



Memoria del Proyecto  
2025-1



# MI SAZÓN TIENE NOMBRE



Proyecto Avanzado de Diseño

Angie Paola Agudelo Ortiz

Director: Fernando Arboleda



Pontificia universidad Javeriana Cali  
Facultad de Creación y Hábitat  
Diseño de Comunicación Visual



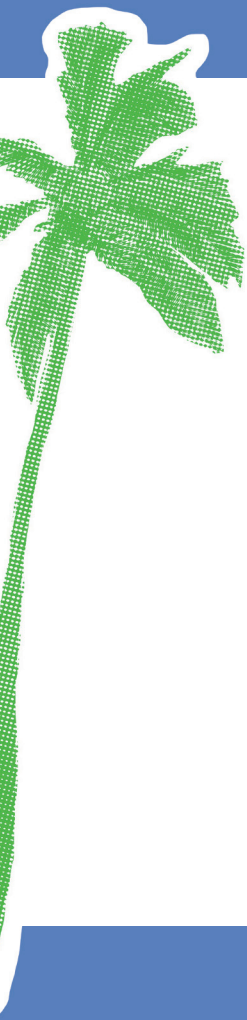




Angie Paola Agudelo Ortiz  
Diseño de Identidad Corporativa y Marca  
Asesor: Fernando Arboleda  
Proyecto Avanzado DCV  
Facultad de Creación y Hábitat  
Pontificia Universidad Javeriana Cali



Pontificia Universidad  
**JAVERIANA**  
Cali



Quiero agradecer profundamente a mis papás por su apoyo incondicional durante todo este proceso. En especial a mi papá, quien estuvo siempre pendiente de mí mientras realizaba las actividades en Buenaventura, acompañándome y brindándome la seguridad y tranquilidad que necesitaba.

A Freddy, por acompañarme la mayoría del tiempo en campo, por su disposición, su compañía y por hacer más llevadero cada recorrido y cada visita.

A mi profesor y asesor, Fernando Arboleda, por su guía constante, por sus comentarios sinceros y por acompañarme paso a paso en la construcción de este proyecto. Su orientación fue clave para que este trabajo tomara forma y siguiera un camino claro.

A mis amigas, por estar siempre conmigo, por motivarme incluso en los momentos más difíciles, y por recordarme que puedo lograrlo. Gracias por su cariño, sus palabras y su compañía en este semestre tan retador.

A todos ellos, gracias por creer en mí.





## Contenido

Tema	5
Introducción	6
Justificación	7
Planteamiento del problema	9
Objetivos	10
Usuario Experto	11
Perfil de Usuario	12
Marco de referencia	13
Metodología	16
Metodoa y herramientas	17
Requerimiento de Diseño	19
Descripción del sistema	20
- Moodboard	21
- Identidad	22
- Caja	24
- Talle Co-creación	25
- Flyers	26
- Postales	27
- Contenido para redes	28
Conclusiones	31
Referentes	32

## Tema

Cocina y territorio: La gastronomía como impulso para el turismo en Buenaventura.





## Introducción

La gastronomía tradicional del Pacífico colombiano, y en especial la de Buenaventura, es una expresión cultural profundamente ligada al territorio, al trabajo comunitario y a la transmisión oral de saberes. Sin embargo, a pesar de su riqueza, muchas de estas prácticas culinarias permanecen poco documentadas y carecen de espacios de visibilización que permitan reconocer el papel de quienes las mantienen vivas, especialmente las cocineras locales.

Durante este proyecto se realizó un proceso de investigación y acercamiento con las cocineras de Galería de Buenaventura, un lugar donde surgen sabores, historias y técnicas que forman parte de la memoria colectiva del litoral. A través de entrevistas, ejercicios de co-creación y exploración

visual, se identificó la necesidad de fortalecer la comunicación de esta gastronomía, tanto para habitantes locales como para turistas que visitan la ciudad en busca de experiencias auténticas.

