

Escuela de Diseño Gráfico

Diseño de narrativas visuales
a través del Food Design en la
comida tradicional cuencana

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

Diseñadora Gráfica

AUTORA:

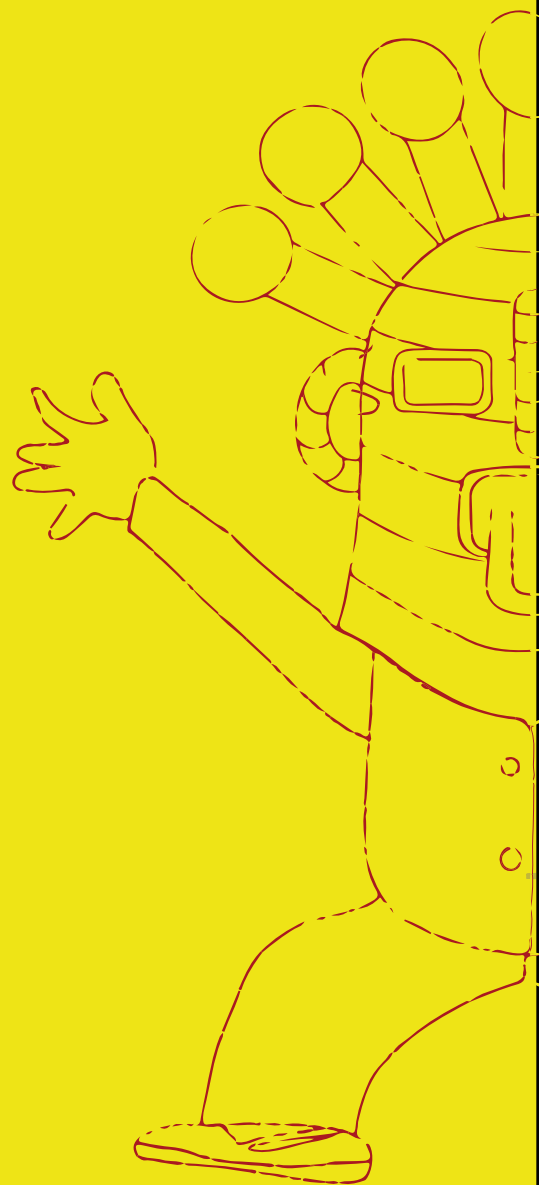
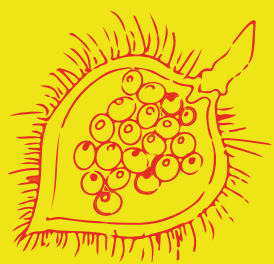
Jessica Valeria Mora Pesantez

DIRECTOR:

Mgt. Jhonn Alarcón

CUENCA, ECUADOR, 2025







AUTORA

Jessica Valeria Mora Pesantez

DIRECTOR

Mgt. Jhonn Alarcón

FOTOGRAFÍA

Las fotografías presentadas en este documento han sido obtenidas de Internet, y cada una de ellas cuenta con su respectiva cita, excepto aquellas que fueron tomadas por el propio autor.

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Jessica Valeria Mora Pesantez

Cuenca, Ecuador, 2025





Escuela de Diseño Gráfico

Diseño de narrativas visuales
a través del Food Design en la
comida tradicional cuencana

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

Diseñadora Gráfica

AUTORA:

Jessica Valeria Mora Pesantez

DIRECTOR:

Mgt. Jhonn Alarcón

CUENCA, ECUADOR, 2025



DEDICATORIA

Dedico esta tesis principalmente a Dios, por brindarme la fuerza necesaria para alcanzar esta meta. A mi esposo, Gabriel, por su constante apoyo y por ser mi principal motivación para seguir adelante. A mi hija, Monserrath Isabella, quien es mi motor y mi inspiración para no rendirme ante los obstáculos. A mis padres, Rosa y José, por su amor incondicional y su apoyo inquebrantable; aunque ahora me miran desde el cielo, siempre los llevo en mi corazón. Finalmente, agradezco a todas las personas que, durante este proceso, me han brindado su apoyo y ánimo para no rendirme, en especial a Libia Marina, quien ha sido mi sostén en estos momentos y me ha recordado que “todo sacrificio tiene su recompensa”.



AGRADECIMIENTO

Deseo expresar mi más profundo agradecimiento a mi director de tesis el Mgt. Jhon Alarcón. Su experiencia, comprensión y paciencia contribuyeron a mi experiencia en el camino de la creación. Su guía constante y su fe increbante en mis habilidades me han motivado a alcanzar lo que no nunca imaginé. No tengo palabras para expresar mi gratitud por su inmenso apoyo durante este viaje.

También quiero agradecer a mi esposo Gabriel, a mi hija Monserrath, a mi mamá Rosa, a mi papá José, a mi suegra Libia y mi suegro Clay por su apoyo incondicional y su apoyo moral. Su fe en mí en los momentos más difíciles ha sido el pilar de este logro.





ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1

Contextualización



20
20
21
23
23
23
24
24
24
24
25
26
27
29

CAPÍTULO 3

Ideación



42
42
42
42
42
43
45
46
46
47

CAPÍTULO 2

Programación



32
32
33
34
34
34
34
34
34
35
36
36

37
38
39

CAPÍTULO 4

Diseño



48
50
50
50
50
50
51
52
56
56
57
58
59

BIBLIOGRAFÍA



60
61





ÍNDICE

DE

IMÁGENES

CAPÍTULO 1

Contextualización

20	Catedral de la ciudad de Cuenca
21	Food Design
21	Restaurante de la ciudad de Cuenca
22	Restaurante de Ambato
22	Comida típica
22	Caldo de Choclo
23	Diseño y alimentos
25	Fritada y Hornado
26	Chef
26	Comensal
27	Experiencia de Usuario
27	Cocina en Hojas
28	Verduras frescas y hierbas

CAPÍTULO 2

Programación

31	Persona Design
32	Mapa de empatía
33	Diseño con comida
34	Postre de labios
34	Pizza en forma de Guagua de pan
34	Dulce en arte de colibrí
35	Análisis de consumidor

CAPÍTULO 3

42	Infografía de Recetas
42	Diablo huma con acordeón
43	Propuesta1
44	Propuesta2
44	Propuesta3
44	Propuesta4
45	Propuesta5
46	Mote pillo
46	Fritada
46	Dulce de higo

CAPÍTULO 4

Diseño

50	Bocetos de Ingredientes
50	Bocetos de animales
50	Boceto de ingredientes
51	Cabeza de diablo huma
51	Diablo huma boceto
51	Diablo huma final
52	Boceto de estructuración del plato
53	Boceto de estructuración de plato
54	Bocetos de estructuración del plato
55	Retícula Horizontal
55	Retícula Vertical
56	Diablo huma
57	Boceto de maquetación con información semifinal
58	Diseño final de entrada
59	Diseño final del plato fuerte
60	Diseño final de postre
61	Mockup 1
61	Mochup 2





ÍNDICE

DE

TABLAS

CAPÍTULO 2

Programación

Definición de contenidos	36
Definición del contenido	37
Proceso de ideas	43
Proceso de ideas	45



RESUMEN

Titulo

Diseño de narrativas visuales a través del Food Design en la comida tradicional cuencana

Este proyecto abordó la escasa difusión de la gastronomía tradicional de Cuenca como parte de la experiencia turística, a pesar de ser una de las ciudades más visitadas de Ecuador por su historia, cultura, belleza natural y riqueza culinaria. Se propuso el diseño de narrativas visuales aplicadas a infografías para comunicar el valor cultural y sensorial de los platos típicos. Estas infografías narraron el origen, ingredientes y preparación de los alimentos, incorporando elementos de Food Design y Diseño de Experiencias. Como resultado, se generó una propuesta que permitió a los visitantes conocer y vivir la gastronomía local de forma más inmersiva y significativa.

Palabras claves

Gastronomía tradicional, diseño de experiencias, infografía, comunicación cultural, turismo sensorial, identidad culinaria, diseño gráfico



ABSTRACT

Title

Designing Visual Narratives through Food Design in the Traditional Cuisine of Cuenca.

This project addressed the limited dissemination of Cuenca's traditional gastronomy as part of the tourist experience, despite being one of Ecuador's most visited cities due to its history, culture, natural beauty, and culinary richness. The project proposed the design of visual narratives presented as infographics to communicate the cultural and sensory value of typical dishes. These infographics depicted the origin, ingredients, and preparation of the food, incorporating elements of Food Design and Experience Design. As a result, a proposal was developed that allowed visitors to discover and engage with local cuisine in a more immersive and meaningful way.

Keywords

traditional gastronomy, experience design, infographic, cultural communication, sensory tourism, culinary identity, graphic design



OBJETIVOS

GENERAL

Aportar al conocimiento de la gastronomía cuencana a través del diseño de narrativas visuales aplicadas a la comida tradicional para que los comensales puedan vivir nuevas experiencias.

ESPECÍFICO

- 1.Analizar la problemática y los posibles abordajes teóricos del proyecto.
- 2.Definir los elementos y condicionantes centrales con las que el proyecto trabajara.
- 3.Diseñar narrativas visuales a través del Food Design en la comida tradicional Cuencana.



INTRODUCCIÓN

La ciudad de Cuenca, reconocida como un Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO, goza una riqueza gastronómica que forma parte integral de su identidad cultural. A pesar de ser un destino turístico de Ecuador, su comida tradicional no ha sido del todo explorada como un medio de aprendizaje dentro del ámbito del diseño y la comunicación visual. En este ámbito, el diseño gráfico, las narrativas visuales es una herramienta innovadora que puede representar y comunicar el patrimonio culinario de la región.

El presente proyecto propone una participación desde el Food Design, disciplina que combina los elementos del diseño, la cultura y la experiencia sensorial, con la finalidad de crear nuevas formas de interacción entre los comensales y los alimentos. A través de infografías diseñadas de manera estratégica para contar de manera visual el origen, ingredientes y el significado cultural de la gastronomía tradicional cuencana, ofreciendo una gastronomía con experiencia inmersivas y emocionales.

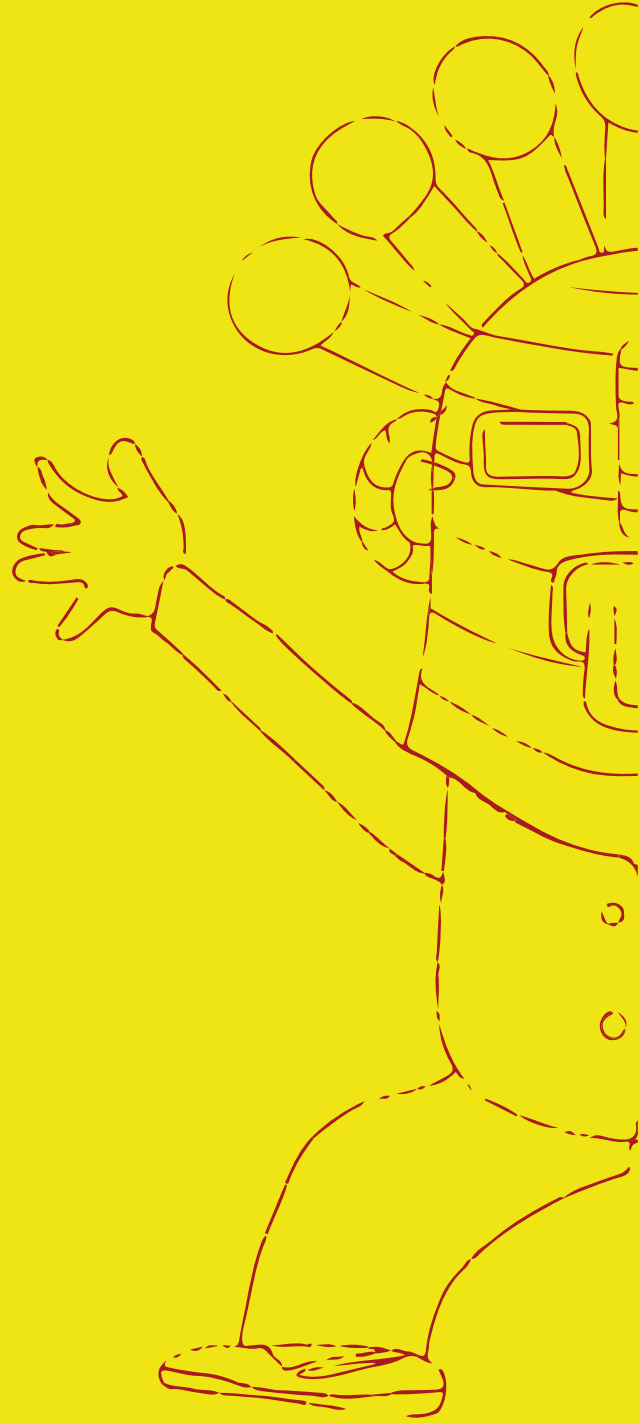
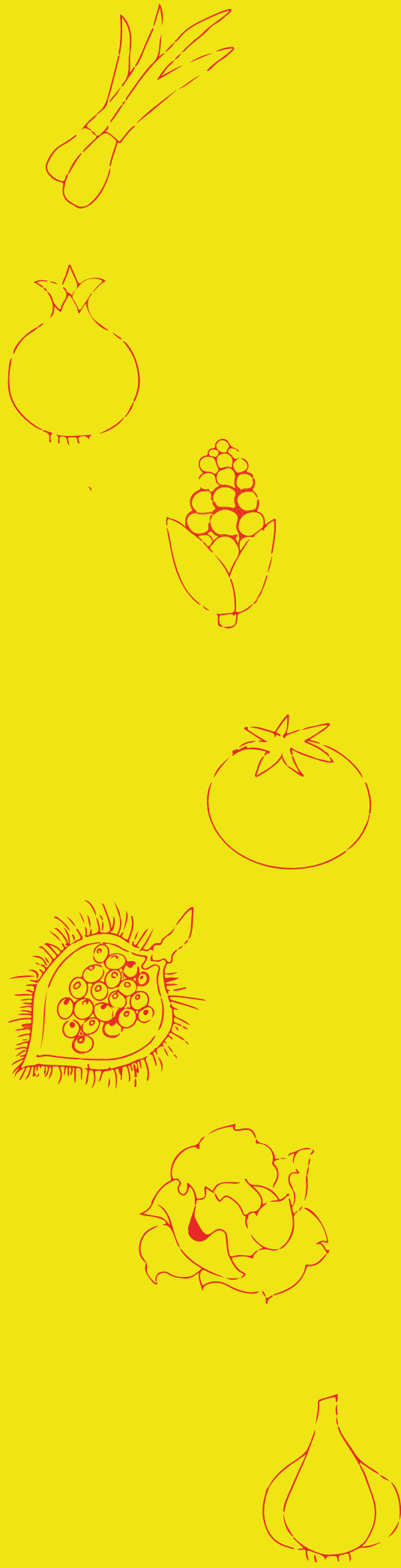
Esta investigación se establece en una visión teórica de conceptos claves como narrativa visual, diseño de

