

Viaje del usuario en el Restaurante San Luis

Proyecto de
Integración Curricular

Diciembre 2021

75 ANIVERSARIO | PUCE | Diseño Gráfico

Estudiante:

Doménika Michelle Cadena Lemus

Docentes tutores:

Mtr. Guillermo Sanchéz

Mtr. Nathaly Pinto

Mtr. Mariana Lozada

Mtr. Xavier Barriga

Implementación de un sistema gráfico para guiar e informar los servicios de tal manera que mejore la calidad del servicio y tiempo de atención de los clientes en el “Restaurante San Luis” ubicado en el sur dentro del Distrito Metropolitano de Quito

ANIVERSARIO | PUCE | Diseño Gráfico

Proyecto de Integración Curricular | Diciembre 2021



Índice

Introducción.....6

Resumen general.....8

Prólogo.....9

Justificación personal.....9

Justificación social.....9

Agradecimiento.....10

Descripción del caso.....12

01

Aspectos internos.....15

Aspectos externos.....21

Problema gráfico.....25

2.1. Análisis de piezas gráficas.....31

02

2.2. Descripción problema gráfico.....36

2.3. Objetivos del proyecto.....39

2.4. Requerimientos de diseño.....40

03

Solución gráfica.....42

3.1. Generación de la idea.....42

3.2. Validación del concepto.....44

3.2. Exploración de la forma.....48

3.3. Prototipo gráfico.....56

3.4. Detalle técnico.....62

3.5. Costos del proyecto..... 79

3.5. Comprobación teórica.....82

3.6. Comprobación comitente.....87

3.7. Comprobación usuario.....91

Conclusiones.....98

Recomendaciones.....99

Bibliografía.....99

Anexos.....100



Introducción

El Restaurante “San Luis” es un establecimiento dedicado a brindar servicios gastronómicos del Ecuador ubicado en la calle Teniente Hugo Ortiz y Luis Iturralde, Sector La Magdalena. Durante los últimos años dicho sector ha sido considerado por los propios habitantes como el corazón del sur ya que se puede encontrar variedad de productos en diferentes establecimientos como: locales de electrodomésticos, artesanías, restaurantes, centros de divertinaje y centros educativos. Por ello, con el pasar de los años La Michelena se ha convertido, en un lugar adecuado para restaurantes, siendo estos los que han prosperado por lo que se volvieron puntos de concurrencias enfocados en la preparación de alimentos.

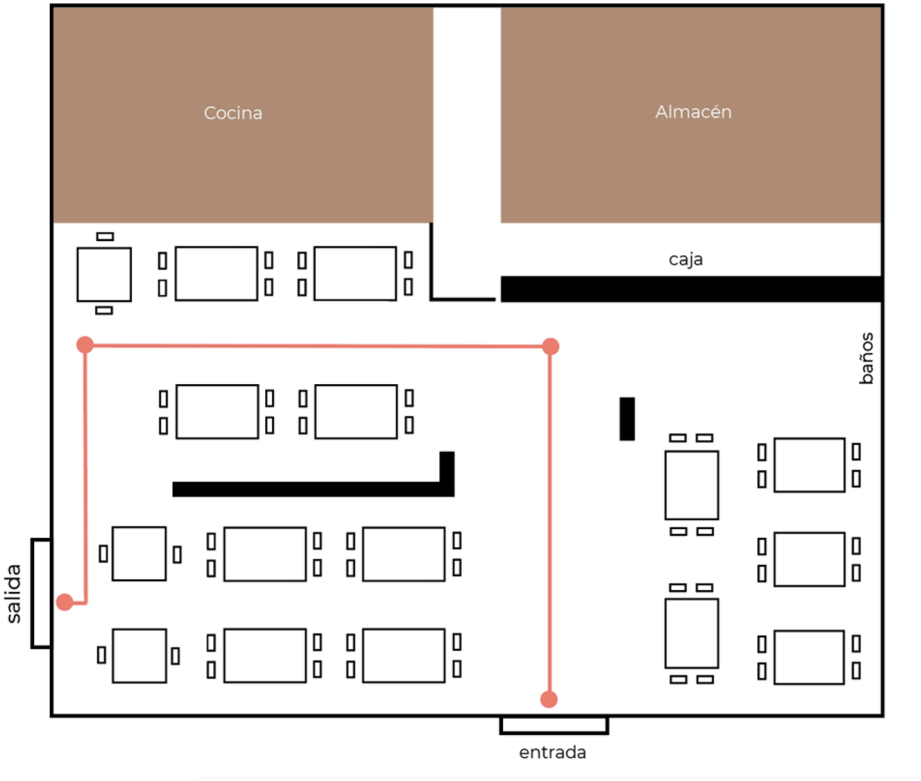
Por ende, se propone retomar el Restaurante “San Luis” ubicado en el sur de Quito, el cual al momento de comunicar sobre sus servicios y como es el funcionamiento del local no han logrado un correcto manejo de su información para los clientes que acuden al mismo.

Dicho esto, el establecimiento es conocido por la calidad en la preparación de sus platos acompañado de un lugar seguro. Así mismo, busca ser reconocido en el mercado por brindar una experiencia a su clientela, mediante la oferta de sus servicios en el proceso de compra sin dejar de lado sus productos de excelencia, con el fin de formar una empresa productiva, innovadora y dedicada a la satisfacción de los clientes.

Para comprender el funcionamiento del local, se elaboro un plano de planta para conocer el flujo de circulación de los empleados y los clientes dentro del mismo, también se realizo un organigrama, que explica, la estructura de la organización y como es el proceso funcional del Restaurante “San Luis”. A continuación, se mostraran los gráficos que anteriormente fueron mencionados.

Figura 1

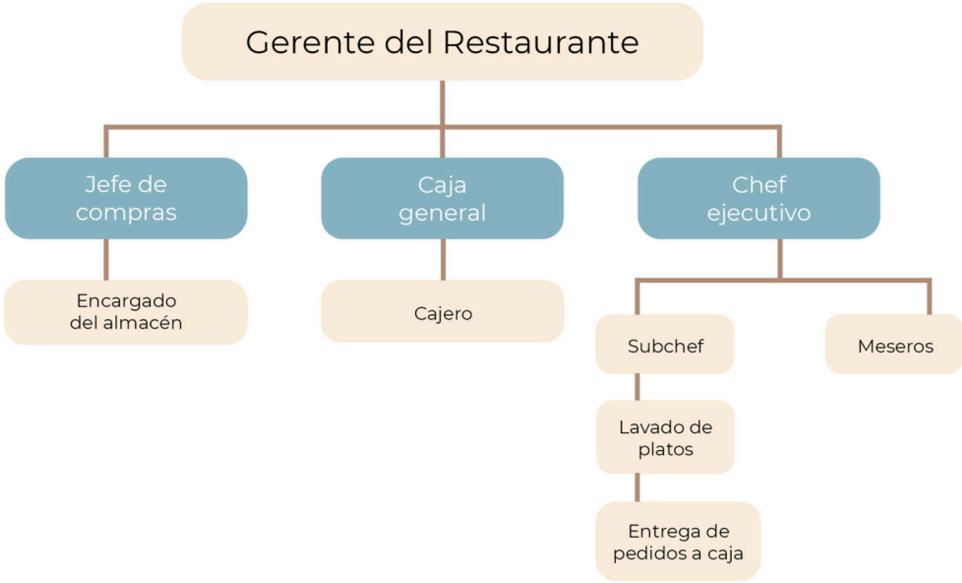
Plano de planta



Nota: El plano es una vista superior del Restaurante San Luis donde se puede observar como es el funcionamiento de circulación dentro del local.

Figura 2

Proceso funcional del Restaurante “San Luis”



Nota: El organigrama representa como es la organización y la jerarquización de actividades del personal del Restaurante.

El establecimiento ofrece sus servicios de Restaurante desde las 11h00am hasta las 16h00pm de lunes a domingo, su publico objetivo son hombres y mujeres de 25 a 65 años con un nivel socio económico medio bajo, el cual se conforma por trabajadores de diversas entidades tanto públicas como privadas que laboran cerca del establecimiento al igual que familia que acuden los fines de semana. Por otra parte, en el segundo piso del local puede ser alquilado para diferentes eventos ya que cuenta con servicios de catering pero debido al confinamiento por la pandemia de COVID-19 tuvieron que cerrar esa área.

Resumen

El Restaurante “San Luis”, es un establecimiento que se dedica a brindar un servicio alimenticio enfocado en los platos tradicionales del Ecuador, el cual, se encuentra ubicado en el sur de Quito en el sector La Michelena. Así mismo, la empresa cuenta con más de 21 años de experiencia, mediante los cuales, se ha ido desarrollando un problema en la percepción del cliente sobre la organización y como el propio local comunica sus servicios, lo que ha generado una perdida de posicionamiento en el mercado y disminución en sus ventas.

El presente estudio tiene como objetivo diseñar un sistema de comunicación gráfica a partir de piezas que mejoren la eficiencia de la información de los servicios del Restaurante, de esa manera se podrá aportar al mejoramiento de la calidad del servicio y tiempo de atención en el proceso de compra. Para llegar a dicho objetivo se partió de una investigación donde se entrevisto al dueño del local y se realizo encuestas a los clientes, para determinar las necesidades principales donde el diseño gráfico puede llegar.

El primer capitulo consta de la descripción del caso donde se realizo un análisis teórico tanto interno como externo de la organización y el entorno con el fin de conocer de mejor manera el funcionamiento del mismo. A partir del segundo capitulo, se abordo el problema gráfico, por medio de una espina de pez donde se vinculan varias áreas que se encuentran fuera del diseño, también se eligió una metodología especifica, al igual que, se desarrollo una investigación de piezas gráficas existentes del caso que aportaron positivamente al proyecto. Por ultimo, el tercer capitulo consta de la solución gráfica que aborda la explicación del concepto, las validaciones teóricas, con el comitente y con el usuario, de manera que cumpla con los requerimientos y necesidades del Restaurante “San Luis”.

Justificación

Personal

En base a lo escrito anteriormente, el presente proyecto motiva al desarrollo personal académica como estudiante de la Carrera de Diseño Gráfico en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Artes, a lograr comunicar una solución gráfica por medio de herramientas técnicas, adquiridas durante toda la carrera, donde se pueda informar los servicios que oferta el Restaurante “San Luis”, de tal manera que se pueda asociar las actitudes y comportamiento de las personas, ya que, es necesario asociar el diseño a la solución de un problema y poder enfocar al mismo directo a la funcionalidad, usabilidad y transmisión correcta del mensaje.

Social

El proyecto al encontrarse en un entorno con alta demanda y competencia, se propone crear un sistema gráfico de información, donde se genere estrategias que logren posicionar al restaurante en la vista del consumidor y de esa manera se pueda obtener una

ventaja por encima de la competencia, la cual llegue a contribuir positivamente en el desarrollo del establecimiento. Por ello, es necesario incentivar al cliente en la búsqueda de nuevas maneras de entretenimiento en el servicio de alimentos, mediante el desarrollo de un concepto de diseño que vaya de la mano con la experiencia del usuario, ya que, cumplirá un rol importante en el proyecto y se podrá evaluar por medio de las interacciones entre el usuario y las diferentes piezas, considerando las emociones y las experiencias estéticas basadas en la calidad del producto y servicio.

En la actualidad, la sociedad se ha ido transformando en la manera de actuar, consumir, interpretar e interactuar hacia una necesidad que puede llegar a resolverse mediante el Diseño Gráfico. Según Costa (1977) “La imagen es como una representación mental, en la memoria colectiva de las personas, de un conjunto significativo de atributos, capaces de influir en el comportamiento y mortificarlos” (p.19). Por ende, es importante tomar en cuenta lo que se quiere transmitir y comunicar desde el Restaurante hacia el público objetivo, por lo que, es necesario la implementación de un sistema gráfico que comunique y guié los servicios del local.

Agradecimiento

Agradezco a mi familia por estar siempre a mi lado, a mis amigos por todos los bonitos momentos que pasamos en la universidad y a mis profesores que estuvieron hasta el ultimo momento.



01. Descripción del caso

DESCRIPCIÓN DEL CASO

Actualmente vivimos en una época donde los negocios están ligados al cambio, donde permanecer con la idea de generar solamente ventas y dejar de lado el desarrollo de una estrategia la cual permita destacar y generar una fidelidad dentro de sus consumidores, es una manera de limitarse a ser reconocido y expandirse como negocio. Por lo que, es importante que el consumidor de igual manera vaya cambiando, ya que, tiene una idea más clara de cuáles son sus deseos y frustraciones, logrando de esa manera obtener altas expectativas en la experiencia durante el consumo, generando un vinculo emocional por parte del cliente.

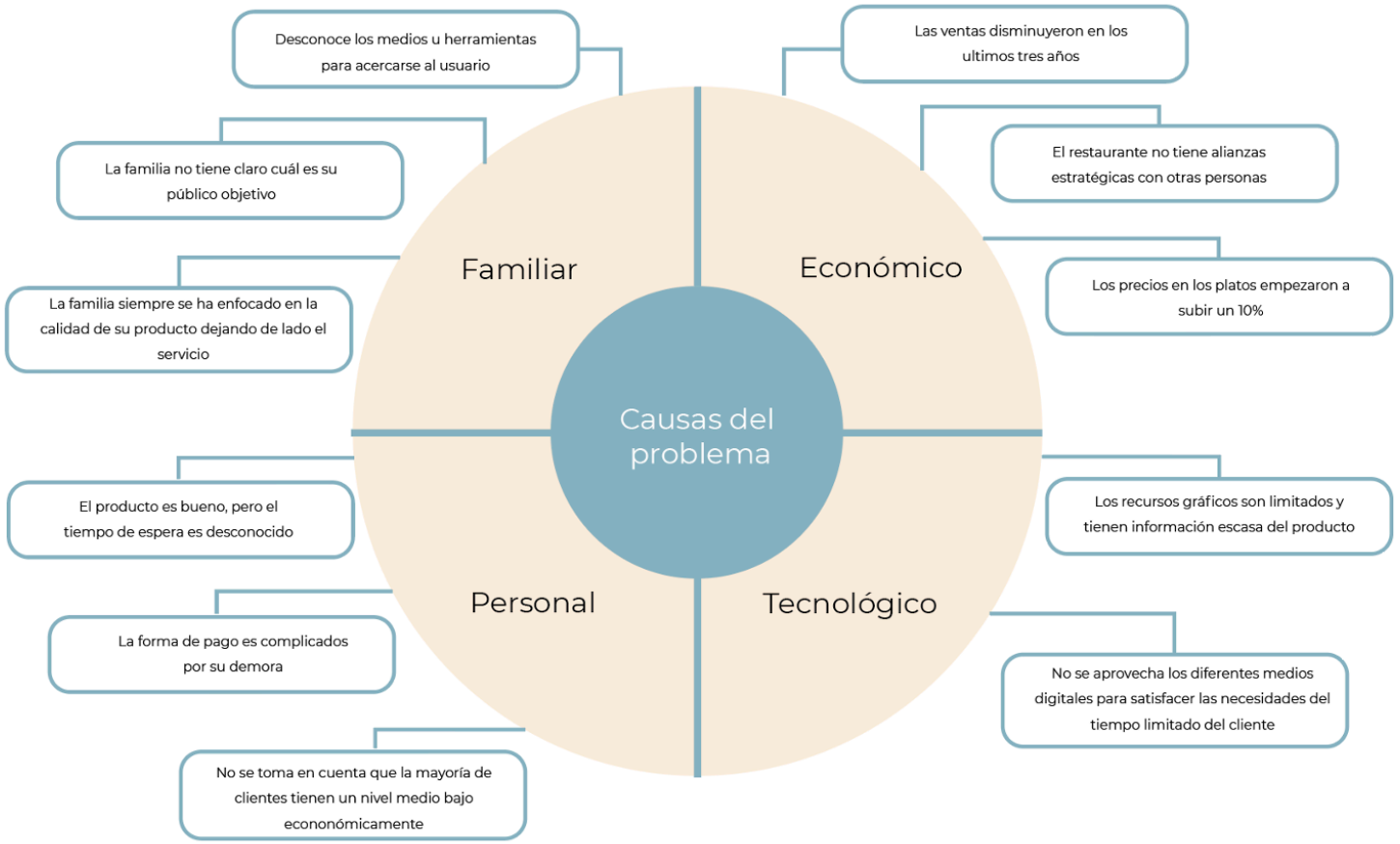
Por otro lado, el valor agregado y la relación con el cliente ha estado presente en varios sectores con alto grado de competencia, uno de esos es el sector alimenticio de nuestro país. En este caso, el Restaurante San Luis el cual es un negocio que nace como una iniciativa familiar con el propósito de mejorar progresivamente los ingresos del núcleo. Además, se encarga de producir la gastronomía ecuatoriana en el sur del Distrito Metropolitano de Quito, dirigiéndose a ejecutivos de entidades públicas o privadas y familias del sector.

Después de 21 años de arduo trabajo, adquiriendo experiencia en el restaurante, el negocio familiar fue ganando clientela y ampliando su oferta de productos. Sin embargo, al tener tantos años de experiencia en el mercado y ver que el negocio era reconocido no consideraron en formalizar la experiencia en la compra de su producto ni satisfacer las necesidades de los consumidores en su totalidad de tal modo que solo tomaron como parte importante para el restaurante la calidad de su producto. Por consiguiente, en el año 2018 las ventas empezaron a disminuir un 46.6% lo que trajo consigo intranquilidad al dueño del local.

Ahora el escenario es distinto, el Restaurante recibe 500 clientes a la semana y el propietario tiene conocimiento que el local no está dando toda su capacidad que se podría ver reflejada en su servicio, debido a que la monotonía es una de sus debilidades y el miedo a optar por nuevas alternativas que le permita llegar a la diferenciación sobre la competencia que existe dentro del sector. Entonces, tomando esta información de referencia, podemos ver que en la (Figura 3), se desarrolló un diagrama que permite observar con claridad las causas del problema, la cual está dividida en cuatro secciones las cuales son: familiar, económico, personal y tecnológico que se presentan a continuación dentro del restaurante.

Figura 3

Diagrama del problema

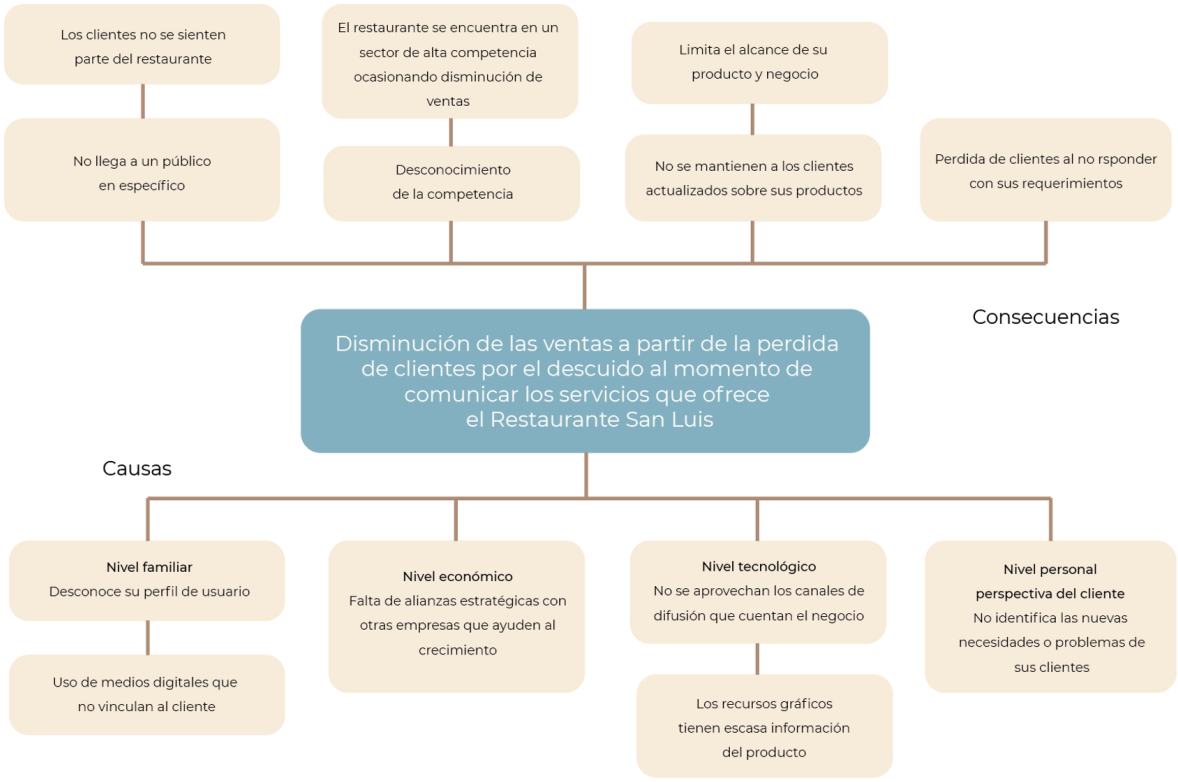


Nota: La figura representa un análisis de la situación actual del Restaurante San Luis.

Después de recolectar diferentes datos se estableció de mejor manera las causas y consecuencias. Por ello, se realizo un esquema en forma de árbol de problema que permitirá un mejor análisis de la información la cual sera un aporte y una guía a una solución correcta para el proyecto.

Figura 4

Árbol de problema



Nota: Tomado de árbol de problemas por (Joseph B. Kruskal,1928)

Como se puede apreciar en la (Figura 4), el dueño del local no ha tomado en cuenta como la disminución de las ventas en el ultimo año han causado una perdida de clientes, como consecuencia de la falta de experiencia en el proceso de compra para el cliente por parte del restaurante.

ASPECTOS INTERNOS

Para la comprensión de este proyecto se desarrollaron herramientas de investigación para poder identificar los aspectos internos, lo que permitirá entender la problemática para que de esa manera se pueda crear una estrategia que mejore la experiencia del cliente. Por medio de entrevistas al propietario, encuestas a clientes que acudan al establecimiento y también, se realizo un proceso de observación durante el proceso de compra del producto lo cual servirá como apoyo para conocer las necesidades y frustraciones del mismo.

El propietario inicia su jornada de trabajo a las diez de la mañana, con ayuda de su equipo de camareros y cocineros los cuales se encargan del “mise en place” que se centra en la preparación de los alimentos para todo el día. Puesto que existen tres etapas, empezando a las once de la mañana donde los comensales acuden al local para desayunos o platos a la carta.

En esta etapa es donde el aforo no llega a llenarse por completo, pero pasada las doce del día hasta las tres de la tarde empieza el “golpe” lo que significa que el número de clientes es elevado por lo que las filas, las horas de espera, la indecisión y la demora en los métodos de pago se hacen más visibles, lo que genera frustración entre su público.

En esta etapa es donde menos se encuentra una atención personalizada. Para la última etapa que va desde las cuatro hasta las seis de la tarde que es la hora del cierre, se observa que va bajando el aforo por lo que el público llega a interactuar un poco con el propietario. En la entrevista realizada el propietario menciono que es importante la satisfacción del cliente porque de esa manera compartirá su alegría o experiencia con una o más persona de su círculo social, que es más conocida esta técnica como “boca a boca” lo cual servirá como una ayuda al restaurante.

La etapa que tiene más problemas con retención de clientes y que ha podido llegar a identificar el propietario es el golpe. Esto se refiere, a que llegan a ingresar más al local en la hora del almuerzo y es necesario tomar esto porque el cliente al ver que el servicio se demora prefiere tomar otra opción.

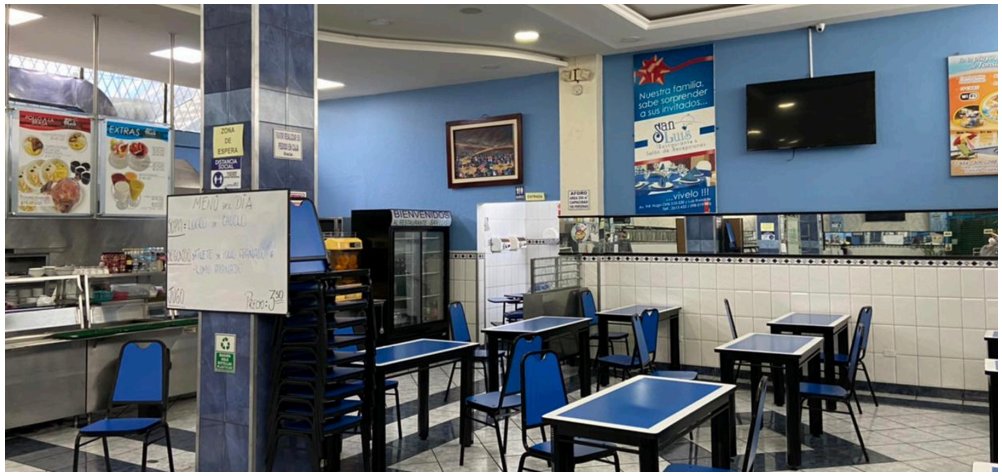
Otro factor importante que se tomó en cuenta fue que, a pesar de la pérdida de clientes en los últimos años, existe un grupo que fue envejeciendo con el restaurante y sigue acudiendo como la primera vez. Pero por otra parte el anhelo del propietario es seguir creciendo y evolucionando, llegar a colocar en una balanza el servicio y el producto donde los dos se encuentren al mismo nivel por consiguiente el local sea reconocido no solo por la excelencia de su producto sino también por la del servicio.

Así mismo, el generar un vínculo con el cliente ha sido una lucha constante debido a que el propietario no tiene conocimiento de esto y de igual manera se le dificulta porque al quedarse a cargo del local debe estar en dos lugares a la vez tanto en caja, como en la cocina guiando a sus empleados para que se ejecuten adecuadamente los pasos para la elaboración del producto, de esa manera tener una interacción o conocer a su público objetivo es complicado. Por lo que él piensa que no está desarrollando en sus clientes una lealtad hacia el local.

Para conocer mejor el local y cuáles son sus fortalezas al igual que sus debilidades se llevó a cabo una observación del espacio mediante la visita al lugar desde la primera etapa. En el cual se evidenció como es el espacio que se muestra en la (Figura 5), al igual que la organización del restaurante, donde el propietario se encuentra a cargo de varias áreas, como son el rendimiento del producto, la planificación financiera y el servicio al cliente. Dentro de la cocina está el chef ejecutivo y el subchef que se encargan de la preparación y afuera para la atención está conformado por seis camareros que supervisan las necesidades del cliente, el mantenimiento, limpieza y la seguridad del local.

Figura 5

Observación del espacio en el Restaurante San Luis



Nota: Foto tomada durante el recorrido generado en el Restaurante San Luis

También se logró analizar el material gráfico que se encuentra dentro de las instalaciones y los mismos que orientan al cliente acerca del producto, donde pueden colocarse en el entorno y darles a conocer cuáles son las normas de seguridad. El restaurante cuenta con varias piezas gráficas una de ellas es el menú en la (Figura 6), que es visible en todo momento, pero para tener una correcta legibilidad de la información el cliente debe acercarse a la caja, lo que en muchas ocasiones genera aglomeración por la indecisión acerca del pedido.

Otra pieza fundamental, que los ayuda a informar sobre los almuerzos del día, es un pizarrón que se encuentra en la mitad del recorrido de la entrada hasta la caja, pero puede llegar a generar un problema para el local porque varios de sus clientes son menores de edad y suelen borrar la información colocada sobre los platos del día. Para esto los camareros deben estar pendientes, pero se les dificulta porque dentro de su jornada laboral deben cumplir con sus otros cargos.

