

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA CALI
FACULTAD DE CREACIÓN Y HÁBITAT
CARRERA DE DISEÑO DE COMUNICACIÓN VISUAL

“COCINA Y TERRITORIO: LA GASTRONOMÍA COMO IMPULSO PARA EL
TURISMO EN BUENAVENTURA”

ANTEPROYECTO DE GRADO

ESTUDIANTE
ANGIE PAOLA AGUDELO ORTIZ

ASIGNATURA - TEMAS ESPECIALES DE DISEÑO

2025-1



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali

ted

1 Fase 1: TEMA

1.1 Temática y claves de oportunidad y motivación:

Buenaventura, el principal puerto de Colombia en el océano Pacífico, posee una riqueza cultural y natural que lo posiciona como un destino turístico potencial. Sin embargo, a pesar de su diversidad gastronómica y tradiciones culinarias únicas, el turismo en la región no ha alcanzado el desarrollo esperado. La gastronomía local, caracterizada por platos emblemáticos como el encocado de mariscos, el arroz clavado y la piangua, refleja la biodiversidad marina y las tradiciones ancestrales de las comunidades afrocolombianas. No obstante, la falta de promoción y estrategias efectivas ha limitado el reconocimiento de esta oferta culinaria en el ámbito turístico nacional e internacional.

En este contexto, surge una oportunidad significativa para posicionar la gastronomía de Buenaventura como un atractivo turístico mediante estrategias de branding, storytelling y experiencias inmersivas. Existen diversas iniciativas locales que han buscado rescatar y promocionar la cocina tradicional, pero aún falta una articulación efectiva entre los sectores gastronómico, turístico y gubernamental. Además, el auge del turismo gastronómico en Colombia, con ciudades como Cartagena y Medellín destacándose en este ámbito, demuestra que hay un mercado dispuesto a explorar experiencias culinarias auténticas y diferenciadoras. Aprovechar esta tendencia y adaptarla a la oferta de Buenaventura podría generar un impacto positivo en la economía y el reconocimiento cultural del territorio.

Desde una perspectiva personal y académica, esta temática se alinea con mi interés en el branding, la identidad visual y la creación de estrategias para potenciar marcas y experiencias. Mi formación en Diseño y Comunicación Visual me permite abordar el tema desde una óptica creativa y estratégica, combinando la investigación con el desarrollo de herramientas visuales y narrativas que faciliten la promoción de la gastronomía local. Además, mi afinidad con la exploración de espacios y culturas me motiva a resaltar los elementos que hacen única la cocina de Buenaventura, generando una conexión emocional con el público objetivo.

El análisis DOFA realizado revela varias conclusiones clave. Entre las fortalezas, destaca la autenticidad y diversidad de la gastronomía local, así como la existencia de festivales culinarios que celebran esta riqueza. Las debilidades incluyen la falta de infraestructura turística adecuada y la escasa promoción de la oferta gastronómica. Las oportunidades se centran en el auge del turismo experiencial y gastronómico, mientras que las amenazas abarcan la competencia de otros destinos y posibles desafíos socioeconómicos locales.

En conclusión, la promoción del turismo en Buenaventura a través de su gastronomía representa una estrategia prometedora para el desarrollo económico y cultural de la región. Al aprovechar las oportunidades identificadas y mitigar las debilidades y amenazas, es posible posicionar a Buenaventura como un destino culinario destacado, enriqueciendo la experiencia turística y fortaleciendo la identidad

cultural local.

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buenaventura cuenta con ingredientes autóctonos únicos que no se encuentran fácilmente en otras regiones. • Los platos típicos están asociados a experiencias sensoriales y culturales atractivas para el turismo. • Se puede aprovechar la tendencia global del turismo gastronómico para atraer visitantes interesados en experiencias culinarias auténticas. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de infraestructura turística adecuada en la región para recibir mayor cantidad de visitantes. • Posible dificultad para acceder a financiamiento o apoyo gubernamental para proyectos de turismo gastronómico. • La gastronomía de Buenaventura no ha sido ampliamente promovida en plataformas digitales y redes sociales.
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uso de redes sociales, plataformas de contenido y estrategias digitales para dar mayor visibilidad a la gastronomía del Pacífico. • Eventos y festivales gastronómicos que pueden servir como plataforma de promoción. • Creación de experiencias turísticas que incluyan la preparación de platos junto a cocineros tradicionales, fortaleciendo el vínculo entre la comunidad y los visitantes. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • La estigmatización de Buenaventura por temas de seguridad puede frenar el interés de algunos turistas. • Competencia con otros destinos gastronómicos que ya están posicionados a nivel nacional e internacional. • Pérdida progresiva de recetas tradicionales debido a la globalización y la falta de documentación formal.

2 Fase 2: ANÁLISIS Y DEFINICIÓN DEL ASUNTO DE ESTUDIO

2.1 Justificación

Buenaventura, el principal puerto de Colombia en el océano Pacífico, posee una riqueza cultural y natural que lo posiciona como un destino turístico emergente. Durante el primer puente festivo de 2025, más de 31.000 turistas visitaron la ciudad, disfrutando de sus playas y oferta cultural, lo que evidencia su creciente atractivo en la industria turística nacional e internacional. (Alcaldía Distrital de Buenaventura, 2025)

Sin embargo, a pesar de este incremento en el flujo de visitantes, la gastronomía local aún no ha sido plenamente reconocida ni aprovechada como un motor clave para el desarrollo turístico. La cocina tradicional del Pacífico colombiano, caracterizada por platos como el tapado de pescado con banano, el triple de camarón y el ceviche de piangua, es una manifestación viva de la identidad cultural de las comunidades afrocolombianas de la región. Estas recetas, transmitidas de generación en generación, no solo ofrecen una experiencia culinaria única, sino que también narran historias de resistencia, adaptación y convivencia con el entorno.

El turismo gastronómico ha demostrado ser una herramienta eficaz para promover y preservar las tradiciones locales, al tiempo que impulsa la economía regional. Según

la Organización Mundial del Turismo (OMT), la gastronomía contribuye significativamente a la creación de la marca de los destinos, manteniendo y preservando las tradiciones locales y la diversidad, y aprovechando la autenticidad. En este contexto, la gastronomía de Buenaventura representa una oportunidad invaluable para diversificar y enriquecer la oferta turística de la ciudad. (Organización Mundial del Turismo, s.f.)

No obstante, existen desafíos que han limitado la integración efectiva de la gastronomía en la propuesta turística de Buenaventura. Entre ellos se encuentran la falta de infraestructura adecuada, la escasa promoción de la cocina local en plataformas digitales y la ausencia de estrategias de comunicación visual que resalten la autenticidad y el valor cultural de la gastronomía local. Además, la percepción de inseguridad y la competencia con otros destinos gastronómicos más consolidados representan amenazas que deben ser abordadas con estrategias innovadoras y sostenibles.

Este proyecto de investigación se centra en desarrollar estrategias de comunicación visual que visibilicen y valoren la gastronomía tradicional de Buenaventura como un atractivo turístico central. Al destacar la autenticidad de las recetas locales y las historias detrás de cada plato, se busca no solo atraer a turistas interesados en experiencias culinarias auténticas, sino también fortalecer el sentido de identidad y orgullo de las comunidades locales. La implementación de estas estrategias contribuirá

al desarrollo económico sostenible de la región, preservando al mismo tiempo su patrimonio cultural inmaterial.

2.2 Delimitación del problema de diseño desde la caracterización del fenómeno:

¿Qué?

El problema que quiero abordar es cómo lograr que más personas se interesen en viajar a Buenaventura no solo por sus paisajes, sino también por su gastronomía. Se habla mucho de la comida del Pacífico, y aunque hay recetas y videos en internet, la experiencia de probar estos platos en su contexto original es completamente diferente. Platos como el arroz atollado, el encocado o el arrechón no solo tienen un sabor especial, sino que cuentan historias de tradición y cultura. Sin embargo, muchas personas desconocen la importancia de estos sabores o simplemente no consideran Buenaventura como un destino gastronómico atractivo.

