



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

FACULTAD
**DISEÑO
ARQUITECTURA
Y ARTE**

Escuela de Diseño de Productos

**DISEÑO DE VAJILLA PARA
COCTELERÍA DE AUTOR,
ENFOCADA EN LA EXPERIENCIA
DE USUARIO.
RESTAURANTE SAUJA BISTRO S.A.S**

Proyecto de graduación previo a la obtención
del título de licenciado en diseñador de objetos

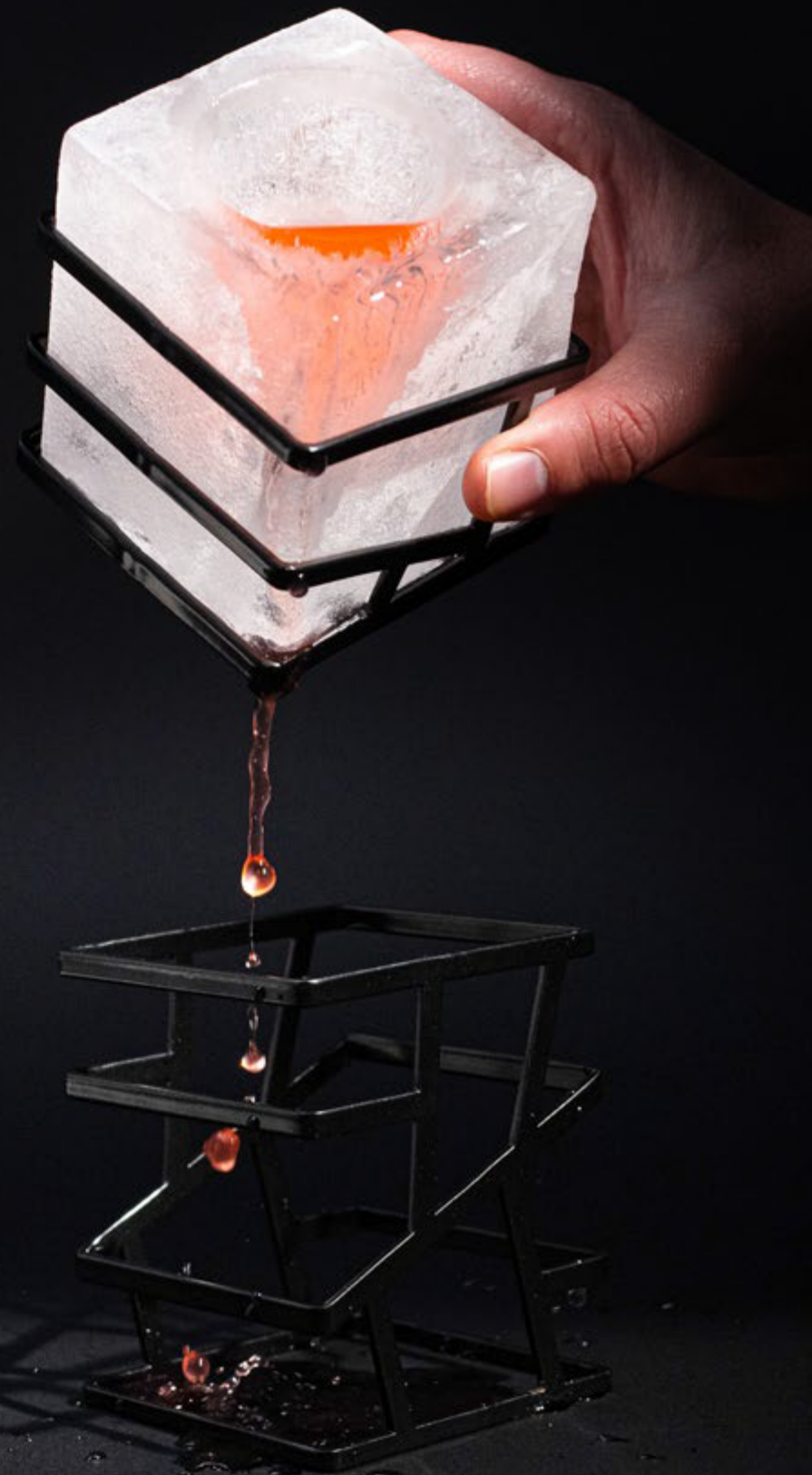
AUTOR

Juan Sebastián
Jara Palomeque

DIRECTOR

Dis. Luis Felipe
Valdez Castro, Mgt.

2023
CUENCA-ECUADOR



Autor:
Juan Sebastián Jara Palomeque

Tutor:
Dís. Luis Felipe Valdez Castro, Mgt.

Diseño y diagramación:
Autor.

Fotografías:
Todas las imágenes fueron realizadas por el autor,
excepto aquellas que se encuentren con su cita
respectiva.

Cuenca - Ecuador
2023



DEDICATORIA

Este proyecto de graduación se dedica a mis queridos padres por su amor incondicional y apoyo constante. A mis hermanas, por su comprensión y presencia constante. A mis profesores de la Universidad del Azuay, por su sabiduría y guía. A mis amigos y compañeros, por su amistad y los momentos compartidos. Este logro es tanto suyo como mío. A todos ustedes, con todo mi corazón, se lo dedico.

AGRADECIMIENTO

Primero que nada, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a Dios por permitirme llegar a este punto de mi vida académica.

Deseo agradecer de todo corazón a mi familia, quienes han sido mi pilar más importante durante todo este viaje. A mis padres, que me enseñaron el valor del esfuerzo y la perseverancia y me apoyaron incondicionalmente en cada paso que di, en cada decisión que tomé. A mis hermanas, quienes, con su amor y apoyo constante, me dieron la fuerza para seguir adelante en los momentos más desafiantes. Gracias por creer en mí, por su paciencia y por siempre estar allí cuando más los necesitaba.

Quiero extender un especial agradecimiento a todo el equipo de la Universidad del Azuay. A los profesores que me guiaron, que me retaron y que me apoyaron durante el proceso de preparación de esta tesis. A cada uno de ustedes, gracias por su compromiso, su experiencia y su paciencia. Me siento muy afortunado por haber tenido el honor de aprender de cada uno de ustedes.

A mis compañeros, gracias por su amistad, por compartir conmigo esta travesía, por las risas, los desafíos y los momentos inolvidables que hemos vivido juntos. Han sido una fuente constante de inspiración y motivación.

A todos aquellos que han contribuido de alguna manera a mi formación académica y a la elaboración de este trabajo, gracias. El valor de este logro es inmenso para mí, y debo este honor a cada uno de ustedes. Gracias por ser parte de este camino y por acompañarme en esta etapa tan importante de mi vida.

Finalmente, dedico este logro a todos los que siempre han creído en mí y a los que me han demostrado que, con esfuerzo y dedicación, no hay meta que no se pueda alcanzar.

De corazón, gracias.



Img.02



Img.03

INDICE

9
9
9
10
12
14
18
20
22
24
28
32
32
32
34
36
38
38
38
38
38
40
40
41
44
44
44
47
48
48
50
56
58
62
62
62
62
63
63
64
68
70

INDICE DE IMÁGENES

Img 01
Img 02
Img 03
Img 04
Img 05 | <https://www.escuelacocteleria.es/que-es-la-cocteleria-molecular/>
Img 06
Img 07 | <https://leitesculinaria.com/40521/recipes-mexican-mojito.html>
Img 08 | <https://www.bacardi.com/es/es/rum-cocktails/daiquiri/>
Img 09 | <https://www.revistagq.com/la-buena-vida/articulo/como-preparar-el-margarita-perfecto>
Img 10 | <https://mixologistacademy.com/mixologist-caterings-cocteleria-de-autor/>
Img 11 | <https://cosasquedanplacer.com/alcohol/los-mejores-cocteles-del-mundo-estan-en-ecuador-en-un-bar-llamado-juliana/>
Img 12 | <https://es.wikipedia.org/wiki/Canelazo>
Img 13 | <https://www.elsiglodedurango.com.mx/noticia/2022/guaro-de-cana-bebida-tradicional.html>
Img 14 | <https://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/400028-la-chicha-de-jora-es-cono-de-unin-en-los-indgenas/>
Img 15 | <https://sq-al.facebook.com/cascaritasdelmorlacouio/photos/pcb.1645244895671984/1645244845671989/?type=3&theater>
Img 16 | <https://www.liquor.com/vodka-martini-cocktail-recipe-5076791>
Img 17 | <https://blog.supermercadosmas.com/puerto-de-indias-como-preparar-la-ginebra-de-fresas-perfecta/>
Img 18 | <https://www.absolutdrinks.com/es/drinks/frozen-margarita/>
Img 19 | <https://delightfulmomfood.com/moscow-mule-drink-recipe-vodka/>
Img 20
Img 21 | <https://www.gbeventos.com.mx/cocteleria-molecular-para-eventos/>
Img 22 | <https://regional.ladevi.info/cocteleria/cocteleria-diseno-vajilla-porcelana-n35102>
Img 23 | <https://barcelonasecreta.com/una-nueva-cocteleria-en-el-born-presenta-un-concepto-absolutamente-unico-en-su-especie/>
Img 24 | <https://www.lifestyleasia.com/sg/dining/madrids-salmon-guru-wins-worlds-50-best-bars-hospitality-award/>

Img 25 | <https://www.sanzcocktails.co.uk/cocktails-tiki-con-vajilla-talaverana/>
Img 26 | <https://sobremesa.es/art/5075/cinco-cocteles-para-este-verano-de-la-mano-de-daniel-regajo>
Img 27 | <https://www.instagram.com/p/CnksHhapJet/?igshid=MzR-IODBiNWFIZA==>
Img 28 | <https://www.barandrestaurant.com/people/lisa-vander-pump-makes-splash-parisian-themed-vanderpump-paris-las-vegas>
Img 29
Img 30
Img 31
Img 32
Img 33
Img 34
Img 35
Img 36
Img 37 | https://www.freepik.com/free-photo/confident-young-businessman-with-his-arms-crossed-standing-front-closed-door_4703252.htm#page=2&query=abogado&position=26&from_view=search&track=sph
Img 38
Img 39
Img 40
Img 41
Img 42
Img 43
Img 44
Img 45
Img 46
Img 47
Img 48
Img 49
Img 50
Img 51 | <https://drinkcash.es/blog/el-auge-de-la-cocteleria-y-la-importancia-de-esta-profesion-en-la-hosteleria/>
Img 52 | <https://www.centurcava.com.ec/como-preparar-un-perfecto-cuba-libre>
Img 53 | <https://www.recepedia.com/es-mx/receta/bebidas/236507-pina-colada-sin-alcohol/>



RESUMEN

El restaurante SAUJA Bistro en Cuenca, se especializa en la coctelería de autor, sin embargo. La experiencia del usuario es importante para este tipo de negocios, por lo que la aplicación de la teoría de Food Design que afirma mejorar la relación de los consumidores con los alimentos y bebidas, es relevante. A partir de esto, se propone diseñar una vajilla que pueda mejorar la experiencia y el servicio que ofrece este establecimiento, así como contribuir con nuevas formas de consumo de cócteles en la ciudad.

Palabras clave:

Diseño de experiencias, efímero, Food Design, Economía de la experiencia, diseño emocional.

ABSTRACT

The SAUJA Bistro restaurant in Cuenca specializes in signature cocktails. However, user experience is important for this type of business, so applying Food Design theory, which is said to improve the consumers' relationship with food and drinks, is relevant. Based on this, it is proposed to design tableware that can enhance the experience and service offered by this establishment, as well as contribute to new ways of consuming cocktails in the city.

Keywords:

Experience design, ephemeral, Food Design, Experience Economy, emotional design.

INTRODUCCIÓN

La coctelería representa un área esencial de la gastronomía, en sus inicios estuvo apegada al arte y las habilidades, sin embargo, con el pasar de los años se han sumado los criterios técnicos y creatividad para alcanzar un impacto tanto visual y gustativo al consumidor. La combinación de técnicas clásicas y de vanguardia, tiene la finalidad de obtener nuevos sabores y presentaciones únicas.

En el presente proyecto se describen los antecedentes históricos de la coctelería en lo internacional y local desde lo clásico, molecular y como la coctelería forma parte de la gastronomía cuencana, resaltando que si bien es cierto, en Cuenca los cocteles forman parte de bebidas ancestrales, hoy en día hay una apuesta hacia la mixología molecular sobre las bebidas y los licores, de manera que se obtienen sabores armonizantes al momento de obtener un coctel, como el caso de estudio "Restaurante SAUJA Bistro S.A.S" que proporciona cocteles con métodos contemporáneos para conseguir únicamente estos sabores, mas no hay atención en el recipiente.

Un aspecto intangible que sobresale en coctelería son los elementos que permiten estimular los sentidos en las personas, pues el primer contacto con el sentido del gusto y olfato por los estímulos químicos causados en la boca, nariz y garganta, es lo que da lugar a una mayor impresión que involucran al nervio trigémino que libera las llamadas sensaciones trigeminales en estas intervienen las percepciones físicas como son: lo refrescante, la temperatura, el picante, el sabor, el olor y juntándose forman el llamado Flavor, para el sentido del tacto están las vajillas utilizadas para la presentación de los cocteles que sin duda permiten que los consumidores tengan una experiencia inigualable.

Considerando estos antecedentes, la vajilla para coctelería permite transmitir una idea inicial que tome en cuenta el ambiente y sobre todo el diseño del local, a partir del cual se proceda a diseñar, para el establecimiento "Restaurante SAUJA bistro S.A.", una presentación del coctel, donde predomine la creatividad desde la creación de una vajilla; esto incentivará la venta de estas bebidas, puesto que los consumidores hoy en día buscan nuevas experiencias.





CAPÍTULO 1

Contextualización

HISTORIA DE LA COCTELERÍA

De acuerdo con Párraga y Vinueza (2020) el consumo de alcohol representa una actividad social que viene siendo practicada desde la antigüedad, el acto de beber se dá de manera concomitante e inextricable, biológica y cultural, a partir de ello surge el hecho de que las bebidas posean identidad pues es el resultado de poder identificarse con un grupo humano, en el cual intervienen características intrínsecas, modo de producción, usos prácticos, funciones sociales o simbólicas, valor patrimonial, etc. En este contexto, la coctelería permite conservar la identidad, pues aprovecha los ingredientes de cada región, innovando la coctelería clásica a tradicional.

El coctel tal y como lo conocemos surgió en el siglo XVIII gracias a la mezcla de licores, destilados y aromatizantes a partir de los cuales surgieron bebidas tales como: Cups, Ponches, Sangarees cuya base fue el vino, al cual se añadió frutas, especias, incluso leche, los cocteles clásicos fueron: Mint Julepe, que fue creado con fines medicinales su sabor fue amargo, ya en el siglo XX se prohibieron las bebidas alcohólicas, sin embargo bebidas como la Angostura, se adquiría en farmacias (Benedicto 2020).

Por su parte Lascano (2018) menciona que la palabra cock's tail es una palabra inglesa cuyo significado es "cola de caballo" surge en México a raíz que se empezó a consumir bebidas mezclando aguardientes y frutas por su colorido se las denominó cola de gallo, las cuales pronto ganaron popularidad y gran aceptación en los visitantes sobre todo extranjeros de habla inglesa, traduciendo a 'cock tail' poco a poco empezó a ganar fama en EEUU siendo una costumbre beber cocteles, a partir de esto, inclusive se creó modelos de vestir y de esa manera es estandarizó la hora del cóctel, de esta manera la costumbre de beber cocteles fue introducida a todas partes del mundo por los estadounidenses.

En la historia de la coctelería son importantes sus utensilios. Según Wondrich (2007) el desarrollo de los utensilios de coctelería ha estado directamente vinculado al crecimiento y cambio de la cultura de la bebida. Durante el siglo XIX, la mayoría de los cocteles eran relativamente simples y se mezclaban directamente en los vasos, a menudo con una simple cucharilla o con un "muddler" para machacar los ingredientes.

Con la llegada de la era de la Prohibición en los Estados Unidos en la década de 1920, la elaboración de cocteles se volvió más compleja, en un intento de enmascarar el sabor del alcohol de mala calidad disponible ilegalmente. Esto llevó al desarrollo de una gama de nuevos utensilios de coctelería, incluyendo las cocteleras y los coladores, así como las jarras de mezcla y las cucharas largas para mezclar.

En la década de 1930, con el fin de la Prohibición, se produjo una explosión de creatividad en la cultura de los cocteles, y se introdujeron una serie de nuevos utensilios. Estos incluían la coctelera Boston, un tipo de coctelera que consta de dos partes que se ajustan entre sí, permitiendo una mezcla más eficiente, y el medidor de "jigger", un pequeño recipiente de dos extremos que se utiliza para medir los líquidos.

En los años posteriores a la Segunda Guerra Mundial, la cultura de los cocteles se volvió más sofisticada y comenzaron a aparecer utensilios de coctelería más especializados, como los zesters para añadir la cáscara de cítricos a los cocteles, y los "muddlers" más eficientes para machacar los ingredientes.

Hoy en día, la gama de utensilios de coctelería disponible es vasta y variada, y sigue evolucionando a medida que los bartenders y los amantes de los cocteles buscan nuevas formas de mejorar la elaboración de las bebidas. La historia de estos utensilios nos muestra cómo el cambio cultural y la innovación pueden influir en la forma en que disfrutamos de nuestras bebidas.

