

Arq. Francisco Haroldo
Alfaro Salazar Director de
la División Ciencias y
Artes para el Diseño UAM
Xochimilco

TALLER LU'UM

Informe final de Servicio Social

Periodo del 26 de Mayo de 2025 al 26 de Noviembre de 2025

Proyecto: TALLER LU'UM Clave: XCAD000800

Responsable del Proyecto: Ángel Cruz Hernández

Asesor Interno: Mtro. Miguel Ángel Vázquez Sierra

Alumno: Villegas Garcia Damian

Matrícula: 2213060598

Licenciatura: Diseño Industrial

División de Ciencias y Artes para el Diseño

Cel.: 5634319774

Correo electrónico: 2213060598@alumnos.xoc.uam.mx

Índice.

Introducción
Objetivos Generales
Actividades Realizadas
Metas Alcanzadas
Resultados y Conclusiones
Recomendaciones
Bibliografía / Referencias electrónicas
Anexos.

INTRODUCCION

El presente informe tiene como finalidad exponer las actividades realizadas durante el periodo de Servicio Social comprendido del 26 de mayo al 26 de noviembre de 2025, llevado a cabo en LUUM, espacio dedicado al desarrollo de proyectos creativos enfocados en el diseño, la producción artesanal y la promoción de prácticas colaborativas. Desde una perspectiva vinculada al Diseño Industrial, mi participación se orientó principalmente al área de comunicación visual y producción audiovisual, integrando herramientas de representación visual como medio estratégico para fortalecer la identidad del proyecto.

Dentro de este contexto, una parte fundamental de mi experiencia estuvo centrada en la documentación y promoción de los espacios del edificio Kasakichnatic, punto clave para las actividades creativas y colaborativas que se desarrollan en LUUM. A través de fotografía arquitectónica y documental, así como de la producción de contenido en video, mi labor consistió en capturar la esencia del espacio, su materialidad, atmósfera y dinámica de uso, con el objetivo de proyectar una imagen coherente y atractiva hacia públicos externos.

De manera complementaria, participé en la generación y actualización de materiales visuales destinados al sitio web y otras plataformas digitales, contribuyendo a la construcción de una narrativa visual que comunicara los valores, procesos y alcances del proyecto. Esta experiencia permitió vincular los conocimientos adquiridos en la formación académica del Diseño Industrial –como la observación del espacio, el análisis de la forma y la comprensión del usuario– con herramientas de comunicación visual aplicadas en un entorno profesional real.

El Servicio Social en LUUM representó una oportunidad para explorar la relación entre diseño, espacio y representación visual, comprendiendo que la documentación fotográfica y audiovisual no solo registra, sino que también interpreta y proyecta identidad. Esta experiencia fortaleció mis capacidades técnicas y creativas, así como mi criterio profesional en la construcción de discursos visuales estratégicos, aportando de manera significativa a mi desarrollo como diseñador industrial.

OBJETIVOS GENERALES

Desarrollar un proceso integral de intervención desde el diseño industrial dentro del taller y showroom LU'UM, enfocado en el análisis, diagnóstico y optimización de los elementos físicos, espaciales, materiales y comunicativos que conforman su dinámica operativa y comercial, con la finalidad de fortalecer la valorización de la artesanía mexicana y consolidar su identidad como espacio de exhibición, producción y comercialización cultural.

ACTIVIDADES REALIZADAS

Durante el periodo de servicio social realizado en el taller LU'UM, se llevaron a cabo diversas actividades enfocadas en el análisis, documentación, generación de contenido visual, propuestas estratégicas y optimización de espacios, con el objetivo de fortalecer la identidad del proyecto, mejorar su difusión y contribuir a su posicionamiento dentro del mercado.

