



Camino que conectan Galería la alameda

Proyecto Avanzado en Diseño
de Comunicación Visual

Presentado por: Diana Catalina Bayona Farfán
Diseño de Comunicación Visual
Director: Diego Giovanni Bermúdez Aguirre
Facultad de creación y habitat
2024-2



ÍNDICE



Página

Tema del proyecto	3
Justificación	4-6
Planteamiento del problema	7-8
Fotografías de señalización de la plaza.....	9
Objetivo General	10
Objetivos Específicos	10
Expertos temáticos.....	11 - 13
Usuario.....	14 - 16
Marco de referencia.....	17-18
Metodología.....	19
Mapa de actores.	20
Mapas de empatía	21 - 23
Moodboard del espacio	24 - 25
Herramienta Gira de la experiencia	26
Herramienta definición Del Problema	27
Benchmarking sectorial	28 - 35
Matriz de doble entrada sectorial	36
Benchmarking No sectorial	37 - 41
Matriz de doble entrada No sectorial	42
Análisis del Aprendizaje	43
Requerimientos del Diseño.....	44
Sistema de producto	45 - 52
Renders de las piezas	53- 57
Referentes.....	58





TEMA DEL PROYECTO

Creación de un **sistema de señalético** innovador y participativo que optimice la orientación y mejore la **experiencia** del visitante en la Galería de la Alameda, considerando tanto las necesidades de la comunidad local como de los turistas.







JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se enfoca en comprender la problemática que impacta a la Galería Alameda. Este análisis surge en un contexto donde la comunidad local, encabezada por el presidente de la Junta de Acción Comunal del barrio Alameda, Guillermo Tamayo, resalta la relevancia del sector debido a su atractivo turístico, especialmente reconocido por su tradición gastronómica y salsera (Secretaría de Desarrollo Territorial y Participación Ciudadana, 2024).

Por lo tanto, la investigación se enfoca en abordar la carencia de información detallada y la ausencia de un sistema señalético claro, los cuales representan los principales retos que impactan la experiencia y orientación de los visitantes en la Galería la Alameda.

La Galería Alameda de Cali, localizada en la comuna 9 y enmarcada en el dinámico barrio de La Alameda, se posiciona como un distinguido punto de encuentro gastronómico y comercial en la ciudad. Con una historia que se remonta a 90 años atrás, exactamente en octubre de 1930, su nombre se originó debido a la abundante arborización en las calles. En 1955, se inauguró la Galería Alameda, que se conoce actualmente. (Alejandra Pérez Rodríguez, 2020) hasta convertirse en una de las principales galerías con más de 550 locales (Sebastián Guevara, 2023)



JUSTIFICACIÓN

Según datos proporcionados por Guevara (2023), la plazoleta de la Galería Alameda se consolida como un referente gastronómico en la ciudad, ofreciendo una variedad de productos que van desde frutas y verduras hasta carnes y una amplia gama de gastronomía. Esta transformación ha sido diseñada para brindar comodidad a los más de 10.000 caleños, caleñas y turistas que nos visitan semanalmente, como comentó Gustavo Murillo, presidente y representante de ASOALAMEDA.

De acuerdo con la información de la página oficial de la alcaldía de Cali, las viviendas en esta comuna son predominantemente de estrato 3. (Secretaria de Bienestar social)

La medición del sector turístico en el Valle del Cauca para el año 2023, provista por SITUR Valle del Cauca, ofrece cifras definitivas del cierre de dicho año. Según los datos recopilados, el total de turistas visitantes en 2023 ascendió a 3.496.258 a nivel nacional, 463.240 a nivel internacional, y 3.103.487 turistas internos (SITUR Valle del Cauca, 2023, p. 1).



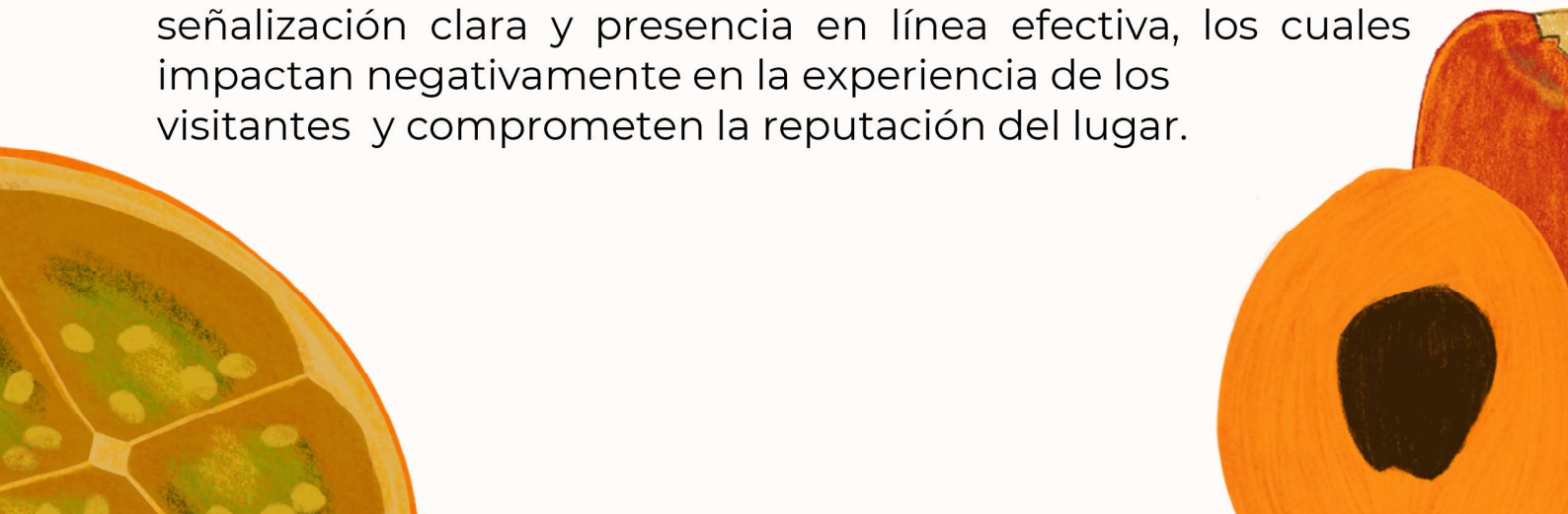
JUSTIFICACIÓN

En cuanto a los visitantes extranjeros en el mismo período, se observa una distribución por países de origen. Estados Unidos encabeza la lista con el 31,4%, seguido por Ecuador con el 19,1%, Chile con el 5,7%, Venezuela con el 5,2%, y Panamá con el 5,0% (SITUR Valle del Cauca, 2023, p. 4).

El perfil del turista que visita Cali en 2023, según Stefania Doglioni Velez, Secretaria de Turismo de Santiago de Cali, revela ciertos rasgos distintivos. La gran mayoría de los visitantes, representando un 78,63%, se encuentran en la categoría de adultos, con edades comprendidas entre 27 y 62 años. A su vez, los jóvenes de 15 a 26 años también muestran una representatividad significativa, alcanzando un 21,31% (Doglioni Velez, 2023, p. 13).

En cuanto a los motivos de viaje, el 63,40% de los encuestados indicaron que sus viajes a Cali estaban motivados por razones personales. Dentro de esta categoría, las vacaciones, el recreo y el ocio ocupan el primer lugar, con un 46,91% de prevalencia (Doglioni Velez, 2023, p. 14).

En resumen, la Galería Alameda enfrenta una serie de desafíos relacionados con la falta de información detallada, señalización clara y presencia en línea efectiva, los cuales impactan negativamente en la experiencia de los visitantes y comprometen la reputación del lugar.





PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Galería Alameda es un importante centro cultural y comercial que atrae a una diversa gama de visitantes, incluyendo tanto a residentes locales como a turistas internacionales. Sin embargo, a pesar de su relevancia en la comunidad y su potencial para atraer un amplio público, el sistema señalético actual presenta varias deficiencias significativas que afectan negativamente la experiencia de los visitantes y la funcionalidad del espacio.

SEÑALIZACIÓN DE PROHIBICIONES

Están colocadas demasiado alta, fuera del campo visual de los visitantes, lo que reduce su eficacia.

SEÑALIZACIÓN DE ORIENTACIÓN

Es escasa dificultando la ubicación de las zonas dentro de la galería. También se observa una falta de señalización en inglés, lo que complica la orientación de los turistas extranjeros.