En los Estados Unidos, el consumo excesivo de alcohol se vinculó con la cultura obrera y se consideró como una causa potencial de la decadencia social. Sin embargo, para los trabajadores, el alcohol representaba un medio de resistencia y camaradería. En 1920, una política restrictiva redujo el consumo de alcohol, pero esto condujo al tráfico ilícito y a la aparición de los "speakeasy", bares ocultos donde se inventaron formas creativas para mejorar el sabor del alcohol de mala calidad. Los cocteles ganaron popularidad en todas las clases sociales y se extendieron a ciudades como Londres, París y La Habana. Fue aquí donde nacieron cocteles clásicos como el Martini seco, el Old Fashioned y el Manhattan. Hoy en día, el Martini seco sigue siendo un ícono de la ginebra, pero ha sufrido



Img.51

cambios, especialmente en el tipo de copa en la que se sirve, que se ha utilizado también para otros cocteles, como el Cosmopolitan, que tiene sus raíces en la cultura gay. (Moon 2018).

En cuanto a los envases utilizados para estos cocteles, durante la época de la prohibición, los "speakeasy" a menudo servían bebidas en tazas de té u otros envases disimulados para evitar la atención de las autoridades.

No obstante, para los cocteles más formales, se utilizaban copas específicas. Por ejemplo, el Martini seco se servía tradicionalmente en una copa de martini, con su tallo largo y cuenco ancho, diseñada para realzar los aromas y sabores del cóctel, al tiempo que mantenía la bebida fría sin diluir demasiado el alcohol con el calor de la mano del bebedor. Sin embargo, la historia no es totalmente cierta porque algunos sostienen que la función del ancho de la copa martini era para deshacerse de la bebida con rapidez en caso de que llegara la policía, en la época de la prohibición. El Old Fashioned, por otro lado, se servía en un vaso corto y robusto, ideal para disfrutar del hielo y los sabores más fuertes de este cóctel.

Así, cada vaso no solo proporcionaba una estética distintiva, sino que también realzaba las características y la experiencia de beber cada cóctel específico. Con el tiempo, estos envases se han mantenido como los preferidos para servir estos cocteles, lo que representa un testimonio de su funcionalidad y su capacidad para mejorar la experiencia de la bebida.

En EEUU se incrementó las exigencias culinarias yendo desde las recetas tradicionales, naturales y auténticas, las cuales llegaron a los bares, dando como resultado el surgimiento de un nuevo movimiento de cocteles denominados artesanales, que fueron parte de la industria de la hospitalidad específicamente con bartender y mixólogos quienes retomaron las bebidas clásicas antes "olvidadas" (Sarmiento 2019).

Los cocteles más representativos a nivel internacional son los siguientes:

MOJITO

Cuyo origen se atribuye a los piratas que navegaban cerca de las playas cubanas, consiste en una mezcla de ron, azúcar y limón, a la que se agrega menta para suavizar el sabor. El nombre “Mojito” proviene de la salsa cubana llamada “mojo” (García & Geel, 2013). Tradicionalmente, este cóctel se sirve en un vaso alto, conocido como vaso Collins. El diseño de este vaso, alto y estrecho, permite albergar la cantidad adecuada de hielo y soda para equilibrar los fuertes sabores del ron y el limón, mientras que su forma alargada ayuda a resaltar visualmente las hojas de menta y las rodajas de limón, aportando una estética atractiva al cóctel.

MARTINI

Es una bebida asociada a personas de alto estatus social. Originalmente preparado con ginebra, su nombre ha tenido diferentes funciones, como la relación con el fusil Martini-Henry, la destilería Martini y Rossi, o el barman Martini di Arma di Taggia. A lo largo del tiempo, ha experimentado modificaciones, incluyendo el uso de vodka, hasta llegar al icónico Martini seco (Jacob, 2015). Tradicionalmente, el Martini se sirve en una copa de Martini, reconocible por su tallo largo y su cuenco ancho en forma de V. Esta forma de copa no solo proporciona una presentación elegante que se alinea con el estatus de alta sociedad del cóctel, sino que también permite mantener la bebida fría sin diluir el alcohol, ya que la persona que lo consume no toca directamente el recipiente con la bebida, evitando el calor de la mano. Además, la amplia abertura permite que los aromas del cóctel se liberen, mejorando la experiencia de degustación.

PIÑA COLADA

Fue inventada en la isla de Puerto Rico y con el paso de los años se convirtió en la bebida oficial de este país. La idea de su creación se dio con el uso de la crema de coco, representativo de la zona, lo que permitió obtener un sabor preciso y con esto se logró difundirla a nivel mundial (Constantino 2005). Tradicionalmente, la Piña Colada se sirve en una copa tipo huracán, denominada así por su forma que recuerda a una lámpara de huracán. Esta copa, con su base estable y cuerpo curvo amplio, es ideal para presentar esta bebida tropical de manera atractiva. Además, su gran capacidad permite acomodar tanto la bebida como el hielo picado y la decoración típica de fruta y paraguas, contribuyendo a la experiencia de beber una Piña Colada.

MANHATTAN

Responde al nombre del Manhattan Club, donde se lo preparó por primera vez. Contiene whisky o bourbon, vermut rosso, bitter y una cereza de marrasquino (Schmid 2015). Tradicionalmente, este cóctel se sirve en una copa de cóctel, similar a la copa de Martini, pero a menudo con los lados un poco más rectos. Esta copa ayuda a mantener la bebida fresca y permite una presentación elegante, que realza el matiz del vermut rosso y el contraste de la cereza de marrasquino. El tallo largo evita que el calor de la mano del consumidor caliente la bebida, y la amplia abertura permite disfrutar plenamente de los aromas complejos del Manhattan.

DAIQUIRI

Es una famosa bebida hecha con ron blanco y zumo de limón. Su popularidad se debe en parte al escritor Ernest Hemingway, quien la destacó en sus obras. Tiene su origen en la historia de la independencia cubana, donde los soldados guardaron la bebida en botellas para disfrutar durante su descanso en la isla de Daiquirí. Con el tiempo, los soldados estadounidenses la encontraron y le dieron el nombre de la isla (Ludizaca & Robles, 2018). Este cóctel se sirve tradicionalmente en una copa de cóctel o “copa daiquiri”, que es una variante de la copa de martini pero más corta y redondeada. Este tipo de copa permite mantener la bebida fría y concentra los aromas en su borde reducido, potenciando la experiencia sensorial del cóctel. Además, la forma y tamaño de la copa también facilitan el disfrute del daiquirí sin diluir demasiado la bebida con el hielo.



Img.07

MARGARITA

Inicialmente a base de tequila, fue una bebida que surgió de la improvisación para agradar el gusto de un cliente, resultando en una combinación muy agradable. Por ello, se la nombró Margarita. Sus ingredientes fueron tequila y jugo de limón (Ludizaca y Robles 2018). Tradicionalmente, la Margarita se sirve en una copa específica para Margarita, que tiene una forma amplia y redondeada, parecida a una copa de champán invertida con un borde amplio que se suele cubrir de sal. Este diseño no sólo ofrece una presentación visualmente atractiva, sino que también permite al consumidor disfrutar del aroma del tequila y el jugo de limón, mientras la sal en el borde proporciona un contraste gustativo interesante.

CUBA LIBRE

Es un cóctel clásico que ha sido popular desde la época colonial inglesa hasta la era de la prohibición. El ron, introducido ilegalmente en los Estados Unidos, se convirtió en una bebida favorita a nivel internacional. Esta bebida, que consiste en hielo con ron, agua mineral, bebida de cola y una rodaja de limón, simboliza la celebración y la libertad, siendo un emblema de la independencia cubana (Luna, 2018). Tradicionalmente, el Cuba Libre se sirve en un vaso de tubo alto, también conocido como vaso Collins. Este tipo de vaso, con su forma cilíndrica y de gran capacidad, es perfecto para cócteles refrescantes y de baja graduación alcohólica, como el Cuba Libre. El vaso alto permite la adición de hielo abundante y la mezcla con bebida de cola, proporcionando una bebida refrescante que se puede disfrutar lentamente.



Img.08



Img.09



Img.52



Img.53

COCTELERÍA DE AUTOR

La coctelería de autor representa una reinterpretación de cocteles clásicos o modernos, usando diferentes recipientes tales como: Vasos de cristal, vasos cerámica personalizados, tazas de metal, cortezas de fruta, madera, etc. También se utilizan técnicas avanzadas como infusiones, fermentaciones y destilaciones, un ejemplo de ello es la margarita de autor o la perla negra de autor, o un gin tonic de autor con azafrán, esto queda a criterio del mixólogo el mismo que pone a prueba sus habilidades y conocimientos con el fin de obtener una bebida nueva a gusto del consumidor (Emcebar 2020).

La principal característica de la coctelería de autor es la historia de cada ingrediente, así como las técnicas y los envases usados para lograr una bebida que atrape los sentidos, pues su creador busca alcanzar el equilibrio de sabores que requiere un mixólogo, de esta manera los consumidores lo recordarán y sobre todo experimentarán algo único, obteniendo nuevos cocteles con nuevos sabores gracias a las combinaciones (Emcebar 2020).



Img.10

LA COCTELERÍA EN ECUADOR

En Ecuador, la práctica culinaria representa la máxima expresión de la cultura, puesto que consolida su identidad, por ende, la coctelería permite conservar las tradiciones de sus pueblos, así como el patrimonio intangible como lo son las tradiciones, las festividades. Con este antecedente, la coctelería en nuestro país viene de tiempos ancestrales a partir del uso de plantas, vajilla, utensilios y licores usados en ceremonias para el agradecimiento a los dioses de acuerdo con su cosmovisión (Benavides 2015).

El origen de la coctelería en Ecuador es desconocido, pero se atribuye a la creciente demanda del turismo y las tendencias modernas. Los propietarios de bares se han adaptado a estas tendencias, ofreciendo bebidas al aire libre, de preparación rápida y mezcladas mecánicamente. Sin embargo, Ecuador todavía no tiene una coctelería representativa, ya que se prefieren los cócteles extranjeros debido a su reconocimiento y conocimiento establecido. A pesar de tener una amplia variedad de frutas, especias y condimentos para crear bebidas de alta calidad, la coctelería nacional es desconocida. (Párraga y Vinueza, 2020).

En Ecuador la coctelería tiene influencia extranjera, pues si bien es cierto aún no ha sido posible crear una bebida característica, sin embargo contamos con bebidas ancestrales como el canelazo, la chicha, entre otros que de ser potenciadas podrían ser cocteles reconocidos en el mundo, los cuales requieren de un proceso de elaboración propio, costumbres y especialmente la tradición, estas requieren de un registro, promoción y sobre todo potencialización.

La coctelería en Ecuador se ha caracterizado por dejar de lado la utilización de bebidas tradicionales como el licor de caña de azúcar, miske, entre otros productos, este hecho ocasionó la pérdida de la identidad de la coctelería ecuatoriana, luego está el cumplimiento de los estándares de calidad y luego el empirismo que caracteriza a los bartenders, lo que ha causado que la coctelería en Ecuador responda únicamente a modelos internacionales (Párraga and Vinueza, Aporte a la innovación de la coctelería tradicional conservando 2021).



Actualmente, las bebidas tradicionales se han limitado a las fiestas populares de las comunidades indígenas y mestizas, hay una propuesta de convertir a esas bebidas en el rescate de la cultura a través de la mixología, permitiendo que esta sea una práctica profesional en bartender y a partir de ahí llevarlo a grandes hoteles, restaurantes y bares a nivel internacional y mundial ello aportará a tener una bebida tradicional como es el caso del tequila en México, el aguardientico en Colombia, la cachaca en Brasil o el coctel conocido a nivel mundial, el Cuba Libre (Párraga y Vinueza, 2020).

SURGIMIENTO DE LA COCTELERÍA EN LA CIUDAD DE CUENCA

En la ciudad de Cuenca, sus habitantes consumen bebidas alcohólicas para disfrutar sus eventos sociales, sin que esto importe su calidad, la coctelería en este medio considera lo tradicional, sus consumidores se orientan hacia lo económico y popular, considerando esta preferencia, los establecimientos han tratado de adaptarse a esta necesidad, la coctelería molecular es una oportunidad a implementarse en la ciudad sin embargo, requiere que las tendencias se introduzcan paulatinamente y es posible hacerlo desde ahora; puesto que se ha incrementado la necesidad de probar comida y bebida internacional (Ludizaca y Robles 2018).

Una entrevista aplicada a bartenders en la ciudad de Cuenca dio a conocer que los consumidores tienen una inclinación a lo dulce en las bebidas, razón por la cual se ha optado por una alta preferencia hacia cócteles como el mojito o daiquiri, estos además se han posicionado ampliamente por que se ofrecen en promociones lo que denota que en su consumo se incluye el factor económico, en cuanto a los turistas extranjeros, muestran gustos diferentes hacia las bebidas más fuertes, esto se relaciona a que las bebidas son un acompañante para ciertos alimentos (Ludizaca y Robles 2018).

Mientras que los cocteles a base de ingredientes tradicionales que sobresalen en la ciudad de Cuenca, están los siguientes:

CANELAZO

Es una bebida que combina licor, azúcar y agua con un destilado de jugo de caña. Comúnmente se consume en fiestas tradicionales, particularmente en zonas de clima frío. Respecto al recipiente, el canelazo se sirve tradicionalmente en tazas de cerámica, que ayudan a mantener la bebida caliente y añaden un toque rústico que se alinea con la tradición andina de la bebida o también en envases de vidrio o cerámica que pueda contener aproximadamente 3 onzas.



Img.13



Img.12

MAPANAGUA

Es el resultado de la mezcla de aguardiente de caña de azúcar, limón, hielo y guarapo (un ingrediente obtenido de la caña de azúcar y consumido en zonas tropicales), se suele servir en una copa de cóctel clásica, en un vaso alto o en tazas de cerámica, dependiendo de las preferencias del bebedor y el lugar donde se sirve.



Img.14

CHICHA DE JORA

Cuyo ingrediente principal es el maíz y que puede ser considerada como una especie de cóctel, se sirve tradicionalmente en una "poto", que es un recipiente de cerámica de forma esférica con un cuello estrecho y un asa grande, permitiendo una fácil manipulación. Esto permite que la bebida se mantenga fresca y conserva los sabores. El mapanagua, elaborado con jugo de caña de azúcar, aguardiente y zumo de limón, y que puede ser acompañado de hielo, se suele servir en un vaso corto y ancho, para permitir el disfrute de los sabores de esta bebida refrescante y potente.



Img.15

DRAQUE

Similar al canelazo, se compone de aguardiente, canela, azúcar, clavo de olor, y en ocasiones ataco, su origen data de los ataques piratas a puertos ecuatorianos, uno de ellos Francis Drake llegó a la ciudad de Cuenca y preparó esta bebida que marcó parte de la cultura cuencana (Galarza 2010). En términos de envases, el Draque se sirve típicamente en un vaso de vidrio grueso o una jarra de barro, para preservar su temperatura.

LA VAJILLA EN COCTELERÍA

La vajilla para servir cocteles tiene su origen en el siglo XIX pues se consideró que todos los cocteles tradicionalmente deben servirse refrigerados, se dice que la copa de martini surgió en la Ley Seca de Estados Unidos, cuando hubo una redada en un bar clandestino la presentación de la copa permitió que la bebida se eliminase rápidamente, en lo que respecta a su estética, el diseño de la copa consideró la arquitectura de los interiores y mobiliarios de aquella época, sin embargo predominó su funcionalidad, puesto que el tallo más largo que disminuye el efecto de calentamiento del calor corporal sobre el contenido del vidrio, mientras que el borde extendido permitió que la ginebra libere su aroma, mientras que los lados permiten que los ingredientes se separen y permitan sostener un palillo de dientes o aceitunas, sin embargo, con el pasar del tiempo la Copa Martini ha caído en desuso (ECURED 2015).



COPA MARTINERA O COPA DE CÓCTEL Img.16



Img.17 COPA DE BALÓN



COPA MARGARITA Img.18



Img.19 MOSCOW MULE

COPA MARGARITA

es un ícono para los estadounidenses, ya que se celebra el Día Mundial de la Margarita cada 22 de febrero. Esta copa se distingue por tener una pequeña estructura ovalada en la parte inferior, lo que la hace fácilmente reconocible. Su diseño frappé hace que el disfrute de la bebida sea más experimental y placentero. (Cristal, 2020)

COPA DE BALÓN

permite que beber Gin Tonics sea una experiencia inolvidable, su forma contiene un cáliz en forma de globo o balón y se sienta en un tallo casi como una copa de vino de Borgoña, esta forma data de los años 1700 en la región vasca del norte de España, su diseño permite atrapar los aromas de la ginebra y darle un mejor sabor a la bebida, el cáliz permite agregar una gran cantidad de hielo, esto hace que sea un coctel muy fresco y aromático. (Alambique 2021).



Img.20

Según Dave Arnold (2014) en su libro "Liquid Intelligence: The Art and Science of the Perfect Cocktail", la elección de la copa es fundamental para la experiencia de degustación de un cóctel. Arnold enfatiza varios aspectos clave:

1. Aromas y sabores: La forma de la copa puede afectar la forma en que se perciben los aromas y sabores del cóctel. Una copa con una abertura estrecha concentrará los aromas, mientras que una copa más ancha permitirá una mayor liberación de los mismos.
2. Temperatura: La elección de la copa puede ayudar a mantener la temperatura adecuada del cóctel. Los vasos con paredes delgadas permiten una transferencia de temperatura más rápida, mientras que los vasos con paredes más gruesas ayudan a mantener el cóctel frío durante más tiempo.
3. Volumen: La capacidad de la copa es importante para asegurar que el cóctel tenga espacio suficiente y no se desborde. Además, el volumen adecuado de la copa puede influir en la proporción de los ingredientes y equilibrar el sabor del cóctel.
4. Estética y presentación: La elección de una copa atractiva y adecuada realza la presentación visual del cóctel. Una copa elegante y bien seleccionada puede captar la atención del bebedor y aumentar el disfrute de la experiencia.

