 órbitas**
- Design thinking**

Figura 16. Modelos de referencia de procesos de diseño.

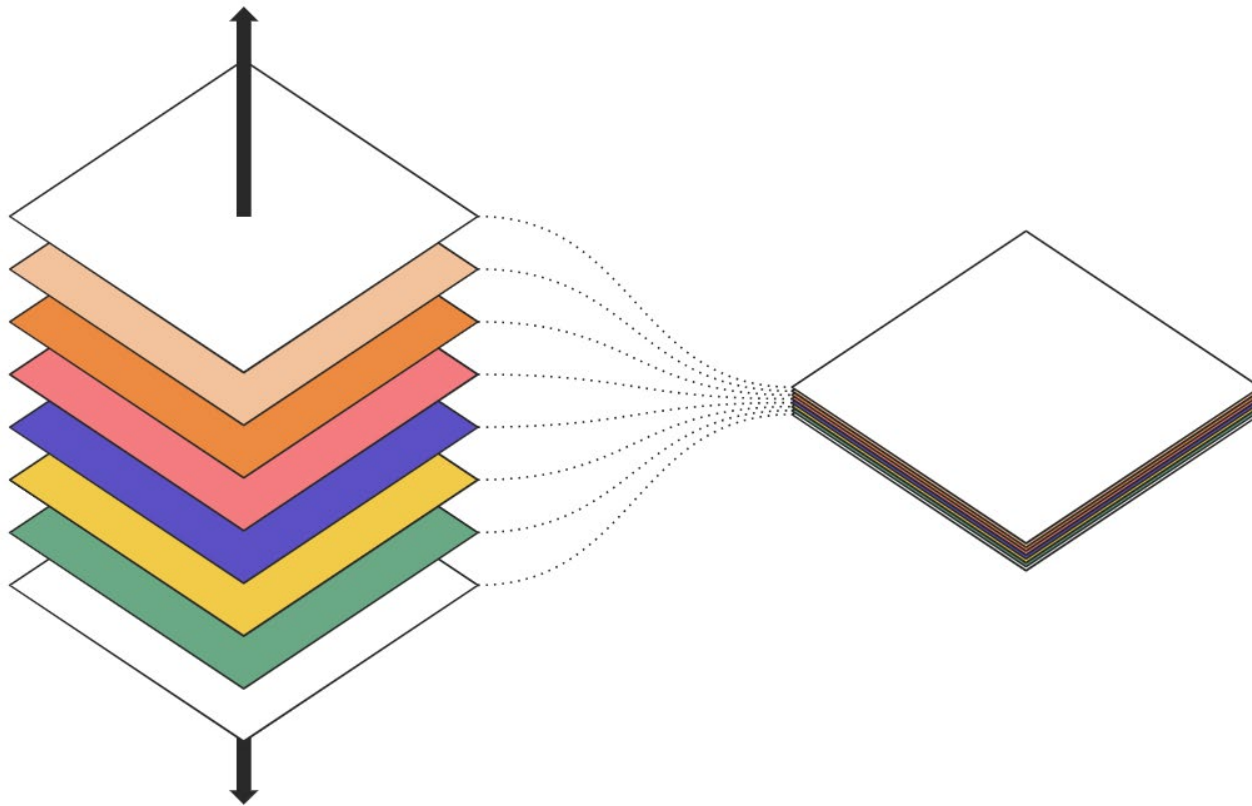


Fuente: elaboración propia.

