AKÚ: IMPLEMENTACIÓN DE UNA RUTA TURÍSTICA QUE POTENCIALICE LA GASTRONOMÍA TÍPICA DE SAN JUAN DE PASTO POR MEDIO DEL FOOD DESIGN, DISEÑO DE SERVICIOS Y EXPERIENCIA DE USUARIO

Entorno Cuerpo

Aura María Meneses Zamora
aurita95@hotmail.com
Universidad CESMAG

Co-Autor
Mg. Willan Fernando Coral Bustos
wfcoral@unicesmag.edu.co
Universidad CESMAG
Pasto, Nariño.

Palabras Clave: Gastronomía, turismo,
típico, sabores,
servicio, food design.

<https://doi.org/10.53972/RAD.eifd.2019.2.18>

Resumen

A partir del gradual crecimiento del turismo en Colombia específicamente desde la Arama de hoteles y restaurantes, se hace evidente su desarrollo constante. Al mirar al sur, en el departamento de Nariño es notable el crecimiento del turismo, enfocándose sobre todo en su capital San Juan de Pasto, Nariño se caracteriza por la cordialidad de sus habitantes, la belleza de sus paisajes y el exquisito aroma de su gastronomía típica, que solo es referenciada por un solo producto, el cuy. Razón por la cual se hace necesario diseñar una ruta turística que potencialice la gastronomía típica de Pasto, dadas sus características ancestrales, su diversidad de mezcla de sabores que reúne y recrea en la antigua usanza transmitidas de generación en generación. Puesto que, desde la tradición agrícola, labor desarrollada por los antepasados en las tierras del departamento de Nariño, que prevalecen hasta hoy con la obtención de una gran variedad de productos por sus condiciones agroclimáticas. Para dar solución a la necesidad anteriormente mencionada nace Akú, es un proyecto de investigación creación que hace referencia al diseño de una ruta gastronómica que exalta la comida típica nariñense y el buen comer desde los colores y sabores de la cocina tradicional que se inspira en su tipificación cultural, como lo son los productos provenientes de tierras del volcán Galeras que con su actitud de “león dormido” da lo mejor de sí para la comunidad, su particular taza “chiltada” con el aroma del mejor café de Nariño se unifican para generar emociones los cuales actúan como precursores de sensaciones dulces y ácidas; sus masas con relleno elaboradas con esmero y su helado de paila girando en las equinas de la ciudad sorpresa. Todo esto, se sustenta a partir de una estrategia comunicativa en la que confluyen en esencia el Food Design, el Design of services y User Experience que propician experiencias inolvidables ancladas a los sabores típicos de la tulpá “hornilla” en el departamento de Nariño.

*Fotografía 1. Helados de paila Sandoná Nariño.
Fuente: Alexander Almerí*

Turismo, Gastronomía y Servicio

Actualmente, uno de los elementos de mayor relevancia en el sector económico a nivel mundial es el turismo. Al ser objetivo de desarrollo sostenible de las actividades socioeconómicas, se convierte en un instrumento de desarrollo nacional y una de las principales fuentes de ingresos de un país.

Teniendo en cuenta el gradual desarrollo de las economías a nivel Latinoamericano, se puede afirmar que el turismo se constituye en una estrategia clave que debe ser tomada en cuenta por el Gobierno Nacional Colombiano, anclado a la economía naranja que se potencializa a través de las ICC, Industrias Culturales y Creativas, para el desarrollo económico, social y cultural del país. Comprendiendo este panorama, el presente escrito se planea centrar en el turismo gastronómico como uno de los factores determinantes en la economía de una población, (Oliveira, 2011) señala que hay turistas que se alimentan y otros que viajan a disfrutar y degustar la gastronomía. Esta estrategia es clave, puesto que: Según el plan estratégico para la construcción del producto turístico gastronómico nacional 2014-2018 (Mincomercio, Industria y Turismo, 2014-2018, pág. 6) determina qué; la Política de Turismo Cultural, propende desde el punto de vista el cual se prescribe por el fortalecimiento de la gastronomía tradicional en los destinos turísticos culturales: “La gastronomía tradicional colombiana ha sido un elemento fundamental para reforzar tanto nuestra identidad nacional como las identidades regionales y, por lo tanto, ha jugado un papel fundamental como atractivo turístico”, cabe mencionar que la existencia de políticas públicas hacen referencia al turismo y artesanías, y de igual manera describen la gastronomía como oficio artesanal en Colombia. (Mincomercio, Industria y Turismo, 2009, pág. 7)

Según lo anterior, es importante resaltar el turismo y la gastronomía desde el flujo de personas que visitan Colombia durante un periodo de tiempo, arrojando las siguientes estadísticas; entre 2011 y 2017, Colombia obtuvo un incrementó turístico según el (MIN Comercio Industria y Turismo, FONTUR Colombia, AVIA EXPORT, 2018) que se evidencia en la siguiente tabla:

Tabla 1. Incremento porcentual del turismo en Colombia.