Con todo esto, la copa desempeña un papel esencial en la percepción y apreciación de un cóctel, haciendo que surjan tanto los aspectos sensoriales como la presentación visual.

La vajilla es un aspecto importante en la generación de sensaciones, ya que puede contribuir a la percepción de los alimentos y bebidas que se consumen. La forma, textura, tamaño y material de la vajilla pueden influir en la percepción visual, táctil y óptica de los alimentos y bebidas. Por ejemplo, el uso de vajilla con formas inusuales puede generar un impacto visual que hace que el comensal preste más atención a la presentación del plato. La textura de la vajilla también puede influir en la percepción táctil de los alimentos y bebidas, es decir, puede aumentar o disminuir la sensación de frescura, calidez o frío, según el material utilizado. Además, la vajilla puede ser un factor clave en la percepción de los aromas. En resumen, la vajilla es un elemento que puede contribuir significativamente a la generación de sensaciones trigeminales y elevar la experiencia culinaria.

Mostrando estos antecedentes en los párrafos anteriores, el restaurante SAUJA bistro S.A.S. empezó a funcionar en el año 2019 unos meses antes de la pandemia. Desde sus inicios, vendían almuerzos y su concepto ha evolucionado mucho con el paso del tiempo. Esto les permitió consolidarse como uno de los restaurantes más destacados en Cuenca y llegar a estar en el top 10 de restaurantes en la plataforma Tripadvisor. A pesar de esto, la empresa se ha enfocado más en el contenido de sus sabores que en el recipiente.

Ya que su objetivo principal es ofrecer a sus clientes una experiencia gastronómica única y memorable. La combinación de su identidad como restaurante con el Diseño de Productos son las claves para su éxito y también para su constante crecimiento en el mercado.

3. ESTADO DEL ARTE

AUTOR
Elvira Aldaz

TÍTULO
La importancia de la vajilla en la coctelería



Img.21

Resumen

En este texto se hace un análisis de la vajilla creada por El Taller de Piñero y como la misma puede llegar a tomar un papel importante al momento de servir un platillo o coctel. Se realizan entrevistas a Chefs y a miembros, como es el caso de José Miguel Piñero, fundador del taller, donde indica que el proceso creativo de la vajilla, es diferente en cada proyecto. Otro entrevistado es Albert Adriá, un representante de la alta cocina en España, demuestra en la entrevista, la importancia que tiene este taller para exponentes de la gastronomía y coctelería a nivel mundial. Esta entrevista fue realizada para demostrar que el taller fue creado para ayudar a chefs y bartenders a materializar sus ideas y generar experiencias a sus clientes con la forma, color, funcionalidad de la vajilla creada.

En conclusión, esto ha provocado que al instante de servir un coctel con una vajilla única y con decoración llamativa, se genere en el restaurante un efecto contagio que anima a la gente a probar nuevos tragos y salir de una zona de confort, también esta vajilla facilita a los chef a construir un storytelling desde la vajilla y no desde el contenido, ofreciendo a los clientes una experiencia total, donde el recipiente y el líquido son los protagonistas.

Comentario

Este artículo demuestra que la vajilla es un elemento muy importante en el mundo de la coctelería de autor, haciendo de la misma un campo exploratorio para chefs, bartenders y otros. Todos ellos buscan que la vajilla provoque una sensación nueva, inesperada y a su vez genere una experiencia auténtica. Logrando que el consumidor disfrute de los componentes del coctel como la vajilla y el sabor.

AUTOR
Mariela Honorato

TÍTULO
Coctelería Diseño en vajilla de porcelana



Img.22

Resumen

La vajilla de porcelana para coctelería se adapta a la mano de forma natural, su diseño se crea a base de líneas ondulantes que permiten al bartender aportar imaginación y creatividad a la pieza. La novedad de esta propuesta es la incorporación de tres piezas verticales en porcelana como vasos, minijarra y jarra, todas ellas en acabado negro mate, además en cuanto a sus formas predominan las curvas ovoideas, trazos sinuosos sin ángulos. Estos objetos generan una emoción a quienes la sostiene en sus manos.

Comentario

Esta propuesta se centra principalmente en el diseño emocional desde la imaginación y creatividad, considerando las formas y texturas de la vajilla, generando un valor agregado.

AUTOR
Luca Corradini

TÍTULO
Cócteles de autor en preciosos vasos elaborados con tecnología punta



Img.23

Resumen

Innovación desde lo local y una fusión con la mixología, pues sobre el bar, se instaló un taller para la fabricación de recipientes para cocteles, a través de tecnología láser. Se procedió con el dibujo, luego con la impresión en 3D para obtener preciosas piezas de cerámica. El autor indica que no solo se trata de lo estético sino que se debe involucrar la emoción del consumidor. Gracias a la tecnología de punta se logró combinar la creatividad del autor con lo tradicional para obtener un diseño de vajilla basado en una estética contemporánea, gracias a esto se obtuvo una vajilla original con un diseño que despierta emociones.

Comentario

La técnica del autor involucra el arte en cerámica y la innovación por parte de su creador mediante la aplicación de la tecnología que logra imprimir sus diseños y dibujos directamente, logrando transmitir emociones mediante objetos.

AUTOR
Siete Caníbales

TÍTULO
La mitología inspira los nuevos cócteles de Salmon Guru



Img.24

Resumen

La propuesta de cerámica de “Talavera de la Reina” tiene un origen musulmán que fueron citadas por Cervantes, Lope de Vega y Tirso de Molina, en sus obras de arte, esta vajilla se realiza con colores que dependen de la época, tales como el blanco y azul que imitan los colores oficiales de la ciudad, además del color amarillo, azul y naranja que representan el renacimiento. Su finalidad es que permita a los bartenders usar su creatividad a favor de la herencia talaverana y a su vez que sus consumidores tengan una relación directa con esta cultura, esta iniciativa nace por Luis Inchaurreaga que busca utilizar la loza talaverana como recipiente para sus cocteles, con el objetivo de transmitir la herencia de su cultura.

Comentario

Representa una propuesta diferencial puesto que surge de la experiencia del grupo, que se centró en responder a las técnicas diferenciales y poco frecuentes en coctelería; el uso de personajes míticos permite que el cliente se traslade a otro escenario, o permite recrear vivencias basadas en lo mágico y surrealista, evidenciando una experiencia de diseño emocional.

AUTOR
Luis Inchaurreaga

TÍTULO
Cocktails Tiki en Vajilla Talaverana



Img.25

Resumen

La propuesta de cerámica de “Talavera de la Reina” tiene un origen musulmán que fueron citadas por Cervantes, Lope de Vega y Tirso de Molina, en sus obras de arte, esta vajilla se realiza con colores que dependen de la época, tales como el blanco y azul que imitan los colores oficiales de la ciudad, además del color amarillo, azul y naranja que representan el renacimiento. Su finalidad es que permita a los bartenders usar su creatividad a favor de la herencia talaverana y a su vez que sus consumidores tengan una relación directa con esta cultura, esta iniciativa nace por Luis Inchaurreaga que busca utilizar la loza talaverana como recipiente para sus cocteles, con el objetivo de transmitir la herencia de su cultura.

Comentario

Como se puede apreciar esta propuesta de vajilla permite volcar la mirada hacia la historia y cultura sobre un determinado lugar, de manera que presenta una oportunidad de aprendizaje y a la vez permite al bartender mediante su creatividad, idealizar un objeto con mezclas de colores de acuerdo a una temática cultural específica y poder materializarlo a través de un artesano.

AUTOR
Teresa Alvarez

TÍTULO
Cinco cócteles para este verano de la mano de Daniel Regajo



Img.26

Resumen

Esta propuesta de coctelería de autor permite que sus clientes se emocionen desde el primer sorbo, en cuanto a la presentación de la vajilla se incluyó arte contemporáneo apoyado en el trabajo artesano de un alfarero de su pequeño pueblo, los cocteles se sirven en vajillas que transmiten alegría. Un ejemplo de ello es la “Pasión de Colón” consiste en un recipiente austero de cerámica marrón, su sabor es una mezcla de ron caribeños y vinos de Jerez envejecidos en tinaja de barro extremeño con frutas tropicales. Este tipo de vajilla surge de una mezcla de reinención clásica, que permite que el cliente pueda disfrutar de una experiencia sensorial única.

Comentario

Este tipo de propuestas de diseño de vajilla para coctelería de autor, se sustenta en lo emocional, principalmente en atraer al consumidor con la mezcla de colores que no solo son llamativos, sino transmiten un sentimiento, lo cual indica que los diseños se sustentan en la emoción generada por el recipiente e ingredientes del coctel.

4. HOMÓLOGOS

El análisis de homólogos, es la observación e investigación de proyectos similares al producto que se realizará, relacionándolo y categorizando desde las partidas de diseño, funcionamiento, forma y tecnología; de estas se rescataran estética, interactividad, soporte, entre otras de acuerdo al usuario.



Img.27

(RESTAURANTE DISTRITO, 2023)



Img.28

(VANDERPUMP À PARIS, 2021)

RESTAURANTE DISTRITO

El restaurante Distrito, en Cuenca, es un lugar único en el que se pueden disfrutar cocteles con un toque local. El coctel Santa Ana usa una vajilla especial en forma de las cúpulas de la catedral de Cuenca, le da a esta bebida un aspecto auténtico. Además, la utilización de ingredientes locales como la uvilla y el babaco en la preparación de los cocteles, destaca la riqueza de la biodiversidad de la región y hace que la bebida sea única y auténtica. La experiencia en el restaurante Distrito es una combinación de arte culinario y patrimonio cultural.

VANDERPUMP À PARIS

El restaurante Vanderpump à Paris es un lugar elegante y sofisticado que ofrece una experiencia única en cada copa. Uno de sus cocteles más emblemáticos es el Louvre at First Sight, que es un homenaje al famoso museo Louvre en París. Este coctel es servido en una pirámide de cristal llena de humo, lo que crea un ambiente misterioso y atractivo. Al beber este coctel, los comensales se sentirán como si estuvieran en París, rodeados de arte y cultura. Con su combinación de ingredientes sofisticados y su presentación única, el Louvre at First Sight es una experiencia que no se puede perder.

5. CONCLUSIONES

La coctelería ha evolucionado con el pasar de los años ajustándose a las necesidades de sus consumidores, tal es el caso que los bartender han usado nuevas técnicas para obtener nuevos sabores, gracias a la mixología se ha podido crear una forma de servicio para el cliente. Restaurantes en el mundo tienen cocteles que generan experiencias, sin embargo en SAUJA BISTRO RESTAURANT S.A.S., aún no se ha logrado posicionar un coctel que genere experiencias.

La coctelería en la ciudad de Cuenca, representa una oportunidad de innovación; pues gracias a la evolución de la gastronomía, los restaurantes han adoptado nuevas técnicas tanto en la gastronomía como en la mixología, con el fin de generar un servicio diferenciador a los comensales.

Un elemento imprescindible que acompaña la coctelería es la vajilla, la cual en muchos de los casos permite mantener la frescura, los aromas y sobre todo los sabores, sin embargo con el paso del tiempo ha incrementado la necesidad de atraer a los sentidos de los consumidores por tal razón la vajilla será una parte fundamental para estimular aún más los sentidos, agregando utensilios, materiales, decoraciones llamativas con el fin de generar una experiencia única.





CAPÍTULO 2

Marco teórico

VAJILLA

Rolandelli (2013) define la vajilla como "un sistema de utensilios que sirven para transportar, apoyar o servir la comida e ingerir los alimentos. Los primeros utensilios aparecieron cuando el hombre se asentó, dejó de ser nómada y necesitó de un lugar para guardar los alimentos" (p. 3).

Por otro lado, la vajilla se refiere al conjunto de platos, tazas, vasos, cubiertos y otros utensilios utilizados para servir y consumir alimentos y bebidas. Estos elementos suelen estar hechos de materiales como cerámica, porcelana, vidrio, acero inoxidable o plata. La vajilla puede ser tanto funcional como decorativa, y se utiliza en diversas ocasiones, desde comidas diarias hasta eventos especiales. (Albala, 2014)

Con esto la vajilla se puede considerar como un conjunto de utensilios que han servido al hombre como apoyo al momento de ingerir bebidas y alimentos. Este concepto servirá para determinar qué utensilios y su materialidad, van a conformar la vajilla de este proyecto.



Img.31



Img.32

FOOD DESIGN

Según Reissig (2019):

La definición de trabajo propuesta para el Food Design –la cual forma parte de las bases del pensar y accionar de la red Latinoamericana de Food Design– es que esta incluye toda acción deliberada que mejore nuestra relación con los alimentos / comida en los más diversos sentidos e instancias, tanto a nivel individual como colectivo. Estas acciones se pueden referir tanto al diseño del producto o material comestible en sí, como a su contexto, experiencias, procesos, salud, tecnologías, prácticas, entornos, sistemas, etc. Más que categorías de análisis, estas son el reconocimiento del alcance que tiene la comida en todo su espectro y consiguientes campos de acción. (p. 2)

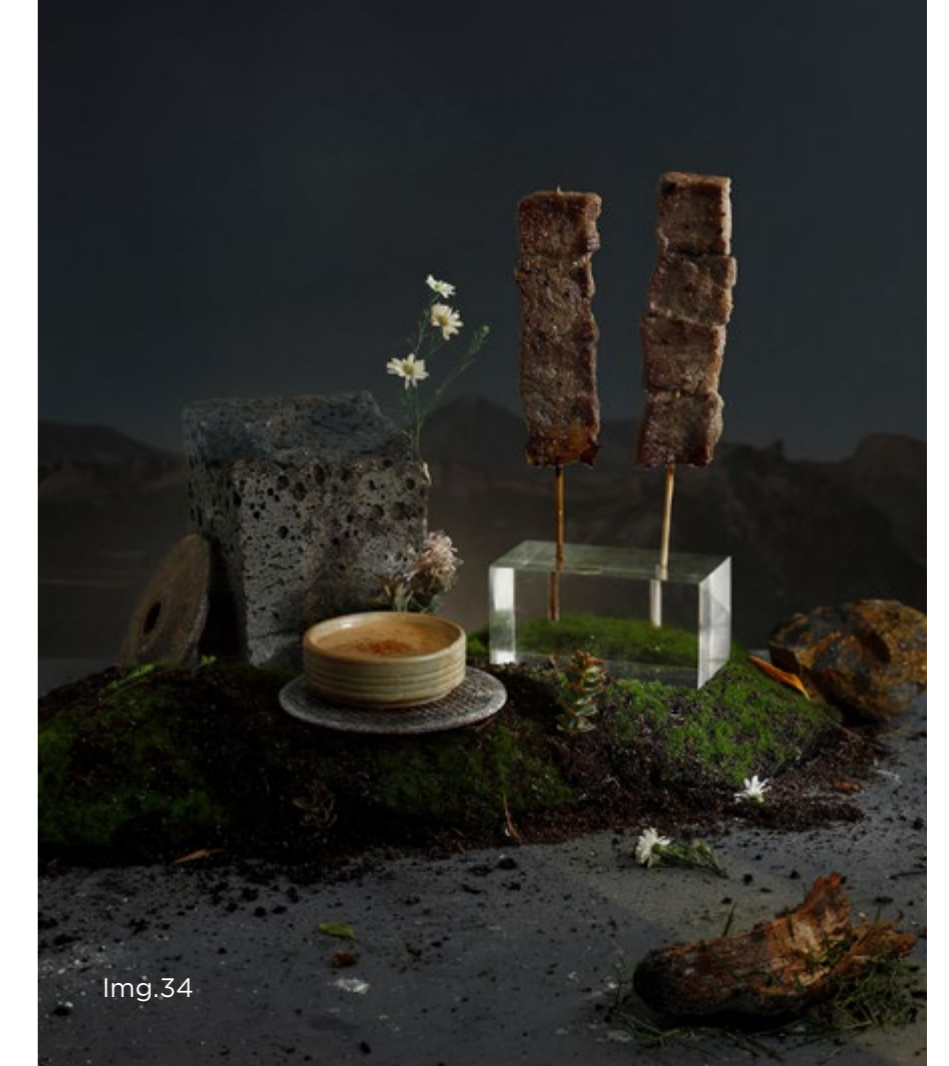
De modo que el Food Design es un conjunto de conceptos que permiten mejorar la correlación entre alimento y sujeto. Este concepto se aplicará en todo el proceso de diseño para intervenir de manera positiva en la relación del producto y consumidor, utilizando estrategias y metodologías de diseño de objetos.

COCTELERÍA DE AUTOR

La coctelería de autor mezcla bebidas con base en una especialización previa con conocimientos técnicos sobre las bebidas y los licores, así también, permite la creación de cocteles según el gusto del cliente y que difícilmente se puede encontrar en otro lugar; es importante mencionar que esta propuesta se enfoca en estimular los cinco sentidos (Ludysaca & Robles, 2018). Este concepto se refiere a que la coctelería de autor debe ser una bebida única que estimule todos los sentidos del consumidor. Esto ayudará a determinar los ingredientes de la bebida y también cómo se fusiona con el diseño del objeto.