SEÑALIZACIÓN DE SEGURIDAD

Están poco visibles debido a su color verde, que se camufla con las paredes pintadas de verde, y la abundancia de otros carteles en la galería.



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los resultados de la encuesta revelan deficiencias críticas en el sistema señalético. En primer lugar, la señalética de orientación es insuficiente, especialmente en áreas clave como Yerbateros y Artesanías, lo que dificulta la localización de estas zonas y genera confusión entre los visitantes. Además, un alto porcentaje de los encuestados: **66.7%** depende de la asistencia personal para orientarse, lo que indica una falta de señalética efectiva.

El **50%** de los encuestados asocia la galería con un centro cultural, la señalética deficiente podría debilitar esta percepción positiva. Por lo tanto, es crucial rediseñar el sistema para mejorar la orientación, la seguridad y la experiencia general, y fortalecer la imagen cultural de la Galería Alameda.



Fotografías tomadas por Diana Catalina Bayona Farfán





OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un sistema de señalético a través de un proceso de diseño participativo para la mejora de la experiencia del visitante en la galería de la alameda como destino turístico en la ciudad de Cali.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Investigar la historia de la Galería la Alameda y los aspectos que la destacan como un destino turístico, para comprender su identidad .

Identificar las distintas estructuras y métodos de señalización aplicados en diversos contextos para entender sus principios de diseño.

Crear un sistema señalético visual y experiencial que beneficie a los visitantes y comerciantes de la Galería la Alameda.






EXPERTO TEMÁTICO



Andrea Gómez Ordóñez, especialista en Proyectos de Arquitectura Interior y Magíster en Gestión de Diseño, fue un aliado experto fundamental en este proyecto. Su trayectoria se distingue por la creación del término "arquigrafía", definido como la grafía aplicada a las estructuras, espacios y entornos del ámbito arquitectónico.

Este concepto profundiza en la intervención de espacios interiores mediante la integración gráfica directamente en los elementos arquitectónicos. Su participación fue esencial gracias a su amplio conocimiento en señalética, incluyendo las distintas tipologías de información, sus estructuras y las funciones específicas que cada una desempeña.

Además, su orientación permitió comprender cómo conceptualizar y materializar ideas gráficas en piezas con propósito, asegurando que cada elemento responda a una función clara y estratégica. Su aporte ayudó a que las piezas cumplieran su objetivo de orientar y guiar al usuario de manera efectiva dentro de los diferentes espacios.



EXPERTO TEMÁTICO



Andrea Farfán Guerrero, Arquitecta Magíster en Arquitectura y Urbanismo de la Universidad del Valle. Fue una aliada experta esencial en este proyecto. Su orientación se centró en la aplicación de un concepto uniforme y accesible que facilitara la comprensión tanto para los comerciantes de las plazas de mercado (clientes internos) como para los visitantes (clientes externos).

Gracias a su experiencia, se logró desarrollar una propuesta que no solo organizó espacialmente el proyecto, sino que también fortaleció los elementos gráficos en relación con el entorno y los usuarios. Su colaboración incluyó la creación de prototipos, en los cuales se garantizó la precisión en las medidas y una implementación efectiva. Este enfoque permitió que cada componente del proyecto cumpliera su propósito de manera óptima, favoreciendo una experiencia visual coherente y funcional.





EXPERTO TEMÁTICO



La **Junta Directiva de ASOALAMEDA** fue un aliado fundamental en mi investigación, ya que su apoyo y autorización fueron esenciales para interactuar con los comerciantes y visitantes de la plaza. Gracias a su colaboración, pude realizar encuestas, charlas y capturar fotografías del espacio, elementos claves para el desarrollo de mi proyecto de grado.

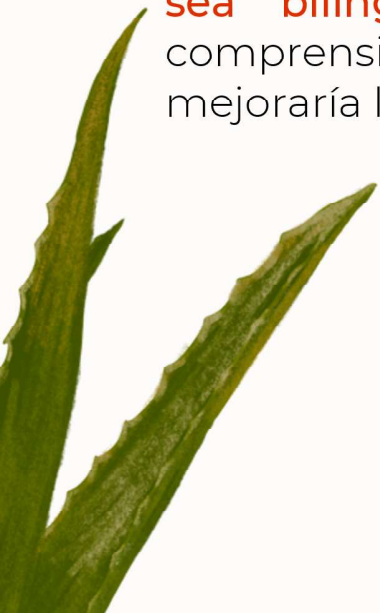
La Plaza de mercado la Alameda, ubicada en la Carrera 26 No 8-37, Barrio Alameda, en el corazón de Cali (Comuna 9), es un lugar vibrante y lleno de vida, donde se entrelazan historias y culturas. Este entorno, tan diverso y dinámico, permitió obtener valiosos insights sobre las interacciones que se dan entre quienes lo habitan y quienes lo visitan, aportando una rica perspectiva para mi investigación.



USUARIO

Los comerciantes de la Galería Alameda tienen una amplia experiencia, con algunos con hasta **53 años de trabajo en el lugar**, lo que les otorga un profundo conocimiento del entorno y de las necesidades de los clientes. La mayoría proviene de familias con **tradición en el negocio**, lo que refuerza el vínculo con sus clientes mediante un trato cercano y directo. Aunque muchos de ellos reconocen la importancia de mejorar la señalética para facilitar la orientación de los visitantes, existe una preferencia por no perder **la esencia del lugar**. Los comerciantes destacan que las señales deben integrarse sin opacar los carteles tradicionales, manteniendo la autenticidad del espacio.

En cuanto a las áreas que requieren mejorar, los comerciantes coinciden en que las salidas, entradas y cada zona son las más problemáticas, especialmente cuando los visitantes no logran encontrar su puesto con facilidad. Esta dificultad se intensifica debido a la distribución de los puestos, lo que ocasiona que algunos clientes se pierdan, especialmente aquellos que no están familiarizados con la galería. Y por último, pero no menos importante, los comerciantes destacan la importancia de que **la señalética sea bilingüe, en español e inglés**, para facilitar la comprensión de los visitantes extranjeros, ya que esto mejoraría la orientación dentro de la galería.



COMERCIANTES

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a todos los comerciantes de la Galería de la Alameda. Su perseverancia, amor por lo que hacen, y la calidad humana que transmiten en cada interacción son verdaderamente inspiradores. Gracias por compartir conmigo su invaluable conocimiento, experiencias, y tradiciones familiares que han dado forma a esta galería. Su apoyo y apertura han sido fundamentales para comprender las necesidades de este proyecto y construir algo que represente la esencia de su trabajo y legado. Este sistema señalético no sería lo mismo sin su valiosa participación.



¡GRACIAS!



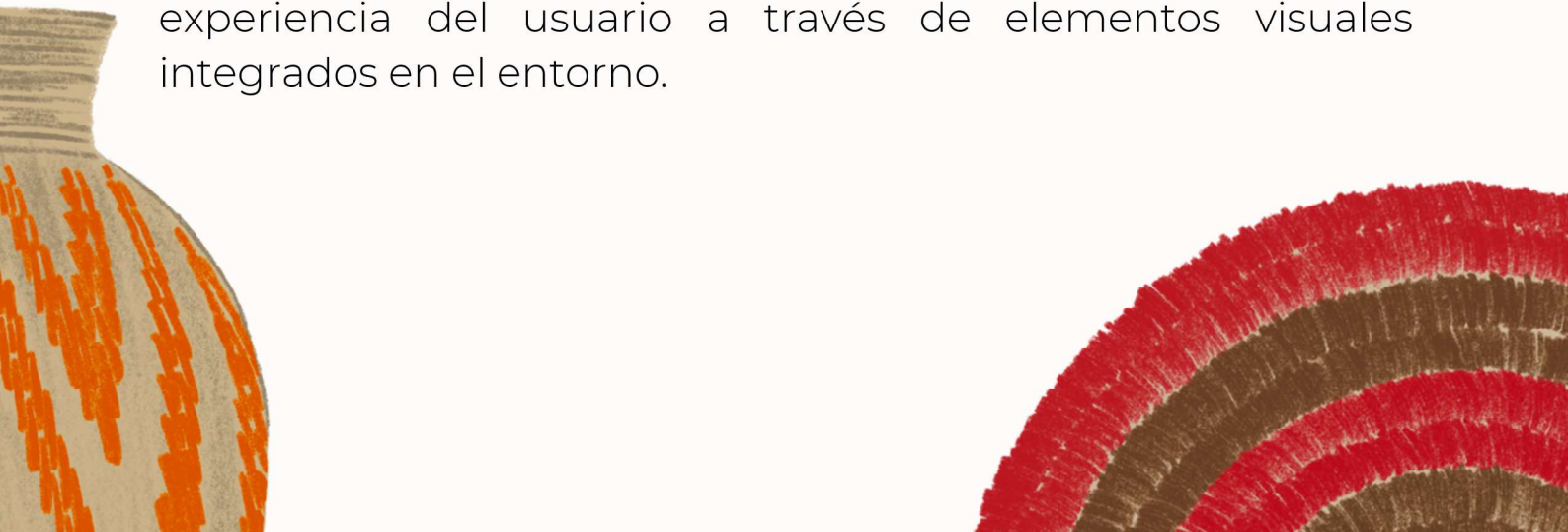
MARCO DE REFERENCIA



Este marco de referencia abarca varios conceptos fundamentales que guían el proyecto caminos que conectan galería Alameda.

