



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

FACULTAD DE
DISEÑO Y ARTE

**ESCUELA DE
DISEÑO DE
PRODUCTOS**

**DISEÑO DE VAJILLA CERÁMICA
COMO MEDIO PARA ENRIQUECER LA
EXPERIENCIA GASTRONÓMICA**

**CASO DE ESTUDIO
EL REY DEL BURRITO**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADA EN DISEÑO DE PRODUCTOS**

**AUTORA:
DAYANNA CAROLINA CORREA AGUILAR**

**DIRECTOS:
EDGAR REYES MONTESINOS**

CUENCA, ECUADOR 2026





DISEÑO DE VAJILLA
CERÁMICA COMO MEDIO
PARA ENRIQUECER
LA EXPERIENCIA
GASTRONÓMICA

CASO DE ESTUDIO
EL REY DEL BURRITO

POR DAYA CORREA



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

**FACULTAD DE
DISEÑO Y ARTE**

**ESCUELA DE
DISEÑO DE
PRODUCTOS**

**DISEÑO DE VAJILLA CERÁMICA
COMO MEDIO PARA ENRIQUECER LA
EXPERIENCIA GASTRONÓMICA**

**CASO DE ESTUDIO
EL REY DEL BURRITO**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADA EN DISEÑO DE PRODUCTOS**

**AUTORA:
DAYANNA CAROLINA CORREA AGUILAR**

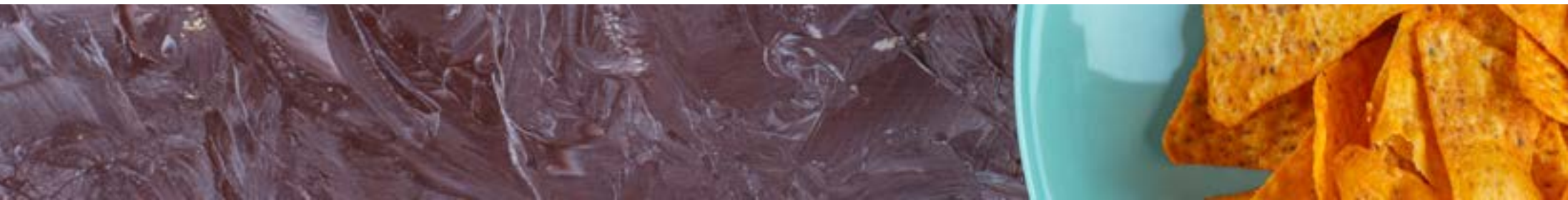
**DIRECTOS:
EDGAR REYES MONTESINOS**

CUENCA, ECUADOR 2026

ÍNDICE



DEDICATORIA	8	CAPÍTULO 3	48
AGRADECIMIENTO	9	METODOLOGÍA PROYECTUAL Y PARTIDAS DE DISEÑO	48
RESUMEN	10	INTRODUCCIÓN	49
ABSTRACT	11	3.1 PERFIL DE USUARIO	50
INTRODUCCIÓN	12	3.1.1 PERFIL 1: DUEÑA O GERENTE DEL RESTAURANTE	54
PROBLEMÁTICA	14	3.1.2 PERFIL 2: CLIENTE FRECUENTE	56
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	15	3.2 ANÁLISIS DE NECESIDADES	58
OBJETIVOS	16	3.3 ANÁLISIS DE HOMÓLOGOS	59
		3.3.1 HOMÓLOGO 1: VAJILLA ARTESANAL TRADICIONAL MEXICANA	62
		3.3.2 HOMÓLOGO 2: VAJILLA CONTEMPORÁNEA DE STONEWARE PARA RESTAURANTE	63
		3.3.3 HOMÓLOGO 3: PLATOS Y CHAROLAS ALARGADAS PARA TACOS Y MONTAJES LINEALES	64
		3.3.4 HOMÓLOGO 4: BOWLS Y CONTENEDORES PEQUEÑOS PARA SALSAS Y ACOMPAÑAMIENTOS	65
		3.3.5 HOMÓLOGO 5: VAJILLA ESCULTÓRICA U ORGÁNICA DE AUTOR	66
		3.4 IDEACIÓN	69
		3.4.1 CONCEPTO MILPA/MAÍZ VIVO	70
		3.4.2 CONCEPTO FLOR VIVA MEXICANA	71
		3.5 PARTIDOS DE DISEÑO	73
		3.5.1 PARTIDO FORMAL	73
		3.5.2 PARTIDO FUNCIONAL	74
		3.5.3 PARTIDO ERGONÓMICO	75
		3.5.4 PARTIDO TECNOLÓGICO Y MATERIAL	76
		3.5.5 PARTIDO EXPRESIVO Y SIMBÓLICO	78
		3.6 BOCETACIÓN Y SELECCIÓN DE PROPUESTA	81
		3.6.1 DESARROLLO DE LA PROPUESTA BASADA EN EL MAÍZ	84
		3.6.2 EVALUACIÓN COMPARATIVA Y SELECCIÓN	87
		3.7 CONCLUSIONES	88



CAPÍTULO 4	90
DESARROLLO DEL PRODUCTO	90
INTRODUCCIÓN AL CAPÍTULO	91
4.1 DESARROLLO DEL PRODUCTO	92
4.2 CRITERIOS TÉCNICOS PARA EL DESARROLLO DE LA VAJILLA	93
4.3 PROCESO TÉCNICO DE FABRICACIÓN	94
4.4 DOCUMENTACIÓN TÉCNICA DE LAS PIEZAS	110
4.4.1 PLATO PRINCIPAL	111
4.4.2 PLATO PARA TACOS	112
4.4.3 BOWL O PIEZA CONTENEDORA	113
4.4.4 SALSERO	114
4.4.5 PIEZAS COMPLEMENTARIAS	115
4.5 REPRESENTACIÓN VISUAL DEL PRODUCTO	116
4.6 APORTES DEL DESARROLLO TÉCNICO AL PROYECTO	117
4.7 CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO	118
4.8 CIERRE DEL PROYECTO	120
4.9 CONCLUSIONES GENERALES	122
4.10 BIBLIOGRAFÍA	125

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi familia, por ser mi apoyo y fuerza durante este camino.

A mi padre, que, aunque ya no esté físicamente conmigo, sigue presente en mi vida, en mis recuerdos y en cada logro que alcanzo.

También me la dedico a mí, por la constancia, el esfuerzo y por no rendirme en el proceso.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia por acompañarme con amor, paciencia y apoyo incondicional durante toda mi carrera. Gracias por confiar en mí y por sostenerme en los momentos más difíciles.

A mis docentes y tutores, gracias por su guía, sus enseñanzas y por aportar a mi crecimiento académico y personal.

A mis amigos y compañeros, gracias por estar presentes, por compartir este proceso y hacerlo más ligero y significativo.

A todas las personas que formaron parte de este camino, gracias por contribuir de alguna manera a la culminación de esta etapa.

RESUMEN

La presente tesis desarrolló una propuesta de vajilla cerámica personalizada para el restaurante El Rey del Burrito, con el objetivo de enriquecer la experiencia gastronómica y fortalecer la identidad de marca a través del diseño de productos. La investigación partió del análisis de antecedentes, estudios sobre percepción sensorial, diseño emocional, multisensorialidad, emplatado y funcionalidad, evidenciando que la vajilla influye en la manera en que el comensal percibe, interpreta y recuerda la comida. Posteriormente, se definieron perfiles de usuario, necesidades, homólogos y criterios de diseño que orientaron la propuesta desde una visión formal, funcional, ergonómica, material y simbólica. El concepto seleccionado fue el maíz, por su relación con la cocina mexicana y por su capacidad para traducirse en formas orgánicas, texturas y recursos cerámicos. Finalmente, se desarrolló un sistema de piezas mediante documentación técnica, renders y criterios productivos basados en moldes de yeso y colada en barbotina. Como resultado, se obtuvo una colección coherente, funcional y culturalmente significativa, capaz de acompañar la presentación de los alimentos y aportar valor a la experiencia del restaurante.

Palabras clave: cerámica, diseño de productos, experiencia gastronómica, identidad de marca, maíz, vajilla.

ABSTRACT

This thesis developed a proposal for a custom ceramic tableware collection for the restaurant El Rey del Burrito, with the aim of enriching the dining experience and strengthening brand identity through product design. The research began with the analysis of background information and studies related to sensory perception, emotional design, multisensory experience, plating, and functionality, showing that tableware influences the way diners perceive, interpret, and remember food. Subsequently, user profiles, needs, analogues, and design criteria were defined to guide the proposal from formal, functional, ergonomic, material, and symbolic perspectives. Corn was selected as the main concept due to its relationship with Mexican cuisine and its potential to be translated into organic forms, textures, and ceramic resources. Finally, a system of pieces was developed through technical documentation, renderings, and production criteria based on plaster molds and slip casting. As a result, a coherent, functional, and culturally meaningful collection was obtained, capable of supporting food presentation and adding value to the restaurant experience.

Keywords: ceramics, product design, gastronomic experience, brand identity, corn, tableware.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto abordó el diseño de una vajilla cerámica personalizada para el restaurante El Rey del Burrito, con la finalidad de enriquecer la experiencia gastronómica del comensal y fortalecer la identidad visual y cultural del establecimiento. La problemática surgió a partir de la ausencia de una vajilla propia que acompañara de manera coherente la propuesta culinaria mexicana del restaurante, ya que las piezas genéricas utilizadas actualmente no comunican de forma clara la esencia de la marca ni aportan un valor diferencial a la presentación de los alimentos. Frente a esta situación, el diseño de productos permitió plantear una solución que integró criterios estéticos, funcionales, ergonómicos, simbólicos y productivos.

En el primer capítulo se analizó la relación entre vajilla cerámica, experiencia gastronómica e identidad de marca. A través de los antecedentes y del estado del arte, se revisaron estudios que demuestran la influencia de la forma, el color, la textura y la materialidad de la vajilla en la percepción del alimento y en la experiencia emocional del usuario. Este análisis permitió justificar la importancia de intervenir el objeto vajilla como parte activa del servicio gastronómico.

En el segundo capítulo se construyó el marco teórico del proyecto, abordando conceptos como experiencia gastronómica, multisensorialidad, diseño emocional, emplatado, funcionalidad y materialidad. Estos conceptos permitieron

comprender que el acto de comer no depende únicamente del sabor, sino también de los objetos, estímulos y significados que intervienen en la experiencia.

En el tercer capítulo se desarrolló la metodología proyectual mediante la definición de perfiles de usuario, análisis de necesidades, revisión de homólogos, ideación y partidos de diseño. Esta etapa permitió seleccionar el maíz como concepto rector de la propuesta, debido a su valor cultural dentro de la cocina mexicana y a su potencial formal y simbólico para ser traducido al diseño cerámico.

En el cuarto capítulo se presentó el desarrollo del producto, incluyendo los criterios técnicos, el proceso de fabricación mediante moldes de yeso y colada en barbotina, la documentación técnica de las piezas y la representación visual mediante renders. Como resultado final, se obtuvo una colección de vajilla cerámica pensada para platos principales, tacos, bowls, salseros, vasos y piezas complementarias, articulada bajo un lenguaje formal orgánico, contemporáneo y coherente con la identidad de El Rey del Burrito.

PROBLEMÁTICA

En la actualidad, la experiencia gastronómica se concibe como un fenómeno multisensorial en el que no solo intervienen los alimentos, sino también los objetos, el entorno y la ambientación que median entre el comensal y la comida. Dentro de estos elementos, la vajilla cerámica cumple un papel fundamental. Investigaciones han demostrado que la forma y el color del plato influyen directamente en la percepción del sabor, la intensidad y la calidad del alimento (Piqueras-Fiszman, Alcaide, Roura y Spence, 2012). Por ejemplo, los platos blancos y redondos tienden a resaltar la dulzura y frescura, mientras que los negros y cuadrados refuerzan la complejidad y sofisticación.

De igual forma, estudios recientes resaltan la importancia estética y emocional de la vajilla. Zhang et al. (2022) demostraron que los patrones visuales y la belleza percibida de los platos modifican la valoración del sabor, mientras que Nazri, Zali e Ibrahim (2022) sostienen que la vajilla diseñada con un enfoque emocional intensifica la experiencia gastronómica al conectar con el comensal en los niveles visceral, conductual y re-

flexivo. Esto se alinea con lo señalado por los estudios revisados, que destacan que el éxito de la experiencia fine dining depende en gran medida de la usabilidad, la estética y los significados culturales transmitidos a través de la vajilla.

En el plano comercial, los restaurantes que incorporan vajilla cerámica personalizada han reportado beneficios tangibles. Un informe de Joyye (2023) señala que la implementación de vajilla diseñada a medida incrementó en un 32 % las menciones en redes sociales, reforzó la identidad de marca y mejoró la percepción de calidad del establecimiento. De manera complementaria, las tendencias actuales muestran una preferencia creciente por la vajilla cerámica, de formas irregulares y con texturas orgánicas, percibida como auténtica y atractiva en la era de la comunicación visual (Associated Press, 2019).

Frente a un mercado global de vajilla cerámica en crecimiento de USD 12.4 mil millones en 2024 a una proyección de USD 22.2 mil millones en 2034 (GlobeNewswire, 2025) surge la oportunidad de replantear este producto desde la perspectiva del diseño. Esta necesidad

se hace evidente en el restaurante El Rey del Burrito, que con 9 años de trayectoria en el mercado ha consolidado una propuesta gastronómica basada en la riqueza de la cocina mexicana tradicional. Sin embargo, enfrenta una problemática: la falta de vajilla cerámica diseñada específicamente para reforzar la narrativa de su propuesta culinaria. Desde el Diseño de Productos, se plantea entonces el desarrollo de una vajilla cerámica adaptada a la identidad de El Rey del Burrito, integrando criterios de estética, ergonomía y narrativa cultural. Con ello, no solo se busca enriquecer la percepción sensorial de los alimentos, sino también fortalecer la identidad de marca del restaurante y brindar al comensal una experiencia gastronómica integral y diferenciadora.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿En qué medida una vajilla cerámica diseñada bajo criterios de usabilidad, experiencia de usuario y branding puede mejorar la percepción sensorial y la identidad gastronómica del restaurante El Rey del Burrito?

OBJETIVOS

GENERAL:

Aportar en la experiencia culinaria gastronómica en el rey del burrito con una vajilla cerámica, que integre criterios de estética, ergonomía con el fin de fortalecer la identidad de marca y enriquecer la experiencia gastronómica del comensal.

ESPECÍFICOS:

- Analizar las características formales, funcionales y simbólicas de la vajilla cerámica utilizada en restaurantes, que influyen en la percepción del comensal.
- Definir los criterios de diseño vinculados a la usabilidad, la experiencia del usuario y la identidad de marca que orientarán la creación de la vajilla personalizada para El Rey del Burrito.
- Diseñar una propuesta de vajilla cerámica que refleje la esencia de la cocina mexicana tradicional y potencie la experiencia sensorial y emocional dentro del restaurante.



CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

La experiencia gastronómica ha dejado de ser solo un acto de comer, hoy se entiende como un proceso multisensorial donde los comensales se relacionan con los alimentos a través de estímulos visuales, táctiles y emocionales. En este contexto, la vajilla cerámica deja de funcionar únicamente como un contenedor práctico y comienza a funcionar estratégicamente, capaz de influir en la percepción sensorial, en la apreciación estética y en la manera en que se construye culturalmente el plato que se sirve. Este capítulo aborda esta situación dentro del restaurante El Rey del Burrito, un espacio de cocina mexicana tradicional que, hasta ahora, no cuenta con una vajilla diseñada específicamente para reforzar su identidad culinaria ni su narrativa visual. A partir de la revisión de antecedentes y del estado del arte, se analiza cómo la forma, el color y la estética de la vajilla impactan directamente en la experiencia gastronómica. Finalmente, por esto tiene sentido la creación de una vajilla cerámica personalizada como una propuesta que contribuya al posicionamiento del restaurante y a enriquecer la experiencia de sus comensales.

1.1 ANTECEDENTES

La experiencia gastronómica ha adquirido en las últimas décadas un nivel de complejidad que va mucho más allá de simplemente comer. Hoy, los comensales buscan vivir experiencias multisensoriales donde intervienen no solo los sabores, sino también estímulos visuales, táctiles, simbólicos y emocionales. En este panorama, el diseño de productos juega un rol clave, especialmente cuando se trata de objetos que median la relación entre el usuario y la comida, como ocurre con la vajilla cerámica. Desde esta perspectiva, los antecedentes de este proyecto se construyen sobre tres ejes principales: la evolución de la gastronomía entendida como experiencia sensorial, el papel que desempeña la vajilla en la percepción y narrativa culinaria, y la relevancia estratégica del diseño cerámico para fortalecer la identidad de marca en espacios gastronómicos.

La gastronomía, como fenómeno cultural y sensorial, ha sido analizada desde distintas disciplinas: psicología, antropología, diseño y marketing, entre otras. Uno de los conceptos que ha redefinido la manera de entenderla es el de “experiencia gastronómica”, que reconoce que todos los sentidos participan activamente en la interpretación del alimento. En este sentido, autores como Charles Spence han evidenciado que el sabor no es una cualidad aislada, sino que se construye a partir de múltiples estímulos, como los colores del entorno, los sonidos, la textura de los objetos y la apariencia visual de los platillos. Esta visión multisensorial ha influido fuertemente en la práctica gastronómica actual, donde chefs, diseñadores y especialis-



tas en experiencia de usuario colaboran para crear propuestas más ricas, coherentes y memorables.

El diseño de vajilla cerámica se relaciona entre la gastronomía y el diseño de productos. La cerámica, históricamente ligada a la tradición, la cultura y la artesanía, funciona como un soporte ideal para comunicar significados simbólicos y estéticos. Pero su importancia en la gastronomía contemporánea va más allá de estos valores culturales. Diversos estudios demuestran que características como la forma, el color, el peso y la textura de la vajilla influyen directamente en cómo percibimos la comida. Investigaciones como la de Piqueras-Fizman et al. (2012) revelan, por ejemplo, que los platos blancos pueden intensificar la percepción de dulzor y frescura, mientras que los platos negros se relacionan más con sensaciones de sofisticación y complejidad. Esta relación entre diseño y percepción demuestra que la vajilla no es un elemento pasivo, sino un componente activo de la experiencia gastronómica, capaz de elevar o disminuir la calidad percibida del platillo.

La estética, además, juega un papel fundamental. Estudios como los de Zhang et al. (2022) afirman que la belleza visual de un plato puede modificar la valoración que hacemos del alimento, evidenciando un proceso de “sincronización visual” en el que el cerebro vincula la calidad estética de la presentación con la calidad gustativa. Esto significa que un alimento servido en una vajilla visualmente atractiva no solo parece más sabroso, sino también más saludable, refinado o emocionalmente valioso. Este tipo de hallazgos ha impulsado a que muchos restaurantes de alta cocina desarrollen colecciones de vajilla exclusiva como parte integral de su propuesta gastronómica.

A esta dimensión estética se suma la emocional. Para Nazri, Zali e Ibrahim (2022), la vajilla puede generar emociones positivas en tres niveles: visceral (lo estético), conductual (la interacción y la usabilidad) y reflexivo (el significado y la memoria). Desde esta mirada, la vajilla se convierte en un medio con capacidad para contar historias, evocar tradiciones, reforzar identidades culturales


y generar conexiones afectivas entre el usuario y su experiencia culinaria. Esto es especialmente importante en restaurantes que buscan diferenciarse a través de su autenticidad cultural, como es el caso de El Rey del Burrito.

El Rey del Burrito es una franquicia originaria de Riobamba, fundada en 1996, que desde 2016 opera en la ciudad de Cuenca, Ecuador, tras ser adquirida por Pablo Correa y Karol Aguilar. A lo largo de estos años, el restaurante ha consolidado una propuesta gastronómica basada en la cocina tex-mex y la comida mexicana tradicional, construyendo su identidad a partir de sabores intensos, porciones pensadas para compartir y un servicio orientado a la rapidez sin perder autenticidad. Su carta integra ingredientes emblemáticos como el maíz, los frijoles, carnes, las salsas y las tortillas, junto con preparaciones y combinaciones adaptadas al contexto mexicano y preferencias del público local. El establecimiento se dirige principalmente a un segmento amplio de clientes entre 20 y 60 años, perteneciente a un estrato socioeconómico

medio, y su dinámica de consumo refleja un tiempo de permanencia promedio de 40 minutos a 1 hora, lo que lo posiciona como una opción accesible para almuerzos, cenas casuales y encuentros sociales de corta a mediana duración. Sus platos más vendidos son los burritos en diferentes presentaciones y tamaños como también tacos, enchiladas, sopas y quesadillas. No obstante, a pesar de esta base tan sólida, el restaurante no cuenta con una vajilla que comunique su identidad ni que refleje su historia. En la actualidad utiliza piezas genéricas y comerciales, sin rasgos distintivos que conecten con su narrativa cultural. Esta falta de coherencia entre la propuesta gastronómica y los objetos que la acompañan genera una desconexión que afecta la experiencia completa del comensal.

Además, la ausencia de una vajilla personalizada incide en el posicionamiento del restaurante. De acuerdo con el informe de Joyye (2023), los establecimientos que incorporan vajilla cerámica diseñada especialmente para su marca logran mejorar la percepción de calidad, fortalecen su identidad visual





y aumentan el engagement en redes sociales gracias al atractivo fotográfico de sus presentaciones. En un entorno donde la comunicación visual es esencial —especialmente en plataformas como Instagram o TikTok—, la vajilla personalizada se convierte en una herramienta estratégica para diferenciarse y aumentar el reconocimiento de marca.