Img.33



Img.34

DISEÑO EMOCIONAL

Está relacionado a la experiencia del usuario, es decir, la interacción entre la persona y el objeto bajo ciertas condiciones, las emociones y el entorno que influyen en la conexión con el sujeto durante esta experiencia; el diseño puede ser emocional visceral, el cual refiere a la percepción de los cinco sentidos, en otras palabras, es el primer estímulo, el segundo es diseño emocional conductual, refiere a la utilidad y la función que los clientes observan en el objeto, el tercero es el diseño emocional reflexivo es la decisión para comprar un producto (Iturbe, 2022).

El diseño emocional se refiere a la creación de productos y experiencias que evoquen emociones positivas y significativas en los usuarios. Se trata de un enfoque centrado en el usuario que busca crear una conexión emocional entre el diseño y el usuario para mejorar la satisfacción y la experiencia del usuario. El diseño emocional utiliza técnicas y estrategias basadas en la psicología y la investigación para crear productos y experiencias que sean atractivos, memorables y significativos para los usuarios (Norman, 2005).

Este texto se refiere a lo que causa emocionalmente el diseño en el sujeto. En este proyecto se busca implementar un diseño aplicando este concepto para que el consumidor logre utilizar sus sentidos de una manera que logre tener una experiencia sensorial, y con esto generar un elemento diferenciador entre el resto de objetos que se ofrecen en el mercado.



Img.35

DISEÑO DE EXPERIENCIA

Para Forero y Ospina (2013) el diseño de experiencias: Constituye una fuente de innovación en el proceso de desarrollo de proyectos, requiere del acopio de diferentes habilidades y métodos para lograr una visión compleja. En ese sentido, identificar y observar comportamientos de las personas son elementos cualitativos necesarios para entender no solo las experiencias funcionales de los consumidores, sino también las experiencias cognitivas y emocionales necesarias para la innovación del aprendizaje en diseño; de esta manera, la novedad del enfoque apunta a una más amplia vinculación entre las disciplinas del diseño, la sociedad y la actividad disciplinar. (p. 78)

Es necesario observar e identificar las respuestas emocionales de los consumidores cuando utilizan el producto, para buscar necesidades y diseñar un producto innovador. Este concepto permitirá identificar y seleccionar con más exactitud el tipo de experiencia que puede llegar a generar la vajilla propuesta en el proyecto.

ECONOMÍA DE LA EXPERIENCIA

La economía de la experiencia fue usada por los autores Pine y Gilmore, quienes hicieron una crítica sobre la realidad actual en donde ya no prima una economía de servicios, por el contrario, se habla de una economía de la experiencia, en donde se debe cautivar las emociones de los clientes para poder diferenciarse en precio y por lo tanto se deja de lado la racionalización de la compra por parte del consumidor (Caro, 2010).

Este concepto afirma la importancia del valor emocional agregado al diseño del producto, logrando que el consumidor prefiera la experiencia brindada por el producto antes que el precio como tal, este concepto servirá para generar un valor agregado en base a una experiencia y no un precio.



Img.36

PERFIL DE USUARIO

Para la elaboración del presente trabajo, se debe recalcar que la empresa ya cuenta con un breve estudio para detectar el nicho de mercado que frecuenta más a menudo el restaurante; este breve análisis se llevó a cabo con ayuda del registro de clientes que guarda el restaurante. Sin embargo, se apoya con entrevistas a consumidores con ciertos conocimientos y afición a la gastronomía; esto aportará a entender mejor el perfil del usuario.

CONSUMIDOR

En términos de coctelería, los usuarios han probado muchos cocteles de autor que combinan aspectos sensoriales como aromas, sabores y presentación visual. En cuanto a la vajilla, ha observado recipientes hechos de vidrio, cerámica y madera y en el contenido, frutas deshidratadas, burbujas, humo, hielo seco, hielos con formas y flores. Los consumidores han vivido experiencias únicas en restaurantes y bares en Quito y Guayaquil, donde la presentación, los utensilios y la historia detrás del coctel son factores importantes. Han vivido experiencias con ahumados y rituales donde interviene mayormente la vajilla y utensilios, también han participado en el proceso de finalizar el coctel en su mesa y formar parte de la experiencia de hacer su propio coctel.

En su opinión, tener un factor diferenciador es importante para los restaurantes y el recipiente del coctel puede ser una herramienta clave para la percepción de sabores, olores y texturas. Los sentidos estimulados en la coctelería son el gusto, el olfato y la vista, y el recipiente facilita y contribuye con la percepción de estos aspectos. Las personas estarían dispuestas a vivir la experiencia de preparar un coctel porque sería una vivencia poco común y única en la que se puede aprender y disfrutar. También han mostrado apertura a experimentar una nueva experiencia con la estética del recipiente que intervengan olores y sabores. Finalmente, prefiere la coctelería fría porque cree que existen más opciones para mejorar la experiencia. Además, las personas acuden acompañadas en grupos de tres a cuatro personas, al momento de ingresar.

BARMAN

El coctelero no sirve cocteles de autor debido a que la coctelería se estancó hace más de 30 años y cualquier cóctel que haga puede que ya haya sido creado en algún momento y lugar del mundo. Sin embargo, utiliza insumos de origen artesanal y local, incluyendo botánicos, frutas, verduras, raíces y cortezas de la biodiversidad local para crear sus cócteles. La carta de cócteles se actualiza cada 15 días y se ofrecen clases gratuitas al público.

Para los cócteles, utiliza diferentes tipos de vajilla que puedan contener líquidos, como macetas, azucareras, barro, cemento, madera y cortezas de frutos secos. Cree que el tipo de material utilizado influye en el sabor y la experiencia del cóctel, aunque lo más importante es el ambiente en el que se desarrolla la presentación.

Ofrece cócteles experienciales o que el usuario pueda interactuar con ellos, dependiendo del momento, lugar y hora, después de investigar cómo llegar a los recuerdos de sus clientes. Para generar esta experiencia, utiliza utensilios como cafetera de espresso para extracciones, una máquina centrífuga de 4500 rpm para clarificaciones, este dispositivo utiliza la fuerza centrífuga para separar componentes sólidos o líquidos de una muestra en movimiento rotatorio y así generar clarificaciones, también se usa destiladores para separar aroma y sabor, entre otros. Estos utensilios se pueden conseguir en tiendas especializadas o en línea a través de Amazon.

La experiencia con la vajilla y los utensilios es la afinidad en los aromas, sabores, colores y texturas que se presenten y se presenten. Cree que el recipiente, contenedor o copa utilizado es muy importante tanto para el efecto visual como para la rentabilidad, y puede potenciar el arte sobre la bebida y reflejar la parte visual, aromática o textural del cóctel dependiendo de su forma y material. Ve un futuro prometedor para la coctelería de autor en Ecuador, ya que está evolucionando y este año es muy importante para dar un gran paso. Para él, la experiencia en el usuario es una serie de recuerdos que surgen de las emociones y las opiniones de los usuarios son muy importantes para una investigación más completa. Los usuarios suelen expresar sus emociones y recuerdos cálidos cuando consumen un cóctel de autor.



Img.37

PABLO LAZO

Edad:

35 años

Nivel académico:

Profesional

Ocupación:

Abogado

Estado civil:

Soltero

Pasatiempo:

Viajar, salir con sus amigos a restaurantes y bares, y cocinar.

Aspiraciones:

Degustar todos los bares y restaurantes del país para aprender de sus experiencias.

Intereses:

Leyes, gastronomía, arte, viajes.

BIOGRAFÍA

Pablo es un joven abogado de 35 años. Tiene varios pasatiempos entre los que destaca la cocina. Es un hombre soltero que disfruta su tiempo libre con amigos, premiando su arduo trabajo con buena comida y coctelería, además disfruta de recorrer el país. A pesar de ser un hombre completamente dedicado a su trabajo y ser amante de las leyes, Pablo reconoce la importancia que tienen las nuevas experiencias para su crecimiento personal y a pesar ser un cliente que ya ha consumido mayor parte de los productos del restaurante SAUJA, siempre pregunta por algún coctel o plato nuevo.

IDEACIÓN

El diseño en vajilla para coctelería de autor tiene un enfoque en la experiencia sensorial del usuario y su percepción de la coctelería. Para lograr esto, los diseñadores utilizan conceptos innovadores que permiten una mejor integración de los sentidos. Aquí hay algunos de estos conceptos:

1. Funcionalidad: La vajilla debe ser funcional y adecuada para el tipo de coctel que se está sirviendo. Por ejemplo, para cocteles con burbujas, se necesitarán copas flauta, mientras que, para cocteles con hielo, se necesitarán copas más grandes para acomodar el hielo.

2. Apariencia: La vajilla debe tener un aspecto atractivo y complementar el coctel que se está sirviendo. Por ejemplo, un recipiente de cristal transparente puede ser perfecto para mostrar los colores vibrantes de un coctel, mientras que un recipiente de cerámica puede ser adecuado para cocteles con un aspecto más sofisticado.

3. Materiales: La vajilla debe ser de alta calidad y duradera, utilizando materiales que puedan cumplir con estos parámetros.

4. Creatividad: El diseño de la vajilla debe ser creativo y estar alineado con la estética y la filosofía de la coctelería de autor.

5. Sustentabilidad: El diseño de la vajilla debe ser sostenible y respetuoso con el medio ambiente. Por ejemplo, se pueden utilizar materiales reciclados o biodegradables.

6. Poetización de forma: Se trata de dar un toque poético a la forma del recipiente para cocteles, creando una experiencia visual atractiva y artística.

7. Simultaneidad: Este concepto se refiere a la combinación de varios elementos al mismo tiempo para crear una experiencia más completa. Por ejemplo, la combinación de aromas, sabores y texturas en un solo coctel.

8. Inclusión: La inclusión se refiere a la integración de diferentes elementos en el diseño, como la combinación de diferentes materiales o la incorporación de elementos naturales como hojas y flores.

9. Transformación: Este concepto se enfoca en la capacidad de la vajilla para cambiar su forma o apariencia, permitiendo una experiencia única para el usuario.

10. Efímero: La efimeridad se refiere a la idea de que la experiencia es temporal y única, dándole un valor añadido a la coctelería y a la vajilla utilizada para presentarla. Esto hace que el usuario valore más la experiencia y la recuerde.

11. Forma rítmica: Se refiere a la utilización de una secuencia repetitiva de formas o patrones en un objeto o producto. Este concepto se basa en la idea de que la repetición de un patrón o forma puede crear un ritmo visual y una sensación de orden y armonía. La forma rítmica puede ser aplicada en una variedad de productos, desde productos electrónicos hasta mobiliario, y puede ser utilizada para mejorar la estética y la funcionalidad de un producto. La forma rítmica también puede ser utilizada para crear una sensación de movimiento y dinamismo en un producto estático, lo que puede ser atractivo para el usuario y mejorar la experiencia de usuario.

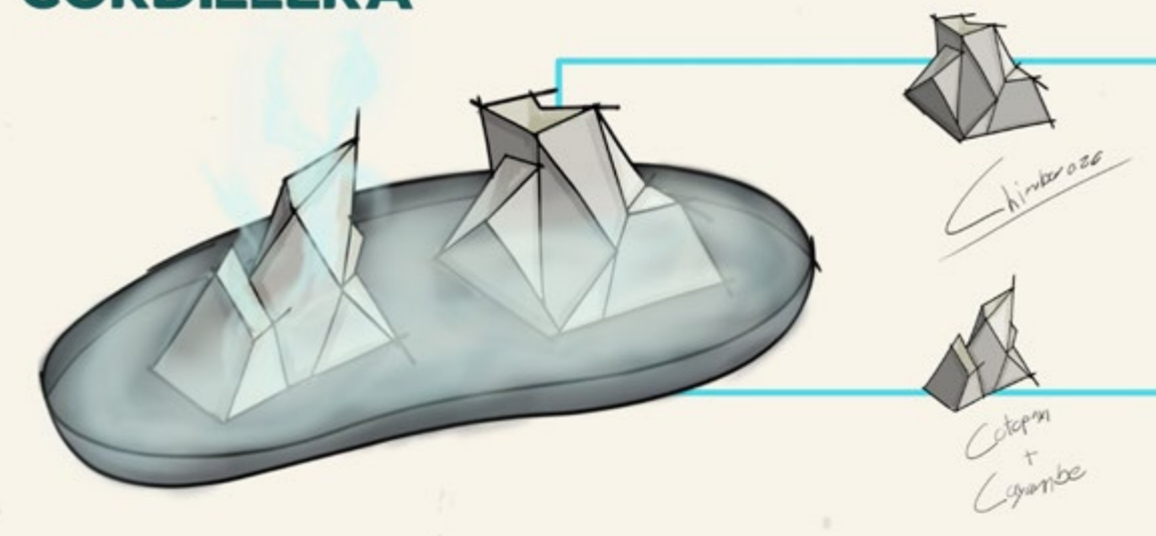
EXTRACCION

Img.38



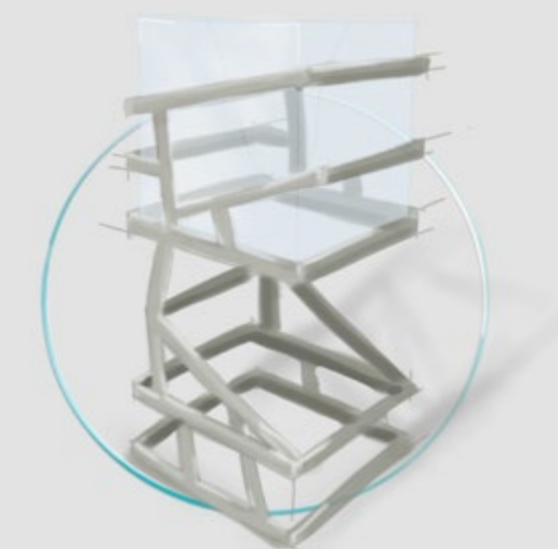
CORDILLERA

Img.39



Hielero

Img.40



CONCLUSIONES

La coctelería ha evolucionado con el pasar de los años ajustándose a las necesidades de sus consumidores, tal es el caso que los bartender han usado nuevas técnicas para obtener nuevos sabores gracias a la mixología se ha podido crear una experiencia para el cliente. Cada país tiene una bebida que lo representa culturalmente, sin embargo, en Ecuador, aún no se ha logrado posicionar un coctel como un símbolo cultural.

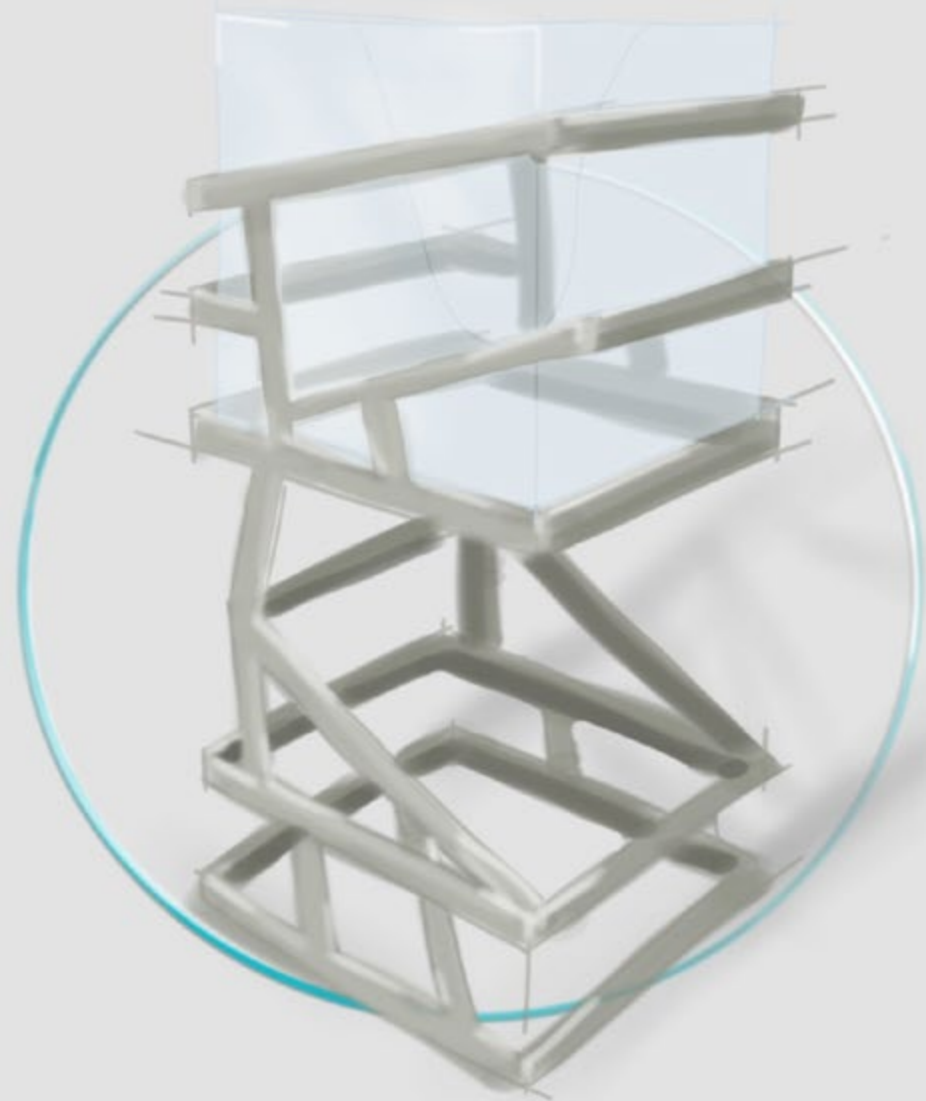
La coctelería en la ciudad de Cuenca, representa una oportunidad para innovar la gastronomía, pues gracias a las exigencias de los turistas extranjeros que buscan la innovación han dado lugar a la adopción de nuevas técnicas interesantes hoy en día se han posicionado bebidas dulces de sabor intensos, mientras que los extranjeros muestran una preferencia hacia bebidas amargas y secas.