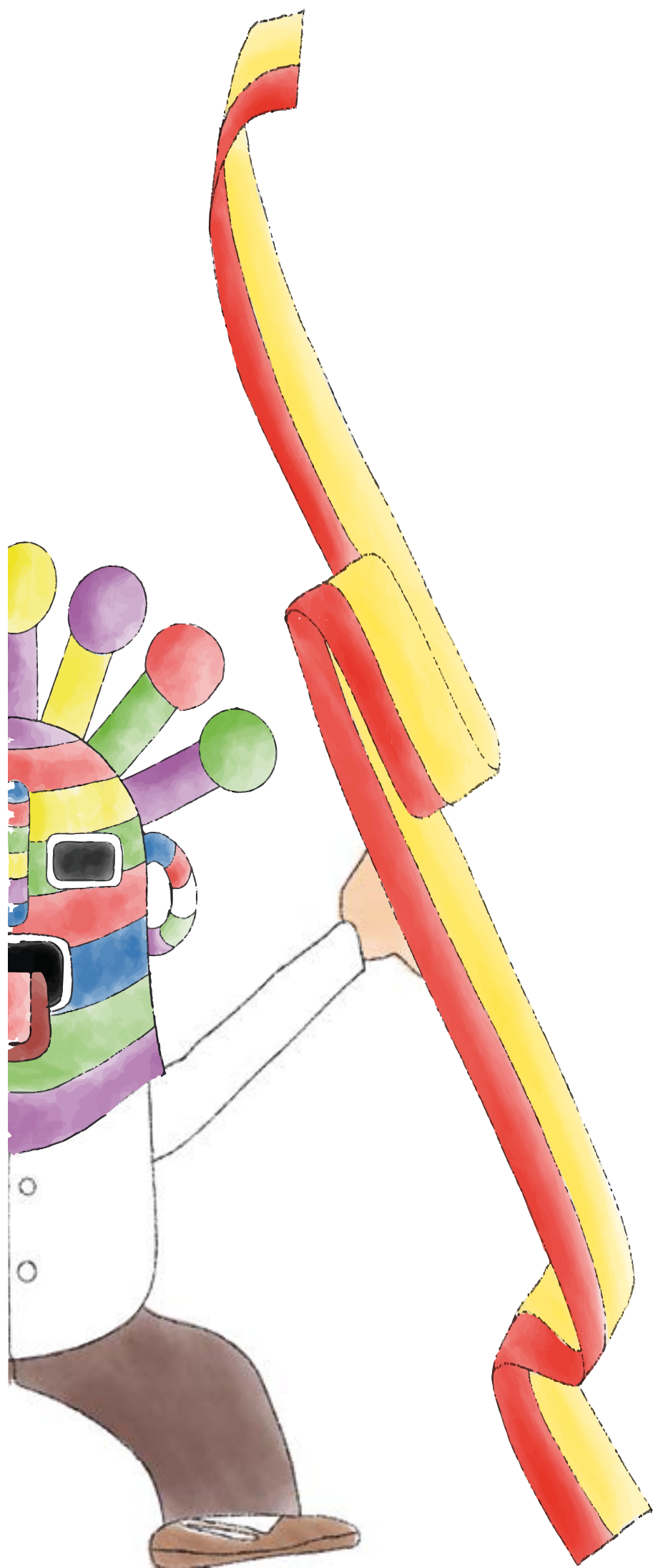
experiencias, gastronomía cuencana y storytelling. Dando como resultado nuevas propuestas gastronómicas en la ciudad de Cuenca, que sea innovadora y que se permita conectar el comensal con la comida típica de la ciudad a través del gusto, la vista y el conocimiento.

De este modo se reafirma la importancia del diseño como un medio de comunicación cultural y promoción identitaria.



CAPÍTULO





01

CONTEXTUALIZACIÓN





Figura 1. Catedral de la ciudad de cuenca

1.1 Introducción del capítulo

La ciudad de Cuenca es la tercera ciudad más importante del Ecuador ya que en el año de 1999 es designada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO, destacada por su arquitectura, costumbres y tradiciones (Municipalidad de Cuenca, 2007). Esta es muy frecuentada específicamente en diferentes festividades las cuales nos ofrecen diferentes platos típicos según las fechas en que sean visitadas. Para ello el dar nuevas experiencias a los comensales de nuestra historia mediante la cocina culinaria tradicional.

Por otra parte, existe una nueva disciplina llamada Food Design que es una especialidad que ha venido desarrollando nuevas iniciativas que promueven la innovación en la producción alimentaria, la presentación de productos y la experiencia culinaria. Con ella se ha mostrado que se puede realizar la combinación de la gastronomía con el diseño dando como resultado nuevas experiencias en distintos platos.

1.2 Antecedentes y Problemática

Santa Ana de los Cuatro ríos de Cuenca es rica en gastronomía, misma que en año 2024 fue reconocida como Capital Culinaria Mundial (Alcaldía de Cuenca, 2024). El Gobierno autónomo descentralizado del Cantón Cuenca (2024) declaró a la ciudad como “Cuenca Destino Gastronómico” al desarrollar estrategias integrales para potenciar la identidad culinaria de la ciudad. Esta se respalda por su historia, cultura y patrimonio gastronómico.

Según Lupton, (2020) en su libro Diseño como Storytelling en uno de sus puntos llamado el “viaje emocional” dice que son acontecimientos los cuales despiertan emoción usando una serie de historias que tienen subidas y bajadas. Esto hace que cambie su ritmo y energía haciendo que vayan de prisa o lento. El vínculo de una persona con el producto o servicio a lo largo del

tiempo varia haciendo que los usuarios experimenten curiosidad, placer y satisfacción, estos a través de diferentes fases emocionales ya sean positivas o negativas (Lupton, 2020, pg72).

Matter (2020) cita a Sonnia Massari quien dice que las metodologías de diseño en las actividades de producción, transformación, distribución y consumo de alimentos y comidas, tiene sentido por que todo lo que se haga desde el diseño se piensa antes de que exista, ya que se debe tener en cuenta el ciclo de vida y la producción de lo que se desarrolla.

Por otro lado, las narrativas visuales pueden ser utilizadas para la transmisión de mensajes, según el Instituto Español de Diseño-IED (2023) las narrativas visuales son un proceso a través del cual se desarrolla la narración de un relato con ayuda de elementos visuales, como imágenes y videos, se fija en un objetivo preciso, este puede servir para acompañar en la trayectoria que puede apuntar a emocionar y



a cautivar en relación con un tema, un producto o una marca. Esta comunicación es inmediata, comprensible y eficaz, pues se procesa con una mayor rapidez, ya que estamos dotados de una memoria narrativa. En definitiva, esta es una de las herramientas que, al estudiarlas, pueden convertirse en una gran oportunidad para contar una historia que se pueda conectar de manera emocional con el usuario (Elisava, 2024).

1.3 Estados del Arte

Estado del Arte 1

Según Culcay (2015) en su tesis dice que realizando un análisis en establecimientos de alimentos y bebidas en la ciudad de Cuenca con la intención de realizar una guía gastronómica de los establecimientos de alimentos y bebidas. Todo esto se hace de manera exploratoria, visitan a cada restaurante para entrevistar a propietarios y administradores, con esto se obtiene la mayor información posible sobre la manipulación de alimentos, servicio, capacidad y conocimiento gastronómico lo cual se da a conocer a los operadores turísticos para determinar aceptabilidad hacia la guía de establecimientos que se diseñan. Finalmente se realiza la guía donde se le va a proporcionar a los extranjeros donde encontraran los 10 mejores restaurantes de la ciudad de Cuenca.



Figura 2. Restaurante de la ciudad de Cuenca



Figura 3. Food Design

Estado del Arte 2

Según Posotí, Muñoz y Córdova (2020), dice que el food design es una nueva perspectiva creativa los cuales tiene 3 pilares específicos; a) Diseño de la comida, basada en la innovación de productos, b) Diseño para la comida es la innovación de utensilios y c) Diseño sobre la comida inspirados en la cultura de la comunidad con las estrategias del marketing , los cuales nos basaremos en uno específicamente que es: Diseño sobre la comida, centrado en el desarrollo de estrategias de marketing inspirados en el acervo cultural gastronómico de una comunidad.

Por otro lado se dice que un patrimonio puede tener problema identitarios y culturales de la región, específicamente en su gastronomía la cual no tiene variación en su presentación final, esto hace que sea un reto para productores y co-

merciantes de la región sin caer en la trivialización del acervo cultural gastronómica. Esta crea un escenario para los diseñadores donde pueden trabajar en torno al acto de alimentación. Con esto se puede decir que el food design y gastronomía son disciplinas complementarias que pueden articularse, diseñar nuevas experiencias alimentarias como herramientas de promoción cultural.



Estado del Arte 3

Según Ribadeneira (2022) nos quiere demostrar que en la cocina local de Ambato es importante el desarrollo del viaje gastronómico para la mejora de experiencia al turista mediante el atractivo visual ya que se ha demostrado que impacta al turista antes de la degustación hace que se muestre mucho más interesado, es decir dar un plus estético considerando el emplatado haciendo que sea más creativo, permitiendo que llegue al clímax de la experiencia y prolongarla. Con esto se pretende introducir diferentes experiencias en los restaurantes de Ambato sirviendo los platillos al comensal con nuevas prácticas usando herramientas nuevas. Todo esto sin perder la identidad en cada plato reflejando su origen, su ancestralidad en cada plato, reflejando su origen, su ancestralidad transmitiendo un mensaje histórico, teniendo detrás su preparación y presentación.



Figura 4. Restaurante de Ambato



Figura 5. Comida típica

Estado del Arte 4

Molina (2013) en su ensayo se enfoca en la aplicación del concepto del food design a la gastronomía Cuenca, usando teorías de diseño lo cual permitió realizar creaciones con presentación artística haciendo que tengan nuevos platos en forma de arte que dan un placer visual, gustativa y nutricional.

Estado del Arte 5

Orozco (2022) en su tesis nos dice que ha tomado y recopilado la información necesaria sobre el patrimonio gastronómico colombiano donde profundizan las manifestaciones culturales alrededor de los alimentos, ya que es clave para que reconozcan a Colombia por sus sabores y diversidad. Puesto que es deber de cada entidad promover su patrimonio gastronómico de manera interna y dar a conocer toda la documentación, escritos, chefs, recetas, sabores e ingredientes a aquellos que se encargan de preservar el patrimonio gastronómico colombiano.



Figura 6. Caldo de choclo





Figura 7. Konning, L. (2016). Diseño y alimentos [jpg]. Coroflot, Buenos Aires, Argentina. <https://www.coroflot.com>

1.4 Marco Teórico

Para la realización de este proyecto se ha decidido ampliar la investigación con diferentes temas que se irán desglosando como: Narrativa Visual, Food Design, Diseño de Experiencia, Storytelling; Gastronomía Cuencana y Cultura Imaterial.

1.4.1 Narrativa Visual

Según IED (2023) es un proceso mediante el cual se desarrolla una narración de un relato con ayuda de elementos visuales como imágenes y videos. Este se fija en un objetivo preciso que puede acompañar a lo largo del camino de compra o puede apuntar a emocionar y cautivar en relación con tema, producto o marca. Esta es importante ya que la comunicación visual es inmediata comprensible y eficaz. Una ventaja de ello es la duración del recuerdo ya que las imágenes siempre se quedan en nuestra mente.

Según Elisava (2024) este es un elemento fundamental en el mundo del diseño y la creatividad ya que cuenta historias, mensajes y más

a través de elementos visuales como videos, imágenes, gráficos, etc; además de ser un elemento es una técnica que relata una narración a través de la combinación de distintos elementos visuales haciendo que sea coherente y convincente empleando áreas y disciplinas como el cine y diseño gráfico, fotografía, arte, publicidad, etc. ya que una historia bien contada permite: Captar la atención, conectar emocionalmente, comunicar de manera sencilla y directa, facilita la retención del mensaje, diferenciar una marca con la competencia y reforzar la afinidad de la marca.

1.4.2 Food Design

Según Troconos V, (2020), El food design es una disciplina de revolución de productos, espacios, servicios, o sistemas de alimentos y comidas donde aplica diferentes metodologías de diseño con el objetivo de mejorar los hábitos alimentarios y beneficiar la relación del alimento y todos los agentes implicados.

Se caracteriza por basarse en requeri-

mientos sociológicos, antropológicos, económicos, culturales y sensoriales para innovar diferentes instancias de producción, transformación, comunicación, comercialización, consumo, etc. Cabe recalcar que el food design no es del todo food styling, pero si lo involucra para mostrar resultados. No se puede confundir el food design con la comida gourmet o artesanal, Metter (2020).

Según Reissig (2019) el food design es una disciplina que planta donde encaja un contexto académico. Él dice que esta depende de factores, incluidas las condiciones institucionales, culturales, profesionales, y de mercado pero en general estas incluyen: Food Design surge de una ciencia de un plan propuesto en diseño industrial, gastronómico, artes culinarias, ciencias alimentarias o estudio de alimentos. El Food Design puede crear disciplinas a partir de un menú multidisciplinario como un camino de estudios dependientes.

Por otro lado Reissig (2019) propone una clasificación de alimentos con el interés del ecosistema alimentario con el interés de inno-

vacación para la mejora de salud y las cualidades que estas conllevan. Estas se realizan con intereses individuales, sectoriales, políticos y corporativos, etc, donde dichos intereses analizan y configuran la arquitectura del sistema de innovación alimentaria; estos no solo son un modelo útil para implementar en cualquier sistema si no también dentro de un sistema alimentario dado; ya que si alguna empresa tiene el liderazgo comercial analiza los productos y ve que no son apropiados para la salud de la población realizarán campañas de concientización para que se aplique regulaciones, de esta manera reconfigurarán el sentido de innovaciones hacia una dirección más sustentable.

1.4.3 Diseño de Experiencias

Diseño de experiencias alimentarias

En la actualidad, la experiencia de usuario se dirige hacia la vivencia de momentos memorables muchos de ellos conectados las costumbres de alimentación. Este atractivo se plasma en diferentes aplicaciones que construyen información útil que ayuda al fortalecimiento y la contribución de la cultura gastronómica.

Diseño de experiencias se ve como la participación y la vivencia de una acción o evento vinculado a los alimentos compartido con otros que construyen historias que son expresadas a través del lenguaje (Pastuña, 2024).

¿Qué es experiencia?

Todos como seres humanos desde que nacemos con el tiempo vivimos diferentes experiencias ya sean dolorosas, emocionantes, inolvidables que con el tiempo al compartirlas, se minimizan, exageran y para cada uno cree que fue una experiencia única, lo que para unos puede ser rutinario, extravagante nos produce nuevos sentimientos los cuales se toma como una nueva experiencia. Por eso las costumbres productos o servicios que es nativo en nuestra vida puede ser una nueva experiencia para otra cultura.

Con el paso del tiempo la idea de experiencia ha evolucionado acorde a los valores y filosofías predominantes en cada periodo. Según Lorena Baqués (2010), con base de diversos

autores en torno al concepto de experiencia, se puede decir que se fundamenta una herramienta esencial para la construcción y validación de teorías.

Dicha construcción se fundamenta en la susceptibilidad y la creatividad, mediadas por el estilo, lo que permite tener un punto de intersección entre lo subjetivo y su expresión narrativa. De este modo la experiencia puede conocerse como la solución de un desarrollo de participación y vivencia concretando los sucesos, que adquieren al sentido al compartirlos mediante una narración de experiencia.

1.4.4 Diseño Gastronómicas

Como se dijo anteriormente es el conocimiento con la observación, participación y vivencia de un acontecimiento que se puede dar de manera narrativa la cual está diseñada cuyo objetivo es dar solución en cualquier campo (Lebendiker, 2019).