Desde la perspectiva del diseño de productos, esta situación abre la posibilidad de generar una propuesta que combine estética, ergonomía, funcionalidad y narrativa cultural. El diseño cerámico permite trabajar aspectos como la forma, el volumen, las texturas, los colores, los esmaltes y las técnicas artesanales, recursos que pueden evocar tradiciones específicas. En el caso de la gastronomía mexicana, los tonos terrosos, los patrones geométricos prehispánicos, las texturas rústicas o las formas orgánicas pueden funcionar como elementos visuales que refuercen la identidad del restaurante. Cuando se integran de forma consciente y contemporánea, estos elementos permiten crear una vajilla que no sólo acompañe al platillo, sino que potencie y complemente la experiencia del comensal.

La ergonomía también es un aspecto clave. Aunque muchas investigaciones se enfocan en lo visual, la ergonomía define qué tan fácil y cómoda es la interacción con la vajilla. Un diseño poco ergonómico puede dificultar la experiencia o incluso generar incomodidad. Donald Norman (2004) sostiene que los objetos bien diseñados comunican su función de manera intuitiva y facilitan su uso sin generar esfuerzo cognitivo. Jakob Nielsen (1993) complementa esta idea al describir la usabilidad como la capacidad de un producto de ser eficiente, satisfacto-



rio y eficaz. Trasladado al ámbito gastronómico, esto implica diseñar platos que resulten cómodos para los meseros, seguros para transportar alimentos y agradables para el comensal en términos de agarre, peso y estabilidad. Y en relación del plato y la comida por ejemplo cuando se requiera cortar los alimentos y el plato tiene bordes muy altos como un bowl de sopa.

La relación entre diseño y experiencia también ha sido analizada por autores como Jesse James Garrett (2011), quien propone que la experiencia del usuario abarca no solo la función, sino todas las emociones, sensaciones y significados que surgen al interactuar con un producto. En el caso de una pieza de vajilla cerámica, esto incluye la textura del material, la temperatura al contacto con las manos, la manera en que los colores del plato resaltan o atenúan los tonos de los alimentos e incluso las memorias culturales que puede evocar. Desde esta perspectiva, la experiencia del usuario constituye un eje esencial para diseñar productos capaces de generar sensaciones positivas y memorables. Sin embargo, en el contexto de un restaurante, dicha experiencia no se construye únicamente a partir del alimento, sino del conjunto de “puntos de contacto” que median la relación entre el comensal y la marca (servicio, ambiente, narrativa visual, objetos y rituales de consumo). En el caso de El Rey del Burrito, cuya propuesta se basa en una identidad tex-mex/mexicana tradicional y en un consumo de permanencia relativamente breve (aprox. 40 minutos a 1 hora), la vajilla se vuelve un elemento estratégico porque acompaña todo el recorrido del plato: aparece desde el primer impacto visual hasta el cierre de la experiencia, cuando el cliente termina de co-



mer y evalúa mentalmente lo vivido. En comparación con opciones locales como El Nopal, La Taquería y La Única, donde la diferenciación suele apoyarse en la oferta gastronómica y la ambientación, una vajilla cerámica propia puede convertirse en un rasgo distintivo de marca: estandariza la presentación, eleva la sensación de cuidado y calidad, y construye una “firma” reconocible que el cliente asocia con autenticidad y coherencia. De esta manera, la vajilla no solo acompaña el consumo, sino que influye en cómo la gente “lee” el restaurante (más tradicional, más contemporáneo, más artesanal) y en qué tan memorable resulta frente a la competencia.

La vajilla, por tanto, no funciona como un soporte neutro, sino como un artefacto de comunicación de marca: puede reforzar percepciones de autenticidad, tradición o contemporaneidad mediante decisiones formales (volumen, borde, altura, proporciones), sensoriales (textura, peso, temperatura al tacto) y visuales (color, brillo/mate, contraste con los alimentos). Esto resulta especialmente relevante porque el consumidor

construye significados a partir de señales coherentes: si el discurso del restaurante promete una experiencia “mexicana” cálida y auténtica, pero los objetos no lo reflejan, se genera una disonancia que afecta la valoración global. En cambio, cuando el diseño del objeto está alineado con la identidad, se facilita la recordación, se fortalece la percepción de calidad y se incrementa la posibilidad de que la experiencia sea comentada o compartida.

Además, en un escenario competitivo donde muchos restaurantes pueden ofrecer sabores similares, la diferenciación se desplaza hacia lo experiencial: cómo se presenta el plato, qué tan “fotografiable” es, qué tan consistente luce la marca en mesa y qué emociones provoca. En ese sentido, una vajilla cerámica diseñada específicamente puede operar como ventaja competitiva simbólica, porque crea una firma visual reconocible, estandariza el emplatado, y convierte la mesa en un espacio donde la marca se “materializa”. Así, el diseño de la vajilla deja de ser un detalle decorativo y se convierte en un recurso para construir experiencia, reforzar identidad y

posicionar al restaurante en la memoria del comensal.

Respecto al branding, autores como Aaker (1996) y Keller (2013) señalan que cualquier interacción que el usuario tenga con los elementos de una marca influye directamente en la percepción que construye de ella. Esto incluye objetos cotidianos como la vajilla, que acompañan al comensal a lo largo de toda su experiencia. Pine & Gilmore (1999) agregan que, en la economía de la experiencia, los negocios deben generar momentos memorables que involucren activamente al usuario. Por ello, una vajilla diseñada específicamente para El Rey del Burrito no solo refuerza su identidad visual, sino que también actúa como un símbolo diferenciador que comunica valores de autenticidad, tradición y contemporaneidad.

Finalmente, la personalización aparece como un elemento clave. Kotler, Bowen y Makens (2017) plantean que adaptar los productos a las expectativas individuales incrementa la satisfacción y la fidelización del cliente. Por su parte, Prahalad y Ramaswamy (2004) proponen que la co-creación permite al usuario participar activamente en la construcción de la experiencia, haciéndola

más significativa. Una vajilla personalizada para El Rey del Burrito, entonces, no solo representaría la identidad del restaurante, sino que también permitiría conectar emocionalmente con los comensales a través de una experiencia auténtica y única.

En conjunto, estos antecedentes muestran la importancia del diseño de vajilla cerámica como un elemento clave para enriquecer la experiencia gastronómica y reforzar la identidad cultural y visual de un restaurante. La evidencia demuestra que la forma, el color, la textura y la estética influyen directamente en la percepción del alimento y en la experiencia emocional del usuario. Además, la vajilla personalizada se consolida como una herramienta estratégica de diferenciación en un mercado cada vez más competitivo. En el caso de El Rey del Burrito, la falta de una vajilla diseñada a medida constituye tanto un desafío como una oportunidad de intervención desde el diseño de productos, con el potencial de transformar la experiencia del comensal y consolidar de manera más clara, coherente y memorable su identidad mexicana.



1.2 ESTADOS DEL ARTE

La relación entre diseño, percepción sensorial y experiencia gastronómica ha sido ampliamente estudiada, consolidándose como un campo interdisciplinario en el que convergen psicología, diseño industrial, marketing, ergonomía y gastronomía. El estado del arte que se presenta a continuación compila y analiza investigaciones relevantes que abordan la influencia de la vajilla cerámica en la percepción del alimento, el comportamiento del comensal y la construcción de identidad gastronómica. Este análisis se estructura a partir de seis estudios principales, seleccionados por su parte conceptual y metodológica, y por su capacidad para aportar fundamentos importantes al diseño de una vajilla cerámica personalizada para el restaurante El Rey del Burrito.

Los estudios contemporáneos sobre vajilla cerámica y experiencia gastronómica coinciden en que los objetos que median la relación entre el comensal y la comida poseen un papel determinante en la forma en que se percibe, interpreta y recuerda un platillo. La interacción que se genera entre estética, función y emoción ha sido explorada desde distintas perspectivas, permitiendo comprender la vajilla no solo como un soporte físico, sino como un elemento importante para una experiencia culinaria.

Uno de los aportes más relevantes proviene de Nazri, Zali e Ibrahim (2022), quienes abordan la vajilla desde el enfoque del diseño emocional y evidencian cómo la apariencia visual y los detalles formales de un plato son capaces de influir profundamente en la conducta y respuesta afectiva del comensal. Su investigación demuestra que la experiencia gastronómica no depende únicamente de la comida, sino también de la forma en que el usuario se relaciona con los objetos que la contienen. A través del análisis de patrones visuales, formas y colores, los

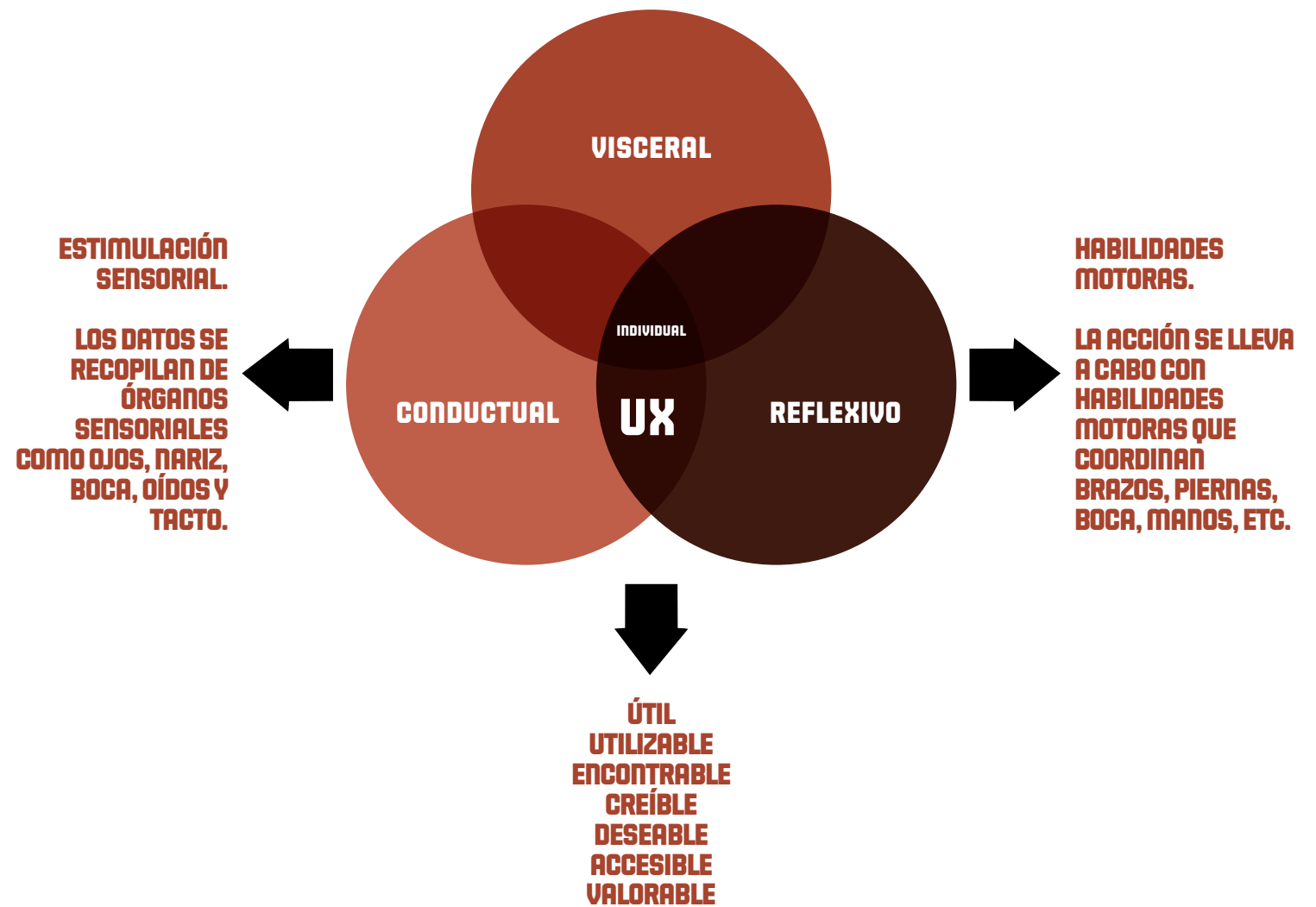
autores señalan que ciertos elementos estéticos pueden generar sensaciones de comodidad, satisfacción y agrado, mientras que otros provocan desconexión o indiferencia. Este estudio sostiene que la vajilla actúa en niveles emocionales que van desde lo visceral (la primera impresión visual) hasta lo reflexivo, donde el usuario asigna significado cultural, simbólico o incluso afectivo a la pieza. Este marco resulta fundamental para comprender que la vajilla diseñada para El Rey del Burrito debe trascender su función contenedora para conectar emocionalmente con la tradición mexicana que el restaurante desea transmitir.

En el ámbito del branding gastronómico, el informe de Joyye (2023) aporta una perspectiva estratégica que complementa la visión emocional. El documento analiza distintos casos de restaurantes y hoteles que han adoptado vajilla personalizada como parte de su propuesta de valor y demuestra que, en un entorno saturado por la comunicación digital y la estética visual, los objetos como la vajilla son importantes. La vajilla personalizada funciona como un punto de contacto entre la marca y el cliente, capaz de comunicar identidad durante toda la comida. La investigación señala que una comida promedio dura entre 60 y 90 minutos, tiempo suficiente para que el comensal interiorice detalles visuales y táctiles que fortalezcan su relación

con la marca. Además, se evidencia que la vajilla diseñada a medida incrementa significativamente la presencia en redes sociales gracias a la dimensión estética de las fotografías gastronómicas, lo cual se traduce en mayor identificación y recordación. Esto reafirma la necesidad de desarrollar una vajilla, pues actualmente la falta de un lenguaje visual propio limita la capacidad de diferenciarse y proyectar la esencia de la cocina del restaurante.

Otra aportación destacada de Nazri, Zali e Ibrahim (2022), centrada en el contexto del fine dining, profundiza en la relación entre emoción, estética y experiencia del usuario. Mediante un enfoque basado en la teoría de los tres niveles del diseño de Norman, los autores explican cómo los comensales reaccionan emocionalmente ante la forma, textura y manejo de la vajilla. En restaurantes de alta gastronomía, la vajilla se percibe como una extensión del plato y como un elemento determinante en la creación de memorias culinarias. Los hallazgos señalan que los usuarios no solo valoran la apariencia del objeto, sino también la facilidad de uso, el balance de peso, la ergonomía y la coherencia entre el diseño y el estilo del restaurante. Esta investigación confirma que el diseño cerámico va más allá del ámbito estético y se adentra en aspectos funcionales que contribuyen directamente a la calidad de la experiencia.

Figura 1.
El modelo marco del diseño de emociones basado en la teoría de Donald Norman



Nota: Tomado de 'Assessing the Impact of Tableware and its Influence on the Fine Dining Experience' Nazri, H. M., Zali, A. A. B. Z., & Ibrahim, N. A (2022)



En cuanto a la relación entre estética visual y percepción del alimento, el estudio de Zhang et al. (2022) ofrece resultados relevantes. A través de tres experimentos con más de 300 participantes, los autores analizaron cómo distintos patrones decorativos modifican la percepción del sabor, la valoración de salud y las emociones del comensal. Los resultados muestran que los platos con mayor atractivo estético generan respuestas emocionales más positivas y mejoran la percepción del sabor, demostrando que el diseño del plato incide directamente en la experiencia sensorial. Los patrones expresivos, cargados de dinamismo visual, despertaron emociones intensas, mientras que los patrones clásicos generaron estabilidad y orden. Para una cocina como la mexicana, que se caracteriza por su riqueza cromática, simbólica y cultural, estas conclusiones permiten justificar el uso de motivos estéticos que reflejen autenticidad, logrando un equilibrio entre identidad y contemporaneidad.

Figura 2.

La estética de los patrones en la vajilla



Nota: Tomado de 'Tasting More Than Just Food: Effect of Aesthetic Appeal of Plate Patterns on Food Perception' Zhang, S., Qian, J., Wu, C., He, D., Zhang, W., Yan, J., & He, X. (2022).

En conjunto, todas estas investigaciones conforman un panorama claro sobre la importancia de la vajilla dentro de la experiencia gastronómica contemporánea. Cada estudio, desde su enfoque particular, converge en la idea de que la vajilla no es un objeto neutral; por el contrario, es un agente activo capaz de transformar percepciones, generar emociones, construir significados y comunicar identidad. La visión conjunta del diseño emocional, la experiencia de usuario, la estética cultural y la estrategia de marca permite comprender que una vajilla diseñada especialmente para El Rey del Burrito puede convertirse en un componente central de su propuesta gastronómica, reforzando coherencia visual, autenticidad cultural y diferenciación en el mercado.

El análisis del capítulo permite comprender que la experiencia gastronómica actual es un fenómeno profundamente multisensorial, donde la percepción del alimento no depende únicamente de sus características como alimento, sino también de los objetos, materiales, colores y formas que participan en el acto de comer. La vajilla cerámica, tradicionalmente entendida como un soporte funcional, en realidad es un

elemento esencial capaz de influir en el sabor percibido, la emoción del comensal y la narrativa cultural que un restaurante transmite. Por esto es importante situarlo en el contexto del restaurante El Rey del Burrito, cuya esencia radica en la cocina mexicana tradicional, pero que actualmente carece de una vajilla que comunique correctamente su identidad.

Los antecedentes vistos evidencian que la forma, color, textura y diseño de la vajilla afectan directamente la manera en que el usuario interpreta el alimento. Investigaciones confirman que las características visuales pueden intensificar sabores, modificar expectativas y generar emociones positivas o negativas. Y también las piezas cerámicas pueden convertirse en objetos simbólicos que comunican valores culturales y fortalecen la autenticidad de la propuesta gastronómica. La ausencia de una vajilla diseñada específicamente para El Rey del Burrito debilita la esencia que quiere transmitir el restaurante, sino que también representa una oportunidad para reforzar su identidad visual y su presencia dentro del mercado gastronómico local.

El estado del arte profundiza aún más en esta idea al demostrar, desde dis-



tintos enfoques metodológicos, que la vajilla influye en múltiples dimensiones de la experiencia del comensal. Los estudios revisados coinciden en que el diseño emocional transforma la manera en que el usuario interpreta la comida, que la estética de los patrones y colores condiciona percepciones sensoriales, que la forma y el tamaño de los platos afectan la valoración del alimento, y que la vajilla personalizada actúa como una herramienta poderosa para fortalecer la identidad de marca. Por lo tanto, la revisión académica no solo respalda la importancia del diseño cerámico en la experiencia gastronómica, sino que también demuestra lo importante de la construcción de una propuesta de diseño adaptada al caso de estudio.

En conjunto, tanto los antecedentes como el estado del arte permiten concluir que el diseño de una vajilla cerámica personalizada para El Rey del Burrito no responde únicamente a una necesidad estética, sino que la vajilla es estratégica ya que tiene dimensiones sensoriales, emocionales, funcionales y culturales. Diseñar piezas que integren la riqueza visual de la cultura mexicana, la ergonomía necesaria para el uso cotidiano y la coherencia narrativa del restaurante representa una oportunidad para transformar la experiencia gastronómica en un acto más significativo, memorable y alineado con la esencia del negocio.

CAPÍTULO 2



2.1 MARCO TEÓRICO

El presente capítulo tiene como objetivo construir el marco teórico-conceptual que sustenta el proyecto de diseño de una vajilla cerámica aplicada a la experiencia gastronómica del restaurante El Rey del Burrito. Desde una mirada contemporánea del diseño de productos, se reconoce que los objetos no sólo cumplen funciones prácticas, sino que también median experiencias, comunican valores culturales y generan vínculos emocionales con los usuarios. En el contexto gastronómico, esta condición adquiere especial relevancia, ya que el acto de comer involucra al cuerpo, los sentidos y la memoria.

El marco teórico se desarrolla a partir de conceptos clave que permiten comprender cómo se construye la experiencia del comensal antes, durante y después de la ingesta. Se abordan nociones provenientes del marketing experiencial, el emplatado, el diseño emocional, la experiencia gastronómica, la multisensorialidad y la funcionalidad

aplicada al diseño de productos. Estos conceptos dialogan entre sí y permiten analizar la vajilla cerámica no como un elemento aislado, sino como parte de un sistema de experiencias que comienza incluso antes de que el alimento sea probado.

La selección de estos conceptos responde a la necesidad de fundamentar teóricamente la propuesta de diseño, vinculando la identidad cultural de la cocina mexicana con criterios sensoriales, emocionales y ergonómicos. A partir de autores provenientes del diseño, la psicología sensorial, la neurogastronomía y el marketing, este capítulo establece las bases que orientan las decisiones proyectuales, asegurando coherencia entre teoría, experiencia de usuario y resultado formal. De esta manera, el marco teórico se convierte en una herramienta analítica y proyectual que guiará el desarrollo de la vajilla cerámica como mediadora activa de la experiencia gastronómica.



2.2 CONCEPTOS

MARKETING PREVIO A LA EXPERIENCIA GASTRONÓMICA


Desde el ámbito del marketing experiencial, diversos autores coinciden en que la experiencia del consumidor comienza mucho antes del contacto directo con el producto. Pine y Gilmore (1999) plantean que las experiencias se diseñan a partir de estímulos que preparan emocional y cognitivamente al usuario, generando expectativas que condicionan la percepción posterior. En el contexto gastronómico, Kotler, Bowen y Makens (2017) sostienen que elementos como la imagen del restaurante, la promesa visual del menú, la identidad de marca y la comunicación previa influyen directamente en la manera en que el comensal evalúa la comida.

Desde esta perspectiva, el marketing previo no se limita a la publicidad, sino que incluye todos los puntos de contacto que construyen una narrativa antes de la experiencia: el concepto del restaurante, su estética, el tipo de vajilla que se anticipa y los valores culturales que se comunican. Estudios de Schmitt (1999)

sobre marketing experiencial refuerzan esta idea al señalar que las expectativas sensoriales creadas antes del consumo pueden amplificar o disminuir la satisfacción final.