De esta manera, se puede identificar el grupo un focal dentro de las estadísticas dadas por Fontur, obteniendo como resultado mayor relevancia en las llegadas de visitantes internacionales con un 97%, por consiguiente se incrementa la creación de nuevas empresas enfocadas al sector turístico con un porcentaje de 74% generando así mayor empleo a nivel nacional con un 19% y divisas en un total de 52%. Desde esta perspectiva el desarrollo e incremento del turismo específicamente en el departamento de Nariño se encuentra en un constante acrecentamiento según lo aclara la (Gobernación de Nariño, 2016-2019), el departamento posee un incremento actualmente de 7.12% según los datos suministrados por la misma para el creciente desarrollo, han usado medidas de formalización y fortalecimiento como impulso y respaldo de la actividad turística que permiten ser sostenibles, es por esto que los municipios son beneficiarios de este tipo de estrategias. Por lo tanto, se hace necesario resaltar la marcada demanda turística en del departamento nariñense, sin embargo se evidencia dicha demanda en el resumen analítico de demanda, según se muestra en la siguiente tabla.

Resumen de análisis de demanda turística en Nariño realizada por Mincit y Fontur 2014

Procedencia de turistas que optan por destino Pasto

Conformación del viaje

Rango de edades

Motivo de visita

Gráfica 03. Resumen de análisis de demanda turística Fuente de estudio: Producto turístico MINCIT, FONTUR 2014.

Tabla 2. Resumen de análisis de demanda turística en Nariño. Fuente: Mincit y Fontur 2014.

De lo anterior se puede deducir lo siguiente; a diferencia de los porcentajes brindados, desde el análisis estadístico de turismo a nivel nacional se puede inferir que: el departamento de Nariño posee la llegada de visitantes nacionales con un porcentaje de 57%, siendo este un poco más elevado en comparación con la llegada de visitantes internacionales el cual posee un 43% con una diferencia del 14%. La conformación de Los viajes hacia el sur del país lo realizan común mente grupos de familias el cual cuenta con un 33% a diferencia de otros tipos de conformación presentados en la tabla anterior, dichas familias se conforman por personas que se encuentran en un rango de edad aproximadamente entre los 35 y 45 años, seguido de los jóvenes adultos que se encuentran entre los 18 y 25 años. Motivados por realizar los diferentes tipos de turismo existentes en este bello departamento.

Es por eso que municipio de San Juan de Pasto se ha catalogado por ser un territorio turístico que guarda paz y tradición de familia, de la tierra. Sus atractivos turísticos son de tipo teológicos, arquitectónicos, gastronómicos y multiculturales. Muchas de las personas se maravillan de esta ciudad por su gran variedad patrimonial, los cuales se evidencian en su cocina, sus museos, sus calles, su artesanía y sus artesanos que conservan técnicas ancestrales e historias únicas. En efecto, se trata entonces de exaltar lo que se es, como pueblo y como región, bien lo aclara (Rizo, 2004):

Que nos podamos percibir como un “yo” (o dentro de un “nosotros”) depende de nuestra capacidad para ver a los demás como “otros”. La cultura y el aprendizaje humanos se realizan mediante la comunicación, o interacción simbólica, por la que se adquiere el propio sentido del ser, carácter e identidad (p.61).

Luego, el cuy como símbolo de la gastronomía pastusa se encuentra anclado en la letra de La Guaneña, otro símbolo que representa a la mujer aguerrida y trabajadora, exaltando el baile a través de la melodía única, raizal sonoro que da cuenta del amor por estas tierras de Nariño.

“Las penas que tuvo mi alma, Con cuyes las maté yo”.
(La Guaneña)

La gastronomía se caracteriza por su ancestralidad, técnica y espiritualidad, reflejada en cada uno de los platos típicos preparados. La comida tradicional Pastusa es una de las culturas más fieles a las preparaciones tradicionales, conservando sus utensilios creados por manos artesanas hasta la “tulpa”, el fogón de abuela. Del amor de las manos campesinas nace el verdadero gusto y afecto por estas tierras ancestrales. Una de las tradiciones emblemáticas que dejaron estos pueblos indígenas desde la expresión cultural es, el buen comer, la cual surge como respuesta a una necesidad básica para vivir. Luego, San Juan de Pasto es un territorio de mestizaje, de amor envuelto en el calor de la tulpa, portador de tradición y cultura, creador de cocinas y cocineros, madres y abuelas que resaltan día a día los productos nativos de la región en cada plato, preparados con amor y esmero, llenos de aromas y sabores únicos. Desde la soberanía alimentaria y teniendo en cuenta lo anteriormente descrito, es necesario entender el pensamiento que postula el Food design el cual según (Reissig, Bienvenidos al Food Design (Diseño y Alimentos): un compendio de referencia, 2014-2019, pág. 2) (la cual forma parte de las bases del pensar y

accionar de la red Latinoamericana de Food Design) aclara que: el Food Design es incluye con toda acción deliberada que mejore nuestra relación con los alimentos / comida en los más diversos sentidos e instancias, tanto a nivel individual como colectivo. Estas acciones se pueden referir al diseño del producto o material comestible en su forma natural, como a su contexto, experiencias, procesos, salud, tecnologías, prácticas, entornos, sistemas, entre otras.

A partir de lo anterior, el objetivo principal del Food Design, es poder transformar la conciencia y capacidades de cada una de las personas para querer y poder mejorar las situaciones alimentarias, posee una relación positiva y feliz con la comida desde lo más profundo de la persona como lo es el ser. Siendo este panorama un poco complejo, pone en perspectiva todos los saberes, sabores, actores y consideraciones en torno a la comida y a su transformación.

