

**Escuela Superior Politécnica del Litoral**

**Facultad de Ciencias Sociales y Humanística**

**Título del trabajo**

Diseño del contenido de una aplicación móvil para mejorar la experiencia  
del Guayaquil Food Show

ADMI-1308

**Proyecto Integrador**

Previo la obtención del Título de:

**Licenciatura en Turismo**

**Presentado por:**

Ashley Mikaela Lindao Reina

Jorge Luis Baldeón Alonso

Guayaquil - Ecuador

Año: 2025

## Dedicatoria

---

A mi querida mamá y hermana, por ser mi apoyo incondicional en cada etapa de este camino. Este logro es fruto del amor, dedicación y las palabras de aliento que me brindaron, con todo mi corazón se los dedico a ustedes.

**Ashley Lindao**

A mi mamá y papá por confiar en mí y ser el faro que ha iluminado cada etapa de mi vida. Este logro es el fruto de su ejemplo y esfuerzo constante.

**Jorge Baldeón**

## Agradecimientos

---

A Dios, por guiarme y darme la sabiduría para llegar hasta aquí. Mi mamá, papá y hermana, por su constancia, amor, y cuidados. A Sasha, por su compañía incondicional en tantas madrugadas. A las amistades que nacieron en la universidad. A mi mejor amiga Michelle que me acompañó en cada etapa de mi vida. A Richie por su amor, consejos y apoyo en el cierre de este proyecto.

### **Ashley Lindao**

A Dios por concederme la fortaleza, sabiduría y constancia necesaria para alcanzar este logro. A mi madre; por su amor incondicional, a mi padre; por su ejemplo de superación; a mis hermanos y seres queridos; por su apoyo inquebrantable. A Wale y amigos; quienes hicieron que mi etapa universitaria sea inolvidable. A Volvo; testigo silencioso de la perseverancia y camino recorrido.

### **Jorge Baldeón**

## Declaración Expresa

---

Nosotros, Ashley Mikaela Lindao Reina y Jorge Luis Baldeón Alonso acordamos y reconocemos que:

La titularidad de los derechos patrimoniales de autor (derechos de autor) del proyecto de graduación corresponderá al autor o autores, sin perjuicio de lo cual la ESPOL recibe en este acto una licencia gratuita de plazo indefinido para el uso no comercial y comercial de la obra con facultad de sublicenciar, incluyendo la autorización para su divulgación, así como para la creación y uso de obras derivadas. En el caso de usos comerciales se respetará el porcentaje de participación en beneficios que corresponda a favor del autor o autores.

La titularidad total y exclusiva sobre los derechos patrimoniales de patente de invención, modelo de utilidad, diseño industrial, secreto industrial, software o información no divulgada que corresponda o pueda corresponder respecto de cualquier investigación, desarrollo tecnológico o invención realizada por mí/nosotros durante el desarrollo del proyecto de graduación, pertenecerán de forma total, exclusiva e indivisible a la ESPOL, sin perjuicio del porcentaje que me/nos corresponda de los beneficios económicos que la ESPOL reciba por la explotación de mi/nuestra innovación, de ser el caso.


En los casos donde la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI) de la ESPOL comunique al/los autor/es que existe una innovación potencialmente patentable sobre los resultados del proyecto de graduación, no se realizará publicación o divulgación alguna, sin la autorización expresa y previa de la ESPOL.

Guayaquil, 15 de octubre del 2025.



---

Lindao Reina Ashley  
Mikaela



---

Baldeón Alonso Jorge  
Luis

## **Evaluadores**

---

**Cinthy Elizabeth Veintimilla Mariño**  
Profesor de Materia

---

**Maria Fernanda Salas Puente**  
Tutor de proyecto

## Resumen

El presente proyecto tiene como objetivo diseñar el contenido de una app móvil para mejorar la experiencia de los asistentes del Guayaquil Food Show, de esta forma accedan a información detallada de los showrooms. La propuesta responde a integrar características específicas brindadas por los asistentes optimizando así su experiencia durante el evento.

Para su desarrollo, se utilizaron herramientas de la metodología design thinking para las distintas fases. Se analizó la percepción de los asistentes de la primera edición mediante investigaciones secundarias y entrevistas semiestructuradas, lo que entregó hallazgos que permitieron entender los elementos críticos de la experiencia. Posteriormente, se diseñó el contenido informativo del manual, incorporando funciones esenciales y criterios de usabilidad como; tracking de actividades, perfiles de expositores y participantes, mapas de recorrido, ventanas con las actividades de los 4 showrooms predominantes, diseñadas en Adobe Illustrator y Figma, para el uso de los asistentes durante su recorrido en el evento. La validación del prototipo y contenido se realizó a través de una matriz de feedback, en el cual se evaluó la información organizada, aceptación del diseño y la pertinencia de las funciones propuestas. Los resultados demostraron una respuesta positiva respecto a la organización de la información.

En definitiva, el proyecto demuestra cómo el diseño de contenido aplicado de forma estratégica, puede optimizar la toma de decisiones del asistente, fortaleciendo la percepción del evento y aportando valor a la experiencia del usuario.

**Palabras claves:** Guayaquil Food Show, Manual de Diseño, Prototipo, Experiencia, Evento gastronómico, app móvil.

## ***Abstract***

*The objective of this project is to design the content of a mobile application to enhance the experience of attendees at the Guayaquil Food Show, allowing them to access detailed information about the showrooms. The proposal responds to the need to integrate specific features requested by attendees, thereby optimizing their experience during the event.*

*Design thinking methodology tools were used for the different phases of its development. The perception of attendees at the first edition was analyzed through secondary research and semi-structured interviews, which provided findings that allowed us to understand the critical elements of the experience. Subsequently, the informative content of the manual was designed, incorporating essential functions and usability criteria such as activity tracking, exhibitor and participant profiles, route maps, and windows with the activities of the four main showrooms, designed in Adobe Illustrator and Figma, for attendees to use during their tour of the event. The prototype and content were validated using a feedback matrix, which evaluated the organized information, acceptance of the design, and relevance of the proposed functions. The results showed a positive response to the organization of the information.*

*In short, the project demonstrates how strategically applied content design can optimize decision-making for attendees, strengthening their perception of the event and adding value to the user experience.*

*Keywords: Guayaquil Food Show, Design Manual, Prototype, Experience, Gastronomic Event, Movil app.*

# Índice General

<b>1. Introducción</b>	<b>1</b>
1.1 Descripción del problema	2
1.2 Justificación del problema	3
1.3 Objetivos	4
1.3.1 Objetivo general	4
1.3.2 Objetivos específicos	4
1.3.3 Resultados esperados.	4
1.3.3.1 Indicadores cuantitativos.	5
1.3.3.2 Indicadores cualitativos.	5
1.4 Marco teórico	5
1.4.1 Eventos	5
1.4.2 Uso de eventos como recurso de conexión profesional	6
1.4.3 Tecnología en eventos	7
1.4.4 Turismo gastronómico	8
1.5 Marco normativo y legal	9
1.5.1 Reglamento de regulación de eventos públicos	9
1.5.2 Autorización para eventos públicos	10
1.5.3 Ley de Turismo	11
1.5.4 Ley Orgánica de Protección de Datos Personales	12
<b>2. Metodología</b>	<b>13</b>
2.1 Design Thinking	13
2.1.1 Empatizar	14
2.1.2 Definir	15
2.1.3 Idear	15
2.1.4 Prototipar	17
2.1.5 Validar	18
<b>3. Resultados y Análisis</b>	<b>19</b>
3.1 Etapa 1: Empatizar	19
3.1.1 Investigación Secundaria	19
3.1.2 Stakeholder Map	29
3.1.3 Entrevistas	31
3.1.4 Mapas de empatía	32
3.1.5 Perfil de Usuario	34
3.2 Etapa Definir:	37
3.2.1 Customer Journey Map / Mapa de experiencia	37
3.3 Etapa Idear	39
3.3.1 Benchmarking visual	39
3.3.2 Brainstorming / Lluvia de ideas	41
3.3.3 Value Proposition Canvas	43
3.3.4 Matriz de Priorización	45
3.3.5 Arquitectura de información	46
3.3.6 Mapa de contenido	47

3.3.7 Moodboard	51
3.4 Etapa Prototipar	54
3.4.1 Boceto estructural/Wireframe	54
3.4.2 Canva	54
3.4.3 Adobe Illustrator	55
3.4.4 Figma	55
3.4.5 Desarrollo de prototipos	55
3.5 Etapa Validar	57
3.5.1 Matriz de FeedBack	57
3.5.2 Ajustes realizados	58
3.6 Prototipo final y Propuesta de valor	58
3.6.1 Prototipo final	58
3.6.2 Propuesta de valor	59
3.7 Presupuesto	59
<b>4. Conclusiones</b>	<b>61</b>
4.1 Conclusiones del análisis de la percepción y experiencia del asistente	61
4.2 Conclusiones del Diseño de contenido	61
4.3 Conclusiones de la Validación del Prototipo	62
5. Recomendaciones	62
<b>Referencias</b>	<b>61</b>
<b>Anexos</b>	<b>66</b>

## Índice de figuras

Figura 1	30
Figura 2	32
Figura 3	36
Figura 4	40
Figura 5	42
Figura 6	43
Figura 7	45
Figura 8	47
Figura 9	52
Figura 10	54
Figura 11	58
Figura 12	60

## Índice de tablas

**Tabla 1** .....19

**Tabla 2** .....62

## **CAPÍTULO 1**

## 1. Introducción

El presente proyecto se enfoca en el diseño del contenido de una app móvil que permita el acceso a información durante el desarrollo del evento Guayaquil Food Show, mejorando la experiencia de los asistentes. El evento que en su primera edición se desarrolló en los salones del Hotel Hilton Colón Guayaquil busca posicionar a la ciudad como epicentro gastronómico. Los organizadores son la Escuela de los Chefs, junto al Municipio de Guayaquil a través de la Dirección de Turismo y la Empresa Pública Municipal para la Gestión de la Innovación y la Competitividad (ÉPICO).

Esta propuesta surge debido al crecimiento de eventos gastronómicos desarrollados en Ecuador, creando un interés significativo tanto en expositores como asistentes, estableciendo estos espacios como una vía estratégica para la promoción de marcas, tendencias gastronómicas y experiencias interactivas. Sin embargo, a pesar del auge de la tecnología y su uso para la comunicación, los visitantes enfrentan dificultades para acceder a información clara, organizada y actualizada en el evento sobre ubicación de stands, ponencias, horarios y actividades especiales. Esta deficiencia limita la participación activa del público, la planificación del recorrido en el sitio, aprovechar al máximo las actividades del día, reduce la visibilidad de los expositores y genera percepción de desorganización, afectando la experiencia general del visitante.

Ante esta situación, el proyecto aplica la metodología Design Thinking, lo que permite afrontar los problemas desde la perspectiva de los visitantes y establecer soluciones centradas en sus requerimientos a través de los procesos de: descubrimiento, definición, ideación, prototipado y validación (Leweirck, Link & Leifer, 2020).

El estudio aborda la identificación de necesidades de los asistentes, análisis de experiencias para elaborar el diseño del contenido de una app móvil y posterior la evaluación de su impacto e interacción con los asistentes.

## **1.1 Descripción del problema**

Durante el desarrollo de Guayaquil Food Show 2025, se identificó que la información sobre las ubicaciones, actividades, expositores, horarios de presentación están dispersas en algunas redes sociales como instagram y tiktok, especialmente en instagram donde se difunden de manera fragmentada y no centralizada, al ser este un evento que reúne múltiples actividades de manera simultánea como el Congreso Internacional de Gastronomía 360, el Gourmet Experience y los actividades de libre acceso con competencias culinarias y stands de marcas, los visitantes requieren de orientación seguida para saber a dónde dirigirse, seleccionar actividades de interés y acceder a los contenidos sin depender de la búsqueda de publicaciones, material promocional y las historias en redes sociales.

Esta información dispersa limita la experiencia del usuario mientras participa en el evento, ya que no dispone de una herramienta que le brinde información en tiempo real, recordatorios inmediatos sobre los horarios de actividades y también que indiquen la ubicación clara y específica dentro del sitio, a su vez la carencia de un canal unificado impide que organizadores, expositores y asistentes interactúen de manera activa, lo que disminuye la oportunidad a los visitantes de participar en las actividades programadas y dificulta el aprovechamiento general de la oferta gastronómica, académica y experiencial del Guayaquil food show. Ante esta situación, surge la necesidad de diseñar el contenido de una app móvil que centralice la información, optimice la comunicación y aumente la

satisfacción del visitante mediante una navegación más organizada y accesible en las siguientes ediciones del Guayaquil Food Show.

La problemática se asocia con los Objetivo de Desarrollo Sostenible, el ODS 8: “Trabajo decente y crecimiento económico” y el ODS 4: “Educación de calidad”, debido a que el diseño del contenido de una app móvil para mejorar la experiencia del asistente en el Guayaquil Food Show, promueve el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno, productivo y decente, como también garantiza una educación inclusiva y equitativa de calidad, genera oportunidades de aprendizaje permanente para todos.

## **1.2 Justificación del problema**

La problemática identificada resulta relevante para la Escuela de los Chefs, de no ser implementada una solución tecnológica adecuada, la capacidad del evento para consolidarse como referente gastronómico nacional e internacional puede verse restringida y a su vez afecta la visibilidad de los expositores, el alcance de las actividades y la experiencia de los visitantes.

Manejar esta necesidad desde un enfoque innovador centrado en el usuario resulta fundamental para garantizar soluciones correspondientes. Según “Design Thinking Playbook” de Lerwick, Link y Leifer (2020), ayuda a comprender las necesidades reales de los usuarios y generar soluciones viables mediante los distintos procesos. La implementación de un prototipo de app móvil no solo da respuesta a las dinámicas actuales de digitalización de eventos, sino que aporta en la mejora organizativa, la interacción con los visitantes y la difusión del contenido actualizado.

Abordar este proyecto resulta relevante para el área académica vinculada al turismo, ya que se incorpora de manera integral el conocimiento adquirido en la correcta gestión de eventos, turismo gastronómico y tecnología aplicada a mejorar la experiencias de los usuarios, fortaleciendo la innovación de productos y servicios en las demandas actuales del mercado turístico.

### **1.3 Objetivos**

#### ***1.3.1 Objetivo general***

Diseñar el contenido de una app móvil que permita a los asistentes del Guayaquil Food Show, acceder a información de los showrooms, por medio de un prototipo que integre las características requeridas por los usuarios mejorando su experiencia.

#### ***1.3.2 Objetivos específicos***

1. Analizar la percepción de los asistentes a la primera edición de Guayaquil Food Show, mediante información secundaria del evento y datos obtenidos a través de entrevistas, identificando los elementos que comprometen la experiencia de los usuarios.
2. Diseñar el contenido informativo de una app móvil que integre funciones esenciales y criterios de uso, mediante herramientas de Design Thinking incluyendo factores que mejoren la experiencia del asistente.
3. Validar el prototipo y el contenido planteado para una app móvil, mediante matriz de feedback, evaluando su aceptación, diseño, y funciones propuestas.

### ***1.3.3 Resultados esperados.***

Se prevé que la implementación del prototipo de app móvil mejore efectivamente la experiencia de los asistentes, optimizando la gestión del evento, facilitando el acceso a información en tiempo real sobre las distintas actividades, mejorando la interacción entre expositores, asistentes y organizadores, y se fortalezca el posicionamiento por parte de los organizadores como un referente innovador dentro del sector gastronómico.

#### **1.3.3.1 Indicadores cuantitativos.**

Los indicadores cuantitativos se enfocarán en medir la aceptación y usabilidad del prototipo de app móvil. En este sentido se proyecta que el nivel de aceptación de los usuarios sea de al menos el 80% de los usuarios. Esta métrica se validará con base en las respuestas de las encuestas en la etapa de validación.

#### **1.3.3.2 Indicadores cualitativos.**

En los indicadores cualitativos se buscará entender la experiencia de los asistentes y también la percepción de los expositores sobre el diseño de app móvil durante el evento. Se evaluará la facilidad y claridad de la información dentro de la misma, así como la satisfacción general de los asistentes al participar en las distintas actividades en el Guayaquil Food Show.

## **1.4 Marco teórico**

### ***1.4.1 Eventos***

Acorde con la International Congress and Convention Association (ICCA), un evento está definido como “una actividad planificada que puede tomar la forma de una reunión, exposición, congreso o feria, que tiene como propósito fomentar el aprendizaje, networking y la promoción de negocios”. Esta definición resalta la importancia de los eventos como una

herramienta que facilita la conexión de profesionales, genera oportunidades de comercio entre los actores que son parte del mismo.

Por otro lado, Según Cruz y Salva (1989), “el turismo de eventos comprende la organizaciones , convenciones, el intercambio de ideas o experiencias, dar a conocer nuevos sistemas o métodos de trabajo o algún proceso innovador, la oportunidad de conocer expertos e interactuar, solución a problemas específicos, el ofrecer nuevos productos al mercado, la enseñanza y la capacitación”(p.223)

Los eventos son fundamentales dentro del turismo por su dinamización en la economía local y mantiene el flujo constante de visitas durante cada año. Este tipo de actividades ayudan a que el turismo tenga una demanda constante, incrementa la ocupación en temporadas bajas y también eleva la estadía de los visitantes, estimulando así el gasto turístico. Así mismo el desarrollo de ferias, exhibiciones, exposiciones, congresos y convenciones eleva la creación y fortalece pequeñas y grandes empresas, favoreciendo así al destino, tal como lo menciona Lopera et al. (2016).

El sector de reuniones y eventos a nivel internacional presenta un crecimiento que se mantiene, con actividades que se realizan anualmente en distintas ciudades del mundo. Esta tendencia alimenta la relevancia de los eventos ya que posiciona a los destinos y los articula entre actores públicos, privados, académicos y productivos. Según Lopera et al. (2016), los eventos funcionan como un medio para atraer visitantes con diversos intereses, promueve la oferta y demanda, y posiciona la imagen de ciudades que buscan diferenciarse dentro del mercado turístico.

Designar una categoría al Guayaquil Food Show permite comprender y determinar los aspectos básicos que debe cumplir en su organización. Además, de segmentar los contenidos de interés basados en el perfil de asistentes que participan en el mismo. De acuerdo con Getz (2008), los eventos se pueden clasificar según su objetivo, tamaño, periodicidad y sector.

### ***1.4.2 Uso de eventos como recurso de conexión profesional***

De acuerdo con Getz (2008), los eventos pueden actuar como medio para la interacción social, profesional y comercial en la cual los actores establecen relaciones de valor, fortaleciendo posicionamientos y generando oportunidades de negocio. En contexto del Guayaquil Food Show, este evento posee potencial para desarrollarse como un espacio gastronómico que cumpla con estándares de nivel internacional. Al reunir a emprendedores, chefs, proveedores y expertos en el entorno, el Guayaquil Food Show permite que estos puedan compartir ideas, innovaciones y buenas prácticas.

Los eventos se han reafirmado como una herramienta estratégica dentro del ámbito profesional y empresarial, al poder obtener oportunidades para alcanzar los objetivos estratégicos establecidos y fortalecer redes de contacto. De las Fuentes Ubieta (2024) analiza cómo los eventos empresariales funcionan como una herramienta dentro del marketing en empresas. Dentro del sector gastronómico, estos eventos permiten conectar con profesionales, expertos en el área y emprendedores, funcionando como un intercambio de conocimientos, tendencias y experiencia de cada uno de ellos.

### ***1.4.3 Tecnología en eventos***

El uso de herramientas digitales se ha convertido en un requisito para los destinos turísticos que tratan de fortalecer la experiencia en el mercado MICE. De acuerdo con Sánchez Romero (2022), la aplicación de estas no solo optimiza la organización y gestión del evento, sino que además impacta de manera positiva en la experiencia de los asistentes y en la percepción sobre el evento. En base a esto, se prevé que el añadir un recurso digital para el uso de los asistentes permita mejorar tareas como la comunicación durante el evento,

recolección de datos, interacción con los usuarios, consolidando su uso en la organización actual y futura del Guayaquil Food Show.

La tecnología móvil ha emergido como una nueva herramienta que agiliza la gestión de eventos facilitando la creación y coordinación de todas las etapas del evento. Castro Penedo (2020) desarrolló una app móvil para sistemas iOS y Android con el objetivo de optimizar la interacción entre los participantes de eventos y convenciones, durante y después del evento.

Por una parte, Aldaz et al. (2024) menciona que las plataformas digitales no solo mejoran la colaboración y experiencia del usuario, sino que también ayudan a fortalecer la visibilidad, posicionamiento y difusión del contenido gastronómico. Este punto de vista complementa lo mencionado por Sánchez Romero (2022) y Castro Penedo (2020), al demostrar que el uso de recursos digitales no solo ayudan en la gestión y organización de un evento, sino que también amplía su alcance comunicacional y genera mayor conexión con internautas.

La gastronomía que ha sido considerada como una industria creativa, se favorece del uso de estrategias y recursos digitales para aumentar su identidad, crecer la interacción con la audiencia, lo que permite fidelizar asistentes y captar nuevo público participante, según Segarra-Saavedra, Hidalgo-Marí y Rodríguez-Monteagudo (2015). En complemento de Aldaz et al. (2024) que señala ayudan a fortalecer la visibilidad, posicionamiento y difusión del contenido gastronómico.

#### ***1.4.4 Turismo gastronómico***

Guayaquil Food Show busca posicionarse como un epicentro gastronómico en el Ecuador, promocionando la cocina local e impulsando hacia el reconocimiento internacional, atrayendo a profesionales y degustadores de la gastronomía ecuatoriana. Los eventos

gastronómicos se han consolidado como una estrategia dentro del turismo, debido a su capacidad de atraer visitantes, el impacto económico, cultural y promocional que generan en los destinos. Hernández Rojas et al. (2018) señalan que este tipo de eventos o congresos funcionan como dinamizadores del turismo al incentivar el desplazamiento de visitantes interesados en nuevas tendencias y experiencias gastronómicas.

Desde esta perspectiva, el turismo gastronómico ha crecido de manera significativa a nivel mundial, siendo la gastronomía un producto capaz de variar la oferta turística y a su vez fomenta el desarrollo local, nacional y regional dentro de un país (Cunha, 2018). Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2012), los destinos valoran la gastronomía por su forma de diferenciarse de otros y así fortalecen su identidad como país. Además Cunha (2018) afirma que los eventos gastronómicos mejoran la experiencia del turista y también que aprovechen su patrimonio culinario.

A partir de los conceptos de gestión de eventos y turismo gastronómico, estos enfatizan que el diseño de las experiencias debe ser enfocado en el usuario y a partir de este, implementar formas en la que el asistente interactúe con la información y la oferta de actividades del lugar.

En este contexto, el incorporar tecnología se convierte en un recurso fundamental para mejorar la experiencia del usuario, mediante el uso de una app móvil como medio para permitir una comunicación eficaz entre el evento y los asistentes. Esta propuesta responde al problema planteado, ya que el no poseer acceso a información organizada afecta la percepción del evento y llega a impactar de manera negativa la experiencia del usuario.