En relación con este proyecto, el marketing previo a la experiencia gastronómica se manifiesta en cómo El Rey del Burrito comunica su identidad mexicana antes de que el comensal pruebe el primer bocado. La vajilla cerámica se convierte en un elemento clave de esta anticipación, ya que su diseño puede reforzar la promesa cultural del restaurante desde el primer contacto visual. Diseñar una vajilla coherente con la narrativa gastronómica permite alinear expectativa y experiencia, fortaleciendo la percepción de autenticidad y calidad incluso antes de la ingesta.

Desde el enfoque del marketing experiencial, la experiencia del consumidor se entiende como un proceso que inicia mucho antes del contacto directo con el producto. Pine y Gilmore (1999) señalan



que las experiencias se diseñan y se orquestan, y que los estímulos previos generan expectativas que influyen directamente en la evaluación posterior. En el ámbito gastronómico, Kotler, Bowen y Makens (2017) amplían esta idea al afirmar que la percepción del servicio, la imagen del restaurante, el ambiente y la identidad visual condicionan la manera en que el comensal interpreta la calidad del alimento.

El marketing previo a la experiencia no se limita a estrategias publicitarias, sino que incluye todos los elementos que construyen una promesa antes de la ingesta: el concepto del restaurante, su narrativa cultural, la estética del espacio, el lenguaje visual del menú y los objetos que anticipan la experiencia. Schmitt (1999) explica que estas experiencias previas activan respuestas sensoriales y emocionales que predisponen al usuario, generando expectativas positivas o negativas que se trasladan al momento del consumo.

En el caso de El Rey del Burrito, el marketing previo a la experiencia se vincula estrechamente con la identidad mexicana que el restaurante desea comunicar. La vajilla cerámica forma parte de esta promesa inicial, ya que su diseño puede reforzar la autenticidad, el carácter artesanal y la riqueza cultural de la cocina incluso antes de que el comensal pruebe el alimento. Diseñar una vajilla coherente con esta narrativa permite alinear expectativa y experiencia, evitando disonancias y fortaleciendo la percepción de calidad y coherencia del restaurante.

EMPLATADO

El emplatado ha sido estudiado como un factor determinante en la percepción del alimento, ya que actúa como el primer estímulo visual que recibe el comensal. Michel, Velasco y Spence (2015) explican que la presentación de un plato influye directamente en la valoración del sabor, la calidad y el precio percibido. Desde esta visión, el emplatado no es un acto decorativo, sino una estrategia sensorial que comunica intención, cuidado y significado.

Investigaciones de Zellner et al. (2014) demuestran que platos visualmente organizados y estéticamente equilibrados son percibidos como más sabrosos que aquellos con presentaciones desordenadas, aun cuando el alimento sea idéntico. El plato, como superficie de composición, cumple un rol fundamental en esta percepción, ya que su forma, color y proporción condicionan la lectura visual del alimento.

Aplicado al proyecto, el emplatado no puede desligarse del diseño de la vajilla. La forma del plato, su profundidad, el color del fondo y la relación entre vacío y contenido influyen directamente en cómo se presentan los alimentos mexicanos característicos de El Rey del Burrito. Diseñar piezas cerámicas que dialoguen con la composición del plato permite potenciar la estética del emplatado y reforzar el carácter artesanal y cultural de la cocina, convirtiendo la vajilla en una extensión del discurso culinario.



DISEÑO EMOCIONAL

El diseño emocional, desarrollado por Norman (2004), plantea que los objetos no solo cumplen una función práctica, sino que también generan respuestas afectivas en el usuario. Estas respuestas se producen en tres niveles: visceral, conductual y reflexivo. En el caso de una vajilla cerámica aplicada a un restaurante, estos niveles permiten comprender cómo el comensal se relaciona con el objeto desde la primera impresión visual, durante el uso y a partir del significado que la pieza puede transmitir.

El nivel visceral corresponde a la reacción inmediata que provoca el objeto antes de ser utilizado. En este proyecto, este nivel se relaciona con la apariencia de la vajilla: su forma orgánica, sus colores, sus texturas y la manera en que acompaña visualmente al alimento. La primera impresión del plato puede generar sensaciones de agrado, curiosidad, calidez o autenticidad, especialmente cuando la pieza se percibe coherente con la identidad mexicana del restaurante. Por esta razón, la vajilla no debe entenderse únicamente como un soporte neutro, sino como un elemento capaz de despertar una respuesta emocional desde el primer contacto visual con la mesa.

El nivel conductual se vincula con la experiencia de uso del objeto, es decir,

con la comodidad, la funcionalidad y la facilidad de interacción. En la vajilla propuesta, este nivel se expresa en aspectos como el peso de las piezas, la estabilidad sobre la mesa, la altura de los bordes, la profundidad de los contenedores y la facilidad para cortar, servir o recoger los alimentos. Una pieza puede ser visualmente atractiva, pero si resulta incómoda, pesada o poco práctica, la experiencia del usuario se ve afectada. Por ello, el diseño emocional también exige que la vajilla responda a las acciones reales del comensal y del personal de servicio, permitiendo una interacción cómoda, segura e intuitiva.

El nivel reflexivo se relaciona con el significado que el usuario atribuye al objeto después de interactuar con él. En este caso, la vajilla busca comunicar identidad cultural, tradición y autenticidad a través del concepto del maíz como eje simbólico de la propuesta. Este nivel permite que la pieza sea recordada no solo por su forma o función, sino por la narrativa que acompaña la experiencia gastronómica. Al vincular la vajilla con un alimento esencial dentro de la cultura mexicana, se genera una conexión más profunda entre el comensal, la comida y la marca El Rey del Burrito.

De esta manera, el diseño emocional permite orientar la propuesta desde una visión integral. A nivel visceral, la vajilla debe atraer y generar una primera impresión positiva; a nivel conductual, debe ser cómoda y funcional durante el uso; y a nivel reflexivo, debe reforzar la identidad cultural del restaurante y contribuir a que la experiencia sea memorable. Este enfoque resulta fundamental para el proyecto, ya que permite diseñar piezas que no solo contengan alimentos, sino que también participen activamente en la construcción de una experiencia gastronómica más significativa.



DISEÑO EMOCIONAL

La experiencia gastronómica se entiende como el conjunto de interacciones sensoriales, emocionales, funcionales y simbólicas que vive el comensal antes, durante y después del consumo de alimentos. Esta experiencia no se limita únicamente al sabor de la comida, sino que se construye a partir de diversos elementos que intervienen en el acto de comer, como el ambiente del restaurante, la presentación del plato, la atención recibida, la iluminación, los aromas, los sonidos, la temperatura, la materialidad de los objetos y las expectativas previas del usuario. Por esta razón, la gastronomía contemporánea ya no se comprende solo como una actividad alimenticia, sino como una experiencia integral en la que participan el cuerpo, los sentidos, la memoria y la emoción.

Autores como Spence y Piqueras-Fizman (2014) sostienen que el sabor no opera de manera aislada, sino que se ve amplificado o modificado por factores externos al alimento. La forma en que se presenta un plato, el color de la vajilla, el peso del objeto, la textura de la superficie o incluso la expectativa que tiene el comensal antes de probar la comida pueden influir en la percepción final del sabor. Desde esta perspectiva, el alimento no se experimenta únicamente desde el gusto, sino desde una relación multisensorial en la que la vista, el tacto, el olfato y la memoria cultural participan activamente.

Dentro de esta experiencia, la vajilla cumple un papel fundamental porque es uno de los objetos que mantiene contacto directo con el alimento y con el usuario. No se trata de un contenedor neutro, sino de un mediador entre la comida, el restaurante y el comensal. Su forma puede facilitar o dificultar el consumo; su color puede resaltar o disminuir la apariencia visual del plato; su textura puede comunicar cuidado, rusticidad o valor artesanal; y su peso puede generar sensaciones de calidad, estabilidad o incomodidad. De esta manera, la vajilla

influye tanto en la percepción sensorial del alimento como en la valoración general del servicio.

La experiencia gastronómica también se construye desde la coherencia entre todos los elementos que forman parte del restaurante. Cuando la comida, el espacio, la atención, la identidad visual y los objetos de mesa comunican un mismo lenguaje, el usuario percibe una experiencia más clara, cuidada y memorable. En cambio, cuando existe una desconexión entre estos elementos, la experiencia puede perder fuerza. Por ejemplo, un restaurante que comunica tradición, autenticidad y cultura mexicana, pero utiliza una vajilla genérica sin relación con su propuesta, puede generar una ruptura entre lo que ofrece gastronómicamente y lo que comunica visualmente en la mesa.

En el caso de El Rey del Burrito, la experiencia gastronómica está directamente relacionada con la identidad mexicana del restaurante, con sus preparaciones, sus ingredientes y la manera en que el comensal se aproxima a una comida de carácter tradicional y social. Al tratarse de una cocina donde el maíz, las tortillas, las salsas, los tacos, los burritos y los acompañamientos tienen una presencia importante, la vajilla puede convertirse en un recurso para reforzar esa narrativa cultural. No solo debe contener los alimentos, sino acompañar su presen-

tación, facilitar su consumo y comunicar visualmente la esencia del restaurante.

Por ello, el diseño de una vajilla cerámica personalizada permite intervenir uno de los puntos de contacto más importantes de la experiencia: la mesa. A través de formas orgánicas, texturas inspiradas en el maíz, proporciones adecuadas para cada alimento y una materialidad cerámica vinculada con lo artesanal, la propuesta busca enriquecer la relación entre comida y usuario. La vajilla se convierte así en una herramienta de diseño capaz de potenciar la percepción del platillo, reforzar la identidad de marca y generar una experiencia más coherente, sensible y significativa.

Desde esta perspectiva, la experiencia gastronómica constituye uno de los fundamentos principales del proyecto, ya que permite comprender que el valor de la vajilla no está únicamente en su función práctica, sino en su capacidad para participar activamente en la construcción de una experiencia completa. Diseñar para la experiencia gastronómica implica considerar cómo el comensal observa, toca, utiliza, interpreta y recuerda los objetos que forman parte de su encuentro con la comida. En consecuencia, la vajilla cerámica propuesta para El Rey del Burrito busca integrar sabor, estética, ergonomía, materialidad e identidad cultural en un mismo sistema de diseño.

MULTISENSORIALIDAD

La multisensorialidad se refiere a la manera en que los sentidos actúan de forma conjunta durante una experiencia. Desde la neurogastronomía y la psicología sensorial, se reconoce que la percepción del alimento no depende únicamente del gusto, sino de la interacción entre la vista, el tacto, el olfato, el oído, la temperatura, el peso de los objetos y las expectativas previas del comensal. Spence (2017) explica que la experiencia de comer se construye antes de que el alimento llegue a la boca, ya que el usuario primero observa el plato, percibe sus colores, reconoce sus formas, siente el material de los objetos y genera una expectativa sobre lo que va a consumir.

En el ámbito gastronómico, esta integración sensorial es especialmente importante porque el comensal no evalúa la comida de manera aislada. La presentación visual del plato puede generar deseo o rechazo; el color de la vajilla puede resaltar o apagar los tonos de los alimentos; la textura del material puede transmitir cercanía, rusticidad o sofisticación; y el peso del objeto puede asociarse con calidad, estabilidad o incomodidad. De esta manera, cada decisión de diseño influye

en la lectura que el usuario hace del alimento y del restaurante.

La vista es uno de los primeros sentidos que interviene en la experiencia gastronómica. Antes de probar la comida, el comensal observa la composición del plato, el contraste entre los ingredientes y el soporte donde se sirve. Por esta razón, la vajilla cumple un papel importante en la percepción visual del alimento. Una pieza con proporciones adecuadas, colores coherentes y una superficie que dialogue con la comida puede potenciar la presentación del platillo, mientras que una vajilla genérica o visualmente desconectada puede debilitar la experiencia.

El tacto también forma parte de esta experiencia multisensorial. En la vajilla cerámica, la textura, el espesor, la temperatura del material y el peso influyen en la forma en que el usuario percibe la calidad del objeto. Estudios como los de Velasco et al. (2016) demuestran que el tacto y el peso pueden modificar la percepción de valor de un producto. En el caso de un restaurante, una pieza cerámica que se siente estable, agradable al contacto y bien proporcionada puede



reforzar la idea de cuidado y autenticidad, mientras que una pieza incómoda o demasiado pesada puede afectar negativamente la experiencia de uso.

El oído y la temperatura también participan en la percepción gastronómica, aunque de una manera más sutil. El sonido producido por el contacto entre los cubiertos y la cerámica, la sensación térmica de una pieza al contener alimentos calientes o fríos y la estabilidad del plato sobre la mesa forman parte de la experiencia integral del comensal. Estos estímulos no siempre se perciben de manera consciente, pero contribuyen a construir una sensación general de calidad, comodidad y coherencia.

Aplicado al proyecto, la multisensorialidad justifica la necesidad de diseñar una vajilla que no solo responda a criterios visuales, sino también táctiles, funcionales y simbólicos. En El Rey del Burrito, donde la comida mexicana se caracteriza por el uso de colores intensos, salsas, tortillas, maíz, carnes, guarniciones y preparaciones compartidas, la vajilla debe acompañar esa riqueza sensorial sin competir con ella. Las formas orgánicas, los acabados cerámicos, las texturas inspiradas en el maíz y las proporciones adecuadas para cada tipo de alimento permiten que el objeto refuerce la experiencia del plato desde varios sentidos.

Desde esta perspectiva, la vajilla se convierte en un mediador multisensorial entre el alimento y el comensal. Su diseño puede influir en cómo se ve la comida, cómo se siente el objeto en las manos, cómo se percibe la calidad del servicio y cómo se recuerda la experiencia gastronómica. Por ello, el proyecto busca que cada pieza cerámica contribuya a una experiencia coherente con la identidad del restaurante, integrando estímulos visuales, táctiles, térmicos y simbólicos que fortalezcan la percepción de autenticidad, valor artesanal y conexión con la cultura mexicana.

FUNCIONALIDAD EN EL DISEÑO DE PRODUCTOS APLICADOS A LA GASTRONOMÍA

La funcionalidad en el diseño de productos aplicados a la gastronomía se relaciona con la capacidad que tiene un objeto para responder adecuadamente a las acciones, necesidades y condiciones de uso dentro de una experiencia alimentaria. En el caso de la vajilla, la funcionalidad no se limita únicamente a contener alimentos, sino que implica facilitar el servicio, mejorar la presentación del plato, permitir una interacción cómoda con el comensal y responder a las dinámicas operativas propias de un restaurante. Por esta razón, una pieza de vajilla debe analizarse desde su uso directo en la mesa, pero también desde su manipulación por parte del personal, su limpieza, almacenamiento, resistencia y posibilidad de reposición.

Desde la ergonomía, la funcionalidad se vincula con la interacción corporal entre el usuario y el objeto. Pheasant y Haslegrave (2006) destacan que la antropometría aplicada al diseño permite crear productos cómodos, seguros y eficientes, especialmente en actividades repetitivas como comer, servir o transportar objetos. En una vajilla gastronómica, esta relación se expresa en aspectos como el peso, el espesor, el tamaño, la profundidad, el borde, el centro de gravedad y la estabilidad de cada pieza. Un plato demasiado pesado, un bowl muy profundo para un alimento que requiere corte o una pieza con bordes incómodos pueden afectar negativamente la experiencia del comensal y dificultar el trabajo del personal de servicio.

La funcionalidad también depende de la relación entre la forma de la vajilla y el tipo de alimento que contiene. Cada preparación requiere condiciones distintas de soporte, contención y acceso. En el caso de platos mexicanos como tacos, burritos, salsas, guarniciones y alimentos para compartir, las piezas deben permitir una disposición clara del alimento, evitar derrames, facilitar el uso de cubiertos o manos y favorecer una presentación ordenada. Por ejemplo, un plato alargado



puede adaptarse mejor a tacos o burritos, mientras que un bowl o salsero requiere profundidad suficiente para contener preparaciones líquidas o semilíquidas sin dificultar su consumo.

Además del uso en mesa, la funcionalidad debe contemplar la operación interna del restaurante. La vajilla pasa por diferentes momentos dentro del servicio: almacenamiento, montaje, transporte hacia la mesa, uso por parte del comensal, retiro, lavado, secado y nuevo almacenamiento. Cada una de estas etapas exige que las piezas sean prácticas y seguras.

Esto implica evitar formas excesivamente irregulares, bordes demasiado frágiles o volúmenes que impidan el apilamiento. Una pieza difícil de almacenar puede generar problemas en la operación diaria, ocupar más espacio, aumentar el riesgo de golpes o roturas y dificultar la reposición del sistema. Por ello, aunque la propuesta busque un lenguaje orgánico y artesanal, sus formas deben mantenerse controladas para no comprometer la funcionalidad operativa.

La limpieza y el mantenimiento también forman parte de la funcionalidad. En vajilla cerámica, los acabados deben permitir una higiene adecuada,

especialmente porque estarán en contacto directo con alimentos, salsas, grasas y líquidos. Las superficies demasiado porosas, los relieves excesivamente profundos o las esquinas difíciles de alcanzar pueden acumular residuos y afectar la percepción de limpieza. Por esta razón, el diseño debe equilibrar textura e higiene, permitiendo que los detalles formales aporten identidad sin dificultar el lavado ni el mantenimiento de las piezas.

Para este proyecto, la funcionalidad se convierte en un criterio esencial porque la vajilla propuesta para El Rey del Burrito debe responder tanto a la experiencia del comensal como a las necesidades operativas del restaurante. Las piezas deben adaptarse a los gestos propios de consumo de la comida mexicana, facilitar el servicio de tacos, burritos, salsas y acompañamientos, mantener estabilidad en mesa, permitir una manipulación segura y ofrecer condiciones adecuadas de limpieza. De este modo, la vajilla no solo comunica identidad cultural, sino que también se integra de manera eficiente al funcionamiento cotidiano del restaurante, garantizando una experiencia cómoda, práctica y coherente.

CONCLUSIONES

2.3



El desarrollo del presente marco teórico permite comprender que la experiencia gastronómica es el resultado de una interacción compleja entre estímulos sensoriales, emocionales y funcionales, en la que la vajilla cerámica desempeña un rol fundamental. A través del análisis de los conceptos abordados, se evidencia que los objetos que median el acto de comer influyen directamente en la percepción del sabor, la valoración del alimento y la construcción de significado cultural.

El marketing previo a la experiencia establece expectativas que condicionan la percepción del comensal desde antes de la ingesta, mientras que el emplatado y el diseño emocional refuerzan la dimensión estética y afectiva de la experiencia. La experiencia gastronómica, entendida como un proceso integral, demuestra que la vajilla no es un elemento pasivo, sino un agente activo que amplifica o debilita la coherencia del discurso culinario. Asimismo, la multisensorialidad confirma que la percepción del alimento es una construcción integrada, donde el peso, la textura, el color y el sonido de la vajilla influyen de manera significativa en la evaluación del plato.

Finalmente, la funcionalidad y la ergonomía en el diseño de productos aplicados a la gastronomía aseguran que la experiencia sea cómoda, intuitiva y segura, fortaleciendo la relación entre usuario y objeto. En conjunto, estos conceptos se integran para orientar la propuesta de diseño de una vajilla cerámica personalizada para El Rey del Burrito, permitiendo que cada pieza comunique identidad cultural, potencie la experiencia sensorial y refuerce la coherencia entre comida, objeto y marca. Este marco teórico se convierte así en la base conceptual que guía el desarrollo proyectual presentado en los capítulos posteriores.

CAPÍTULO 3

**METODOLOGÍA
PROYECTUAL Y
PARTIDAS DE DISEÑO.**

INTRODUCCIÓN

Una vez establecidos en los capítulos anteriores los antecedentes del problema, los objetivos de la investigación y el marco teórico que sustenta la relación entre vajilla cerámica, experiencia gastronómica e identidad de marca, en este capítulo se desarrolla la metodología proyectual que orienta la propuesta de diseño. El propósito de esta sección es contextualizar los hallazgos conceptuales y de investigación en decisiones concretas de diseño, de manera que la propuesta responda tanto al contexto específico del restaurante El Rey del Burrito como a las necesidades reales de sus usuarios.

Para ello, se parte del análisis de la información obtenida mediante entrevista a la dueña del restaurante Karol Aguilar y encuestas dirigidas a comensales y administradores de restaurantes de la ciudad de Cuenca. Estos datos permitieron reconocer percepciones, expectativas, problemas de uso y oportunidades de diseño vinculadas con la vajilla

empleada en espacios gastronómicos. A partir de esta información, se definieron perfiles de usuario y se identificaron las necesidades funcionales, ergonómicas, simbólicas, estéticas y operativas que el proyecto debía resolver.

Posteriormente, se desarrolló una etapa de análisis de homólogos y referentes que permitió comprender distintas maneras en que la vajilla puede comunicar identidad, responder a la lógica del servicio y enriquecer la experiencia del comensal. Con base en este análisis se construyó la fase de ideación, orientada a la búsqueda de un concepto capaz de vincular la cultura mexicana con un lenguaje cerámico contemporáneo. Finalmente, se presentan los partidos de diseño, el proceso de bocetación y los criterios que condujeron a la selección de una propuesta formal, estableciendo así la continuidad metodológica entre la investigación y el desarrollo proyectual.

3.1 PERFIL DE USUARIO

La definición del perfil de usuario constituyó una etapa fundamental dentro del proceso metodológico, ya que permitió comprender que la propuesta de vajilla no responde a un único usuario, sino a un sistema de actores que se relacionan con ella desde perspectivas diferentes. En este proyecto se identificaron tres fuentes principales de información: la dueña del restaurante, los comensales y los dueños o administradores de otros restaurantes. Cada grupo aportó una mirada distinta sobre el uso, la percepción y la viabilidad de una vajilla cerámica personalizada dentro del contexto gastronómico.