Según la bibliografía cultural el maíz y la papa son instrumentos de transmisión y memoria del afecto familiar; son ingesta y fiesta de la “comida hecha con amor”, la “comida de la casa”, la “comida del convivio”, la comida afectiva que resume el espacio físico y emocional del hogar –la palabra “hogar” viene de fogón, del sitio donde nace el fuego, de fóculo, fogaje, fogar, fogaril, fogarín; del lar donde se cuelga una olla y se entibia su contenido al calor de las brasas. Es la misma que nutre, transforma y da sentido a lo íntimo, lo privado y lo público; transmite la permisión, la prohibición y la sanción del comer y del beber en cada territorio, en cada época y en cada grupo; expresa el “adentro”, el imaginario de domesticidad y la particularidad de la vida cotidiana como adaptaciones y adopciones culturales (Jiménez, 2013).

*Fotografía 2. Choclo tierno.
Fuente: Alexander Almerí.*

Fuente: proyecto Akú

Este término nace bajo el concepto de marketing digital en conjunto con la experiencia de marca, estos dos términos proporcionan una amplia perspectiva sobre el uso y el consumo de los productos o servicios de forma interactiva. Ayudando a entender de manera emocional al usuario. Para poder identificar los puntos importantes dentro de la investigación, Akú vio necesario incorporar herramientas Metodológicas proyectuales que soporten y ayuden a su desarrollo. En efecto, dichas herramientas nutren de manera significativa a los procesos de investigación creación los cuales se centran en aspectos esenciales dando soluciones a las diferentes etapas de desarrollo del mismo.

Investigación Creación

El proyecto Akú, se apalanca desde la investigación creación según lo refiere (Beltrán y Mejía, 2018) “la práctica en la creación también ha evidenciado procesos estructurados, rigurosos y con altos niveles de conceptualización”(p. 19). Según lo anterior, el objetivo del proyecto se centra en el diseño de una ruta turística alterna que potencialice la gastronomía de San Juan de Pasto a través del diseño las acciones y efectos en Food Design, Diseño de servicios y los enfoques apalancados desde la experiencia de usuario. Bien lo expresa Lakatos en (Beltrán y Mejía, 2018) “La dirección de la ciencia está determinada fundamentalmente por la imaginación humana creadora y no por el universo de hechos que nos rodea”(p. 19). En tal sentido, la imaginación en el acto creativo en la preparación de los alimentos tiene como propósito el de generar nuevas experiencias gastronómicas que motiven cada vez más a los turistas y que fomenten el buen comer desde la siembra hasta el plato. Lo cual incrementa la visualización y resalte de los establecimientos directamente involucrados en la ruta, de igual manera también incrementara el impacto económico e impulso turístico gastronómico.

Fotografía 3. Ceviche de concha.

Fuente: John Herrera, Restaurante la Vereda
Cocina de Origen

Métodología

El proyecto de investigación se fundamenta desde el método etnográfico el cual describe contextualmente las relaciones complejas entre prácticas y significados para un grupo de personas específicamente. Según (Restrepo, 2016, pág. 16) “la etnografía se puede definir como la descripción de lo que una gente hace desde la perspectiva de la misma gente”. En tal sentido, la investigación se articula a las líneas de investigación de los grupos Tipos Móviles e Ideograma Colectivo, por una parte, a la línea de imagen, comunicación visual y procesos interactivos y en segundo término a la línea de Diseño, innovación y cultura anclados al programa de diseño gráfico de la Universidad CESMAG y su enfoque cualitativo ayuda a su comprensión y profundización de los diferentes fenómenos que exploran los participantes en un ambiente en relación al contexto. En efecto Akú, busca indagar en las prácticas de la comida típica de Pasto, para encontrar los significados y símbolos determinantes para las personas que las realizan.

Akú Metodología Proyectual

Gráfica 1. Metodología Diseño de Servicio

Fuente de estudio: Creando valor a través del DS, Pontificia Universidad Católica de Chile.

Desde lo proyectual esta investigación se articula como se había mencionado anteriormente, a partir del análisis y efectos de los elementos culturales propios de la región, todo esto es posible a partir del Food Design, el Design of services y User- center design. En armonía con el manifiesto del 2002 de la Associazione per il Disegno Industriale editado por Paula Barichella y citado por (Molina, 2015) en la revista Web É Alimentación y en la que se define al Food Design como:

La pre-figuración del acto alimenticio; en síntesis, la actividad de elaboración de un proceso más eficaz que hace más fácil y contextualizada la acción de tomar una sustancia comestible en un contexto, ambiente y circunstancia de consumo determinada, en relación con un campo de análisis sociológico, antropológico, económico, cultural y sensorial.