Figura 6

Observación del espacio: Piezas gráficas



Nota: Foto tomada durante el recorrido enfocándose en el menú del local.

El local cuanta con varía información suelta sobre los productos o avisos importantes del negocio, las cuales son hojas impresas que son colocadas en las paredes que si bien es cierto son una ayuda para informar sobre las normas o platos gastronómicos que implemento el local pero la mayoría de los clientes no suelen observarla por la cantidad de texto, el tamaño de su fuente y el lugar donde se sitúan.

Por otra parte, para entender al usuario y conocer su recorrido dentro del lugar, se utilizó un customer journey map que se muestra en la (Figura 7), en el cual se evidenció su experiencia frente al servicio y sus frustraciones o alegrías que se presentaron en el camino. El trayecto empezó sin ningún problema, pero al momento de ingresar a la fila para esperar su turno, es ahí donde las dificultades iniciaban, ya que el usuario venía cansado de afuera y esperar un tiempo hasta cinco minutos o más para pedir su orden, si generaban frustraciones en el mismo.

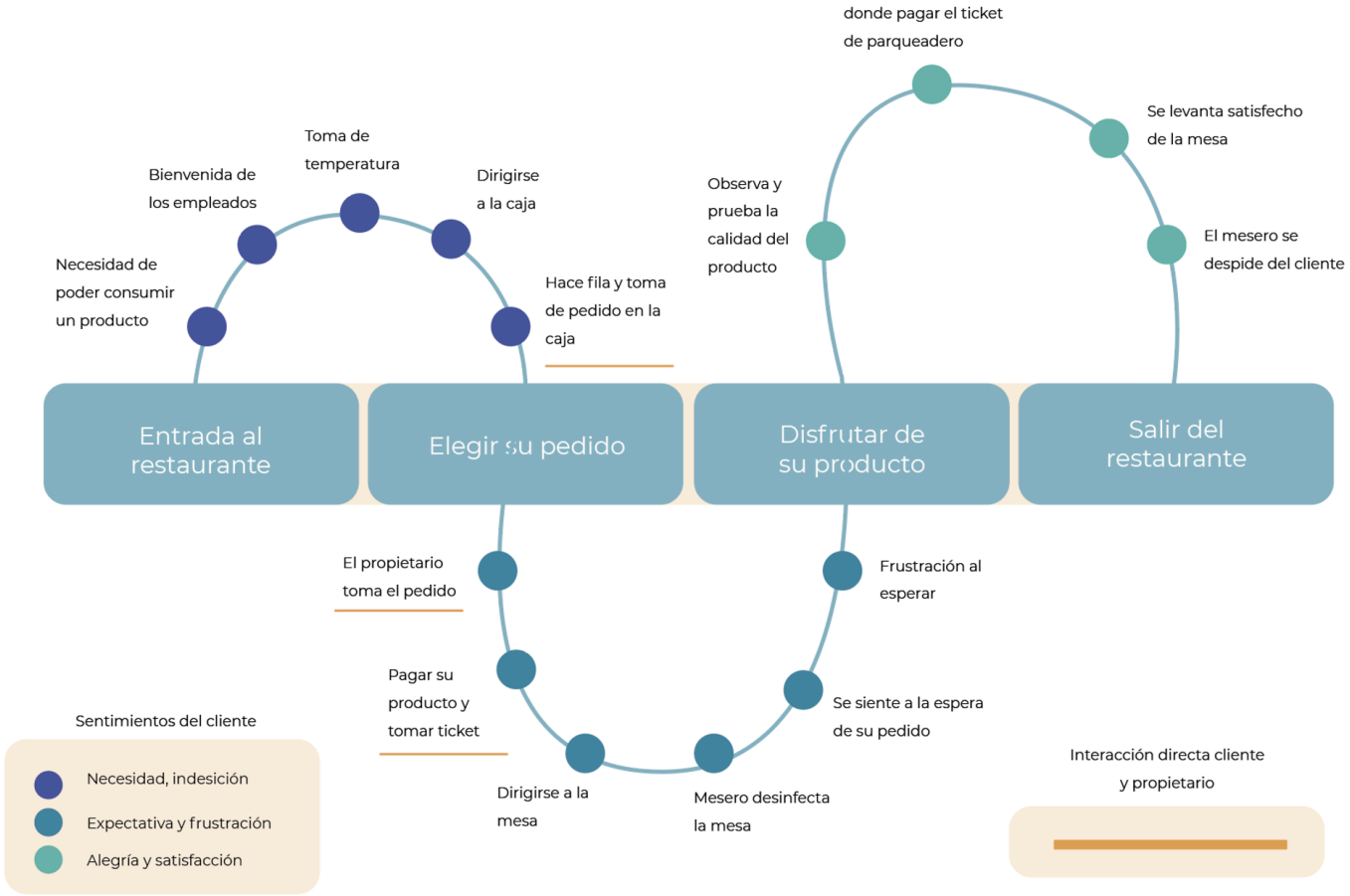
De manera que, pese al tiempo que tiene el cliente para decidir sobre el producto que desea en la fila, es complicado porque debe acercarse a observar el menú y por ende salirse de su puesto.

Por esa razón el usuario prefiere esperar su turno para decidir sobre su orden, lo que genera que la fila se retrase, convirtiéndose en un ciclo o rutina de todos los días. Después de la adquisición del producto, se dirige a su mesa lo cual ya es satisfactorio para él, pero empieza a tornarse cansado, ya que debe esperar la preparación de sus alimentos.

Para finalizar el recorrido, el cliente termina de servirse sus alimentos y en ocasiones acude al camarero para indicarle, que desea su orden para llevar, ya que para los usuarios que asisten entre semana al restaurante el tiempo es muy importante y al demorarse en la fila ya es una gran frustración para ellos y una pérdida para el local. En cambio, para los que acuden los fines de semana es más sencillo que esperen, pero no significa que les agrade mucho la idea.

Figura 7

Cuadro sobre el recorrido del cliente



Nota: El cuadro representa el recorrido del cliente y cuales son las decisiones que toma durante el proceso de compra. Tomado de Customer Journey Map, por Edward L. Thorndike, 1920.

Es necesario mencionar que durante el recorrido cada camarero cumplió con su cargo, pero, se les dificulta tener una interacción cercana con el cliente, ya que tienen diferentes áreas que deben cubrir por esa razón solo dan la bienvenida y pasan la orden desde la cocina hasta la mesa, también en algunas ocasiones se dirigen a ellos porque desean llevar su comida. Por ende, solo son esos puntos donde los trabajadores pueden sostener un acercamiento con el usuario.

Proceso del usuario para decidir su pedido

Para este punto, primero se utilizo la herramienta de observación donde se pudo observar como los diferentes usuarios ingresaban al lugar y varios de ellos se dirigían a la caja pero no a realizar su pedido sino para observar mas de cerca el menú en cambio hubo un grupo de personas que esperaban en la fila hasta que llegue su turno y empezar a preguntar “cual es la especialidad de hoy”. Por ende, al observar estas acciones se realizo una encuesta para los usuarios y la cual se dividía en cinco fases que son: reconocimiento del producto, búsqueda de información, observar alternativas, decidirse por la compra y evaluar la misma.

Después de realizar la encuesta a cuatro usuario se pudo observar que en la primera fase, el 50% de los usuarios se dirigen al restaurante por el producto, mientras que la otra mitad va por la seguridad o esta en busca de nuevas opciones gastronómicas. En la segunda fase, el 50% de usuarios al momento de ingresar al local lo primero que llega a realizar es dirigirse hacia el menú. Para la tercera fase el 75% de los usuarios al observar el producto lo primero que mira son las fotografía ya que de esa manera ya tiene una idea mas clara de cual va a ser su pedido, de igual manera sucede en la cuarta fase ya que las fotografías que se encuentran en el menú les ayuda a decidirse por su compra. Por ultimo la quinta fase donde el 75% de usuarios volvería a realizar una compra en el restaurante por la calidad de su producto. En el anexo 7 se puede observar la encuesta realizada.

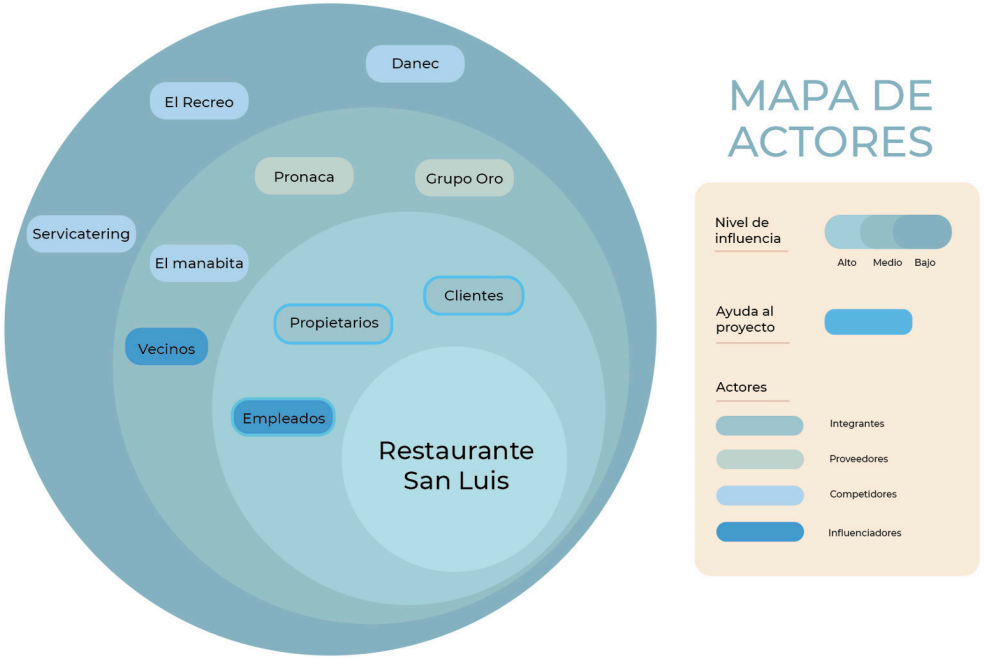
Es decir que el proceso de decisión de compra no solamente ayuda a facilitar la compra sino de poder asegurarse que esta fue positiva para el consumidor, ya que el resultado de dicha evaluación podrá definir si el usuario va a volver a comprar o recomendar el local y ese es uno de los objetivos del proyecto y del restaurante, el cual es asegurarse que la experiencia del usuario supere las expectativas del mismo, logrando que se pueda llegar a fidelizar al cliente.

ASPECTOS EXTERNOS

Para el caso de la parte externa las herramientas que aportaron al proyecto fueron el mapa de stakeholders, perfil del usuario y cliente misterioso los cuales influyeron de manera positiva. En cuanto al restaurante San Luis se pudo conocer que desde el 2006, hasta la actualidad cumple con una gran trayectoria en el mercado por ende para entender mejor el entorno y los actores que están implicados dentro del proyecto, se realizó un mapa de stakeholders que permitió observar el nivel de influencia y la relación entre los mismos. Los cuales se presentan en el siguiente diagrama (Figura 8).

Figura 8

Adaptación mapa de stakeholders



Nota: El cuadro representa el nivel de influencia al proyecto de los diferentes actores. Tomada de el Mapa de Stakeholders por Edward Freeman, 1750.

A continuación, se desarrolló un perfil del usuario (Figuras 9 - 10), tomando de referencia a los clientes que acuden al local lo que permitirá ahondar de mejor manera en los detalles sobre su personalidad, frustraciones y el objetivo de dirigirse al restaurante.

Figura 9

Perfil de usuario: Familias



Nota: Herramienta de análisis del usuario para entender su personalidad y frustraciones (Familias)

Figura 10

Perfil de usuario: Ejecutivos



Nota: Herramienta de análisis del usuario para entender su personalidad y frustraciones (Ejecutivos)

El cliente es una ficha importante tanto para el propietario como para el proyecto por esa razón es necesario considerar varios puntos que lo engloban los cuales son; el tiempo, la forma en que consumen, el tipo de consumo, con quienes comparten mientras acuden al lugar y las necesidades específicas de cada uno. Para esto, el método del cliente misterioso es de gran apoyo para realizar la matriz de observación donde se presentó el primer caso que fue entre semana el cual fue un señor que acudió a la una de la tarde al restaurante, no tenía ningún acompañante así que al entrar fue directamente a buscar una mesa pero al no tener ninguna respuesta decidió preguntar a un mesero y el mismo lo dirigió a la caja para que realice su pedido.

Al momento de encontrarse en la fila se retiro para observar el menú, le tomo de dos a tres minutos decidir su orden para después dirigirse a la fila nuevamente, delante de él se encontraban cuatro personas, una de ellas le tomo más tiempo decidir lo que género que la fila no avanzara. El usuario lucio preocupado, pero la mayor parte del tiempo se concentraba en mirar el celular. Al terminar el proceso de compra del producto.

Él se dirigió a la mesa más cercana y tuvo que esperar cinco minutos por su orden, en ese tiempo solo observaba el lugar hasta que llegara su pedido que fue un almuerzo, asumiendo que se encontraba ocupado no logro terminar su plato y se retiró del lugar. La necesidad que se localizó fue el ahorro del tiempo lo que es importante en estos casos, también que el usuario conozca cual es la logística que adapta el restaurante para el proceso de compra ya que el cliente se encuentra ocupado y necesita una atención rápida donde se le muestre recomendaciones de platos mientras el esta en la fila de esa manera el usuario va a tener una idea mas clara de cual sera su pedido.

El propietario del restaurante mencionó que el señor al cuál se le realizó la observación en el proceso de compra, trabaja por el sector y también señalo que era un padre de familia el cual acudía al local los fines de semana junto a su familia y entre semana en la hora del almuerzo por su trabajo. Sin embargo, antes era un cliente fijo que acudía al lugar, pero hubo una temporada entre la semana que dejo de hacerlo por el tiempo y que actualmente regreso pero solo viene algunas veces.



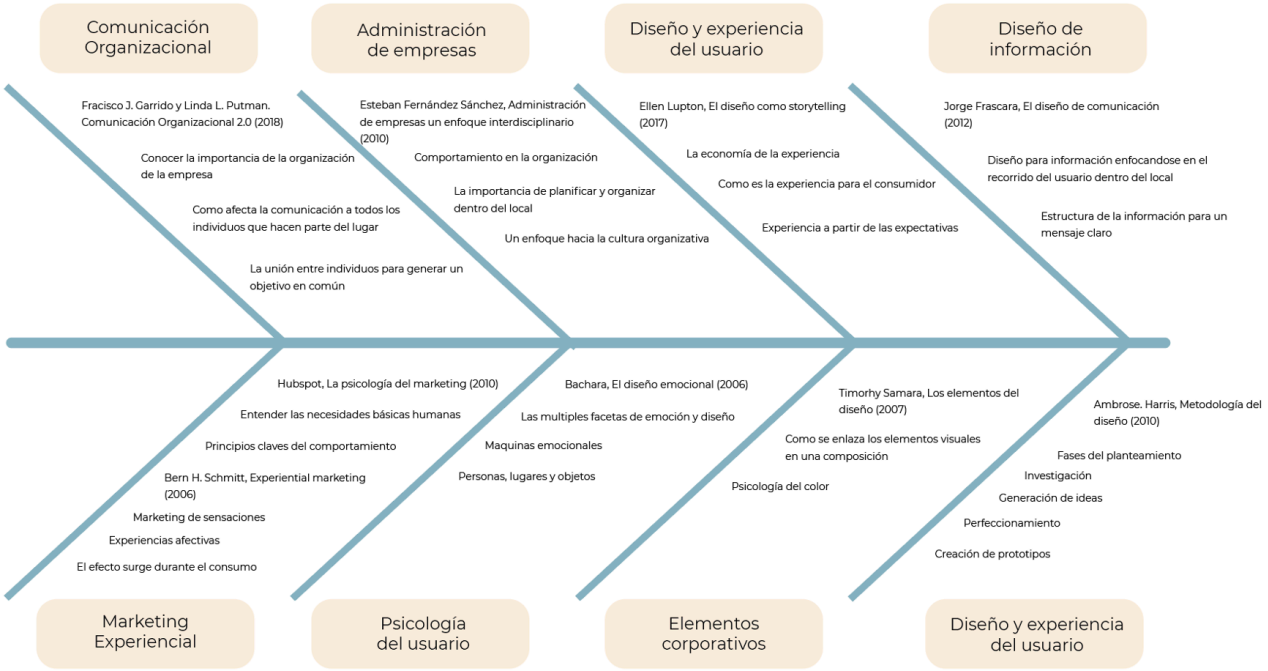
02. Problema del caso

PROBLEMA DEL CASO

Para el tema de experiencia de usuario se encuentran elementos que son importantes para entender de mejor manera el problema al cual se está dirigiendo el proyecto por esa razón se realizó una investigación bibliográfica que abarca la importancia de una buena administración para atraer clientes y mantener a los actuales satisfaciendo sus necesidades, de tal manera que se implemente una comunicación directa entre el consumidor y el propietario, también se logro analizar desde la parte de la psicología al momento de la toma de decisiones para entender las estrategias que se deberían utilizar para poder fidelizar a los clientes. Por ende se utilizó la herramienta de la espina de pez la cual se presenta en la (Figura 11) en el siguiente diagrama.

Figura 11

Espina de pez



Nota: Tomada de la Espina de pez por (Kaoru Ishikawa, 1943)

Al abordar este tema es necesario tener en cuenta como se maneja el restaurante en cuanto a la comunicación esto permitirá tener una visión más clara de la realidad del lugar en donde se trabajará la propuesta. Según Bustinduy (2012)"La comunicación es un proceso continuo e interactivo, en el que se deben producir espacios de sintonía entre los involucrados o transceptores en lenguaje comunicacional" (p.27). Esto nos ayudará a entender de mejor manera cómo funciona la comunicación el cual indica que al generar información hacia el cliente existen dos partes que se encuentran en diferentes posiciones es por esto que es importante generar una estrategia para encontrar los canales apropiados para que el mensaje llegue sin ningún problema. Por ende, al recibir correctamente la información el usuario seguirá interactuando con el restaurante.

También es importante enfocarse en la organización del lugar porque tanto el propietario como los camareros son la base fundamental del negocio. Bustinduy (2012) afirma que "Cuando los patrones culturales son compartidos por el grupo, surge una forma de hacer colectiva, que traza modos gregarios de hacer las cosas" (p.135).

Por esa razón el proyecto podrá generar un análisis más profundo al tener una organización dentro del lugar, ya que se observara el área enfocada hacia el cliente en el cual los camareros necesiten apoyo siendo el producto un aporte positivo dentro del restaurante. De modo que el aporte de la disciplina de administración para el proyecto se enfoca en organizar y planificar la información, ya que al entender estos puntos podemos tener un control sobre cada etapa de diseño y llegar a tener los resultados esperados. Así mismo, la planificación nos ayudará a saber cuál es el alcance del proyecto y a donde queremos llegar con el mismo.

Según el principio de equifinalidad, formulado por Fernández (2010) "Los sistemas pueden alcanzar los mismos resultados desde diferentes condiciones iniciales utilizando diversos caminos. Por otro lado, un estado inicial puede tener varios estados finales posibles. Así, se puede lograr un producto de elevada calidad invirtiendo en la formación." (p.34).

Por ende, si lo asociamos con la propuesta del sistema de experiencia podemos observar que tiene varios productos donde cada uno cumple una función diferente, pero, al unirse cada pieza alcanza un mismo objetivo el cual es cumplir las necesidades del cliente. Por otra parte, al tener una organización en la presentación de cada producto podemos definir el tiempo de entrega sin dejar de lado la calidad del proyecto. De igual manera al seguir cada etapa podemos disminuir los errores o tener una alternativa al momento de presentarse un problema en el proceso de diseño.

Es necesario, conocer las estrategias que se presentan en el mercado es fundamental para entender como fidelizar a los clientes logrando que se sientan seguros y en casa. Según López (2007) " Un enfoque del marketing basado en el "hacer y vender" y el nuevo enfoque basado en el "sentir y responder", la gestión del valor de la marca resulta esencial" (p.30). Es por esto que es necesario tomar la segunda opción de esa manera podemos llegar al consumidor y generar un sentimiento personal e intransferible.

De acuerdo a Carbone (2004) "existen cuatro pasos los cuales permitan que las empresas desarrollen una estrategia de marketing, logrando una diferenciación en el servicio ante sus competidores" (p.60). Para el primer paso se basa en un análisis de las experiencias generadas del usuario con otras entidades o en la misma esto servirá para conocer la percepción y que aspectos toman como importantes. Como segundo punto esta las plataformas que servirán como apoyo para provocar un sentimiento positivo y una estancia satisfactoria. En el tercer paso la planificación es decir conocer el problema y ofrecer soluciones a las frustraciones del cliente y como último paso el contacto del cliente con el producto donde estén presentes todos, enfocados desde un punto de vista integral.

El usuario en su vida cotidiana está sujeto a experimentar diferentes situaciones las cuales orientan a que tome decisiones por ende es importante mencionar esto, ya que los clientes dentro del restaurante al momento de pedir su orden llegan a demorarse. Al entender esto podemos vincular al proyecto para encontrar la forma de solucionar este problema que se encuentra presente en el local. Según Garcia (2010) "Al tomar una decisión requiere de conocimiento previo y/o de la interpretación de esfuerzo sobre las posibles consecuencias" (p.32).

En un sector con tanta diversidad como es el gastronómico es necesario generar una relación con el cliente de esa manera se llegan a vincular emociones y recuerdos. Para Lupton (2019) “Cuando una persona compra un servicio, paga por un conjunto de actividades intangibles llevadas a cabo en un solo lugar. Pero cuando compra una experiencia, paga por pasar tiempo disfrutando de una serie de acontecimientos puestos en escena por una empresa.” (p.68). Es por esto que el diseño de esta propuesta se basa en el usuario donde no solo se quede con el proceso de adquirir su producto y se retire de las instalaciones, sino que puede generar un recorrido donde cada fase sea de ayuda para cumplir sus necesidades o problemas que se presenten al igual que le transmita seguridad y confianza.

La funcionalidad y la productividad son dos factores que deben predominar en la experiencia al igual que en el proceso de diseño, ya que es importante organizar correctamente las fases y la información que se mostrara en el recorrido en el cual no sea complicado captar, ya que podría generar un problema y no una solución. Por lo contrario, la sencillez debe estar presente sin dejar de lado la parte interactiva logrando de esa manera una respuesta positiva del cliente.

Para el desarrollo de la propuesta se tomará diferentes elementos como base uno de ellos es definir un concepto para transmitir un mensaje claro y útil. Por consiguiente, escoger formas y texturas significativas para el público objetivo. Por ende, se debe elegir una retícula adecuada en el cual se visualice un nivel organizativo y tengan un mismo lenguaje visual entre imágenes, símbolos y textos donde cada pieza tenga una sola relación. Así mismo es importante trabajar máximo con dos familias tipográficas para no confundir ni distraer al usuario del objetivo. También utilizar una paleta cromática que se vincule con el concepto propuesto sin dejar de lado la psicología del color de esa manera se lograra armonía sin afectar a la jerarquía visual. A demás cada pieza que se ejecutara se colocara solo los elementos necesarios para no generar ruido visual.

El cliente al ingresar o contactarse con el restaurante genera un viaje en el cual existe diferente información suelta que puede generar un problema, ya que definir un público objetivo es un punto clave de partida para el desarrollo del producto. Frascara (2013) afirma que “La organización de la información requiere una buena comprensión de la estructuración lógica y de los procesos cognitivos”. (p.128).

Si bien es cierto, no existe un orden o reglas para mejorar la experiencia del cliente, pero existen puntos que es necesario tomar en cuenta que se enfocan en la presentación de la información porque debe ser un mensaje fluido entre el propietario y el usuario.

El planteamiento de una metodología nos permite ejecutar un orden y pasos a seguir durante el proceso. En este caso se tomó como referencia Ambrose (2010) “Metodología del diseño”, la cual se enfoca en una investigación cuantitativa y cualitativa que revela datos importantes tanto en la organización como en el público objetivo. Sin embargo, Las diferentes fases que se mostraran en el siguiente cuadro (Figura 12), es una adaptación para el proyecto de diseño con el fin de tener una comprensión precisa del problema y desarrollar soluciones más exactas. Tomando en cuenta el tiempo en el que se lo desarrollará y el alcance que tendrá dentro del restaurante San Luis.

Figura 12

Cuadro sobre la metodología de investigación

Problema	Investigación	Estratégia
1 -Árbol de problemas -Entender el contexto del restaurante	2 -Definir el público objetivo -Investigar los aspectos externos: Clientes internos: Historia del local , empleados y propietario	3 -Clasificar la información recopilada de la investigación. -Formular soluciones y oportunidades para el desarrollo del producto
Ideación	**Retroalimentación**	**Aprendizaje**
4 -Lluvia de ideas -Generar un concepto -Crear un valor agregado al producto	5 -Generar un prototipo - Identificar los errores y aciertos que se llevo en la evaluación	6 -Evaluación del producto -Reflexiones -Observar si alcanzo los objetivos

Nota: Metodología adaptada de Ambrose Harris, 2015, Paramon.

El público objetivo al cual se dirige el proyecto se encuentran definidos, permitiendo tener una idea más clara sobre las diferentes soluciones que se pueden llegar alcanzar al igual que determinar los diferentes aspectos que se deben cumplir en el proceso.

A demás, para la fase de investigación es necesario entender el contexto tanto de la organización del restaurante como también del recorrido del usuario, ya que podemos acceder a los gustos, intereses, necesidades, expectativas y frustraciones del mismo. De esa manera es posible organizar los contenidos informativos que envuelven al local.

En la estrategia de diseño es importante captar el recorrido que genera el cliente, los puntos de interacción y los aspectos que valora del lugar. Por esta razón, podemos clasificar los descubrimientos y vincular la información obtenida con el desafío de la investigación. De igual manera, la fase de ideación genera los primeros acercamientos y soluciones para la propuesta de diseño donde los datos e información recopilada durante las primeras fases sirven como apoyo para desarrollar el concepto que será la base para el proyecto.

Gracias a cada fase dentro del cuadro de metodología se logra identificar una serie de posibles soluciones, pero antes de seleccionar alguna es necesario la creación de un prototipo de esa manera se analiza la viabilidad técnica de la idea de diseño.

De modo que, en este caso cada producto llega a englobar la experiencia del usuario dentro del restaurante y por ende la retroalimentación en las piezas es fundamental, ya que de esta manera se observa si cumple con las necesidades y los objetivos planteados al igual que la información colocada comunique con eficacia el mensaje hacia el cliente. Para el cumplimiento de esta fase se realizará una evaluación dentro de grupo reducido de usuarios que frecuenten el restaurante de esa manera se obtendrá opiniones y consejos importantes para el proceso de diseño.

En la última fase se vinculará las reflexiones propias posteriores a la evaluación y recomendaciones para el proyecto las cuales serán aportaciones para mejorar cada pieza gráfica realizada para el restaurante. De esa manera, podemos aprender de lo sucedido durante el proceso de diseño que se llevó a cabo para la ejecución del proyecto.

DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE LAS PIEZAS EXISTENTES

Para conocer de mejor manera los productos que ofrece el restaurante, es necesario analizar cada uno de ellos y compararlos con piezas gráficas existentes en el mercado, con el propósito de tener una referencia que aporte positivamente al proyecto.