Para obtener información sobre la visión interna del restaurante, se realizó una entrevista semiestructurada a Karol Aguilar, dueña de El Rey del Burrito. Esta herramienta fue seleccionada porque permitía conocer de manera directa las necesidades del negocio, la dinámica operativa del restaurante, las expectativas frente a una vajilla personalizada y las limitaciones reales que podrían influir en su implementación. La entrevista permitió profundizar en aspectos como identidad de marca, inversión, resistencia del material, reposición de piezas, almacenamiento, limpieza, presentación de los alimentos y coherencia visual con la propuesta mexicana del restaurante.

De manera complementaria, se aplicó una encuesta mediante Google Forms titulada “Experiencia gastronómica y uso de vajilla en restaurantes”, dirigida a comensales y usuarios frecuentes de espacios gastronómicos de la ciudad de Cuenca. Esta encuesta obtuvo 83 respuestas y permitió recopilar información sobre la percepción del usuario final en relación con la vajilla, la presentación de los alimentos, la comodidad de uso, la limpieza, la estética y la influencia de los objetos de mesa en



la experiencia gastronómica. Los participantes asociaron la calidad del restaurante principalmente con la atención del personal, la limpieza y la relación calidad-precio; sin embargo, la vajilla también apareció como un componente relevante en la percepción global del servicio. Los atributos más valorados fueron el diseño original, la limpieza impecable, la coherencia visual con la comida y el tamaño adecuado de la porción. Asimismo, más de la mitad de los encuestados manifestó haber tenido dificultades al comer por causa de una vajilla inadecuada, especialmente por platos incómodos para cortar, servir o contener correctamente los alimentos. En cuanto a la propuesta ideal, predominó la preferencia por una vajilla artesanal, auténtica, colorida y funcional, capaz de representar la identidad mexicana del restaurante y de mejorar tanto la presentación como la experiencia de uso. Esta metodología fue útil porque permitió reconocer patrones de opinión en un grupo amplio de participantes y comprender qué aspectos valora el comensal al momento de interactuar con platos, bowls, salseros u otros elementos de vajilla.

Asimismo, se aplicó una segunda encuesta mediante Google Forms diri-

gida a dueños y administradores de restaurantes, la cual obtuvo 15 respuestas. Esta herramienta permitió complementar la visión de la dueña de El Rey del Burrito con la experiencia de otros actores vinculados a la gestión gastronómica. A través de esta encuesta se identificaron criterios importantes relacionados con la operación del servicio, la durabilidad de las piezas, la facilidad de almacenamiento, la reposición, el costo de inversión, la limpieza y la funcionalidad de la vajilla en contextos de uso frecuente.

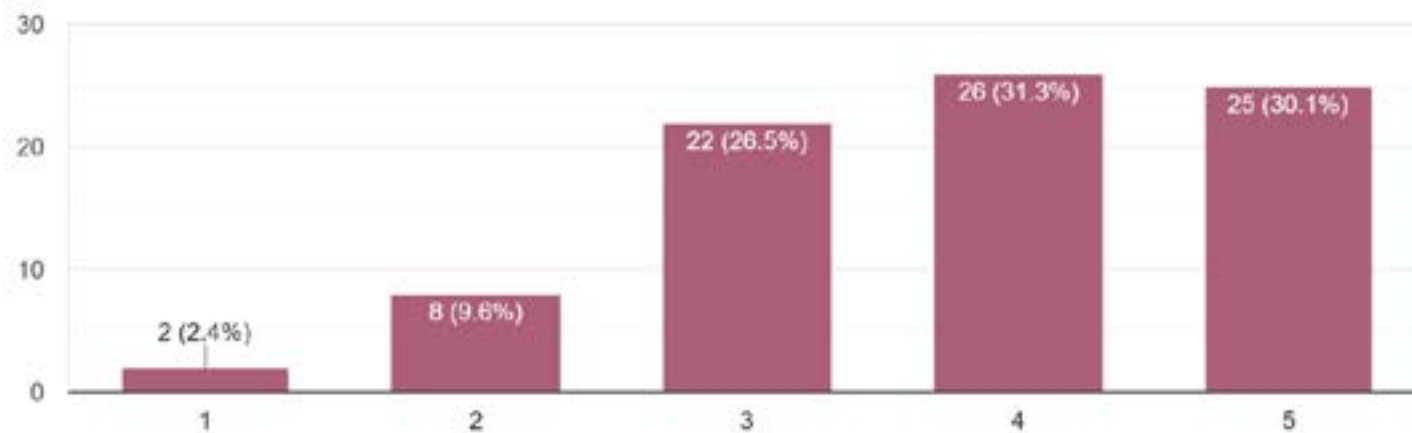
Los principales problemas detectados en la vajilla actual fueron la fragilidad, la dificultad o el costo de reposición y ciertas limitaciones funcionales en el servicio. Asimismo, las características más valoradas para una nueva propuesta fueron la resistencia a golpes, la adecuación a tamaños de porción de cada restaurante, el diseño y contexto de la misma.

En cuanto a la inversión, se observa principalmente el costo, lo que indica que cualquier propuesta de vajilla personalizada debe equilibrar diseño, durabilidad y viabilidad económica. En consecuencia, la vajilla aparece como una oportunidad de diseño que puede mejorar simultáneamente la operación interna del restaurante y su expresión de marca.

Figura 4.
Pregunta 7 de la encuesta a comensales
frecuentes de espacios gastronómicos.

¿Qué tanto crees que la vajilla influye en tu percepción de calidad del restaurante? (escala 1-5)

83 respuestas

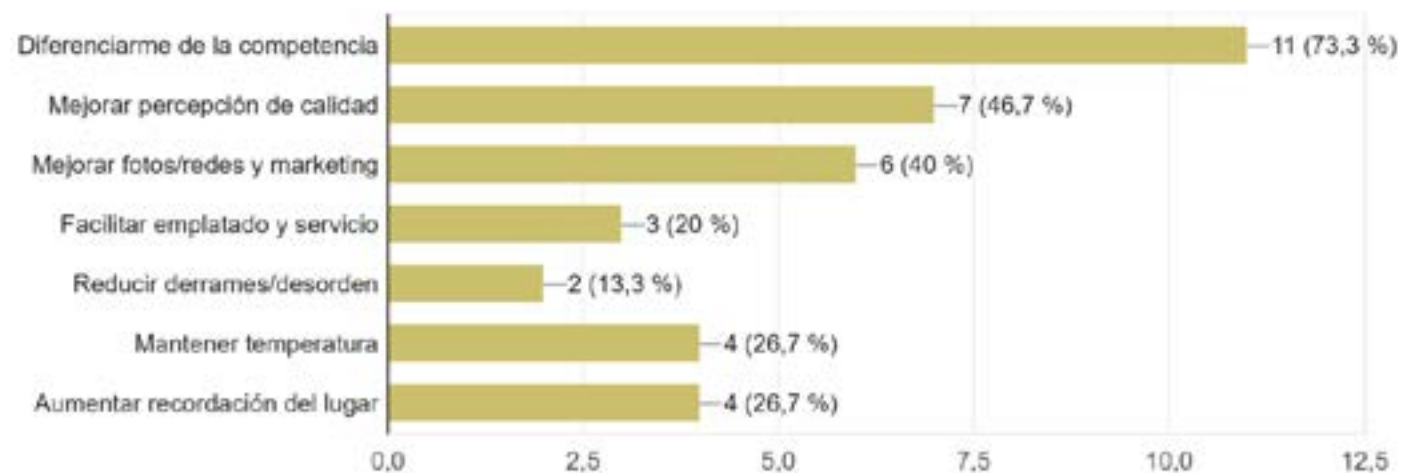


Nota: Tomado de Google Forms encuesta: Experiencia gastronómica y uso de vajilla en restaurantes. (2026)

Figura 5.
Pregunta 9 de la encuesta a
Dueños de restaurantes.

¿Qué objetivo te gustaría lograr con una vajilla personalizada para tu restaurante? (elige 2)

15 respuestas



Nota: Tomado de Google Forms encuesta: Dueños de restaurantes. (2026)

La combinación de entrevista y encuestas permitió abordar el problema desde una mirada integral. La entrevista aportó información cualitativa específica sobre el caso de estudio, mientras que las encuestas permitieron ampliar la comprensión del problema desde la perspectiva del comensal y de otros administradores gastronómicos. De esta manera, la construcción de los perfiles no se basó únicamente en suposiciones, sino en información obtenida directamente de los actores involucrados en el uso, gestión y percepción de la vajilla dentro del restaurante.

A partir de esta información se definieron dos perfiles principales para orientar el diseño: 1. Dueña o gerente del restaurante y 2. Cliente frecuente. La interpretación conjunta de ambos perfiles permitió dirigir la propuesta hacia una solución equilibrada entre funcionalidad, percepción, operación y expresión cultural. Así, la vajilla debía responder tanto a las exigencias del restaurante como a las expectativas del comensal, integrando criterios de uso, ergonomía, identidad visual, durabilidad, almacenamiento y experiencia gastronómica.

La definición del perfil de usuario constituyó una etapa fundamental dentro del proceso metodológico, ya que permitió comprender que la propuesta de vajilla no responde a un único usuario, sino a un sistema de actores que se relacionan con ella desde perspectivas diferentes. En este proyecto se identificaron dos perfiles principales: la dueña o gerente del restaurante, quien toma decisiones vinculadas con la operación, la inversión y la identidad de marca, y el comensal frecuente, que experimenta directamente la vajilla como parte de la experiencia gastronómica. La interpretación conjunta de ambos perfiles: 1. Dueña del restaurante y 2. Comensal frecuente, permitió orientar el diseño hacia una solución equilibrada entre funcionalidad, percepción y expresión cultural.

3.1.1 Perfil 1: Dueña o gerente del restaurante

El primer perfil corresponde a la dueña y administradora del restaurante, quien observa la vajilla desde una visión estratégica, operativa y de marca. Para este usuario, la vajilla no se entiende únicamente como un objeto de servicio, sino como una herramienta que puede incidir en la presentación de los alimentos, en la percepción de calidad del restaurante y en la coherencia visual de la experiencia gastronómica. A partir de la entrevista semiestructurada realizada a Karol Aguilar, se identificó que su principal interés es contar con una vajilla que refuerce la identidad mexicana del local y que, al mismo tiempo, sea funcional para el servicio cotidiano.

Para organizar la información obtenida de este perfil se utilizó un mapa de empatía, ya que esta herramienta permite visualizar de manera clara lo que el usuario piensa, siente, dice, hace, necesita y le preocupa frente a una situación determinada. En este caso, el mapa de empatía ayudó a interpretar la entrevista desde una mirada más humana y proyectual, permitiendo reconocer no solo las necesidades prácticas de la dueña del restaurante, sino también sus expectativas, motivaciones, preocupaciones y criterios de decisión. Su uso fue importante porque permitió transformar la in-

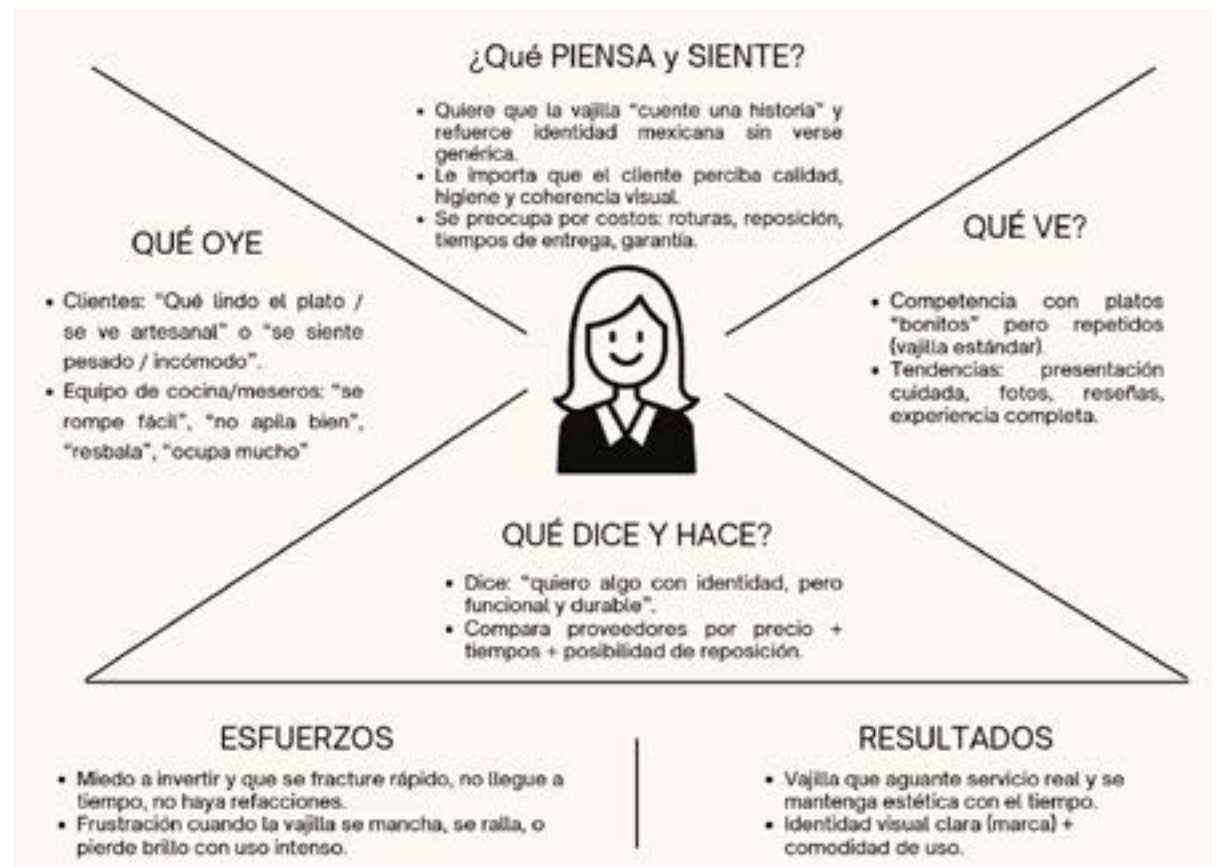
formación cualitativa de la entrevista en oportunidades concretas de diseño.

El mapa de empatía aplicado a este usuario permitió identificar que la dueña del restaurante valora una vajilla que comunique autenticidad, limpieza, calidad y coherencia visual con la propuesta gastronómica. Al mismo tiempo, evidenció preocupaciones relacionadas con la fragilidad de las piezas, la dificultad de reposición, los tiempos de entrega, el costo de inversión, el almacenamiento, la manipulación y la durabilidad frente al uso repetitivo. Estos aspectos son fundamentales porque la vajilla, dentro de un restaurante, no solo debe verse bien en la mesa, sino también responder a las exigencias de una operación diaria.

Desde este perfil, la vajilla ideal debe funcionar como soporte material de la marca. Esto significa que debe representar la identidad del restaurante mexicano sin convertirse en un elemento meramente decorativo, y al mismo tiempo debe facilitar el trabajo del personal durante el servicio. Por ello, se consideraron criterios como la posibilidad de apilar las piezas, la facilidad de limpieza, la resistencia al uso frecuente, la estabilidad en mesa y la capacidad de mantener una presentación constante en distintos montajes gastronómicos.

En consecuencia, el análisis de este perfil permitió comprender que el diseño debía responder a una lógica integral: representar visual y simbólicamente la identidad de El Rey del Burrito, facilitar la operación del servicio y justificar su viabilidad dentro del contexto real del negocio. El mapa de empatía fue clave en este proceso porque permitió ordenar la información desde la perspectiva del usuario y convertir sus necesidades en criterios de diseño aplicables a la colección de vajilla cerámica.

*Figura 6.
Mapa de empatía del usuario 1:
Dueña de restaurante.*



Nota: Tomado de Capítulo 3 Tesis. Dayanna Correa, 2026

3.1.2 Perfil 2: cliente frecuente

El segundo perfil corresponde al cliente frecuente o comensal, entendido como el usuario que experimenta directamente la vajilla durante la experiencia gastronómica. La información para construir este perfil se obtuvo principalmente de la encuesta realizada mediante Google Forms titulada Experiencia gastronómica y uso de vajilla en restaurantes, la cual contó con la participación de 83 personas. Esta muestra permitió identificar percepciones, expectativas y dificultades relacionadas con el uso de vajilla en restaurantes, especialmente en aspectos como presentación del alimento, comodidad de uso, limpieza, estética, tamaño de las piezas y coherencia visual con el tipo de comida.

A partir de los resultados de la encuesta, se identificó que el comensal no valora únicamente el sabor de la comida, sino también la experiencia completa que se genera alrededor del plato. Los participantes asociaron la calidad de un restaurante con factores como la atención, la limpieza, la presentación de los alimentos y la relación entre la comida y los objetos que la acompañan. Dentro de esta percepción general, la vajilla apareció como un elemento importante porque influye en la primera impresión visual del platillo, en la comodidad al comer y en la sensación de cuidado del establecimiento.

Para organizar e interpretar esta información se utilizó un mapa de empatía, ya que esta herramienta permite visualizar lo que el usuario piensa, siente, dice, hace, necesita y le incomoda dentro de una experiencia determinada. En este caso, el mapa de empatía permitió transformar los datos obtenidos en la encuesta en una lectura más clara del perfil del comensal. Su aplicación fue importante porque ayudó a comprender no solo lo que el usuario responde de manera directa, sino también las motivaciones y expectativas que se encuentran detrás de sus respuestas.

El mapa de empatía permitió reconocer que el cliente frecuente busca una experiencia auténtica, cuidada y visualmente atractiva. Este usuario aprecia una vajilla artesanal cuando se percibe limpia, bien resuelta y coherente con el plato servido. Además, da importancia a la presentación de la comida, al contraste visual, a la sensación de calidad y a la posibilidad de que la experiencia en un restaurante resulte memorable. Por esta razón, la vajilla se interpreta desde este perfil como una extensión del alimento y del ambiente del restaurante.

Asimismo, los resultados de la encuesta evidenciaron ciertas frustraciones relacionadas con el uso de vajilla inadecuada. Algunos participantes manifestaron haber experimentado incomodidad



al comer por platos con bordes poco funcionales, profundidades que dificultan cortar o recoger alimentos, tamaños poco adecuados para las porciones o piezas que no contienen correctamente salsas y acompañamientos. Estos hallazgos permitieron comprender que la vajilla no solo debe responder a una intención estética, sino también a una función clara dentro de la experiencia de consumo.

Desde este perfil, el comensal espera piezas cómodas, fáciles de usar, limpias, visualmente atractivas y coherentes con la identidad gastronómica del restaurante. En el caso de El Rey del Burrito, esto implica diseñar una vajilla que acompañe la comida exicana sin competir con ella, que permita servir tacos, burritos, salsas y guarniciones de manera adecuada, y que al mismo tiempo refuerce una experiencia auténtica y diferenciada. Este análisis fue determinante para comprender que la propuesta debía integrar experiencia emocional, funcionalidad concreta y coherencia cultural.



Figura 7.
Mapa de empatía del usuario 2: Cliente frecuente.

Nota: Tomado de Capítulo 3 Tesis. Dayanna Correa, 2026

3.2 ANÁLISIS DE NECESIDADES

El análisis de necesidades se construyó a partir de la información obtenida en la entrevista y en las encuestas aplicadas a comensales y administradores de restaurantes. En el caso de los comensales, los resultados evidenciaron que la calidad percibida del restaurante no depende únicamente de la comida, sino también de aspectos como la limpieza, la atención y la relación entre presentación y servicio. Dentro de esta percepción global, la vajilla apareció como un componente relevante, especialmente cuando influye en la comodidad de uso, en la lectura visual del platillo y en la sensación de cuidado del establecimiento.

Los participantes valoraron principalmente una vajilla original, limpia, coherente con el tipo de comida y adecuada en proporción. Del mismo modo, una parte importante de los encuestados señaló haber experimentado incomodidad al comer debido a piezas poco apropiadas para cortar, contener o servir alimentos. Esto permitió establecer que la vajilla debía responder de manera específica a la lógica de consumo de platos mexicanos como tacos, burritos, acom-

pañamientos y salsas, donde la relación entre contención, acceso y estabilidad resulta determinante para una experiencia satisfactoria.

Desde la perspectiva de los administradores, las necesidades identificadas se concentraron en la resistencia de las piezas, la facilidad de reposición, la adecuación a porciones reales y la posibilidad de integrar la vajilla a un sistema de servicio eficiente. Asimismo, se observó que el costo de inversión inicial y la durabilidad del producto son factores decisivos dentro de la toma de decisiones. Esto evidenció que la propuesta no podía desarrollarse únicamente desde una lógica estética, sino desde un equilibrio entre valor simbólico, funcionalidad y viabilidad productiva.

A partir de estos hallazgos, las necesidades del proyecto se organizaron en cinco grupos. En primer lugar, necesidades funcionales, relacionadas con la contención adecuada de alimentos, la facilidad de manipulación y la adaptabilidad a diferentes tipos de montaje. En segundo lugar, necesidades ergonómicas, vinculadas con el peso, el agarre, la estabilidad y la comodidad de uso tanto para el comensal como para el personal de servicio. En tercer lugar, necesidades estéticas y expresivas, orientadas a fortalecer la presentación de la comida y a construir una identidad visual propia. En cuarto lugar, necesidades simbólicas, enfocadas en representar la cultura mexicana de manera reconocible pero contemporánea. Finalmente, necesidades tecnológicas y operativas, asociadas con la resistencia del material, la limpieza, la durabilidad y la factibilidad de producción y reposición.

3.3 ANÁLISIS DE HOMÓLOGOS

Con el fin de establecer criterios de referencia para la propuesta, se revisaron cinco tipos de vajilla y objetos afines que resultan pertinentes para el caso de estudio. Este análisis se realizó considerando aspectos formales, funcionales, tecnológicos y expresivos, de modo que permitiera identificar aciertos, limitaciones y oportunidades de diseño aplicables al proyecto.