En una primera etapa, correspondiente al mes de junio, se desarrolló un proceso de análisis, apreciación y documentación fotográfica de los productos artesanales. Esta actividad tuvo como finalidad comprender a profundidad las características formales, materiales y culturales de cada pieza, así como su valor dentro del mercado. A partir de este análisis, se implementaron nuevas estrategias de registro visual mediante la toma de fotografías a detalle, generales y complementarias, lo que permitió generar contenido más atractivo y funcional para su difusión en distintos medios. Este proceso contribuyó directamente a mejorar la presentación de los productos, facilitando su promoción y optimizando su potencial de venta.

De manera complementaria, se realizó un análisis específico de los materiales utilizados en los productos, con el propósito de resaltar sus cualidades y reforzar el vínculo entre el objeto y su origen artesanal. Este ejercicio permitió comunicar de forma más clara la identidad del proyecto, destacando el uso de materiales naturales y técnicas tradicionales como elementos diferenciadores dentro del mercado.

Durante el mes de julio, las actividades se orientaron al análisis y adecuación de espacios dentro de KASA KICHANTIC. Se llevó a cabo la preparación de distintas áreas de trabajo y espacios de co-working para la realización de registros fotográficos, considerando aspectos como iluminación, composición, distribución y orden del entorno. El objetivo fue representar de manera clara y atractiva las cualidades de cada espacio, enfatizando su funcionalidad y posibilidades de uso.

En esta etapa también se desarrolló un enfoque en el aprovechamiento del espacio, mediante la observación y documentación de distintas áreas como oficinas, salas de juntas, accesos y showroom. Este análisis permitió generar una visión integral del entorno, facilitando la identificación de áreas de oportunidad para su mejora y optimización.

Posteriormente, en el mes de agosto, se elaboraron propuestas de intervención para la entrada principal del showroom, con el objetivo de mejorar la experiencia del usuario desde su primer contacto con el espacio. Estas propuestas incluyeron estrategias de aprovechamiento espacial, reorganización de elementos existentes y planteamientos de rediseño que buscaban generar un mayor impacto visual.

Dentro de estas propuestas, se contempló el uso de materiales naturales como carrizo, ixtle, mimbres y otras fibras orgánicas, con la intención de reforzar la identidad artesanal del lugar. Asimismo, se exploraron alternativas de redistribución del mobiliario, particularmente en el área central del showroom, buscando lograr un equilibrio entre funcionalidad, estética y viabilidad económica.

De forma paralela, se trabajó en la optimización de la página web del proyecto, con el objetivo de mejorar su funcionamiento y facilitar la visualización del contenido generado.

Adicionalmente, se llevaron a cabo actividades de organización interna, como la clasificación, limpieza y acomodo de materiales bibliográficos dentro del espacio de trabajo. Estas tareas incluyeron la elaboración de listados digitales para un mejor control, así como la correcta distribución de los elementos en el mobiliario disponible, contribuyendo al orden y funcionalidad del entorno laboral.

Durante el mes de septiembre, las actividades se enfocaron en el desarrollo de un plan estratégico de marketing para la integración de una nueva cafetería dentro del espacio de KASA KICHANTIC, donde se ubica el taller LU'UM. Este proyecto tenía como finalidad lograr una adecuada armonización entre la cafetería, el edificio y las distintas marcas presentes en el lugar.

En este contexto, se desarrollaron diversas propuestas de colaboración entre los distintos actores, con el objetivo de generar sinergias que fortalecieran la identidad del espacio y mejoraran la experiencia del usuario. Dichas propuestas abordaron aspectos relacionados con diseño, comunicación y posicionamiento, permitiendo establecer una base conceptual sólida para la integración del nuevo servicio. Aunque estas propuestas no fueron implementadas en su totalidad, representaron un ejercicio estratégico relevante dentro del proceso.

Finalmente, durante los meses de octubre y noviembre, las actividades se centraron en la generación de contenido y estrategias de difusión para el proyecto "Mercado el 100", una iniciativa orientada a promover el comercio de productores orgánicos y locales mediante un mercado móvil ubicado en la colonia Roma, en la Ciudad de México.