Menú del Restaurante San Luis

Uno de los productos gráficos que utilizan para mostrar las opciones de platos gastronómicos que ofrece el local es el menú, en el cual se puede observar piezas simples que mantiene unidad gráfica en cada sección, siguiendo un formato que fue generado por el propietario (Figura 13), como los precios han ido variando en algunos platillos, tuvieron que colocar papeles encima para poder cambiarlos.

Figura 13

Menú del restaurante San Luis



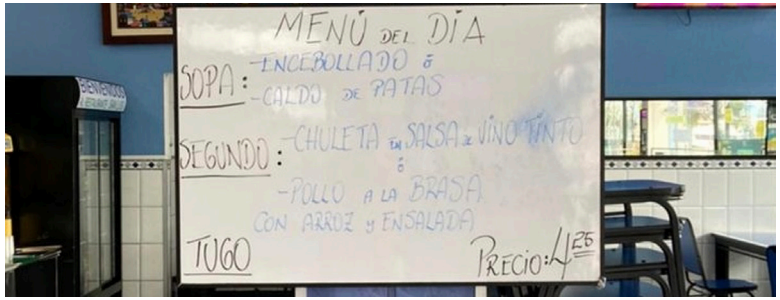
Nota: Foto tomada durante la visita a las instalaciones del local.

Pizarrón

Así mismo, existe otra pieza que sirve para comunicar a los clientes los almuerzos que son preparados para ese día, el cual es un pizarrón (Figura 14). Este recurso es llenado por los camareros que colocan solamente el nombre del plato y el precio más no lo que contiene cada uno como son los acompañados. Es importante mencionar que la información colocada en el pizarrón en varias ocasiones llega a borrarse volviéndose un problema tanto para el cliente porque debe acercarse a que le indique cuáles son los almuerzos y también para el restaurante, ya que los camareros deben estar pendientes para volver a escribir.

Figura 14

Pizarrón del restaurante



Nota: Foto tomada del pizarrón donde colocan los almuerzos del día en el local.

Estas dos piezas gráficas acopladas al entorno fueron diseñadas únicamente por la necesidad de informar, más no pensadas en cumplir en las necesidades del cliente lo que genera dudas y retrasos en el proceso de comprar. Partiendo de las piezas gráficas existente, se realizó una investigación tipológica en cuál se ha buscado elementos que aporten a la experiencia del usuario en restaurantes tanto digitales como físicos.

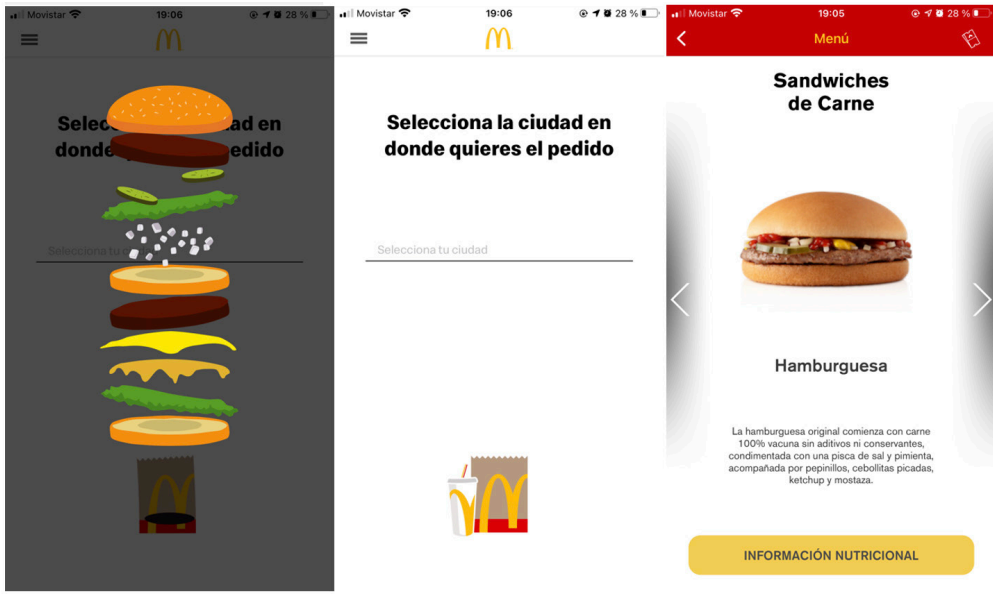
Restaurante McDonald's

Para esto se encontró la aplicación del restaurante de comida rápida McDonald's (Figura 15), la app ofrece varias secciones para el cliente. En la parte de menú se puede observar la imagen del producto con una descripción de los ingredientes, es interesante como usan un lenguaje no formal para integrar al usuario al entorno, también en la parte de abajo se encuentra la información nutricional en porcentajes para mantener informado al cliente.

De igual manera para navegar en el sitio es sencillo y para entrar en cada apartado se muestra una animación. Algo diferente que tiene la app es el tour por la cocina donde se puede visualizar las fases de preparación del producto y las normas de bioseguridad de los comensales.

Figura 15

Aplicación de McDonald`s



Nota: Captura de pantalla de la aplicación McDonald`s

Brevemente se observará en el siguiente cuadro (Figura 16), los elementos de diseño que componen la app mencionada anteriormente.

Figura 16

Elementos visuales referente a la aplicación McDonald`s

Cromática	Estilo Gráfico	Tipografía
Es cálida para crear un ambiente acogedor de confianza y familiaridad al igual que transmite alegría entre sus consumidores y el local	Tiene un composición organizada en el cual el espacio en blanco prevalece acompañada de fotografías o ilustraciones enfocadas en el producto que son las hamburguesas	La hamburguesa original comienza con carne 100% vacuna sin aditivos ni conservantes, condimentada con una pisca de sal y pimienta, acompañada por pepinillos, cebollitas picadas, ketchup y mostaza. Utilizan solo una familia tipográfica tanto para títulos como para textos volviendola versátil e ideal al permitir una visualización correcta y directa

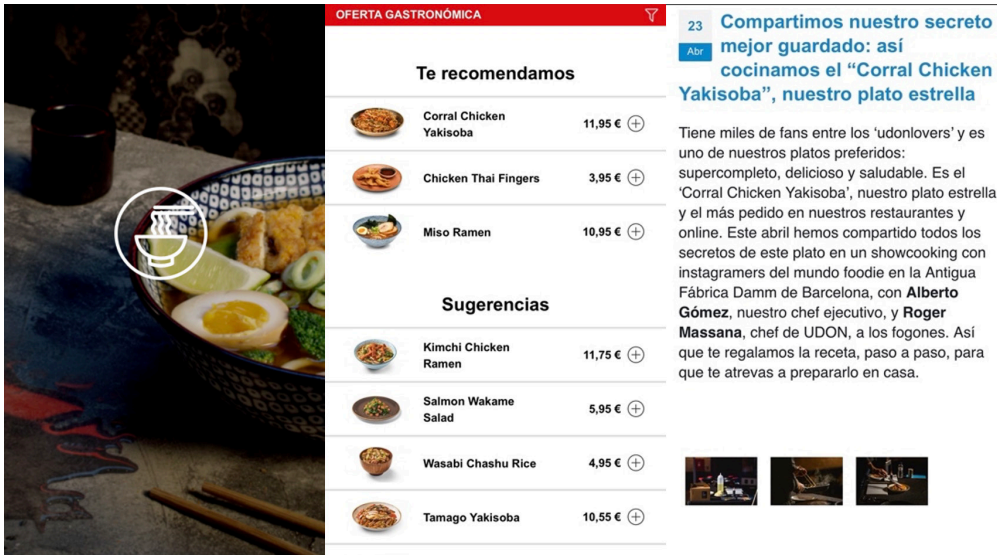
Nota: En este cuadro se puede observar los elementos visuales que se integran en la aplicación de McDonald`s

Restaurante Udon

En segundo lugar, se tomó en cuenta el restaurante Udon (Figura 17). La aplicación brinda a sus consumidores un apartado como blog donde los mismos pueden informarse sobre el procedimiento y los ingredientes de los platos que destacan al local. También, invitan al usuario a replicar las recetas en sus hogares.

Figura 17

Restaurante UDON



Nota: Captura de pantalla del blog, recomendaciones de la aplicación UDON

La app no solo se enfoca en un menú sino que también es informativa e interactiva. Cada fotografía que utilizan de fondo ciertas partes como el vapor o la comida se encuentran animados. Así mismo la paleta cromática se resume en dos colores neutros que logran transmitir naturalidad y calma. En el siguiente cuadro (Figura 18), se observa cada aspecto en cuanto al diseño.

Figura 18

Elementos visuales de la aplicación UDON

Cromática	Estilo Gráfico	Tipografía
 Es una paleta cromática neútra que refleja nobleza, elegancia y sofisticación del lugar	Es una composición sencilla al inicio de la plataforma las texturas y fotografías juegan un punto importante por que hace que resalte la animación del plato. Es visual e informativa	Tiene miles de fans entre los 'udonlovers' y es uno de nuestros platos preferidos: supercompleto, delicioso y saludable. Es el 'Corral Chicken Yakisoba', nuestro plato estrella La tipografía es palo seco utilizan diferentes estilos de fuente como bold o regular a pesar de su sencillez genera mucha personalidad para la aplicación

Nota: El cuadro presenta los elementos visuales de la aplicación UDON. (2021)

Sturbucks

Por último, tenemos a Sturbucks (Figura 19). Se basan en productos personalizados donde el cliente puede escoger entre la gran variedad de opciones que ofrece el menú, pero al momento que se entrega el producto es ahí donde empieza su diferenciación entre los demás negocios, ya que se coloca el nombre del cliente.

Figura 19

Producto de Sturbucks



Nota: Captura de pantalla de la cuenta de instagram de Sturbucks

Para la parte gráfica, la sencillez que acompaña al negocio es importante de destacar, cada pieza que entregan al cliente tanto servilletas, portavasos o individuales se basa en el concepto del lugar al igual que está presente la marca y el slogan. También, la paleta cromática que utilizan transmite frescura. A continuación en la (Figura 20), se observa de mejor manera los elementos gráficos.

Figura 20

Elementos visuales del producto de Sturbucks

Cromática	Estilo Gráfico	Tipografía
La paleta cromática que utilizan es tranquilizante para el cliente también transmite equilibrio y funcionalidad	La sencillez que presentan a este producto es lo que genera un engache hacia el cliente ya que lo hace sentir en un entorno familiar y único al tener su propio nombre en el vaso	En este caso no tienen una tipografía establecida para este producto ya que es realizada en ese instante de la compra

Nota: El cuadro presenta el análisis de los elementos visuales del vaso de Sturbucks

Los cuatro casos analizados contribuyen a mejorar la experiencia del cliente desde diferentes perspectivas, cada una tiene un valor agregado, también logran vincular al cliente de manera emocional con el negocio. Cada tipología observada se tomará en cuenta para el desarrollo del proyecto.

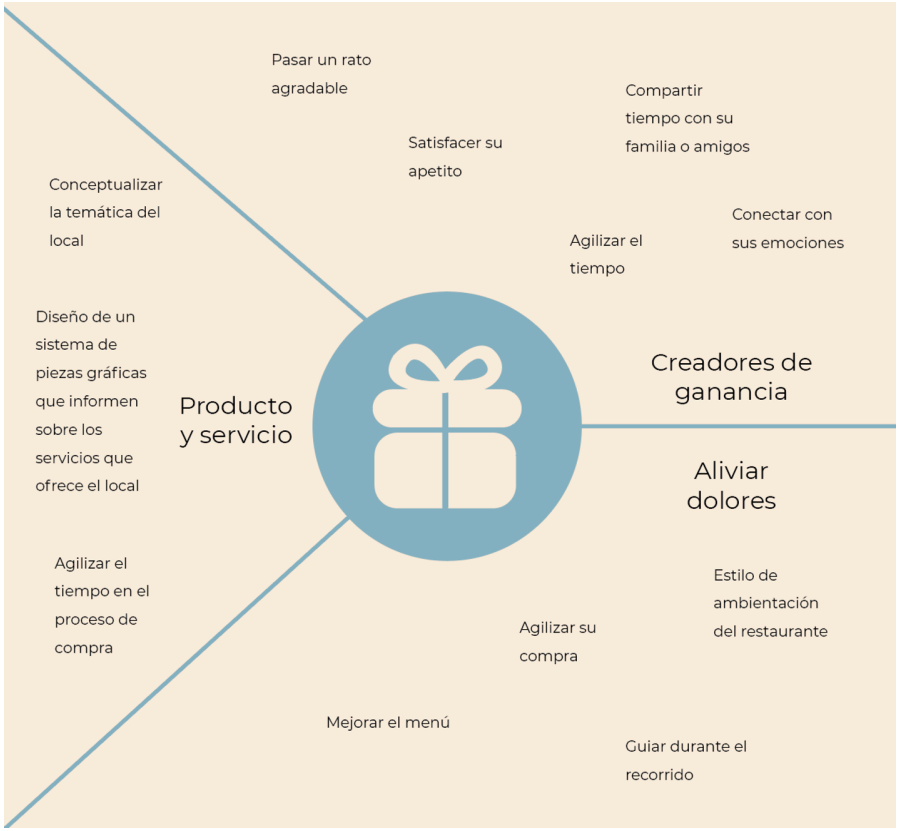
DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA GRÁFICO

En base a las piezas gráficas existentes del restaurante es necesario indicar, si presentan varias falencias, pero han cumplido de alguna manera con el propósito de dar presencia al lugar, logrando dar a conocer la información del local, pero han dejado de lado un punto importante el cual es que el retener a un público va más allá de informar y atender.

Es por ello que se ha encontrado una oportunidad vinculada a mejorar la experiencia del usuario en el Restaurante San Luis, cumpliendo las necesidades y alcanzando un nivel de satisfacción del cliente. Por esa razón para empezar a plantear el producto es importante ordenar las alegrías, frustraciones y tareas del usuario, para esto se desarrolló el lienzo de propuesta de valor que se muestra en la (Figura 21), esto nos permitirá identificar cuáles son los aliviadores de dolores y creadores de ganancia.

Figura 21

Lienzo de propuesta de valor



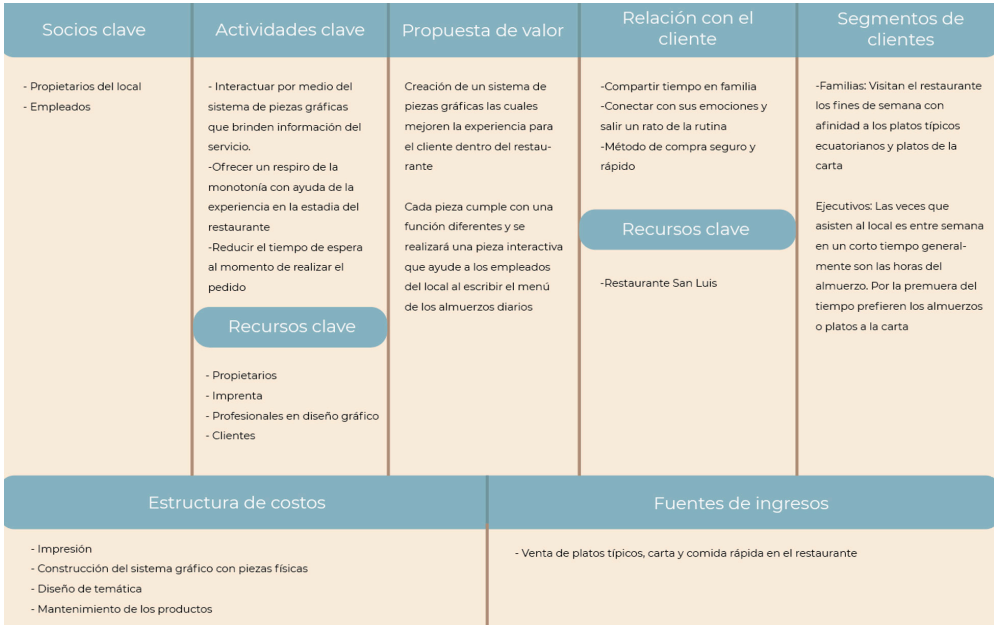


Nota: Adaptación del lienzo de Propuesta de Valor generada por Osterwalder, A, Pigneur, y , Bernarda, G, Smith.

El desarrollo de esta herramienta fue de gran utilidad para organizar de mejor manera las necesidades del usuario. Por esa razón ya se puede generar una solución gráfica acorde a la información encontrada, para esto se utilizó el Business Model Canvas en la (Figura 22), el cual permite establecer los ejes principales para el desarrollo de la propuesta.

Figura 22

Bussines Model Canvas



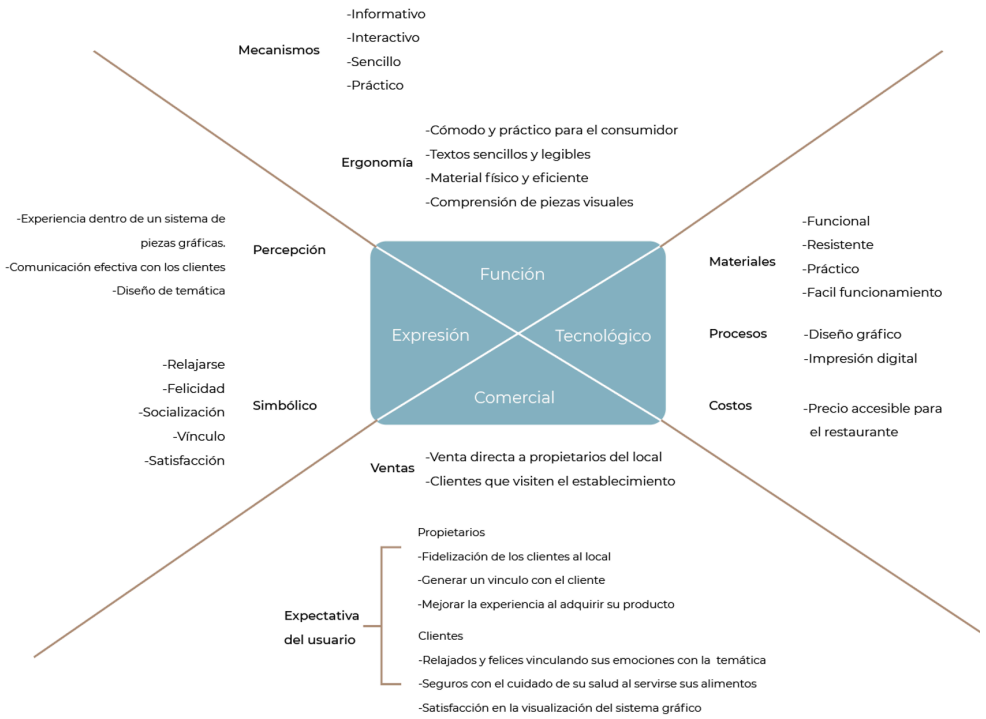
Nota: Adaptación del cuadro original de Bussines Model Canvas por Alexander Osterwalder, 2004.

Se puede añadir que en la sección de propuesta de valor el producto que se realizará será para brindarle una atención personalizada al cliente al momento de acudir al restaurante sea físicamente o desde sus domicilios, de esa manera podemos cubrir las expectativas y resolver las necesidades del mismo para desarrollar una lealtad hacia el negocio.

Para identificar los aspectos que serán fundamentales considerar al momento de la construcción gráfica de la propuesta. Se aplicó el diagrama de vectores de la forma el cual se une con las dos herramientas anteriores. En este caso se divide en cuatro partes: función, tecnología, expresión y comercial. Cada una de estas secciones aborda fundamentos que se deben evaluar desde el diseño para la ejecución del proyecto. A continuación, en la (Figura 23), se presenta el cuadro.

Figura 23

Vectores de la forma



Nota: Adaptación del cuadro original de Vectores de la forma por Rodriguez Morales, 2003.

Analizando cada parte y tomando en cuenta lo mencionado anteriormente, se propone crear para este proyecto un sistema de experiencia el cual va a partir desde la creación de varias piezas gráficas que son: infografías, carteles y señalética las cuales serán un aporte para mejorar el proceso de compra e indicar la logística con la cual trabaja el restaurante. Por lo tanto al ingresar al local se podrá observar una infografía con los pasos de compra para obtener el pedido, también se utilizara señalética persuasiva que servirá como guía con el fin de mostrar el recorrido desde la entrada hasta la salida y para que los clientes cumplan con las normas de bioseguridad establecidas dentro del local.

Por otra parte, el tiempo es un punto importante al momento de adquirir el producto es por eso que se decidió realizar carteles los cuales sirvan como ayuda para la toma de decisión donde el cliente pueda observar los almuerzos del día y los platos a la carta antes de ordenar en la caja. Por último, el cliente podrá esperar su orden en la mesa donde se encontrará la segunda infografía que indicará el tiempo que toma en preparar, emplatar y trasladar su pedido a la mesa. Partiendo de esto la propuesta se realizará dentro de las instalaciones del restaurante.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General

Proporcionar piezas gráficas impresas para el Restaurante San Luis, que respondan a las necesidades del cliente de tal manera que mejore la experiencia del usuario dentro del establecimiento.

Objetivos Específicos

1. Comunicar a través de recursos gráficos la logística establecida en el restaurante, que permita un recorrido eficaz de parte del usuario durante su proceso de compra.

2. Desarrollar una pieza manipulativa que facilite la colocación de contenido sobre los platos gastronómicos que realiza el restaurante.

3. Comprobar la validez de las piezas gráficas con usuarios que acuden constantemente al local, para conocer cual fue el nivel de eficacia que logro los productos.

REQUERIMIENTOS

Para iniciar la parte de la solución gráfica se ha realizado un cuadro donde se describe los requerimientos de diseño que sostiene el proyecto y se basa en las necesidades y frustraciones del propio usuario los cuales se han descrito anteriormente. Los requerimientos se han dividido en cinco fases, los cuales serán mencionados en la (Figura 24).

Figura 24

Cuadro requerimientos

Productos	Requerimiento
Diseñar un sistema señalético persuasivo con el fin de guiar a los usuarios durante el proces de compra	Indicar la logística durante el flujo de circulación establecida por el local
Diseñar infografías que se enfoquen en el proce-so de compra que debe cumplir el cliente y brindarle al mismo información sobre el tiempo estimado que toma en realizar su pedido	Reorganizar la información de los diferentes espacios de local en una pieza gráfica
Diseñar letreros colgantes que informen sobre el almuerzo del día y brinde recomendaciones de platos fuertes antes dedirigirse a la caja	Agilizar el tiempo al momento de realizar el pedido en caja
Adaptar una temática con ayuda del concepto, que fomente la experiencia del consumo median-te los servicios que ofrece el local	Diferenciar a la empresa de la competencia
Diseñar un sistema de piezas gráficas que sirva como herramienta de facil uso para los usuarios, la cual unifique la parte de guiar e informar	Accesible al grupo objetivo



03.
Solución Gráfica

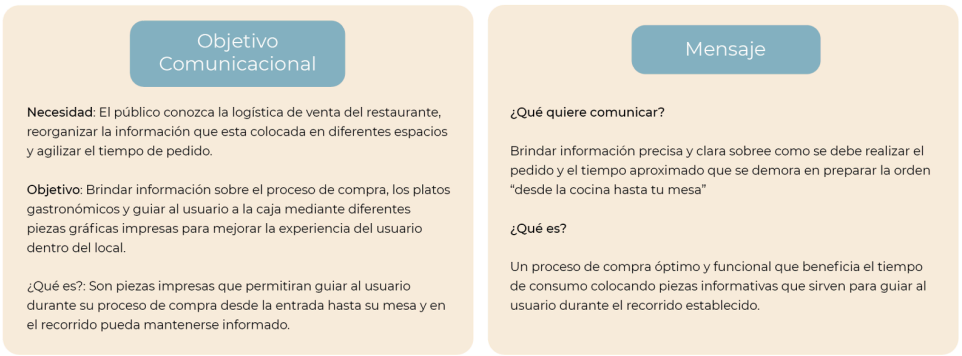
SOLUCIÓN GRÁFICA

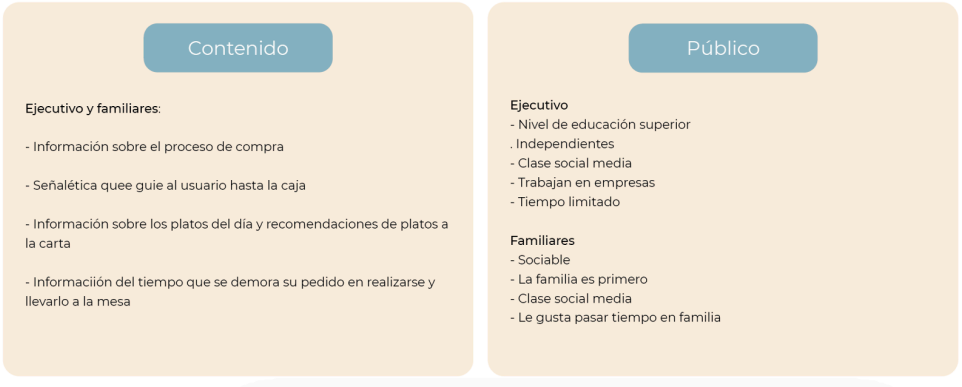
Generación de la Idea

Para empezar la fase de creación se realizó un cuadro en el cual se analizó las necesidades que debe cumplir el proyecto al igual que tener un conocimiento amplio del objetivo comunicacional que se debe abordar. También, se tomo en cuenta las características principales del público objetivo para desarrollar en las diferentes piezas gráficas A continuación, en la (Figura 25), se presenta el cuadro.

Figura 25

Preguntas claves del concepto



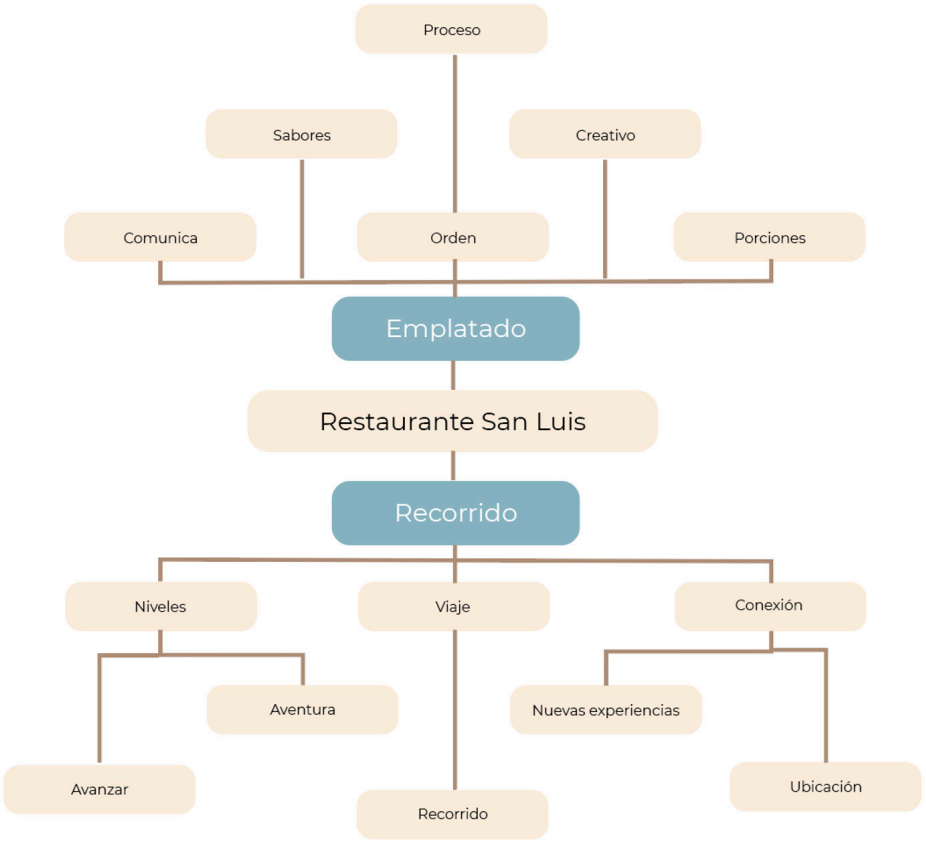


Nota: Cuadro sobre el contenido de elementos para generar el concepto

Posteriormente se escogió una herramienta para la conceptualización que es el brainstorming en la (Figura 26), el cual sirvió como apoyo para la creación de ideas, empleando palabras que estén asociadas con el tema que surgen de manera espontánea, variada y creativa. Por ende, al ir conectando palabras claves que son centradas directamente hacia el proyecto se establecieron varios conceptos.