Tabla 1 Cuadro comparativo de homólogos de vajilla cerámica y objetos afines

Homólogo	Variable formal	Variable funcional	Var. tecnológica / material	Var. expresiva / simbólica	Aporte al proyecto
Vajilla artesanal tradicional mexicana	Presenta formas simples, generalmente circulares u ovaladas, con superficies decoradas mediante patrones, colores intensos y acabados esmaltados.	Responde al uso cotidiano de alimentos tradicionales, aunque en algunos casos la decoración o el exceso de detalle puede competir visualmente con el plato servido.	Se vincula con procesos cerámicos tradicionales, esmaltes brillantes y técnicas artesanales que aportan valor manual a cada pieza.	Comunica identidad mexicana de manera directa a través del color, la ornamentación y la referencia cultural.	Aporta la importancia del valor cultural y artesanal, pero evidencia la necesidad de evitar una decoración excesiva para no saturar la presentación de los alimentos.
Vajilla contemporánea de stoneware para restaurante	Se caracteriza por formas orgánicas, bordes suaves, paletas cromáticas contenidas y superficies limpias.	Favorece el emplatado contemporáneo, permite una lectura ordenada del alimento y se adapta bien al servicio profesional.	Utiliza materiales cerámicos resistentes, adecuados para uso intensivo, con mayor control de producción y acabados duraderos.	Transmite sobriedad, sofisticación, cuidado y contemporaneidad sin depender de elementos decorativos evidentes.	Demuestra que la identidad de una vajilla puede construirse desde la forma, la textura, el color y el acabado, sin necesidad de recurrir a una ornamentación excesiva.

Homólogo	Variable formal	Variable funcional	Var. tecnológica / material	Var. expresiva / simbólica	Aporte al proyecto
Platos y charolas alargadas para tacos y montajes lineales	Predominan las formas alargadas, ovaladas o rectangulares, adecuadas para organizar alimentos en secuencia.	Permiten disponer tacos, burritos o alimentos similares de manera ordenada, facilitando el montaje, la estabilidad y el consumo.	Requieren equilibrio estructural, bases estables y bordes resistentes para soportar el uso repetitivo en restaurante.	Comunican especialización y generan una presentación más cuidada y coherente con alimentos de formato lineal.	Confirma la necesidad de incluir piezas alargadas dentro de la colección, especialmente para tacos, burritos y preparaciones propias de El Rey del Burrito.
Bowls y contenedores pequeños para salsas y acompañamientos	Presentan formas compactas, contenidas y de pequeña escala, generalmente con profundidad suficiente para líquidos o semilíquidos.	Facilitan el servicio de salsas, guacamole, cremas, toppings y acompañamientos; ayudan a ordenar la mesa y evitar derrames.	Deben ser resistentes, fáciles de limpiar, apilables y sencillos de reponer por su uso frecuente.	Funcionan como acentos visuales dentro del sistema de vajilla y refuerzan la experiencia del detalle en mesa.	Aporta la idea de diseñar la colección como un sistema, donde las piezas pequeñas también comunican identidad y cumplen una función importante dentro del servicio.
Vajilla escultórica u orgánica de autor	Utiliza asimetrías controladas, bordes irregulares, volúmenes expresivos y formas más libres.	Genera una experiencia visual diferenciada, aunque puede presentar limitaciones en apilamiento, estabilidad o uso cotidiano.	Requiere mayor control productivo y puede ser más difícil de reproducir en serie si las formas son demasiado complejas.	Comunica exclusividad, autoría, valor artístico y una fuerte diferenciación frente a vajillas convencionales	Permite comprender el valor de lo orgánico y expresivo, pero también señala la importancia de controlar la forma para no afectar la funcionalidad, almacenamiento y reposición.

Nota: Elaboración propia. 2026

3.3.1 Homólogo 1: vajilla artesanal tradicional mexicana

En este grupo se ubican piezas de cerámica esmaltada con fuerte presencia cromática, patrones decorativos visibles y una lectura cultural inmediata. Formalmente, suelen presentar geometrías simples enriquecidas por el color y la ornamentación superficial. Funcionalmente, muchas de estas piezas resuelven de manera adecuada el servicio cotidiano, aunque en ciertos casos su decoración puede competir visualmente con la comida. A nivel tecnológico, destacan por el uso de procesos cerámicos tradicionales y acabados brillantes. En el plano expresivo, su mayor aporte es la autenticidad cultural y la capacidad de comunicar identidad mexicana de forma directa. Como aprendizaje para el proyecto, este homólogo evidenció la importancia de la carga simbólica y del valor artesanal, pero también la necesidad de controlar la decoración para no saturar la presentación del alimento.

*Figura 8.
Vajilla artesanal tradicional mexicana talavera.*



Nota: Tomado de "Food and travel". Miguel Ángel. (2024)

3.3.2 Homólogo 2: vajilla contemporánea de stoneware para restaurante

Este tipo de vajilla se caracteriza por formas orgánicas, superficies limpias, paletas cromáticas contenidas y una clara orientación al emplatado contemporáneo. Formalmente, predominan las siluetas suaves, los bordes discretos y las proporciones sobrias. Funcionalmente, estas piezas favorecen una lectura ordenada del platillo y suelen responder bien a la lógica del servicio profesional. Tecnológicamente, destacan por su resistencia, estandarización y compatibilidad con uso intensivo. En el plano expresivo, transmiten sofisticación, sobriedad y cuidado. Su principal aporte al proyecto fue demostrar que es posible alcanzar una identidad fuerte sin depender de una decoración excesiva, utilizando la forma, la textura y el acabado como recursos de expresión.

Figura 9.

Juego de vajilla con espiral azul reactivo vintage.



Nota: Tomado de "Food and travel". Miguel Ángel. (2024)

3.3.3 Homólogo 3: platos y charolas alargadas para tacos y montajes lineales

Este homólogo resulta especialmente relevante para el caso de estudio por su relación directa con alimentos servidos en El Rey del Burrito. Formalmente, se trata de piezas alargadas u ovaladas que ordenan el alimento en secuencia y aprovechan la linealidad propia de los tacos y burritos. Funcionalmente, permiten estabilizar porciones, separar componentes y mejorar la presentación del plato. Desde el punto de vista tecnológico, exigen equilibrio estructural y bordes suficientemente resistentes para el uso repetitivo. Expresivamente, comunican especialización y generan una puesta en escena más cuidada. El análisis de este referente confirmó la conveniencia de incorporar piezas alargadas dentro del sistema de vajilla, capaces de responder tanto a la presentación como al consumo práctico.

*Figura 10.
Bandeja para soporte de taco.*



Nota: Tomado de "Bico Houseware". Cindy Chiu. (2020)

3.3.4 Homólogo 4: bowls y contenedores pequeños para salsas y acompañamientos

Las piezas de pequeño formato utilizadas para guacamole, cremas, salsas y toppings muestran la importancia del detalle dentro de la experiencia gastronómica. Formalmente, suelen ser compactas, contenidas y fáciles de agrupar dentro de una bandeja o base común. Funcionalmente, favorecen el orden en mesa, evitan derrames y facilitan el servicio compartido. Tecnológicamente, deben ser resistentes, apilables y sencillas de reponer. En términos expresivos, pueden convertirse en acentos visuales que enriquecen el conjunto sin recargarlo. Este homólogo aportó la idea de pensar la colección como sistema, donde incluso las piezas pequeñas participan en la construcción de identidad y en la mejora del servicio.

Figura 11.

Set de Salseros: 1 charola ovalada de mármol, 3 vasitos de recinto y 3 cucharitas de madera.



Nota: Tomado de MARKANA Home Decor (2017)

3.3.5 Homólogo 5: vajilla escultórica u orgánica de autor

Este homólogo corresponde a una vajilla cerámica de autor, caracterizada por un lenguaje formal más libre, expresivo y cercano a la pieza escultórica. Este tipo de vajilla se aleja de las formas industriales completamente regulares y propone piezas con asimetrías controladas, bordes irregulares, superficies orgánicas y variaciones volumétricas que refuerzan la idea de objeto artesanal. Sin embargo, su análisis no se limita únicamente a su apariencia formal, sino también a las técnicas cerámicas y recursos de acabado que permiten construir una identidad material diferenciada.

Desde el punto de vista formal, estas piezas se caracterizan por generar una sensación de movimiento y naturalidad. Los bordes no son completamente geométricos, sino que presentan ligeras ondulaciones que hacen que cada plato se perciba como una pieza única. Esta cualidad resulta relevante para el presente proyecto porque permite comprender cómo una vajilla puede comunicar autenticidad y valor artesanal sin recurrir necesariamente a una decoración gráfica evidente. En este sentido, el gesto orgánico de la forma puede convertirse en un recurso expresivo capaz de diferenciar la experiencia en mesa.

En cuanto al aspecto tecnológico y material, este homólogo permite analizar el uso del esmalte como un recurso fundamental de identidad. En la cerámica de autor, los esmaltes no suelen aplicarse únicamente como una capa protectora, sino como una superficie expresiva que aporta profundidad, variación cromática, textura visual y contraste. Dependiendo del tipo de esmalte, de su espesor, de la forma de aplicación y de la temperatura de cocción, pueden generarse efectos como degradados, acumulaciones en los bordes, zonas más brillantes o mates, cambios tonales y superficies con mayor riqueza visual. Estos efectos aportan un carácter manual y hacen que la pieza no se perciba como un producto completamente industrializado.

La aplicación de esmalte en este tipo de vajilla también permite rescatar la relación entre superficie y alimento. Un esmalte demasiado brillante o con colores muy intensos puede competir visualmente con la comida; en cambio, un acabado más controlado, con tonos contenidos o variaciones sutiles, puede acompañar el emplatado sin restarle protagonismo. Para el presente proyecto, este análisis resulta importante porque la vajilla de El Rey del Burrito debe reforzar la identidad mexicana y artesanal, pero al mismo tiempo permitir que tacos, burritos, salsas y guarniciones mantengan una lectura visual clara.

Otro aspecto técnico relevante es el tratamiento diferenciado entre zonas esmaltadas y zonas sin esmaltar. En muchas piezas de autor se utiliza el contraste entre superficies lisas, brillantes o satinadas y zonas exteriores más texturizadas o naturales. Esta estrategia puede aportar tanto valor estético como funcional, ya que una superficie interior esmaltada facilita la limpieza y el contacto higiénico con los alimentos, mientras que una textura exterior más rugosa o mate puede mejorar el agarre y reforzar la sensación artesanal de la pieza. Este recurso es especialmente aplicable al proyecto, ya que la vajilla propuesta busca integrar textura inspirada en el maíz sin afectar la higiene ni la facilidad de uso.

Funcionalmente, este homólogo evidencia una tensión entre expresión artística y practicidad. Aunque las formas orgánicas generan una experiencia visual singular, también pueden presentar limitaciones si no se controlan adecuadamente: dificultad de apilamiento, bordes frágiles, inestabilidad, mayor riesgo de rotura o problemas de reposición. Por esta razón, el aprendizaje principal no consiste en copiar la irregularidad de la pieza, sino en tomar el gesto orgánico de manera controlada. En una vajilla destinada a restaurante, la forma debe conservar carácter artesanal, pero sin comprometer el almacenamiento, la manipulación, la resistencia ni la repetibilidad productiva.

Desde el punto de vista expresivo, la vajilla escultórica de autor aporta una reflexión importante para el proyecto: la identidad de una pieza cerámica puede construirse desde la relación entre forma, textura, esmalte y materialidad. No es necesario depender únicamente de motivos decorativos o símbolos literales para comunicar una narrativa cultural. En el caso de la vajilla para El Rey del Burrito, este homólogo permite rescatar el uso de relieves suaves, bordes orgánicos, contrastes entre acabado interior y exterior, y esmaltes de aplicación controlada que refuercen la idea de una cerámica contemporánea con valor artesanal.

Figura 12.
Vajilla cerámica de autor
Luesma&Vega.



Nota: Tomado de "Tapas magazine". (2026)

En conjunto, el análisis de homólogos permitió establecer una posición intermedia para la propuesta: una vajilla con identidad cultural reconocible, pero no saturada visualmente; contemporánea, pero no desvinculada de lo artesanal; orgánica en su lenguaje formal, pero funcional dentro de la operación diaria del restaurante. Esta síntesis constituyó una base clave para la etapa de ideación.

3.4 IDEACIÓN

La etapa de ideación se orientó a la búsqueda de un concepto formal y simbólico capaz de vincular la propuesta culinaria de El Rey del Burrito con un sistema de vajilla cerámica contemporáneo. A partir del análisis de referentes culturales mexicanos y de la información obtenida en la investigación, se identificaron dos líneas conceptuales principales: el maíz y la flor mexicana. Ambas posibilidades fueron valoradas por su carga simbólica, su relación con la cocina mexicana y su potencial para ser traducidas a decisiones de forma, textura, color y volumen.

*Figura 13.
Moodboard inicial para
definir conceptos e ideas.*



Nota: Tomado de Capítulo 3 Tesis. Dayanna Correa, 2026

3.4.1 Concepto Milpa / Maíz vivo

La primera línea conceptual toma al maíz mexicano como símbolo de identidad cultural, alimento esencial y elemento profundamente vinculado a la cocina tradicional y contemporánea de México. Su elección no responde solo a un criterio visual, sino a su valor cultural dentro del imaginario gastronómico del restaurante. A nivel formal, el concepto permitió explorar tres recursos principales: el grano, la hoja y la mazorca. El grano se tradujo en relieves orgánicos y texturas suaves; la hoja o totemoxtle inspiró estrías exteriores y pliegues que favorecen el agarre; y la mazorca orientó la construcción de siluetas ovaladas, contenidas y orgánicas. Las palabras clave asociadas a esta línea fueron identidad, funcionalidad y sistema.

Figura 14.

Primer concepto sobre Milpa, maíz.

Milpa Maíz Vivo

CONCEPTO GENERAL
Maíz mexicano como símbolo de identidad cultural, alimento esencial y elemento profundamente ligado a la cocina tradicional y contemporánea de México. El proyecto explora las distintas expresiones formales del maíz: grano, mazorca, hoja y variaciones cromáticas.

INSPIRACIÓN FORMAL

- **Grano:** módulo repetitivo que se traduce en relieves suaves, patrones táctiles.
- **Hoja / totemoxtle:** líneas y pliegues que se convierten en estrías exteriores para mejorar el agarre y reforzar la verticalidad de ciertas piezas.
- **Mazorca:** siluetas ovaladas y volúmenes contenidos que aportan una identidad orgánica y reconocible.

PALABRAS CLAVE
Identidad - Funcionalidad - Sistema



Nota: Tomado de Capítulo 3 Tesis. Dayanna Correa, 2026

3.4.2 Concepto Flor viva mexicana

La segunda línea conceptual se desarrolló a partir de la flor viva mexicana como símbolo de riqueza natural, color, vitalidad e identidad cultural. Esta propuesta surgió como una alternativa relacionada con el concepto del maíz morado, ya que ambas parten de elementos naturales vinculados al imaginario mexicano y comparten un lenguaje formal orgánico. Mientras el maíz se interpretó desde el grano, la mazorca, la hoja y las texturas repetitivas de su superficie, la flor permitió explorar formas onduladas, capas, curvas suaves y superposiciones inspiradas en los pétalos y centros florales.

La relación entre ambos conceptos se encuentra principalmente en su origen natural y en la posibilidad de traducir sus características a recursos cerámicos. Tanto el maíz como la flor presentan estructuras repetitivas, ritmos visuales y superficies con movimiento. En el caso del maíz, estos recursos aparecen en la textura del grano, en las estrías de la hoja y en la forma alargada de la mazorca. En el caso de la flor, se evidencian en la disposición radial de los pétalos, en las ondulaciones de sus bordes y en la sensación de crecimiento orgánico desde un centro hacia el exterior. Por esta razón, ambas propuestas permitieron trabajar con formas no rígidas, bordes suaves y una estética cercana a lo artesanal.

A nivel formal, el concepto Flor viva mexicana permitió explorar siluetas más abiertas, curvas envolventes y superficies con mayor movimiento. Estas características guardan relación con las formas orgánicas planteadas en la propuesta del maíz morado, ya que en ambos casos se buscó alejarse de una vajilla completamente geométrica o industrial. Además, las ondulaciones de los pétalos podían dialogar con los pliegues del totemoxtle o con la lectura alargada de la mazorca, generando una continuidad entre ambos conceptos desde la forma y la textura.

En términos expresivos, la flor aportaba una lectura más ornamental y colorida, vinculada con la alegría visual de la cultura mexicana. Sin embargo, durante la evaluación se observó que su peso formal podía volverse más decorativo que funcional. A diferencia del maíz, que ofrecía una relación directa con la comida mexicana a través de la tortilla, los tacos, las masas y los derivados del grano, la flor tenía una conexión cultural más general y menos específica con la experiencia gastronómica del restaurante. Por ello, aunque compartía recursos formales con la propuesta del maíz, su aplicación resultaba menos precisa para el caso de estudio.

A pesar de no haber sido seleccionada como concepto final, la flor viva

mexicana aportó elementos importantes al desarrollo de la propuesta. De esta exploración se rescataron las curvas suaves, la idea de movimiento, las capas orgánicas y la posibilidad de trabajar bordes con una ligera irregularidad controlada. Estos recursos ayudaron a enriquecer la propuesta basada en el maíz, especialmente en la búsqueda de una vajilla con lenguaje natural, cálido y artesanal. De esta manera, el concepto floral no quedó aislado, sino que funcionó como una exploración complementaria que permitió fortalecer la dirección formal de la colección final.

Figura 15.

Primer concepto de Flor viva mexicana

Flor viva Mexicana

CONCEPTO GENERAL
La flor mexicana como símbolo de identidad cultural, riqueza natural y expresión estética dentro del contexto mexicano. Se explora sus cualidades formales: pétalos, centros, capas, ondulaciones y variaciones cromáticas.

INSPIRACIÓN FORMAL

- Pétalo: curvas suaves y bordes ondulados.
- Centro floral
- Capas: superposición de pétalos convertida en niveles.
- Color: tonos inspirados en flores mexicanas, aplicados para conservar el lenguaje minimalista.

PALABRAS CLAVE
Identidad – Naturaleza – Abstracción



Nota: Tomado de Capítulo 3 Tesis. Dayanna Correa, 2026

3.5 PARTIDOS DE DISEÑO

Los partidos de diseño se establecieron como criterios rectores para orientar el desarrollo de la propuesta final, permitiendo organizar las decisiones tomadas durante el proceso creativo desde una mirada formal, funcional, ergonómica, tecnológica-material y expresiva-simbólica. Estos criterios no se plantean como elementos aislados, sino como aspectos complementarios que permiten que la colección de vajilla responda de manera coherente tanto a las necesidades del restaurante como al concepto general del proyecto.

En este sentido, los partidos de diseño funcionan como una guía para transformar la información obtenida en la investigación, el análisis de usuario, el contexto de uso y la etapa de ideación en decisiones concretas de diseño. A partir de ellos se definieron las características principales de la colección, procurando que cada pieza mantenga una relación clara con la identidad del restaurante, con el tipo de comida que se sirve y con la experiencia que se busca generar en la mesa.

3.5.1 Partido formal

El partido formal de la propuesta se orienta hacia el uso de formas orgánicas, limpias y contenidas, evitando geometrías excesivamente rígidas o decoraciones demasiado cargadas. Se priorizan siluetas ovaladas, alargadas y ligeramente irregulares, ya que estas permiten generar una relación más natural con los alimentos propios de la cocina mexicana, como tacos, burritos, guarniciones, totopos, salsas y otros acompañamientos.

La elección de formas orgánicas responde también a la intención de alejarse de una vajilla convencional o genérica, buscando que las piezas tengan una identidad propia sin perder funcio-

nalidad. Las asimetrías suaves aportan un carácter artesanal y contemporáneo, permitiendo que cada elemento se perciba como una pieza diseñada y no únicamente como un contenedor de alimentos. Sin embargo, estas irregularidades se mantienen controladas para no afectar la estabilidad y el uso cotidiano dentro del restaurante.

Formalmente, la colección busca una composición equilibrada entre sencillez y carácter. Por esta razón, la identidad de las piezas no depende de una decoración evidente, sino de la relación entre su forma, su textura, su acabado y su proporción. La intención es que la va-

jilla acompañe visualmente a la comida sin competir con ella, permitiendo que los alimentos sigan siendo el elemento principal de la experiencia gastronómica.

Además, se considera importante que las piezas funcionen como un sistema visual. Aunque cada una cumple una función específica, todas deben compartir un mismo lenguaje formal para que puedan reconocerse como parte de una misma colección. Esta coherencia se logra mediante el uso de bordes suaves, proporciones alargadas, superficies amplias y detalles texturizados que refuerzan la unidad estética del conjunto.

3.5.2 Partido funcional

El partido funcional se construye a partir de las necesidades reales de uso dentro del restaurante. Cada pieza fue pensada en relación con un tipo específico de alimento, una forma de servicio y una dinámica de consumo. Por esta razón, la colección no se plantea únicamente como un conjunto decorativo, sino como un sistema de objetos que deben facilitar el montaje, el servicio, el transporte y la experiencia del usuario en la mesa.

La propuesta incluye piezas destinadas a platos principales, tacos, burritos, bowls medianos y pequeños, salseros, bases y vasos. Cada una responde a una función determinada, pero al mismo tiempo se busca que exista versatilidad entre ellas. Esto permite que el restaurante pueda utilizar las piezas en distintas combinaciones, dependiendo del menú, el emplatado o la ocasión de servicio.

Uno de los aspectos principales del partido funcional es la capacidad de contención. Las piezas deben permitir que los alimentos se mantengan en su lugar, evitando derrames o incomodidades durante el consumo. En el caso de los platos para tacos o burritos, por ejemplo, la forma alargada favorece una me-



mejor disposición del alimento. En los bowls y salseros, la profundidad y el borde permiten contener preparaciones líquidas o semilíquidas de manera adecuada.