¿Cómo?

¿Cómo se está representando actualmente la gastronomía tradicional de Buenaventura en los medios de comunicación y plataformas visuales?

¿Cómo se han documentado hasta ahora los saberes y prácticas culinarias del territorio?

¿Cómo perciben los públicos externos esta cocina y qué tanto la valoran como patrimonio cultural?

¿Cómo puede una estrategia de diseño de comunicación visual aportar a la difusión y resignificación de esta gastronomía?

¿Cómo se puede vincular el acto de cocinar y degustar con su contexto histórico, simbólico y social mediante recursos gráficos?

¿Cómo influye la falta de narrativas visuales contextualizadas en el posicionamiento turístico y cultural de Buenaventura?

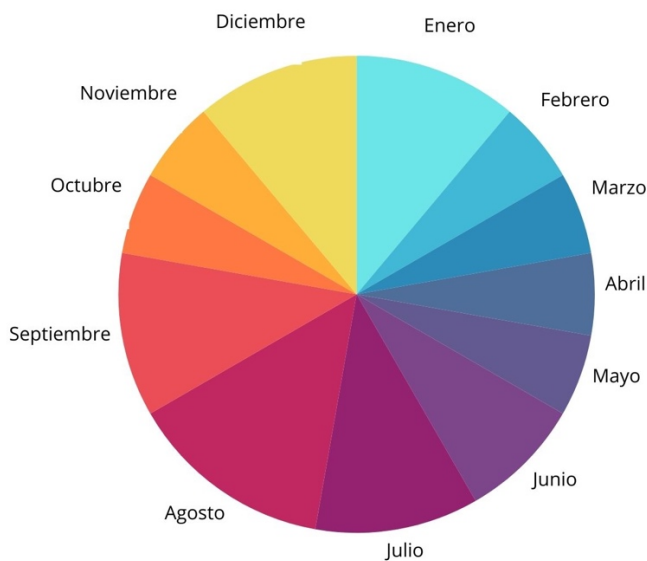
¿Quiénes?

Los actores involucrados en este fenómeno son múltiples: en primer lugar, la comunidad local de Buenaventura, compuesta por cocineros, amas de casa y pequeños empresarios gastronómicos, que poseen el saber ancestral y las técnicas tradicionales; en segundo lugar, los potenciales turistas, especialmente aquellos provenientes de otras regiones del país, quienes desconocen la riqueza y diversidad de la cocina pacífica; y, en tercer lugar, los organismos públicos y privados relacionados con el turismo y la cultura, que tienen el desafío de promover y preservar esta identidad culinaria

¿Cuándo?

Buenaventura es especialmente visitada en temporadas vacacionales y eventos naturales que atraen a turistas y personas que regresan a su territorio de origen. Durante los meses de diciembre y enero, muchas familias que viven fuera de la ciudad vuelven para celebrar las festividades, lo que incrementa el flujo de visitantes y el consumo de platos tradicionales. Lo mismo ocurre en junio y julio, época de vacaciones escolares y

universitarias. Además, entre agosto y octubre, se vive la temporada de avistamiento de ballenas, un evento natural que atrae turistas nacionales e internacionales, generando un mayor interés por la cultura y gastronomía local. Estas temporadas permiten que la cocina tradicional de Buenaventura se valore y difunda como parte fundamental de la experiencia turística.



¿Dónde?

Se centra en el territorio de Buenaventura, en el departamento del Valle del Cauca, y en el contexto más amplio del Pacífico colombiano, una región que, a pesar de contar con una identidad cultural sólida, permanece poco reconocida a nivel nacional e internacional en términos turísticos.

3 Fase 3: OBJETIVOS, RUTA METODOLÓGICA Y CONSIDERACIONES ÉTICAS

3.1 Objetivo general

Diseñar una estrategia de Diseño de comunicación visual a través de un enfoque documental y colaborativo en valor de la en riqueza culinaria del territorio de Buenaventura.

3.2 Objetivos específicos.

1. Analizar las tradiciones culinarias de Buenaventura, analizando sus ingredientes, técnicas y valores culturales, para establecer una base de referencia visual.
2. Explorar referentes gráficos y estrategias de comunicación visual aplicadas a la gastronomía, para identificar enfoques efectivos en la representación de identidad cultural.
3. Desarrollar una propuesta visual que interprete y difunda la riqueza gastronómica del territorio, utilizando elementos gráficos alineados con su identidad cultural.

3.3 Ruta metodológica:

La ruta metodológica se divide en cuatro etapas: recolección de saberes gastronómicos y turísticos, análisis de la información, diseño del producto visual y validación. A lo largo de 18 semanas, se desarrollan actividades como entrevistas, investigación documental, diseño gráfico e ilustración, con el fin de

crear una estrategia visual que conecte la gastronomía tradicional de Buenaventura con su identidad cultural y turística.

Actividad/ Etapas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Etap 1: Recopilación y documentación de saberes gastronómicos y turísticos <ul style="list-style-type: none"> • Actividad 1: Entrevistas con mujeres afrodescendientes que lideran restaurantes y preparan platos típicos en Buenaventura y el Pacífico colombiano. • Actividad 2: Registro audiovisual y transcripción de relatos sobre sus experiencias, técnicas culinarias y la relación entre gastronomía y turismo. 																		
<ul style="list-style-type: none"> • Actividad 3: Investigación documental sobre la historia y evolución de la gastronomía del Pacífico, revisando libros, revistas, artículos académicos y noticias relevantes. • Actividad 4: Identificación de platos emblemáticos y su conexión con la identidad cultural y el turismo de aventura en la región. 																		
Etap 2: Análisis y organización de la información <ul style="list-style-type: none"> • Actividad 5: Síntesis de la información recopilada en entrevistas y fuentes documentales, destacando los elementos más representativos. • Actividad 6: Estudio del impacto de la gastronomía en el turismo de Buenaventura, analizando tendencias, desafíos y oportunidades. 																		
<ul style="list-style-type: none"> • Actividad 7: Comparación de estrategias utilizadas en otras regiones o países para potenciar el turismo a través de la gastronomía. • Actividad 8: Selección de los casos más representativos para ilustrar en el producto final. 																		
Etap 3: Diseño y desarrollo del producto visual <ul style="list-style-type: none"> • Actividad 9: Creación de bocetos y exploración visual de la identidad del proyecto. • Actividad 10: Ilustración y diseño gráfico de los elementos clave que representen la relación entre gastronomía y aventura. 																		
<ul style="list-style-type: none"> • Actividad 11: Desarrollo de material gráfico para comunicar la conexión entre la cocina tradicional y el turismo de aventura. • Actividad 12: Diseño de la diagramación y estructura del producto visual (puede ser una guía, infografía, campaña visual, etc.). 																		
Etap 4: Validación y ajustes finales <ul style="list-style-type: none"> • Actividad 13: Presentación del diseño a expertos en gastronomía, turismo y comunicación visual para recibir retroalimentación. • Actividad 14: Ajustes y mejoras basados en las recomendaciones recibidas. • Actividad 15: Pruebas de impacto con una muestra del público objetivo para evaluar la efectividad del producto final. 																		
Preparación presentación																		
Entrega final																		

3.4 Consideraciones éticas:

**FORMATO PARA EL ANÁLISIS PREVIO DE CONSIDERACIONES ÉTICAS DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN,
INNOVACIÓN O CREACIÓN**

DATOS GENERALES DEL PROYECTO		
Título del proyecto	COCINA Y TERRITORIO: LA GASTRONOMÍA COMO IMPULSO PARA EL TURISMO EN BUENAVENTURA	
Investigador Principal (IP) () Estudiante ()	Angie Paola Agudelo Ortiz	
Coinvestigadores		
Tutor		
Facultad / Instituto del IP	Facultad de creación y hábitat	
Departamento	Creación	
Tipo de proyecto	Investigación	x