El proyecto Mi Sazón Tiene Nombre surge como una propuesta de diseño de comunicación visual con enfoque documental y colaborativo. Su objetivo es crear un sistema visual que recoja las historias, identidades y prácticas culinarias de las cocineras, y que además permita comunicar su valor cultural mediante piezas digitales e impresas. La intención es aportar a la visibilización de la cocina tradicional bonaverense, reconociendo a las mujeres que la sostienen y generando herramientas que puedan acercar a más personas a este patrimonio gastronómico.

## Justificación

Buenaventura, principal puerto de Colombia en el océano Pacífico, posee una riqueza cultural y natural que lo posiciona como un destino turístico en crecimiento. Durante el primer puente festivo de 2025, más de 31.000 turistas visitaron la ciudad, aprovechando sus playas y su oferta cultural, una cifra que evidencia el interés creciente por este territorio y su potencial dentro de la industria turística nacional e internacional.

A pesar de este incremento en la llegada de visitantes, la gastronomía local aún no ha sido plenamente reconocida ni aprovechada como un elemento estratégico dentro del turismo. La cocina tradicional del Pacífico colombiano —con platos como el tapado de pescado con banano, el triple de camarón o el ceviche de piangua— es una expresión viva de la identidad cultural afrocolombiana. Estas recetas, transmitidas de generación en generación, no solo ofrecen sabores únicos, sino que también narran historias de resistencia, memoria y relación con el entorno natural.

A nivel global, el turismo gastronómico ha demostrado ser una herramienta eficaz para promover y preservar tradiciones locales, además de impulsar las economías regionales. La Organización Mundial del Turismo (OMT) señala que la gastronomía contribuye significativamente a fortalecer la identidad de los destinos, mantener prácticas culturales y promover la diversidad.

En el caso de Buenaventura, existe una oportunidad valiosa para visibilizar la cocina tradicional como parte fundamental de su propuesta turística. Sin embargo, esta riqueza culinaria se enfrenta a desafíos relacionados con la falta de documentación, la escasa difusión y la ausencia de herramientas de comunicación que permitan mostrar su valor a públicos más amplios. Las cocineras locales, especialmente aquellas que trabajan en la galería, cumplen un papel central en la preservación de estos saberes, pero su trabajo permanece poco reconocido y con escasos recursos visuales para llegar a turistas y habitantes.

Por estas razones, es necesario desarrollar estrategias de comunicación visual que visibilicen la gastronomía bonaverense desde una perspectiva cultural y humana. Un enfoque documental y colaborativo permite no solo registrar estas prácticas, sino también co-crear con las cocineras nuevas formas de comunicar su identidad, sus historias y sus aportes al territorio.

Este proyecto busca, entonces, fortalecer el reconocimiento de la cocina tradicional de Buenaventura como parte de su patrimonio cultural vivo y convertirla en un eje esencial para un turismo más consciente, sostenible y conectado con la identidad local.



## Planteamiento del problema

Aunque Buenaventura recibe cada vez más turistas, la mayoría usa la ciudad solo como punto de paso hacia destinos como Piangüita, La Bocana o Ladrilleros. Esto hace que muchos visitantes no conozcan su riqueza gastronómica y cultural.

La gastronomía tradicional preservada por las cocineras locales sigue siendo un patrimonio poco documentado y con escasa presencia en medios digitales, especialmente en redes sociales y plataformas visuales. Las cocineras de la galería, aun preparando platos representativos como el tapado, el encocado o el ceviche de concha, carecen de identidad visual y de herramientas de comunicación que les permitan llegar a nuevos públicos.

Como resultado, la experiencia turística en Buenaventura se fragmenta: los visitantes disfrutan de las playas, pero rara vez se acercan a la gastronomía urbana, perdiendo la oportunidad de conocer una parte esencial de la identidad del territorio.



# Objetivos

## Objetivos general

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

## Objetivos específicos

- 1 Analizar las tradiciones culinarias de Buenaventura, reconociendo 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 la identidad cultural.visual.
- 3 Desarrollar una propuesta visual que interprete y difunda la riqueza gastronómica del territorio, utilizando elementos gráficos coherentes con su identidad cultural.visual.