Un elemento imprescindible que acompaña la coctelería es la vajilla, la cual en muchos de los casos permite mantener la frescura y sobre todo los aromas, sin embargo, con el paso del tiempo ha incrementado la necesidad de atraer a los sentidos de los consumidores tal es el caso que la vajilla permite que el momento de la bebida sea recordado pues se incluye técnicas de ahumados o decoraciones llamativas que genera una experiencia irrepetible.



CAPÍTULO 3

Idea Seleccionada



Img.42

PARTIDAS DE DISEÑO

Para el diseño de la vajilla, se tomarán en cuenta los aspectos de forma, función y tecnología, con el fin de cumplir con el objetivo de generar una experiencia en el restaurante Sauja Bistro S.A.S.

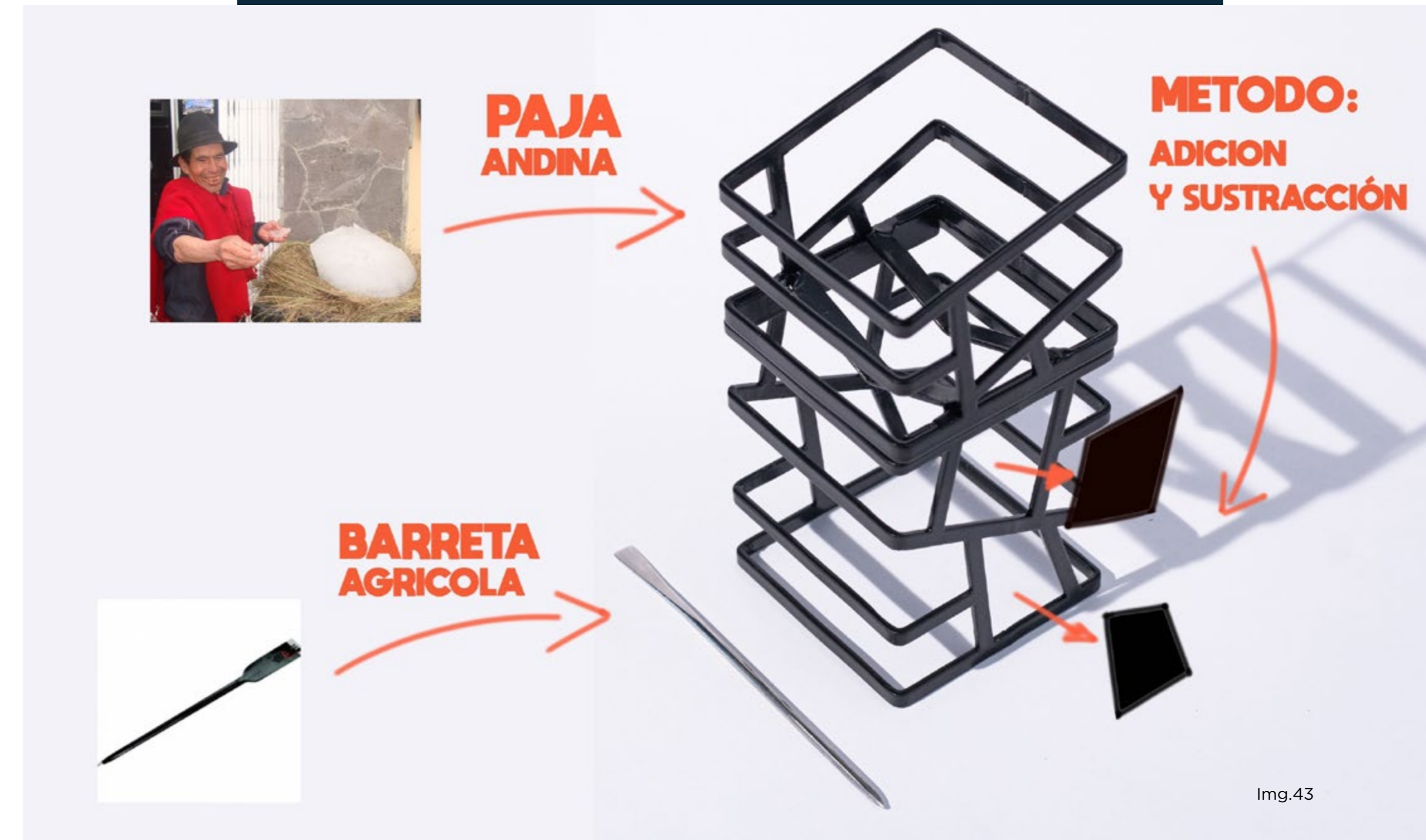
Forma: En el diseño de la vajilla, se consideran aspectos como su forma. A nivel formal, se parte de una representación de la paja, basada en el concepto adición y sustracción de las caras y vértices lo que permite crear la estructura donde se apoyará el vaso de hielo, el cual se diseñó inspirado en un cuerpo geométrico que represente el hielo, en este caso, el cubo. Se toma en cuenta la cromática basada en los elementos que utiliza Baltazar Ushca al momento de extraer el hielo.

En cuanto a la estética, la poetización de la forma se presenta como el principal enfoque, lo que permite representar de mejor manera la acción del Último Hielero de Ecuador, dándole un sentido al diseño y, además, facilitar el uso del objeto para generar una experiencia en el restaurante Sauja Bistro S.A.S.

Función: En este aspecto, se tienen en cuenta las entrevistas a clientes y bartenders para crear una vajilla efímera, buscando generar una experiencia momentánea y diferente para el comensal tanto al servir como al consumir el cóctel.

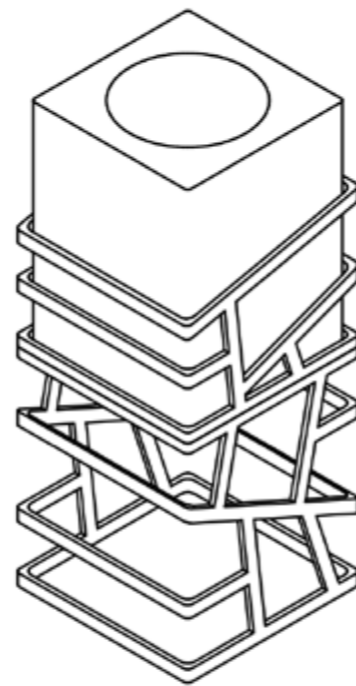
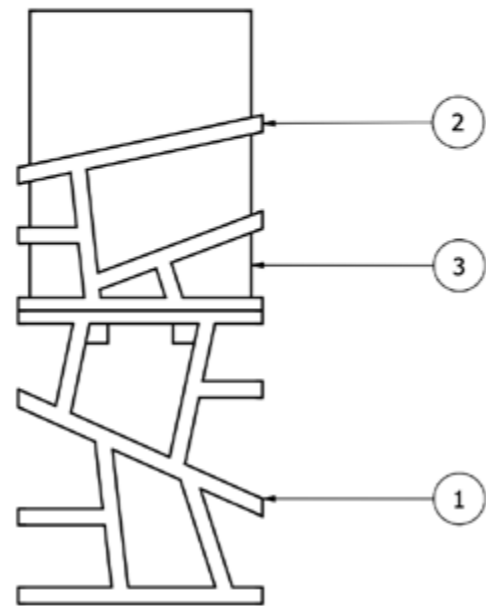
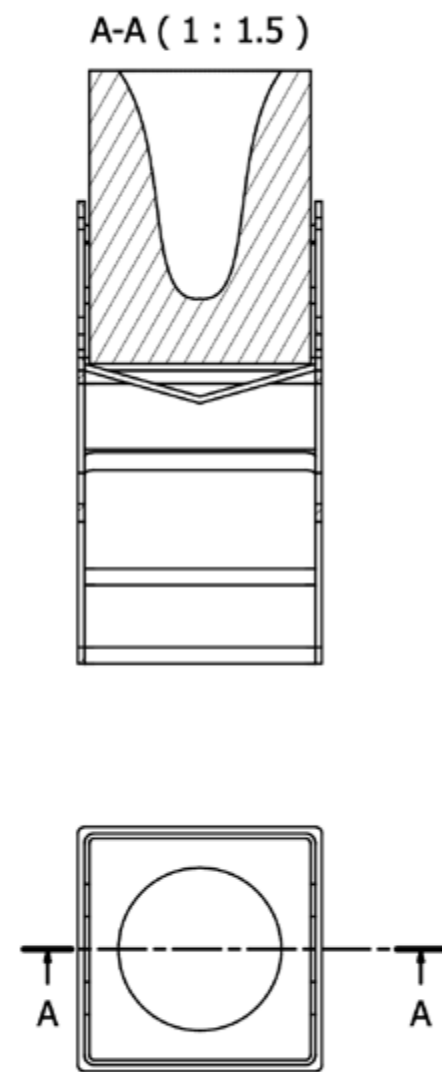
Para esta experiencia, se toma inspiración en el último hielero de Ecuador. Se considera la poetización de la forma en la vajilla para que el cóctel tenga una base inspiradora y un sentido al contar la experiencia al comensal, agregando así valor a la misma.

Tecnología: En esta área se emplean materiales como el hierro para la estructura y el acero inoxidable para el pica hielo. Para la forma del hielo, se utilizarán moldes de caucho de grado alimenticio, lo que facilitará su desmolde.

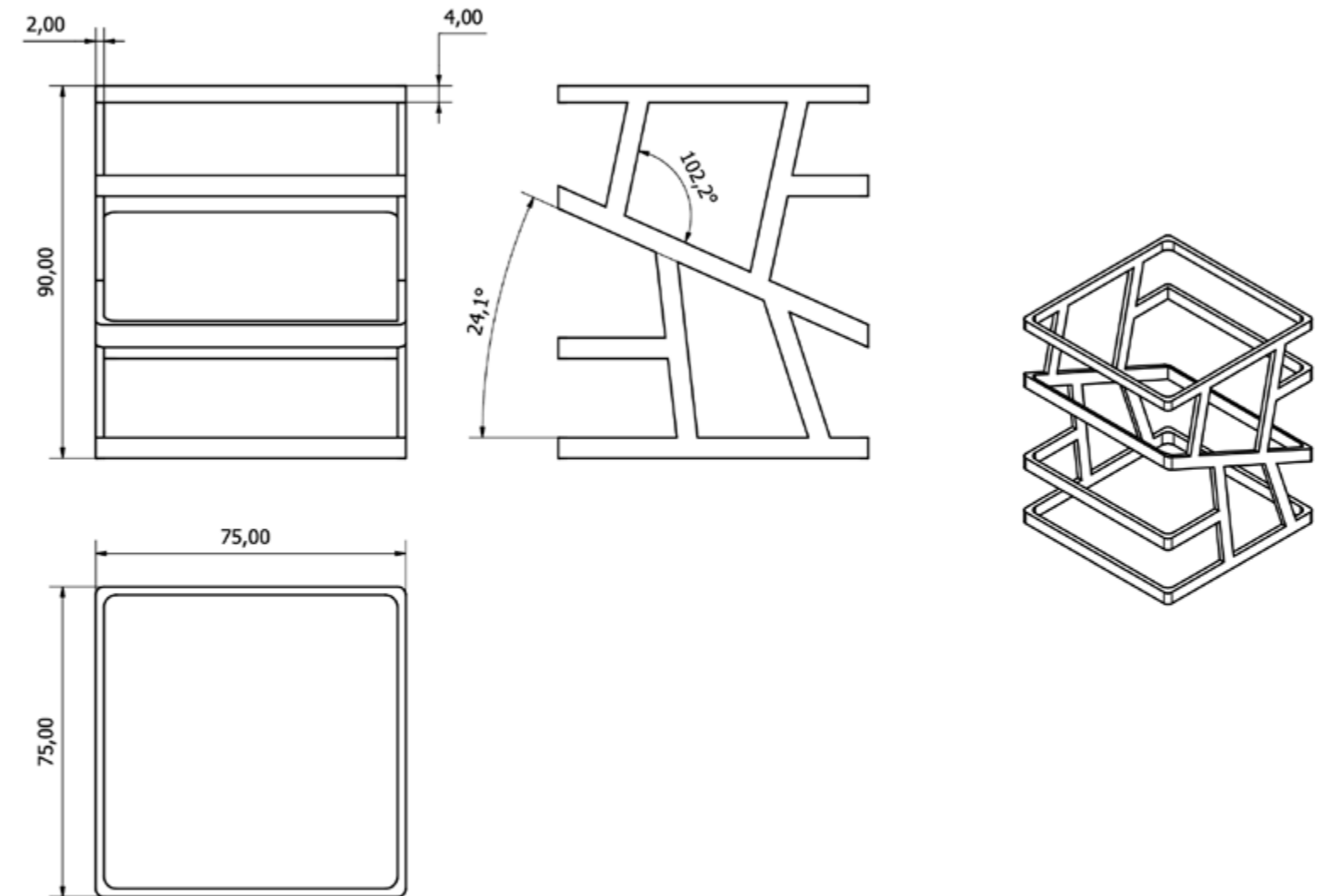


Img.43

PLANOS TÉCNICOS

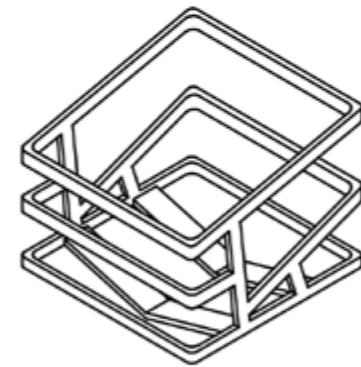
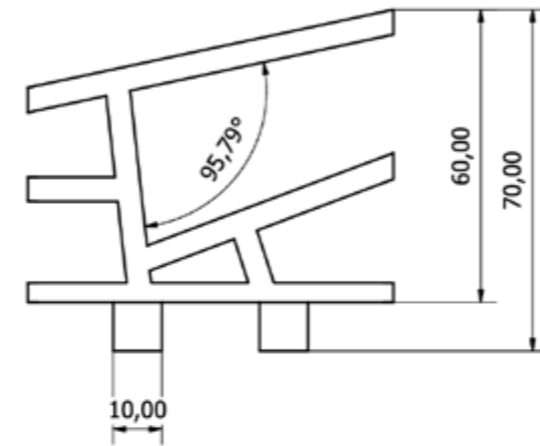
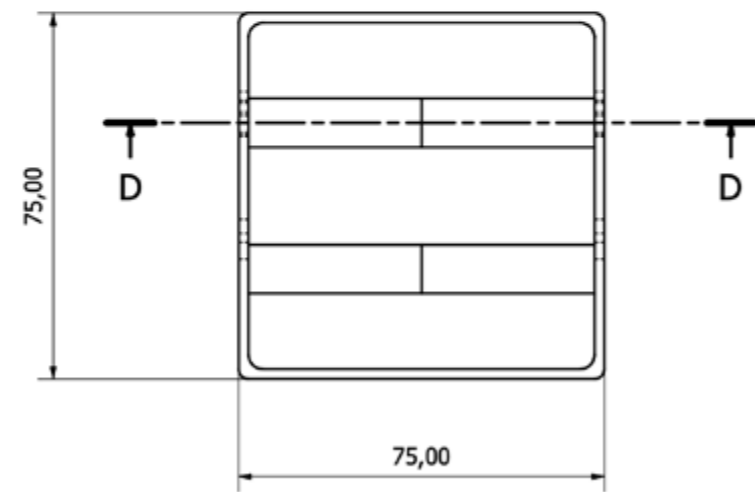
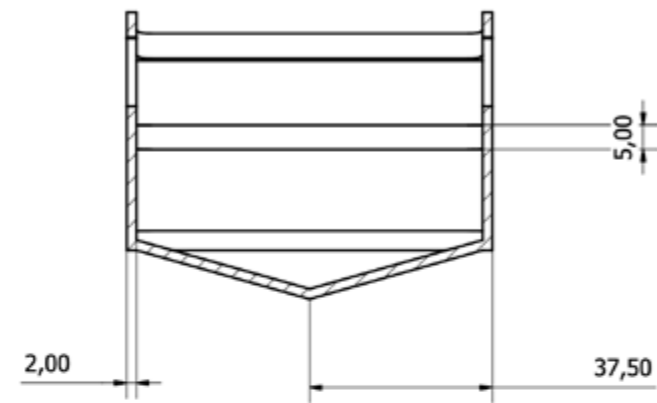


PARTS LIST			
ITEM	QTY	PART NUMBER	DESCRIPTION
1	1	Base inferior	Acero Inoxidable
2	1	Base Superior	Acero Inoxidable
3	1	Hielo 1	Agua Solidificada
Designed by	Checked by	Approved by	Date
			9/6/2023
Planos Propuesta 4			Edition Sheet 1 / 4