Joan Costa (1989) define la señalética como “una disciplina de comunicación característica de nuestra civilización de la movilidad social” (p. 12), subrayando su papel crucial en la orientación en entornos dinámicos y en constante cambio. Este concepto es esencial para entender la función de la señalética en la Galería Alameda Cali, donde la orientación efectiva es clave para mejorar la experiencia del visitante.

Además, **la gráfica ambiental**, según **Debora Sussman (1984)**, tiene “la capacidad del diseño de transformar entornos y narrar historias visuales”. Este enfoque es relevante para el proyecto, ya que la gráfica ambiental puede transformar el espacio de la galería y enriquecer la experiencia del usuario a través de elementos visuales integrados en el entorno.





MARCO DE REFERENCIA

Por otro lado, **Andrea Ordoñez (2010)** describe la arquigrafía como “la integración de elementos de comunicación gráfico-visuales estáticos y/o dinámicos aplicados al entorno construido o arquitectónico”. Este concepto se aplica directamente al diseño de señalética en la galería, donde la combinación de elementos gráficos con el entorno arquitectónico debe ser cuidadosamente considerada para lograr una comunicación efectiva.

Claudia Rojas Rodríguez, por su parte, resalta que el diseño con conciencia social representa una invitación a reflexionar sobre el poder de las mediaciones creativas. Según **Rojas Rodríguez (2022)**, el diseño debe ser concebido como una herramienta de participación en procesos de transformación que contribuyan a nuevas realidades y futuros inclusivos, impactando positivamente a todos. La combinación de prácticas de diseño con métodos de investigación social, especialmente la etnografía, permite una mejor comprensión de las conductas y acciones de las personas durante la interacción con los productos diseñados.



METODOLOGÍA

Diseño centrado en el usuario & Desing Thiking

Planteamiento de objetivos específicos.
Definir metodología

INSPIRACIÓN

Marco de referencia
Observación física
Benchmarking
Mapa de actores.
Mapa de empatía
Desing Kit
Gira de la experiencia
Definición del problema

Co-Diseño participativo
¿Cómo podríamos?
Brainstorming

IDEACIÓN

Teoría del cambio
Sesión de Co-creación
Moodboard
Bocetación

Focus grupop
Feedback
(Retroalimentación)