# Usuario Experto Temático

## Cocineras de la Galería de Buenaventura

### Edad

- 40 a 65 años
- Años de experiencia en cocina tradicional

### Conocimiento

- Técnicas heredadas de madres y abuelas
- Preparación manual de leche de coco
- Uso de hierbas locales (cimarrón, orégano criollo, cebolla larga)
- Manejo de mariscos y pescados frescos

### Trayectoria

- Años trabajando en la galería
- Reconocidas por su sazón y estabilidad en el territorio

### Cultura e identidad

- Profunda conexión con la tradición del Pacífico
- Recetas transmitidas entre generaciones
- Cocina como herencia familiar

### Aporte al proyecto

- Colores, texturas y referencias visuales
- Memorias e historias personales
- Saberes culinarios que guiaron la identidad visual

### Necesidades

- Mayor visibilidad
- Mayor presencia digital
- Herramientas para difundir su cocina a turistas



# Perfil del Usuario

## Edad

- Jóvenes (18–30)
- Adultos (31–55)
- Adultos mayores interesados en cultura (55+)

## Motivaciones

- Explorar nuevas culturas
- Probar comida tradicional
- Conocer historias y tradiciones locales
- Vivir experiencias auténticas

## Intereses

- Gastronomía del Pacífico
- Recomendaciones claras y visuales
- Reels, posts, fotos y mapas
- Información fácil de entender y compartir



## Comportamiento

- Consumen contenido digital antes/durante el viaje
- Guardan recetas y tips
- Comparten publicaciones y recomiendan lugares
- Aprecian elementos físicos como postales

## Necesidades

- Información clara sobre platos y técnicas
- Conexión cultural con el territorio
- Recursos visuales para descubrir la gastronomía
- Pistas sobre dónde comer y qué probar

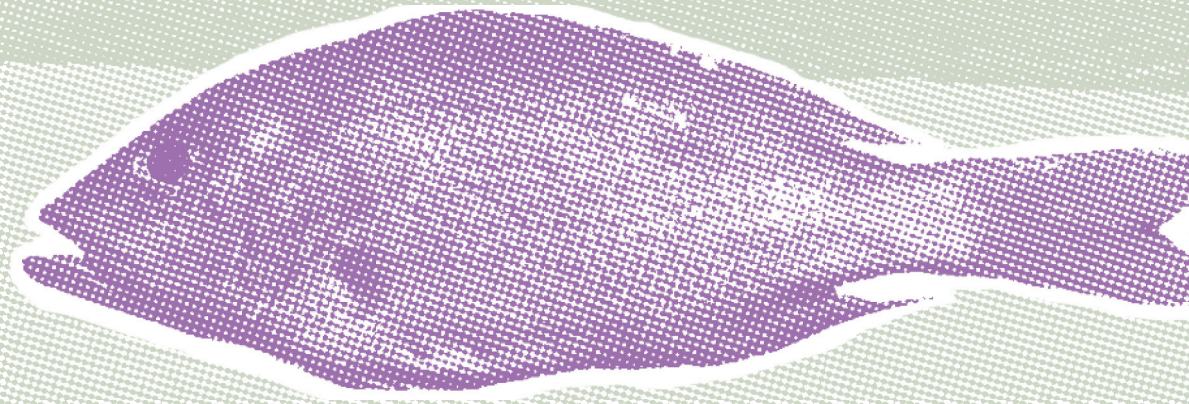
## Relación con el proyecto

- Siguen la cuenta en Instagram
- Ven reels y tips de cocina
- Reciben postales con recetas
- Se acercan más a la cultura culinaria gracias al sistema visual

## Marco de Referencia

La gastronomía tradicional de Buenaventura es un elemento central de la identidad cultural del Pacífico colombiano. Diversos estudios y fuentes académicas destacan que las prácticas culinarias del territorio funcionan como transmisoras de memoria, historia y modos de vida profundamente arraigados en las comunidades afrodescendientes. Además, el turismo gastronómico ha sido reconocido como una herramienta que puede fortalecer economías locales, promover el patrimonio cultural y enriquecer la experiencia del visitante.