	Innovación	
	Investigación-creación	
	Creación	
Modalidad	Convocatoria Interna	¿Cuál?
	Convocatoria Externa	
	Proyecto de estudiantes	x
	Proyecto sin recursos frescos	
Tipo de FUENTE	Estudio de fuentes primarias	
	Estudio de fuentes secundarias	
	Estudio mixto	x
Tipo de estudio, tipo de investigación, diseño investigativo		
Fecha de solicitud de	28- Marzo - 2025	



aval	
Fecha de inicio y fin del proyecto	

ASPECTOS POR EVALUAR	S	N	N	OBSERVACIONES
	i	o	/A	
CONSIDERACIONES ÉTICAS GENERALES (Diligenciar para todo tipo de proyectos)				
1. El proyecto incluye el análisis de las consideraciones éticas asociadas a la metodología a desarrollar.	X			El proyecto respeta la privacidad y consentimiento informado de las personas entrevistadas, asegurando el uso ético de la

				información obtenida.
2. El proyecto acoge las normativas nacionales o internacionales, regulaciones aplicables al campo de conocimiento y estándares éticos.		X		
3. El proyecto especifica cómo garantiza la validez y confiabilidad científica: claridad metodológica (métodos, fuentes de datos, análisis de información, uso de programas software o sistemas de apoyo adecuados para toma de datos confiables, recursos acordes, etc.) y claridad procedimental.		X		
4. El proyecto utilizará fuentes o datos personales, públicos o privados, y cuenta con su respetivo soporte y autorización de derechos de uso.		X		
5. El proyecto especifica claramente el plan de gestión de datos, incluyendo la protección de datos (habeas data), la veracidad, privacidad, confidencialidad y custodia.	X	X		
6. El proyecto especifica si los datos obtenidos serán utilizados para el presente proyecto o servirán como base para futuras investigaciones		X		
7. El proyecto incluye el plan divulgación de los resultados		X		
8. El proyecto describe la autoría de los productos de acuerdo con la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad.		X		
9. El IP o los coinvestigadores tienen algún conflicto de interés. ¿El proyecto sustenta la solución del conflicto?			X	
10. El proyecto de investigación incluye a participantes humanos como sujetos de investigación y/o creación.		X		Incluye mujeres afrodescendientes dueñas de restaurantes y

				cocineras tradicionales en Buenaventura.
11. El proyecto requiere consentimiento informado, consentimiento parental o asentimiento informado.	x			Se solicitará consentimiento informado a cada participante antes de realizar entrevistas o grabaciones.:
12. El consentimiento está redactado en lenguaje coloquial y explica qué se va a hacer, cómo (metodología), dónde, cuándo, por qué razón, para qué (beneficio), derechos, deberes, gastos, incentivos.	x			
13. Indique el grupo(s) poblacional(es) incluido(s) en la investigación: <input type="checkbox"/> Menores de edad <input type="checkbox"/> Adultos mayores (65 años o más) <input type="checkbox"/> Adultos mayores institucionalizados <input type="checkbox"/> Personas en situación de discapacidad física mental <input type="checkbox"/> Personas con discapacidad física o mental <input type="checkbox"/> Comunidad LGBTIQ+ <input type="checkbox"/> Víctimas de conflicto armado <input type="checkbox"/> Excombatientes - reinsertados <input type="checkbox"/> Pacientes <input checked="" type="checkbox"/> Minorías étnicas (indígena, afrocolombiana, rom, raizal y palenquera) <input type="checkbox"/> Habitantes de calle				



<input type="checkbox"/> Migrante <input type="checkbox"/> Personas en estado de embarazo <input type="checkbox"/> ¿Otro, Cual? <input type="checkbox"/> Ninguno				
<p>Nota: Consulte la página del Ministerio de Salud y Protección Social la definición de población vulnerable</p> <p>https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/poblaciones-vulnerables/Paginas/poblaciones-vulnerables.aspx</p> <p>Si su proyecto involucra población vulnerable, anexe el (los) permiso (s) institucionales (es) correspondiente</p>				
<p>14. Indique si trabajará con sujetos que hacen parte de los siguientes grupos de población subordinada:</p> <p><input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Estudiantes PUJ</p> <p><input type="checkbox"/> Estudiantes de otras instituciones</p> <p><input type="checkbox"/> Trabajadores Hospitales o Clínicas de convenio docencia-servicio</p> <p><input type="checkbox"/> Trabajadores de otras instituciones</p> <p><input type="checkbox"/> Personas privadas de la libertad (internos o reclusos)</p> <p><input type="checkbox"/> Fuerzas armadas</p> <p><input type="checkbox"/> Policía</p> <p><input type="checkbox"/> ¿Otro, Cual?</p> <p><input type="checkbox"/> Ninguno</p>				
<p>15. El proyecto especifica claramente el número de participantes, su rango de edad, sexo, grupo étnico, lugar de procedencia, lugar de toma de datos, tiempo de participación. Describe la</p>	x			

selección adecuada, y equitativa de la población.				
16. ¿El proyecto cuenta con autorización de la comunidad para llevar a cabo el proyecto de investigación?		x		
17. ¿El proyecto puede tener un impacto negativo en seres humanos, animales, el medio ambiente o el patrimonio cultural (material o inmaterial)?			x	
18. ¿Existe algún aspecto reputacional de algún integrante del equipo o entidad financiadora que deba ser tenido en cuenta?			x	Especifique cuál
<p>PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN CON SERES HUMANOS</p> <p>Estos proyectos deben remitirse al Comité de <u>Ética de la Investigación en Salud Humana</u> adscrito a la Facultad de Ciencias de la Salud o a Comité de Ética de la Investigación con aval INVIMA (externo) (Consulte a la OID)</p>				
<p>OTROS PROYECTOS INVESTIGACION CREACION- INNOVACION -CREACION- CON SERES HUMANOS</p>				
<p>19. Indique el tipo de estudio a desarrollar</p> <p><input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Estudio observacional</p> <p><input type="checkbox"/> Estudio de intervención</p> <p><input type="checkbox"/> Otro</p> <p>¿Cuál? _____</p>				

<p>20. Indique el tipo de intervención, si aplica.</p> <p><input type="checkbox"/> Estudio de intervención con dispositivo</p> <p><input type="checkbox"/> Estudio de intervención psicosocial y del comportamiento</p> <p><input type="checkbox"/> Exámenes/ pruebas físicas</p> <p><input type="checkbox"/> Intervención en medio ambiente, cultura, arte</p> <p><input type="checkbox"/> Otro</p> <p>¿Cuál? _____</p>			x	
<p>21. ¿Los resultados derivados del estudio generan la necesidad de activar rutas de atención en salud o notificaciones obligatorias? (Por ejemplo, reporte a SIVIGILA, ruta de atención a víctimas por violencia)</p>		x		
<p>22. ¿El proyecto incluye datos clínicos?</p>		x		Especifique
<p>Nota: Consulte la Ley 2287 de 2023 Biobancos "Por medio de la cual se crea el sistema nacional de biobancos y se regula el funcionamiento de los biobancos con fines de investigación biomédica, biotecnológica y epidemiológica y se dictan otras disposiciones"</p>				
<p>23. ¿El proyecto incluye transferencia de muestras biológicas a terceros para su tratamiento (diferentes a PUJ)? ¿Qué tipo de transferencia?</p>		x		Tipo de