VALIDACIÓN

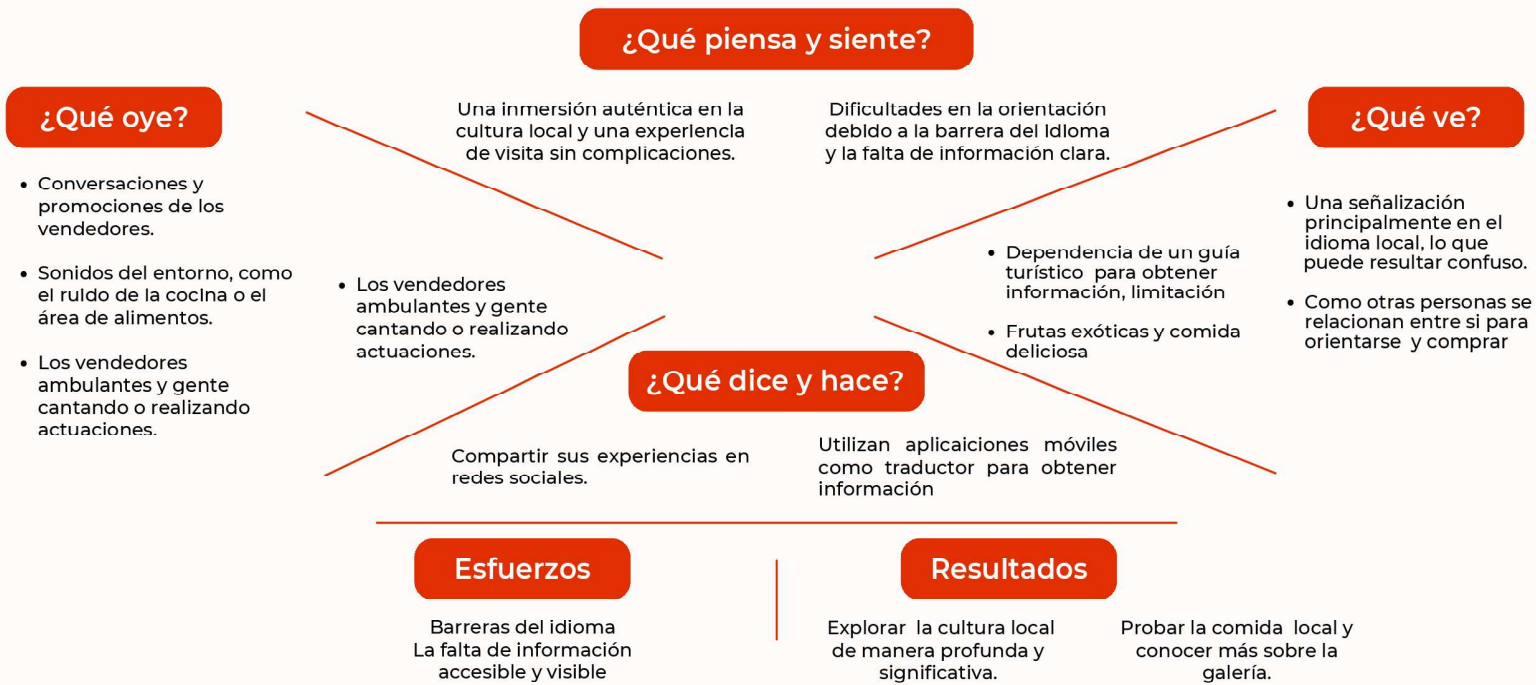


MAPA DE ACTORES

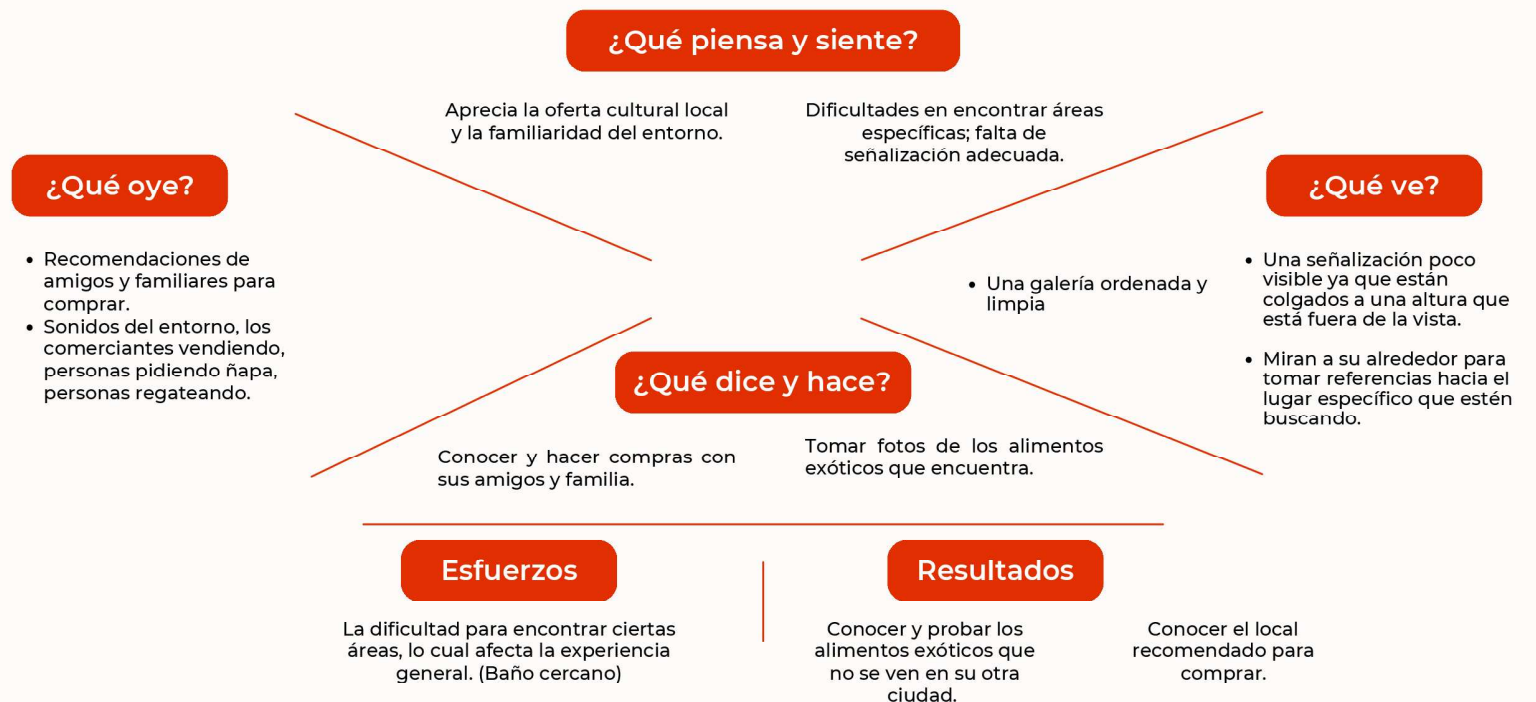
El mapa de actores de mi proyecto, identifica y clasifica a las partes interesadas, tanto internas como externas, que influyen o son afectadas por el sistema de señalético en la Plaza de mercado la Alameda. Este análisis permite comprender sus roles, intereses e influencia, facilitando la toma de decisiones para desarrollar soluciones que respondan a las necesidades de todos los involucrados.