Figura 26

Brainstorming



Nota: Adaptación del cuadro de Brainstorming de Osborn, (1939)

Como se mencionó anteriormente, por medio de las palabras claves seleccionadas se fueron armando varias frases y las que fueron seleccionadas son posibles conceptos de diseño para la elaboración del proyecto, las cuales son:

Saber orientarse es como resolver un laberinto

La idea principal de este concepto es el laberinto ya que a simple vista es complicado pero al momento de colocar herramientas necesarias se podrá avanzar y completar el nivel. Al momento de orientarse y conocer el camino correcto en un laberinto se convierte en un viaje agradable, que permita al usuario sentirse seguro y dentro de una aventura donde el objetivo es realizar el pedido y llegar a la caja sin problema para después culminar el viaje en su mesa.

Un viaje de sabores

Las palabras que se consideraron importantes fueron centradas en un viaje, donde el cliente pueda realizar un recorrido por el establecimiento tomando en cuenta la gastronomía tradicional Ecuatoriana,

por lo que se envolverá en la parte antigua donde los usuarios al encontrarse en un viaje, ocupaban cartas para enviar mensajes y recibirlos, Por ende, al tomar todas estas características el concepto irá dirigido a recorrer los platos típicos de las zonas costa, sierra y oriente. Tomando en cuento el objetivo del proyecto que es informar sobre los servicios y guiar al usuario dentro del restaurante

Un buen emplatado es como una conexión emocional

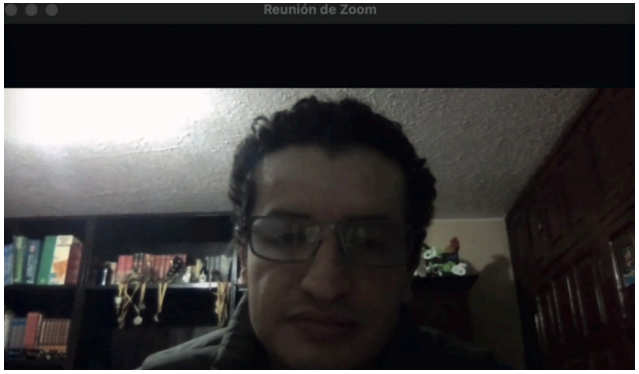
La comida suele tener asociaciones emocionales que impulsan nuestra alimentación, a través de una conexión. Por lo que un emplatado va más allá que solamente colocar porciones en un plato sino que genera un vínculo entre la persona y el alimento por esa razón el emplatado tiene varios aspectos que cumplir como fijarse en el tipo de plato, el ingrediente especial, texturas o colores y sobre todo el orden que cumple cada ingrediente. Por ende al tener una buena presentación podemos influir en la respuesta del cliente.

VALIDACIÓN DEL CONCEPTO

Por medio de la investigación realizada se definió varios requerimientos que debe cumplir el proyecto para el Restaurante “San Luis”, por ello se desarrolló tres conceptos los cuales fueron enfocados en lograr pregnancia tanto en los clientes como en los trabajadores del local. Por ese motivo, se realizó una validación teórica con el comitente, que en este caso es el dueño del establecimiento Juan Pablo Zabala, (Anexo 1), a través de una encuesta utilizando la tabla de likert. De esta manera, fue seleccionado el concepto que se acopla mejor al proyecto.

Figura 27

Fotografía del dueño del Restaurante San Luis



Nota: Foto tomada durante la reunión con el comitente para evaluar el concepto

A partir de los resultados obtenidos de la encuesta realizada, se logró elegir un concepto que cumple y encaja con los requerimientos del proyecto. También, los comentarios del comitente sirvieron de ayuda para modificar y agregar varios puntos que no estaban descritos dentro del concepto que fue seleccionado con el objetivo de afianzar la temática propuesta.

Concepto Final de diseño (descripción verbal y en bocetos)

El concepto de diseño es una explicación aproximada de la forma funcional y estética de las piezas que se va a desarrollar, con el fin de abordar la esencia y los atributos del mismo. Por lo que, el concepto seleccionado para el proyecto fue “Un viaje de sabores”, donde la herramienta brainstorming fue de gran ayuda, ya que se fueron desprendiendo varias ideas de diferentes palabras claves hasta llegar a la unión de una sola oración, donde el usuario se encuentre dentro de un viaje donde pueda guiarse e informarse con todas las características y temáticas que envuelven a dicha actividad. Por ende, se generó un mapa conceptual donde se explica cómo el concepto de diseño es aplicado al Restaurante “San Luis”. (Figura 27)

Figura 28

Generación del concepto de diseño



Nota: El mapa conceptual representa el proceso referente a un viaje, aplicando al servicio que ofrece el local.

El concepto de diseño nace por la necesidad de lograr una diferenciación de parte del Restaurante con la competencia que se encuentra en el sector “La Michelena”, por esa razón se adopto las características de un viaje a los servicios que ofrece el local y los puntos específicos que se encuentran en el proceso de compra por lo que la temática que envolverá a cada pieza gráfica servirá para guiar al cliente durante el recorrido.

1. Entrada al local (documentos en orden)

La entrada del Restaurante “San Luis”, se le denomino “documentos en orden” debido al momento de ingresar a un terminal se debe conocer las reglas y cual proceso que debes seguir al momento de ingresar, por ello se propuso diseñar para este espacio una infografía donde los clientes pueden informarse sobre el proceso de compra, las normas de bioseguridad e información adicional. También, dentro de la infografía se coloco parte de la señalética informativa para que el cliente pueda observarlo antes de dirigirse a la caja.

2. Ingresar y dirigirse a la caja (Ingresa a la terminal los pasajeros)

El cliente después de ingresar al restaurante y tener sus documentos en orden, puede empezar su recorrido, es decir, puede dirigirse a la caja, por lo que se propuso diseñar la señalética horizontal, con el objetivo de guiar al usuario y generar un adecuado flujo de circulación de los clientes que se encuentran en el local. Tomando en cuenta los puntos de espera y distanciamiento social donde los usuario deben esperar.

3. Observar opciones de platos durante la fila (Realizar el check in antes de ingresar al vuelo)

En este punto el cliente se encuentra dentro de la fila y esperando su turno, por lo que se denomino check in, ya que, los usuario antes de tomar su pedido en caja deben tener una idea clara de su pedido. Por lo que, se decidió realizar letreros colgantes los cuales informan sobre los almuerzos del día y sugerencias de platos fuertes que recorren las regiones del Ecuador, estas piezas se colocaron durante la fila para que el cliente pueda informarse de los platos de esa manera tenga una idea segura sobre su pedido antes de llegar a la caja.

4. Toma de la orden (Ingresar al vuelo)

Al momento que el cliente ya tiene una idea más clara sobre su pedido avanza a la caja donde podrá realizar su orden, también se elaboro un menú temático que acompañe la experiencia del usuario, con el fin de informar sobre sus demás opciones gastronómicas que oferta el restaurante.

5. Expectativa del usuario - tiempo de espera del pedido (Encontrar su asiento, inicia el vuelo)

Después de realizar el pedido, el cliente se dirige a su mesa donde se colocara una infografía la cual informara sobre el tiempo que toma en preparar su pedido hasta servirle en su mesa. También se realizaron individuales y porta cubiertos basados en el concepto donde indican algunos nombres de platos de cada región que realiza el restaurante. Así mismo, siguiendo con las normas de bioseguridad del local no todos los asientos se encuentran disponibles por esa razón se coloco otra parte de la señalética informativa en cada silla del local.

6. Salida del local (Llegada al destino, vuelva pronto)

En este punto, el viaje termino al momento de llegar a su destino, el cual, fue la entrega de su pedido en la mesa. Por lo que, el cliente al terminar su plato se dirige a la salida donde puede llegar a guiarse e informarse por la señalética direccional colocada en el suelo.

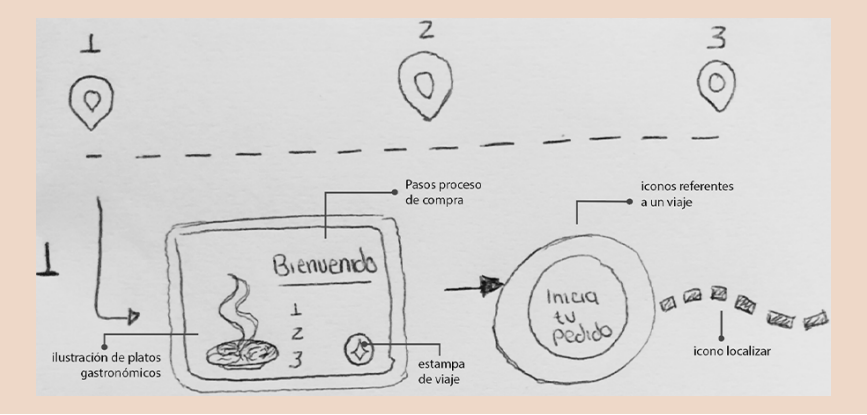
EXPLORACIÓN DE LA FORMA

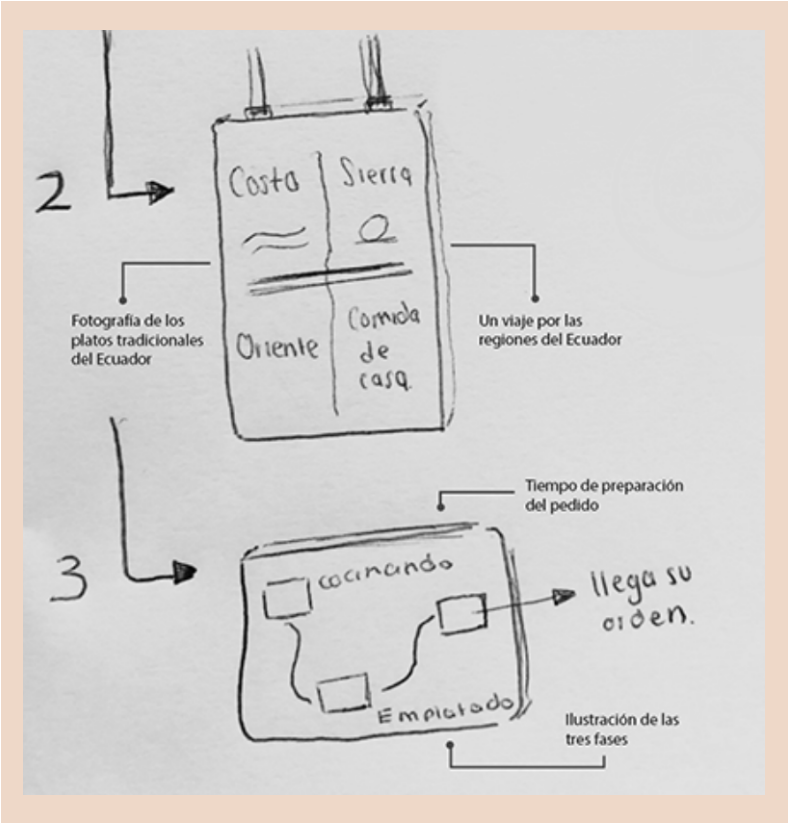
Maquetas de estudio y factor de innovación

En base al concepto desarrollado “un viaje de sabores”, se elaboro las primeras ideas las cuales fueron un apoyo positivo para que se pueda plasmar en el sistema de piezas gráficas que se deben desarrollar para el proyecto. Por ejemplo, la idea principal es el viaje, por ende cada pieza debe tener un objeto el cual el usuario no le tome tiempo en descifrar al igual que lo pueda transportar hacia un recorrido desde que inicia hasta que finalice. En los siguientes gráficos, se muestra de manera visual como es el funcionamiento de cada una y como el concepto llega acoplarse.

Figura 29

Bocetos de exploración de las piezas gráficas





El funcionamiento del sistema se divide en seis fases las cuales fueron mencionadas anteriormente, donde el cliente deberá realizar el recorrido con la ayuda del producto que se va a desarrollar el cual informara y guiara al mismo. Al ser un proyecto físico donde cada pieza tiene diferente proporción y sera impresa dependiendo el material que se necesite en cada punto estratégico del local, por ende, es importante tomar en cuenta, el percentil de la población ecuatoriana ya que de esa manera se podrá colocar a una altura correcta y donde los usuarios puedan tener una buena legibilidad de cada pieza.

En Ecuador se ha reflejado un cambio en la estatura, ya que la talla promedio de un hombre era de 1,70 mientras que la de una mujer, 1,64, en los últimos años se ha realizado una investigación estadística en la Escuela Superior Politécnica del Litoral (Espol), donde su estudio dio como resultado el incrementando de la estatura en la población a un 4,3 cm. Por lo que estos valores van a servir como referencia para realizar los modelos de las personas y como observarían cada pieza desde esa altura.

Figura 30

Primeras piezas del sistema gráfico

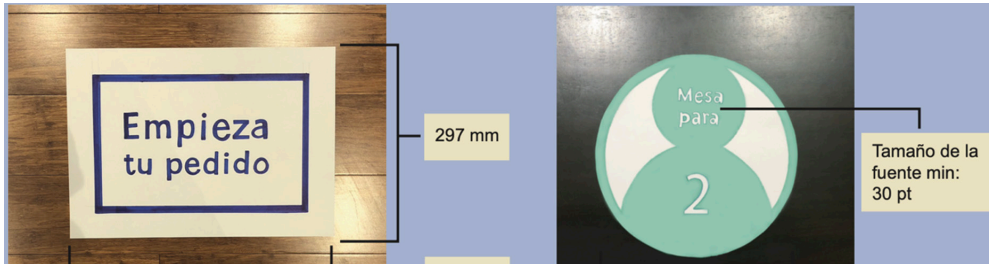


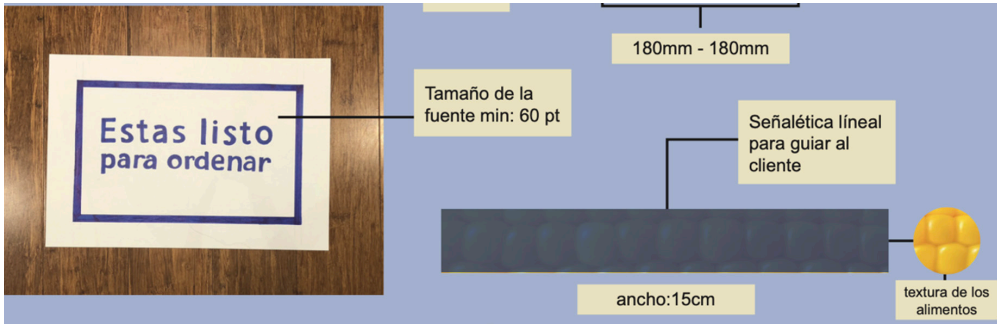
VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA INICIAL

Continuamente se realizaron los primeros bocetos de las piezas gráficas para la validación junto al comitente, en este caso fue el dueño del restaurante quien evaluó el funcionamiento y el estilo gráfico. Esto sirvió como aporte para el desarrollo del proyecto ya que se realizaron varios comentarios los cuales trajeron un cambio positivo. Por ende, en el tema de la señalética uno de los cambios fue la cantidad texto que se colocaba sin ninguna ilustración, es por esto que menciono que la mayoría de clientes no llegan a observar si solo contiene información y una mejor opción sería utilizar gráficos pero no de comida ya que dentro de nuestra cultura el pisar la comida no es adecuado. A continuación, las evidencias de la validación de la señalética.

Figura 31

Validación línea gráfica y funcionamiento señaletica



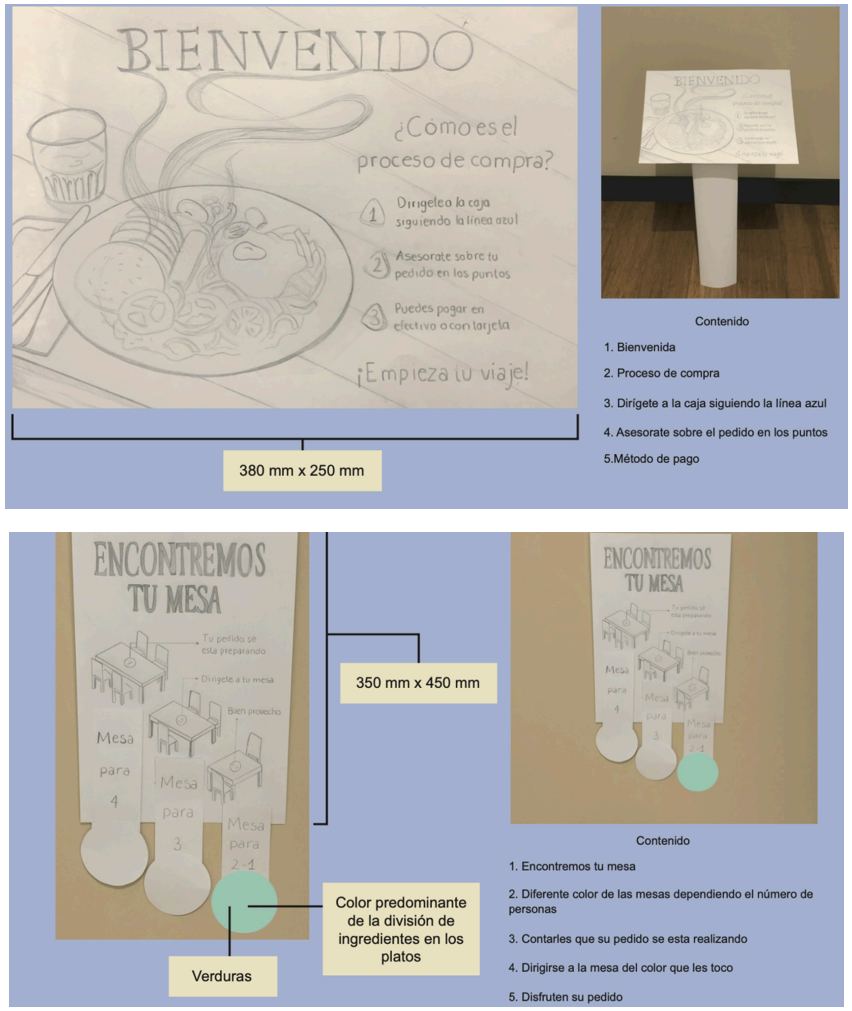


Nota: Pieza gráfica para la validación de la señalética horizontal

Por otro lado, las siguientes piezas gráficas que se evaluaron fueron las infografías que responden al requerimiento de reorganización de información y serán colocadas en la entrada y en las mesas. De igual manera se realizaron cambios, en este caso fue directo a la información que se colocó en la infografía la cual estaba generando confusión en su lectura ya que todavía faltaba algunos contenidos que se encontraban dispersos en los diferentes espacios del local.

Figura 32

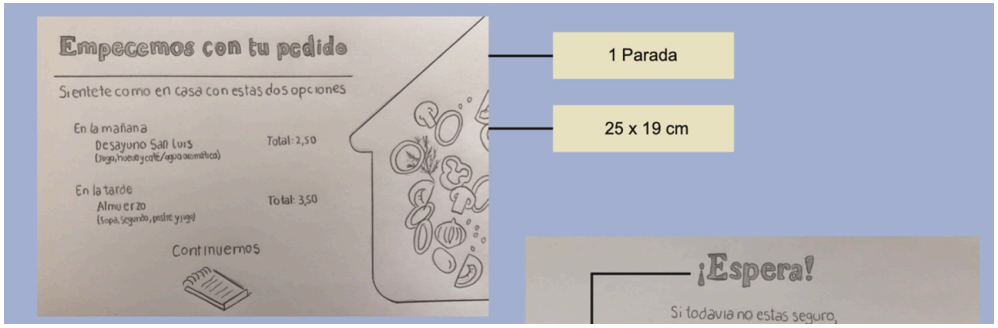
Validación línea gráfica y funcionamiento infografías



Para la última pieza gráfica que son los letreros los cuales serán colocados en el recorrido de la entrada hasta la caja, que servirán como apoyo para agilizar el tiempo de compra. Por lo tanto, uno de los cambios que fueron requeridos para las piezas es el poder realizar cambios en la información de los platos ya que el restaurante se mantiene actualizando el contenido de almuerzos para el cliente. Por ende, es necesario que los trabajadores del local puedan cambiar dependiendo la especialidad del día y la pieza que se evaluó no responde a ese requerimiento. Por esa razón, surgió una oportunidad para implementar una pieza interactiva, donde se pueda formar diferentes palabras dependiendo el nombre del plato que se prepare en el restaurante.

Figura 33

Validación línea gráfica y funcionamiento letreros



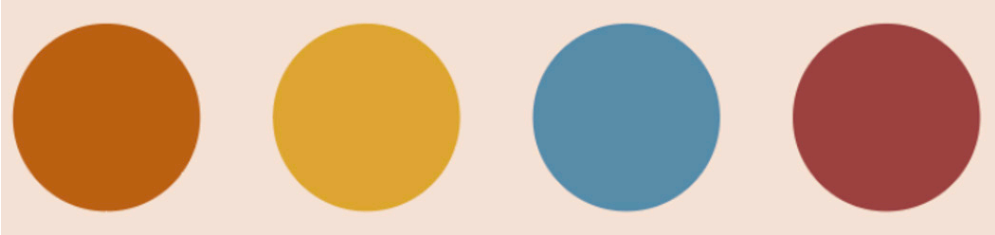
Nota: Piezas gráficas para la validación de las infografías

IDEAS INICIALES Y EVOLUCIÓN

En la elaboración de la línea gráfica se escogió una paleta cromática de colores cálidos y fríos que van de la mano con el concepto establecido. De tal manera que, fueron seleccionados los alimentos que son preparados cada día y de la marca que está presente en el local.

Figura 34

Cromática



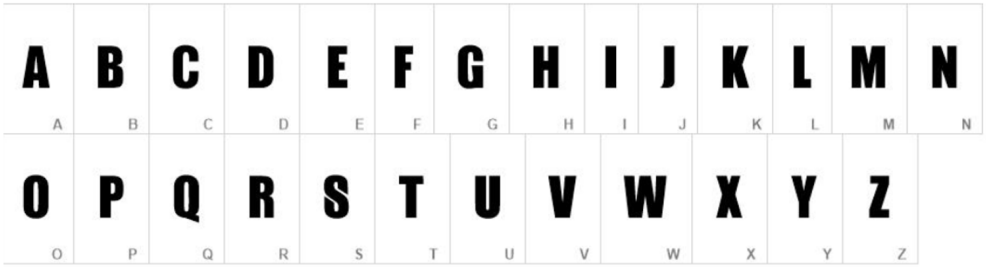
Nota: Cromática utilizada para la línea gráfica

El color anaranjado posee un significado positivo como energía y vitalidad. También el naranja estimula el apetito y se utiliza para la visibilidad de los objetos. Por otro lado, el rojo es un color dominante el cual es cálido que transmite la cercanía del hogar a los usuarios. El color amarillo favorece a la concentración esto nos ayudara a que pueda recordar la parte de recomendaciones de platos durante el recorrido. Por último, el azul transmite tranquilidad y confianza a los usuarios dentro del local. También, influye en el comportamiento ya que la parte del cerebro puede captarlo rápidamente.

Según Samara (2009) “La tipografía es la expresión visual del lenguaje por lo que nos ayuda a interpretar y comunicar el texto” (p.132). Se escogió´ esta tipografía tomando el contexto del viaje de sabores, la gastronomía típica del Ecuador se envuelve en cada plato. Por lo que la tipografía Gabo drive se utilizará para los títulos ya que cumple con el estilo fluido que se quiere transmitir al igual que mantiene un contraste orgánico en sus trazos.

Figura 35

Tipografía Gabo drive



Nota: Tipografía utilizada para titulares.

La segunda tipografía es Montserrat es una mezcla entre antiguo y moderno. Se utilizará para los textos la cual transmite fuerza y consistencia. Al ser palo seco es legible en tamaño más pequeño por lo que es un aporte para ser colocado en la señalética horizontal la cual debe ser directa y carente de detalles. A continuación, en la (Figura 36).

Figura 36

Tipografía Montserrat



Nota: Tipografía utlizada para textos

En las piezas gráficas del proyecto se utilizará una composición reposada que, de acuerdo al concepto, un viaje rige de un orden por lo que al implementar esta retícula modular da un resultado simétrico y centrado. También, proporcionará organización a cada elemento y contenido que se coloque dentro de las piezas.

Figura 37

Cuadricula Modular



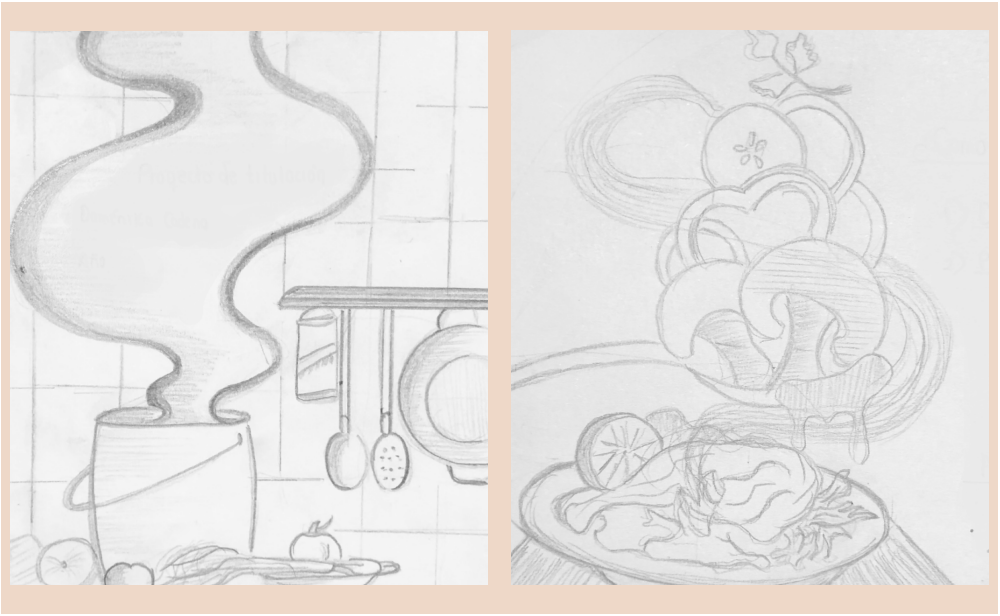
Nota: Composición de la maquetación para la diferentes piezas gráficas del sistema

Según Samara (2009) “Las imágenes proporcionan un contrapunto visual al texto y sirven como una conexión de experiencias para el usuario” (p.30). La fotografía es considerada acertada y persuasiva por ende se utilizará para mostrar las recomendaciones de los platos ya que al presentar la imagen será rápidamente reconocida y fácil de recordar para el usuario.