Al diseñar se realiza y dispone las diferentes formas como el alimento, utensilios, marcas, packaging, mobiliarias, espacios comerciales, gastronómicos y del hogar con significados como el contenido y sentido de esa forma que se relacionan con la cultura en su contexto social.

Entonces una experiencia es resolver un problema que involucra los sujetos alimentarios con alimentos, servicios, identidades, orígenes de los entornos que al momento de adquirirlos tiene un significado o sentido. (Reissig, 2019) Es realizar una experiencia con los productos, lugares y personas que participan a través de historias que se empapan en la cabeza y corazón de los comensales.

1.4.5 Storytelling

Según Pérez (2024) dice que el storytelling unida al diseño gráfico es una herramienta que envía mensajes impactantes que permanecen en la mente del público ya que con el uso de imágenes, gráficos y colores se crea una experiencia sensorial que puede permanecer de manera única en cada persona.

Por otro lado, la variabilidad de arte al

narrar historias de manera visual da fuerza la capacidad para las interpretaciones libres y personales, esto hace que tenga una conexión más profunda con el público.

La interpretación subjetividades de las imágenes hace que público imagine su propia narrativa, este es positivo para llamar la atención y mantener el interés de la audiencia. Se debería utilizar gráficos creativos, fotografías de calidad paletas de colores que reflejen la identidad de marca. Como storytelling debe destacar el mensaje y ser diferente en el mercado competitivo ya sea mediante infografías, videos e incluso diseño gráfico en su sitio web, ya que puede ser una gran herramienta para transmitir información y dejar una impresión que dure en tu audiencia.

Según la Universidad de Palermo (2024) dice que se podría describir como una narrativa atrapante de sucesos con un mensaje final que dejan un aprendizaje o concepto. El objetivo es tener más vistas, más público causando un efecto a las personas que va dirigido.

Esta es una técnica que viene desde la antigüedad que realiza redactores y guionistas como una manera más efectiva que el decir o contar ya que con cada historia busca cambiar la vida de las personas y a quienes lo aplican los llaman “profesionales de la emoción” por la eficiencia y compromiso emocional que genera en las personas que recibe las personas que recibe el mensaje. Estas son muy apreciadas al construir relaciones entre valores y marcas.

La cocina que se dedica a la identidad nacional y su historia.

La gourmet que va solo con las tendencias culinarias de vanguardia.

La gastronomía es importante ya que nos permite integrar lo artístico y lo cultural. El arte culinario es uno de los más practicados y con mayores matices, variantes, y bagaje cultural de la humanidad Editorial Étec (2022).

1.4.6 La Gastronomía

Es una disciplina que se la ve como un arte que estudia las relaciones del ser humano con su modo de alimentación y entorno cultural en que se da la cocina.

Esto no es simplemente el gusto por la



comida o cocina sino también por las apreciaciones culturales del entorno a la cocina y la alimentación como la elección de los ingredientes la tradición en torno a la comida o influencia religiosa en la manera de comer. Hay diferentes tipos de gastronomía como:

1.4.7 La Gastronomía Cuencana

La gastronomía cuencana es una de las más deliciosas del mundo. Sus sabores propios de casa, recetas de la abuela, tendencias y fusiones hacen que los platos vayan más allá de sus famosos platos (Todos están en Cuenca, 2022).

Es tan cercana entre el público que se podría decir una frase muy popular “dime que fes-

tejas y te diré que comes”, es importante entender que en cada platillo que se va a cocinar lleva un ingrediente principal que es el maíz y con ello se hacen platillos como: el tamal, el mote pata, mote casado, y bebidas como la chicha el rosero y el morocho Fundación turismo Cuenca (2020).

El patrimonio cultural ha cambiado en los últimos tiempos debido en parte a los instrumentos elaborados por la UNESCO.

Esta no se limita solo en monumentos y objetos si no también entiende tradiciones o expresiones vidas heredadas de nuestros antepasados y transmitida de generación en generación como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y actos relativos a la naturaleza

y el universo, saberes y técnicas vinculadas a la artesanía tradicional.

Pese a la debilidad este es muy importante ya que se debe mantener la diversidad cultural frente a la globalización. La cultura inmaterial de diferentes comunidades ayuda al diálogo entre culturas y fomenta respeto frente a otros modos de vida (UNESCO, 2003)



Figura 8. Fritada y Hornado

1.5 Investigación de Campo

Chef Fabián Criollo

El chef sostiene que la gastronomía tradicional de Cuenca establece un componente fundamental de su identidad cultural. En su opinión existe dos principios esenciales en la preparación de estos platos típicos. El primero se menciona la importancia del producto: saber qué ingredientes se usará y el lugar de procedencia. Este tiene una especial relevancia ya que la ciudad de Cuenca se distribuye en sectores característicos, donde cada lugar contribuye una sazón diferente y componentes definidos que determinan la preparación gastronómica.

Asimismo, recalca que los componentes como el maíz, conocido localmente como mote y el ají son irremplazables ya que son símbolos identitarios de la cultura.

Para fomentar la gastronomía local, el chef propone ofrecer nuevas experiencias al comensal, con la finalidad de modernizar las preparaciones sin perder su esencia. Para esto propone realizar un estudio el cual de ha conocer el origen de cada platillo y la necesidad cultural que lo motivó. De esta manera se podría rediseñar la presentación y el sabor de los alimentos, generando nuevas propuestas que impacte de manera visual como gustativa. De tal modo los turistas no solo conocerían los sabores típicos, si no que se llevarían una experiencia culinaria innovada y memorable de la ciudad.



Figura 9. Chef



Figura 10. Comensal

Daniel Bravo

El entrevistado relata su experiencia en el restaurante de comida típica María, el mismo que ofrece productos tradicionales de una manera distinta al convencional. Al llegar, su primera impresión del menú fue poco beneficioso ya que lo percibió como igual a lo de otros que había visto anteriormente: su contenido era básico tanto en la exposición como en la producción, no sobresalía visualmente, no muestra elementos distintivos.

Sin embargo, al momento de recibir la entrada, unos panecillos acompañados de mantequilla elaborada de manera típica, experimentó una conexión emocional inesperada con el sabor ya que le trajo a la memoria recuerdos de

su abuelo. Luego, la presentación del plato fuerte fue calificada como “excelente”, distinguiendo la propuesta visual, ya que era innovadora, el plato no perdía su esencia tradicional. El aroma y el atractivo del platillo nuevamente provocaron en él recuerdos de su infancia, particularmente de su abuela, lo que reforzó su sentido de pertenencia e identidad cuencana.

En conclusión, esta experiencia gastronómica no solo deleitó sus sentidos, si no que activó una serie de memorias personales asociadas a su niñez, permitiéndole reconectarse con sus raíces culturales a través del sabor, el olor y la presentación de los alimentos.



1.6 Análisis de Homólogos

Función

“Confeti Negro”

Tras el severo bombardeo de Róterdam al final de la segunda guerra mundial, la ciudad vivió un periodo llamado “el invierno del hambre”, en la cual muchas de las personas murieron por denutrición. En este contexto histórico, la chef y diseñadora de experiencias culinarias Marije Vogelzang (2017) realizó una exposición titulada “Confeti negro” inspirada en una expresión utilizada por los niños que se refería a la ceniza negra que caía del cielo como si fuera confeti, una imagen que combinaba la inocencia infantil con la crudeza de la Guerra.

Movida por la peculiaridad en torno a los sabores y las experiencias alimentarias de aquella época, Vogelzang buscó llegar a su pasado al público contemporáneo mediante una instalación sensorial.

La propuesta constaba de una serie de pequeños bocados presentados en una lámina de cartón, imitando una ración de alimentos típicos del periodo bélico. La experiencia empezaba desde el ingreso al lugar, en donde recibían un cupón de racionamiento y una taza de café.

Cada elemento del lugar fue esmeradamente diseñado para recordar el contexto histórico: desde el sabor y aroma de los alimentos hasta la presentación visual, utilizando cartones impresos con la tipografía de su época. De esa forma la acción de comer se transformaría en una experiencia inmersiva que permitía al público vivir a través de los sentidos.



Figura 11. Experiencia de usuario

Forma

“Cocina en esta hoja”

El libro de recetas IKEA titulada “Cocina en esta hoja”, realiza la propuesta innovadora en el ámbito culinario y del diseño gráfico. Este consiste en la serie de instrucciones que explican paso a paso como preparar distintas recetas, utilizando un enfoque accesible y didáctico. Estas están impresas a blanco y negro con una tipografía clara y legible, con colores claros para que puedan ser identificados con mayor facilidad.

Una de las características más destacables es la publicación en papel vegetal, ya que

resiste a temperaturas altas, lo que permite que pueda cocinarse de manera directa en la hoja.

También usa tintas no tóxicas, aptas para el consumo humano, de esa manera asegura la preparación de los alimentos. Esta propuesta promueve el aprendizaje culinario con una experiencia interactiva, creativa y segura para todo tipo de usuario.



Figura 12. Cocina en hojas



1.7 Conclusones

En este capítulo se ve, analiza e investiga los diferentes puntos y conceptos claves para la realización de nuevas propuestas las cuales son basadas en la comida tradicional de la ciudad de Cuenca, las mismas que serán desarrolladas para resolver las diferentes problemáticas que se han venido estableciendo una de ellas la falta de creatividad de nuevas experiencias de la comida típica a los comensales de otras ciudades sin perder la identidad. Como conclusión se puede decir que se ha fomentado unas bases firmes para la creación de una nueva experiencia con narrativas visuales de la tradición y cultura de la ciudad.

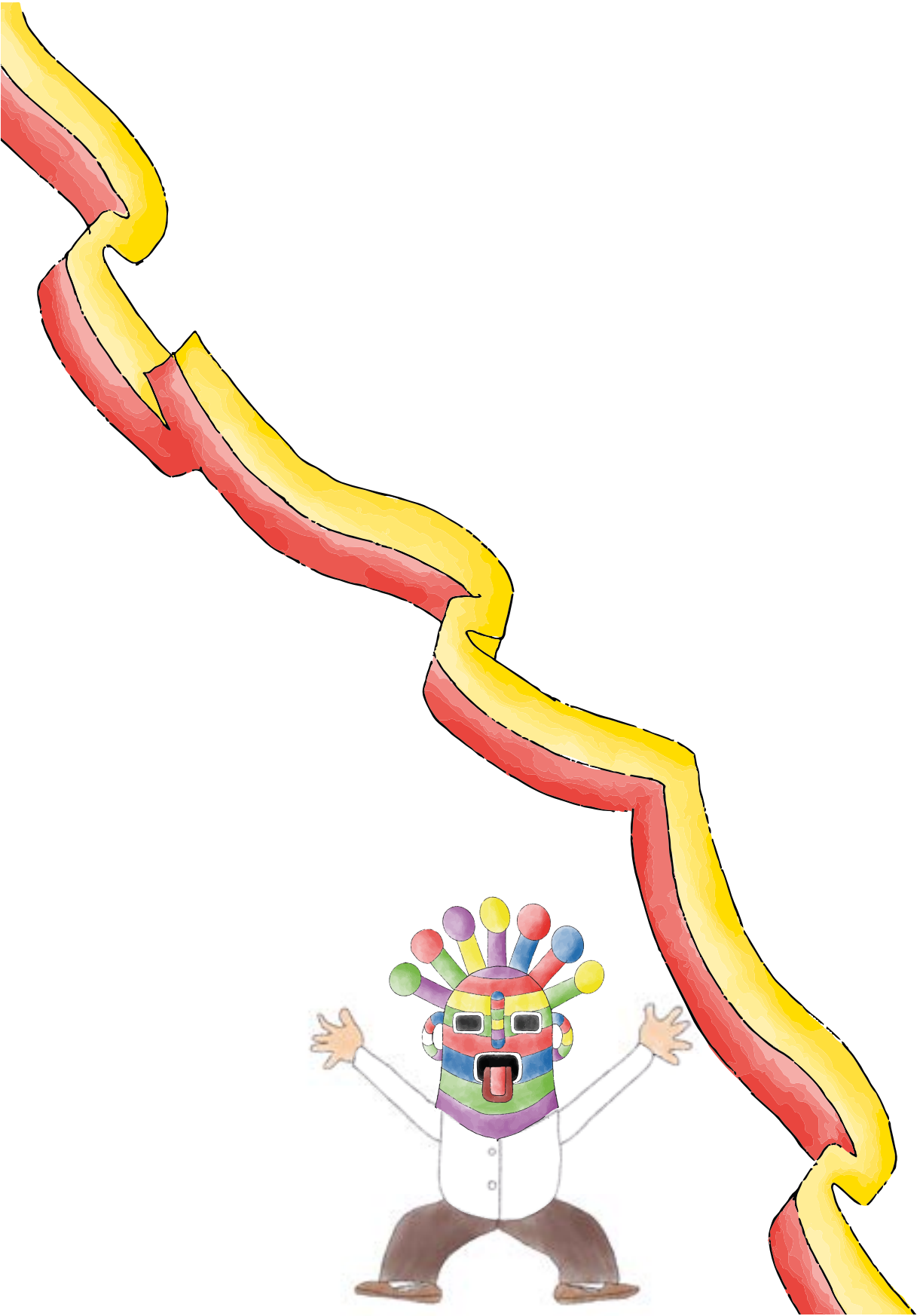


Figura 13. Verduras frescas y hierbas





CAPÍTULO



02

PROGRAMACIÓN



2.1ANÁLISIS/ DEFINICIÓN DEL USUARIO



Figura 14. Persona Design

Roberto Pérez

Perfil_____

Edad: 29 años
Sexo: Masculino
Nivel Social: Medio / Medio Alto
Cultura: Guayasense
Bibliografía:

Perfil de un individuo joven, profesional en el campo de la Psicología, es oriundo de la provincia del Guayas. Sus rasgos de personalidad predominante son la alegría y la extroversión. Tiene fuerte aficción por la música, la participación en actividades lúdicas con pares y un particular por el descubrimiento y degustación de la diversidad gastronómica ecuatoriana mediante el viaje.

2.1.1 Diseño de la Investigación

Sobre su vida

Roberto Pérez de 29 años de edad, de tez blanca, contextura alta, de ojos café oscuros, y cabello rizado castaño oscuro. Se caracteriza por ser una persona empática, extrovertida, alegre. Entre sus intereses está el gusto por el aprendizaje, la enseñanza, así como compartir tiempo con amistades que promueven una comunicación positiva. Es aficionado al basketball, tanto como espectador como jugador, y disfruta de actividades que combinan el arte y la socialización, como tocar guitarra, cantar y salir con amigos. Además le apasionan los viajes y la exploración de la gastronomía ecuatoriana.

Él aprecia los platos tradicionales como el cebollado, el arroz con puré de papá, el bolón, y en bebidas le gusta el chocolate caliente y jugos naturales. En sus pasatiempos está la escritura, y la lectura.

Intereses

A lo largo del tiempo, Roberto aspira alcanzar todas sus metas personales en la que se destacan sus sueños y el deseo de viajar. Dos de sus frases favoritas reflejan su visión de la vida y su actitud ante la vida: “ Cuando sucede algo, es por algo” y “Todas las personas están de paso”.

El entorno en que se encuentra se caracteriza por la constante circulación de información relacionada con temas de gastronomía, cultura y turismo. Esta diversidad temática contribuye a la formación de un contexto constructivo y positivo, que alimenta su interés por el aprendizaje, la reflexión y el crecimiento integral.

