



Pontificia Universidad  
**JAVERIANA**  
Cali

# いただきます!

(Itadakimasu - Buen provecho)

¡Comida tradicional asiática como  
motor de bienestar universitario!

**Andrea Ayala**

2024 - 02







**Andrea Lucía Ayala Henao**

**Énfasis**

Diseño de Identidad Corporativa de Marca  
Diseño de Empaques

**Dirigido por**

Diana Milena Aristizábal

Proyecto Avanzado de Diseño de Comunicación Visual 2024 - 02

Diseño de Comunicación Visual

Departamento de Arte, Arquitectura, Diseño y Gastronomía

Facultad de Creación y Hábitat

Cali, Colombia

© 2024

## Muchas Gracias

Agradezco profundamente a la profesora Diana Aristizábal, quien siempre estuvo pendiente de mi proceso, brindándome consejos con tanto cariño y dedicación. Al maestro Christian Oviedo, por su guía y apoyo en los talleres, y a Kim Taehoon, por compartirme su cultura y permitirme hoy poder compartirla con los demás. A Hikarien, por acogerme y enseñarme tanto sobre la cultura japonesa. A mis amigas y compañeras Allison Romero, Alejandra Ruiz, Carolina Heredia, Emily González, Esthefanía Calderón, Isabella Muñoz, Juliana Ortega y Paulina Montoya, por ser mi grupo de apoyo incondicional. A las profesoras Diana Umaña y Faynory Mora, por sus palabras de ánimo en los momentos difíciles. Y, especialmente, a mis padres, quienes me han dado todo para que me convierta en profesional.

Finalmente, a todas las personas que, de una forma u otra, aportaron y contribuyeron a que este proyecto saliera adelante, les expreso mi más sincero agradecimiento.



いただきます!  
¡Buen provecho!

## Tabla de Contenido

Tema del Proyecto .....	08.
Justificación y Motivación .....	10.
Planteamiento problema .....	14.
Objetivo general - Objetivos específicos .....	17.
Uuario - Aliado Experto .....	18.
Marco de Referencia .....	20.
Metodología .....	24.
Métodos, técnicas y herramientas .....	27.
Benchmarking .....	32.
Conclusiones de Investigación .....	36.
Requerimientos de Diseño .....	37.

## Fase de Creación

Sistema de Producto .....	38.
Validaciones .....	62.
Conclusiones .....	67.
Citas y Referencias .....	68.
Anexos .....	71.



## Introducción

En un contexto académico en constante evolución, los estudiantes universitarios enfrentan grandes desafíos significativos en su vida diaria, dentro de ellos se encuentra la gestión de sus hábitos alimenticios.

La vida universitaria, marcada por hábitos irregulares, estrés y una oferta alimentaria variada, pero frecuentemente poco nutritiva y saludable, puede afectar negativamente la nutrición, salud y bienestar general de los estudiantes. Este proyecto se enfoca en la mejora de los hábitos alimentarios de esta población, empleando el diseño como una disciplina capaz de generar soluciones claras y efectivas.

El objetivo principal de este proyecto es el desarrollo de un sistema de diseño que integre herramientas gráficas, didácticas, experienciales e interactivas que facilite el acceso a la información nutricional relevante, promoviendo elecciones alimentarias saludables y fomentando la adopción de hábitos alimenticios positivos entre los estudiantes universitarios. A través del diseño, y la gastronomía tradicional asiática (surcoreana y japonesa) como una herramienta complementaria, se pretende dotar a los estudiantes de los recursos necesarios para la toma de

decisiones informadas sobre su alimentación. La relevancia de este proyecto radica en la oportunidad de mejora de los hábitos alimenticios de los estudiantes universitarios a través del diseño.

La metodología del proyecto incluye la estructura de varias fases, comenzando con la investigación y el análisis de las necesidades de los estudiantes, seguido por el desarrollo de recursos desde el diseño, y la prueba de prototipos en el usuario; y finaliza con el análisis de la prueba para la evaluación crítica de la misma. La intención es ofrecer una solución integral que no solo aborde el problema inmediato, sino que también sirva como una herramienta de apoyo continuo para los estudiantes.

## Tema

**Itadakimasu!** Es un proyecto enfocado en la **mejora de los hábitos alimenticios** de los estudiantes universitarios a través del **diseño** y la **gastronomía tradicional asiática** (sur coreana y japonesa).

**Informar, motivar y promover**

## Justificación y motivación

El problema de los hábitos alimenticios en estudiantes universitarios es un desafío constante que afecta no solo su salud física, sino también su rendimiento académico y bienestar emocional. Los jóvenes que se mueven en el ámbito universitario a menudo enfrentan dificultades para mantener una dieta balanceada debido a la falta de tiempo, carga académica, estrés y la influencia de patrones alimenticios poco saludables. Esta situación se refleja en un consumo elevado de alimentos procesados y bajos en nutrientes.

Es aquí donde, desde el diseño de comunicación visual, nace una oportunidad de intervención y aporte a esta problemática, teniendo como fin último, contribuir a la mejora de hábitos alimenticios. El diseño tiene el potencial de transformar la forma en que se presenta la información sobre nutrición, haciéndola más atractiva y comprensible para los estudiantes. Al utilizar el diseño como herramienta educativa, se pueden desarrollar recursos que facilitan la comprensión de una dieta equilibrada.

De acuerdo con el proyecto de investigación: "El uso del diseño interactivo y su influencia en el proceso enseñanza-aprendizaje de la asignatura Ciencias Naturales de los estudiantes del 4.º año de Educación General Básica en la Unidad

Educativa 'Ecuador', Parroquia La Unión del Cantón Babahoyo z 2017-2018", se aplicó el diseño interactivo a un total de 97 estudiantes, encontrando una notable mejoría en el entendimiento general y aplicación del conocimiento en la materia de ciencias naturales.

Este proyecto ayuda a comprender cómo, desde el diseño, es posible ayudar en la mejora del proceso de enseñanza-aprendizaje, fomentando interés y entendimiento en los temas de clase. De manera similar, el diseño de comunicación visual puede tener un impacto significativo en la vida de las personas, ayudando a mejorar sus hábitos alimenticios, ofreciendo herramientas efectivas para transformar la manera en que los estudiantes abordan y comprenden la nutrición.

De este problema, nace una oportunidad de poder ayudar desde el diseño, a todos aquellos estudiantes que tienen excusas para saltarse comidas brindándoles herramientas que les permita desarrollar hábitos saludables de alimentación tomando como base la gastronomía tradicional sur coreana y japonesa, por ser conocida no únicamente por su gran variedad de platillos y sabores, sino, por presentar un gran número de nutrientes buenos para el cuerpo, esto siguiendo las especificaciones necesarias por la OMS.

Así lo afirma CRC Press en su libro Korean Functional Foods: Composition, Processing, and Health Benefits donde se habla de la gastronomía tradicional surcoreana más que una fuente de energía, como algo medicinal; esto al mencionar los alimentos fermentados como base fundamental de la comida tradicional surcoreana, los cuales generan microorganismos beneficiosos para la salud general:

*"Los ingredientes saludables, como la soja, las verduras y las especias, son fermentados por bacterias probióticas, lo que da como resultado alimentos fermentados de alta calidad con mejor sabor, funcionalidades saludables, calidad de almacenamiento e incluso textura. El microbiota que reside en nuestro intestino depende de lo que comemos, por lo que la comida tiene un gran impacto en la salud general"*  
(CRC Press, 2017)

Además, otro factor que influye en la alimentación surcoreana son los platos de acompañamiento, también conocidos como side dishes o banchan en coreano; consta de platos pequeños con porciones reducidas de vegetales como kimchi<sup>1</sup>, en sus diversas variaciones, rábano encurtido, cebolla verde y pepino (Oh, Park, William, & Lee, 2014).



Por otro lado, a diferencia de la gastronomía tradicional coreana, la japonesa busca promover dietas bajas en calorías y sales, pero nutritivas como la Was-hoku<sup>2</sup>, reconocida en 2013 por la UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, la cual “se caracteriza por un alto consumo de pescado y productos de soja y un bajo consumo de grasa y carne animal, se basa en el uso eficaz del sabor umami<sup>3</sup>” (Gabriel, Ninomiya, & Uneyama, 2018) dando como resultado poderosas herramientas que aportan a la alimentación nutritiva.

Por último, se habla de la gastronomía asiática tradicional como una fuente de alta en vitaminas y nutrientes, esto por poseer dentro de su variedad gastronómica los llamados superalimentos<sup>4</sup>, los cuales han ganado reconocimiento en la actualidad debido a sus efectos en la salud, aparentemente muy poderosos e incluso, podríamos decir, milagrosos. (Pérez Jiménez, 2021).



いただきます!  
¡Buen provecho!

Este proyecto, además de ser una oportunidad para aportar a la mejora de hábitos alimenticios de estudiantes, nace de un gusto personal por la cultura mencionada (Asia), especialmente los países de Japón y Corea del Sur, desde un gusto por los platos hasta un conocimiento básico/general de los mismos; igualmente, al compartir las recetas tradicionales de estos países se busca fomentar en los estudiantes una mayor apreciación por la comida como fuente de salud y bienestar y la adopción de hábitos alimenticios conscientes y equilibrados, a su vez que se promueve la cultura de dichos países por medio de la comida. Al combinar el diseño de comunicación visual con la rica gastronomía tradicional de Asia, pretendo ofrecer una solución que aborde los desafíos nutricionales en el ámbito universitario.

## Planteamiento del problema

Es común escuchar frases como “No almorcé”, “Se me olvidó comer”, “Es que no tenía hambre” y “No tuve tiempo” en horarios de clase o después de las horas destinadas para comer (principalmente hora de almuerzo). La falta de hábito y la mala rutina que tienen algunos jóvenes universitarios con su alimentación ha llamado la atención de especialistas desde hace mucho tiempo.

Según un análisis realizado, a través de 350 encuestas, por estudiantes de diversas carreras de la Universidad del Bío Bío en Chile en 2017, se concluyó que un **“75% de los encuestados tenían una alimentación no saludable o poco saludable”**, siendo el rango promedio de edades entre los 17 a 20 años; en la

encuesta se encontró que el consumo de alimentos sanos como las frutas, las verduras e incluso agua eran bajos, mientras que productos altos en azúcares y embutidos tenían un mayor consumo, siendo los hombres los que mayor tendencia tienen a preferirlos (Diversos Autores, 2017). Estos datos indican que una gran cantidad de los estudiantes universitarios no poseen un buen hábito alimenticio, es decir aquel que provee al cuerpo los nutrientes necesarios que le permiten tener un buen funcionamiento del organismo fortaleciendo la salud y ayudando a minimizar el riesgo, o prevención, de enfermedades y problemas graves de salud a corto y largo plazo.

Según Porto-Arias et al. (2018), los estu-

diantes universidades se caracterizan por ser uno de los grupos más vulnerables si desde un punto de vista nutricional y saludable se trata, esto debido al contexto en que se encuentran, presentado malos hábitos alimenticios influenciados por alteraciones en horarios de clase, consumo de sustancias y/o alcohol, situaciones económicas, carga de estrés, gustos personales o, incluso, estímulo de otros estudiantes. Este grupo, también, se identifica por saltarse comidas con frecuencia y picar entre ellas, siendo los preferidos las comidas rápidas, puestos callejeros, alimentos altos en glucosa, frituras, gaseosas, picantes, dulces, cafeína y en general comida poco nutritiva.

La mala alimentación y la falta de buenos hábitos alimenticios influyen negativamente en la salud de las personas, pudiendo provocar trastornos alimenticios y enfermedades por deficiencias en la nutrición, problemas cardiovasculares y debilitamiento del sistema inmunológico. Además, una inadecuada nutrición puede afectar el estado emocional y mental de las personas, contribuyendo a la aparición de trastornos como la depresión, la ansiedad y la irritabilidad. Estas condiciones de salud no afectan solo el bienestar general, sino también, pueden tener un impacto negativo en el rendimiento físico-educativo.