## **1.5 Marco normativo y legal**

### ***1.5.1 Reglamento de regulación de eventos públicos***

El reglamento fija las normas y disposiciones para la organización de eventos públicos, con la asistencia principal en la protección de los derechos de niños(as) y adolescentes. De acuerdo con la Ley Orgánica de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia (Asamblea Nacional,2022), que en su artículo 36 especula que los organizadores deben tomar precauciones para de esta forma brindar y garantizar medidas que aseguren la seguridad de este grupo en particular durante los eventos masivos.

La normativa ecuatoriana relacionada con la gestión de eventos establece lineamientos para poder asegurar tener las mejores condiciones en seguridad, accesibilidad y bienestar para todos los asistentes, también dentro de estos lineamientos se incluyen algunas obligaciones como controlar el aforo, contar con una señalización adecuada, prevención de riesgos y contar con personal capacitado para solventar emergencias. Estas directrices buscan garantizar que cualquier tipo de evento se desarrolle en un entorno seguro y capacitado.

También establece que todo evento cuente con un Plan de Contingencia aprobado por las autoridades competentes. El Registro Oficial No. 346 establece que dentro del mismo debe haber rutas de evacuación, señalización adecuada, mostrar las zonas seguras, puntos de atención médica y los procedimientos para una emergencia, elaborados en conjunto con autoridades de las entidades de gestión de riesgos. De igual manera la información debe ser presentada con antelación para su debida revisión y aceptación , asegurando su cumplimiento con los mejores estándares de seguridad (Derecho Ecuador, 2020)

Los organizadores son los garantes de la seguridad para cada asistente, por lo que tienen la responsabilidad de cumplir con lo establecido en el plan de seguridad.

### ***1.5.2 Autorización para eventos públicos***

La organización del Guayaquil Food Show requiere de la autorización del Ministerio de Gobierno, por medio de la Intendencia Generales de Policía, así estipula el Reglamento para la Realización de Espectáculos Públicos (Ministerio de Gobierno, No. 2537). En esta normativa, los organizadores deben presentar documentación legal, planes de contingencia, seguridad y gestión de riesgos, que garanticen a los asistentes su bienestar dentro del evento, asegurando la seguridad y control en los eventos masivos.

Así mismo, este reglamento exige que los eventos cuenten con una verificación previa del lugar sobre las condiciones del mismo, incluyendo el aforo en el sitio, vías de evacuación, instalaciones eléctricas y el acceso a salida de emergencia, estos elementos deben ser autorizados por las autoridades legal y la Policía Nacional antes de poder emitir esta autorización. Buscando así prevenir incidentes de fallos en estructuras o de organización. (Ministerio de Gobierno, No. 2537).

Además, dentro de la normativa ecuatoriana es de forma obligatoria garantizar la presencia de servicios médicos y primero auxilios, así como un personal que esté capacitado para resolver una emergencia de este tipo, esta disposición se encuentra alineada con la Ley Orgánica de Gestión de Riesgos, la cual establece en su artículo que todas las actividades públicas tienen que integrar un análisis de riesgos, protocolos de actuación y medidas de prevención para eventos con afluencia masiva (Ministerio de Gobierno, No. 2537).

### ***1.5.3 Ley de Turismo***

La Ley de Turismo (Asamblea Nacional, 2020) incentiva la realización de actividades y eventos que favorezcan el desarrollo económico y turístico del país. De acuerdo al artículo 5, la actividad turística entiende la prestación de servicios de alimentos y bebidas, y la organización de eventos que fomenten la identidad cultural y gastronómica de cada ciudad.

De la misma manera el artículo 8 estipula que el estado impulsará iniciativas que atraigan empleo, promueva la inversión y promueva el posicionamiento de Ecuador.

Asi mismo, esta ley establece que las actividades relacionadas con eventos, ferias y congresos deberán formar parte del Registro Nacional de Turismo, el requisito es obligatorio para todos los prestadores de servicios turísticos, este registro permite al estado llevar el control y categorización de los operadores turísticos, asegurando así que cualquier evento se realice bajo estándares establecidos de calidad y formalidad (Asamblea Nacional,2020).

De igual manera, el artículo 15 de la misma normativa señala que el Ministerio de Turismo tiene la responsabilidad de regular, promover y supervisar el desarrollo de actividades vinculadas al turismo de reuniones y eventos. Esto incluye monitorear el cumplimiento de normas técnicas, ambientales y de seguridad, así como fomentar iniciativas que diversifiquen la oferta turística del país (Asamblea Nacional, 2020).

Asimismo, el artículo 20 establece lineamientos para la generación de productos turísticos especializados, entre ellos los eventos gastronómicos, culturales y feriales, los cuales se consideran herramientas estratégicas para dinamizar el turismo interno y fortalecer la identidad del territorio. La normativa enfatiza la importancia de desarrollar eventos que atraigan a diferentes segmentos de visitantes, incrementen el movimiento económico y promuevan el consumo de servicios locales.

#### ***1.5.4 Ley Orgánica de Protección de Datos Personales***

Acorde al marco legal de la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales dentro del Ecuador vigente desde el 26 de mayo de 2021, establece disposiciones para regular el tratamiento legítimo seguro y transparente de los datos personales de los ciudadanos, tanto públicos como privados. Esta ley se efectuará en cualquier parte del territorio nacional y personas que estén domiciliados en Ecuador.

El responsable y encargado del tratamiento de los datos proporcionados por el usuario a través de permisos concedidos en las aplicaciones móviles para hacer uso de los mismos deberán estar sustentados de manera ética y que no atenten contra la integridad de los usuarios de aplicaciones móviles. El consentimiento de tratamiento de datos personales deberá ser libre permitiéndole al usuario revocar el servicio en cualquier momento que considere pertinente.

El producto de este proyecto deberá acatar las medidas de seguridad necesarias para cumplir con la ley de protección de datos, incluyendo encriptaciones y restricciones de datos de los usuarios.

## **CAPÍTULO 2**

## **2. Metodología**

Para el desarrollo de esta investigación se analizaron datos que permiten comprender las necesidades y preferencias de los asistentes, así como la exploración de tendencias actuales en el uso de aplicaciones que facilitan la interacción entre usuarios y eventos. Además, se realizarán entrevistas orientadas a conocer las experiencias y expectativas respecto a Guayaquil Food Show.

Por otra parte, se gestionará información técnica relacionada con el diseño, distribución de los espacios y los recursos tecnológicos que se usaron en la primera edición del evento.

Esta metodología permitirá identificar las características principales y elementos necesarios para mejorar la experiencia del usuario y optimizar la gestión del evento.

### **2.1 Design Thinking**

Acorde a lo mencionado por Brown (2008) en su libro *Change by Design*, “Design Thinking se define como un enfoque disciplinado que utiliza la sensibilidad y creatividad de el o los diseñadores para coincidir aspectos clave como: las necesidades de las personas, posibilidades tecnológicas y valor del cliente”. De esta manera se comprenden y definen las necesidades esenciales de los asistentes, proponiendo un diseño de prototipo diferenciador y de gran usabilidad.

Según la d.school de la Universidad de Stanford (Plattner, Meniel & Leifer, 2011), las etapas del Design Thinking se definen en: empatizar, definir, idear, prototipar, validar.

De esta manera, el Design Thinking es fundamental para llevar a cabo el diseño del contenido de aplicación mediante la orientación de cada una de sus etapas asegurando

soluciones innovadoras, que mantengan su sostenibilidad y sean centradas en las verdaderas necesidades de los usuarios y del cliente.

### ***2.1.1 Empatizar***

Se recopiló información de las percepciones tanto de los asistentes, estudiantes que participaron en el protocolo del evento y de los organizadores para entender el contexto del evento, identificando problemas y necesidades.

Las técnicas y herramientas que se usaron:

- Investigación Secundaria
- Mapa de stakeholders
- Entrevistas a profundidad
- Mapa de empatía
- Perfil de Usuario

La *investigación secundaria* se realizó con la intención de contextualizar el proyecto y utilizar información relevante que haya sido recopilada previamente por otras fuentes. Véase en *ANEXO A*.

El **Mapa de Stakeholders** se utilizó para identificar y categorizar los actores relevantes del proyecto asociándose al nivel de interés e influencia que posean.

Se llevaron a cabo **entrevistas a profundidad** con los organizadores del evento para conocer los antecedentes del Guayaquil Food Show y el material usado para la organización del evento, las preguntas que se usaron se ubican en el *ANEXO B*

Después de las entrevistas a asistentes y organizadores se realizaron **mapas de empatía** permitiendo identificar sus necesidades, motivaciones, frustraciones y expectativas. Dichos mapas se encuentran en el *ANEXO C*.

A través de la herramienta **Perfil del Usuario (User Profile)** se elaboraron perfiles de usuario con el propósito de tener una representación del tipo de asistente que atrae el evento.

### ***2.1.2 Definir***

Se elaboró un **Customer Journey** con el propósito de entender el recorrido que realizaron los asistentes dentro del evento, desde el primer momento que asisten hasta su experiencia después del evento Guayaquil Food Show. La herramienta permitió identificar los momentos de interacción del usuario, emociones, sus necesidades y frustraciones que descubrieron en cada momento del evento, también se encontraron los momentos críticos en que los asistentes para definir las funcionalidades que debía incorporar el contenido. *ANEXO D*

### ***2.1.3 Idear***

Posterior al reconocimiento de las necesidades de los usuarios, se generaron la mayor cantidad de ideas creativas y soluciones potenciales al problema definido.

Las técnicas y herramientas usadas en esta etapa fueron:

- Benchmarking
- Brainstorming
- Value Proposition Canvas
- Matriz de priorización
- Arquitectura de Información
- Mapa de contenido
- Moodboard

Se utilizó la técnica de **benchmarking visual** para realizar análisis entre aplicaciones móviles utilizadas en eventos gastronómicos nacionales e internacionales, con el propósito de

identificar funcionalidades, buenas prácticas y áreas de mejora que aportaron como referencia para diseño del prototipo. Los criterios que se usaron para el análisis comparativo fueron: diseño visual, usabilidad, estrategias de interacción hacia los asistentes, acceso a información, los cuales sirvieron para obtener una visión más clara de los lineamientos a considerar en el diseño de la app móvil para el Guayaquil Food Show.

La herramienta **lluvia de ideas o brainstorming**, ayudó a explorar y debatir propuestas de solución creativas sin filtrar ni juzgar el nivel de viabilidad inicial. El brainstorming permitió explorar diversas funcionalidades que se pueden incorporar en el diseño del contenido de la app móvil, como notificaciones personalizadas, mapas interactivos y necesidades identificadas en los usuarios. Las ideas resultantes se dividieron y organizaron dentro de 5 grupos temáticos que sirvieron de base para los siguientes pasos. *ANEXO E*

La herramienta **Value Proposition Canvas** se utilizó para alinear el diseño del contenido con las necesidades de los perfiles de usuario. Permitted asegurar que las funciones seleccionadas como mapa, QR, Agenda, entre otras, actuaran como aliviadores de frustraciones y también generadores de alegría, garantizando que la solución propuesta proporcione valor esencial al asistente. *ANEXO F*

Se aplicó la **matriz de priorización** para priorizar ideas y funcionalidades, asegurando que el diseño sea enfocado en los aspectos que los usuarios consideraron primordiales para mejorar su experiencia durante el Guayaquil Food Show. *ANEXO G*

Se utilizó la **Arquitectura de Información** para definir la estructura de la aplicación a partir de la matriz de priorización. Asegurando que el diseño sea fácil de usar y que los asistentes tengan la información acorde a sus necesidades. *ANEXO H*

La técnica **Mapa de Contenido** es el resultado de la arquitectura de información, en la cual se describe y detalla los datos que se incorporarán en cada sección, asegurando que todo el contenido sea ordenado y preparado para la etapa de prototipar.

La elaboración de un **Moodboard** permitió establecer características gráficas, como colores, fuentes de letras, tipo de imágenes, formas, que sirven para la estética del diseño transmitiendo la identidad y personalidad al usuario desde el primer contacto visual.

#### **2.1.4 Prototipar**

En la etapa de prototipado se elaboran bocetos de baja fidelidad del contenido y su estructura de la aplicación, con la finalidad de visualizar la estructura, la navegación y las distintas funcionalidades ya seleccionadas.

Las herramientas que se usaron fueron:

- Wireframe
- Canva
- Adobe Illustrator
- Figma

El **Wireframe** permitió definir la estructura de baja fidelidad que funcione como el esqueleto del prototipo. El propósito fue integrar la arquitectura de información, mapa de contenido y moodboard para poder crear una representación visual en base a los datos recolectados. Este paso fue fundamental para obtener una interfaz organizada y asegurar que cada elemento ubicado responda a las necesidades establecidas, facilitando su navegación y mejorando la experiencia del usuario. *ANEXO I*

Se realizó un manual de diseño, usando la plataforma **canva** que sirva como guía para el prototipo, garantizando que se cumplan con las reglas visuales definidas. Este manual asegura que la aplicación se mantenga con el mismo estilo y sea fácil de usar. Permitiendo

que sea coherente y profesional cuando el proyecto sea desarrollado por medio de colaboración interdisciplinaria. *ANEXO K*

El uso de **Adobe Illustrator** permitió diseñar exactamente cómo se verá la aplicación con los colores, el tamaño de cada elemento, los botones y cada texto dentro de cada pantalla correspondiente, logrando un aspecto ordenado y fácil de entender para el usuario.

Al tener todo el diseño listo, se utilizó **la plataforma figma**, permitiendo darles funcionalidad a las pantallas y que dejen de ser estáticas transformándose en una aplicación interactiva, facilitando la navegación y su interacción con los elementos. *ANEXO J*

### **2.1.5 Validar**

En esta última etapa, se presentó el prototipo final a los usuarios para su interacción y validación. El prototipo fue testeado por los organizadores y asistentes del evento.

Las técnicas y herramientas usadas fueron:

- Matriz de feedback

Consecutivamente, la **matriz de feedback** se utilizó para analizar y organizar cada observación de los participantes durante las sesiones del grupo focal. La herramienta permitió clasificar oportunidades de mejora y las recomendaciones por los usuarios tanto positivos como negativos, facilitando la toma de decisión para el grupo y adaptarlas en los ajustes finales para el prototipo. *ANEXO L*

### **2.1.6 Resumen metodológico**

Se presenta un cuadro que resume los resultados de las herramientas usadas en cada etapa metodológica de design thinking, en la tabla se detallan las 5 fases y el resultado que se obtuvo en cada una, permitiendo entender todo el proceso realizado en esta investigación:

**Tabla 1***Tabla de Resumen de Metodología aplicada al proyecto*

<b>Fase</b>	<b>Herramientas</b>	<b>Resultado</b>
Empatizar	Entrevistas, stakeholders, mapas de empatía, perfil del usuario.	Identificación de necesidades reales de los asistentes.
Definir	Customer Journey.	Puntos de dolor específicos.
Idear	Benchmarking, brainstorming, value proposition canvas, jerarquía de información, moodboard.	Organización de información en niveles lógicos.
Prototipar	Wireframe, canva, figma.	Creación de prototipo.
Validar	Matriz de feedback.	Mejoras y ajustes finales.

Elaboración propia

## **CAPÍTULO 3**

### **3. Resultados y Análisis**

En el siguiente capítulo se presentan los resultados obtenidos en el proceso de levantamiento de información, el mismo que se realizó mediante revisión documental, análisis comparativo y la aplicación de entrevistas estructuradas a los actores involucrados en el desarrollo del proyecto.

Los hallazgos han permitido comprender la apreciación y experiencia de los participantes sobre la calidad del evento, participación en las actividades y organización, estableciendo necesidades sobre el contenido que debe ser integrado dentro del diseño de una app móvil.

#### **3.1 Etapa 1: Empatizar**

##### ***3.1.1 Investigación Secundaria***

Como parte del proceso de contextualización de la investigación, se llevó a cabo una recopilación de información de carácter oficial y confiable. Dicha información permitió la identificación de datos relevantes sobre el público objetivo y la relevancia del Guayaquil Food Show dentro del ámbito gastronómico.

La investigación secundaria se desarrolló a partir de dos fuentes confiables:

- Memoria Guayaquil Food Show
- Informe del Observatorio Turístico de ESPOL Guayaquil Food show

Ambos documentos proporcionan una perspectiva amplia y detallada sobre el evento, para poder comprender la magnitud que tuvo, los impactos, fallas logísticas y oportunidades de mejora. Esta información es fundamental para justificar el diseño de una app móvil que mejore la experiencia del asistente.

A continuación, se dará paso al propósito y magnitud que tuvo el evento:

El Guayaquil Food Show 2025, realizado el 26 y 27 de septiembre, se consolidó como uno de los eventos gastronómicos más importantes del Ecuador y la región. Fue impulsado por La Escuela de los Chefs, apoyado por el Municipio de Guayaquil y una amplia red de marcas nacionales e internacionales.

El evento nació con el propósito de posicionar a Guayaquil como un referente gastronómico internacional, ofreciendo una plataforma de encuentro entre chefs profesionales, estudiantes, marcas, proveedores, prensa y público general. Su visión se centra en ser una vitrina que proyecte a Ecuador hacia el público internacional como un país de gastronomía innovadora, técnica y competitividad, demostrar que la cocina ecuatoriana no solo se limita a la que ya conocemos como gastronomía típica, sino que también incluye enfoques modernos, investigativos y de alta cocina. Buscando también impulsar el talento joven y profesional mediante competencias reconocidas a nivel global, de igual forma buscan crear un espacio donde la gastronomía se conecte con el turismo, la cultura, la identidad y desarrollo. Guayaquil Food Show quiere elevar la percepción gastronómica del país, rompiendo la creencia de que solo se basa en preparaciones tradicionales y demostrando que existe una industria que está agarrando fuerza y creciendo con chefs, restaurantes, emprendimientos y escuelas capaces de competir internacionalmente.

El Guayaquil Food Show, se estructuró sobre tres pilares principales:

- Formación académica
- Competencias culinarias de alto nivel
- Experiencias gastronómicas

Gracias a estos tres pilares el evento se convirtió en un espacio de encuentro entre estudiantes, profesionales, visitantes nacionales e internacionales, organizadores y referentes de escala global. De esta forma la magnitud del evento no solo se reflejó en la cantidad de

asistentes, sino también en la diversidad de actores que están involucrados. (La Escuela de los Chefs, 2025).

Desplazándose en 4 showrooms que se presentan así:

El 1er Congreso Internacional Gastronomía 360, el cual abordó el eje temático “Innovación, Patrimonio y Mercado”, mostrando tendencias globales, técnicas modernas, identidad culinaria y experiencias internacionales, asistieron más de 600 asistentes durante ocho horas de contenido, con la intervención de 10 oradores nacionales y 6 oradores internacionales, figuras que destacan como Davy Tissot, ganador del Bocuse d’Or y Guillaume Gomez, embajador de la Gastronomía Francesa. (La Escuela de los Chefs, 2025).

Las Competencias Culinarias, incluye tres competencias de alto nivel técnico y de reconocimiento internacional. En primer lugar, tenemos a las eliminatorias Nacionales del Bocuse d’Or, conformado por chefs ecuatorianos con experiencia en cocina de competición y restaurantes con trayectoria culinaria y académica, y las eliminatorias nacionales de la Coupe du Monde de la Pâtisserie, especializados en pastelería, chocolatería y técnicas de postres, estos reunieron a 9 equipos profesionales, con 36 participantes, quienes compitieron bajo estrictos parámetros internacionales. Por último, tenemos, la Copa Nacional Jóvenes Talentos que contó con la participación de 10 equipos y 30 concursantes, conformados por estudiantes de gastronomía provenientes de distintas instituciones del país. (La Escuela de los Chefs, 2025).

Estas competencias son consideradas como las más prestigiosas dentro del ámbito profesional, ya que forman parte de los procesos clasificatorios oficiales de los concursos más importantes en la gastronomía, El Bocuse d’Or con sede en Francia y la Coupe du Monde de la Pâtisserie, su relevancia radica en que constituyen las “grandes ligas” de la cocina y la pastelería, donde se enfrentan los equipos más destacados de cada país. Por lo que los

ganadores de ambas eliminatorias nacionales son los seleccionados oficiales para representar al Ecuador en la siguiente fase clasificatoria.

La feria comercial Expo Food Show y el Gourmet Experience reunieron a más de 5.000 asistentes y 100 chefs nacionales e internacionales junto con decenas de marcas premium del país, que ofrecieron degustaciones, demostraciones en vivo, presentaciones de productos, actividades interactivas, música y preparaciones de bebidas especializadas. También la feria integró a los emprendimientos impulsados por Épico, los cuales participaron para presentar sus productos y establecer vínculos comerciales con el público. El Gourmet Experience, se consolidó como la oferta más exclusiva del evento, ya que permitía a los asistentes disfrutar de degustaciones especializadas, activaciones de marcas y demostraciones culinarias de alto nivel incentivando un espacio de interacción social y comercial. (La Escuela de los Chefs, 2025).

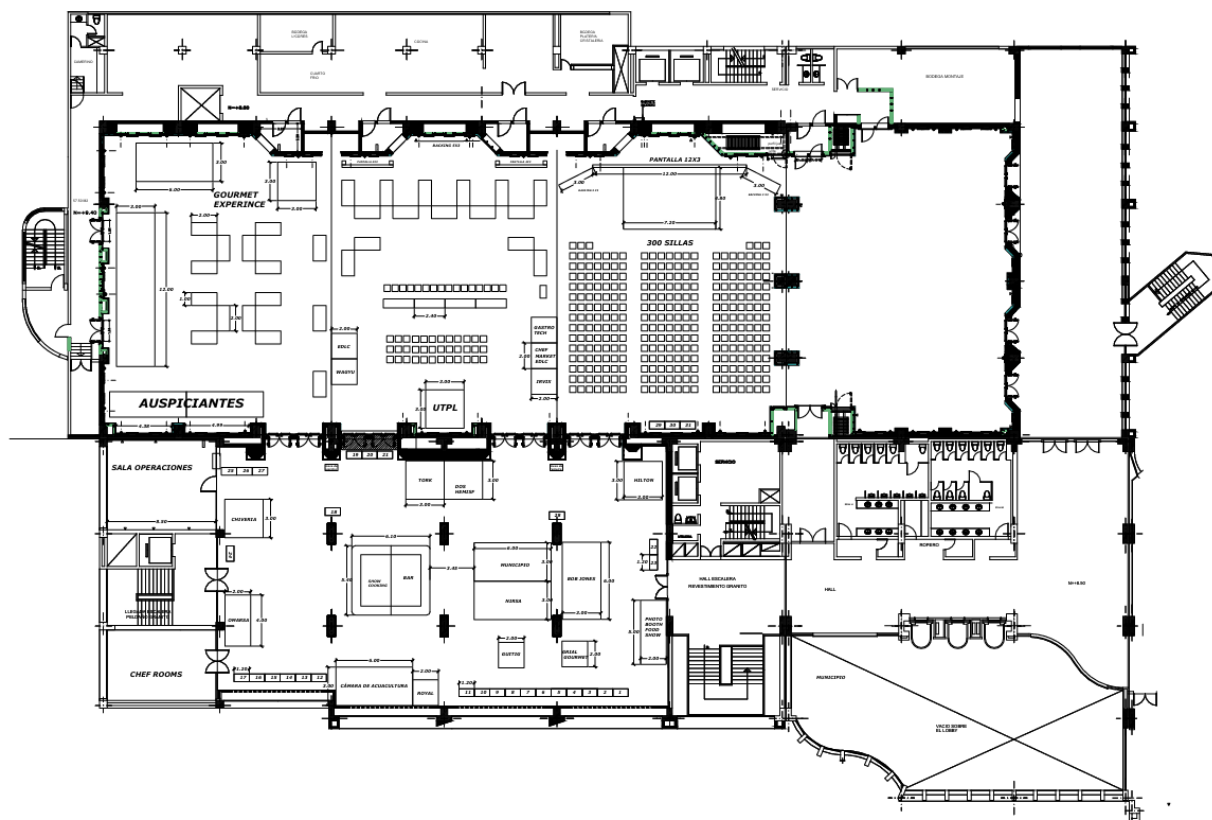
La organización espacial del evento se estructuró en distintas zonas funcionales, como salones de conferencias, área de competencia, espacios interactivos, demostraciones culinarias y demás. Esta distribución permitió el desarrollo simultáneo de diversas actividades y una experiencia variada para los asistentes (La Escuela de los Chefs, 2025). Se presenta la imagen de los planos del Guayaquil Food Show y su distribución dentro del mismo:

### **Figura 1**

*Croquis de organización de espacios*

**Figura 1**

*Croquis de evento Guayaquil Food Show*



Nota: Croquis elaborado por equipo organizador Guayaquil Food Show

Visualizando así el espacio del evento y como este estuvo distribuido y organizado estratégicamente para el desarrollo del evento.