También se considera la estabilidad como un criterio fundamental, especialmente porque la vajilla será utilizada en un contexto gastronómico de alta rotación. Las bases deben ser firmes y proporcionales al tamaño de cada pieza, evitando movimientos innecesarios sobre la mesa o durante el traslado por parte del personal. De igual manera, se procura que las formas no dificulten el almacenamiento, la limpieza ni la reposición de las piezas.

Desde lo funcional, la colección busca mejorar la experiencia del restaurante tanto para el cliente como para el personal de servicio. Para el cliente, las piezas deben permitir comer de manera cómoda, acceder fácilmente a los alimentos y percibir una presentación cuidada. Para el personal, la vajilla debe ser práctica, resistente y fácil de manipular dentro de las actividades diarias del establecimiento.

3.5.3 Partido ergonómico

El partido ergonómico se aborda desde la relación entre el objeto, el usuario y el contexto de uso. Al tratarse de una vajilla para restaurante, no solo se considera la comodidad del comensal, sino también

la manipulación constante por parte del personal encargado del servicio, la limpieza y el almacenamiento de las piezas.

Uno de los aspectos principales es el control del peso. La cerámica, por sus características materiales, puede generar piezas pesadas si no se controla adecuadamente el espesor. Por esta razón, se busca mantener un equilibrio entre resistencia y ligereza, evitando que los platos, bowls o vasos resulten incómodos al momento de ser transportados o utilizados. El peso debe transmitir estabilidad y calidad, pero sin afectar la practicidad del uso diario.

El espesor de las piezas también responde a criterios ergonómicos. Un espesor demasiado delgado podría comprometer la resistencia, mientras que uno excesivamente grueso podría dificultar el agarre y aumentar el peso. Por ello, se plantea un espesor controlado que permita conservar la durabilidad del material y, al mismo tiempo, mantener una experiencia cómoda para el usuario.

Las texturas exteriores cumplen una doble función. Por un lado, aportan valor expresivo y refuerzan la identidad conceptual de la colección; por otro, mejoran la experiencia táctil y la sujeción de las piezas. Esta textura permite que el usuario perciba una relación más directa con el objeto, generando una sensación artesanal y cálida. En el caso del personal

del restaurante, también puede contribuir a un mejor agarre al momento de levantar, servir o retirar las piezas de la mesa.

Asimismo, se evita el uso de bordes excesivamente altos, formas demasiado cerradas o geometrías que dificulten acciones básicas como cortar, servir, mezclar o recoger alimentos. La ergonomía se entiende entonces no solo como comodidad física, sino también como facilidad de uso. Cada pieza debe permitir una interacción natural entre la comida, el usuario y los utensilios, sin generar obstáculos durante la experiencia de consumo.

3.5.4 Partido tecnológico y material

El partido tecnológico y material se centra en la elección de la cerámica como material principal de la propuesta, pero también en las técnicas necesarias para transformar el concepto en piezas funcionales y reproducibles. La cerámica fue seleccionada por sus cualidades estéticas, térmicas, táctiles y simbólicas, ya que permite trabajar formas orgánicas, relieves, texturas, acabados esmaltados y variaciones superficiales que enriquecen la identidad de la colección. Al mismo tiempo, es un material asociado con lo artesanal, lo doméstico y lo cultural, aspectos que se relacionan directamente con la narrativa del proyecto y con la identidad mexicana que se busca comunicar.

Para la producción de la vajilla se plantea el uso de la técnica de colada en barbotina mediante moldes de yeso. Esta técnica consiste en verter arcilla líquida dentro de un molde poroso, el cual absorbe parte del agua de la barbotina y permite que se forme una pared cerámica en el interior del molde. Una vez alcanzado el espesor deseado, se retira el exceso de barbotina y se deja consolidar la pieza para posteriormente des-



moldarla, secarla y someterla al proceso de quema. Esta técnica resulta adecuada para el proyecto porque permite reproducir piezas con mayor precisión formal, mantener cierta uniformidad entre elementos de una misma colección y facilitar la reposición de piezas en caso de rotura o desgaste.

El uso de moldes de yeso responde también a la necesidad de controlar las formas orgánicas de la propuesta. Aunque la colección busca conservar un carácter artesanal y expresivo, las piezas no pueden depender de irregularidades imposibles de reproducir, ya que están pensadas para un contexto gastronómico de uso frecuente. Por ello, los relieves inspirados en el maíz, las estrías vinculadas al totomoxtle y las variaciones de borde deben mantenerse dentro de un rango controlado, permitiendo que la vajilla conserve identidad sin comprometer su funcionalidad, almacenamiento o producción seriada.

Dentro del proceso técnico también se considera el modelado de una pieza matriz o modelo original, a partir del cual se generan los moldes. Esta etapa es importante porque permite definir con precisión las proporciones, espesores, radios, bordes, bases de apoyo y detalles texturales antes de pasar a la reproduc-

ción. El modelado permite comprobar que cada pieza responda a criterios de estabilidad, ergonomía y contención, especialmente en platos, bowls, salseros y piezas complementarias destinadas al servicio de comida mexicana.

En cuanto a los acabados, se plantea el uso de esmaltes cerámicos en las zonas de contacto directo con los alimentos, principalmente en superficies interiores o áreas funcionales. El esmaltado cumple una función técnica e higiénica, ya que ayuda a sellar la superficie cerámica, facilita la limpieza y evita la absorción de líquidos, grasas, salsas u olores. Al mismo tiempo, el esmalte funciona como recurso expresivo, permitiendo trabajar variaciones de color, brillo, textura visual y contraste con las zonas exteriores de la pieza.

La propuesta también contempla la posibilidad de combinar superficies esmaltadas y superficies con textura exterior más natural o mate. Esta decisión permite diferenciar las zonas funcionales de las zonas de agarre o expresión formal. Mientras el interior esmaltado favorece la higiene y el contacto seguro con el alimento, el exterior texturizado puede reforzar la relación con el maíz, mejorar la experiencia táctil y aportar un carácter artesanal a la colección. Sin embargo,

estas texturas deben ser controladas para no dificultar la limpieza, el apilamiento ni la manipulación de las piezas.

La elección tecnológica debe responder además a las condiciones reales de uso dentro de un restaurante. Las piezas estarán expuestas a manipulación frecuente, lavado constante, contacto con alimentos calientes, fríos, grasos o ácidos, y posibles golpes durante el servicio o almacenamiento. Por esta razón, el partido material considera criterios de resistencia, durabilidad, espesor adecuado, estabilidad de base y facilidad de mantenimiento. La vajilla debe comunicar valor artesanal, pero también funcionar de manera eficiente dentro de una operación gastronómica cotidiana.


En síntesis, el partido tecnológico y material no se limita a la selección de la cerámica como material, sino que integra un sistema de decisiones técnicas: modelado de matrices, elaboración de moldes de yeso, colada en barbotina, control de espesores, secado, quema, esmaltado y acabado superficial. Estas técnicas permiten vincular la intención conceptual del proyecto con una solución productiva viable, en la que la vajilla pueda expresar identidad mexicana y

valor artesanal sin perder funcionalidad, higiene, repetibilidad y coherencia dentro del sistema de piezas.

3.5.5 Partido expresivo y simbólico

El partido expresivo y simbólico se construye a partir de la intención de comunicar identidad mexicana, autenticidad y valor artesanal sin recurrir a una representación folclórica literal. La propuesta busca alejarse del uso evidente de colores, patrones o símbolos tradicionales aplicados únicamente como decoración, y en su lugar plantea una interpretación más sutil y contemporánea de la cultura mexicana. Para ello, el proceso de ideación partió de dos referentes naturales: el maíz y la flor viva mexicana, ambos relacionados con la riqueza cultural, cromática y simbólica de México.

El maíz se asumió como eje conceptual principal debido a su importancia dentro de la cocina mexicana y su relación directa con alimentos como la tortilla, el taco, las masas y otros productos derivados del grano. Más que tomar el maíz como un elemento gráfico literal, se lo interpretó desde sus cualidades formales, texturales y simbólicas. Su presencia se refleja en las superficies,



en los relieves, en las formas orgánicas, en la idea de origen y en la relación entre alimento, territorio y tradición.

Por otro lado, la flor viva mexicana funcionó como un punto de partida complementario dentro de la exploración expresiva. Este referente permitió analizar recursos como las curvas suaves, las ondulaciones, las capas y el movimiento orgánico de los pétalos. Aunque no fue seleccionado como concepto principal, aportó elementos formales que dialogan con el maíz, especialmente en la construcción de bordes suaves, ritmos naturales y superficies con una lectura más dinámica. De esta manera, la flor no queda como una propuesta aislada, sino como una referencia que enriqueció el lenguaje visual de la colección.

La relación entre ambos referentes se encuentra en su origen natural y en su capacidad para traducirse a un lenguaje cerámico orgánico. Tanto el maíz como la flor presentan formas no rígidas, texturas, repeticiones y ritmos visuales que pueden ser reinterpretados en una vajilla contemporánea. Mientras el maíz aporta una conexión directa con la comida mexicana y con el concepto de alimento esencial, la flor aporta una lectura de vitalidad, color y movimiento. En conjunto, estos elementos permitieron construir una propuesta que comunica mexicanidad desde la forma, la textura y la materialidad, y no solamente desde la decoración superficial.

De esta manera, la vajilla no funciona únicamente como un objeto utilitario, sino como un soporte narrativo. Cada pieza acompaña el discurso gastronómico del restaurante y contribuye a reforzar la experiencia cultural del usuario. La comida mexicana no se presenta solo a través del sabor, sino también mediante los objetos que la contienen, la forma en que se sirve y la atmósfera que se construye alrededor de la mesa.

La expresión artesanal de la colección se manifiesta en la textura, en las pequeñas variaciones formales y en la sensación manual de las piezas. Estos elementos permiten comunicar cercanía, autenticidad y cuidado en los detalles. Al mismo tiempo, el lenguaje visual se mantiene limpio y contemporáneo, para que la propuesta pueda integrarse al contexto actual del restaurante sin parecer una reproducción literal o decorativa de lo mexicano.

El partido simbólico también busca generar una conexión emocional con el usuario. Al relacionar la vajilla con el maíz, con las formas orgánicas de la naturaleza mexicana y con la experiencia de comer en comunidad, las piezas adquieren un valor que va más allá de su función práctica. Se convierten en parte de la identidad del restaurante y en un elemento que puede fortalecer la memoria de la experiencia gastronómica.

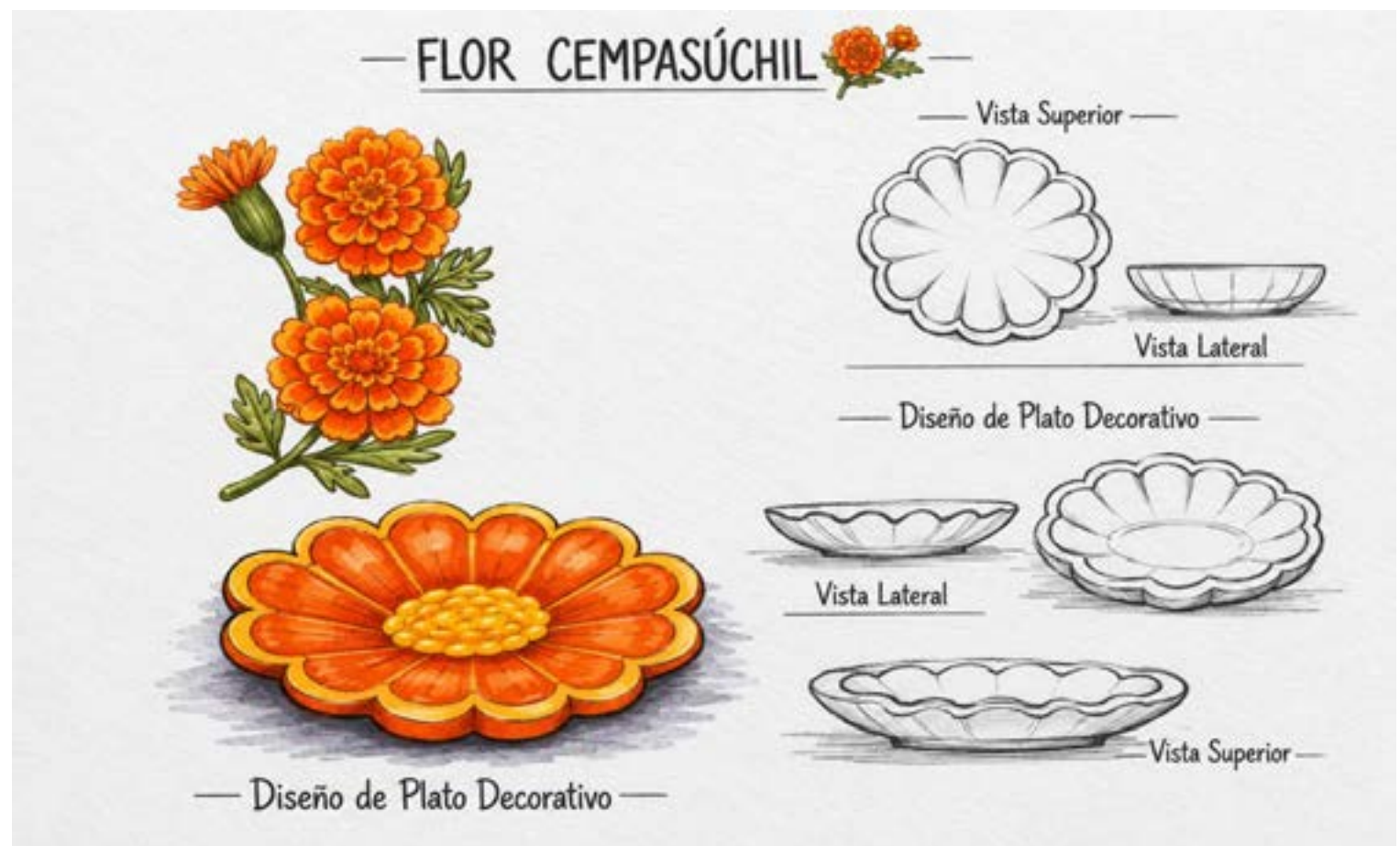
En conjunto, la colección pretende materializar una identidad mexicana actual, en la que la tradición no se representa de manera directa, sino a través de la forma, la textura, el material y la experiencia de uso. Así, la vajilla se convierte en un puente entre la comida, la cultura y el diseño contemporáneo. A partir de estos partidos de diseño, la propuesta final se consolida como una colección coherente con el concepto del proyecto y con las necesidades del restaurante. Cada decisión formal, funcional, ergonómica, material y simbólica responde a la intención de diseñar piezas que no solo cumplan una función práctica, sino que también aporten valor a la experiencia gastronómica.



3.6 BOCETACIÓN Y SELECCIÓN DE PROPUESTA

La etapa de bocetación permitió transformar los conceptos en propuestas concretas de colección. Se desarrollaron alternativas de platos, bowls, salseros, charolas y vasos, evaluando en cada caso su coherencia formal, su desempeño funcional y su capacidad de construir un sistema de identidad para el restaurante. Este proceso no se limitó a la producción de formas aisladas, sino que buscó establecer relaciones entre piezas, tamaños y usos, de manera que la colección pudiera funcionar como un conjunto integrado.

Figura 16.
Primer boceto del concepto de flor mexicana viva.



Nota: Tomado de Capítulo 3 Tesis. Dayanna Correa, 2026

Figura 17.

Primer boceto del concepto del maíz.



Nota: Tomado de Capítulo 3 Tesis. Dayanna Correa, 2026

Colección de vajilla inspirada en el maíz

Diseño para restaurante

Plato principal ovalado "Mazorca"

- Inspirado en la silueta de la mazorca

Área texturada



Plato para tacos 26 x 14 cm

Estras inspiradas en el maíz entetgir



- Divisiones discretas inspiradas en los surcos del maíz

Plato para tacos 26 x 14 cm

- Canales para tacos



Set de salseros + base 22 x 8 cm

- Mini bowls para salsas, limón, cebolla, etc.
- Inspirado en granos y totomoxtle



Bowl mediano "Totomoxtle" 16-18 cm

- Estrias inspiradas en el totomoxtle



Charola para elote / botana

- Tope sutil para elote
- Canal para jugo de mantequilla o lima



Bowl pequeño (guarnición)

- 9-11 cm



- Ideal para guacamole, cremas, frijoles

Taza para atole / bebida 250-320 ml

- Sin asa, mejor agarre.
- Textura estriada inspirada en hojas secas de maíz



Figura 18.
Propuesta 1 del concepto seleccionado.

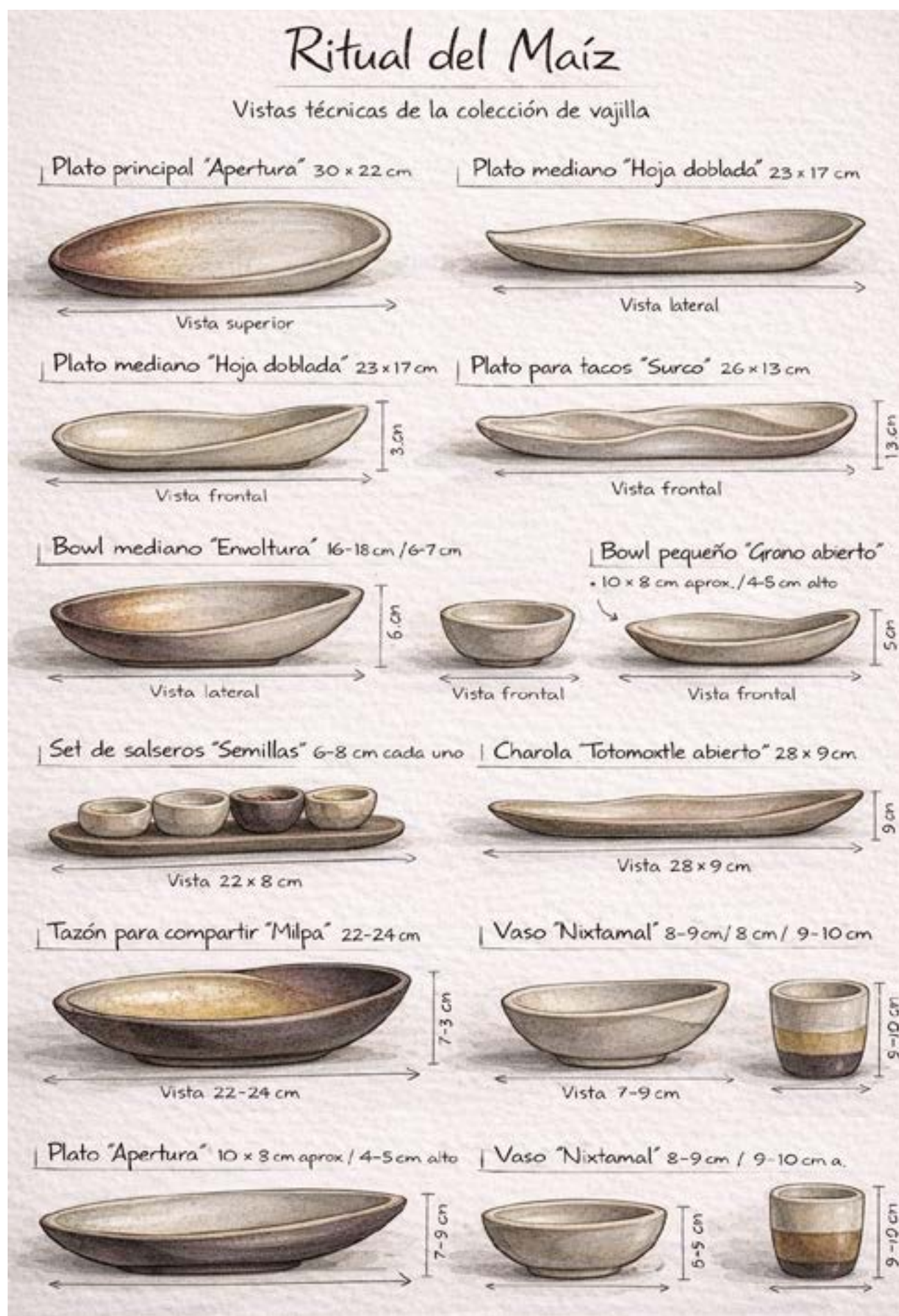
Nota: Tomado de Capítulo 3 Tesis. Dayanna Correa, 2026

3.6.1 Desarrollo de la propuesta basada en el maíz

La propuesta derivada del concepto Milpa / Maíz vivo resultó la más sólida, debido a que integró de manera equilibrada identidad cultural, funcionalidad y contemporaneidad. Dentro de esta línea se desarrollaron piezas como plato principal ovalado, plato para tacos, bowls de distinto tamaño, salseros modulares, charolas para acompañamientos y vasos. Los relieves inspirados en el grano, las estrías vinculadas al totemoxtle y las proporciones orgánicas permitieron construir un lenguaje reconocible y coherente.



Figura 19.
Propuesta 2
del concepto
seleccionado



Nota: Tomado de Capítulo 3 Tesis.
Dayanna Correa, 2026



Figura 20.
Propuesta
seleccionada como
la colección de
vajilla.

Nota: Tomado de Capítulo 3 Tesis.
Dayanna Correa, 2026

3.6.2 Evaluación comparativa y selección

En contraste, la propuesta vinculada a la flor mexicana ofrecía una lectura más ornamental y envolvente, con un valor expresivo evidente, pero con menor claridad funcional en ciertas piezas y una relación más compleja con la lógica operativa del restaurante. Por esta razón, la línea inspirada en el maíz fue seleccionada como base de la propuesta final. Su fortaleza reside en que representa un símbolo profundamente ligado a la cocina mexicana y, al mismo tiempo, permite una traducción formal sobria, táctil y contemporánea. La selección de esta alternativa respondió, por tanto, a un criterio integral que consideró identidad, experiencia de usuario, factibilidad y coherencia de sistema.