En el ámbito académico, una dieta deficiente puede resultar en bajas calificaciones por la falta de concentración y desinterés de las clases. En casos extremos, muchos estudiantes pueden verse obligados a suspender sus estudios debido a problemas de salud derivados de una mala alimentación, Barrios et al. (2009).

En este contexto, la gastronomía tradicional asiática, especialmente la japonesa y surcoreana, se convierte en un medio para promover hábitos alimenticios saludables; reconocida mundialmente por su equilibrio nutricional, uso de ingredientes frescos y preparación saludable, esta cocina puede educar a los estudiantes sobre la importancia de una buena alimentación. Por otro lado, aprovechando el actual interés que poseen los jóvenes por la cultura asiática, se busca incentivar el consumo de estos alimentos y difundir una mayor apreciación de la cultura.

Por otro lado, y desde la perspectiva del diseño, la creación de herramientas y piezas de comunicación visual puede ofrecer oportunidades valiosas para promover hábitos alimenticios saludables entre estudiantes universitarios. En un contexto donde la falta de hábitos alimenticios adecuados es evidente, el diseño de comunicación visual puede aprovecharse para captar la atención y transmitir mensajes sobre la nutrición. Empleando estrategias como el desarrollo de recursos visuales y elementos interactivos, es posible facilitar la comprensión de una dieta equilibrada y motivar a los estudiantes a realizar cambios positivos en ella. La aplicación de diseño, en ese caso, puede hacer que la información sobre nutrición sea más accesible, atractiva y relevante, contribuyendo a transformar actitudes y comportamientos alimentarios, contribuyendo a la mejora de la salud de los estudiantes.

Abordar la mejora de los hábitos alimenticios en los estudiantes universitarios es crucial para su salud integral, rendimiento académico y bienestar emocional.



Una buena nutrición previene enfermedades y mejora la calidad de vida, mientras que la educación en cultura alimentaria diversifica sus elecciones. La gastronomía tradicional asiática puede ser un medio efectivo para promover hábitos saludables. Fomentar estos hábitos es una etapa formativa, puede tener un impacto positivo duradero, beneficiando tanto a los individuos, como a la sociedad en general.

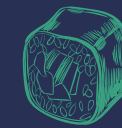


いただきます!  
¡Buen provecho!

## Objetivo General

Visibilizar los beneficios de la comida tradicional asiática (sur coreana y japonesa) como contribución para la mejora de los hábitos alimenticios de los estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana, Cali a través de una estrategia de comunicación visual con enfoque pedagógico.

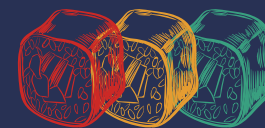
## Objetivos Específicos



Identificar el perfil, preferencias y tendencias actuales en relación con los hábitos alimenticios en los estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana, Cali.



Determinar los medios y canales de comunicación más efectivos para promover la comida tradicional asiática (surcoreana y japonesa) y fomentar hábitos alimenticios más saludables a los estudiantes universitarios.



Diseñar un estrategia de comunicación visual con enfoque pedagógico que evidencie los beneficios en salud de la comida tradicional asiática.



## Usuario

### ¿Hacia quién me dirijo?

Este proyecto está dirigido a los **estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana, Cali**, específicamente aquellos con edades entre los 18 y 25 años. Esta elección fue tomada teniendo en cuenta las etapas de la vida, siendo esta considerada una de las etapas más críticas en la formación de hábitos para la vida, incluyendo los alimenticios. Durante estos años, los estudiantes se encuentran en transición hacia la adultez, donde se empiezan a tomar decisiones más independientes sobre su salud y bienestar.

Deseo de cambiar sus hábitos alimenticios

Falta de actividad física

Uso diario y constante de redes sociales

Bajo presupuesto

Falta de tiempo



## Aliado Experto

### ¿Quién me ayuda?

Docente de la carrera de Gastronomía y experto en gastronomía asiática, Christian Oviedo fue un aliado clave en Bokado. Su experiencia garantizó la autenticidad del proyecto, aportando profundidad y conexión con la tradición culinaria.



いただきます!  
¡Buen provecho!

## Marco de Referencia

いただきます!  
¡Buen provecho!

### Comida y cultura

Ramiro Delgado

La comida está presente en la vida de cualquier persona, es algo vital y una necesidad básica de la vida. Sin embargo, en un mundo tan amplio, el significado que este tiene, no es el mismo para todos. Cada cultura le da un significado distinto respecto a su territorio, valor y accesibilidad; la política, sociedad, cultura, economía y religión han ayudado a darle forma y definir los parámetros que conforman el acto de comer.

Salazar, R. D. (2001). *Comida y cultura: identidad y significado en el mundo contemporáneo. Estudios de Asia y África*, 83-108.

### Educación con sentido intercultural

Touriñán López

En este proyecto es una pieza clave y vital comprender no solo el contexto actual desde la cultura occidental, sino también conocer el oriental para aprender de él desde mi posición. El conocer sobre la educación con sentido intercultural me permite no solo enseñar otra cultura, sino también, desarrollar en las personas la capacidad de interactuar con esas diferencias culturales. Se basa en un proceso que fomenta el respeto, la empatía y la comprensión, integrando estos valores a la educación para la comprensión de un mundo más diverso y globalizado.

Touriñán López (2006). *Revista ESE*; (2013). *Revista de investigación en educación*; (2014). *Revista REDIPE*

### Educación Nutricional

Patricia Bolaños

Desde lo conceptual, la educación nutricional es un proceso educativo que busca promover y mejorar los conocimientos, actitudes y prácticas alimentarias de las personas, fomentando el correcto consumo de los alimentos, así como la creación de buenos hábitos alimenticios. En la práctica, la educación nutricional busca respetar la evolución y el normal desarrollo del individuo, así como potenciar sus cualidades, incentivando, a través del aprendizaje, a adquirir habilidades y destrezas que le permitan desarrollar una capacidad de análisis para tomar consciencia de las acciones que pueden afectar su vida y salud, haciéndolas crear un juicio crítico para la toma de sus futuras decisiones. Bolaños Ríos. (2009). La educación nutricional como factor de proyección en los trastornos de la conducta alimentaria.

En otras palabras, la educación nutricional busca enseñar a los individuos para que, a través de la conciencia crítica autodesarrollada, puedan mejorar sus conductas y actitudes frente a lo que consumen, mejorando sus hábitos alimenticios, y por consiguiente, una mejoría en su salud y vida.

Este tipo de enseñanzas ha mostrado poseer un mayor impacto a largo plazo si se es presentado e instruido en edades tempranas y medias: niños, adolescentes, y adultos jóvenes. También, es clave tener en cuenta los medios de comunicación e influencia en el consumidor, eso con el fin de no compartir

información confusa o errónea; se sugiere el uso de mensajes claros y atractivos.

Bolaños Ríos. (2009). *La educación nutricional como factor de proyección en los trastornos de la conducta alimentaria*.

## Diseño educativo y diseño instructivo

Touriñan López

Ambas necesitan de la otra para poder desarrollarse; sin embargo, no son lo mismo. El diseño educativo se encarga de crear/generar el espacio adecuado para la transmisión del conocimiento, es decir “ámbito de educación” y a su vez, implementa los principios básicos educativos en cada proceso de enseñanza, mientras que, el diseño instructivo es el encargado de la gestión de los contenidos para la enseñanza, organizando no solo los elementos, sino también los tópicos a tratar. Estas dos son necesarias y complementarias para una intervención educativa efectiva.

Touriñan López, José. (2017). *Mentalidad Pedagógica y Diseño educativo: de la pedagogía general a las pedagogías aplicadas en la función de educar*

## Diseño Experiencial

A. Forero y D. Espinosa

El diseño experiencial es aquel que deja un impacto y significado en las personas, a través de eventos recordables; esto se logra por medio de usos de nuestras emociones y sensaciones, además de los espacios, elementos y tiempos

que se le dedica. Este tipo de diseño es ideal si se desea crear una recordación significativa de algo a un usuario, como lo es en el caso de la enseñanza, donde es posible transmitir de manera clara uno o varios temas.

El diseño de experiencias busca comprometer tres componentes principales:

“ 1. La respuesta estética que se caracteriza por sentimientos de placer o no, que se basan en la percepción sensorial del objeto; 2. La persona trata de entender cómo un producto debe ser operado o vivido; 3. La persona le atribuye expresiones simbólicas, semánticas u otros significados connotativos”

La Rotta, A. F., & Arroyave, D. O. (2013). *El diseño de experiencias. Revista de Arquitectura (Bogotá)*

## Diseño interactivo

Juan Fernando Donoso

Es posible pensar que, en un inicio, el diseño interactivo se enfoca en el análisis de la interacción entre un usuario y una máquina o sistema, teniendo como fin, la creación de interfaces por las cuales las personas pueden acceder y hacer unos del sistema, sin embargo, este tipo de diseño va más allá que la simple creación de un producto. Es entonces, la manera de transmitir y comunicar a través de sonidos, colores, textos, animaciones, y cualquier otro medio que permita el paso de información y respuesta entre el sistema y el usuario. Su fin es ser un puente que garantice la transmisión de mensajes claros y bidireccionales, que puede ser empleado para fines de entretenimien

to, informativos, industriales y educacionales.

Araujo, J. F. D. (2020). *Diseño Interactivo. Espacio Diseño*

## Food Design

Pedro Rissing y La RedLADA

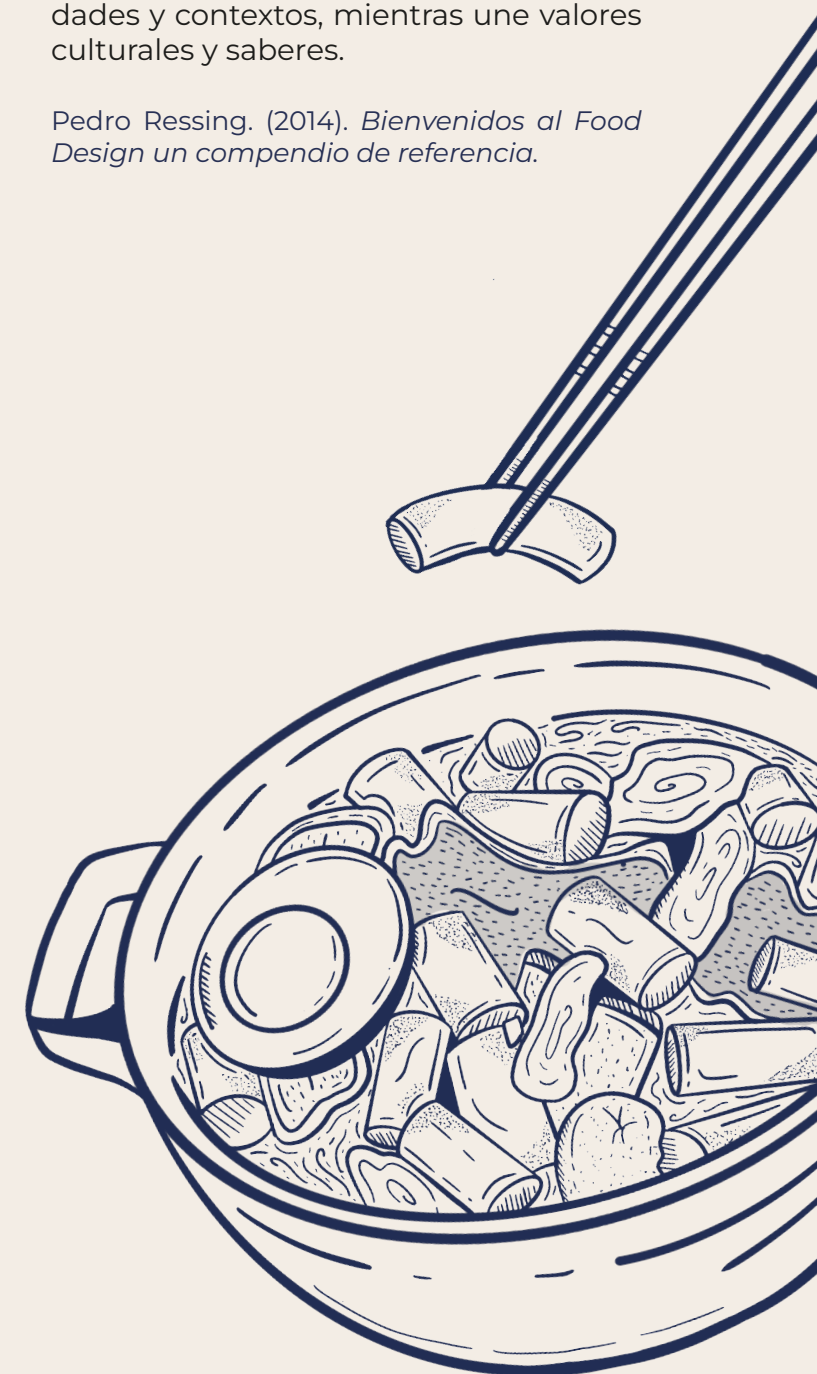
El food Design es una disciplina que, desde el diseño, tiene como fin mejorar la experiencia y conexión que tenemos con la comida y los alimentos, ya sea de manera individual o colectiva, a través de la intervención de una materia prima como el propio aliento, producción de espacios, servicios, sistemas, tecnologías, procesos, experiencias, tangibles e intangibles. A diferencia de la gastronomía, que es reconocido por ser el “arte de preparar los alimentos”, el food design emplea estrategias y metodologías que desde el diseño incentivan, motivan y fortalecen la conexión y el significado de alimento-persona.