En los dos días del evento también se realizaron encuestas acerca de las competencias culinarias, en el marco del Congreso Internacional Gastronomía 360, se realizó una encuesta para recoger percepciones clave sobre el área de competencias. Obteniendo una valoración detallada de chefs invitados, empresas participantes y estudiantes sobre sus experiencias e identificando aportes a la innovación académica, formación y la vinculación con el sector. La encuesta recopila 12 preguntas con un total de 38 respuestas válidas y sus resultados se

analizan para conocer la experiencia de los asistentes y gestionarla de forma que el contenido de la aplicación se optimice en futuras ediciones dentro del área mencionada.

El análisis consolidado de las encuestas sobre el evento de competencias, revela una percepción altamente positiva y un fuerte respaldo en su continuidad. Los encuestados identificaron que las competencias más necesarias en futuros graduados son la Creatividad Culinaria con un 52.63% y la Gestión Empresarial Gastronómica 39.47%, surgiendo un balance entre habilidades técnicas y gerenciales. La competencia se mostró como una herramienta efectiva, ya que el 71.05% de los participantes identificaron vacíos formativos en los estudiantes. Los aspectos más valorados del evento fueron la Innovación en los Platos con un 31.58% y la integración de temas como las Técnicas y la Sostenibilidad y Patrimonio Cultural ambas con un porcentaje de 26.32%. A nivel de impacto, la mayoría elige que el evento contribuye a Fortalecer la Formación de los Estudiantes con un 39.47% y a Posicionar al País con un 34.21%, con un contundente 78.95% recomendando su continuidad.

La evaluación general de la organización y el desempeño de los estudiantes fue favorable, aunque se notó una alta tasa de no respuestas entre las preguntas de satisfacción con un 30% , un punto a considerar en la logística de futuras encuestas, y la necesidad de contenidos específicos pueden considerarse como una oportunidad de mejora en el diseño del contenido de la app móvil , debido a que dentro de la misma se puede facilitar la información del área de competencias , proveer contenido educativo de valor sobre las distintas temáticas, también simplificar los métodos de feedback y la calificación por parte de los asistentes para de esta forma asegurar una mejora continua en la experiencia del usuario (La Escuela de los Chefs, 2025)

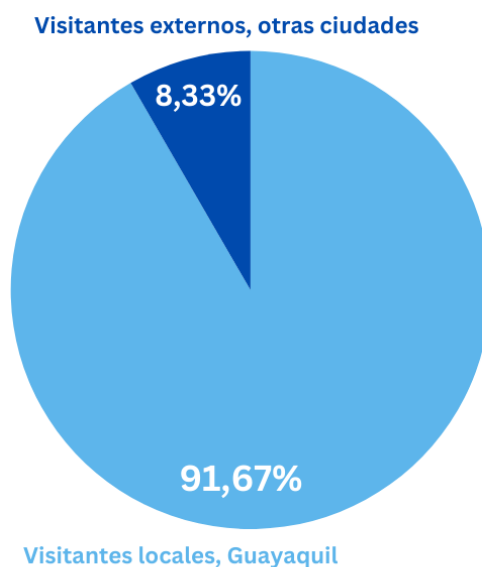
Según los datos proporcionados por Observatorio turístico de ESPOL (2025), el evento tuvo la presencia de visitantes locales y externos (otras ciudades del Ecuador) obteniendo la participación de más de 4.500 asistentes durante los dos días de evento.

Se presenta la distribución de visitantes:

## Figura 2

*Porcentaje de visitantes por procedencia*

**Composición de afluencia de Guayaquil Food Show por procedencia**



Nota: Información obtenida del Observatorio Turístico de Espol (Informe Guayaquil Food Show). Elaboración Propia

El 91,67% corresponde a visitantes de Guayaquil, mientras que el 8.33% provienen de otras ciudades. Aunque este último porcentaje es menor, representa a 449,82 personas, lo que muestra un interés regional creciente y aceptación de la primera edición de Guayaquil food show.

El gasto de visitantes externos evidenció el aporte económico derivado del evento, los asistentes externos registraron un gasto promedio diario de \$81,41, con una permanencia promedio de 1,9 días y un total de 3,57 noches de pernoctación en la ciudad.

Adicionalmente, se mostró que entre las principales actividades realizadas por los visitantes externos, se hicieron degustaciones de la gastronomía local (58.33%) y la visita a atractivos turísticos (33.34%), lo cual evidenció que el evento no solo moviliza al sector gastronómico, sino que también incentiva las actividades culturales y recreativas.

Por otro lado, el ámbito mediático que tuvo el evento, alcanzó niveles significativos en medios digitales y tradicionales, obteniendo 56 impactos en medios de comunicación, 122 publicaciones digitales, todas estas alcanzando un estimado de 4.6 millones de visualizaciones. Este alcance se logró gracias a la participación de chef internacionales, competencias clasificatorias oficiales, la presencia de marcas premium del país y emprendimientos del sector, generando una mayor visibilidad en redes sociales, prensa, televisión, radios y canales institucionales municipales. Todo esto proyecta a posicionar a Guayaquil como un destino gastronómico emergente (Observatorio turístico de ESPOL, 2025).

Por otro lado, el perfil del participante, el evento integró un público diverso compuesto mayoritariamente por estudiantes de gastronomía, profesionales del sector, chefs de trayectoria nacional e internacional, público general y demás. La dinámica de la asistencia fue del 55.83% que acudió acompañado, mientras que el 44.17% asistió solo y el 0% no respondió. El promedio de estos acompañantes fue 5.61%, lo que muestra que el evento no solo atrae público especializado, sino que este grupo comparte círculos sociales. Entre los acompañantes el 50% eran compañeros de trabajo, el 28.21 amigos y el 11.53% fue con su pareja y el 10.26% fue con familiares. En conjunto, todos estos ámbitos reflejan la relevancia alcanzada por el Guayaquil Food Show, evidencia el posicionamiento gastronómico de la ciudad y del país y sustenta la necesidad de una herramienta tecnológica que permita optimizar la experiencia (Observatorio ESPOL, 2025).

En temas de logística y comunicación, el evento a pesar de obtener un nivel muy alto de satisfacción general de un 99.17%, se identificaron varios problemas clave que afectaron la experiencia.

La comunicación obtuvo un 42.53% donde los asistentes comentaron inconvenientes, la mayor parte fue relacionada con fallas en la comunicación interna del evento. Algunos aspectos mencionados son la falta de claridad en los horarios, actividades y difusión general. De igual manera, se mencionan problemas de señalización y que los cambios de programación no fueron informados con anticipación. Generando así en los participantes confusión y dificultad para que ellos puedan organizar y planificar su recorrido de manera eficiente.

En cuanto a la organización obtuvo un 25.28% de comentarios negativos, donde los asistentes señalaron dificultades en distintos elementos como, el 13.79% señaló inconvenientes en las actividades programadas, y el 6.9% indicó fallas relacionadas con los tiempos ya establecidos. Estas necesidades se reflejan en la mejora de la estructura operativa del evento.

Los resultados también identifican oportunidades de mejora, tales como:

- La necesidad de una mayor difusión y promoción.
- Información más clara sobre actividades y productos.
- Un acceso más organizado a los contenidos del evento.
- Mejoras en las instalaciones del evento.

Este análisis permite comprender mejor a los participantes, sus motivaciones y las áreas clave que pueden optimizarse para mejorar la experiencia y fomentar el compromiso con próximas ediciones.

Otro aspecto identificado fue la desconexión entre el evento y los servicios externos utilizados por los visitantes. El 80% su alimentación la busco independientemente, el 70%

organizó por su cuenta el transporte y el 40% reservar hospedaje mediante canales oficiales. Lo cual evidencia la ausencia de una integración efectiva de servicios que faciliten la experiencia del asistente y también promuevan el uso de los proveedores del sector.

La información recolectada a partir de la Memoria del Guayaquil Food Show y el Informe del Observatorio ESPOL indica que, si bien el evento se posicionó como un evento innovador, que integra información académica de alto impacto, enfrenta deficiencias que limitan su pleno potencial. Existe una falta clara de centralización de información, de modo que la difusión de horarios, actividades y cambios, no satisfizo a todos los asistentes de manera oportuna. También, la dificultad de orientación dentro del evento, se deriva a una distribución espacial compleja y de señalización insuficiente, que afectó la experiencia de los asistentes al localizar actividades, puntos de interés y demás. Y, por último, la oferta se presentó dispersa, actividades, servicios y proveedores funcionaron como canales poco conocidos entre sí lo que redujo el aprovechamiento comercial y la experiencia integral del asistente. Además, se identificó poca comunicación en tiempo real, lo cual impidió que se notificara cambios o incidencias durante las actividades que se estaban dando en el evento. Y en las encuestas realizadas por la Escuela de los Chef en el área de competencias se identificaron puntos a considerar en la logística de futuras encuestas, la necesidad de contenidos específico donde se puede facilitar información del área de competencias, proveer contenido educativo de valor sobre las distintas temáticas, también simplificar los métodos de feedback y la calificación por parte de los asistentes para de esta forma asegurar una mejora continua en la experiencia del usuario.

Este tipo de falencias son las que han condicionado la calidad de la experiencia pese a los altos porcentajes de satisfacción alcanzados. De esta manera, los hallazgos de la investigación secundaria no solo refuerzan la importancia estratégica del Guayaquil Food

Show, sino que también determinan las prioridades de intervención que deberían abordarse en la siguiente fase de la investigación primaria.

### ***3.1.2 Stakeholder Map***

Después de haber comprendido la investigación secundaria, sobre las cifras de asistentes en el evento, el alcance que tuvo y la satisfacción de los mismo, También es importante entender quiénes son los actores que influyen en la ejecución del Guayaquil Food Show ya que aquí se integran y colaboran diversos actores, entre ellos organizadores, competidores, auspiciantes y público en general. Debido a la gran variedad de usuarios que interactúan, se hace indispensable determinar y clasificar a los actores involucrados.

El mapa de interesados se convierte en una herramienta clave, ya que ayuda a organizar de manera clara quiénes participan y cuál es su rol en el evento según el nivel de influencia, necesidad e interacción. Además, permite comprender cómo cada uno de estos grupos aporta a la experiencia y qué aspectos deben considerarse para mejorar la comunicación, experiencia y ejecución del evento.

Esta herramienta permite visualizar a todos los grupos que participan directamente en el evento según su impacto y cercanía, los cuales se pueden observar en el siguiente mapa de interesados:

### **Figura 3**

*Mapa de actores involucrados*



Nota: Se detallan los actores y cómo se clasifican. Elaboración propia.

A partir de este mapeo, se obtuvieron los siguientes hallazgos claves:

- En el análisis de usuario identificamos inicialmente al asistente general como el público principal del evento, sin embargo, dentro de este grupo se encuentran diversos perfiles entre ellos están, estudiantes y profesionales del sector gastronómico, turístico y afines, público general, quienes conforman una parte importante de los asistentes.
- El impacto de los actores internos es esencial para la operación del evento y su ejecución, asegurando que el evento se lleve a cabo dentro de los parámetros fijados y cumpliendo con la calidad esperada para los asistentes.
- Los actores externos, como competencias culinarias, proveedores de servicio y logística para organización de eventos, emprendedores, marcas premium (de

alimentos y bebidas, productos de limpieza, equipamiento de cocina, servicios de consultoría), chef nacionales e internacionales invitados, participantes de competencias culinarias, auspiciantes, Instituciones de Educación Superior orientadas en Gastronomía/Turismo, contribuyen al contenido, prestigio y alcance del evento.

- Los actores públicos, como la Alcaldía de Guayaquil es uno de los más influyentes para la realización del evento. Su participación fue a través de financiamiento y legal otorgando permisos. Este actor aporta dándole visibilidad al evento, también a través de la Empresa Pública de Innovación y Competitividad (Épico) dándole participación a los talentos locales.

El desarrollo y percepción del evento depende de la coordinación efectiva entre los actores internos, externos y públicos.

### ***3.1.3 Entrevistas***

A partir del mapa de actores del evento, se identificaron los actores claves necesarios para obtener una visión íntegra del evento. Con base en esto, se seleccionaron perfiles que representan distintos niveles de participación, tanto internos como externos.

Se realizaron en total 13 entrevistas, en el grupo de asistentes se entrevistó a un usuario general, un estudiante de gastronomía, dos profesionales del área turística y un profesional del área gastronómica, lo que ayudó a obtener diversos puntos de vista desde el público. A nivel interno se entrevistó a seis miembros del staff, dos de la Escuela de los Chef y cuatro de la ESPOL, quienes aportaron información operativa sobre la gestión y el funcionamiento del evento. Y concluyendo, se mantuvo una entrevista con dos de los organizadores, con el fin de comprender el punto de vista estratégico, los objetivos y procesos

de planificación. Esta combinación de perfiles permitió construir una comprensión más completa del evento.

Al analizar las entrevistas realizadas, surgieron distintos puntos claves que permitieron profundizar en las experiencias y percepciones de cada uno de estos actores. Entre los puntos más importantes se identificaron necesidades específicas relacionadas con la orientación dentro del evento, dificultades en el ingreso, expectativas sobre la información previa de las actividades. De igual forma los entrevistados compartieron apreciaciones sobre la organización, el flujo del público, la interacción con los chef, marcas y emprendimientos, así como sensaciones positivas y negativas vividas durante el evento. Estos hallazgos proporcionan una base sólida para construir los mapas de empatía a partir de esta información, ya que permiten reconocer de forma clara que piensa, siente y ve cada uno de los actores.

Es importante señalar que todas las entrevistas realizadas cuentan con su respectiva evidencia, las cuales se pueden visualizar en el **ANEXO B**.

### **3.1.4 Mapas de empatía**

A partir de los hallazgos encontrados en las entrevistas, se realizaron mapas de empatía de estos actores claves, esta herramienta permite profundizar en lo que cada perfil piensa, siente, dice y hace durante el evento, identificando así motivaciones, expectativas, necesidades y puntos de dolor. El análisis de cada una de estas perspectivas facilitó la comprensión del estudiante de gastronomía o de áreas afin, el profesional del sector gastronómico y afines, asistente general y el staff, evidenciando algunas diferencias y similitudes en la que cada actor experimentó el evento.

Debido a que los mapas completos ofrecen un nivel de detalle más extenso estos se encuentran en el **ANEXO C**. Por el contrario, para el documento se realizó un cuadro

comparativo donde se sintetiza la información clave de los mapas de empatía. Este cuadro se organiza en los cuadrantes de observación, expectativas, necesidades y comportamiento, facilitando la identificación de elementos esenciales y comprensión.

A continuación, se presenta el cuadro comparativo con la síntesis de los actores:

**Figura 4**

*Cuadro de síntesis de los resultados de mapa de empatía*

RESULTADOS	Asistente			Organizadores
	Estudiantes de gastronomía o área afín	Profesionales de gastronomía o áreas afín	Asistente General	Staff
<b>Observación</b>	Durante la competencia no había suficiente espacio para desplazarse por el salón debido al alto flujo de personas.	Durante el evento se observaron conductas que afectaron la dinámica prevista: falta de respeto en los congresos, aglomeraciones de estudiantes en los showrooms y mayor interés por las copas y degustaciones que por las conferencias. Además, algunos asistentes percibieron cierta manipulación en la promoción de marcas y se evidenció baja asistencia a los congresos.	Observan los distintos showrooms degustar, descubrir sabores y vivir una experiencia cultural; curiosidad	Perciben una gran afluencia en los talleres de cocina en vivo y competencias, asistentes desmotivados por el registro extenso de datos solicitados y preguntas constantes sobre el itinerario del evento.
<b>Expectativa</b>	Asistir a eventos del mismo nivel en futuras ediciones. Desean conocer chefs internacionales que habían estudiado en clase.	Experiencia agradable, aunque no genere interés en novedades, dado que ya conoce el funcionamiento de este tipo de eventos.	Disfrutar de la experiencia, conocer nuevos productos y stands; pasarla bien en un evento nuevo	Esperan un registro ágil y eficiente, con mejor acceso a información, conexión a internet y el código QR más completo. Cuentan con planes de contingencia y una participación más activa en la gestión del evento.
<b>Necesidades</b>	Requieren un registro más ágil que reconozca su inscripción previa y una opción de identificarse como estudiantes, evitando esperas innecesarias.	Aumentar la interacción con el público y mejorar la distribución de los stands.	Información clara sobre productos, marcas y categorías; orientación dentro del evento; facilidad para planificar recorrido	Requieren una guía visual del espacio, información previa de las actividades para poder guiar a los asistentes, herramientas para manejar reclamos y resolver problemas.
<b>Comportamiento</b>	Realizan recorrido dentro del evento, se toman fotos con amigos acompañantes, realizan compras dentro de la sección emprendedores	El recorrido por los stands resultaba entretenido inicialmente; sin embargo, una vez completado, se perdía interés, ya que la experiencia no ofrecía elementos adicionales que mantuvieran su atención.	Visitan stands de forma exploratoria, toman fotos, realizan actividades recreativas y comparten su experiencia a otros.	Asisten en el registro en la entrada, incluyendo personas mayores con el uso del código QR y el acceso al evento, orientan a los asistentes sobre las actividades y en lo que requieran.

Nota: Se detalla lo que cada actor observa, su expectativa, necesidad y comportamiento que tuvieron dentro del evento. Elaboración propia.

A partir del análisis comparativo entre los estudiantes y profesionales del área gastronomía y área afín, los asistentes y el staff, se evidenciaron varios hallazgos que

permiten comprender mejor su experiencia dentro del evento, también aportan a definir los perfiles de usuario más importantes.

Los asistentes son el grupo con mayores necesidades de información previa y durante el evento, muchos de ellos no contaban con detalles completos sobre las actividades, horarios o ubicación en los espacios, lo que generó dudas al momento de planificar su recorrido. Aunque la información existía, no estaba centralizada lo que obligaba a buscarla por distintas fuentes. De igual forma los estudiantes de gastronomía mostraban un mayor interés sobre conocer a los chefs, los contenidos técnicos y aprovechar oportunidades de aprendizaje, mientras que, los profesionales de gastronomía se mostraban interesados en mayor parte por los temas compartidos en los congresos, sin embargo, no destacan que haya existido una interacción mayor con el público y la ausencia de información pre-evento.

En conclusión, entre los 4 actores surgieron puntos en común como la necesidad de una experiencia más fluida desde el ingreso, información centralizada y herramientas que faciliten la planificación del recorrido, el acceso a detalles de las marcas, chefs, como también la continuidad de la experiencia al acabar el evento. Esta comprensión sin duda es esencial para construir los perfiles de usuario necesarios para el proyecto.

### ***3.1.5 Perfil de Usuario***

La creación de un perfil de usuario permite definir el público al que va dirigido el contenido de app móvil para el uso en Guayaquil Food Show. En base al análisis comparativo de las entrevistas y la síntesis de los mapas de empatía, se definieron los perfiles de usuario que representan a los grupos que realmente vivieron la experiencia del evento.

Siendo así el estudiante de Gastronomía o de áreas afín, este perfil tiene un enfoque formativo, busca adquirir conocimientos, interactuar con el chef y aprovechar oportunidades educativas del evento. De ahí tenemos al asistente general el primer perfil de usuario porque

es un usuario que participa del evento por interés personal, entretenimiento o también por curiosidad.

Se decidió enfocar el desarrollo de los perfiles de usuario únicamente en estos dos actores principales. Los perfiles incluyen secciones como; objetivos, frustraciones e intereses.

En la siguiente sección se presenta el perfil de cada usuario detallado, resaltando sus características, motivaciones, intereses y desafíos dentro del Guayaquil Food Show. Esta representación permite visualizar con mayor facilidad y claridad a quién va dirigida la propuesta y como se puede generar funcionalidades más útiles y alineadas a sus características reales.

A continuación, se presentan los perfiles de usuario:

## Figura 5

### Perfil de estudiantes de gastronomía



Nota: Información obtenida y analizada con base en las entrevistas. Elaboración propia.

El perfil de Sofia Ramos corresponde a un estudiante de gastronomía de 21 años con estudios superiores proveniente de Guayaquil, con una motivación de asistir por el deseo de conocer a chefs de prestigio y enriquecer su conocimiento. Sus objetivos van desde establecer

contactos con profesionales y aplicar técnicas, mientras que sus frustraciones provienen de la ausencia de herramientas efectivas de networking y no poder priorizar las conferencias o actividades a asistir debido a que ocurren simultáneamente.

**Figura 6**

*Perfil de asistentes generales*



Nota: Información obtenida y analizada con base en las entrevistas. Elaboración propia.

El perfil de Mauricio Sánchez refleja un asistente de 26 años proveniente de Guayaquil el cual asiste a eventos entre amigos por recomendación, con una motivación centrada en la recreación y estar dispuesto a disfrutar mediante la participación de las actividades que se presenten en el evento. Sus frustraciones dominantes van desde no poseer información clara del evento hasta no reconocer que actividades se pueden ajustar a sus intereses.