<input type="checkbox"/> Transferencia a nivel nacional <input type="checkbox"/> Transferencia internacional				muestra
24. ¿El proyecto involucra muestras biológicas de origen humano?		x		Cuáles
PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN CON ANIMALES (Diligencie si aplica) Estos proyectos deben remitirse al Comité Institucional de Cuidado y Uso de Animales (CICUA) de PUJ Bogotá por intermedio de la OID				
25. ¿Su proyecto requiere obtención del respectivo aval por parte del CICUA?		x		
26. ¿Su proyecto incluye animales?		x		Especifique
27. ¿Qué proceso que se hará con animales?			x	Especifique
Conozca la ruta para el envío de proyectos aquí: Acceda a al Formato de uso de Animales (FUA) aquí:				
PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN AMBIENTAL CON ESPECIES DE LA DIVERSIDAD BIOLÓGICA, MUESTRAS BIOLÓGICAS, AMBIENTALES O ACTIVIDADES DE ACCESO A RECURSOS GENÉTICOS				

(Diligencie si aplica)				
28. ¿El proyecto involucra investigación con animales vertebrados o cefalópodos (pulpos, calamares, sepias o nautilus) o sus muestras?		x		
<p>Nota: Tenga en cuenta que requerirá autorización de PNN o de la Corporación antes de iniciar actividades. Esta autorización podrá solicitarla a través de la Oficina de Investigación y Desarrollo</p>				
29. ¿El proyecto de investigación incluye trabajo con especies de la diversidad biológica? (Incluye plantas, microorganismos, muestras de origen vegetal o muestras de ambiente como aire, suelo o agua). Indique las especies con las cuales trabajará:		x		
<input type="checkbox"/> Plantas <input type="checkbox"/> Microorganismos <input type="checkbox"/> Muestras biológicas de origen vegetal <input type="checkbox"/> Muestras ambientales (aire, suelo, agua)				
30. Indique si usted o un co- Investigador:			x	
<input type="checkbox"/> Está incluido dentro del Permiso Marco de Recolección con ANLA <input type="checkbox"/> Está tramitando el permiso ante la ANLA <input type="checkbox"/> No cuenta con permiso de recolección				
31. ¿El proyecto realizará actividades de recolección de especies de la diversidad biológica? La recolección se realizará en:		x		
<input type="checkbox"/> Zona de Parques Nacionales Naturales				

<input type="checkbox"/> Zona diferente a Parques Nacionales Naturales <input type="checkbox"/> Zona de jurisdicción de una Corporación de Autónoma Regional				
32. ¿El proyecto utilizará muestras recolectadas previamente (fuentes secundarias)?, y ¿cuenta con los permisos para el uso de este material?		x		Explique
33. ¿El proyecto involucra especies amenazadas?		x		
34. ¿El proyecto incluye algún otro modo de uso del medio ambiente?		x		Especifique
<p>Nota: Consulte en la página de CITES (especies listadas en los apéndices de la Convención Internacional para el Comercio de Especies listadas de fauna y Flora Silvestres)</p> <p>https://www.minambiente.gov.co/index.php/bosques-biodiversidad-y-servicio-ecosistemas/permisos-cites</p> <p>Consulte la última resolución de especies amenazadas del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADS) y los listados de los libros rojos de la biota colombiana</p> <p>https://www.minambiente.gov.co/images/normativa/app/resoluciones/75-res%201912%20de%202017.pdf</p> <p>Una vez aprobado el proyecto por el CEI, el Investigador Principal deberá informar a la OID para adelantar los trámites estatales y solicitar los permisos ante el MADS antes del inicio de las actividades.</p>				
35. ¿Las actividades de recolección se realizarán en zonas con presencia de grupos étnicos?		x		
36. ¿Cuenta con concepto de determinación y procedencia y oportunidad de consulta previa del Ministerio del Interior? En caso de que no,			x	

recuerde tramitarlo antes de empezar actividades en la zona.				
37. ¿El proyecto involucra muestras tomadas de cultivo a nivel comercial, semi-comercial o experimental (campo, invernadero o in vitro)?		x		
38. ¿Tiene permiso para uso de las muestras?			x	Explique
39. ¿El proyecto incluye importación o exportación de muestras de la diversidad biológica? Indique si las muestras a importar/exportar son <input type="checkbox"/> CITES (Listadas en los apéndices de la Convención Internacional para el Comercio de Especies listadas de fauna y Flora Silvestres) <input type="checkbox"/> No CITES (NO listadas en los apéndices de la Convención Internacional para el Comercio de Especies listadas de fauna y Flora Silvestres)		x		
40. ¿El proyecto incluye actividades de acceso a recursos genéticos y/o sus productos derivados?		x		
41. ¿El proyecto está incluido o se encuentra en trámite el contrato marco de Acceso a Recursos Genéticos (ARG)?		x		
<p>En caso de tener dudas sobre si las actividades a desarrollar configuran acceso a recursos genéticos, puede consultar la página del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADS)</p> <p>https://www.minambiente.gov.co/direccion-de-bosquesbiodiversidad-y-servicios-ecosistemicos/contrato-acceso-a-recursos-geneticos-y-susproductosderivados/</p>				
<p>Tenga en cuenta que para realizar actividades que configuren ARG se debe tramitar el respectivo contrato a través de la Oficina de Investigación y Desarrollo.</p>				
42. ¿El proyecto incluye Organismos Vivos Modificados (OVM) u Organismos Genéticamente Modificados- OGM? <input type="checkbox"/> Con fines o posibles aplicaciones ambientales <input type="checkbox"/> Con fines o posibles aplicaciones agrícolas, pecuarias, pesqueras, en plantaciones		x		

forestales comerciales o en la agroindustria <input type="checkbox"/> Para el desarrollo de productos de uso en salud o alimentación humana				
43. ¿El proyecto explica las medidas de contención para OVM que se tendrán en cuenta?		x		
<p>PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN-CREACIÓN O CREACIÓN</p> <p>(Diligencie si aplica)</p> <p>Estos proyectos deben remitirse al Comité de Ética de la Investigación adscrito a la Oficina de Investigación y Desarrollo</p>				
44. ¿La obra o producto de creación reconoce explícitamente los derechos morales y patrimoniales de los coautores participantes y/o colaboradores?	x			
45. ¿Los canales o medios de circulación pensados para la transferencia de la obra o producto de creación cuentan con algún tipo de censura? Explique		x		
46. ¿El proceso de transferencia de la obra o producto de creación requiere hacerse de manera anónima por seguridad o preferencia de los creadores?		x		
47. ¿El formato de la obra o producto de creación está basado en hechos verídicos o de ficción? <input type="checkbox"/> Verídicos <input type="checkbox"/> Ficción				
48. El proyecto pone de prioridad a las personas, minimizando el impacto ambiental de los proyectos arquitectónicos como el uso de materiales sostenibles, la práctica de diseño ecológico, el fácil acceso para las personas con algún tipo de discapacidad, se respeta la	x			



estética, la preservación del recurso, los valores patrimoniales, culturales, la seguridad, el bienestar físico y mental sin riesgo a las representaciones visuales engañosas, de elementos que distorsionen la realidad.				
49. El proyecto prioriza a las personas y comunidades, minimizando posibles efectos engañosos en la comunicación visual apropiando lenguajes inclusivos que limitan la estigmatización étnica, de género, por discapacidad, filiación política, creencias religiosas y cualquiera otra forma de discriminación.		x		
50. El proyecto reconoce los riesgos culturales del proyecto en su realización, transferencia o divulgación con personas y comunidades, tomando las medidas de precaución necesarias en el uso de lenguajes: visual, corporal, sonoro y/o del habla oral o escrita.		x		
51. El proyecto requiere permisos de uso del espacio público para su realización, divulgación, circulación y/o transferencia.			x	
52. El proyecto cuenta con permisos institucionales, gubernamentales, culturales, gestión del riesgo en diferentes escenarios, coberturas para el riesgo, etc				x

De acuerdo con las respuestas anteriores, según su criterio, indique el nivel de riesgo del proyecto **(Resolución 8430 de 1993, normativas, políticas (política de ética de la investigación, bioética e integridad científica), códigos de investigación y disciplinares, leyes nacionales e internacionales de investigación, principios éticos y bioéticos en investigación):**

Sin riesgo: Son estudios científicos o de creación que emplean técnicas y métodos de investigación documental retrospectivos y aquellos en los que no se realiza ninguna intervención o modificación intencionada de las variables biológicas, fisiológicas, psicológicas o sociales de los individuos que participan en el estudio, entre los que se consideran: cuestionarios y otros en los que no se le identifique ni se traten aspectos sensitivos de su conducta ni sus datos personales (incluida la voz y la imagen fija o en movimiento). (fuentes secundarias)

Riesgo mínimo: son Estudios científicos o de creación de fuente primaria o mixta con datos de seres



humanos (incluido el uso de datos personales como la voz y la imagen fija o en movimiento) no humanos o medioambientales, en donde la probabilidad y magnitud de los daños o molestias que un participante, una comunidad o el medio ambiente podría experimentar como resultado de su participación en el proyecto es comparable al riesgo al que las personas se exponen en su vida diaria o a situaciones similares a las que enfrentan normalmente en su entorno.