Según la Red Latinoamericana de Diseño y Alimentos, constituidos como una comunidad, el food design se emplea desde el diseño para “entender, envisionar y participar de los sentidos del cuidado y salud de estos ecosistemas, para el bien de todas y todos los seres vivos dentro del mismísimo planeta que nos aloja.” (RedLADA - Red Latinoamericana de Diseño y Alimentos). (s. f.). Siendo entonces el food design una manera de ayudar a las personas a cuidar de sí mismas a través del consumo consciente de sus alimentos, beneficiando su bienestar general.

いただきます!  
¡Buen provecho!

Del mismo modo, el food design busca facilitar y proporcionar información valiosa a las personas sobre los alimentos que puedan adaptarse a sus necesidades y contextos, mientras una valores culturales y saberes.

Pedro Rissing. (2014). *Bienvenidos al Food Design un compendio de referencia*.



# Metodología

## Del buen cocinero

Para el desarrollo de este proyecto se tomaron en cuenta y seleccionaron dos metodologías que, al unirse, son un fuerte complemento que me permitirán alcanzar mis objetivos planteados. Me refiero a la metodología de Bruno Munari y el Diseño Centrado en el Usuario (DCU). Ambas metodologías ofrecen enfoques complementarios que se alinean con mi visión de crear un sistema de comunicación visual funcional, accesible y profundamente conectado con las necesidades de los usuarios.

La metodología de diseño propuesta por Bruno Munari: Metodología proyectual, se enfoca en un proceso creativo, sistemático y ordenado; se basa en la experimentación, el análisis y la resolución de problemas a través de diez fases como la recopilación de información, la generación de ideas junto a la selección de la mejor solución, e implementación. La tomé como referencia por su versatilidad pese a su marco controlado, lo cual asegura que cada paso del proceso esté dirigido a resolver el problema de la manera más efectiva posible.

Por otro lado, el DCU es una metodología que pone al usuario en el centro del proceso de diseño. Su objetivo principal es crear productos, sistemas o servicios que sean útiles, empleables y deseables para los usuarios finales. Esta metodología emplea un ciclo iterativo de investigación del usuario, diseño, prototipado y pruebas, asegurando que las necesidades y expectativas del usuario se tomen en cuenta en cada etapa del proceso. La empatía hacia el usuario en esta metodología es vital para comprender los contextos de uso, comportamientos y deseos para diseñar experiencias que resuelvan los problemas de forma efectiva.

Estas dos metodologías son fundamentales y aportan elementos valiosos para este proyecto debido a su enfoque en la creación de posibles soluciones de diseño que no se quedan solo en lo funcional y lo estéticamente agradable, sino que también, responden de manera efectiva a las necesidades y comportamiento de los usuarios. La metodología de Munari me proporciona una estructura clara, detallada y progresiva para abordar problemas complejos, lo cual me da una herramienta que me permita, al final, crear un diseño sólido y bien estructurado. Como complementario, la metodología DCU logra involucrar activamente a los usuarios durante el proceso, asegurando que las soluciones desarrolladas sean relevantes, accesibles y alineadas con necesidades reales. En el propósito de fomentar hábitos alimenticios saludables en los estudiantes universitarios, es crucial conocerlos profundamente, para asegurar que las propuestas finales cumplan su función efectivamente y que estas sean bien recibidas.

La combinación y la integración de estas dos metodologías me permite tener una estructura eficaz, rigurosa y con un enfoque centrado en el usuario el cual brinde soluciones y propuestas que maximicen la efectividad y aceptación al igual que informen y promuevan la buena y sana alimentación en los estudiantes.



- 1 Preparando los alimentos**  
(Contextualización)  
FODA - Observación Activa
- 2 Marinado**  
(Problema)  
Investigación - Primera encuesta al medio universitario
- 3 Vuelta al Wok**  
(Recopilación de datos)  
Investigación de la teoría - Benchmarking - Encuesta - Entrevista - Focus Group
- 4 Creación del platillo**  
(Creatividad)  
Lluvia de ideas - Moodboard- Bocetación
- 5 Ajuste del menú**  
(Evaluación y Verificación con el Usuario)  
Piezas gráficas - Acercamiento a piezas finales
- 6 Presentación del plato**  
(Muestra Final)  
Prueba de Usuario - Feedback - Encuestas - Focus Group

## Unión de las metodologías

Para combinar ambas metodologías se tuvieron en cuenta sus pasos y procedimientos; algunos siendo modificados durante el proceso de la creación de la metodología. A continuación el resultado final de la unión de las metodologías:

Contextualización (Ct) – Problema (P) – Recopilación de datos (RD) – Creatividad ( C ) – Evaluación y Verificación con el usuario (E&V) – Muestra Final (MF)

### 1 Preparando los alimentos (Contextualización)

Esta fase supone un primer acercamiento a los factores, espacios, y actores que hacen parte del problema. Empatizar es una palabra clave en este paso.

### 2 Marinado (Problema)

Esta fase es el punto de partida, donde se define y reconoce el problema. Es importante que, en este paso, haya una identificación precisa de los objetivos y limitaciones del problema.

### 3 Vuelta al wok (Recopilación de datos)

Esta fase abarca una investigación exhaustiva. Se emplean y diseñan métodos y herramientas para lograr recolectar la mayor cantidad posible de información útil para el proyecto (problema, contexto y usuarios). Para conocerlo, se hará el uso de herramientas como el focus group, entrevistas individuales semiestructuradas y una encuesta, lo cual me ayude a identificar rasgos y características de los usuarios.

### 4 Creación del platillo (Creatividad)

Una vez analizado el problema, es hora de que la creatividad empiece a fluir para encontrar posibles soluciones. La integración de la creatividad con la retroalimentación del usuario es fundamental. Aquí se evalúan prototipos rápidos y pruebas de concepto para la elaboración de propuestas finales.

### 5 Ajuste del menú (Evaluación y verificación con usuario)

Ahora que se tienen propuestas, se hace la elección de las mejores para la validación con el usuario, y elección de la mejor entre todas.

### 6 Presentación del plato (Muestra Final)

Es la fase final; es la selección final y muestra al público de la mejor opción que responda al problema.

いただきます!  
¡Buen provecho!

## Métodos y herramientas

Conocer al público con el que estoy trabajando tiene un impacto significativo en la investigación, ya que me permite reunir información valiosa, como lo son los gustos, preferencias y necesidades, con el fin de caracterizar y entender a mi usuario, para desarrollar soluciones adaptadas y cercanas a él.

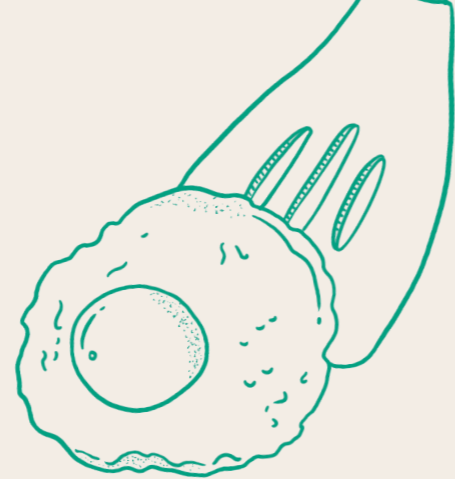
En el contexto de este proyecto, recolectar datos a través de las herramientas adecuadas y adaptadas a mi público, puede permitirme obtener una amplia comprensión sobre los posibles patrones, comportamientos, desafíos, preferencias y tendencias que poseen los jóvenes universitarios sobre sus hábitos alimenticios. Sumado a esto, es esencial considerar cómo estas percepciones se relacionan con la presentación de la información, pudiendo esta ayudarme a identificar y delimitar las estrategias y herramientas de comunicación visual que ayude a que el mensaje a transmitir, logren captar la atención y pueda tener un impacto en los comportamientos alimenticios.

Para alcanzar este objetivo, se emplearán métodos tanto cuantitativos como cualitativos que faciliten una buena comprensión de mi público objetivo. Haciendo uso de una encuesta, entrevista semiestructurada y focus group, puedo obtener la información detallada que me permitirá guiar el desarrollo del sistema de comunicación visual, diseñadas específicamente para resonar con los estudiantes universitarios y promover hábitos alimenticios más saludables.

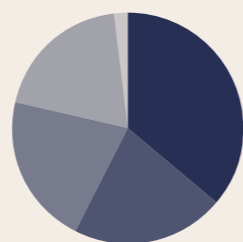
# Análisis encuesta

115

Estudiantes fueron encuestados para conocer sus comportamientos y hábitos



El propósito de esta encuesta fue recopilar información detallada sobre sus preferencias, comportamientos alimenticios, y receptividad hacia la gastronomía asiática.



98%

De los estudiantes interactúa con contenido digital sobre salud, nutrición o bienestar al menos una vez por mes.

88,5%

Más de la mitad de los encuestados tiene un interés en cambiar sus hábitos alimenticios actuales.



## Formato de consulta - Percepción hábitos alimenticios en estudiantes universitarios

¡Hola! Soy **Andrea Lucía Ayala**, estudiante de séptimo semestre de la carrera de Diseño de Comunicación Visual en la Pontificia Universidad Javeriana Cali. Estoy realizando esta encuesta como **parte de mi proyecto de grado**, y me encantaría conocer tu percepción sobre los **hábitos alimenticios** y el **comportamiento relacionado con la alimentación en estudiantes universitarios**. Tu participación es clave para ayudarme a caracterizar a mi público objetivo y definir lineamientos para diseñar una herramienta educativa sobre alimentación saludable.

Todas tus respuestas serán tratadas de manera anónima y se utilizarán exclusivamente con fines académicos.

¡Muchas gracias por tu colaboración y tiempo!

M

28,7%



68,7%

F

“Como por fuera de casa por comididad, falta de tiempo y variedad”

# Focus Group

いただきます!  
¡Buen provecho!

Con el fin de generar debate sobre los temas relevantes del proyecto, y ampliar mi conocimiento sobre mi público objetivo, se decidió realizar dos focus group dentro de la universidad. Cada grupo contó con un total de 5 a 6 participantes entre los 19 y 23 años. Estos fueron algunos de los resultados obtenidos del análisis de los dos focus group.



“La comida japonesa es más saludable”

Se encontró **dos tipos de estudiantes: los que mejoran** sus hábitos alimenticios en la universidad por el horario (lo cual les impone horas de comidas designadas), y **los que empeoran** sus hábitos alimenticios en la universidad por los horarios y conveniencia (picoteo entre clase y más insumos para comer mal). **Hay mayor porcentaje de estudiantes que aseguraron ser del segundo tipo.**

Se concluyó como grupo que la **comida japonesa** está más asociada a lo **saludable**, por lo que han visto. Y que, hay **poco conocimiento** de la **gastronomía surcoreana** sino estás en el medio (ya sea por el K-pop, novelas, cultura en general).