## 3.2 Etapa Definir:

### 3.2.1 *Customer Journey Map / Mapa de experiencia*

Con el fin de fortalecer los hallazgos obtenidos en la etapa anterior a partir de los perfiles de usuario desarrollados, se procede a realizar un Customer Journey Map a los perfiles predominantes en la asistencia del evento; asistentes general y estudiantes de gastronomía o áreas afines, lo que permitió comprender el recorrido que realizan y definirlos durante las etapas: Descubrimiento, Consideración, Decisión, Experiencia y Fidelización. Para cada una de las etapas se analizaron con detenimiento las acciones, pensamientos y emociones del asistente. Permitiendo así mostrar sus puntos de dolor más importantes y a partir de ellos, detectar las oportunidades de mejora donde el contenido de la aplicación pueda intervenir.

De acuerdo Customer Journey Map del estudiante de gastronomía, los hallazgos obtenidos en base a los puntos de dolor se exponen de la siguiente manera:

- Los estudiantes no cuentan con información detallada y completa sobre la participación de chefs, temas, actividades, afectando su planificación.
- Buscan que el costo de la entrada a los congresos se vea reflejado en la calidad y relevancia del contenido.
- El proceso de ingreso es demorado y no valida el estatus de estudiante, provocando molestias.
- No tienen acceso claro al contacto de las marcas, lo que dificulta conexiones profesionales posteriores.

De acuerdo Customer Journey Map del asistente, los hallazgos obtenidos en base a los puntos de dolor se exponen de la siguiente manera:

- Hubo una difusión limitada, no conocían del evento hasta que le fue recomendado por amigos.
- Información esencial estaba fragmentada en distintos espacios prensa y redes sociales y no incluía detalles relevantes para su asistencia.
- A medida que se involucraron en el recorrido de las actividades, ferias, talleres, sintieron la necesidad de poder tener información de los participantes para contactarse o adquirir productos post-evento.
- A pesar de haber tenido una experiencia satisfactoria, se cuestionan si existirán futuras ediciones.

El siguiente cuadro presenta, agrupa y sintetiza estos hallazgos claves, organizando de forma clara las oportunidades de mejora encontradas en ambas investigaciones, los elementos de acción propuestos para cada hallazgo y los responsables sugeridos para atender cada punto.

### **Figura 7**

*Cuadro de hallazgos representativos de Customer Journey*

Hallazgos	Elemento de Acción	Persona Encargada
Los asistentes conocieron del evento principalmente por recomendaciones, más que por los canales oficiales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar mayor visibilidad al evento mediante espacios donde se compartan novedades, fechas y actividades oficiales.</li> <li>• Fortalecer la estrategia de comunicación y difusión del evento en sus canales oficiales.</li> </ul>	Diseñadores del Contenido de App/Organizadores
Los asistentes buscan mantenerse conectados y acceder a información de profesionales, marcas premium y emprendedores del sector gastronómico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contar con un espacio donde los asistentes puedan ver los datos de contacto de marcas premium y emprendedores.</li> <li>• Ofrecer un apartado con información pública y relevante de los profesionales para facilitar el acercamiento o futuras conexiones.</li> </ul>	Diseñadores del Contenido de App/Organizadores/ Chefs
Los asistentes finalizan su experiencia sin tener información sobre la continuidad del evento ni sobre cómo enterarse de futuras fechas o ediciones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contar con un espacio visible donde los asistentes puedan encontrar información sobre próximas ediciones, novedades y fechas del evento.</li> </ul>	Diseñadores del Contenido de App/Organizadores
Los asistentes quieren encontrar en un solo espacio la agenda, horarios, chefs invitados, actividades, showrooms, marcas participantes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contar con una sección principal y visible donde los asistentes puedan acceder de inmediato a toda la información de los showrooms del evento.</li> <li>• Contar con perfiles de expositores completos, con fotos, descripciones, descripción de productos y categorías visibles.</li> </ul>	Diseñadores del Contenido de App/Organizadores
Los asistentes señalaron que el registro puede mejorar para hacer más rápido el ingreso.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener un proceso de pre-registro más claro y ordenado para agilizar la entrada.</li> <li>• Incluir una opción de registro por grupos para facilitar el ingreso de varias personas al mismo tiempo.</li> </ul>	Diseñadores del Contenido de App/Organizadores
Los asistentes señalaron que el proceso de retroalimentación puede mejorar mediante formatos digitales, que faciliten compartir sus opiniones de manera sencilla y completa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener formularios de retroalimentación digitales para obtener comentarios de los distintos showrooms, permitiendo que los asistentes respondan de manera ágil.</li> </ul>	Diseñadores del Contenido de App

Nota: Elaboración propia.

Esta síntesis permite visualizar de forma objetiva y ordenada las áreas que requieren atención y también constituyen una base fundamental hacia las soluciones alineadas con las necesidades de los asistentes.

### 3.3. Análisis e Interpretación de Resultados

#### 3.3.1 Análisis crítico de los hallazgos

A pesar de que la primera edición del Guayaquil Food Show, tuvo una buena aceptación, se encontró un dato importante: el 42.53% de los encuestados resaltó que hubo problemas en la comunicación del evento. Al analizarlo, muestra que el problema no es que no existiera información, sino que esta no era clara ni detallada.

Se identificó que los asistentes conocían el evento, pero les faltaba datos específicos que importan como, horarios exactos, los temas a tratar de las ponencias, ubicación de cada actividad. Los canales mostraban información básica, pero no comunicaban cambios de

ultima hora, detalles a profundidad, lo que generó que muchos de los asistentes se sientan desinformados durante el evento.

### ***3.3.2 Implicaciones para la experiencia del asistente***

La falta de detalles precisos afecta directamente la visita. No saber a qué hora empieza exactamente una actividad o dónde queda un stand específico genera confusión y hace que el asistente pierda tiempo valioso preguntando o buscando.

Para el **Estudiante de Gastronomía**, esto significa perder oportunidades de aprender, porque, aunque sabía que había un chef invitado, no tenía el detalle técnico ni el horario confirmado para organizarse. Para el **Asistente General**, la falta de una agenda clara convierte un paseo divertido en uno lleno de dudas, provocando que se pierdan actividades importantes simplemente porque la información no les llegó con el nivel de detalle necesario.

### ***3.3.3 Relación entre hallazgos y diseño del contenido***

Estos problemas nos ayudaron a decidir cómo diseñar el contenido de la aplicación móvil:

- **Agenda del evento:** contara con una agenda, mostrando el itinerario completo de los días de evento, nombre de la actividad y el estado en tiempo real.
- **Notificaciones:** para evitar que el asistente se pierda de algún cambio o novedad, se incorporará esta función para mantener en aviso de cualquier cambio al instante.
- **Centralización:** se reunirá en un solo lugar toda la información que el asistente necesite y así tenga el control total de su visita.

## **3.4 Etapa Idear**

### ***3.4.1 Benchmarking visual***

El benchmarking visual se usa como inspiración para definir el diseño de la aplicación. El análisis se basó en observar la organización visual y funcional de aplicaciones móviles utilizadas en eventos gastronómicos de gran impacto, como Winter Fancy Food Show (USA), SIAL Canadá y Summer Fancy Food Show.

El análisis se basó en criterios específicos de diseño y usabilidad, como la estética visual, visibilidad de auspiciantes, sistema de navegación, opciones de interacción para networking y funcionalidades técnicas, con el fin de identificar sus fortalezas y puntos de dolor.

A continuación, se presenta la tabla de análisis:

### **Figura 8**

*Análisis visual de apps de eventos*

BENCHMARKING APPS					
TIPOS DE APPS					
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <span>Winter FancyFaire (USA)</span> <span>SIAL Canada</span> <span>Summer Fancy Food Show (USA)</span> <span>Consideraciones para el diseño del contenido del Guayaquil Food Show</span> </div>					
CRITERIOS	Estética	Minimalista: Fondo blanco puro para resaltar fotos de comida. Uso amplio de espacios negativos.	Corporativa: usa bloques de color sólidos basados en la identidad del país anfitrión. Estilo rígido/institucional.	Dinámica: paleta de colores pasteles y formas orgánicas. Uso de iconografía ilustrada.	Diseño limpio: utilizar fondos neutros (blanco/gris claro) para evitar ruido visual, permitiendo que los logos, marcas y fotos de productos no se pierdan.
	Navegación / Mapa	Mapa Interactivo Vectorial: permite zoom profundo y trazar rutas estilo Google Maps.	Listado + PDF: depende mucho de listas alfabéticas y mapas estáticos.	"My Show Planner": enfocada en la agenda personal. El mapa es secundario a la lista de "favoritos"	Implementar un mapa interactivo con pines clicables. Es superior a la lista alfabética porque reduce la carga cognitiva del usuario al buscar.
	Visibilidad de Auspiciantes	Banners rotativos: Los patrocinadores "Premium" aparecen en el Home y en Push Notifications patrocinadas.	Directorios jerarquizados: los logos de patrocinadores son 3x más grandes que los expositores normales.	Gamificación: los usuarios ganan puntos por visitar stands de marcas patrocinadoras específicas.	Crear "Tarjetas Destacadas" (con foto y logo grande) para patrocinadores y "Listas Simples" (solo texto/logo peq.) para expositores estándar.
	Networking/ Interacción	IA Matchmaking: un algoritmo sugiere a quién conocer basado en tus intereses de registro.	Escaneo de Gafetes: enfoque B2B puro. Permite exportar contactos a Excel/CRM directamente.	Chat Integrado: mensajería tipo WhatsApp dentro de la app (baja adopción si no hay notificaciones).	Enfoque Híbrido: Implementar escaneo de QR para cierre de negocios rápido, priorizando esto sobre un chat social que suele ser ignorado.
	Funcionalidad técnica	Híbrida / Offline: permite consultar agenda y mapa sin internet (descarga datos al inicio).	Online First: requiere conexión constante para cargar perfiles (punto crítico de falla).	Sincronización Real-Time: excelente para noticias, pero lenta en espacios con mala señal.	Arquitectura "Offline-First": La app debe descargar la base de datos (agenda/mapa) al instalarse. Garantiza usabilidad en espacios con mala señal WiFi.
	Puntos de dolor	Curva de aprendizaje alta: tiene demasiadas funciones que abruma al usuario nuevo.	Diseño anticuado y tiempos de carga lentos en transiciones de pantalla.	Excesivas notificaciones push que terminan siendo bloqueadas por el usuario.	Simplicidad Radical: limitar el menú principal a máx. 4 pestañas (Inicio, Mapa, Expositores, Agenda). Evitar saturación de funciones.

Nota: Elaboración propia

Este análisis permitió obtener una idea clara y fundamentada antes de poder crear una lluvia de ideas, asegurando que las soluciones propuestas no fueran aleatorias, sino que estuvieran basadas en estructuras funcionales que ya se han demostrado con éxito en el sector gastronómico y sobre todo a nivel internacional.

Después de este análisis, se identificaron puntos importantes para fundamentar la estética de la aplicación bajo un diseño limpio con fondos neutros y así evitar el ruido visual, optimizar la navegación mediante un mapa interactivo

- Se prioriza un mapa interactivo para resolver la desorientación de los asistentes.

- Para garantizar la funcionalidad en un espacio sin conexión a internet, la agenda de actividades y el mapa tendrá que ser accesible sin conexión.
- Se prefirió utilizar un diseño de estilo limpio, que reduzca la carga cognitiva y permita que el contenido con imágenes no se pierda o quede en segundo lugar.
- Se integrarán módulos de resultados en tiempo real para las competencias culinarias, cubriendo el vacío de los espacios de entretenimiento en las aplicaciones de eventos.

Estos distintos puntos ayudan a tener una referencia para la lluvia de ideas, asegurando que las ideas que se van a generar no solo sean creativas, sino que respondan a las necesidades del asistente.

### ***3.4.2 Brainstorming / Lluvia de ideas***

Después de los distintos puntos establecidos en el benchmarking y la comprensión de los hallazgos en la fase empatizar y definir, se utilizó la herramienta Brainstorming para generar ideas creativas, soluciones que respondan a las necesidades y oportunidades enfocadas al diseño del contenido. Permitted integrar diversas ideas de forma libre que aporten a mejorar la experiencia de los asistentes dentro del evento.

Primero se empezó con una lluvia de ideas guiada por la metodología “How Might We” (¿Cómo podríamos...?), que permitió reformular los “puntos de dolor” de los asistentes y generar ideas para convertirlos en oportunidades de diseño. Las ideas resultantes se organizan en 5 clusters, agrupando las propuestas por temática y enfoque. A partir de estos clusters se derivaron los findings, que sintetizan los puntos claves y oportunidades de mejora.

Después del análisis de todas las ideas generadas, se las organizaron en 5 grupos temáticos (**Cluster**), los cuales son:

#### **Centralización de la información y accesibilidad**

- Mapa interactivo del evento que muestre la ubicación de los showrooms, stands, áreas de interés y rutas sugeridas.
- Agendas interactivas con información de los showrooms, actividades, expositores, horarios.
- Ingreso ágil, incluyendo registros por grupos, validación rápida y confiable.

### **Interacción y vínculos profesionales**

- Conexión y networking entre asistentes, chefs y expositores.
- Foros temáticos para conversar y compartir sobre gastronomía.

### **Relación comercial con las marcas premium**

- Promover la conexión entre asistentes y marcas premium de alimentos, bebidas y equipamiento de cocina.
- Comunicación accesible con marcas premium mediante botón de contacto.
- Información sobre los productos y servicios que ofrecen las marcas premium.
- Descripción y perfil de cada marca.

### **Perfiles y contenido gastronómico**

- Fichas de los chefs: biografía, logros, especialidades y trayectoria.
- Biblioteca digital: recetas, videos y otros contenidos relevantes para los asistentes.
- Recursos de aprendizaje: técnicas, tendencias, para profundizar en el aprendizaje culinario.

### **Seguimiento Post-evento y alcance**

- Información sobre próximas ediciones, fechas y oportunidades de participación.
- Actualizaciones de premios, nuevos proyectos, temas vanguardistas de chefs, marcas y emprendedores.
- Notificaciones personalizadas con contenido relevante para cada asistente.
- Sección de retroalimentación donde los asistentes puedan evaluar las actividades y compartir sus comentarios o recomendaciones.

De los resultados obtenidos (**Findings**), se destacan algunos puntos importantes para el diseño del contenido:

- Necesidad de un medio único que concentre toda la información del evento, organizada, y actualizada, válida a la aplicación como el canal oficial que integre mapa, horarios y notificaciones, resolviendo la dispersión informativa.
- La implementación de un registro digital, sería una solución práctica para eliminar los tiempos de espera.
- Buscan oportunidades de networking con chefs, expositores y otros participantes, mostrando así que la aplicación también puede funcionar como una herramienta híbrida de educación y networking no solo como una agenda informativa.
- Requieren información sobre futuras ediciones, novedades del sector y espacios para dar retroalimentación sobre las actividades.

Sabiendo que, para garantizar que estas funcionalidades generen valor real y no saturen al asistente, es necesario filtrar estas ideas propuestas contrastandolas con las necesidades y frustraciones de los perfiles de usuario definidos.

### ***3.4.3 Value Proposition Canvas***

Después de la generación de posibles soluciones dentro del brainstorming, fue necesario validar que estas propuestas respondan a las necesidades reales de los perfiles de usuario identificados en la investigación. Con este fin, se utilizó la herramienta Value Proposition Canvas, alineando las características de la app móvil con los deseos y frustraciones del usuario.

Este análisis se centró en los dos perfiles de usuario del Guayaquil Food Show: el Estudiante de Gastronomía, quien busca aprendizaje y networking; el Asistente general, interesado en la experiencia recreativa y la oferta gastronómica.

Las siguientes propuestas establecidas por los estudiantes de gastronomía, resuelven puntos de dolor importantes considerados para mejorar la experiencia:

- La sensación de tener mucha información académica y no saber cuál está más interesado, se resuelve con los filtros de búsqueda, lo que le permite identificar y priorizar talleres o exposiciones relevantes.
- La dificultad de no poder anotar detalles importantes mientras hay demostraciones o cocina en vivo, se resuelve al tener acceso a recetas descargables.
- La limitación de información importante al terminar el evento, se soluciona con el acceso a material exclusivo post-evento, extendiendo la utilidad de la aplicación.

En contraste, el uso de la herramienta permitió confirmar que existen puntos de dolor distintos para el asistente general, pero representativos para mejorar la experiencia de este perfil.

Se validan distintas propuestas, sin embargo, se mencionan tres que destacan por mayor importancia:

- La frustración de perderse las actividades de interés se resuelve con la implementación de un mapa interactivo geolocalizado, transformando un recorrido fluido.
- Las molestas filas largas y procesos de registro demorados, la solución propuesta es un código QR integrado, lo que garantiza un acceso rápido y eficiente.
- La dificultad de estar pendiente de la actividad que está sucediendo en el momento se soluciona mediante una agenda centralizada y un sistema de notificaciones, permitiendo aprovechar cada actividad.

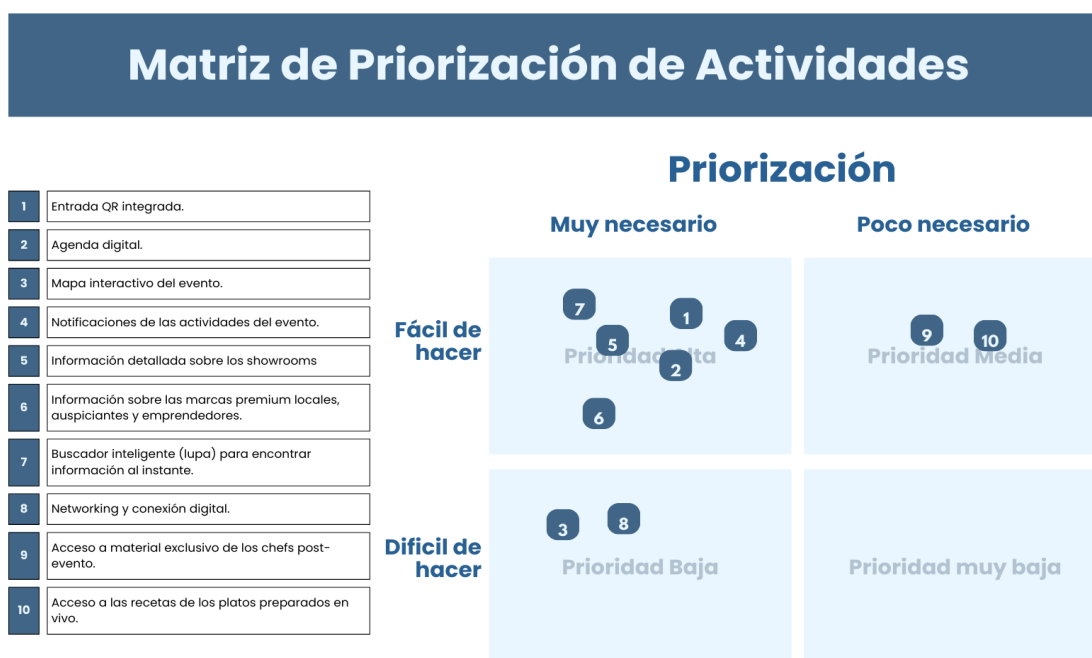
### 3.4.4 Matriz de Priorización

De acuerdo a la matriz de priorización se establecieron elementos a incorporar dentro del contenido de la aplicación acorde a su nivel de prioridad. Los elementos que se priorizan son aquellos que tienen un impacto directo en la experiencia del visitante y se poseen los recursos para aplicarlos; los elementos de prioridad media incluyen funcionalidades que aportan un valor complementario a la experiencia, sin embargo existe cierto nivel de complejidad para obtener la información exclusiva; dentro de la prioridad baja se han añadido aquellos elementos que representan una mayor complejidad técnica y que requieren mayores recursos para su incorporación como establecer contenido de networking diseñados para que las dos partes se encuentren interesadas y conexión digital dentro del salón en el que se desarrolla el evento.

A continuación, se presenta la matriz:

**Figura 9**

*Cuadro de matriz de priorización*



Nota: Elaboración propia.

De esta manera, esta matriz facilita la toma de decisiones y la jerarquización de los elementos a incorporar.

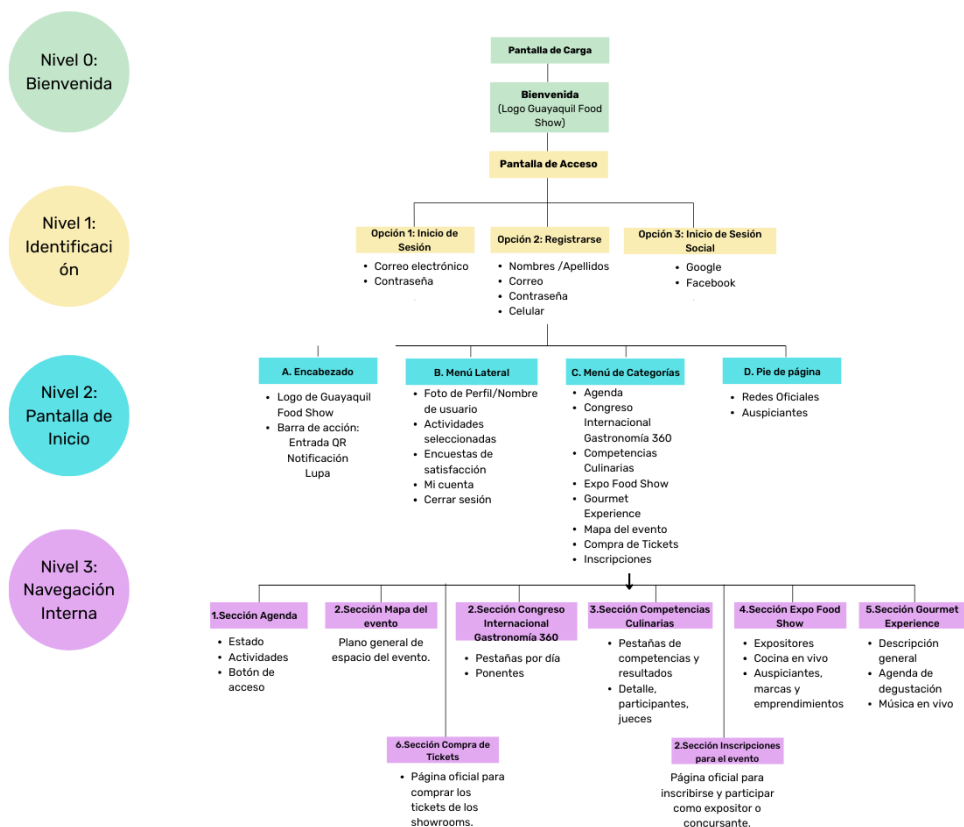
### ***3.4.5 Arquitectura de información***

Acorde a la información identificada se diseñó una estructura jerárquica que permita al asistente navegar de forma intuitiva. El objetivo de esta estructura es poder organizar el extenso contenido del evento de manera estratégica, para así asegurar que los asistentes encuentren lo que necesitan en muy pocos pasos. La estructura de la información se organiza en 3 niveles, el nivel 0 y 1 se encarga de la bienvenida, registro e inicio de sesión, donde se prioriza un registro de manera ágil integrando el uso de redes sociales. En el nivel 2 se accede a la pantalla principal o de inicio, donde se muestran los elementos urgentes, como código QR de la entrada, notificaciones, la agenda del día y los showrooms, estando a la vista del usuario. En el nivel 3 tenemos el desglose de los showrooms, donde está la información específica como, horarios, biografía de chef, logros y demás, evitando así saturar el menú principal.