El informe de la CEPAL (2022) sostiene que el turismo gastronómico contribuye al desarrollo sostenible cuando se valora la cocina tradicional, se respetan los saberes ancestrales y se promueve el consumo de productos autóctonos. En contextos como el de Buenaventura, donde la gastronomía está directamente ligada al territorio y a la memoria colectiva, este enfoque permite entender la comida como un vehículo para reconocer la cultura local y fortalecer la economía comunitaria.

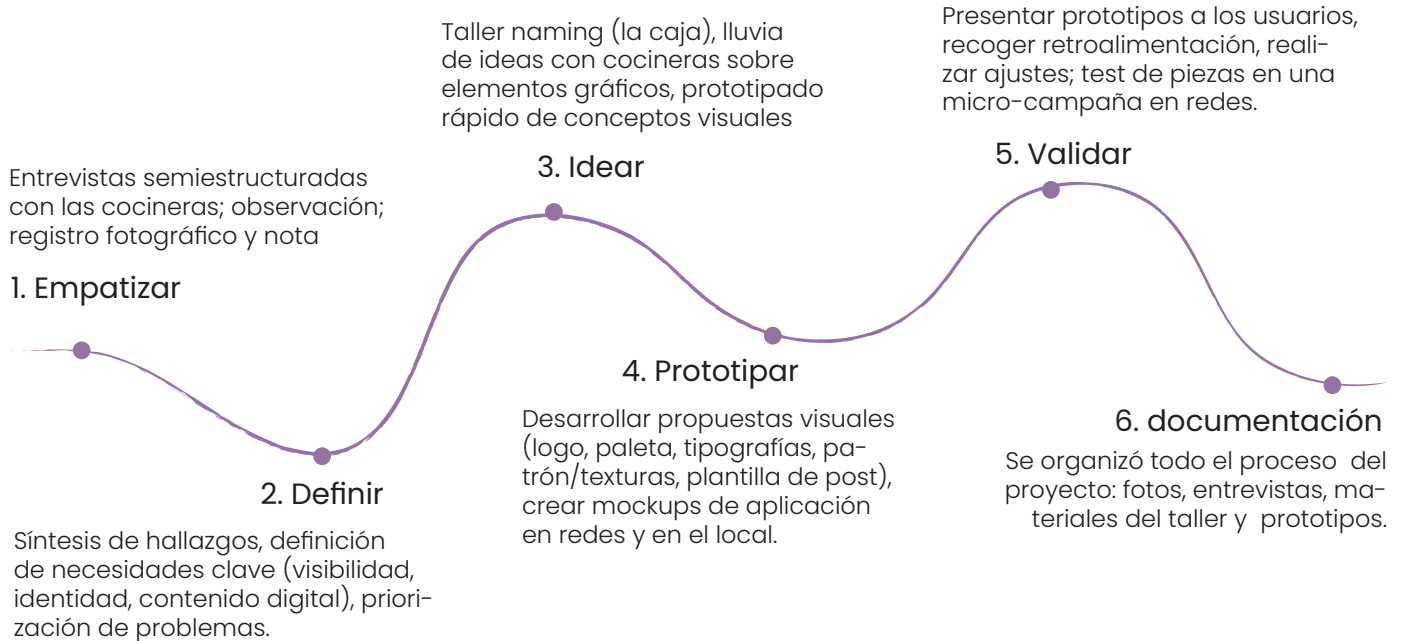


Por otra parte, investigaciones como las publicadas en la revista Ciencia Latina (2022) analizan el papel del diseño gráfico como herramienta para comunicar la cultura y el patrimonio. Estos estudios proponen que el diseño no se limita a lo estético, sino que construye narrativas visuales que acercan al público a experiencias auténticas y significativas. En el contexto turístico, el diseño permite representar tradiciones culinarias, crear piezas informativas y emocionales, y fortalecer el sentido de identidad de un territorio.