Todos, a excepción de una participante, aseguraron que la **oferta gastronómica** de la **javeriana es limitada**, y sobre todo, **muy costosa**.

“Aquí no hay nada bueno para comer”

## Encuesta semi estructurada

Para explorar patrones de comportamiento alimenticio, así como gustos y preferencias, se realizaron entrevistas semiestructuradas con seis estudiantes universitarios. A continuación, se presentan algunos de los hallazgos más relevantes obtenidos de estas entrevistas:

- Gran parte de los encuestados sale poco los fin de semanas, y se ejercita poco por factores de tiempo. Los que mencionaron hacerlo, es porque están en algún equipo o lo integraron con su rutina diaria.
- Todos los encuestados mencionaron las redes sociales Instagram, YouTube y TikTok como su fuente de información cotidiana sobre alimentación, salud o bienestar. Muchos aseguraron que YouTube es la plataforma que más emplean para informarse.
- Algunos estudiantes aseguraron que los screenshots y las fuentes citadas en los reels o post de Instagram, les da confianza para aceptar la información que se les está proporcionando.
- En este caso, casi todos los encuestados aseguraron no comer balanceado en la universidad.

“YouTube es la mejor plataforma para conocer sobre estos temas”

“Ver un screenshot o la referencia en el video, me dá más confianza en lo que escucho (...)”

“O desayuno, o salgo temprano para llegar, no puedo hacer las dos”

“Con el poco tiempo que tengo, a duras penas puedo respirar (...) ¿Hacer deporte? No tengo tiempo para eso”

いただきます!  
¡Buen provecho!

## Observación Activa

Por otro lado, y como se menciona en la tercera fase diseñada para este proyecto, otro de los factores que hace parte del problema, es el entorno cotidiano de los universitarios: La Universidad. Por ello, llevé a cabo una observación activa del entorno. Este análisis incluyó la evaluación de espacios donde los estudiantes comen dentro del campus, la oferta gastronómica y las condiciones que podrían influir en sus elecciones alimentarias. Este enfoque complementario es esencial para comprender cómo el entorno que rodea a los estudiantes puede influenciar y afectar los hábitos alimenticios de los estudiantes y como el diseño de comunicación visual puede integrarse de manera efectiva en estos contextos.

Durante la investigación, identifiqué la ubicación, precio, servicio y oferta de muchos de los restaurantes ubicados dentro y fuera de la universidad (zonas cercanas). Encontré que las zonas más concurridas durante la hora de almuerzo son la zona de central por su amplia variedad de productos y precios, Samán, Almendros como una zona con una variedad un poco más saludable pero más costosa, con almuerzos con costos de hasta \$ 25 mil pesos, y Raúl Posada. También identifiqué las tiendas y máquinas dispensadoras como opciones populares para picar entre clases, destacando ubicaciones estratégicas en el campus. Finalmente, encontré que el lugar más asequible en función de un precio ajustado es el restaurante Isabela, ubicado junto a las graderías frente al laboratorio de contabilidad y finanzas.

## Benchmarking

Realicé un análisis de personas, proyectos, servicios y productos desde un punto sectorial y no sectorial, a través de una matriz de doble entrada, calificándolos con cuatro criterios:

1. Tono de Comunicación
2. Diseño Visual
3. Canales
4. Impacto/Enseñanza

## Sectorial

	1.	2.	3.	4.	TOTAL
Universe Experience	5	5	3	4	17/20
Mix & Patch	5	4	3	5	17/20
Volkshotel breakfast ritual	4	5	3	4	16/20
TOTAL	14/15	14/15	9/15	13/15	

## No Sectorial

	1.	2.	3.	4.	TOTAL
Dumb Ways To Die	5	5	5	5	20/20
Duolingo	5	5	5	5	20/20
IKEA y Starbucks	2	5	2	5	14/20
Just Dance	5	5	4	5	19/20
TOTAL	17/20	20/20	16/20	20/20	

いただきます!  
¡Buen provecho!



### Mix & Patch

Ella Zeki

Diseñado para niños, Mix & Patch es un juego de cartas enfocado en cultivar tus propias frutas y verduras dentro de casa. La idea es fomentar en los niños la reutilización, el reciclaje y aprovechamiento de restos de comidas y empaques a través del uso de objetos encontrados en casa; a su vez, generando el interés de los niños por cultivar sus propios alimentos, haciéndolos seres más auto-suficientes, saludables y sostenibles.

Sectorial

Proyecto realizado para Volkshote, donde se diseñó una experiencia matutina para los huéspedes del hotel, centrado en la conexión entre las personas y su desayuno. A través de rituales diseñados y una presentación creativa de alimentos, la diseñadora buscó transformar el acto de desayunar en un momento de reflexión y conexión social.



makeat

### Universe Experience

Makeat



### Volkshotel Breakfast Ritual

Marije Vogelzang

Proyecto realizado para Volkshote, donde se diseñó una experiencia matutina para los huéspedes del hotel, centrado en la conexión entre las personas y su desayuno. A través de rituales diseñados y una presentación creativa de alimentos, la diseñadora buscó transformar el acto de desayunar en un momento de reflexión y conexión social.

# No Sectorial



**Dumb Ways To Die**  
Metro Train

Desde el diseño esta campaña es un ejemplo brillante de cómo la comunicación visual puede impactar de manera significativa en la sociedad. A través del uso del color, diseño de personajes y mensajes claros con ese toque de humor oscuro, se logró captar la atención de la audiencia y educar de una manera entretenida logrando permanecer en la mente de las personas de forma memorable.



**IKEA Y STARBUCKS**  
Grandes franquicias

Ambos gigantes, aunque operan en sectores diferentes, han logrado crear ambientes que van más allá de su propósito funcional, transformándolos en experiencias que conectan profundamente con sus usuarios. En este proyecto, analizar cómo la creación y ambientación de estos espacios puede ser un buen aspecto para considerar cuando se desea enseñar algo, en este caso, la mejora de los hábitos alimenticios. Explorando el poder del diseño de interiores inmersivos, se puede aplicar y adaptar este conocimiento para el desarrollo de un sistema visual informativo y motivar a los estudiantes a optar por una mejor y más consciente toma de decisión sobre el consumo de alimentos.

いただきます!  
¡Buen provecho!

Desde el diseño UX, es posible apreciar varios elementos de esta aplicación, uno de ellos es el diseño de la interfaz, limpia, sencilla y fácil de usar; además cuenta con un característico personaje que ha ayudado a darle más visibilidad en redes sociales, siendo un personaje caricaturesco que se encuentra en post memes\* de redes. Y por el otro lado, se encuentra el dinamismo e interactividad de la misma, siendo diseñada para facilitar cada lección y/o actividades, siendo cortas y entretenidas, contando con también con la retroalimentación instantánea, permitiendo al usuario corregir sus errores en el momento. Por último, involucra un factor el elemento social, implementando una tabla de posiciones, fomentando una sana competencia que motiva a seguir aprendiendo.



**Duolingo**  
Duolingo Inc.

Haciendo un análisis minucioso a este juego, pude observar que la interactividad es un punto clave que le permite a los usuarios participar en tiempo real y recibir retroalimentación inmediata, mientras que, la barra de progresión incentiva y motiva a los participantes a continuar. Por otro lado, la experiencia social que brinda el juego, factor a considerar cuando se habla de un público joven, genera competencia y colaboración y asegura que, independientemente de las habilidades o condiciones de las personas, estas puedan disfrutar del juego. Aplicar esta estrategia y herramientas que están presentes en muchos videojuegos como lo es la interactividad y la participación, puede transformar la forma en cómo los estudiantes interactúan y entienden los alimentos. Incluyendo pequeños juegos o retos con desafíos nutricionales a través de una plataforma adaptable, hará que el contenido sea más accesible, emocionante y motivador.



**Just Dance**  
Ubisoft

## Conclusiones de la fase investigativa

En el transcurso de este proyecto, se exploraron diversas maneras para fomentar hábitos alimenticios saludables entre los estudiantes universitarios, utilizando como base la riqueza de la gastronomía asiática. El análisis de las preferencias, comportamientos y reacciones de los estudiantes hacia los distintos elementos gráficos y comunicativos reveló insights clave que orientan el desarrollo de herramientas efectivas y atractivas para este público. A continuación, se detallan los principales aprendizajes de esta fase investigativa:

1

### Gráfica

(Impacto visual como prioridad)

El uso de fotografía y elementos gráficos llamativos y “vistosos” es prioritario para llamar la atención de los estudiantes; además se debe hacer uso de poco texto, y colores vibrantes, pero acordes con el tema.

2

### Comunicación

(Educación Gastronómica)

Primero se debe instruir y dar a conocer a los estudiantes sobre las gastronomías para que puedan entenderlas y reconocerlas, antes de desarrollar un producto o herramienta final.

3

### Conexión

(Creación de identidad y recordación)

Es importante hacer uso de algún elemento representativo o personaje que le cree una recordación a los estudiantes sobre la mejora de sus hábitos alimenticios a través de la gastronomía asiática. Al igual, que elementos de risa o humor oscuro y lenguaje cotidiano, empleado en la cotidianidad de los universitarios.

## Requerimientos de Diseño

Para garantizar que el diseño final cumpla con los objetivos establecidos durante la investigación, es esencial transformar los hallazgos obtenidos en esta fase en requerimientos concretos. A continuación, se presenta la tabla de requerimientos de diseño que sintetiza estos descubrimientos.

F-O: Funcional-Operativo    E-C: Estético-Comunicativo    T-P: Técnico-Productivo

Necesidad	Requerimientos	Tipo	O/D	Descripción
Participación activa durante la estrategia	Material Didáctico	F/O	O	Dinámico, Cooperativo, Pedagógico, Fácil de interactuar
Adaptable a varios medios de comunicación	Transmedia	T/P	O	Publicidad en redes sociales: post, reels.
Experiencia persona - alimento	Diseño experiencial	F/O	O	Diseño experiencial Food Design Taller de involucramiento
Entendimiento de la info. por el usuario	Lenguaje comunicativo, funciones indicativas	E/C	O	Información sintetizada y fácil de entender con refuerzo gráfico
Diseño atractivo, relevante y memorable	Comunicación Visual	E/C	O	Diseño identidad visual, creación de personajes Ilustración Fotografía Uso de poco texto Elementos visuales orgánicos y descriptivos
Involucramiento de los sentidos	Estrategia sensorial	F/O	O	Formas, texturas y sonidos llamativos en la experiencia

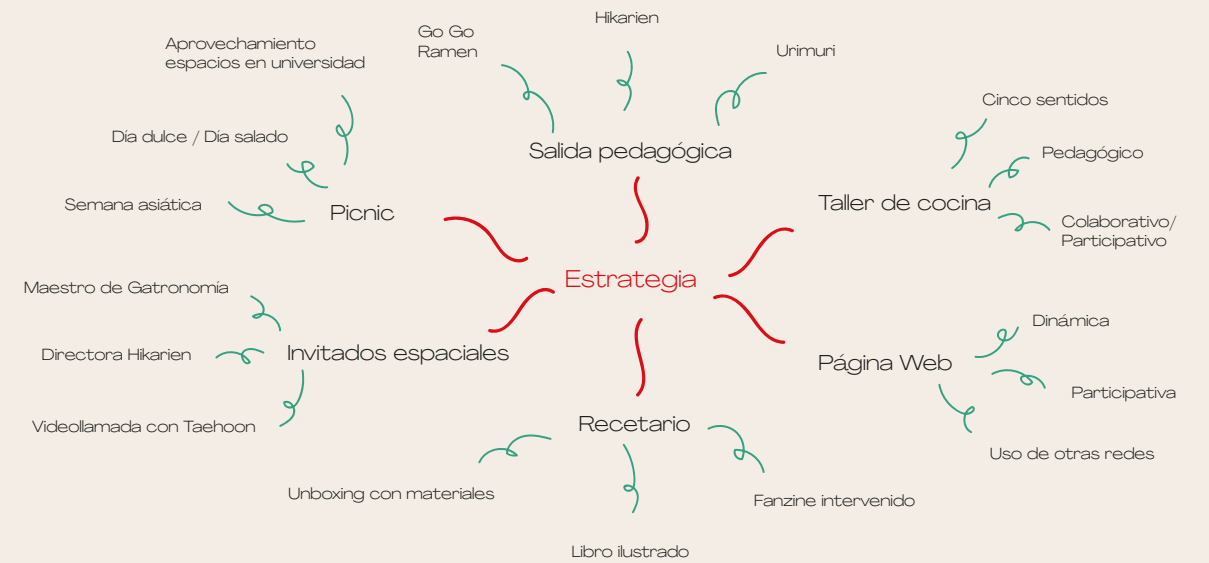
# Sistema Producto

## Fase Creativa



# Lluvia de Ideas

## Propuestas iniciales



Ideas para proyecto de grado.