A continuación, se puede observar la arquitectura de información:

#### **Figura 10**

*Diagrama de estructura de información*



Nota: Se visualizan los 4 niveles dentro del prototipo. Elaboración propia.

Esta jerarquía organiza acorde al nivel de importancia y uso, garantizando una experiencia fluida que agilice la navegación del asistente, fomentando así la asistencia a todas las actividades del evento.

### 3.4.6 Mapa de contenido

Una vez definida la arquitectura de la información con los 3 niveles de navegación, se continuó especificando cada una de las secciones. Su objetivo es llenar la estructura antes definida con información real que aporte al asistente y que mediante cada categoría sustente las necesidades definidas en la fase de investigación.

A continuación, se desglosan los 3 niveles establecidos:

Nivel 0 - Bienvenida

Pantalla de carga

- Bienvenida

- Logo del Guayaquil Food Show

## Nivel 1- Identificación

### Pantalla de Acceso

#### Inicio de sesión

- Correo electrónico
- Contraseña

#### Registrarse

- Nombres
- Apellidos
- Celular
- Profesión
- Correo electrónico
- Contraseña

#### Inicio de sesión social (Social Login)

- Google
- Apple
- Outlook
- Facebook

## Nivel 2 - Componentes de la pantalla de inicio

### Encabezado

- Logo del Guayaquil Food Show
- Barra de acción
  - Icono Menú lateral: Permitirá acceso al perfil y otras opciones.
  - Icono Qr: Permitirá acceder a la entrada para el evento
  - Icono Notificación: recibirá actualizaciones del evento
  - Icono Lupa: permitirá hacer cualquier búsqueda

### Menú lateral

- Foto de perfil
- Nombre de usuario
- Actividades seleccionadas: se muestra la actividad seleccionada con el horario y lugar.
- Encuestas de satisfacción: encuesta de cada showroom y encuesta general
- Cuenta: Editar datos personales (nombre, correo, contraseña, fecha de nacimiento, ciudad)
- Cerrar sesión

### Dentro del inicio - Menú de categorías

- Agenda
- Mapa del evento
- Congreso Internacional Gastronomía 360
- Competencias Culinarias
- Expo Food Show
- Gourmet Experience
- Compra de Tickets
- Inscripción

### Pie de página

- Se presenta las redes sociales oficiales del evento
- Se presenta los auspiciantes
- Chatbot

### Nivel 3 - Navegación Interna

- Agenda
  - Estado
  - Nombre de actividad

- Ubicación
- Botón de acceso detallado
- Sección Congreso Internacional Gastronomía 360.
  - Pestaña por día: Tema, horario, fecha, sala y ponentes.
  - Ponentes: Foto, nombre, Título profesional, logros, Biografía, redes
- Sección Competencia Culinarias
  - Pestaña con las competencias: Bocuse D'OR, COUPE DU MONDE DE LA PÂTISSERIE), Copa nacional de gastronomía (Jóvenes talentos):
    - Foto
    - Descripción
    - Fecha
    - Sala
    - Participantes
    - Jueces
    - Tracking de quien se está presentando en ese momento
  - Tabla de resultados: resultados de cada competencia
- Sección Expo Food Show
  - Pestaña de expositores:
    - Tracking del expositor presentando en tiempo real
    - Cocina en vivo: Foto, chef ponente, información de contacto, información del plato a preparar, receta.
  - Pestaña de Productos
    - Auspiciantes: Foto, descripción, información de contacto.
    - Marcas premium locales: Foto, descripción, información de contacto.
    - Emprendimientos: Foto, descripción, información de contacto.
- Sección de Gourmet experience

- Gourmet experience: descripción y detalle
- Video de todo lo que conforma en showroom
  - Agenda de degustación:
  - Chef invitado
- Sección mapa interactivo del evento.
  - Plano general aéreo del evento
- Compra de Tickets
  - Redirige a una página para comprar las entradas del evento
- Inscripción
  - Redirige a una página para registrarse y ser parte del evento como concursar o expositor con su marca premium.

### ***3.4.7 Moodboard***

Adicionalmente, se elaboró un Moodboard para definir qué personalidad y elementos se pueden incorporar en el diseño del contenido. Esta herramienta ayuda a hacer visibles características importantes del evento e incluirlas en la etapa de diseño, asegurando que el contenido que se presente sea coherente con el evento Guayaquil Food Show.

La propuesta visual se estructura bajo seis conceptos que representan en gran manera el evento: Profesional, Gastronómico, Elegante, Amigable, Moderno y Minimalista.

A continuación, se muestra el moodboard visual:

### **Figura 11**

*Moodboard visual de diseño*



Nota: Elaboración propia.

La paleta de colores que se muestra favorece la jerarquía visual y la limpieza del contenido:

- Se ha seguido la línea grafica del Guayaquil Food Show, como los colores corporativos de la marca, azul cian, blanco y negro, asegurando que la aplicación sea reconocida como un producto oficial del evento.
- Las fuentes Sans Serif (Montserrat, Open Sans, Poppins) son referentes para los textos principales y menús, debido a su alta legibilidad en pantallas pequeñas, reforzando el atributo de ser una plataforma amigable para el asistente.
- Las fuentes como Gotham Black y Safira March, son referentes para titulares y elementos destacados, brindando un peso visual y un aspecto profesional a la comunicación institucional.
- El estilo de imagen que se seleccionó comunica la esencia híbrida del evento, en la que se aprecia la técnica de la alta cocina, la interacción en entornos de networking, cocina en vivo y la experiencia digital en el evento.

Se realizó un segundo moodboard para definir la manera de presentar el contenido en la pantalla, recopilando ejemplos visuales de interfaces sirviendo como guía para estructurar los datos de manera clara y accesible.

A continuación, se presenta el moodboard estructural:

**Figura 12**

*Moodboard visual de estructura*



Nota: Elaboración propia

- Se tomaron referencias de pantallas de registro con campos espaciosos y limpios, buscando que el ingreso y registro sea fluido y sin molestias visuales para el asistente.

- Para mostrar la información de congresos y competencias, se seleccionaron formatos de líneas de tiempo vertical, donde la hora y la actividad se diferencian claramente por bloques de color y facilitan la lectura.
- Para mostrar los perfiles de los chefs y ponentes, se visualizan en círculos con nombres destacados, permitiendo una rápida visualización.
- Se recopilan ejemplos, como el código QR de entrada, los botones de menú principal, ocupan lugares centrales en el inicio o también tarjetas grandes.

Este tablero no define la estructura final, pero sirve como una guía o referencia directa para la etapa de prototipar, asegurando que cada pieza de información tenga un lugar estratégico que favorezca la interacción.

### **3.5 Etapa Prototipar**

#### ***3.5.1 Boceto estructural/Wireframe***

Se realizó un boceto estructural del contenido de la aplicación, incorporando los elementos definidos en la etapa anterior. Este primer boceto permite tener un apoyo visual de la organización de la información, distribución de las secciones y navegación que se tendrá dentro la aplicación. De esta manera se evitan errores durante el desarrollo de prototipo de mayor fidelidad. El diseño del wireframe se encuentra en *ANEXO I*

#### ***3.5.2 Canva***

La plataforma Canva permitió el desarrollo y estructuración del Manual de diseño de contenido. Fue elegida porque permite organizar visualmente la información de manera rápida y clara, integrar los distintos apartados del índice que se organiza en introducción del proyecto, lineamientos visuales, desglose de los 4 niveles y por último recomendación claves para el momento de su desarrollo, asegurando así que el manual cumpla la función de guía para el desarrollo de la app móvil. *ANEXO J*

### **3.5.3 Adobe Illustrator**

El uso de Adobe fue necesario para diseñar cada una de las pantallas del prototipo ya que ofrece diversidad de colores, gráficos, fuentes, editor de imágenes, entre otros. El poseer estos recursos en una sola herramienta de diseño permite crear contenidos alineados a la identidad de Guayaquil Food Show e incorporar las ideas establecidas en etapas anteriores.

*ANEXO K*

### **3.5.4 Figma**

Se utilizó la herramienta de diseño Figma para agregar botones con funcionalidades que permitan la navegación entre las pantallas mencionadas anteriormente. Además, posee configuraciones que permiten visualizar y simular la experiencia de uso dentro de un dispositivo móvil. *ANEXO K*

### **3.5.5 Desarrollo de prototipos**

Se desarrolló el Manual de diseño de contenido, un documento que sirve como guía para organizar la información del Guayaquil Food Show en diferentes pantallas, que faciliten la comprensión del asistente. Este manual funciona como guía técnica para los desarrolladores, detalla exactamente cómo debe organizarse y desarrollarse el contenido de la aplicación en caso de ser programado. El proceso comenzó tomando de base el mapa de contenido y la arquitectura de información ya establecida previamente hasta la creación de un prototipo digital interactivo.

El objetivo fue dar una guía paso a paso de los 4 niveles de contenido establecidos en la arquitectura de información, permitiendo que el desarrollador entienda la lógica de navegación que va desde la bienvenida hasta los detalles de cada showroom. Especifica los textos, botones y datos que van en cada pantalla para que el asistente encuentre todo de manera rápida, asegurando que el contenido sea la estrella del nuestro prototipo.

El manual contiene un índice que se detalla en:

- **Introducción**
  - Se muestra el propósito del manual, los perfiles a los cuales va dirigida esta propuesta y la justificación de su creación.
- **Lineamientos visuales**
  - Guía de colores, tipos de letra, tamaño y el estilo para que el contenido sea armonioso al momento de leer.
- **Nivel 0: Bienvenida**
  - Detalle de la primera pantalla que recibe al asistente al abrir la app.
- **Nivel 1: Identificación**
  - Estructura de inicio de sesión y registro para que los asistentes se identifiquen correctamente.
- **Nivel 2: Pantalla de inicio**
  - Diseño del menú principal que organiza todos los showrooms y actividades, también las demás funciones y botones de acceso.
- **Nivel 3: Navegación interna**
  - Detalle de la información de cada showroom, como horarios, temas, ponentes y demás.
- **Recomendaciones**
  - Consejos para el momento de desarrollar y actualizar el contenido.

Mientras realizamos el manual, se empezó con la elaboración de los bocetos de baja fidelidad de las pantallas. En estos bocetos aplicamos todo lo establecido en la arquitectura de información de los niveles 0 hasta el 3. Se puso mayor realce en los horarios, fechas e información de cada showroom. Finalmente, toda esta organización se pasó al programa Adobe Illustrator y Figma para crear el prototipo digital. Teniendo como resultado una

aplicación que se pueda usar y sirva como ejemplo real de los establecido en el manual. Este documento detalla todo lo necesario para desarrollar el contenido, el prototipo final ayuda a que los asistentes del evento tengan una experiencia organizada, clara y eficiente.

## **3.6 Etapa Validar**

### ***3.6.1 Matriz de FeedBack***

Después de haber realizado los prototipos de alta fidelidad, se procedió a la validación de nuestra propuesta al cliente. El objetivo de la validación fue verificar que el contenido organizado y distribuido dentro del prototipo sea acorde para que el asistente encuentre todo lo que necesita en pocos pasos, la navegación sea intuitiva, y la jerarquía de los textos respondan a las necesidades.

Para analizar las respuestas recopiladas durante la sesión, se utilizó la herramienta Matriz de Feedback, *ANEXO L*, la cual permite clasificar cada una de las observaciones en cuatro categorías claves como, ¿qué funciona?, ¿qué se puede mejorar?, ¿qué pregunta nos hacen?, ¿qué idea nos proponen?

Esta matriz evidenció hallazgos importantes para continuar con la evolución de nuestra propuesta. Por una parte, se confirmó que la organización de la información planteada funciona, es corta, rápida y fácil de leer, también el cliente valoró positivamente todas las demás funciones como agenda, mapa, notificaciones, encuestas de satisfacción, entre otras.

Sin embargo, se reveló una oportunidad de mejora, en la sección de competencias culinarias, en la parte de resultados obtenidos, se identificó que falta contexto sobre los ganadores de esta competencia para que el asistente comprenda porque ellos ganaron, al mostrar solamente los nombres de los ganadores, carece de profundidad y entendimiento dejando al asistente con la información incompleta.

### **3.6.2 Ajustes realizados**

Con base en los hallazgos de la matriz, en la parte de “¿Qué ideas nos proponen?”, se establece lo siguiente para mejorar la propuesta. En la ficha de los resultados no solo se mostrará el ganador con su imagen, sino que también se incluirá dentro de cada uno de ellos, el plato ganador, las técnicas que han usado, y el por qué ganaron. Con este ajuste seguiremos elevando el nivel de información que el Guayaquil Food Show desea para sus asistentes.

## **3.7 Prototipo final y Propuesta de valor**

### **3.7.1 Prototipo final**

Se basa en un Manual de diseño de contenido que organiza la información de la aplicación, incluyendo guías paso a paso de cada pantalla, desde la bienvenida hasta los detalles de los showrooms. Ofreciendo al cliente o desarrollador una hoja de ruta clara sobre qué información poner y cómo ordenarlo, asegurando que la información esté organizada y fácil de encontrar, el cual se puede visualizar en el *ANEXO J*.

También se incluyó un prototipo digital, diseñado en la plataforma Adobe Illustrator y Figma, que permite visualizar de forma real cómo funcionará la aplicación. Presenta una distribución estructurada de los contenidos, donde se puede visualizar dentro de cada showroom, los perfiles de los chefs, horarios, temas, seguimiento de las actividades, mapa del evento, agenda, compra de tickets, redes sociales, marcas auspiciantes. Ajustándose a las necesidades de los asistentes antes mencionados, mejorando la experiencia y navegación durante el evento. *ANEXO K*

### **3.7.2 Propuesta de valor**

Nuestra propuesta ofrece una solución que centraliza la información del Guayaquil Food Show, logrando que el asistente tenga toda la información detallada del evento, también garantizando que aproveche toda la oferta y eliminando así la incertidumbre al momento de buscar las actividades. Al resolver la falta de centralización en la edición anterior, la propuesta mejora la percepción del evento para que el asistente tome decisiones rápidas contribuyendo a un recorrido fluido, personalizado y satisfactorio durante el evento.

Además, se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible 8: Trabajo decente y crecimiento económico, fortaleciendo la visibilidad de los emprendedores y chef locales, y con el ODS 4: Educación de calidad, al organizar el contenido informativo de los showrooms que sea accesible y claro. El manual no solo mejora el trabajo para el desarrollador al reducir errores en la creación de la aplicación, sino que garantiza que todo el contenido académico del evento llegue de manera eficaz a los asistentes, aportando un valor real al evento.

### **3.8 Presupuesto**

El presupuesto destinado para la ejecución del proyecto, fue tomado de distintas cotizaciones verbales con expertos en el tema. A través de este se detallan los costos asociados al prediseño por parte nuestra donde se detalla todo lo elaborado, como diseño de contenido, estructura de niveles, bocetos de baja fidelidad del prototipo y también de alta fidelidad realizados en figma para así poder visualizar de mejor forma como quedaría con colores e imágenes incorporadas, dándonos un precio estimado de \$2.100. También se detalla la parte del desarrollador de la aplicación que consta de la database que se necesita tener, programación móvil, mapas con geolocalización y códigos QR, pruebas de interfaz y

publicación dentro de play store, dándonos un precio estimado de \$7.500. Para así conocer el precio total estimado de \$9.700 dólares.

**Tabla 2**

*Tabla de presupuesto para desarrollo de propuesta*

<b>Fases</b>	<b>Detalle de Ítem</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Costo (USD?)</b>
<b>I. PRE-PRODUCCIÓN</b>			
	<b>Fase de Diseño</b>		
Diseño de Contenido	Curaduría de textos, imágenes y estructura de ponentes.	\$500.00	\$500.00
Arquitectura de Información	Diagramas de flujo y jerarquía de secciones de la app.	\$400.00	\$400.00
Wireframes	Estructura de baja fidelidad	\$500.00	\$500.00
Alta Fidelidad	Mockups finales (Figma).	\$700.00	\$700.00
<b>Subtotal Fase I</b>	<b>Pre-producción</b>		<b>\$2,100.00</b>
<b>II. DESARROLLO</b>			
	<b>Programación y Lanzamiento</b>		
Database	Base de datos en tiempo real.	\$1,800.00	\$1,800.00
Programación Móvil	Código para iOS/Android	\$3,200.00	\$3,200.00
QR & Mapas	Sistema de tickets electrónicos y geolocalización.	\$1,500.00	\$1,500.00
Pruebas y Publicación	Pruebas de estrés y subida a App Store/Play Store.	\$1,000.00	\$1,000.00
<b>Subtotal Fase II</b>	<b>Contratación</b>		<b>\$7,500.00</b>
<b>VALOR TOTAL</b>			<b>\$9,600.00</b>

Nota: Elaboración propia con base en trabajo realizado

## **CAPÍTULO 4**

## **4. Conclusiones**

### **4.1 Conclusiones del análisis de la percepción y experiencia del asistente**

Al concluir con el desarrollo del presente proyecto y conforme al primer objetivo del mismo, se logró identificar un factor importante que afecta la experiencia de los asistentes del evento Guayaquil Food Show. Los hallazgos obtenidos a través de entrevistas semiestructuradas revelaron que la falta de centralización de información y actividades dispersas generaron incertidumbre, impidiendo que el asistente aproveche la oferta completa que el evento ofrece.

A través del diseño del contenido, se reveló que la implementación de una correcta estructuración de la información logra mejorar la toma de decisiones de los asistentes y su experiencia general. El manual de diseño sirve como una herramienta estratégica para ejecutar la propuesta en su etapa final y guía para la incorporación por parte de los organizadores durante el evento.

### **4.2 Conclusiones del Diseño de contenido**

El uso de las herramientas de Design Thinking, como wireframe, mockup, matriz de prioridad, moodboard, mapa de contenido, fueron fundamentales para diseñar el contenido informativo del Guayaquil Food Show en el prototipo de app móvil, integrando así funciones esenciales y de usabilidad. Todo esto llevó a la estructuración de una propuesta sólida que prioriza la funcionalidad sobre la estética.

De acuerdo a la definición establecida de los factores que mejoran la experiencia del asistente, se logró comprender las secciones que se necesitaban implementar, tales como, agenda, mapa interactivo, perfiles detallados, notificaciones, trackings, información en tiempo

real. Estos demostraron ser las funciones viables para asistir y satisfacer las necesidades de los usuarios.

Con relación a la creación del prototipo, se requirió organizar y sintetizar la información para que fuera armoniosa en pantallas móviles. Este proceso permitió identificar elementos clave como la jerarquización visual de la información, lo que mejoró la eficiencia de la propuesta.

### **4.3 Conclusiones de la Validación del Prototipo**

Se procedió a validar el prototipo y el diseño de contenido mediante una Matriz de Feedback, la cual evaluó aceptación, diseño, y las funciones propuestas. La interacción con el cliente y usuarios potenciales brindó pautas importantes sobre la información, destacando la necesidad de incluir información detallada en el área de resultados de la Competencias Culinarias.

Las observaciones brindadas en esta etapa permitieron confirmar la aceptación de la estructura establecida y ajustar el enfoque del contenido hacia lo académico. Se reforzó la propuesta final asegurando que las funciones como navegación sin conexión y notificaciones estuvieran alineadas con las expectativas del asistente.

### **4.4 Aportes del estudio**

Esta propuesta permite integrar al sector turístico una herramienta tecnológica basada en las necesidades de los visitantes. Se evidencia como la digitalización puede mejorar el acceso a información en eventos y turismo gastronómico contribuyendo a mejorar la percepción de valor del producto turístico.

Este estudio contribuye a futuras investigaciones estableciendo un soporte conceptual y metodológico que puede ser aplicado en contextos turísticos y eventos similares. Asimismo,

los resultados obtenidos en todas las etapas facilitan la comprensión de los factores afectan la experiencia de los asistentes y partir de estos hallazgos para añadir nuevas soluciones.

## 5. Recomendaciones

Una vez culminado el proyecto y las sugerencias obtenidas durante la validación, se obtienen ciertas recomendaciones que deben considerarse para superar limitaciones y llevar con éxito el desarrollo de la propuesta.

- Se debe mantener un proceso de actualización constante antes, durante y después del evento, designando a un encargado que gestione el contenido en tiempo real para así mantener relevancia en la información.
- La aplicación debe estar abierta a mejoras técnicas, principalmente asegurar la funcionalidad “Modo sin conexión” para adaptarse a la posibles fallas de conexión en el sitio y así no arriesgar la experiencia del asistente.
- El uso del manual será estandarizado entre el equipo organizador y se incluyan capacitaciones de uso de la propuesta final.
- Los desarrolladores de la aplicación en su etapa final utilicen de manera eficaz el manual de diseño de contenido y se incorpore cada elemento establecido, manteniendo una comunicación directa con los organizadores.
- Se fomenta la inclusión de nuevas tecnologías, como el uso de inteligencia artificial, mapas con geolocalización offline y códigos Qr que puedan incorporar información, también añadiendo nuevas formas de interacción con los usuarios, asegurando que la aplicación se mantenga activa, llamativa y se sostenga a largo plazo.

Finalmente, se aconseja que las sugerencias de los asistentes sean evaluadas de manera constante, ya que esta información facilitará en la toma de decisiones en futuras ediciones de Guayaquil Food Show, mejorando la experiencia de los asistentes

## Referencias

Aldaz, S. S. G., Aguilera, D. I. A., Chiquito, F. V. (2024). Redes sociales, la clave comunicacional para promover la gastronomía ecuatoriana en la era digital y posicionar emprendimientos. *Guamán Aldaz | Polo del Conocimiento*.  
<https://doi.org/10.23857/pc.v9i7.7540>

*Apuntes de Testeo o Matriz de feedback – Design Thinking en Español*. (s. f.).  
<https://designthinking.es/apuntes-de-testeo-matriz-de-feedback/?srsltid=AfmBOopBAAq8ozkykd0Z1MHIUmrM-Gqd0LS9UPIHumIhD81K4HdJODdA>

Asamblea Nacional del Ecuador. (2002). *Ley de Turismo* (actualizada en 2020). Ministerio de Turismo del Ecuador. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/08/2020-Ley-de-Turismo.pdf>

Asamblea Nacional del Ecuador. (2021). *Ley Orgánica de Protección de Datos Personales* (Registro Oficial Suplemento N.º 459, 26 de mayo de 2021).  
[https://www.finanzaspopulares.gob.ec/wp-content/uploads/2021/07/ley\\_organica\\_de\\_proteccion\\_de\\_datos\\_personales.pdf](https://www.finanzaspopulares.gob.ec/wp-content/uploads/2021/07/ley_organica_de_proteccion_de_datos_personales.pdf)

Asamblea Nacional del Ecuador. (2019). *Ley Orgánica de Prevención y Sanción de la Violencia en el Deporte* (Suplemento R.O. No. 478, 30 de abril de 2019).  
<https://www.gestionderiesgos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/07/Ley-Organica-de-Prevencion-y-Sancion-de-la-Violencia-en-el-Deporte.pdf>

Cunha, S. (2018). *Turismo gastronómico, un factor de diferenciación*. Dialnet.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7841642>

*Customer Journey – Design Thinking in Spanish*. (s. f.).