# Metodología

## Design Thinking+ Bruno Munari



# Metodos y herramientas

## 1. Métodos de investigación cualitativa

- Entrevistas semiestructuradas: Permiten obtener información profunda y flexible sobre las vivencias, necesidades, historias y perspectivas de las cocineras.
- Observación directa en campo: Registro de dinámicas en la galería, interacción con clientes, formas de preparación de los alimentos y elementos visuales presentes en el entorno.
- Notas de campo y diario de registro: Documentación sistemática de percepciones, detalles relevantes y reflexiones durante las visitas.
- Registro fotográfico: Herramienta clave para capturar procesos, ingredientes, espacios y elementos culturales presentes en la cocina tradicional.

## 2. Métodos de co-creación

- Taller "Mi Sazón Tiene Nombre": Actividad colaborativa para identificar colores, texturas, recuerdos, emociones y elementos visuales significativos para las cocineras.
- Ejercicios de naming, moodboard y collage: Usados para traducir la identidad cultural y sensorial de la gastronomía local en elementos visuales.
- Lluvia de ideas con usuarias (cocineras): Para explorar posibles símbolos, patrones, composiciones y temas gráficos.

## 3. Herramientas de ideación y prototipado visual

- Sketches y bocetos rápidos: Primeras aproxima-

maciones gráficas de logos, tipografías y elementos visuales.

- Moodboards visuales: Para explorar universos visuales relacionados con el Pacífico, la cocina tradicional, la cultura afro y los colores propios del territorio.

- Adobe Illustrator y Adobe InDesign: Para el diseño del logotipo, paleta cromática, patrones y piezas finales.

- Plantillas digitales para redes sociales: Prototipos de carruseles, posts y reels adaptados al estilo del proyecto.

- Mockups: Simulación de aplicaciones del sistema visual en entornos digitales y locales (menús, rótulos, redes).

#### 4. Métodos de validación

- Retroalimentación directa con las cocineras: Presentación de prototipos, escucha activa y ajustes basados en sus comentarios.

- Micro-simulación de campaña digital: Evaluación preliminar de las piezas diseñadas para analizar su claridad, atractivo y potencial alcance.

- Iteración: Ajuste de logotipo, paleta y piezas según validación.

#### 5. Herramientas de documentación

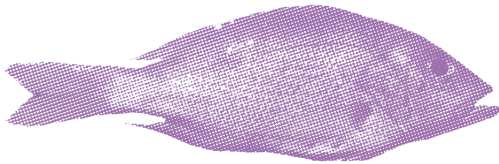
- Guía de uso para redes sociales
- Archivo de activos gráficos organizados
- Banco fotográfico propio



## Requerimiento de diseño

Los requerimientos de diseño establecen los criterios fundamentales que debe cumplir la propuesta visual para responder a las necesidades del proyecto y de las usuarias involucradas. Estos lineamientos surgen del proceso de investigación cualitativa, del taller de co-creación “Mi Sazón Tiene Nombre”, de la observación en la galería y del análisis del público objetivo.

A través de estos requerimientos se definen aspectos funcionales, comunicativos, estéticos y técnicos que orientan la creación del sistema visual. Esto asegura que las piezas resultantes —posts, reels, carteles, postales y recursos gráficos— representen adecuadamente la identidad culinaria del Pacífico, sean comprensibles para turistas y mantengan coherencia visual dentro del proyecto.es en la cocina tradicional.