La ilustración va a ir de la mano en las demás piezas gráficas donde los elementos serán los ingredientes. Se optó también por este medio ya que transmite una cualidad emocional y orgánica hacia el usuario y puede integrarse fácilmente con los demás elementos que es la fotografía. Por otro lado, en la señalética se utilizará símbolos tomando el grado de simplicidad media para que sean claros y pueden ser captados rápidamente ya que serán usados para indicar los servicios que deben utilizar los usuarios dentro del local.

Figura 38

Ilustraciones







PROTOTIPO GRÁFICO

Estructura final del proyecto

En comparación con las piezas gráficas iniciales, se realizaron varios ajustes y se agregaron varias piezas para completar el sistema gráfico enfocado en el proceso de compra. En primer lugar, se ajustó el contenido de las infografías tanto de la entrada como de la mesa, ya que, se encontraron varios errores en la información y en la organización de la misma. A continuación, se podrá observar la estructura final en el caso de las infografías.

Figura 39

Infografías de la entrada y mesa



De igual manera, para los carteles colgantes se realizaron varios ajustes, considerando que una de las piezas que se estaban desarrollando sería una ayuda para los meseros del Restaurante ya que podrían colocar el menú diario de almuerzos por medio de piezas de letras de la A-Z, ordenadas por vocales y consonantes, esto servirá como solución para que ya no se necesite escribir en el pizarrón o transcribir de nuevo la información por que durante el día se fue borrando. Por ende, se modificaron los carteles, uno de ellos se enfoca en los almuerzos que son actualizados diariamente y el siguiente son recomendaciones de platos de la costa o la sierra ecuatoriana.

Figura 40

Carteles colgantes de almuerzos y recomendaciones





Por otra lado, en la parte de la señalética se logró profundizar en el tema, generando nuevas piezas direccionales e informativas las cuales se involucren con el concepto mencionado. De tal manera que, involucre directamente al usuario en cada pictograma ya que se desarrollaron a partir de símbolos que se encuentran dentro de un viaje para que el usuario observe los iconos y tenga cierta familiaridad con los mismos.

Figura 41

Señalética informativa, direccional y reguladora



Para completar el sistema gráfico se añadieron varias piezas durante el recorrido, las cuales, aportaron a la experiencia diferente e innovadora que desea transmitir el Restaurante “San Luis” a sus clientes. De tal manera que cada pieza desarrollada cumple con una función en específico e integra al usuario al entorno. A continuación, en la figura se muestra la piezas restantes.

Figura 42

Piezas adicionales para completar el sistema gráfico





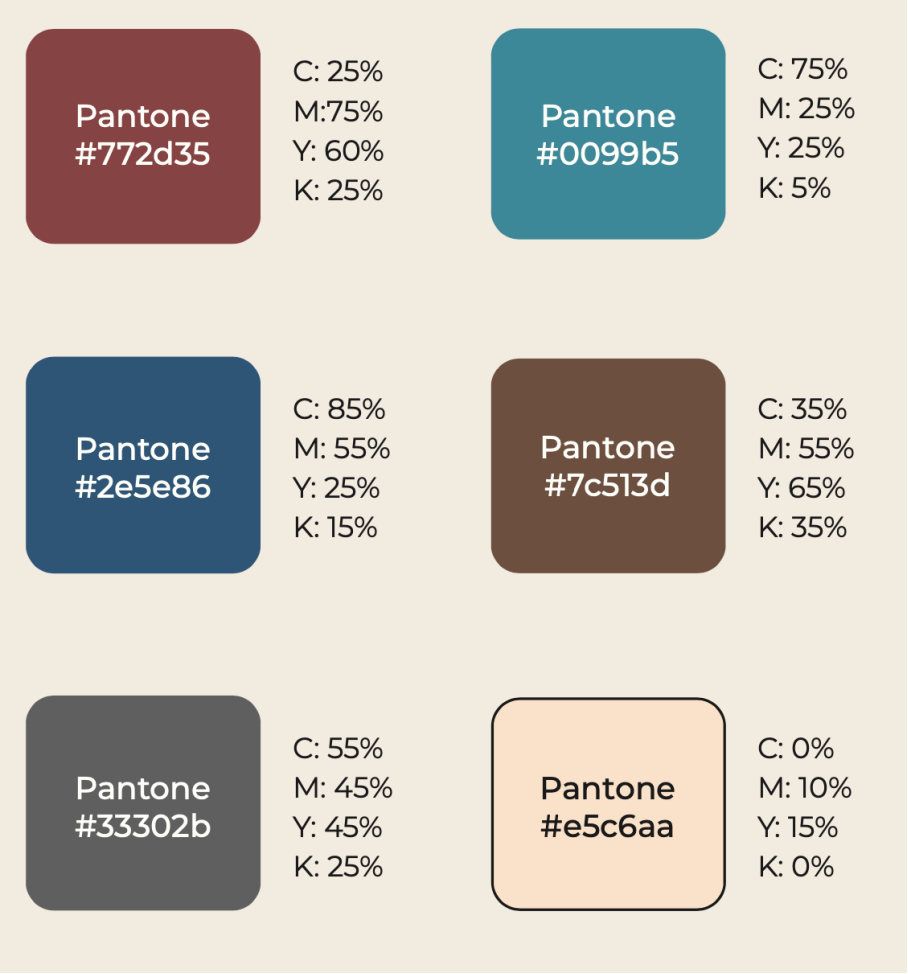
Estilo gráfico final

1. Código cromático

El color es una experiencia visual, una impresión sensorial que percibimos a través de los ojos por esa razón la paleta cromática que se utilizará en el sistema de piezas gráficas para el restaurante San Luis, está compuesto por colores cálidos y fríos los cuales van de la mano con el entorno. Tomando el azul como principal ya que es el color corporativo del local y los demás colores van acorde al concepto desarrollado. Adicionalmente se utilizaron colores que son usados por las normas ISO 7010, para las señales restrictivas.

Figura 43

Paleta cromática



2. Tipografía

La tipografía es la que se encarga de la materialización visual del lenguaje verbal. En el sistema de pie- zas gráficas los códigos tipográficos son importantes, estos ayudan a que las piezas sean interpretadas de me- jor manera. La tipografía se estableció por la legibilidad de su fuente y la claridad de sus números. Se debe utilizar Montserrat para los textos en sus distintas versiones y Gabo drive para los títulos. El tamaño mínimo de los caracteres dependerá de la distancia estimada de lectura.

Figura 44

Tipografía textos



Figura 45

Tipografía titulo

Gabo drive

Se consideró utilizarla para los títulos de las diferentes piezas.

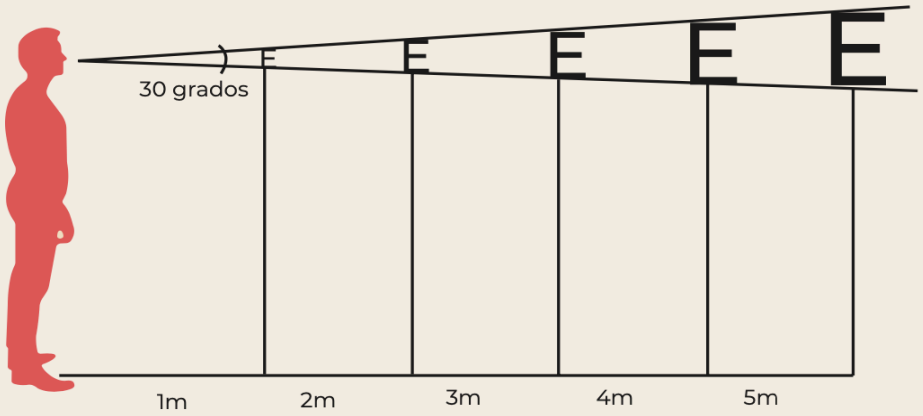
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuwxyz
1234567890

1.2. Tamaño tipográfico

El tamaño de letra está pensado en relación a la distancia de lectura en interiores, es decir no más de 5 metros. A continuación, el esquema toma en cuenta la agudeza visual de los usuarios en un ángulo de visión de 30 grados optimo

Figura 46

Tipografía titulo



Ángulo de visión: 30° óptimo
Agudeza visual: Tipografía base 140mm

En el siguiente esquema, se propone la distancia de visualización de las piezas y la tipografía 14 en tamaño mínimo de lectura como también el máximo de 20 que debe tener para la legibilidad de las piezas considerando dicha distancia.

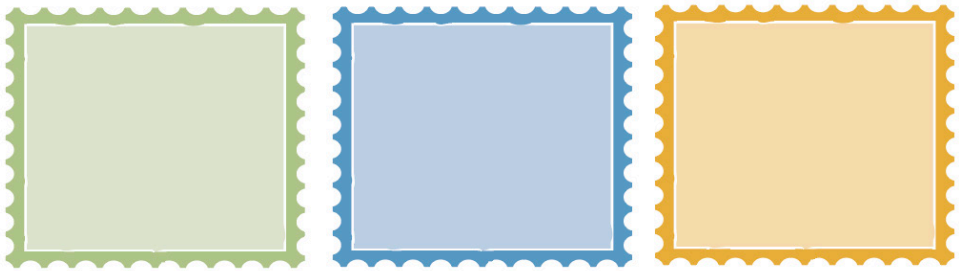
Figura 47

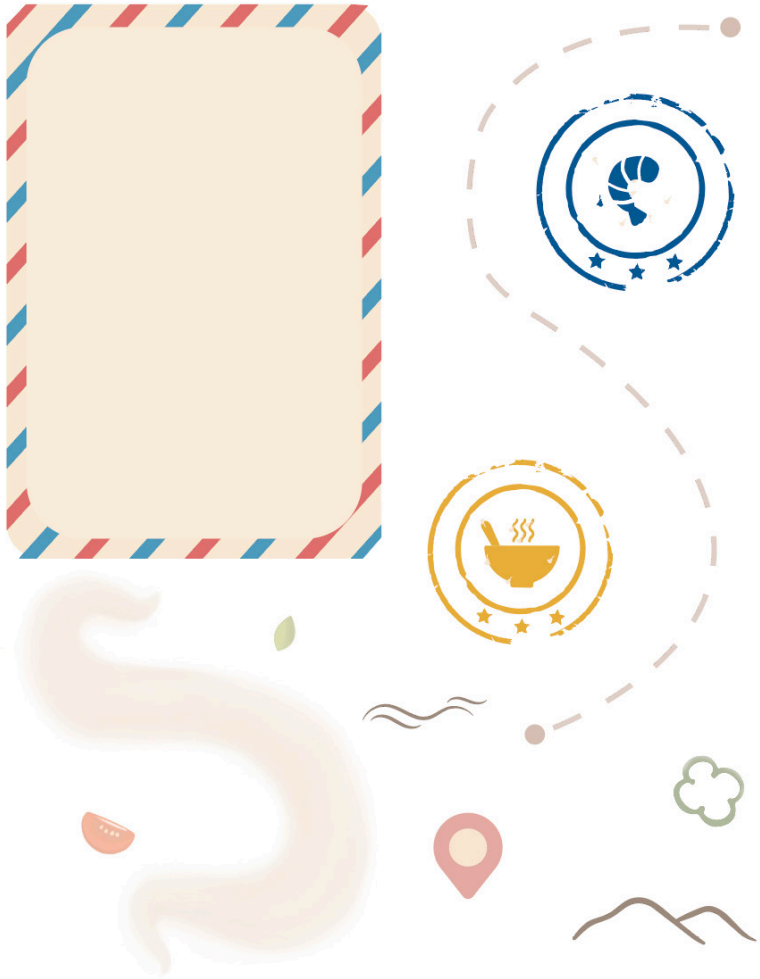
Tipografía titulo

Distancia	Mínimo	Recomendable
5m	7,0cm	14cm
4m	5,6cm	11cm
3m	4,2cm	8,4cm
2m	2,8cm	5,6cm
1m	1,4cm	2,8cm
50cm	0,7cm	1,4cm

1.3. Componentes

Figura 48
Componentes





DETALLE TÉCNICO

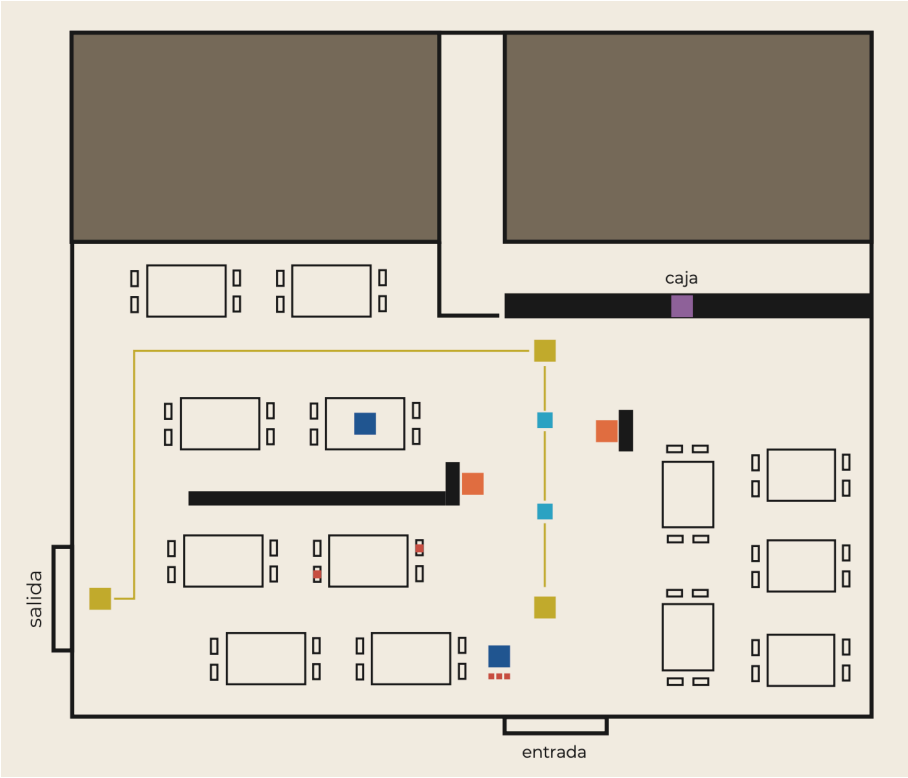
En este apartado se explicara el desarrollo de la propuesta de diseño terminada después de tomar varias decisiones solventadas en libros en función a la espina de pez. El sistema de piezas gráficas comunicacionales sirve como herramienta para informar y guiar en el proceso de compra que realiza el usuario. También, en este apartado se especificaran los detalles técnicos sobre el material escogido y el lugar donde sera colocara cada pieza dentro del Restaurante.

1. Organización

En este punto, se realizó una vista de planta del Restaurante San Luis para colocar la ubicación exacta de cada pieza gráfica y de esa manera también se puede señalar cual es el recorrido que debe seguir el cliente para realizar su pedido.

Figura 49

Cuadro de vista en planta del Restaurante San Luis



Como se puede observar en la figura anterior, cada pieza gráfica esta colocada en puntos estratégicos los cuales son, donde se pudieron encontrar necesidades de parte del cliente y para que el sistema pueda responder cada uno de los requerimientos mencionados para el proyecto.

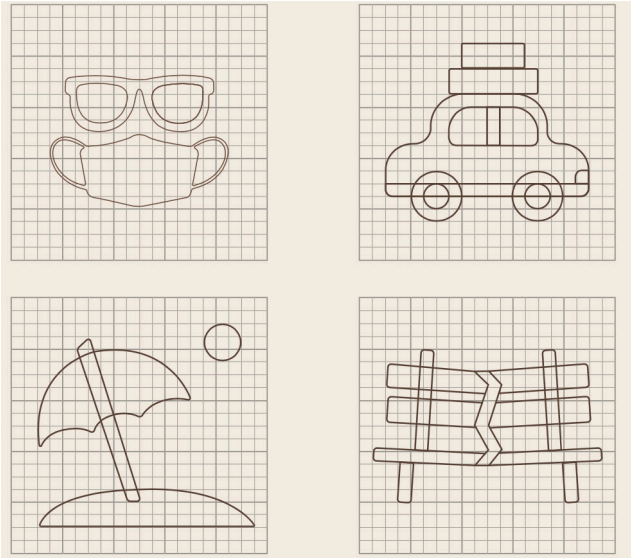


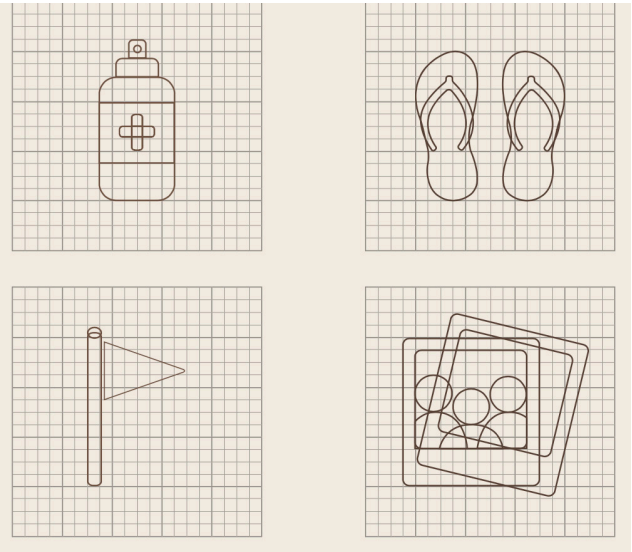
2. Señalética

Se realizaron pictogramas los cuales son importantes para la señalética ya que son un complemento junto con la tipografía, de esa manera llegan a informar y direccionar al cliente. Para el desarrollo de los mismos se utilizo la retícula modular por su versatilidad en las estructuras reticulares y llega a facilitar la combinación de distintos tamaños de texto y elementos gráficos.

Figura 50

Retícula de pictogramas



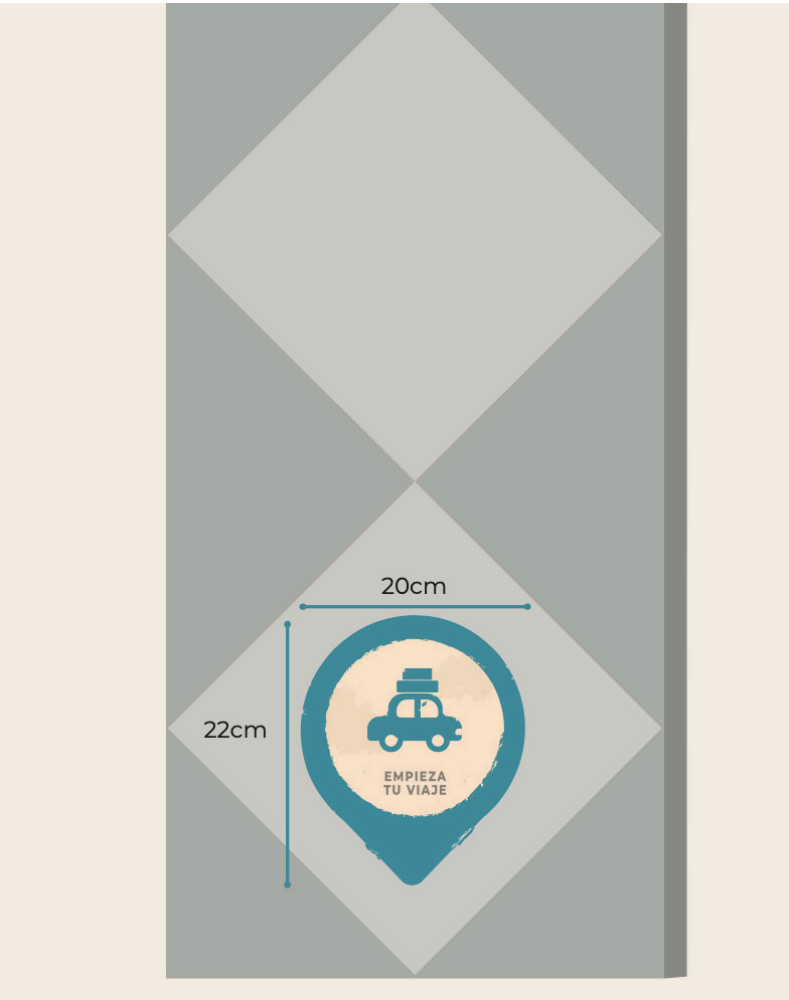


2.1. Señalética horizontal

De acuerdo a lo mencionado previamente, la señalética para el piso debe estar ubicada en la parte interior del local desde la entrada hasta la salida, por lo que se empezó analizar el tamaño de la misma ya que la ubicación ya es clara y tomando como referencia el concepto desarrollado, se genero una propuesta que funciona como una especie de camino para los clientes y les pueda servir como ayuda para guiarse. A continuación se muestra el tamaño de la señalética horizontal, el material y la propuesta final

Figura 51

Tamaño de la señalética horizontal



La señalética horizontal es una pieza direccional y el material que se va a utilizar es vinilo de alto tráfico ya que es un material útil al tener una textura resistente a las pisadas por lo que es creado específicamente para los pisos. Siendo este un material adecuado ya que al poseer un laminado grueso es resistente a la limpieza de pisos y en este caso es un aporte positivo para el entorno ya que un restaurante siempre debe mantener su limpieza.

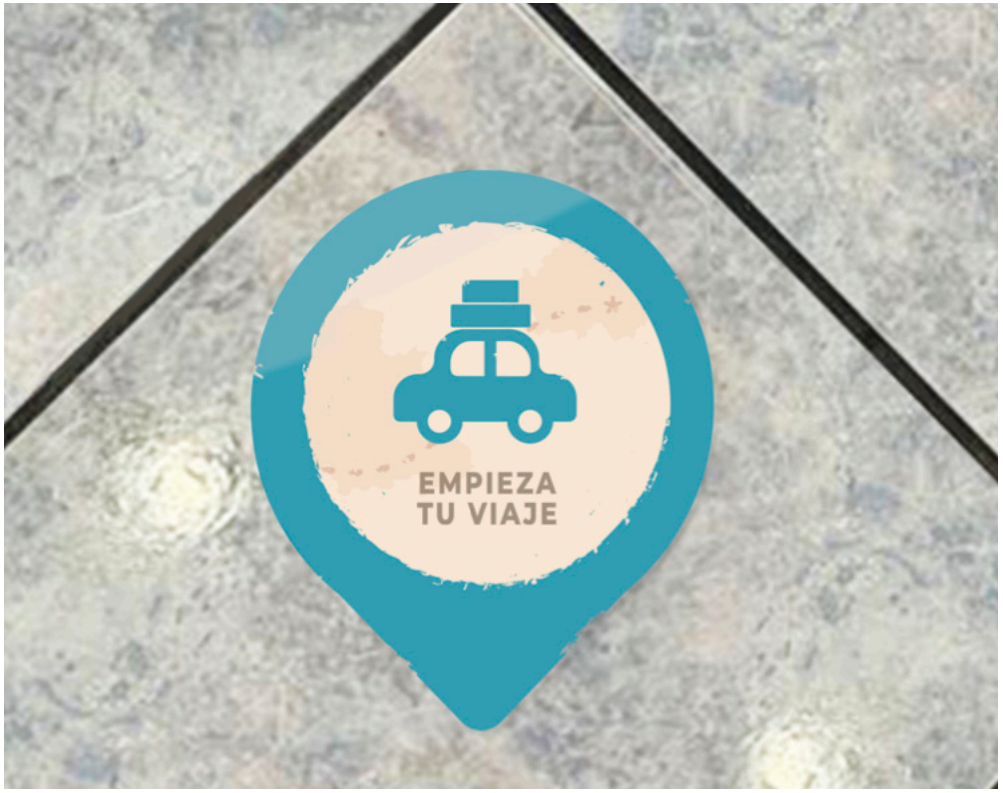
Figura 52

Pieza final señalética horizontal



Figura 53

Mock up señalética horizontal



La señalética de la mesa es una pieza reguladora e informativa, la cual ira colocada en el espaldar de las sillas ya que por el momento solo dos personas pueden sentarse en una mes. Su tamaño es 20x20 y el material que se utilizara para esta pieza es vinilo blanco con laminado en alto brillo con sistema anti-bandálico, ya que se puede limpiar con productos químicos sin dañar el material, su sujeción es un auto adhesivo a la silla. A continuación se muestra el la propuesta final y un mock up .

Figura 54

Pieza final señalética silla



Figura 55

Mock up señalética silla



2.3. Señalética pared

Este tipo de señalética, informara el aforo máximo que permite el restaurante y sera adosada a la pared con pernos de 1 cm de diámetro, el material que se ocupara es trovicel con láminas de PVC espumado con acabado mate. Este tipo de material tiene una ventaja ya que es impermeable y resistente al calor lo que es importante dentro de un restaurante.

Figura 56

Tamaño de la señalética pared

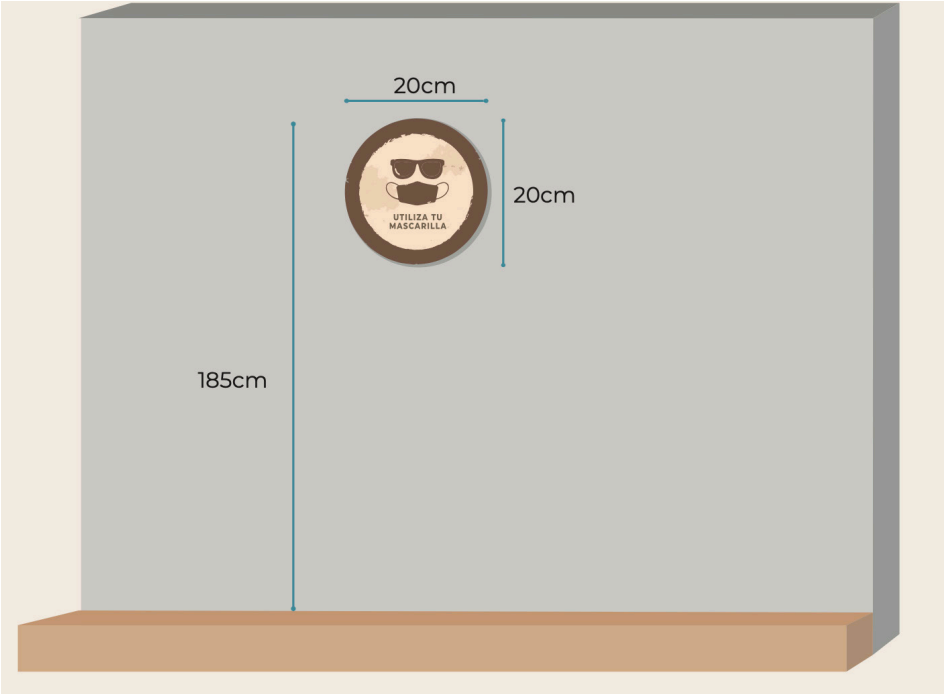


Figura 57

Pieza final seeñalética pared



Figura 58

Mock up señalética pared



3. Infografía entrada

La infografía enfocada en los procesos de compra va colocada en la entrada del local de esa manera los usuarios al ingresar podrán observar dicha información. El material que se ocupara es trovicel acrílico de 4mm con laminado transparente y sera sujetada en la parte posterior sobre un tol galvanizado de 3mm. El tubo que esta pensado ocuparse es de acero cortado en un angulo de 30 grados para una buena lectura de los clientes.