Por su parte, el análisis sobre los valores culturales, gastronómicos y sensoriales requieren desde el diseño de servicio un cuidado especial desde la inter-disciplinariedad donde se hibridan diferentes etapas y herramientas, según lo anterior esta amalgama de posibilidades abre un espectro metodológico dotado de un dinamismo desbordado en las formas de pensar, de sentir y sobre todo de vivir las experiencias gastronómicas en la ruta saberes y sabores diseñada en Akú, según lo expresan (Figuerola, Mollenhauer, Rico, Salvatierra, Wuth, 2017, pág. 13) “El Diseño de Servicios es una sub-disciplina del Diseño que busca generar valor tanto para las personas que requieren el servicio como para quienes lo proveen”. Luego, a partir del análisis del ecosistema cultural de San Juan de Pasto, es necesario caracterizar las necesidades humanas, que, para este caso, actuar sobre las necesidades de los turistas por medio de actividades, que permitieron recoger, evaluar, planear y desarrollar una ruta que permite tener experiencias culturales, a través de los elementos de identidad cultural de Pasto enraizados desde los colores, olores y sabores de la gastronomía típica de esta ciudad sorpresa. En consecuencia, (Aguilar, Neira & Trujillo, 2016, pág. 219) se refieren al Diseño Centrado en el Usuario como:

Término «centrado» se refiere al hecho de que los aspectos del DCU giran alrededor de un centro, el «usuario, consumidor y/o cliente». La D de diseño se refiere a la creación de la experiencia total del ser humano; aunque la D también puede significar el descubrimiento

Gráfica 2. Esquema metodológico. Fuente proyecto Akú

Esta metodología es el complemento sistémico que permite el diseño de una secuencia que se conecta para la transformación de la realidad asociada directamente al servicio. Dicha secuencia expone las necesidades, conductas, hábitos y expectativas del usuario.

Gráfica 3. Esquema metodológico general. Fuente proyecto Akú

Desarrollo Akú Metodología Projectual

Identificar Y Comprender

Definición del contexto interno

En un momento inicial, se busca delimitar el tema de investigación del proyecto y situarlo en un espacio y tiempo. Para este caso se propone Akú, como el diseño de una ruta turística que potencialice la gastronomía típica de San Juan de Pasto por medio de los diferentes enfoques anteriormente mencionados. Para su fundamentación se tiene en cuenta herramientas claves que propone la investigación creación a partir de la practica creativa dentro de la misma, con el fin de ampliar el conocimiento desde de la pregunta inicial. Durante el periodo de investigación se realizó el análisis de libros de texto teóricos, charlas, conferencias, muestras de testeo, talleres de investigación creación, mapas colaborativos, taller de color, lluvia de ideas y ponencias. Estos sirvieron como guía del proceso investigativo al permitir delimitar los conceptos concentrando nuevos conocimientos en el mismo, definir áreas de aplicación y generar estrategias de identificación de debilidades y puntos a mejorar dentro del proyecto.

Observación

La técnica que se implementó durante el desarrollo del proyecto fue la observación, esto nos permitió recolectar información de expertos en diferentes campos, cada uno con prácticas y experiencias que enriquece la investigación. Para su correcto proceso se tuvo en cuenta el antes, el durante y el después. El tipo de observación que se llevó a cabo en los diferentes procesos fue la denominada no estructurada o asistemática. Esta es una técnica propia de la investigación cualitativa, puesto que posee más libertad ante las dificultades del entorno. Esta técnica nos ayuda a realizar descripciones de las acciones o vínculos creados con las personas observadas, es decir, se construye por medio de la comprensión e interpretación de la misma. Durante su desarrollo, la observación focaliza su atención de manera intencional, dependiendo del entorno a estudiar.

■ Antes:

Se plantea inicialmente un trabajo de recolección de información con los siguientes profesionales en el campo y foros. Cada uno en su contexto de estudio:

Alexander Almerí (Perú): Investigador de cocina tradicional y Food Design.

Mario Mora: Investigador de Cocinas Tradicionales

Julián Ortiz: Diseñador Industrial, Investigador en el campo de la Semiótica, Candidato a Magister de Innovación Social Udenar.

John Herrera: Cocinero de La Vereda.

Foro Pasto capital gastrodiversa

■ Durante:

El siguiente paso a seguir consiste en asistir a los diferentes eventos realizados por las personas anteriormente mencionadas, observando minuciosamente sus actividades, las cuales fueron registradas en un diario de campo de la siguiente forma.

El primer acercamiento se da en la Ruta Gastronómica realizada por la Sub Secretaría de Turismo con la asistencia de 30 personas aproximadamente, donde se da a conocer los platos típicos de la ciudad junto con el experto Alexander Almerí, sus diferentes investigaciones en el campo gastronómico aportan a la iniciativa, dando a conocer la soberanía alimentaria desde las raíces nariñeneces. Esta ruta se inicia en el mercado los dos puentes en la ciudad de Pasto, por su gran valor patrimonial, arquitectónico y cultural. Es allí donde se evidencian las tradiciones y costumbres tanto de la gastronomía como de la cultura ciudadana y nuestras raíces indígenas. Su recorrido duro aproximadamente 3 horas y durante este tiempo se logró compartir, degustar y conocer un poco más de la gastronomía Nariñense.

Fotografía 5. Ruta Gastronómica Sub Secretaria de turismo Alcaldía de Pasto. La Paila, heladería tradicional. Como Realizar el Helado de Paila y su rescate de sabores autóctonos de la región.

Fotografía 4. Ruta Gastronómica Sub Secretaria de turismo Alcaldía de Pasto. Panadería obrero. Elaboración del pan con bocadillo. Alexander Almerí Investigador

Fotografía 6. Ruta Gastronómica Sub Secretaria de turismo Alcaldía de Pasto. Panadería obrero, Pastel y galletas.