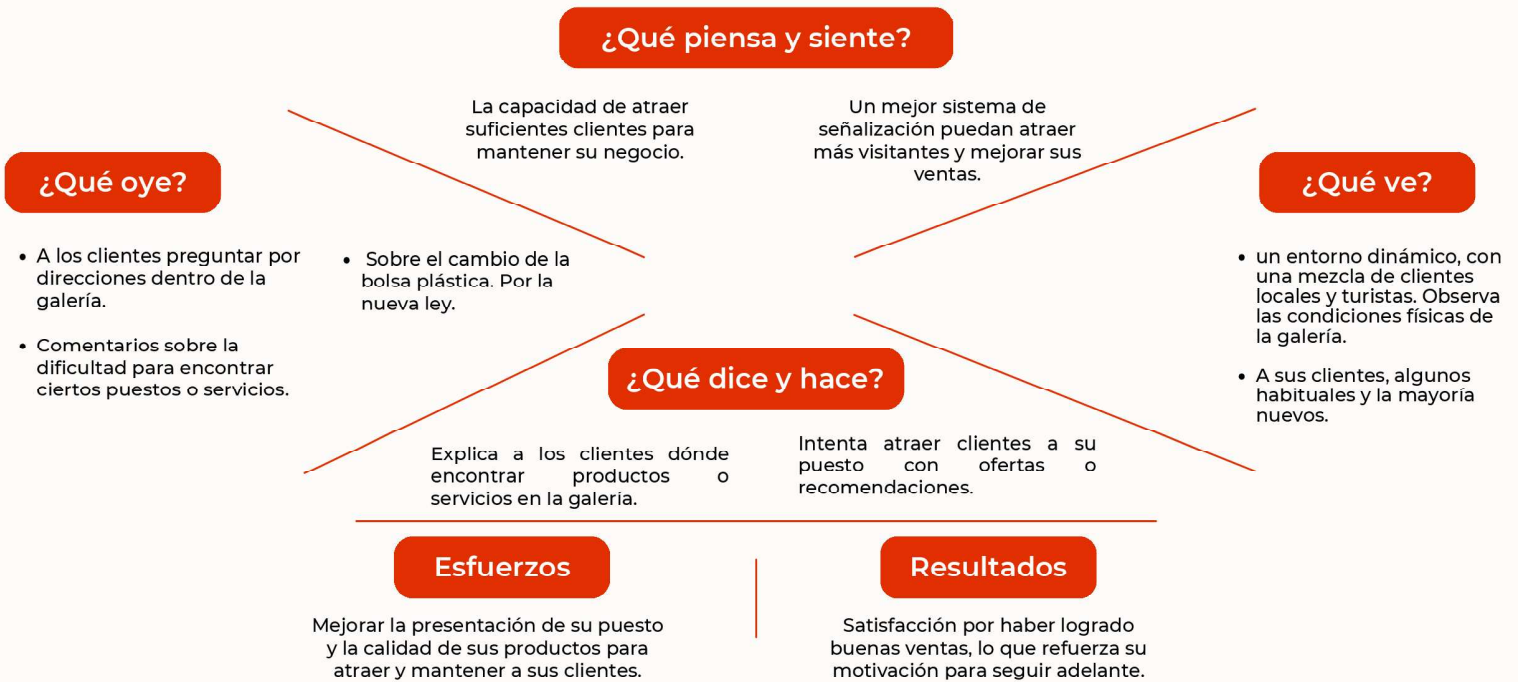
MAPA DE EMPATÍA - TURISTA EXTRANJERO



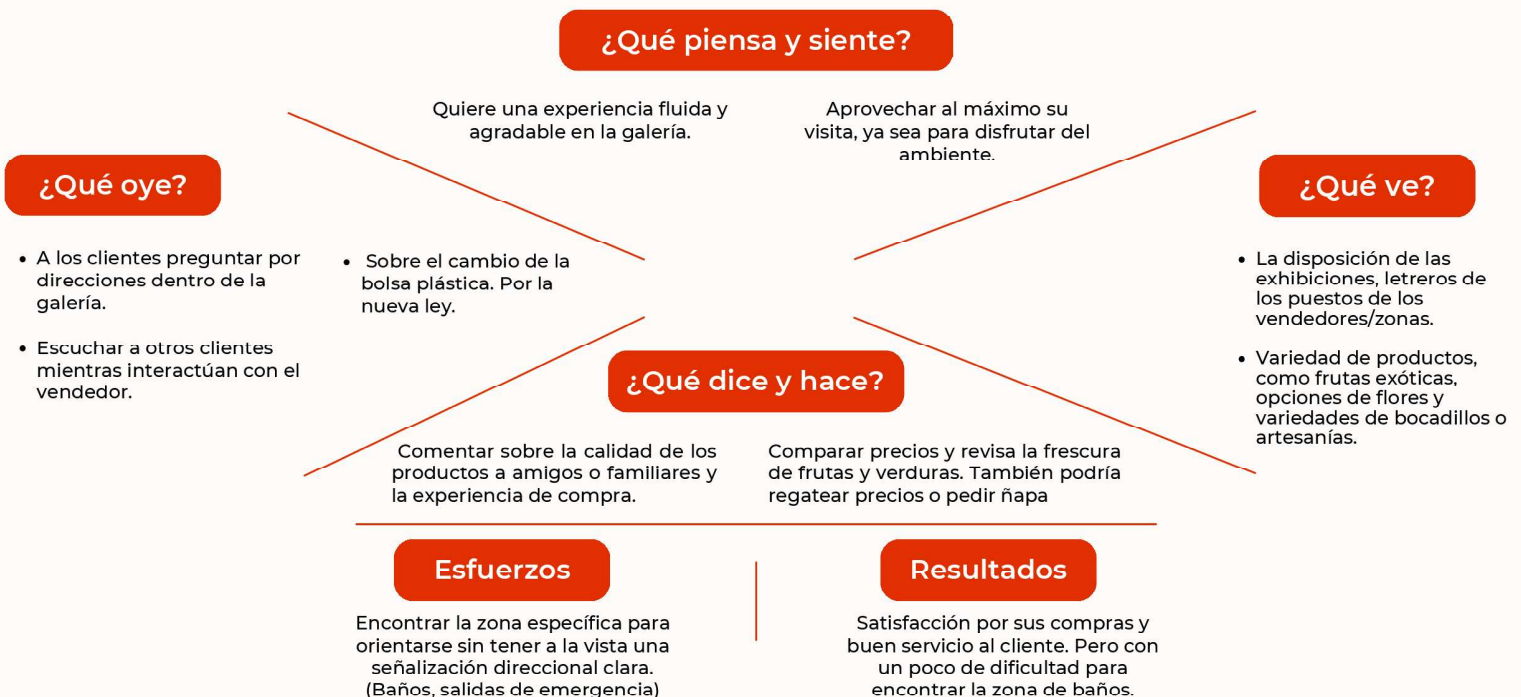
MAPA DE EMPATÍA - TURISTA LOCAL



MAPA DE EMPATÍA - EL COMERCIANTE



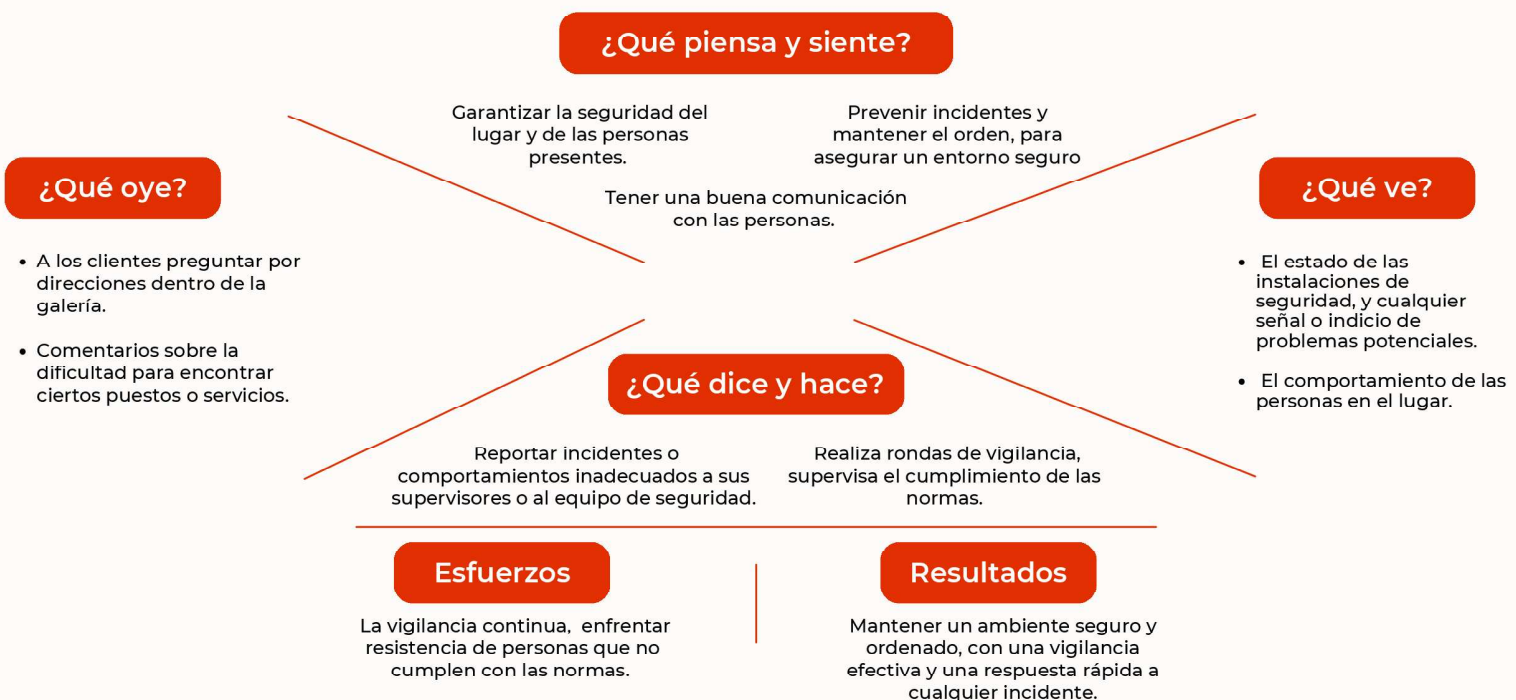
MAPA DE EMPATÍA - EL COMPRADOR



MAPA DE EMPATÍA - EL COMENSAL



MAPA DE EMPATÍA - GUARDA DE SEGURIDAD



MOODBOARD DEL ESPACIO



Diana Catalina Bayona Farfán (Fotografías propias, 16 de Agosto de 2024)

MOODBOARD DEL ESPACIO



Diana Catalina Bayona Farfán (Fotografías propias, 16 de Agosto de 2024)

HERRAMIENTA

GIRA DE LA EXPERIENCIA

<p>¿Cuál es el enfoque de esta gira?</p> <p>Buscar tipos de señalización que hay en la Galería la Alameda</p>	<p>¿Quién está Involucrado?</p> <p>Los visitantes locales, extranjeros. Los comerciantes Personal Operario (Seguridad</p>	<p>Servicio al cliente (secretaria) Junta Directiva Servicios generales ASOALAMEDA (Servicio de limpieza)</p>	<p>¿Qué funciona bien?</p> <p>Información de textos de grandes. Iconos obvios. Mapas a gran escala. Diferenciación en el color (por ejemplo la señalización de la zona de wifi) El color de los # de emergencia.</p>
<p>¿Qué información es usada? ¿Qué hace falta?</p> <p>Área de almacenamiento productos químicos. Información direccional Puntos de evacuación (salidas de emergencia) Mapas de la galería. Zona de baño, punto de encuentro, buzón de sugerencia, zona wifi. Administrativa: Horario de atención Horario de apertura y cierre. Aviso de cámaras de seguridad. Manejo del extintor. Horario de pilas de agua. Explicación de los puntos ecológicos Restrictiva artículos (prohibido la venta ambulantes) Consumo de tabaco (Humo) Prohibido el ingreso de mascotas.</p>		<p>¿Qué no funciona bien?</p> <p>Capacidad del material (resistente) Visibilidad y la capacidad de atracción en los Códigos Qr Aprovechamiento del espacio (columnas, paredes) Los colores de la señalización porque se camufla con el color verde de la pared.</p>	<p>¿Qué se puede mejorar?</p> <p>Textos informativos pequeños como (ARTICULOS) Estructura y composición en la forma de la señalización (Direccional) Posición (Ubicación) de la señalética.</p>

<p>¿Cómo es el entorno?</p> <p>Limpio un poco estrecho. Hay mucha gente. Es ruidoso Grande cultural Vibrante Dinámico (Mucho boleo hasta el medio día) Amigable Potencial Seguro.</p>	<p>¿Qué material son usados?</p> <p>Carteles de tela Papel Forrado en plástico duro. Acrílico Pintado en la pared. (Pintura) Adhesivo. Madera Sublimación de tela. Lona Cartulina Propalcote.</p>	<p>¿Cuáles son las practicas observadas?</p> <p>Implementación del código QR (proporcionar acceso rápido) La señalización (algunas no están a la vista) porque están colgados muy alto. Otros están tapados por cajas. Desgastados por lo viejo. Impresión a tamaño carta (pequeño) pintado en la pared (baño publico) Los puntos de encuentro están grandes y ubicados en cada punto de salida. Señalética pegada en las puertas del garaje enrollable.</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

HERRAMIENTA DEFINICIÓN DEL PROBLEMA



<p>¿Cuál es el problema clave?</p> <p>Desarrollar un sistema de señalización que optimice la orientación y mejore la experiencia del visitante.</p>	<p>¿Para quien es un problema?</p> <p>Los visitantes locales, extranjeros y comerciantes</p>	<p>¿Qué Factores sociales/culturales componen este problema?</p> <p>Las palabras técnicas</p> <ul style="list-style-type: none">• informar y explicar.• Que sea clara y sencilla de entender. <p>Tener en cuenta las necesidades (parte visual, los formatos a gran visibilidad y accesibilidad.</p>
<p>¿Por qué es tan importante?</p> <p>Refuerza la imagen del lugar (Identidad) Refleja el cuidado de la plaza. Facilitará una orientación Suficiente. Actualmente tiene una gran influencia de visitantes. La mayoría no sabe a existencia de algunas zonas</p>	<p>Integrar el idioma universal (Inglés) Generaría una exploración mas visual y una experiencia satisfactoria. Incentiva la exploración (atraer y retener visitantes) Se destacaría más la ubicación de las zonas.</p>	<p>Reglamento de las normas del diseño o representación del uso de los símbolos, colores (NTC) Manejar un lenguaje estándar - neutro. Expectativas: lo que se considera atractivo y funcional</p> <p>¿Puedes pensar este problema desde otro enfoque diferente?</p> <p>Pensar en la señalización desde un enfoque histórico que enriquezca la experiencia y conocimiento del espacio. (Cercanía) Crear una señalización dinámica. Señalización que cree vínculos con los visitantes a partir de mensajes.</p>



BENCHMARKING



Análisis y evaluación de proyectos relacionados con la investigación "**Caminos que Conectan Galería Alameda**". Se revisaron plazas de mercado (**nivel sectorial**) y proyectos en parques, calles y ciudades (**no sectorial**) con enfoques en señalización y experiencia de usuario.