Figura 59

Tamaño infografía entrada

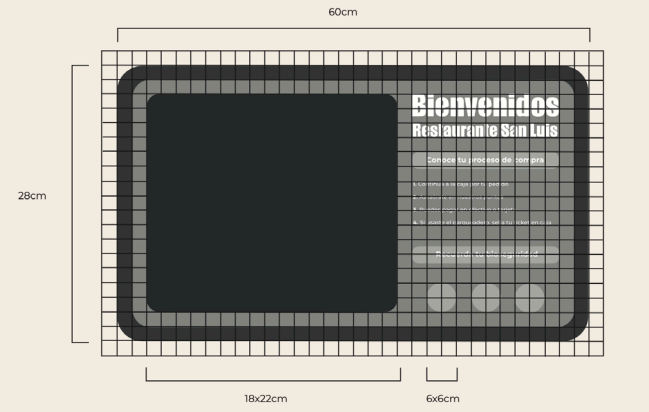


Figura 60

Estructura infografía entrada

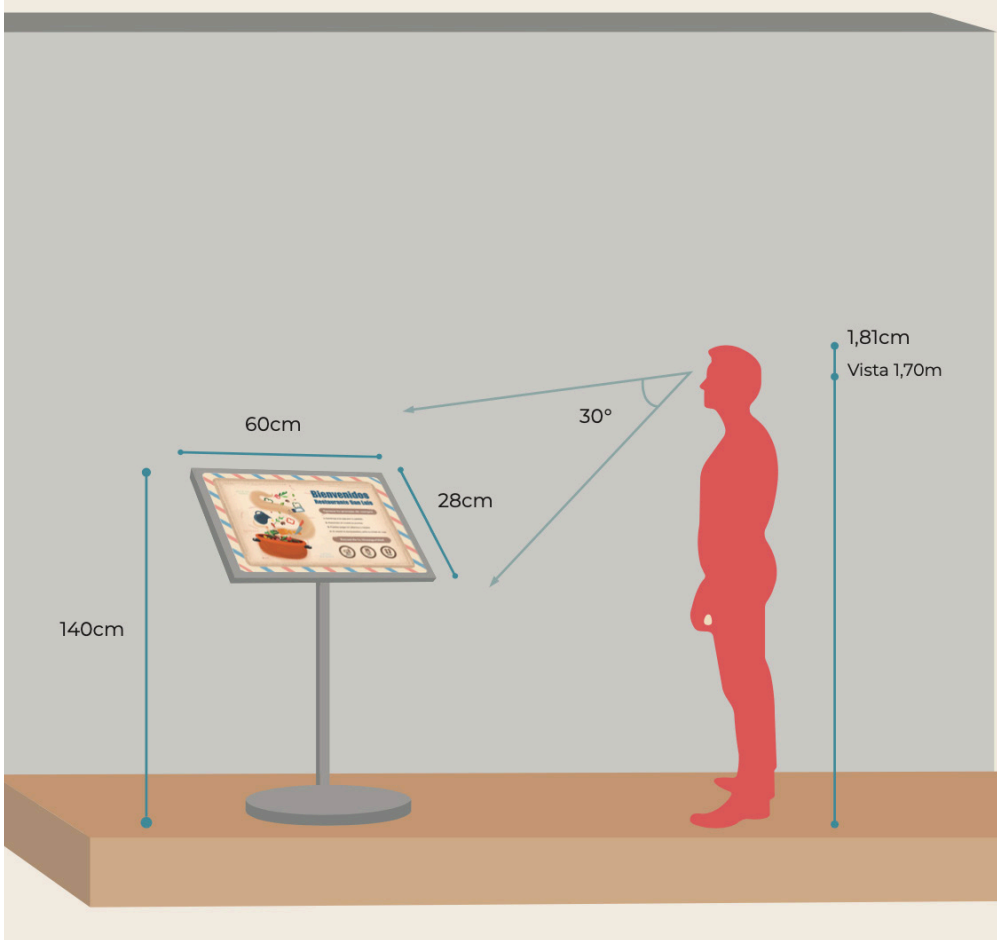


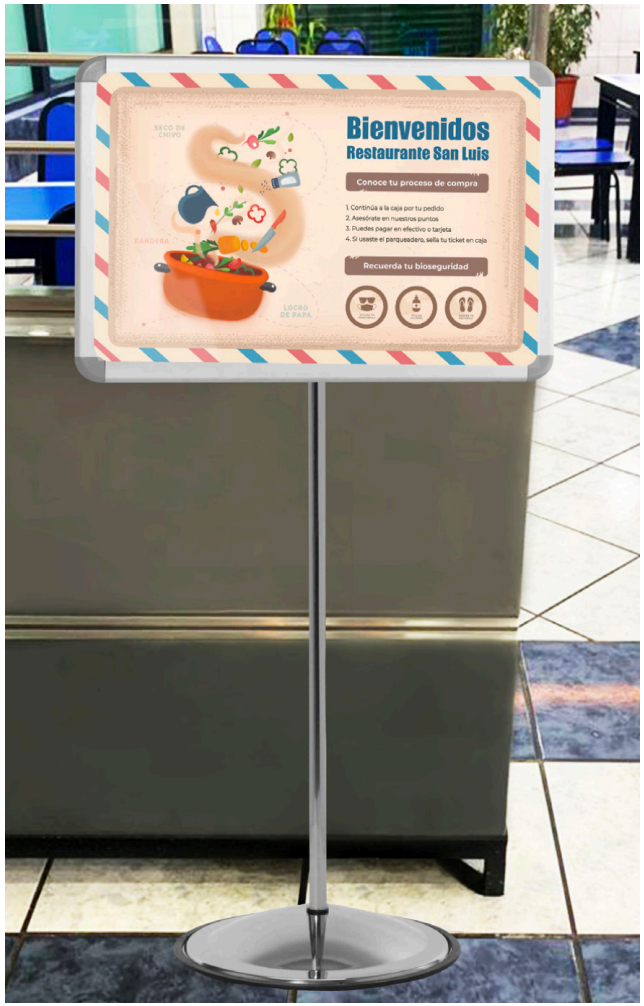
Figura 61

Pieza final infografía entrada



Figura 62

Mock up infografía entrada



4. Infografía mesa

La infografía para la mesa informa sobre el tiempo que se toma cada pedido en prepararse y cual es el tiempo estimado que debe esperar el cliente para que le sirvan su orden. El material que se ocupara para esta pieza es trovicel acrílico rígido de 4mm y sera colocado en una base de aluminio con ranura en la mitad para que ingrese la pieza impresa y pueda colocarse en la mitad de la mesa.

Figura 63

Tamaño infografía mesa

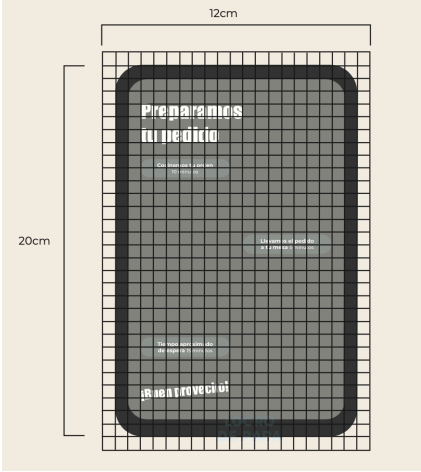


Figura 64

Estructura infografía mesa

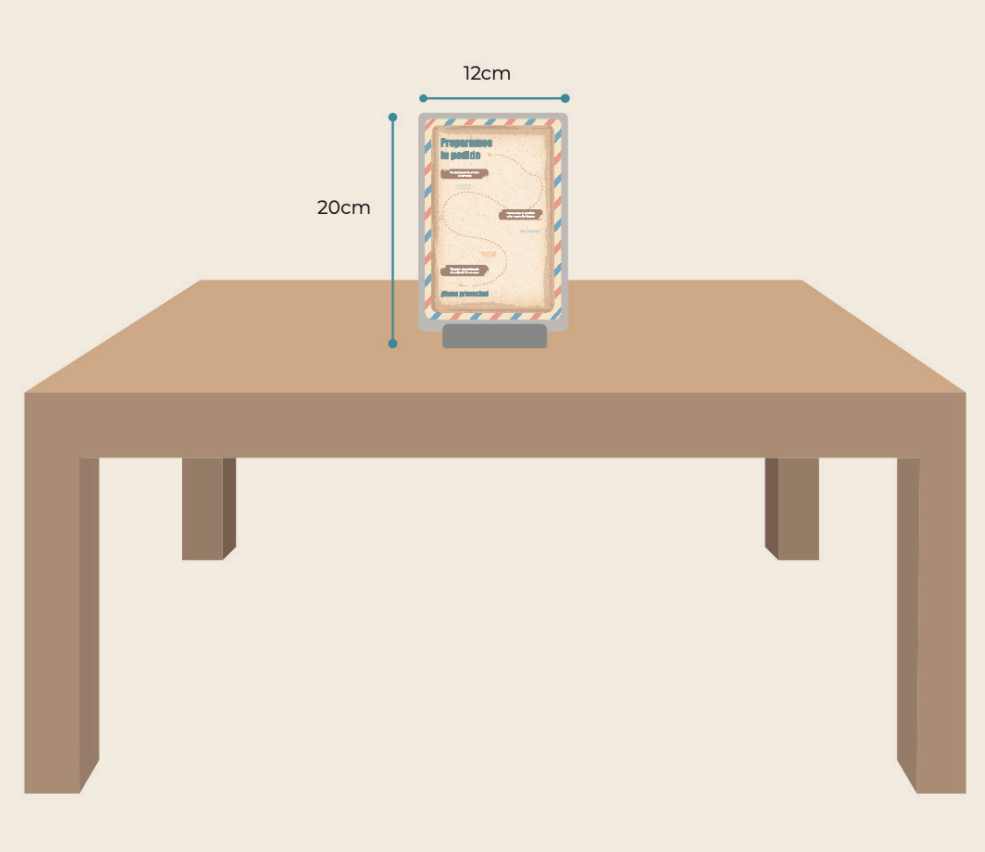


Figura 65

Pieza final infografía mesa



Figura 66

Mock up infografía mesa



5. Carteles colgantes (recomendaciones)

Para el primer cartel colgante se enfoco en brindar recomendaciones de platos gastronómicos y estará colocado en el lado derecho para realizar la fila hacia la caja. El material es el mismo de las anteriores piezas nombradas pero en este caso tendrá un laminado transparente. El cartel estará sujetado por brindas cromadas desde el techo y sera ubicado con protectores cilíndricos y dentro de ellos estará un tubo de acero lo que le dará estabilidad a la pieza por lo que sera sujetado con abrazaderas en la parte posterior del mismo

Figura 67

Tamaño del cartel colgante (Recomendaciones)

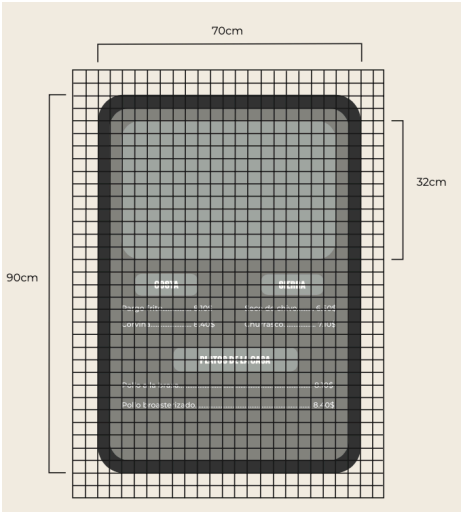


Figura 68

Estructura del cartel colgante

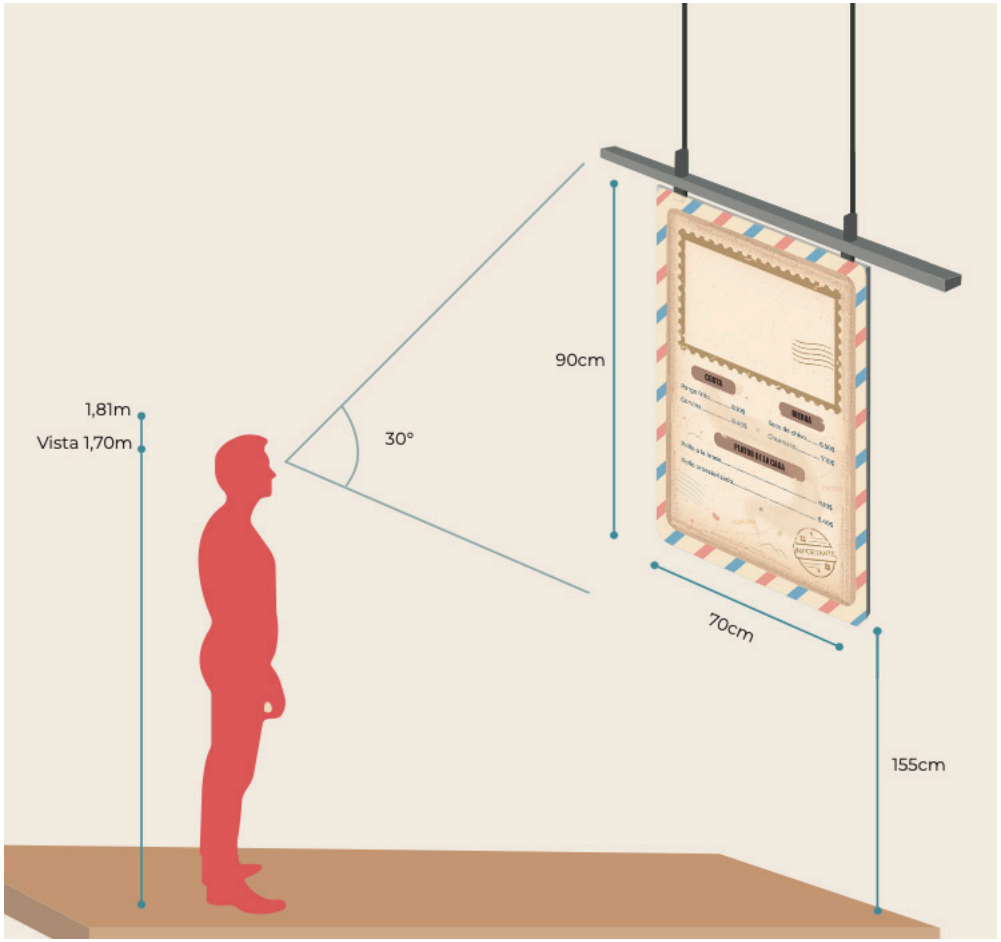


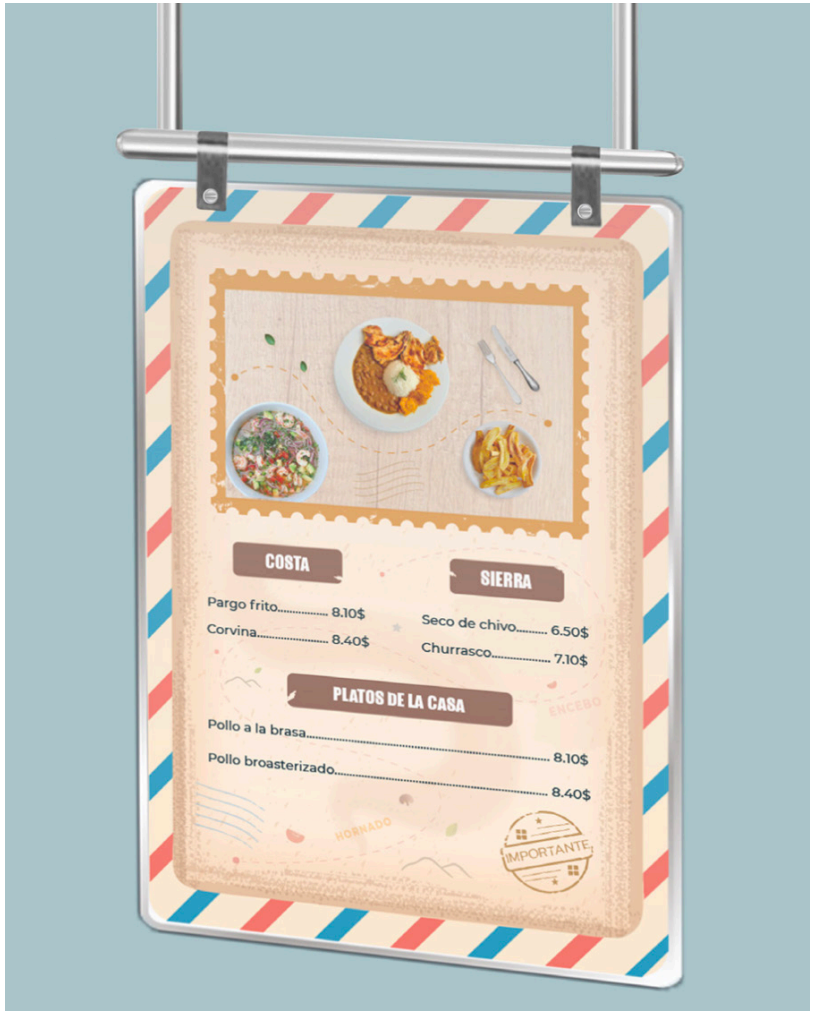
Figura 69

Pieza final cartel colgante



Figura 70

Mock up cartel colgante



6. Carteles colgantes (almuerzos)

Para este cartel se le brindara otra función aparte de comunicar a los cliente sobre los almuerzos del día, también los propios meseros del local podrán utilizarlo para formar el menú con todos los nombre de los platos por medio de fichas de la A a la Z. El cartel sera igual sujetado desde el techo por brindas cromadas pero en este caso para colocar las piezas se utilizaran rendijas de aluminio donde puedan pasar las fichas.

Figura 71

Tamaño del cartel colgante (almuerzo)

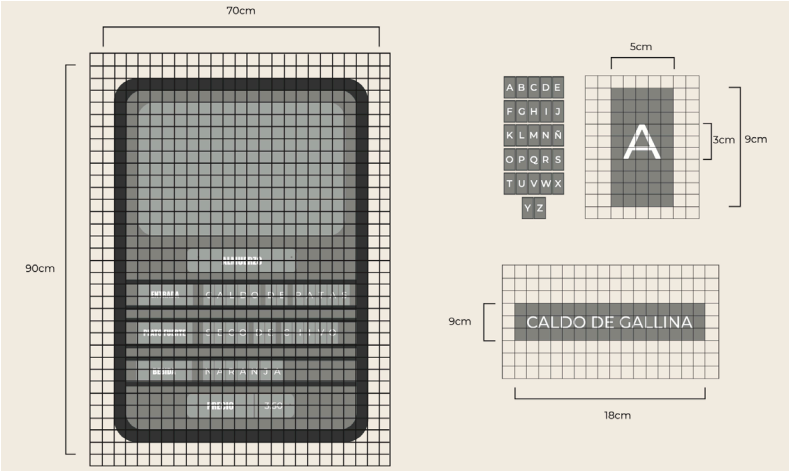


Figura 72

Ficha y caja del cartel colgante (almuerzo)





En el caso de las fichas se utilizaran láminas metálicas de hasta 0,5mm en corte láser, la cual tiene una alta precisión y flexibilidad en el procedimiento para la caja se ocupara cartón corrugado ya que posee dos laminas onduladas y dos planas que brindan soporte a la misma.

Figura 73

Pieza final de cartel colgante (almuerzos)



7. Menú

El menú temático tiene cuatro áreas diferentes y cada una estará colocada encima de la caja ya que sera sujetado desde el techo con brindas cromadas las cuales tendrán un protector cilíndrico de acero que estarán sujetas en la parte posterior del menú, el material que se ocupara sera trovicel acrílico de 4mm corte recto y laminado transparente

Figura 74

Tamaño del menú temático

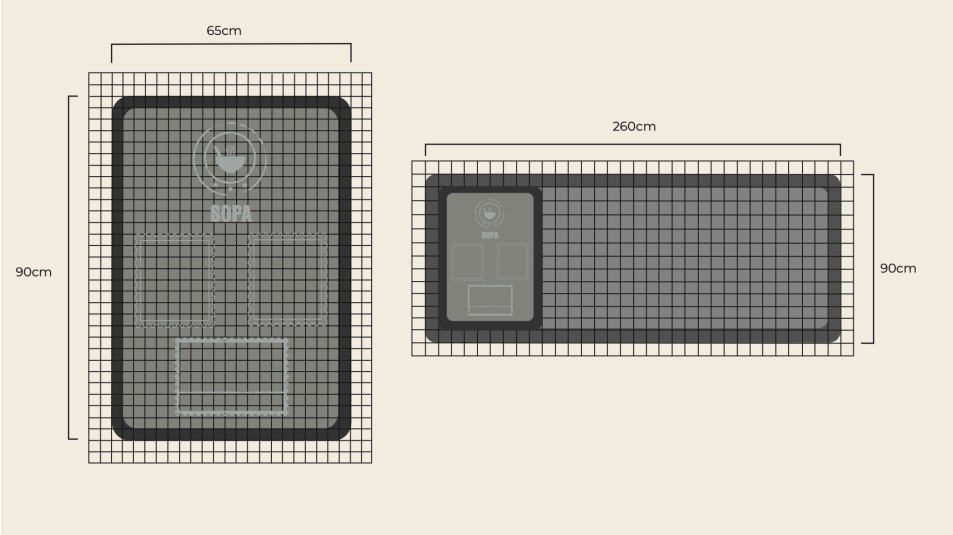


Figura 75

Estructura del menú temático

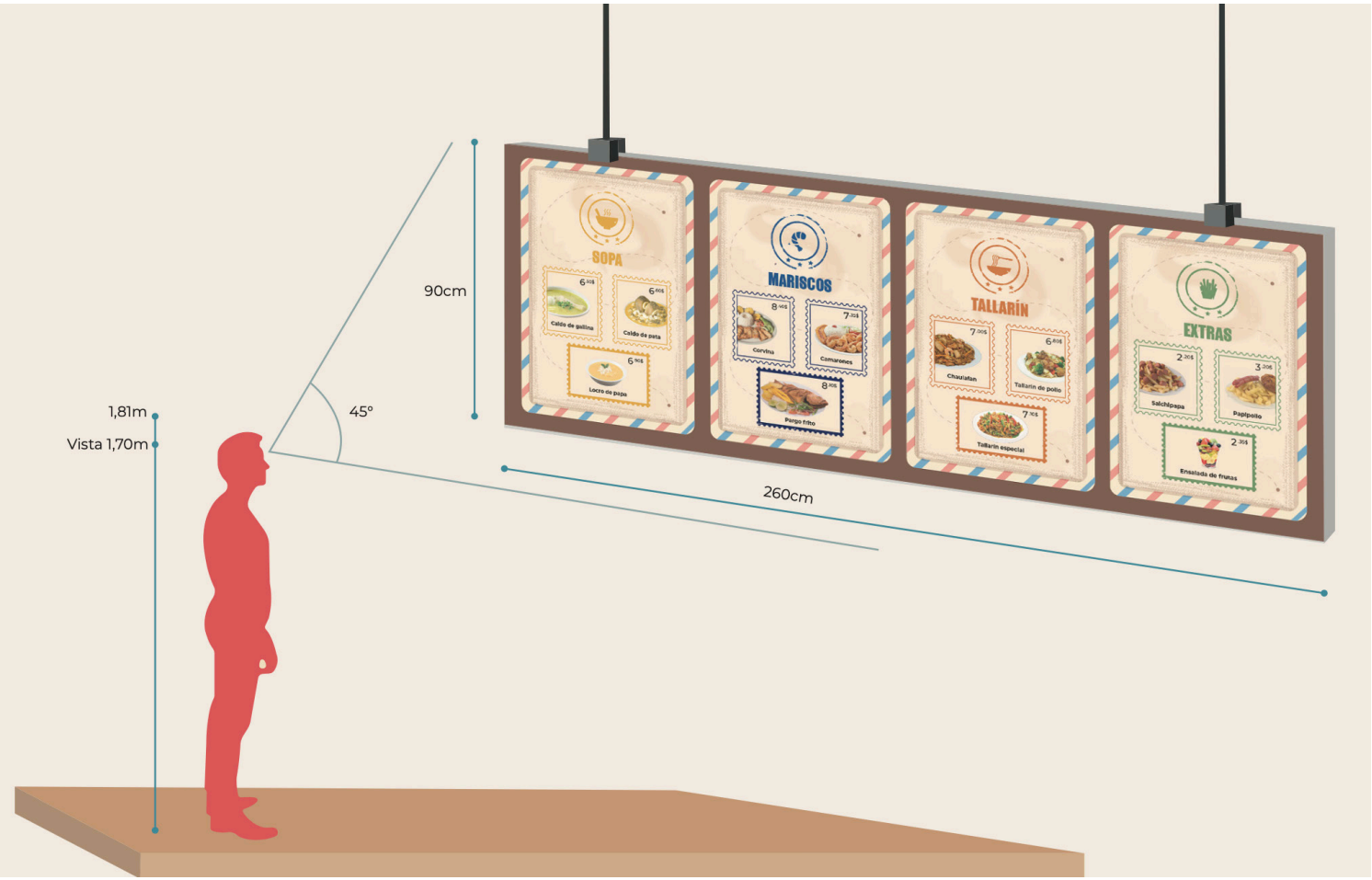


Figura 76

Mock up menú temático



Figura 77

Mock up del individual y porta cubiertos



Figura 78

Mock up punto de caja



COSTOS DEL PROYECTO

En este apartado se llevo a cabo una investigación del material para el sistema de piezas gráficas y conocer cual es el gasto que representa cada pieza. A continuación (Figura 79) se muestran los costos de impresión de manera individual para ver detalladamente la cantidad de unidades que esta pensado ocupar dentro del local.