Riesgo mayor al mínimo: Son aquellos estudios científicos o de creación en los que la probabilidad o la magnitud de afectar al sujeto, a la comunidad o al medio ambiente son altas y superan el riesgo al que las personas se exponen en su vida diaria o a situaciones similares a las que enfrentan normalmente en su entorno. Esto incluye: datos sensibles, población vulnerable ensayos clínicos, proyectos de intervención, entre otros.

El proyecto requiere a revisión y aval ético de:

Comité de Ética de la Investigación adscrito a la Oficina de investigación y Desarrollo de la Vicerrectoría Académica de la Seccional.

Comité de Ética de la Investigación en Salud Humana

Comité Institucional de Cuidado y Uso de Animales (CICUA)

Firma:

Angie Agudelo

Angie Paola Agudelo Ortiz

RECOMENDACIONES

Modifique este formato teniendo en cuenta la información de su proyecto de investigación y adjúntelo a su solicitud de aval con los demás instrumentos de recolección de información que usará. Ejemplo: autorización de uso de datos personales, cuestionarios, protocolos para grupos o talleres.

Recuerde que el Investigador_ principal o estudiante de trabajo de grado, es la persona responsable de la custodia de este documento en primera instancia. Por lo cual se recomienda que organice una carpeta específica para su archivo permanente.

Al terminar, borre estas Recomendaciones y los corchetes [usados para indicaciones en el contenido].

Ciudad, fecha

Apreciad_

[nombres y apellidos del participante]

Mi nombre es Angie Paola Agudelo Ortiz y soy estudiante de la Universidad Javeriana Cali. Como parte de mis estudios en el Programa de Diseño de comunicación, estoy desarrollando un proyecto de investigación titulado “Cocina y territorio: la gastronomía como impulso para el turismo en Buenaventura” Quiero invitarla(o) a participar en este proyecto, que permitirá analizar las prácticas gastronómicas tradicionales de Buenaventura a través de herramientas del diseño de comunicación visual, para resaltar su valor cultural y turístico. Este proyecto fue avalado por el Comité de Ética de la Facultad y/o en el Comité de Ética de la Universidad según consta en el Acta No. [número] de [fecha].

La finalidad de este proyecto, de sus resultados y productos es, exclusivamente, de carácter académico. No tiene ánimo de lucro.

Si usted acepta participar, le pediré que [describa brevemente las actividades a las que le está invitando. Por ejemplo: ‘me permita entrevistarlo’, ‘asista a un grupo focal el día X de mes’, ‘me permita observar su negocio’, etc.]. La entrevista tendrá una duración aproximada de [duración] y le haré preguntas sobre **su experiencia en la gastronomía local, su relación con el territorio y su percepción del turismo en Buenaventura.**

El taller y/o grupo focal tendrá una duración aproximada de [duración] y nos reuniremos con [describa los participantes] para conversar sobre [temas]. Las fechas y horarios de los talleres o sesiones de grupo, serán acordadas previamente con las personas que decidan participar del proyecto y serán informadas oportunamente.

Su participación en esta investigación no tiene ninguna recompensa material o económica y usted es libre de no aceptar o de retirarse cuando lo desee. En caso de que, por cualquier motivo, decida retirarse solo deberá informar oportunamente de su decisión al correo angieaagudelo@javerianacali.edu.co

Sus opiniones y aportes a esta investigación se usarán exclusivamente para este proyecto y se archivarán de manera segura. Si usted me autoriza, grabaré y transcribiré la entrevista y, si lo desea, puedo hacerle llegar copia de la transcripción para que usted pueda revisarla y corregirla si lo considera necesario.

Si usted lo prefiere, su nombre no aparecerá en mi trabajo de grado / publicación [borre según sea apropiado].

[En caso de investigación de docentes] Los resultados, informes y productos de esta investigación quedarán en el repositorio institucional de Investigación de la Universidad. Los contenidos autorizados estarán disponibles con acceso abierto al público en las mismas

condiciones expresadas en este Consentimiento.

[En caso de TG] Mi trabajo de grado quedará a disposición del público en el repositorio digital de la Biblioteca de la Universidad.

Le agradezco mucho el tiempo que se ha tomado para escuchar la presentación de mi proyecto y leer este documento de Consentimiento Informado.

Si tiene alguna inquietud, observación o reclamación futura, puede contactarme al correo electrónico: Angieagudelo@javerianacali.edu.co o dirigirse directamente al Comité de Ética de la investigación a través del correo eticainstitucional@javerianacali.edu.co

Gracias,

Espacio para firma de estudiante/investigador(a)

Nombre de estudiante/investigador(a)

Si está de acuerdo en participar en este proyecto por favor escriba SI o NO con su puño y letra en cada una de las casillas de la tabla siguiente. Al finalizar, por favor escriba su nombre y datos de contacto.

[] Acepto participar de manera libre y voluntaria en el proyecto [título] y entiendo que no recibiré recompensa material o económica y que puedo retirarme cuando lo desee

[] Autorizo a que grabe la entrevista y tome apuntes durante la misma

[] Solicito que me haga llegar copia de la transcripción de mi entrevista

[] Solicito que no revele mi nombre y si mis opiniones son citadas solicito que se haga de manera anónima o usando un seudónimo

[] Autorizo que mi nombre aparezca en el trabajo de grado o las publicaciones resultantes de la investigación para mencionar que participé en este proyecto o cuando mis opiniones sean citadas



[] Solicito que me haga llegar copia del [Informe de cierre de la Investigación, del trabajo de grado, borre la opción que no corresponda] y de las publicaciones que se deriven de esta investigación en cualquier formato en que se produzcan

Espacio para firma de participante

Nombre de participante

Cédula de ciudadanía del participante:

(o de sus padres si es menor de edad)

Fecha:

Correo electrónico:

Teléfono:

Autorización de uso de derechos de imagen sobre dibujos, fotografías y producciones audiovisuales (videos) y de propiedad intelectual otorgada a la Pontificia Universidad Javeriana Cali

Yo, Angie Paola Agudelo Ortiz, con documento de identidad No. 1000440834 de Quimbaya mediante el presente formato autorizo a la **Pontificia Universidad Javeriana Cali** —en adelante, Universidad— para que haga el uso y tratamiento de mis datos personales en donde se incluye mi imagen y voz, además de los derechos de imagen para incluirlos sobre dibujos, fotografías y/o producciones audiovisuales (videos); así como de los Derechos de Autor; los Derechos Conexos y en general todos aquellos derechos de propiedad intelectual que tengan que ver con el derecho de imagen. Entiendo que el término *imagen* incluye video o fotografía fija en formato digital o de otro tipo, y cualquier otro medio de registro o de reproducción de imágenes fijas o en movimiento.