- \* Aplicación
- \* Clase de cocina
- \* Muestras gratis
- Semana asiática
- Charlar con experto
- Podcast
- Picnic
- Actividades con recompensa
- \* Instagram - posts
- \* Crear personaje
- Invitados especiales?
- Salida pedagógica
- Día experiencia ciudad
- \* Afiches en la universidad.

recetario  
Mapa para encontrar tiendas & restaurantes.

¿Colombos japoneses? Clase!

pezas gráficas

1 semana

1wk 2wk

Estrategia  
Experiencial.  
Vivencial.  
Interactiva.

enseñar y crear recuerdos.

+ personalización

- 1 Creación de piezas
- 2 Creación de elementos
- 3 Muestra con usuario
- 4 Feedback
- 5 Resultado

Día dulce / Día Salado.	Marcos Harinas salsas	Ver para encontrarlos
-------------------------	-----------------------	-----------------------

Lluvia de ideas en Digital

# Moodboard



- Colores representativos
- Personajes llamativos
- Tipografías modernas / modificadas
- Buen manejo de fotografía o ilustración



# Sistema Producto

Con el fin de dar respuesta a mi tercer objetivo específico, se da inicio a la creación y diseño de una estrategia de Comunicación Visual que cuente con un enfoque pedagógico, evidenciando los beneficios en salud de la comida tradicional surcoreana y japonesa. Este enfoque busca educar y motivar a los estudiantes universitarios sobre la importancia de adoptar hábitos alimenticios más saludables, a través de un formato accesible y atractivo que resuene con sus intereses y estilo de vida.

La necesidad de esta estrategia surge de la normalizada desconexión entre los estudiantes y una alimentación saludable, a menudo influenciada por opciones rápidas y poco nutritivas. Al presentar la comida tradicional asiática de manera interactiva y experiencial, se pretende no solo informar, sino también involucrar a los estudiantes en el proceso de aprendizaje, fomentando un sentido de comunidad y participación.

## Sistema producto Ruta de sistema



## Descripción del Sistema Producto

La estrategia Bokado se desarrolla en tres fases principales, cada una cuidadosamente diseñada para lograr los objetivos del proyecto Itadakimasu! y con un enfoque constante en el feedback de los estudiantes para asegurar la relevancia y efectividad del proceso. A continuación, se presenta una breve descripción de las fases:

### 1. Creación de la Marca

La fase de creación de la marca se centró en desarrollar una identidad que fuera familiar, cercana y fácilmente reconocible para los estudiantes universitarios. La marca, llamada Bokado, toma su nombre del español y hace referencia a una pieza o porción pequeña de alimento que cabe en la boca, evocando una conexión directa con la experiencia gastronómica. Para garantizar claridad y legibilidad, se seleccionó una familia tipográfica bold, mientras que la paleta de colores vibrantes se escogió cuidadosamente para reflejar la riqueza visual de las culturas japonesa y coreana.

Además, se diseñó un personaje basado en uno de los ingredientes más representativos de estas gastronomías: el pulpo. Este personaje, dotado de un rostro amigable y elementos complementarios que lo asemejan a un cocinero, se convirtió en un recurso clave para mejorar la recordación y generar empatía con la audiencia. La marca se complementó con una línea gráfica coherente, que integra elementos visuales y platillos típicos de estas culturas, reforzando su conexión con el proyecto.

### 2. Diseño y Muestra del Taller

La segunda fase de la estrategia se centró en la conceptualización, diseño y ejecución de los talleres de cocina interactivos, asegurando que fueran peda-

gógicos, participativos y alineados con los objetivos del proyecto. Esta fase se dividió en siete subfases principales:

- 1. Reunión con un Experto:** Se llevó a cabo una reunión con un profesional en gastronomía asiática, quien asesoró sobre los platillos principales (bibimbap y pollo karaage) y los ingredientes clave, destacando sus beneficios para la salud.
- 2. Definición de los Conceptos y las Actividades:** En esta etapa se estructuraron las actividades del taller con un enfoque educativo y sinestésico, permitiendo que los participantes conectaran los cinco sentidos con la comida y entendieran sus beneficios para el cuerpo.
- 3. Creación de las Piezas Necesarias para el Taller:** Se desarrollaron materiales específicos para la ejecución del taller: Boletos o pases para el taller: Diseñados para gestionar la participación, cada boleto incluía la información del lugar, fecha y hora del evento. Cartas Bokado: Cartas para análisis sinestésico: Cinco cartas borrables que guiaban a los participantes en la exploración multisensorial de los platillos. Cartas en función de la salud: Cinco cartas que explicaban los beneficios clave de los ingredientes para la salud (sistema inmunológico, digestión, sistema nervioso, salud cardiovascular y antioxidan

- tes).Guía para la actividad de cartas: Un documento explicativo sobre el uso de las cartas durante el taller.Cartilla de sistematización: Una guía detallada que reúne todos los elementos necesarios para replicar el taller, incluyendo instrucciones, tiempos, materiales y objetivos pedagógicos.
- 2. Presentación de la Estrategia (Marca y Diseño del Taller) a los Estudiantes:** El concepto completo, junto con los materiales y actividades, fue presentado a un grupo de estudiantes para obtener retroalimentación y asegurar su pertinencia y atractivo.
- 3. Realización del Primer Taller (Prueba Piloto):** Se llevó a cabo un taller piloto en el que se observó la interacción de los participantes con las actividades, permitiendo ajustar aspectos logísticos y pedagógicos con base en sus comentarios.
- 4. Correcciones del Taller:** Tras el piloto, se implementaron mejoras en los materiales, dinámicas y organización, garantizando que la experiencia fuera más clara, efectiva y enriquecedora.
- 5. Taller Abierto para Futuras Implementaciones:** Como resultado del proceso, el taller quedó diseñado y listo para ser replicado por cualquier grupo interesado, ofreciendo una actividad pedagógica y participativa abierta a futuras implementaciones.

### 3. Estrategia Digital

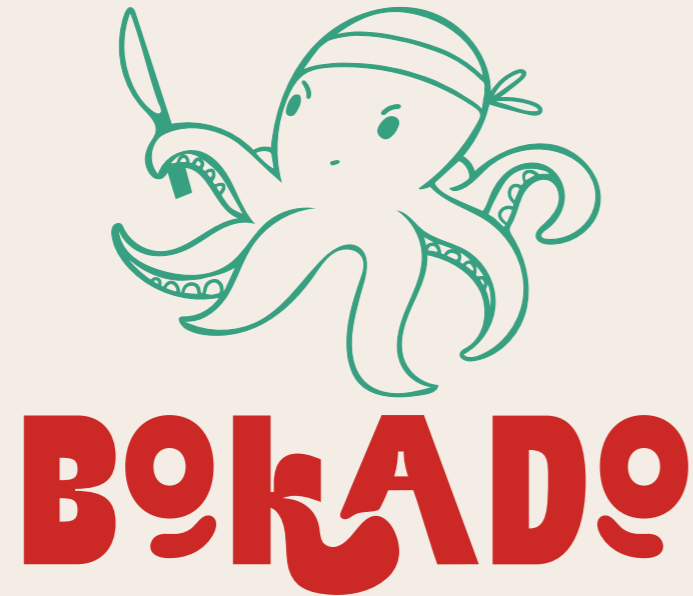
La fase de estrategia digital se diseñó no solo como un complemento al taller, sino también como un medio para atraer a nuevas personas interesadas en

la gastronomía japonesa y coreana, combinando contenido entretenido e informativo. En esta etapa, se creó la cuenta de Instagram @Bokado\_project, donde se compartieron piezas gráficas alineadas con los elementos de la marca, incluyendo el uso destacado del personaje diseñado para Bokado. Esta cuenta se convirtió en un espacio para educar de forma accesible y fomentar la interacción a través de publicaciones atractivas y actividades participativas que invitaban a los seguidores a involucrarse en los comentarios. Así, la estrategia digital se consolidó como un recurso clave para expandir el alcance del proyecto y mantener una conexión continua con la comunidad universitaria.

En conjunto, las tres fases de la estrategia Bokado se desarrollaron con el objetivo de crear una experiencia integral que conectara a los estudiantes universitarios con los beneficios de la gastronomía japonesa y coreana, tanto desde una perspectiva pedagógica como participativa. La retroalimentación constante de los estudiantes jugó un papel crucial en la optimización de cada fase, asegurando que el proyecto no solo cumpliera con sus objetivos, sino que también se adaptara a las necesidades e intereses de su público objetivo, consolidando así su relevancia y efectividad.

## Creación de Marca

Logotipo



El logotipo de Bokado fue diseñado para reflejar la esencia de la marca: cercana, accesible y memorable. Se presenta con una tipografía bold para garantizar su legibilidad y destacar en diversos contextos y un característico personaje en forma de pulpo con elementos de cocina: cuchillo y bandana en la frente.

## Naming

Rae.

Porción de comida que cabe de una vez en la boca.

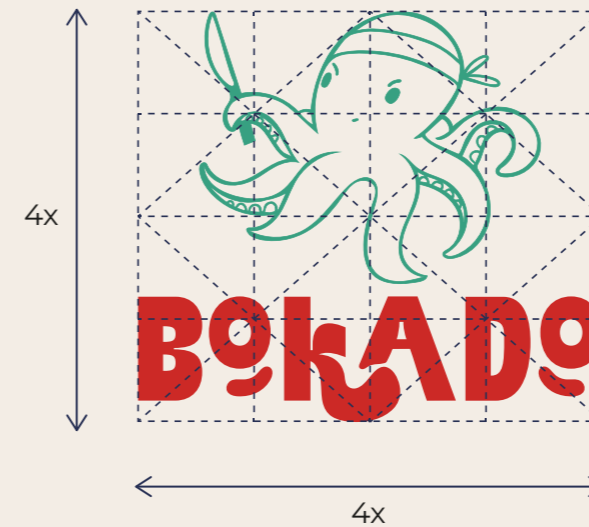
Porción pequeña de comida. Tomar un bocado.

Así como lo menciona la rae, bocado es un trozo pequeño de alimento; esta palabra gira en torno al contexto del proyecto, tanto desde su significado desde el alimento como, desde oriente, como se le entiende al mismo. "Bokado" es un juego de palabras que sugiere la idea de pequeñas porciones o bocados, que con su toque familiar pero juguetón, se vuelve accesible y amistoso, haciéndolo atractivo para la audiencia universitaria.

いただきます!  
¡Buen provecho!

# BOKADO

Por otro lado, la palabra bocado está fuertemente ligada a la cultura asiática, siendo reconocida en mayoritariamente en la cultura occidental gracias a la gastronomía japonesa, donde se menciona el bocado como una porción de sushi. Sin embargo, esta no solo se relaciona con esa cultura, pues, en la cultura tradicional asiática es común encontrar porciones pequeñas, ligadas al modo de comer de estos lugares, al igual que el impacto en la salud que tiene esta manera de comer; esto lo que conecta perfectamente con el concepto de ir avanzando paso a paso hacia mejores hábitos alimenticios de mi proyecto.



### Proporciones

Las proporciones del logotipo de la marca se definen en relación al valor x, en una superficie modular, garantizando así que la marca mantenga siempre su adecuada proporción en cualquier tipo de soporte o dimensiones. Está totalmente prohibida la modificación de cualquiera de sus proporciones.