# Esquema metodológico

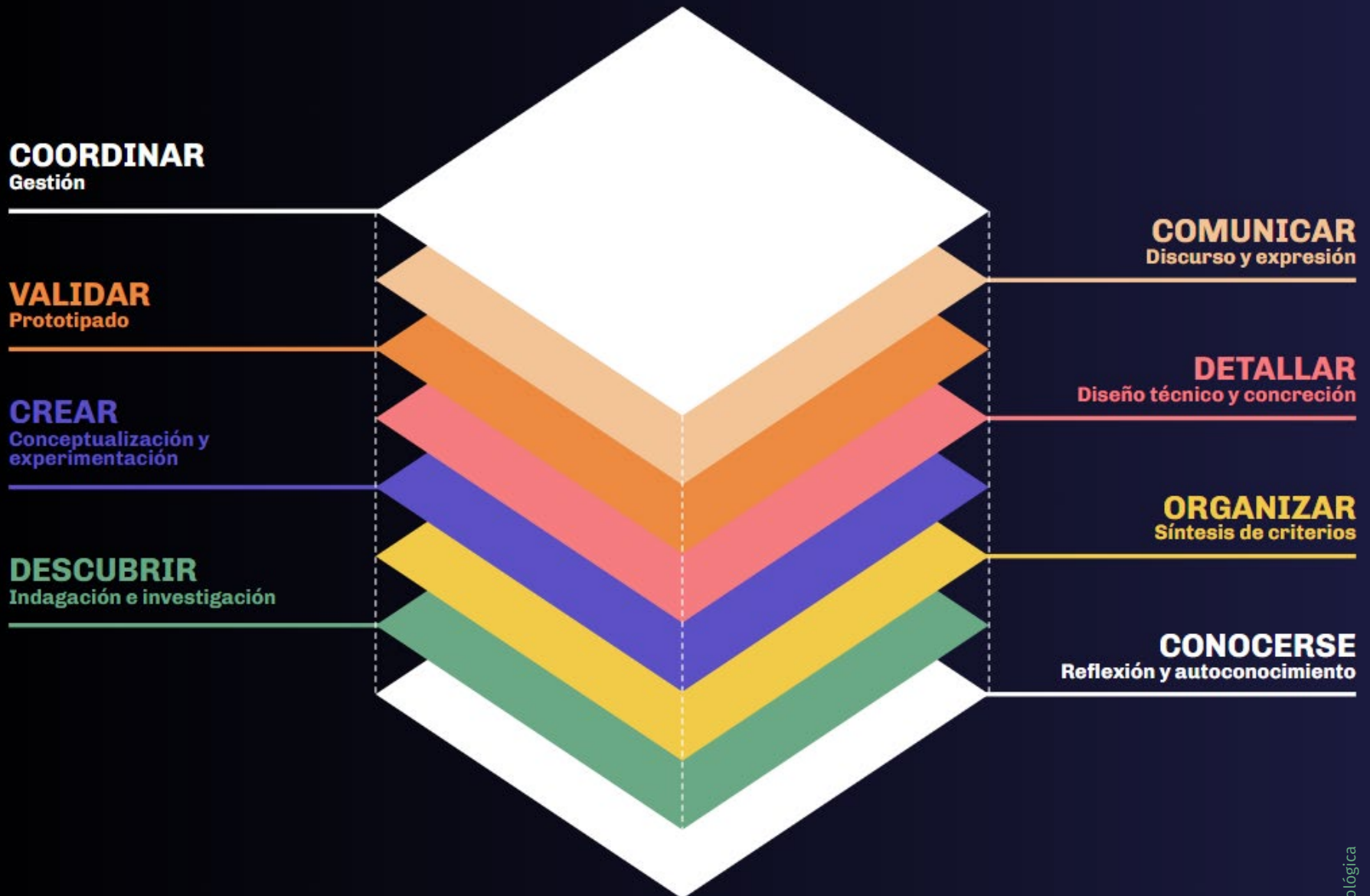
El esquema de la metodología del diseño y gestión de espacios se presenta en una vista tridimensional, tomando como referente una explosión arquitectónica por capas, entendiendo que estas hacen parte de un todo y que a su vez permanecen todas en el mismo plano.

**Figura 17.** Diagrama de obtención del esquema metodológico.



*Fuente: elaboración propia.*

Figura 18. Esquema metodológico - Diseño y gestión de espacios.



Fuente: elaboración propia

# Referencias

- Buchanan, R. (1992). *Wicked Problems in Design Thinking*. New York: The MIT Press.
- Buchanan, R. (2001, July 01). Human Dignity and Human Rights: Thoughts on the Principles of Human-Centered Design. Retrieved Noviembre 2023, from Design Issues: <https://doi.org/10.1162/074793601750357178>
- Giménez, G. (1996). Territorio, cultura e identidades. La región socio-cultural. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. *Época*, *II(4)*, 25-57. <https://www.redalyc.org/pdf/316/31600402.pdf>
- Heskett, J. (2002). *Design: A Very Short Introduction*. New York, United States: Oxford University Press.
- Ing, W. (2020, febrero 27). Retrieved from RIBA Plan of Work 2020 released with new focus on sustainability. *Architect's Journal*. <https://www.architectsjournal.co.uk/news/riba-plan-of-work-2020-released-with-new-focus-on-sustainability>
- Iwabuchi, M. (2020, enero 09). Design Education for this Century. *UX Planet*. <https://uxplanet.org/redefining-the-word-design-676d7a874281>
- Moles, A., & Rohmer, E. (1972). *Psicología del espacio*. Madrid.
- Rincón Gutiérrez, P. (2007, agosto 02). *Hombre y espacio. Otto Friedrich Bollnow (1969)* (análisis crítico). Cátedra. San Cristóbal.
- Ronda León, R. (2013, junio 06). Diseño de Experiencia de Usuario: etapas, actividades, técnicas y herramientas. *NSU*. No solo usabilidad: revista sobre personas, diseño y tecnología (12). <https://www.nosolousabilidad.com/articulos/uxd.htm>
- Vilchis, L. del C. (2016). Diseñar significa investigar: Lo diseñado es obra de la reflexión. En C. Rojas Rodríguez, & E. Saavedra Torres, *Reflexiones III en torno a la metodología del diseño* (pp. 19-52). Diseñar significa investigar: lo diseñado es obra de la reflexión.

## Referencias adicionales

- Bedolla, Deyanira. (2017). Sobre la empatía y la introspección emocional en los diseñadores. *Economía Creativa*, (8), 85-113. <https://ciecpress.centro.edu.mx/ojs/index.php/CentroTI/article/view/339>
- E. N. (2017/2018). Studocu. Retrieved from Métodos y estrategias de diseño: <https://www.studocu.com/latam/document/isae-universidad/estetica/apuntes-de-ctedra-mtodos-y-estrategias-de-diseo-metodos-y-estrategias-de-diseno/3154168>
- Pérez, David & Hands, David & Mckeever, Edward & Whitham, Roger. (2019). Design within Social Entrepreneurship: A Framework to reveal the use of Design in interdisciplinary spaces. *The Design Journal*, (22), 229-241. 10.1080/14606925.2019.1595861







ISBN: 978-958-5180-69-7