Actitud

Residente de la ciudadela 22 de Noviembre, en la zona norte de Milagro, Guayas. Se caracteriza por una actitud relajada y un manejo cauteloso de sus recursos económicos, enfocándose en gastos esenciales. Un aspecto crucial de su perspectiva es el temor de no lograr una inmersión completa en la riqueza gastronómica del país. Le gusta visitar espacios naturales como la sierra y la playa anhelando explorar montañas tranquilas para escalar y degustar platos que ofrezcan experiencias culinarias novedosas.

Deseos

Su objetivo central es contribuir a la transmisión de contenidos musicales de calidad, al fortalecimiento de valores educativos, así también la comprensión precisa sobre la ideología de género, la inteligencia emocional y responsabilidad afectiva.



2.1.2 Mapa de Empatía



Figura 15. Mapa de empatía



2.2 BRIEF



Figura 16. Diseño con comida

2.2.1 Descripción

Realización de una infografía a modo de narrativa visual que complementa el servicio de un plato en un restaurante. Mediante el cual se pueda contar visualmente la historia del plato, anécdotas sobre él, una historia personal del chef o la forma de preparación del mismo. De esta manera lograremos que el comensal tenga una nueva experiencia al comer.

2.2.2 Ventajas

- Dar a conocer la historia del producto que se va a servir.
- Servir los platos tradicionales de manera distinta sin perder la identidad.
- Dar nuevas experiencias al servir platos tradicionales de la ciudad de Cuenca.

2.2.3 Ciclo de vida del Producto

Este es un producto efímero ya que solo se usa en el momento de consumo de la comida, desde el punto de vista del marketing, es un producto nuevo ya que no hay similares en el sector.

2.2.4 Particularidades del Sector

Este nuevo producto se introduce en los restaurantes tradicionales de cuenca, para que las personas que vienen de otras ciudades puedan conocer la historia de nuestra comida típica mediante el tapete que se va a diseñar, haciendo que se lleven algo bonito de nuestra ciudad con una nueva experiencia.

Esto lo hacemos ya que en la actualidad en el mercado de los restaurantes quieren ofrecer experiencias distintas a sus clientes.



2.2.5 Tendencias del Mercado

A nivel global hay muchos restaurantes que usan diferentes experiencias de usuario una de ellas y famosa es Gaggan Anand, Bangkok, Tailandia donde ofrecen una experiencia gastronómica exquisita, iniciando con el menú que nos da a conocer de formas únicas como emojis, rompecabezas, un examen y un pasaporte; además su comida tiene formas distintas y peculiares, llamando a esta experiencia sexto sentido.



Figura 17. Postre en forma de labios



Figura 18. Pizza en forma de guagua de pan

De manera Nacional tenemos al restaurante La guaguasería by Somos ubicado en Quito donde la experiencia en cada platillo es basada en pizza donde su figura es en forma de guagua de pan.

A nivel local tenemos al restaurante tiestos ubicados en la ciudad de Cuenca donde ofrecen una experiencia diferente, sirviendo la comida en tiestos los cuales usan como lienzo donde van pintados colibríes, cholas y otros elementos cuencanos, los cuales son servidos a los comensales; se dice que tienen dos opciones probarlo o mirarlo como una obra de arte.



Figura 19. Dulce en arte de colibrí



2.2.6 Análisis de consumidor

Roberto Pérez de 29 años de edad, de sexo masculino, de tez blanca, alto, de ojos cafés oscuros, con cabello rizado castaño oscuro, empático, extrovertido, católico; alegre, extrovertido, humilde, honesto, responsable y cariñoso selectivo. Trabaja de psicólogo clínico, hace ejercicio, lleva una alimentación sana y una vida sociable. Le gusta aprender cosas nuevas, enseñar cosas nuevas, salir con amistades que tengan una buena comunicación, le gusta el Básquetbol. Le gusta comer el encebollado, arroz con puré, bolón, el chocolate y los jugos naturales como el maracuyá y el tomate de árbol, Sus hobbies son: jugar Básquet, tocar la guitarra, cantar, salir con sus amigos, viajar y degustar diferentes gastronomías del Ecuador, leer, escribir.

2.2.7 Competencia directa e indirecta del producto

La mayoría de restaurantes de la ciudad al darse cuenta del auge de las experiencias lo están empezando a introducir en el mercado de la gastronomía, pero específicamente no existe uno que se pueda considerar competencia.

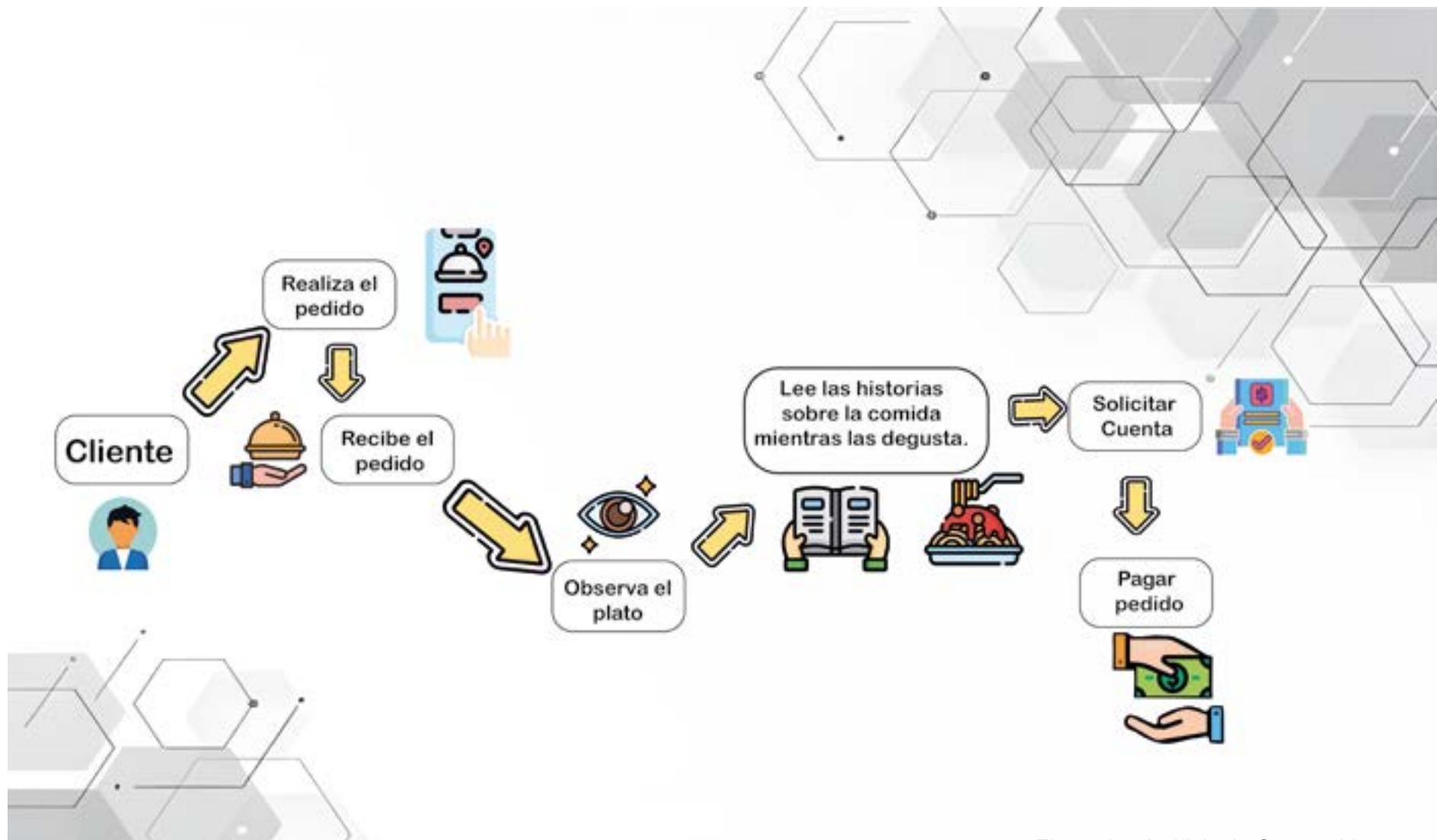


Figura 20. Análisis de Consumidor



2.3 DEFINICIÓN DE CONTENIDO

DEFINICIÓN DE CONTENIDOS				
NARRATIVA	TIPO DE CONTENIDO	FORMATO	OBJETIVO	AUDIENCIA
ENTRADA	Mote Pillo El mote pillu o Sara en Kwichua es un símbolo de abundancia y unión en las comunidades, especialmente durante festividades y reuniones de cosechas. Representa prosperidad y la convivencia entre las personas. Sus ingredientes datan de tiempos coloniales. MUTI(mote o maíz): Viene de la época prehispánica. Desde 1950 seleccionaban el maíz o mote en las vasijas de barro. RINTU(huevo): El huevo viene de los criaderos de gallinas que tenían los hacendados de la época. Este se combinaba con el mote en una cacerola. Espicias: Las especias o yerbitas provienen de la colonización española y se usaban para mejorar el sabor.	Texto e Ilustraciones	Dar a conocer como se prepara cada uno de ellos y de donde vienen.	Comensales de otras ciudades.
PLATO FUERTE	Fritada La fritada, conocida como "Sanchu" en Kwichua, se prepara en reuniones con amigos y familiares. Por lo general, se acompaña de algunas bebidas alcohólicas. Este plato tiene sus raíces en regiones andinas. LLAPINGACHOS(tortilla de maíz): Los llapingachos o tortillas de maíz tienen raíces tanto prehispánicas como criollas. Acompañan a la fritada en las fiestas de carnaval. Sanchu(fritada): El puerco introducido por los españoles fue adaptado con diferentes métodos de cocción propios, como la fritada. YUYUKUNA(Ensalada): La ensalada con raíces desde el 600 a. C. combina diversas verduras como cebolla, lechuga y tomate, acompañándola y dándole color a la fritada.	Texto e Ilustraciones	Dar a conocer como se prepara cada uno de ellos y de donde vienen.	Comensales de otras ciudades.
POSTRE	Dulce de Higo Dulce de higo o "Chiltu Miski" en kiwchua es un dulce que para los católicos se lo llama el árbol de Dios, ya que ahuyenta a los malos espíritus y atrae la fortuna. Especialmente en épocas festivas. CHILTU(higo): Proviene de Asia Occidental es muy popular en las festividades alegres como el Carnaval. ASUKAR(panela): La caña de azúcar es originaria de Nueva Guinea y se introduce en Ecuador en la época colonial en el siglo XVI. de ella se produce un dulce llamado panela. MAKINCHU(queso): Los bovinos americanos llegaron a Ecuador hace 500 años con la raza Holstein; son conocidos por su producción de leche y otros derivados como el queso, que es un buen acompañante para los dulces.	Texto e Ilustraciones	Dar a conocer como se prepara cada uno de ellos y de donde vienen.	Comensales de otras ciudades.

Tabla 1. Definición de contenidos



2.4 PROCESO DE DISEÑO

Aquí se presenta la tabla en donde se muestra el proceso mediante el cual se va a desarrollar el arte final.

ACTIVIDAD	FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
1. Determinación del tipo y estructura general de los contenidos (generalmente la relación textual/imagen y relación totalidad / partes)	X															
2. Determinación de formatos y formatos de encuadernado más apropiados	X															
3. Relación totalidad / partes / volúmenes, secciones, capítulos, apartados, ...	X	X														
4. Determinación de un machete inicial			X													
5. Determinación de la maquetación de base (principales niveles de información)			X	X												
6. Diseño de páginas maestras, márgenes, etc.				X												
7. Determinación de juegos tipográficos					X											
8. Textos de tipografía, cuerpos de texto, manchas tipográficas						X										
9. Diseño y diagramación del producto							X	X	X	X	X	X	X			
10. Pruebas de impresión y pruebas de color													X			
11. Revisión de pruebas y correcciones													X			
12. Prototipo final														X		
13. Arte finalizado														X		

Tabla 2. Definición de contenidos

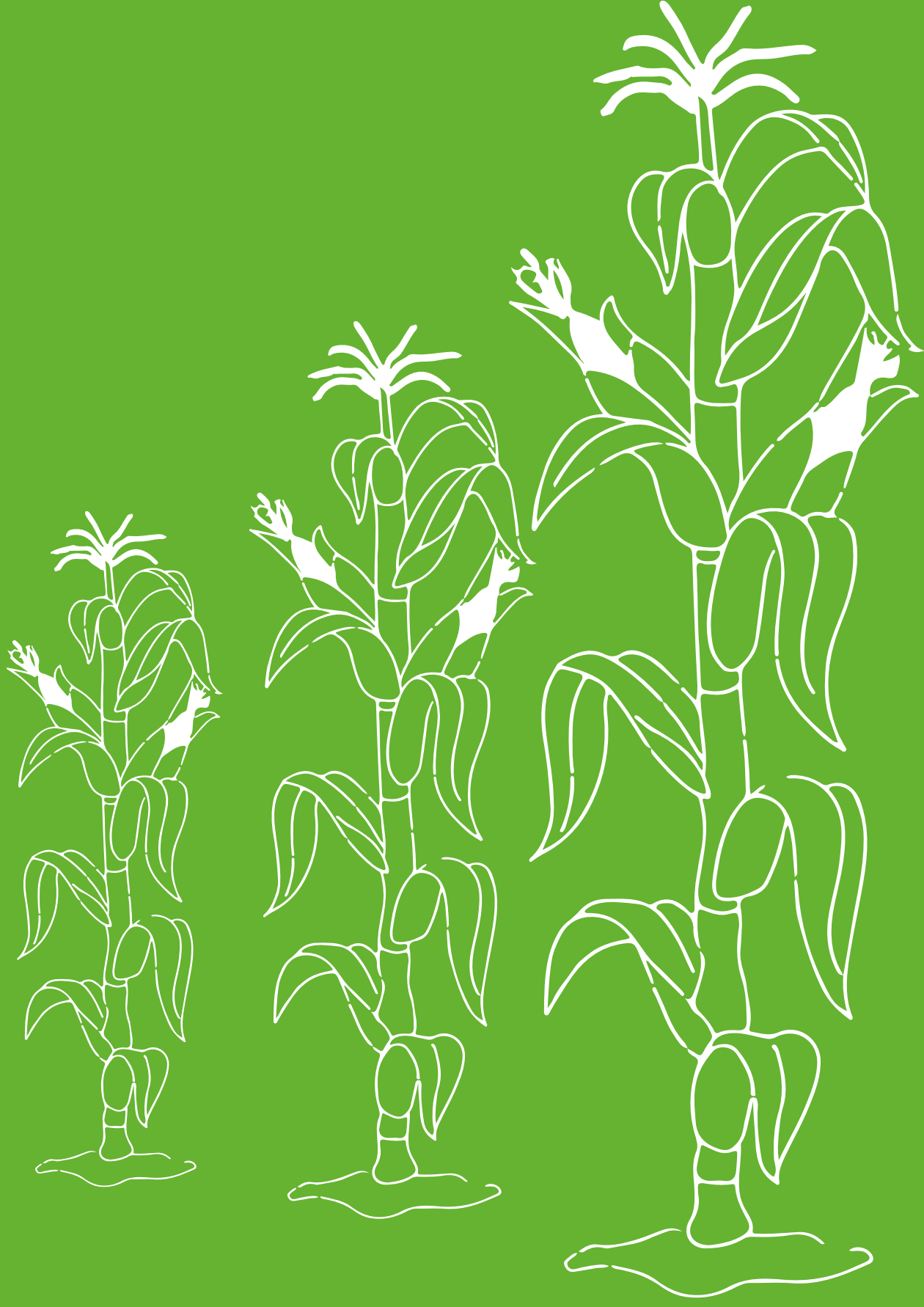


2.5 CONCLUSIONES

En este segundo capítulo se desarrolla e investiga el emisor el cual va dirigido entendiendo de mejor manera las necesidades y experiencias que desea el consumidor que viene de visita a la ciudad de Cuenca al consumir nuestra gastronomía. Esta investigación realizó un estudio profundo el cual nos dice las expectativas que tiene un usuario al momento de querer una nueva experiencia de gastronomía las características que debe tener; así también se reflejó que en la ciudad no hay mucha competencia de la misma ya que este se está implementando en la ciudad.