### Área de respeto

Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. Esta área deberá estar exento de elementos gráficos que interfieran en la percepción y lectura de la marca. Se ha determinado un área de seguridad que equivale a la intervención en la letra O.

## Variaciones de logotipo



Vertical



Horizontal

## Tipografía

### Dx Lactos

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmñopqrstuvwxyz**  
**1234567890?#\$\$%&/@\***

La tipografía de Bokado fue diseñada para ser amigable, bold y moderna, con una alteración sutil en sus letras para agregar un toque único y distintivo al logotipo.

### Montserrat

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmñopqrstuvwxyz**  
**1234567890?#\$\$%&/@\***

La tipografía secundaria de Bokado es Montserrat, utilizada en sus versiones semi-bold, regular e italic. Esta familia tipográfica moderna y versátil complementa la marca, aportando claridad y jerarquía visual en diferentes aplicaciones

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmñopqrstuvwxyz  
1234567890?#\$\$%&/@\*

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmñopqrstuvwxyz  
1234567890?#\$\$%&/@\*

## Paleta Cromática

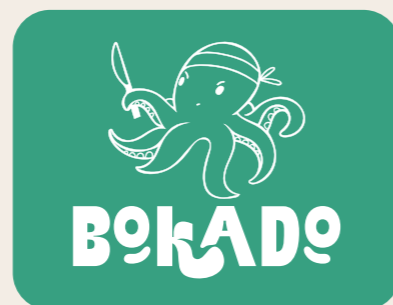
### Colores representativos

La paleta de colores de Bokado fue elegida para reflejar la cultura asiática de manera vibrante y equilibrada. El rojo simboliza la energía, el azul oscuro aporta serenidad, el verde aguamarina evoca frescura y salud, y el amarillo añade un toque de vitalidad. Estos colores se complementan entre sí, creando una identidad visual que conecta con la gastronomía asiática mientras mantiene un enfoque moderno y atractivo.

<p>C: 65%</p> <p>M: 0%</p> <p>Y: 19%</p> <p>K: 37%</p>	<p>C: 74%</p> <p>M: 0%</p> <p>Y: 54%</p> <p>K: 49%</p>	<p>C: 52%</p> <p>M: 42%</p> <p>Y: 0%</p> <p>K: 67%</p>	<p>C: 0%</p> <p>M: 80%</p> <p>Y: 82%</p> <p>K: 19%</p>	<p>C: 0%</p> <p>M: 32%</p> <p>Y: 78%</p> <p>K: 10%</p>
<p>R: 56</p> <p>G: 161</p> <p>B: 130</p>	<p>R: 34</p> <p>G: 131</p> <p>B: 61</p>	<p>R: 40</p> <p>G: 49</p> <p>B: 84</p>	<p>R: 206</p> <p>G: 42</p> <p>B: 38</p>	<p>R: 230</p> <p>G: 157</p> <p>B: 50</p>
<p>HEX</p> <p>#38A182</p>	<p>HEX</p> <p>#22833D</p>	<p>HEX</p> <p>#283154</p>	<p>HEX</p> <p>#CE2A26</p>	<p>HEX</p> <p>#E69D32</p>

## Versiones del logo

Correctas



Estas son las versiones correctas de la versión principal. Siempre que sea posible deberá hacerse uso de su versión principal. También, existen variaciones para casos puntuales donde nuestra marca puede adaptarse a las actividades y situaciones necesarias.

Incorrectas



## Recursos gráficos



# Piezas gráficas

## Taller Bokado

### Guía/Manual de Instrucciones actividad de Cartas

La guía para la actividad de cartas Bokado sirve como un manual de instrucciones claro y detallado que facilita la comprensión y ejecución de la actividad de cartas. Su propósito es asegurar que los participantes sigan el flujo de la actividad correctamente, maximizando el aprendizaje sobre los beneficios de los ingredientes y fomentando la interacción sin confusiones. Cuenta con dos apartados: Sentidos y Salud, con los cuales los participantes pueden realizar el análisis completo de un ingrediente o la gastronomía tratada en el taller.



いただきます!  
¡Buen provecho!

# Piezas gráficas

## Taller Bokado

### Cartas Análisis Sinestésico

Las 5 cartas del análisis sinestésico están diseñadas para explorar los cinco sentidos de manera interactiva. Cada carta tiene dos lados: en el anverso, se encuentra una imagen que representa uno de los sentidos (vista, olfato, gusto, tacto y oído), mientras que en el reverso se ofrece un espacio laminado brillante y borrable. Este lado permite a los estudiantes escribir sus respuestas sobre cómo perciben cada sentido en relación con el ingrediente o platillo que están analizando. La estructura de las cartas facilita una experiencia de aprendizaje activa, en la que los participantes pueden reflexionar sobre sus sensaciones y conectar más profundamente con los alimentos a través de los sentidos.



Vista

La vista es el sentido que nos permite percibir el entorno a través de la luz que entra en nuestros ojos.



Olfato

El olfato es un sentido que nos permite detectar aromas y fragancias, conectando con nuestras emociones.



Gusto

El gusto es aquel sentido que nos permite percibir los sabores de los alimentos.



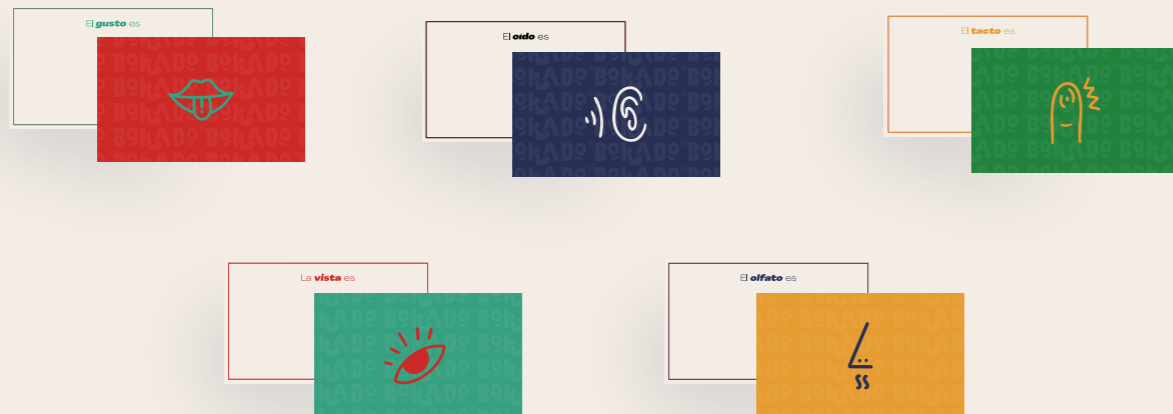
Oído

El oído es el sentido que nos permite detectar sonidos a través de ondas sonoras.



Tacto

El tacto es el sentido que nos permite percibir estímulos a través de la piel.



いただきます!  
¡Buen provecho!



# Piezas gráficas

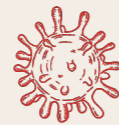
## Taller Bokado

### Cartas Beneficio en salud

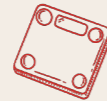
Las 5 cartas en beneficio a la salud están diseñadas para resaltar los beneficios nutricionales de los ingredientes clave de la gastronomía asiática. Cada carta presenta un ingrediente específico, enfocándose en áreas de salud como el sistema inmune, la digestión, la salud cardiovascular, el control de peso y las propiedades antioxidantes. En el reverso de cada carta, los estudiantes pueden escribir y reflexionar sobre cómo cada ingrediente contribuye a su bienestar, promoviendo una mayor conciencia sobre la importancia de una alimentación saludable y equilibrada en su vida diaria.



El sistema cardiovascular, compuesto por el corazón y los vasos sanguíneos.



El sistema inmune es la defensa natural del cuerpo contra infecciones y enfermedades.



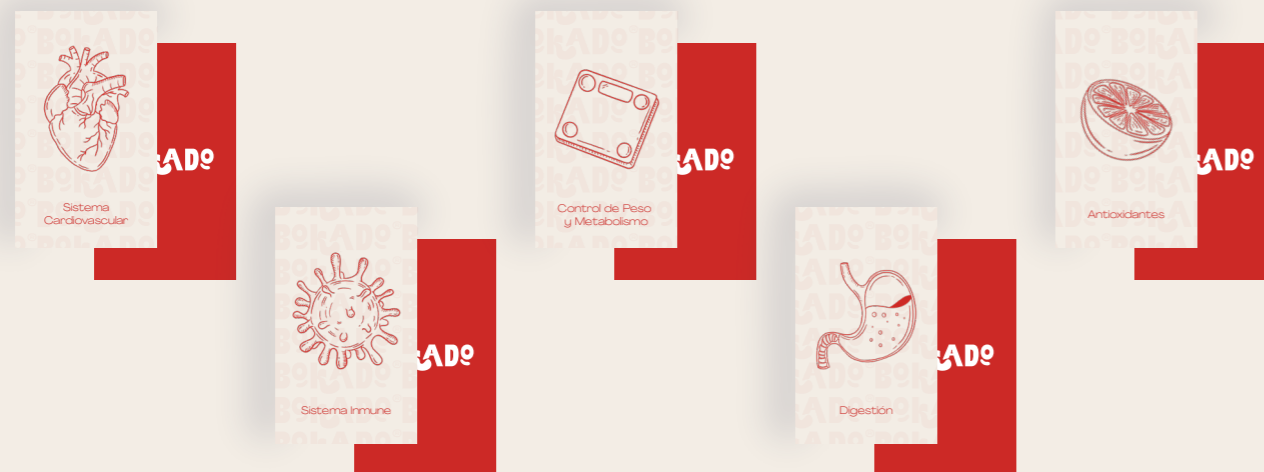
El metabolismo es el proceso por el cual el cuerpo convierte los alimentos en energía.



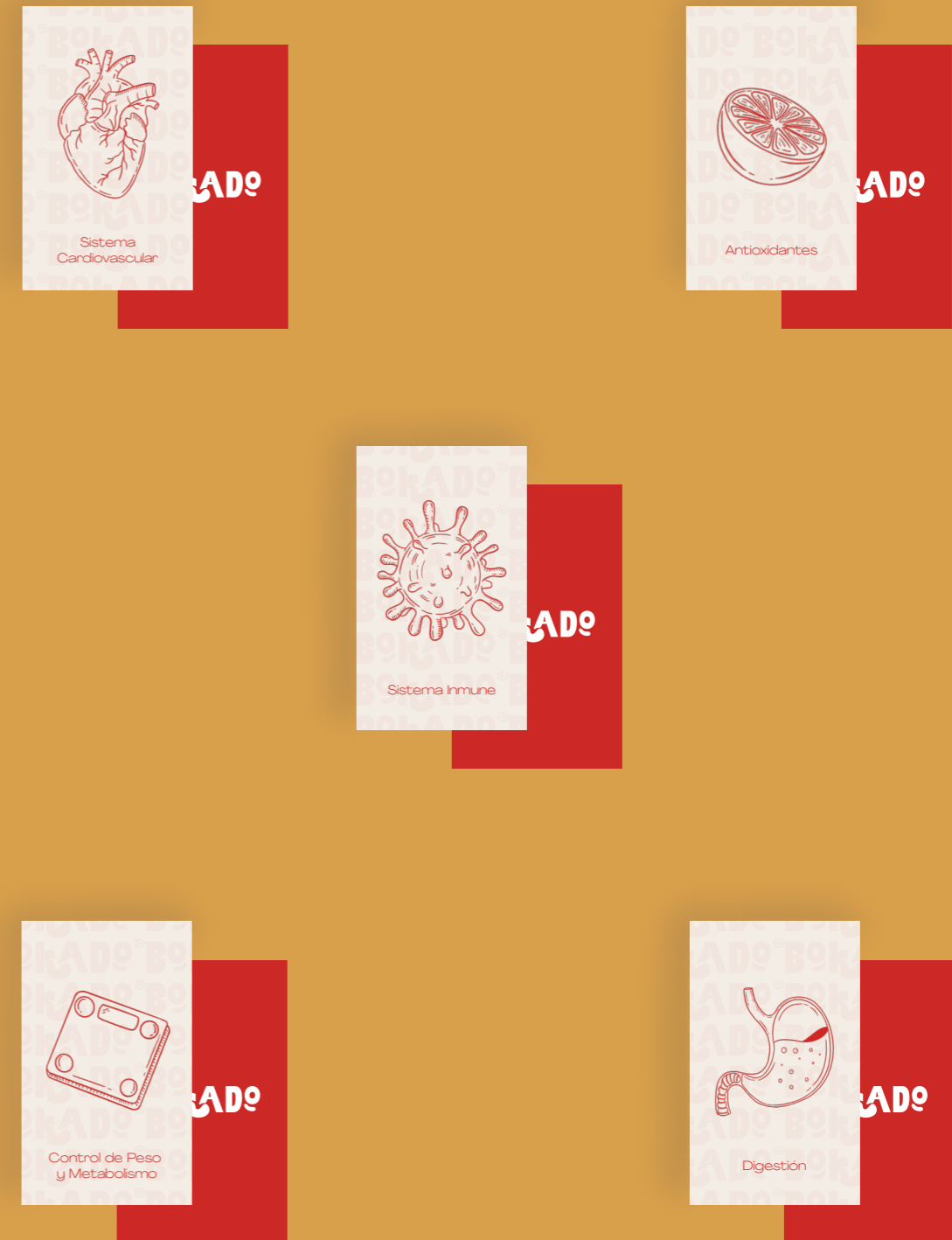
La digestión es el proceso mediante el cual el cuerpo descompone los alimentos en nutrientes.