El segundo acercamiento se da de manera presencial en el marco del evento Pasto: Capital Gastrodiversa. Durante el foro tulpas y sabores de pasto se desarrollaron temáticas alrededor del turismo y la gastronomía tradicional, Mario Mora hace énfasis en el poder que tiene el alimento en el ser humano, portador de información y de desarrollo comunitario.

Fotografía 7. Foro Tulpas y Sabores de Pasto Octubre 2018, en el marco del evento Pasto Capital Gastrodiversa. Mario Mora investigador de cocinas tradicionales.

Durante el transcurso del foro, los ponentes dieron a conocer sus diferentes puntos de vista dependiendo de la problemática plantada. A Continuación se presenta una serie de fotografías de los ponentes con sus respectivos temas de conversación.

Fotografía 8. Foro Tulpas y Sabores de Pasto Octubre 2018, en el marco del evento Pasto Capital Gastrodiversa. Tema: Nuevas Tendencias Gastronómicas. Natalia Ramírez Editora revista La Barra. José Castillo Instructor la CREES. Juan David Pantoja Instructor SENA Pasto. Juan Ruano Chef Profesional restaurante Migrante.

Fotografía 9. Foro Tulpas y Sabores de Pasto Octubre 2018, en el marco del evento Pasto Capital Gastrodiversa. Tema: Cocina con compromiso social. Claudia Arias Columnista Vivir en el poblado Amarillo Gastronómico, Leonor Espinoza Chef Profesional Restaurante FUNLEO Bogotá DC., Marcia Taha Chef Profesional Restaurante GUSTO, proyecto social MANQ'A inclusión, oportunidad y sostenibilidad La Paz, Bolivia

Fotografía 10. Foro Tulpas y Sabores de Pasto Octubre 2018, en el marco del evento Pasto Capital Gastrodiversa. Tema: Investigación gastronómica en Colombia. Carlos Humberto Illera Antropólogo Universidad del Cauca.

Fotografía 11. Foro Tulpas y Sabores de Pasto Octubre 2018, en el marco del evento Pasto Capital Gastrodiversa. Obsequio del libro Las Cocinas Escondidas de la CIUDAD BLANCA por el Autor: Carlos Humberto Illera Antropólogo Universidad del Cauca.

El tercer momento consiste en la recopilación de la información obtenida en pasos anteriores, para dar lugar al planteamiento de una ruta gastronómica como propuesta para los talleres de investigación creación, liderados por el docente de Diseño Gráfico de la Universidad CESMAG, Julián Ortiz Cordero. Las diferentes propuestas expuestas en los procesos de investigación fueron evaluadas por las personas que asistieron. Donde se

pudo observar como ellos se comportaban ante un diseño de servicios y aportaron a su crecimiento. A continuación su evidencia fotográfica dentro de los talleres.

Fotografía 12. Taller Investigación creación. Estudiantes de decimo semestre Universidad CESMAG, Programa: Diseño Gráfico.

Tema: Planteamiento de prototipo y metodología Akú. Docente encargado Julián Ortiz Cordero.

Fotografía 13. Taller Investigación creación. Estudiantes de decimo semestre Universidad CESMAG, Programa: Diseño Gráfico.

Tema: Planteamiento de prototipo y testeo Akú. Docente encargado Julián Ortiz Cordero.

Fotografía 14. Investigación creación. Estudiantes investigadores Universidad Cesmag, Programa: Diseño Gráfico.

Tema: Proceso investigativo y Gráfico akú. Docente encargado Mg. Fernando Coral.

— Después:

En este momento, se recolecta la información obtenida en las diferentes actividades, organizándola de tal manera que sea posible llegar a una conclusión de los aportes conseguidos durante dichas actividades, para que así, la solución del proyecto sea óptima. En el proceso se resaltan temáticas alrededor de las nuevas tendencias a sentirse orgulloso del producto colombiano, el poder generar empresas gastronómicas dentro de la ciudad como híper diversa, el respeto hacia las personas campesinas, el rescate de la identidad cultural por medio de la comida que enmarcan nuestra región, el comer con gusto y orgullo de tu nación y de tus productos, el aporte a las diferentes propuestas de valor para mantener el turismo dentro de la comunidad, la esencia de lo tradicional, y la experiencia en las personas. Estos fueron algunos de los apartados dentro de la observación realizada los cuales aportaron en la propuesta de valor del proyecto.

— Analizar y Conceptualizar

— Organización de los hallazgos

En el proceso de la investigación se opta en desarrollar en paralelo posibles prototipos que responden a la problemática del proyecto. Esto permite identificar las fortalezas y debilidades, permitiendo el cuestionamiento y la mejora del posible resultado final, lo cual hace del producto efectivo, eficiente y funcional respecto al beta.

Fotografía 15. Testeo Prototipo uno, infografía del servicio turístico. Fuente: Proyecto Akú

1

El primer acercamiento se realiza con un prototipo impreso testeado y mejorado. Para este primer prototipo se tiene en cuenta las especificaciones planteadas anteriormente.

2

Segundo prototipo consiste en recolección de información desde la cámara de comercio y posterior a esto un mapa donde ellos especifican los puntos de restaurantes, cafeterías etc.