Innovación y experiencia: Grado de originalidad y aporte a la experiencia del usuario.

Nivel de interacción con el usuario: Clasificación en alta, media o baja según la participación activa que promueve.

Eficacia del Diseño Visual: Claridad y atractivo en la comunicación de la información.



PLAZA DE MERCADO LA CONCORDIA - BOGOTÁ



Oscar & Milli (2022, 22 de Julio). Conociendo el mercado de la concordia en el centro de Bogotá. [video]. YouTube. https://m.youtube.com/watch?si=3Z4QO6v_vII1bsl8&v=CdocOoSGcxw&feature=youtu.be

PLAZA DE MERCADO JAMUNDI



Magazin Pacifico. (2023, 20 de Diciembre). La nueva plaza de mercado Jamundi.[video].
YouTube.<https://m.youtube.com/watchsi=nWuk4Gym1rPMxBv&v=kCxFIOSdL3Q&feature=youtu.be>

PLAZA DE MERCADO LA PERSEVERANCIA



Leon On The Way. (2021, 19 de Septiembre). La plaza de mercado más famosa de Bogotá "LA PERSEVERANCIA". [video]. YouTube. <https://m.youtube.com/watch?si=wNMQkjUOWVjmficC&v=QErPOul3jXk&feature=youtu.be>

PLAZA DE MERCADO 12 OCTUBRE - BOGOTÁ



IPES Bogotá. (2023, 7 de Julio). Tour turístico Plaza Distrital de Mercado 12 de octubre. [video]. YouTube. <https://m.youtube.com/watch?v=3h3ciU2dHFY&t=4s&pp=ygUeUGxhemEgZGUgbWVvY2FkbyAxMiBkZSBvY3RlYnJl>

Luisa Salguero. (2020, 8 de Diciembre). Video final plaza 12 de octubre. [video]. YouTube. <https://m.youtube.com/watch?v=E7CsfvxUdi0&pp=ygUeUGxhemEgZGUgbWVvY2FkbyAxMiBkZSBvY3RlYnJl>

PLAZA DE MERCADO 7 AGOSTO - BOGOTÁ



Trendiando. (2019, 10 de Septiembre). La plaza de mercado del barrio 7 de agosto en Bogotá. [video]. YouTube. <https://m.youtube.com/watch?si=9-7TilWrI7H0lrx&v=ljbcwCDoGz94&feature=youtu.be>

PLAZA DE MERCADO DE PALMIRA



Renunciamos y viajamos. (2023, 1 de Octubre). Mercado en LA GALERÍA DE PALMIRA 🌿 | Así es la plaza de mercado de nuestra ciudad. [video]. YouTube. https://m.youtube.com/watch?v=hkEAQU_2prM&pp=ygUYUGxhemEgZGUgbWVyY2FkbyBwYWxtaXJh

MATRÍZ DE DOBLE ENTRADA



Proyectos	Innovación y experiencia	Nivel de interacción	Eficacia del Diseño V	Total
Plaza de mercado Envigado - Medellín	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	14/20
Plaza de mercado La Concordia - Bogotá	● ● ● ● ●	● ●	● ● ● ● ●	10/20
Plaza de mercado Jamundi	● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ● ●	10/20
Plaza de mercado La Perseverancia - Bogotá	● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ● ●	11/20
Plaza de mercado 12 de Octubre - Bogotá	● ● ● ● ●	● ●	● ● ● ● ●	10/20
Plaza de mercado 7 de Agosto - Bogotá	● ●	● ●	● ● ● ●	7/20
Plaza de mercado Palmira	● ● ● ●	● ●	● ● ● ●	8/20
Total	24	19	28	70

Benchmarking Sectorial
Elaboración Propia



MUSEO DE ANTIOQUIA



BRENT CROSS TOWN, UNA CIUDAD-PARQUE



Gráfica . (s. f.). La señalética para Brent Cross Town, una ciudad-parque que aspira a ser el pulmón de Londres. Consultado el 5 de Agosto de 2024. <https://grafica.info/la-senaletica-para-brent-cross-town-una-ciudad-parque-de-londres-que-aspira-a-convertirse-en-un-pulmon-de-la-ciudad/?amp=1>

WALT DISNEY WORLD



Diseñadorasgráficas . (s. f.). Señalización Walt Disney world y Euro Disney - 1980. Consultado el 5 de Agosto de 2024. <https://graffica.info/la-senaletica-para-brent-cross-town-una-ciudad-parque-de-londres-que-aspira-a-convertirse-en-un-pulmon-de-la-ciudad/?amp=1>

MANGROVE ECOLOGICAL PARK



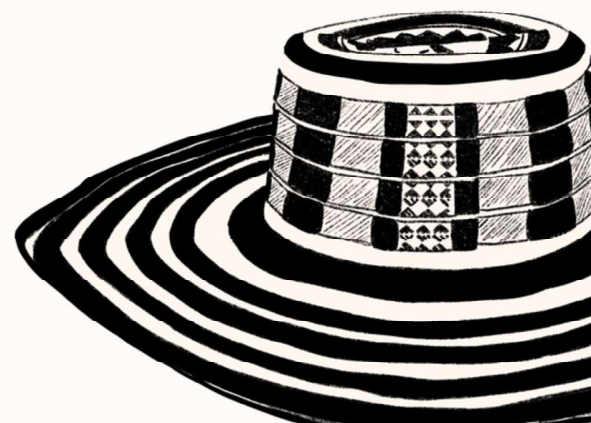
CENTRO MATERNO INFANTIL DEL HOSPITAL DURAND



MATRÍZ DE DOBLE ENTRADA

Proyectos	Innovación y experiencia	Nivel de interacción	Eficacia del Diseño V	Total
Museo de Antioquia	● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ●	12/20
Brent Cross Town	● ● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ● ●	14/20
Walt Disney World	● ● ● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ● ●	14/20
Mangrove Ecological Park	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●	15/20
Centro Materno Infantil hospital de Durand ARG	● ● ●	● ● ● ●	● ● ● ●	11/20
Total	22	21	23	66

Benchmarking No Sectorial
Elaboración Propia



ANÁLISIS DEL APRENDIZAJE

SECTORIAL

La Plaza de Mercado Envigado

Puntaje Destacado 14/20 por su diseño estético y funcional. También por la experiencia que genera al visitante.

Inaugurada el 30 de julio de 2023.