En esta etapa, se trabajó en el desarrollo de estrategias de comunicación digital con el objetivo de mejorar la presencia del proyecto en redes sociales y ampliar su alcance.

Se realizó un análisis detallado del material fotográfico existente, así como la organización y clasificación del archivo visual, lo que permitió estructurar una comunicación más clara, coherente y atractiva para el público objetivo.

Asimismo, se llevaron a cabo visitas de campo en tres ocasiones, durante las cuales se realizaron entrevistas a productores y participantes del mercado. Estas actividades se complementaron con la captura de material fotográfico enfocado en documentar tanto los productos como la interacción de los usuarios con el espacio. Este proceso permitió generar contenido auténtico y representativo del proyecto, contribuyendo a una difusión más efectiva y alineada con sus valores.

En conjunto, todas estas actividades permitieron fortalecer tanto la identidad visual como la organización interna de los proyectos en los que se participó, además de contribuir al desarrollo de estrategias de comunicación, análisis espacial y propuestas de mejora, consolidando una experiencia integral en el ámbito del diseño, la gestión de proyectos y la promoción de iniciativas con enfoque social y cultural.

METAS ALCANZADAS

Durante el periodo de servicio social en el taller LU'UM, se lograron avances significativos en la mejora de la presentación visual, organización y difusión de los proyectos desarrollados.

Se optimizó la documentación fotográfica de los productos artesanales, generando material visual más atractivo y funcional para su promoción, lo que contribuyó a fortalecer su proyección comercial. Asimismo, se logró una mejor comunicación de su valor mediante el análisis de materiales y procesos, resaltando su identidad artesanal.

En el ámbito espacial, se desarrolló un análisis integral de KASA KICHANTIC, que permitió identificar áreas de oportunidad y proponer mejoras en la distribución y presentación del showroom, integrando criterios de funcionalidad, estética y coherencia con el concepto del espacio.

También se cumplió con la generación de propuestas estratégicas para la integración de una nueva cafetería, estableciendo posibles esquemas de colaboración entre el espacio y las marcas participantes, fortaleciendo la visión de conjunto del proyecto. En cuanto a la difusión digital, se contribuyó a la optimización de la página web y al desarrollo de estrategias de comunicación para el proyecto "Mercado el 100", mediante la organización de contenido, producción fotográfica y realización de entrevistas en campo, lo que permitió mejorar su alcance y conexión con el público.

Finalmente, se logró mejorar la organización interna del espacio de trabajo, favoreciendo un entorno más ordenado y funcional.

En conjunto, estas metas reflejan el desarrollo de habilidades en análisis, comunicación visual, diseño estratégico y gestión de proyectos con enfoque social y comercial.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

El desarrollo de mi servicio social en el taller LU'UM me permitió tener una experiencia mucho más completa de lo que implica trabajar en proyectos reales, especialmente aquellos relacionados con el diseño, lo artesanal y lo cultural. A lo largo de este proceso entendí que el diseño no se limita únicamente a lo visual, sino que también tiene un papel importante en la forma en que se comunica, se percibe y se vive un proyecto.

Uno de los principales aprendizajes fue darme cuenta de cómo pequeños detalles, como la calidad de una fotografía, la organización de un espacio o la manera en la que se presenta un producto, pueden influir directamente en la percepción de las personas. Esto me ayudó a desarrollar una visión más estratégica del diseño, entendiendo que cada decisión tiene un impacto en el resultado final.

También me permitió valorar más el trabajo artesanal y los materiales naturales, no solo desde una perspectiva estética, sino como parte de una identidad cultural que debe ser respetada y bien comunicada. Trabajar con este tipo de proyectos me hizo ser más consciente del contexto en el que se desarrollan y del tipo de mensaje que se quiere transmitir.