3.7 CONCLUSIONES

El desarrollo del presente capítulo permitió establecer la transición entre la investigación teórica y el planteamiento proyectual de la tesis, demostrando que el diseño de la vajilla cerámica debe construirse a partir de una comprensión integral del contexto, de los usuarios y de la experiencia gastronómica que se desea fortalecer. A lo largo del proceso metodológico se evidenció que la vajilla no puede ser entendida únicamente como un contenedor del alimento, sino como un dispositivo de mediación entre la marca, la comida y el comensal. Su forma, materialidad, proporción y lenguaje visual inciden tanto en la operación del restaurante como en la percepción emocional y sensorial de quien consume los platillos.

La definición de perfiles de usuario permitió reconocer dos perspectivas complementarias. Por una parte, la dueña o gerente del restaurante requiere una vajilla duradera, funcional, económicamente viable y coherente con la identidad del negocio. Por otra, el comensal espera una experiencia auténtica, cómoda, visualmente atractiva y memorable. Esta doble lectura fue determinante para entender que el proyecto debía resolver simultáneamente problemas de uso, necesidades operativas y exigencias expresivas. En ese sentido, la propuesta no se orientó hacia una pieza aislada ni hacia una solución meramente decorativa, sino hacia un sistema de vajilla capaz de integrar función, ergonomía y simbolismo cultural.

El análisis de necesidades confirmó que la vajilla actual utilizada en contextos gastronómicos similares presenta limitaciones importantes relacionadas con la fragilidad, la dificultad de reposición, la poca adaptación a ciertos alimentos y la falta de coherencia con la identidad visual del restaurante. A su vez, las encuestas mostraron que los usuarios valoran de manera significativa la limpieza, el diseño original, la comodidad de uso y la relación visual entre el plato y la comida. Esto permitió concluir que una propuesta de vajilla personalizada

puede mejorar no solo la presentación del alimento, sino también la percepción de calidad del servicio y la recordación de la marca.

Por su parte, el análisis de homólogos aportó criterios fundamentales para delimitar el lenguaje de la propuesta. La revisión de vajillas artesanales tradicionales, sistemas contemporáneos de stoneware, piezas alargadas para tacos, contenedores pequeños para salsas y objetos de carácter más escultórico permitió identificar un punto de equilibrio entre identidad cultural y funcionalidad profesional. A partir de esta lectura comparativa se comprendió que la propuesta debía evitar tanto el exceso decorativo como la neutralidad formal absoluta, buscando una expresión capaz de comunicar mexicanidad de forma sutil, contemporánea y coherente con el servicio real del restaurante.

Dentro de la etapa de ideación, el maíz se consolidó como el concepto más pertinente para la propuesta, no solo por su valor simbólico dentro de la cultura mexicana, sino también por su capacidad para traducirse en recursos formales, texturales y ergonómicos aplicables a la cerámica. El grano, la hoja y la mazor-

ca ofrecieron una base conceptual rica, capaz de generar piezas orgánicas, táctiles y sistemáticas. Frente a otras alternativas exploradas, como la inspirada en la flor mexicana, la línea del maíz presentó mayores ventajas en términos de coherencia de sistema, versatilidad, claridad identitaria y relación con la propuesta culinaria de El Rey del Burrito.

Finalmente, los partidos de diseño y la etapa de bocetación definieron una dirección proyectual clara: una colección de vajilla contemporánea, orgánica, funcional y culturalmente significativa. Las decisiones formales se orientaron hacia siluetas limpias y contenidas; las decisiones funcionales, hacia la adaptabilidad a distintos tipos de alimentos y montajes; y las decisiones expresivas, hacia la construcción de una narrativa material vinculada a la cocina mexicana. En consecuencia, este capítulo establece las bases para el desarrollo de la propuesta final, evidenciando que el diseño de vajilla cerámica puede constituirse en una herramienta estratégica para enriquecer la experiencia gastronómica, fortalecer la identidad del restaurante y materializar de forma sensible la relación entre objeto, alimento y cultura.

CAPÍTULO 4

DESARROLLO DEL PRODUCTO

INTRODUCCIÓN DEL CAPÍTULO

Una vez definidos en el capítulo anterior los criterios de diseño, el concepto rector y la propuesta formal de la vajilla cerámica para El Rey del Burrito, en este capítulo se desarrolla el proceso de materialización del producto. El propósito de este apartado es exponer, de manera ordenada y técnica, cómo las decisiones conceptuales, funcionales y expresivas se traducen en piezas concretas, viables y coherentes con el contexto gastronómico para el cual fueron diseñadas.

El desarrollo del producto se aborda considerando la lógica propia del diseño cerámico y las exigencias de uso de un restaurante. En este sentido, no solo se describen las piezas proyectadas, sino también los criterios técnicos que permiten su producción, repetición y funcionamiento dentro de un sistema de vajilla pensado para el servicio de comida mexicana. La propuesta se entiende como un conjunto articulado de objetos que responde a requerimientos de uso, presentación, identidad de marca, resistencia y factibilidad productiva.

Dentro de este proceso, los moldes de yeso cumplen un papel fundamental, ya que permiten reproducir las piezas

cerámicas mediante la técnica de colada en barbotina. El yeso, por su capacidad de absorción, extrae parte del agua contenida en la arcilla líquida y permite que se forme una capa de material sobre las paredes internas del molde. Este procedimiento favorece la reproducción de piezas con mayor precisión, control de espesores y repetibilidad formal, aspectos necesarios para una vajilla destinada a un restaurante, donde se requiere mantener coherencia entre las piezas y posibilidad de reposición.

Asimismo, este capítulo incorpora la documentación técnica correspondiente a cada una de las piezas diseñadas, incluyendo sus especificaciones generales, detalles constructivos y aspectos necesarios para su fabricación. De igual manera, se integran las representaciones visuales finales mediante renders, con el fin de mostrar el resultado formal de la colección y su proyección dentro de la experiencia gastronómica planteada.

De esta manera, el capítulo presenta la propuesta no solo como una intención de diseño, sino como un desarrollo integral que articula diseño, técnica, materialidad y producción.

4.1 DESARROLLO DEL PRODUCTO

El desarrollo de la vajilla cerámica partió de la necesidad de transformar una propuesta conceptual en un sistema de objetos funcionales y técnicamente realizables. Luego de definir la línea de diseño inspirada en referentes culturales mexicanos y, particularmente, en el maíz como eje simbólico, formal y narrativo, fue necesario avanzar hacia una etapa en la que cada pieza pudiera resolverse desde criterios concretos de producción, uso y repetición.

En esta fase, el proyecto dejó de centrarse únicamente en la exploración conceptual para enfocarse en la consolidación del sistema de vajilla como producto. Esto implicó revisar proporciones, capacidades, espesores, estabilidad, ergonomía, posibilidad de apilamiento y relación con el tipo de servicio ofrecido por el restaurante. A diferencia de una pieza cerámica exclusivamente decorativa, la vajilla propuesta debía responder a condiciones específicas de uso cotidiano: contacto directo con alimentos, manipulación constante por parte de meseros y comensales, limpieza frecuente, almacenamiento y resistencia relativa al ritmo operativo del establecimiento.

Desde esta lógica, el desarrollo del producto se planteó como un equilibrio entre expresión formal e implementación técnica. Las piezas debían conservar la identidad visual definida para la colección, pero sin comprometer su funcionalidad ni su viabilidad de fabricación. Esto llevó a depurar ciertos rasgos formales para asegurar un mejor comportamiento productivo, especialmente considerando que la colección sería realizada mediante colada en moldes de yeso. A su vez, el sistema se estructuró a partir de distintas tipologías de piezas que responden a momentos y necesidades concretas del servicio gastronómico, de manera que cada objeto funciona como parte de una totalidad coherente desde el punto de vista visual, operativo y experiencial.

4.2 CRITERIOS TÉCNICOS PARA EL DESARROLLO DE LA VAJILLA

Para desarrollar la vajilla fue necesario definir algunos criterios técnicos que ayudaran a resolver cada pieza de forma más clara. Estos criterios no se pensaron solamente desde la producción, sino también desde el uso real que tendría la vajilla dentro del restaurante. Por eso, se tomaron en cuenta aspectos como la funcionalidad, la comodidad de uso, la forma de fabricación y la unidad visual entre todas las piezas.

En primer lugar, se consideró la función de cada objeto. Cada pieza fue pensada según el tipo de alimento que iba a contener o acompañar, ya que no todos los platos necesitan la misma forma, profundidad o tamaño. Por ejemplo, los platos para tacos o burritos requieren superficies más alargadas, mientras que los bowls y salseros necesitan mayor profundidad para contener salsas, garniciones o preparaciones semilíquidas. De esta manera, la vajilla busca facilitar tanto la presentación de la comida como el momento de consumo.

También se tomaron en cuenta criterios ergonómicos, especialmente el peso, el espesor, la estabilidad y la facilidad de manipulación. Al tratarse de piezas cerámicas, era importante evitar que resultaran demasiado pesadas o incómodas para el comensal y para el personal del restaurante. Por eso, se buscó

mantener espesores controlados, bases estables y bordes que no dificulten el uso de cubiertos ni el acceso a los alimentos. Además, las texturas exteriores se pensaron como un recurso expresivo, pero también como una forma de mejorar el agarre de las piezas.

Desde la parte productiva, se decidió trabajar con moldes de yeso y colada en barbotina, ya que esta técnica permite reproducir varias piezas con mayor control de forma y espesor. Esto es importante porque la vajilla está pensada para un restaurante, donde se necesita que las piezas puedan repetirse y reponerse en caso de rotura o desgaste. Aunque la propuesta mantiene un lenguaje artesanal y orgánico, las formas debían ser lo suficientemente controladas para poder fabricarse sin perder funcionalidad.

Finalmente, se buscó que todas las piezas mantuvieran una misma línea formal. Aunque cada una cumple una función diferente, la colección debía verse como un sistema y no como objetos aislados. Por eso, se trabajaron proporciones similares, bordes suaves, relieves inspirados en el maíz y acabados coherentes entre sí. Estos criterios permitieron que la vajilla conserve una identidad propia y, al mismo tiempo, pueda funcionar dentro del uso cotidiano del restaurante.

4.3 PROCESO TÉCNICO DE FABRICACIÓN

El proceso técnico seleccionado para el desarrollo de la vajilla cerámica fue la fabricación mediante moldes de yeso y colada en barbotina. Esta elección responde tanto a las características formales de la propuesta como a la necesidad de reproducir piezas idénticas con precisión, conservando detalles y permitiendo un mayor control del resultado final. El procedimiento parte de la elaboración de un modelo original, a partir del cual se genera una matriz porosa en yeso que funciona como soporte para la reproducción de la pieza.

El yeso cumple una función fundamental dentro del proceso, ya que su capacidad de absorción permite extraer parte del agua contenida en la barbotina líquida. Una vez vertida la barbotina en el interior del molde, la humedad comienza a ser absorbida por las paredes de yeso, lo que favorece la formación progresiva de una capa de arcilla adherida a la superficie interna. Cuando se alcanza el espesor deseado, se retira el excedente de material y permanece únicamente la capa consolidada que dará forma al objeto cerámico.

Este sistema resulta adecuado para el proyecto porque permite producir piezas con uniformidad, detalle y repetibilidad, cualidades necesarias en una vajilla pensada para un restaurante. A diferencia de otras técnicas más ligadas

a la producción manual pieza por pieza, la colada posibilita un mayor control de las proporciones, de los espesores y del comportamiento estructural del objeto. Esta condición favorece la construcción de un sistema coherente y técnicamente controlado, en el que cada pieza puede reproducirse manteniendo la misma lógica formal y funcional.

De manera general, el proceso técnico para el desarrollo de las piezas se organizó en varias etapas: elaboración del modelo original, fabricación del molde de yeso, preparación y vaciado de la barbotina, control del tiempo de absorción, desmolde, secado, acabado superficial y primera quema. Cada una de estas fases permitió comprobar aspectos importantes de la propuesta, como la forma, el espesor, la estabilidad y la posibilidad de reproducir las piezas de manera controlada.

En primer lugar, se elaboró el modelo original de cada pieza, tomando como referencia las formas definidas en la etapa de diseño. Este modelo funcionó como la base para construir el molde de yeso, por lo que debía conservar las proporciones, bordes, relieves y detalles principales de la propuesta. En esta fase fue importante revisar que la forma no tuviera ángulos o contrasalidas que dificultaran el desmolde, ya que esto podía afectar la reproducción posterior de la pieza.

Molde 1. Molde de yeso de una pieza



*Figura 21.
Modelo original utilizado para la
elaboración del molde.*

Luego se procedió a la elaboración del molde de yeso. Para ello, se preparó una estructura o contenedor alrededor del modelo original, dejando el espacio necesario para verter el yeso. El yeso fue seleccionado por su capacidad de absorción, ya que permite extraer parte del agua contenida en la barbotina durante el proceso de colada. Una vez fraguado, el molde se abrió o se retiró del modelo, obteniendo una cavidad interna con la forma de la pieza. Esta etapa fue fundamental porque el molde define la precisión formal, los espesores posibles y la calidad de reproducción de cada objeto cerámico.

Molde 2. Molde de yeso de dos piezas



*Figura 22.
Molde de yeso 2,
Cantarito para bebidas.*



*Figura 23.
Cantarito para bebidas.*

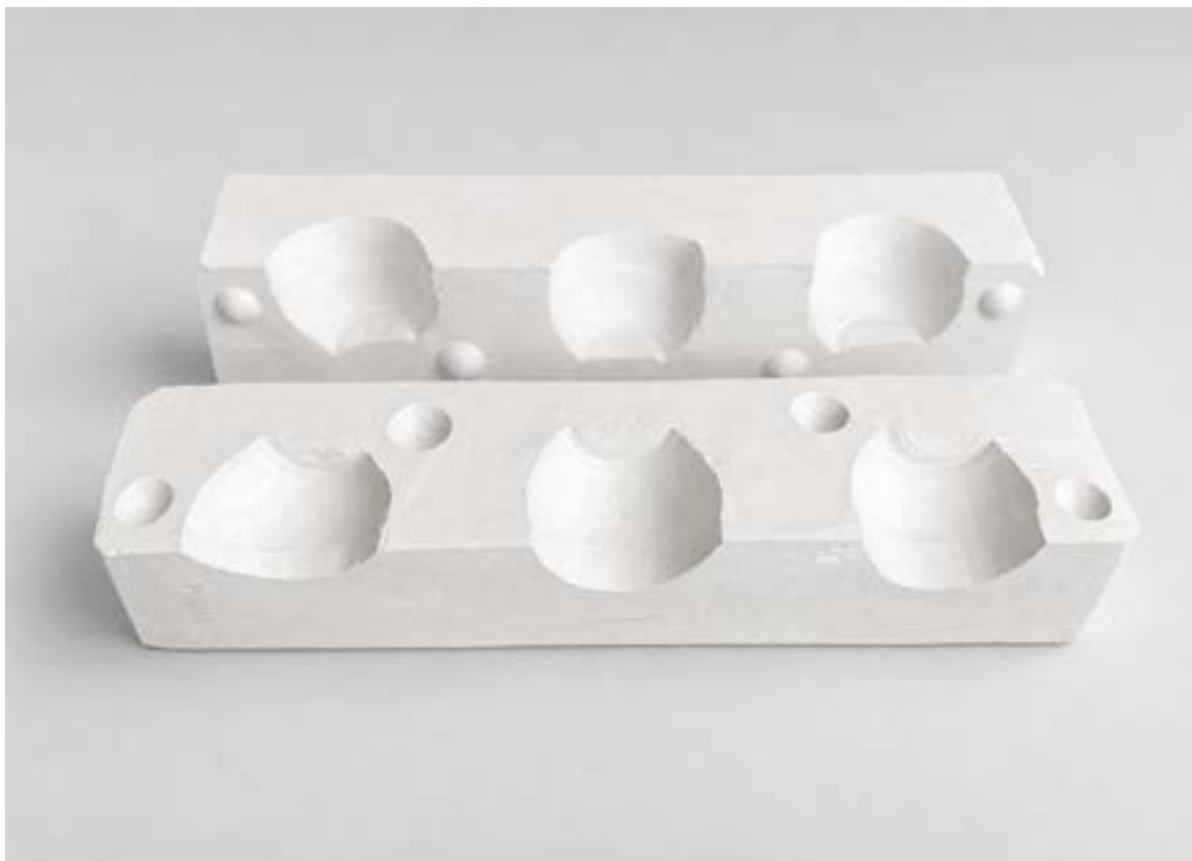


*Figura 24.
Molde 2 Cantarito para bebidas.*

Molde 3. Molde yeso de 2 piezas para 3 salseros



*Figura 25.
Molde de yeso para salsas. 3 salseros*



*Figura 26.
Molde de yeso 3,
apertura por la mitad.*



*Figura 27.
Imagen detallada del
molde para salsas.*



Molde 4. Molde de yeso de dos piezas.



*Figura 28.
Molde de yeso Plato
fuerte para burritos.*



*Figura 29.
Molde de yeso del plato
fuerte abierto.*



*Figura 30.
Molde de yeso del
plato fuerte*





*Figura 31.
Foto a detalle del molde para
plato fuerte.*



Molde 5. Molde de yeso de una pieza



*Figura 32.
Molde de yeso plato pequeño.*



Figura 33.
Molde de yeso plato pequeño.

Después de obtener el molde, se preparó la barbotina, es decir, una mezcla líquida de arcilla y agua con la fluidez adecuada para ser vertida dentro del molde. La barbotina debía estar bien mezclada y sin grumos, para permitir que el material se distribuyera correctamente en el interior. Posteriormente, se realizó el vaciado dentro del molde de yeso, asegurando que la barbotina cubriera toda la superficie interna y llegara a los detalles de la pieza. Se mezclaron 100 kilos de barbotina en polvo con 40 kilos de agua para conseguir la consistencia adecuada para el vaciado correcto de cada una de las piezas. Esta mezcla rinde para 22 galones de barbotina.

*Figura 34.
Vaciado de la
barbotina del
molde 1.*



Una vez vertida la barbotina, se controló el tiempo de absorción. Durante esta fase, el yeso comenzó a absorber el agua de la mezcla, generando una capa de arcilla adherida a las paredes internas del molde. El espesor de la pieza dependió directamente del tiempo que la barbotina permaneció dentro del molde: a mayor tiempo de absorción, mayor espesor de pared. Por esta razón, fue necesario controlar este momento para evitar piezas demasiado delgadas, que podían romperse con facilidad, o demasiado gruesas, que podían resultar pesadas e incómodas para el uso gastronómico.

Cuando se alcanzó el espesor adecuado, se retiró el excedente de barbotina del molde. Esta acción permitió conservar únicamente la capa de arcilla formada sobre las paredes internas. Posteriormente, se dejó reposar la pieza dentro del molde hasta que adquirió suficiente firmeza para ser manipulada sin deformarse.

El desmolde se realizó una vez que la pieza alcanzó un estado de dureza adecuado. Esta fase requirió cuidado, ya que la arcilla aún se encontraba húmeda y podía deformarse o quebrarse si se retiraba de manera brusca. Al desmoldar, se revisaron bordes, superficies, uniones y detalles para identificar posibles imperfecciones generadas durante la colada.

Después del desmolde, las piezas pasaron por un proceso de secado. Esta etapa debía realizarse de forma lenta y controlada para evitar grietas, deformaciones o tensiones en el material. Durante el secado se realizaron también acabados superficiales, como limpieza de rebabas, suavizado de bordes, corrección de pequeñas imperfecciones y revisión de la textura. Este proceso permitió mejorar la calidad final de la pieza antes de ingresar al horno.



*Figura 35.
Secado y acabado
superficial de la
pieza.*





*Figura 36.
Secado y acabado superficial de la pieza.*



*Figura 37.
Secado y acabado superficial de la pieza.*





*Figura 38.
Secado y acabado superficial
de todas las piezas.*

Finalmente, las piezas fueron preparadas para la primera quema o bizcochado. Esta cocción inicial permite eliminar la humedad restante, endurecer la arcilla y transformar la pieza en un cuerpo cerámico más resistente para las siguientes etapas de acabado y esmaltado. La primera quema es importante porque estabiliza la pieza y permite comprobar si el proceso de modelado, colada, desmolde y secado fue adecuado. Cualquier falla en las etapas anteriores puede manifestarse durante esta cocción mediante grietas, deformaciones o roturas.

En conjunto, este proceso permitió comprender que la fabricación mediante moldes de yeso y colada en barbotina requiere control en cada etapa. No se trata únicamente de reproducir una forma, sino de asegurar que la pieza conserve sus proporciones, su espesor, su funcionalidad y su calidad superficial. Para el proyecto, esta técnica resulta adecuada porque permite desarrollar una vajilla con posibilidad de repetición, manteniendo coherencia entre las piezas y respondiendo a las necesidades de uso de un restaurante.

4.4 DOCUMENTACIÓN TÉCNICA DE LAS PIEZAS

La documentación técnica constituye una parte fundamental del desarrollo del producto, ya que traduce la propuesta de diseño a un lenguaje preciso que permite comprender su construcción, dimensiones, relaciones formales y condiciones de producción. En el caso de esta vajilla cerámica, la documentación técnica se elaboró para cada pieza del sistema, incluyendo vistas generales, detalles particulares, tablas de especificaciones y observaciones necesarias para su fabricación.

Este apartado reúne la información técnica correspondiente a los objetos diseñados para la colección. Su función no es únicamente descriptiva, sino también operativa, ya que permite registrar con claridad los parámetros necesarios para producir las piezas de manera consistente. En ese sentido, los planos y fichas técnicas se convierten en un puente entre la intención proyectual y la ejecución material del objeto.