La Plaza de Mercado Envigado y la Plaza de la Perseverancia

*Obtuvieron el mayor puntaje en el criterio de **eficacia del diseño**, destacándose por capturar la esencia local, reflejar historias visualmente y utilizar elementos que atraen la atención de los visitantes.*

NO SECTORIAL

Mangrove Ecological Park

*Obtuvo un mayor puntaje de 15/20 por **innovación y experiencia y eficacia del Diseño**. Se puede observar mucho su estructura orgánica y simplicidad icono gráfica.*

***Brent Cross Town** se resalta por su **innovación y experiencia y eficacia del diseño**. En la manera que los visitantes ciclistas se animaban mas al saber cuanto les falta llegar a su destino. (Generando asi una experiencia) También por la forma de la señalización que se adapta a los elementos arquitectónicos.*



REQUERIMIENTOS DEL DISEÑO

Necesidades Requerimientos tipo Descripción

Mantener la esencia gráfica y los valores de la plaza de mercado.	Incorporar elementos gráficos y cromáticos representativos de la plaza.	E.C	Desarrollo gráfico que refleje tradición y autenticidad.
Facilitar la ubicación de las personas en cada zona y mejorar su experiencia.	Diseñar un sistema de señalético claro, visible con indicaciones bilingües (español e inglés).	F.O	Creación de piezas señaléticas identificativas en varios puntos estratégicos.
Los visitantes entiendan fácilmente la ubicación de cada espacio en el mercado a partir del directorio.	Crear un directorio que tenga algunos íconos universales con otros que son parte de la identidad de la plaza, asegurando que sean comprensibles para todos.	T.C	Desarrollo de un sistema visual coherente que utilice íconos universales con toques locales, asegurando comprensión inmediata.
Crear una señalética con una estructura accesible y acogedora, evitando un diseño rígido.	Diseñar cada pieza con forma curvada, tipografía legible y formato horizontal, para asegurar visibilidad y accesibilidad.	E.C	Utilizar materiales económicos pero de alta calidad, resistentes a las condiciones climáticas, y asegurar un diseño con texto legible, contraste adecuado de colores.



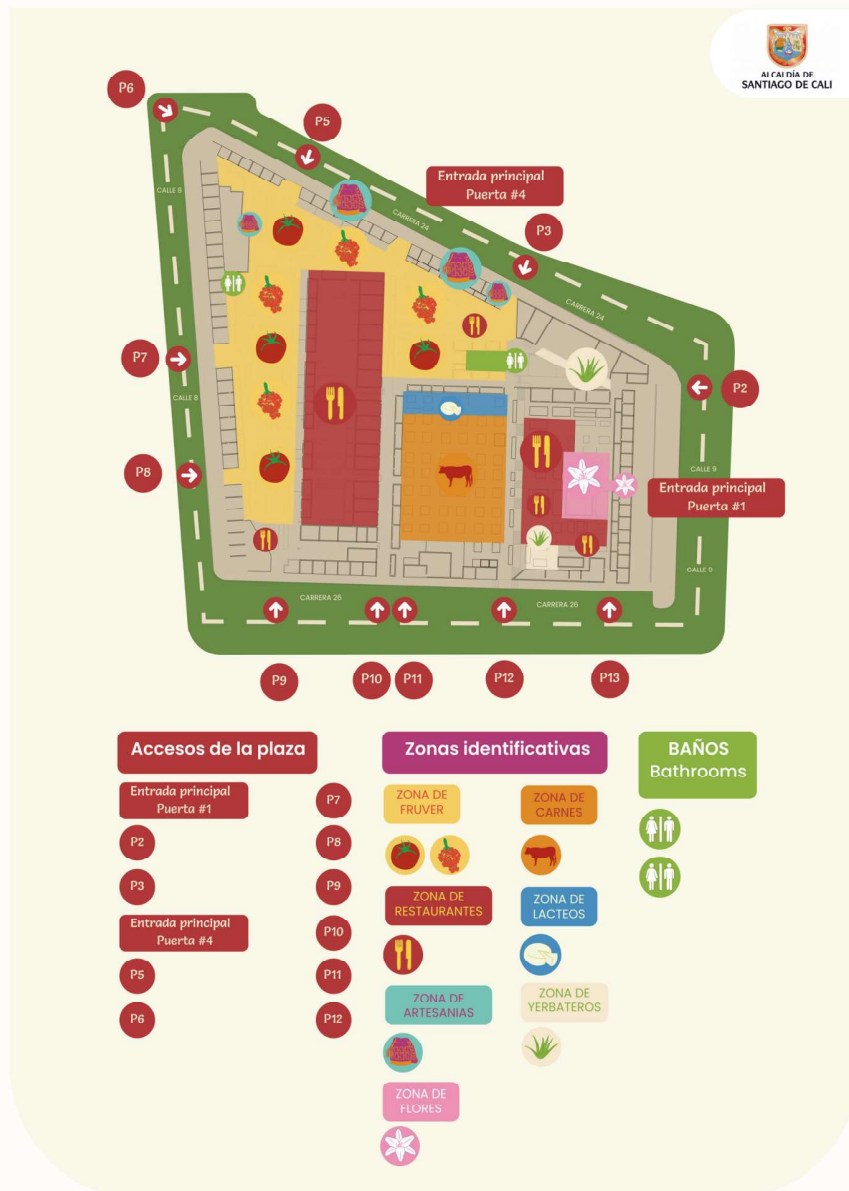
SISTEMA DE PRODUCTO

SEÑAL ORIENTATIVA - DIRECTORIO

Orientación del Formato: Vertical.

Dimensiones Reales: 140 cm de ancho x 100 cm de alto.

Estructura: tótem



SISTEMA DE PRODUCTO

SEÑAL ORIENTATIVA - DIRECTORIO

Mapa de la plaza de mercado la Alameda

Dimensiones Reales: 69,116 cm ancho x 66,08 cm de alto.

Forma del espacio: El área tiene una forma triangular irregular con tres calles principales alrededor (Calle 8, Carrera 24, Calle 9 y Carrera 26).

Entradas principales: Se destacan dos entradas principales, identificadas como Puerta #1 y Puerta #4.

Accesos:

El mapa indica un total de 13 entradas, las cuales están claramente enumeradas y señalizadas con flechas blancas para facilitar la orientación.



SISTEMA DE PRODUCTO

SEÑAL ORIENTATIVA - DIRECTORIO Diseño Iconográfico



Diseño de sistema Iconográfico

Se crearon iconos ilustrativos de estilo plano, cada uno asignado con un color distintivo que representa su respectiva zona. En total, se diseñaron 10 iconos.

	C: 47 R: 137 M: 15 G: 179 Y: 85 B: 69 k: 3 #89B344		C: 5 R: 241 M: 9 G: 231 Y: 18 B: 208 k: 0 #F1E9D0
	C: 87 R: 65 M: 27 G: 142 Y: 4 B: 189 k: 0 #438EBD		C: 13 R: 222 M: 50 G: 139 Y: 91 B: 36 k: 2 #DE8A24
	C: 10 R: 233 M: 49 G: 145 Y: 13 B: 178 k: 1 #E892B1		C: 60 R: 116 M: 5 G: 195 Y: 25 B: 184 k: 0 #74C3B8
	C: 27 R: 174 M: 89 G: 51 Y: 65 B: 58 k: 15 #B0353A		C: 5 R: 238 M: 22 G: 205 Y: 67 B: 98 k: 0 #EECD62