3

Con las respuestas recibidas en el primer testeo y segundo realizamos un tercer prototipo con una banda de pulsación con el fin de reconocer los lugares con mayor relevancia.

4

Con la información que se obtiene hasta ese momento realizamos una ruta con un experto y se realiza una conferencia desde la tradición y los alimentos. Dando como resultado una ruta alterna gastronómica con variedad e historia.

Grafica 4. Historia del prototipo. 4 testeos de las propuestas desarrolladas durante la investigación creación. Fuente: Proyecto Akú

En los prototipos se evidencian propuestas de un servicio turístico, posteriormente testeada con habitantes locales, como personas que no residen en la ciudad. Dicho proceso cuenta con fallas, desde su visualización en la infografía, se identificó que el servicio no es claro ni conciso genera dudas y no posee una secuencia clara. Al generar un mapa con toda la gastronomía perteneciente en la ciudad, existen problemas porque su servicio no es el indicado y por ende no es necesario pagar por él. El tercero parte de la experiencia vivida, se trató de recrear un mapa de calor con los sentidos. Se realiza una corta ruta en el sector de Santiago, la persona invitada lleva consigo un reloj que mide las pulsaciones cardiacas, se determinó que: la creación de un mapa de calor para una ruta gastronómica a través de las pulsaciones no es viable, por factores de entorno y de equipos. El testeo número cuatro se desarrolla con un grupo de 6 personas de diferentes edades, con el fin de realizar una ruta denominada saberes, dirigida por el grupo de investigación y con el acompañamiento del experto Alexander Almeri, se visitaron durante 9 horas 11 lugares entre los cuales se encuentran 3 restaurantes, 2 heladerías, 4 cafeterías, 1 picantería, 1 panadería. Se culminó la ruta pero de igual manera se reestructura para su mayor comodidad.

■ Análisis de la experiencia actual

Se genera una experiencia gráfica por medio del servicio. Dentro de esta actividad se identificaron vínculos emocionales, factores de promoción de la experiencia y oportunidades para la innovación.

*Fotografía 16. Plaza de Mercado EL Potrerillo - Pasto.
Fuente: Alexander Almeri.*

Conceptualizar y Formalizar

■ Revisión de antecedentes y referentes

En este paso se analiza los referentes recolectados como bibliografía, entrevista con expertos y trabajo de campo, para identificar el concepto de diseño del proyecto.

■ Lluvia de ideas

La lluvia de ideas tiene como objetivo aprovechar al máximo el pensamiento creativo de un grupo. Es por eso que se toma como muestra a un grupo de estudiantes de diferentes carreras de la Universidad CESMAG. (Gráfica 02) A partir de este ejercicio investigativo, fue posible identificar el tipo de servicio existente en la ciudad, además de sus puntos débiles a mejorar y las problemáticas dentro del mismo. Esto fue lo que eventualmente dio lugar a nuestro proyecto.

Fotografía 17. Implementación lluvia de ideas Fuente: Proyecto Akú

Testear e Iterar

Testeo

Se realiza el testeo de una ruta planteada con la información obtenida desde el mapeo y con la colaboración del experto Alexander Almerí, llamada ruta de saberes y sabores. Los lugares escogidos representan un valor patrimonial desde su gastronomía e historia dentro de esta ruta. Se evidencia la ruta en su orden correspondiente y el plato.

Asadero y restaurante, El Puente, plaza de mercado El Potrerillo, plato cuy asado.
Picantería la 24, Santiago, plato frito Pastuso. Cafetería Santiago, empanadas de añejo.
Palacio de los Frijoles, Obrero, picada campestre.
Heladería La Paila, San Ignacio, helado de paila.
Café y empanadas, San Andrés, tamal de guiso y empanada de añejo.
Gaia café, Centro, pastel de chocolate y café frío.
Restaurante La Vereda, Avenida los estudiantes, yucas con concho, lomo de cerdo.

Fotografía 18. Mosaico, testeo ruta gastronómica 1. Fuente: proyecto Akú

La ruta testeada nos permite hacer un filtro de los lugares que deseábamos incluir en el prototipo final. Algunos de estos, por la calidad de sus platos y servicios, no cumplían con los requisitos que considerábamos debían ser indispensables para la implementación del proyecto, como la higiene, la atención al cliente y el producto tradicional de Pasto.

Implementar y Evaluar

Creación

El blueprint es una herramienta visual de diseño de servicios que permite conceptualizar el proceso que existe dentro del servicio. Identifica los puntos a mejorar para conseguir una experiencia óptima. Se divide en tres etapas, back office son las actividades que realiza el equipo akú y no son hacen visibles a los clientes, front office son las actividades que realiza el equipo akú para presentar el servicio, visibles al cliente. Emotions, son las emociones que quiere lograr akú con la experiencia vivida en sus rutas y medios de comunicación. Se diseña el blueprint resolviendo la experiencia completa durante la ruta que generará el servicio. A continuación se presenta la herramienta con la ruta saberes y sabores.