Esta autorización se regirá por las normas legales aplicables y en particular por las siguientes finalidades de tratamiento de los datos:

- Este dibujo/video/foto podrá ser utilizado con fines educativos y de divulgación académica en diferentes escenarios y plataformas de la Universidad.
- Este dibujo/video/foto es sin ánimo de lucro y en ningún momento será utilizado para objetivos distintos. La Universidad queda exenta de cualquier responsabilidad que se pueda derivar de la presente actividad con la firma de la autorización.
- La presente autorización no tiene ámbito geográfico determinado, por lo que las

imágenes en las que aparezca podrán ser utilizadas en el territorio del mundo, así mismo, tampoco tiene ningún límite de tiempo para su concesión, ni para aprovechamiento de las imágenes, o parte de estas, por lo que mi autorización se considera concedida por un plazo de tiempo ilimitado.

- Para que mi imagen haga parte de fotografías y videos del repositorio de actividades académicas de la Universidad y pueda ser objeto de publicación en medios de comunicación institucionales.

PROPÓSITO ESPECÍFICO de esta AUTORIZACIÓN: autorizo el uso de la(s) imágenes(s) para la realización de proyecto de grado , realizada por Angie Poala Agudelo Ortiz y adscrita al (Departamento, de creación) de la Pontificia Universidad Javeriana Cali. Que el registro de las imágenes será realizado por (profesores, estudiantes, firma especializada, etc.,). Que dicho registro se rige por la ética de la investigación y la legislación vigente; con respeto por la dignidad humana y no dan lugar a ninguna forma de estigmatización. Que, el uso de las imágenes que autorizo está destinado exclusivamente para efectos académicos y de investigación en Diseño de comunucación visual y no podrán ser usadas para ningún otro propósito.

Autorizo que las imágenes sean publicadas a través medios institucionales, para el propósito académico que son realizadas y para posible publicación —si la hubiera— de los resultados de investigación en cualquier formato, físico o digital.

Renuncio a cualquier derecho a recibir compensación por tales usos en virtud de la

autorización precedente.

REESCISIÓN: Si yo decido rescindir esta autorización, no se permitirán posteriores usos de mi imagen personal; pero no podré pedir que se devuelvan las imágenes o la información ya utilizadas.

DERECHOS: Manifiesto que tengo conocimiento sobre los derechos que me asisten para el tratamiento de los datos personales los cuales son: (i) acceder en forma gratuita a los datos personales proporcionados a la Universidad; (ii) conocer, actualizar y rectificar la información personal; (iii) solicitar prueba de la autorización otorgada; (iv) ser informado sobre el uso de mis datos personales; (v) presentar ante la Superintendencia de Industria y Comercio, quejas sobre el tratamiento de los datos; (vi) revocar la autorización otorgada, solicitar la supresión del dato. Manifiesto que conozco que el canal de comunicación para el ejercicio de los derechos, que me asisten como representante legal del titular de los datos personales, es el correo electrónico: angieagudelo@javeriana.edu.co, y que la Universidad cuenta con una Política de Protección de Datos Personales, la cual se encuentra publicada en la página web www.javeriana.edu.co

Puedo solicitar que cese el registro de mi imagen en cualquier momento. Puedo rescindir esta autorización hasta una fecha razonable antes de que se utilice la imagen, pero debo hacerlo por escrito al correo electrónico de las profesoras Anita Gutiérrez y Sara B. Ibarra: correoelctronico@javerianacali.edu.co.

Puedo inspeccionar u obtener una copia de las imágenes cuyo uso estoy autorizando. Puedo negarme a firmar esta autorización. Tengo derecho a recibir una copia de esta autorización. Entiendo que no recibiré ningún tipo de compensación financiera.

En mi calidad de persona natural y mayor de edad autorizo el uso de derechos de imagen

sobre dibujos, fotografías y producción audiovisual (videos), así como los patrimoniales de autor y derechos conexos, y en general todos aquellos derechos de propiedad intelectual que tengan que ver con el derecho de imagen.

Bajo la gravedad de juramento, certifico que soy mayor de edad. En caso de verificarse fraude, será causal de descalificación de este consentimiento.

Para constancia de lo anterior se firma y otorga en la ciudad de Cali, el día _____ del mes _____ de 202_.

Firma autorización adulto

Nombre

Cédula de ciudadanía

**AUTORIZACIÓN TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES Fotos y
Videograbaciones.**

Nombre del Titular del Dato:					
Doc. de Identidad:	C.C.		C.E.	PP	No.
Evento:					

Por medio del presente documento, obrando en mi calidad de asistente al evento antes mencionado, otorgo la autorización de tratamiento de datos personales que sigue a las siguientes:

Consideraciones:

En las instalaciones de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali, se realizará el evento reseñado en el encabezado de este documento, por lo cual, actuando en su calidad de responsable de tratamiento de datos personales, y para efectos de garantizar el derecho de protección de estos datos, se me ha informado que en el transcurso del evento, la Universidad tomará registros fotográficos y/o filmicos de los asistentes, con lo cual, se captarían datos definidos por la legislación colombiana como datos personales sensibles.

Como uno de los titulares de los datos personales que serán recolectados y tratados por la Universidad, a través del presente documento señalo los términos y condiciones en que voluntariamente otorgo mi autorización para que se realice este tratamiento.

Atendiendo a estas consideraciones, me permito manifestar de forma expresa y voluntaria, lo siguiente:

Primero: Autorizo a la Pontificia Universidad Javeriana para que recolecte y haga tratamiento de mis datos personales que estén contenidos en los registros fotográficos y/o filmicos que ésta realice durante el evento antes señalado. El tratamiento que podrá dársele a estos datos deberá corresponder con alguna de

estas finalidades:

- a) Generar comunicaciones al interior y por fuera de la Universidad;
- b) Usar la foto y/o videograbación para ser publicada en repositorios como redes sociales tales como Twitter, Instagram, Youtube, Facebook u otras conocidas o por conocer, la página web institucional e inclusive para la publicación en medios impresos y/o publicitarios;
- c) Estas fotos y/o videograbaciones podrán tratarse en formato o soporte material, en ediciones impresas o en medio electrónico, óptico, magnético, en redes, (Intranet e Internet), mensajes de datos o similares y en general para cualquier medio o soporte conocido o por conocer en el futuro.

Parágrafo: En todo caso, el tratamiento que realice la Universidad de estos datos se ajustará a su Política de Tratamiento de Datos Personales, la cual puede ser consultada en la página web: www.javerianacali.edu.co, y en la cual, puedo conocer los derechos que me asisten como titular.

Segundo: Igualmente, declaro que he sido informado por la Universidad que no estoy obligado a otorgar la presente autorización, toda vez que los datos personales sobre los que versa la misma se consideran datos sensibles según la legislación nacional.

En estos términos otorgo mi autorización expresa de tratamiento de datos para la Pontificia Universidad Javeriana, para constancia se firma en Cali, el día, (____) del mes _____ del año _____.

Atentamente, _____

Firma _____



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali

ted

26239, Código Postal: 760031, PBX (+57-2) 321 8200 / 485
6400 - Línea gratuita nacional 01-8000-180556 - www.javerianacali.edu.co Vigilada
Mineducación Res. 12220 de 2016

4 Fase 4: MARCO REFERENCIAL Y BENCHMARKING.

4.1 Marco referencial

El presente proyecto busca visibilizar la gastronomía de Buenaventura como una estrategia para fortalecer el turismo cultural en la región, a través del diseño de comunicación visual. Para esto, se han revisado diversas fuentes académicas que abordan las relaciones entre gastronomía, territorio, turismo y comunicación, con el fin de sustentar y contextualizar la propuesta.

Uno de los estudios clave es el informe de la **CEPAL (2022)**, donde se analiza cómo el turismo gastronómico puede ser una herramienta para el desarrollo sostenible en América Latina. El documento explica que, al valorar los saberes culinarios locales y promover productos autóctonos, no solo se fortalece la economía de las comunidades, sino que también se protege su identidad cultural. Este enfoque es muy relevante para Buenaventura, ya que su cocina afrodescendiente está profundamente conectada con el territorio y la memoria colectiva.