Necesidad	Requerimiento	O/D	T
Fortalecer la visibilidad de las cocineras.	Identidad visual colectiva del proyecto.	Obligatorio	Estético Comunicativo
Promover la apropiación del diseño	Taller “Mi Sazón Tiene Nombre”.	Obligatorio	Funcional Operativo
Fomentar la presencia digital	Plantillas y piezas gráficas para redes.	Obligatorio	Funcional Operativo
Guiar el uso de los elementos visuales	Sistema visual organizado del proyecto.	Deseable	Técnico Productivo
Promover la difusión local y turística	Cartel y postales informativas.	Deseable	Estético Comunicativo

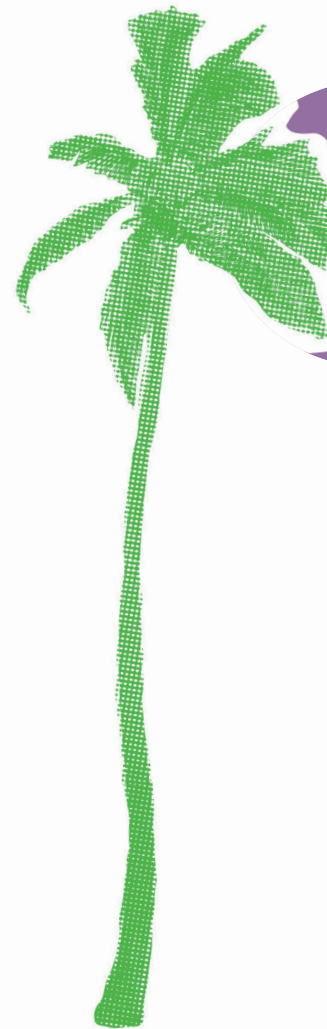


Tipo	Descripción breve
Visual / Comunicativo	Paleta, patrones e ilustraciones inspiradas en la cultura del Pacífico.
Visual / Creativo	Actividad de co-creación para explorar elementos gráficos.
Visual / Creativo	Formatos listos para difundir recetas, historias y tips.
Visual / Productivo	Conjunto de recursos gráficos coherentes (paleta, ilustraciones, patrones).
Visual / Comunicativo	Material impreso para acercar al público a la gastronomía del Pacífico.

## Descripción del sistema

1. Creación de la identidad base del proyecto  
Se definió el concepto central y los lineamientos iniciales que guiaron todo el desarrollo del proyecto.
2. Diseño y elaboración de la caja “Mi Sazón Tiene Nombre”  
Se creó una caja como herramienta de co-creación para recopilar recuerdos, colores y referencias visuales de las cocineras.
3. Desarrollo del taller con las cocineras de la galería  
Se realizaron actividades de collage, moodboard y conversación para recoger sus historias y preferencias estéticas.
4. Análisis de los resultados del taller  
Se estudiaron los colores, formas, símbolos y emociones identificados para definir una dirección visual coherente.
5. Desarrollo final de la identidad visual del proyecto  
Con los hallazgos, se diseñó la paleta cromática, patrones e ilustraciones que conforman la identidad visual.
6. Aplicación del sistema en piezas de comunicación  
Se crearon contenidos para Instagram, postales informativas y un cartel con QR para difundir el proyecto.

# Moodboard



## 1. Identidad

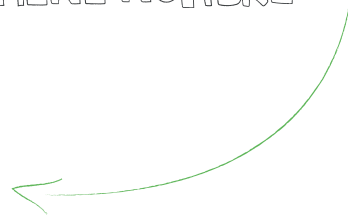
La identidad visual de Mi Sazón Tiene Nombre parte de una estética manual y cercana, inspirada en la gráfica popular de Buenaventura. El logotipo fue diseñado con una apariencia dibujada a mano, evocando la textura del trazo humano y la espontaneidad presente en los rótulos, letreros y expresiones visuales propias del territorio. Esta decisión busca transmitir calidez, autenticidad y el carácter artesanal que define tanto la cocina tradicional del Pacífico como la experiencia que se vive en la galería.