Ayudan a evitar el envejecimiento y el desarrollo de enfermedades.



いただきます!  
¡Buen provecho!



いただきます!  
¡Buen provecho!

## Piezas gráficas Taller Bokado

### Cartilla de Sistematización

La cartilla de sistematización del taller Bokado tiene como objetivo consolidar toda la información relevante para la ejecución del taller, ofreciendo una guía clara y estructurada para replicar la actividad en el futuro. Incluye detalles sobre la metodología utilizada, los materiales necesarios, las actividades desarrolladas y cómo deben llevarse a cabo, facilitando la comprensión y aplicación del taller en otros contextos. Además, se presenta como una herramienta práctica tanto para los facilitadores como para otros interesados en implementar la estrategia, asegurando que se mantenga la coherencia y efectividad de la experiencia educativa.



## Piezas gráficas Taller Bokado

### Invitación Bokado

La invitación al taller Bokado tiene como objetivo atraer a los estudiantes a participar en la experiencia culinaria, resaltando la oportunidad de aprender sobre la gastronomía asiática de una manera práctica y educativa. Dado el espacio limitado, se diseñaron boletos o pases para asegurar la participación de los interesados, incluyendo información clave como el lugar, fecha y hora del taller. La invitación fue diseñada para generar interés, transmitir la exclusividad y fomentar la participación activa en la dinámica del taller.



いただきます!  
¡Buen provecho!

# Estrategia Digital

## Perfil Instagram

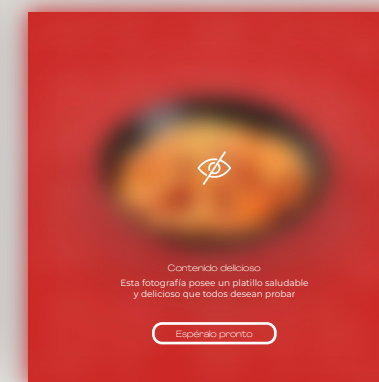
La fase de estrategia digital sirvió como un complemento esencial para ampliar el alcance de Bokado y mantener el interés de los estudiantes más allá del taller. Utilizando Instagram como plataforma principal, se crearon publicaciones para conectar con el tipo de contenido que los estudiantes consumen: visualmente atractivo, informativo y fácil de compartir.



@Bokado\_Project



# Post



“La estrategia digital busca motivar a los estudiantes a adoptar hábitos alimenticios más saludables mediante contenidos educativos y recursos inspirados en la gastronomía asiática.”

# Validación con Usuario

## Muestra de marca y piezas

- Usuario

Estudiantes de programas de pregrado de la Javeriana Cali, con edades entre los 18 y 25 años de edad.

- Objetivo

El objetivo de la validación de usuario en la muestra de la marca es evaluar la percepción y aceptación de Bokado, así como analizar las piezas gráficas diseñadas para el taller. Esto permite identificar qué tan atractiva y funcional resulta la propuesta para los estudiantes, realizando ajustes que optimicen su impacto y coherencia antes de su implementación final.

- Método

Presencial



# Validación con Usuario

## Taller y actividad Bokado

- Usuario

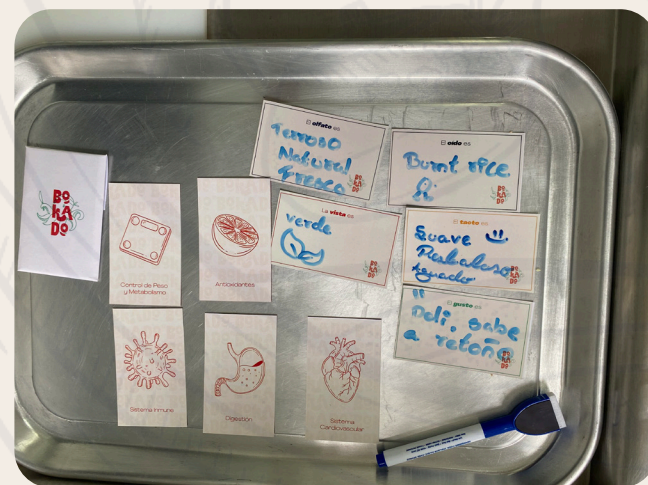
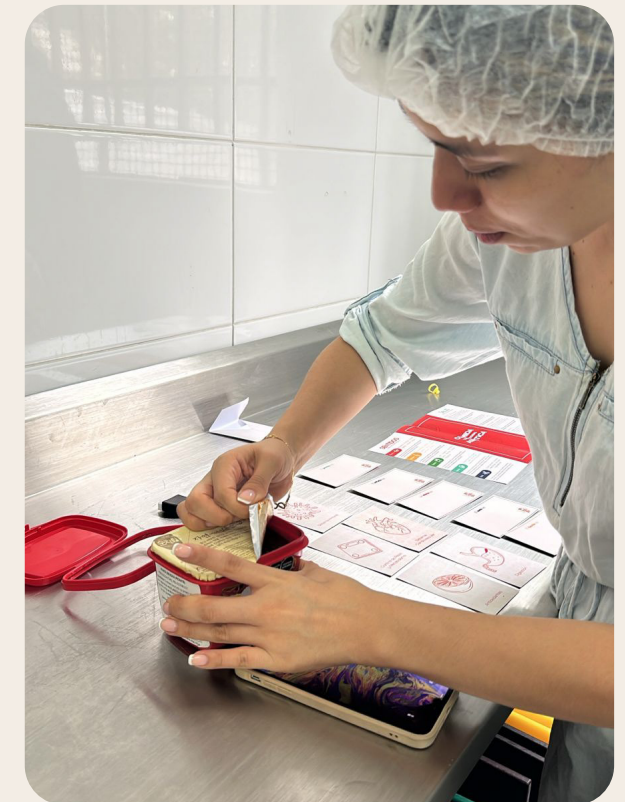
Estudiantes de programas de pregrado de la Javeriana Cali, con edades entre los 18 y 25 años de edad.

- Objetivo

Comprobar la efectividad de la estrategia diseñada, asegurándose de que los participantes no solo disfrutaran la experiencia, sino que también aprendieran sobre los beneficios de la gastronomía asiática y cómo aplicarlos en su alimentación diaria.

- Método

Taller - Presencial - Focus Group



## Observaciones Validación

### Puntos Positivos

- Alta participación

La validación del taller mostró un gran interés por parte de los estudiantes, lo que evidenció que la propuesta de Bokado resonó con ellos y captó su atención, tanto por la temática como por la experiencia interactiva del taller.

- Conexión efectiva persona - alimento

Los participantes demostraron haber aprendido y comprendido los beneficios de los ingredientes y las prácticas culinarias asiáticas, lo que indica que la estrategia pedagógica y las actividades fueron efectivas en transmitir los conocimientos de manera clara.

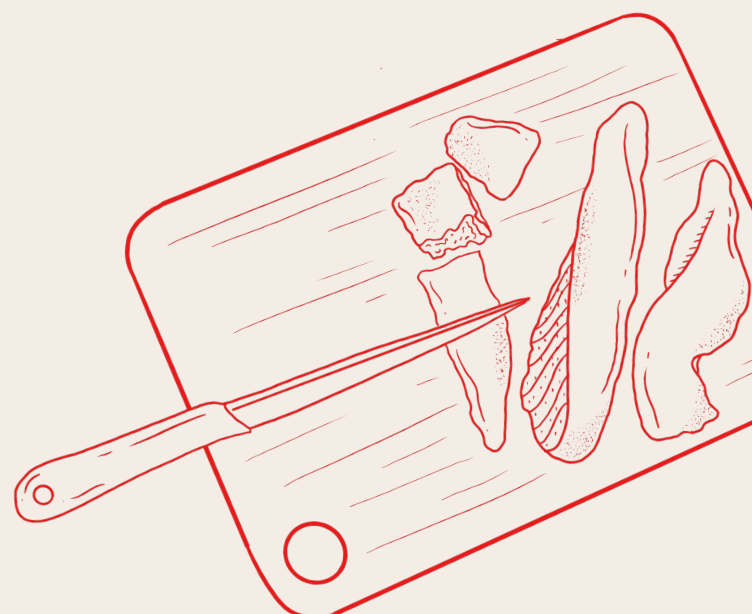
- Interacción activa

Los estudiantes participaron de forma activa durante las actividades, mostrando entusiasmo al realizar las dinámicas, especialmente con las cartas del análisis sinestésico y las de los beneficios para la salud, lo que permitió una mayor inmersión en el proceso.

### Punto por mejorar

- Espacio limitado

La capacidad de participantes en el taller fue limitada debido al espacio, lo que dificultó la inclusión de todos los interesados. A futuro, sería ideal considerar una solución logística para poder incluir a más personas sin perder calidad en la interacción y el aprendizaje.



## Conclusiones de la fase investigativa

- 1 Cumplimiento de objetivos

El proyecto cumplió su objetivo, creando una conexión significativa entre los estudiantes y la gastronomía asiática. Se promovió no solo el entendimiento, sino también un aprendizaje sobre sus beneficios y cultura.

- 2 Creación de Comunidad

El taller fomentó la conexión entre los participantes, sembrando las bases para una comunidad interesada en seguir explorando la relación entre la comida asiática y la salud.

- 3 Potencial de Implementación

El proyecto presenta un gran potencial para ser replicado por la universidad a través de diversas gastronomías, enriqueciendo así la oferta educativa y cultural para los estudiantes.

- 4 Oportunidades de Mejora

Se pueden ajustar aspectos como la comunicación con el experto aliado, optimización de tiempos y, acabados finales en las piezas gráficas para lograr una mayor fluidez en el taller.

## Referentes

Castro-Alija, M. J.-P.-C.-P. (2022). Educación alimentaria y nutricional en los trastornos de la conducta alimentaria. Obtenido de <https://dx.doi.org/10.20960/nh.04175>

CRC Press. (2018). Korean Functional Foods: Composition, Processing and Health Benefits.

Durán C., R., & Valenzuela B., A. (2010). LA EXPERIENCIA JAPONESA CON LOS ALIMENTOS FOSHU ¿LOS VERDADEROS ALIMENTOS FUNCIONALES? Revista chilena de nutrición, 37, 224-233. Obtenido de <https://www.scielo.cl/pdf/rchnut/v37n2/art12.pdf>

Gabriel, A., Ninomiya, K., & Uneyama, H. (2018). The Role of the Japanese Traditional Diet in Healthy and Sustainable Dietary Patterns around the World.