Por otra parte, el artículo publicado en la revista *Ciencia Latina* (2022) resalta la importancia del **diseño gráfico** en la promoción turística y cultural. En el texto se menciona que el diseño puede transformar experiencias gastronómicas en narrativas visuales que representen de forma auténtica la cultura de un lugar. Esta idea refuerza el objetivo del proyecto de utilizar herramientas visuales para comunicar la riqueza cultural que existe detrás de los platos tradicionales

bonaverenses.

Además, el trabajo de investigación sobre el turismo gastronómico como motor de desarrollo local (referente 4, 2022) analiza cómo la gastronomía puede convertirse en un eje de transformación para comunidades que quieren resaltar su patrimonio. Se destaca que, más allá de atraer visitantes, el turismo culinario puede fortalecer el tejido social y ayudar a las comunidades a reconocerse y valorarse a sí mismas. Este punto es esencial para el proyecto, ya que no solo se busca atraer turistas, sino también generar procesos de identidad y apropiación en Buenaventura.

En conclusión, estos estudios demuestran que existe una relación directa entre gastronomía, cultura, territorio y comunicación, lo cual respalda la propuesta de desarrollar una estrategia visual que visibilice el potencial turístico de Buenaventura desde sus tradiciones culinarias.

4.2 Antecedentes del proyecto

Uno de los antecedentes clave para este anteproyecto es el artículo “**Diseño gráfico y gastronomía cultural: experiencias turísticas para la identidad local**”, publicado en la revista *Ciencia Latina* (2022). Esta investigación se enfoca en cómo el diseño gráfico puede convertirse en una herramienta poderosa para promover el turismo cultural a través de la representación visual de la gastronomía local. El estudio destaca el valor de crear piezas gráficas —como menús ilustrados, productos editoriales y señalización— que no solo comuniquen información, sino que construyan narrativas identitarias en torno a la cocina tradicional de una región.

Este enfoque resuena con los objetivos del presente proyecto, que busca visibilizar el potencial turístico de Buenaventura a partir de su cocina local, creando piezas gráficas que conecten la tradición culinaria con la experiencia del visitante. El artículo también enfatiza la importancia de la co-creación con las comunidades locales, lo que coincide con la propuesta metodológica de este anteproyecto basada en el diseño participativo. Además, plantea que el turismo gastronómico no debe ser entendido solo como consumo, sino como una forma de vivencia cultural en la que el diseño puede actuar como puente entre el patrimonio y el turista.

El segundo referente es el documento **“El turismo gastronómico como pilar del desarrollo para la construcción de territorio en América Latina”**, publicado por la **CEPAL (2022)**. Este informe explora cómo el turismo gastronómico puede ser un motor de desarrollo territorial sostenible, especialmente en comunidades rurales o en zonas con fuerte identidad cultural. Se destaca que el fortalecimiento de las economías locales puede lograrse si se pone en valor la cocina tradicional como parte de una estrategia integral que involucre cultura, sostenibilidad y turismo.

Este estudio es relevante porque introduce una perspectiva latinoamericana que se alinea con el contexto de Buenaventura. Resalta que la gastronomía no debe ser vista solo como un atractivo, sino como una herramienta para fortalecer el tejido social, recuperar prácticas ancestrales y dinamizar la economía local desde una visión endógena del desarrollo. En ese sentido, el informe de la CEPAL brinda una base teórica y contextual para fundamentar la importancia de trabajar con la

gastronomía como eje articulador del diseño de experiencias turísticas sostenibles y respetuosas con el territorio.

Ambos antecedentes, desde enfoques complementarios, aportan fundamentos clave al presente proyecto. Por un lado, validan la relación entre diseño gráfico y gastronomía como estrategia comunicativa. Por otro, ofrecen argumentos sólidos sobre el valor del turismo gastronómico como herramienta para la preservación cultural y el desarrollo territorial en contextos latinoamericanos.

4.3 Marco teórico del proyecto

Este proyecto se basa en la idea de que la gastronomía puede ser una herramienta poderosa para fortalecer el turismo en Buenaventura, y que el diseño de comunicación visual puede ayudar a visibilizar esa conexión entre comida, cultura y territorio.

Según el informe de la **CEPAL (2022)** sobre turismo gastronómico, este tipo de turismo no solo se trata de probar platos típicos, sino de vivir una experiencia que involucra historia, identidad y desarrollo local. La CEPAL señala que el turismo gastronómico puede contribuir al desarrollo sostenible porque pone en valor las tradiciones culinarias, promueve la economía local y fortalece la cultura de las comunidades. Esto es muy importante para Buenaventura, que tiene una riqueza cultural única pero que también enfrenta retos sociales y económicos.

Por otro lado, el artículo de la revista *Ciencia Latina* (2022) resalta que el diseño gráfico puede ser un canal para contar historias y hacer visibles los aspectos

culturales de la gastronomía. El diseño no solo es decoración, sino que tiene un papel comunicativo que ayuda a conectar a los visitantes con el lugar, generando una experiencia más completa y significativa. Además, se destaca la importancia de incluir a las comunidades locales en la creación de estas piezas visuales, para que la comunicación sea auténtica y representativa.

Finalmente, el estudio sobre turismo gastronómico y desarrollo territorial en América Latina (2022) explica que el turismo basado en la gastronomía puede fortalecer el sentido de pertenencia en las comunidades, pues ayuda a reconocer y valorar su patrimonio cultural. Esto hace que la gastronomía sea más que solo comida, sea una forma de construir territorio y mantener viva la memoria colectiva. Para Buenaventura, que es una ciudad con una fuerte identidad afrodescendiente y una tradición culinaria muy particular, esta visión es clave para diseñar estrategias de turismo que sean respetuosas y sostenibles.

En resumen, estos tres referentes apoyan la idea de que la gastronomía y el diseño pueden trabajar juntos para fortalecer el turismo cultural en Buenaventura, creando experiencias que sean tanto atractivas para visitantes como enriquecedoras para las comunidades locales.

4.4 Marco conceptual del proyecto

A continuación, se presentan los conceptos clave que guían el desarrollo del proyecto, con el fin de evitar ambigüedades y mantener una línea clara en el análisis y la propuesta.

Diseño de comunicación visual: Es una rama del diseño que se encarga de transmitir mensajes a través de imágenes, tipografías, colores y composiciones visuales. En este proyecto se usa como una herramienta para visibilizar la cultura gastronómica de Buenaventura y conectar al público con el territorio.

Gastronomía local: Hace referencia a las prácticas culinarias propias de una región, que incluyen ingredientes tradicionales, saberes ancestrales y formas de preparación. En el caso de Buenaventura, la gastronomía local refleja la identidad afrodescendiente y es un punto clave para el turismo.

Territorio: Más allá de lo geográfico, el territorio se entiende como un espacio vivido, lleno de significados, historia y cultura. En este proyecto, se aborda como el lugar donde se construye la identidad a través de la comida y las tradiciones.

Turismo cultural: Es una modalidad de turismo que se enfoca en conocer y valorar la cultura de un lugar, incluyendo su gastronomía, música, artesanía y costumbres. Se considera una forma de turismo más consciente, donde el visitante se relaciona con la comunidad de forma respetuosa.

Identidad visual: Conjunto de elementos gráficos (colores, logotipos, tipografías, símbolos) que representan visualmente a una marca, comunidad o territorio. En este proyecto, se busca construir una identidad visual que represente la cultura gastronómica bonaverense de forma auténtica.

Patrimonio cultural: Es el conjunto de bienes materiales e inmateriales que

tienen valor histórico, simbólico o social para una comunidad. La gastronomía tradicional de Buenaventura forma parte de este patrimonio, ya que representa costumbres que han pasado de generación en generación.