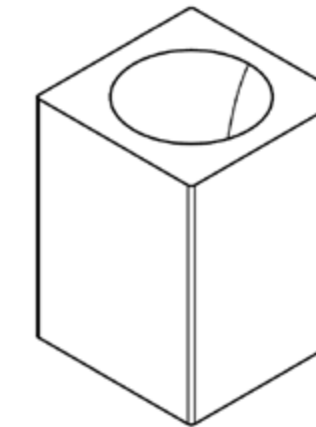
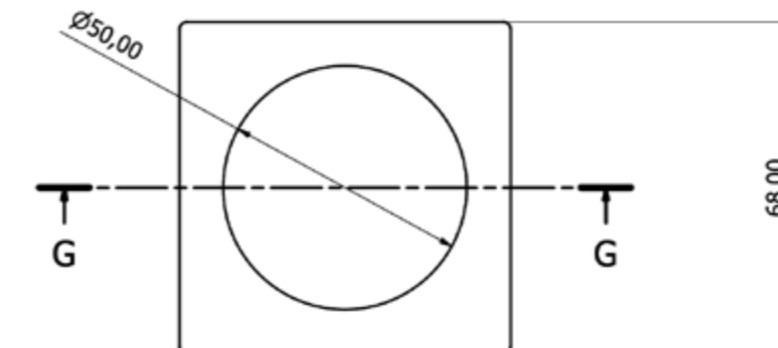
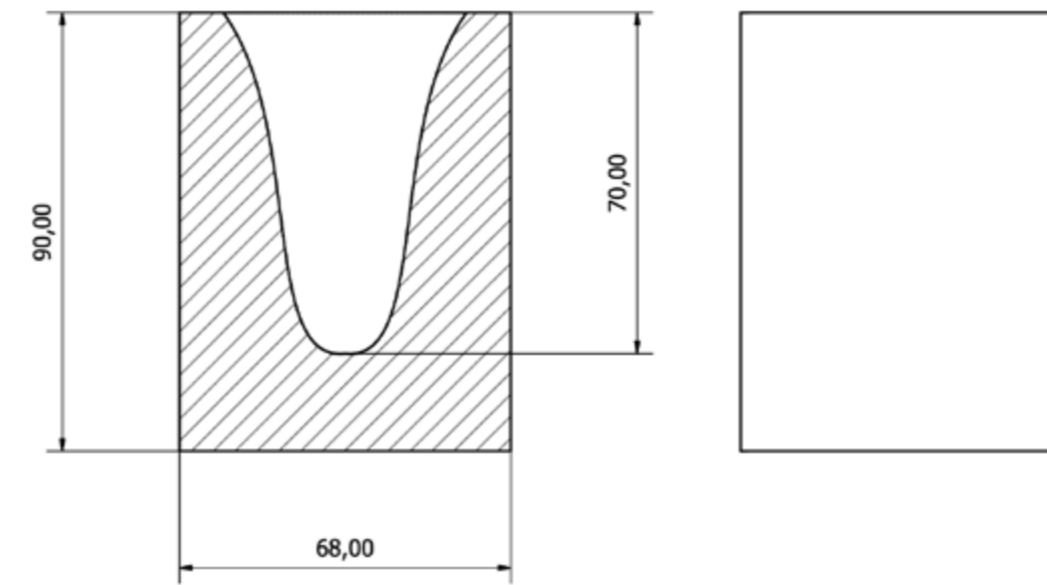
Designed by	Checked by	Approved by	Date	Date	
				9/6/2023	
Planos Propuesta 4				Edition Sheet 2 / 4	

D-D (1:1)

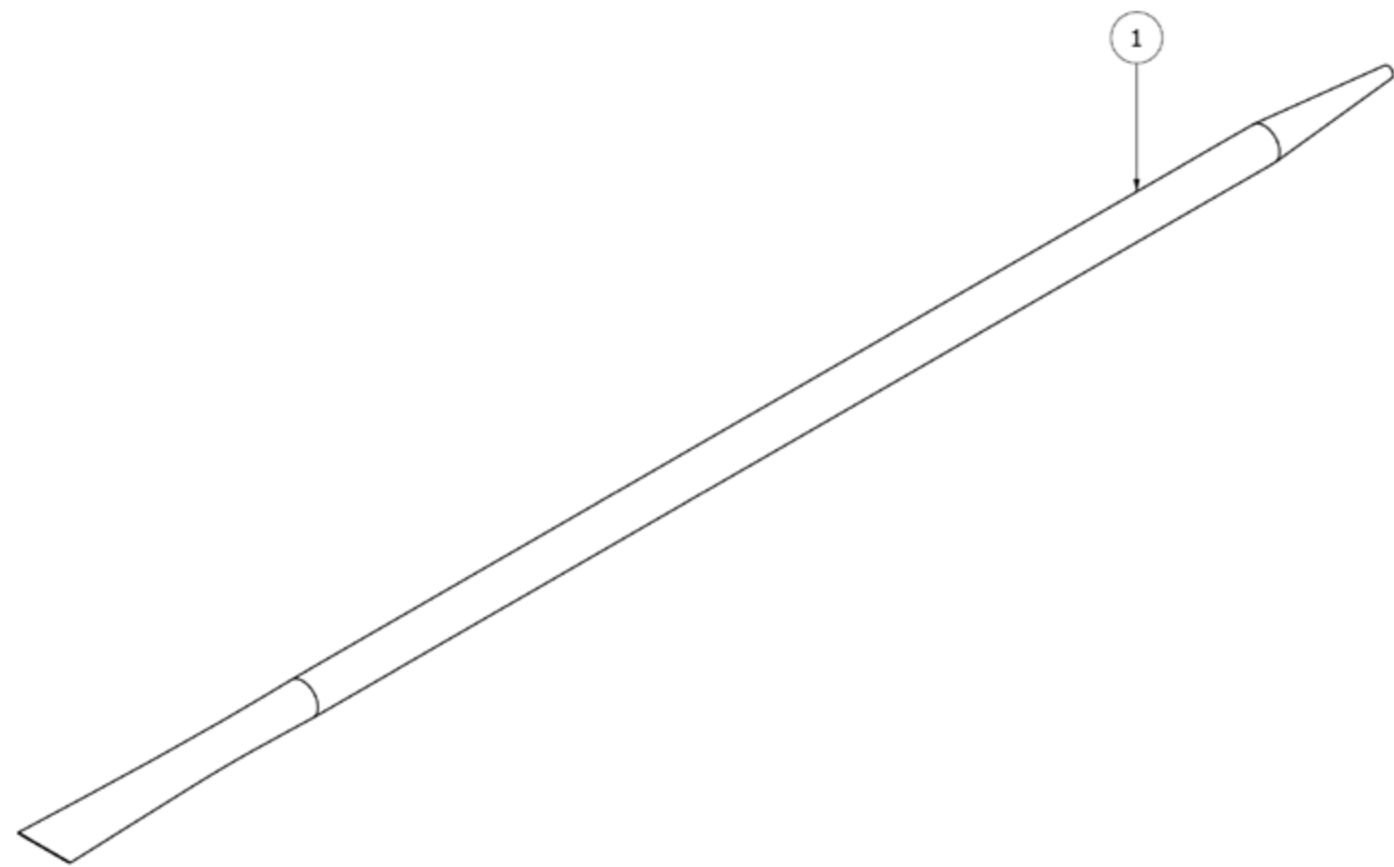


Designed by	Checked by	Approved by	Date	Date	
				9/6/2023	
			Planos Propuesta 4	Edition	Sheet
					3 / 4

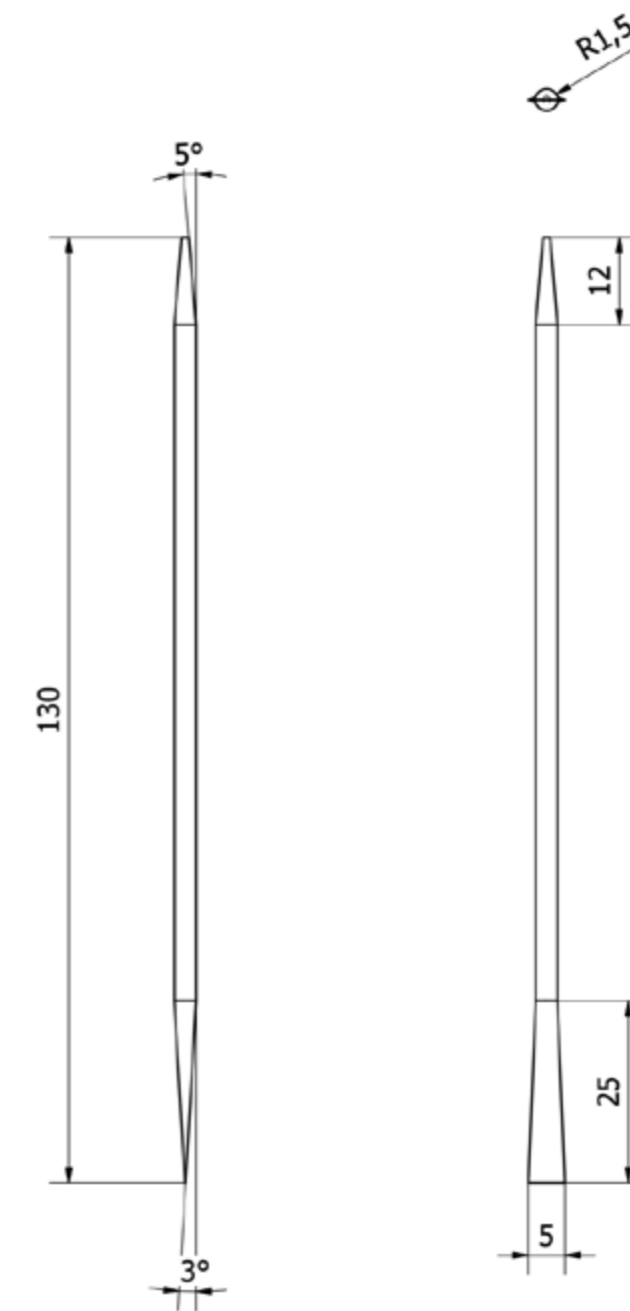
G-G (1:1)



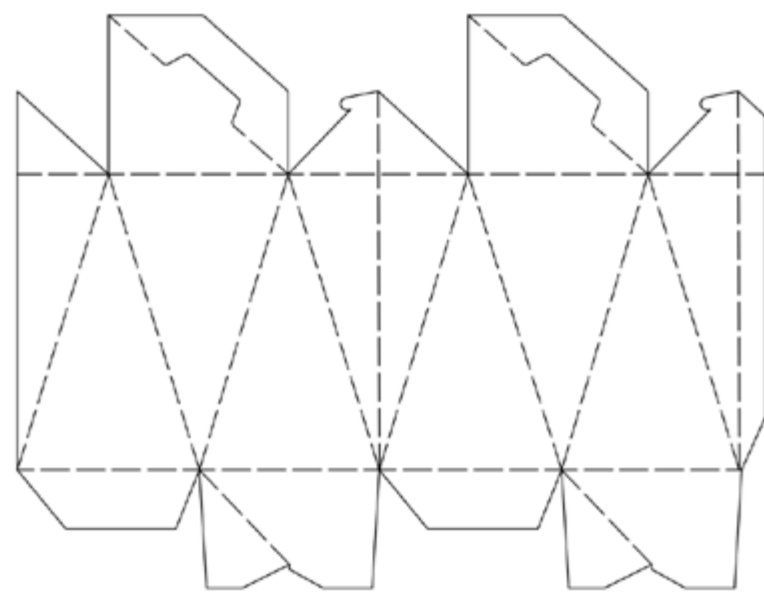
Designed by	Checked by	Approved by	Date	Date	
				9/6/2023	
			Planos Propuesta 4	Edition	Sheet
					4 / 4



LISTA DE PIEZAS			
ELEMENTO	CTDAD	Nº DE PIEZA	DESCRIPCIÓN
1	1	BARRETA	ACERO INOX TIPO 304
Diseño de Sebastian J.	Revisado por	Aprobado por	Fecha 06-23-2023
UDA		REPRESENTACIÓN BARRETA AGRICOLA	
		REPRESENTACIÓN BARRETA AGRICOLA Edición Hoja 2	



Diseño de Sebastian J.	Revisado por	Aprobado por	Fecha 06-23-2023
UDA		REPRESENTACIÓN BARRETA AGRICOLA	
		REPRESENTACIÓN BARRETA AGRICOLA Edición Hoja 2	