[https://designthinking.es/en/customer-](https://designthinking.es/en/customer-journey/?srsltid=AfmBOoogAhBCHoqiSjBjSu_KpF2zXjtmx6Fvj6n7XK4KYYnVAii79Iet)

[journey/?srsltid=AfmBOoogAhBCHoqiSjBjSu\\_KpF2zXjtmx6Fvj6n7XK4KYYnVAii](https://designthinking.es/en/customer-journey/?srsltid=AfmBOoogAhBCHoqiSjBjSu_KpF2zXjtmx6Fvj6n7XK4KYYnVAii79Iet)

[79Iet](https://designthinking.es/en/customer-journey/?srsltid=AfmBOoogAhBCHoqiSjBjSu_KpF2zXjtmx6Fvj6n7XK4KYYnVAii79Iet)

De las Fuentes Ubieta, O. (2024, 7 de mayo). *Los eventos corporativos como herramienta de marketing: un estudio teórico-práctico* (Trabajo de Fin de Grado). Universidad del País

Vasco. <https://hdl.handle.net/10810/67594>

Derecho Ecuador. (2020, 9 diciembre). Registro Oficial No.346- Martes 09 de diciembre de

2020 - Derecho Ecuador. *Derecho Ecuador*. [https://derechoecuador.com/registro-](https://derechoecuador.com/registro-oficial-no346-martes-09-de-diciembre-de-2020/)

[oficial-no346-martes-09-de-diciembre-de-2020/](https://derechoecuador.com/registro-oficial-no346-martes-09-de-diciembre-de-2020/)

Gabriel, C. P. (2020, 1 septiembre). *Aplicación móvil para potenciar la creación de relaciones profesionales previas a eventos o convenciones*.

<https://ruc.udc.es/entities/publication/caf15f94-be07-4d1e-993f-65a0fa0f4e7a>

Getz, D., & Page, S. J. (2019). *Event studies*. En *Routledge eBooks*.

<https://doi.org/10.4324/9780429023002>

Hernández Rojas, R. D., (y demás autores). (2018). *Turismo Gastronómico: la gastronomía tradicional de Córdoba (España)*. Nuevas perspectivas en turismo, SciELO Argentina.

ICCA - International Congress and Convention Association - Home. (s. f.).

<https://www.iccaworld.org/>

La Escuela de los Chefs. (2025). *Análisis de resultados consolidados de la Encuesta Competencia Nacional e Internacional de Gastronomía (Food Show Guayaquil 2025)* [Datos de investigación inéditos]. Tecnológico Universitario de Guayaquil.

LA ESCUELA DE LOS CHEFS. (2025). *Memoria Guayaquil Food Show 2025*.

Lewrick, M., Link, P., & Leifer, L. (2020) *The Design Thinking Playbook: Mindful Digital Transformation of Teams, Products, Services, and Ecosystems Magazine*

Lopera, C. P., Cortés, J. S. C., & Galeano, C. T. (2016, 26 septiembre). *TURISMO DE REUNIONES Y EVENTOS*.

<https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/int/article/view/786>

*Lluvia de ideas o Brainstorming – Design Thinking en Español*. (s. f.).

<https://designthinking.es/lluvia-de-ideas->

[brainstorming/?srsltid=AfmBOormfAehRatcirKHhCPNEbDojZ20RBvXaRaViDQv539hMldu-Mwy&v=2f53e6f3f2ac](https://designthinking.es/brainstorming/?srsltid=AfmBOormfAehRatcirKHhCPNEbDojZ20RBvXaRaViDQv539hMldu-Mwy&v=2f53e6f3f2ac)

*Matriz de impacto y esfuerzo – Design Thinking en Español*. (s. f.).

<https://designthinking.es/matriz-de-impacto-y->

[esfuerzo/?srsltid=AfmBOoo92djL8yXWuc1oxduVG15CZDnk6P1AS6\\_QRhqgH40yk  
ii5R2QW](https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/emision-de-autorizacion-para-la-realizacion-de-espectaculos-publicos/)

Ministerio de Gobierno del Ecuador. (2022). *Reglamento de Espectáculos Públicos* (Acuerdo Ministerial N.º 2537). <https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/emision-de-autorizacion-para-la-realizacion-de-espectaculos-publicos/>

Observatorio turístico de Espol (2025) . *Informe Guayaquil Food Show 2025*.

Sánchez Romero, M. C. (2022). *Nuevos retos para el Turismo MIC en destinos turísticos*. Universidad de La Laguna. Recuperado de <https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/27963>

*Perfil de usuario – Design Thinking en Español*. (s. f.). <https://designthinking.es/perfil-de-usuario/?srsltid=AfmBOoo80sFVIZ7TyKRBqav6qk1JQ44WqCL9j3Xpbx0NAC2OSwdPFiEW>

Secretaría de Derechos Humanos del Ecuador. (2018). Reglamento de espectáculos públicos para la protección de derechos de niños, niñas y adolescentes. Recuperado el 3 de junio de 2025, de [https://www.igualdad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/05/reglamento\\_espectaculos\\_publicos.pdf](https://www.igualdad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/05/reglamento_espectaculos_publicos.pdf)

Segarra-Saavedra, J., Hidalgo-Marí, T., & Rodríguez-Monteagudo, E. (2015). La gastronomía como Industria Creativa en un contexto digital. Análisis de webs y redes sociales de los restaurantes españoles con estrella Michelin. *AdComunica Revista Científica de*

*Estrategias Tendencias E Innovación En Comunicación*, 135-154.

<https://doi.org/10.6035/2174-0992.2015.10.9>

*Vista de TURISMO DE REUNIONES y EVENTOS*. (s. f.).

<https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/int/article/view/786/675>

## **Anexos**

### **Anexo A. Investigación Secundaria**

Recurso:

<https://drive.google.com/drive/folders/1wVck3GTQ5wScuYWAZQhUy2sMw-J8qom?usp=sharing>

### **Anexo B. Entrevistas**

Recurso: [https://drive.google.com/drive/folders/1-wL5AaXuwM\\_Z1Gmj0Uz0j8R0u8ROLwh5?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1-wL5AaXuwM_Z1Gmj0Uz0j8R0u8ROLwh5?usp=sharing)

- Cuestionario de entrevistas:

### **Preguntas entrevista a organizadores (Entrevista)**

#### **Consentimiento informado**

Somos Ashley Lindao y Jorge Baldeón, estudiantes de la carrera de Turismo y participantes de la Materia Integradora Como parte del proceso de titulación para obtener la Licenciatura en Turismo. Nuestro proyecto de tesis aborda el tema “Diseño del contenido de una aplicación móvil para mejorar la experiencia del Guayaquil Food Show”.

Con este propósito, nos gustaría conocer en detalle su experiencia y percepción desde el punto de vista de organizador del evento, ya que su aporte es fundamental para comprender los procesos, desafíos y oportunidades de mejora que podrían incorporarse en el diseño del contenido de la aplicación.

La entrevista tendrá una duración aproximada de 40 minutos. La información proporcionada será estrictamente confidencial y se utilizará únicamente con fines académicos, en el marco de nuestra tesis de grado. Los datos serán registrados mediante grabaciones o notas, y solo nosotros tendremos acceso a la información.

La participación en esta entrevista es voluntaria, y usted puede retirarse en cualquier momento sin que esto implique consecuencia alguna. Si tiene alguna duda o desea más información sobre el estudio, puede comunicarse con nosotros al número **0967890371**.y correo [\*\*jorbalon@espol.edu.ec\*\*](mailto:jorbalon@espol.edu.ec), [\*\*amlindao@espol.edu.ec\*\*](mailto:amlindao@espol.edu.ec)

Al continuar con esta entrevista, usted confirma que ha comprendido la información y acepta participar de manera voluntaria en el estudio.

1. ¿Qué actividad consideraron con mayor impacto durante el evento?
2. ¿Cómo se definió el perfil del público objetivo para el evento?
3. ¿Cuál fue la principal experiencia que quisieron transmitir en el evento a los asistentes?, ¿Se cumplió?, cómo fue medido?¿Qué elementos considera que contribuyeron a cumplirla?(ambientación, degustaciones, shows, atención, tecnología)
4. Desde su entorno personal o profesional, ¿qué opiniones escuchó de personas que asistieron al Food Show Guayaquil? positivamente o de oportunidades de mejora
5. Existen procedimientos, cronogramas y agendas internas que considere deberán digitalizarse y mostrar a los usuarios de la aplicación?
6. Si dentro de la aplicación del evento se realizan actividades interactivas o concursos para los asistentes, ¿cree que los auspiciantes estarían dispuestos a ofrecer obsequios o premios para los ganadores?

## **Preguntas para los Asistentes (Grupo Focal)**

Somos Ashley Lindao y Jorge Baldeón, estudiantes de la carrera de Turismo y participantes de la Materia Integradora Como parte del proceso de titulación para obtener la Licenciatura en Turismo. Nuestro proyecto de tesis aborda el tema “Diseño del contenido de una aplicación móvil para mejorar la experiencia del Guayaquil Food Show”.

Con este propósito, nos gustaría conocer en detalle su experiencia y percepción desde el punto de vista de asistentes del evento, ya que su aporte es fundamental para comprender los procesos, desafíos y oportunidades de mejora que podrían incorporarse en el diseño del contenido de la aplicación.

La entrevista tendrá una duración aproximada de 40 minutos. La información proporcionada será estrictamente confidencial y se utilizará únicamente con fines académicos, en el marco de nuestra tesis de grado. Los datos serán registrados mediante grabaciones o notas, y solo nosotros tendremos acceso a la información. La participación en esta entrevista es voluntaria, y usted puede retirarse en cualquier momento sin que esto implique consecuencia alguna. Si tiene alguna duda o desea más información sobre el estudio, puede comunicarse con nosotros al correo: [jorbalon@espol.edu.ec](mailto:jorbalon@espol.edu.ec), [amlindao@espol.edu.ec](mailto:amlindao@espol.edu.ec) Al continuar con esta entrevista, usted confirma que ha comprendido la información y acepta participar de manera voluntaria en el estudio.

1. ¿Podría contarnos sobre su experiencia en el Guayaquil Food Show? ¿Qué fue lo que más le gustó o le generó un buen recuerdo?
2. ¿Hubo algo que no le haya gustado o que le generará incomodidad durante el evento?
3. ¿Cuál fue su principal motivación para asistir al evento?
4. ¿Pudo participar en todas las actividades que le interesaban? Si no fue así, ¿qué limitó su participación?
5. ¿Qué tipo de información buscó durante el evento? (Por ejemplo: horarios, ubicación de stands, actividades, ponentes, etc.) ¿Pudo encontrar esa información fácilmente o consideró que no estaba actualizada?
6. ¿Qué aspectos considera que se podrían mejorar para futuras ediciones del Guayaquil Food Show?
7. ¿Hubo algo que le causó incomodidad o distracción y afectará su experiencia como la había planeado?  
(Por ejemplo: exceso de público, ruido, música muy fuerte, olores, entre otros.)
8. ¿Tuvo la oportunidad de interactuar con los expositores o marcas?  
¿Cómo describiría esa experiencia?
9. ¿Cómo definiría el evento en tres palabras?
10. ¿Cómo se enteró y registró para asistir al evento?
11. Si el evento contará con una aplicación móvil, ¿qué tipo de información le gustaría encontrar en ella?
12. ¿Qué funcionalidades considera que serían más útiles?  
(Por ejemplo: agenda de actividades, mapa interactivo, notificaciones, perfil de ponentes, sorteos, etc.)
13. ¿Cree que una aplicación podría mejorar la experiencia de los asistentes?  
¿Descargaría la app oficial del Guayaquil Food Show?
14. ¿Existe algún detalle adicional que considere importante compartir sobre el evento Food Show Guayaquil?

### **Preguntas estudiantes participando como staff del evento (Grupo focal)**

Somos Ashley Lindao y Jorge Baldeón, estudiantes de la carrera de Turismo y participantes de la Materia Integradora Como parte del proceso de titulación para obtener la Licenciatura en Turismo. Nuestro proyecto de tesis aborda el tema “Diseño del contenido de una aplicación móvil para mejorar la experiencia del Guayaquil Food Show”.

Con este propósito, nos gustaría conocer en detalle su experiencia y percepción desde el punto de vista de participantes de staff, ya que su aporte es fundamental para comprender los procesos, desafíos y oportunidades de mejora que podrían incorporarse en el diseño del contenido de la aplicación.

La entrevista tendrá una duración aproximada de 40 minutos. La información proporcionada será estrictamente confidencial y se utilizará únicamente con fines académicos, en el marco de nuestra tesis de grado. Los datos serán registrados mediante grabaciones o notas, y solo nosotros tendremos acceso a la información.

La participación en esta entrevista es voluntaria, y usted puede retirarse en cualquier momento sin que esto implique consecuencia alguna. Si tiene alguna duda o desea más información sobre el estudio, puede comunicarse con nosotros al correo: [jorbalon@espol.edu.ec](mailto:jorbalon@espol.edu.ec), [amlindao@espol.edu.ec](mailto:amlindao@espol.edu.ec) |

Al continuar con esta entrevista, usted confirma que ha comprendido la información y acepta participar de manera voluntaria en el estudio.

1. ¿Cómo describiría la experiencia general del evento desde su rol dentro del staff?
2. ¿Qué aspectos considera que destacaron y generaron una buena impresión en el público?
3. ¿Hubo elementos del evento que, en su opinión, afectaron la experiencia de los asistentes?  
¿Cuáles?
4. Desde su perspectiva, ¿qué espacios o actividades fueron los más visitados o generaron mayor interés?
5. ¿Recibió comentarios directos por parte de los asistentes? Si es así, ¿qué tipo de observaciones o sugerencias le compartieron?
6. ¿Observó algún tipo de dificultad o inconveniente recurrente entre los visitantes (orientación, tiempos de espera, información, etc.)?
7. ¿Qué tipo de perfil considera que asistió en mayor cantidad al evento?(Por ejemplo: profesionales en gastronomía, estudiantes, aficionados, familias, público general.)
8. ¿Qué aspectos considera que podrían mejorar para ofrecer una experiencia más agradable al público en futuras ediciones?
9. ¿Cómo definirías al evento Food Show Guayaquil en tres palabras?

### **Preguntas estudiantes de gastronomía (Grupo focal)**

Somos Ashley Lindao y Jorge Baldeón, estudiantes de la carrera de Turismo y participantes de la Materia Integradora Como parte del proceso de titulación para obtener la Licenciatura en Turismo. Nuestro proyecto de tesis aborda el tema “Diseño del contenido de una aplicación móvil para mejorar la experiencia del Guayaquil Food Show”. Con este propósito, nos gustaría conocer en detalle su experiencia y percepción desde el punto de vista de estudiantes de gastronomía asistentes al evento, ya que su aporte es fundamental para comprender los procesos, desafíos y oportunidades de mejora que podrían incorporarse en el diseño del contenido de la aplicación.

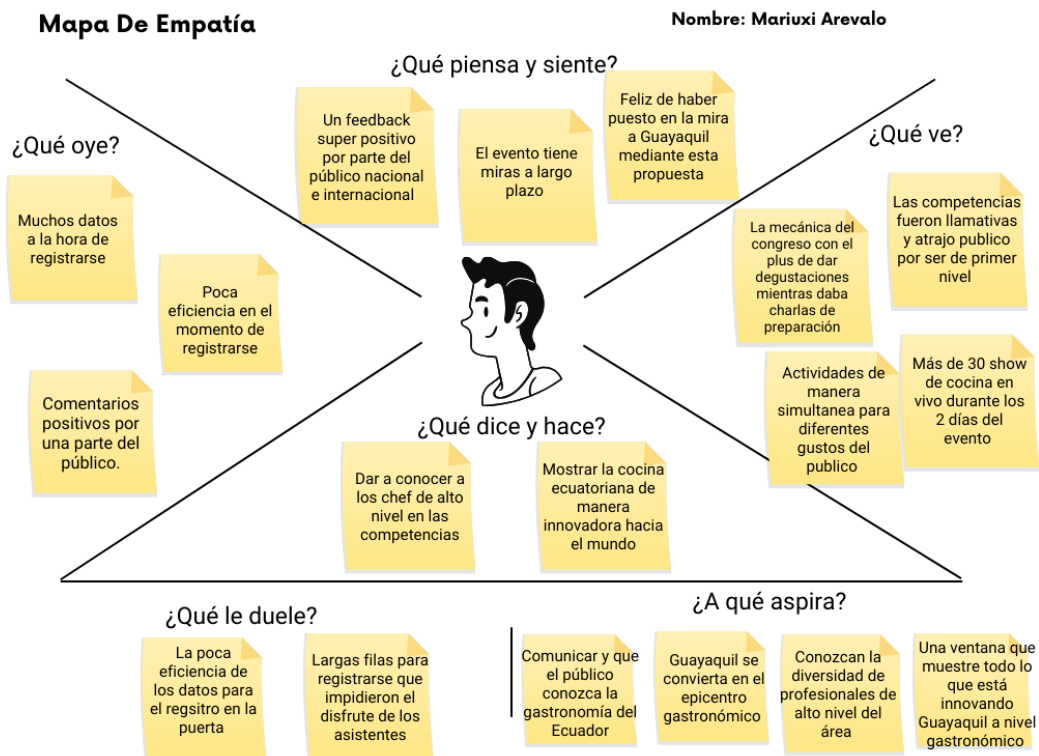
La entrevista tendrá una duración aproximada de 40 minutos. La información proporcionada será estrictamente confidencial y se utilizará únicamente con fines académicos, en el marco de nuestra tesis de grado. Los datos serán registrados mediante grabaciones o notas, y solo nosotros tendremos acceso a la información. La participación en esta entrevista es voluntaria, y usted puede retirarse en cualquier momento sin que esto implique consecuencia alguna. Si tiene alguna duda o desea más información sobre el estudio, puede comunicarse con nosotros al correo: [jorbalon@espol.edu.ec](mailto:jorbalon@espol.edu.ec), [amlindao@espol.edu.ec](mailto:amlindao@espol.edu.ec)

Al continuar con esta entrevista, usted confirma que ha comprendido la información y acepta participar de manera voluntaria en el estudio.

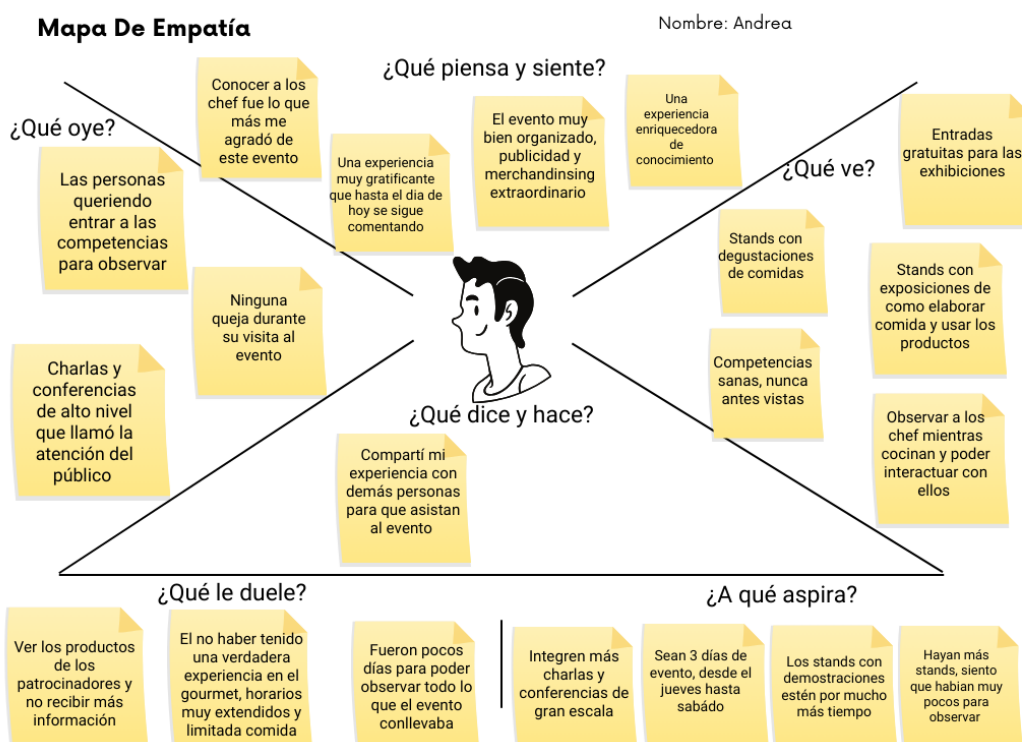
1. ¿Cuál fue su principal motivación para asistir al Food Show Guayaquil?
2. Antes de asistir, ¿qué esperaba aprender o experimentar en el evento? ¿Cumplió con dichas expectativas?
3. ¿Tuvo la oportunidad de participar en alguno de los showrooms o demostraciones durante el Food Show Guayaquil?
  - a. Si, ¿qué actividad realizó y cómo describiría su experiencia?
  - b. Si no, ¿qué factores le impidieron participar? (por ejemplo: tiempo, aforo, falta de interés, información insuficiente, otros)
4. ¿Qué actividades o espacios consideras que tuvieron mayor afluencia durante el evento?
5. ¿Existió algún factor que te causó afectación y no te permitió disfrutar del evento?
6. ¿Cómo calificaría la calidad y variedad de los expositores y productos presentados?
7. Si el evento contará con una aplicación móvil, ¿qué tipo de información o funcionalidades considera que deberían incorporarse para los asistentes? (Por ejemplo: horarios, ubicación de stands, actividades, ponentes, promociones)
8. ¿Considera que una aplicación móvil podría mejorar su experiencia como asistente, especialmente desde el ámbito académico de la gastronomía?
9. ¿Descargaría la aplicación oficial del Food Show Guayaquil?
10. Si tuviera que resumir su experiencia en el Food Show Guayaquil, ¿qué tres palabras usaría para describir el evento y por qué?