Comunidad: Se refiere al grupo de personas que comparten un territorio, prácticas culturales, y vínculos sociales. En el proyecto, se toma en cuenta a la comunidad local como parte fundamental en la construcción de contenidos y experiencias turísticas.

Diseño editorial: Es un campo del diseño que se encarga de la creación de productos como libros, revistas, menús o recetarios, donde se combinan texto e imagen de forma organizada y estética. Aunque no es el eje principal, podría ser una herramienta útil si se plantea una pieza como un recetario o folleto turístico.

4.5 Benchmarking

Para este análisis se eligieron tres referentes que han trabajado la gastronomía, el territorio y la identidad cultural desde distintas perspectivas. Dos de ellos son proyectos sectoriales: **Ruta del Biche** y **Fogón Colombia**, y uno no sectorial: **Mola Mola**, una marca artesanal indígena del Chocó. A todos se les aplicó una matriz de doble entrada con cuatro criterios de evaluación: diseño de identidad visual, participación comunitaria, visibilización del territorio y narrativas culturales.

Proyectos	1	2	3	4	Total
------------------	----------	----------	----------	----------	--------------

Ruta de viche	4	4	4	4	16
Fogón Colombia	3	4	3	4	14
Mola Mola	4	3	2	3	12

Escala de valoración: 1 (muy bajo) a 4 (muy alto)

Ruta del Biche se destaca por su fuerte enfoque en lo comunitario y la identidad afro del Pacífico colombiano. Este proyecto no solo promueve el consumo del biche como bebida ancestral, sino que además construye una narrativa visual potente y coherente con el territorio. Su diseño de identidad es moderno pero arraigado en los símbolos y colores de la región, lo que le otorga un puntaje alto en todos los criterios.

Fogón Colombia también trabaja desde la gastronomía como patrimonio cultural, pero con un enfoque más amplio, pues conecta diversas regiones del país. Su participación comunitaria es sólida, y sus narrativas son coherentes con las culturas locales. Sin embargo, su identidad visual es más general, lo que le resta un poco de impacto territorial comparado con la Ruta del Biche.

Mola Mola, aunque no es un proyecto gastronómico, sí tiene un enfoque fuerte en el territorio y la cultura visual del Chocó. Se basa en el diseño artesanal y

el trabajo con comunidades indígenas. Su propuesta visual es muy atractiva, pero no está directamente conectada con la gastronomía ni con procesos turísticos, lo que afecta los puntajes de visibilización del territorio.

Conclusiones de cara a la formulación del proyecto

Este análisis permite identificar buenas prácticas y elementos clave que serán útiles para el desarrollo del anteproyecto. Se confirma que es posible construir narrativas potentes desde lo local, conectando diseño, territorio y comunidad. La Ruta del Biche y Fogón Colombia evidencian cómo la gastronomía puede convertirse en una herramienta de visibilización cultural y desarrollo turístico.

Por su parte, Mola Mola demuestra que un diseño con identidad puede lograr reconocimiento y conexión emocional con el público, aunque no pertenezca al sector gastronómico. Esto aporta ideas sobre cómo cuidar los elementos gráficos, el lenguaje visual y la participación de las comunidades en el proceso creativo.

En conclusión, el benchmarking sugiere que el proyecto debe enfocarse en fortalecer la identidad visual desde lo territorial, trabajar con narrativas locales y buscar la participación activa de las comunidades de Buenaventura, aprovechando la gastronomía como punto de partida para visibilizar el turismo cultural.

4.6 Conclusiones

El análisis realizado evidencia que Buenaventura posee una riqueza gastronómica auténtica y diversa, representada en platos tradicionales que reflejan la identidad cultural afrocolombiana y la biodiversidad marina del Pacífico. Esta

riqueza constituye una fortaleza clave para posicionar a la ciudad como un destino turístico gastronómico con gran potencial, alineado con la creciente tendencia global del turismo experiencial. Sin embargo, la falta de infraestructura adecuada, la escasa promoción en plataformas digitales y la ausencia de estrategias visuales integradas han limitado el reconocimiento y la valorización de esta oferta culinaria tanto a nivel nacional como internacional.

Los hallazgos del análisis DOFA y la revisión del contexto socio-cultural confirman que las debilidades y amenazas, como la percepción de inseguridad y la competencia con destinos consolidados, pueden mitigarse mediante un diseño estratégico de comunicación visual que rescate y destaque las narrativas culturales y simbólicas presentes en la gastronomía local. La exploración de referentes gráficos y estrategias de branding gastronómico revela la importancia de construir relatos visuales auténticos que vinculen la experiencia culinaria con el territorio y su gente, fortaleciendo el sentido de identidad y orgullo comunitario.

Las interacciones con expertos y actores locales subrayan la necesidad de integrar la participación comunitaria en la generación de contenidos visuales y narrativos que reflejen el saber ancestral y la cotidianidad gastronómica. Esta metodología colaborativa garantiza que la propuesta visual sea contextualizada, respetuosa y efectiva para atraer turistas interesados en experiencias culturales genuinas.

Finalmente, el desarrollo de una estrategia de diseño basada en estos hallazgos permitirá no solo incrementar la visibilidad y atractivo de la gastronomía

de Buenaventura, sino también contribuir al desarrollo sostenible del turismo local, potenciando el patrimonio cultural y económico del territorio. Así, el proyecto responde a la problemática planteada, abriendo caminos para consolidar a Buenaventura como un destino gastronómico distintivo y valioso dentro del panorama turístico colombiano.

4.7 Referencias

Vargas Vega, L. (2023, 22 de noviembre). Se activa el turismo de Buenaventura con la llegada del MS Hamburg. Forbes Colombia. <https://forbes.co/2023/11/22/actualidad/se-activa-el-turismo-de-buenaventura-con-la-llegada-del-ms-hamburg>

Gobernación del Valle del Cauca. (2021, 25 de septiembre). Turismo en Buenaventura, prioridad del Gobierno del Valle que fortalecerá competencias de empresarios e impulsará su reactivación. <https://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones/72477/turismo-en-buenaventura-prioridad-del-gobierno-del-valle-que-fortalecera-competencias-de-empresarios-e-impulsara-su-reactivacion/>

Alcaldía Distrital de Buenaventura. (2025, 14 de enero). Más de 31.000 turistas visitaron Buenaventura a inicios del año 2025, consolidándose como un destino turístico clave en la región. <https://www.buenaventura.gov.co/articulos/mas-de-31000-turistas-visitaron-buenaventura-a-inicios-del-ano-2025-consolidandose-como-un-destino-turistico-clave-en-la-region>

Organización Mundial del Turismo. (s.f.). Gastronomía

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2022). *Turismo gastronómico sostenible en América Latina y el Caribe: Claves para su desarrollo*. CEPAL. <https://www.sidalc.net/search/Record/dig-cepal-11362-48048>.

López Velásquez, J. E. (2022). *El diseño gráfico como herramienta para impulsar el turismo cultural y gastronómico en Colombia*. Revista Ciencia Latina, 6(6), 1–19. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/13225/19063>

Cardona Ospina, A. M. (2022). *El turismo gastronómico como pilar del desarrollo para la construcción de territorio* [Trabajo de grado, Universidad Pontificia Bolivariana]. Repositorio Institucional UPB. <https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/11045>

FONTUR y RAP Pacífico. (2025, febrero). Fontur y RAP Pacífico unifican fuerzas para promover la Ruta Turística del Viche en la región del Pacífico. RAP Pacífico. <https://rap-pacifico.gov.co/2025/02/fontur-y-rap-pacifico-unifican-fuerzas-para-promover-la-ruta-turistica-del-viche-en-la-region-del-pacifico/>

Gastroactitud. (n.d.). *Fogón Colombia: Un manifiesto nacional para la cocina colombiana*. <https://www.gastroactitud.com/pista/fogon-colombia-un-manifiesto-nacional-para-la-cocina-colombiana/>

Mola Mola. (n.d.). *Classic Collection*. <https://molamola.co/collections/classic>