BLUEPRINT RUTA GASTRONÓMICA					
Pasos	Antes	Durante			Después
Usuarios					
Actividad ¿Qué hace el usuario?	Transporte a restaurantes	Llegada a restaurantes	Entrada a restaurantes Llegada de comida Prueba de comida	Salida de restaurantes	Transporte (Próximos destinos) Landing Page Bonos por temporada
Touch Point ¿Qué hace el usuario y el empleado?	Contacto con el transporte Contacto con el Guía	Fachada del Rest... Bienvenida Guía	Contacto con el mesero Contacto con la comida Intervención Guía	Salida del restaurante Salida con el guía	Transporte (Próximos destinos) Landing Page Bonos por temporada Marketing R.S Participación
Front Office					
Actividad ¿Qué hace el empleado?	Transporte: Llegada a tiempo al lugar. Guía: Describe itinerario de actividades.	Guía: Ingreso turistas Explica productos nativos de la región, etc (En cada restaurante)	Guía: Explica los platos de nuestra región y su historia.	Guía: Acompaña a los turistas hacia el transporte.	Guía: Concluye su primer punto de recorrido, describe el siguiente destino. Contacto efectivo con el personal web de Akú
Back Office					
Procesos Internos ¿Qué hacen tus empleados detrás de escena?	Capacitación dueño Rest. Capacitación Guía Turístico Reservación mesa y comida Transporte a tiempo Guía a tiempo: Uso de uniforme Itinerario Protocolo	Información clara sobre historia, platos típicos de Pasto. Responder dudas.			Guía: Manejo de tiempo. Información clara del próximo destino. Transporte listo.
Procesos Externos ¿Qué pasa en el ecosistema?	Uniformes Gasolina Impresiones Souvenir Transporte en buen estado	Transporte en espera			
Emociones	Excitación	Asombro	Felicidad	Nostalgia	Recuerdo
A desarrollar	- Diseño de vinilos para Bus - Punto Akú - Uniformes	- Cartilla de ruta para turista (Historia, mapa, fotos) - Instructivo para el Guía - Kit para el turista (Agua, etiquetas, capas o sombrillas, manilla con información de akú).			- Iconografías para restaurantes - Publicidad en los canales

Gráfica 5. Articulación de Blue Print, levantamiento Ruta Gastronómica. Fuente: proyecto Akú

Resultados Esperados

Mapa colaborativo

En el proceso de la investigación creación y con la referencia de la actividad realizada por el Docente de Diseño Gráfico de la Universidad de Nariño, German Arturo, se desarrolló el mapa colaborativo, con el objetivo de recolectar información sobre la gastronomía típica de San Juan de Pasto con la participación colaborativa de la comunidad. Se realizó una encuesta la cual contaba con preguntas referentes a su información personal, restaurantes típicos que conocen en San Juan de Pasto, calidad de servicio en dichos establecimientos, frecuencia de visita y fotografía alusiva a los platos típicos y bebidas. A continuación, se presenta una tabla estadística con las respuestas que se lograron en la cual se establece la calidad del servicio y los lugares típicos de San Juan de Pasto para que así se cree la ruta gastronómica actual.

Fotografía 19. Intro mapeo colaborativo. Basado en la Idea Docente del Programa de Diseño Gráfico de la UDENAR German Arturo.

Fuente: Proyecto Akú

Tabla 3. Tabla porcentual del mapeo colaborativo. Fuente: proyecto Akú

Ruta Saberes y sabores

Con la información recolectada del mapa colaborativo y la ruta anteriormente nombrada, se plantea la ruta Saberes y Sabores. Esta ruta tiene como objetivo generar experiencias únicas al turista. Desde los canales de comunicación hasta el servicio final. El servicio busca dejar en la memoria de los turistas recuerdos de la exquisita gastronomía de San Juan de Pasto y la amabilidad de su gente.

Su enfoque principal es resaltar y potencializar estos establecimientos de gastronomía típica a través de su producto, servicio e historia que transcurre de generación en generación. La ruta Saberes y Sabores está inspirada en cada una de las experiencias representadas en cada lugar gastronómico. Recorrer y visitar la ciudad es para nosotros gratitud y reconocimiento a una tierra llena de sabores, colores y saberes ancestrales.

Figura 2. Mapa de la ruta saberes y sabores.
Fuente: proyecto Akú

— Ponencia

7mo Encuentro Latinoamericano de Food Design y 1er Congreso Gastronómico, Creatividad y Diseño Cochabamba Bolivia Agosto 2019

A través de los procesos de investigación creación realizados en los entornos educativos dispuestos por la universidad durante este periodo de tiempo, se creó un proyecto investigativo anteriormente mencionado, que con esfuerzos y un arduo trabajo, se han recibido estímulos positivos que lo benefician. Uno de esos estímulos fue la participación como expositor en el marco del 7mo encuentro latinoamericano de food design y el 1er congreso de creatividad gastronómica y diseño, que se llevó a cabo en la ciudad de Cochabamba Bolivia, los días 26 al 31 de agosto del presente año y la aceptación en las memorias del evento con un artículo investigativo.

El desempeño realizado durante el desarrollo del evento fue gratificante, se dejó en alto el nombre de la Universidad CESMAG y del programa de Diseño Gráfico. La ponencia se realizó el día 30 de agosto del 2019 en las instalaciones de la Universidad del Valle Bolivia, dejó en los asistentes grandes expectativas sobre los temas expuestos. Se adjunta el certificado obtenido, la carta de agradecimiento de la universidad del Valle Bolivia y de igual manera la carta de aceptación de la publicación del artículo y la invitación como expositor.