## Anexo C. Mapa de Empatía

- Organizador



- Asistentes general y Profesionales de Gastronomía o áreas afín



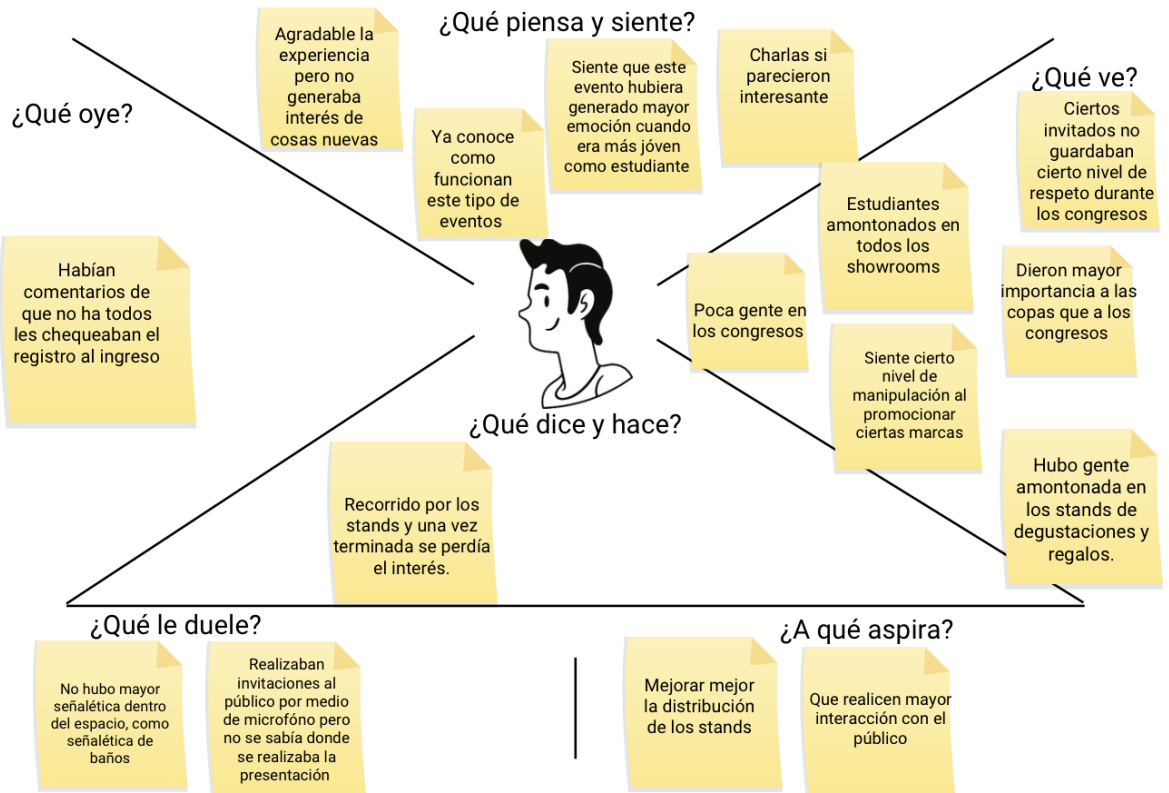
## Mapa De Empatía

Nombre: Miguel González



## Mapa De Empatía

Nombre: José Luis Molestina



# Mapa De Empatía

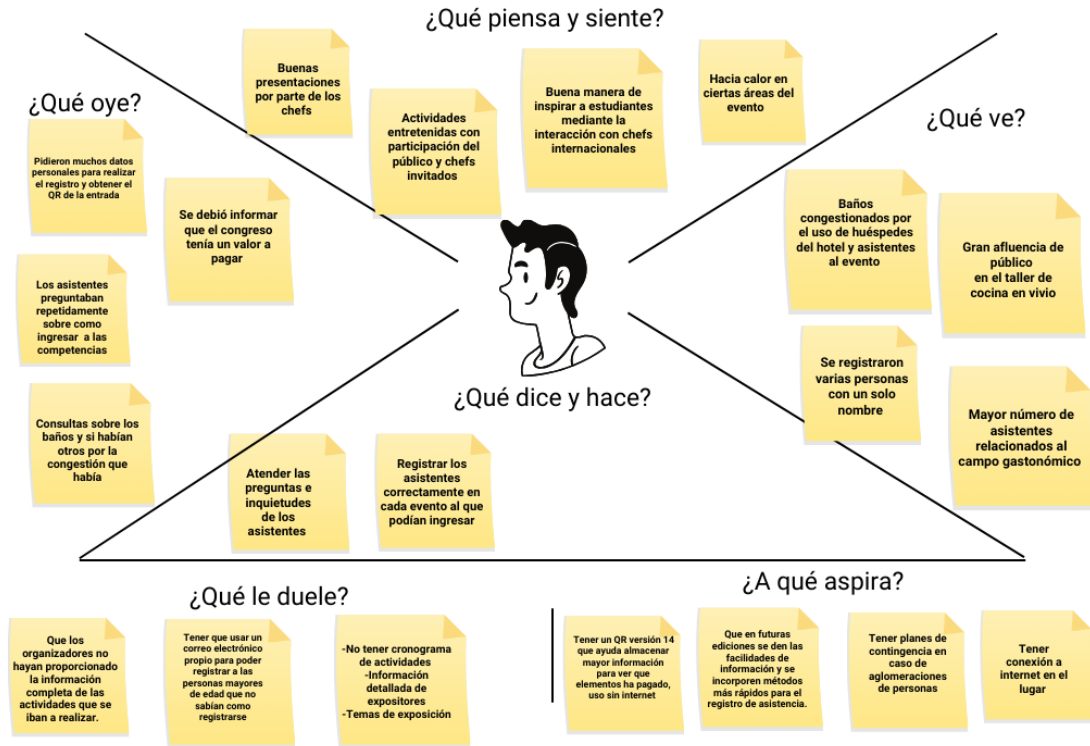
Nombre: Steven Arévalo



- Staff del evento

## Mapa De Empatía

Nombre: Luis Rivera



## Mapa De Empatía

Nombre: Cristopher Tobar



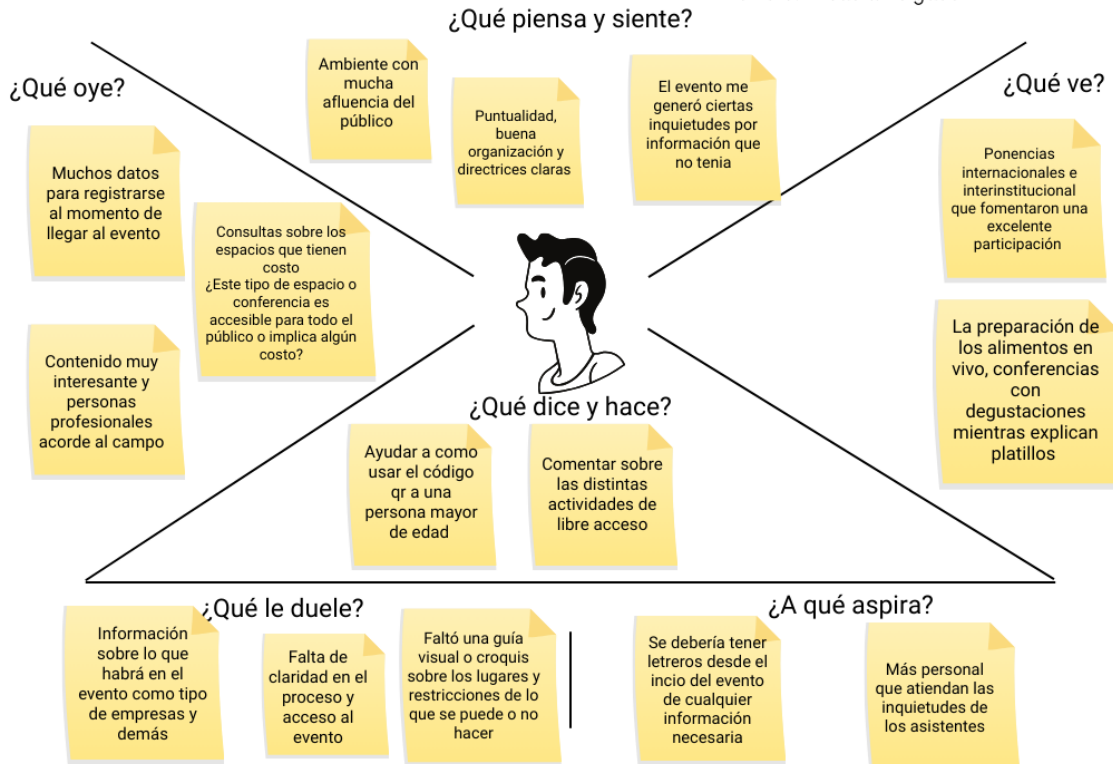
## Mapa De Empatía

Nombre: Cristhian Rivera



## Mapa De Empatía

Nombre: Micaela Delgado



## Mapa De Empatía

Nombre: Carlos Baque



## Mapa De Empatía

Nombre: Daniela Rodriguez



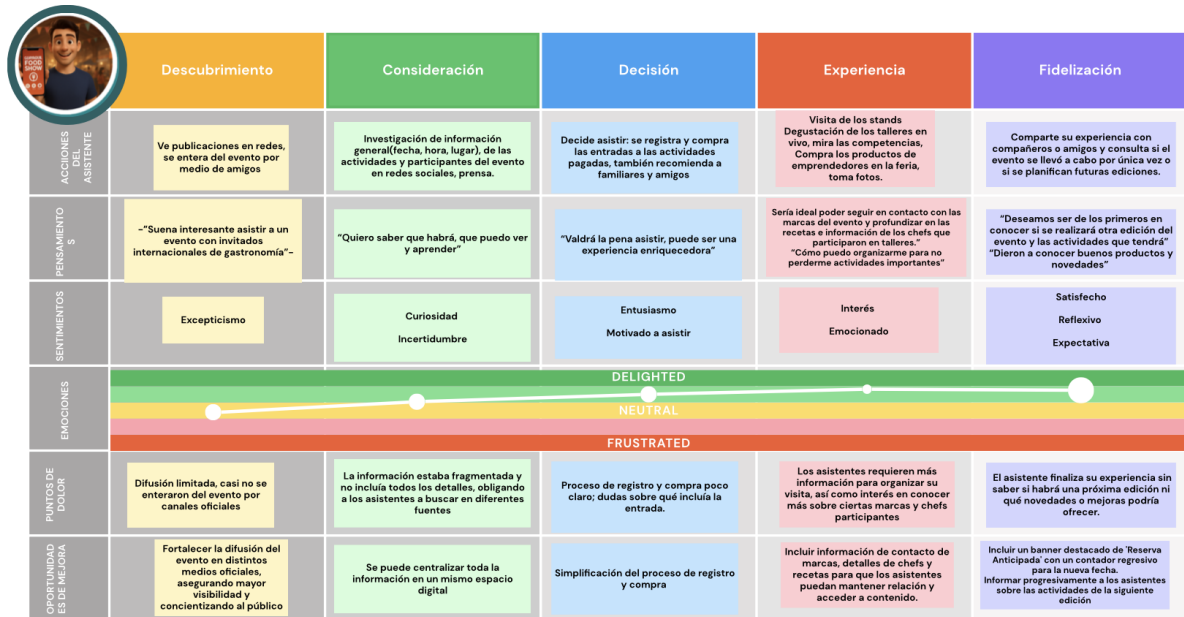
# Mapa De Empatía

Nombre: Ronald Torres

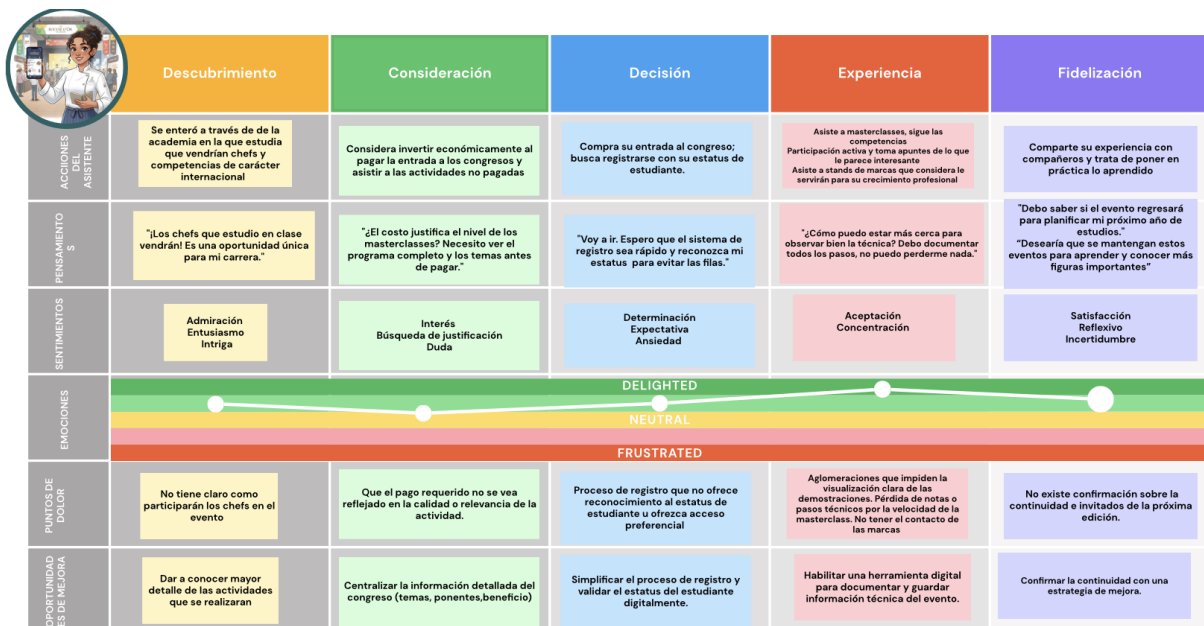


## Anexo D. Customer Journey Map

### - Asistentes




### - Estudiante de Gastronomía




# Anexo E. Lluvia de Ideas

Project:  
Team:  
Version & Date:



## BRAINSTORMING







More tips & tricks for this template on book page: 151




Lewrick / Link / Leifer  
The Design Thinking Toolbox  
978-1-119-62919-1



**Brief instructions:** Start with an open brainstorming session - preferably based on a HMW question. Before brainstorming, reflect on the most important brainstorming rules so that everyone knows the rules of the game.

Brainstorming rules <small>Note the brainstorming rules</small>	Brainstorming session <small>Carry out brainstorming appropriate to the current goal achievement.</small>	Clusters <small>Cluster now the found ideas</small>
<p><b>#1 Creative confidence</b> </p> <p><b>#2 Quantity before quality</b> </p> <p><b>#3 Visualize ideas</b> </p> <p><b>#4 Use gestures</b> </p> <p><b>#5 Build on the ideas of others</b> </p> <p><b>#6 One person speaks at the time</b> </p> <p><b>#7 No prejudices</b> </p> <p><b>#8 Continue to brainstorm</b> </p> <p><b>#9 Fail often and early</b> </p>	<p><b>"How might we..."</b></p> <p>incluir toda la información del evento en un solo medio informativo?</p> <p>mantener el contacto e información de los logros de los chefs?</p> <p>facilitar la conexión networking entre profesionales y visitantes del sector gastronómico?</p> <p>hacer que la navegación dentro del evento sea más clara y fluida desde la app?</p> <p>incentivar la participación de los asistentes mediante dinámicas y actividades que mantengan activa la interacción dentro de la app en el evento?</p>	<p><b>Clusters</b></p> <p><b>Centralización de la información y accesibilidad</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mapa interactivo del evento que muestre la ubicación de los showrooms, stands, áreas de interés y rutas sugeridas.</li> <li>• Agendas interactivas con información de los showrooms, actividades, expositores, horarios.</li> <li>• Ingreso ágil, incluyendo registro por grupos, validación rápida y confiable.</li> </ul> <p><b>Interacción y vínculos profesionales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conexión y networking entre asistentes, chefs y expositores</li> <li>• Foros temáticos para conversar y compartir sobre gastronomía</li> </ul> <p><b>Relación comercial con marcas premium</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover la conexión entre asistentes y marcas premium de alimentos, bebidas y equipamiento de cocina.</li> <li>• Catálogo digital de productos relevantes por stand.</li> <li>• Botón de contacto directo para facilitar la comunicación.</li> <li>• Información sobre los productos y servicios que ofrecen las marcas premium.</li> </ul> <p><b>Perfiles y contenido gastronómico</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fichas de los chefs: biografía, logros, especialidades y trayectoria.</li> <li>• Biblioteca digital: recetas, videos y otros contenidos relevantes para los asistentes.</li> <li>• Recursos de aprendizaje: técnicas, tendencias, para profundizar en el aprendizaje culinario.</li> </ul> <p><b>Seguimiento Post-evento y alcance</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Información sobre próximas ediciones, fechas y oportunidades de participación.</li> <li>• Actualizaciones de premios, nuevos proyectos, temas vanguardistas de chefs, marcas y emprendedores.</li> <li>• Notificaciones personalizadas con contenido relevante para cada asistente.</li> <li>• Sección de retroalimentación donde los asistentes puedan evaluar las actividades y compartir sus comentarios o recomendaciones.</li> </ul> <p><b>Findings</b></p> <p><small>Record your findings and planned next steps</small></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesidad de un medio único que concentre toda la información del evento, organizado, actualizado, registrar grupos en actividades incluidas, validación individual en actividades de pago.</li> <li>• Se revela que uno de los puntos críticos es el ingreso, una solución digital más eficiente con un registro eficiente y ágil</li> <li>• Quieren conocer profundamente a los chefs, su trayectoria, acceder a recetas, videos y contenidos educativos para profundizar en gastronomía.</li> <li>• Buscan oportunidades de networking con chefs, expositores y otros participantes, así como espacios para compartir conocimientos gastronómicos.</li> <li>• Desean acceder fácilmente a información y contacto con marcas premium de alimentos, bebidas y equipamiento de cocina, y emprendedores.</li> <li>• Requieren información sobre futuras ediciones, novedades del sector y espacios premium para dar retroalimentación sobre las actividades.</li> </ul>

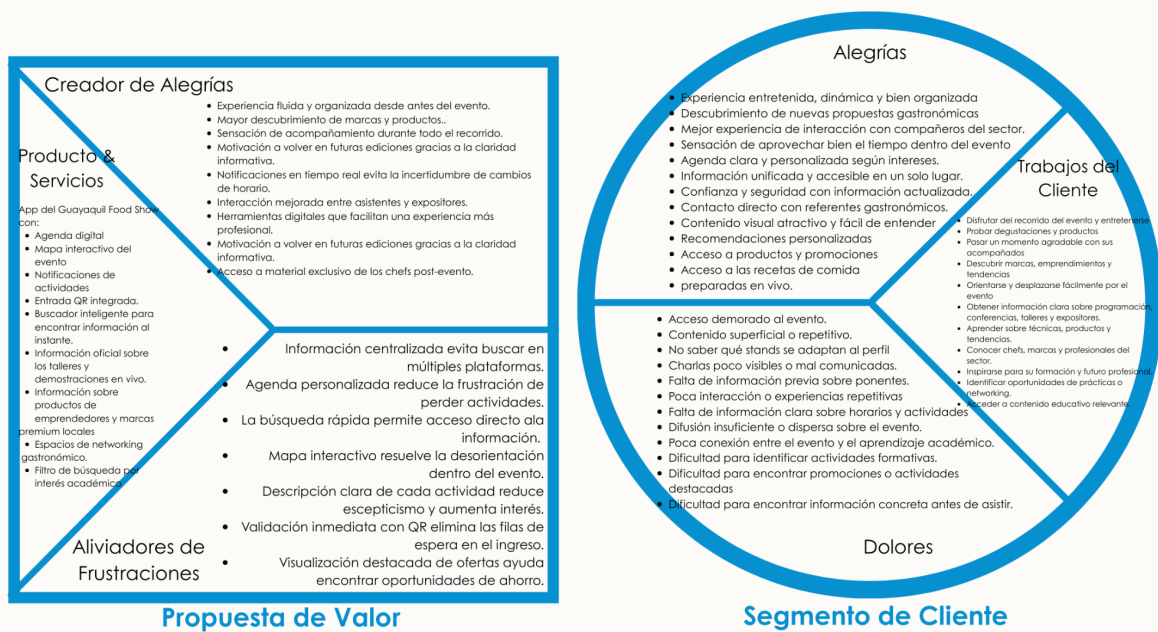
 THE DESIGN THINKING TOOLBOX

BASIC TEMPLATE

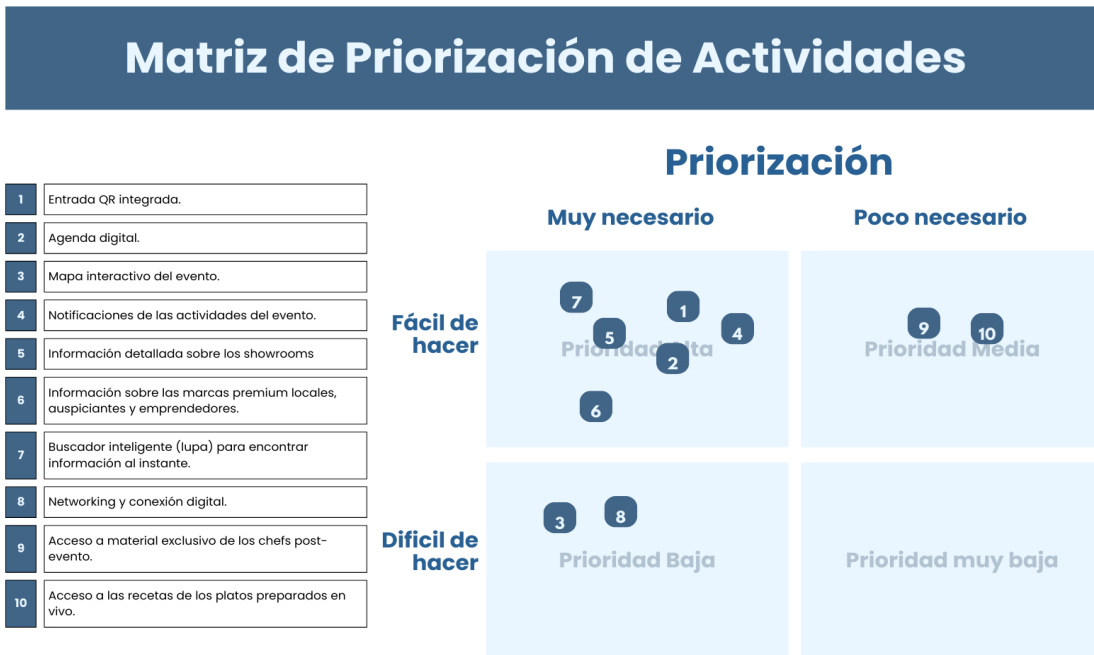
[WWW.DT-TOOLBOOK.COM/SHOP](http://WWW.DT-TOOLBOOK.COM/SHOP)

# Anexo F. Value Proposition Canva

# Propuesta de Valor

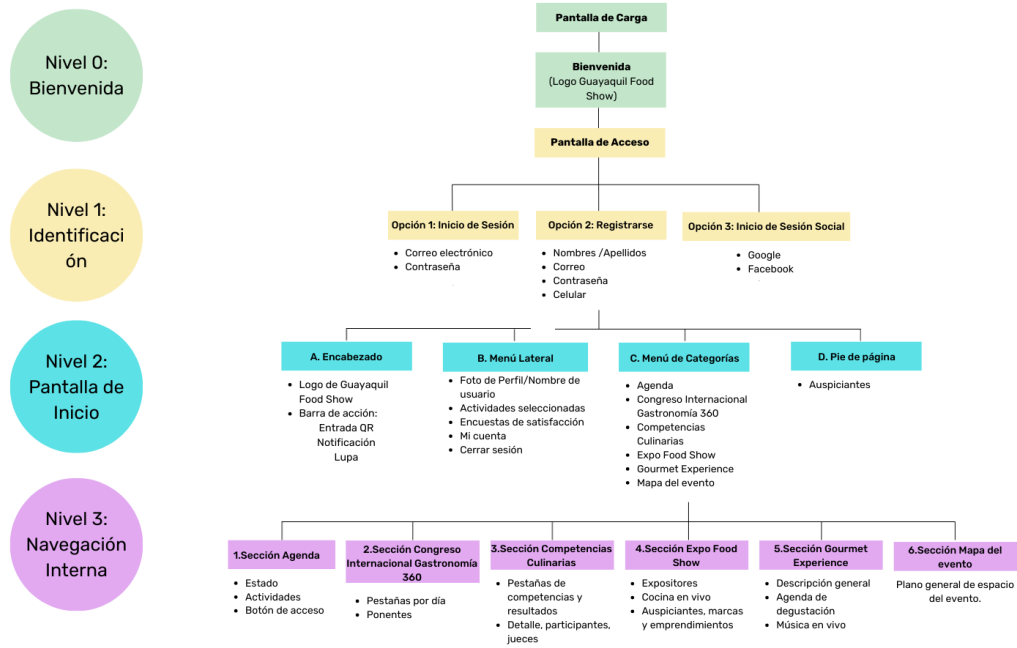


## Anexo G. Matriz de Impacto y esfuerzo



Fuente: Design Thinking in Spanish

## Anexo H. Arquitectura de información



## Anexo I. Wireframe

Recurso:

[https://www.canva.com/design/DAG7ipB5gx0/D8lo\\_w5bIhpYuIDfp8Tfvg/edit?utm\\_content=DAG7ipB5gx0&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link2&utm\\_source=sharebutton](https://www.canva.com/design/DAG7ipB5gx0/D8lo_w5bIhpYuIDfp8Tfvg/edit?utm_content=DAG7ipB5gx0&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton)

[n](#)



# Manual de Diseño de contenido

Guía para desarrollar el contenido de la aplicación Guayaquil Food Show

ELABORADO POR:  
ASHLEY LINDAO  
JORGE BALDEÓN

## Índice de CONTENIDO

01	Introducción	1
02	Lineamientos Visuales	3
03	Nivel 0 Bienvenida	5
04	Nivel 1 Identificación	6
05	Nivel 2 Pantalla de Inicio	7
06	Nivel 3 Navegación Interna	12
07	Recomendaciones	22

## Introducción

### 1.1 Propósito del Manual

Este Manual de Diseño de contenido, surge como una guía práctica, donde se define y ordena la manera en la que se comunica la información que va dentro de la aplicación. El objetivo principal es mejorar la experiencia informativa del asistente, logrando que los textos, etiquetas, descripciones sean claros y fáciles de entender, acompañando al usuario de forma intuitiva durante las actividades del evento. A través de este documento se define el tono y el uso del lenguaje que permiten que la aplicación funcione como un apoyo real para vivir la experiencia gastronómica.