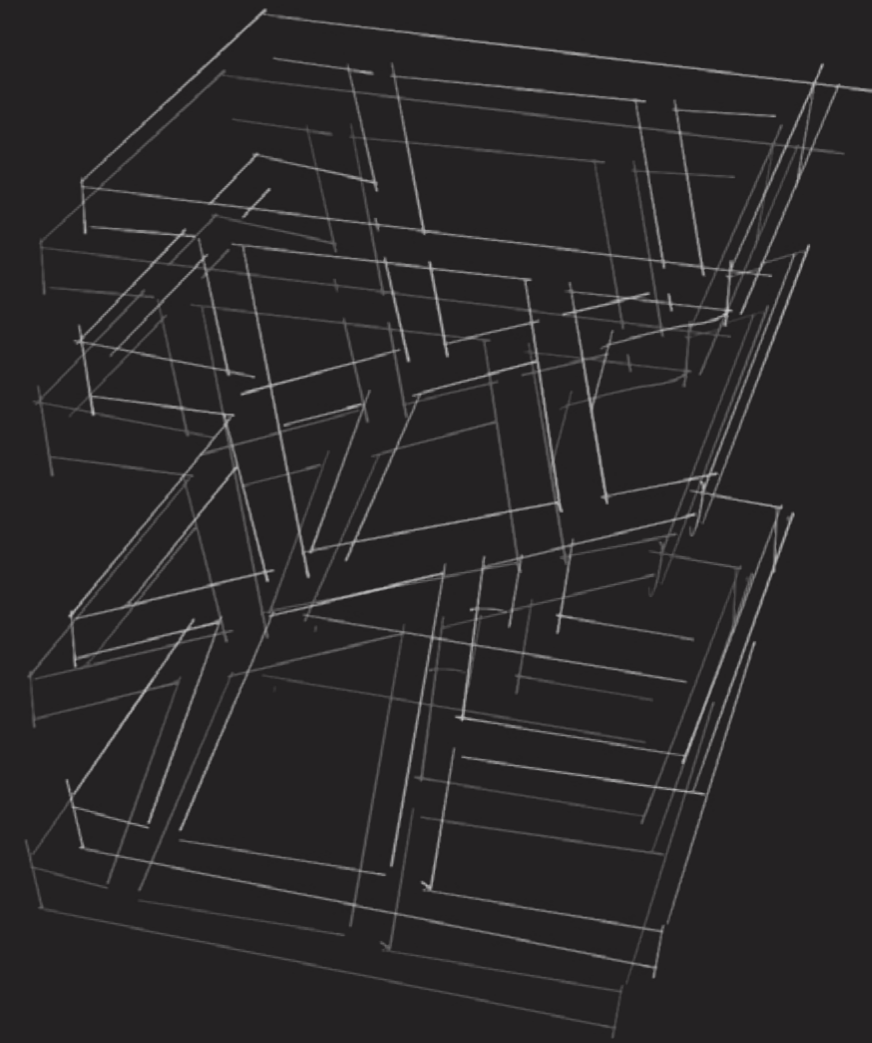
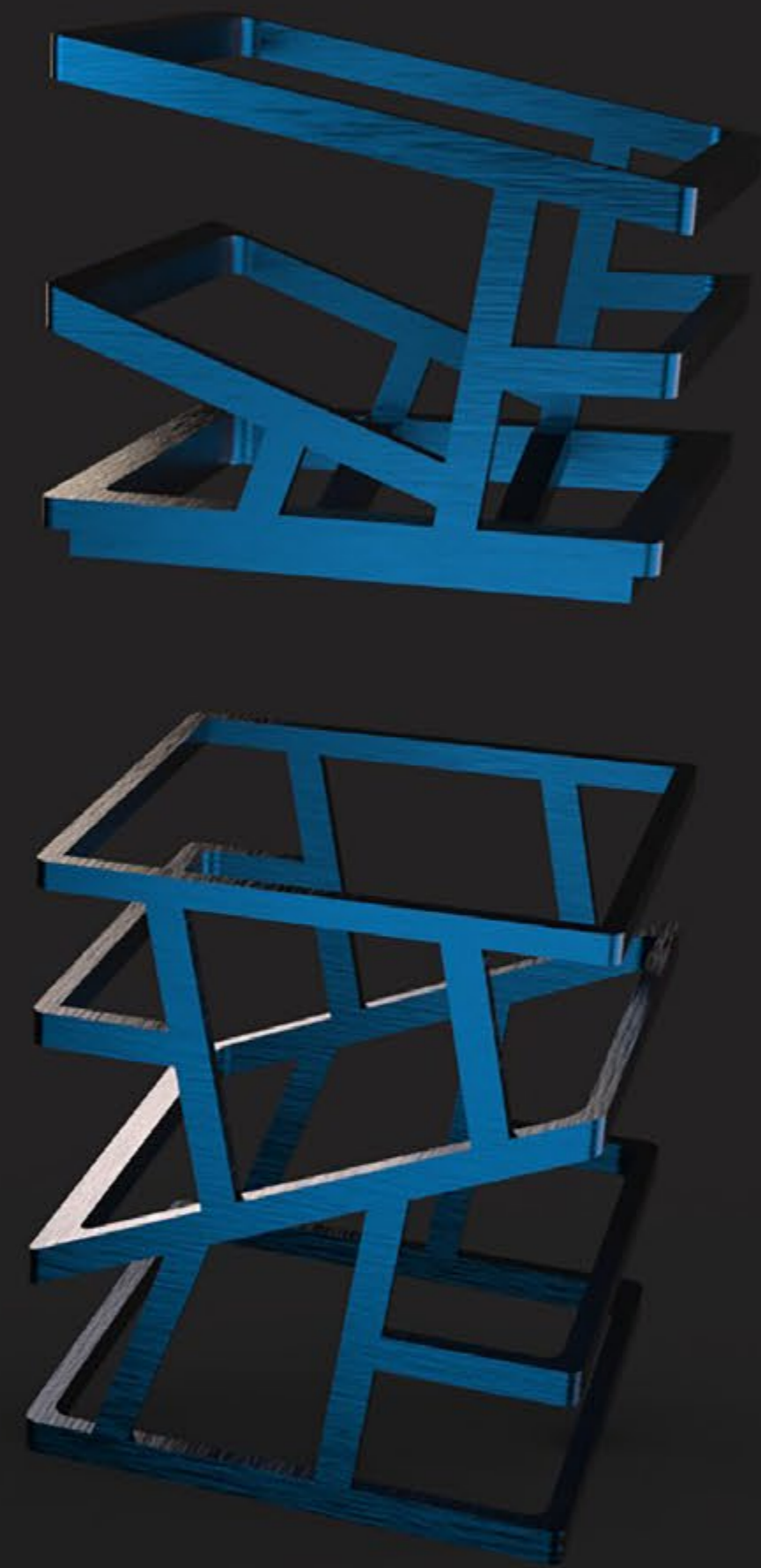
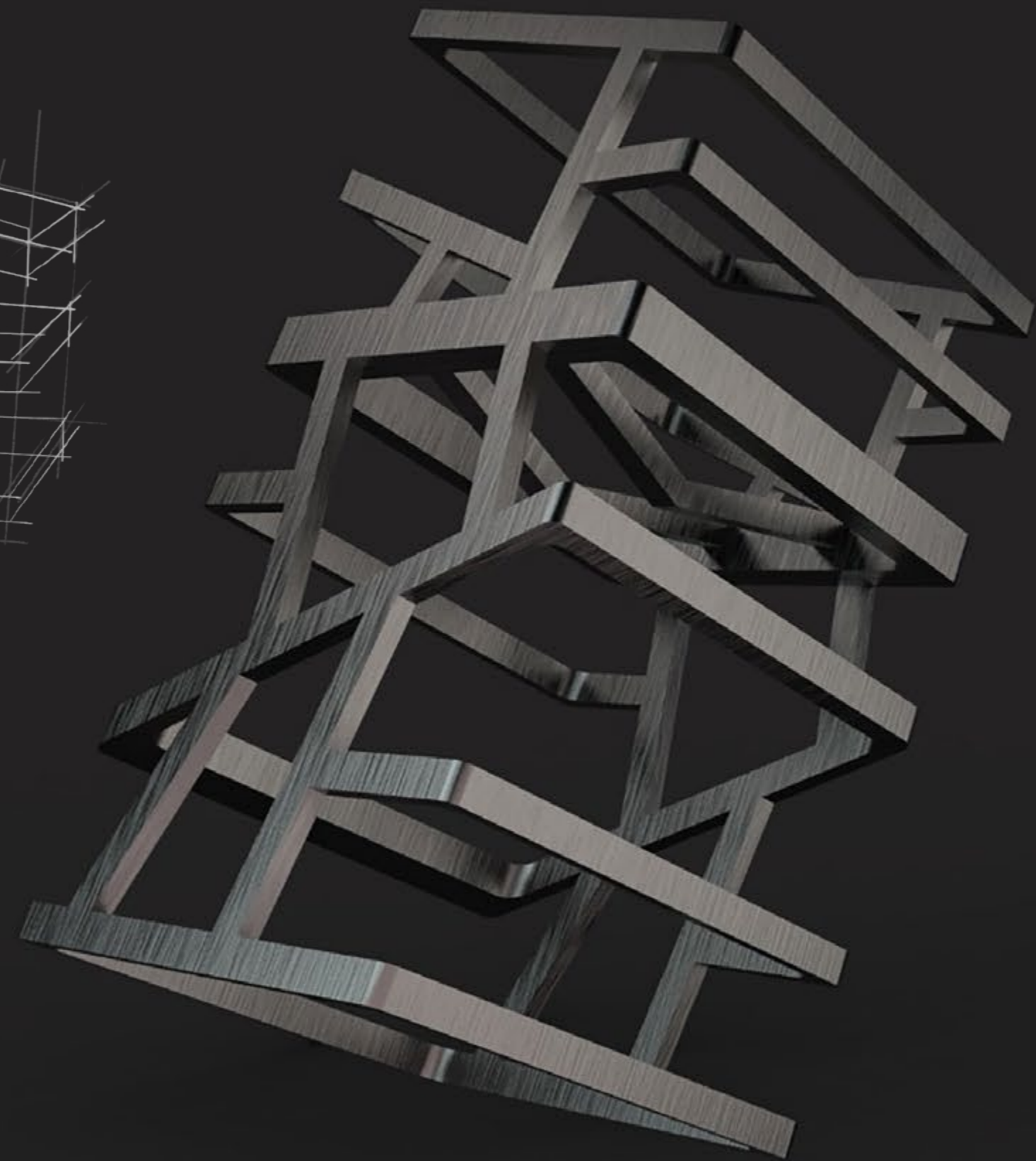
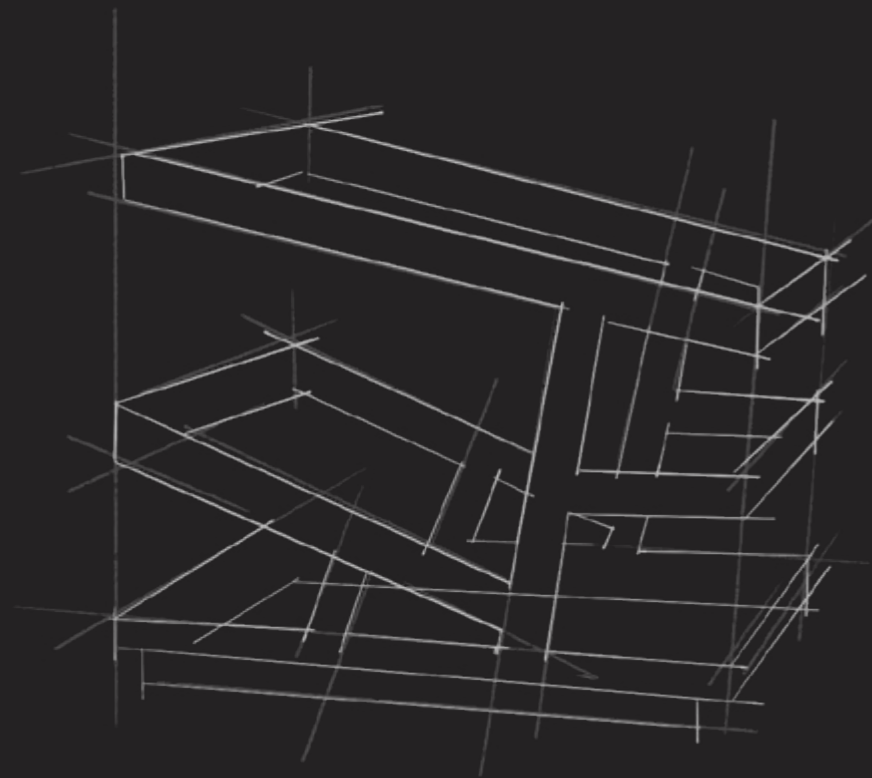


NOMBRE:	JARA S.	PARALELO:	A4 - 001
ESCALA:		APROBADO:	
LAMINA:	1/1	FECHA:	12/06/2023

TROQUEL



Img.44



RENDER



Img.46



Img.47

COSTOS

COSTOS FIJOS MENSUALES

Descripción	Valor Total
SUELDOS NOMINA	\$3.041,97
ARRIENDO	\$100,00
FINANCIEROS	\$250,00
SERVICIOS BÁSICOS	\$120,00
OTROS ADMINISTRATIVOS	\$60,00
xx	\$-
xxx	\$-
xxxx	\$-
Total Costos Fijos	\$3.571,97

SUELDOS MO		SUELDOS ADMIN	
Trabajador 1	\$707,42	DISEÑADOR	\$1.627,13
Trabajador 2	\$707,42		
TOTAL	\$1.414,83	TOTAL	\$1.627,13

COSTOS DE PRODUCCIÓN

ANUAL			
Referencia	Costo Variable Unitario	Costo fijo Anual	Unidades Proyección Anual
SOPORTE VASO	\$62,92	\$42.863,60	155
COSTO FIJO UNI	\$276,54		
C.T. (COSTO TOTAL UNITARIO)	CVU + CFU		
=	\$339,46		
PVP =	509,19		
U =	50%		
U =	\$169,73		
P.V.P.	509,19		

COSTOS VARIABLES

CALCULO DE COSTOS VARIABLES				
Materias Primas				
M.P.	Cant.	Unidades	Costo x Unidad	Costo Total
tubo 3 pulgadas	1,8	m	\$10,00	\$18,00
Lija nro 40	4		\$0,77	\$3,08
Aerosol	3	m	\$2,80	\$8,40
Lija nro 120	4		\$0,44	\$1,76
barilla 3 mm acero inox	2		\$0,89	\$1,78
Barniz Poliuretano	1	lt	\$17,80	\$17,80
		Total Materia Prima		\$50,82
Mano de Obra directa				
Descripción	Cant.	Unidad	Costo x Unidad	Costo Total
			\$0,077	\$-
Minitos de corte	30	min	\$0,077	\$2,31
Minutos Armado y terminados	60	min	\$0,077	\$4,61
Empaquetado	5	min	\$0,077	\$0,38
		Total MOD		\$7,30
Costos indirectos de Fabricación CIF				
Descripción	Cant.	Unidad	Costo x Unidad	Costo Total
limpieza	120	m2	\$0,04	\$4,80
		TOTAL CIF		\$4,80
		COSTO VARIABLE POR PRODUCTO		\$62,92

VALIDACIÓN



1. ¿Cree que el diseño del vaso de hielo captura la esencia y la historia del último hielero del Ecuador?

2. De acuerdo a su gusto, ¿Cuál es la primera impresión que le causa al ver este vaso de hielo con su base ?

3. ¿Qué nivel de satisfacción tuvo al sostener la base con el vaso de hielo?

4. ¿Siente que el diseño del vaso de hielo es atractivo para usarlo en un restaurante?

5. ¿Es cómodo de usar el utensilio para picar el vaso de hielo?

6. ¿Qué tanto le gustó la experiencia causada por la vajilla de este cóctel?

7. ¿Volvería usted al restaurante por este cóctel?

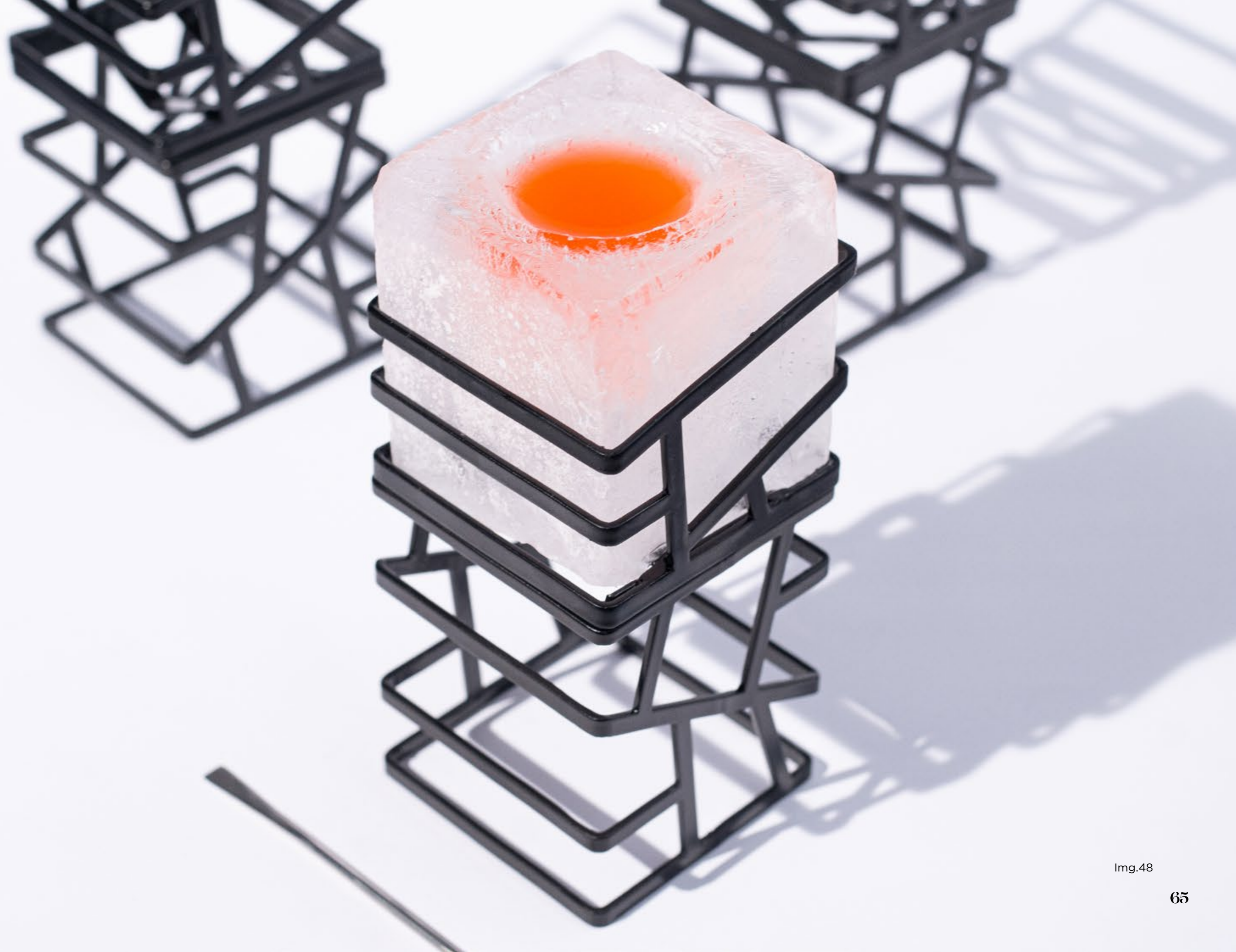
8. ¿Cree que los objetos con ayuda del diseño de productos pueden generar experiencias únicas?

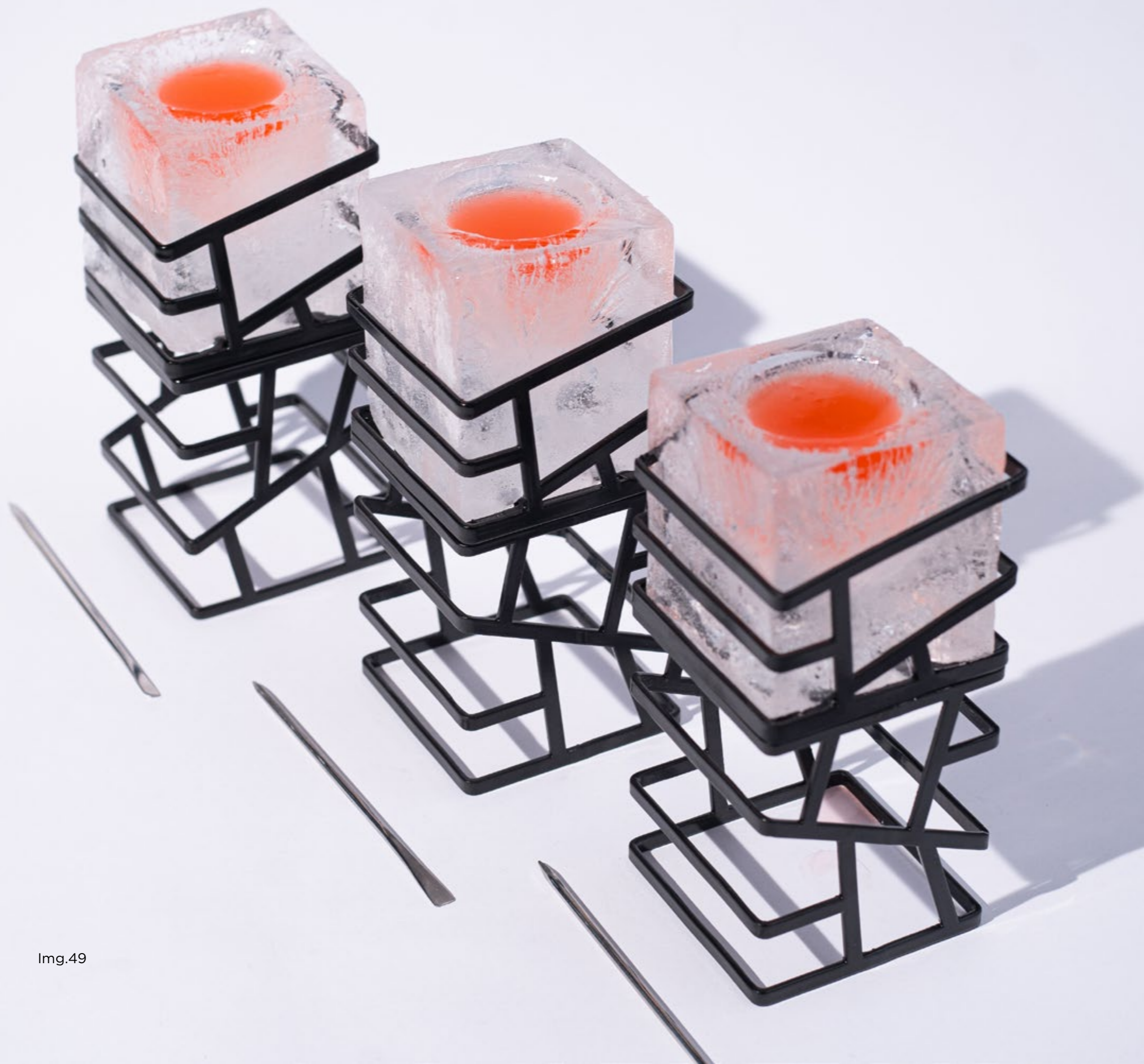
CONCLUSIONES

En conclusión, como diseñador de productos, nuestra conversación resaltó varias consideraciones importantes en el proceso de diseño. La experiencia del usuario es crucial, y en este caso, cómo una vajilla bien diseñada puede potenciar la experiencia de la coctelería de autor, reafirmando que los detalles pueden tener un gran impacto en la percepción del usuario.