Costos de producción

Figura 79

Cuadro de costos de material e impresión de productos

Unidades	Tipo	Costo del material	Costo de impresión	Costo total
1	Diseño de manual Impresión digital tiro y retiro Tamaño: A4 Material: Papel couche Páginas: 48 hojas	2.00	15.00	17.00
1	Diseño de infografía Tamaño: 60 x 28 cm Material: trovicel acrilico de 4mm Impresión: cama plana	20.00	25.00	45.00
1	Diseño de infografía para mesa Tamaño: 12 x 20 cm Material: trovicel acrilico de 4mm Impresión: cama plana	20.00	15.00	35.00
1	Diseño de carteles colgantes Tamaño: 90 x 70 cm Material: trovicel acrilico de 4mm, laminado transparente Impresión: cama plana	40.00	30.00	70.00
222	Diseño de letras para cartel colgante Tamaño: 5 x 9 cm Impresión digital y maquina de corte Material: vinil impreso	8.00	80.00	88.00
3	Diseño de señalética horizontal Tamaño: 20 x 22 cm Impresión: cama plana Material: Adhesivo vinilo de alto tráfico	10.00	20.00	30.00
20	Diseño de señalética sillas Tamaño: 20 x 20 cm Impresión: cama plana Material: Vinilo blanco con doble capa de laminado con sistema anti-bandálico	10.00	40.00	50.00
2	Diseño de señalética para pared Tamaño: 20 x 20 cm Impresión: cama plana Material: trovicel acrilico de 4mm, laminado transparente	15.00	25.00	40.00
200	Diseño de individuales Tamaño: 20 x 30 cm Tiro Material: Papel kraft Gramaje: 90 gramos	5.00	110.00	115.00
200	Diseño de portacubiertos Tamaño: 10 x 18 cm Tiro y retiro Material: Papel kraft Gramaje: 90 gramos	5.00	90.00	95.00
			Total	585.00

Costo de implementación

Figura 80

Cuadro de costos de implementación de piezas

Operativo	Implementación de las piezas	Costo total
Total horas laborables para la intalación		20h
Valor hora		15$
Total horas laborables x valor de hora		300$
Material extra		180$
Valor bruto por trabajo operativo		480$

Costo creativo

Figura 81

Cuadro de costos creativo al realizar las piezas gráficas

Creativo	Realizar las piezas de diseño	Costo total
Total horas laborables al mes		160h
Valor hora		3,32$
Total horas laborables x valor de hora		250$
Valor bruto por trabajo creativo		830$

Costo total del proyecto

Figura 82

Cuadro de costos total del proyecto

Total de proyecto	Costo total
Valor creativo	830$
Valor operativo	480$
Valor de impresión y material	585$
Total	1,895$

En atención a las tablas de costos realizadas, se estableció que el valor final del proyecto es de 1,895 dólares. Lo cual es un precio moderado tomando en cuenta que el Restaurante San Luis, tendrán un material de calidad, apto para satisfacer las necesidades del usuario durante su estadía en el local.

COMPROBACIÓN TEÓRICA

Una comprobación es necesaria para evaluar la eficacia de la solución propuesta y es una oportunidad para incorporar nuevos criterios o sugerencias durante la experiencia. Por otra parte, es una ayuda para revisar y poder corregir el diseño al momento de la implementación lo que contribuye al desarrollo del sistema de piezas. Así mismo, luego de realizar la propuesta se procede a analizar los requisitos establecidos, de esa manera se puede observar si cada producto cumplió con las necesidades principales. A continuación se describe cada punto que se podrá observar en la (Figura 50).

1. Factor de uso

Cada pieza que se fue desarrollando en el proyecto, cumple con un objetivo en específico y son colocados en puntos estratégicos que les permita ser funcionales en el entorno y de uso constante en el local, para que sean una herramienta que informe y guíe a los usuarios al igual que sea de apoyo para los empleados que laboran en el lugar.

Según Lupton (2018) en su libro expone que, “Una experiencia es algo más que lo que se consume en el momento, integra al consumidor en una representación teatral, creando un recuerdo perdurable” (p.68). Por lo que, cada pieza es destinada a resolver un problema comunicacional ya que se enfoca en establecer un sistema informativo sobre el proceso de compra y dentro de él se pueda generar una experiencia para el usuario.

2. Factor de función

Los elementos que se colocaron en cada pieza fueron pensados para transmitir la línea gráfica en el entorno. Por ende, en el caso de la tipografía se estableció dos familias sans serif que fueron elegidas para los títulos y textos, al igual que, por su legibilidad y claridad de sus fuentes. Para la paleta cromática se utilizó colores cálidos y fríos los cuales van de la mano con el entorno y con la especialidad gastronómica del restaurante.

Por otro lado, en algunas piezas se utilizó ilustración y fotografía, por ende, Samara (2007) afirma que “Mezclar estilos de imágenes, crea un contraste entre los elementos visuales es la clave para conseguir diseños frescos y animados. Sin dejar de lado el propósito de expresar adecuadamente los mensajes” (p.186).

Por esa razón, las imágenes utilizadas proporcionan un contrapunto visual al texto y puede llegar a ser una conexión de experiencias para el usuario. También, cada una cumple con un objetivo, ya que las fotografías se consideraron persuasivas y acertadas sin dejar de lado la ilustración que mantuvo una conexión emocional con el usuario.

3. Factor conceptual y persuasivo

Las piezas realizadas dentro del sistema poseen un concepto detrás, el cual fue un aporte importante para poder cumplir con cada objetivo y requerimiento que se estableció para el proyecto, de esa manera, se logró informar sobre el proceso de compra que debe realizar el cliente durante su recorrido. Según Samara (2007) “Para transmitir la calidad de un producto es necesario desarrollar un concepto que cuente una historia para el cliente y debe satisfacer ciertos criterios, no solo funcionales, sino también psicológicos y estéticos” (p.34). Por ende, se utilizaron símbolos los cuales fueron adaptados y sirvieron de apoyo al entorno, también son de fácil comprensión ya que cada uno contiene información clara para el usuario.

4. Factor estético

Las imágenes, ilustraciones y pictogramas fueron un punto importante para el proyecto, las cuales fueron realizadas bajo un concepto de diseño. También, se pudo establecer espacios designados para cada pieza, los cuales aportan al desarrollo de la solución de diseño. Si bien es cierto, el sistema está conformado por diferentes piezas, las cuales mantienen información distinta pero cada una se llega a entrelazar y logra continuar con la línea gráfica establecida en un principio.

5. Factor técnico

En el sistema de producción se mantuvo que cada pieza será física y enfocada al proceso de compra que se fue desarrollando en el restaurante. Por lo que, la instalación debe ser sencilla donde el usuario al momento de colocar cada pieza en el espacio determinado no tendrá la necesidad de moverlo y tampoco será una carga visual para el entorno, ya que, únicamente se podrá manipular una pieza la cual es “el cartel colgante para almuerzos”. Esta pieza, fue realizada como apoyo para los trabajadores para que se pueda establecer una comunicación fluida con el usuario al momento de colocar el menú diario.

Figura 83

Ficha de comprobación teórica

Factor de Requerimiento de Diseño	Requerimiento de Diseño	Aplicación de Diseño que cumple el objetivo (se puede poner una captura de pantalla)	Justificación teórica que fundamente la decisión aplicada a la propuesta de diseño.	Rendimiento que se ha cumplido con el requerimiento
Factor de uso	**Cómo se usa:** Las piezas que se realizaron son de uso constante en el restaurante para informar y guiar al cliente en su proceso de compra **Ergonomía:** Cada espacio que ocupa las piezas dentro del local fue pensado en el usuario logrando que se pueda acceder e interactuar con las mismas. También cada pieza tiene una adecuada legibilidad en la lectura y la información colocada es clara y concisa para que no exista fatiga visual. **Ciclo de vida:** El material que se creo tiene un largo ciclo donde se pueden ir añadiendo más piezas al sistema pero manteniendo el concepto principal. También el material que se ocupa para cada pieza esta pensado en el entorno ya que al ser un restaurante es necesario que sea resistible y tenga dos laminas de aluminio que los cubran logrando sostenibilidad a las piezas.	  	"Una experiencia es algo mas que lo que se consume en el momento, integra al consumidor en una representación teatral, creando un recuerdo perdurable" (Lupton, 2018, p.68) Los clientes al ingresar al local no tenían conocimiento sobre la logística establecida por el local por esa razón se decidió realizar una propuesta donde se enfoque no solo en vender un producto si no que se establezca un sistema informativo sobre el proceso de compra y dentro de el se genere una experiencia para el usuario.	Cada pieza tiene un propio objetivo dentro del sistema pero serán de uso constante para el local tanto para los clientes como los trabajadores. Las piezas informan y guían al usuario no es necesario que estén en movimiento ya que el espacio donde serán colocadas llega a ser funcional. Los textos utilizados son cortos, las ilustraciones y fotografías se llegan a visualizar adecuadamente. También el tamaño para cada pieza fue pensado para que no sea una interrupción en el entorno.

De manera general se puede observar que la propuesta está acorde con los requerimientos de funcionalidad y aspectos técnicos establecidos, por lo que, está en condiciones de poder desarrollarse en su totalidad y presentarlos al comitente y los clientes que acuden al local, para corroborar en la práctica su capacidad de contribuir a mejor el recorrido durante el proceso de compra y acortar el tiempo al momento de realizar el pedido en caja. En el anexo 1 se encuentra la continuación de la ficha teórica.

COMPROBACIÓN TEÓRICA JUNTO A UN PROFESOR EN EL ÁREA DE DISEÑO

Para la comprobación teórica se presento la propuesta de diseño a la profesora Karla Betancourth, para conocer su criterio sobre el proyecto realizado y si este cumple con guiar e informar al usuario durante el proceso de compra en el Restaurante San Luis. De acuerdo con la presentación se obtuvo retroalimentación y observaciones en diferentes piezas gráficas. Por lo que se realizaron modificaciones en la parte del diseño, con el objetivo de afianzar la temática propuesta.

Figura 84

Fotografías al profesor de Diseño



Menú temático

Este diseño, fue modificado en la parte de legibilidad ya que al momento de realizar la comprobación en los diferentes recuadros no se podía tener una buena lectura en la información ya que, el color café colocado en la tipografía no sostenía un buen contraste con el fondo por lo que, generaba un problema al momento de observar y leer el contenido. A continuación en la (Figura 84) se podrá observar los cambios realizados.

Figura 84

Modificaciones del menú

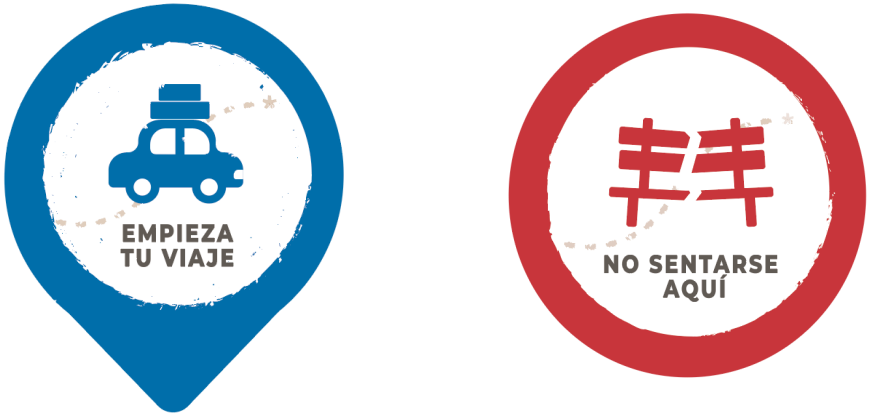


Señalética

Para estas diferentes piezas se realizaron modificaciones enfocadas a la cromática que sostiene ya que al ser colores de baja saturación se podría perder en el entorno, de esa manera en la evaluación se sugirió mantener los colores pero modificarlos para lograr una alta saturación de los mismos. También al realizar se cambio la paleta cromática iría con el entorno ya que el Restaurante San Luis mantiene colores fríos de alta saturación.

Figura 85

Modificaciones cromática señalética



COMPROBACIÓN CON EL COMITENTE

Para la validación teórica se realizó una entrevista al dueño del establecimiento Juan Pablo Zabala para conocer su criterio sobre el proyecto realizado y si llega a cumplir con los requisitos técnicos sobre las necesidades de los clientes que acuden al Restaurante. (Anexo 6).

Figura 86

Fotografías al comitente durante la validación final





Figura 87

Cuadro de requerimientos principales en el desarrollo del proyecto

Productos	Requerimiento
Diseñar un sistema señalético persuasivo con el fin de informar y guiar a los usuarios durante el proces de compra	Indicar la logística durante el flujo de circulación establecida por el local
Diseñar infografías que se enfoquen en el proceso de compra que debe cumplir el cliente y brindarle al mismo información sobre el tiempo estimado que toma en realizar su pedido	Reorganizar la información de los diferentes espacios de local en una pieza gráfica
Diseñar letreros colgantes que informen sobre el almuerzo del día y brinde recomendaciones de platos fuertes antes dedirigirse a la caja	Agilizar el tiempo al momento de realizar el pedido en caja
Adaptar una temática con ayuda del concepto, que fomente la experiencia del consumo mediante los servicios que ofrece el local	Diferenciar a la empresa de la competencia

En la validación se obtuvieron respuestas positivas de parte del dueño del local, donde indica el uso correcto de los diferentes elementos dentro del proyecto, sin embargo es necesario realizar algunas modificaciones directas en el contenido de la infografía que se enfoca en los tiempos de la preparación de los alimentos al igual que en la parte de la señalética donde dos pictogramas no se lograban entender correctamente.

Dicho esto, se realizaron las correcciones pertinentes para cada pieza nombrada anteriormente. A continuación, se mostrarán los resultados después de los cambios mencionados. (Figura 88-90).

Figura 88

Modificaciones infografía mesa



Figura 89

Modificaciones señalética pared

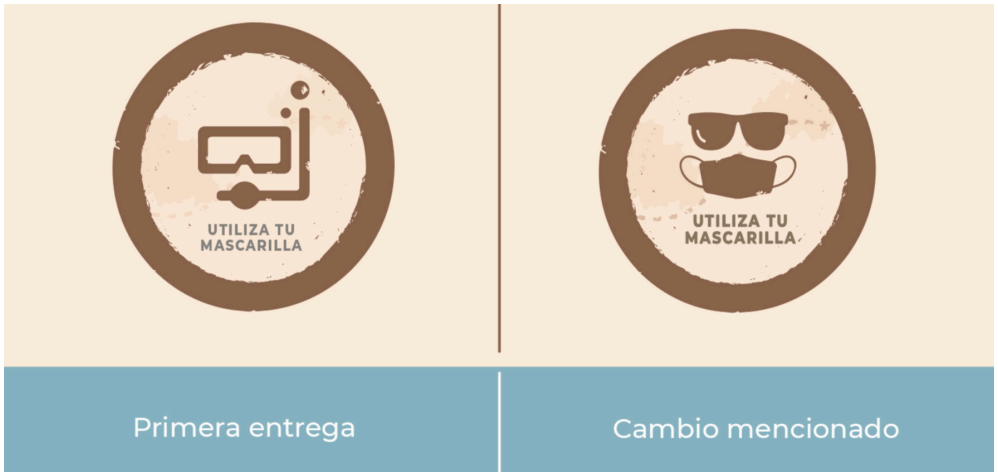
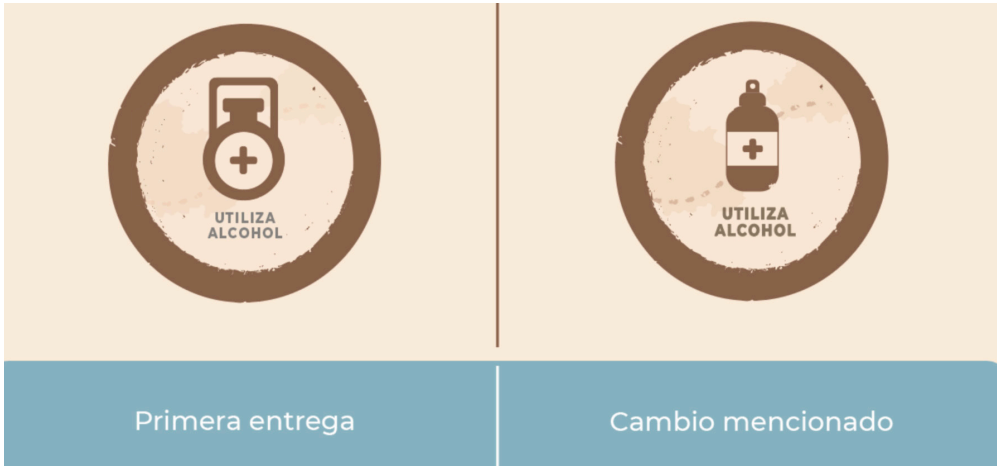


Figura 90

Modificaciones señalética pared



Por otro lado, se realizó la evaluación de la pieza manipulable al comitente y a un mesero, el cual se encarga de escribir el menú en el pizarrón todos los días. De esta manera, se puede conocer si el cartel colgante cumple con su función de poder formar los nombres de los platos por medio de tarjetas que contienen cada letra del abecedario. (Anexo 5)

Figura 91

Prototipo cartel colgante



En la comprobación de la pieza se pudo observar varios aciertos al momento que el mesero lograra cumplir con la actividad solicitada la cual era realizar el menú diario, se pudo rescatar varias emociones positivas las cuales aportaron a la pieza ya que si cumplía con el objetivo pero también le sacaba de la monotonía al trabajador. Sin embargo, se pudo observar que era necesario varios ajustes para que el trabajo de colocar cada letra no sea agotador por lo que uno de los cambios es organizar las tarjetas en orden alfabético. Por otro lado el problema principal por lo cual se desarrolló esta pieza era que muchas veces los propios clientes borraban lo escrito en el pizarrón lo que ocasionaba que el mensaje no fluya correctamente.

Por lo que, al realizar la evaluación se observó que podría pasar lo mismo con las piezas al no tener un seguro de letras, para que el cliente no pueda moverlas de su espacio. Entonces, se decidió realizar un espacio, el cual será colocado en la parte inferior y después de cada palabra formada. También, una manera de mantener las piezas en el cartel colgante es añadir una tapa transparente de esa forma cuando el mesero acabe de realizar el menú se coloca dicha pieza, siendo esta una solución a dicho problema mencionado anteriormente.

Figura 92

Modificaciones para el cartel colgante manipulable (separación y número de letras)

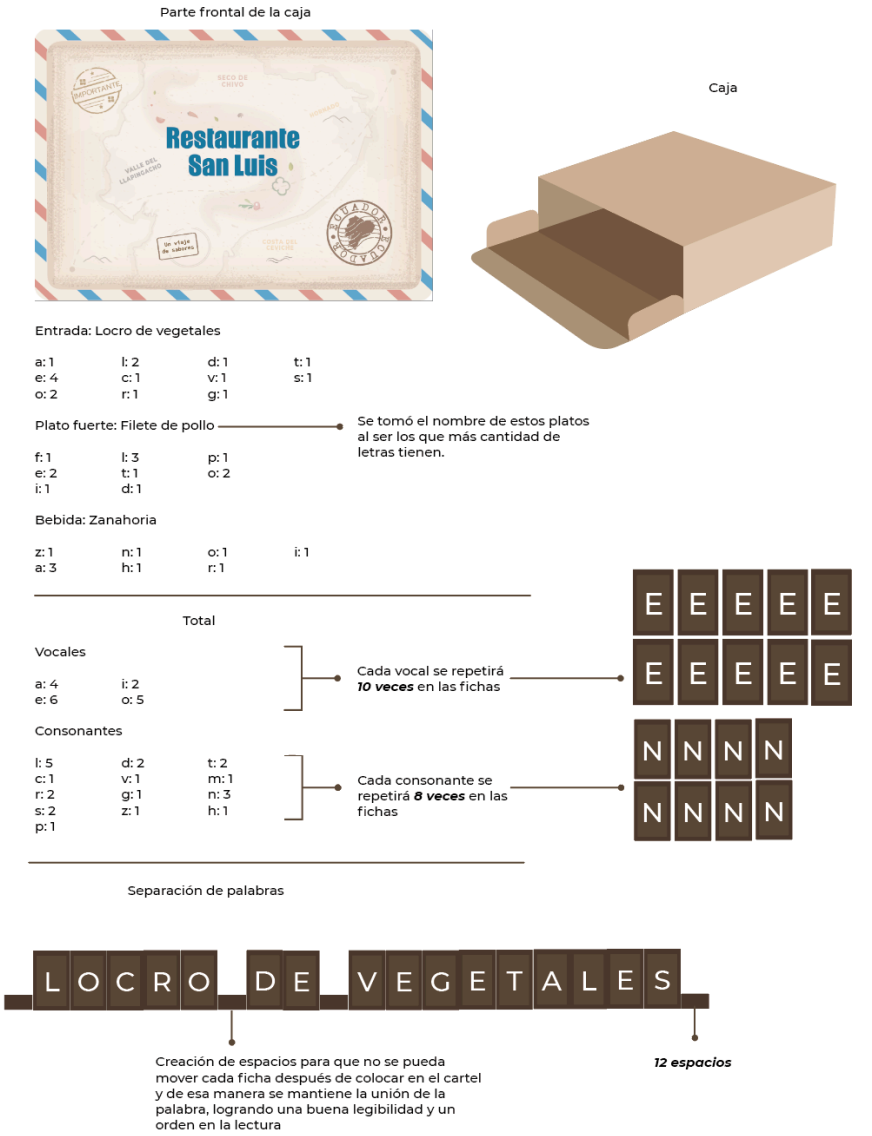
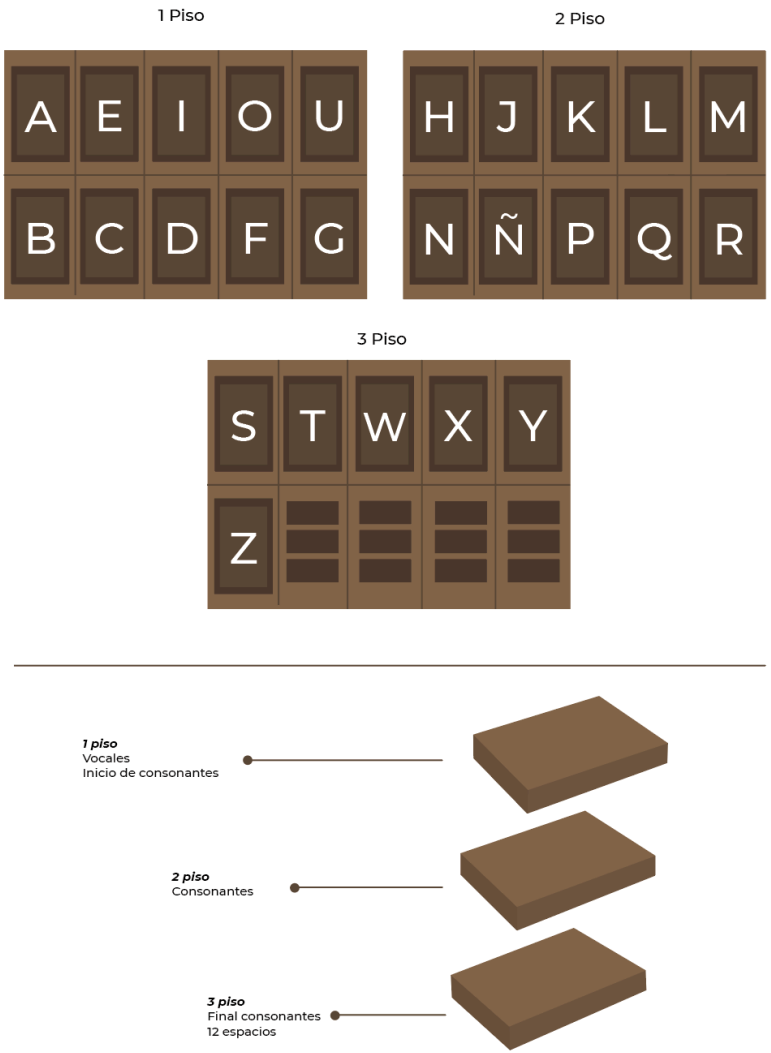


Figura 93

Modificaciones para el cartel colgante manipulable (Organización de las fichas)



COMPROBACIÓN CON EL USUARIO

Para desarrollar la validación del proyecto con el usuario se reunió a cuatro personas que encajan con el perfil de usuario y se pidió una autorización al dueño del establecimiento para poder hacer uso del espacio físico del Restaurante San Luis ubicado en el sector La Michelena, el permiso otorgado fue de una hora. Para empezar se colocaron todas las piezas gráficas en los espacios pensados, después se solicitó a los participantes que ingresen al local y realicen un pedido. (Figura 94)

Figura 94

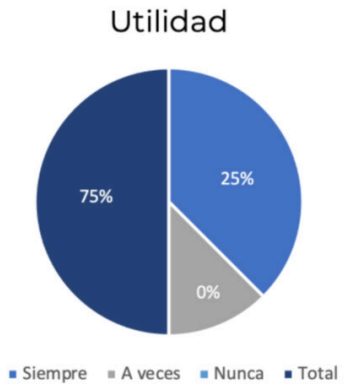
Cuadro de requerimientos principales en el desarrollo del proyecto



Durante la validación se realizó una encuesta para los usuarios donde se pudo observar varios puntos que fueron: utilidad, capacidad de resolver el problema, disminución de tiempo durante el proceso de compra, comprensión y necesidad de más información. A continuación, se puede observar el análisis efectuado en la interacción de cada pieza gráfica.

1. ¿Le pareció que fue útil las piezas gráficas colocadas durante el proceso de compra?

Alternativas	Respuestas	Porcentaje
Siempre	3	75%
A veces	1	25%
Nunca	0	0%
Total	4	100%

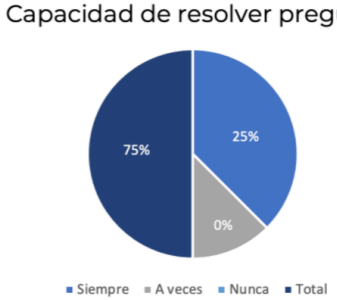


Análisis 1

De acuerdo con la figura anterior el 75% de los usuarios que acudieron al restaurante asegura que las piezas gráficas fueron útiles durante el proceso de compra ya que logró informar y guiar a los mismos. Por otro lado, el 25% admitieron que fueron de ayuda a veces, sin embargo, no hubo usuarios a los cuales no fuera de apoyo el sistema gráfico. Esto significa que el producto diseñado fue útil para más del 90% de los usuarios que asistieron a la validación y realizaron la encuesta.

2. ¿Cree usted que el sistema de piezas le ayudó a resolver las preguntas que se presentaron en el recorrido?

Alternativas	Respuestas	Porcentaje
Siempre	3	75%
A veces	1	25%
Nunca	0	0%
Total	4	100%

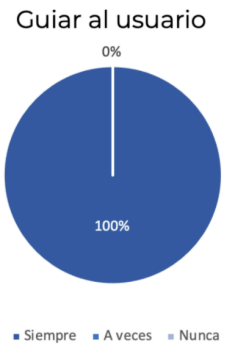


Análisis 2

De acuerdo a la encuesta realizada, el 75% de los usuarios considera que las piezas colocadas durante el recorrido para realizar la compra, puede llegar a resolver sus preguntas mientras que el 25% asegura que puede responder a sus dudas a veces. Es decir que, los diseños tienen la capacidad elevada para responder a las necesidades o preguntas que tengan al momento de ingresar al restaurante.

3. ¿Cree usted que el sistema de piezas le ayudó a guiarse durante el recorrido?

Alternativas	Respuestas	Porcentaje
Siempre	4	100%
A veces	0	0%
Nunca	0	0%
Total	4	100%

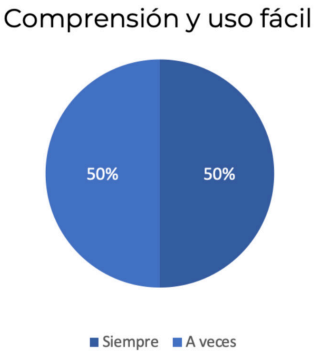


Análisis 3

De acuerdo con la figura anterior, se pudo observar que las piezas gráficas lograron guiar al cliente al momento de ingresar. En este caso el 100% de los usuarios afirman que el sistema de piezas fue de ayuda para conocer el recorrido y la logística establecida por el restaurante.

4. ¿Cree usted que las piezas fueron entendibles y de fácil uso?

Alternativas	Respuestas	Porcentaje
Siempre	2	50%
A veces	2	50%
Nunca	0	0%
Total	4	100%



Análisis 4

En cuanto a la compresión y el uso fácil de las piezas, el 50% planteó que siempre son entendibles y fáciles de utilizar, el otro 50% dijo que a veces se logran entender. En tal sentido, se aprecia que alrededor de la mitad de los encuestados lograron entender las piezas gráficas. Sin embargo, uno de los usuarios donde su respuesta fue a veces mencionó que colocó esa respuesta debido a la señalética sobre el uso de la mascarilla ya que no se lograba entender con facilidad. De igual manera se realizó los cambios el cual se puede observar en el anexo...