CAPÍTULO





03

IDEACIÓN

3.1 Proceso de Generación de ideas

El producto a desarrollarse será de de uso indivi-
dual.

3.1.1 Características Objetivas

- 1.Tamaño: Mediano/Grande
- 2.Interactivo
- 3.Color: Colores brillantes, y llamativos repre-
sentativos de la ciudad de Cuenca.

3.1.2 Características Subjetivas

- 1.Debe ser informativo
- 2. Debe ser llamativo
- 3.Debe ser intuitivo

3.2 Elección de Narrativa

NARRATIVA

Al realizarse las respectivas investigaciones de
narrativas visuales que existe se ha tomado la
desición de realizarse una infografía, en donde
va redactando y contando la historia de cada
plato que se va a realizar.

Se eligió esta narrativa ya que su comprension
es mas fáci, ya que al tener elementos visuales
como imágenes, iconos y colores hacen que la
infografía sea más interactiva y pueda capturar
la atención de los espectadores. De ese modo
incrementa un impacto visual bastabte fuerte
haciendo que el usuario tenga un mejor aprendi-
zaje. Este permite simplificar datos complejos y
destacan tendecias clave, así ayuda a tener una
conexión emocional con el comensal.

3.3 Narrativas

Lo que se va a contar en cada plato es el origen
de cada uno de los ingredientes que conlleva el
plato, además de eso las indicaciones de como
se realiza dicho plato.

En la entrada se va a contar como llego cada
ingrediente y como nuestros ntepasados lo ada-
pataron en su vida cotidiana haciendo que sea
parte de su día a día y en las tradiciones más
importantes, como la cosecha y lo que repesen-
ta este plato.

En el plato fuerte de igual manera se va a pre-
sentar como es la llegada del puerco, el tipo de
coccion que se va a hacer y en la festividad que
comun mente se sirve este plato.

Finalmente en el postre hablaremos de un dulce
que comunmente se sirve en la festividad que
se hablaba en el plato anterior y un dato un tanto
curioso sobre esta dulce.



Figura 21. Infografía de recetas



Figura 22. Diablo huma ocn acordeón

3.4 Elección de Ideas

La propuesta final y su selección se basaron en la integración de elementos de las ideas previas, considerando la afinidad y coherencia que cada una de ellas presentaba en relación con el concepto general. Se optó por la opción del tapete, dado que complementa de manera adecuada la experiencia propuesta, debido a su cercanía con los comensales y su capacidad para facilitar una interacción más cercana y significativa, enriqueciendo así la experiencia global.

Función	Estrategia	Soporte	Estética	Recurso	IDEA
Dar a conocer la comida típica de nuestra ciudad y sus orígenes.	Darlo a conocer mediante una infografía.	Tapete tamaño mediano	Ilustración Plana	Información con interacción	1
	Darlo a conocer mediante un Manual	Tarjetas A5	Caricaturas	Instructivo	2
	Darlo a conocer mediante un Menú	Cartas	Realismo	Libro	3
	Darlo a conocer mediante un tríptico	Origami	Vintage/ rtero	Volante	4
	Darlo a conocer mediante un Catálogo	Libreta	Acuarelas	Informativo	5

Tabla 3. Proceso de ideas

PROPUESTAS

Tapete informativo

En esta infografía, diseñada en forma de tapete, se presentará información detallada sobre los tres platillos que se servirán. Además de incluir datos descriptivos acerca de cada preparación, la infografía incorporará instrucciones que fomentarán la interacción con la comida. De este modo, los participantes no solo conocerán los orígenes de cada uno de los ingredientes, sino que también aprenderán el proceso de elaboración, promoviendo de esta manera una experiencia educativa y participativa.

En esta infografía, diseñada en forma de tapete, se presentará información detallada sobre los tres platillos que se servirán. Además de incluir datos descriptivos acerca de cada preparación, la infografía incorporará instrucciones que fomentarán la interacción con la comida. De este modo, los participantes no solo conocerán los orígenes de cada uno de los ingredientes, sino que también aprenderán el proceso de elaboración, promoviendo de esta manera una experiencia educativa y participativa.



Figura 23. Propuesta 1



Propuesta 2

En este manual se presenta una descripción detallada de los ingredientes que componen cada uno de los platillos que serán servidos. Al momento de la entrega de los alimentos, se proporcionará un folleto informativo que permitirá a los comensales conocer el origen de cada ingrediente, así como el proceso de preparación requerido para su elaboración, facilitando así una experiencia más enriquecedora y consciente durante la degustación.

El proceso comienza en el momento en que los participantes se acomodan en la mesa y se les sirve la comida. En ese instante, se les proporciona el manual, el cual deben leer para facilitar la interacción deseada con los alimentos y la experiencia de su preparación. Este material no solo les transmite la historia y el origen de los ingredientes, sino que también les proporciona conocimientos sobre los procedimientos de preparación.

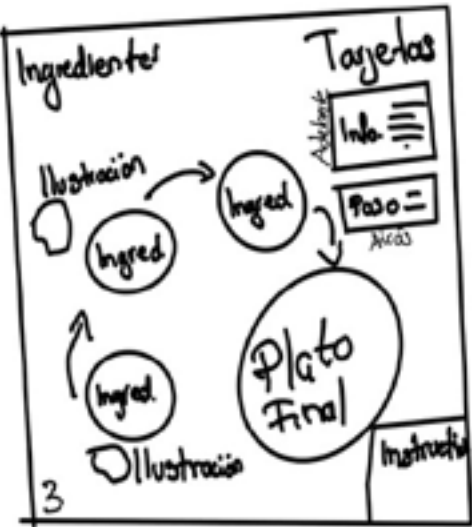


Figura 24. Propuesta 2



Figura 25. Propuesta 3

Propuesta 3

Se propone la elaboración de un libro que recopile información detallada sobre el origen de cada uno de los ingredientes utilizados en la preparación de los platillos. Este material incluirá ilustraciones que se presentarán en el momento de servir la comida, permitiendo a los comensales identificar visualmente cada ingrediente mediante sus imágenes. Además, el libro ofrecerá una narrativa que combina la historia de los ingredientes con instrucciones interactivas para facilitar la interacción con la comida. De esta manera, los participantes no solo podrán aprender la historia y el significado cultural de los ingredientes, sino también comprender el proceso de preparación necesario para degustar los platillos, promoviendo una experiencia educativa y sensorial enriquecedora.

Propuesta 4

En este tríptico se presenta información detallada sobre cada uno de los platillos, incluyendo sus ingredientes y origen. Dicho material se encontrará dispuesto sobre la mesa antes de la presentación de los platos, de manera que los comensales puedan acceder a datos sobre el proceso de preparación y la procedencia de cada elemento, enriqueciendo así la experiencia gastronómica y promoviendo un mayor conocimiento cultural.

Asimismo, el proceso dará inicio en el momento en que el comensal tome asiento en la mesa y se le sirvan los platillos. Esto facilitará una interacción directa entre el personal y el comensal, permitiendo que éste adquiriera conocimientos de manera participativa acerca de la preparación de cada plato y el recorrido que cada uno realiza hasta su llegada a la mesa.

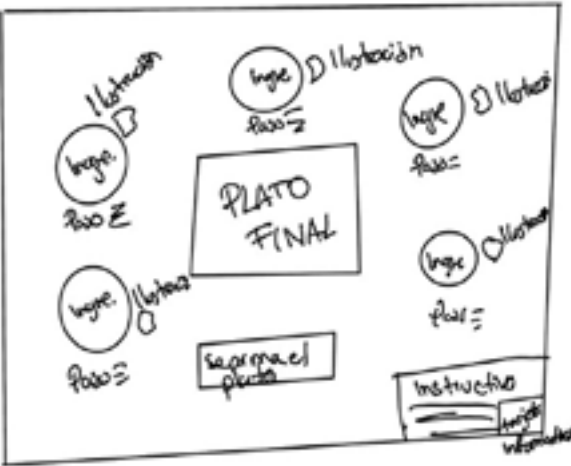


Figura 26. Propuesta 4



Propuesta 5

Esta libreta tiene como finalidad proporcionar información detallada sobre los ingredientes que conforman cada uno de los platillos, incluyendo su origen y procedencia. Además, a medida que se desarrolla la narrativa, se incorporan instrucciones que fomentan la interacción del comensal con los ingredientes, promoviendo una experiencia participativa. De este modo, los participantes no solo adquieren conocimiento sobre los componentes de los platillos, sino que también emprenden un recorrido que, además de enriquecer su saber, les ofrece una experiencia emocional y sensorial, llena de nuevas vivencias y descubrimientos.

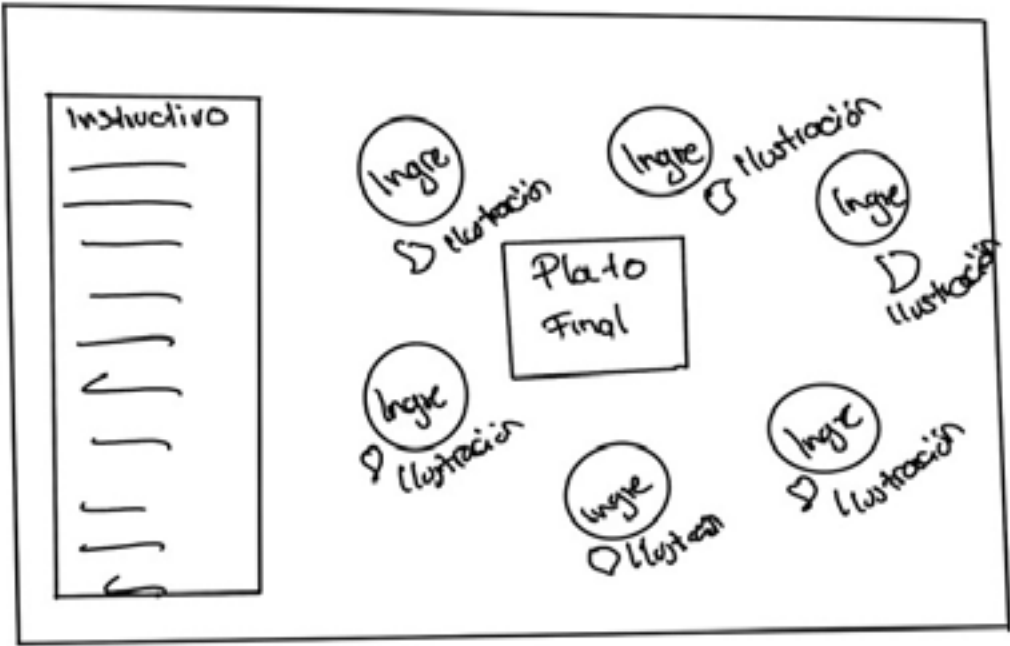


Figura 27. Propuesta 5

3.5 Evaluación de ideas.

	Propuesta 1	Propuesta 2	Propuesta 3	Propuesta 4	Propuesta 5
Objetivos	5	2	3	3	3
Innovación	4	3	2	2	2
Tiempo	5	4	5	3	2
Factibilidad	4	2	3	3	1
Afinidad	3	3	4	3	3
Trascendencia	3	3	3	3	2
Total	24	17	20	17	13

Tabla 4. Propuestas de ideas.



3.5.1 Idea Final

En este tapete se presentará una infografía que visualizará ilustraciones y datos relevantes acerca de los ingredientes utilizados en los tres platillos que se ofrecerán: la entrada de mote pillo, el plato principal compuesto por fritada con llapingacho y ensalada, y el postre de higos con queso. La infografía incluirá información sobre el origen de cada uno de los ingredientes, así como el proceso de preparación de cada platillo.

Al momento de servir la comida a los comensales, estos podrán observar la disposición de los ingredientes en el plato, así como la información complementaria y las ilustraciones que ilustran el proceso paso a paso de la preparación de cada uno de los platillos. De esta manera, se propicia una experiencia sensorial y educativa que fomenta la interacción con los alimentos, brindando a los comensales la oportunidad de participar activamente en una vivencia culinaria novedosa y enriquecedora.

3.6 Platos a servirse

Cada plato será servido a corde a los tiempos: entrada, plato fuerte y postre respectivamente, siguiendo la narrativa propuesta

ENTRADA



Figura 28. Mote pillo

Para el plato de entrada se servirá los ingredientes que hara que se cree el pimer plato que es mote pillo haciendo que tenga una experiencia sensorial con el platillo a servise. Estos como el resto de los ingredientes de los otros platillos serán servidos una vez que el comensal termine de realizar y degustar el platillo.

PLATO FUERTE



Figura 29. Fritada

Para el plato fuerte se servirá los ingredientes que hara que se cree el platillo que es la fritada haciendo que su paladar tenga un deite exquisito.

POSTRE



Figura 30. Dulce de Higo

Finalmente el postre de igual manera se servirá los ingredientes que hara que se cree el postre que es dulce de higo y de deleite del mismo.