SISTEMA DE PRODUCTO

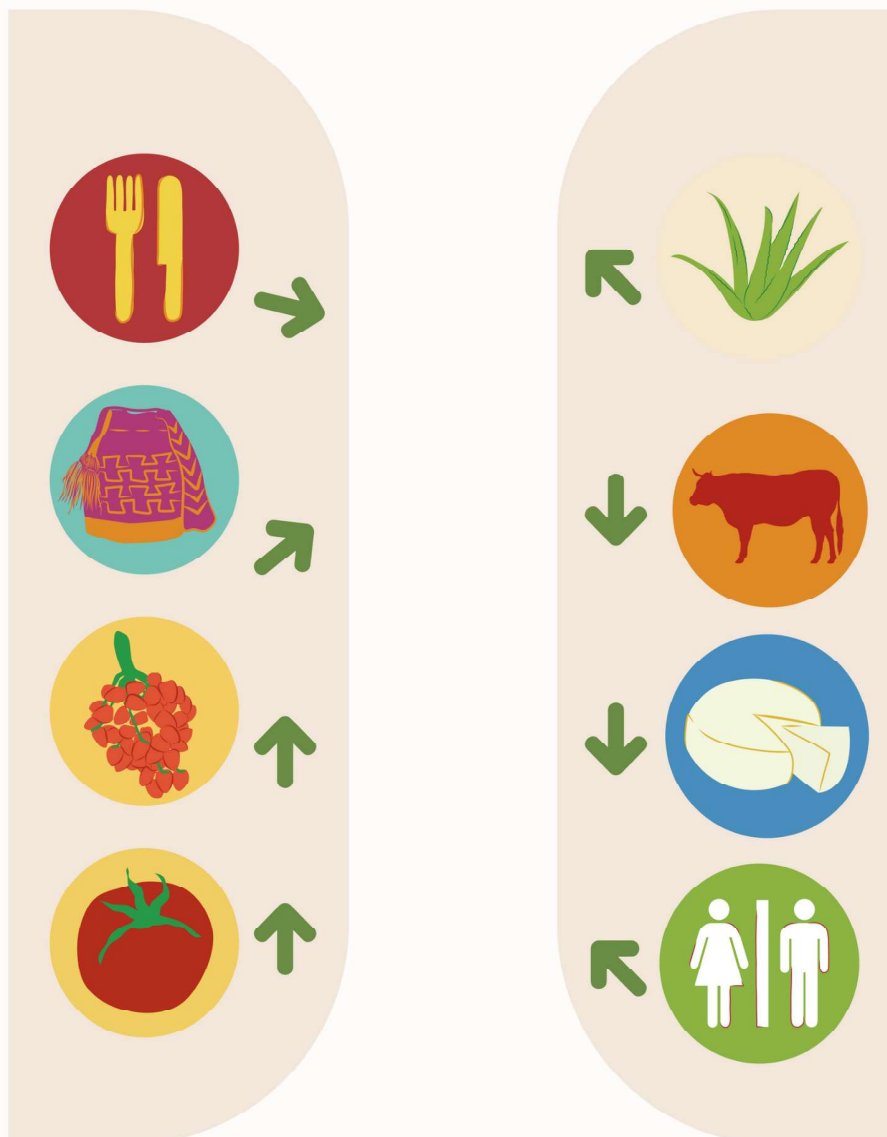
PIEZA DE COMUNICACIÓN - DIRECCIONALES

Señales de rutas

Orientación del Formato: Vertical.

Dimensiones Finales: 1,50 metros de largo x 45 de ancho.

Dimensiones del círculo (Icono): Su medida es de 25 cm de diámetro y la distancia entre ellos es de 10 cm.



SISTEMA DE PRODUCTO

ARQUIGRAFÍA - DISEÑO DE FACHADA

Cantidad: 2 piezas

Orientación del Formato: Horizontal.

Dimensiones Finales: 1 metro de alto x 4 metros de ancho.



SISTEMA DE PRODUCTO

SEÑALÉTICA IDENTIFICATIVAS - SECCIÓN

Orientación del Formato: Horizontal.

Dimensiones Finales: 1 metro de alto x 4 metros de ancho.

Cantidad: 7 zonas



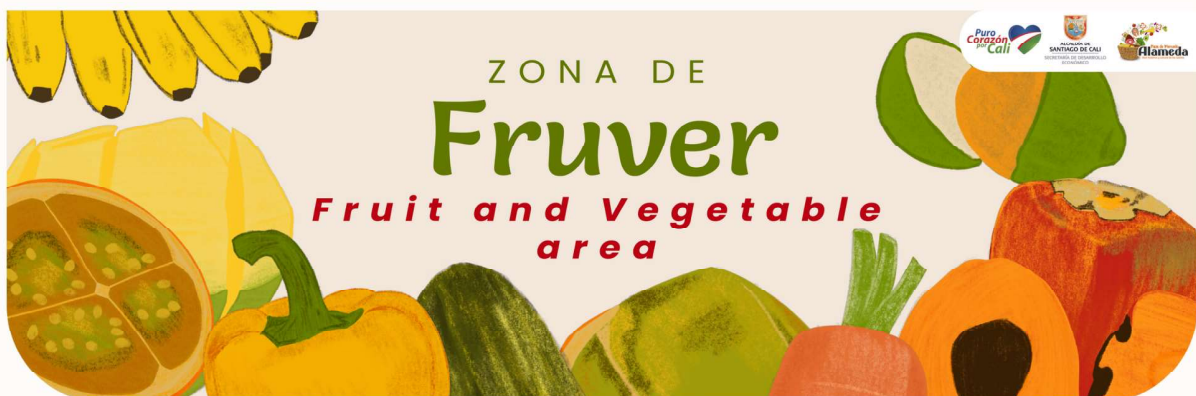
SISTEMA DE PRODUCTO

SEÑALÉTICA IDENTIFICATIVAS - SECCIÓN

Orientación del Formato: Horizontal.

Dimensiones Finales: 1 metro de alto x 4 metros de ancho.

Cantidad: 7 zonas



SISTEMA DE PRODUCTO

SEÑALÉTICA IDENTIFICATIVAS - SECCIÓN

Orientación del Formato: Vertical

Dimensiones Finales: 2 metros de alto x 3 metros de ancho

Zonas de baños



Sánchez, F. (2024). "Camino que conectan: Galería La Alameda". [Render digital]. Proyecto presentado en la asignatura PDCV, Pontificia Universidad Javeriana Cali.



Sánchez, F. (2024). "Camino que conectan: Galería La Alameda". [Render digital]. Proyecto presentado en la asignatura PDCV, Pontificia Universidad Javeriana Cali.



Sánchez, F. (2024). "Caminos que conectan: Galería La Alameda". [Render digital]. Proyecto presentado en la asignatura PDCV, Pontificia Universidad Javeriana Cali.





Sánchez, F. (2024). "Caminos que conectan: Galería La Alameda". [Render digital]. Proyecto presentado en la asignatura PDCV, Pontificia Universidad Javeriana Cali.



Sánchez, F. (2024). "Caminos que conectan: Galería La Alameda". [Render digital]. Proyecto presentado en la asignatura PDCV, Pontificia Universidad Javeriana Cali.



Sánchez, F. (2024). "Caminos que conectan: Galería La Alameda". [Render digital]. Proyecto presentado en la asignatura PDCV, Pontificia Universidad Javeriana Cali.



REFERENTES



Los sabores de la icónica galería Alameda. (s. f.). *Cali.gov.co*. <https://www.cali.gov.co/turismo/publicaciones/180019/los-sabores-de-laiconica-galeria-alameda/>



Hace 90 años fue inaugurado uno de los barrios más tradicionales de Cali: Alameda. (s. f.). *Cali.gov.co*. <https://www.cali.gov.co/gobierno/publicaciones/155793/hace-90-anos-fueinaugurado-uno-de-los-barrios-mas-tradicionales-de-cali-alameda/>



CEB sas. (2016, 14 de Junio). Diseño de señalética Museo de Antioquia. [video]. Vimeo. <https://vimeo.com/170636714>



Gráfica . (s. f.). La señalética para Brent Cross Town, una ciudad-parque que aspira a ser el pulmón de Londres. Consultado el 5 de Agosto de 2024. <https://graffica.info/la-senaletica-para-brent-cross-town-una-ciudad-parque-de-londres-que-aspira-a-convertirse-en-un-pulmon-de-la-ciudad/?amp=1>



Diseñadorasgraficas . (s. f.). Señalización Walt Disney world y Euro Disney - 1980. Consultado el 5 de Agosto de 2024. <https://graffica.info/la-senaletica-para-brent-cross-town-una-ciudad-parque-de-londres-que-aspira-a-convertirse-en-un-pulmon-de-la-ciudad/?amp=1>



Daria Yang (2021, 15 de Diciembre). Mangrove Ecological Park. <https://www.behance.net/gallery/133290339/>



Ronald Shakespear (1976). Centro Materno Infantil del Hospital Durand <https://shakespearweb.com/portfolio-item/hospitales-municipales/>



Del Mundo, M., & Latorre, C. (2022). Diferencia. Agencia Gallega de Innovación.



Rojas Rodríguez, C. (2022). Las técnicas etnográficas como herramientas de apoyo para el diseño del bienestar de las poblaciones especiales.



SirturValle & Secretaría de Turismo del Valle del Cauca. (s. f.). Medición del sector de turismo Valle del Cauca 2023. *Turismo Valle del Cauca*.



.Gómez, A. O. (2010). Señalética [Documento de Word]. Archivo personal.



Gómez, A. O. (2010). Arquigrafía [Documento de Word]. Archivo personal. Documento sin título. (n.d.). Recuperado de http://132.248.9.195/pdbis/267471/267471_05.pdf



INSTORE. (n.d.). Señalización, señalética y cartelería: Todo lo que necesitas saber. Recuperado de <https://www.instore.es/senalizacion-senaletica-y-carteleria-todo-lo-que-necesitas-saber/>



Rull S.L. (n.d.). Tipos de señalética corporativa. Recuperado de <https://www.linkedin.com/pulse/tipos-de-señalética-corporativa-rull-s-l/>



AIGA. (n.d.). Resources: Symbol Signs. Recuperado de <https://www.aiga.org/resources/symbol-signs>