Mi Sazón  
tiene nombre



MI SAZÓN  
TIENE NOMBRE

MI SAZÓN  
TIENE NOMBRE

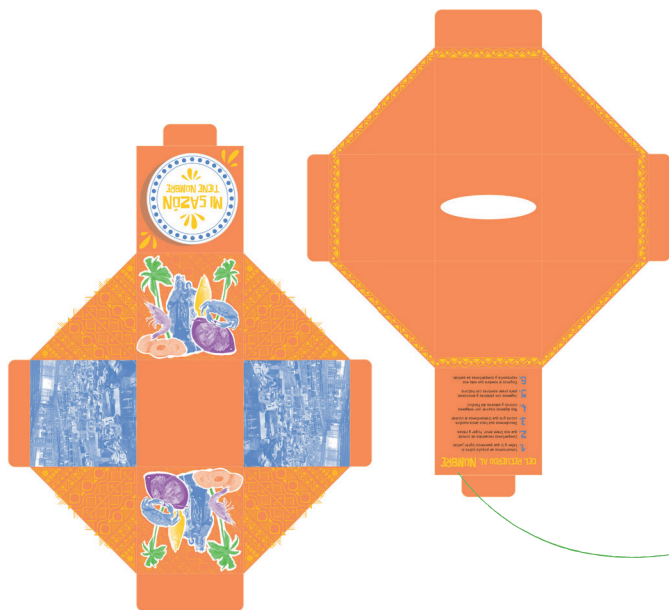


# 1. Identidad

La paleta incluye cinco colores principales (verde, azul, amarillo, naranja y morado), seleccionados por su vitalidad y su conexión con Buenaventura y la cocina del Pacífico. En conjunto transmiten diversidad, energía y riqueza sensorial. También se crearon formas orgánicas, patrones e ilustraciones inspiradas en ingredientes y texturas del entorno culinario local.



## 2. Caja



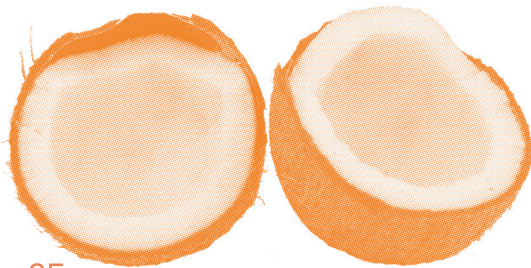
La caja se diseñó como herramienta de co-creación para conocer las historias, gustos visuales y recuerdos culinarios de las cocineras. Aunque inicialmente incluía actividades sobre posibles nombres, se convirtió en un espacio de diálogo personal, permitiendo recopilar insumos clave para el sistema visual del proyecto.

### DEL RECUERDO AL NOMBRE

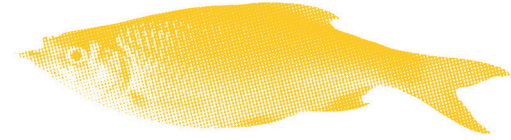
1. Conversamos un poquito sobre el taller y lo que queremos lograr juntas
2. Compartimos recuerdos de comida que nos traen amor, hogar y raíces.
3. Descubrimos qué hace única nuestra cocina y lo que transmitimos al cocinar.
4. Nos dejamos inspirar por imágenes, colores y sabores del Pacífico.
5. Jugamos con palabras y emociones para crear nombres con historia.
6. Elegimos el nombre que más nos representa y compartimos su sentido.

## Taller Co-creación

El taller se realizó dentro de la galería y consistió en ejercicios de collage, selección de colores, texturas e imágenes, además de conversaciones espontáneas sobre su relación con la cocina tradicional. Durante el taller, las cocineras compartieron sus historias, rutinas, saberes heredados y elementos gráficos que les resultaban llamativos. Este espacio fue esencial para comprender qué valoran, cómo perciben su oficio y cuáles elementos visuales representan su identidad cultural y gastronómica. También se tomaron fotografías del proceso y de sus referencias, las cuales sirvieron como base para la construcción del sistema visual del proyecto.



### 3. Flyers

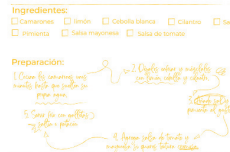
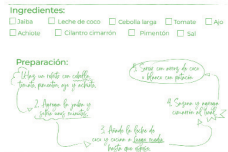


El flyer fue diseñado como una pieza para circular en espacios públicos. Su objetivo es invitar a turistas y visitantes a conocer la gastronomía local a través del proyecto Mi Sazón Tiene Nombre. Incluye un código QR que lleva directamente al Instagram, permitiendo a las personas descubrir recetas, imágenes, consejos de cocina y las historias de las cocineras. Esta pieza funciona como un puente entre el territorio físico y el entorno digital, facilitando la difusión cultural y motivando a los viajeros a probar los sabores del Pacífico.