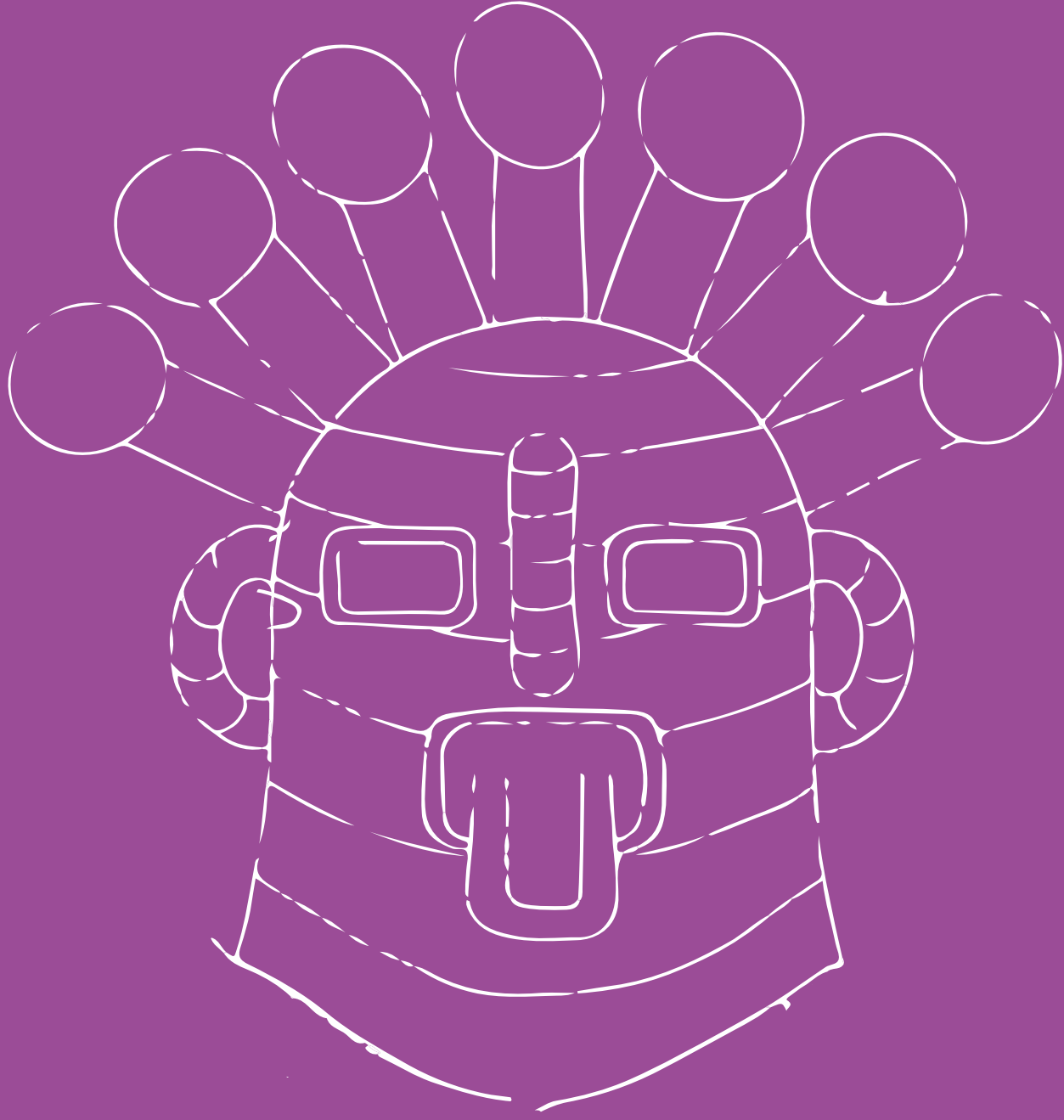


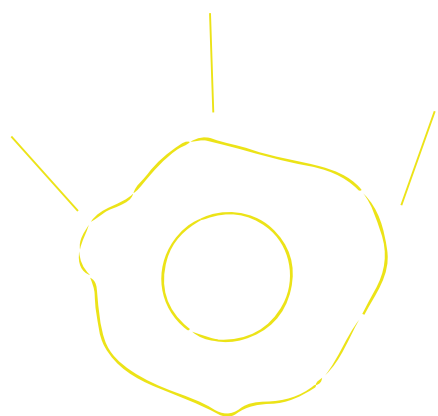
3.7 Conclusiones

En este capítulo se pudo concluir que ya se tiene de manera más precisa lo que se va a realizar, lo que se va a usar y el tiempo que tomara para poder iniciar ya los bocetos de el producto a realizarse.



CAPÍTULO





04

Diseño

4.1 BOCETACIÓN

En este proceso se decidió realizar bocetos para definir cómo serán las ilustraciones que narren la historia. Esto incluye determinar la apariencia de las ilustraciones, los ángulos desde los cuales se mostrarán, y cómo se integrarán visualmente con el contenido escrito. Además, se planificó la estructura general, asegurando que la disposición de las imágenes y la comida se complementen de manera armónica y estética, logrando así una presentación visual coherente y atractiva.

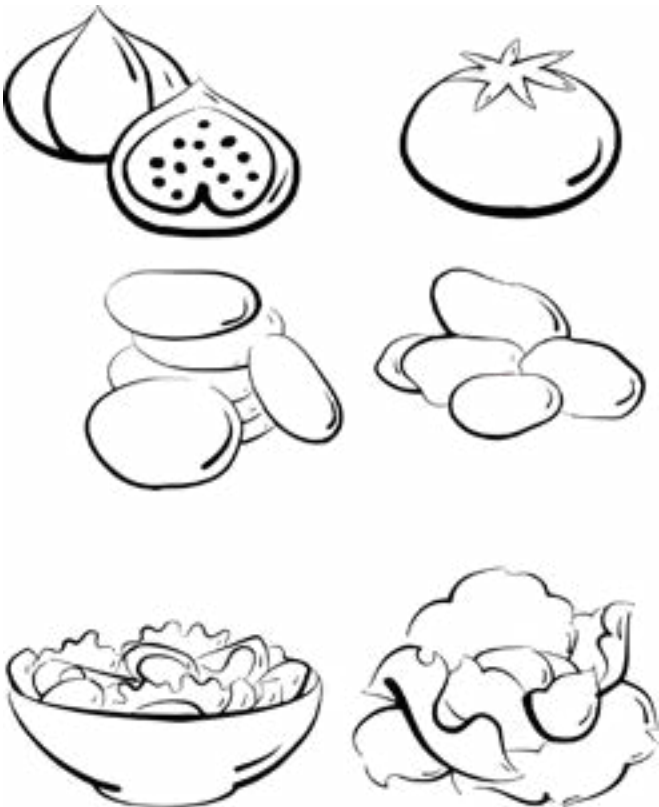


Figura 31. Boceto de ingredientes

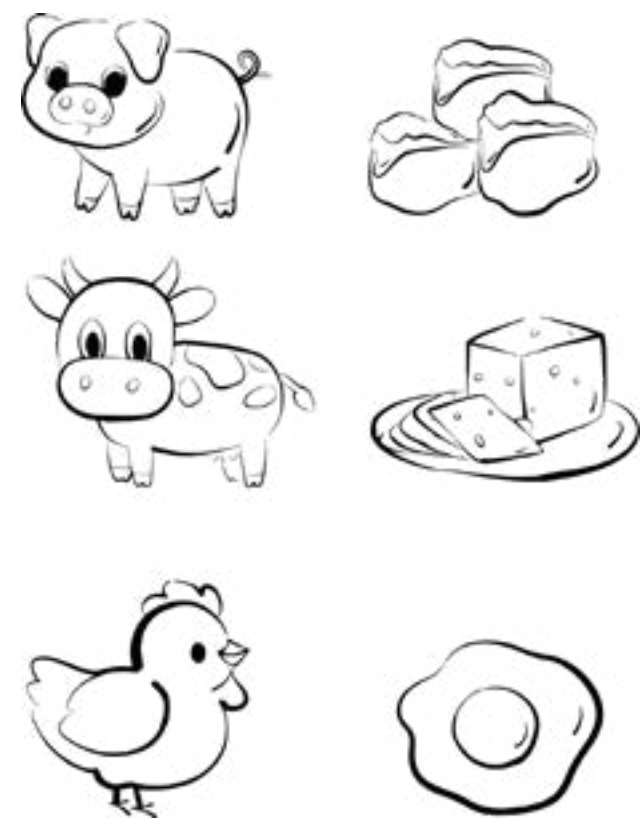


Figura 32. Boceto de animales



Figura 33. Boceto de ingredientes





Figura 34. Boceto de cabeza de Diabla humana

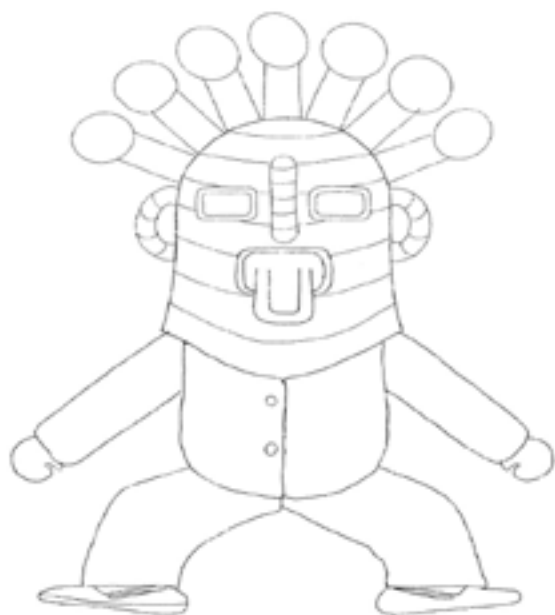
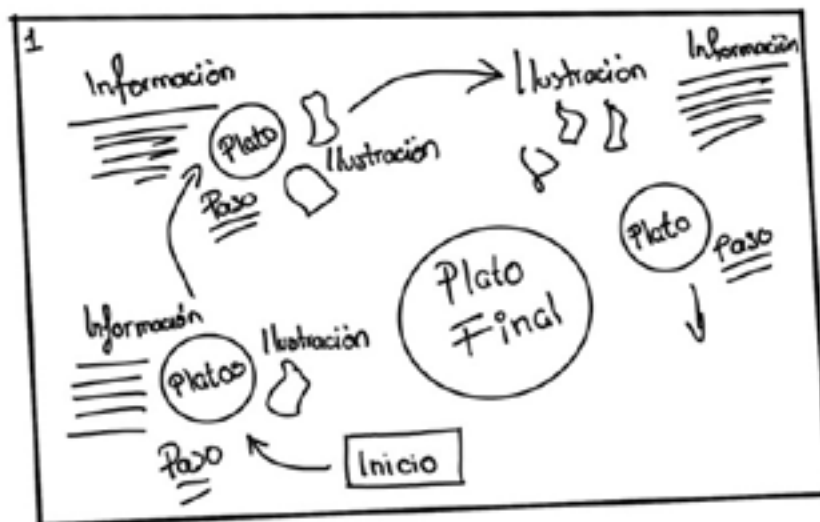


Figura 35. Boceto de Diabla humana



Figura 36. Diabla humana final

Se cuenta



Colocar los ingredientes en su lugar

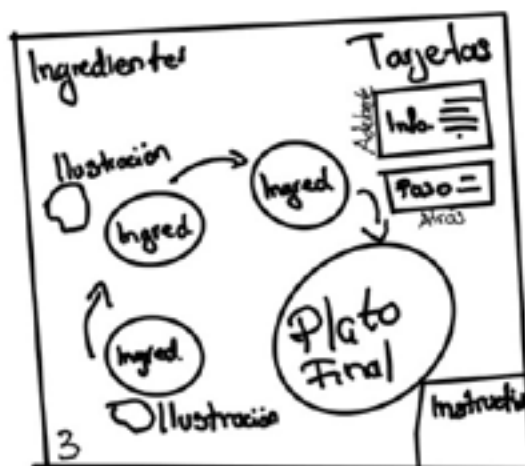
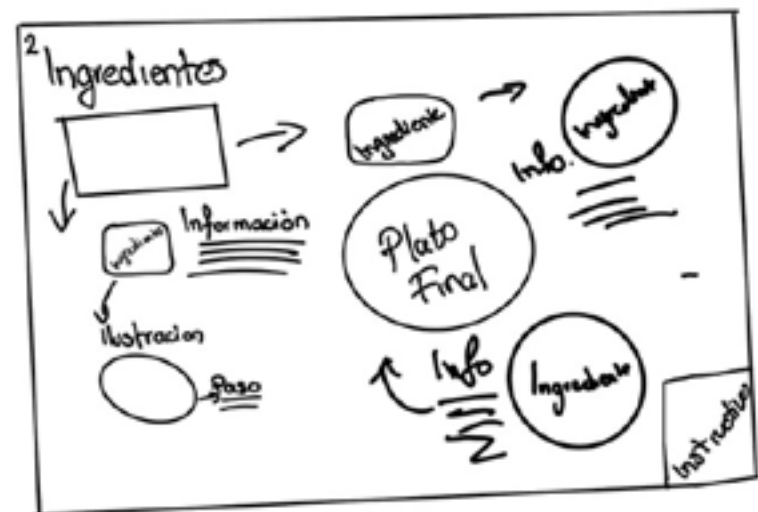