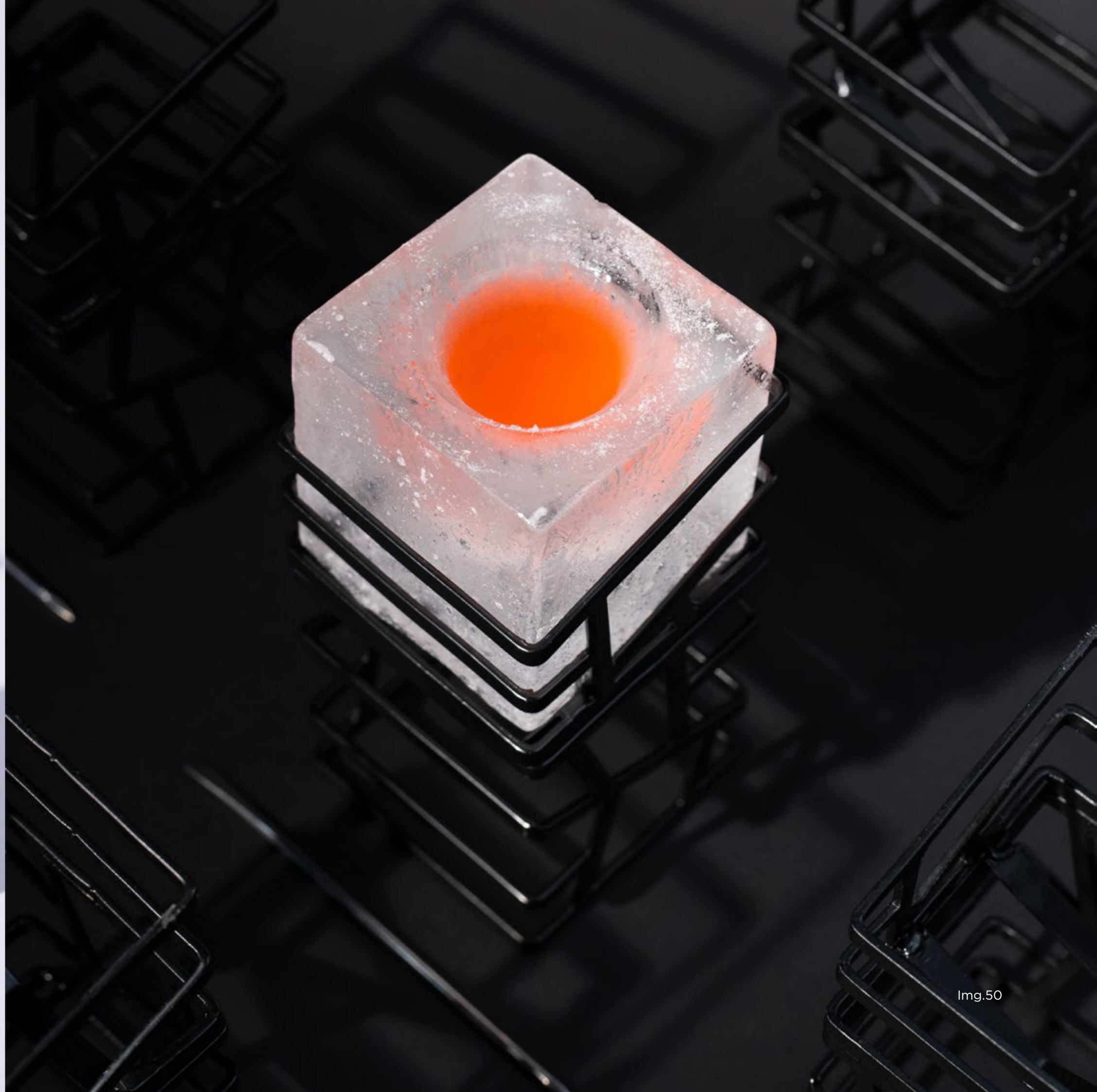
Se destaca la importancia de la integración sensorial a través de conceptos como simultaneidad, inclusión, transformación y efimeridad, que permiten una experiencia más completa más allá de la estética. Se enfatizó el valor de la investigación exhaustiva y la retroalimentación directa de los usuarios, en este caso mediante entrevistas a clientes y bartenders, para diseñar soluciones personalizadas y eficaces. La inspiración cultural, representada por la figura del “Último Hielero de Ecuador”, muestra cómo las influencias locales pueden enriquecer el diseño y crear una conexión emocional con los usuarios. La elección de tecnologías y materiales adecuados, como el uso de hierro y moldes de caucho de grado alimenticio, subraya la necesidad de un equilibrio entre estética y funcionalidad. Finalmente, la validación de los usuarios, realizada a través de un grupo de cinco personas, resaltó la eficacia del diseño, su atractivo y la singularidad de la experiencia ofrecida. Sin embargo, los usuarios identificaron un problema con la rápida dilución del hielo. Este problema surgió porque el lugar de validación tenía lámparas incandescentes que aceleraron el derretimiento del hielo. Esto nos recuerda la importancia de considerar todos los factores contextuales al diseñar y probar un producto. Aún así, la validación reiteró la importancia de probar y obtener feedback directo de nuestros diseños con los usuarios, y que cualquier crítica o problema identificado se puede ver como una oportunidad para mejorar y optimizar el producto final.

En definitiva, todos estos aspectos combinados ilustran la complejidad y el detalle requeridos en el diseño de productos para lograr soluciones atractivas, funcionales y emocionalmente resonantes.





Img.49



Img.50

BIBLIOGRAFÍA

Alambique. (2021). Cristalería cada copa con su coctel . Obtenido de <https://www.alambique.com/blog/cristaleria-copa-coctel-n251>

Benavides, C. (2015). Cocina local . Quito .

Benedicto, A. (2020). La madre de toda la coctelería . Obtenido de Revista Arte Líquido : <https://www.ondojan.com/la-revista/arte-liquido/item/1198-la-madre-de-toda-la-cocteleria.html>

Constantino, M. (2005). El libro de los cocteles. Barcelona : Bonvivant.

Cristar. (2020). Características de la Copa Margarita y su cóctel. Obtenido de <https://tienda.cristar.com.co/blog/caracteristicas-de-la-copa-margarita-y-su-coctel/>

ECURED. (2015). Obtenido de https://www.ecured.cu/Copa_Martini

Emcebar. (2020). ¿ Que es un mixólogo? Obtenido de <https://www.cocteleria.com.mx/blog/mixologia/que-es-un-mixologo/#:-:text=La%20cocteler%C3%ADa%20de%20autor%20es,bebidas%20que%20reinterpreta%20el%20mix%C3%B3logo.>

Galarza, D. (2010). Proyecto De Inversión Y Comercialización De Aguardiente “Mapanagua. Obtenido de Repositorio ESPOL: <https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/55562>

García, A., & Geel, H. (2013). Mojitos. 30 Combinaciones de un clásico. Madrid: PRISA.

Gaspar, J. (2018). La mixología conceptual y su relación con el Desarrollo del turismo de entretenimiento . Obtenido de Universidad de Huáncayo Facultad de Ciencias Empresariales : <http://repositorio.udh.edu.pe/handle/123456789/1010;jsessionid=75D71201D8A15480015A699686CE69C>

INEC. (2010). Obtenido de Censo Económico Ecuador : <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-nacional-economico/>

Jacobs, L. (2015). Historia universal de la ginebra. Barcelona : Malpaso .

Lascano, A. (2018). Elaboración de una guía de cocteles de autor con aplicación en la gastronomía ecuatoriana . Obtenido de Repositorio Universidad Iberoamericana del Ecuador <http://repositorio.unibe.edu.ec/bitstream/handle/123456789/413/LASCANO%20MONTEROS%20ANDR%C3%89S%20GIOVANNY.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ludizaca, D., & Robles, M. (2018). Propuesta de aplicación de técnicas de coctelería clásica y molecular. Obtenido de Repositorio Universidad de Cuenca: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/29890/1/Proyecto%20de%20Intervencion.pdf>

Moon, V. (2018). Los orígenes del coctel . Obtenido de <https://gatopardo.com/estilo-de-vida/coctel/>

Párraga, Y., & Vinuesa, M. (2021). Aporte a la innovación de la coctelería tradicional conservando. Obtenido de Revista Científica y de Tecnología : <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/7320/1/UPSE-RCT-2021-Vol.7-No.2-007.pdf>

Párraga, Y., & Vinuesa, M. (2020). Aporte a la innovación de la coctelería tradicional conservando la identidad cultural ecuatoriana. Obtenido de Revista Científica y de Tecnología UPSE, 7(2):52-57: <https://incyt.upse.edu.ec/ciencia/revistas/index.php/rctu/article/view/526/484>

Sarmiento, L. (2019). Estudio de las tendencias de coctelería para lograr la innovación de las principales bares tradicionales . Obtenido de Repositorio UMPS: https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5226/SARMIENTO_CL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Schmid, A. (2015). The manhattan cocktail. Kentucky: University press of Kentucky.

Wikipedia . (2013). Obtenido de Copa Martinera : https://es.wikipedia.org/wiki/Copa_martinera

Norman, D. (2005). El diseño emocional: por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos. 29 ed. San Diego: Basic Books.

Arnold, D. (2014). Liquid Intelligence: The Art and Science of the Perfect Cocktail. New York: W. W. Norton & Company.

Albala, K. (2014). A Cultural History of Food in the Renaissance. New York: Bloomsbury Publishing

Wondrich, D., & Degroff, d. (2007). Imbibe!: From Absinthe Cocktail to Whiskey Smash, a Salute in Stories and Drinks to. Westminster: Penguin Publishing Group.



Img.47

VALIDACIÓN

Paula Torres ☹️ 😐 😊

- 1. ¿Cree que el diseño del vaso de hielo captura la esencia y la historia del último hielero del Ecuador?
- 2. De acuerdo a su gusto, ¿Cuál es la primera impresión que le causa al ver este vaso de hielo con su base?
- 3. ¿Qué nivel de satisfacción tuvo al sostener la base con el vaso de hielo?
- 4. ¿Siente que el diseño del vaso de hielo es atractivo para usarlo en un restaurante?
- 5. ¿Es cómodo de usar el utensilio para picar el vaso de hielo?
- 6. ¿Qué tanto le gustó la experiencia causada por la vajilla de este cóctel?
- 7. ¿Volvería usted al restaurante por este cóctel?
- 8. ¿Cree que los objetos con ayuda del diseño de productos pueden generar experiencias únicas?

VALIDACIÓN

Marifer Vitaruencio ☹️ 😐 😊

- 1. ¿Cree que el diseño del vaso de hielo captura la esencia y la historia del último hielero del Ecuador?
- 2. De acuerdo a su gusto, ¿Cuál es la primera impresión que le causa al ver este vaso de hielo con su base?
- 3. ¿Qué nivel de satisfacción tuvo al sostener la base con el vaso de hielo?
- 4. ¿Siente que el diseño del vaso de hielo es atractivo para usarlo en un restaurante?
- 5. ¿Es cómodo de usar el utensilio para picar el vaso de hielo?
- 6. ¿Qué tanto le gustó la experiencia causada por la vajilla de este cóctel?
- 7. ¿Volvería usted al restaurante por este cóctel?
- 8. ¿Cree que los objetos con ayuda del diseño de productos pueden generar experiencias únicas?

VALIDACIÓN

David Goemán ☹️ 😐 😊

- 1. ¿Cree que el diseño del vaso de hielo captura la esencia y la historia del último hielero del Ecuador?
- 2. De acuerdo a su gusto, ¿Cuál es la primera impresión que le causa al ver este vaso de hielo con su base?
- 3. ¿Qué nivel de satisfacción tuvo al sostener la base con el vaso de hielo?
- 4. ¿Siente que el diseño del vaso de hielo es atractivo para usarlo en un restaurante?
- 5. ¿Es cómodo de usar el utensilio para picar el vaso de hielo?
- 6. ¿Qué tanto le gustó la experiencia causada por la vajilla de este cóctel?
- 7. ¿Volvería usted al restaurante por este cóctel?
- 8. ¿Cree que los objetos con ayuda del diseño de productos pueden generar experiencias únicas?

VALIDACIÓN

José Gabriel Guzmán ☹️ 😐 😊

- 1. ¿Cree que el diseño del vaso de hielo captura la esencia y la historia del último hielero del Ecuador?
- 2. De acuerdo a su gusto, ¿Cuál es la primera impresión que le causa al ver este vaso de hielo con su base?
- 3. ¿Qué nivel de satisfacción tuvo al sostener la base con el vaso de hielo?
- 4. ¿Siente que el diseño del vaso de hielo es atractivo para usarlo en un restaurante?
- 5. ¿Es cómodo de usar el utensilio para picar el vaso de hielo?
- 6. ¿Qué tanto le gustó la experiencia causada por la vajilla de este cóctel?
- 7. ¿Volvería usted al restaurante por este cóctel?
- 8. ¿Cree que los objetos con ayuda del diseño de productos pueden generar experiencias únicas?

VALIDACIÓN

Diana Cecilia Jimenez ☹️ 😐 😊

- 1. ¿Cree que el diseño del vaso de hielo captura la esencia y la historia del último hielero del Ecuador?
- 2. De acuerdo a su gusto, ¿Cuál es la primera impresión que le causa al ver este vaso de hielo con su base?
- 3. ¿Qué nivel de satisfacción tuvo al sostener la base con el vaso de hielo?
- 4. ¿Siente que el diseño del vaso de hielo es atractivo para usarlo en un restaurante?
- 5. ¿Es cómodo de usar el utensilio para picar el vaso de hielo?
- 6. ¿Qué tanto le gustó la experiencia causada por la vajilla de este cóctel?
- 7. ¿Volvería usted al restaurante por este cóctel?
- 8. ¿Cree que los objetos con ayuda del diseño de productos pueden generar experiencias únicas?

Resumen del proyecto

Título del Proyecto Diseño de vajilla para coctelería de autor, enfocada en la experiencia de usuario.

Subtítulo del Proyecto Restaurante SAUJA bistro S.A.S

Resumen:

El restaurante SAUJA Bistro en Cuenca, se especializa en la coctelería de autor, sin embargo, la experiencia del usuario es importante para este tipo de negocios, por lo que la aplicación de la teoría de Food Design que afirma mejorar la relación de los consumidores con los alimentos y bebidas, es relevante. A partir de esto, se propone diseñar una vajilla que pueda mejorar la experiencia y el servicio que ofrece este establecimiento, así como contribuir con nuevas formas de consumo de cócteles en la ciudad.

Palabras clave Diseño de experiencias, efímero, Food Design, Economía de la experiencia, diseño emocional.

Alumno: Jara Palomeque Juan Sebastián

C.I. 0302158290

Código: 80845

Director: Dis. Luis Felipe Valdez Castro, Mgt.

Codirector:

Abstract of the project

Title of the project China design for signature cocktails, focused on user experience.

Project subtitle Sauja Bistro S.A.S Restaurant

Summary:

Sauja Bistro restaurant in Cuenca specializes in author cocktails. However, the user's experience is important for this type of business, so the application of Food Design theory that claims to improve the relationship between consumers and food and drinks, is relevant. From this, it is proposed to design china that can improve the experience and service offered by this establishment and to contribute with new forms of cocktails in the city.

Keywords Design of experiences, ephemeral, food design, experience economy, emotional design.

Student Jara Palomeque Juan Sebastián

C.I. 0302158290

Code: 80845

Director Dis. Luis Felipe Valdez Castro, Mgt.

Codirector:

Para uso del Departamento de Idiomas >>>

Revisor:



Nº. Cédula Identidad

0102603453



AUTOR

**Juan Sebastián
Jara Palomeque**



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

**FACULTAD
DISEÑO
ARQUITECTURA
Y ARTE**