5. ¿Cree usted que logró disminuir el tiempo al momento de realizar el pedido en caja?

Alternativas	Respuestas	Porcentaje
Si	3	75%
Neutro	1	25%
No	0	0%
Total	4	100%



Análisis 5

El 75% de los encuestados sobre las piezas gráficas mencionaron que sirvió de ayuda para disminuir el tiempo que dedican para seleccionar y realizar su pedido, un 25% cree que solo puede bajar el tiempo a veces ya que él mismo le toma tiempo decidir sobre su orden. En este caso, la gran mayoría de los usuarios están de acuerdo que en algún momento, los diseños permiten disminuir las largas esperas en las filas dentro del local. Tomando esto en cuenta, se realizó una comparación de tiempo mientras los usuarios realizaban la actividad solicitada. A continuación en la (Figura 95) se muestran los resultados obtenidos.

Figura 95

Cuadro de tiempo en realizar un pedido

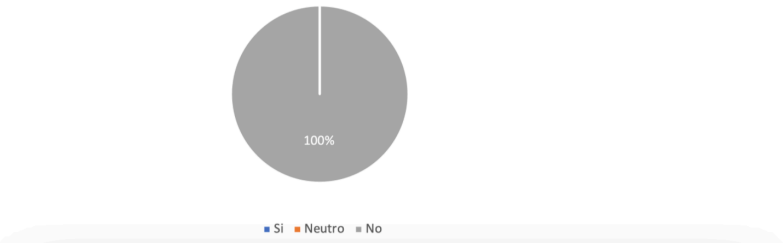
		Minutos	
		Antes	Después
Usuarios	1	3,57	2,50
	2	4,49	3,12
	3	3,13	2,32
	4	2,58	2.00

Como se puede observar en el cuadro el tiempo que les toma a los usuarios en escoger y realizar su pedido es significativamente menor ya que por medio de las piezas gráficas que en este caso son los carteles colgantes los cuales se enfocan en brindar recomendaciones de platos y el otro informa sobre los almuerzos diarios pueden llegar a ser un aporte positivo para el Restaurante y los clientes que acuden al mismo.

6. ¿Cree usted que luego de terminar el recorrido necesita más información sobre el proceso de compra del restaurante?

Alternativas	Respuestas	Porcentaje
Si	0	0%
Neutro	0	0%
No	4	100%
Total	4	0%

Necesidad de añadir información



Análisis 6

De acuerdo con la figura anterior, el 100% de los encuestados aseguró que no necesitó más información luego de interactuar con cada una de las piezas gráficas. Es decir que, el sistema de comunicación gráfica tiene una alta efectividad durante el recorrido. Sin embargo, una de las aportaciones que realizaron al proyecto fue uno de los usuarios, para la infografía que se coloca en la mesa ya que mencionó que la información es útil y necesaria pero debería haber dos infografías para que no lleguen a repetirse el mismo en todas las mesas.

Para poder aportar a la validación del proyecto se utilizó el método de la Telaraña de Bernstein de acuerdo con Van Riel (2014), la herramienta permite poder establecer una comparación entre el antes y el después de la utilización del sistema de piezas gráficas, en este caso, se puede observar si llego a existir un cambio dentro del Restaurante San Luis, en cuanto a los elementos que fueron colocados en los puntos estratégicos dentro del mismo.

Antes de utilizar la herramienta de la Telaraña de Bernstein, se realizó un cuadro el cual tiene como base las encuestas realizadas a los usuarios anteriormente. Otro elemento fundamental que se utilizó para desarrollar dicha tabla son los requerimientos del proyecto que fueron necesarios para la creación de las diferentes piezas gráficas. Por otro lado, el cuadro realizado para la comparación consta de una escala del 1 al 5, donde el número uno corresponde a un estado deficiente, en cambio el cinco a un aspecto favorecedor. Este tipo de valoración sirve para poder establecer promedios y llegar a colocar un valor numérico específico a los requisitos. A continuación, se puede observar en la (Figura 96), el cuadro mencionado.

Figura 96

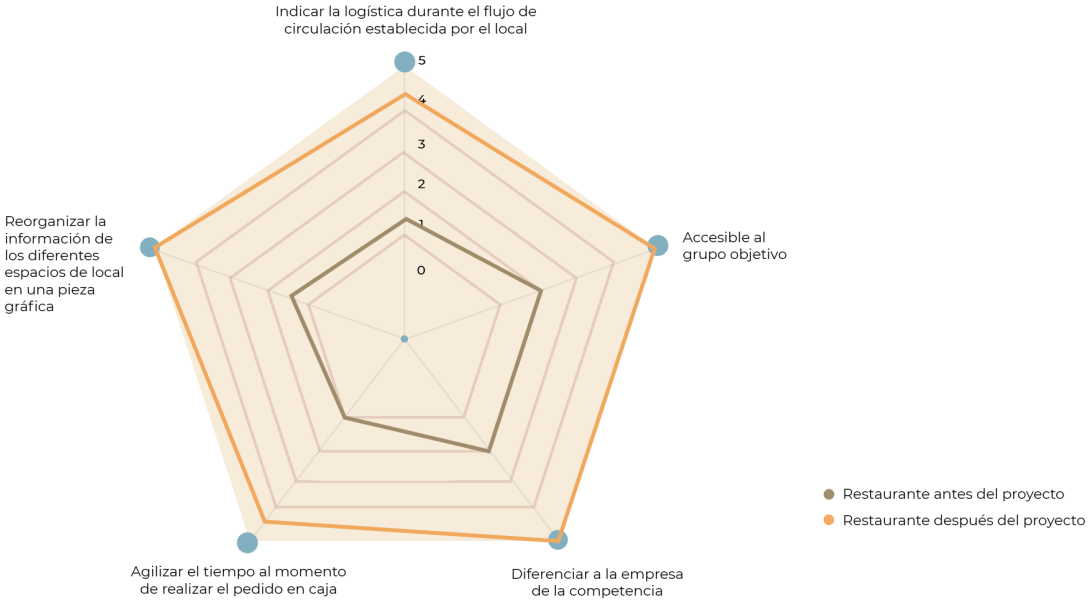
Cuadro de comparación sobre los requerimientos del proyecto

Requerimientos	Antes del proyecto 1 2 3 4 5	Valor	Después del proyecto 1 2 3 4 5	Valor
1. Indicar la logística durante el flujo de circulación establecida por el local				
Material para indicar el flujo de circulación	1	1,5	5	4,5
Comprensión sobre el proceso de compra que debe seguir el usuario	2		4	
2. Reorganizar la información de los diferentes espacios de local en una pieza gráfica				
Calidad de la información que se entrega al usuario	2	1,5	5	5
Visibilidad y legibilidad del material colocado	1		5	
3. Agilizar el tiempo al momento de realizar el pedido en caja				
El material ayuda a tener una idea más clara sobre el pedido que va a realizar	1	1	4	4,5
Información útil y concisa	1		5	
4. Diferenciar a la empresa de la competencia				
Piezas gráficas brindan singularidad al local y aporta a la experiencia del cliente	2	2	5	5
5. Accesible al grupo objetivo				
Facilidad de recibir, comprender e interactuar con la información y el material impreso	2	2	5	5

Después de colocar los valores obtenidos para cada requerimiento se procede a desarrollar la telaraña de Bernstein (Figura 97), de esa manera, se puede observar gráficamente hasta qué punto la propuesta de diseño realizada ha influido sobre los problemas detectados en las instalaciones del Restaurante San Luis y si el desarrollo de dicha propuesta de un sistema de comunicación gráfica llegó a incidir sobre el funcionamiento adecuado en el local.

Figura 97

Telaraña de Bernstein



De manera general, a través de las encuestas realizadas a los usuarios se determinó la aprobación del sistema de piezas diseñadas, los mismos aseguraron sentirse cómodos utilizando las piezas gráficas y mucho mejor orientados, además la mayoría mencionaron que se debería implementar el sistema para el proceso de compra dentro del restaurante. Por otra parte, el análisis de la telaraña de Bernstein permitió demostrar que el sistema de comunicación responde con los requisitos y necesidades impuestas para su proyección y a través de esta herramienta se puede observar que existen mejoras dentro del local y llegan a resolver los problemas que presentan los usuarios.

Conclusiones

El análisis teórico e investigativo realizado para el proyecto, permitió detectar varios problemas en cuanto al proceso de compra que se realiza dentro del establecimiento ya que una gran cantidad de clientes no tienen conocimiento sobre cómo es la logística que mantiene el restaurante debido a la baja calidad de indicaciones e información que tienen los usuarios al ingresar. Por otro lado, se identificó que existe información colocada en diferentes zonas donde no tienen una buena legibilidad y no llegan a resolver las inquietudes de los usuarios.

El desarrollo de un sistema de comunicación gráfica que aporta a la eficiencia de la información de los servicios del Restaurante “San Luis” puede servir de apoyo al momento de mejorar la calidad del servicio y el tiempo en el proceso de compra. Dicho proyecto se trabajó bajo cuatro requerimientos fundamentales: Indicar el flujo de circulación establecida por el local, reorganizar la información de los diferentes espacios, agilizar el tiempo al momento de realizar el pedido en la caja y poder diferenciar al establecimiento de la competencia.

La validación final del proyecto se realizó dentro de la mismo Restaurante “San Luis” y a través de encuestas a un grupo de personas que interactuaron con el sistema de comunicación gráfica, se obtuvo que la mayoría de los encuestados consideran que las piezas diseñadas son de gran ayuda durante el proceso de compra, también por parte del comitente se expuso que la pieza manipulativa realizada como cartel colgante tiene una elevada probabilidad de resolver un problema comunicacional donde los meseros puedan interactuar y colocar las piezas formando el menú del día. También, los usuarios afirmaron que al tener recomendaciones de platos gastronómicos, poseen una idea más clara y segura de su pedido lo que da como resultado que a partir de esas piezas se logre disminuir el tiempo en caja al momento de realizar su orden.

Recomendaciones

Como recomendaciones para el Restaurante sobre el proyecto desarrollado, se enfoco que el sistema de piezas gráficas realizadas, tienen consigo un espacio físico que son parte de cada una ya que, están colocados en puntos estratégicos, este proceso se debe seguir cumpliendo en función al entorno y logrando adaptar cada pieza en el local, con el fin de que la experiencia del usuario pueda desarrollarse y de esa manera seguir aumentando las expectativas de los usuarios que ingresen al establecimiento dentro del sector La Michelena ubicado en el sur de Quito.

Por otro lado, es importante mantener cada una de las piezas en constante actualización ya que, actualmente nos encontramos en la era de nuevas tecnologías, pueden servir de gran apoyo para el sistema gráfico, donde se podría implementar aplicaciones inteligentes que promuevan los servicios que oferta el local, con el fin de aportar positivamente al posicionamiento del restaurante en el mercado.

Bibliografía

Bustinduy, I. (2012). La Comunicación Interna en las Organizaciones 2.0. Editorial UOC. https://library.biblioboard.com/content/cd66a6a3-afcf-4c40-9d1e-a06798295c6a

Carbone, L. P. (2004). Clued in: How to keep customers coming back again and again. FT Prentice Hall.

Costa, J. (1977). La imágen de empresa: Métodos de comunicación integral. Ibérico Europea de Ediciones.

Frascara, J. (2013). ¿Qué es el diseño de información? Ediciones Infinito. https://library.biblioboard.com/content/21c979af-865b-49f0-bf4e-84b7f3255926

López Vázquez, B. (2007). Publicidad emocional. ESIC.

Lupton, E., Marcos, Á., & Lupton, E. (2019). El diseño como storytelling. http://www.digitaliapublishing.com/a/65924/

Metodologa Del Diseo. (2010). Parramon.

Psicología de la emoción. (2010). Editorial universitaria Ramón Areces.

Samara, T. (2009). Los elementos del diseño: Manual de estilo para diseñadores gráficos. Gustavo Gili.

Anexos

Anexo 1: Ficha comprobación teórica

Factor de función	**Legibilidad:** La tipografía utilizada transmite fuerza y consistencia la cual resulta directa y carente de detalles al ser palo seco y es legible en tamaño más pequeño. **Cromática:** Paleta cromática utilizada de baja saturación la cual posee colores cálidos y fríos que van de la mano con el entorno y con la especialidad del restaurante. **Imagen visual:** Las imágenes utilizadas proporcionan un contrapunto visual al texto y sirven como una conexión de experiencias para el usuario. Por ende, se utilizo fotografías ya que es considerada acertada y persuasiva. Tambien ilustraciones que transmite una cualidad emocional y orgánica hacia el usuario. **Maquetación:** Se utilizo una composición reposada donde el resultado será simétrico y centrado. Por lo que una retícula modular para organizar cada elemento será importante para las diferentes piezas gráficas	  	**Legibilidad:** "La tipografía es la que se encarga de la materialización visual del lenguaje verbal. En el sistema de pie- zas gráficas los códigos tipográficos son importan- tes, estos ayudan a que las piezas sean interpretadas de mejor manera". (Ambrose, 2019) **Cromática:** Según Sean Adams "el color posee la capacidad de provocar una reacción, creando un estado de animo logrando un significantes de ideas tanto positivas como negativas. En las piezas realizas se recurrió a la asociación del color para transmitir el concepto de viaje y reforzando la información que se coloco, donde la selección de colores cálidos y fríos de baja saturación provoquen una respuesta correcta en el cliente". **Imagen visual:** "Mezclar estilos de imágenes, el crear un contraste entre los elementos visuales es la clave para conseguir diseños frescos y animados. Sin dejar de lado el propósito de expresar adecuadamente los mensajes para que se relacionen entre sí mediante un lenguaje visual unificado". (Samara, 2007, p.186) **Maquetación:** "La organización del contenido responde al formato, la retícula introduce un orden sistemático en una composición, se puede distinguir entre distintos tipos de información y facilita el camino que recorre el espectador". (Samara, 2007, p.206)	La tipografía se estableció por la legibilidad de su fuente y la claridad de sus números. Se debe utilizar Montserrat para los textos en sus distintas versione y Gabo drive para los titulos. El tamaño mínimo de los caracteres dependerá de la distancia estimada de lectura. El color es una experiencia visual, una impresión sensorial que percibimos a través de los ojos por esa razón la paleta cromática que se utilizará en el sistema de piezas gráficas para el restaurante San Luis, está compuesto por colores cálidos y fríos. La reticula modular utilizada para organizar la información en cada pieza la cual proporciono flexibilidad y presición respondiendo al concepto que se quiere transmitir logrando que se integre el texto y las imágenes de diferentes tamaños ofreciendo de esa manera contraste y variedad sin dejar de lado la unidad armonica proporcional de los paneles en la maquetación.

Factor conceptual y persuasivo	Las piezas que se realizaron tienen un concepto detrás el cual fue un factor importante para cumplir con e objetivo del proyecto el cual se enfoca en la experiencia del cliente creando un sistema de piezas gráficas para informar sobre el proceso de compra y acompañar al cliente en su recorrido. Por ende el concepto fue indicado donde todas las piezas se asocian a objetos que se encuentran dentro de un viaje. **Simbolismo:** Uso de símbolos adaptadas al entorno utilizando el concepto. Son íconos de fácil entendimiento y contienen información clara para el usuario **Eficiencia semiótica:** Comunicar la logística establecida por el local y guiar al usuario desde la entrada, realiza su pedido y salida del local.		"Para transmitir la calidad de un producto es necesario desarrollar un concepto que cuente una historia para el cliente. Un producto se compra para ser utilizado. Debe satisfacer ciertos criterios, no solo funcionales, sino también psicológicos y estéticos. «Un buen diseño enfatiza la utilidad de un producto al tiempo que ignora cualquier cosa que pueda perjudicarlo" (Samara, 2007, p.34)	Se utiliza íconos para la señalética que el usuario ya ha visto y tienen cierta familiaridad pero en este caso el entorno cambia y los usuario no están acostumbrados a observar ese tipo de íconos sin embargo cada icono que se realizo es sencillo, informa y guía al cliente. El uso de texto es mínimo para que los íconos lleguen a comunicar.
Factor estético	**Estilo gráfico:** Ilustraciones y fotografías asociadas al concepto diseño las cuales son atractivas para el usuario y transmiten el proceso de un viaje y los platos gastronómicos que ofrecen en el restaurante **Calidad de imágenes:** Buena calidad para las fotografías tomando en cuenta el contraste, la luz y el color al momento de realizar la		"Las imágenes proporcionan un contrapunto visual junto con el texto ofrecen una ayuda a explicar la información. Se vuelve un espacio simbólico y emocional que reemplaza la experiencia física en la mente del cliente. En el caso de los íconos se llegan asociar con identificación y guía los cuales deben ser realizados tomando en cuenta el grado de simplicidad para que sean claros " (Samara, 2007, p.168)	Las imágenes y pictogramas realizados para cada pieza se asocian al concepto que se quiere transmitir también cada uno tiene su propio espacio debido a la retícula que se ocupo para organizar cada uno. A pesar de que cada pieza tiene diferente información las Imágenes se entrelazan logrando ver una misma línea

	composición de las imágenes se cuido el corte de cada plato para colocarlo en un nuevo fondo junto a otras fotografías.			gráfica dentro del proyecto.
Factor técnico	**Sistema de producción:** Piezas físicas realizadas para el restaurante y sus clientes enfocadas en el proceso de compra **Acabados:** Uso diario, cada pieza será impresa en cama plana utilizando un material trovicel al ser ligero y resistentes para un espacio interno **Costos:** Medio al momento de imprimir cada pieza y colocarlas en las diferentes bases las cuales son diferentes para algunas piezas **Distribución:** Son piezas impresas enfocadas al restaurante San Luis y a sus clientes.		"Todos los productos surgen por una necesidad, un problema o un deseo. se debe tener en cuenta el tipo de usuario al que va dirigido el producto. Así como el medio ambiente al fabricar el producto. El producto logrado debe desempeñar la función para la que se ha fabricado pero también debe tener una buena estética para desarrollar una buena experiencia para el cliente". (Santarsiero, 2001, p.41)	El posicionamiento de cada pieza es sencilla debido al material que se va a ocupar para imprimir. El usuario después de colocar cada pieza en el espacio que corresponde no tendrá que moverlo y tampoco será una carga visual para el entorno. Únicamente el usuario deberá realizar un movimiento al momento de formar la palabras del menú para los almuerzos del día

Anexo 2: Comprobación teorica profesora Karla Betancourt

https://drive.google.com/drive/folders/1d-lKTWpyFtRYaQ_PtDdbvlJjy29RL-BA8?usp=sharing

Anexo 3: Comprobación comitente

Comprobación con el comitente

Dueño del restaurante:

Juan Pablo Zabala
38 años

Pieza: Señalética

Objetivos

1. Determinar si el usuario logro describir correctamente el pictograma

2. Determinar si el usuario pudo comprender automaticamente el pictograma

3. Determinar si el producto orienta e informa al usuario

Pictograma	Significado
Utiliza la mascarilla	Respuesta incorrecta
Distanciamiento	Respuesta correcta
Utilizar alcohol	Respuesta incorrecta
Aforo	Respuesta correcta
Empieza el viaje	Respuesta correcta
Realizar tu pedido	Respuesta correcta
Vlaje finalizado	Respuesta correcta
No sentarse aquí	Respuesta correcta

Observaciones

La mayoría de los pictogramas se entendieron bien y no me tomo tiempo hacerlo pero en los dos que coloque otra respuesta se que va a corde al concepto pero para el público es complicado que lo puedan entender por esa razón sugiero que coloques objetos que ya son conocidos en el tema de bioseguridad pero que se acoplen a las características de un viaje.

Objetivos

1. Describir correctamente el pictograma:

Describió correctamente 6 de 8 pictogramas

2. Comprender automaticamente el pictograma:

La mayoría de los pictogramas comprendio facilmente

3. Determinar si orienta e informa al usuario:

Logró informar y orientar durante el proceso de compra.

Comprobación con el comitente

Pieza: Cartel colgante (Almuerzo)

Objetivos

1. Determinar si el usuario pudo retener la información colocada antes de llegar a la caja

2. Determinar si el producto es util para el restaurante y si se usaria como herramienta para colocar los almuerzos de cada día

3. Determinar el tiempo que le tomo a uno de los trabajadores formar un nombre de un plato



Escala de Likert				
1 Nada satisfecho	2 Poco satisfecho	3 Neutro	4 Satisfecho	5 Muy satisfecho

Preguntas	Respuestas
¿Cree usted que fue util utilizar fotografías de diferentes platos en el cartel colgante?	5
¿Cree usted que la informcación colocada es suficiente para informar sobre la división de fases en un almuerzo?	4
¿Cree usted que el restaurante deberia implementar la pieza gráfica mostrada anteriormente para informar sobre los almuerzos?	5

Observaciones

La pieza colgante es útil para colocar los almuerzos del día ya que el mesero podrá formar el nombre del plato donde cada día es un almuerzo diferente, la información es clara y el objeto se puede visualizar fácilmente pero sugiero que además de solo tener las cartas con las letras también exista ya formada la palabra porque si es verdad que cada día es diferente pero en el mes se repiten algunos platos entonces realizar esa pieza a parte de las cartas donde el mesero solo coloque la palabra repetida.

Objetivos

1. Retener la información colocada:

Se logró retener la información al ser corta y clara

2. Determinar si el producto es útil para el local :

Es útil para el local ya que soluciona un problema de comunicación sobre el almuerzo donde actualmente se utiliza un pizarrón pero durante el día los meseros deben nuevamente escribir y estar pendientes ya que suele ser borrada.

Anexo 4: Comprobación comitente video

https://drive.google.com/drive/folders/1VvHGFyubhbH0Mm-5cuWWEQtsWAY0MQ4n2?usp=sharing

Anexo 5: Comprobación mesero

Actividad	Respuestas
Forma con las tarjetas el siguiente menú Entrada: caldo de patas Plato fuerte: seco de chivo Bebida: naranja	2

Escala de Likert	
1 No completo	2 Logro completar

Observaciones

Fue un cartel útil y divertido al momento de colocar el nombre de los platos, en el tiempo me demore mas al buscar cada letra pero me gusto porque ya no tendré que volver a escribir el menú por si se borraba o los clientes a veces no entendian mi letra. Por esa razón fue de gran ayuda este producto.

Objetivo

3. Determinar el tiempo que le tomó a uno de los trabajadores formar un nombre de un plato:

Le tomó 4.40 minutos en realizar el menú

Pregunta	Respuestas
¿Cuánto tiempo te llevó colocar cada pieza en el cartel?	3

Escala de Likert			
1 2min	2 3min	3 4min	4 5min

Pregunta	Respuestas
¿Cree usted que fue de ayuda el cartel colgante para colocar el almuerzo del día?	4

Escala de Likert			
1 No me ayudaron	2 No me di cuenta	3 Me distrajeron y confundieron	4 Si me ayudaron

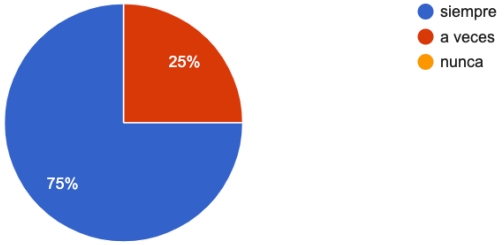
Anexo 6: Comprobación usuario





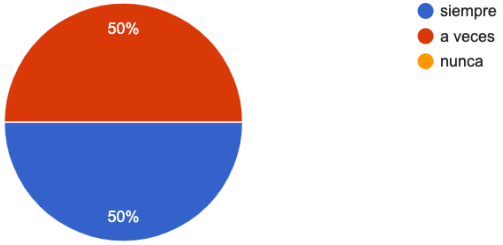
¿Cree usted que el sistema de piezas le ayudó a resolver las preguntas que se presentaron en el recorrido?

4 respuestas



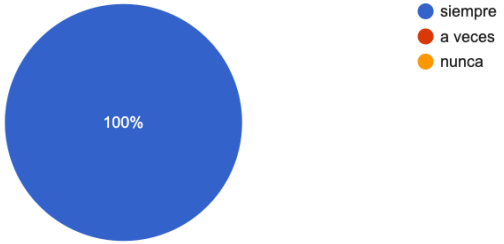
¿Cree usted que las piezas fueron entendibles y de fácil uso?

4 respuestas



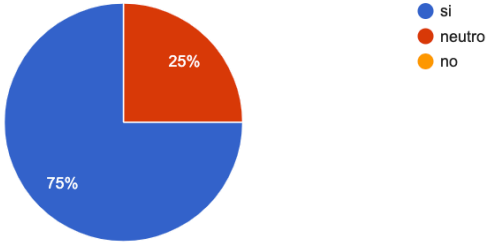
¿Cree usted que el sistema de piezas le ayudó a guiarse durante el recorrido?

4 respuestas



¿Cree usted que logró disminuir el tiempo al momento de realizar el pedido en caja?

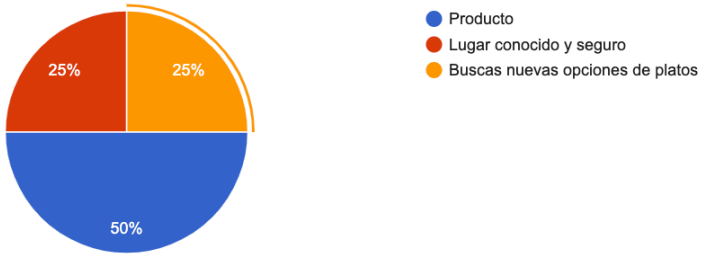
4 respuestas



Anexo 7: Proceso de decisión de compra

¿Cuál es el motivo para que te dirijas al Restaurante San Luis?

4 respuestas



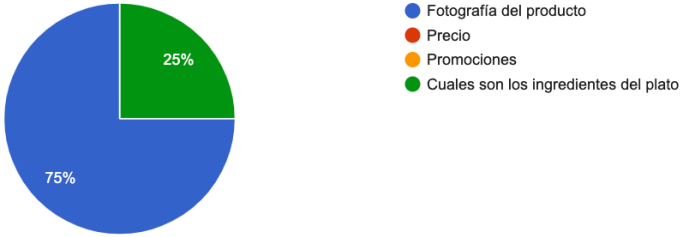
Al ingresar al local. ¿Qué es lo primero que observas o a donde te diriges?

4 respuestas



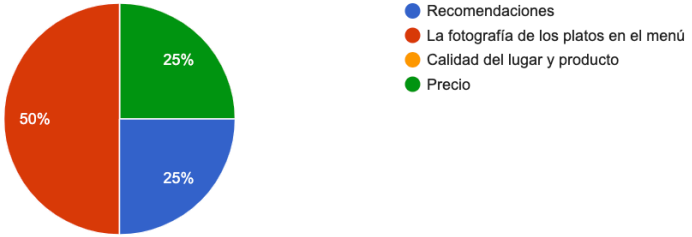
En el momento de observar las opciones del producto. ¿Qué es lo que te llama la atención?

4 respuestas



Al tener la información sobre el producto ¿Que es lo que te hace decidirte por adquirir el producto?

4 respuestas



Después de adquirir el producto ¿Por que volverías a realizar una compra en un futuro?

4 respuestas