Figura 37. Boceto de Estructura de plato



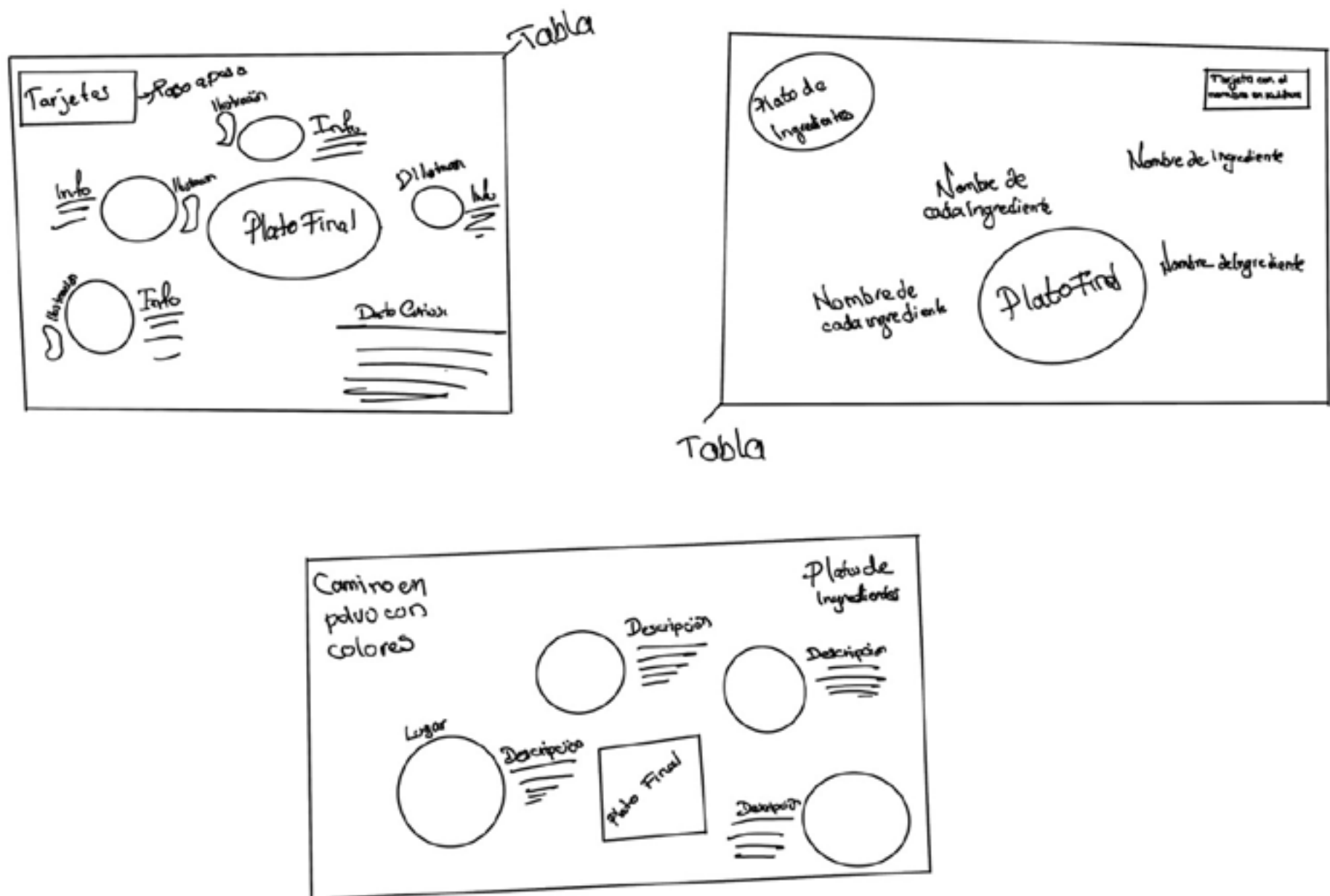


Figura 38. Boceto de Estructura de plato



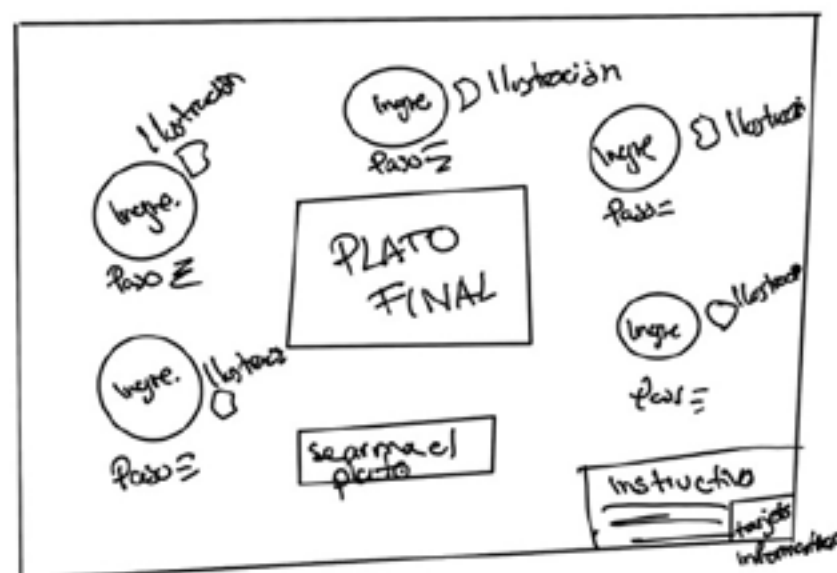
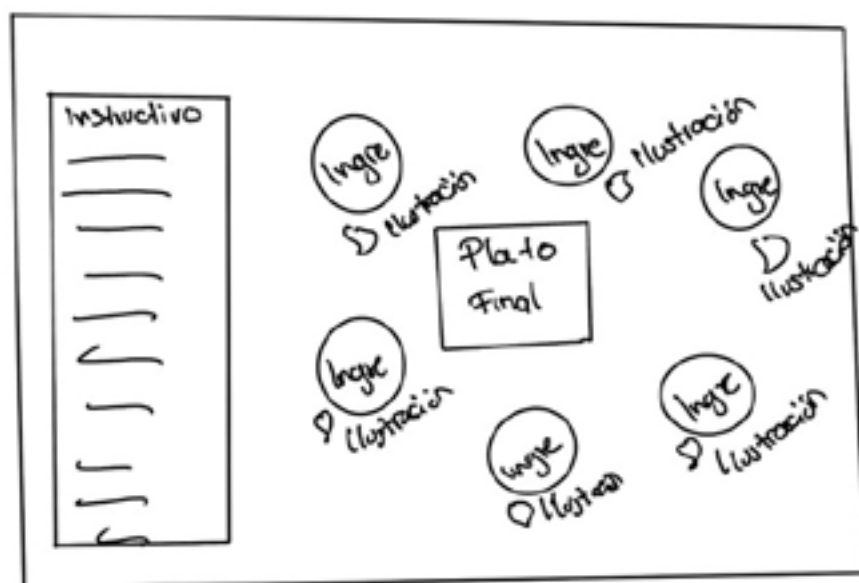
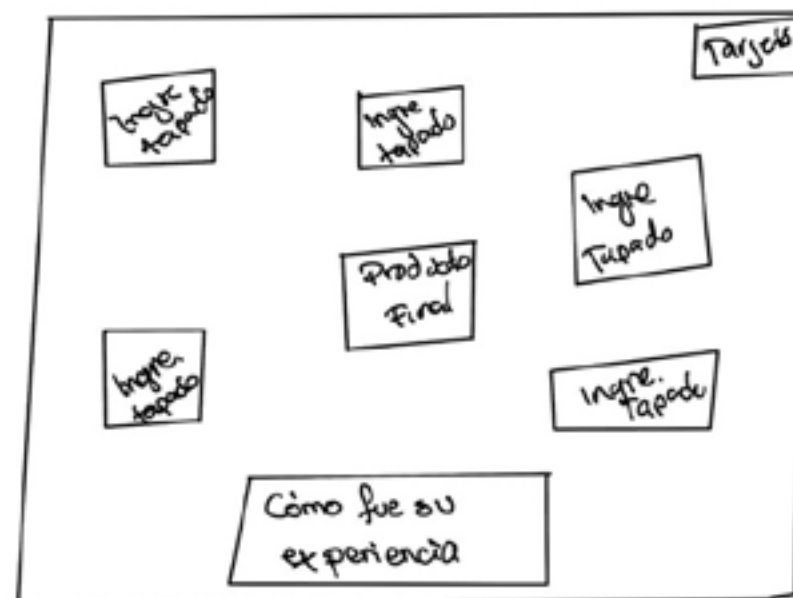
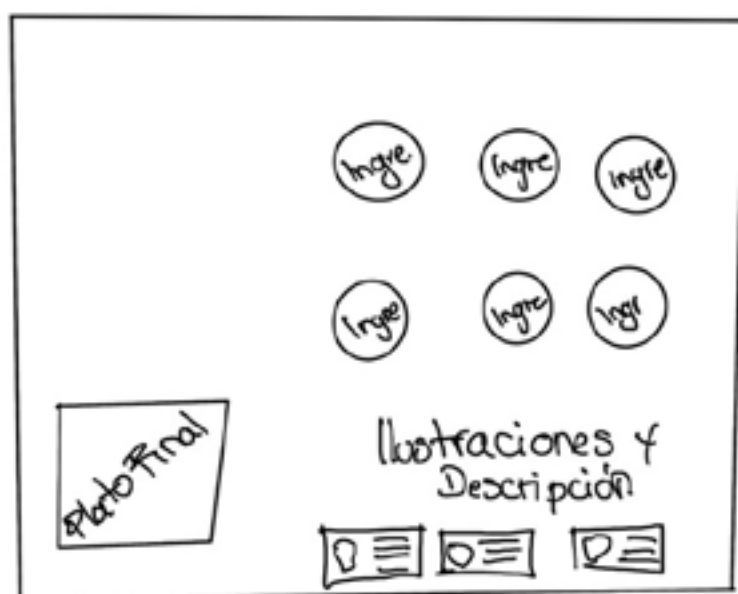


Figura 39. Boceto de Estructura de plato



4.2 SISTEMA GRÁFICO

4.2.1 Formato

El tapete que se diseñará presenta dimensiones de 45 cm por 33 cm, constituyendo una opción adecuada y espaciosa para la disposición de los elementos y la información correspondiente. Estas dimensiones proporcionan un espacio óptimo que facilita la organización y visibilidad de los contenidos, favoreciendo una presentación clara y ordenada. Asimismo, dicho tamaño contribuirá a mejorar la experiencia de lectura por parte de los comensales, permitiendo una visualización cómoda, atractiva y de fácil acceso a la información.

El material seleccionado para este proyecto es papel Grace Proof, el cual está diseñado específicamente para su uso en contacto directo con alimentos. Asimismo, se empleará tinta comestible, garantizando que, al estar en contacto con los alimentos, no se presenten riesgos para la salud ni comprometan la seguridad de los comensales.

4.2.2 Tipografías

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz

1234567890 #

⇒Stick Cream←

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890 #
Raleway

4.2.3 Sistema de Retículas

En el diseño de las retículas para las infografías, se emplea un sistema altamente flexible que facilita la organización y el manejo de los elementos visuales. Esta flexibilidad permite experimentar con la disposición de los componentes, logrando una presentación visual atractiva y coherente que responde de manera efectiva a las necesidades del público objetivo. Asimismo, este enfoque contribuye a integrar de forma armoniosa los elementos visuales y la información, garantizando una comunicación clara y estética.



Tiene una estructura de 8 módulos



Tiene una estructura de 6 columnas



Tiene un margen superior e inferior de 2 cm



Se le otorgó un sangrado de 0,5 cm.

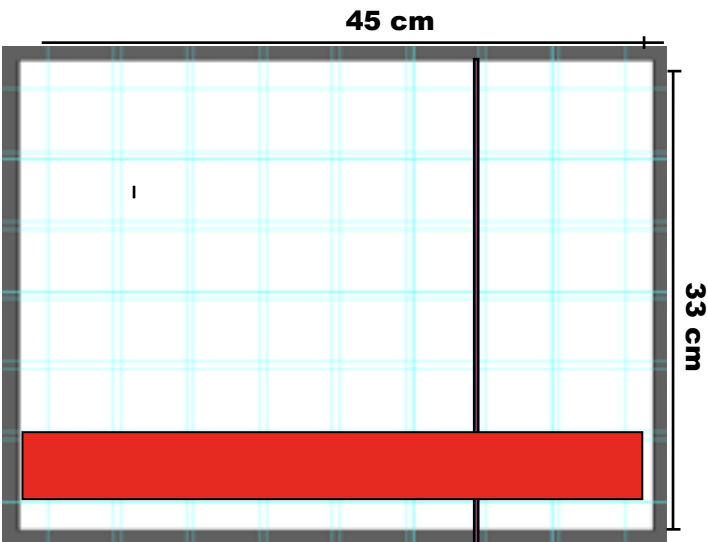


Figura 40. Retícula Horizontal

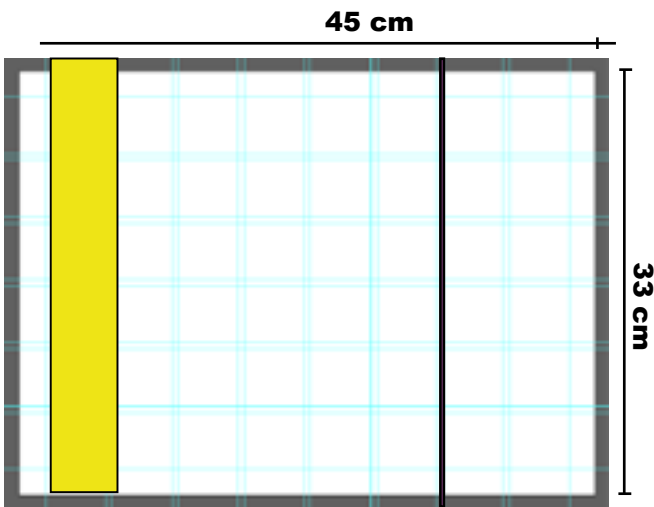


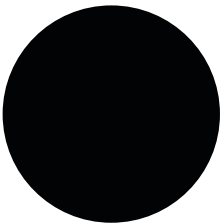
Figura 41. Retícula Vertical



4.2.4 Paletas de Colores

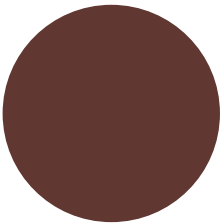


Figura 41. Diabla Huma



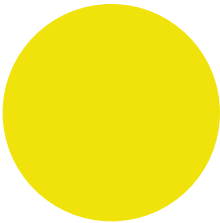
C: 0% R: 29
M: 0% G: 29
Y: 0% B: 27
K: 100%

#1d1d1b



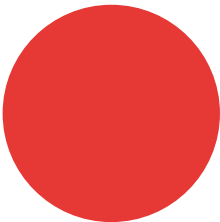
C: 39% R: 96
M: 69% G: 57
Y: 63% B: 50
K: 57%

#603932



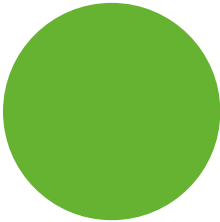
C: 11% R: 240
M: 1% G: 228
Y: 92% B: 13
K: 0%

#f0e40d



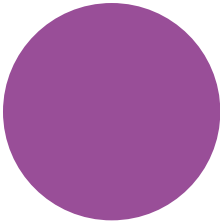
C: 1% R: 240
M: 88% G: 228
Y: 78% B: 13
K: 0%

#e63a36



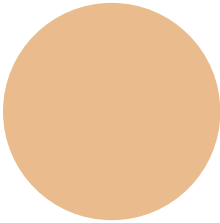
C: 65% R: 240
M: 0% G: 228
Y: 99% B: 13
K: 0%

#64b332



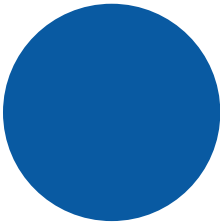
C: 48% R: 240
M: 79% G: 228
Y: 0% B: 13
K: 0%

#9a4e99



C: 8% R: 240
M: 30% G: 228
Y: 48% B: 13
K: 1%

#eabc8d



C: 94% R: 15
M: 64% G: 89
Y: 4% B: 162
K: 0%

#0f59a2



4.3 Diseño

Al realizar el diseño se optimizo el espacio y se tomo en cuenta la información e ilustraciones las cuales caracterizan el platillo a prepararse.