Fotografía 20. Ponencia Akú En el Marco del evento 7mo Encuentro Latinoamericano de Food Design y 1er Congreso Gastronómico, Creatividad y Diseño Cochabamba Bolivia Agosto 2019

Conclusiones

La comunicación visual permite establecer y desarrollar estrategias que potencializan los elementos culturales a partir de acciones y efectos por medio de enfoques que permiten analizar, caracterizar, organizar e implementar desde Food Design, Design of services and User- center design la implementación y articulación de diversas técnicas e instrumentos que permiten acoger e interpretar respuestas acordes con las necesidades humanas.

El proceso de la investigación permitió la creación de emociones, la creación de experiencias y el desarrollo de piezas gráficas. El servicio se cataloga por ser efectivo y eficaz en un rol específico dentro de la sociedad, cuenta con la capacidad de posicionar un producto como lo es Akú.

El manejo del servicio dentro del blueprint hace que se visualicen las capacidades y debilidades del mismo y procura que sus soluciones sean optimas y eficaces ante cualquier situación, haciendo que las experiencias sean un factor a favor de la ruta saberes y sabores.

El reconocimiento de los lugares gastronómicos representativos dentro de la ciudad jugó un papel importante para definir la propuesta. Se pudo conocer varios establecimientos de gastronomía los cuales aportaron elementos investigativos recolectados a través de observaciones directas e indirectas, definiendo así el contexto socio económico, cultural, e histórico en el que se encuentran. Comer solo sería el pretexto para conocer una gran Ciudad como lo es Pasto, llena de sorpresa, esplendor y amabilidad. El turismo sería un eje económico importante, generador de empleo y de estabilidad.

Referencias

- Aguilar, Neira & Trujillo, J. (2016). Los métodos más característicos del diseño centrado en el usuario -DCU-, adaptados para el desarrollo de productos materiales. *Iconofacto*, 2015-236.
- Beltrán y Mejía, E. M. (2018). *¿Investigar Creando? Una Guía para la Investigación Creación en la Academia*. Universidad del Bosque, Cundinamarca. Bogotá: LB Impresores S.A.S. Recuperado el Agosto de 2019, de <https://unbosque.edu.co/sites/default/files/2018-09/Investigar%20creando.pdf>
- Dinero. (2018). El buen momento del turismo colombiano durante el gobierno Santos. Dinero.
- Figueroa, Mollenhauer, Rico, Salvatierra, Wuth, B. (2017). *Creando valor a través del diseño de servicio*. Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Gobernación de Nariño. (2016-2019). Plan Participativo de Desarrollo Departamental. San Juan de Pasto.
- Jiménez, L. M. (Enero - Junio de 2013). Del Saber y El Sabor un ejercicio antropofilosófico sobre la gastronomía. *Escritos*, 21(46), 171 - 200. Recuperado el Marzo de 2019, de www.scielo.org.co/pdf/esupb/v21n46/v21n46a07.pdf
- MIN Comercio Industria y Turismo, FONTUR Colombia, AVIA EXPORT. (2018). DISEÑO DE PRODUCTO TURISTICO PARA EL MUNICIPIO DE PASTO Y SUS CORREGIMIENTOS. PRODUCTO TURISTICO, 4-5.
- Mincomercio, Industria y Turismo. (2009). Política de Turismo y Artesanías. Iniciativas conjuntas para el impulso y la promoción del patrimonio artesanal y el turismo. Política de Turismo y Artesanías. Iniciativas conjuntas para el impulso y la promoción del patrimonio artesanal y el turismo.
- Mincomercio, Industria y Turismo. (2014-2018). PLAN ESTRATÉGICO PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO GASTRONÓMICO NACIONAL 2014-2018. Informativo, MinComercio Industria y Turismo, Cundinamarca, Bogotá D.C. Recuperado el julio de 2019, de https://www.fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/POLITICAS_PUBLICAS_1.PDF
- Molina, A. (30 de 1 de 2015). *É Alimentación*. Obtenido de Food Tech: <http://www.alimentacion.enfasis.com/articulos/71546-innovacion-guiada-el-food-design>
- Mortiz, S. (2005). *Service Design*. London, Reino unido. Obtenido de <http://hci.liacs.nl/files/PracticalAccess2ServiceDesign.pdf>
- Oliveira, S. (2011). Del turista que se alimenta al turista que busca comida – Reflexiones. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 738 – 752.
- Reissig, P. (2014-2019). Bienvenidos al Food Design (Diseño y Alimentos): un compendio de referencia. 2. Recuperado el julio de 2019, de http://www.fdx.org/docs/FD_Atlas_Visual.pdf
- Restrepo, E. (2016). *Etnografía: alcances, técnicas y éticas*. Popayán: Envión Editores.
- Rizo, M. (2004). La comunicación como base de la interacción social. Aportaciones de la comunicología al estudio de la ciudad, la identidad y la imaginación. *Contemporanea*, 53-71.

Treder, M. (2013). UX Design para Startups. En M. Treder, UX Design para Startups (E. Suárez, Trad., Vol. 1, pág. 23). UXPIN. Recuperado el 2019 , de http://uxpin.e24files.com/ux_design_para_startups.pdf