Este manual toma de base la estructura del prototipo previamente desarrollado, lo que permite organizar de forma lógica la información y establecer una jerarquía clara entre los elementos visuales.



### 1.2 Perfil de Usuario

La aplicación está diseñada para el diverso tipo de asistentes en el ámbito gastronómico, incluyendo:

- Estudiantes de gastronomía: Personas interesadas en el aprendizaje y la actualización profesional que requieren acceso rápido a cronogramas y perfiles de expertos.
- Profesionales de gastronomía: Actores clave del sector que buscan visibilidad estratégica y una gestión eficiente de su participación.
- Público general: Asistentes que desean disfrutar de experiencias culinarias, catas y exhibiciones.



### 1.3 Justificación

A partir del análisis de los perfiles identificados, y de las necesidades detectadas en los asistentes, se concluyó que la solución debía integrar información clara y acceso inmediato. Teniendo una organización estructurada, el diseño permite una navegación intuitiva y sencilla, ayudando a disminuir la incertidumbre del asistente durante el evento. Como resultado el prototipo de aplicación móvil incorpora contenidos que abarcan desde el ingreso es inicio de sección hasta el último nivel de categoría, respondiendo de manera directa los requerimientos identificados. De esta manera la aplicación se plantea como una herramienta clave para acompañar y orientar a cada uno de los asistentes al Guayaquil Food Show.

## Lineamientos Visuales

### 1.4 Estandarización visual y gráfico

Para garantizar que el contenido de la App sea legible en dispositivos móviles y mantenga la identidad del evento, se han establecido lo siguientes:

#### 1. La paleta de Colores sugerida

La selección de colores responde a cada forma en la que se ubica las letras y estas no se pierdan dentro del diseño .

- Azul Principal (#56A3DA): Utilizado para fondos de cabecera y elementos de navegación.
- Negro de Contraste (#000000): Utilizado para textos principales y que la lectura sobre fondos claros sea vista.
- Verde (#00FF00): Color estratégico para elementos interactivos, botones de "Aceptar" o estados positivos.
- Blanco (#FFFFFF): Utilizado para espacios negativos y fondos de tarjetas de contenido.
- Rojo(#9E0000): Utilizado para errores, avisos de cierre de actividades o contenido de alta urgencia.

#### 2. Tipografía

Se ha seleccionado la familia tipográfica Montserrat por su versatilidad, modernidad y alta legibilidad en pantallas pequeñas. El uso de sus variantes permite organizar la información de forma intuitiva:

- Títulos Principales:
  - Tamaño: 40 pt
  - Variante: Montserrat Bold o ExtraBold.
  - Uso: Nombres de secciones y pantallas principales (Nivel 1).
- Subtítulos de Sección:
  - Tamaño: 34.8 pt
  - Variante: Montserrat Simbol.
  - Uso: Títulos de tarjetas, nombres de chefs o categorías (Nivel 2).

#### • Cuerpo de Texto y Descripciones:

- Tamaño: 18 pt
- Variante: Montserrat Medium o Regular.
- Uso: Detalles informativos, biografías y guías de ubicación (Nivel 3).

#### 3. Criterios de Aplicación Móvil

- Contraste: Todas las combinaciones deben cumplir con el estándar de legibilidad, especialmente el texto negro o blanco sobre los colores de marca.
- Variantes de Fuente: Se utilizan las variantes Light e Italic de Montserrat únicamente para notas al pie, manteniendo siempre el peso visual en las variantes más legibles.

3

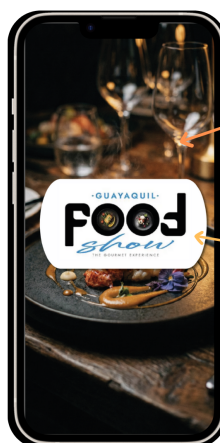
4

## Nivel 0

### Nivel 0 Bienvenida

El Nivel 0 está conformado por la pantalla de inicio que aparece al abrir la aplicación en el smartphone.

Esa primera ventana esta conformada por una fotografía gourmet de fondo y el logotipo oficial del evento Guayaquil Food Show.



Fotografía de fondo

Logotipo oficial del evento

5

# Nivel 1

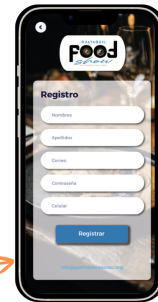
## Nivel 1

El Nivel 1 está conformado por 3 pantallas que se desglosan de la siguiente manera; Inicio de sesión, Registro, Inicio



En la pantalla de Inicio de sesión se muestran las formas de inicio de sesión por medio de correo electrónico y contraseña. También se añaden inicios de sesión por medio de google o red social

Dentro de la pestaña de Inicio de sesión, existe una opción de "registrarse" para aquellos que aún no cuenten con una cuenta dentro de la aplicación, al seleccionarla se mostrará la pantalla "Registro", en la pestaña de registro deben incluirse los datos de nombres, apellidos, correo electrónico, contraseña, celular.



6

# Nivel 2

## Nivel 2

Una vez concluido el registro de usuarios de la aplicación, se mostrará la pantalla de Inicio, en la que se muestran las actividades del evento, agenda, mapa de ubicación del evento. Además se integran botones con funciones.



7

## 2.1 Menú lateral

Dentro del botón de menú lateral se incorporan funcionalidades para el usuario como:

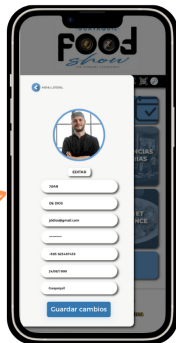


### Menú lateral:

Se muestran las actividades seleccionadas por el usuario, encuestas de satisfacción, cuenta y el cierre de sesión

**Cuenta:**  
Al seleccionar el botón de cuenta, se desglosa los datos que se pueden editar del usuario;

- Nombre
- Apellido
- Correo electrónico
- Contraseña
- Celular
- Fecha de nacimiento
- Ciudad que reside



### Actividades seleccionadas:

Al seleccionar el botón se desglosan información de las actividades que el usuario a programado para su recorrido durante el evento. Estos incluyen el tema, nombre de ponente, salón y la opción de ver en el mapa

TARDE | 02:00 PM

**PATRIMONIO FRANCÉS Y FUSIÓN CON LA PASTERERÍA ECUATORIANA**  
[Salón Isabella III] [Ver Mapa]

8

9

## 2.2 Botones acceso rápido

Dentro de la pantalla de inicio, en la parte superior izquierda se encuentran los 3 botones de acceso rápido.

Sus funciones se las detalla a continuación:



### Encuesta de satisfacción

Al seleccionar el botón de encuesta se desglosa una pantalla lateral en la que muestran las encuestas de satisfacción de las diferentes actividades

Al seleccionar en los botones de encuesta se desglosa una nueva pantalla que incluye la encuesta y sus preguntas, en el siguiente caso se ejemplifica con la encuesta general

### Encuesta General:

Dentro de esta encuesta general se realizan preguntas abiertas y de calificación, dichas preguntas estarán centradas en ámbitos físicos y de experiencia del usuario durante el evento



### Notificaciones

El botón de notificaciones permite visualizar las actividades que están por presentarse o iniciar



### Botón Qr

El Qr permite identificar a los usuarios, este Qr posee la información de los usuarios con la que se registraron y permite el acceso en la entrada del evento y a los showrooms, también cuenta con un botón de agregar a la billetera digital del smartphone.



### Búsqueda

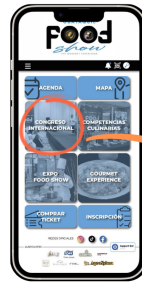
La función del botón de búsqueda permite explorar dentro de la aplicación; horarios, temas de congresos, ponentes y toda la información que se encuentre dentro de la app. Facilitando el acceso a información.

10

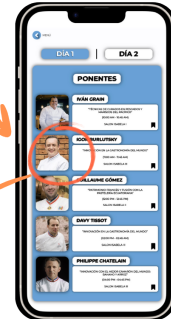
11

# Nivel 3

## 3.1 Congreso Internacional



En la pantalla de inicio se encuentra el showroom "Congreso Internacional", al realizar clic se mostrará la pantalla con los días de los congresos, los distintos ponentes, temas, horario, salones y botón para agregar la actividad a "Actividades seleccionadas"



Al seleccionar un ponente, se muestra una nueva pantalla con una foto y detalles sobre su trayectoria, su labor actual, sus logros más destacados y sus redes oficiales. Al seleccionar los iconos de redes sociales será dirigido hacia la cuenta oficial del ponente en dicha red social.

## 3.2 Agenda



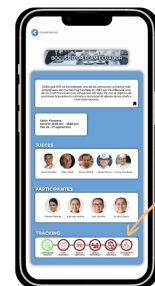
En la pantalla de inicio se encuentra la opción de "Agenda", la cual al seleccionarla muestra una nueva pantalla en la que se muestran las actividades que se están desarrollando en ese momento, las que están por iniciar y aquellas que ya finalizaron, mostrándose en dicho orden.



## 3.3 Competencias culinarias



En la pantalla de inicio se muestra el showroom de "Competencias Culinarias". Al seleccionarlo se mostrará una nueva pantalla en la que se muestran las competencias que se realizarán según la edición del evento.



Se muestra el tracking desde el momento cero de cada competencia hasta el día de finalización.



Al seleccionar una de las competencias se mostrará: introducción e información sobre el evento, salón, horario, fecha, los jueces, participantes y colaboradores vinculados dicha competencia. Se mostrarán fotos profesionales, nombre y apellido

Al seleccionar "Resultados", se mostrarán los nombres de los miembros de cada equipo ganador por competencia y los jueces participantes.

### 3.4 Expo Food Show



Al seleccionar "Expo Food Show", el usuario es dirigido a una nueva pantalla donde se despliega una mayor variedad de actividades del evento. Al elegir la opción "Productos", se abre una pantalla independiente en la que se presentan las marcas premium participantes, auspiciantes y emprendimientos. Cada producto debe incluir una fotografía, una breve introducción de la marca y los enlaces a sus redes sociales, facilitando el contacto directo con los expositores.



Se muestra el Tracking del progreso de quién se está presentando en tiempo real

Al seleccionar la opción "Cocina en vivo", se despliega una nueva pantalla que presenta información detallada sobre el plato que será preparado en tiempo real. Esta vista incluye la fotografía del plato y descripción del plato, la imagen de la chef encargada, así como el horario de elaboración.

### 3.5 Mapa

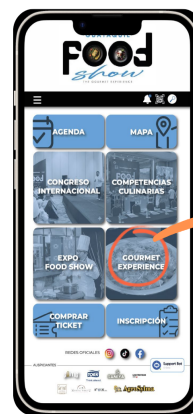
En la pantalla de inicio se encuentra la opción "Mapa". Al seleccionarla, el usuario accede a una nueva pantalla donde se visualiza el mapa del salón, en el que se identifican los distintos stands y actividades, así como su ubicación.

El mapa muestra de manera organizada la ubicación de auspiciantes, stands de emprendimientos, salón de congresos y demás áreas relevantes del evento, facilitando la orientación y el recorrido del visitante.



### 3.6 Gourmet experience

En la pantalla de inicio se presenta el showroom "Gourmet Experience". Al seleccionarlo, el usuario accede a una nueva pantalla donde se muestra un video de la temática y lo que habrá dentro del mismo. También se mostrará los chefs invitados de cada día del evento.



### 3.7 Inscripción

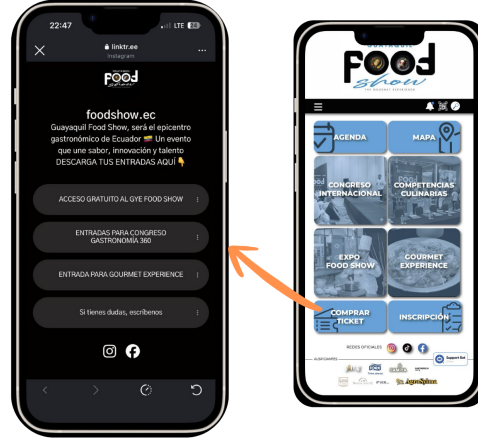
En la pantalla de inicio se presenta el botón "Inscripción". Al seleccionarlo, el usuario puede acceder a inscribirse, meses antes del inicio del evento. Podrá inscribirse como expositor con su producto premium, asistente del congreso internacional o competidor de las dos eliminatorias internacionales o la copa nacional para jóvenes talentos.



19

### 3.8 Compra de Tickets

En la pantalla de inicio se presenta el botón "Comprar de ticket". Al seleccionarlo, se dirige a una ventana en la que el usuario puede comprar el ticket para las actividades del evento. Se mostrará los botones para el acceso a la entrada gratuita y los que son de paga como congreso internacional 360 y Gourmet experience.



20

### 3.8 Redes Oficiales del evento y Chatbot



En la pantalla de inicio se presenta un apartado donde se mostrará las redes oficiales del evento, como Facebook, Instagram y Tiktok, para atraer confiabilidad a los asistentes y puedan redirccionarse a más información por esos medios.



En la pantalla de inicio se presenta un botón de acceso al Chat bot que funciona como un consejero virtual disponible las 24 horas para guiarte de forma personalizada y sin esperas.

21

## RECOMENDACIONES

Para garantizar el éxito operativo y la evolución del prototipo de contenido, se establecen las siguientes recomendaciones técnicas:

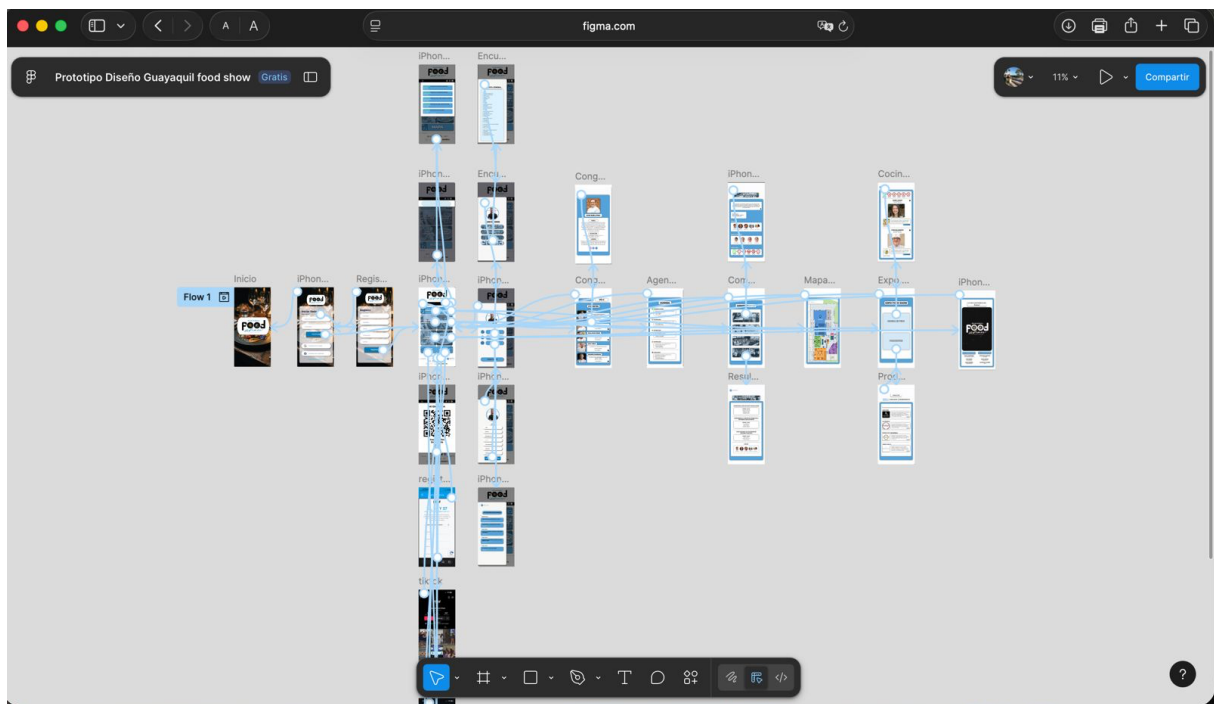
- Optimización de Legibilidad y Contraste:** Ajustar los tamaños de fuente y contrastes en las secciones de alta densidad de texto, específicamente en las biografías de los ponentes (Nivel 3), para asegurar una lectura fluida en diversas condiciones de iluminación.
- Sincronización Automática de Cronogramas:** Implementar una actualización dinámica en tiempo real para las etiquetas de estado de la Agenda ("Pasando ahora", "En proceso"), vinculando el contenido directamente al horario del servidor del evento.
- Accesos importantes:** Mantener el acceso directo a la "Entrada QR" en el encabezado del Nivel 2 (Pantalla de Inicio) para minimizar los tiempos de espera en los puntos de control de acceso.
- Información de Ponentes:** Integrar hipervínculos externos a redes sociales de los profesionales en la sección de "Logros", permitiendo que el usuario profundice en la trayectoria de los expertos tras las charlas.
- Automatización de Feedback:** Configurar notificaciones inteligentes vinculadas a las "Encuestas de satisfacción" del Menú Lateral (Nivel 2) para que se activen automáticamente al concluir cada actividad seleccionada o programada.
- Visual de Auspiciantes:** Mantener el diseño del Pie de Página (Nivel 2) para otorgar visibilidad estratégica a los patrocinadores, sin que estos afecten a los menús de categorías.
- Interconectividad de Navegación:** Vincular cada actividad de la Agenda con el "Mapa del evento" (Nivel 3), permitiendo al usuario visualizar la ubicación física del salón correspondiente con un solo clic.
- Tipografía "Gourmet":** Realizar revisiones de estilo periódicas para asegurar que el lenguaje profesional, sofisticado y descriptivo se mantenga uniforme en cada una de las pantallas de la aplicación.
- Desarrollo de Contenido Offline:** Incorporar una función de precarga para los datos críticos, como el código QR y la agenda, garantizando que el asistente tenga acceso a su información incluso si este no cuenta con conexión.

22

10. **Notificaciones de Gestión de Tiempo:** Implementar alertas de contenido personalizadas que avisen al usuario minutos antes del inicio de sus actividades seleccionadas, reforzando la etapa de "Acción" del asistente.

11. **Recomendaciones de gestión de contenidos:** El diseño desarrollado en este proyecto y su respectivo manual se fundamenta en la información, presentaciones y participantes correspondientes a la primera edición del evento. No obstante, al tratarse de un evento dinámico y en constante evolución, cuyas ediciones varían e incorporan nuevos participantes, actividades y contenidos, se recomienda que dicha información sea validada y actualizada en conjunto con los organizadores al momento de la programación y desarrollo del producto tangible. Asimismo, se sugiere la implementación de un sistema que permita a los organizadores gestionar de manera autónoma la información del evento, facilitando la actualización de contenidos, la adición o reducción de ventanas de actividades, participantes, opciones, encuestas y otros elementos. De esta forma, se garantiza que toda la información sea flexible, editable y administrable directamente por los organizadores, asegurando su vigencia y adaptabilidad en futuras ediciones.

## Anexo K. Prototipado en Plataforma figma



## Anexo L. Matriz de Feedback

MATRIZ DE FEEDBACK		
Idea	Qué funciona?	Qué se puede mejorar?
<ul style="list-style-type: none"><li>Manual de Diseño de Contenido, que muestra como organizar la información del Guayaquil Food Show dentro de un prototipo digital.</li></ul>	La organización de los showrooms, la redacción de la información, funcionalidades estratégicas, mapa interactivo, ubicación de botones de acción	En la sección de “Resultados de competencias” muestra los ganadores pero falta contexto sobre el por qué ellos ganaron la competencia.
<ul style="list-style-type: none"><li>Representación visual de un prototipo de aplicación móvil que muestra la organización de este manual.</li></ul>	<p>Qué preguntas nos hacen?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>¿Por qué ganó este chef y no otro?</li><li>¿Qué técnicas usó para pasar a la final?</li><li>¿Qué evalúan para ganar?</li></ul>	<p>Qué ideas nos proponen?</p> <p>Incluir el por qué ellos están ganando, que técnica fue usada y mostrar la presentación del plato dentro de cada ganador</p>