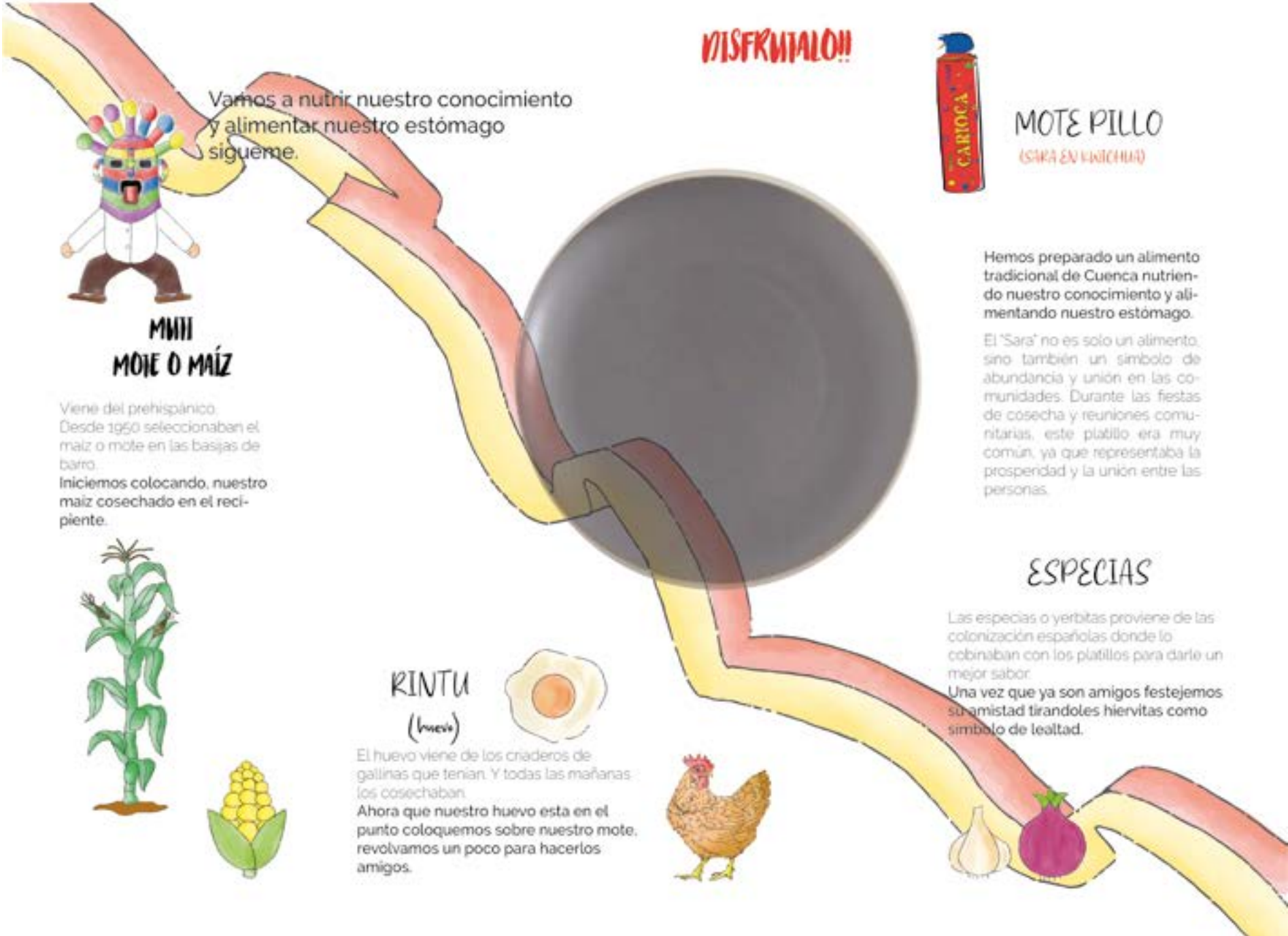


Figura 42. Boceto de Maquetación con información semifinal

4.4 Artes finales

4.4.1 Entrada

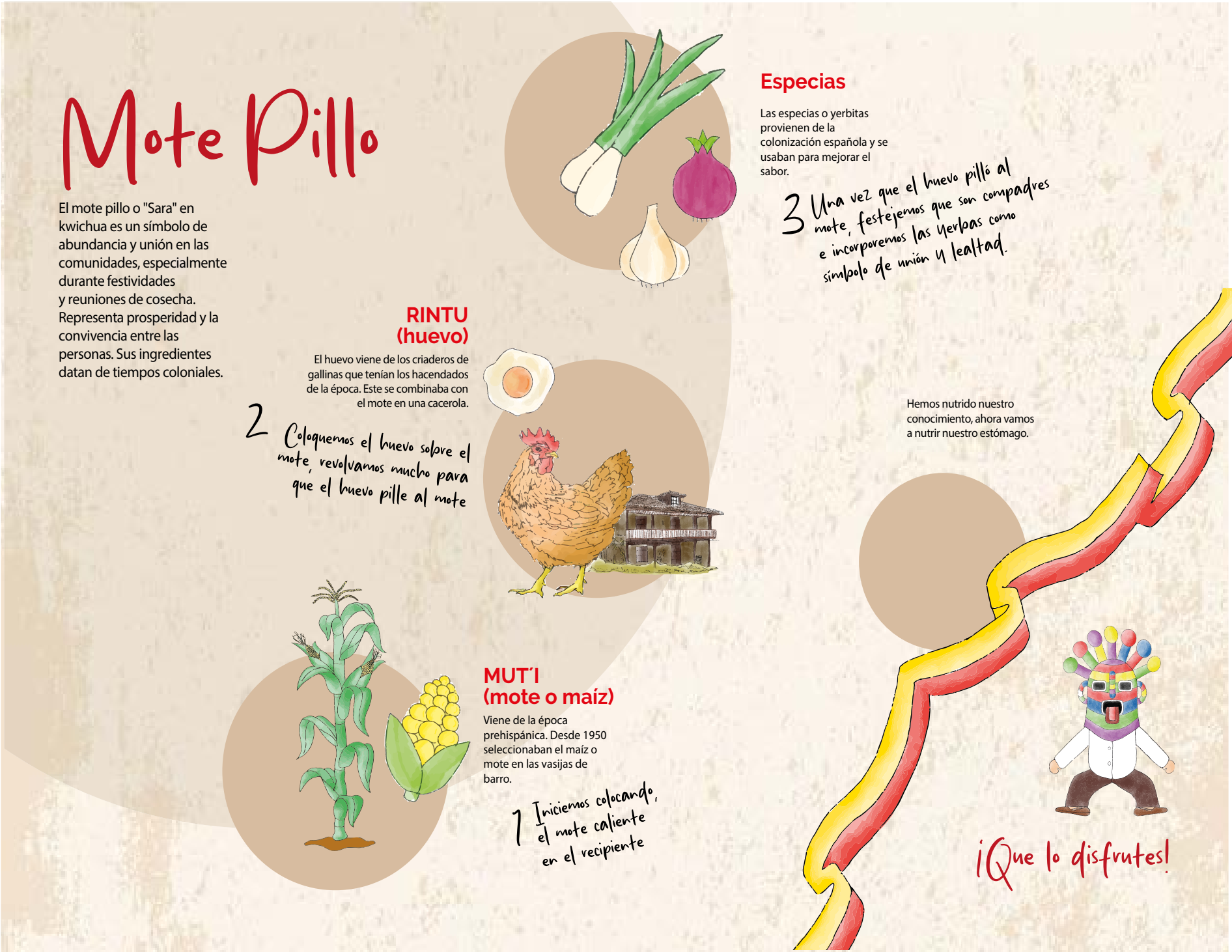


Figura 43. Diseño Final de la entrada



4.4.2 Plato Fuerte

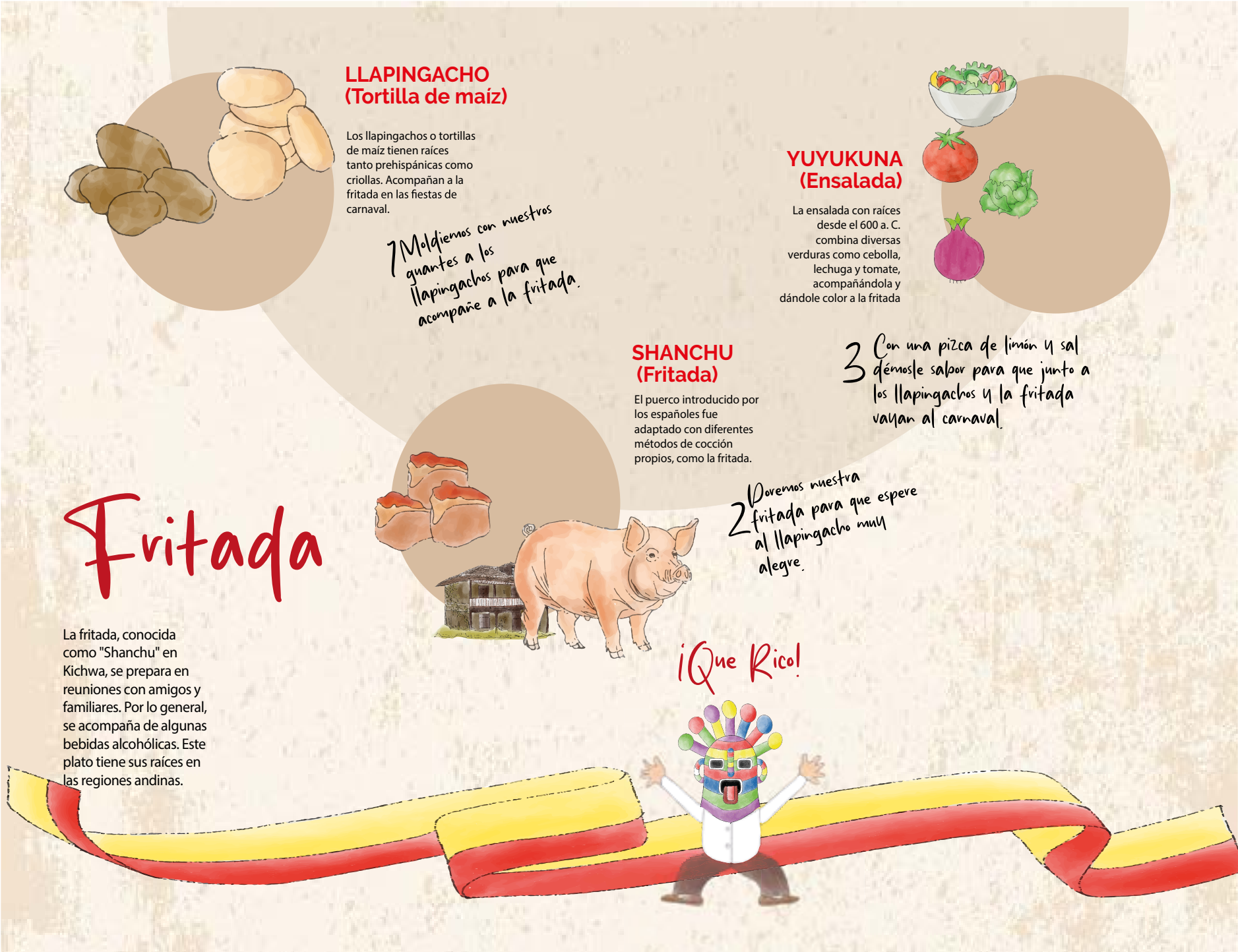


Figura 44. Diseño Final del plato fuerte

4.4.3 Postre

MAKINCHU (queso)

Los bovinos americanos llegaron a Ecuador hace 500 años con la raza Holstein; son conocidos por su producción de leche y otros derivados como el queso, que es un buen acompañante para los dulces.

3 Toma el queso y haz que acompañe al higo.

ASUKAR (panela)

La caña de azúcar es originaria de Nueva Guinea y se introduce en Ecuador en la época colonial en el siglo XVI. De ella se produce un dulce llamado panela.

2 Ahora refréscalo con un baño de dulce.

CHILTU (higo)

Proviene de Asia Occidental es muy popular en las festividades alegres como el Carnaval.

1 Toma un higo y colocalo en el plato.

Dulce de Higo

Dulce de higo o "chiltu Miski" en Kwichua es un dulce que para los católicos se lo llama el árbol de Dios, ya que ahuyenta a los malos espíritus y atrae la fortuna. Especialmente en épocas festivas.

Figura 45. Diseño Final del postre



4.5 Mockup



Figura 46. Mockup 1



Figura 47. Mockup 2

Bibliografías

GAD Municipal de Cuenca. (2007). *Patrimonio Cultural*.
<https://www.cuenca.gob.ec/content/patrimonio-cultural>

GAD Municipal de Cuenca. (2024, marzo 7).
Cuenca se consagra como Capital Culinaria Mundial.

Lupton, E. (2019). El diseño como storytelling (Á. M. Lantero, Trad.). Editorial GG.

Matter. (2024, abril 15). *¿Qué es Food Design?* Atelier Matter.
<https://ateliermatter.substack.com/p/que-es-food-design>

IED. (2023, diciembre 4). *Narrativa visual: qué es y cómo se hace*.
<https://www.ied.es/noticias/narrativa-visual-que-es-y-como-se-hace>

SHIFTA by Elisava. (2023, diciembre 4). *¿Qué es la narrativa visual?*
<https://weareshifta.com/que-es-la-narrativa-visual/>

Culcay, J.M (2015). “Elaboración de una guía gastronómica de establecimientos de alimentos y bebidas en la ciudad de cuenca provincia del azuay 2013”[Tesis de grado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]. Repositorio Institucional ESPOSH.
<https://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/1234>

González, M. (2021). Diseño de comida como fuente de innovación social. *Revista Tendencias*, 22(2), 45–60.
<https://revistas.udenar.edu.co/index.php/rtend/article/view/5600/6313>

Ribadeneira Villacís, M. C. (2022). *El Food Design en la cocina local de Ambato* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Institucional UTA. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstreams/71310fbe-2956-40ec-b61c-f1d77e2866b9/download>

Molina, J. (2012). “Aplicación del concepto de Food Design a la gastronomía cuencana y aplicación a un menu tradicional”[Tesis de grado, Universidad de Cuenca]. Repositorio Institucional ES-POSH.
<https://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/1234>

Orozco Molina, M. (2024). La construcción de la nueva cocina colombiana a través del diseño (Food Design): Caso de estudio: restaurantes El Chato y Mini-mál. Bogotá, Colombia. 2019–2021. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, (245), 84–90. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10031497>

IED. (2023, 4 de diciembre). Narrativa visual: qué es y cómo se hace. Istituto Europeo di Design. <https://www.ied.es/noticias/narrativa-visual-que-es-y-como-se-hace>

Troconis, V. M. (2024, 5 de junio). *¿Qué es Food Design?* Atelier Matter. <https://ateliermatter.substack.com/p/que-es-food-design>

Reissig, P. D., & Lebendiker, A. (2019). Food design: hacia la innovación sustentable. Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva. Recuperado de https://www.fdx.org/docs/Libro_Food_Design_esp.pdf

Pastuña, A. (2024). “La cocina tecno emocional como estrategia para el desarrollo turístico de la comunidad zumbahua, caso restaurante chikirawa”[Tesis de grado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]. Repositorio Institucional ESPOSH.
<https://dspace.esPOCH.edu.ec:8080/server/api/core/bitstreams/9a-77f1cd-170a-4900-be7c-9c430c689df4/content>

Baqués, L. (2010). Conocimiento, experiencia y lenguaje. Centro de Estudios Legales y Sociales. http://conti.derhuman.jus.gov.ar/2010/10/mesa-06/baques_mesa_6.pdf

Reissig, P. D., & Lebendiker, A. (2020). Food Design: hacia la innovación sustentable. Siriri. Recuperado de <https://siriri.com.ar/wp-content/uploads/2020/04/Libro-Food-Design-Reissig-Lebendiker.pdf>



Pérez, A. (2024, 22 de marzo). La narrativa visual: el arte del storytelling visual. ESDESIGN. Recuperado de <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-grafico/narrativa-visual-storytelling>

Universidad de Palermo. (s.f.). ¿Qué es el storytelling? Universidad de Palermo. Recuperado de <https://www.palermo.edu/negocios/que-es-el-storytelling.html>

Enciclopedia Concepto. (2018, 5 de mayo). Gastronomía: concepto, historia, importancia, tipos y ejemplos. Recuperado el 5 de junio de 2025, de <https://concepto.de/gastronomia/>

Turismo Cuenca Ecuador. (s.f.). Gastronomía cuencana. Recuperado el 5 de junio de 2025, de <https://www.cuenca.com.ec/gastronomia-cuencana>

UNESCO. (s.f.). ¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial? Recuperado el 5 de junio de 2025, de <https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>

The Food Shot. (2016, julio). El eating design de Marije Vogelzang. Recuperado el 5 de junio de 2025, de <https://thefoodshot.blogspot.com/2016/07/el-eating-design-de-marije-vogelzang.html>

Morato, A. G. (2017, 16 de junio). El libro de recetas de Ikea es a prueba de chapuzas. El Español. https://www.elespanol.com/cocinillas/actualidad-gastronomica/20170616/libro-recetas-ikea-prueba-chapuzas/224228717_0.html

FooDiva. (2023, julio). Gaggan Anand's new restaurant. Plus a culinary travel guide to Bangkok. FooDiva. <https://www.foodiva.net/2023/07/bangkokguide/>

La Guaguaseria by Somos. (s.f.). La Guaguaseria by Somos. Recuperado el 5 de junio de 2025, de <https://www.laguaguaseria.rest/>

GoRaymi. (s.f.). Restaurante Tiestos. Recuperado el 5 de junio de 2025, de <https://www.goraymi.com/es-ec/azuay/cuenca/restaurantes/restaurante-tiestos-a65292fc5>