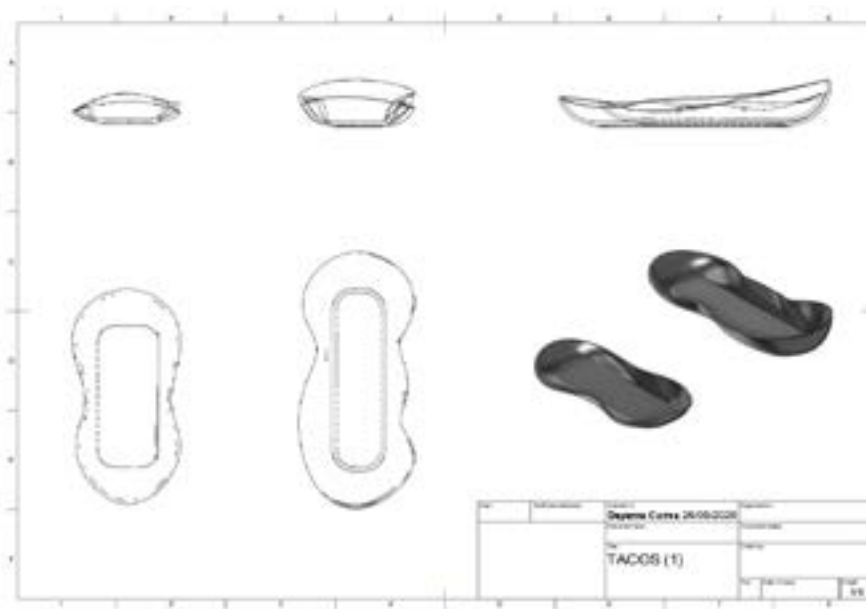
En términos generales, la documentación técnica contempla aspectos como dimensiones principales, altura, diámetro o largo, capacidad estimada, espesores aproximados, tipo de borde, geometría de apoyo, observaciones sobre textura o relieve y notas relacionadas con la fabricación en molde. Dependiendo de la pieza, también se consideran detalles particulares vinculados al tipo de uso que tendrá dentro del restaurante. De esta manera, la documentación permite evidenciar que la propuesta ha sido resuelta no solo desde una búsqueda estética, sino también desde una lógica técnica y productiva.

A continuación, se incorporan los documentos técnicos detallados de cada pieza diseñada, incluyendo conjuntos generales, detalles particulares y tablas de especificaciones, de acuerdo con los requerimientos metodológicos establecidos para esta etapa del proyecto.



4.4.2 Plato para tacos

El plato para tacos responde a una función específica dentro de la vajilla, ya que debe acompañar un tipo de alimento característico del restaurante. Por esta razón, su desarrollo técnico consideró la relación entre la forma de la pieza y la disposición del alimento, buscando estabilidad, comodidad de uso y claridad en la presentación. La documentación correspondiente precisa las medidas, proporciones y particularidades constructivas de la pieza, de modo que pueda ser reproducida manteniendo su funcionalidad y coherencia con el sistema.

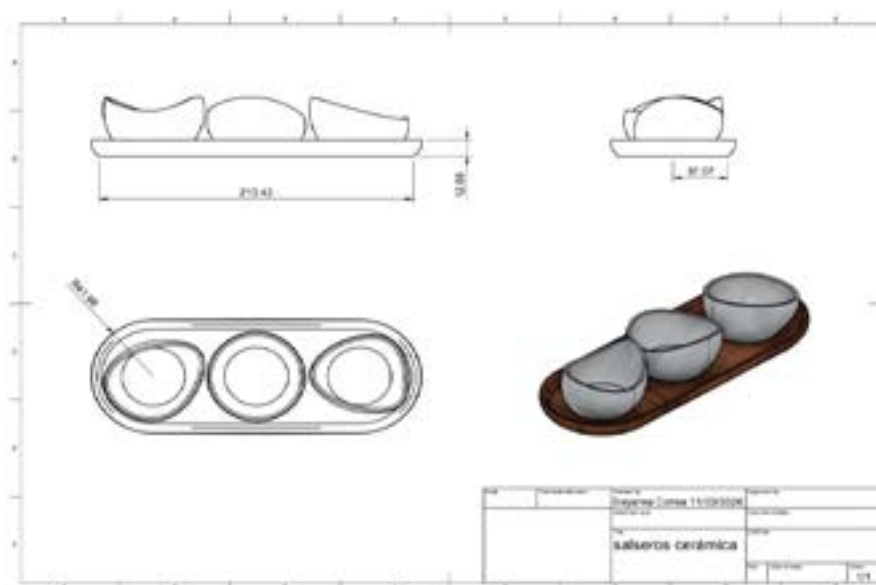


4.4.3 Bowl o pieza contenedora

Los bowls o piezas contenedoras fueron diseñados para resolver el servicio de acompañamientos, preparaciones semilíquidas o porciones individuales que requieren mayor profundidad. Su desarrollo técnico contempló capacidad, contención, facilidad de limpieza, estabilidad y continuidad formal con el resto de la colección. En sus láminas técnicas se incluyen los datos necesarios para comprender la geometría interna y externa de la pieza, así como las observaciones vinculadas a su fabricación por colada.

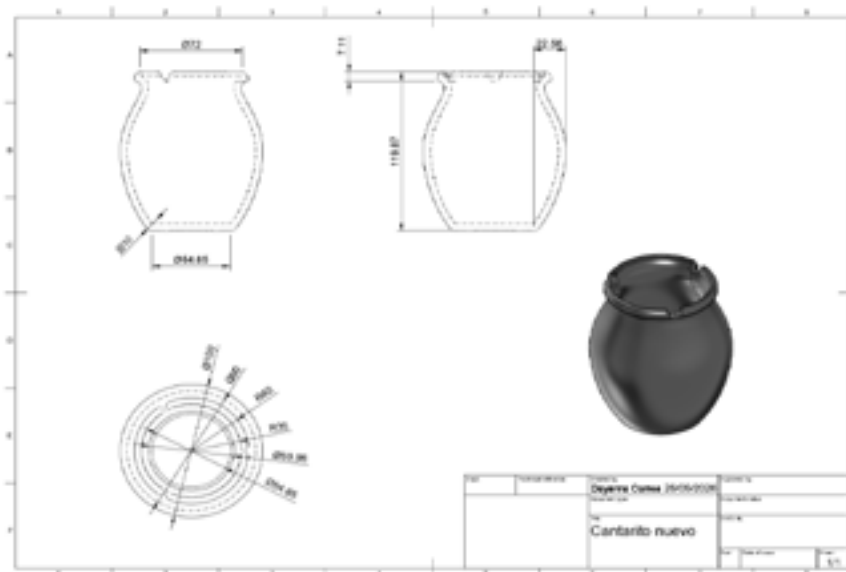
4.4.4 Salsero

El salsero constituye una pieza esencial dentro del sistema debido a la importancia de las salsas en la cocina mexicana. Su diseño técnico se enfocó en garantizar una adecuada contención del contenido, facilidad de manipulación, limpieza y estabilidad durante el uso. La documentación técnica especifica sus dimensiones, espesores y detalles particulares, permitiendo evidenciar cómo una pieza de menor escala también responde a criterios funcionales, ergonómicos y expresivos dentro de la colección.



4.4.5 Piezas complementarias

Las piezas complementarias, como vasos, bandejas u otros elementos auxiliares del sistema, fueron resueltas manteniendo la coherencia formal de la colección y atendiendo funciones específicas dentro del servicio. Su documentación técnica permite comprender la manera en que cada objeto se integra al conjunto general, no como un elemento aislado, sino como parte de una propuesta unificada desde el punto de vista visual, técnico y operativo.



4.5 REPRESENTACIÓN VISUAL DEL PRODUCTO

Como parte del desarrollo final de la propuesta, se realizaron representaciones visuales mediante renders con el fin de mostrar de manera más clara el resultado formal, material y compositivo del sistema diseñado. Estas visualizaciones permiten apreciar el producto en una condición más cercana a su uso final, facilitando la comprensión de sus proporciones, acabados, relaciones entre piezas y presencia visual dentro del contexto gastronómico.

Los renders cumplen una función importante dentro de este capítulo, ya que complementan la documentación técnica con una lectura más perceptiva y expresiva del producto. Mientras los planos permiten comprender dimensiones, espesores y detalles constructivos, las imágenes renderizadas muestran cómo se percibe la colección en conjunto, cómo dialogan las piezas entre sí y de qué manera el lenguaje formal se materializa en una propuesta coherente.

En este proyecto, la representación visual del producto permite evidenciar la intención de lograr una vajilla contemporánea con identidad mexicana, donde la forma, la textura y la materialidad cerámica acompañan la experiencia gastronómica sin competir con el alimento. A través de estas imágenes es posible observar la limpieza formal de las piezas, la sutileza de los relieves, la continuidad del sistema y el carácter de la colección como conjunto diseñado para una marca específica. En este apartado se incorporan los renders finales de cada pieza y, de ser necesario, vistas generales de la colección o de su aplicación en contexto.



4.6 APORTES DEL DESARROLLO TÉCNICO AL PROYECTO

El desarrollo técnico del producto permitió consolidar la propuesta más allá del plano conceptual, demostrando que la colección de vajilla no solo responde a una intención estética o simbólica, sino también a criterios de factibilidad y uso real. Esta etapa fue fundamental para comprobar que el diseño puede sostenerse dentro de una lógica productiva y que sus decisiones formales tienen correspondencia con un proceso técnico concreto.

Uno de los principales aportes de esta fase fue la posibilidad de estructurar la propuesta como un sistema reproducible. La elección del molde de yeso y la colada en barbotina permitió pensar la vajilla desde una lógica de repetición controlada, lo cual resulta especialmente pertinente para un contexto gastronómico donde se requiere consistencia entre piezas. Esta decisión técnica fortalece la viabilidad del proyecto y lo acerca a una aplicación más realista dentro del restaurante.

Asimismo, la documentación técnica permitió precisar aspectos que en la fase conceptual aún podían mantenerse abiertos, como espesores, medidas exactas, relaciones de escala y resolución constructiva. Este nivel de definición aporta claridad al proyecto y evidencia un mayor grado de madurez en la propuesta de diseño. Por otra parte, la visualización del producto mediante renders permitió confirmar que la colección mantiene la identidad planteada desde el concepto inicial. De esta manera, el desarrollo técnico no debilitó la intención expresiva del diseño, sino que la consolidó desde una perspectiva más completa.

4.7 CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO



El presente capítulo permitió desarrollar la propuesta de vajilla cerámica desde una dimensión técnica y productiva, complementando el trabajo conceptual y metodológico planteado en los capítulos anteriores. A partir de esta etapa, el proyecto dejó de entenderse únicamente como una intención de diseño para comenzar a configurarse como un sistema de objetos concretos, definidos y viables dentro de un contexto gastronómico real.

La incorporación de criterios técnicos al desarrollo del producto fue esencial para asegurar que la propuesta respondiera no solo a la identidad visual del restaurante, sino también a necesidades de uso, producción y repetición. En este sentido, la elección del proceso de fabricación mediante moldes de yeso y colada en barbotina resultó coherente con los objetivos del proyecto, ya que permitió plantear una colección reproducible, precisa y adecuada para el diseño de vajilla cerámica.

La documentación técnica de las piezas evidenció la traducción de los criterios formales y funcionales a un lenguaje específico de fabricación, mientras que los renders permitieron visualizar la colección como un sistema integrado, con una presencia estética consistente y acorde al concepto general del proyecto. En conjunto, este capítulo demuestra que el valor de la propuesta no reside únicamente en la apariencia de la vajilla, sino en su capacidad de articular identidad cultural, experiencia gastronómica, funcionalidad y factibilidad técnica dentro de un mismo sistema de diseño.

4.8 CIERRE DEL PROYECTO

El desarrollo del producto permitió consolidar la propuesta de vajilla cerámica para El Rey del Burrito desde una dimensión más concreta, técnica y cercana a su posible aplicación real. A partir de los criterios definidos en el capítulo anterior, la colección dejó de ser únicamente una exploración formal para convertirse en un sistema de piezas pensadas desde su uso, producción, materialidad y relación con la experiencia gastronómica. Esta etapa fue importante porque permitió verificar que la propuesta no dependía solamente de su valor estético o simbólico, sino también de su capacidad para responder a las exigencias propias de un restaurante, donde la vajilla debe ser funcional, resistente, fácil de manipular, coherente con el servicio y adecuada para distintos tipos de alimentos.

Durante el proceso de desarrollo se evidenció la importancia de trabajar la vajilla como un conjunto integrado y no como piezas aisladas. Cada objeto cumplió una función específica dentro del sistema: platos principales, platos para tacos, bowls, salseros, vasos y piezas complementarias. Sin embargo, todos mantuvieron una misma lógica formal y conceptual basada en el maíz como eje simbólico de la cocina mexicana. Esta decisión permitió construir una colección con identidad propia, donde las formas orgánicas, las superficies contenidas y las texturas inspiradas en el grano, la hoja y la mazorca reforzaron la relación entre alimento, cultura y objeto.

La elección de la cerámica y del proceso de colada en moldes de yeso también aportó significativamente al desarrollo del producto. Esta técnica permitió pensar en una producción más controlada y repetible, aspecto necesario para una vajilla destinada a un contexto gastronómico. Además, la documentación técnica de cada pieza permitió definir dimensiones, espesores, proporciones, bordes y detalles constructivos, facilitando la



comprensión del producto desde una mirada más precisa. De esta manera, el proyecto logró vincular la intención conceptual con una solución técnica viable, sin perder el carácter artesanal y contemporáneo planteado desde el inicio.

En relación con la validación, este apartado debe completarse con los comentarios obtenidos de los usuarios, docentes, especialistas, administradores o personas que hayan evaluado la propuesta final. En este espacio se recomienda incluir las observaciones más relevantes sobre la forma, el tamaño, la comodidad de uso, la lectura visual, la relación con la comida mexicana, la percepción de identidad y la viabilidad del producto dentro del restaurante. Estos comentarios permitirán reforzar la conclusión del capítulo y demostrar si la propuesta cumple con los objetivos planteados.

En síntesis, el desarrollo del producto permitió demostrar que la vajilla cerámica propuesta puede funcionar como un medio para enriquecer la experiencia gastronómica, al integrar criterios de diseño, funcionalidad, ergonomía, identidad cultural y factibilidad productiva. La colección responde a una necesidad real del restaurante y propone una alternativa que no solo mejora la presentación de los alimentos, sino que también fortalece la narrativa visual y simbólica de la marca.

4.9 CONCLUSIONES GENERALES

La presente tesis permitió comprender que la vajilla cerámica puede desempeñar un papel fundamental dentro de la experiencia gastronómica, ya que no actúa únicamente como un soporte para los alimentos, sino como un elemento que comunica identidad, genera percepciones sensoriales y fortalece la relación entre el comensal, el plato y la marca. A lo largo del proyecto se evidenció que la experiencia de comer está compuesta por factores visuales, táctiles, funcionales y emocionales, por lo que el diseño de vajilla representa una oportunidad para mejorar la manera en que el usuario percibe y recuerda un restaurante.

En el primer capítulo se identificó la problemática principal: El Rey del Burrito cuenta con una propuesta gastronómica vinculada a la cocina mexicana, pero no dispone de una vajilla diseñada específicamente para representar su identidad ni para acompañar de manera coherente la presentación de sus platos. Esta ausencia genera una desconexión entre el discurso culinario del restaurante y los objetos utilizados en la mesa. A partir de los antecedentes y del estado del arte, se confirmó que aspectos como forma, color, textura, peso y estética influyen en la percepción del alimento y en la valoración general de la experiencia gastronómica.

El segundo capítulo permitió construir una base teórica relacionada con la experiencia gastronómica, el diseño emocional, la multisensorialidad, el emplatado, la funcionalidad y la materialidad. Estos conceptos fueron importantes para



comprender que la vajilla no debe diseñarse solamente desde una búsqueda decorativa, sino desde una relación integral entre usuario, objeto, alimento y contexto. De esta manera, la teoría orientó las decisiones posteriores y permitió justificar la importancia del diseño de productos dentro del ámbito gastronómico.

En el tercer capítulo se definieron los perfiles de usuario, las necesidades del proyecto, los homólogos, la etapa de ideación y los partidos de diseño. Esta fase permitió seleccionar al maíz como concepto rector de la propuesta, debido a su valor simbólico dentro de la cultura mexicana y a su capacidad para traducirse en formas, texturas y recursos cerámicos. Además, se estableció que la colección debía mantener un equilibrio entre identidad cultural, contemporaneidad, ergonomía y funcionalidad.

El cuarto capítulo desarrolló la propuesta final desde una dimensión técnica, mediante la documentación de las piezas, la definición del proceso productivo y la representación visual del sistema de vajilla. Esta etapa permitió comprobar que la propuesta podía materializarse como una colección coherente, reproducible y adecuada para el contexto del restaurante.

Entre los principales aspectos positivos del proyecto se encuentra la construcción de una vajilla con identidad propia, relacionada directamente con el concepto del maíz y con la cocina mexicana. También se destaca la posibilidad de fortalecer la presentación de los alimentos, generar una experiencia más memorable para el comensal y aportar un valor diferenciador a la marca. Como posibles limitaciones se reconocen los costos de producción cerámica, la fragilidad del material frente al uso intensivo y la necesidad de realizar pruebas físicas para comprobar plenamente resistencia, peso, y comportamiento durante el lavado.



DISEÑO DE VAJILLA CERÁMICA COMO MEDIO PARA ENRIQUECER LA EXPERIENCIA GASTRONÓMICA

CASO DE ESTUDIO: EL REV DEL BURRITO

4.10 BIBLIOGRAFÍA

Aaker, D. A. (1996). *Building strong brands*. Free Press.

Associated Press. (24 de abril de 2024). *The plate as palette: Set the table and the mood with the latest in creative dishware*. Associated Press. <https://apnews.com/article/dbebd24de39e551170375672c9eb8371>

Desmet, P. M. A., & Hekkert, P. (2007). Framework of product experience. *International Journal of Design*, 1(1), 57–66. <https://www.ijdesign.org/index.php/IJDesign/article/view/66>

Garrett, J. J. (2011). *The elements of user experience: User-centered design for the web and beyond* (2nd ed.). New Riders.

Global Market Insights. (2025). *Ceramic tableware market size & share 2025–2034*. <https://www.gminsights.com/industry-analysis/ceramic-tableware-market>

Głuchowski, A., Koteluk, K., & Czarniecka-Skubina, E. (2024). Effect of shape, size, and color of the food plate on consumer perception of energy value, portion size, attractiveness, and expected price of dessert. *Foods*, 13(13), 2063. <https://doi.org/10.3390/foods13132063>

Joyye. (2023). *Create brand identity through custom ceramic tableware*. <https://www.joyye.com/info-detail/create-brand-identity-through-custom-ceramic-tableware>

Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (4th ed.). Pearson.

Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). *Marketing for hospitality and tourism* (7th ed.). Pearson Education Limited.

Michel, C., Velasco, C., & Spence, C. (2015). Cutlery matters: Heavy cutlery enhances diners' enjoyment of the food served in a restaurant. *Flavour*, 4(26). <https://doi.org/10.1186/s13411-015-0036-y>

Nazri, H. M., Zali, A. A. B. Z., & Ibrahim, N. A. (2022). Assessing the impact of tableware and its influence on the fine dining experience. *Journal of Business and Social Review in Emerging Economies*, 8(3), 637–646. <https://doi.org/10.26710/jbsee.v8i4.2460>

Nazri, H. M., Zali, A. A. B. Z., & Ibrahim, N. A. (2022). Enhancing the dining experience through emotional tableware design. *Sustainable Business and Society in Emerging Economies*, 4(3), 707–714. <https://doi.org/10.26710/sbsee.v4i4.2461>

Nielsen, J. (1993). *Usability engineering*. Morgan Kaufmann.

Norman, D. A. (2004). *Emotional design: Why we love (or hate) everyday things*. Basic Books.

Pheasant, S., & Haslegrave, C. M. (2006). *Bodyspace: Anthropometry, ergonomics and the design of work* (3rd ed.). CRC Press.

Pine, B. J., II, & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Harvard Business School Press.

Piqueras-Fizman, B., Alcaide, J., Roura, E., & Spence, C. (2012). Is it the plate or is it the food? Assessing the influence of the color (black or white) and shape of the plate on the percep-

tion of the food placed on it. *Food Quality and Preference*, 24(1), 205–208. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2011.08.011>

Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). *The future of competition: Co-creating unique value with customers*. Harvard Business School Press.

Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1–3), 53–67. <https://doi.org/10.1362/026725799784870496>

Spence, C. (2017). *Gastrophysics: The new science of eating*. Viking.

Spence, C. (2018). Background colour & its impact on food perception & behaviour. *Food Quality and Preference*, 68, 156–166. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2018.02.012>

Spence, C., & Piqueras-Fiszman, B. (2014). *The perfect meal: The multisensory science of food and dining*. Wiley-Blackwell.

Velasco, C., Woods, A. T., Petit, O., Cheok, A. D., & Spence, C. (2016). Crossmodal correspondences between taste and shape, and their implications for product packaging. *Food Quality and Preference*, 52, 17–26. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2016.03.005>

Zellner, D. A., Loss, C. R., Zearfoss, J., & Remolina, S. (2014). It tastes as good as it looks! The effect of food presentation on liking the food. *Appetite*, 77, 31–35. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2014.02.009>

Zhang, S., Qian, J., Wu, C., He, D., Zhang, W., Yan, J., & He, X. (2022). Tasting more than just food: Effect of aesthetic appeal of plate patterns on food perception. *Foods*, 11(7), 931. <https://doi.org/10.3390/foods11070931>



DISEÑO DE VAJILLA CERÁMICA COMO MEDIO PARA ENRIQUECER LA EXPERIENCIA GASTRONÓMICA
CASO DE ESTUDIO: EL REV DEL BURRITO