## 4. Postales

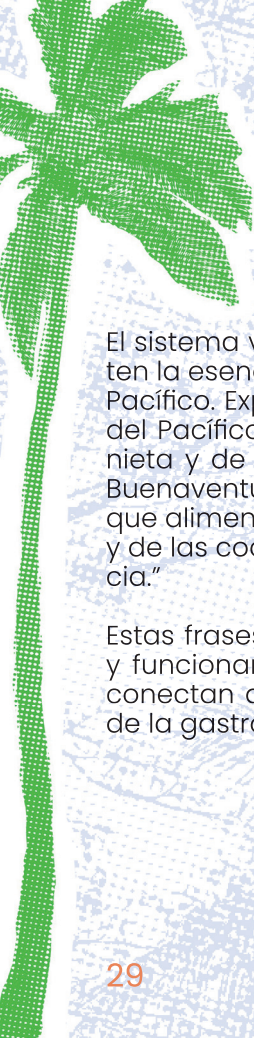
Las postales se diseñaron para turistas como un recurso práctico y atractivo: incluyen una receta típica con ilustración de ingredientes y una lista para marcar compras. La preparación está resumida y la versión completa se encuentra en Instagram. Funcionan como recuerdo tangible e invitación a cocinar platos tradicionales de Buenaventura.



## 5. Contenido para redes

Se creó un perfil de Instagram dedicado a visibilizar la riqueza culinaria del Pacífico. En esta cuenta, los usuarios pueden encontrar la ubicación de las cocineras en la galería, fotografías del proceso, frases inspiradoras y contenido educativo relacionada con la tradición culinaria.





El sistema visual incluye frases que transmiten la esencia y sensibilidad de la cocina del Pacífico. Expresiones como: “En cada cocina del Pacífico, los sabores viajan de abuela a nieta y de madre a hija.” o “Cada plato de Buenaventura guarda una historia: del mar que alimenta, de la tierra que da sus hierbas y de las cocineras que comparten su herencia.”

Estas frases acompañan las piezas visuales y funcionan como cápsulas narrativas que conectan al lector con el trasfondo cultural de la gastronomía.



Los reels se desarrollaron como contenido audiovisual para reforzar la identidad culinaria del Pacífico. Incluyen recetas paso a paso, tips de cocina heredados de madres y abuelas, técnicas tradicionales como la preparación de la leche de coco a mano, y fragmentos de la vida cotidiana en la galería. Estos videos permiten mostrar la autenticidad, la técnica y el ritmo propio de la cocina bonaverense, a la vez que acercan al usuario a las cocineras y su oficio.



## Conclusiones

El proyecto Mi Sazón Tiene Nombre logró cumplir su propósito de visibilizar y poner en valor la gastronomía tradicional del Pacífico a través de un sistema de comunicación visual accesible, atractivo y conectado con la identidad cultural de Buenaventura. El proceso de co-creación con las cocineras permitió construir una propuesta fiel a sus historias, saberes y estéticas, integrando colores, texturas y referencias visuales que emergieron del territorio y de sus experiencias personales.

El desarrollo de piezas como postales, carteles y contenidos digitales permitió trasladar esta identidad al público, generando interés y acercamiento hacia la cocina local. La creación del Instagram funcionó como un puente entre la tradición y la difusión contemporánea, mostrando que la comunicación visual puede ser una herramienta poderosa para fortalecer la presencia cultural de la gastronomía del Pacífico.

El proyecto demuestra que, cuando el diseño se realiza de forma colaborativa y desde el respeto por las comunidades, es posible crear estrategias que no solo informan, sino que también conectan emocionalmente y fomentan el reconocimiento del patrimonio culinario del territorio.



## Referentes



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/>