Por otro lado, el haber participado en distintas actividades, desde generación de contenido hasta propuestas y trabajo de campo, me ayudó a adaptarme a diferentes formas de trabajo y a entender mejor cómo resolver problemas en situaciones reales. Aprendí a observar, analizar y proponer de manera más clara, además de trabajar con una visión más ordenada y enfocada.

Finalmente, comprendí la importancia que tiene la difusión digital en proyectos actuales, ya que una buena estrategia de comunicación puede hacer una gran diferencia en el alcance y en la conexión con el público.

En conclusión, esta experiencia me ayudó a fortalecer mis habilidades como diseñador y a tener una perspectiva más completa de mi profesión, entendiendo que el diseño también implica análisis, estrategia y sensibilidad hacia el contexto en el que se aplica.

RECOMENDACIONES

A partir de la experiencia obtenida durante el servicio social, se proponen algunas recomendaciones que pueden contribuir al fortalecimiento y desarrollo de los proyectos en el taller LU'UM.

En primer lugar, se recomienda dar continuidad a las estrategias de documentación visual, especialmente en la producción de contenido fotográfico de calidad. Mantener una línea visual clara y constante puede mejorar significativamente la percepción del proyecto y facilitar su difusión en medios digitales.

A partir de la experiencia obtenida durante el servicio social, se proponen algunas recomendaciones que pueden contribuir al fortalecimiento y desarrollo de los proyectos en el taller LU'UM.

En primer lugar, se recomienda dar continuidad a las estrategias de documentación visual, especialmente en la producción de contenido fotográfico de calidad. Mantener una línea visual clara y constante puede mejorar significativamente la percepción del proyecto y facilitar su difusión en medios digitales.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS Y/O ELECTRONICAS

Adobe. (s.f.). Guía de fotografía de producto. <https://www.adobe.com>
Shopify. (s.f.). Product photography guide. <https://www.shopify.com>
ArchDaily. (s.f.). Diseño de interiores y espacios comerciales. <https://www.archdaily.mx>
Behance. (s.f.).

ANEXOS

Figura #1

Fotografía profesional para SS.LU'UM



Autor. Damian Villegas García

Figura #3

Fotografía profesional para SS.LU'UM



Autor. Damian Villegas García

Figura #4

Fotografía profesional para SS.LU'UM



Autor. Damian Villegas García

Figura #2

Fotografía profesional para SS.LU'UM



Autor. Damian Villegas García

Figura #5

Fotografía profesional para SS.LU'UM



Autor. Damian Villegas García

ANEXOS

Figura #6

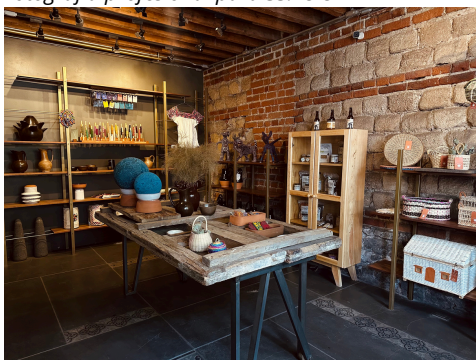
Fotografía profesional para SS.LU'UM



Autor. Damian Villegas García

Figura #8

Fotografía profesional para SS.LU'UM



Autor. Damian Villegas García

Figura #9

Fotografía profesional para SS.LU'UM



Autor. Damian Villegas García

Figura #7

Fotografía profesional para SS.LU'UM



Autor. Damian Villegas García

Figura #10

Fotografía profesional para SS.LU'UM



Autor. Damian Villegas García

Figura #11

Fotografía profesional para SS.LU'UM



Autor. Damian Villegas García

ANEXOS

Figura #12

Fotografía profesional para SS.LU'UM



Autor. Damian Villegas García

Figura #13

Fotografía profesional para SS.LU'UM



Autor. Damian Villegas García

Figura #14

Fotografía profesional para SS.LU'UM



Autor. Damian Villegas García

Figura #15

Fotografía profesional para SS.LU'UM



Autor. Damian Villegas García