Klocker, V., & Altamirano, P. (2023). EXPLORANDO LA CREACIÓN DE ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS EN INSTAGRAM PARA LA PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD MENTAL EN JÓVENES. Educación, formación e investigación, 9, 29-44. Obtenido de <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/efi/article/view/43556/43602>

Makeat. (s.f.). Awakening gastronomy's potencial. Obtenido de <https://makeat.tech/>

Mardones, L., Muñoz, M., Esparza, J., & Troncoso-Pantoja, C. (2017). Hábitos alimentarios en estudiantes universitarios de la Región de Bío-Bío, Chile, 2017. Perspectivas en Nutrición Humana, 23(1), 27 - 38. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/penh/v23n1/0124-4108-penh-23-01-27.pdf>

Maza Ávila, F., Caneda Bermejo, M., & Vivas Castillo, A. (2022). Hábitos alimenticios y sus efectos en la salud de los estudiantes universitarios. Una revisión sistemática de la literatura. Psicogente, 25, 1-31. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://www.scielo.org.co/pdf/psico/v25n47/0124-0137-psico-25-47-110.pdf>

Oh, S.-H., Park, K., William, J., & Lee, Y.-E. (2014). Preserving the Legacy of Healthy Korean Food. Journal Of Medical Food.

Ortega, K. V. (2024). REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA DE LA IMPORTANCIA DE LAS ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS EN LA EDUCACIÓN. Revista Huellas, 9, 21 - 28. Obtenido de <https://revistas.udenar.edu.co/index.php/rhuellas/article/view/8499/9765>

Pérez Jiménez, J. (2021). Los superalimentos. Los Libros De La Catarata. Obtenido de [https://books.google.com.co/books?id=rglUEAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.co/books?id=rglUEAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

Pi, R., Vidal, P., Brassesco, B., Viola, L., & Aballay, L. (2015). Estado nutricional en estudiantes universitarios: su relación con el número de ingestas alimentarias diarias y el consumo de macronutrientes. Nutrición Hospitalaria, 1748-1756. Obtenido de <http://scielo.isciii.es/pdf/nh/v31n4/40originalvaloracionnutricional01.pdf>

Porto-Arias, J. J., Lorenzo, T., Lamas, A., Regal, P., Cardelle Cobas, A., & Cepeda, A. (2018). Food patterns and nutritional assessment in Galician university students. Journal of physiology and

biochemistry, 74, 119-126. Obtenido de <file:///C:/Users/andre/Downloads/s13105-017-0582-0.pdf>

RedLADA. (s.f.). Red Latinoamericana de Diseño y Arte. Obtenido de <https://www.lafooddesign.org/>

Reissig, P. (2022). Bienvenidos al Food Design. Obtenido de [http://www.fdx.org/docs/Bienvenidos\\_al\\_FD.pdf](http://www.fdx.org/docs/Bienvenidos_al_FD.pdf)

Salazar, R. D. (2001). Comida y cultura: identidad y significado en el mundo contemporáneo. Estudios de Asia y África. Obtenido de <https://www.re-dalyc.org/pdf/586/58636104.pdf>

Touriñán López, J. (2006). Revista ESE; (2013). Revista de investigación en educación; (2014). REDIPE. Obtenido de [http://dondestalaeducacion.com/\\_movil/index/index-clD\\_435\\_bID\\_1350\\_arHandle\\_Main\\_ccm\\_token\\_1679662564\\_b4b61ca08e970af61e717b2e6049dbb0\\_btask\\_passthru\\_method\\_submit\\_form.pdf](http://dondestalaeducacion.com/_movil/index/index-clD_435_bID_1350_arHandle_Main_ccm_token_1679662564_b4b61ca08e970af61e717b2e6049dbb0_btask_passthru_method_submit_form.pdf)

Touriñán Lopez, J. (2017). Mentalidad Pedagógica y Diseño educativo: de la pedagogía general a las pedagogías aplicadas en la función de educar. Obtenido de [http://dondestalaeducacion.com/\\_movil/index/index-clD\\_466\\_bID\\_2109\\_arHandle\\_Main\\_ccm\\_token\\_1679662459\\_6bb6d](http://dondestalaeducacion.com/_movil/index/index-clD_466_bID_2109_arHandle_Main_ccm_token_1679662459_6bb6d)

Troncoso Pantoja, C. (2011). Percepción de la alimentación durante la etapa de formación universitaria, Chile. Revista Costarricense de Salud Pública, 20, 83-89. Obtenido de <https://www.scielo.sa.cr/pdf/rcsp/v20n2/art3v20n2.pdf>

Wikipedia, C. d. (2024). Dumb Ways To Die. Wikipedia, la Enciclopedia Libre. Obtenido de [https://en.wikipedia.org/wiki/Dumb\\_Ways\\_to\\_Die](https://en.wikipedia.org/wiki/Dumb_Ways_to_Die)

Wikipedia, C. d. (2024). Duolingo. Wikipedia, la Enciclopedia Libre. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Duolingo>

Zeki, E. (s.f.). Ella Zeki Portafolio. Obtenido de <https://ellazeki.myportfolio.com/home>

## Imágenes

Banco de imágenes Pexels. (2016). [Fotografía]. Pexels. <https://www.pexels.com/es-es/foto/139681/>

Casa Editorial El Tiempo. (s. f.). Juegos de Los Ángeles 2028 definen ligar de la Villa Olímpica. [Fotografía]. futbolred.com. <https://www.futbolred.com/juegos-olimpicos/olimpiadas-los-angeles-2028-tendra-su-villa-olimpica-en-ucla-165888>

Ccfprosario. (2024). Institucional [Fotografía]. Javeriana Cali. <https://www.javerianacali.edu.co/institucional>

Dumb Ways To Die. (2012). [Ilustración]. Medium. <https://emiliemoreau.medium.com/the-effectiveness-of-a-serious-game-dumb-ways-to-die-78fb778cdb15>

Duolingo. (2019). [Ilustración]. Brandemia. <https://brandemia.org/duolingo-ha-redisenado-toda-su-imagen-incluyendo-una-nueva-tipografia-propia>

いただきます!  
¡Buen provecho!

Duolingo. (2019). [Ilustración]. Google Play. [https://play.google.com/store/apps/editorial?id=mc\\_apps\\_editorial\\_user\\_education\\_duolingo\\_new\\_fcp&hl=es\\_EC](https://play.google.com/store/apps/editorial?id=mc_apps_editorial_user_education_duolingo_new_fcp&hl=es_EC)

Makeat. (2021). Universe Experience [Fotografía]. Makeat. <https://makeat.tech/universe-experience/>

Metro Train Melbourne. (2020). [Ilustración]. This is Construction. <https://www.thisisconstruction.com.au/companies/metro-trains-melbourne>

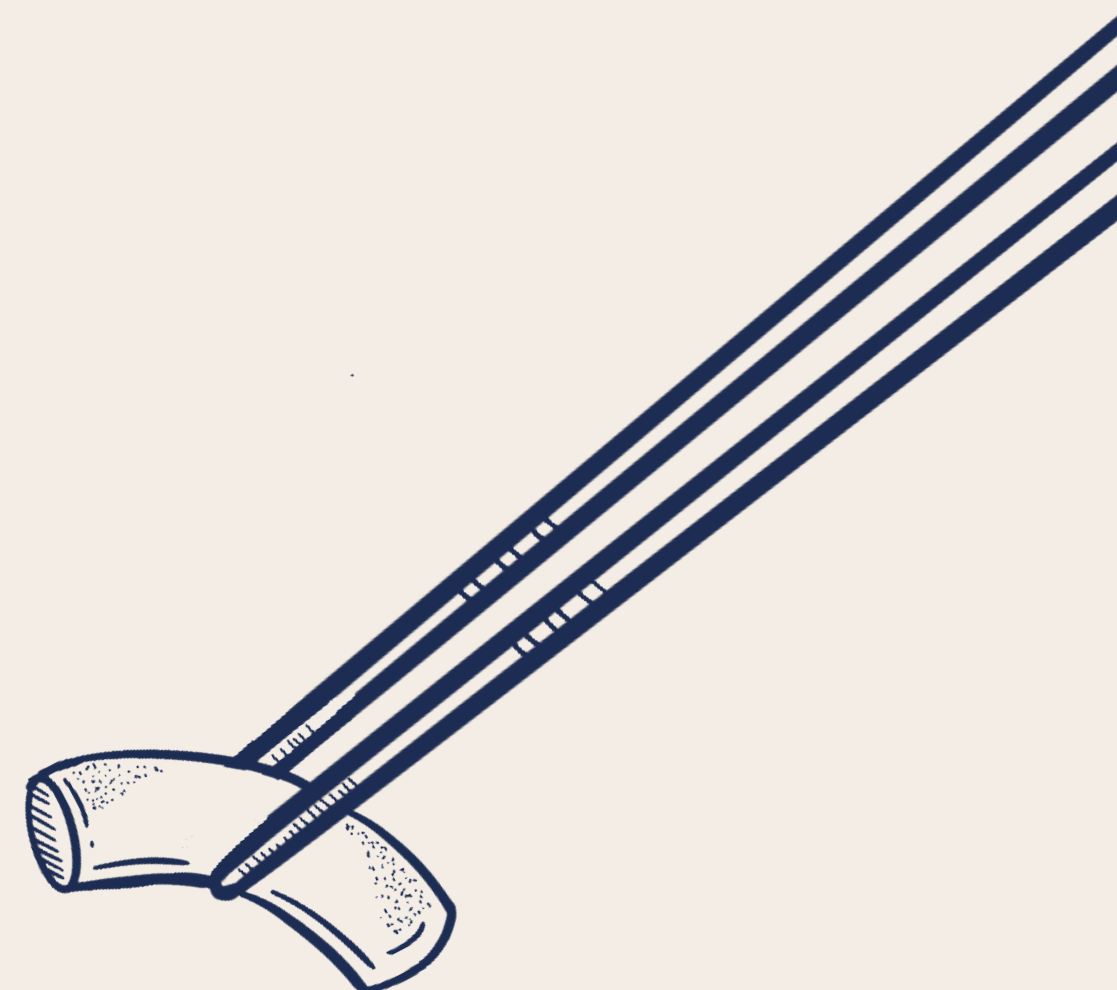
Pontificia Universidad Javeriana Cali. (2024). Institucional [Fotografía]. Javeriana Cali. <https://www.javerianacali.edu.co/institucional>

Prosario, C., & Prosario, C. (2024). Diferencias entre alimentación y nutrición: ¿Cuál es la clave para una vida saludable? [Fotografía]. ccfprosario. <https://ccfprosario.com.ar/qu%C3%A9-diferencia-hay-entre-la-alimentaci%C3%B3n-y-la-nutrici%C3%B3n/>

Rodriguez, P., & Rodriguez, P. (2021). Cómo Comer con Palillos (Tutorial para Principiantes). [Fotografía]. Japón Alternativo. <https://www.japonalternativo.com/blog/costumbres-japonesas-como-comer-con-palillos/>

Zeki, Ella. (2024). [Fotografía]. Ella Zeki My Portfolio. <https://ellazeki.myportfolio.com/>

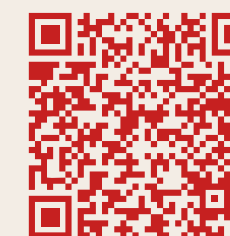
Zeki, Ella. (2024). Mix & Patch [Fotografía]. Ella Zeki My Portfolio. <https://ellazeki.myportfolio.com/>



## Anexos

Link carpeta con:

- Diseño de encuesta
- Diseño de entrevista semiestructurada
- Diseño de Focus Group semiestructurado
- Resultados Encuesta
- Respuestas entrevistas
- Respuestas Focus Group
- Consentimientos Informados entrevistas
- Consentimientos informados focus group
- Informe de delimitación de Medios
- Informe de Caracterización de Usuario



[https://drive.google.com/drive/folders/1-4\\_5GcAb0yYwKnC-JZ0dGIYRKxJ429Qdd](https://drive.google.com/drive/folders/1-4_5GcAb0yYwKnC-JZ0dGIYRKxJ429Qdd)



\*Muchas gracias  
por la comida

ぶちぞうつちままでしたー

